

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

## توافق مسئولان دو گول خودرو سازی ایران برای واگذاری سهامشان

در شرایطی بحث و گمانه زنی بر سر واگذاری سهام خودروسازان کماکان ادامه دارد که مسئولان دو گول صنعت خودروی ایران و بخشی از قطعه سازان، بر سر واگذاری سهام مورد نظر به یک کنسرسیوم منتخب از صنعت قطعه به توافق رسیده‌اند...



چرخش بازار مسکن از رکود به سمت رونق در سال ۹۶

## دو نیمه متفاوت بازار مسکن

اقتصاد مسکن در سال ۱۳۹۶ دو نیمه نسبتاً متفاوت را پشت سر گذاشت؛ در شش ماه اول، شرایط رکودی ۴.۵ سال گذشته همچنان بر بازار مسکن شهر تهران حاکم بود، به طوری که رشد معاملات تنها ۲.۸ درصد و افزایش قیمت نیز ۶.۲ درصد ثبت شد و در واقع، قیمت واقعی مسکن به روند کاهشی خود ادامه داد و حدود ۴ درصد افت کرد. اما در نیمه دوم که با اثر پذیری مسکن از اقدامات اصلاحی همچون کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی به ۱۵ درصد و ورود متقاضیان مجهز به تسهیلات ۱۶۰ میلیون تومانی به بازار همراه شد...

نگاهی به جایگاه ایران در شاخص بین‌المللی «حقوق مالکیت» در سال ۲۰۱۷

## سیاه و سپید کارنامه ایران در حقوق مالکیت

### مدیریت و کسب و کار

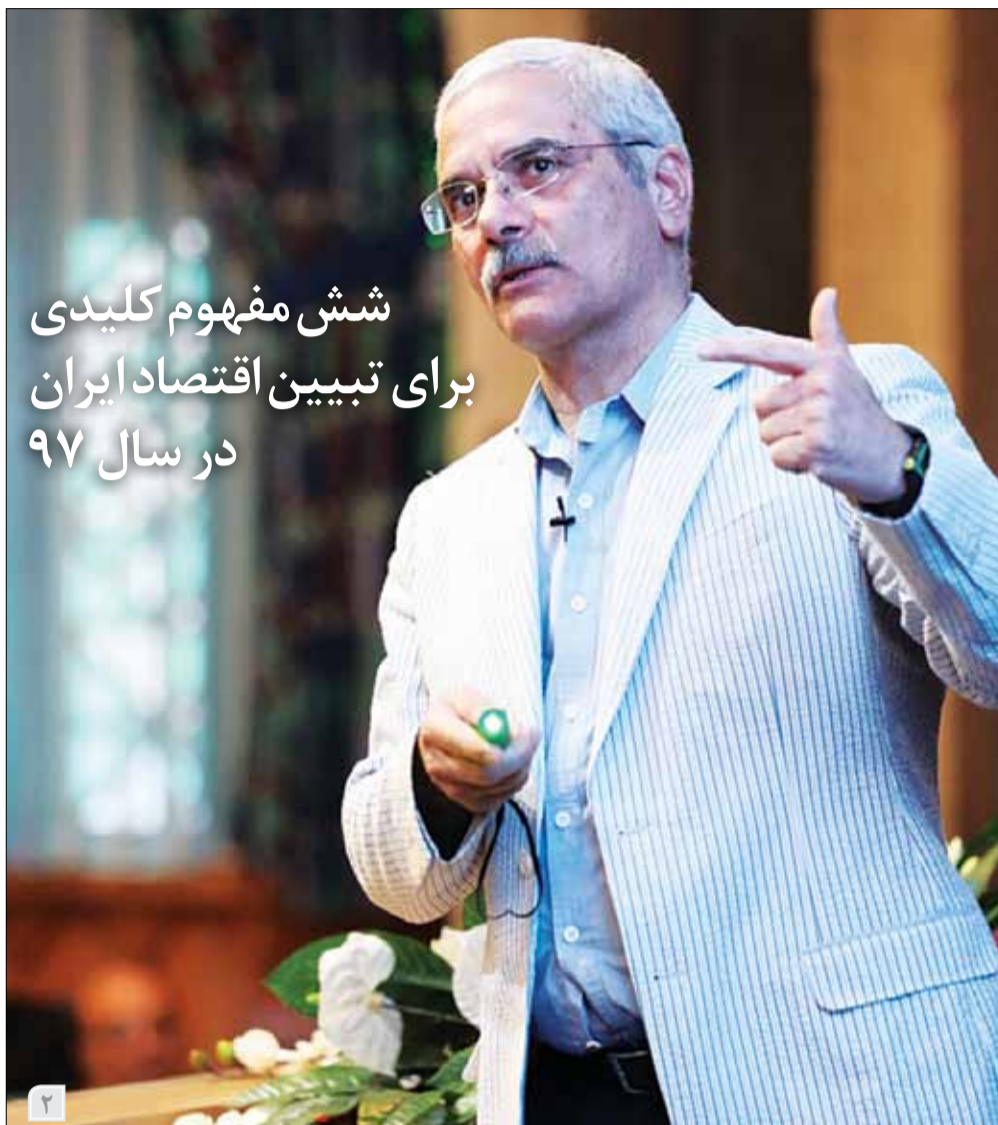


عملکرد موفق جان چن او را تا سال ۲۰۲۳ در سمت مدیر عاملی بلکبری ماندگار کرد

- ۳ عامل مخرب برای راندمان کاری شما
- ۱۰ راز مهم برای تبدیل شدن به کار آفرینی موفق
- چگونه به کمک داستان برند کارمندان بهتری جذب کنیم
- ۱۰ کتابی که هر مدیر شبکه اجتماعی باید مطالعه کند
- ۵ راهکار مؤثر برای برندسازی یا قوی تر کردن برند
- مزایا و معایب تحقیق بازاریابی از طریق اینترنت

۸ تا ۱۶

## شش مفهوم کلیدی برای تبیین اقتصاد ایران در سال ۹۷



### یادداشت

نقش مدیریت منابع آب  
در توسعه کشاورزی

کاوه زرگران

رئیس کمیسیون  
کشاورزی اتاق  
بازرگانی تهران

استفاده بی‌رویه از منابع آبی تجدیدناپذیر در ۳۰ سال گذشته، شرایط بسیار بحرانی را برای منابع آبی کشور ما ایجاد کرده است. کشور ما به لحاظ منابع آبی، بحرانی‌ترین شرایط را در میان کشورهای دیگر دارد، بنابراین برای جلوگیری از وخیم‌تر شدن این شرایط، باید در مدیریت کشت و بهره‌وری برنامه‌ریزی داشته باشیم و منابع آبی کشور را به بهترین شکل ممکن مصرف کنیم. به رغم اینکه در حال حاضر سیاست‌های بخش کشاورزی کشور ما بر تولید کلیه محصولات کشاورزی در داخل کشور قرار نگرفته است، اما اهداف در نظر گرفته شده در برنامه ششم توسعه اقتصادی بر افزایش تولید این محصولات، که محصولات آب‌بر را نیز شامل می‌شود، قرار گرفته است، که به طور قطع محدودیت در منابع آبی کشور به ما اجازه رسیدن به اهداف تولیدی محصولات زراعی و باغی در نظر گرفته شده در...

## جزئیات قیمت جابه‌جایی خودرو با قطار

با آغاز سفرهای نوروزی یکی از اصلی‌ترین خدماتی که مورد توجه مسافران قرار می‌گیرد جابه‌جایی خودروهایشان با قطار و تحویل آنها در مقصد است. در حال حاضر بسیاری از مسیرهای اصلی ریلی ایران امکان جابه‌جایی خودرو با قطار را دارند و نرخ آنها براساس مسافت تعیین می‌کند. به گزارش ایسنا، در توضیحات چگونگی امکان جابه‌جایی خودرو با قطار آمده که مسافران باید به شکل دقیق زمان درج شده روی بلیت خود را رعایت کنند، زیرا پس از آن امکان تحویل خودروها وجود نخواهد داشت. از سوی دیگر برای جابه‌جایی خودروها میزان بنزین موجود در باک خودرو نباید بیشتر از یک چهارم حجم باک باشد. در حال حاضر امکان حمل خودرو با ارتفاع بیش از ۱۵۸ سانت و عرض بیش از ۱۸۰ سانت وجود ندارد و از این رو مسافران قبل از خرید بلیت باید به طور دقیق شرایط تحویل خود را با امکانات موجود هماهنگ کنند. همچنین هرگونه وسایل اضافی و جانبی نباید در خودرو قرار گیرد و از مسافران خواسته شده که هرگونه

| مسیر              | قیمت (تومان)   | مسیر             | قیمت (تومان)   |
|-------------------|----------------|------------------|----------------|
| تهران - اهواز     | ۷۵۰ هزار و ۷۵۰ | مشهد - شیراز     | ۲۱۵ هزار و ۵۰۰ |
| اهواز - تهران     | ۷۵۰ هزار و ۷۵۰ | تهران - یزد      | ۹۱ هزار و ۶۵۰  |
| اهواز - مشهد      | ۲۳۵ هزار       | یزد - تهران      | ۹۱ هزار و ۶۵۰  |
| مشهد - اهواز      | ۲۳۵ هزار       | یزد - مشهد       | ۱۰۹ هزار و ۴۰۰ |
| تهران - مشهد      | ۱۴۹ هزار و ۴۰۰ | مشهد - یزد       | ۱۰۹ هزار و ۴۰۰ |
| مشهد - تهران      | ۱۴۹ هزار و ۴۰۰ | تهران - کرمان    | ۱۵۴ هزار و ۴۰۰ |
| تهران - تبریز     | ۱۰۷ هزار و ۷۵۰ | کرمان - تهران    | ۱۵۴ هزار و ۴۰۰ |
| تبریز - تهران     | ۱۰۷ هزار و ۷۵۰ | تهران - زاهدان   | ۱۹۵ هزار و ۵۰۰ |
| تبریز - مشهد      | ۲۲۵ هزار و ۵۰۰ | زاهدان - تهران   | ۱۹۵ هزار و ۵۰۰ |
| مشهد - تبریز      | ۲۲۵ هزار و ۵۰۰ | کرمان - مشهد     | ۱۰۹ هزار و ۴۰۰ |
| تهران - شیراز     | ۱۴۹ هزار و ۴۰۰ | مشهد - کرمان     | ۱۰۹ هزار و ۴۰۰ |
| شیراز - تهران     | ۱۴۹ هزار و ۴۰۰ | تهران - بندرعباس | ۲۳۴ هزار و ۴۰۰ |
| اصفهان - بندرعباس | ۱۳۴ هزار و ۴۰۰ | بندرعباس - تهران | ۲۳۴ هزار و ۴۰۰ |
| بندرعباس - اصفهان | ۱۳۴ هزار و ۴۰۰ | بندرعباس - مشهد  | ۲۱۵ هزار و ۵۰۰ |
| شیراز - مشهد      | ۲۱۵ هزار و ۵۰۰ | مشهد - بندرعباس  | ۲۱۵ هزار و ۵۰۰ |

آنچه توانستیم اتم‌الکفند آورده‌است

بانک پاسارگاد

### حرکت پایدار در مسیر موفقیت

بانک برتر ایران، برای سومین سال متوالی، بر اساس ارزیابی مؤسسه معتبر یورومانی

EUROMONEY AWARDS FOR EXCELLENCE 2015

EUROMONEY AWARDS FOR EXCELLENCE 2016

EUROMONEY AWARDS FOR EXCELLENCE 2017

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۷۸۰۰۰۰۰ | www.bpi.ir





نقش مدیریت منابع آب در توسعه کشاورزی



کاوهر زگرگان  
رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی تهران

استفاده بی‌رویه از منابع آبی تجدیدنپذیر در ۳۰ سال گذشته، شرایط بسیار بحرانی را برای منابع آبی کشور ما ایجاد کرده است. کشور ما به لحاظ منابع آبی، بحرانی‌ترین شرایط را در میان کشورهای دیگر دارد، بنابراین برای جلوگیری از وخیم‌تر شدن این شرایط، باید در مدیریت کشت و بهره‌وری برنامه‌ریزی داشته باشیم و منابع آبی کشور را به بهترین شکل ممکن مصرف کنیم. به‌رغم اینکه در حال حاضر سیاست‌های بخش کشاورزی کشور ما بر تولید کلیه محصولات کشاورزی در داخل کشور قرار نگرفته است، اما اهداف در نظر گرفته شده در برنامه ششم توسعه اقتصادی بر افزایش تولید این محصولات، که محصولات آب‌بر را نیز شامل می‌شود، قرار گرفته است، که به‌طور قطع محدودیت در منابع آبی کشور به ما اجازه رسیدن به اهداف تولیدی محصولات زراعی و باغی در نظر گرفته شده در این برنامه را نخواهد داد. به عنوان مثال، هدف‌گذاری تولید محصولات گوشتی و تخم‌مرغ در این برنامه افزایشی است. در حالی که این محصولات در زمره محصولاتی با آبیبری بسیار بالا قرار دارند. هر برنامه‌ریزی‌ای نیاز به آمار دارد؛ از این رو باید یک برنامه جامع آماری در کشور داشته باشیم که میزان تولید و مصرف کالاها در این برنامه مشخص شده باشد و برنامه‌ریزی برای تولید و مصرف و صادرات کالاها با توجه به آن صورت گیرد. به بیان دیگر قبل از اینکه دست به تولید محصولی بزنیم باید میزان نیاز کشور به آن محصول و منابع موجود برای تولید آن را در نظر بگیریم. مدیریت منابع آب کشور باید در اولویت اول قرار گیرد؛ آب نیز مانند نفت سرمایه ملی ماست و باید برای برداشت از منابع تجدیدنپذیر آن برنامه‌ریزی داشته باشیم. طبیعتا با ادامه روند فعلی برداشت آب از منابع زیرزمینی، با بحران جدی منابع آبی روبه‌رو خواهیم شد. طبق اعلام سازمان آب و وزارت نیرو بسیاری از دشت‌های کشور به دلیل کشت‌های بی‌رویه نشتست کرده‌اند، با ادامه این روند احتمال وقوع بلایای طبیعی در کشور افزایش خواهد یافت. میزان صادرات محصولات غذایی و کشاورزی کشور در پایان برنامه ششم توسعه اقتصادی ۵/۱۴ میلیارد دلار هدف‌گذاری شده است. از سوی دیگر با توجه به صادرات ۷/۵ میلیارد دلاری این محصولات در سال ۹۵، صادرات محصولات کشاورزی و غذایی باید در پایان برنامه ششم، ۵/۲ برابر وضع موجود شود که نیازمند انجام زیرساخت‌های بسیار بزرگی است و در شرایط حال حاضر دور از دسترس به نظر می‌رسد. کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع غذایی اتاق بازرگانی تهران در گزارشی هدف‌گذاری‌های برنامه ششم در مورد محصولات غذایی و کشاورزی را مورد بررسی قرار داده است. با توجه به اهداف برنامه ششم توسعه اقتصادی، در پایان این برنامه میزان تولید گندم باید به ۵.۱۴ میلیون تن، جو ۵.۳ میلیون تن، شلتوک تقریبا ۳ میلیون تن و ذرت به حدود ۱۱ میلیون تن برسد. با نگاهی به اهداف در نظر گرفته شده در این برنامه برای تولید محصولات کشاورزی و غذایی متوجه می‌شویم که محدودیت منابع کشور، از قبیل منابع آبی، برای تولید محصولات کشاورزی در این برنامه در نظر گرفته نشده است. با توجه به اینکه این موضوع را در نظر بگیریم که تولید بسیاری از محصولات کشاورزی در کشور ما قیمت تمام‌شده بسیار بالایی دارد و از این رو ما در تولید این محصولات مزیتی نداریم، از این‌رو باید در سیاست‌گذاری و هدف‌گذاری تولید این محصولات تجدینپذیر جدی صورت گیرد.

کشاورزی

این روزها حجتی چه می‌کند؟

مکاتبه با ریاست جمهوری برای ابلاغ نرخ‌های کشاورزی

پس از حدود ۱۸۰ روز تأخیر هنوز نرخ‌های تضمینی محصولات کشاورزی ابلاغ نشده، اما حجتی در این روزها در حال مکاتبه با معاون اول رئیس‌جمهوری و دفتر روحانی برای ابلاغ سریع‌تر آن است و دستورالعمل خرید را به استان‌ها ابلاغ کرده است. به گزارش ایسنا، براساس قانون تضمین خرید محصولات کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی موظف است تا نیمه تیرماه هر سال نرخ‌های پیشنهادی خود را برای خرید تضمینی محصولات کشاورزی به دولت ارائه دهد و تا پایان شهریورماه (پیش از آغاز فصل جدید کشت) هر سال دولت موظف است تا نرخ‌های نهایی برای خرید تضمینی محصولات کشاورزی را که در قانون مشخص شده، تصویب و ابلاغ کند. اما تاکنون وضعیت نرخ‌های تضمینی محصولات کشاورزی برای سال زراعی جاری که حدود شش‌ماه از آن گذشته، مشخص نشده است و کشاورزان تکلیف خود در این زمینه را نمی‌دانند و همین عامل سبب شده امسال دولت روحانی رکورد بیشترین تأخیر در اجرای این قانون را بشکند. البته حجتی طی ماه‌های گذشته مکاتبات و پیگیری‌های متعددی برای ابلاغ هرچه سریع‌تر این نرخ‌ها داشت و حتی به گفته عبدالمهدی پخشنده، معاون برنامه‌ریزی اقتصادی وزیر جهاد کشاورزی، معاون اول رئیس‌جمهوری پیش از این دستور تصویب و ابلاغ هرچه سریع‌تر این نرخ‌ها را به شورای اقتصاد داده بود، اما همچنان خبری از آنها نیست.

