

فرصت امروز  
برای کسب و کار آفرینیشاخص جدید تورم  
رونمایی شد

تورم ملی مرداد: ۷/۹ درصد



فرصت امروز: جواد حسین زاده، معاون اقتصادی مرکز آمار ایران در نشست خبری که صبح روز شنبه در این مرکز برگزار شد با بیان اینکه شاخص‌های...

۳

## یادداشت

دیپلماسی اقتصادی  
کالای لوکس نیست

حسین سلاح‌ورزی

نایب‌رئیس اتاق ایران

محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه دولت یازدهم، تا همین جا نیز نام نیکی از خود در نزد ایرانیان به یادگار گذاشته و او را کسی می‌دانند که با مهارت دیپلماتیک و توان بالا توانست برای مجاب کردن قدرت سیاسی در ایران، اقتصاد را از دره مرگ بیرون بکشد. وزیر خارجه دولت یازدهم که حالا با گرفتن رأی اعتماد دوباره از مجلس و عبور ایران از فضای ملتهب پیش از برجام، افق کار و برنامه‌ریزی در چارچوب مأموریت‌های وزارت خارجه را روشن تر...

## یادداشت

رابطه قیمت نفت و  
قدرت خرید خانوار

سیامک قاسمی

کارشناس اقتصادی

بررسی‌های آماری در واحد مشاوره و تحقیق موسسه «بامداد» براساس آمارهای هزینه و درآمد خانوارهای شهری بانک مرکزی...

کدام بازارها از نرخ‌های جدید سود بانکی سود می‌برند؟

معادله چند مجهولی  
نرخ سود در اقتصاد ایران

بانک مرکزی در حالی بر اجرای مصوبه رعایت نرخ سود بانکی از یازدهم شهریورماه تاکید کرده است که تمامی تلاش‌ها برای پایبندی سیستم بانکی بر نرخ سود در چهار سال اخیر با شکست روبه‌رو شده است؛ بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری دارای مجوز، مدت‌زمان طولانی است که توجهی به مصوبات شورای پول و اعتبار و بخشنامه‌های بانک مرکزی ندارند و فارغ از اولتیماتوم‌های بانک مرکزی، سودی بالاتر از نرخ مصوب شورای پول و اعتبار به سپرده‌گذاران پرداخت می‌کنند. به گزارش خبرنگاران، حالا بانک مرکزی بعد از ساماندهی بازار غیرمستقل پولی برنامه دارد تا انضباط را در بازار پولی کشور حاکم کند. از همین رو در نخستین گام برنامه نظام‌مند کردن نرخ...

۴

جدول نرخ سود بانکی در یک دهه اخیر

## فراخوان بانک‌ها برای تعیین تکلیف حساب‌های سپرده

۴

## مدیریت و کسب و کار



رئیس هیات مدیره کوالکام  
از سمت خود کناره‌گیری می‌کند

- در اندیشه بازسازی خودتان باشید
- ۱۹ نکته آموزشی از میلیاردرهای جوان
- پنج عادت طلایی مدیران موفق
- هوش بازار و کاربرد آن در بازاریابی
- معرفی ۷ وب سایت برتر بازاریابی در جهان
- چطور کمپین تبلیغاتی موفق طراحی کنیم؟

۸ تا ۱۶

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی گزارش داد  
ضرورت بازطراحی استراتژی  
توسعه صنعت خودروی ایران

۷





مدرسه عالی کسب و کار ماهان برگزار می‌کند:

## Mini MBA STARTUP

چگونه یک استارت‌آپ را شروع کنیم و به درآمدزایی برسیم؟  
از یک ایده عالی به یک کسب و کار عالی

**شروع دوره :**  
**شهریور ماه**  
دوشنبه و چهارشنبه ۱۶ تا ۲۰

**مخاطبان دوره:**  
انسان‌های پیشرو و خلاق، کارآفرینان، صاحبان ایده و یا سرمایه

**سرفصل‌های:**

مطالعه بازار / برند سازی و... / دیجیتال مارکتینگ / سیستم مدیریت استراتژیک  
آینده پژوهی تکنولوژی بازرگانی، حسابداری، مالی و... / بازاریابی / فرایندهای حقوقی  
مدلهای جذب سرمایه / فرصت شناسی کسب و کار / خلاقیت و نوآوری / مهارت‌های طراحی  
طراحی مینیمال / مدیریت بازار / مدیریت فروش / مدیریت زنجیره تامین و عملیات  
تیم سازی و کار تیمی

**تغییر اندیشه مدیریت!**

www.Mahanbs.com

جهت کسب اطلاعات تخصصی و مشاوره با شماره ۰۲۱-۸۸۴۰۱۳۱۳ تماس حاصل فرمایید.

آپتوانته ایم لطف خدا بوده است



**حرکت پایدار در مسیر موفقیت**



**بانک برتر ایران، برای سومین سال متوالی، براساس ارزیابی مؤسسه معتبر یورومانی**





www.bpi.ir \*۲۱-۸۲۸۹۰ مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی

دیپلماسی اقتصادی، کالای لوکس نیست

حسین سلاح‌ورزی  
نایب‌رئیس اتاق ایران

محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه دولت یازدهم، تا همین جا نیز نام نیکی از خود در نزد ایرانیان به یادگار گذاشته و او را کسی می‌دانند که با مهارت دیپلماتیک و توان بالا توانست برای مجاب کردن قدرت سیاسی در ایران، اقتصاد را از دره مرگ بیرون بکشد. وزیر خارجه دولت یازدهم که حالا با گرفتن رأی اعتماد دوباره از مجلس و عبور ایران از فضای ملت‌هپ پیش از برجام، افق کار و برنامه‌ریزی در چارچوب ماموریت‌های وزارت خارجه را روشن‌تر می‌بیند، از برخی برنامه‌های رونمایی کرده، که از جمله مهم‌ترین‌شان تلاش برای نوسازی و بازسازی دیپلماسی اقتصادی یا دیپلماسی تجاری در چهار سال پیش رو است. اصطلاح دیپلماسی تجاری پس از افتادن پرچم اردوگاه سوسیالیستی از دست میخائیل گورباچف بر خاک، و شکست قطعی اندیشه‌های متوهم در شوروی سابق و همراهانش در اروپای شرقی و آمریکای لاتین در ادبیات اقتصاد سیاسی، وزن بیشتری پیدا کرد. در دنیای واقعی و در عمل سیاست خارجی نیز کشورها و دولت‌ها به جای متمرکز شدن یکپارچه بر امور نظامی در مسیر افزایش قدرت خود به سوی استفاده از برتری اقتصادی روی آوردند. در دنیای امروز، برتری اقتصادی یک مزیت اصلی قلمداد می‌شود و کشورهای نیرومندتر اقتصادی، اهداف سیاسی خود را از مسیر دیکته کردن توانایی‌هایشان در اقتصاد پیش می‌برند. شاید به همین دلیل است که تحریم اقتصادی نسبت به همیشه کاربرد بیشتری پیدا کرده است. از همین رو دیپلماسی اقتصادی که در گذشته یک امر فرعی بود، با مشخص شدن ارزش آن در دنیای امروز جایگاه خاص و والایی پیدا کرده است. در یک کلام می‌توان گفت در دنیای امروز، فقدان دیپلماسی اقتصادی برای کشورها یک نقص بزرگ محسوب می‌شود و زبان‌هایی را در پی دارد. در کشوری مانند ایران و به طور کلی در کشورهای در حال توسعه، دیپلماسی اقتصادی باید از توان بالایی برخوردار باشد، چراکه در دیپلماسی اقتصادی باید حرکت به سمت کشورهای قوی‌تر و بالاتر که دارای تکنولوژی برتر و پیشرفته‌تر و بالطبع موقعیت اقتصادی بهتری هستند، تدوین شود تا به واسطه آن توان اقتصادی کشور تقویت شود.

ایران به‌ویژه در شرایط امروز در وضعیتی قرار دارد که ضروری است منابع ارزی قابل توجهی برای تزریق به اقتصاد در حال رکود یا رشد پایین خود تامین کند و همین باعث می‌شود ضرورت ارتقای توان دیپلماسی اقتصادی، بیشتر از هر زمان دیگری احساس شود. واقعیت این است که غرق شدن در مناسبات سیاسی با دنیای پیرامون و فقدان احساس نیاز به سرمایه و تکنولوژی خارجی موجب شده ایران دیرتر از سایر کشورها نسبت به اهمیت دیپلماسی اقتصادی آگاهی پیدا کند. از سوی دیگر دستگاه دیپلماسی ایران به دلیل یاد شده، هرگز به‌صورت جدی در اندیشه تربیت دیپلمات اقتصادی نبوده است. این وضع پس از روی کار آمدن دولت نهم نسبت به سایر زمان‌ها وضعیت ناگوارتری پیدا کرد و معاونت اقتصادی در وزارت امور خارجه تضعیف و سپس به محاق رفت.

نادیده گرفتن توانایی‌های بخش خصوصی از سوی دولت‌ها نیز مزید بر علت شد و دیپلماسی اقتصادی جایگاهی در سلسله‌مراتب دستگاه خارجی پیدا نکرد. واقعیت تلخ دیگر این است که سیاست در ایران بر مقله‌های دیگر، حاکمیت بدون چون و چرا یافته و در چنین فضایی دیپلماسی اقتصادی جایی برای زاد و رشد پیدا نکرده است. به وزیر محترم خارجه و دیگر افراد و نهادهایی که می‌توانند در مسیر توسعه دیپلماسی اقتصادی فعالیت کرده یا تصمیم بگیرند، پیشنهاد می‌شود در گام نخست، زنده‌سازی معاونت اقتصادی در وزارت خارجه را در دستور کار قرار داده و یک مدیر توانمند و متخصص برای این منصب بااهمیت برگزینند. استفاده از تجربه کشورهای موفق دارای دیپلماسی اقتصادی قوی نیز باید در نظر گرفته شود.

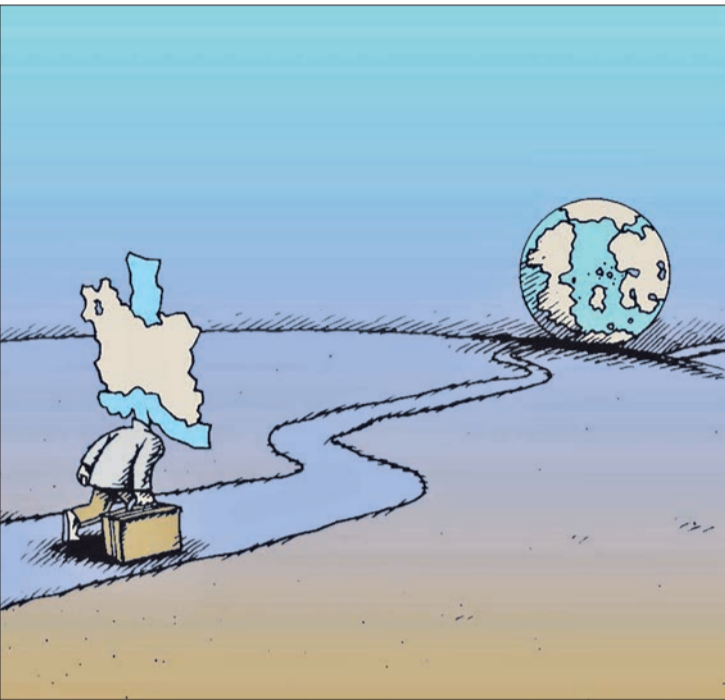
اتاق بازرگانی ایران برای انتقال تجربیات خود و همچنین بیان تنگناها و احکام‌های کارآمد به وزارت خارجه آمادگی دارد. استقرار تیمی از اقتصاددانان و بازرگانان توانمند به اشکال گوناگون در سفارتخانه کشورهای دارای بیشترین دادوستد و استفاده از ظرفیت اتاق‌های مشترک بازرگانی وابسته به این اتاق و به‌ویژه کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌المللی نیز می‌تواند در دستور کار قرار بگیرد. به هر حال نباید از یاد ببریم که دیپلماسی اقتصادی، کالای لوکسی نیست که استفاده از آن ضرورتی نداشته باشد، بلکه توجه و تقویت دیپلماسی اقتصادی از الزامات امروز ایران است.

هرچند دولت آمریکا و اتحادیه اروپا در دوران ریاست‌جمهوری باراک اوباما، همکاری نزدیکی را در وضع تحریم‌های اقتصادی علیه ایران و روسیه داشتند، اما این روابط در حال حاضر دیگر همچون گذشته همکارانه نیست. به گزارش واشنگتن پست، شاید پیش از این اعضای اتحادیه اروپا گاهی به دنبال منافع شدن از تضعیف تحریم‌های آمریکا بودند، اما اکنون در سایه تصویب قانون مقابله با دشمنان آمریکا از طریق تحریم، واشنگتن احتمالاً در آستانه بازگشت کامل به دوران تنش فرآتلاتیکی بر سر استفاده از ابزار تحریم قرار دارد.

از اواسط دهه ۸۰ تا اواسط دهه ۲۰۰۰ میلادی، سیاست‌های تحریمی آمریکا اغلب منجر به درگیری‌های فرآتلاتیکی می‌شد. اعضای اتحادیه اروپا همواره تحریم‌های آمریکا علیه کشورهای نظیر ایران و کوبا را که به ضرر شرکت‌های اروپایی بود تضعیف می‌کردند. اتحادیه اروپا در خصوص نگرانی از برنامه هسته‌ای ایران و نقض حقوق بشر در کوبا با آمریکا هم‌نظر بود، اما راه‌حل‌های دیپلماتیک را به جنگ تجاری ترجیح می‌داد. آمریکا تلاش کرد با تحریم‌های ثانویه شرکت‌های اروپایی را

محدود کردن برنامه هسته‌ای وادار به پیروی از سیاست‌های واشنگتن کند، اما اتحادیه اروپا با شکایت از طریق سازمان تجارت جهانی و وضع قانونی در زمینه ممنوعیت تبعیت شرکت‌های اروپایی از قانون تحریم‌های آمریکا، واکنشی متقابل نشان داد. مشی اتحادیه اروپا با آمریکا در دوران دولت اوباما با تحریم‌های آمریکا همکارانه‌تر شد و اروپایی‌ها به منظور محدود کردن برنامه هسته‌ای

ایران اقدام به قطع دسترسی ایران به سوئیفت و توقف خرید نفت از این کشور کردند. این همکاری‌ها به ضرر بسیاری از شرکت‌های اروپایی تمام شد و البته به اقتصاد ایران نیز آسیب زد. حاصل این همکاری، انعقاد برجام بود که به موجب آن بسیاری از تحریم‌های اتحادیه اروپا علیه ایران برداشته شد و شرکت‌های اروپایی مجدداً به پیگیری فرصت‌های موجود در بازار ایران پرداختند. به



واشنگتن پست گزارش داد آمریکا برای وضع تحریم‌های جدید علیه ایران قادر به جذب حمایت اروپا نیست

تحریم، محصول دولت ترامپ نیست، بلکه منعکس‌کننده خواست‌های کنگره آمریکاست. تحریم‌های ثانویه آمریکا همچنین از آن جهت حساسیت‌برانگیز است که تلاش‌های تحریمی علیه ایران، وابستگی اروپا به سوخت‌های فسسیلی وارداتی از روسیه را افزایش داده است. در حال حاضر، روسیه بزرگ‌ترین تامین‌کننده نفت خام اتحادیه اروپا محسوب می‌شود. از این رو، اتحادیه اروپا با محدودیت‌های قابل ملاحظه‌ای در زمینه چگونگی همکاری با تحریم‌های ضد روسی آمریکا به‌ویژه در زمینه انرژی مواجه است، زیرا همکاری‌های قبلی اروپا با آمریکا بر سر تحریم‌های ایران، اروپا را بیش از گذشته به نفت روسیه وابسته ساخته است.

از این رو، به نظر می‌رسد سیاست‌گذاران آمریکایی نمی‌توانند در آینده‌ای نزدیک، امیدوار به کسب حمایتی قوی از اروپا در زمینه تحریم ایران و روسیه باشند. کشورهای نظیر آلمان، ایتالیا، اسپانیا و پرتغال ترجیح می‌دهند شاهد لغو بخشی یا کامل تحریم‌ها علیه ایران و روسیه باشند. بنابراین دولت ترامپ نباید انتظار داشته باشد در صورت خروج از برجام، اروپا در زمینه وضع تحریم‌های مجدد علیه ایران با واشنگتن همراهی کند.

۸ عامل افزایش رقابت‌پذیری در بخش معدن



بررسی تطبیقی سیاست‌های حمایتی و سیاست‌های درآمدی کشورهای مختلف معدن خیز و ایران نشان می‌دهد که کشورهای مختلف متناسب با شرایط خود، درآمدهای مالیاتی خاص از شرکت‌های فعال را داشته و در عین حال حمایت‌های خاص نیز به‌منظور افزایش سرمایه‌گذاری در بخش معدن در نظر می‌گیرند. اخذ حقوق دولتی در معادن ایران مطابق قانون معادن از صفر تا حداکثر ۱۰ درصد ارزش مواد معدنی استخراج شده بر سر معدن است که درصد مذکور با توجه به معیارهایی همچون محل وقوع معدن، نوع ماده معدنی و فاکتورهای دیگر مختص ماده معدنی، توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت تعیین می‌شود. در این میزان، در جهت تشویق سرمایه‌گذاری در زنجیره ارزش فرآوری و جلوگیری از خام‌فروشی، تخفیفات ویژه برای محصولات معدنی در محل معدن فرآوری شود، در نظر گرفته می‌شود. در رابطه با حقوق دولتی ماده معدنی طلا، در صورتی که بهره‌بردار نسبت به تولید شمش اقدام کند، حقوق دولتی مسالانه بر مبنای شمش تولیدی (۴ درصد متوسط بهای شمش تولیدی طی دوره‌های سه‌ماهه است. بنا صورت تولید کانسارته، حقوق دولتی بر مبنای کانسارته تولیدی (۵ درصد متوسط ارزش کانسارته تولیدی سر معدن طی دوره‌های سه‌ماهه) و در صورت عدم فرآوری ماده معدنی بر مبنای خاک استخراجی محاسبه‌واخذمی‌شود. درخصوص چگونگی اخذ حقوق دولتی ماده معدنی مس، در صورتی که بهره‌بردار نسبت به تولید کانسارته یا شمش مس اقدام کند، حقوق دولتی مسالانه بر مبنای کانسارته تولیدی یا مس تولیدی آنها و در صورت عدم فرآوری

بومی‌سازی و جایگزینی ۱۶ پایه هیدروژنی و اتوماسیون صنعتی در فولاد مبارکه

پروژه بومی‌سازی و جایگزینی ۱۶ عدد پایه هیدروژنی به جای پایه‌های HNX و اتوماسیون صنعتی در واحد باکس آنتیلینگ نورد سرد شرکت فولاد مبارکه با دستان توانمند کارکنان فولاد مبارکه و مشارکت شرکت‌های داخلی با معونان، جمعی از مدیران فولاد مبارکه و مدیران عامل شرکت‌های پیمانکاری حاضر در این پروژه به بهره‌برداری رسید. در این مراسم دکتر سبحانی، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه با ابراز خرسندی از اجرای موفقیت‌آمیز این پروژه گفت: بهره‌برداری از این طرح که سالانه بیش از ۷۰ هزار تن افزایش ظرفیت تولید محصولات ویژه در نورد سرد فولاد مبارکه را در پی دارد، مصداق بارز به بار نشستن راهبردهای اقتصاد مقاومتی، قطع وابستگی و گام برداشتن در مسیر تولید و اشتغال است. وی با تأکید بر اینکه انجام این پروژه بزرگ که برای نخستین بار در کشور انجام شد ریسک بالایی را نیز به همراه داشت، افزود: خوشبختانه مدیریت و کارشناسان فولاد مبارکه با اتکا به دانش فنی و خلاقیت خود و با همکاری بسیار خوب پیمانکاران و شرکت‌های سازنده داخلی توانستند شجاعانه و با جسارت هرچه تمام‌تر این مهم را انجام دهند. مدیرعامل فولاد مبارکه با اشاره به این مطلب که بهره‌برداری از این پروژه علاوه بر اینکه ارتقای سطح کمی و کیفی محصولات این ناحیه را در برداشته و کشور ایران را نیز در دستیابی به یکی دیگر از تکنولوژی‌های عرصه صنعت فولاد رهنمون ساخته است، افزود: هنگام تصمیم‌گیری برای آغاز این طرح بزرگ عوامل بازدارنده‌های پیش رو بود و مجموعه‌ای از انجام آن برحز می‌داشت، اما راهبردهای کلان کشور و تجارب مشابه فولاد مبارکه ما را دلگرم کرد. نتیجه این حمایت‌ها و همدلی‌ها این شد که بار دیگر دانش فنی کشور و همچنین توان تولید کمی و کیفی نورد سرد فولاد مبارکه افزایش یافته است.

وی ضمن قدردانی از وفای و همدلی حاکم بر شرکت و شرکای تجاری کسب‌وکار فولاد مبارکه، اظهار کرد: بومی‌سازی و جایگزینی ۱۶ عدد پایه هیدروژنی، ۱۲ کوره و اتوماسیون صنعتی و بهره‌برداری از آنها علاوه بر ارتقای دانش فنی، حدود ۳۰۰ تا ۳۵۰ هزار پورو به ازای هر مجموعه پایسه و کوره... برای شرکت صرفه‌جویی به همراه داشته است. ضمن اینکه انجام این کار در داخل کشور علاوه بر اشتغال‌زایی و کاهش مصرف انرژی، استفاده از مواد مصرفی و کالای ایرانی را نیز به همراه داشته که از دیگر مزایای مهم اجرای این پروژه است. ایشان در پایان با تأکید بر اینکه اجرای این پروژه نماد عینی هماهنگی، خودباوری و ترجمه «ما می‌توانیم» است، از تمامی تلاشگران حاضر در این پروژه قدردانی و خاطر نشان کرد: این اقدامات می‌تواند به‌عنوان یک الگو در کشور به کار گرفته شود.

جسارت و مسئولیت‌پذیری کارکنان و پیمانکاران

مختار بخشیان، معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه نیز با اشاره به عوامل موثر در کسب این موفقیت گفت: جسارت و مسئولیت‌پذیری کارکنان و پیمانکاران مجری این طرح باعث شد به‌رغم همه موانع و ریسک‌های احتمالی، امروز شاهد به بار نشستن تمامی زحمات و بهره‌برداری از این پروژه باشیم. وی از دستیابی به دانش فنی بومی‌سازی و جایگزینی ۱۶ عدد پایه هیدروژنی و اتوماسیون صنعتی در این پروژه به‌عنوان مهم‌ترین دستاورد این طرح یاد و از همه دست‌اندرکاران و مجریان آن قدردانی کرد.

تجهیزات بومی‌سازی شده و کاهش مصرف انرژی

براساس این گزارش، نادر حسین‌زاده، مدیر ناحیه نورد سرد نیز گفت: امروز در ناحیه نورد سرد شرکت فولاد مبارکه شاهد بهره‌برداری از پروژه‌های هستیم که حاصل دو سال تلاش شبانه‌روزی مدیریت و کارکنان فولاد مبارکه و شرکای تجاری کسب و کار این شرکت است. این در حالی است که تمام فعالیت‌های انجام شده در این راستا از ابتدا تا انتها به دست توانای کارکنان داخلی بومی‌سازی شده و به بهره‌برداری رسیده است. وی در تشریح ضرورت و اهمیت اجرای این پروژه، تصریح کرد: با توجه به افزایش تقاضای بازار برای ورق‌های ویژه و طولانی بودن سیکل آنبیل این گردیدا و نبود ظرفیت کافی در این بخش، این واحد به‌گلوگاهی در تولید محصولات سرد مبدل شده است، بنابراین توسعه واحدهای هیدروژنی در ناحیه نورد سرد اجتناب‌ناپذیر بود، از این رو در شرایط تحریم و قطع همکاری شرکت‌های خارجی، مدیریت فولاد مبارکه بر آن شد تا نسبت به انجام پروژه جایگزینی ۱۶ عدد پایه هیدروژنی به جای پایه‌های HNX اقدام کند. وی افزود: عملیات اجرایی این پروژه از مهرماه سال ۹۴ آغاز و پیش‌بینی شد در یک بازه زمانی دو ساله به اتمام برسد. خوشبختانه این امر محقق شد و هم‌اکنون پایه‌ها بدون هیچ مشکلی و با کاهش مصرف انرژی در حال تولید هستند. مدیر ناحیه نورد سرد هزینه اجرای این پروژه را حدود ۲۹ میلیارد تومان اعلام کرد و یادآور شد: اجرای این پروژه با بهره‌گیری از توان داخلی کشور، بیش از ۱۷ میلیارد تومان برای فولاد مبارکه صرفه‌جویی به همراه داشته است.

یادداشت

رابطه قیمت نفت و قدرت خرید خانوار



سیامک قاسمی  
کارشناس اقتصادی

بررسی‌های آماری در واحد مشاوره و تحقیق موسسه «امداد» براساس آمارهای هزینه و درآمد خانوارهای شهری بانک مرکزی ایران طی ۱۰ سال اخیر نشان می‌دهد هزینه ناخالص واقعی خانوار در سال ۱۳۹۵ حتی از سال ۱۳۸۶ نیز کمتر بوده است؛ این واقعیت، بیانگر کاهش قدرت خرید خانوار یا همان رکود تقاضا در سطح تقاضای مصرف‌کننده به‌عنوان مهم‌ترین جزء از تقاضای کل در اقتصاد ایران است.

برای این رکود عمیق تقاضا در اقتصاد ایران، دلایل متعددی را می‌توان برشمرد، اما در اینجا به دنبال بررسی تنها یکی از دلایل هستیم؛ قیمت جهانی نفت!

شاید اگر به هر محقق اقتصادی بگویید کاهش قیمت جهانی نفت و به دنبال آن کاهش درآمدهای نفتی ایران منجر به کاهش میزان تقاضای واقعی خانوار منهای هزینه مسکن می‌شود، در ابتدا کمی با تردید به این گزاره نگاه کنید، زیرا در ساختار اقتصادی ایران درآمدهای نفتی بخشی از درآمدهای دولت بوده و طبیعی است که با کاهش قیمت جهانی نفت، درآمدهای دولت کاهش یافته و به تبع آن، شاهد کاهش تقاضای دولت در اقتصاد باشیم.

اما بررسی‌ها نشان می‌دهد درآمدهای نفتی همچون اثر بهمنی با ایجاد رکود در تقاضای دولتی، در موج دوم به دلیل کاهش موج افزایش نقدینگی ناشی از افزایش درآمدهای نفتی، منجر به کاهش قدرت خرید خانوار و کاهش تقاضای واقعی خانوار نیز می‌شود؛ به زبان ساده با کاهش درآمدهای نفتی، پول تازه کمتری در سطح جامعه قابل عرضه است و این کاهش نقدینگی موثر خود منجر به کاهش قدرت خرید خانوار شده است.

تقاضای واقعی خانوار یا هزینه ناخالص واقعی خانوار همانند درآمدهای نفتی ایران در سال ۹۰ در بالاترین سطح خود قرار داشتند و پس از آن با کاهش شدید درآمدهای نفتی ایران طی سال‌های ۹۱ و ۹۲ به دلیل تحریم‌های همه‌جانبه و در سال‌های ۹۳ و ۹۴ به دلیل کاهش قیمت جهانی نفت، هزینه ناخالص خانوار نیز به دنبال آن در یک روند کاهشی قرار گرفته است.

موضوع نقش کاهش درآمدهای نفتی در سال‌های اخیر در کاهش تقاضای کل در اقتصاد ایران به‌ویژه تقاضای دولتی و تقاضای خانوار وقتی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که اکثر پیش‌بینی‌ها حاکی از استمرار پایین ماندن قیمت نفت طی سال‌های آینده حتی تا سال ۲۰۲۰ است و این شرایط ویژه، امکان خروج کامل اقتصاد ایران از رکود تقاضا در سال‌های آینده را بسیار پیچیده می‌کند.