دو نیمه متفاوت بازار مسکن

چرخش بازار مسکن از رکود به سمت رونق در سال ۹۶



اقتصاد مسکن در سال ۱۳۹۶ دو نیمه نسبتا متفاوت را پشت سر گذاشت؛ در شش ماهه اول، شرایط رکودی ۴.۵ سال گذشته همچنان بر بازار مسکن شهر تهران حاکم بود، به‌طوری که رشد معاملات تنها ۲.۸ درصد و افزایش قیمت نیز ۰.۲ درصد ثبت شد و در واقع، قیمت واقعی مسکن به روند کاهشی خود ادامه داد و حدود ۴ درصد افت کرد. اما در نیمه دوم که با اثرپذیری مسکن از اقدامات اصلاحی همچون کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی به ۱۵ درصد و ورود متقاضیان مجزبه به تسهیلات ۱۶۰ میلیون تومانی به بازار همراه شد، معاملات و قیمت به تدریج بالا رفت و سرعت رشد معاملات به‌طور متوسط ۵۰ درصد و سرعت رشد قیمت حدود ۴۰ درصد نسبت به نیمه اول افزایش یافت؛ به‌طوری که در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۶ معاملات ۱۲.۸ درصد و قیمت ۱۰.۱ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش نشان داد. بر این اساس، برای اولین بار افت قیمت واقعی مسکن متوقف شده و ۰.۷ درصد بالاتر از نرخ تورم عمومی قرار گرفته است.

به گزارش ایسنا، اما چرخش بازار مسکن از رکود به سمت رونق تدریجی، طبیعتا اثرات منفی نیز در این بازار ایجاد کرد. به‌طور مثال در نیمه دوم به یکباره قیمت پیشنهادی واحدهای نوساز و نیز قیمت قطعی مسکن در بخش متوسط‌قیمت و میان‌تراز افزایش یافت و بعضا تا ۳۰ درصد رشد کرد. البته گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد در مناطق ۴، ۵، ۸ و ۹ که معاملات بیشتری نسبت به سایر نقاط انجام می‌شود فروشندگان واحدهای نوساز قیمت‌های پیشنهادی را بعضا تا ۵۰ درصد افزایش دادند.

چرخش مستاجران به سمت مالکیت آمار معاملات مسکن در بهمن‌ماه که توسط اتحادیه مشاوران املاک ارائه شد، نشان داد تعداد قراردادهای خرید و فروش مسکن شهر تهران ۸.۶ درصد افزایش یافته و در مقابل، تعداد اجاره‌نامه‌ها ۲۹ درصد کاهش داشته است. به بیان دیگر، تقاضا برای خرید مسکن نسبت به تقاضای اجاره‌نشینی بالاتر بوده است. این نشانه می‌تواند حاکی از آن باشد که طی یک سال اخیر توان مستاجران تهرانی برای خرید بالا رفته و بخشی از این گروه از سوی مسکن استیجاری به سمت مسکن ملکی سوق یافته‌اند. در کل کشور نیز اوضاع به همین صورت است. در بهمن‌ماه قراردادهای خرید و فروش مسکن ۱۰.۶ درصد افزایش یافته و این در حالی است که تعداد اجاره‌نامه‌ها ۲۳ درصد پایین آمده است. گزاره فوق می‌تواند برای کل کشور نیز مصداق داشته باشد. با این کارنامه می‌توان دریافت که با وجود افزایش میانگین ۸.۹ درصدی قیمت مسکن طی ۱۰ ماهه امسال، قدرت خرید متقاضیان نیز بالا رفته

می‌شود سال آینده با کمبودهای تدریجی واحدهای کوچک‌متر از مواجه باشیم که می‌تواند تابلوی سرمایه‌گذاری برای مسکن ۹۷ باشد. حسین عبده‌تبریزی، مشاور وزیر راه و شهرسازی می‌گوید: پرش بیش از ۲۰ درصدی قیمت در بهمن‌ماه ناشی از تداوم رکود طی سال‌های متوالی، رشد منفی قیمت واقعی مسکن، تورم انتظاری و کاهش رفتارهای سفته‌بازانه بوده است، لذا این پرش قیمتی برای سال آینده قابل تداوم نیست؛ هرچند در صورتی که سرمایه‌گذاران ساختمانی نسبت به اولویت بخشی به الگوی کوچک‌سازی در بازار مسکن و پاسخ به تقاضای غالب در این بازار در حجم مناسب اقدام نکنند، بازار مسکن از این ناحیه آسیب‌پذیر خواهد شد. این درحالی است که هنوز هم در بازار املاک تجاری و مسکن لوکس حباب قیمتی وجود دارد. وی در عین حال بازار اجاره مسکن را به‌عنوان یک فرصت جدید برای سرمایه‌گذاران به واسطه راه‌اندازی بازار اجاره‌داری حرفه‌ای مورد تأکید قرار داد.

ارتباطات

ایران، تلگرام، تحریم و دیگران

فرصت امروز: داستان ایران و پیام‌رسان تلگرام تمامی ندارد و تلگرام اعلام کرده که ایران و چند کشور دیگر حق خرید ارز رمزنگار «گرم» را از پلتفرم این شرکت ندارند. این پیام‌رسان گفته که کاربران برخی کشورها از جمله ایرانی‌ها را از خریداری و استخراج ارز دیجیتال رمزنگاری‌شده اختصاصی خود موسوم به Gram منع و تحریم کرده است. براساس آنچه رسانه‌ها از اسپونتنیک نیوز نقل کرده‌اند، این روزها که تب و تاب ارزهای دیجیتالی بالا گرفته است، وبسایت‌ها، حساب‌های کاربری و پلتفرم‌های بسیاری برای استخراج بیت‌کوین یا بیت‌کوین ماینینگ ایجاد شده است تا کاربران بتوانند با استفاده از آنها به خرید و فروش و مبادلات تجاری کلان اقدام کنند. پیام‌رسان پرفرندار، تلگرام چندی پیش اعلام کرد که قصد دارد ارز دیجیتالی رمزنگاری‌شده انحصاری خود را تحت عنوان گرام (Gram) به بازارهای جهانی و فضای مجازی عرضه کند، اما حالا تلگرام با انتشار گزارشی فهرستی از کشورهای تحت تحریم‌های بین‌المللی را منتشر کرده است تا بدین وسیله اعلام کند کاربران کشورهای یادشده در فهرست، قادر نخواهند بود به کسب درآمد، استخراج و خریداری ارزهای دیجیتالی‌اش اقدام کنند.

در این فهرست، از کشورهایی که توسط سازمان ملل متحد، ایالات متحده آمریکا، انگلستان و اتحادیه اروپا تحریم شده‌اند، نام برده شده است که در این لیست نام ایران نیز به چشم می‌خورد. طبق گزارش آژانس خبری روسیه RBC، از جمله کشورهایی که در فهرست حضور دارند، می‌توان به کشورهای ایران، کوبا، کره‌شمالی، سوریه و شبه‌جزیره کریمه اشاره کرد. همچنین در این بیانیه، تمامی افراد و کاربرانی که به نوعی با افراد تحت تحریم ارتباط خویشاوندی دارند ولی ملیتی دیگر دارند نیز نمی‌توانند اقدام به خرید و فروش ارزهای دیجیتالی انحصاری تلگرام کنند. ارزهای دیجیتالی رمزنگاری همچون بیت‌کوین، ریپل و مونرو باید توسط سیستم‌های رایانه و با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته‌ای استخراج یا ماینینگ شود. بسیاری از غول‌های تکنولوژی امکان ارسال و انتقال پول را با استفاده از اپلیکیشن‌های پیام‌رسان و پلتفرم‌های خود فراهم آورده‌اند تا کاربران بتوانند به‌راحتی ارزهای دیجیتالی مربوطه را استخراج کرده و از این طریق اقدام به کسب درآمد و سودآوری کنند.



# ۱۳۹۶

آسیاتک همراه شما در نوروز ۹۷



ASLZ+



TD-LTE



VOD

## #هفت سرویس ۹۷



۱۵۴۴



asiatech.ir

سرویس ۳ ماهه، ۳۶ گیگ ۳۶،۰۰۰ تومان عیدانه

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

دربچه



## اسکناس نو در بازار چند؟

روز شنبه آخرین فرصت برای دریافت اسکناس نو از بانکها بود و با این حال، اگر متقاضیان از بانکها جا بمانند باز هم می‌توانند در بازار آزاد هر تعداد اسکناس نو که می‌خواهند تهیه کنند، هر چند باید اختلاف قیمت و سود آن را به اسکناس فروشها بپردازند. به گزارش ایسنا، از ۲۱ تا ۲۶ اسفندماه زمانی بود که بانک مرکزی آن را برای توزیع اسکناس نو در شعب منتخب ۱۰ بانک اعلام کرد. از این رو بانکهای ملی، ملت، صادرات، اقتصاد نوین، سپه، گردشگری، پست بانک، سینا، رفاه کارگران و پارسیان مسئولیت توزیع اسکناس نو را بر عهده گرفتند. متقاضیان می‌توانستند تا پایان وقت اداری روز شنبه با مراجعه به شعب منتخب بانکها در سراسر کشور نسبت به دریافت اسکناس نو اقدام کنند. هر نفر در هر بانک می‌توانست از هر نوع اسکناس ۱۰۰۰، ۲۰۰۰ و ۵۰۰۰ تومانی یک دسته ۱۰۰ برگی دریافت کند.

اما در حالی بانکها در یکی دو مناسبت در سال اسکناس نو توزیع می‌کنند که در سوی دیگر همیشه در بازار آزاد و البته در محوطه میدان و خیابان فردوسی اسکناس فروشها حاضر هستند و چندانهای آنها برای فروش اسکناس نو در انواع مختلف باز است. گذری بر میدان فردوسی و گفت‌وگو با اسکناس فروشها از این حیاط داد که در چند روز اخیر که توزیع اسکناس نو انجام شده تا حدی از سودی که بابت فروش دسته‌های ۱۰۰ برگی دریافت می‌کردند کم شده است، ولی با این حال می‌گویند این توزیع که تمام شود شرایط به حالت عادی بر خواهد گشت. اسکناس فروشان می‌گویند در این روزها برخی مردم با دریافت اسکناس نو آن را به بازار آورده و می‌فروشند که در کنار سودی که آنها از این فروش می‌برند عرضه در بازار بیشتر شده و همین موجب شوک شده است. قیمت‌ها شسته شده است. در حال حاضر قیمت اسکناس ۱۰۰۰ تومانی که در بانکها هم توزیع می‌شود برای نو سبز رنگ آن که در حدود دو سال گذشته به بازار آمده، هر دسته حدود ۱۲۰ تومان برای ۱۰۰۰ تومانی آبی رنگ که قدیمی تر است هر دسته ۱۴۰ تومانی قیمت گذاری می‌شود. اسکناس‌های آبی رنگ به دلیل کاهش چاب و گردش در بازار از قیمت بالاتری برخوردار هستند، بنابراین برای هر دسته ۱۰۰۰ تومانی بین ۲۰ تا ۴۰ هزار تومان سود نصیب اسکناس فروشان می‌شود. در مورد اسکناس ۲۰۰۰ تومانی نیز قیمت حدود ۲۲۰ هزار تومان است که اختلاف بین ۲۰ هزار تومانی دارد و همچنین برای دسته ۵۰۰۰ تومانی حدود ۵۳۰ هزار تومان نرخ گذاری می‌شود. درباره قیمت سایر اسکناسها در بازار آزاد اسکناس ۱۰ هزار تومانی حدود یک میلیون و ۴۰ هزار تومان، ۲۰۰ تومانی ۲۲۰ هزار تومان، اسکناس ۱۰۰ تومانی ۵۰ هزار تومان و اسکناس ۲۰ تومانی بین ۵۰ تا ۷۰ هزار تومان فروش می‌رود. توزیع اسکناس نو ۲۶ اسفندماه پایان یافت و تاکنون برای تمدید زمان آن از سوی بانک مرکزی خبری اعلام نشده است.

بانک مرکزی اعلام کرد

## اصل و سود سپرده‌های ارزی باید با اسکناس ارز پرداخت شود

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای بانکهای عامل را ملزم کرد تا براساس مقررات، در زمان برداشت یا بستن حساب مشتریان، اسکناس را به صورت ارز پرداخت کنند؛ ضمن آنکه سود سپرده ارزی نقدی نیز باید به صورت نقدی (اسکناس ارز) پرداخت شود. به گزارش بانک مرکزی، در صورتی که سپرده‌گذاری با تحویل اسکناس ارز انجام شده باشد، بانک سپرده‌پذیر یا درخواست سپرده‌گذار مکلف و متعهد به عودت همان اسکناس ارز است. بخشنامه بانک مرکزی به شبکه بانکی در راستای ایجاد اطمینان برای سپرده‌گذاران ارزی در شبکه بانکی و ایجاد فرصت سپرده‌گذاری برای بانکها نزد بانک مرکزی یا امکان معاوضه منابع بانک مرکزی ابلان شده است. بر اساس این گزارش، با اطمینان خاطر ایجاد شده برای سپرده‌گذاران ارزی و خطرات نگهداری وجوه ارزی به صورت اسکناس، انتظار می‌رود که این منابع در بانکها سپرده‌گذاری شوند تا نهایتاً ریسک نگهداری فیزیکی ارز به حداقل ممکن برسد بلکه بازده مطلوب و مناسبی به واسطه سپرده‌گذاری نزد بانکهای عامل ااید آنها شود. بر اساس این بخشنامه، بانکها مکلف شدند هنگام سپرده‌پذیری ارزی در رسیدتحویلی به مشتری مواردی نظیر نوع ارز، نحوه وصول ارز از مشتری، تعهد به بازپرداخت به اسکناس، پرداخت سود به صورت اسکناس را قید کنند. همچنین از جمله خدمات ارزی بانکها، اخذ و نگهداری سپرده‌های ارزی از مشتریان است که مجوز این خدمت در آغاز فعالیت ارزی بانکهای عامل به آنها اعطا می‌شود. ضوابط و مقررات موضوع سپرده‌پذیری ارزی نیز در بخش سوم مجموعه مقررات ارزی و بخشنامه‌های موردی بانک مرکزی به صراحت مشخص شده است. از سوی دیگر، برای اینکه منابع جمع‌آوری شده در قالب این نوع سپرده‌های ارزی برای بانکهای سپرده‌پذیر بدون استفاده نباشد، بانک مرکزی این فرصت را برای بانکهای عامل ایجاد کرده است که نهایتاً هزینه‌های جمع‌آوری و نگهداری سپرده ارزی را به حداقل برسانند، بلکه با استفاده از این فرصت‌ها، منابع ارزی بی‌مصرف نزد مردم به چرخه اقتصادی کشور بازگشته و در جای خود مورد بهره‌برداری مناسب قرار گیرد.

رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرد

## آمادگی اتصال سوئیچ کارتهای بانکی ایران و عمان



**فرصت امروز:** رئیس کل بانک مرکزی از آمادگی اتصال سوئیچهای کارتهای بانکی ایران به بانکهای عمانی خبر داد و گفت: عمان می‌تواند پایگاه صادرات دوباره و مرکز روابط بانکی بین‌المللی برای ایران باشد.

ولسی‌الله سیف در دیدار وزیر امور خارجه و معاون رئیس شورای رؤسای کل بانک مرکزی عمان با مروری بر روابط دو کشور گفت: روابط سیاسی میان دو کشور تاریخی، بسیار عمیق و طولانی است و انتظار می‌رود روابط اقتصادی نیز هم پایه روابط سیاسی گسترش و تعمیق یابد.

او به ظرفیتهای اقتصادی در منطقه اشاره کرد و گفت: وجود بازار بیش از ۴۰۰ میلیون نفری فضای مناسبی ایجاد کرده است که می‌توان با نقش فعال‌تری از ظرفیت این بازار استفاده کرد، ضمن آنکه کشور عمان ظرفیت مناسبی برای تبدیل شدن به حوزه صادرات مجدد دارد و در این میان بانکها می‌توانند با فعالیت دوجانبه، مؤثر واقع شوند.

به گزارش بانک مرکزی، رئیس شورای پول و اعتبار از پذیرش ضمانتنامه‌های بانکهای ایرانی برای سرمایه‌گذاران ایران در عمان ابراز خرسندی کرد و گفت: اقدام اخیر بانکهای عمان در پذیرش ضمانتنامه بانکهای ایرانی آثار مثبتی در ایجاد روابط بانکی دو کشور داشته است و امیدواریم این گونه همکاری‌ها که افق روشنی برای گسترش روابط بانکی است بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. ضمن آنکه بانک مرکزی ایران نیز با تسهیل شرایط در مقررات و دستورالعمل‌های بانکی، زمینه سرمایه‌گذاری خارجی را در کشور فراهم آورده است و امیدواریم بانک مرکزی عمان نیز در این مسیر همراهی لازم را داشته باشد.

بانک پاسارگاد پای حقوق‌ذینفعان و سهامداران ایستاده است  
آری مجمع عمومی و اعتماد سهامداران به بانک پاسارگاد

سهامداران بانک پاسارگاد در جلسه مجمع عمومی عادی سالانه نوبت دوم، برای سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۵، در محل تالار بزرگ کشور گرد هم آمدند و با حضور حداکثری از این بانک در تأمین حقوق‌ذینفعان حمایت کردند. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، بیش از ۹۰ درصد از سهامداران در جلسه مجمع عمومی عادی سالانه نوبت دوم که رأس ساعت ۹ صبح روز شنبه ۲۶ اسفندماه در محل تالار بزرگ کشور برگزار شد، حضور یافتند. در این جلسه سیدکاظم میروالد به عنوان رئیس جلسه، مجید قاسمی و علی‌اکبر امین‌تفرشی به عنوان ناظرین و خانم نعیمیان به عنوان منشی جلسه انتخاب شدند. گزارش فعالیت‌های بانک در سال مالی ۹۵ ارائه شد که این گزارش حاکی از موفقیت‌ها و دستاوردهایی مانند کسب تندیس بانک برتر ایران برای سه سال متوالی از سوی نشریه بین‌المللی یوروماتی، کسب عنوان بانک برتر جمهوری اسلامی ایران برای شش سال و عنوان بانک برتر اسلامی برای پنج سال از سوی نشریه معتبر بنکر، دریافت جایزه مدیریت مالی در هشت سال پیاپی و... همچنین ایفای نقش مؤثر در توسعه پایدار و مسئولیت‌های اجتماعی است. بخش مهمی از مباحث مطرح‌شده در این جلسه به پروژه‌های موفق ملی و بین‌المللی هلدینگ‌های میدکو، نسیم سلامت، گسترش انرژی پاسارگاد و همچنین فلان اختصاص یافت که با کسب موفقیت‌های چشمگیر به اشتغال‌زایی و بازدهی بسیار بالا رسیده‌اند و پروژه‌های مختلفی که با هدف افزایش تولید و اشتغال در راستای اقتصاد مقاومتی و با حمایت بانک پاسارگاد صورت گرفته است، یکی پس از دیگری به بهره‌برداری می‌رسند. از جمله این دستاوردها، تولید اولین کانتینر مس در جهان به روش تانک بایولچینگ، افتتاح ۱۹ کیلومتر خط ریلی شرکت فولاد بوتیای ایران، بهره‌برداری از طرح خط لوله سراسری ششم گاز در بخش انرژی و شهر هوشمند پاد در حوزه فناوری اطلاعات است که در نوع خود بی‌نظیر هستند. همچنین با اعلام نارضایتی سهامداران از مسائل فنی در عملکرد حسابرس قانونی صورت‌های مالی، موضوع تغییر حسابرس قانونی توسط سهامداران مطالبه شد که دکتر قاسمی در این خصوص گفت: ما در بحث مسائل حسابرسی از حقوق و منافع سهامداران و ذینفعان کوتاه نمی‌اییم و مانند ۱۲ سال فعالیت صادقانه و سازنده و خدمت به کشور، تمام قسط پای حقوق سهامدارانی که به ما اعتماد کامل دارند، ایستاده‌ایم و سربازان پاسارگاد حافظ منافع شما هستند.

در ادامه ضمن تعیین روزنامه رسمی، با درخواست سهامداران تغییر حسابرس قانونی در سال ۱۳۹۶ در دستور کار قرار گرفت که با تصویب سهامداران، موافقت بانک مرکزی نیز در این خصوص کسب شد. بنابراین با پیش‌بینی روند رشد بانک در بخش‌های مختلف، با توجه به موفقیت پروژه‌های ملی و بین‌المللی، روند رو به رشد بانک پاسارگاد ادامه خواهد یافت. گفتنی است در این جلسه با ارائه فرصت کافی جهت بیان نقطه نظرات، سهامداران با ابراز رضایت و حمایت از عملکرد بانک، در حوزه‌های گوناگون به بحث و بررسی پرداختند و پاسخ تمامی سؤالات خود را دریافت کردند.

بانکی و تعمیق هرچه بیشتر آن برادر. همچنین ایران آمادگی دارد با اتصال سوئیچ کارتهای بانکی دو کشور، زمینه خدمات‌رسانی به گردشگران طرفین را در فضای فناوری‌های نوین فراهم کند. سیف از تأسیس شعب بانک‌های دو کشور در سرزمین‌های طرفین استقبال کرد و گفت: بانک مرکزی ایران از حضور بانک‌های عمانی در ایران استقبال می‌کند و در مقابل بانک‌های تجاری ایران نیز مشتاق حضور در کشور عمان برای ارائه خدمات به فعالان اقتصادی و گردشگران هستند و معتقدیم این موضوع در تعمیق و گسترش روابط بسیار مؤثر است. وی افزود: بانک مسقط در تهران دفتر نمایندگی دارد و اگر تصمیم داشته

باشند بانک مرکزی از تبدیل شدن آن به شعبه استقبال می‌کند. رئیس کل بانک مرکزی ایده سوآپ ارزی برای مبادلات بانکی دو کشور براساس پول ملی را راهکاری مناسب برای گسترش ارتباطات بانکی دانست و گفت: این اقدام نیازمند بررسی راهکارها و پیشنهادات کارشناسان دو کشور در کمیته مشترک است و باید مورد توجه قرار گیرد.

**مسیر روابط بانکی هموار است**  
در این دیدار یوسف بن علوی وزیر امور خارجه عمان ضمن ابراز خرسندی از توسعه همکاری‌های بانکی گفت: بدون تردید این دیدار فرصت مناسبی برای روابط بانکی طرفین است و تلاش خواهد شد روابط بانکی و اقتصادی بیش از گذشته مورد توجه قرار گیرد.

همچنین سلطان بن سالم الحبیسی، معاون رئیس شورای رؤسای کل بانک مرکزی عمان با بیان اینکه در بحث ارتباطات بانکی توجه به سیستم‌های پرداخت و تسویه از الزامات است، گفت: یک تیم فنی و کارشناسی در حال بررسی مکانیزم‌های اتصال سوئیچهای کارتهای بانکی دو کشور هستند و امیدواریم با اجرایی شدن شاهد فضای جدیدی در این حوزه باشیم.

او با تأکید بر اینکه بانک مرکزی عمان به صورت مستقیم در حوزه سرمایه‌گذاری ورود نمی‌کند، خاطرنشان کرد: پس از کاهش قیمت نفت، بانک مرکزی عمان برخی مقررات بانکی را تعدیل کرد که شرایط برای کشورهای برای ارائه خدمات به فعالان خارجی هستند فراهم شود. بر این اساس انتظار بر این است که بانک‌های مرکزی ایران و عمان با تعدیل برخی مقررات، بستر سرمایه‌گذاری برای فعالان اقتصادی را تسهیل کنند.

نرخنامه



| نوسان | قیمت (تومان) | عنوان               |
|-------|--------------|---------------------|
| ▼     | ۶۵۶.۶۰۰      | مثقال طلا           |
| ▼     | ۱۵۱.۵۸۰      | هر گرم طلای ۱۸ عیار |
| ▲     | ۱.۶۰۰.۰۰۰    | سکه بهار آزادی      |
| ▲     | ۱.۶۳۰.۵۰۰    | سکه طرح جدید        |
| ▼     | ۷۹۷.۰۰۰      | نیم سکه             |
| ▼     | ۵۰۰.۰۰۰      | ربع سکه             |
| ▼     | ۳۳۸.۰۰۰      | سکه گرمی            |

نرخ ارز نقدی

| نوسان | قیمت (تومان) | نوع ارز     |
|-------|--------------|-------------|
| ▼     | ۴.۸۴۱        | دلار آمریکا |
| ▼     | ۵.۸۷۷        | یورو اروپا  |
| ▼     | ۶.۸۸۰        | پوند انگلیس |
| ▼     | ۱.۳۵۲        | درهم امارات |

خبر



## واکنش بانک مرکزی به تصمیم هیأت مدیره مؤسسه کاسپین

بانک مرکزی در پی برکناری مدیرعامل مؤسسه کاسپین از سوی هیأت‌مدیره اعلام کرد: به دلیل رعایت نشدن مفاد ۸۸ اساسنامه، تا زمان معرفی مدیرعامل جدید و تأیید صلاحیت وی، «علی نعیمی» مدیرعامل باقی خواهد ماند و باید وظایف قانونی خود را انجام دهد. به گزارش ایرنا، جدیدی در این حوزه باشیم. او با تأکید بر اینکه بانک مرکزی عمان به صورت مستقیم در حوزه سرمایه‌گذاری ورود نمی‌کند، خاطرنشان کرد: پس از کاهش قیمت نفت، بانک مرکزی عمان برخی مقررات بانکی را تعدیل کرد که شرایط برای کشورهای برای ارائه خدمات به فعالان خارجی هستند فراهم شود. بر این اساس انتظار بر این است که بانک‌های مرکزی ایران و عمان با تعدیل برخی مقررات، بستر سرمایه‌گذاری برای فعالان اقتصادی را تسهیل کنند.

**دوم فروردین ۱۳۹۷ - روز جهانی آب**

**طبیعت برای آب**

22 March 2018 - World Water Day  
Nature for Water

**شرکت مهندسی آب و فاضلاب کنور**  
روابط عمومی و امور بین‌الملل

**شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی**  
روابط عمومی و آموزش مسکنی

صورت گرفته است، یکی پس از دیگری به بهره‌برداری می‌رسند. از جمله این دستاوردها، تولید اولین کانتینر مس در جهان به روش تانک بایولچینگ، افتتاح ۱۹ کیلومتر خط ریلی شرکت فولاد بوتیای ایران، بهره‌برداری از طرح خط لوله سراسری ششم گاز در بخش انرژی و شهر هوشمند پاد در حوزه فناوری اطلاعات است که در نوع خود بی‌نظیر هستند. همچنین با اعلام نارضایتی سهامداران از مسائل فنی در عملکرد حسابرس قانونی صورت‌های مالی، موضوع تغییر حسابرس قانونی توسط سهامداران مطالبه شد که دکتر قاسمی در این خصوص گفت: ما در بحث مسائل حسابرسی از حقوق و منافع سهامداران و ذینفعان کوتاه نمی‌اییم و مانند ۱۲ سال فعالیت صادقانه و سازنده و خدمت به کشور، تمام قسط پای حقوق سهامدارانی که به ما اعتماد کامل دارند، ایستاده‌ایم و سربازان پاسارگاد حافظ منافع شما هستند.

در ادامه ضمن تعیین روزنامه رسمی، با درخواست سهامداران تغییر حسابرس قانونی در سال ۱۳۹۶ در دستور کار قرار گرفت که با تصویب سهامداران، موافقت بانک مرکزی نیز در این خصوص کسب شد. بنابراین با پیش‌بینی روند رشد بانک در بخش‌های مختلف، با توجه به موفقیت پروژه‌های ملی و بین‌المللی، روند رو به رشد بانک پاسارگاد ادامه خواهد یافت. گفتنی است در این جلسه با ارائه فرصت کافی جهت بیان نقطه نظرات، سهامداران با ابراز رضایت و حمایت از عملکرد بانک، در حوزه‌های گوناگون به بحث و بررسی پرداختند و پاسخ تمامی سؤالات خود را دریافت کردند.





## ارزآوری ۵۰۰ هزار دلاری

صادرات ۳۱ تن ماهی زینتی

یک مقام مسئول گفت در ۱۰ ماهه سال ۹۶، ۳۱ تن انواع ماهیان زینتی با ارزش بالغ بر ۵۰۰ هزار دلار به بازارهای هدف از جمله عراق، ترکیه و روسیه صادر شد.

عیسی گلشاهی، مدیرکل دفتر بهبود کیفیت و صادرات آبریان سازمان شیلات در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به آخرین وضعیت صادرات ماهیان زینتی، اظهار کرد: در ۱۰ ماهه سال جاری، ۳۱ تن انواع ماهیان زینتی با ارزش بالغ بر ۵۰۰ هزار دلار به بازارهای هدف از جمله عراق، ترکیه و روسیه صادر شد. وی افزود: سه شرکت بزرگ در حوزه آب‌های شیرین و شور امکانات ویژه‌ای نظیر شهرک‌های صنعتی در داخل کشور ایجاد کردند تا پس از تولید لوازم و ملزومات نگهداری و تولید و تکثیر ماهیان زینتی بتوانند اقدام به صادرات ادوات، تجهیزات و ماهیان زینتی به بازارهای هدف کنند.

گلشاهی از صادرات ملزومات و تجهیزات ماهیان زینتی در یک سال آینده خبر داد و گفت: با توجه به آنکه تجهیزات و ملزومات ماهیان زینتی با ماشین‌آلات روز دنیا تولید می‌شود، بنابراین قابلیت رقابت در بازارهای هدف برای تولیدکنندگان داخلی وجود دارد. مدیرکل دفتر بهبود کیفیت و صادرات آبریان ادامه داد: تولیدکنندگان و صادرکنندگان ماهیان آب شور به دنبال ارائه خدمات فنی و مهندسی به بازارهای هدف هستند، بدین منظور تجهیزات و ملزومات ابتدا تحت یک شرکت مادر خارجی و سپس برحسب امتیاز اخذ شده، خود اقدام به تولید و صادرات می‌کنند.

وی در بخش دیگر سخنان خود با اشاره به آخرین وضعیت صادرات یال اسبی، بیان کرد: در ۱۰ ماهه سال جاری ۲۴ هزار و ۶۲۳ تن یال اسبی به بازارهای هدف صادر شد. گلشاهی تصریح کرد: یال اسبی یک بخش آن از صید آب‌های جنوب استان هرمزگان و بخش دیگر از صید صنعتی به دست می‌آید که صادرات آن تا جایی که به ذخایر آسبی وارد نکند به بازارهای هدف تداوم خواهد داشت.

براساس آمار منتشرشده از سوی گمرک، میزان واردات ۱۱ ماه گذشته، به نسبت مدت‌زمان مشابه سال قبل، با رشد ۲۴ درصدی همراه بوده، امری که در سال اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال هیچ توجیهی ندارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، تولید، از اصلی‌ترین مولفه‌ها در تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به شمار می‌رود؛ مقوله‌ای تأثیرگذار که رهبر معظم انقلاب اسلامی، یکی از عناصر اصلی در نامگذاری شعار سال ۹۶ را به این موضوع اختصاص دادند.

با حمایت از تولید داخلی، روند توسعه و شکوفایی اقتصادی کشور به میزان قابل توجهی تسریع خواهد شد و با تحقق آن، شاهد مرتفع شدن بسیاری از نارسایی‌های اقتصادی کشور خواهیم بود و بالعکس با غفلت از این رکن حائز اهمیت، بسیاری از برنامه‌ها، طرح‌ها و اهداف از پیش تعیین شده برای فتح قله‌های پیشرفت و شکوفایی اقتصادی محکوم به شکست و انهداد خواهد بود. با حمایت از تولید داخلی، اثرات مخرب رکود کم‌رنگ می‌شود، ضریب اشتغال‌زایی افزایش می‌یابد و با عین شدن این امر با برنامه‌های اصولی در توسعه صادرات، شاهد دستیابی به موفقیت‌های اقتصادی بسیاری خواهیم بود.

کیست که نداند در صورت رفع مشکلات اقتصادی، بسیاری از معضلات اجتماعی، فرهنگی و حتی انتظامی نیز مرتفع می‌شود، سن ازدواج کاهش می‌یابد، ضریب طلاق با افت هرچه بیشتری همراه می‌شود، مشاجرات و عصبیت‌های اجتماعی تنزل پیدا می‌کند و مجموعه این عوامل به خروجی شایسته‌ای برای طراوت و پویایی هرچه بیشتر جامعه منتهی خواهد شد. به واقع، بسیاری از معضلات فعلی کشور ریشه در مشکلات و مسائل اقتصادی دارد و بنابر همین واقعیت

غیرقابل کتمان است که صدر تا ذیل دلسوزان نظام و جامعه بر ضرورت توسعه اقتصادی تأکید می‌ورزند. بدون تردید، محور اصلی تمامی این توفیقات از مسیر تولید و حمایت هرچه بیشتر از آن عبور می‌کند و نخستین امر برای تحقق این امر خطیر به کنترل و مهار واردات بازمی‌گردد؛ موضوعی که متأسفانه با آمار موجود، روند نوبدیش و امیدوارکننده‌ای در این خصوص مشاهده و احساس نمی‌شود.

مصادق این ادعا، به روشنی در اعداد و ارقام منتشرشده از سوی گمرک جمهوری اسلامی ایران قابل اثبات خواهد بود؛ جایی که آمارها از افزایش ۹ میلیارد دلاری واردات در ۱۱ ماهه گذشته به نسبت مدت‌زمان مشابه سال قبل حکایت دارد.

با تحلیل و آنالیز این میزان، به رشد ۲۴ درصدی واردات، آن هم در

## علت سرازیر شدن ۴۷ میلیارد دلار کالا به کشور چیست؟

سیاست وارداتی ایران هنوز مشخص نیست



پاراگوئه و اروگوئه نیز به ترتیب با رشد ۳ هزار و ۳۰۰ درصدی و ۲ هزار و ۴۰۰ درصدی همراه بوده است.