تورم ملی مرداد؛ ۷/۹ درصد

# شاخص جدید تورم رونمایی شد



**فرصت امروز:** جواد حسین‌زاده، معاون اقتصادی مرکز آمار ایران در نشست خبری که صبح روز شنبه در این مرکز برگزار شد با بیان اینکه شاخص‌های قیمت‌های مصرفی کل کشور ترکیبی از شاخص قیمت شهری و روستایی است که برای نخستین بار از سوی مرکز آمار منتشر خواهد شد، گفت: از جمله نیازهای توسعه در حوزه آمار، دسترسی به اطلاعات با جزئیات جغرافیایی است که به همین دلیل مرکز آمار از این ماه شاخص قیمت‌های مصرفی کل کشور را منتشر خواهد کرد. وی افزود: پیش از این اعلام نرخ تورم به تفکیک شهر و روستا انجام می‌شد و هم‌اکنون این امکان ایجاد شده است که به صورت کشوری و ملی این آمارها در اختیار سازمان‌ها و کارشناسان قرار گیرد. به گفته معاون اقتصادی مرکز آمار ایران، برنامه جامعی در این مرکز وجود دارد تا آمارهای کلان به تفکیک شهری، روستایی و منطقه‌ای اعلام شود، چراکه در حال حاضر نیازها به سمت آمارهای جزئی‌تر و محلی‌تر سوق پیدا کرده است.

**تفاوت معنادار در سطح قیمت مناطق شهری و روستایی**

حسین‌زاده گفت که در ابتدای هر ماه تورم شهری و روستایی از سوی مرکز آمار منتشر می‌شود که برای تولید این نرخ تورم به ۶۰ هزار کارگاه شهری و ۲۳ هزار کارگاه روستایی مراجعه صورت می‌گیرد. وی افزود: در مجموع ۳۵۰ هزار مظنه قیمتی برای ایجاد این آمار جمع‌آوری شده که مربوط به ۴۵۱ قلم در سید شهری و ۲۵۹ قلم در سید روستایی است. وی ادامه داد: کارشناسان مرکز آمار در ۲۲۵ شهرستان، ۲۹۰ منطقه شهری و ۵۱۷ آبادی برای جمع‌آوری مظنه‌های قیمتی مراجعه می‌کنند. معاون اقتصادی مرکز آمار ایران با بیان اینکه در حال حاضر ۲۰ میلیون نفر یا به عبارتی ۲۶ درصد جمعیت کشور در حوزه روستا ساکن هستند، گفت: تفاوت معناداری در سطح قیمت و الگوی مصرف در مناطق شهری و روستایی وجود دارد که باید به آن توجه شود.

**۲۶ درصد تولید ناخالص کل کشور در مناطق روستایی**

حسین‌زاده همچنین گفت که در طرح هزینه درآمد که هر ساله از سوی

سید خانوار برای تعیین نرخ تورم تغییر می‌کند و کالاها در این سید حذف یا اضافه می‌شوند. وی اظهار داشت: بر این اساس آمارهایی مربوط به شاخص قیمت که پیش از این بر مبنای سال پایه ۱۳۹۰ محاسبه و گزارش می‌شد، از این پس بر اساس سال پایه ۱۳۹۵ محاسبه خواهد شد. به این ترتیب آمار مربوط به تورم مردادماه سال جاری براساس سال پایه جدید یعنی ۱۳۹۵ منتشر می‌شود، ضمن اینکه در گزارش‌های آتی نهاد ناظر بر بازار پول، آمارهای اقتصادی بر مبنای سال پایه ۱۳۹۵ محاسبه خواهد شد. وی ادامه داد: بانک مرکزی در گزارش‌های پیشین آمار مربوط به تغییرات شاخص قیمت را براساس سال پایه ۱۳۹۰ محاسبه می‌کرد.

محاسبه شاخص قیمت و تحولات قیمتی نیازمند وجود یک نقطه مبدا برای مقایسه قیمت کالاهای متفاوت با قیمت ثبت شده در این مبدا آماری است. افزون بر این تغییر الگوی زندگی، جایگزینی کالاهای قدیمی با کالاهای جدید، تغییرات ذائقه مصرفی، تغییر درآمد سرانه و ایجاد نیازهای جدید در گذر زمان باعث می‌شود ترکیب کالای مصرفی خانوار در طول زمان تغییر کند.

این عضو هیأت عامل بانک مرکزی با تأکید بر اینکه در حال حاضر سید شاخص بهای کالا و خدمات مصرفی در مناطق شهری ایران براساس سال پایه ۱۳۹۰ مشتمل بر ۳۸۵ سرفصل کالا و خدمت است، افزود: در تجدیدنظر به عمل آمده اخیر، ۲ سرفصل حذف، ۲ سرفصل ادغام و ۴ سرفصل به سید فعلی افزوده شده و مجموعاً ۳۸۶ قلم کالا و خدمت انتخاب شده است که براساس قیمت‌گیری از این اقلام، شاخص تورم محاسبه می‌شود.

تغییر سال پایه سید کالای تورم شهری از ۴۵۱ مورد به ۴۵۵ قلم افزایش پیدا خواهد کرد. همچنین مظنه‌های قیمتی تورم شهری از ۲۲۰ مورد به ۲۹۰ مظنه افزایش می‌یابد.

**بانک مرکزی نرخ تورم بر پایه سال**

**آمار جدید را امروز منتشر می‌کند**  
از سوی دیگر معاون اقتصادی بانک مرکزی از انتشار نرخ تورم مردادماه براساس سال پایه جدید در روز یکشنبه خبر داد. وی افزود: براساس برنامه‌ریزی‌ها، با تغییر سال پایه آماری

حمل و نقل ریلی

رشد ۷ درصدی ترانزیت ریلی در مرداد امسال

شرکت راه‌آهن ایران از رشد ۷ درصدی ترانزیت ریلی در مردادماه سال ۱۳۹۶ خبر داد. طبق برآوردهای صورت گرفته از عملکرد ثبت شده خطوط ریلی ایران در ماه گذشته ۸۴ میلیون تن - کیلومتر به شکل روزانه متوسط عملکرد باری راه‌آهن بوده و این موضوع رشدی ۷ درصدی را در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته نشان می‌دهد. راه‌آهن همچنین اعلام کرده رکورد عملکرد ریلی کشور در سال ۱۳۹۶ رشدی ۱۵ درصدی از نظر تناژ در قیاس با مدت مشابه سال گذشته داشته و همچنین برنامه‌ریزی‌ها به دنبال آن است که در ماه‌های آینده این رقم به شکل بیشتری افزایش پیدا کند. به گزارش ایسنا، در حوزه ترانزیت بار نیز از ابتدای سال تاکنون عرصه ریلی افزایشی ۵۷ درصدی را به ثبت رسانده و به رکورد ۵۲۳ هزار تن رسیده است در حالی که این رقم در سال گذشته ۳۲۲ هزار تن بود. براساس آمارهای ارائه شده از سوی راه‌آهن، حمل گوگرد بالاترین آمار عملکرد در این حوزه را داشته و مسیر ترکمنستان به سمت خلیج فارس نیز بیشترین اهمیت را در حوزه خطوط ریلی باری ایفا کرده است. طبق اعلام راه‌آهن، رشد حجم مواد معدنی و البته رشد جابه‌جایی گندم از طریق ریل تأثیرگذارترین دلایل این بهبود آمار بوده است تا جایی که می‌توان افزایش ۱۶۲ درصدی را در این موارد به ثبت رساند.

تجارت

توسعه همکاری ایران و هنگ کنگ در بخش طلا و جواهر

هیأت تجاری هنگ کنگ طی نشست با نمایندگان سازمان توسعه تجارت ایران، درباره قوانین و مقررات تجاری و زمینه‌های همکاری تجاری و نمایشگاهی مشترک میان دو کشور در بخش طلا و جواهر گفت‌وگو کردند. مسعود کمالی‌اردکانی، مدیرکل دفتر توسعه محصولات صنعتی و معدنی گفت: مهم‌ترین موضوع در روابط تجاری در حوزه طلا و جواهر، انتقال تکنولوژی، تجهیزات و دانش روز از هنگ کنگ به ایران است. لو، رئیس اتحادیه طلا و جواهر هنگ کنگ مهم‌ترین هدف خود برای حضور در این جلسه را برقراری و توسعه ارتباط با فعالان ایرانی، انتقال تکنولوژی و فناوری در این بخش برشمرد و خواستار تشریح قوانین و مقررات ایران در حوزه واردات صنعت طلا و جواهر شد.

## توان انتخاب می‌کنی...

حجم و قیمت و سرعت ارتباطات تو  
آسیاتک، اپراتور برتر ارتباطات ثابت کشور



آسیاتک  
اینترنت یک، آسیاتک  
asiatech.ir  
۱۵۴۴

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۴-۱۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

## آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای (۹۶/۱۰) به روش ارزیابی ساده

کد فراخوان: ۱۴۹۸۰۱۱ شماره مجوز ۱۳۹۶، ۲۴۵۵

نوبت اول

شرکت گاز استان بوشهر در نظر دارد انجام خدمات ذیل بر اساس مشخصات و شرایط کلی مندرج در جدول و از طریق برگزاری مناقصه عمومی به شرکت واجد شرایط واگذار نماید.

ردیف	نام و نشانی مناقصه گزار	شرح خدمات	نوع مناقصه	مکان توزیع و تحویل اسناد	آخرین مهلت اعلام آمادگی و دریافت اسناد مناقصه و ارزیابی ساده	مکان و زمان تحویل اسناد ارزیابی ساده و پاکت های مناقصه	مکان و زمان گشایش پیشنهادها	بر آورداولیه	نوع و میزان تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	رئنه بندی
۱	شرکت گاز استان بوشهر - بوشهر - فلکه قدس - بلوار رئیسعلی دلواری - نویسه به چهارراه کشتیرانی	احداث فونداسیون و ساین ایستگاه های CGS گندم زار و پردیس و TBS شهرک توحید همراه با محوطه سازی به همراه تاسیسات برقی ایستگاه های تندگویان و فاضل جمی واقع در شهرستان جم (به روش آحاد بهایی)	یک مرحله ای	امور حقوقی و قراردادهای شرکت گاز استان بوشهر	تا ساعت ۱۴ روز شنبه ۱۳۹۶/۶/۲۵	دیپوخانه رمز محرمانه شرکت گاز استان بوشهر تا ساعت ۱۳ روز چهارشنبه ۱۳۹۶/۷/۱۲	سالن کنفرانس شرکت گاز استان بوشهر - روز یکشنبه ۱۳۹۶/۷/۱۶	۲/۲۵۵/۲۰۳/۷۰۵ ریال	ضمانتنامه معتبر بانکی - ۱۶۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال	گواهینامه صلاحیت پیمانکاری در رشته ابنیه(ساختمان) از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی

از کلیه شرکتها/پیمانکاران واجد شرایط دعوت می شود جهت اعلام آمادگی کتبی و خرید اسناد مناقصه (به مبلغ ۴۴۰/۰۰۰ ریال) به آدرس فوق مراجعه نمایند تا پس از بررسی اسناد مدارک واصله در چارچوب ضوابط و مقررات داخلی اسناد مناقصه به شرکت های واجد ارائه گردد. ارائه شناسه ملی به همراه اسناد ثبتی شرکت و آگهی تغییرات الزامی می باشد.  
تلفن: ۰۷۷۳۳۳۳۶۰۳-۰۷۷۳۳۳۳۶۰۳  
فکس جهت اعلام آمادگی: ۰۷۷-۳۳۳۳۰۹۶۴ شماره تاییدیه فکس: ۰۷۷-۳۱۶۶۴۱۱۵

روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۶/۱۵  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۶/۱۶

دریچه



ماراتن بانک‌ها برای جذب سپرده

موج جدید جابه‌جایی سپرده‌ها

بانک مرکزی اعلام کرده که از یازدهم شهریورماه، بانک‌ها باید نرخ سود ۱۵ درصدی را اعمال کنند؛ بر این اساس، ماراتن بانک‌ها برای جذب سپرده رسماً آغاز شده و بانک‌ها و سپرده‌گذاران تنها تا پایان این هفته فرصت دارند تا با نرخ قبلی، در بانک‌ها سپرده‌گذاری کنند.

به گزارش مهر، بر همین اساس تقاضای بانک‌ها برای جذب یا حداقل تمدید سپرده‌های قبلی ادامه دارد، به‌خصوص اینکه ممکن است باز هم بساط نرخ‌شکنی از سوی برخی بانک‌ها گسترده شود و مردم سپرده‌های‌شان را جابه‌جا کنند؛ آنگاه آن دسته از بانک‌هایی که در چارچوب ضوابط بانک مرکزی پیش می‌روند، قطعاً متضرران اصلی خواهند بود. در این میان، گزارش‌های میدانی از شعب بانک‌ها حکایت از آن دارد که برخی کارمندان بانک‌ها، همچنان به تلاش خود برای جذب سپرده‌ها ادامه می‌دهند و همین امر هم سبب شده تا مردم برای کنجکاو هم که شده، به شعب مراجعه کرده و درباره چند و چون سپرده‌ها و نرخ‌های سود، سوال کنند.

یکی از کارمندان بانکی با بیان اینکه مشکل اصلی بانک‌ها صندوق‌های سرمایه‌گذاری بود که به واسطه آن می‌توانستند نرخ سود بالاتری را به مشتریان پیشنهاد دهند، می‌گوید: اگرچه نرخ سود در مورد سپرده‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت، در شعب بانکی و در قالب حساب‌های بانکی، همان نرخ مصوب شورای پول و اعتبار است، اما به هر حال صندوق‌ها سوپای اطمینانی بودند که بانک‌ها می‌توانستند به واسطه آن، جذب سپرده بیشتری داشته باشند.

وی می‌افزاید: اکنون براساس بخشنامه بانک مرکزی، صندوق سرمایه‌گذاری بانک‌ها نیز مکلفند در چارچوب ضوابط خاص خود عمل کنند و زمینه دیگری برای سوددهی وجود ندارد. بنابراین خود این امر، ریزش سپرده‌ها را سبب خواهد شد؛ اگرچه ممکن است که این ریزش خیلی قابل توجه نباشد.

البته یک بار دیگر هم تجربه شکست مصوبه شورای پول و اعتبار در نرخ سود بانکی وجود داشته و بر مبنای آن، برخی بانک‌ها افتتاح دو نوع حساب را برای انجام سود انجام می‌دادند؛ به این معنا که در یک حساب، سود براساس نرخ مصوب شورای پول و اعتبار واریز می‌شد و در حساب دیگر، مازاد آن به حساب مشتری واریز می‌شد؛ اما اکنون معاون بانک مرکزی این امر را خلاف مصوبه بانک مرکزی می‌داند.

پیمان قربانی می‌گوید: براساس بخشنامه بانک مرکزی، ارائه هر گونه طرح و محصول برای جذب سپرده توسط بانک‌ها و موسسات اعتباری، منوط به محاسبه و اعلام نرخ موثر سود آن به بانک مرکزی و اخذ تاییدیه از این بانک است. ضمن اینکه بانک‌ها و موسسات اعتباری مکلفند از اعمال هر گونه روشی که منجر به افزایش نرخ موثر سود سپرده‌ها شود، اجتناب کنند که از جمله آن، از طریق اتخاذ روش‌های مختلف حسابداری و محاسباتی یا اعمال تغییرات نرم‌افزاری در سیستم‌های رایانه‌ای است.

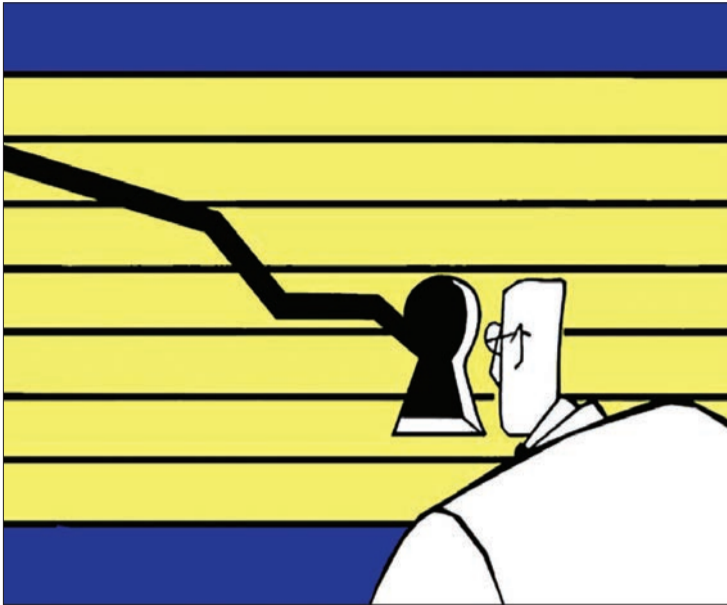
این مقام مسئول در بانک مرکزی ادامه می‌دهد: بدیهی است عوامل موثر در این زمینه اعم از مدیران و کارکنان بانک‌ها و موسسات اعتباری و شرکت‌های نرم‌افزاری طرف قرارداد آنها - حسب مورد - تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت؛ ضمن آنکه در صورت احراز مشارکت یا همکاری شرکت‌های نرم‌افزاری طرف قرارداد با بانک‌ها و موسسات اعتباری در ارتکاب تخلف، شبکه بانکی از ادامه همکاری با شرکت‌های مذکور منع خواهد شد. در این میان البته سپرده‌گذاران چندان نسبت به کاهش نرخ سود استقبالی ندارند و به طور قطع، به دنبال جایی می‌گردند که به سپرده‌های‌شان، سود بیشتری دهد، البته به نظر می‌رسد که بسیاری از آنها، دور موسسات اعتباری غیرمجاز را خط کشیده‌اند و دیگر سپرده‌های خود را برای دریافت سود بیشتر، به این موسسات نمی‌سپارند، بنابراین سپرده‌گذاری‌ها حول محور بانک‌ها صورت می‌گیرد و به طور قطع، سپرده‌ها اگر قرار باشد برای دریافت سود بیشتر راه به جایی ببرند، قطعاً بانک‌ها و موسسات شناسنامه‌دار خواهد بود.

نکته حائز اهمیت در این میان، رفتار موسسات اعتباری مجاز است که به طور قطع همسان‌سازی نرخ سود آنها با دیگر بانک‌ها، سبب کوچ بخش عمده‌ای از منابع به سمت بانک‌ها می‌شود، چراکه اگر سپرده‌گذاری، نرخ سود یکسان را میان یک بانک و موسسه اعتباری دریافت کند، قطعاً به دلیل امنیت بالاتر یک بانک، ترجیح می‌دهد سپرده خود را به دست بانک بسیار تا اینکه آن را در موسسه اعتباری که هنوز به‌صورت کامل از بانک مرکزی مجوز نگرفته، سپارد.

به هر حال باید زمان بگذرد تا مشخص شود این بخشنامه به ظاهر سختگیرانه بانک مرکزی برای نرخ‌های سود، تا چه اندازه پایبند به ضوابطی است که به منظور یکسان‌سازی نرخ سود و تثبیت آن به بانک‌ها دیکته شده است.

کدام بازارها از نرخ‌های جدید سود بانکی سود می‌برند؟

معادله چند مجهولی نرخ سود در اقتصاد ایران



بانک مرکزی در حالی بر اجرای مصوبه رعایت نرخ سود بانکی از یازدهم شهریورماه تاکید کرده است که تمامی تلاش‌ها برای پایبندی سیستم بانکی بر نرخ سود در چهار سال اخیر با شکست روبه‌رو شده است؛ بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری دارای مجوز، مدت‌زمان طولانی است که توجهی به مصوبات شورای پول و اعتبار و بخشنامه‌های بانک مرکزی ندارند و فارغ از اولتیماتوم‌های بانک مرکزی، سودی بالاتر از نرخ مصوب شورای پول و اعتبار به سپرده‌گذاران پرداخت می‌کنند.

به گزارش خبرآنلاین، حالا بانک مرکزی بعد از ساماندهی بازار غیرمتمشکل پولی برنامه دارد تا انضباط را در بازار پولی کشور حاکم کند. از همین رو در نخستین گام برنامه نظام‌مند کردن نرخ سود بانکی را در دستور کار خود قرار داده است. در واقع، بانک مرکزی در شرایطی از تصمیم خود برای نظارت دقیق‌تر بر مشکل نرخ سود پرده‌برداری کرده که گرفتاری‌ها در این حوزه با کاهش نرخ تورم در اقتصاد ایران رخ داد. به این ترتیب با تصمیم بانک مرکزی نرخ سود بانکی برای سپرده‌های یک‌ساله حداکثر ۱۵ درصد و برای سپرده‌های کوتاه‌مدت حداکثر ۱۰ درصد تعیین شده است. این نرخ البته نه به تازگی که مدت‌هاست مصوب شده است، اما رعایت آن در سیستم بانکی با فراموشی خودخواسته‌ای همراه شد.

**در دسرهای پول گران قیمت** حتی وقتی بانک‌های خصوصی و دولتی خود جلسه گذاشتند و توافق کردند که نرخ سود سپرده‌های بانکی و تسهیلات را کاهش دهند، باز هم پیشنهادهای بالاتر از حد توافق‌شان را برای مشتریان در چنته داشتند. این پیشنهادات

بالا البته در عمل هزینه تجهیز مالی را در ایران افزایش داده و سبب شده است بخش مولد در واقع، بانک مرکزی در شرایطی از تصمیم خود برای نظارت دقیق‌تر بر مشکل نرخ سود پرده‌برداری کرده که گرفتاری‌ها در این حوزه با کاهش نرخ تورم در اقتصاد ایران رخ داد. به این ترتیب با تصمیم بانک مرکزی نرخ سود بانکی برای سپرده‌های یک‌ساله حداکثر ۱۵ درصد و برای سپرده‌های کوتاه‌مدت حداکثر ۱۰ درصد تعیین شده است. این نرخ البته نه به تازگی که مدت‌هاست مصوب شده است، اما رعایت آن در سیستم بانکی با فراموشی خودخواسته‌ای همراه شد.

بانک‌ها در حالی سپرده‌های ریز و درشت را با نرخ‌های ۱۸ درصد و ۲۰ درصد و حتی بالاتر می‌پذیرفتند که بازارهای موازی و مقصد سنتی پس‌اندازهای ایرانی، دیگر رونق خود را از دست داده بود؛ نه بازار طلا و سکه کشش چندانی برای حضور سرمایه‌گذاران

رشد اجاره‌بها در روزهای پایانی شهریور دور از ذهن نیست چرا که دریافت اجاره می‌تواند زمینه را برای جبران کاهش یا به عبارت بهتر مهار نرخ سود در بانک‌ها فراهم کند. عرف بازار اجاره مسکن نشان می‌دهد که میان خرداد تا میانه تیر موج اول جابه‌جایی و شهریورماه موج دوم جابه‌جایی مستأجران رخ می‌دهد. به این ترتیب شاید اگر این مصوبه پیش از خرداد یا پس از شهریور به اجرا درمی‌آمد، مستأجران از گزند چپش اجاره‌بها لاقفل برای یک سال پیش رو در امان می‌مانند.

چراغ سبز به بازارهای دیگر؟

باید در نظر داشت تورم ساختاری و بلندمدت تغییرشکل رفتار مردم را در اقتصاد به همراه داشته است؛ مردم ایران بیش از آنچه لازم است درصدد افزایش نقدینگی و حفظ و البته بالا بردن حجم نقدینگی‌شان هستند. شاید از این روست که دلالتی، از این دست خریدن و از آن دست فروختن کالاها برای کسب سود و رصد بازارهایی چون طلا و سکه و ارز واجد اهمیت شده است.

کارشناسان اقتصادی می‌گویند با تصمیم اخیر بانک مرکزی مبنی بر افزایش نظارت بر نرخ‌های ابلغی و مصوب سود بانکی، می‌توان انتظار داشت که دوباره رفتارهایی تازه برای حفظ قدرت خرید پول و پیشگیری از تحلیل رفتن آن در بازار رخ بدهد. این حساسیت به‌خصوص در بازار ارز و سکه بیش از سایر بازارهاست.

از همین رو توصیه آنها به بانک مرکزی استفاده از ابزارهای سیاست‌گذاری درست برای هدایت پول‌ها به بخش مولد است تا ورودشان به بازار سوداگری و دلالتی.

اجاره‌بها تابع دستور بانک مرکزی

آمارها نشان می‌دهد نرخ پس‌انداز پول در ایران نسبت به استانداردهای بین‌المللی، به دلیل نیش دیربای تورم بر ارزش پول اندک است، همین

مسئله سبب شده پس‌انداز در ایران به‌معاوضه پول به کالاهایی با قدرت نقدشوندگی بالا مانند طلا و سکه و ارز و در مواردی مسکن تعبیر شود. این شیوه از پس‌انداز تا چهار سال گذشته نیز به وفور در میان صاحبان سرمایه‌های سرگردان مشاهده می‌شد، اما با اتفاقات پیش‌گفته چنین اقداماتی ولو برای دوره‌ای موقت از دستور کار خارج شد.

برخی پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارد که با تصمیم اخیر بانک مرکزی و ابلاغ آن به بانک‌ها به نظر می‌رسد بازار اجاره‌بها در آخرین ماه تابستان، یعنی دقیقه ۹۰ نقل و انتقالات مستأجران، به دلیل تاکید بانک مرکزی بر مهار نرخ سود، نخستین تاثیر را از اتفاقات اخیر تجربه کند، به عبارتی باید منتظر افزایش نرخ اجاره‌بها بود.

اجاره‌بها که در مقایسه با قیمت فروش مسکن، افزایشی قابل توجه و حتی بیش از نرخ تورم را شاهد بوده، بار دیگر به بازاری پرکشش تبدیل می‌شود.

نرخنامه



نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۲۲,۶۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۰,۶۵۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۱۸۲,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۲۱۶,۱۰۰	▲
نیم سکه	۶۳۷,۰۰۰	
ربع سکه	۳۶۶,۰۰۰	
سکه گرمی	۲۴۸,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (دولار)	نوسان
دلار آمریکا	۳,۸۵۱	▲
یورو اروپا	۴,۶۴۱	▲
پوند انگلیس	۴,۹۴۲	▲
درهم امارات	۱,۰۵۲	▲

بانکنامه



مدیرعامل بانک دی:

بانک‌های خصوصی همراه

با سیاست‌های دولت گام برمی‌دارند

مدیرعامل بانک دی می‌گوید بخش خصوصی و به‌ویژه بانک‌های خصوصی همواره تلاش کرده‌اند که در کنار دولت و سیاست‌ها و برنامه‌های دولتمردان، بهترین و مناسب‌ترین خدمات را به مردم و مشتریان ارائه کنند.

به گزارش روابط عمومی بانک دی، محمدرضا قربانی با گرمیادداشت یاد و خاطره شهدای دولت و به‌ویژه سی و ششمین سالگرد شهادت شهید رجایی و باهنر، آغاز هفته دولت و روز کارمند را به همه دولتمردان و کارمندان از جمله کارکنان تلاشگر و ارزش‌آفرین بانک دی تبریک و تهنیت گفت. او همچنین با تبریک به رئیس‌جمهور و هیأت دولت برای استقرار دولت دوازدهم ابراز امیدواری کرد که این دولت بتواند منشا خدمات و دستاوردهای بزرگی برای ایران اسلامی باشد.

مدیرعامل بانک دی با بیان اینکه همراهی و همگامی بخش خصوصی با دولت توانسته است موانع و مشکلات زیادی را برطرف کند، ادامه داد: هر چند که مسئولیت اصلی مدیریت کشور در حوزه‌های مختلف از جمله بخش اقتصادی با دولت‌هاست، اما بخش خصوصی به‌ویژه نظام بانکی می‌تواند با ارائه محصولات و خدمات متنوع در راستای برنامه‌های کلان دولت و کشور نقش موثری ایفا کند. قربانی با اشاره به برخی برنامه‌های بانک دی در مسیر بالندگی اقتصادی کشور گفت: بانک دی با وجود جوانی همواره تلاش کرده است که نقش قابل توجهی در اقتصاد ملی ایفا کند و هم‌راستا با برنامه‌های کلان دولت‌ها در زمینه ارائه خدمات و محصولات جدید کوشا باشد. به گفته مدیرعامل بانک دی، حمایت از صادرکنندگان و تولیدکنندگان، ارائه انواع تسهیلات به صنایع کوچک و متوسط، طراحی بسته‌های ویژه برای حمایت از تولید داخل و منطق بر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از جمله برنامه‌ها و اهدافی است که در بانک دی در اولویت قرار داشته و دارد. قربانی با اشاره به روز کارمند، کارکنان دستگاه‌های دولتی و خصوصی را اقرار پر تلاش و خدمی دانست که برای تحقق اهداف کلان کشور بسان سنگ زیرین آسیاب خاضعانه در کوشش مداوم هستند. او همچنین کارکنان بانک دی را با توجه به اینکه عموم آنها را اقشر جوان تشکیل می‌دهند مزیت بزرگ رقابتی بانک عنوان کرد و گفت: کارمندان بانک دی که همگی از جمله کارشناسان خیره و جوان عرصه بانکی کشور هستند، با پیش گرفتن مسیری رو به بالندگی علاوه بر اینکه آینده‌ای روشن برای خود در نظام بانکی ترسیم می‌کنند در اعتلای نام و نشان بانک دی نیز کوشا هستند.