اینکه عامل و دلیل این افزایش و رشد چشمگیر واردات از کشورهای مذکور (که عمدتاً در قالب جوامعی با اقتصادی فقیر و ضعیف قرار می‌گیرند) بر پایه ارزان بودن کالاها و یا مسائل سیاسی بوده موضوعی است که طرح و بحث آن در این مجال نمی‌گنجد، اما به هر ترتیب، کلیت این پدیده (افزایش واردات) موضوعی ناخوشایند و نامبارک برای اقتصاد کشورمان به شمار می‌رود. زمانی این واردات تلخ‌تر می‌شود که متأسفانه بخش و سهمی از محصولات وارداتی، به اقلام غذایی معطوف می‌شود و این امر برای کشوری با ۸۰ میلیون نفر جمعیت به هیچ عنوان مبارک و میمون به نظر نمی‌رسد.

### از تعرفه ۱۵ درصدی تجهیزات اتاق عمل تا تعرفه ۵ درصدی سیگار برگ و تنباکوهای میوه‌ای

چندی پیش عبدالوهاب سهل‌آبادی، رئیس خانه صنعت ایران در گفت‌وگویی با رسانه‌ها در ارتباط با موضوع مذکور (افزایش ضریب واردات)، گفت: هر روز شاهد خاموش شدن چراغ کارخانه‌ها هستیم و استمرار این وضعیت، معیشت خانوارها را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. وی در ادامه می‌افزاید: پیامدهای تعطیلی کارخانه‌ها به وزیر صنعت، معدن و تجارت اطلاع داده شده، اما هنوز اقدام سازنده‌ای در این خصوص عملیاتی نشده است.

وی با تأیید تجارت آزاد، بیان کرد: بنده، چنین تجارسی را نفی و نهی نمی‌کنم، اما انتقاد ما در بخش‌هایی است که به آن توجه نمی‌شود و در شرایطی که تعرفه سیگار برگ و تنباکو ۵ درصد است، اما تعرفه تجهیزات اتاق عمل ۱۵ درصد، حصول توسعه اقتصادی سخت و دشوار خواهد بود.

## چه مشاغلی از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده معاف شدند؟

معاون مالیات بر ارزش افزوده سازمان امور مالیاتی، در بخشنامه‌ای فهرست عناوین کالاها و خدمات مندرج در ماده ۳۳ قانون مالیات بر ارزش افزوده را ابلاغ کرد.

به گزارش خبرگزاری دانشجو، محمد مسیحی، معاونت مالیات بر ارزش افزوده سازمان امور مالیاتی، در بخشنامه‌ای فهرست عناوین کالاها و خدمات مندرج در ماده ۳۳ قانون مالیات بر ارزش افزوده را ابلاغ کرد.

در این بخشنامه آمده است: در اجرای حکم بند (ر) ماده (۳۳) قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۴ اسفندماه ۱۳۹۵ مجلس شورای اسلامی) مراحل بسته‌بندی، انجماد، پاک‌کردن، درجه‌بندی، پوست‌گیری مانند شالی کوبی و خشک‌کردن مانند چای و تفت نخودپزی، فرآوری محصولات کشاورزی محسوب نمی‌شود و خدمات مزبور از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده معاف خواهد بود. فلذا اصلاحات لازم در خصوص فهرست عناوین کالاها و خدمات معاف موضوع ماده (۱۲) قانون مرقوم همراه با کد HS در مبنای حکم صدارالاشاره و همچنین آرای قطعی مراجع ذی‌صلاح، جهت اطلاع و اقدام لازم ارسال می‌گردد.

شایان ذکر است چنانچه درخصوص سایر کالاها و خدماتی که در فهرست مذکور درج نگردیده، سوالاتی در رابطه با معافیت آنها مطرح باشد، گماکان می‌بایستی پس از کسب نظر دفتر فنی و اعتراضات مودیان این معاونت اقدام گردد.

فهرست مزبور جایگزین فهرست قبلی که به پیوست بخشنامه شماره ۱۸۳۳ مورخ ۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۰ ارسال شده است می‌باشد.

خاطرنشان می‌سازد تاریخ اجرای معافیت انواع شکر و روغن‌ناتسی (اعم از خام و تصفیه‌شده) مطابق اعلام مراجع ذی‌صلاح از مورخ ۱ مهرماه ۱۳۸۷ و مصادیق بند (ر) ماده (۳۳) قانون صدارالاشاره، در طول برنامه حسب مورد قابل اجرا خواهد بود.

## آگهی مزایده کتبی



به استناد ماده ۳۰ آیین‌نامه مالی شهرداری های تهران و مراکز استان ها و از محل ردیف اعتباری ۷۰۲۰۰۲ بودجه سال ۹۶، شهرداری سابق در نظر دارد ملک مشروحه ذیل را مطابق جدول بند یک بفروش برساند.

### ۱- موضوع مزایده کتبی: فروش سه دستگاه خودرو مستهلک

| ردیف | نوع خودرو                       | مدل خودرو | شماره انتظامی  | قیمت پایه (ریال) | مبلغ سپرده شرکت (در مزایده ریال) |
|------|---------------------------------|-----------|----------------|------------------|----------------------------------|
| ۱    | کامیون کشنده (سمی تریلر) ایویکو | ۸۴        | ۶۲۶۷۵-۳۹ ایران | ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰    | ۵۰/۰۰۰/۰۰۰                       |
| ۲    | کامیون کشنده (سمی تریلر) ایویکو | ۸۴        | ۶۲۶۷۶-۳۹ ایران | ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰    | ۵۰/۰۰۰/۰۰۰                       |
| ۳    | کامیون کشنده (سمی تریلر) ایویکو | ۸۴        | ۶۲۶۷۷-۳۹ ایران | ۱/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰    | ۵۵/۰۰۰/۰۰۰                       |

۲- متقاضیان می بایستی از تاریخ ۹۶/۱۲/۲۷ لغایت ۹۷/۱/۱۶ نسبت به خرید اسناد مزایده کتبی از دبیرخانه شهرداری اقدام نمایند.

۳- کلیه متقاضیان شرکت در مزایده می بایستی جهت خرید اسناد مزایده مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب درآمد شهرداری ساری به شماره ۰۱۰۸۵۹۸۷۹۹۰۰ نزد بانک ملی ایران واریز نمایند.

۴- متقاضیان می بایست سپرده شرکت در مزایده کتبی را برابر مبلغ مندرج در جدول فوق به حساب سپرده شهرداری ساری به شماره ۰۱۰۸۵۹۸۸۳۴۰۰۵ نزد بانک ملی ایران واریز و یا معادل آن ضمانتنامه معتبر بانکی ارائه نمایند.

۵- سپرده نفرات اول، دوم و سوم تا تعیین برنده مزایده نگهداری خواهد شد و در صورت انصراف برنده مزایده سپرده آنان به ترتیب ضبط و به حساب درآمدی شهرداری منظور می گردد.

۶- هزینه نقل و انتقال سند و سایر هزینه ها بعد از خریدار می باشد.

۷- شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مجاز می باشد.

۸- سایر اطلاعات در اسناد مزایده مندرج می باشد.

مهدی عبوری - شهردار ساری

## آگهی ابلاغ اوراق مالیاتی

در اجرای ماده ۲۰۸ قانون مالیاتهای مستقیم مصوب اسفندماه سال ۱۳۶۶ بدینوسیله رای هیات حل اختلاف با مشخصات زیر به مودی ذیربط ابلاغ می‌گردد تا ظرف ۲۰ روز از تاریخ درج این آگهی به اداره امور مالیاتی مربوطه مراجعه و نسبت به حل و فصل پرونده و تسویه حساب مالیاتی اقدام نمایند. در غیر اینصورت طبق موازین قانونی اقدام خواهد شد.

| ردیف | شماره پرونده | نام مودی               | شماره رای | تاریخ صدور رای | عملکرد سال | منبع مالیاتی | درآمد مشمول مالیات (ریال) | اصل بدهی مالیاتی (ریال) | واحد مالیاتی | نشانی اداره امور مالیاتی |
|------|--------------|------------------------|-----------|----------------|------------|--------------|---------------------------|-------------------------|--------------|--------------------------|
| ۱    | ۱۷۹۳         | بیت اله اصلانی تیراقلو | ۶۹۱۶۲     | ۹۶/۱۱/۱۸       | ۱۳۹۴       | مشاغل        | ۱۳۴۱۷۱۴۵۸۷۷               | ۳۲۷۵۹۳۲۱۸۰              | ۰۹۳۳         | شهری میدان نمازک امرایی  |

روابط عمومی امور مالیاتی شهر و استان تهران



## عملکرد موفق جان چن او را تا سال ۲۰۲۳ در سمت مدیر عاملی بلکبری ماندگار کرد

حدود ۱۵۹۰ روز قبل بود که «جان چن» پست خود در کمپانی «Thorsten Heins» را ترک کرد و در شرایطی نسبتاً بحرانی سکان هدایت شرکت بلکبری را در دست گرفت. حال عملکرد این مدیر پس از طی این روزهای طولانی پیش روی اعضای هیأت مدیره قرار دارد و تمدید قرارداد او تا سال ۲۰۲۳ خبر از رضایت آنها می‌دهد. به گزارش دیجیاتو، چن وقتی سمت مدیرعاملی بلکبری را به دست آورد که این شرکت در سرآشوبی سقوط قرار داشت. دوران سیستم‌عامل اختصاصی این کمپانی که زمانی نماد هوشمندی موبایل‌ها به حساب می‌آمد، به سر آمده بود و موبایل‌های این شرکت نیز آنطور که باید خریدار نداشتند.

پس از روی کار آمدن او در حدود چهار سال پیش، این شرکت چند موبایل هوشمند دیگر را نیز به بازار عرضه کرد که برای نخستین بار در میان آنها چند موبایل اندرویدی نیز مشاهده می‌شد. با این حال جان چن به‌موقع دریافت که این مسیر به موفقیت چندانی ختم نخواهد شد و در تصمیمی شجاعانه اعلام کرد که بخش تولید موبایل‌های بلکبری را تعطیل خواهد کرد.

اقدام هوشمندانه بعدی او واگذاری امتیاز تولید موبایل تحت برند بلکبری به دیگر تولیدکنندگان از جمله TCL بود که سبب شد نام این برند در عرصه موبایل‌های هوشمند از بین نرود و در عین حال کمپانی از دردهای تولید و پشتیبانی سخت‌افزار خلاص شده و تنها روی ارائه خدمات نرم‌افزاری تمرکز کند و در عین حال وارد عرصه‌های جدیدتری برای کسب درآمد شود.

همین تلاش‌ها سبب شده تا این شرکت کانادایی بتواند برای سه دوره مالی فزاینده از پیش‌بینی‌های کارشناسان وال‌استریت عمل کرده و ارزش سهام آن به‌طور مداوم افزایش یابد.

گزارش جدید عملکرد مالی بلکبری قرار است اواخر ماه مارس به سهامداران ارائه شود و پیش‌بینی شده سودی برابر با ۳ سنت به ازای هر سهم نصیب سهامداران شود و مجموع کل درآمد کمپانی در مدت مورد نظر به حدود ۲۲۶ میلیون دلار برسد.

## ششمین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی «ساخت ایران» برگزار می‌شود

ششمین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی «ساخت ایران» دی‌ماه سال آینده برگزار می‌شود.

به گزارش مهر، محمود شیخ زین‌الدین، رئیس نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران درخصوص تغییر زمان برگزاری ششمین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران، گفت: با توجه به درخواست مراکز علمی و پژوهشی و تولیدکنندگان تجهیزات آزمایشگاهی، ششمین دوره نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران دی‌ماه ۹۷ برگزار می‌شود.



### یادداشت

## چگونه افراد با استعداد تیم کاری خود را حفظ کنیم

به قلم Tony Delmercado - کارآفرین

مترجم: امیرالعلی

قائل شوید. با توجه به این امر که تیم کاری نیروی محرک شرکت شما محسوب می‌شوند، رضایت خاطر آنها در نهایت روند رو به جلو را تضمین خواهد کرد. رفتار خوب و مطابق انتظار شما با کارمندان در نهایت باعث خواهد شد به وفاداری افراد مهم و ضروری خود دست پیدا کنید.

### ۲- امکان پیشرفت را فراهم آورده و خود به عنوان مربی دلسوز همراه تیم کاری خود باشید

در بسیاری از محیط‌های کاری امکان پیشرفت و ترقی وجود ندارد. درواقع این امر بیشتر به علت ضعف مدیریت است و باعث خواهد شد افسردگی همواره به دنبال گزینه‌ای برای ترک کار خود باشند. به همین خاطر لازم است ساختار شرکت به نحوی باشد که افراد با استعداد و پرتلاش همواره بتوانند مسیر پیشرفت و ترقی را طی کنند. همچنین ضروری است کلاس‌های آموزشی و فرستادن برخی کارمندان برای

کسب تجربه و دانش بیشتر به خارج از محل کار را به عنوان یک گزینه ضروری مدنظر قرار دهید. امروزه دیگر مدیران نمی‌توانند افرادی پشت میز نشین و دور از جو تیم خود باشند و به همین خاطر ضروری است از همان ابتدای کار خود درصدد ایجاد ارتباطی دوستانه با تمامی اعضای تیم خود باشید. همچنین لازم است شما به عنوان فردی یاد شوید که همواره می‌توان روی کمک‌های وی حساب باز کرد تا افراد با خیالی آسوده اشتباهات و ضعف‌های خود را با کمک شما برطرف کنند. بدون تردید این امر نه تنها باعث افزایش قدرت تیم کاری شما خواهد شد، بلکه کمک خواهد کرد تا جوی فوق‌العاده

در شرکت شکل گیرد که کمتر کسی تمایل به خارج شدن از آن را داشته باشد.

۳- در روابط خود با کارمندان متفاوت با سایر برندهای موجود باشید هیچ دلیل قانع‌کننده‌ای وجود ندارد که همواره شرکت‌ها باید مانند یکدیگر عمل کنند. اگرچه این امر امروزه کاملاً مرسوم است با این حال این اقدام احتمال ترک شرکت را به مراتب افزایش خواهد داد. درواقع هنگامی که مشابه ساختار و اقدامات و روابط میان کارمند و کارفرمای شرکت شما در سایر برندها نیز وجود داشته باشد، افراد با وعده‌هایی نظیر حقوق بیشتر یا به علت مشکلات داخلی، به راحتی تصمیم به ترک شرکت شما خواهند کرد. به همین خاطر همواره به نحوی عمل کنید که کاملاً متفاوت با سایرین باشد. برای مثال امروزه بسیاری از شرکت‌ها اقدام به انجام ورزشی به صورت گروهی می‌کنند تا با این اقدام سلامتی، نشاط و مقدمات بهبود کار تیمی در افراد شکل گیرد.

منبع: entrepreneur

در فضای کسب‌وکار حال حاضر هیچ چیز به اندازه زمان از اهمیت برخوردار نیست. تحت این شرایط اعمال تغییرات مداوم در تیم کاری باعث خواهد شد به علت زمانی که برای سازگاری و هماهنگی افراد با محیط جدید و سایر افراد نیاز است، امکان رشد و ترقی برای مدتی از شما سلب شود. به همین خاطر ضروری است تیم کاری خود را تا حد امکان حفظ کنید. با این حال این امر یک واقعیت است که تمامی افراد در شرکت از موقعیت و درجه اهمیت یکسانی برخوردار نیستند و این امر باعث می‌شود تا در حفظ کارکنان خود با نوعی اولویت مواجه باشید. ریشه بسیاری از مشکلات شرکت‌ها در این زمینه در شیوه استفاده نادرست آنها است. درواقع جذب فردی که مطابق انتظار

شما نباشد باعث خواهد شد نیاز شما به‌طور کامل برطرف نشده و این خود مشکلات بسیاری را به همراه خواهد داشت. در همین راستا در صورتی که در زمینه استخدام به صورت حرفه‌ای عمل کرده‌اید لازم است افراد خود را به خوبی حفظ کرده و توجه داشته باشید که همواره افراد به علت مشکلات داخلی اقدام به ترک موقعیت شغلی خود نکرده و گاهی رقبای به نحوی عمل می‌کنند که کارمندان شایسته شما را به دست می‌آورند. تحت این شرایط شما با شکستی بسیار بزرگ و از جنبه مهم مواجه خواهید شد. در همین راستا و در ادامه به بررسی راهکارهایی برای حفظ افراد با استعداد شرکت خواهیم پرداخت.

### ۱- شنونده خوبی باشید و انعطاف را به عنوان یک اصل

مدیریتی بپذیرید

بدون تردید افرادی که دارای استعداد و از توان رشد بسیار خوبی برخوردار هستند، پیشرفت را به عنوان اصلی‌ترین هدف خود به حساب می‌آورند. تحت این شرایط همواره نباید توقع داشته باشید که افراد مطابق با خواست شما عمل نمایند و درواقع دیگر روابط سابق کارمند و کارفرما نمی‌تواند نتیجه‌بخش باشد و به همین خاطر توصیه می‌شود همواره به دنبال یک توافق با یکدیگر باشید. این امر نیازمند آن است که ابتدا کارمندان ویژه خود را شناسایی کرده و به صورت مکرر با هر یک جلساتی را برگزار کنید. در نشست‌های خود به نحوی عمل کنید که شرایط یک گفت‌وگو دو نفره فراهم شود، در غیر این صورت نتیجه لازم را به دست نخواهید آورد. همچنین لازم است این باور را در خود شکل دهید که هیچ چیز مطلق نبود و بنا بر شرایط در مواقعی لازم است حتی برای سیاست‌های کاری شرکت استثناهایی



## تخصیص بیش از ۱ میلیارد تسهیلات

### به مراکز رشد پارک فناوری آذربایجان غربی

رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان غربی گفت: در سال جاری هشت رویداد کارآفرینی در قالب رویداد شباب آذربایجان (روشا) در استان برگزار شده است.

حسن حیدری در گفت‌وگو با ایسنا افزود: این هشت رویداد روشا در شهرهای ارومیه، میاندوآب و مهاباد برگزار شده است.

وی در مورد آخرین رویداد کارآفرینی در استان افزود: رویداد هفتم شتاب ۱۶ اسفند در شهرستان خوی با موضوع آزاد و با تأکید بر مزیت‌های نسبی شهرستان خوی و در محورهای صنعت و معدن؛ صنایع غذایی، تبدیلی و تکمیلی؛ کشاورزی؛ بوم‌گردی و گردشگری روستایی در محل دانشگاه پیام نور واحد خوی برگزار شد.

حیدری با اشاره به تعداد اختراعات ثبت‌شده در استان، خاطر نشان کرد: در سال ۹۶ تعداد شش مورد ثبت اختراع توسط شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری آذربایجان غربی صورت گرفته و با توجه به اینکه پارک علم و فناوری آذربایجان غربی در سال ۹۵ به عنوان مرجع منطقه‌ای

عنوان واحد فناور در پارک فعالیت می‌کنند.



## «خلاقیت» و «نوآوری» دو عنصر جدایی‌ناپذیر در کارآفرینی

رئیس دفتر تجاری‌سازی دانشگاه بانوان سیالکوت پاکستان گفت خلاقیت و نوآوری به عنوان دو عنصر جدایی‌ناپذیر لازمه راه‌اندازی یک کسب‌وکار موفق برای کارآفرینان است که باید همواره آنها را در کنار یکدیگر قرار

دهند.

دکتر زرین فاطمه رضوی در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص همکاری‌های بین‌رشته‌ای اظهار کرد: فعالیت‌ها و همکاری‌های میان‌رشته‌ای به خصوص بین رشته‌های انسانی و علوم طبیعی می‌تواند زمینه مطلوبی را برای افراد فراهم کند، زیرا هر شخصی دارای تفکر و ایده متفاوتی است. این تقابل افکار و این اعتماد بین آنها است که باعث ایجاد نوآوری و رشد یک ایده می‌شود.

وی افزود: الزاماً هر فردی که کسب و کاری را راه می‌اندازد، دلیل بر موفقیت آن شخص نیست؛ اگر در تجارت خود نوآوری دارد، باید تبلیغات گسترده‌ای برای آن انجام دهد و از محصول یا نوآوری خود سرویس‌های گوناگونی

ارائه دهد تا مردم آن را بشناسند، در غیر این صورت نمی‌تواند برندسازی کند و به پیشرفت برسد.

رئیس دفتر تجاری‌سازی دانشگاه بانوان سیالکوت پاکستان اضافه کرد: صرفاً یک اختراع دلیل بر موفقیت فرد نخواهد بود، بلکه باید در مورد آن محصول نیازسنجی صورت گرفته و نیازهای زمان حال و آینده جامعه شناسایی شود، تا محصول و اختراع جدیدی که ارائه می‌شود، به خوبی در میان مردم جای گیرد.

رضوی عنوان کرد: هر فردی دارای ویژگی‌های شخصیتی متفاوتی است و اگر این شخص از ویژگی‌هایی مانند ریسک‌پذیری بالا، قدرت تصمیم‌گیری و مصمم‌بودن در فعالیت‌ها برخوردار باشد، او یک کارآفرین است.

وی گفت: کارآفرین باید مشکلات جامعه خود را جست‌وجو کند تا بتواند دغدغه‌ها و کمبودها را که در کشور برای مردم وجود دارد شناسایی و رفع کند.





## تلاش استارت آپ آمریکایی برای آلوده‌کننده‌های مغز انسان!



یک استارت‌آپ آمریکایی سعی دارد با طراحی شیوه‌های نوین خاطرات انسان را در یک ابر حساسرسی آلوده کند. به گزارش مهر، سال‌هاست که ایده آلوده‌کردن مغز انسان در یک رایانه ارائه شده اما بیشتر شبیه یک داستان تخیلی است. در همین راستا Nectome یک استارت‌آپ سانفرانسیسکوئی سعی دارد با طراحی شیوه‌های نوین مغز انسان را نگهداری و خاطرات آن را در یک ابر حساسرسی آلوده کند. اما برای واقعی شدن این ایده به چند شرکت‌کننده مشتاق نیازمند است. این درحالی است که هیچ تضمینی وجود ندارد پس از آنکه فرد از زندگی و مغز خود دست کشید، این فرآیند کارآمد باشد.

### نگاه



## جایگاه و اهمیت مهارت‌های ارتباطی مدیرعامل

چرا این محصول/خدمات را تولید می‌کنید. چرا دیگران (مشتریان، سرمایه‌گذاران) باید برای کار شما اهمیتی قائل شوند؟ چه به‌عنوان یک شخص و چه به‌عنوان یک شرکت، چرا این کار را شروع کرده‌اید؟ سعی کنید به سؤالات پاسخ دهید و زمانی که برای خودتان (یا برای یکی از دوستان) دلایل تان را شرح می‌دهید، مرتباً به این جمله فکر کنید: «اما چرا؟»

زمانی که شرکت رشد می‌کند، چالش ارتباطی همچنان ادامه دارد. حالا سرمایه‌گذاران به نوع دیگری از روابط نیاز دارند. آنها نه تنها می‌پرسند «چرا» این محصول را تولید می‌کنید، بلکه می‌خواهند بدانند «چرا» این روند تولید، بازگشت سرمایه آنها را تضمین می‌کند.

### چرا شما؟ چرا حالا؟

در مرحله بعد، فصل چالش‌برانگیزترین ارتباطات فرامی‌رسد: فروش، شراکت. شما باید رؤیا، چشم‌انداز و علت شروع کارتان را با مخاطبان به اشتراک بگذارید. درواقع آینده این کسب‌وکار به اعتقادات شما بستگی ندارد، بلکه به باورها و اعتقادات افرادی بستگی دارد که با آنها وارد تعامل شده‌اید. خودتان را به‌جای آنها بگذارید، مسائل را از دریچه دید آنها ببینید و بهترین پاسخ‌ها را برای متقاعد کردن آنها بیابید.

همانطور که شرکت به مقیاس‌پذیری ادامه می‌دهد، نیاز به ارتباطات مؤثر بیشتر می‌شود. در این مرحله وظیفه شما این است که روابط خوبی با تیم برقرار کنید. روابط داخلی، مهم‌ترین بخش ارتباطات و نقطه‌ای است که آینده کسب‌وکار شما، تعریف و تعیین می‌شود.

اغلب اوقات بخش‌های مهندسی، فروش و محصول، به‌عنوان اجزای لاینفک نیروی



انسانی شناخته می‌شوند؛ درحالی که نقش بازاریابی و ارتباطات کمی ناملموس‌تر است. اما حقیقت ماجرا این گونه نیست. یک خط کد اشتباه (در برنامه‌نویسی) را می‌توان به‌سادگی تصحیح کرد؛ اما اصلاح ارتباطات بد، کمی پیچیده‌تر است.

برقراری تعادل میان امید و خوش‌بینی از یک سمت و در نظر داشتن و فراموش نکردن اشتباهاتی که در طول مسیر مرتکب می‌شوید از سمت دیگر، مهارتی ضروری است که به‌عنوان مدیرعامل باید به‌خوبی بیاموزید.

هیبل فولد، مشاور استارت‌آپ و بازاریاب تکنولوژی معتقد است ارتباطات مؤثر، مستلزم یک قاعده کلی است: در مورد مخاطبان خود فکر کنید، نیازهای آنها را در ذهن نگه‌دارید، خودتان را به‌جای مخاطب بگذارید و بعد با آنها رابطه برقرار کنید.

تیم شما از شفافیت عملکرد استقبال می‌کند و می‌خواهد از واقعیات امور باخبر شود. اما درعین حال برای مواجهه با چالش‌ها و سختی‌ها، به امید و انگیزه نیاز دارد. در این جایگاه نیز تصور کنید که روی صندلی آنها نشست‌اید و حرفی را به زبان بیابید که خودتان در این شرایط به آن نیاز دارید.

منبع: inc/zoomit

روابط مدیرعامل با مخاطبان بالقوه، مشتریان فعلی، سرمایه‌گذاران و کارمندان، روند رشد و پیروزی یا سقوط یک شرکت را رقم می‌زند. شواهد و دلایل زیادی وجود دارند که طبیعت غیرمنطقی و گاهی دیوانه‌وار کارآفرینان را در جهان نوآوری نشان می‌دهند. همه ما با این آمار آشنا هستیم: طیف وسیعی از استارت‌آپ‌ها، شکست می‌خورند و سقوط می‌کنند.

راهاندازی یک استارت‌آپ موفق، با پارادوکس‌های ذاتی بسیاری همراه است. جملاتی که بارها از کارآفرینان شنیده‌ایم: «برای جذب مشتری باید پول خرج کنیم؛ اما باید مشتری داشته باشیم تا بتوانیم پولی به دست آوریم.» یا «ما برای ارزش‌آفرینی به کاربر نیاز داریم؛ اما هیچ کاربری تا زمانی که ارزشی خلق نشده است، به سمت ما جذب نمی‌شود!»

یکی دیگر از مواردی که کمتر سخنی از آن می‌شنویم، پارادوکس‌های ارتباطی است. از یک طرف، شما به‌عنوان مدیرعامل باید خوش‌بینی و اعتقاداتتان را نسبت به آینده کسب‌وکار نشان دهید. اگر کارکنان شما شاهد باشند که رهبرشان نسبت به موفقیت آتی شرکت ناامید است، به‌سرعت تعهد و اعتقاد به کاری که انجام می‌دهند را از دست می‌دهند، کارایی آنها کاهش پیدا می‌کند و حتی ممکن است تسلیم شوند.

از سوی دیگر، اگر شما به‌عنوان مدیرعامل، مسئولانه ارتباط برقرار نکنید و در مورد چالش‌ها و شکست‌های شرکت شفافیت نداشته باشید، چه کسی باید این مسائل مهم را با دیگر اعضای تیم در میان بگذارد؟

### کدام یک مهم‌تر است شفافیت یا خوش‌بینی؟

شما به‌عنوان یک مدیر یا رهبر، کدام ویژگی را در اولویت قرار می‌دهید؟ سعی می‌کنید در ارتباطات خود، بیش‌ازحد خوش‌بین و مثبت‌نگر باشید یا روی شکست‌ها و افسوس شرکت متمرکز می‌شوید؟ پاسخ درست، هر دو مورد است. یک رهبر عالی، فردی است که می‌تواند بین این دو گزینه توازن برقرار کند. توانایی شما در انگیزه‌بخشی مثبت و همچنین انتقادات سازنده در مواقع لزوم، پیروزی یا شکست کسب‌وکار شما را رقم می‌زند. ممکن است داستان جفری ایملت، مدیرعامل جنرال الکتریک و نحوه ارتباطات او را شنیده باشید. ایملت با سخنرانی‌هایی که «انحراف از واقعیت» تعبیر شد، مقصر اصلی کاهش ۵۰ درصدی ارزش سهام GE شناخته شد.

از آنجاکه کارآفرینان در طول دوره ساخت و اداره یک کسب‌وکار پایدار، با چالش‌های زیادی روبه‌رو می‌شوند، ارتباطات مناسب، دقیق، مسئولانه و شفاف آنها از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. این چالش به معنای واقعی از روز نخست شروع می‌شود و شما باید ارزش ایده و محصولات آتی خود را با رفتار و گفتار روشن و واضح و مختصر توضیح دهید.

### چه چیزی و چگونه یا چرا؟

شرح آنچه تولید می‌کنید و روند تولید آن (چه چیزی، چگونه) کار سختی نیست. چالش این است که بتوانید برای دیگران توضیح بدهید



## با هدف گسترش فعالیت‌های کارآفرینان فرودگاهی، استارت‌آپ‌های این حوزه حمایت می‌شوند

تفاهمنامه همکاری مشترک با هدف حمایت از استارت‌آپ‌های فرودگاهی به امضای مدیران عامل شرکت توسعه خدمات کارآفرینی بانک مسکن و شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) رسید.

به گزارش بانک مسکن، انعقاد این تفاهمنامه با هدف گسترش فرهنگ کارآفرینی و حمایت از فعالیت‌های کارآفرینان و کسب و کارهای نو و فناوری پایه در حوزه‌های مربوط به خدمات فرودگاهی و به دنبال آن، بهبود تجربه مسافران در فرودگاه با استفاده از خدمات نوین انجام شد. براساس مفاد این تفاهمنامه از این پس تمام استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه می‌توانند از طریق شرکت توسعه خدمات کارآفرینی بانک مسکن، خدمات خود را به شرکت شهر فرودگاهی ارائه دهند.



همچنین شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) نیز موظف شد خدمات مورد نیاز خود را در قالب برگزاری نشست‌ها و همایش‌ها به اطلاع اعضای کارآفرین شرکت توسعه خدمات کارآفرینی مسکن برساند. در جلسه امضای این تفاهمنامه حمید پاری، مدیرعامل شرکت توسعه خدمات کارآفرینی مسکن اعلام کرد: از این پس تمام افرادی که در حوزه‌های مرتبط با خدمات فرودگاهی اولیه باشند، می‌توانند با کمک شرکت توسعه خدمات کارآفرینی بانک مسکن طرح خود را در صورت برخورداری از جذابیت در بازار پیاده‌سازی کرده و یا گسترش دهند. در این مسیر شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) نیز از ایده‌های کسب و کار فناوری پایه در حوزه خدمات فرودگاهی حمایت خواهد کرد. وی در ادامه خاطرنشان کرد: این شرکت با توجه به وابستگی به بانک مسکن از یک سو و نیز وابستگی به وزارت راه و شهرسازی از سوی دیگر، تنها مرکز فعال در حوزه استارت‌آپ‌های مرتبط با حمل و نقل، مسکن و شهرسازی و فین‌تک است و به عنوان زبان گویای حوزه استارت‌آپی این امکان را برای استارت‌آپ‌ها و ایده‌پردازان فراهم می‌آورد تا از مشاوره تخصصی و مانیتورینگ در تمام سطوح بهره‌مند شوند و در نهایت بتوانند خدمات خود را به مشتریان اصلی ارائه کنند.

## فروش لپ‌تاپ اپل امسال ۱۵ درصد رشد می‌کند

تحلیلگر KGI پیش‌بینی می‌کند که در بین محصولات اپل، مک‌بوک از فروش بیشتری در سال ۲۰۱۸ برخوردار خواهد بود. طبق گزارش مینگ چی کو، مک‌بوک اپل نسبت به آیفون از رشد بهتری در بخش فروش برخوردار بوده است. پیش‌بینی تحلیلگران حاکی از آن است که فروش لپ‌تاپ مک امسال ۱۳ تا ۱۶ درصد افزایش خواهد یافت؛ این در حالی است که فروش آیفون حدود ۷ تا ۱۰ درصد و فروش آیفون، حداکثر تا ۶ درصد افزایش می‌یابد.



در ماه‌های اخیر، دستگاه‌های پوشیدنی اپل از بهترین رشد فروش برخوردار بوده‌اند و KGI پیش‌بینی می‌کند که فروش مک‌بوک در سال ۲۰۱۸ حتی می‌تواند نسبت به سال ۲۰۱۷، از رشد بالاتری برخوردار باشد. نکته قابل توجه این است که اغلب اوقات، نیمه دوم سال به فروش محصولات اپل اختصاص داده می‌شود. این افزایش فروش در درجه اول به علت برنامه‌ریزی و تجدیدنظر اپل درباره تولید مدل‌های جدید مک‌بوک از ماه ژوئن است. از زمانی که اپل شروع به عرضه مدل‌های جدید مک‌بوک کرده

است، شاهد افزایش ۸۰ درصدی فروش آن نسبت به محصول قبلی در فصل جاری هستیم. استریت اینسایدر در این باره نوشته است: تحلیلگر KGI نظر مثبتی در مورد مک‌بوک اپل دارد. طبق نظریه او، انتظار می‌رود که در سال ۲۰۱۸ شاهد بهترین نرخ رشد فروش این محصول (۱۳ تا ۱۶ درصد) باشیم. همچنین انتظار می‌رود که فروش محصولات آیفون تنها ۴ تا ۶ درصد و آیفون تا ۷ درصد رشد داشته باشد.