نامه رئیس کمیته امداد به معاون اول رئیس‌جمهوری در قردادانی از بانک ملت

رئیس کمیته امداد امام خمینی (ره) در نامه‌ای خطاب به معاون اول رئیس‌جمهوری، از عملکرد بانک ملت قدردانی کرد. به گزارش روابط عمومی بانک ملت، سیدپرویز فتاح در این نامه با اشاره به تصوره ۲۶ قانون بودجه سال ۱۳۹۵ مبنی بر اختصاص ۱۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات از محل منابع قرض‌الحسنه بانک‌ها به طرح‌های اشتغال‌زایی کمیته امداد امام خمینی (ره) گفت: بانک ملت با پرداخت مبلغ ۲۴۱۵ میلیارد ریال یعنی ۱۱ درصد بیش از سهم تکلیفی بالاترین سهم پرداخت را نسبت به سایر بانک‌ها عهده‌دار شده و زمینه ایجاد ۱۷ هزار و ۵۳۸ طرح اشتغال و به تبع آن توانمندی و خوداتکایی بخشی از خانواده‌های تحت حمایت این نهاد را فراهم کرده است.

وی خطاب به معاون اول رئیس‌جمهوری اعلام کرده است که بانک ملت در چند سال اخیر، با ارائه تسهیلات اشتغال‌زایی، زمینه خودکفایی و خروج ۹۳ هزار و ۴۲ خانوار را از زیر چتر حمایتی کمیته امداد فراهم کرده است.

جدول نرخ سود بانکی در یک دهه اخیر

فراخوان بانک‌ها برای تعیین تکلیف حساب‌های سپرده

سال	کوتاه مدت	نرخ سود سپرده‌های کوتاه مدت ۶ ماهه	یک ساله	دو ساله	سه ساله	چهارساله	پنج ساله
۱۳۸۴	۷	۹	۱۳	۱۳-۱۷	۱۳-۱۷	۱۳-۱۷	۱۷
۱۳۸۵	۷	۷-۱۶	۷-۱۶	۷-۱۶	۷-۱۶	۷-۱۶	۱۶
۱۳۸۶	۷	۷-۱۶	۷-۱۶	۷-۱۶	۷-۱۶	۷-۱۶	۱۶
۱۳۸۷	حداکثر ۹	به پیشنهاد و تایید بانک	حداکثر ۱۵	حداکثر ۱۶	حداکثر ۱۷	حداکثر ۱۸	حداکثر ۱۹
۱۳۸۸	۹	۱۶	۱۲	۱۷.۵	۱۷.۵	۱۸.۵	۱۹
۱۳۸۹	۶	۸ و ۱۱	۱۱	۱۴	۱۴.۵	۱۵	۱۷
۱۳۹۰	۶	۸ و ۱۰	۱۰	۱۳	۱۳.۵	۱۴.۵	۱۵
در اختیار بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری							
در اختیار بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری							
در اختیار بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری							
۱۳۹۱							
۱۳۹۲							
۱۳۹۳	۱۰	۱۴ و ۱۶	۲۲				
۱۳۹۴							
در اختیار بانک‌ها و موسسات اعتباری							
در اختیار بانک‌ها و موسسات اعتباری							
۱۳۹۵							

تعیین وضعیت حساب‌های خود مراجعه کنند. سرکنشی به برخی از این بانک‌ها و پرسشی در رابطه با پیامک‌های ارسالی با این توضیحات همراه بود که با توجه به اینکه باید از ۱۱ شهریورماه نرخ‌ها براساس

شدن دستورالعمل بانک مرکزی در رابطه با نرخ سود بانکی برخی بانک‌ها در پیامک‌هایی به سپرده‌گذاران خود اعلام کرده‌اند با توجه به ابلاغیه بانک مرکزی در رابطه با نرخ سود تا انتهای هفته جاری برای

با تصویب اخیر بانک مرکزی و تعیین دستورالعملی که به شبکه بانکی ابلاغ شده است از روز شنبه هم‌زمان با ۱۱ شهریورماه تمامی بانک‌ها و موسسات اعتباری مکلف هستند نرخ سود علی‌الحساب سرمایه‌گذاری مدت‌دار یک‌ساله را حداکثر ۱۵ درصد و برای سپرده‌های کوتاه‌مدت حداکثر تا ۱۰ درصد محاسبه کنند. بر این اساس دیگر پرداخت سودهای غیرمتعارف و خارج از مصوبه شورای پول و اعتبار برای حساب‌های مدت‌داری که از تاریخ مشخص شده گشایش پیدا می‌کند ممنوع خواهد بود، در عین حال که باید حساب‌های روزشمار فعلی با هر نرخ سودی که در حال پرداخت است به حداکثر ۱۰ درصد کاهش یابد.



## وزیر ارتباطات: از فیلترشکن استفاده نمی‌کنم

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با بیان اینکه مسئولان در چارچوب مقررات می‌توانند درخواست رفع فیلترینگ برای خود داشته باشند، درباره تلاش برای برطرف کردن چالش‌های فرهنگی در راستای رفع فیلتر شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر توضیحاتی ارائه کرد. به گزارش ایسنا، محمودجواد آذری جهرمی در یک برنامه تلویزیونی، در پاسخ به اینکه آیا از فیلترشکن استفاده می‌کند، گفت: از فیلترشکن استفاده نمی‌کنم زیرا ما در چارچوب مقررات می‌توانیم به کارگروه تعیین مصادیق درخواست بدهیم تا مجوز دهند برای اینکه فیلتر نداشته باشیم. وی درباره نگاهش به فضای مجازی و شبکه‌های پیام‌رسان تصریح کرد: بستن ابزارهای ارتباطی ممکن است به‌عنوان یک مسکن عمل کند اما واقعا راه‌حل نیست. پیام‌رسان‌ها منافعی برای کشور دارند و ضررهایی هم دارند اما تاکنون جمع‌بندی ما این بوده که منافع بیشتر از ضررها باشد تلاش کنیم این ضررها را به خصوص در حوزه فرهنگی کاهش دهیم.

### رفع فیلتر توئیتر با رفع چالش‌های فرهنگی

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات همچنین درباره مواضعش برای رفع فیلتر یوتیوب و توئیتر تصریح کرد: به دلیل نگاه قبلی که وجود داشته، مواضع بر بستن این شبکه‌ها بوده است، اما می‌شود این نگاه را با احترام به فرهنگ و اطمینان دادن به مراجع تغییر داد. خود توئیتر هم پیشقدم شده و درخواست داده که حاضر است شرایط ما را بررسی کرده و به فرهنگ و عقاید ما احترام بگذارد.

آذری جهرمی ادامه داد: ما نیز طبیعتا این مسئله را در شورای عالی فضای مجازی منعکس کردیم. اگر آنجا بتوانند به جمع‌بندی برسند و چارچوب به تأیید آنها برسد ما می‌توانیم این مسئله و چالش‌های فرهنگی آن را حل کنیم که این شبکه‌های اجتماعی رفع فیلتر شود. وی با بیان اینکه در حوزه نقشه هم چالش‌هایی وجود دارد، افزود: در حال حاضر داده‌های زیادی از کشور روی یک اپلیکیشن قرار می‌گیرد که برای رژیم صهیونیستی است. مردم کاری به اینکه از این داده‌ها ممکن است چه استفاده‌ای شود ندارند، آنها سرویس می‌خواهند. نمی‌شود خودمان در داخل حرکت نکنیم و دسترسی به این سرویس‌ها را هم ببندیم.

### دسترسی به سرعت ۲۰ مگابیتی در برنامه ۴ساله

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به بهبود شرایط دسترسی به اینترنت بیان کرد: ما تعهدی که در مجلس دادیم این بوده که در طول برنامه چهارساله متوسط سرعت دسترسی خانگی را در شرایطی که در حال حاضر ۶ تا ۸ مگابیت بر ثانیه است، به حداقل ۲۰ مگابیت بر ثانیه برسانیم. آذری جهرمی همچنین با اشاره به اعتراض مردم به قطعی‌های اینترنت اظهار کرد: در ابتدای آغاز به کار فعالیت من، ۷۰ درصد اینترنت کشور از جنوب و روی فیبر نوری تأمین می‌شد. طبیعتا اگر این فیبر نوری دریایی خوب دفن نشده باشد بر اثر لرزش‌ها و لنگر انداختن کشتی قطع می‌شود و حداقل زمانی که لازم است نقطه‌یابی و وصل شود، حداقل در روز است که کشور دچار اختلال می‌شد.

### رونمایی از تلویزیون جدید اپل

براساس گزارش‌های منتشر شده، شرکت اپل در کنار معرفی نسل جدید گوشی‌های آیفون و ساعت هوشمند، از تلویزیون اپل 4K در ماه سپتامبر سال جاری رونمایی خواهد کرد. به گزارش ایسنا، انتظار می‌رود این محصولات جدید توسط شرکت اپل به‌طور رسمی طی یک رویدادی در ماه سپتامبر سال جاری معرفی و رونمایی شوند. طی چند ماه گذشته، جزئیات مختلفی در مورد نسل جدید تلویزیون‌های اپل افشا شده است. در اوایل ماه آگوست، گفته شد که این تلویزیون اپل از دالبی ویژن و اچ‌دی‌آر ۱۰ پشتیبانی می‌کند. براساس اعلام بلومبرگ، این تلویزیون (اپل تی‌وی) جدید به یک پردازنده با سرعت بالا مجهز است که امکان استریم محتوا با رزولوشن 4K را فراهم می‌کند. با اینکه امروزه قیمت تلویزیون‌های 4K رو به کاهش است، اما لازم به ذکر است که همه آنها از محتوای HDR پشتیبانی نمی‌کنند. در تلویزیون جدید اپل امکان پخش و استریم برخی از محتوای اورجینال شبکه معروف Netflix با فناوری HDR10 و با پشتیبانی از دالبی ویژن وجود دارد، اما با توجه به اینکه اخیرا تعدادی فیلم با کیفیت HDR4K در iTunes انگلستان پخش شده است، می‌توان گفت که اپل برای استریم محتوای 4K و HDR در نسل جدید تلویزیون‌هایش اعلام آمادگی کرده است. بلومبرگ گزارش کرده است که این غول تکنولوژی، با استودیوهای فیلم‌سازی مذاکراتی را آغاز کرده تا بتواند نسخه 4K فیلم‌ها را توسط iTunes در اختیار کاربران قرار دهد.

# رجیستری موبایل‌ها به دولت یازدهم نرسید



رجیستری یا شناسنامه‌دار کردن گوشی‌ها و وسایل الکترونیکی یکی از راه‌های مبارزه با قاچاق است که هرچند طرح مربوطه در دولت‌های قبلی اجرای ناموفقی داشته، اما مدتی است که دوباره مورد توجه قرار گرفته و وزیر ارتباطات دولت یازدهم، اجرای آن را به نخستین ماه‌های شروع فعالیت وزیر جدید محول کرده است. به گزارش ایسنا، مسئولان بهترین راه جلوگیری از قاچاق گوشی را اجرای رجیستری می‌دانند.

بدین صورت که با اجرای ثبت شماره سریال گوشی در رگولاتوری، در صورت واردات غیرقانونی موبایل، سیم‌کارت روی آن فعال نشده و توسط اپراتورهای تلفن همراه، خدماتی به این دستگاه‌های تلفن ارائه نشود.

با وجود این، در گذشته طرح‌های عجولانه‌ای که مشکلاتی از جمله دور زدن قانون رجیستری را به همراه داشت، باعث شد این طرح با ناکامی چندباره همراه شود. به اعتقاد محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت یازدهم، با اجرایی شدن طرح رجیستری تلفن‌های همراه، به راحتی امکان پیدا شدن گوشی‌های کد IMEI گوشی‌های قاچاق گمشده وجود خواهد داشت.

رجیستری گوشی‌های همراه، طرحی که شماره سریال موبایل توسط واردکنندگان قانونی در گمرک و سازمان تنظیم مقررات ارتباطات رادیویی ثبت می‌شود، راهی برای کاهش قاچاق عنوان شده که پیش از این هم دو بار در دولت‌های گذشته به صورت ناموفق اجرایی شده و افراد سودجو موفق به کپی کردن کد IMEI گوشی‌های قاچاق شده بودند.

### گوشی‌های قدیمی مشکلی نخواهند داشت

اگرچه ابهاماتی درباره وضعیت گوشی‌های همراهی که پیش از تصویب طرح رجیستری از راه‌های غیرقانونی و به صورت قاچاق وارد و خریداری شده‌اند وجود داشت، مسئولان همواره وعده دادند صاحبان این گوشی‌ها دچار مشکل نشوند و افراد برنامه‌ریزی به نحوی است که اگر مصرف‌کننده‌ای حتی یک دقیقه قبل از اجرای طرح از

تلفن همراه خود استفاده کرده باشد، به صورت خودکار شناسه مورد نظر خود را دریافت کند. اما حسین فلاح جوشقانی، سرپرست معاونت نظارت و اعمال مقررات سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، تیرماه سال گذشته از اجرای آزمایشی طرح رجیستری خبر داده بود که البته در آن زمان رجیستری به دلیل آماده نبودن زیرساخت‌های لازم به تعویق افتاد.

پس از آن واعظی نیز شهریور ماه گفته بود موضوعات فنی طرح رجیستری در وزارت صنعت، معدن و تجارت به انجام رسیده و پایلوت طرح رجیستری به وزارت ارتباطات داده شده و تحویل اپراتورهای تلفن همراه شده است. از طرفی رجیستری دو بار در دولت‌های قبلی مطرح شد و شکست خورد. بنابراین اگرچه هیچ‌کس در دولت یا بیرون از دولت موافق قاچاق گوشی نیست اما باید مطمئن باشیم که این طرح مشکلی را برای مردم ایجاد نکند و به محض اینکه شرایط مهیا شود آن را اجرایی خواهیم کرد.

حمیدرضا دهقانی‌نیا، مدیر کل فناوری اطلاعات و ارتباطات ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز نیز با اشاره به احصاء نتایج از شهریور سال ۹۵ اظهار کرده بود که طرح رجیستری در بخش‌های فنی از آذر سال گذشته آغاز شده و در حال حاضر مراحل مربوط به تست‌های این طرح در مرحله پایلوت در حال انجام و مثبت و موفقیت‌آمیز بوده است.

رجیستری در بخش‌های فنی از آذر سال گذشته آغاز شده و در حال حاضر مراحل مربوط به تست‌های این طرح در مرحله پایلوت در حال انجام و مثبت و موفقیت‌آمیز بوده است. نخستین پایلوت این طرح به معنی برگزاری آزمون‌های تست سیگنالینگ، ارتباط بین اپراتورها و ارتباط بین اپراتورها و سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی است که باید تست‌های مربوط به آنها برقرار شود.

## امضای الکترونیکی همسنگ امضای جوهری

یک کارشناس حوزه تجارت الکترونیکی موضوع امضای الکترونیکی را حاوی مباحث هویتی و حقوقی دانست و گفت: کسی که در فضای مجازی از طریق امضای الکترونیکی تعهدنامه‌ای را قبول می‌کند به لحاظ قانونی به انجام آن تعهد مجبور است. امضای الکترونیکی در واقع وجهت قانونی معاملات و طرفین معامله را تعیین می‌کند، اگر این مسئله حل شود، صحت معاملات الکترونیکی تضمین شده و انجام معاملات در فضای الکترونیکی نیز رشد می‌کند. حقیقی با اشاره به تصویب قانون تجارت الکترونیکی در سال ۱۳۸۲، اظهار کرد: کارگروهی برای پیگیری این قانون تشکیل شد و آیین‌نامه‌هایی در حوزه تجارت الکترونیک تدوین شد. با استفاده از این قانون می‌توان به متولی‌گری دولت در حوزه تجارت الکترونیک امیدوار بود تا از طریق هدایت‌گری دولت مشکلات این حوزه حل شود.

امضای الکترونیکی را حاوی مباحث هویتی و حقوقی دانست و گفت: کسی که در فضای مجازی از طریق امضای الکترونیکی تعهدنامه‌ای را قبول می‌کند به لحاظ قانونی به انجام آن تعهد مجبور است. امضای الکترونیکی در واقع وجهت قانونی معاملات و طرفین معامله را تعیین می‌کند، اگر این مسئله حل شود، صحت معاملات الکترونیکی تضمین شده و انجام معاملات در فضای الکترونیکی نیز رشد می‌کند. حقیقی با اشاره به تصویب قانون تجارت الکترونیکی در سال ۱۳۸۲، اظهار کرد: کارگروهی برای پیگیری این قانون تشکیل شد و آیین‌نامه‌هایی در حوزه تجارت الکترونیک تدوین شد. با استفاده از این قانون می‌توان به متولی‌گری دولت در حوزه تجارت الکترونیک امیدوار بود تا از طریق هدایت‌گری دولت مشکلات این حوزه حل شود.

مختل می‌کند. این کارشناس حوزه تجارت الکترونیک در پایان با اشاره به افق‌های آینده حوزه تجارت الکترونیک در کشور، اظهار کرد: مردم نسبت به گذشته سطح توقع بالاتری را از کسب‌وکارهای اینترنتی دارند به همین ترتیب در آینده نیز از این فضا استفاده‌های بیشتری خواهد داشت. تجارت الکترونیکی در آینده بیشتر در حوزه BTB رشد خواهد داشت. حوزه BTB به تجارت و معاملات کلان بین شرکت‌های بزرگ اشاره دارد که ارزش اقتصادی تجارت الکترونیک در کشور را افزایش می‌دهد. تجارت الکترونیکی به شکل کنونی آن در سال ۱۹۹۱ محقق شده و از آن زمان هزاران هزار کسب‌وکار تجاری وارد این دنیا شده‌اند. این نوع کسب‌وکار الکترونیکی برای آسان‌سازی معاملات اقتصادی به صورت الکترونیک تعریف شد. استفاده از این فناوری مانند تبادل الکترونیکی اطلاعات و انتقال الکترونیکی سرمایه که هر دو اواخر ۱۹۷۰ معرفی شده‌اند، به شرکت‌ها و سازمان‌ها اجازه ارسال اسناد الکترونیکی و تجارت کردن با ارسال اسناد تجاری مثل سفارش‌های خرید یا فاکتورها را به صورت الکترونیکی داد.

## اچ تی سی بخش واقعیت مجازی وایو را می‌فروشد

بخش واقعیت مجازی اچ‌تی‌سی که با هدست واقعیت مجازی وایو در دنیا شناخته می‌شود، یکی از واحدهایی است که ظاهرا این کمپانی تایوانی قصد فروش آن را دارد. منابع نزدیک به اچ‌تی‌سی اعلام کردند این غول تایوانی برای برون‌رفت از شرایط فعلی و تغییر اوضاع، فروش بخش واقعیت مجازی را بررسی می‌کند.

به گزارش بولتن نیوز به نقل از زومیت، منبعی که نمی‌خواهد نامش فاش شود، اعلام کرده است که اچ‌تی‌سی قصد دارد با این تصمیم زیان‌دهی خود را جبران کند و با ثبات بیشتری مسیر خود را ادامه دهد. البته در این گزارش اعلام شده است که کمپانی تایوانی همچنین به دنبال یک سرمایه‌گذار استراتژیک می‌گردد تا بتواند فعالیت این بخش را ادامه دهد.

یکی از کارمندان داخلی اچ‌تی‌سی مدعی شده که فروش کامل این بخش همچنان در دستور کار است چرا که ورود به عرضه محصولات و سرویس‌های مختلف نمی‌تواند خواسته تمام افراد را برآورده کند. از طرف دیگر این کمپانی تایوانی تنها برندی نیست که در گستره وسیعی از صنایع فعالیت می‌کند، ولی با رقبای سرسختی چون سامسونگ و گوگل که بر تمام فعالیت‌های خود کنترل دارند، فاصله زیادی دارد.

البته هنوز مشخص نیست تصمیم نهایی اچ‌تی‌سی چه خواهد بود و کدام گزینه مورد نظر مدیران این کمپانی است، اما این منبع داخلی اعلام کرده که ممکن است هیچ تصمیم خاصی گرفته نشود و این غول فناوری همچنان در مقابل هرگونه تغییری مقاومت کند و به روند قبلی خود ادامه دهد.

از اوایل سال ۲۰۱۶، اچ‌تی‌سی بخش وایو را به‌عنوان یک زیرمجموعه مستقل جدا کرده است تا بتواند اختیارات بیشتری به این بخش بدهد و امیدوار باشد که عملکرد خوب بخش واقعیت مجازی بتواند ضمن جبران بخشی از زیان‌های اچ‌تی‌سی، به ثبات و سودآوری کمپانی کمک کند. گزارش مالی اچ‌تی‌سی برای فصل دوم ۲۰۱۷، نشان از ضرر ۷۲.۴۷ میلیون دلاری این کمپانی در سه‌ماهه منتهی به سی‌ام ژوئن دارد. اما فروش قابل قبول گوشی یو ۱۱ باعث شده است این غول تایوانی به آینده خوش‌بین باشد، چرا که درآمد اچ‌تی‌سی در سه‌ماهه دوم ۲۰۱۷ برابر با ۵۳۰ میلیون دلار بوده است. این میزان در مقایسه با مدت‌زمان مشابه در سال گذشته ۱۱ درصد افزایش دارد.

هنوز مشخص نیست اچ‌تی‌سی چه زمانی تصمیم نهایی خود را در رابطه با بخش واقعیت مجازی می‌گیرد.

## رفتار اپل با توسعه‌دهندگان ایرانی بازتاب جهانی پیدا کرد



اپلیکیشن‌های محبوب ایرانی، اپاستور یکی پس از دیگری در حال حذف شدن هستند و این روند در هفته گذشته سرعت بیشتری به خود گرفت. با این حال کاربران ایرانی بار دیگر از طریق شبکه‌های اجتماعی، صدای خود را به گوش رسانه‌های جهانی رساندند تا بلکه پاسخی از سوی اپل دریافت کنند. طی چند روز گذشته با استفاده از هشتگ «StopRemovingIranianApps» در توئیتر، کاربران ایرانی موفق به آغاز کمپینی مجازی شده‌اند که توجه رسانه‌های سراسر جهان را جلب کرده است.

اما روز پنجشنبه، پس از حذف شدن اپلیکیشن «اسنپ» از اپ استور، موج خبری رفتار اپل با توسعه‌دهندگان ایرانی به «نیویورک تایمز» و بسیاری از وب‌سایت‌ها و خبرگزاری‌های دیگر از جمله واشنگتن پست، تک‌کراچ، ورج، مشیبل و انجیجت رسید. اپل نیز در این میان صرفا اصل ماجرا یعنی حذف شدن اپلیکیشن‌های ایرانی را تأیید کرده و به هیچ‌یک از رسانه‌ها پاسخ دقیقی در خصوص علت حذف شدن اپ‌ها نداده است.

در این میان محمودجواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات دولت دوازدهم هم که روز پنجشنبه از پیگیری حقوقی این مسئله خبر داده بود، به جمع کاربرانی که با هشتگ «StopRemovingIranianApps» توییت می‌کردند پیوست و در توییت خود که به زبان انگلیسی ارسال شده، نوشت: «بیشتر کاربران ایرانی از زمان آغاز این کمپین مجازی، تلاش کردند با زبان انگلیسی در این رابطه توییت کنند و صدای مخالفت خود با سیاست‌های اخیر اپل را به این شکل به گوش رسانه‌های جهانی برسانند.»



## تازه‌های فناوری



معرفی ساعت هوشمند سامسونگ در IFA.

## نگین خودرو، لیدر بازار خودرو در ایران است

نگین خودرو در سه ماهه اول سال ۹۶ توانست به رشد فروش ۳۳ درصدی برسد و این یعنی در بازار داخلی ما رتبه اول را داشته و داریم. محمد مرتضایی، مدیر بازاریابی نگین خودرو نماینده رسمی رنو فرانسه در ایران، در گفت‌وگو با خبرنگار پرشین خودرو ضمن بیان این مطلب گفت: شرکت نگین خودرو توسعه خوبی در کار خود داشته که این مهم به چند دلیل رخ داده که می‌شود به گسترش خوب فعالیت‌ها، افزایش ارتباط مطلوب با شرکت مادر در فرانسه، توسعه نمایندگی‌ها و بهبود خدمات پس از فروش در سال گذشته و سال جاری اشاره کرد.

وی ادامه داد: ما سرمایه‌گذاری خوبی در بخش خدمات پس از فروش انجام دادیم که تاثیر خوبی روی برند نگین خودرو و رنو در بازار داخلی گذاشت. مرتضایی تصریح کرد: ورود تلیسمان و کلئوس به بازار ایران کمک شایان توجهی به رشد فروش نگین خودرو کرد، این در شرایطی بود که این دو محصول باکیفیت و زیبا حتی زودتر از رونمایی در برخی از نقاط اروپا به بازار ایران رسید و موجب رشد صعودی فروش در نگین خودرو شد.

مدیر بازاریابی نگین خودرو در خصوص توسعه نمایندگی‌های خدمات‌رسان در نگین خودرو نیز گفت: از سال گذشته کار توسعه آغاز شد و تعداد نمایندگی‌های نگین خودرو را از ۳۵ به ۷۵ عدد رساندیم و این یعنی در عرض یک‌سال ۳۰ نماینده جدید تجهیز شدند تا بهترین خدمات را به مشتریان نگین خودرو و رنو ارائه دهند.

## رشد صنعت خودرو در گرو کاهش دخالت مستقیم دولت است

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی معتقد است هرچند اقدامات خوبی در یکی دو سال اخیر در صنعت خودرو صورت گرفته اما لازم است وزارت صنعت و معادن در دور جدید فعالیت، صرفاً در بعد سیاست‌گذاری‌ها در حوزه خودروسازی حضور داشته باشد و کمتر در مدیریت‌ها در این حوزه دخالت کند.

به گزارش خبر خودرو، رامین نورقلی‌پور اظهار داشت: مجلس و نمایندگان کمیسیون صنایع انتظار دارند تا وزیر جدید صنعت و معادن همزمان با سیاست‌گذاری در حوزه صنعت خودروی کشور، اجازه دخالت زیرمجموعه‌های این وزارتخانه را بر بازار خودرو ندهد.

وی با تاکید بر لزوم سیاست‌گذاری همراه با نظارت دولت بر مجموعه خودروسازان داخلی خاطرنشان کرد: ما نمی‌خواهیم دخالت مستقیم بر بازار خودرو وجود داشته باشد، هرچند ممکن است این دخالت در حمایت از خودروسازان باشد که مسلماً باز هم این رویه اقدام پسندیده نیست.

وی تصریح کرد: به هر میزان به‌طور مستقیم از خودروسازان حمایت شود، قطعاً به ضرر صنعت خودروی کشور حرکت شده است، اما هر قدر شرایط و سیاست‌گذاری‌ها به‌گونه‌ای باشد که خودروسازان بسته به شرایط عرضه و تقاضا در بازار خودرو، مستقل‌تر عمل کنند مسلماً صنعت خودرو در مسیری هدایت می‌شود که در کنار کاهش قیمت تولیدات نهایی، شاهد افزایش کیفیت و توجه بیشتر به حوزه آر اند دی و تحقیق و توسعه در این صنعت خواهیم بود.

## نقش بی‌چون و چرای خروج

## موتورسیکلت‌های فرسوده‌تر تحرک با بازار

این روزها بازار موتورسیکلت نیز از جریان کلی اقتصاد بی‌نصیب نمانده است با این حال انتظار می‌رود با استارت فعالیت دولت دوازدهم و اهتمام و تعامل بیشتر دولت با بخش خصوصی، ضمن اینکه اقتصاد از وضعیت کنونی خارج می‌شود، همزمان تدبیری برای رفع رکود و رونق بازار و تولید صنعت موتورسیکلت نیز اندیشیده شود.