در جریان رشد فروش مک‌بوک اپل، KGI معتقد است مدل‌های تاج بار مک‌بوک پرو، به‌طور خاص از فروش بیشتری برخوردار هستند. این موضوع از لحاظ مالی می‌تواند خبر خوبی باشد؛ به دلیل آنکه لپ‌تاپ‌های تاج بار جزو گران‌قیمت‌ترین مدل‌های مک‌بوک در خط تولید اپل هستند. مینگ چی کو همچنین تصریح کرد که در خط تولید لپ‌تاپ‌های امسال اپل، مک‌بوک ایر مقرون‌به‌صرفه نیز وجود دارد. پیش از این، دیجی‌تایمز گزارش کرده بود که مک‌بوک رتینا ۱۳ اینچی نیز در راه است.

کارگاه برندینگ

کلید ۳۰

# ۵ راهکار مؤثر برای برندسازی یا قوی‌تر کردن برند



## چگونه می‌توانید از افراد مشهور برای تبلیغ برند خود استفاده کنید؟<sup>(۳)</sup>

هنگامی که لیستی از چند فرد معروف جمع‌آوری کردید، وقت آن است که با آنها تماس داشته باشید. باز، ما خیلی خوشبختیم که در سال ۲۰۱۸ زندگی و کار می‌کنیم، زیرا برقراری ارتباط با افراد مشهور و تأثیرگذار بسیار آسان است. این افراد ممکن است همیشه پاسخ شما را ندهند، اما نمی‌توانند پنهان شوند. ایده خوبی است که در اینجا شما کنترل را به دست بگیرید، مخصوصاً اگر شما مدیرعامل شرکت خود هستید به‌طور مستقیم با فرد مشهور مورد نظر تماس بگیرید. شما می‌توانید در رسانه‌های اجتماعی به آنها به‌طور مستقیم پیام دهید یا به آنها ایمیل بفرستید. امروزه، پیدا کردن ایمیل افراد مشهور به هیچ وجه سخت نیست. در واقع، بسیاری از افراد مشهور ایمیل خود را در پروفایل رسانه‌های اجتماعی خود می‌گذارند. روش تماس شما هر چه که باشد، پیام شما باید شخصی، ساده و شفاف باشد. شما به دنبال برقراری ارتباط هستید، اما به آنها نیاز دارید. ایمیل شما باید:

- متناسب با فرد مشهور، شخصی‌سازی شده باشد.
- با طراوت باشد.
- شفاف باشد.
- خنده‌دار باشد.
- دوستانه باشد.
- فروتنانه باشد.
- شفاف باشد.

به عنوان مثال: سلام «نام فرد مشهور را در اینجا قرار دهید» می‌دانم برای اینکه توجه شما را جلب کنم، کار سختی در پیش دارم. بنده بنیانگذار یک استارت‌آپ جدید هستم که میله‌های شکلات‌های فوق‌العاده سالم و خوشمزه گیاهی تولید می‌کند. چون شما هم گیاهخوار هستید، تیم ما اطمینان دارد که شما محصول ما را دوست خواهید داشت. محصول ما گلوتن ندارد و با آجیل، کشمش و آنتی‌اکسیدان‌ها پر شده است. شاید بپرسید ما از شما چه می‌خواهیم؟



عمل می‌کنید؟ خود را از دیگران متمایز کنید. یا حداقل به گونه‌ای عمل کنید که به نظر بیاید شرکت شما متفاوت اداره می‌شود. یعنی کارکنان برند شما تمایل دارند که با بازار هدف خود ارتباط برقرار کنند. نکته هم در اینجا است، در بازار شلوغ امروزی فقط برندهایی که شخصیت مشخصی داشته باشند دوام می‌آورند، بنابراین برای قوی کردن برند خود (برندسازی)، برای نام تجاری خود یک شخصیت مشخص ایجاد کنید.

۲- برندی برانگیزاننده باشید اگر بخواهید رهبری فکور باشید، سریع‌ترین راه این است که برانگیزاننده و تحریک برانگیز باشید. به چالش کشیدن خود، شما را خردمند می‌کند یا افرادی که هیجان زده شده‌اند از سر خود خشنودی شایعانه مینی بر اینکه شما واقعا در حال فکر کردن هستید، بخش می‌کنند. بنابراین نام تجاری خود را همراه با عملکردهایی کنید که باعث

شما سه گزینه دارید: الف) این پیام را نادیده بگیرید ب) پاسخ دهید: شما می‌توانید به من پاسخ دهید، تا ما شروع کنیم! با تشکر «نام خود را وارد کنید»

نتایج تنها تبلیغ یک فرد مشهور برای برند شما کافی نیست. موضوع تنها انتخاب یک فرد صحیح نیست، اگر فرد اشتباهی را انتخاب کنید، تلاش شما بی‌نتیجه خواهد بود. اگر فرد درستی را انتخاب کنید، برند شما می‌تواند رشد کند.

تحقیقات خود را انجام دهید. بررسی کنید که چه طرفدارانی، افراد مشهور موردنظر را دنبال می‌کنند. اطمینان حاصل کنید که این طرفداران، ارزش‌ها و پیام شما را به اشتراک می‌گذارند. سپس، پیام خود را به افراد مشهور شخصی‌سازی کنید، مطمئن شوید که شاداب، دوستانه، روشن و همیشه پیگیر هستید.

منبع: brandabout

متأسفانه، حتی وقتی ارتباطات برند تمام امتیازات را کسب می‌کند، یعنی شفاف، با معنی و مبتنی بر پیام است، باز هم ممکن است کسل‌کننده باشد و به درد نخورد. برای امتحان کردن هر یک از پنجترفند زیر می‌توانید راحت‌تر برندسازی کنید و می‌توانید از راهنمایی‌های زیر استفاده کنید:

۱- شخصیت واحدی برای برند خود داشته باشید. اغلب، بنگاه‌های تجاری (که شامل بازارباب‌ها نیز می‌شود) فکر می‌کردند لازم است که در مورد خدمات، محصولات و صنعت خود به هر روشی که سایرین استفاده می‌کنند، صحبت کنند. آنها می‌ترسیدند که اگر به این روش عمل نکنند، از حلقه خارج شوند. در حقیقت، این مورد منطقی است. چند کسب‌وکار را می‌توانید نام ببرید که با تقلید از سایر برندها، توانسته باشند تأثیر بزرگی بگذارند؟ و چطور می‌توانید مخاطبان‌تان را قانع کنید که شما متمایز هستید، در صورتی که شبیه رقبای خود عمل می‌کنید؟

۲- برندی برانگیزاننده باشید، اما به گونه‌ای عمل کنید که به نظر بیاید شرکت شما متفاوت اداره می‌شود. یعنی کارکنان برند شما تمایل دارند که با بازار هدف خود ارتباط برقرار کنند. نکته هم در اینجا است، در بازار شلوغ امروزی فقط برندهایی که شخصیت مشخصی داشته باشند دوام می‌آورند، بنابراین برای قوی کردن برند خود (برندسازی)، برای نام تجاری خود یک شخصیت مشخص ایجاد کنید.

۳- داستان برندتان را تعریف کنید راه نتیجه بخشی که حقیقتاً می‌تواند منجر به تعامل افراد با برند باشد و احساسی پایدار ایجاد کند، تعریف کردن داستان برند است. داستان‌ها قدیمی‌ترین نوع ارتباطات جمعی هستند و برخی محققان بر این باورند که بازاربایان نیز باید در این مورد پاسخگو باشند. بازاربایان قطعاً در حال آموزش هستند تا بتوانند از دل داستان‌ها پیام‌های خود را طراحی کنند. اینگونه عمل کردن برای ارتباطات برندسازی بسیار با ارزش است. داستان‌های برند به مخاطبان کمک می‌کنند تا خود را به آنچه برند شما انجام می‌دهد مرتبط کنند. داستان‌های گیسرا به شما کمک می‌کنند تا توجه رسانه‌ها را به خود جلب کنید. برای داستان‌سنجایی مؤثر نکات زیر را در نظر داشته باشید:

۱- با یک تصویر خاطره‌انگیز یا یک حکایت شروع کنید. ایجاد انگیزه در افراد شود تا عملکرد شما را دنبال کنند. رویکردهای مرسوم در حوزه خود را زیر سؤال ببرید، به افراد تلنگر بزنید تا دوباره مفروضات را بررسی کنند. برای به کار انداختن این رویکرد می‌توانید از راهنمایی‌های زیر استفاده کنید:

- مطمئن باشید که توانایی پاسخگویی به ادعاهای خود را دارید. - نکات منفی را با نکات مثبت در تعادل نگه دارید. اگر فقط جنبه‌های منفی داشته باشید مردم از برند شما دور می‌شوند. - تمرکز خود را بر مسائل بزرگ بگذارید. نکات مهم و تأثیرگذار را مدنظر قرار دهید نه جنبه‌های ظاهری که بر رشد برند یا ضعیف شدن آن هیچ اثری نخواهد گذاشت. اگر برند شما از حمایت قوی برای یک موقعیت بحث برانگیز برخوردار است یا دلیل خوبی برای برانگیزاندن بازار هدف و خشنودی مشتری‌های برندتان دارید، آن را رها نکنید و به دنبال آن بروید. ۳- داستان برندتان را تعریف کنید

۵- برای برندتان یک موضع مشخص در نظر بگیرید بنگاه‌های اقتصادی اغلب برای موضع گرفتن در مقابل مسائل عمومی، کمرو هستند، و ترجیح می‌دهند دفاع کردن را برای سازمان‌های مدافع بگذارند. این امر بسیار بد است، چرا که یک موقعیت قوی مخاطبان خود را به آن مرتبط کنند یا به وسیله آن سرگرم شوند. احساسات را مورد هدف قرار دهید و آنها را تحریک کنید. فقط طرح را دنبال نکنید، از احساسات و اشتیاق به عنوان پشیمان برند و تداعی کننده برند در ذهن مخاطبان کنید. اخلاقیات را فراموش نکنید. دقت کنید این داستان به چه صورت می‌خواهد هدف و مأموریت برند را بیان کند.

۴- نشانه گرفتن عصب معلم‌های بازاریابی اغلب بیان می‌کنند که در مورد «دره» مخاطبان‌تان صحبت کنید و به آنها نشان دهید که قادرید کاری کنید این مشکل از بین برود. این نصیحت پیشران یک اصول بزرگ‌تر است: وقتی عصبی را تحریک کنید، جلب توجه کرده‌اید. این مورد درست و کاربردی است و فرقی ندارد شما دره، آرزو و یا آرمان را مورد هدف قرار داده باشید. دلیلی دارد که استفاده از جاذبه‌ها و سبک زندگی منجر به فروش محصولات می‌شود. ارتباطاتی که منجر به ایجاد و دانش احساسی در افراد می‌شود آنها را در این موقعیت ذهنی قرار می‌دهد که به مورد منطقی شما گوش می‌کنند یا از کنار آن می‌گذرند. برای مثال سؤال ساده‌ای که یک بانک می‌پرسد «می‌دانید پول‌های شما شسبها کجا می‌روند؟» این یک شروع جالب برای بیان این داستان است که فرآیند کاری آنها به چه صورت است. توانایی تحریک مستمر و مناسب عصب، نیازمند آن است که به خوبی مخاطبان خود را بشناسید: اینکه چه چیزی آنها را برمی‌انگیزد و چه چیزی آنها را از خود بی‌خود می‌کند؛ چه چیزی تصمیمات آنها را احاطه کرده است و چه چیزی برای آنها پاداش به حساب می‌آید.

## چگونه کوکاکولا، نتفلیکس و آمازون از شکست درس می‌گیرند؟

چرا، ناگهان، بسیاری از رهبران کسب‌وکار موفق شرکت‌ها و همکاران خود را به اشتباهات و شکست‌های بیشتری تشویق می‌کنند؟ در ماه مه، درست بعد از اینکه او مدیرعامل شرکت کوکاکولا شد، جیمز کوبینسی از مدیران رده بالا خواست تا فراتر از ترس خود از شکست که در این شرکت از زمان «کوک جدید» از چند سال پیش وجود داشته برونند. او می‌گوید «اگر ما اشتباه نکنیم، به اندازه کافی سخت تلاش نکردیم.»

در ماه ژوئن، با این حال که شرکتش از موفقیت‌های بی‌نظیر خود با مشترکنش لذت می‌برد، مدیرعامل شرکت نتفلیکس رید هیستینگز نگران بود که سرویس با ارزش آن، برنامه‌های معروف بسیار زیادی را نشان می‌دهد و برنامه‌های جدید کمی را لغو می‌کند. وی در یک کنفرانس فناوری گفت: «میزان موفقیت ما در حال حاضر بسیار بالاست. ما باید ریسک‌های بیشتری کنیم. . چیزهای دیوانه‌تر را امتحان کنیم. . ما باید نرخ لغو بیشتر را به‌طور کلی داشته باشیم.»

حتی جف بزوس، مدیرعامل آمازون، که احتمالاً موفق‌ترین کارآفرین در جهان است، باعث می‌شود که این پرونده به‌طور مستقیم به این نتیجه برسد که رشد و نوآوری این شرکت از روی شکست‌هایش ایجاد می‌شود. وی تصریح کرد: «اگر کارهای جسورانه‌ای انجام دهیم، به آزمایش تبدیل خواهد شد و اگر آزمایش باشد، از قبل نمی‌دانید که کار می‌کند یا خیر. آزمایش‌ها به واسطه ماهیت‌شان مستعد شکست هستند، اما چندین موفقیت بزرگ شکست‌های بسیار زیادی را جبران می‌کنند»

پیام این مدیران اجرایی به آسانی قابل درک است، اما اکثر ما برای اجرای آن مشکل داریم. من نمی‌توانم به شما بگویم که چه تعداد رهبران کسب‌وکار را ملاقات کردم، چه تعداد سازمان‌هایی را دیدم که فضایل نوآوری و خلاقیت را پشتیبانی می‌کنند. با این حال بسیاری از این رهبران و سازمان‌ها در ترس از اشتباهات، شکست و ناامیدی زندگی می‌کنند، به همین دلیل است که نوآوری و خلاقیت بسیار کمی دارند. اگر برای شکست آماده نباشید برای یادگیری آماده نیستید و اگر افراد و سازمان‌ها نتوانند به سرعتی که جهان تغییر می‌کند یاد بگیرند، هرگز رشد و تکامل نخواهد کرد.

پس راه درست برای اشتباه چیست؟ آیا تکنیک‌هایی وجود دارد که سازمان‌ها و افراد را قادر می‌سازد ارتباط لازم بین شکست‌های کوچک و موفقیت‌های بزرگ را ببذیرند؟ کالج اسمیت، کالج زنان در غرب ماساچوست، یک دوره به نام «خوب شکست خوردن» را برای دانشجویان به منظور آماده کردن آنها برای یادگیری، ایجاد کرده است. ریچل سیمونز که در ابتدای راه‌اندازی این کمپین است، در مقاله اخیر نیویورک تایمز، توضیح داد: «آنچه ما در حال تلاش برای تدریس هستیم این است که شکست یک نقص در یادگیری نیست بلکه یکی از ویژگی‌های آن است.» در حقیقت زمانی که دانشجویان در این دوره ثبت‌نام می‌کنند، آنها یک گواهی دریافت می‌کنند که اعلام می‌کنند که آنها «مجاز به شکست خوردن در روابط، امتحانات، پروژه‌ها و یا هر چیز دیگری هستند و هنوز هم یک انسان کامل‌آرزوشمند و کاملاً عالی باقی می‌مانند.» دانشجویانی که آماده شکست خوردن هستند، قوی‌تر و جسورتر از کسانی هستند که کمال و عملکرد بی‌نظیر را انتظار دارند.

این درسی است که برای کسب‌وکار نیز دارای ارزش است. پاتریک دوایل، مدیرعامل شرکت پیتزای دومینو از سال ۲۰۱۰، یکی از موفقیت‌آمیزترین دوره‌های هفت ساله هر رهبر تجاری در هر زمینه را داشته است. اما او تأکید می‌کند که تمام پیروزی‌های شرکتش بر پایه تکمیل وی برای مواجه شدن با احتمال اشتباهات و شکست است. در ارائه به مدیران اجرایی دیگر، دوایل دو چالش بزرگ را که مانع راه شرکت‌ها و افراد برای صادق‌تر بودن در مورد شکست می‌شود مطرح کرد. او اولین چالش را «تعصب غفلت» می‌نامد؛ واقعیتی که بسیاری از افراد تصمیم می‌گیرند ایده جدیدی را دنبال نکنند زیرا اگر آنها چیزی را امتحان کنند و کار نکنند، این شکست ممکن است به حرفه‌شان آسیب برساند. چالش دوم «ناامیدی از دست دادن» نامیده می‌شود؛ تمایل مردم برای بازی کردن برای نیاختن به جای بازی کردن برای برنده شدن، چرا که برای بسیاری از ما، «در باختن دو برابر لذت برنده شدن است.» دوایل توضیح می‌دهد: «جازه شکست داشتن انرژی‌دهنده است» و شرط ضروری برای موفقیت. به همین دلیل است که عنوان ارائه خود را با پوزش به فیلم Apollo ۱۳، «شکست یک گزینه است» نام‌گذاری کرد. این ممکن است مهم‌ترین درس باشد. از رید هیستینگز، جف بزوس یا مدیرعامل جدید کوکاکولا بپرسید: بدون شکست یادگیری وجود ندارد، هیچ موفقیتی بدون شکست وجود ندارد.