رئیس اتحادیه فروشندگان دوچرخه و موتورسیکلت تهران در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو اظهار داشت: برای رونق تولید و بازار موتورسیکلت‌ها لازم است دولت در این دوره به‌طور جدی‌تر ورود کرده و فکری به حال تولیدکنندگان و بازار فروش و رونق در این صنعت کند. محمد خادم منصوری با اشاره به روند افت تقاضا در بازار موتورسیکلت طی دو سال اخیر گفت: با وجود اینکه هر ساله بازار موتورسیکلت در فصل تابستان با استقبال متقاضیان مواجه می‌شود، اما امسال به دلیل جریان تولیدات جدید این شرایط بر بازار حاکم نیست.

وی تصریح کرد: برای کاهش هزینه تولید و رونق بازار موتورسیکلت‌های داخلی باید از تولیدکننده داخلی حمایت شود. بی‌شک با ورود بخش خصوصی به جریان فعالیت در صنعت موتورسیکلت، پیش‌بینی می‌شود درصدی از مشکلات تولید و اشتغال در این حوزه از صنعت برطرف شود.

همسو با دیدگاه وزیر صنعت، معدن و تجارت مبنی بر احیای سند استراتژی توسعه صنعتی کشور، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با بررسی «دورنمای صنعت خودروی جهان در افق ۲۰۳۰» به سیاست‌گذار صنعتی پیشنهاد کرده است که استراتژی توسعه صنعت خودروی ایران را براساس تحولات جهانی باطراحی کند.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارشی برگرفته از مقاله پژوهشی موسسه مکنزی با عنوان «تحولات صنعت خودرو در افق ۲۰۳۰» از سیاست‌گذاران صنعتی خواسته که با ایجاد زیرساخت‌ها و بسترهای مناسب زمینه حضور خودروسازان در عرصه جهانی را فراهم کند. در این گزارش که با زیرتیتر «درس‌هایی برای صنعت خودروی ایران» منتشر شده، کارشناسان این مرکز پیشنهاد دادند که استراتژی صنعت خودروی ایران در شرایط کنونی باید با تمرکز بر تغییرات بازار خودرو و ورود بازیگران جدید، تمرکز بر امور تحقیق و توسعه، طراحی مهندسی و توسعه سیستم‌های نرم‌افزاری، تقویت صنایع مرتبط و تجهیز شبکه تامین و تنوع‌بخشی خدمات پس از فروش در طول چرخه عمر محصول، تهیه و تدوین شود.

به گزارش پرشین خودرو، اهمیت این موضوع از آن رو

## ضرورت بازطراحی استراتژی توسعه صنعت خودروی ایران

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی گزارش داد



است که صنعت خودروی ایران قصد دارد بعد از پشت سر گذاشتن دوره سخت تحریم‌ها از طریق مشارکت‌های جهانی تحولات اساسی را در روند تولید و عرضه محصولات خود رقم بزند. در این زمینه برخی کارشناسان تاکید دارند در شرایطی روند توسعه خودروسازان کشور با اوج‌گیری تحریم‌ها متوقف و این موضوع عقب‌ماندگی این صنعت مهم در کشور را به دنبال داشت که در شرایط کنونی نمی‌توان با نگاه گذشته به کشف مسیر توسعه در صنعت خودرو پرداخت.

به این ترتیب هم‌اکنون خودروسازان ایرانی باید همسو با رویکردهای جهانی خودروسازان جهانی پیش بروند و در قراردادهای مشارکت خود با خارجی‌ها مسیر جدیدی را برای توسعه رقم بزنند. از آنجا که دورنمای خودروسازی جهانی حکایت از توسعه خودروهای برقی و تبدیل به خودروهای قابل رقابت و مناسب در بازار تا سال ۲۰۳۰ دارد؛ بنابراین خودروسازان ایرانی نیز باید با درس گرفتن از تجربیات جهانی استراتژی خود را در مسیر تغییرات نیاز بازار مصرف و روندهای تکنولوژیکی که در این عرصه وجود دارد، پیش ببرند.

از جمله درس‌هایی که خودروسازی ایران در مواجهه با تحولات و همسو شدن با مسیر تکاملی صنعت خودرو باید مورد توجه قرار دهد، کسب آمادگی به‌منظور همسو شدن با تغییرات

موجب ایجاد تحولات انقلابی در صنایع شده است که صنعت خودرو نیز از این قاعده مستثنی نیست. به این ترتیب در صنعت خودروی جهان چهار روند فناوری‌محور، شامل روش‌های متنوع سفرهای درون‌شهری، خودروهای خودران، برقی‌سازی و سرویس‌های تبادل داده در خودرو در حال شکل‌گیری است. بر این اساس بیشتر بازیگران و متخصصان صنعت خودرو معتقدند که این چهار محور شتاب‌دهنده و تقویت‌کننده یکدیگر هستند و هر یک از بازیگران این صنعت برای بقای خود مجبور به پذیرش این تحولات هستند.

هرچند عده‌ای از کارشناسان پیش‌بینی کرده‌اند که تحولات مذکور، موجب افول صنعت خودرو می‌شود، اما پیش‌بینی موسسه مکنزی حاکی از این است که شتاب‌گیری رشد بازار حمل‌ونقل سفرهای درون‌شهری طبق این چهار روند می‌تواند به‌عنوان منابع جدید تامین درآمد خودروسازان محسوب شود.

طبق این پژوهش، خودروسازان براساس هشت دورنمای کلیدی «انقلاب صنعت خودرو در افق ۲۰۳۰» و در قالب چهار محور اصلی شامل تغییر روند بازار و منابع درآمدی جدید، تغییر در رفتار و عادت‌های سفر، توسعه و نفوذ فناوری‌های پیشرفته و رقابت و همکاری‌های نوین می‌توانند مسیر توسعه خود را دنبال کنند.

## دورنمای صنعت خودروی جهان

بنابراین گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس در شرایط کنونی اقتصاد کشورها به دلیل توسعه و رشد بازارهای نوظهور، شتاب فناوری‌های جدید و تغییر اولویت‌های مشتریان دستخوش تحولات اساسی شده است. در این بین ظهور مدل‌های کسب‌وکار جدید

بازار، تقویت صنایع مرتبط و تجهیز شبکه تامین به‌منظور حداقل‌سازی هزینه، افزایش درجه انعطاف‌پذیری با تمرکز بر امور تحقیق و توسعه، طراحی مهندسی و توسعه سیستم‌های نرم‌افزاری و تنوع‌بخشی خدمات پس از فروش در طول چرخه عمر محصول است.

## خودروسازان همچنان به خریداران خسارت پرداخت نمی‌کنند!

خودروسازان و واردکنندگان خودرو همچنان به این قانسون تمکین نکرده و از اجرای کامل آن خودداری می‌کنند. در این زمینه شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران در گزارش خود از ارزیابی وضعیت خدمات پس از فروش خودرو در طول سال ۱۳۹۵، اعلام کرده که شرکت‌های خدمات پس از فروش خودروسازان و واردکنندگان خودرو همچنان از پرداخت خسارت خواب (توقف) خودرو در تعمیرگاه خودداری می‌کنند.

در این گزارش عنوان شده که تنها تعداد معدودی از این شرکت‌ها صرفاً در صورت دریافت شکایت مشتریان، نسبت به پرداخت خسارت خواب خودرو اقدام می‌کنند که آن هم تنها تعداد معدودی از مشمولان این خسارت را شامل

تضمین که ناشی از خسارت حاصل از حادثه یا تصادف نباشد، بیش از دو روز کاری یا زمان استاندارد تعمیرات تاییدشده، به طول انجامد، به تامین خودروی مشابه جایگزین در طول مدت تعمیرات و در صورت عدم امکان، برای پرداخت خسارت حق توقف خودرو اقدام کنند.»

به گزارش پرشین خودرو، اگرچه اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مصوب هیات دولت بوده و اوایل سال گذشته (۱۳۹۵) از سوی معاون اول رئیس‌جمهوری برای اجرا به وزارت صنعت، معدن و تجارت، خودروسازان و واردکنندگان خودرو ابلاغ شده است، اما براساس جدیدترین ارزیابی صورت‌گرفته شرکت‌های خدمات پس از فروش

خودروسازان و واردکنندگان خودرو به‌رغم صراحت قانونی مبنی بر پرداخت خسارت توقف خودرو در تعمیرگاه، همچنان از پرداخت این خسارت به مصرف‌کنندگان خودداری می‌کنند. براساس اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، عرضه‌کنندگان این محصول در ایران موظف هستند در صورتی که خودروی تحت گارانتی (تضمین) آنها بیش از دو روز کاری یا مدت زمان استاندارد تعمیرات به دلیل نبود قطعه یا ناتوانی در رفع عیب در تعمیرگاه‌ها متوقف شود، خسارت توقف خودرو را به مالک آن پرداخت کنند.

در ماده ۱۷ این قانون تاکید شده است: «عرضه‌کننده خودرو موظف است چنانچه رفع عیب خودرو در دوره

## نقش تصمیم اخیر بانک مرکزی بر بهبود جریان تولید خودروسازان و قطعه‌سازان

عضو انجمن تخصصی همگن قطعه‌سازان خودروی کشور می‌گوید در صورتی که دو مشکل اصلی، نرخ بهره‌های بانکی و قیمت بالای دلار اصلاح و منطقی شود، قطعاً بسیاری از مشکلات در عرصه تولید کشور حل خواهد شد.

محمدرضا نجفی‌منش اظهار داشت: چنانچه نرخ سود و بهره‌های بانکی همانند سایر کشورها شود و نرخ دلار نیز واقعی شود، مسلماً شرکت‌ها نیازمند هیچ‌گونه حمایتی از سوی دولت نخواهند بود. به گزارش خبر خودرو، وی تصریح کرد: با کاهش نرخ سود بانکی و همچنین حرکت در مسیر واقعی شدن نرخ ارز، مسلماً بازار تولید به شرایط رقابتی رسیده و این روند نیز جریان تولید خودروسازان و قطعه‌سازان را بهتر خواهد کرد.

وی کاهش نرخ سود بانکی را گامی مثبت در جهت رقابت‌پذیری و رونق تولید دانست و گفت: بالطبع کاهش سود سپرده‌های بانکی باعث می‌شود که اقتصاد از وضعیت کنونی خارج و سپرده سرمایه‌گذاران به بخش‌های مولد و سودآور سوق پیدا کند.

وی با اشاره به لزوم بهبود فضای کسب‌وکار در کشور تصریح کرد: در صورتی که سود بانکی متعادل شود، مسلماً تولید در کشور توجیه خواهد داشت. وی افزود: متأسفانه با سودی که به سپرده‌های بانکی اختصاص پیدا می‌کند، هیچ تولیدی توجیه ندارد، بنابراین با هر گونه کاهش سود سپرده‌ها و تسهیلات بانکی تولید منطقی و توجیه‌پذیر می‌شود.

## هیوندای فروش پیکاپ خود را در ایالات متحده تأیید کرد



اوایل سال ۲۰۱۵، شرکت هیوندای در نمایشگاه اتومبیل دیترویت از پیکاپ مفهومی به نام Santa Cruz رونمایی کرده بود. این پیکاپ وانت موفق شد در همین نمایشگاه جوایز متعددی کسب کند که نشان از طراحی چشمگیر خودرو دارد.

بسیاری از بازدیدکنندگان امیدوار بودند این مدل را در خیابان‌ها شاهد باشند و شرکت هیوندای نسخه تولیدی از این وانت را برای تولید در نظر گیرد. به گزارش پرشین خودرو، حال به نظر می‌رسد شرکت کره‌ای برنامه‌ای برای عرضه خودرو در بازار ایالات متحده دارد، بازاری که بسیاری از شرکت‌ها برای آن سفره پهن کرده‌اند. Michael J. O'Brien یکی از مدیران شرکت کره‌ای در ایالات متحده این خبر را تأیید کرد و گفت: هیوندای برنامه دارد تا پیکاپ آینده در

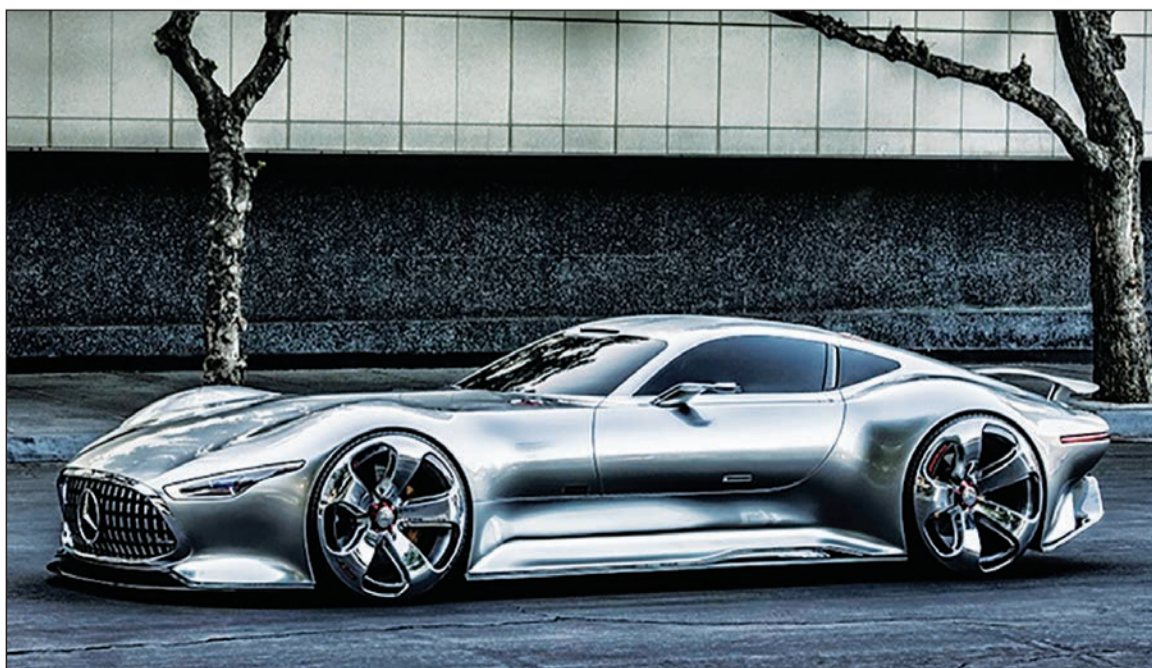
بازاری چون ایالات متحده به فروش برسد. Michael J. O'Brien در گفت‌وگو با رویترز بیان داشت: خودروساز کره‌ای به دنبال عرضه وانت پیکاپی در ایالات متحده است. متأسفانه J. O'Brien مشخص نکرد این وانت پیکاپ نسخه تولیدی کانسپت Santa Cruz خواهد بود یا آنکه یک مدل مشابهی را دیدار خواهیم کرد.

وی همچنین مشخص نساخته چه زمانی این محصول مورد انتظار از راه می‌رسد اما با توجه به برنامه‌ریزی پیشین هیوندای، نسخه به روزرسانی شده شاسی بلند محبوب سانتافه دو سال دیگر عرضه می‌شود و نسل جدید توسان را تا سال ۲۰۲۰ شاهد نخواهیم بود.

انتظار می‌رود وانت پیکاپ جدید از پلتفرم شاسی بلند کراس اوور توسان بهره‌بردار. پیشتر گزارش داده شد این وانت سال ۲۰۱۸ به‌عنوان یک مدل ۲۰۱۹ معرفی می‌شود.

همچنین ممکن است این وانت با نسل جدید توسان همزمان باشد و در این صورت بایستی چند سالی را به انتظار بنشینیم.

هنگامی که وانت جدید در کنار سانتافه به روز شده و نسل جدید توسان راهی بازار ایالات متحده می‌شوند، باید آینده درخشانی را برای بازار هیوندای در ایالات متحده انتظار داشت. میزان فروش خودرو در ایالات متحده با کاهش ۱۱ درصدی روبه‌رو بود و امید می‌رود این کاهش به افزایش تغییر جهت دهد.



مرسدس-ای ام جی Project One خودرویی جذاب که تا سال ۲۰۲۰ عرضه می‌شود.



رئیس هیات مدیره کسب‌وکار فضای کسب‌وکار دغدغه‌مدیران در دولت جدید قرار گیرد



درباره

## چه دلایلی باعث توقف رشد استار تاپ می شوند

استارت‌آپ‌ها برای حرکت موفق، باید موانع اصلی کسب‌وکار خود را شناسایی کنند و استراتژی مناسبی برای عبور از چالش‌های بازارنده به کار بگیرند. شواون باک، کارآفرین و مدیرعامل شرکت VIP Contributor که تا به‌حال چندین بار زمینه کاری خود را تغییر داده است، در مقاله‌ای دلایل توقف رشد یک استارت‌آپ را برای کارآفرینان جوان توضیح می‌دهد:

این اتفاق برای من هم رخ داد. در اوایل دوران کارآفرینی ناگهان متوجه شدم همه چیز متوقف شده است، اما من خوش‌شانس بودم که کارم را رها نکردم. کسب‌وکارم را تغییر دادم و حالا به هزاران نفر در امر تجارت مشاوره می‌دهم. در این مدت متوجه شدم که دلایل اصلی توقف رشد شرکت، به چند دسته تقسیم می‌شود:

**کمبود فرصت**

به گزارش دریک آنلین، برخی از کسب‌وکارها اصولا برای رشد و مقیاس‌پذیری ساخته نشده‌اند، وقتی من برای نخستین بار استارت‌آپ خدمات خشک‌شویی و تحویل را تأسیس کردم، این حقیقت ساده را درک نمی‌کردم: هیچ کسب‌وکاری در این حوزه به رشد میلیون دلاری نمی‌رسید. من هرچقدر هم که تلاش می‌کردم، به یک شرکت چند میلیون دلاری تبدیل نمی‌شدم. مثل این است فکر کنید با یک تیم فوتبال کوچک یا محله‌ای، می‌خواهید قهرمان لیگ پرمیانهان شوید. بگذاردیم به عنوان ضمیمه یک نکته را اضافه کنم. ممکن است برخی بگویند این حرف‌ها درست نیست، ما می‌توانیم کسب‌وکارمان را به مناطق دیگر گسترش دهیم یا فرانشیز کنیم. بله، من نمی‌گویم هیچ تجربه‌ی داشته باشیم، ما افزایش ۵۰ درصدی در نرخ تبادلات‌مان خواهیم داشت که معادل با ۱.۱۵۲ میلیارد دلار خواهد بود. این یک رقم و نرخ داخلی است که ارزش تمرکز و توجه دارد.

به‌علاوه من به کاهش هزینه‌های مشتریان، بهبود عملکرد کارکنان و افزایش ارجاعات نیز فکر می‌کنم. اگر فقط روی فرصت‌های داخلی تمرکز کنیم، می‌توانیم با افزایش بهره‌وری درآمد خود را افزایش، با هزینه‌ها را کاهش دهیم و به این ترتیب خالص سود نهایی را بالا ببریم. اگر تمرکز بر فرصت‌های داخلی را در اولویت قرار ندهید، از درآمد و سود هنگفتی چشم‌پوشی کرده‌اید.

رشد کسب‌وکار آسان به دست نمی‌آید، ولی این روش اصلا دشوار نیست. فکر کنید در مدل کسب‌وکار سابق‌تان، فرصتی دارید که کارتان روی آن سرمایه‌گذاری کنید، با تمرکز بر بهبود سیستم و پرسه‌ها، هم در آموزش کسب‌وکارتان سرمایه‌گذاری کنید و هم در استخدام افراد مناسب و مورد نیاز.

حقیقت این است که بسیاری از ما خسته می‌شویم! بازارهایی ما را خسته می‌کند، از محصول‌مان و حتی از تخصص‌مان خسته می‌شویم. خستگی باعث می‌شود بازارهایی‌مان را متوقف کنیم، تمرکزمان را از هدف اولیه و اصلی کسب‌وکار برداریم و به ایده‌های جدیدی که فرصت‌های بالقوه برتری برای کار هستند جذب شویم. ناگهان به ذهن نرسیده است که بهتر است همه‌چیز را بفروشید و استارت‌آپ جدیدی تأسیس کنید؟ فکر می‌کنید زمینه جالبی که شما را جذب کرده است، به همان سادگی که شما فکر می‌کنید پیشرفت‌تان را تضمین می‌کند؟ صادق باشیم، من هم از این احساسات در امان نیستم، ولی واقعیت این است که اگر به خاطر خستگی بخواهید کسب‌وکارتان را تغییر دهید، اشتباه بزرگی می‌کنید. اگر دستگاه خودپردازِی دارید که اسکن‌های ۱۰۰ دلاری بیرون می‌دهد، چرا باید سعی کنید سیستم کفشی آن را عوض کنید و ماشین جدیدی بسازید؟ این همان بلایی است که مردم سر سیستم‌های بانکی خود می‌آورند یا وقتی توسط دوربین‌ای یک شرکت پربازده فریفته شده‌اند، در سرس می‌پروانند. تعداد این افراد بسیار زیاد است. آنها می‌گویند کسب‌وکارشان را متوقف می‌کنند، چراکه می‌خواهند ایده جدیدی را امتحان کنند. این دیوانگی است.

**کارمندان**

اگر بخواهید به شایعاتی که بازاربان تبلیغ می‌کنند گوش دهید، احتمالاً فکر می‌کنید همه می‌توانند به‌راحتی و بدون هیچ زحمتی با خود شما است.

## آغاز به کار اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی؛ ۲ هفته دیگر

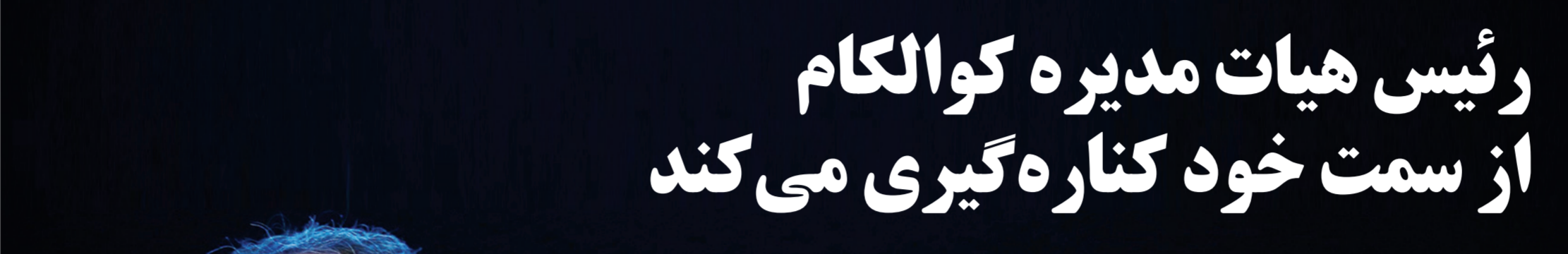
یکی از اعضای منتخب هیأت‌مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی با بیان اینکه این اتحادیه جانگلو تا دو هفته آینده فعالیت خود را آغاز می‌کند، گفت با توافق بین اعضای هیأت‌مدیره این اتحادیه سرعوی قوی را تجربه می‌کند. فرشاد وکیل‌زاده در پاسخ به این سوال که اتحادیه جدید کی شروع به کار می‌کند؟ اظهار کرد:

طبق ماده ۲۰ این‌نامه اجرایی نحوه تشکیل و سرگزاری انتخابات اتحادیه‌های کشوری، دولتیان و هیات مدیره، و نیز سرگاری فرصت‌داریند شکایات خود را نسبت به روند انتخابات با ذکر دلایل و مستندات به صورت مکاتبه به دبیرخانه هیات عالی نظارت ارجاع دهند. پس از آن دبیرخانه جانگلو ۱۵ روز فرصت دارد تا به بررسی شکایات واصله بپردازد. به گزارش تجارت‌نیوز، وی ادامه داد: بر این اساس جانچلیه تا پایان چهارم شهریور شکایاتی در دبیرخانه ثبت نشود، دبیرخانه موظف است بلافاصله با دعوت کتبی از اعضای هیأت‌مدیره و براساس بندهای نسبت به جدول اعتبارنامه‌های آنها اقدام کرده و پس از آن عملاً اتحادیه جدید شروع به کار کند. اما جانچلیه اعتراضی به دبیرخانه ارسال شود، شروع به کار اتحادیه جانگلو ۱۵ روز و تا زمان بررسی شکایات به تعویق خواهد افتاد.

# کسب‌وکار امروز

## رئیس هیات مدیره کوالکام

## از سمت خود کناره‌گیری می‌کند



هفته گذشته کوالکام اعلام کرد که **Derek Aberle** رئیس هیات‌مدیره این شرکت از تاریخ ۳۱ دسامبر از سمت خود کنار می‌رود.

در همین راستا شماری از مدیران عالی‌رتبه این کمپانی نیز با انتشار یک بیانیه خبری مشترک از آقای Aberle به خاطر خدمات ارزنده‌اش و همچنین ۱۷ سال همکاری با این شرکت از وی تقدیر و تشکر کردند.

به گزارش دیجیتاپ، «Aberle» ۴۷ساله نیز با انتشار بیانیه‌ای اعلام کرد که به خاطر همکاری طولانی‌مدتش با کوالکام و همچنین تمامی تلاش‌هایی که این شرکت در طول دوران فعالیتش انجام داده «به خود می‌بالد».

تقریبا تمام کسب‌وکارها برای رشد خود به کارمند احتیاج دارند. اگر رشد شرکت شما متوقف شده است، شاید باید روی یکی دو کارمند دیگر سرمایه‌گذاری کنید تا به مسیر موفقیت برگردید. هنگامی‌که با استخدام کارمندان روی منابع انسانی خود سرمایه‌گذاری می‌کنید، ممکن است به خاطر حقوق و دستمزدی که باید پرداخت کنید، حس کنید سود کوتاه‌مدت شما کاهش پیدا کرده است اما حقیقت چیست؟ شما مالک یک کسب‌وکار هستید و ۹۹.۹۹ درصد از کسب‌وکارها، برای کسب درآمد و پول درآوردن، به کارمند نیاز دارند.

تعمیرات اساسی در حالی اعلام می‌شود که کوالکام به خاطر دعوی حقوقی گسترده‌اش از اپل و البته مناقشاتی که با نهادهای ناظر بر آنتی‌تراست دارد (این نهادها بر رقابتی بودن فعالیت شرکت‌های مختلف نظارت می‌کنند) سخت درگیر فرآیندهای حقوقی پیچیده شده است. لازم به ذکر است آقای Aberle در سال ۲۰۱۴ میلادی و بعد از هشت سال فعالیت در پست‌های بالای مدیریتی واحد پنت‌ت‌های کوالکام به این سمت منصوب شد.



## ۶۰۰ متغیر و محدودیت در فضای کسب‌وکار کشور وجود دارد

کارشناس اقتصادی، رونق کسب‌وکار را از مهم‌ترین اولویتهای کاری دولت جدید دانست و گفت: دولت وعده بزرگتری و اصلاح ساختار نظام بانکی کشور را داده ولی تاکنون دست‌کم ۶۰۰ متغیر و محدودیت در فضای کسب‌وکار کشور وجود



دارد. وی به گزارش خبرگزاری صدا و سیما، دبیر مستخدمین حسینی افزود: برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری تیم اقتصادی دولت باید به نحوی باشد که در کوتاه‌ترین زمان گروه‌های فضای کسب‌وکار مملکت را باز کند.

او با بیان اینکه تولید و اشتغال از مباحث جدی امروز کشور است، اظهار داشت: لازمه تحقق بدتری موفقه‌های مورد نظر بهبودبخشی دوازدهم است و امید می‌رود دولت این کارشناس اقتصادی اصلاح ساختار نظام بانکی را دومین پاسخ‌های مثبتی به مطالبات بحق ملت دهد.

## فصت امروز ۹

## نشست هم‌اندیشی مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار برگزار شد

به گزارش خبرنگار مهر، سومین نشست هم‌اندیشی مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار در دانشکده صنایع دانشگاه علم و صنعت برگزار شد. در این نشست موضوع رهبری و تغییر و تحول در پروژه‌های مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار مطرح شد. در بخش علمی نشست، دکتر سامان پشسولانی با تشریح علل توجه به تغییر و تحول در سازمان‌ها قبل و بعد از پیدامسازي مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار مطالب مهمی را عنوان کرد. همچنین تجربه موفق همکاری شهرداری تهران با دانشگاه علم و صنعت و روند اجرای پروژه و وضعیت فعلی گام‌های اجرایی پروژه در این نشست تشریح شد. در سومین نشست از سری نشست‌های هم‌اندیشی در مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار که توسط نماینده انجمن بین‌المللی مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار در ایران برگزار شد، نمایندگان سازمان‌های دولتی و خصوصی حضور یافتند.

### گزارش

دفاع آیدین آغداشلو از فروش آثارش به بانک پاسارگاد

## پیوند اقتصاد و هنر

بعد از انتشار پیام رئیس فرهنگستان هنر درباره ۵۰۰ تابلو از آثار هنرمندان بزرگ و سپس توضیح مشاور هنری بانک پاسارگاد، اکنون آیدین آغداشلو که آثار خود را به بانک پاسارگاد فروخته است، درباره چگونگی واکذاری آثارش به این بانک توضیحاتی داد.

به گزارش ایسنا، منتحدهای معلم دامغانی، رئیس فرهنگستان هنر ۱۱ مردادماه، پیامی را درباره ۵۰۰ تابلو از آثار هنرمندان بزرگ ایرانی، خطاب به اهالی فرهنگ و هنر و مسئولان منتشر کرد. او در پیامش اعلام کرد: «بیش از ۵۰۰ تابلو از آثار نقاشان ایرانی که با تلمیح تأثیرگذاری در مدیران و بعضی از کارمندان به بهانه نمایشگاه و غیره، بدون شناسنامه و سند به خزانه فرهنگستان تحمیل شده، در اختیار این نهاد فرهنگی است. شرکت پارس آریان به سرپرستی آقای امین تفرشی مدعی مالکیت آن است، که ادعاست و باید اثبات شود.»

غلامرضا نامی، مشاور هنری بانک پاسارگاد بعد از انتشار این پیام، درباره آثار هنری مورد اشاره در نامه رئیس فرهنگستان هنر به ایسنا گفت: بانک پاسارگاد در دوران ریاست قبلی در فرهنگستان هنر، قراردادی را با مؤسسه فرهنگی و هنری صبا بست که زیر نظر فرهنگستان هنر است و آثار برخی هنرمندان را خرید که همان‌جا به‌عنوان موزه و محل نمایش آثار نگهداری می‌شد.

مشاور هنری بانک پاسارگاد درباره متن پیامی که معلم دامغانی منتشر کرد، نیز تصریح کرد: چون بانک پاسارگاد از طریق مراجع قضایی برای پیگیری کارش اقدام کرده، به نظر می‌رسد آقای معلم هم از این موضوع آزرده شده و چنین ادیباتی را در متن پیامش به کار برده است. بانک پاسارگاد ۱۰ روز پیش از انتشار این پیام، شکایات کرده است. البته آقای معلم، اسام فرهیخته و هنرمندی است و نمی‌دانم چرا چنین پیامی را منتشر کرده است.

**روایت آیدین آغداشلو درباره فروش آثارش**

حالا بعد از گذشت کمتر از یکماه از این موضوع، آیدین آغداشلو که به‌تازگی به تهران بازگشته است، در واکنش به ادعاهای رسانه‌ای شده گفت: در سال ۱۳۸۷ بنا بر سفارشی که از طرف بانک پاسارگاد دریافت کردم، چند قرارداد با این بانک امضا و سپس آثارم را تکمیل کردم و تحویل بانک دادم و پول خودم را هم از طرف قرارداد گرفتم. ضمنا اسناد خریدوفروش آثار تماما با حضور من و آقای امین تفرشی به نمایندگی از طرف بانک پاسارگاد امضا و تحویل داده شد.

او در پاسخ به این ادعا که هنرمندان فریب خورده‌اند و به جهت اسکان آثار در مؤسسه صبا موافقت کرده به بانک پاسارگاد اثر ارائه داده‌اند، بیان کرد: من مطلقاً قراردادی را با مؤسسه صبا امضا نکردم و این قرارداد را مستقیماً با خود بانک پاسارگاد و شخص آقای امین تفرشی امضا کردم. آثار را هم به خود بانک پاسارگاد تحویل دادم و مبلغ آن نیز از جانب بانک به حساب من واریز شد. حتی خاطرم هست بانک پاسارگاد یک حساب جداگانه برایم افتتاح و مبلغ مدنظر را به آن حساب واریز کرد و از آن روز، من صاحب یک شماره حساب در این بانک شدم.

این نقاش و مورخ تاریخ هنر به این پرسش که آیا شما هیچ‌وقت از مجموعه بانک پاسارگاد در مؤسسه صبا دیدن کرده‌اید؟ پاسخ

داد: «بله، چند سال قبل همراه برخی دیگر از اهالی فرهنگ و هنر به

## تحقق اقتصاد دانش‌بنیان با روندی پرشتاب تا ۴ سال آینده

معولان علمی و فناوری رئیس‌جمهوری از تحقق اقتصاد دانش‌بنیان بر پایه توانمندی‌های انسانی ایران پرشتاب در چهار سال آینده خبر داد. به گزارش امتداندیز، به نقل از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری،

سازمان ستاری معاون علمی و فناوری و رئیس‌جمهوری در برنامه تلویزیونی «بتر امشب» ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری و سیاست‌های پرشمرد و افزود: حرکتی که بانک مرکزی در پی آن با تسایر داده‌های آماري موجود در کشور، وضعیت محیط کسب‌وکار در سطوح ملی، اسنایی، بخش‌های اصلی اقتصادی و همچنین رشته‌فعالیت‌های اقتصادی عمده بر حسب طبقه‌بندی استاندارد فعالیت‌های اقتصادی (ISIC Rev4) را نشان خواهد داد. نتایج این طرح تا پایان مهرماه در اختیار کاربران و طر ح از جمله سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و پژوهشگران قرار خواهد گرفت. تاکنون مرکز سیاست‌های پولی کشور بود. مستخدمین حسینی یادآور شد: توسعه شرک‌تهای دانش‌بنیان را از تقای بهم آنها در اجزای طرح‌های ملی و بین‌المللی دانست و گفت: ارتقای توان صادرات محصولات و دانش‌بنیانان، افزایش جذب سرمایه‌گذاری و تسایر اقدامات اقتصادی دانش‌بنیان نیروی همکاری‌های خارجی و طرح‌های فناورانه از ضروریتهای دیگر این بخش از اقتصاد کشور است که معاونت علمی و فناوری با ایجاد زیرساخت‌های حمایتی لازم آن را دنبال می‌کند. وی با اشاره به حمایت‌های گوناگون در صادرات



محیط کارها و دانش باورپذیر، ستاری با بیان اینکه پایه و اساس اقتصاد دانش‌بنیان نیروی انسانی خلاق است. اظهار کرد: توسعه اقتصاد دانش‌بنیان بر پایه توانمندی نیروی انسانی جوان، مستحکم‌کردن و خلاق یکی از مهم‌ترین اولویت‌های اقتصادی است که در چهار سال آینده به‌طور جدی دنبال خواهد شد.

<sup>[1]</sup> معاونان علمی و فناوری رئیس‌جمهوری از تحقق اقتصاد دانش‌بنیان بر پایه توانمندی‌های انسانی ایران پرشتاب در چهار سال آینده خبر داد

<sup>[2]</sup> به گزارش امتداندیز، به نقل از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری،



## آشنایی با اصول آگهی تبلیغاتی به‌عنوان تکنیک فروشندگی

تبلیغ کردن به‌عنوان اصلی‌ترین هنر فروشندگی باید دارای ویژگی‌هایی باشد تا بتواند مخاطب مورد نظر و مشتریان را علاوه بر اینکه با کالا یا خدمات مورد نظر آشنا می‌کند، موجب ترغیب و جذب مشتریان به سمت خرید کردن کالا یا خدمات شود. به گزارش پارک بازاریابی ایران، برای اینکه آگهی تبلیغاتی شما چنین ویژگی‌هایی را داشته باشد، باید اصولی را رعایت کنید که در ادامه این مقاله سعی شده است به مهم‌ترین آنها اشاره شده و به توضیح این اصول پرداخته شود.

### ۱- درک صحیح اصول و مبانی تبلیغات

یکی از مهم‌ترین نکات و اصول این است که شما بتوانید هدف از تبلیغات را درک کرده و دیدگاه درستی در خصوص تبلیغ کردن و ویژگی‌های یک تبلیغات خوب اخذ کنید. براساس نظر صاحب‌نظران در این حوزه، افزایش میزان فروش را می‌توان مهم‌ترین هدف تبلیغات نام برد. بر خلاف بردسازی که در آن به دنبال تثبیت نام تجاری در اذهان مخاطبان و مشتریان هستید، هدف از تبلیغ کردن رسیدن به بالاترین فروش و سود ممکن است. در نتیجه زمانی که شما بتوانید از طریق تبلیغات، میزان فروش خود را بالا ببرید و به سود مورد نظر خود برسید به موفقیت لازم در زمینه تبلیغات دست پیدا کرده‌اید.

### ۲- اتخاذ عکس‌العمل صحیح در برابر شکست تبلیغات

در صورتی که شما در زمینه تبلیغات یک کالا یا خدمات با شکست مواجه شدید و نتوانستید به فروش و سود مورد نظر خود برسید، باید به جای اینکه به توجیه برنامه‌ها و شیوه تبلیغاتی خود بپردازید یا بخواهید شکست برنامه‌ها و آگهی‌های تبلیغاتی خود را نادیده بگیرید و همچنان بر



درست بودن آن پافشاری کنید، باید تلاش کنید به شیوه منطقی و واقع‌بینانه با این مشکل روبرو شده و به تجزیه و تحلیل دلایل احتمالی که موجب شکست برنامه تبلیغاتی شما شده است بپردازید تا بتوانید به راه‌حل‌های مناسب جهت اصلاح شیوه تبلیغاتی خود دست پیدا کرده و برای بهبود آن اقدام کنید. در صورتی که چنین نگرش واقع‌بینانه‌ای نداشته باشید نمی‌توانید در زمینه تبلیغات موفق عمل کنید.

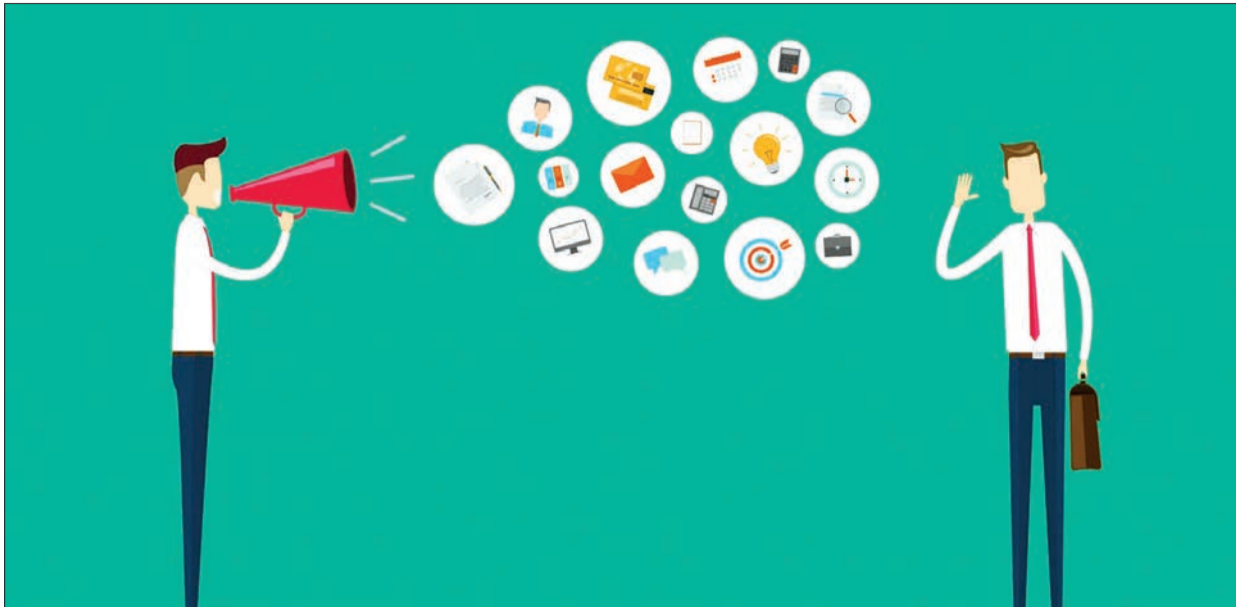
### ۳- از دیدگاه مشتریان به کالا نگاه کنید

یکی از مسئولیت‌های مهم فروشندگان یا تولیدکنندگان کالا این است که کالا یا خدمات مورد نظر را از دیدگاه مشتریان در نظر بگیرند نه به‌عنوان تولیدکننده و فروشنده کالا؛ در صورتی که شما بتوانید کالای تولید شده خود را از دیدگاه مشتریان بنگرید، می‌توانید به مزایا و معایب آن پی برده و در تبلیغات از بزرگنمایی و پیام‌های دور از واقعیت اجتناب کنید و در نتیجه اعتماد مشتریان و مخاطبان را به دست آورید. جلب اعتماد مشتریان و مخاطبان در آگهی‌های تبلیغاتی بسیار مهم بوده و این اصل تنها زمانی می‌تواند عملی شود که شما فقط به جنبه‌های مثبت کالای خود به دلیل کسب سود و افزایش فروش تأکید نکنید، بلکه کاستی موجود در کالای تولید شده خود را نیز همواره در نظر بگیرید. در صورتی که جنبه‌های منفی کالا و خدمات خود را نیز بدانید و خودتان را به‌عنوان یکی از خریداران و مشتریان کالای خود در نظر بگیرید می‌توانید صادقانه‌تر با مشتریان خود برخورد کرده و اعتماد و حمایت مشتریان را بیشتر جلب کنید.

### ۴- اهمیت دادن به سود و منفعت مشتریان

یکی از مهم‌ترین اصولی که بسیار بدان تأکید می‌شود این است که آگهی یا پیام تبلیغاتی شما باید سود و منفعتی را که مشتریان از کالا یا خدمات شما می‌برند در نظر بگیرد. برای مشتریان این مسئله که شما شرکت بزرگ یا مهمی هستید چندان مهم نیست، بلکه چیزی که اهمیت دارد این است که می‌خواهند کالای مورد نیاز خود را با بهترین شرایط تهیه کنند و می‌خواهند بدانند وقتی با شما معامله می‌کنند چقدر سود کرده و چه مزایایی را می‌توانند کسب کنند. بنابراین تنها نکته‌ای که همواره باید در پیام‌های تبلیغاتی خود به آن توجه کنید مطرح کردن منفعتی است که مشتریان شما می‌توانند از طریق معامله با شما به دست بیاورند.

## چطور کمپین تبلیغاتی موفق طراحی کنیم؟ (بخش اول)



کافی نیست، رویکرد شما باید بر مبنای سنو و گسترش برند در سایر حوزه‌های آنلاین (یعنی جایی که در آن مشتری به دنبال شما می‌گردد) استوار شده باشد. اگر جایگاه‌سازی برند خود را با استفاده از تاکتیک‌های دیجیتال (تبلیغات از طریق جست‌وجو (search advertising)، رسانه‌های اجتماعی، مدیریت شهرت (reputation management)، بازاریابی محتوا (content marketing) و روابط عمومی انجام دهید، جایگاه سازمان خود را به صورتی تثبیت خواهید کرد که به مردم امکان می‌دهد در هر زمان و مکانی که در حال جست‌وجو هستند، شما را بیابند. WPO برای هر کاری که به صورت آنلاین انجام می‌دهید، اثری فزاینده ایجاد می‌کند.

**حتما نتایج به دست آمده را بسنجید** چرا بسیاری از تلاش‌های بازاریابی با شکست مواجه می‌شوند؟ مسلماً دلیل آن این نیست که تبلیغاتی یا آگهی تلویزیونی ساخته شده، به اندازه کافی خلاقانه نیست یا وب‌سایت شما گیرایی کافی را ندارد، بلکه بسیاری از تلاش‌ها به این دلیل با شکست مواجه می‌شوند که فاقد تفکری ساختارمند در مورد اهداف واقعی کمپین تبلیغاتی و مجموعه‌ای از معیارهای سنجش عینی و بی‌طرفانه، برای شناسایی موفقیت یا شکست هستند.

با اجرای هر تاکتیک، باید چارچوبی تحلیلی را برای ارزیابی تلاش‌های بازاریابی خود ایجاد کنید. اهداف کسب‌وکار باید به اهداف کمپین تبلیغاتی ترجمه شوند و معیارهای سنجش دارای اهمیت، شناسایی شوند و اهدافی قابل سنجش برای اندازه‌گیری اثربخشی کلی کمپین تبلیغاتی تعیین شود. با اندازه‌گیری و سنجش دقیق و درست تلاش‌های بازاریابی، به سرعت متوجه می‌شوید که آیا کمپین تبلیغاتی شما موفق و موثر بوده است یا خیر.

ادامه دارد...  
بر گرفته از: [capstrat.com](http://capstrat.com)

همه ما با آگهی‌ها و تبلیغات رنگارنگی که برای تشویق مشتری به خرید، تولید و منتشر می‌شوند، آشنایی داریم ولی اصطلاح کمپین تبلیغاتی برای بسیاری از ما ناشناخت. در واقع کمپین تبلیغاتی چیزی کامل‌تر و پیچیده‌تر است و نیازمند برنامه‌ریزی و تلاش و هماهنگی بیشتری است. در این مقاله که توسط سایت chetor ارائه شده است می‌آموزیم که کمپین تبلیغاتی چیست و برای برنامه‌ریزی و اجرای آن باید به چه عوامل و مولفه‌هایی توجه کنیم.

برای آزمایش، تعدادی از کارکنان بخش‌های مختلف شرکت خود را انتخاب کنید و از آنها بپرسید که کمپین تبلیغاتی چیست. با مطرح کردن این پرسش ساده، نه تنها در میان شرکت‌های مختلف، بلکه در بین کارکنان یک شرکت نیز پاسخ‌های متفاوتی خواهید شنید. در واقع، کمپین تبلیغاتی، اطلاعیه، تبلیغات، ترویج، آموزش، پیشنهاد خرید، بازاریابی مستقیم یا وب‌سایت نیست، بلکه ترکیبی از تمامی این موارد است. هر بازاریاب می‌تواند از هر یک از تاکتیک‌های گفته شده در بالا به تنهایی استفاده کند، ولی در چنین مواقعی نمی‌توان گفت که او کمپینی تبلیغاتی به راه انداخته است؛ او فقط از تاکتیک موقتی، برای اصلاح بازار یا وضعیت کسب‌وکاری موقتی استفاده کرده است. در مقابل، کمپین تبلیغاتی، سیستم برنامه‌ریزی شده‌ای از ارتباطات است که برای ایجاد تغییراتی پایدار و بلندمدت در هویت یک برند، یک نگرش یا رفتار طراحی شده است.

وقتی برای ایجاد تأثیر در بازار تلاش می‌کنید، هرگز تأثیری را که کمپین تبلیغاتی بر تیم فروش داخلی و کارکنان شما می‌گذارد، فراموش نکنید. هر کمپین تبلیغاتی و ارتباطات آن باید حول منبع واحدی از حقیقت ایجاد شده باشد که اهداف، راهبردها، مرور کلی تاکتیک‌ها و مفروضات را به‌طور خلاصه بیان می‌کند.

اینها مواردی هستند که موجب می‌شوند تا رویکردهای بازاریابی یکپارچه، به صورت داخلی و همچنین با کمک شرکای

کانال‌های توزیع (channel partners) انجام شوند. کمپین تبلیغاتی که ارتباط مناسبی با مخاطب برقرار کرده باشد، برای به‌کار بستن مستقیم و غیرمستقیم کانال، حیاتی است و موجب شفافیت نقش‌ها و مسئولیت‌های فروش و بازاریابی می‌شود. با در نظر گرفتن بخش‌های فراوان تأثیرگذار در یک کمپین مانند افراد و وظایف درگیر با موضوع و سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در معرض خطر، برخورداری از ساختاری یکپارچه برای کمپین‌های تبلیغاتی اهمیت زیادی دارد و این به معنی داشتن چیزی بیش از صرفاً چک‌لیستی از تاکتیک‌هاست.

در کمپین تبلیغاتی باید منابع مورد نیاز، شرکت‌کنندگان درگیر در آن و پیام‌هایی که به بازار منتقل می‌شوند، تعریف شوند و کمپین باید در جهت به‌جنب‌وجوش انداختن سازمان، حول تلاشی واحد برای ایجاد تأثیری مثبت در شرکت، حرکت کند.

بنابراین هر کمپین تبلیغاتی برای رسیدن به سطح مورد نیاز هماهنگی و تأثیرگذاری، به چه مولفه‌هایی نیاز دارد؟ این پرسش موجب می‌شود بر تعداد انگشت‌شماری از موضوعات کلیدی، تمرکز کنیم.

– آشکار کردن محصول و خدمات: پوشش اطلاعاتی

– توجه به اشخاص: تقاضا و جذب مخاطب هدفمند

– انتقال پیام از طریق نوشتن: توانایی فروش

– در توافق بودن: ارتباطات داخلی و آموزش

– به دست آوردن حق پیشنهاد: پیشنهادهای تجاری

– جذب مشتری‌ها: ترویج‌های مشتری.

### ۱- آشکار کردن محصول و خدمات: پوشش اطلاعاتی

فرض کنید که خدمات یا محصولاتی عالی دارید که کسی اطلاعی از آنها ندارد. در این حالت چه کاری انجام می‌دهید؟ احتمالاً اطلاعیه‌هایی می‌نویسید و در روزنامه‌ها، مجلات، شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی تبلیغ می‌کنید. چه کارهای

## نویسندگی تبلیغات و مارکتینگ موفق

آیا می‌خواهید نوشتن‌تان عالی باشد؟ سراسر ساده بنویسید. کاری کنید که با خواننده ارتباط برقرار کند و او را تسخیر سازد. نوشته‌های عالی همیشه واضحند، اما اغلب نوشته‌های مربوط به مارکتینگ دچار مشکلات زیر است چون نویسنده:

- از رفتن سر اصل مطلب ناتوان است.
- از جملات مجهول استفاده می‌کند. (فاعل کارها معلوم نیست).
- بدون آنکه واقعا نیازی باشد از واژگان دشوار استفاده می‌کند، به عبارتی استفاده‌های بی‌مورد از کلمات پیچیده و مبهم دارد.
- به جای زمان حال، از افعالی با زمان‌های دشوار استفاده می‌کند.

در نتیجه چنین نوشته‌هایی خوانندگان را خسته یا سردرگم می‌کند.

به گزارش هورموند اگر می‌توانید راه جدیدی را برای رساندن منظور خود بیابید، همین کار را انجام دهید. از یاد نبرید که اگر می‌خواهید نوشته شما دارای قدرت متوقف‌سازی باشد، باید اصالت و شگفتی داشته باشد، اما از همه مهم‌تر، مطمئن شوید که ساده و واضح می‌نویسید. وقتی مدیر روابط مشتریان شرکت (insights for training) تصمیم گرفت اطلاعیه‌ای درباره موارد جدید موجود در سایت شرکت برای مشتریان بفرستد، شرکت دو هفته پیش از فرستادن ایمیل‌ها شروع به کار و تبادل نظر کرد. در ابتدا این اطلاعیه صفحه‌های طولانی بود با بسیاری اطلاعات و تصاویر جالب، اما چه کسی ایمیلی یک صفحه‌ای را می‌خواند؟ در آخر آنقدر آن را چلاند که به دو جمله خلاصه شد که صرفاً می‌گفت چه تغییراتی صورت گرفته و چرا دانستنش برای مردم جالب است. واضح و ساده بود و بسیار احتمال داشت که مشتریان بالقوه آن را واقعا بخوانند، بفهمند و براساس آن عمل کنند. شرکت نمی‌خواست جایزه ادبی پولیتزر را ببرد، صرفاً می‌خواست ارتباط برقرار کند.

فقط با نوشتن و سپس بازنویسی و بازنویسی مجدد آن می‌توانید به اصل و جوهر ارتباط دست یابید. دوباره کار کنید، مجدداً به تفکر بنشینید و نوشته‌های‌تان را مکرراً خلاصه کنید؛ تا آنجا که آنچه به دست می‌آید با وضوح خیره‌کننده منظور شما را انتقال دهد و پس از آنکه منظورتان را بیان کردید سخن اضافی نگویید.

### تهیه معیار قضاوت آگهی

از آنجا که هدف شما تحریک مشتریان به پاسخ دادن است، تبلیغات دارای پاسخ مستقیم وظیفه دشواری است. شما باید درک کنید که اکثر تعاملات میان آگهی شما و مشتریان احتمالی‌تان نمی‌تواند پاسخی را که می‌خواهید برانگیزند. به گزارش هورموند، ناکامی شایع‌ترین و محتمل‌ترین پیامد تبلیغات دارای پاسخ مستقیم است. پس هدف حقیقی شما به حداقل رساندن این ناکامی است. به آمارهای زیر نگاه کنید:

- یک تبلیغ تمام صفحه در مجلات، معمولاً بین ۰۰۰۵ تا ۰۰۲ درصد از تیراژ را برمی‌گرداند (میزان برگشت عبارت است از درصدی از خوانندگان که با تلفن یا نامه، بسته به دستورالعمل تبلیغ به آن پاسخ می‌دهند). پس از یک آگهی مناسب فقط می‌توانید دو پاسخ در هر هزار نسخه داشته باشید. خیلی بد است، نه؟

- نامه‌های ارسال مستقیم که به نشانی افراد فرستاده می‌شوند، معمولاً حدود ۰۰۵ تا ۵ درصد اسامی فرستاده شده را باز می‌گردانند. پس از هر نامه مناسب، می‌توانید انتظار ۵۰ پاسخ در هزار نفر داشته باشید. بهتر است اما هنوز خیلی بد است.

- ارسال مستقیمی که محصول شما را بین مجموعه‌ای از محصولات نشان می‌دهد مثل کاتالوگ یا یک دست ورق، پاسخ‌های بسیار کمتری را به دنبال دارد. برای آنکه ایده‌ای تقریبی از میزان پاسخ‌ها به دست بیاورید، آن رقم ۵۰ در هزار را بر تعداد محصولات رقیب، تقسیم کنید. (جای دهی خوب محصول‌تان در آن مجموعه این میزان پاسخ‌دهی را بهتر می‌کند. هرگونه تمایل مشتریان به خرید چند مورد از محصولات موجود در کاتالوگ نیز همین اثر را دارد). مثلاً اگر محصول شما روی کارت پستی در بین یک دسته ۵۰ تایی کارت‌پستال‌های بسته‌بندی شده قرار داشته باشد، حداکثر پاسخی که دریافت می‌کنید، احتمالاً یک در هزار است. این واقعا نامطلوب است، مگر آنکه محصول شما آنقدر گران‌قیمت باشد که فروش تعداد کمی از آن نیز سود خوبی برای‌تان داشته باشد.

- یک مرکز مارکتینگ از راه دور که به فهرستی از مشتریان دارای صلاحیت تلفن می‌زند تا حدی نتیجه‌بخش‌تر است. این مرکز احتمالاً برای محصولی که به مشتریان مربوط باشد، ۰۰۷۵ تا ۵۰ درصد پاسخ دریافت خواهد کرد اما این میزان برای کوشش‌های فروش بین شغلی ممکن است تا ۱۵ درصد افزایش داشته باشد. با این همه، ناکامی‌های مارکتینگ از راه دور بسیار بیشتر از موفقیت‌های آن است و CMP آن نیز اغلب بالاتر از ارسال مستقیم است زیرا کار فشرده‌تری می‌طلبد.



در آگهی تبلیغاتی بالا برای محصول StaSoft، فرد خشنی مانند سیلوستر استالونه به صورت کاریکاتوری پارچه‌ای نمایش داده شده و ترکیب شعار تبلیغاتی «حتی سخت‌ترین‌ها را هم نرم می‌کند» با پرتره پارچه‌ای، ترکیبی طنزآمیز و مهم‌تر از همه، جذاب و به یادماندنی را به وجود آورده است.