منبع: Hbr/ucan

تبلیغات خلاق



کارآفرینی

۱۰ راز مهم برای تبدیل شدن به کارآفرینی موفق (۱)

به قلم Naveen Jain – کارآفرین  
مترجم: امیرآل علی

کارآفرینی از جمله شغل‌هایی محسوب می‌شود که تقریباً تمامی افراد در رویای آن به سر می‌برند. با این حال واقعیت این است که تنها تعداد کمی از افراد موفق به رسیدن به چنین آرزویی می‌شوند. با این حال این امر به معنای غیرممکن بودن آن برای تمامی افراد بوده و تنها به این امر اشاره دارد که به تلاش و خوشفکری بالایی نیاز دارید. به علت اینکه کارآفرین شدن برخلاف تصور عموم پروسه‌ای بلندمدت محسوب می‌شود و ریسک بالایی دارد، افراد معمولاً در ابتدای راه کاملاً قید آن را می‌زنند و به کاری دیگر مشغول می‌شوند. با این حال در صورتی که جزء آن دسته از افرادی هستید که در این رابطه مصمم‌اید، توصیه می‌شود با راهکارها، الزامات و رازهای این امر آشنا شوید. در ادامه به بررسی ۱۰ راز مهم برای تبدیل شدن به کارآفرینی موفق خواهیم پرداخت.

**۱- نسبت به اهداف خود اشتیاق داشته باشید**  
افراد تنها هنگامی می‌توانند آستانه تحمل خود را افزایش دهند که نسبت به کار خود علاقه کافی داشته باشند و این یک واقعیت است و کارآفرینان نیز از این قاعده مستثنا نیستند. در همین راستا توصیه می‌شود در حرفه‌ای زندگی خود را صرف کنید که نسبت به آن بیشترین حجم از تمایل را دارا هستید. این امر در حفظ انگیزه و تلاش بیشتر عاملی تعیین کننده خواهد بود. با این حال همواره احتمال دارد که بنا به دلایل مختلف افراد به مرور زمان تمایل اولیه خود را از دست بدهند. عامل اصلی بروز این مشکل در عدم برنامه‌ریزی درست و توجه نکردن به سطح توانایی خود است. در واقع شما باید برای بیمودن یک مسیر طولانی آماده‌سازید و تحت این شرایط امکان دوبین در طول مسیر میسر نخواهد بود. به همین دلیل بهتر است از مشاوره یا تجربه در راستای بهبود تصمیمات خود استفاده کنید. نکته دیگری که در این رابطه باید مدنظر قرار دهید این است که تیم کاری خود را نیز باید با افرادی تشکیل دهید که اشتیاق به کار کافی را دارند و همسو با اهداف شما باشند. در غیر این صورت بهترین حالت همکاری و کار در قالب یک سیستم و تیم میسر خواهد بود.

**۲- به فرصت‌های معطوف شوید کنید که از نظر دیدگان پنهان مانده**  
بدون تردید با انجام کاری تکراری نمی‌توانید تحولی عظیم را در بازار خود ایجاد کنید. به همین خاطر در صورتی که حتی یک محصول جدید را عرضه نمی‌کنید لازم است در نحوه انجام کار خود خلاقیت‌هایی داشته باشید تا بتوانید به بهترین شکل مخاطب خود را تحت تأثیر قرار دهید. بدون تردید بازار شما حاوی فرصت‌های متعددی است که امکان برداختن به تمامی آنها وجود نخواهد داشت. به همین خاطر ضروری است تا در زمینه انتخاب موارد به شکلی حرفه‌ای عمل کنید. در غیر این صورت ممکن است زمان خود را وقف کاری کرده باشید که پتانسیل عملی کردن خواسته‌های شما را ندارد. با این حال توصیه می‌شود تا همواره نگاهی به فرصت‌های پنهان کسب‌وکار خود داشته باشید. این موارد معمولاً با خوش فکری می‌توانند موفقیتی چشمگیر را به همراه داشته باشند.

**۳- تنها تلاش شما هم موفقیت شما نخواهد بود**  
برای بسیاری از افراد مسیر موفقیت تنها با تلاش و کار شبانه‌روزی میسر خواهد بود. با این حال این باور امری منسوخ شده محسوب می‌شود. در واقع امروزه عامل فصل کار از اهمیت به مراتب بیشتری برخوردار است. به همین خاطر لازم است تا روی تقویت دانش و ذهن خود سرمایه‌گذاری کنید. تحت این شرایط قادر خواهید بود کارها را به شکلی حرفه‌ای انجام دهید. به همین خاطر در ابتدای مسیر کارآفرینی لازم است روی تقویت خود تمرکز کنید. در گام‌های بعد مسئله تقویت تیم کاری مطرح خواهد شد. با این حال توجه داشته باشید که این امر نباید عاملی بر عدم سختکوشی شما باشد، بلکه تنها اشاره به این امر دارد که می‌توانید صرفاً با سخت کار کردن موفقیت را برای خود به ارمغان آورید.

**۴- نقطه پایان دقیق مشخص نکنید**  
همواره تأکید شده است تا بر اهداف خود تمرکز کنید. با این حال تاکنون به این فکر کرده‌اید که در بعد از رسیدن به اهداف خود چه برنامه‌ای خواهید داشت. ریشه بسیاری از سقوط‌های ناگهانی و غیرمنتظره شرکت‌ها نیز همین است. در واقع آنها تنها تمرکزشان را روی هدف خود می‌گذارند و لذت بردن از مسیر کاری که به آن تمایل دارند را فراموش کرده‌اند. با این اقدام شما دیگر نقطه پایانی نخواهید داشت و هر روز موقعیتی جدید در راستای پرداختن به کاری است که آن را دوست دارید و در شما حسی خوب ایجاد می‌کند. همواره این احتمال وجود دارد که هدف تعیین شده بنا به دلایلی محقق نشود، تحت این شرایط اگر از مسیر موفقیت خود لذت نبرده باشید، امکان تلاش دوباره میسر خواهد بود.

**۵- به گزینه خود نیز در کنار قوه عقل توجه نشان دهید**  
همواره با تکیه بر عقل جلو رفتن نمی‌تواند شما را به بهترین مسیر ممکن راهنمایی کند، به همین دلیل است که کارشناسان عقیده دارند افراد همواره باید به گزینه خود نیز در کنار عقل توجه نشان دهند. این امر تنها مختص به برخی تصمیمات نیست و ضروری است تا در هر تصمیمی با توجه به دو مورد ذکر شده عمل کنید. **ادامه دارد...**

منبع: inc

کلید

۳ عامل مخرب برای راندمان کاری شما

به قلم Chris McGoff

مترجم: امیرآل علی

بدون تردید برای هر فردی موفقیت در حوزه کاری خود، از جمله آرزوهای مهم محسوب می‌شود. اگرچه مدیران شرکت‌ها در این رابطه تلاش‌های بسیاری را انجام می‌دهند، با این حال نباید تنها خود را منتظر به اقدام آنها نگه داشت. بدون تردید فضای کسب‌وکار امروزه در مسیری قرار دارد که در آن رقابت حرف اول را می‌زند. تحت این شرایط در صورتی که برنامه‌های فردی برای پیشرفت و ترقی خود نداشته باشید، با شکست مواجه خواهید شد. در حال حاضر مقالات بسیاری در رابطه با راهکارهایی در راستای افزایش راندمان کاری افراد منتشر شده است. با این حال تنها نباید خود را متوجه مواردی که انجام آنها می‌تواند کارساز باشد، کرد. در واقع اینکه اقدامات نادرست خود را کاهش دهید نیز خود می‌تواند سیاستی درست در مسیر موفقیت محسوب شود. بنا به نظر کارشناسان، افراد نیاز به یک فرهنگ کاری منحصر به فرد در کنار فرهنگ سازمانی شرکت دارند تا با تکیه بر آن در مواجهه با مسائل مختلف بتوانند تصمیم درست و مطابق با اهداف خود را اتخاذ کنند. این فرهنگ در واقع امری است که افراد لازم است براساس شرایط و امکانات و توانایی‌های خود گلچین کنند. در همین راستا و در ادامه به بررسی سه عامل مخرب که لازم است در فرهنگ کاری شما به‌طور کامل حذف شود، خواهیم پرداخت.

۱- پرداختن به شایعات

همواره در جایی که تعداد افراد زیادی وجود داشته باشد، احتمال ایجاد شایعه وجود دارد. اگرچه این امر طبیعی به نظر می‌رسد با این حال واقعیت این است که در صورتی که بخواهید به این شایعات بپردازید، زمان زیادی را از دست خواهید داد. در واقع ساعت کاری افراد براساس نیاز کاری آنها تعیین شده است و این امر به معنی این است که زمانی نسبتاً کوتاه را صرفاً برای استراحت در اختیار خواهید داشت و لازم است در باقی زمان خود به کارهای شرکت بپردازید. تحت این شرایط حواشی تمرکز شما را از بین خواهد برد و باعث می‌شود سرگرم اتفاقی شوید که هیچگونه سودی برای شما در پی نخواهد داشت. همچنین ممکن است این اقدام شما منجر به دلخوری‌های شدید شده و راه را برای ایجاد شایعه حتی در رابطه با خودتان هموار سازد. به همین دلیل توصیه می‌شود تحت هیچ شرایطی اولین فردی که شایعه را ایجاد می‌کند نباشید و از پرداختن به چنین صحبت‌هایی اجتناب کنید. نکته مهم دیگر این است که افراد در راستای موفقیت خود نیاز به ایجاد ارتباطی منطقی با سایرین دارند. به همین خاطر توصیه می‌شود برای ایجاد ارتباطی دوستانه با همکاران خود بدون توجه به موقعیت آنها در شرکت تلاش داشته باشید. بدون تردید شایعات باعث خواهد شد ارتباط خوب شما با سایرین با خطری جدی مواجه شد. همواره مدیران نیز از افرادی که به نوعی با رفتارهای خود جو آرام شرکت را تهدید می‌کنند به خوبی رفتار نخواهند کرد و این به معنی به خطر افتادن موقعیت شغلی شما خواهد بود. در آخر توجه داشته باشید که شایعات هنگامی که هر یک از افراد شرکت تمایلی به شنیدن و پرداختن به آن نداشته باشند، از بین خواهد رفت.

۲- داشتن ذهنی قربانی

ریشه بسیاری از مشکلات افراد در نوع تفکر آنها نسبت به مسائل است. در واقع در موارد متعددی مشاهده شده است که افراد از یک اتفاق ساده برداشت‌های عجیب و غریبی دارند و همین باعث می‌شود تا استرس زیادی آنها را فراگیرد. به همین دلیل توصیه می‌شود در صورتی که همواره با مشکلاتی در زمینه کاری خود مواجه هستید، به روان‌پزشکی قابل اعتماد مراجعه کنید. با این حال توجه داشته باشید که پیشرفت شخصی به معنای عدم ارتباط با سایرین نیست و فقط به این امر اشاره دارد که نباید خود را محصور به موقعیت فعلی خود بدانید. بدون تردید وجود انگیزه در کارمندان باعث خواهد شد تا در نهایت شرکت نیز از این موضوع استفاده کند. با این حال لازم است تا ذهنیت قربانی بودن را کنار بگذارید. در واقع منظور از این جمله این است که افراد همواره خود را مقرر اتفاقات دانسته و این امر اعتماد به نفس آنها را به شدت کاهش خواهد داد. بدون تردید فردی که خود را ضعیف یا حتی بدبخت می‌داند، امکان موفقیت و پیشرفت را از خود سلب کرده است. به همین خاطر ضروری است تا ذهنیت‌تان را به سمت فردی قدرتمند تغییر داده و مبانی فکری غلط خود را جایگزین موارد ضروری و مناسب کنید.

۳- انجام ندادن کارها در قالب یک تیم

در گذشته به علت نبود تعداد زیاد رقبای، امکان انجام بسیاری از کارها به صورت فردی مهیا بود. با این حال در چهارمیز امروز این امر تنها باعث خواهد شد تا از مسیر پیشرفت دور بمانید و جایگاه خود را به برندی دیگر بدهید. علت اصلی راندمان کاری کم افراد در این است که آنها مبنای کار تیمی را به خوبی نمی‌شناسند. عدم شناخت نیز منجر به این امر می‌شود تا در صورت حتی یک بار امتحان کردن کار تیمی با شکستی بزرگ مواجه شده و این امر عاملی می‌شود تا از تکرار آن خودداری کنند. در همین راستا ممکن است مدیر شرکت بنا به دلایلی در این رابطه اقدامی را صورت ندهد. با این حال همانگونه که در موارد گذشته نیز بیان شد، در مسیر موفقیت لازم است منتظر شرایط مطلوب نباشید و خود اقدام به تغییر اوضاع کنید. بدون تردید تنها مطالعه در این رابطه کافی نیست و لازم است با ایجاد ارتباطی دوستانه با همکاران خود آنها را نسبت به اهمیت این امر آگاه سازید.

منبع: yahoo

چگونه به کمک داستان برند کارمندان بهتری جذب کنیم



راهنما (تولید محصول یا خدمات) را شرح دهید. پس قدم اول این است که به دنبال مشکلات یا نیازهایی بگردید که شرکت شما با ارائه خدمات خود، موفق شده است آنها را رفع کند. به‌عنوان مثال واری پارکر در داستان برند خود، توضیح می‌دهد که علت اصلی شروع به کار آنها، قیمت بالای عینک‌های موجود در بازار بود. راه‌حل آنها این بود که با دور زدن کانال‌های سنتی، خودشان عینک‌ها را طراحی کنند و به‌طور مستقیم با مشتریان وارد تعامل شوند و یک گزینه جایگزین در اختیار آنها قرار دهند. این داستان بسیار واضح، روشن و مؤثر است. داستان برند شما باید به‌طور واضح، هدف، ارزش‌ها و مأموریت شرکت را برای داوطلبان شغلی شرح دهد.

پس قدم اول این است که به دنبال مشکلات یا نیازهایی بگردید که شرکت شما با ارائه خدمات خود، موفق شده است آنها را رفع کند. به‌عنوان مثال واری پارکر در داستان برند خود، توضیح می‌دهد که علت اصلی شروع به کار آنها، قیمت بالای عینک‌های موجود در بازار بود. راه‌حل آنها این بود که با دور زدن کانال‌های سنتی، خودشان عینک‌ها را طراحی کنند و به‌طور مستقیم با مشتریان وارد تعامل شوند و یک گزینه جایگزین در اختیار آنها قرار دهند. این داستان بسیار واضح، هدف، ارزش‌ها و مأموریت شرکت را برای داوطلبان شغلی شرح دهد.

**۲- تصاویر مرتبط با هر شغل:** پست‌های دعوت به همکاری که فقط از متن تشکیل شده‌اند، در دست خوبی برای معرفی برند از فرست‌دهندگان یا انتخاب عکس‌های مناسب به مخاطبان کمک کنید یا برند شما ارتباط برقرار کنند.

**۳- طراحی صفحات وبسایت:** صفحه دعوت وبسایت و همچنین دعوت به همکاری اینترنتی را به خوبی طراحی کنید. نیازی نیست این صفحات بیش‌از حد خشک و جدی به نظر برسند. مثل سایر صفحات وبلاگ، تصاویر مناسب را به این بخش نیز اضافه کنید. مهم‌ترین نکته این مرحله این است که انسجام و یکپارچگی همه پست‌ها را حفظ کنید.

**تکنیک‌های پیشرفته در برندسازی استقامتی:** حالا که اصول اولیه را مرور کرده‌ایم، سه تکنیک پیشرفته‌تر نیز برای ارتقای داستان برند می‌کنند. **۱- لحن و ادبیات پست شغلی:** پست استخدام را به شیوه‌ای بنویسید که گویی برندان را معرفی می‌کنید. زبان پست، چه با لحنی طنز و چه مستقیم و جدی، باید از ماهیت، حال و هوا و فضای شرکت صحبت کند. درعین‌حال این ادبیات باید با سایر پست‌های شما در وبلاگ و شبکه‌های اجتماعی همخوانی داشته باشد.