## ایستگاه بازاریابی

## مقایسه بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های بزرگ

بازاریابی یکی از ارکان اصلی هر شرکتی، فارغ از ابعاد و سابقه آن است. این عملیات، شباهت‌ها و تفاوت‌هایی در انواع سازمان‌های مختلف دارد.

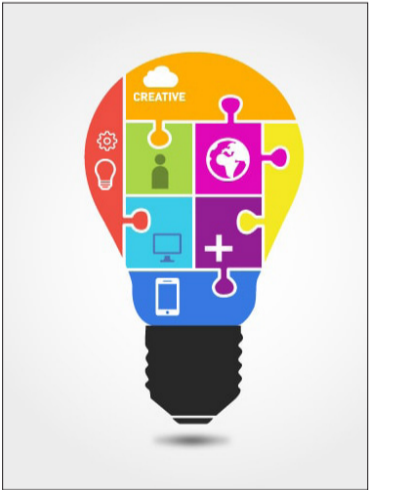
به گزارش زومیت، باور عمومی در اینترنت در ارتباط با بازاریابی این است که بازاریابی در استارت‌آپ‌ها، تفاوت بسیار زیادی با شرکت‌های بزرگ دارد. وبسایت Inc در مصاحبه‌ای با تاد ویلمز، یکی از بازاریابان باتجربه که با هر دو نوع شرکت‌ها کار کرده، به این مسئله پرداخته است. تاد ویلمز در حال حاضر معاون بازاریابی استارت‌آپ Movie Guides است.

تاد سال‌های زیادی برای شرکت‌های بزرگ همچون SAP، PayPal و Peoplesoft کار کرده است. او در پاسخ به این سوال که در بدو ورود به دنیای استارت‌آپی چه چیزی او را هیجان‌زده کرده این‌گونه پاسخ می‌دهد:

من شنیده بودم که اکوسیستم استارت‌آپی تفاوت‌هایی با شرکت‌های باسابقه دارد، اما اکنون که در یکی از آنها مشغول به کار هستم، به این باور رسیده‌ام که تفاوت زیادی بین این دو سیستم وجود ندارد. فشارها، کمبود منابع و این حقیقت که برای هر کاری باید خودتان شخصا دست به کار شوید، اینجا هم وجود دارد. اگرچه ممکن است محیط کاری استارت‌آپ کمی متفاوت باشد، اما فشارها و وظایف در این شرکت‌ها مانند یک شرکت بزرگ است.

از آنجایی که استارت‌آپ‌ها، منابع محدودی برای هزینه کردن در مسیر بازاریابی دارند، به نظر می‌رسد شرایط برای تیم‌های بازاریابی آنها به نسبت شرکت‌های بزرگ، دشوارتر باشد. اما تاد معتقد است شرکت‌های بزرگ با وجود داشتن منابع، فشارهای بیشتری را تحمل می‌کنند. آنها این ترس را دارند که رقیبان جدید، بازار را از دست‌شان بربایند. از طرفی استارت‌آپ‌ها هم باید حساب هر هزینه حتی کوچک خود را داشته باشند و با حساسیت بالایی در امر بازاریابی هزینه کنند.

تاد در مقایسه عملکرد روزانه بازاریابی در شرکت‌های بزرگ و استارت‌آپ‌ها، معتقد است هر دو این شرکت‌ها انتظارات زیادی از تیم بازاریابی دارند. در شرکت‌های بزرگ، شما منابع کافی در اختیار دارید اما انتظارات نیز به نسبت همین منابع بالا است و باید به نقاط عطف بزرگی دست پیدا کنید. استارت‌آپ‌ها که منابع محدودی دارند نیز انتظارات بالایی از تیم بازاریابی دارند و به نسبت می‌توان گفت در هر دو شرایط، کار برای تیم بازاریابی حساس و دشوار است. البته مزیت شرکت بزرگ این است که اجازه اشتباه کردن در آن، بیشتر از استارت‌آپ است. از طرفی، در استارت‌آپ‌ها به عملکرد نزدیک‌تر هستیم و اقداماتی که برای رسیدن به نقاط عطف مورد نیاز است، قابل انجام‌تر هستند.



از آنجایی که تاد در هر دو نوع شرکت سابقه اجرایی دارد، از او پرسیده شد که برای تبدیل شدن به یک بازاریاب حرفه‌ای در شرکتی باسابقه و استارت‌آپ یا هر دو، چه اقداماتی باید انجام داد:

من اعتقاد دارم که استعداد و مهارت لازم برای موفقیت در هر شرکتی، یکسان است. در همه شرکت‌ها به بازاریابی نیاز است که روی مشتریان تمرکز دارد، رفتار آنها را شناسایی و تحلیل می‌کند و از اتفاقات جاری بازار کار اطلاع کافی دارد.

تیم بازاریابی بیش از هر بخشی در سازمان، درباره بازار اطلاعات دارد. در گذشته، بازاریابان کمتر به امر مدیریت و جهت‌دهی شرکت وارد می‌شدند، اما در حال حاضر، تمام اطلاعات اساسی در اختیار آنها قرار دارد و می‌توانند مسیر حرکت شرکت را تعیین کنند. تاد در انتهای صحبت‌هایش به این نکته اشاره می‌کند که ماهیت سریع استارت‌آپ‌ها نباید باعث شود که مدیران‌شان با عجله رفتار کرده و تصمیم‌گیری نکنند. او به بازاریابان استارت‌آپ‌ها توصیه می‌کند درک کنند که در یک شرکت نوپا، خیلی از کارها را باید خودشان انجام دهند. او در پایان توصیه می‌کند که مطالعه بازار را در اولویت خود قرار دهند و از اطلاعات فراوانی که دریافت می‌کنند، ترکیب لازم برای موفقیت بازاریابی را کشف کنند.

منبع: INC

## هوش بازار و کاربرد آن در بازاریابی



مشتری‌های شما سودآوری بیشتری دارند. تحلیل پایگاه داده معمولاً شامل دنبال کردن تازگی، تناوب و ارزش خریدها، پیدا کردن بخش پارتو و تقویت فهرست پایگاه داده با داده‌های بیرونی به‌منظور تشخیص محصولات یا خدمات ارائه دهند. اما بخش

زیادی از این بررسی‌ها، به‌عنوان بخشی از ارتباطات یا کمپین روابط عمومی، به بررسی اعتبار می‌پردازد تا به شرکت‌ها هشدار بدهد که نسبت به نظرات منفی یا مسائلی که از طریق شبکه‌های اجتماعی عمومی شده‌اند هشدار باشند.

از نظر داده واضح است که منابع داده بسیار زیادی وجود دارد و لازم است که ابزارهای IT در مقیاس وسیع برای بررسی شبکه‌های اجتماعی وجود داشته باشند تا مانند یک موتور جست‌وجو داده‌های بیشتری را از سایت‌های مختلف جمع‌آوری و سپس این داده‌ها را تحلیل کنند تا اطلاعات سودمندی به دست آورند. جمع‌آوری و سپس این داده‌ها را تحلیل کردن در دسترس عموم هستند (کلان‌داده)، منابع بزرگ داده این پتانسیل را دارند که الگوها و همبستگی‌های پنهان میان داده‌ها را به نمایش بگذارند. پیدا کردن این الگوها از بین پایگاه داده‌های بزرگ یک چالش آسانی بزرگ است، چرا که هم مدیریت کردن حجم داده‌ها کار دشواری است و هم استخراج معنا از روابط نامحدودی که میان داده‌ها برقرار است. این کار بدون گمراه شدن در بین همبستگی‌های غیرواقعی مهارت بالایی می‌خواهد.

این روزها امید زیادی به تحلیل‌های کلان‌داده وجود دارد، اما اگر از جریان اطلاعات به‌عنوان ابزاری برای تجربه‌های بیشتر استفاده شود، ممکن است که اثربخشی بیشتری داشته باشد. این تجربیات شامل آزمون چیزی در بازار و سپس بررسی واکنش بازار است. برای بهبود و اصلاح فعالیت‌های بازاریابی، می‌توان آزمایش‌های آنلاین را در مقیاس کوچک و خیلی سریع انجام داد. برای مثال آزمایشی برای مشخص کردن اینکه کدام پیام تبلیغاتی بهتر است یا طراحی آزمایشی برای بررسی اینکه ترکیب صفحه فرود چگونه منجر به فروش می‌شود. این رویکردهای تجربی به‌طور مستقیم به بازاریابی الگوریتمی ترجمه می‌شوند. بازاریابی الگوریتمی در واقع تولید قوانین خودکار است که ارتباطات و پیام‌های مشاهده‌شده را مرتب می‌کنند. درست شبیه روشی که فهرست توصیه‌های آمازون یا جست‌وجوی شخصی‌سازی‌شده گوگل به کار می‌گیرند.

در نهایت از دانشی که توسط کارمندان نسبت به استفاده بهتر از داده موجود مانند پایگاه داده مشتری‌ها، تحلیل وبسایت و آزمون بازار می‌توان چشم‌انداز بسیار خوبی به دست آورد. این حوزه با عنوان تحلیل «کلان‌داده» شناخته می‌شود. برای مثال با تحلیل پایگاه داده ممکن است معلوم شود که شما در چه مکان‌هایی امکان فروش متقابل یا فروش کالای گران‌تر را دارید یا متوجه شوید که کدام

بسیاری از شرکت‌ها برای کمک به هوش بازار درونی یا تحلیل بازار، از منابع بیرونی مانند اتاق‌های تحلیل استفاده می‌کنند که نه تنها داده‌ها را فراهم می‌کنند، بلکه براساس ارتباطشان با تامین‌کننده‌ها و دیگر شرکت‌ها، تفسیر و توصیه‌ای نیز درخصوص تصویر کنونی بازار ارائه می‌کنند. بسیاری از اتاق‌های تحلیل، همچون کارگزاری میان‌تامین‌کننده‌ها عمل می‌کنند که گردآوری اطلاعات و به اشتراک گذاشتن آنها را به‌صورت گسترده انجام می‌دهند. اتاق تحلیل در برخی از صنایع، می‌تواند داده‌های دقیق و گسترده‌ای داشته باشد، مانند بررسی خرده‌فروشی.

## هوش رقابتی

یکی از اشکال خاص هوش بازار، هوش رقابتی است. این کار به‌صورتی مستمر انجام می‌شود و شامل جمع‌آوری اخبار، اسناد و دیگر اطلاعات مربوط به مشتری از منابع مختلف است. این موارد شامل جمع‌آوری اطلاعات مربوط به جایگاه بازار و پیام‌های بازار، مشتری‌ها یا قراردادهای اصلی، اندازه و ساختار کسب‌وکار و مسائلی مانند قیمت‌گذاری یا ساختار ایده‌آل معمول معاملات می‌شود. به‌عنوان مثال این کار ممکن است شامل جمع‌آوری اطلاعات مربوط به چک کردن قیمت یا جزئیات مربوط به کمپین‌های تبلیغاتی یا پیشنهادها و یژه فروش یا بررسی کانال‌های جدید کسب اطلاعات درباره محصولات یا تکنولوژی‌های جدید (برای مثال پتنت‌ها) باشد. اگرچه هوش رقابتی را می‌توان به‌صورت پروژه‌ای مقطعی انجام داد، اما در واقع به‌علت ماهیت پیوسته‌اش بیشتر به ایجاد ساختارهایی برای فراهم کردن اطلاعات مرتبط با رفتار رقبای مورد استفاده قرار می‌گیرد. به این ترتیب می‌توان از رقبای با‌خورد گرفت و آنها را بررسی کرد نه اینکه صرفاً اطلاعات مقطعی خاصی از آنها به دست آورد. نکته کلیدی این است که به دلایل قانونی و اخلاقی، تحقیق درباره رقبای نباید به هر شیوه‌ای انجام شود (برای مثال ارائه اطلاعات نادرست) و باید بر منابع اطلاعاتی که منبع باز هستند مبتنی باشد.

برای هوش رقابتی می‌توان از منابع داده اولیه، مانند بازخورد گرفتن از تیم‌های فروش، کانال‌های تامین‌کنندگان، توزیع با‌خوردهایی مبتنی بر تحقیقات مستقیم پیروزی-شکست که معمولاً برای بررسی عملکرد مزایده‌ها به کار می‌رود نیز استفاده کرد.

## بررسی شبکه‌های اجتماعی

هوش بازار می‌تواند به‌شکل فزاینده‌ای شامل جمع‌آوری اطلاعات از مطالب اینترنتی، توییت‌ها و دیگر شبکه‌های اجتماعی باشد. این نوع «هوش بازار» می‌تواند با برخی شیوه‌های تحقیق بازار و بررسی روابط عمومی هم‌پوشانی داشته باشد. برای برخی از شرکت‌ها حجم مطالب (کلان‌داده) در چندین زبان و چندین حوزه بررسی می‌شود تا روی آنها تحلیل

احساسات انجام شود. برای مثال شبکه‌های اجتماعی می‌توانند اطلاعات خوبی درباره احساسات بازار به‌مخصوصی که به‌تازگی معرفی شده است و همچنین جزئیات بسیار دقیق و توصیه‌هایی برای بهبود محصولات یا خدمات ارائه دهند. اما بخش زیادی از این بررسی‌ها، به‌عنوان بخشی از ارتباطات یا کمپین روابط عمومی، به بررسی اعتبار می‌پردازد تا به شرکت‌ها هشدار بدهد که نسبت به نظرات منفی یا مسائلی که از طریق شبکه‌های اجتماعی عمومی شده‌اند هشدار باشند.

از نظر داده واضح است که منابع داده بسیار زیادی وجود دارد و لازم است که ابزارهای IT در مقیاس وسیع برای بررسی شبکه‌های اجتماعی وجود داشته باشند تا مانند یک موتور جست‌وجو داده‌های بیشتری را از سایت‌های مختلف جمع‌آوری و سپس این داده‌ها را تحلیل کنند تا اطلاعات سودمندی به دست آورند. جمع‌آوری و سپس این داده‌ها را تحلیل کردن در دسترس عموم هستند (کلان‌داده)، منابع بزرگ داده این پتانسیل را دارند که الگوها و همبستگی‌های پنهان میان داده‌ها را به نمایش بگذارند. پیدا کردن این الگوها از بین پایگاه داده‌های بزرگ یک چالش آسانی بزرگ است، چرا که هم مدیریت کردن حجم داده‌ها کار دشواری است و هم استخراج معنا از روابط نامحدودی که میان داده‌ها برقرار است. این کار بدون گمراه شدن در بین همبستگی‌های غیرواقعی مهارت بالایی می‌خواهد.

این روزها امید زیادی به تحلیل‌های کلان‌داده وجود دارد، اما اگر از جریان اطلاعات به‌عنوان ابزاری برای تجربه‌های بیشتر استفاده شود، ممکن است که اثربخشی بیشتری داشته باشد. این تجربیات شامل آزمون چیزی در بازار و سپس بررسی واکنش بازار است. برای بهبود و اصلاح فعالیت‌های بازاریابی، می‌توان آزمایش‌های آنلاین را در مقیاس کوچک و خیلی سریع انجام داد. برای مثال آزمایشی برای مشخص کردن اینکه کدام پیام تبلیغاتی بهتر است یا طراحی آزمایشی برای بررسی اینکه ترکیب صفحه فرود چگونه منجر به فروش می‌شود. این رویکردهای تجربی به‌طور مستقیم به بازاریابی الگوریتمی ترجمه می‌شوند. بازاریابی الگوریتمی در واقع تولید قوانین خودکار است که ارتباطات و پیام‌های مشاهده‌شده را مرتب می‌کنند. درست شبیه روشی که فهرست توصیه‌های آمازون یا جست‌وجوی شخصی‌سازی‌شده گوگل به کار می‌گیرند.

در نهایت از دانشی که توسط کارمندان نسبت به استفاده بهتر از داده موجود مانند پایگاه داده مشتری‌ها، تحلیل وبسایت و آزمون بازار می‌توان چشم‌انداز بسیار خوبی به دست آورد. این حوزه با عنوان تحلیل «کلان‌داده» شناخته می‌شود. برای مثال با تحلیل پایگاه داده ممکن است معلوم شود که شما در چه مکان‌هایی امکان فروش متقابل یا فروش کالای گران‌تر را دارید یا متوجه شوید که کدام

## کارگاه بازاریابی

## معرفی ۷ وب‌سایت برتر بازاریابی در جهان

این روزها با توسعه اینترنت و وبلاگ‌نویسی روزبه‌روز بر تعداد وب‌سایت‌هایی که به صورت تخصصی به مباحثی در حوزه بازاریابی می‌پردازند، افزوده می‌شود، بنابراین برای کسانی که به دنبال مباحث علمی به‌روز و مناسب برای تخصص خود می‌گردند، انتخاب منابع صحیح و وب‌سایت برتر بازاریابی ضروری است. به گزارش ibazaryabi پنج وب‌سایت برتر بازاریابی که به صورت تخصصی به مباحثی همچون بازاریابی، برندینگ، فروش، بازاریابی اینترنتی و روابط عمومی می‌پردازند، به شرح زیر است.

## وبلاگ HBR از وبلاگ‌های حوزه بازاریابی

وبلاگ HBR یا همان Harvard Business Review از تخصصی‌ترین وبلاگ‌های حوزه بازاریابی و کارآفرینی است. این وب‌سایت یک نهاد غیرانتفاعی متعلق به دانشگاه هاروارد است. مأموریت این وب‌سایت تغییر و بهبود دنیای مدیریت و بازاریابی است. این وبلاگ اغلب نتایج پژوهش‌های بسیار بزرگی را که توسط دانشجویان دکترا یا اساتید بسیار مشهور انجام می‌شود در سایت خود منتشر می‌کند. این نشریه با حدود ۴۵۰۰ کارمند که در بوستون مستقر هستند، به فعالیت می‌پردازد. آنها همچنین دفاتر دیگری در نیویورک، هند و انگلیس دارند که با تولید محتوای بسیار تخصصی به دنبال دستیابی به مخاطبان سه بازار هستند:

- مدرسان دانشگاهی
- صاحبان کسب‌وکارهای بزرگ
- صاحبان کسب‌وکارهای کوچک.

## وبلاگ sales hacker از وبلاگ‌های حوزه فروش

فروش یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتی است که کسب‌وکارهای امروزی با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. فروش یک علم بسیار بزرگ و تخصصی است، اما بسیاری از افراد هستند که آن را بیشتر هنر می‌دانند تا علم. با اینکه وب‌سایت‌های بسیار زیادی در حوزه فروش وجود دارند اما وب‌سایت Sale Hacker یکی از بهترین آنها به شمار می‌آید. علاوه بر این وب‌سایت می‌توانید از مطالب موجود در بخش فروش هاب اسپات نیز استفاده کنید.

## وبلاگ brand unique از وبلاگ‌های حوزه برندینگ

کمتر وبلاگی را می‌توانید پیدا کنید که به صورت تخصصی در حوزه برندینگ فعالیت کند. یکی از مزیت‌های رقابتی وبلاگ برند یونیک این است که تنها بر موضوع برندینگ تمرکز کرده و به صورت تخصصی به این موضوع می‌پردازد. با خواندن محتوای بسیار قدرتمند آنها به راحتی می‌توانید عوامل تأثیرگذار بر برندینگ کسب‌وکار خود را شناسایی کنید.

## بخش PR از وبلاگ Inc

وب‌سایت Inc با اینکه روی موضوعات مختلفی همچون تکنولوژی، رشد، نوآوری و... تمرکز کرده است، با این حال یکی از بهترین تولیدکنندگان محتوا در حوزه روابط عمومی است. در این بخش می‌توانید مطالب آموزشی مرتبط با روابط عمومی را ببینید و همین‌طور از جدیدترین اخبار حوزه روابط عمومی آگاه شوید.

## وبلاگ Hubspot از وبلاگ‌های حوزه بازاریابی اینترنتی

هاب اسپات را می‌توان بهترین وبلاگ در حوزه بازاریابی درونی و بازاریابی اینترنتی دانست. این وبلاگ خود نیز از راهکارهای بازاریابی اینترنتی بهره گرفته و شهرتی که به‌دست آورده نشان می‌دهد که آموزه‌های آنها واقعاً به درد بخور و کارآمد است، همچنین هاب اسپات دوره‌های بسیار معتبری را به صورت اینترنتی برگزار می‌کند. شما می‌توانید از ویدئوهای آموزشی آنها در حوزه‌های مورد علاقه‌تان استفاده کنید، سپس در همان سایت آزمون بدهید و مدرک معتبر بین‌المللی دریافت کنید.

## دیگر وبلاگ‌های مفید

علاوه بر وبلاگ‌هایی که معرفی کردیم، هزاران وبلاگ خوب و مفید دیگر نیز در حوزه بازاریابی مشغول به فعالیت هستند. شما با جست‌وجوی یک کلیدواژه مناسب می‌توانید به مطالب خوبی دست پیدا کنید، اما اگر به دنبال آموزش مداوم و به‌روز بودن هستید، دنبال کردن وب‌سایت‌ها می‌تواند راهکار مناسبی باشد. در ادامه دو وب‌سایت خوب دیگر را نیز به شما معرفی می‌کنیم.

## وبلاگ فوربس

فوربس یکی از مشهورترین مجله‌های اقتصادی آمریکایی است که هر دو هفته یک‌بار منتشر می‌شود. فوربس علاوه بر نشریه، یکی از مشهورترین و به‌روزترین وبلاگ‌های حوزه بازاریابی، اقتصاد و مدیریت را در اختیار دارد.

## وبلاگ entrepreneur

اگر به دنبال وب‌سایتی هستید که بیشتر در حوزه کارآفرینی باشد و مطالبی کوتاه و ارزشمند در این حوزه در اختیار شما قرار دهد، ما سایت آنتروپرنور را به شما توصیه می‌کنیم. این وبلاگ مطالبی در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار دارد، اما بیشتر آنها رنگ‌وبوی کارآفرینی دارند.



## پنج عادت طلایی مدیران موفق

یکی از کلیدهای موفقیت در کسب و کار، توجه به جزئیات است. موفقیت در کسب و کار به همین سادگی به دست نمی آید و توجه و تمرکز زیادی می طلبد. باید کارهای کوچکی را دنبال کنیم که به رشد هر روزه کسب و کار ما کمک می کند. به گزارش نوپانا، در مطلب پیش رو به پنج عادت خوب اشاره کرده ایم که رعایت آنها موفقیت را برای شما به ارمغان خواهد آورد.

## تخصیص کار

تا به حال حس کرده اید که کارهایتان زیاد است و زمان خیلی کمی برای انجامش دارید؟ شاید سعی می کنید همه کارها را خودتان به تنهایی انجام دهید و این یکی از بزرگترین اشتباهات رایج در میان کارآفرینان است. تنها به این خاطر که خودتان از پس همه کارها بر می آید، دلیل نمی شود که تمام وقتتان را صرف کارهای کوچک کنید. به جای اینکه همه کارها را خودتان انجام دهید، هنر تخصیص کار را یاد بگیرید. با افرادی آشنا شوید که مهارت‌های خاصی دارند. به آنها اعتماد کنید و اطمینان داشته باشید که آنها نیز همانند شما از پس انجام کارها بر خواهند آمد.

پس سعی کنید مسئولیت‌ها را تقسیم کنید و امور مختلفی را به افراد خیره بسپارید. هر چه زودتر تخصیص کار را یاد بگیرید؛ اوضاع کار بهتر می شود و خودتان نیز آرامش فکری بیشتری خواهید داشت.

## صرفه جویی

صرفه جویی نکته بسیار مهمی است، به ویژه اگر تازه کاری را شروع کرده اید و هنوز به مرحله سوددهی نرسیده اید. کارآفرین‌ها معمولا کمی ولخرج هستند و پول زیادی را صرف خرید تجهیزات گران قیمت، دکوراسیون، دفتر یا... می کنند. این اصل خوب نیست، چرا که افراط در هزینه‌ها سبب می شود در نهایت پولی برای ان باقی نماند و اهداف بلندمدت حرفه‌ای‌تان تحت‌الشعاع قرار گیرد.

اگر راهی برای کاهش هزینه‌ها پیدا کردید، حتماً آن را دنبال کنید. هر چقدر بیشتر صرفه جویی کنید، پول بیشتری خواهید داشت؛ به همین سادگی. اگر پول‌تان زیادی کرده است، سعی کنید آن را در زمینه‌های سرمایه‌گذاری کنید که به رشد کسب و کارتان کمک می کند.

## لینک‌ها را دنبال کنید

دنبال کردن برندها و شما کمک می کند از نظر دیگران در مورد کسب و کارتان آگاه شوید، از سوی دیگر کمک می کند مشتریان خود و نیازهای آنها را بشناسید. پس ضروری است حضور خود را در رسانه‌های اجتماعی دنبال کنید و دائماً دنبال اسم خود بگردید. البته یادتان باشد اگر راهی برای خودکارسازی این فرآیند نداشته باشید، دنبال کردن نام خود در اینترنت خیلی سخت می شود، بنابراین بهتر است از اپلیکیشن‌هایی مثل BuzzSumo و Google Alerts برای این کار استفاده کنید. در کنار پیگیری نام خود، بهتر است برای وبسایت خود لینکی بسازید که شهرت اینترنتی شما را بالاتر ببرد. BuzzSumo، می‌توانید بفهمید کجا از شما نام برده شده است، اما لینک درستی به وبسایت شما داده نمی‌شود. در این صورت تنها کاری که باید کرد، تماس با صاحب آن وبسایت و درخواست اضافه کردن لینک سایت خودتان است.

## مدیریت زمان

تا به حال حس کرده اید زمان بیشتری برای انجام کارهای خود نیاز دارید؟ ما اینجا یک تاکتیک ساده به شما پیشنهاد می‌کنیم؛ کارتان را از صبح زود شروع کنید. صبح زود بیدار شدن یکی از عادت‌های خوبی است که به افزایش بهره‌وری کمک می‌کند. ایده کار ساده است؛ شما باید زمان خود را روی کاغذ بودجه‌بندی و با آن به‌گونه‌ای رفتار کنید که گویی سرمایه یا پولی است که در دست شماست و باید عاقلانه خرج شود. این کار به شما اجازه می‌دهد اولویت‌های‌تان را مشخص کنید، بازه‌های زمانی برای خود بسازید و همانطور که دوست دارید برنامه‌ریزی و زندگی کنید.

## ملاقات با راهبری که او را تحسین می‌کنید

همه ما الگویی در زندگی داریم که او را تحسین می‌کنیم. این فرد هر که باشد، احتمالاً همیشه آرزوی دیدارش را به شکل روردر یا اینترنتی داشته‌اید. نکته اینجاست که شما می‌توانید از این افراد درس‌های مهمی بگیرید. به‌طور ایده‌آل، باید از کسی درس گرفت که پاتجربه است، سابقه شناخته‌شده‌ای دارد و به حرف‌های خود عمل می‌کند. شما می‌توانید در کنفرانس‌ها با این افراد روبه‌رو شوید و درخواست مصاحبه بدهید یا حتی فقط چند سوال ساده بپرسید؛ مثلاً نظرشان را در مورد یک مسئله کوچک جویا شوید. شاید بدترین اتفاق ممکن این باشد که بشنوید «نه، متأسفم»، اما اگر نپرسید، شاید فرصتی طلایی را از دست بدهید. تمرکز بر این پنج عادت، تأثیر فوق‌العاده‌ای بر میزان بهره‌وری کسب و کار شما خواهد داشت. پس این این عادت‌ها را هر روز دنبال کنید تا موفقیت برای شما باشد.

## ۱۹ نکته آموزشی از میلیارد درهای جوان (بخش دوم)

## ترجمه: علی آل علی

امروزه تصور فردی که قادر باشد قبل از ۳۰ سالگی به ثروتی میلیاردی دست پیدا کند، کمی عجیب به نظر می‌رسد. با این حال لازم است با این واقعیت که امری شدنی و ممکن است مواجه شوید. با این حال در این رابطه نحوه عمل افراد بسیار مهم است. بدون تردید افراد زیادی هستند که هدف خود را دست یافتن به ثروت میلیاردی می‌دانند با این حال در این امر ناموفق هستند، علت اصلی آن نیز عدم برنامه‌ریزی و انتخاب مسیر درست است. در ادامه ۱۰ نکته طلایی دیگر را برای شما آورده ایم.

## ۱۰- بدانید که چه محصولی عالی خواهد بود

در بازارهای رقابتی مهم‌ترین اصل کیفیت برتر است و به همین خاطر لازم است محصولات خود را با استانداردی بالا وارد بازار کنید. با این حال در بسیاری از موارد مشاهده شده که کیفیت نیز ضامن موفقیت در فروش نشده است. علت این امر به این خاطر است که اقدامات پیش از تولید به خوبی صورت نگرفته است. منظور از این بخش این است که باید قبل از اقدام به تولید نسبت به محصولی که قرار است تولید کنید، به یک جمع‌بندی مناسب دست پیدا کرده باشید. برای مثال باید بدانید که محصول شما قرار است چه نیازی را برطرف کند و میزان آن تا چه حد خواهد بود. همچنین لازم است محصولات مشابه سایر شرکت‌ها نیز مورد بررسی قرار گیرد تا بتوانید کاری نوین انجام دهید. در این رابطه توجه به این نکته ضروری است که جامعه هدف نیز معیاری تأثیرگذار خواهد بود. برای مثال در صورتی که شرکت شما در کشورهای دیگر نیز نمایندگی دارد، لازم است فرهنگ و نیاز مردم آن منطقه یا کشور به درستی شناسایی شده و در صورت نیاز تغییراتی در محصول اعمال کنید.

## ۱۱- قبل از اقدام به درستی فکر کنید

اقدامات سریع نتایج سریع را نیز به همراه خواهد داشت که به علت آنکه افراد تحت این شرایط نمی‌توانند به خوبی در رابطه با موضوع پیش روی خود تفکر داشته باشند، با نتایج منفی



مواجه خواهند شد. تحت این شرایط لازم است قبل از آنکه کاری انجام دهید، به درستی راجع به آن و پیامدهایی که به همراه خواهد داشت فکر کنید. خود را به عنوان فردی حرفه‌ای و مورد آزمایش و بازبینی قرار دهید تا از نتیجه‌بخش بودن آن اطمینان حاصل کنید.

۱۲- بدانید که چه محصولی عالی خواهد بود  
خواهد شد در کوتاه‌مدت با سود کمی مواجه شوید، با این حال همانطور که در موارد گذشته به آن اشاره شده است، باید آفق دید خود را به‌عنوان فردی حرفه‌ای و مورد آزمایش و بازبینی قرار دهید تا از نتیجه‌بخش بودن آن اطمینان حاصل کنید.  
۱۳- مدرن باشید  
اشتباه بسیاری از مدیران این است که به روش‌های قدیمی کار مدیریت را جلو می‌برند. توجه داشته باشید که هر چیزی مدت زمان خاص خود را دارد و نمی‌توان در عصر حاضر که با انفجار تکنولوژی مواجه هستیم، مانند صد سال قبل فکر و اقدام کرد. به همین خاطر لازم است همواره خود را به‌عنوان شرکتی مدرن و امروزی مطرح کنید. برای مثال حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار باعث خواهد شد وجهه شرکت توانمندتر از قبل به نظر برسد. با این حال مدرن بودن عملاً به نفع خود شرکت نیز است. برای مثال در صورتی که ساختمانی مدرن برای شرکت خود مهیا کنید، بسیاری از هزینه‌ها نظیر انرژی، کاهش چشمگیری خواهند یافت. با این حال ممکن است در ابتدای کار توانایی مالی شما محدودتر از آن باشد که بودجه‌ای کافی به این امر اختصاص دهید. این امر نباید موجب قرار گرفتن در این مسیر شود و تحت این شرایط خلافت به کمک شما خواهد آمد. برای مثال می‌توانید ساختمان شرکت را به نحوی طراحی کنید تا امکان اعمال تغییرات و تجهیز کردن آن وجود داشته باشد.

## ۱۴- نمونه اولیه بسازید

فرض کنید محصولی را تولید و روانه بازار کرده‌اید که با نقض فنی مواجه است. چنین مشکلاتی ممکن است به علت ایرادات طراحی یا حین تولید رخ دهند. تحت این شرایط وجهه شرکت شما ضربه سختی خواهد خورد

و دلیل یا دلایل آن را در جایی یادداشت کنید. با این کار از تکرار مشابه آن برای خود جلوگیری خواهد کرد.

## ۱۷- همه بخش‌ها را همواره تقویت کنید

عدم رسیدگی به شرکت و قدرتمندتر ساختن آن، روند پیشرفت شما را کند خواهد ساخت. به همین خاطر لازم است تمامی قسمت‌های شرکت را همواره قوی‌تر سازید. بسیاری از افراد تنها تمرکز خود را معطوف به بخش‌های اصلی کرده و از سایر قسمت‌ها غافل می‌شوند که به نظرشان تصمیمی کاملاً اقتصادی است. با این حال اگر بهترین‌ها را در اختیار نداشته باشید، حتی اگر در کوتاه‌مدت با تکیه بر توانایی‌ها و خلاقیت‌های خود به خوبی پیش بروید، خیلی زود از رده‌های بالای رقابت جدا خواهید شد. به همین خاطر همواره بخشی از سود خود را باید برای تجهیز کردن شرکت کنار بگذارید.

## ۱۸- فرهنگ منحصر به فرد خود را ایجاد کنید

رفتار و اقدامات شما باید نسبت به سایرین متفاوت باشد تا مورد توجه قرار گیرد. درواقع اگر می‌خواهید تأثیری عمیق بر مخاطب خود داشته باشید باید مخصوص رفتار کنید. در این رابطه توصیه‌ها صرفاً بر ایجاد یک فرهنگ مخصوص خود بوده و افراد باید با توجه به جامعه هدف و توانایی‌های خود در این رابطه اقدام کنند. به همین خاطر هرگونه توصیه بیشتر جنبه کی‌برداری به خود خواهد گرفت.

## ۱۹- ترس از شکست را کنار بگذارید

شکست یک فاجعه نیست، اقدامات بعد آن است که می‌تواند فاجعه را ایجاد کند. درواقع به هر دلیل همواره ممکن است با شکست مواجه شوید. حتی اگر به بهترین شکل نیز کار خود را جلو ببرید این امر باز در کمین شما خواهد بود. برای مثال ممکن است شعبه جدید شما با بلای طبیعی مواجه شده و به‌طور کلی غیرقابل استفاده شود. تحت این شرایط لازم است جسارت و اعتماد به نفس را در خود افزایش دهید. بدون شک تردید باعث شما نصیب شدن فرصت‌های شما نصیب رقیب‌های‌تان شود و این بدترین شکست خواهد بود.

منبع: [www.thebalance.com](http://www.thebalance.com)

## کار تابل



## در اندیشه بازسازی خودتان باشید

فرصت امروز: اگر استراتژی‌های متعددی را انجام داده و نتیجه لازم را کسب نکرده‌اید، لازم است به فکر بازسازی تیم خود باشید. در سال‌های اخیر تحقیقاتی توسط کارخانه‌های اتومبیل‌سازی انگلستان به‌منظور کسب بهره‌وری بیشتر انجام شد. در این تحقیقات کارخانه‌های اتومبیل‌سازی آلمان که بهره‌وری بالاتری نسبت به کارخانه‌های انگلیسی داشتند، مورد بررسی قرار گرفتند. بررسی‌ها نشان می‌دادند کارخانه‌های اتومبیل‌سازی آلمان چهار برابر کارخانه‌های انگلستان بهره‌وری بالاتری داشتند؛ پس از بررسی و تحقیقات بیشتر مشاهده شد عامل موفقیت در تجهیزات بهتر و جدیدتر نیست؛ موضوع حقوق و مزایای بیشتر هم نبود. این عامل که یافتنش سخت شده بود عامل X نام گرفت. بعدها مشخص شد عامل ایکس «انگیزه بالاتر» کارکنان در کارخانه‌های اتومبیل‌سازی آلمان بود. اگر خلاصه بگوییم؛ در کارخانه‌های آلمانی فرآیند استخدام بسیار سخت‌گیرانه‌تر انجام می‌شد و افراد بسیار عالی را استخدام و سپس در آنها انگیزه کافی برای ارائه کار با کیفیت بالا ایجاد می‌کردند. این تحقیقات نشان می‌دهد که اگر فقط بر بهبود گروه خود تمرکز کنید می‌توانید بهره‌وری کارتان را چندین برابر کنید. بنابراین باید در مورد دور عالی عمل کنید؛ استخدام و مدیریت کارکنان.

## ایده

آندرتا یونگ، رئیس شرکت آون (برندی فرانسوی که در زمینه تولید لوازم آرایشی و بهداشتی فعالیت می‌کند) است. وی عقیده دارد که شرکت‌ها باید جهت بازسازی تیم خود تعادل لازم را داشته باشند و این امر بدین معنا است که آنها باید تغییرات را به شکلی اصولی انجام دهند و از تغییرات بیش از حد جلوگیری کنند. برای مثال اگر شرکت‌تان در زمینه فروش با مشکل مواجه است، نخست بهتر است تغییراتی را در بازاربازهای خود انجام دهید تا اینکه تقریباً کل شرکت را جایگزین کنید. این امر با توجه به اینکه افسراد جدید برای هماهنگ شدن نیاز به زمان دارند، می‌تواند بسیار مضر باشد. به همین خاطر در بازسازی تیم، شناسایی اشکالات و کاستی‌ها منجر به تصمیم‌گیری درست خواهد شد. یک ضرب‌المثل هست که می‌گوید «هر چیزی که اندازه‌گیری بشه، بهتر می‌شه». پس شما هم می‌توانید با شناسایی نقاط قوت و قسمت‌هایی که نیاز به بهبود دارند، تیم بازاریابی را رشد دهید. فراموش نکنید که تیم‌های بازاریابی خوب طی یک فرآیند بیهوده مستمر بزرگ می‌شوند. ژائوئینگ، مدیرعامل شرکت داروسازی Wyeth در چین است. او در این رابطه بیان می‌کند که تیم خوب لازمه اصلی موفقیت است و اگر خود را فاقد آن می‌دانید لازم است به بازسازی آن بپردازید. با این حال یکی از مواردی که منجر به این می‌شود تا افراد در این رابطه محتاطانه عمل کنند، ترس از تغییر است. با این حال اگر تغییرات شما منطقی و حساب شده باشد، دلیلی برای ترس وجود ندارد.

## آنچه در عمل باید انجام دهید

- نخستین سوالی که باید با جرات از خود بپرسید این است که آیا در مجموعه شما افرادی هستند که اگر فردا بخواهند استعفا دهند شما با استعفا‌یشان به راحتی موافقت خواهید کرد؟ شما تنها ناراحت نمی‌شوید بلکه از اینکه خودشان برای استعفا پیش قدم شده‌اند خوشحال می‌شوید! اگر چنین افرادی وجود دارند بهتر است خودتان پیش‌قدم شوید و آنها را اخراج کنید، زیرا اگر نسبت به فردی ذهنیت بدی داشته باشید باعث کاهش عملکرد در محل کار می‌شود و ذهن شما را درگیر می‌کند. همچنین چنین افرادی بسر کارکنان دیگر هم اثر منفی می‌گذارند.

- آیا در مجموعه شما کارمندانی وجود دارند که غیرقابل جایگزین باشند و کسب و کارتان به آنها وابسته است؟ اگر آنها نباشند همه چیز به هم می‌ریزد. اگر چنین کارمندانی دارید از همین امروز روی ایجاد انگیزه بیشتر به این کارمندان کار کنید و به آنان بیشتر توجه کنید.

- یکی از راه‌های موفقیت شرکت‌های جهشی عوض کردن جایگاه کارمندان است، به‌طور مثال اگر این شرکت‌های موفق بخواهند مدیر داخلی استخدام کنند هیچ‌گاه از بیرون کسی را اضافه نمی‌کنند، بلکه یکی از منشی‌ها را به‌عنوان مدیر داخلی انتخاب می‌کنند و فردی را از بیرون برای منشی‌گری استخدام می‌کنند.

- اگر استراتژی شما نتایج لازم را به همراه ندارد، به سرعت آن را عوض کنید، با این حال در برخی موارد لازم است تغییراتی را در شرکت انجام دهید. بیشترین تغییرات در مهم‌ترین پست‌ها صورت می‌گیرد درست مانند یک تیم فوتبال که به محض نتیجه نگرفتن، سرمربی را اخراج می‌کند. با این حال در برخی موارد تنها تعویض مدیریت کافی نیست و تغییرات بیشتری مورد نیاز است.

## کسب و کار خلاق



کامیون غذای سیار - احتمالاً کامیون غذای سیار پرهزینه است، ولی این مسئله به شما بستگی دارد که راهی پیدا کنید و با حداقل هزینه آن راه‌اندازی کنید. حقیقت این است که افراد هر روز و همیشه به غذا خوردن نیاز دارند. تعدادی از ما دوست نداریم یا پول کافی نداریم که مدام در رستوران غذا بخوریم. پس به دنبال راهی سریع‌تر و ارزان‌تر برای صرف غذا می‌گردیم - یک کامیون سیار خوراکی. اطلاعات نشان می‌دهد صنعت کامیون‌های غذای سیار بالغ بر ۲.۵ میلیارد دلار گردش مالی داشته‌اند.





مدیرعامل آب و فاضلاب روستایی آذربایجان غربی :

### در پایان دولت یازدهم ۲۶ برابر رشد نسبت به اول دولت داشتیم

**ارومیه - خبرنگار فرصت امروز-** محمدی اقدم مدیرعامل آب و فاضلاب روستایی استان در نشست خبری با اصحاب رسانه که در آستانه هفته دولت درخانه مطبوعات استان آذربایجان غربی برگزار شد گفت : عملیات اجرایی در ۴۵۵ روستای استان با جمعیت ۲۲۷ هزار نفر صورت گرفته است که ۲۵۹ روستا با ۱۲۱ هزار نفر جمعیت پایدار مانده اند. در دولت یازدهم ۱۴۰ میلیارد تومان اعتبار هزینه شده است. ۱۴ درصد شاخص بهره مندی در چهار سال گذشته ارتقا پیدا کرده است. در حال حاضر ۷۲.۴ درصد شاخص بهره مندی استان است. ۱۴ درصد تعداد مشترکان در دولت یازدهم افزایش پیدا کرده است. مدیرعامل آب و فاضلاب روستایی استان در ادامه اظهار داشت: امسال ۳۳۸ روستای استان با جمعیت ۱۵۲ هزار نفر تحت پوشش آبرسانی قرار میگیرند که با اتمام پروژه های آبرسانی به این روستاها شاخص بهره مندی استان ۵ درصد ارتقا می یابد. مطالعات آبرسانی برای ۱۵۳ روستای بوکان، ۱۱۸ روستای مهاباد، ۱۰۵ روستا در شمال استان در سال جاری شروع شده است که برای اجرای آنها ۴۰۰ میلیارد تومان اعتبار پیش بینی می شود.

مشاور مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان:

### ایمنی و پیشگیری مدیریت حریق در صنعت برق باید جدی گرفته شود

**اهواز- شبنم قجواند-** مشاور مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: ایمنی و پیشگیری مدیریت حریق در صنعت برق که به عنوان زیر بنایی ترین صنعت در کشور محسوب می شود، باید جدی گرفته شود. عبدالرسول زرگر در کارگاه تخصصی آموزشی پیشگیری و مدیریت حریق که در سالن امام رضا (ع) شهرک نفت اهواز برگزار شد، گزارشی از وضعیت صنعت برق خوزستان ارائه داد و به تشریح عمده عوامل ایجاد حریق در این صنعت حیاتی پرداخت و اظهار داشت: فرسودگی شبکه، افزایش بار، افزایش دما، عیب های فنی، عدم بازدید و کنترل مناسب از شبکه برق، عدم رعایت استانداردها، عدم طراحی صحیح، شرایط محیط صنعتی، آلودگی و رطوبت، کیفیت ضعیف، عوامل انسانی و کلید زنی (سوییچینگ) مهمترین عوامل ایجاد حریق در صنعت برق هستند. وی تصریح کرد: عوامل ایجاد حریق را به دو دسته طبیعی و غیر طبیعی می توان تقسیم بندی که زلزله، توفان و صاعقه عوامل طبیعی وقوع حادثه هستند. زرگر اضافه کرد: آموزش، شناسایی و ارزیابی خطرات، کنترل و پیشگیری، کنترل و کاهش بار، کنترل و کاهش دما، رعایت استانداردهای عیادت، اقدامات پداختی، تجهیز و تحلیل حوادث گذشته ناشی از کار و ... موارد پیشگیرانه در مدیریت حریق در صنعت برق به شمار می روند.

### افتتاح ۸ پروژه منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان در هفته دولت

**گرگان- خبرنگار فرصت امروز-** اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان به مناسبت هفته دولت ۸ پروژه عمرانی به ارزش بیش از ۱۴ میلیارد ریال را افتتاح خواهد کرد. پروژه های مذکور در ۴ بخش : کنترل سیلاب ، ترسیب کربن ، تولید نهال و نهالکاری در مناطق مختلف استان میباشد که در مجموع ۲۲۳۴ خانوار از مزایای این پروژه ها بهره مند خواهند گردید. ۱- پروژه سازه کنترل سیلاب و رسوب رجن: این پروژه در حوزه شهرستان رامیان و در حوزه آبخیز قورچا به بهره برداری خواهد رسید ، ۳ میلیارد ریال از محل اعتبارات استانی را به خود اختصاص داده و با افتتاح آن ۴۰ خانوار بصورت مستقیم از مزایای آن بهره مند خواهند گردید. ۲- پروژه سازه کنترل سیل و رسوب و طئانین سازه در حوزه شهرستان بندرگز و در حوزه آبخیز وطنبا به بهره برداری خواهد رسید و ۲ میلیارد ریال از محل اعتبارات استانی را به خود اختصاص داده و با افتتاح آن ۲۰ خانوار بصورت مستقیم از مزایای آن بهره مند خواهند گردید. ۳- پروژه سازه سرشاخه گیر و کنترل سیلاب بورت کالقم : این سازه در حوزه شهرستان گالیکش و در حوزه آبخیز اوغان به بهره برداری خواهد رسید ، یک میلیارد و هفتصدو هشتاد میلیون ریال از محل اعتبارات استانی را به خود اختصاص داده و با افتتاح آن ۲۰ خانوار بصورت مستقیم از مزایای آن بهره مند خواهند گردید. ۴- پروژه ترسیب کربن : در حوزه شهرستان آزادشهر ، در روستاهای امان و کاشیدار به بهره برداری خواهد رسید ، یک میلیارد و هشتصدو هشتاد میلیون ریال از محل اعتبارات استانی را به خود اختصاص داده و با افتتاح آن ۹۵۴ خانوار بصورت مستقیم از مزایای آن بهره مند خواهند گردید. ۵- پروژه تولید نهال گنبداین پروژه در اراضی مرتعی حوزه شهرستان گنبد به بهره برداری خواهد رسید ، یک میلیارد دو سیصد میلیون ریال از محل اعتبارات استانی را به خود اختصاص داده و با افتتاح آن ۶۰ خانوار بصورت مستقیم از مزایای آن بهره مند خواهند گردید. ۶- پروژه تولید نهال مراوه تپه : این پروژه در اراضی مرتعی حوزه شهرستان مراوه تپه به بهره برداری خواهد رسید ، یک میلیارد و دو سصد ده میلیون ریال از محل اعتبارات استانی را به خود اختصاص داده و با افتتاح آن ۳۰ خانوار بصورت مستقیم از مزایای آن بهره مند خواهند گردید. ۷- پروژه درخت کاری حاشیه جاده محور آزادشهر-مینودشت: این پروژه در محور راه ارتباطی حوزه شهرستان های آزادشهر- مینودشت به بهره برداری خواهد رسید ، ۲ میلیارد ریال از محل اعتبارات استانی را به خود اختصاص داده و با افتتاح آن ۵۰ خانوار بصورت مستقیم از مزایای آن بهره مند خواهند گردید.

### جلسه آگاهی رسانی سایت ۲ پروژه ترسیب کربن استان گلستان

**گرگان- خبرنگار فرصت امروز-** فرماندار گالیکش با بیان اینکه پروژه ترسیب کربن از طرح های اثر گذار در کشور و گلستان است، گفت: همه دستگاه های اجرایی شهرستان در اجرای هر چه بهتر این پروژه همکاری داشته باشند. حسن خسروی در جلسه شورای اداری شهرستان گالیکش با حضور معاون فنی و آبخیزداری اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری و روسای ادارات این شهرستان اظهار کرد: پروژه ترسیب کربن در حوزه اوغان گالیکش اجرا می شود، و امیدوارم شاهد نتایج ارزشمندی از اجرای این طرح در شهرستان باشیم. وی تصریح کرد: مهم ترین رویکرد دولت بر روی جوانان، روستاها و زنان است و خط مشی های پروژه ترسیب کربن با تقویت جوامع محلی در روستاها با این رویکرد ارتباط نزدیکی دارد. خسروی با تأکید بر اینکه باید برای تحقق شعارهای دولت تلاش کنیم، ادامه داد: وظیفه مندی ادارات در زمینه اشتغال مشخص است و توجه به افق اقتصاد مقاومتی در شهرستان باید به اقدام و نتیجه برسد در ادامه این جلسه، عبدالرحیم لطفی معاون فنی و آبخیزداری اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان به معرفی حوزه اوغان استان گلستان پرداخت و اظهار کرد: مشکلات اقتصادی، اجتماعی و نا اطمینی و فقر و مهاجرت، اتکاء معیشتی مردم به منابع طبیعی در حوزه فرسایشی اراضی کشاورزی و روستاها و سیلاب های مهیب فرسایش رو به فزونی تا بدند که منجر به بیپسروی بیابان در منطقه شده از دلایل انتخاب حوزه اوغان به عنوان پایلوت شماره ۲ ترسیب کربن در استان گلستان است. وی در ادامه در خصوص قابلیت بسیار بالای حوزه برای توسعه فعالیت های احداث باغات در اراضی شیبدار، گیاهان دارویی، توسعه دامداری های بسته نیمه صنعتی، پرورش طیور و کشت علوفه در اراضی کم بازده توضیحاتی داد.

### با افتتاح طرح گاز رسانی به سه روستا، درصد بهره رسانی خانوارهای روستایی لنگرود به بالای ۹۳ درصد رسید

**رشت- زینب قلیپور-** صبح روز پنج شنبه با حضور مهندس لاهوتی نماینده مردم لنگرود در مجلس، مهندس ظهیری مدیرعامل شرکت گاز استان، فرماندار و سایر مسئولان شهرستانی مشعل گاز رسانی به سه روستای کوهستانی از توابع شهر اطافور شهرستان لنگرود روشن شد. در این مراسم مهندس ظهیری گفت: با افتتاح این روستاها درصد بهره مندی خانوارهای روستایی شهرستان لنگرود به ۹۳.۲ درصد رسید و با اتمام پروژه های در حال اجرا برای گاز رسانی به ۲۰ روستا در قالب دو خوشه بلوردگان و خرما درصد بهره مندی روستائیان شهرستان لنگرود به ۹۸ درصد می رسد. مدیرعامل شرکت گاز استان ادامه داد: برای گاز رسانی به این ۳ روستا بالغ بر ۸ کیلومتر شبکه گذاری انجام شده و اعتباری معادل ۵۰۰ میلیون تومان صرف شده است. وی این کار را با توجه به موقعیت کوهستانی روستاها بسیار سخت توصیف کرد. گفت: انجام چنین کار دشواری در سایه همدلی و همکاری همه مسئولان بوینزه نماینده محترم مردم و فرماندار میسر شده است. ظهیری در پایان پرسیدن گاز به این روستاها را به اهالی تبریک گفت و امیدوار بود که همه با رعایت نکات ایمنی و مصرف بهینه، شرکراز این نعمت الهی باشیم. در ادامه این مراسم مهندس لاهوتی نماینده مردم لنگرود در مجلس گفت: دولت تدبیر و امید در ۴ سال گذشته به بیش از ۹ هزار روستا گاز رسانی نموده که کار بسیار بزرگی بوده است. وی همچنین از عملکرد شرکت گاز استان گیلان و مهندس ظهیری بجهت توسعه گاز رسانی در استان بوینزه شهرستان لنگرود تشکر و قدردانی کرد. همچنین در این مراسم مهندس جولادیور فرماندار لنگرود از زحمات مدیریت و کارکنان شرکت گاز استان گیلان تقدیر نمود.

### برگزاری جشنواره اقوام ایرانی به مناسبت روز قزوین از تاریخ ۵ شهریور ماه

**قزوین- خبرنگار فرصت امروز-** به گزارش روابط عمومی شرکت نمایشگاه های بین المللی استان قزوین، هادی طاهر خانی مدیرعامل این شرکت اعلام کرد: به مناسبت فرارسیدن روز قزوین جشنواره اقوام ایرانی از تاریخ ۵ لغایت ۱۰ شهریور ماه به مدت شش روز در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان قزوین برگزار می گردد. وی افزود: این جشنواره در محورهای مختلفی همچون معرفی و نمایش آداب و رسوم و آیین های ویژه اقوام بر گزار می گردد. این مسئول خاطر نشان کرد: همچنین جهت معرفی توانمندی های صنایع دستی اقوام ایران زمین نمایشگاه صنایع دستی، سوغات و هدایای با ارزش ۱۱۰ مشارکت کننده در فضایی به مساحت سه هزار و شصت مترمربع برگزار خواهد شد. طاهر خانی ضمن اشاره به اهداف برگزاری این جشنواره و نمایشگاه تصریح کرد: این جشنواره و نمایشگاه با هدف ایجاد فضایی بمنظور آشنایی هرچه بیشتر مردم با سوغات و هدایای استان های دیگر، معرفی توانمندیهای استانها در زمینه صنایع دستی و آشنایی بازدیدکنندگان با فرهنگ و آداب و سنن مناطق استان های مشارکت کننده، ایجاد فضا جهت برقراری ارتباط مستقیم بین مصرف کننده و تولید کننده و ... اشاره نمود. این مسئول یادآور شد: همچنین های موسیقی سنتی قوم های مختلف کشور، موسیقی محلی، نمایش های آیینی اقوام، برنامه های زنده و شاد و ... نیز در مدت برگزاری اجرا خواهد شد. مدیرعامل شرکت نمایشگاه های بین المللی استان قزوین در پایان افزود: نمایشگاه سوغات و هدایا در مدت برگزاری از ساعت ۱۷ الی ۲۳ در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان قزوین واقع در بلوار امام خمینی (ره) جنب صدا و سیما جهت بازدید عموم و همشریان عزیز برگزار خواهد بود.

### استاندار مازندران، دستاوردهای دولت یازدهم در استان را تشریح کرد

## بهره برداری از ۷ هزار پروژه با اعتباری بالغ بر ۸۰ هزار میلیارد ریال

در استان و ایجاد هماهنگی میان بخش های مختلف دولت در استان ۴۸۰ جلسه شورای اداری در طول دوران ۴ ساله دولت تدبیر و امید با ۳۲۷ مصوبه برگزار شد همچنین ۵۵۶ جلسه شورای اداری نیز در شهرستانهای استان برگزار شد که این استمرار نظم در طول ادوار گذشته بی سابقه بوده است. حسن خیریانیور تجار ت خارجی و توسعه صادرات غیر نفتی را یکی از محورهای تمرکز فعال سازی دیپلماسی اقتصادی استان دانست و گفت: در بحث اشتغال نیز به رغم سهمیه ۳۶ هزار نفری استان مازندران در سال جاری به دلیل ظرفیت های بالفعل و بالقوه استان در بخش های مختلف اقتصادی و همچنین برخورداری از دانش آموختگان بخش های کشاورزی و فنی ، بنا به دستور استاندار مازندران ، ایجاد اشتغال برای ۴۳ هزار نفر به مدیران استان تکلیف شد که امید واریم با هدف گذاری های صورت گرفته در دستگاه های اجرایی استان برای ۵۳ هزار نفر شغل ایجاد شود که فعال سازی و برگزاری جلسات فتنگی کارگروه اشتغال استان یکی از اقدامات موثر در این زمینه است. به گزارش روابط عمومی استانداری، علیرضا بونوسی رستمی، معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار در نشست خبری با اصحاب رسانه به مناسبت هفته دولت، ضمن قدردانی از تلاش خبرنگاران و رسانه های جمعی در راستای آگاهی بخشی و تنویر افکار عمومی با اشاره به این که در حوزه سیاسی تمام تلاش در استان در جهت حاکم کردن فضای آرامش، وفای، همدلی، گسترش دانی و فضیلت اخلاقی بوده و هست، گفت: برگزاری دو انتخابات پنجمین دوره مجلس خبرگان رهبری و دهمین دوره مجلس شورای اسلامی با مشارکت ۹۲ درصدی و انتخابات دو از دهمین دوره ریاست جمهوری و پنجمین دوره شوراهای اسلامی شهر و روستا با مشارکت ۹۱ درصدی از دستاوردهای مهم استان در این حوزه بوده است.



پروژه در استان ۲۶۴ پروژه مربوط به توزیع برق، ۱۵۲ پروژه مربوط به دهیاری ها، ۱۳۶ پروژه مربوط به راه و شهرسازی ، ۶۱ پروژه مربوط به جهاد کشاورزی ، ۳۱ پروژه مربوط به شهرداری ها، ۲۹ پروژه مربوط به بهزیستی، ۱۷ پروژه شرکت گاز استان، ۱۱ پروژه مربوط به بنیاد مسکن ، ۹ پروژه مربوط به آب و فاضلاب شهری و ۹ پروژه مربوط به برق منطقه ای، ۷ پروژه مربوط به نوسازی مدارس و ۷ پروژه مربوط به شهرک های صنعتی، ۷ پروژه مربوط به بنیاد شهید، ۷ پروژه مربوط به گردشگری و میراث فرهنگی ، ۶ پروژه مربوط به راهداری و حمل و نقل جاده ای، ۵ پروژه مربوط به شرکت آب منطقه ای، ۴ پروژه مربوط به شرکت غله و ۴ پروژه مربوط به صنعت، معدن و تجارت، ۳ پروژه مربوط به اداره کل ورزش و دو پروژه مربوط به آب و فاضلاب روستایی و پزشکی قانونی می باشد. حسن خیریانیور معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استانداری مازندران در جمع خبرنگاران استان عنوان کرد: با هدایت های استاندار مازندران ، به منظور نوسازی و بازسازی اداری و اعمال نظارت عالی به سطح دستگاه های اجرایی استان این هدف اجرای سیاست های عمومی دولت

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز:

### نیروی انسانی اصلی ترین سرمایه ما است

**GIS** (سیستم اطلاعات جغرافیایی) برای کاهش هزینه ها و نصب کنتورهای هوشمند فهام از برنامه های تعیین شده هستند. مهندس کاظمی ادامه داد: کاهش تلفات انرژی، مدیریت مصرف، کاهش انرژی توزیع نشده، بهبود ضریب بهره وری، جلب رضایت مشتریان و... از دیگر شاخص اساسی در هدنگذاری امسال هستند. وی در پایان بر توسعه خدمات الکترونیکی در حوزه فروش و خدمت مشتریین و افزایش شاخص های قابلیت اطمینان شبکه تاکید کرد. لازم به ذکر است جلسه هم اندیشی معاونت منابع انسانی و تحقیقات شرکت توانیر با مدیرعامل و معاونین شرکت توزیع نیروی برق تبریز، در محل این شرکت برگزار شد.



ارزیابی قرار خواهد گرفت. وی کاهش زمان واگذاری اشعبات را یکی از این شاخص ها عنوان کرد و افزود: گسترش کاربرد

معاون سازمان صنایع کوچک در کرج:

### ۸۹ سرمایه گذار خارجی در شهرک های صنعتی کشور استقرار یافتند

قیمت مناسب تولید می کنند که باید به بازار مصرف خارجی صادر شود. معاون برنامه ریزی سازمان صنایع کوچک کشور با بیان اینکه رسانه ها فرهنگ مصرف کالاهای ایرانی را نهادینه کنند، تصریح کرد: تولیدکننده باید تشویق به صادرات و کاهش قیمت تمام شده باشد. وی با بیان اینکه اهداف ما حمایت از صنعت گران و تولیدکنندگان است، بیان کرد: ۸۹ سرمایه گذار خارجی در داخل شهرک های صنعتی کشور مستقر شدند. معاون برنامه ریزی و عضو هیات مدیره سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی گفت: در سال جاری ۳۸۴ میلیون دلار سرمایه گذاری در شهرک های صنعتی داشتیم که قصد داریم این سرمایه گذاری را تا پایان سال به ۲ میلیارد دلار افزایش دهیم.



شده است. وی با اشاره به نقاط ضعف در صنایع کوچک و شهرک های صنعتی عنوان کرد: واحدهای تولیدی در کشور کالاهای خوبی با

در آیین تکریم از خبرنگاران حوزه نوسازی مدارس هرمزگان اعلام شد

### تا چهار سال آینده مدارس تخریبی جمع آوری می شوند



**بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز-** به گزارش روابط عمومی اداره کل نوسازی ، توسعه و تجهیز مدارس هرمزگان ، همزمان با هفته خبرنگار از خبرنگاران حوزه نوسازی مدارس تجلیل شد. مهندس نوید احمدی در این مراسم با تکریم جایگاه خبرنگاران گفت : صدقات در گفتار و نوشتار شاخصه اصلی خبرنگاران معتمد است. حوزه رسانه حوزه ای گسترده است که می تواند دستگافه ای اجرایی را در خدمت بهتر به مردم یاری رساند. سرپرست اداره کل نوسازی ، توسعه و تجهیز مدارس هرمزگان در مراسم رسالت اصلی خبرنگاران را انعکاس صدای مردم به مسئولین دانست و افزود: شما خبرنگاران جایگاه ویژه ای دارید و همه موظف به تکریم شأن اصحاب رسانه هستند. مهندس احمدی با اشاره به تعداد مدارس تخریبی و مدارس غیر استاندارد اظهار داشت : هم اکنون ۹۱۹ مدرسه در قالب چهار هزار و ۲۵ کلاس درس در این استان تخریبی و غیراستاندارد است. از این تعداد، ۵۷۹ مدرسه در قالب ۲ هزار و ۴۲۸ کلاس درس در سطح استان قابلیت مقام سازی دارند و ۴۴۰ مدرسه در قالب یک هزار و ۵۷۹ کلاس درس نیز باید

### جاری سازی و تعمیم نظام مدیریت فرآیندها در منطقه ۸ عملیات انتقال گاز

**تبریز - لیلی پاشائی -** جلسه تعمیم و جاری سازی فرآیندها در قالب پروژه مدیریت فرآیندهای شرکت انتقال گاز با حضور نماینده مدیریت برنامه ریزی، مشاور پروژه و همچنین مدیر، معاونین و مسئولین واحدهای ستادی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز در تبریز برگزار شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، رئیس تحلیل سیستمها و مدیریت انرژی در جلسه افتتاحیه، ضمن تأکید بر اهمیت احصاء و تدوین فرآیندهای اصلی و فرعی منطقه و شرکت انتقال گاز، مدیریت فرآیندها را بعنوان هسته مرکزی طراحی و پیاده سازی اکثر سیستمهای مدیریتی از قبیل مدیریت استراتژی، IMS، EFQM، پروژه ABC، نظام مشارکت، طرح تکریم ارباب رجوع، HSE، IMS، مدیریت انرژی و... برشمرد. مهندس چهری با اشاره به اینکه نخستین گام در راستای بهبود فرآیندها، احصا و شناسایی دقیق آن هاست، افزود: از



طریق تعمیم نظام مدیریت فرآیندها در مناطق عملیاتی می توان دسترس و تفهیم کلیه متولیان فرآیندها در سطح منطقه در خصوص فرآیندهای مرتبط، اطمینان حاصل نموده و زمینه برای جلب مشارکت هرچه بیشتر متولیان فرآیندها در جهت پیاده سازی رویکرد مدیریت فرآیندها هموار گردد. وی ایجاد تعهد در خصوص

## تظاهر و ریاکاری رهبران، روحیه کارمندان را نابود می کند

اگر عمل و رفتار رهبران کسب و کار هم راستا و مطابق با صحبت‌ها و شعارهای‌شان نباشد، نمی‌توان از کارمندان انتظار داشت با شور و انگیزه به کارشان ادامه دهند.

به گزارش زومیت، یکی از رفتارهایی که هر روز بیشتر در رهبران و مدیران شاهد آن هستیم و در اغلب شرکت‌ها متداول است، تظاهر و دورویی است. این رفتار متأسفانه نه تنها روحیه و اعتمادبه‌نفس کارمندان را از بین می‌برد و انگیزه کاری آنها را نابود می‌کند، بلکه به بهره‌وری هم آسیب می‌رساند.

مصادق آن، همان رهبری است که در اتاق کنفرانس ایستاده و در مورد ارزش‌های فرهنگ شرکت مثل مهربانی و احترام صحبت می‌کند، درحالی‌که کارمندانش بارها شاهد فریادها، تشر و عتاب او با زیردستانش بوده‌اند و دیده‌اند که چطور عواملش را با نام‌های زشت خطاب می‌کند.

یا رهبری که همیشه از سایر مدیران و ناظران قدردانی می‌کند، اما تیم خودش هرگز روی خوشی از او نمی‌بینند و نهایت خدمت او به کارمندانش این است که یک برنامه آموزشی را به آنها معرفی و بعد اتاق را ترک کند.

رهبری که در یک ویدئوی شرکتی ظاهر می‌شود، لبخند می‌زند و اعلام می‌کند که سهم و نقش همه کارکنان در پیشرفت شرکت برایش ارزشمند است، اما حاضر نیست حتی دقایقی کوتا‌ه، با کارمندانش که آنها را «مردم سطح پایین و بی‌اهمیت» می‌داند، صحبت کند.

این رهبر در گزارش سالانه خود می‌نویسد که موفقیت کل سازمان از روحیه خوب تیم ناشی می‌شود، ولی وقتی به تیم‌های مختلف او درون شرکت نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که همه آنها باهم درگیرند و مشکلات درون تیمی هم سر به فلک کشیده است.

چگونه می‌توان این معضل را حل کرد؟

### حسابدهی و پاسخگویی

اعضای هیأت‌مدیره باید از مدیران اجرایی بخواهند که رفتارشان مطابق و سازگار با ارزش‌های شرکت باشد. اگر مشکلی در شرکت به وجود می‌آید، آنها باید به کارمندان آموزش‌های لازم را ارائه و بعد با مربیگری مناسب، با اخلاق و رفتار شایسته، کارمندان را در جهت حل مشکل هدایت کنند.

اگر رهبران حاضر نیستند این رویه را در پیش بگیرند، به‌سادگی باید آنها را از شرکت اخراج کرد. هر شرکتی که در مقابل رفتارهای ناشایست مدیران می‌ایستد، قابل‌تقدیر است. چرا اما درعین‌حال یک سوال هم مطرح است: چرا شرکت برای مدتی طولانی اجازه داده که چنین رفتارهای ناپسندی ادامه پیدا کند؟

**رهبران باید الگوی نقش‌های مختلف باشند** شرکت‌ها باید مطمئن شوند که رهبران اجرایی تیم‌ها، خودشان الگوی رفتاری هستند که از کارمندان‌شان انتظار دارند. این رفتار باید حرف‌های و خالی از شرارت باشد.

کاملاً بی‌مفهوم و غیرقابل‌پذیرش است که یک رهبر بگوید کاری را که من می‌گویم انجام بده، نه کاری را که من انجام می‌دهم! اگر رهبران خودشان به حرف‌های خودشان پایبند نباشند، کارمندان با خودشان فکر می‌کنند: «نمی‌دانم چرا باید به رفتاری مقید باشم که سرپرست یا مدیر خودش به آن عمل نمی‌کند!»

**همه کارکنان باید در یک سطح قرار بگیرند** بعضی شرکت‌ها به جامعه‌ای طبقاتی تبدیل‌شده‌اند: آنها ناظران و سرپرستان را در طبقه برتر قرار داده‌اند و کارمندان را در طبقه پایین و به کارمندان به چشم حقارت و کوچکی نگاه می‌کنند. هرچند این شرایط به‌صورت علنی بیان نمی‌شود، ولی قوانین در هر گروه به شکل متفاوتی اعمال می‌شود؛ مجموعه قوانین مدیران و ناظران و مجموعه قوانین کارمندان. این مسئله بسیار دردناک و تأس‌برانگیز است.

این همان سبک و سیاقی است که روحیه کارمندان را نابود می‌کند. زمانی میشا کالینز، بازیگر، گفته بود: من واقعا فکر می‌کنم مؤثرترین روشی که می‌توان با استفاده از آن جهان تغییر را تغییر داد، این است که نمونه‌ای واقعی از صداقت را الگوی خود قرار دهیم. به‌علاوه، شغفت و مهربانی‌های بی‌توقع مثال خوبی است برای شیوه‌ای که می‌توانیم در زندگی رفتار کنیم.

برای یک رهبر، مشفقانه‌ترین عمل این است که باثبات، عدالت و یکرنگی تیمش را هدایت کند. هر الگویی به‌غیر از این، مصداق تظاهر و دورویی است.

منبع: INC



# فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

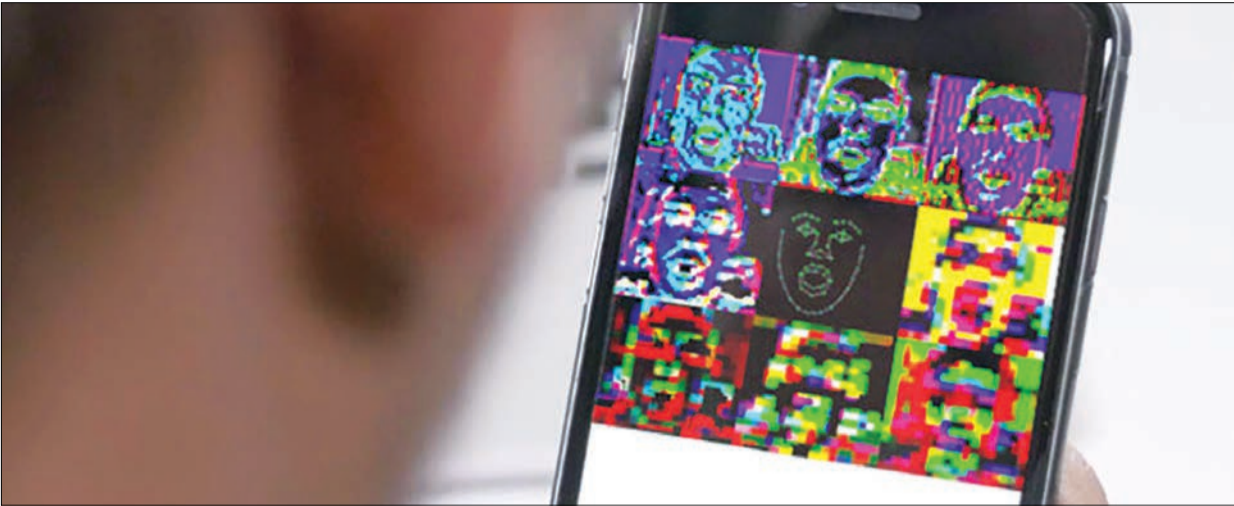
یکشنبه | ۵ شهریور ۱۳۹۶ | شماره ۸۶۶ | صفحه ۱۶

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز  
 مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی  
 چاپ: شرکت همپهن توزیع نشر گستر امروز  
 آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴  
 دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱۶۲ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

سایت: WWW.FORSATNET.IR ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

## شبکه اجتماعی پلیگرام با قابلیت شناسایی حالت چهره کاربران متولد شد



پلیگرام نام شبکه اجتماعی جدیدی است که با قابلیت شناسایی حالت چهره کاربران، برای پاسخگویی به پست دیگران کار می‌کند. به گزارش زومیت، پلیگرام نام شبکه اجتماعی جدیدی است که اخیراً کار خود را آغاز کرده است. این شبکه اجتماعی جدید قابلیت‌های جالبی دارد که از جمله آنها می‌توان به شناسایی وضعیت چهره کاربران اشاره کرد. با استفاده از این قابلیت، کاربران می‌توانند از طریق اموجی‌هایی که براساس حالت چهره آنها مشخص می‌شود، به پیام‌های دریافتی پاسخ دهند. در این شبکه اجتماعی کاربران قادرند علاوه بر داشتن گزینه‌های متعددی از اموجی‌ها، به‌جای یک گروه محدود نظیر سایر شبکه‌های اجتماعی، بازخورد خود را از

طریق حالت چهره به یک پیام وارد کنند. پلیگرام با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی حالت چهره کاربر را تشخیص می‌دهد و بهترین اموجی را که می‌تواند این‌ها را تعریف کند، در اختیار کاربر می‌گذارد. همچنین پلیگرام قادر است موقعیت مکانی تمام افرادی که در این شبکه اجتماعی یک پست را مشاهده می‌کنند، مشخص کند و این آمار را برای فردی که پست را منتشر کرده است به نمایش بگذارد. از دیگر قابلیت‌های پلیگرام، باید به فیلترهایی اشاره کرد که چهره کاربر را زیباتر از حالت معمول می‌کنند. پلیگرام اعلام کرده است که این فیلترها توسط جراحان پلاستیک و زیبایی طراحی شده؛ از این‌رو کاربران به‌جای اضافه کردن المان‌هایی

مجازی به تصویر، چهره خود را زیباتر می‌کنند. همچنین در پلیگرام این امکان وجود دارد که تصاویر به‌صورت خصوصی ظاهر شوند. برای این منظور تصویر زیرهاله‌ای قرار می‌گیرد که برای دیدن آن باید انگشت را روی تصویر کشید. البته تاز بودن تصویر دوباره بازمی‌گردد، چراکه هدف از این قابلیت جلوگیری از ذخیره کردن تصویر از طریق گرفتن اسکرین‌شات است. پلیگرام در حال حاضر اپلیکیشن iOS خود را منتشر کرده است و کاربران گجت‌های ابل در حال حاضر قادرند از این اپلیکیشن استفاده کنند.

منبع: ENGADGET

### برای مطالعه ۷۷۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

پرسش: مدیر شرکتی هستم که در آستانه بحران مالی است. برای خروج از این وضعیت چه راهکارهایی پیشنهاد می‌کنید؟

### کلینیک کسب و کار

## خروج از بحران مالی

**پاسخ کارشناس:** مدیریت و برنامه‌ریزی می‌تواند عامل مهمی برای خروج یک شرکت از بحران مالی باشد. باید با اعتماد به نفس بحران موجود را آسیب‌شناسی و سپس برای هر یک از آسیب‌ها شیوه درمان ارائه کنید. - موضوع را با هیأت‌مدیره در میان بگذارید و از نظر مشورتی آنها برای خروج از بحران مالی استفاده کنید. هر یک از اعضا می‌توانند به‌عنوان یک بازوی فکری یا اجرایی شما باشند.

- کنترل دقیق بر هزینه‌ها کنید و مدیریت کاملی بر هزینه‌های جاری روزانه و ماهانه داشته باشید و صورت‌های

مالی را همواره بررسی کنید.

- کلیه برنامه‌های تشویقی شرکت اعم از پاداش و جوایز را متوقف کنید. در زمان بحران کسی از شما توقع پاداش و جایزه ندارد، بنابراین با تدبیر به صورت کوتاه‌مدت بخشی از این هزینه‌ها را مدیریت کنید. - افراد بااستعداد و درجه یک را برای همکاری دعوت کنید. گرچه برخی معتقدند در زمان بحران استخدام افراد کار مناسبی نیست اما شک نداشته باشید که حضور چند نیروی خلاق و فعال می‌تواند به شما در مدیریت بحران بسیار یاری‌رسان باشد. - همکاری با نیروهای غیرمؤثر و ناتوان را قطع کنید. شاید در شرکت شما افرادی باشند که بودن یا نبودن آنها تأثیری

در موفقیت یا پیشرفت شرکت نداشته باشند، ارتباط کاری با این افراد را قطع کنید.

- به برنامه کوتاه‌مدت برای خروج سریع‌تر از بحران مالی تمرکز کنید. برنامه کوتاه‌مدتی با همکاری افراد صاحب فکر طراحی و اجرا کنید تا در مدت کوتاه‌تری از بحران خارج شوید.

- پیگیری مطالبات در زمان بحران خیلی مهم است. سعی کنید به شیوه‌های حرفه‌ای مطالبات خود را نقد کنید تا بتوانید کمی از مشکلات شرکت بکاهید. - آرامش خود را برای کنترل کامل اوضاع و احوال شرکت و کارکنان کاملاً حفظ کنید و کلیه تصمیمات خود را با فکر و اندیشه و مشاورت و صبر و حوصله اتخاذ کنید.

### نوشدارو

## تفاوت تگ‌لاین و شعار

سازمان‌تان را بیش از یک‌بار در یک دوره طولانی تغییر نمی‌دهید، درحالی‌که شعار شما متناسب با فرهنگ تغییر می‌کند. شعار متناسب با نیازها و گرایش‌های بازار تغییر می‌کند. از شعار به‌عنوان یک قلاب برای به دام انداختن استفاده می‌شود. شعارها در همه‌جا حاضرند، از کمپین‌های تبلیغاتی تا بسته‌بندی، درحالی‌که تگ‌لاین‌ها کمتر در ارتباط با مشتریان هستند و بیشتر در روابط عمومی سازمان و برندسازی آن مورداستفاده‌اند. تگ‌لاین‌ها به‌عنوان ابزار ارتباطی برند در رابطه با مشتریان استفاده می‌شوند. به‌عنوان مثال تگ‌لاین شرکت اپل «متفاوت فکر کنید» است درحالی‌که شعار آید بی «دو سازیز همه کارها را انجام می‌دهد» بود و در آی‌پد ایر (Air ipad) شعار به «تغییر در

حتی متخصصان بازاریابی گاهی این دو واژه (Tagline Vs Slogan) را به‌جای یکدیگر استفاده می‌کنند. حال توضیح متخصصان بازاریابی را در خصوص تفاوت تگ‌لاین (عبارت کوتاه) و اسلوگان و همچنین هدف استفاده از هر یک را بخوانید.

به گزارش هورموند، جولی کوئیک، مدیر استراتژیک پلانو می‌گوید: شعار منعطف و همواره در جریان است، درحالی‌که تگ‌لاین در بازه‌ای از زمان ثابت است. تگ‌لاین عصاره ارزش‌ها و هویت سازمان است، شعار گاهی به شما در زمینه برندینگ کمک می‌کند. تگ‌لاین‌ها مربوط به سازمان هستند، درحالی‌که شعارها معمولاً مربوط به محصول، بازار و نیاز مرتفع شده مشتری هستند. شما قاعدتاً تگ‌لاین

### معرفی استار تاپ

### نسل جدید حمل و نقل

نام استار تاپ: بارینو

وب سایت: barino.camva.ir

سال تأسیس: ۱۳۹۶ موضوع: حمل و نقل

**توضیح بیشتر:** با ظهور اپلیکیشن‌های مختلف در زمینه حمل و نقل، وجود یک اپلیکیشن تخصصی در زمینه حمل بار و اسباب‌کشی منازل بسیار حس می‌شود. از طریق این اپلیکیشن می‌توان در هر زمان و در هر مکان نسبت به حمل بار فقط به‌وسیله ماشین‌های سنگین مثل کامیونت، خاور، کامیون... اقدام کرد. از دیگر قابلیت‌های اپلیکیشن راهرو اجاره این دسته از ماشین‌ها در مدت زمان معین است. یکی دیگر از قابلیت‌های این اپ جابه‌جایی بار بین استان‌های کشور است. همچنین با انعقاد قراردادهای سالانه بین شرکت و مجتمع‌های صنعتی می‌توان بدون محدودیت زمانی ماشین‌های سنگین مثل کامیون و تریلر را به آنها اجاره داد.



دل نوشته‌های یک کارآفرین (۱)

### با چه رنگی نقاشی می‌کنی؟

پارسا امیری

کارشناس فروش



سیستم مدارس ما کاملاً سنتی و بر پایه آموزش کارمندمحور است. واسه همین نوع نگاه اغلب بچه‌ها در دوران دبستان و دبیرستان اینه که درس بخونن تا در یکی از ادارات دولتی استخدام بشن و ماهانه دولت به اونا حقوق بده. وقتی در دبستان از بچه‌ها می‌پرسن در آینده می‌خوای چه کاره بشی یا می‌خوان معلم بشن یا ناظم یا دکتر یا مهندس.

البته منظور بچه‌ها از دکتر یعنی تو بیمارستان کار کنن و مهندس هم بره مثلاً اداره راه و ترابری کار کنه. هیچ‌کسی به فکر کار خلاقانه و کارهای

مهارتی نیست.

برای همین در مدرسه اگه کسی بگه می‌خوام نجار بشم، همه می‌خندن. یا بگه می‌خوام مکانیک بشم بچه‌ها می‌خندن. در صورتی‌که همون بچه‌ای که می‌خواست دکتر بشه وقتی بزرگ می‌شه و با واقعیت‌ها روبه‌رو می‌شه تازه می‌فهمه که باید به کاری دست و پا کنه و میره نجار و مکانیک و کابینت‌ساز و برق‌کار و تعمیر‌کار یخچال و... می‌شه.

سیستم نظام آموزشی عامل اساسی رکود صنعت ماست. در مدرسه کی به بچه‌ها یاد می‌دیم که برید صنعتگر بشید. پسرمن که چند سال قبل با من به نمایشگاه بین‌المللی صنایع اومد تازه فهمید که چقدر شغل و کار صنعتی هست.

همین بیج و مهره مگه الکی بیج و مهره می‌شن. این قاشق و چنگال رو یکی میسازه. اون پنجره رو یکی تولید می‌کنه.

کتری و قوری و استکان هم تولید می‌شه.

فرش تولید می‌شه. آیفون و تلویزیون و موبایل رو یکی تو همین ایران داره می‌سازه. دوچرخه و اتومبیل به دست یه صنعتگر ایرانی ساخته می‌شه و هزاران شغل دیگه که ما کمتر می‌بینیم.

اون وقت همه بچه‌ها می‌خوان یا دکتر بشن یا مهندس. خانواده‌ها هم می‌خوان بچه‌هاشون دکتر و مهندس بشه.

چرخ صنعت رو چه کسی باید بچرخونه؟ حالا تو با علم به اینکه این همه کار تولیدی هست دوست داری در زمینه کشاورزی تولید کنی یا باغداری یا صنعت و کشتیرانی و معدن و... باید ببینی که چی دوست داری و اون چیزی رو که دوست داری از عهده‌اش بر می‌ای.

اول از همه تکلیف خودت رو با خودت مشخص کن. چه کاره‌ای؟ چه کاری رو دوست داری؟ بعضی از بچگی عاشق تولیدین.

دارن خاک بازی می‌کنن یه دفعه یه خونه می‌سازن یه تونل می‌زنن یه قلعه درست می‌کنند. اما برخی دیگه دوست دارن به دیگران در کارشون کمک کنن به این جور کارا خدماتی می‌گن. برخی هم دوست دارن یه چیزی از کسی بخرن و به کس دیگه‌ای بفروشن. تو از بچگی دوست داشتی چه کاره بشی؟

برای اینکه متوجه بشی چه فرقی بین کارهای تولیدی و خدماتی و بازرگانی است یه مثال می‌زنم. اگه تو دوست داشته باشی هواپیما بسازی پس تولیدکننده‌ای.

اما اگه دوست داری خلبان بشی یا تعمیر‌کار هواپیما یه کارخدماتی می‌کنی و اگه مایلی تو کار خریدوفروش هواپیما بری و از خارج بخری و در داخل بفروشی یه کار تجاری انجام بدی پس تاجری. اگه یه خونه بسازی سازنده و تولیدکننده‌ای.

اگه بنگاه املاک داری یه کار خدماتی داری، اما اگه تو کار خریدوفروش زمین و ملکی یه تاجری و بازرگان املاک و مستغلاتی.

هر کدوم از این کارها لم خاص خودشو داره. هر کدوم از این کارها هم پول داره. این جوری نیست که بخوای کار تجاری بکنی ثروتمند بشی و اگه کار خدماتی بکنی پول کمتری به دست بیاری. پیر امید یار نخستین سایت فروشگاه مجازی دنیا رو راه انداخت.

کارش فروش وسایل و لوازم دست دوم بود. اون تو خریدوفروش این وسایل میلیاردر شد.

پس می‌تونی برای کسب و کارت این کارها رو بکنی:

- کارهای تولیدی
- کارهای خدماتی
- کارهای تجاری.

ادامه دارد...

مشترک شوید

مشاهده بیشتر