**زمانی که می‌خواهید استراتژی‌های تشکیل تیم خود را تنظیم کنید، اولین کاری که باید انجام دهید این است که یک داستان برند جذاب در صفحه استخدامی وبسایت شرکت بنویسید. توصیه می‌شود داستان را در صفحه «درباره شرکت» توسعه دهید، زیرا این صفحه مرجعی برای تمامی بخش‌های دیگر کسب‌وکار نیز به شمار می‌رود. یک داستان برند خوب از چه صحبت می‌کند؟ طبیعتاً از نیازهای مشتریان و راه‌حلی که شرکت برای رفع این نیازها ارائه می‌کند. آژانسی که از یک کسب‌وکار صحبت می‌کنیم، بهتر است پروژه‌های اجرایی**

زمانی که می‌خواهید استراتژی‌های تشکیل تیم خود را تنظیم کنید، اولین کاری که باید انجام دهید این است که یک داستان برند جذاب در صفحه استخدامی وبسایت شرکت بنویسید. توصیه می‌شود داستان را در صفحه «درباره شرکت» توسعه دهید، زیرا این صفحه مرجعی برای تمامی بخش‌های دیگر کسب‌وکار نیز به شمار می‌رود. یک داستان برند خوب از چه صحبت می‌کند؟ طبیعتاً از نیازهای مشتریان و راه‌حلی که شرکت برای رفع این نیازها ارائه می‌کند. آژانسی که از یک کسب‌وکار صحبت می‌کنیم، بهتر است پروژه‌های اجرایی



زمانی که می‌خواهید استراتژی‌های تشکیل تیم خود را تنظیم کنید، اولین کاری که باید انجام دهید این است که یک داستان برند جذاب در صفحه استخدامی وبسایت شرکت بنویسید. توصیه می‌شود داستان را در صفحه «درباره شرکت» توسعه دهید، زیرا این صفحه مرجعی برای تمامی بخش‌های دیگر کسب‌وکار نیز به شمار می‌رود. یک داستان برند خوب از چه صحبت می‌کند؟ طبیعتاً از نیازهای مشتریان و راه‌حلی که شرکت برای رفع این نیازها ارائه می‌کند. آژانسی که از یک کسب‌وکار صحبت می‌کنیم، بهتر است پروژه‌های اجرایی

زمانی که می‌خواهید استراتژی‌های تشکیل تیم خود را تنظیم کنید، اولین کاری که باید انجام دهید این است که یک داستان برند جذاب در صفحه استخدامی وبسایت شرکت بنویسید. توصیه می‌شود داستان را در صفحه «درباره شرکت» توسعه دهید، زیرا این صفحه مرجعی برای تمامی بخش‌های دیگر کسب‌وکار نیز به شمار می‌رود. یک داستان برند خوب از چه صحبت می‌کند؟ طبیعتاً از نیازهای مشتریان و راه‌حلی که شرکت برای رفع این نیازها ارائه می‌کند. آژانسی که از یک کسب‌وکار صحبت می‌کنیم، بهتر است پروژه‌های اجرایی

منبع: GLASSDOOR/zoomit







# فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه ۲۷ اسفند ۱۳۹۶ | شماره ۱۰۲۹ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز  
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی  
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع: نشر گستر امروز  
آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴  
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲  
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۲۲  
فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹  
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۸۱  
امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹  
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:  
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۳۲ رتبه هشتم روزنامه های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR  
INFO@FORSATNET.IR

## درنگ

### حذف تبلیغ ارزهای رمزیایه از سوی گوگل

گوگل قصد دارد از ماه ژوئن آتی، تبلیغات مربوط به ارزهای رمزیایه را از شبکه تبلیغاتی خود حذف کند. این تصمیم در حالی اتخاذ شده که فیس‌بوک هم در ماه ژانویه سال جاری میلادی دست به حرکت مشابهی زد. به گزارش دیجیاتو، این تغییر سیاست یکی از پیامدهای موشکافی دقیق ارزهای رمزیایه و نیز فرآیند عرضه اولیه سکه این ارزها توسط رگولاتوری‌ها است. هفته گذشته کمیسیون امنیت و مبادلات ایالات متحده به بسیاری از صرافی‌های ارزهای رمزیایه نسبت به عملیات‌های غیرقانونی هشدار داد. مقامات می‌گویند که عرضه اولیه برخی ارزهای رمزیایه تماماً کلاهبرداری است و برخی دیگر سرمایه‌گذاری‌هایی ریسکی به حساب می‌آیند.

بازار ارزهای رمزیایه نسبت به این اخبار واکنشی منفی نشان داده است. ارزش بیت کوین از زمان انتشار گزارش مربوط به قوانین تازه در خیرگزاری وال استریت ژورنال با کاهش ۶درصدی همراه بوده و سایر ارزها مثل اتریوم و لایت کوین هم اتفاق مشابهی را تجربه کرده‌اند. گفتنی است که سیاست گوگل بسیار گسترده بود و نه تنها ممنوعیت تبلیغ خود ارزهای رمزیایه را شامل می‌شود، بلکه عرضه اولیه سکه، صرافی‌ها، کیف پول‌ها و مشاوره‌های مبادله ارزهای رمزیایه را نیز تحت پوشش قرار می‌دهد.



### معرفی استارت‌آپ

#### خدمات تجارت الکترونیک

نام استارت‌آپ: کامبیز  
وب سایت: ComBiz.Org  
سال تأسیس: ۱۳۹۶  
موضوع: خدمات تجارت الکترونیک و شبکه‌های اجتماعی

**توضیح بیشتر:**  
وب‌سایت کامبیز با هدف ارائه خدمات یکپارچه تجارت الکترونیک برای صاحبان کسب‌وکارهای آنلاین با خدمات ثبت دامنه و هاست، طراحی لوگو، تبلیغات اینترنتی، طراحی سایت، طراحی اپ، افزایش ممبر و فالوور و ... در جهت جمع‌سپاری این خدمات تلاش می‌کند.



## بسته‌بندی خلاق



### برای مطالعه ۹۳۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

### کلینیک کسب‌وکار

پرسش: یک پلاساز هستم و به‌تازگی طراحی را برای ارائه طرح‌های متفاوت و توسعه کار استخدام کرده‌ام. به من توصیه شده برای معرفی کارها از یک عکاس صنعتی استفاده کنم، پیشنهاد شما در این شرایط به من چیست و چه روشی را برای معرفی کارهای جدیدم به من توصیه می‌کنید؟

### معرفی طرح‌های جدید

**پاسخ کارشناس:** اگر فردی با این شرایط برای مشاوره به سراغ من بیاید، برای شروع از او خواهم پرسید که چه فعالیتی در حوزه برندینگ و نام برند خود انجام داده است.

دلیل سوالم از این فرد این است که بر فرض این کسب‌وکار طرح‌های خود را معرفی و از آنها عکاسی کرد و در قالب بروشور به مشتریان ارائه داد، حال بعد از طی این مراحل قرار است چه چیزی را در ذهن مشتریان و مردم حک کند. اگر

این کسب‌وکار در راه خدا فقط می‌خواهد یکسری طرح به بازار معرفی کند، اشکالی ندارد، ولی اگر هدفش این است که مردم برند این کسب‌وکار را بشناسند و با پلاساز ارتباط برقرار کنند، باید قبل از آن اسم و هویت بصری برند خود را بسازد و در آن راستا طرح‌ها را در قالب بروشور یا به شیوه‌های دیگری مانند دیجیتال و چاپی و غیره ارائه دهد. در واقع باید اسم برند در کنار طرح‌های جدید قرار بگیرد و هرچندوقت یکبار نیز این شیوه تکرار شود تا اسم در ذهن مخاطبان یادآوری شود. ولی اگر هویت بصری این کسب‌وکار هنوز شکل نگرفته یا مسائل دیگر مربوط به یادآوری برند

انجام نشده باشد و بدون تنظیم دقیق این موارد به سراغ مراحل بعدی برود، اشتباه کرده است؛ اشتباهی که بسیاری از کسب‌وکارها در داخل کشور آن را انجام می‌دهند. اگر این مدیر فقط به معرفی طرح بردارد، مخاطب فقط یادش می‌ماند و به یادش نمی‌ماند که طرح را از چه کسی باید بخرد.

بنابراین استفاده از عکاس خوب است ولی در گام‌های بعدی قیصر می‌گیرد. در واقع این کسب‌وکار باید یک برند قوی بسازد و این طرح‌ها را با برند خود گره بزند و از طرح‌ها در معرفی برند استفاده کند.

## مدرسه مدیریت

### چگونه سطح تلاش و تعهد کارمندان جدید را کشف کنیم

تشخیص سطح تعهد کارمندان و تلاش آنها برای پیشرفت بیشتر و انجام دادن وظایف دشوارتر، یکی از مهارت‌های مهم برای مدیران است.

کارشناسان کسب‌وکار و نیروی انسانی، کارمندان را از لحاظ سطح تعهد و انجام وظایف مختلف به سه گروه دسته‌بندی می‌کنند. این دسته‌بندی‌ها در اصطلاحات انگلیسی با نام بازیکنان (کارمندان) A، B، و C شناخته می‌شوند. دسته‌بندی کارمندان در این گروه‌ها و تلاش برای جانمایی آنها در هر گروه، به مدیران کمک می‌کند که وظایف را با دقت بیشتری تقسیم کنند. اما کارمندان چگونه در این دسته‌ها قرار می‌گیرند؟

**گروه A**  
این دسته از کارمندان زندگی کاری را فراتر از زندگی شخصی می‌دانند و برای رسیدن به اهداف کاری خود از هیچ تلاشی نمی‌هراسند. آنها تمام وظایف را با دقت انجام می‌دهند و همیشه به دنبال وظایف بیشتر و بهتر هستند تا سطح آمادگی و مهارت خود را روز به روز افزایش دهند. به بیان دیگر، آنها بهترین کارمندان شرکت هستند که البته، درصد کمی از کارمندان را شامل می‌شوند.

**گروه B**  
این گروه همیشه به دنبال ثبات در زندگی شخصی و کاری هستند. آنها تعادل مناسب میان این دو زندگی را برقرار می‌کنند و وظایف را نیز در مدت تعیین‌شده انجام می‌دهند. با وجود اینکه این افراد تلاش مناسبی در جهت پیشرفت شرکت دارند، تلاش زیادی برای بهبود وضعیت خود نمی‌کنند و به دنبال وظایف و مسئولیت‌های بیشتر نیستند. آنها عاشق ثبات هستند و ترجیح می‌دهند کسی در هنگام کار مزاحم‌شان نشود.

**گروه C**  
این نوع از کارمندان، پایین‌ترین دسته‌بندی با پایین‌ترین کارایی را به خود اختصاص می‌دهند. آنها نه‌تنها برای قبول وظایف جدید تلاش نمی‌کنند، بلکه وظایف معمول خود را نیز به خوبی انجام نمی‌دهند. آنها همیشه نیاز به کمک دارند و تعهدی به انجام کار احساس نمی‌کنند. مدیران در رده‌های مختلف همواره باید کار آنها را بررسی و حتی برای انجام وظایف ساده، آنها را مجبور کنند. به بیان دیگر، این کارمندان برخی اوقات ترمز پیشرفت شرکت هستند.

اولین کاندیداها برای اخراج به شمار می‌روند. سؤال مهم پس از درک گروه‌بندی‌ها این است که چگونه می‌توان افراد را پیش از استخدام دسته‌بندی کرد؟

بسیار درک گروه‌بندی‌ها به این نتیجه رسیدیم که توانایی دسته‌بندی باید در هر مدبری وجود داشته باشد، چرا که عدم شناخت کافی می‌تواند موجب استخدام افراد نالایق شود و هزینه‌های متعددی در شرکت تحمیل کند.

قطعا مدیران باتجربه با سال‌ها ارتباط با افراد مختلف، توانایی شناخت افراد گروه‌های A، B و C را دارند. آنها می‌توانند با کمی مصاحبه و یک دوره کوتاه آزمایشی، دسته‌بندی افراد را کشف کنند. در این میان، مدیران کم‌تجربه و مؤسسان استارت‌آپ‌ها نیز می‌توانند پس از غربال کردن کاندیداهای اولیه، در مرحله نهایی از کمک یک مشاور باتجربه یا یک منتور استفاده کنند. در بدترین حالت، دوره‌های آزمایشی استخدامی پیشنهاد می‌شود که افراد در مدت معینی تحت بررسی مدیران و دیگر کارمندان قرار می‌گیرند.

منبع: BAUVILLE INC/zoomit

## مسیر موفقیت

### چگونه با سابقه کاری کم استخدام شویم

بسیاری از افراد به دلیل سابقه کاری کم از ارسال درخواست برای شغل مورد نظر منصرف می‌شوند. در چنین شرایطی بهتر است روی مهارت‌ها تمرکز کنید و احساسات طرف مقابل را تحت تأثیر قرار دهید.

تصور کنید دنبال پیدا کردن شغل مورد علاقه خود هستید و بعد از گذشت مدتی یک آگهی استخدام توجه‌تان را جلب می‌کند. شغل مورد نظر همان کاری است که مدت‌ها دنبالش بوده‌اید و می‌خواهید رزومه خود را هرچه سریع‌تر ارسال کنید، اما مشکل این است که در قسمت توضیحات نوشته شده شخص مورد نظر باید مهارت‌های زیادی داشته و چند سال در این زمینه کاری فعالیت کرده باشد. شما هیچ‌کدام از این شرایط را ندارید و با ناامیدی از ارسال رزومه منصرف می‌شوید، اما فراموش نکنید افراد کمی پیدا می‌شوند که همه شرایط را داشته باشند و بهترین کار این است که رزومه خود را با تمرکز روی نقاط قوت ارسال کنید.

گاهی اوقات رزومه‌ای که در آن از کلمات کلیدی مناسب استفاده شده باشد و با تأییدیه کارفرمای قبلی یا استاد دانشگاه همراه باشد توجه مسئول استخدام را جلب خواهد کرد. هدف اصلی این است که بتوانید قرار مصاحبه ترتیب دهید. بعد از اینکه وارد شرکت مورد علاقه شدید نیمی از راه را طی کرده‌اید و در مسیر درستی قرار گرفته‌اید.

سرنا هولم، مدیرعامل و مدیر استخدام شرکت Tigris Events می‌گوید: «ما در روند استخدام نمی‌توانیم عوامل انسانی را نادیده بگیریم. مصاحبه و استخدام نیروی مورد نیاز برای یک موقعیت شغلی کار احساسی است. اگر بتوانید به مرحله مصاحبه برسید و احساسات مدیر منابع انسانی را تحت تأثیر قرار دهید احتمالاً آنها نیز فراموش می‌کنند که شما به‌طور صددرصد شرایط لازم برای استخدام را ندارید.»

سؤال مهم این است که چگونه می‌توانیم در جلسه مصاحبه احساسات طرف مقابل را تحت تأثیر قرار دهیم و در شغل رؤیایی خود استخدام شویم.

**۱- در رزومه خود از کلمات کلیدی استفاده کنید**  
بدترین کاری که یک متقاضی شغل می‌تواند انجام دهد این است که یک رزومه عمومی تهیه و برای تمامی درخواست‌های شغلی ارسال کند. اگر در حال حاضر تمام شرایط درج‌شده در آگهی درخواست شغلی را ندارید بهتر است این موضوع را در رزومه بزرگ جلوه ندهید. در عوض سعی کنید آگهی استخدام را یک بار دیگر با دقت مطالعه کنید و روی الزامات و صلاحیت‌هایی که به دنبالش هستند تمرکز کنید. اگر تجربیاتی که دارید مطابق با نیازمندی‌های شرکت است، بهتر است افعال مناسب برای بیان آنها به کار ببرید و سپس آنها را داخل رزومه درج کنید. استفاده از کلمات کلیدی و برننگ کردن توانایی‌های مورد نظر کمک می‌کند از فیلترهای اولیه عبور کنید.

**۲- در شبکه‌های اجتماعی فعال باشید**  
گاهی اوقات شنیده شدن نام فرد در یک حوزه کاری می‌تواند بسیار مفید واقع شود و همانطور که می‌دانید شبکه‌های اجتماعی به دیده شدن فرد در این زمینه کمک زیادی می‌کنند، بنابراین سعی کنید در مورد شرکت مورد نظر در شبکه‌های اجتماعی فعالیت بیشتری داشته باشید. به‌عنوان مثال شرکت را در



شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید و در مورد پست‌هایی که به اشتراک گذاشته‌اند نظر دهید. این کار نشان می‌دهد که شما واقعا به این شرکت علاقه دارید و می‌خواهید در آنجا کار کنید.

**۳- سخنرانی آسانسوری خود را تمرین کنید**  
سخنرانی آسانسوری به مهارتی گفته می‌شود که شخص می‌تواند خودش را در مدت‌زمان کوتاهی معرفی کند. موضوع سخنرانی آسانسوری در جلسه مصاحبه باید به گونه‌ای انتخاب شود که به طرف مقابل توضیح دهد چرا شما برای استخدام در شغل مورد نظر مناسب هستید. این سخنرانی از سه قسمت باید تشکیل شده باشد: اینکه در گذشته چه فعالیت‌هایی انجام داده‌اید، در زمان حال به انجام چه کاری مشغول هستید و در آینده قصد دارید چه کاری انجام دهید.

این سخنرانی معمولاً باید زمانی گفته شود که مسئول منابع انسانی از مصاحبه‌شونده بخواهد بیشتر در مورد خودش توضیح دهد. اگر در مصاحبه‌های شغلی شرکت کرده باشید می‌دانید که این سؤال در تمام آنها مشترک است. بنابراین یک متن مناسب تهیه و آن را در مدت دو دقیقه بیان کنید. هرقدر پاسختان کوتاه‌تر و در عین حال کامل‌تر باشد، کارمندان منابع انسانی بیشتر تحت تأثیر قرار خواهند گرفت.

**۴- ارتباطات خود را افزایش دهید**  
اگر مدیر منابع انسانی یا مسئول استخدام شرکت در شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین فعالیت دارد، با او ارتباط برقرار کنید. پست‌هایی را که به اشتراک می‌گذارند لایک کنید و شما هم پست‌های مرتبط به اشتراک بگذارید. این کار توجه مسئولان منابع انسانی را جلب و نام‌تان را در ذهن آنها ماندگار می‌کند. همچنین می‌توانید با کارمندان فعلی شرکت روابط دوستانه برقرار کنید و در مورد شرایط کار از آنها بپرسید. اگر فردی را می‌شناسید که در آن شرکت مشغول به کار است، از او بخواهید شما را معرفی کند.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit