

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

عضو کمیسیون صنایع و معادن:

## وزیر صنعت قول داد حباب قیمت خودرو بترسد

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از قول یک‌ماهه وزیر صنعت، معدن و تجارت برای ساماندهی بازار خودروهای داخلی خبر داد...



### سرمقاله

#### سال پنجم روزنامه و دشواری‌های پیش رو



محمد رضا قدیمی  
مدیر مسئول

حال این روزهای مطبوعات ایران اصلا خوب نیست. افزایش قیمت کاغذ به شدت هزینه تمام شده نشریات را افزایش داده است. رکود حاکم بر اکثر کسب و کارها موجب شده بنگاه‌های اقتصادی بودجه تبلیغاتی خود را به شدت کاهش دهند و همان بودجه اندک را نیز بیشتر صرف تیزرهای تبلیغاتی در تلویزیون و فضای مجازی می‌کنند. به همین دلیل درآمد آگهی مطبوعات طی چند سال گذشته نیز به شدت کاهش یافته است. درباره فروش به سازمان‌ها و فروش روی دکه نیز اوضاع و احوال اصلا خوب نیست. توجه بیش از حد مردم به رفع نیازهای خبری و اطلاعاتی خود از رسانه‌های فضای مجازی موجب شده است در چند سال گذشته خرید سازمان‌ها و مردم به شکل باورنکردنی‌ای کاهش یابد. بنابراین درآمد کلی مطبوعات روزبه‌روز کمتر شده و هزینه‌های آنها افزایش یافته است.

**ادامه در همین صفحه**

# سیل نقدینگی و تغییر زمین بازی

کاهش نرخ سود بانکی در اواسط سال گذشته باعث خروج بسیاری از سرمایه‌ها از بانک‌ها شد؛ سرمایه‌هایی که برخلاف تصور سیاست‌گذاران به حوزه‌های مولد اقتصادی وارد نشدند، بلکه در بازارهای ارز و طلا سرازیر شد و در انتهای همان سال نیز التهاباتی را در بازار ارز و طلا به همراه داشت. البته همین التهابات موجب شد تا سرانجام...

در بازار مسکن چه می‌گذرد

## مسکن دوباره در لاک رکود؟

آسیب‌شناسی ترکیب سپرده‌گذاران موسسات غیرمجاز از نگاه عباس عبیدی

## بحران بازار غیرمتشکل پولی قابل تکرار است

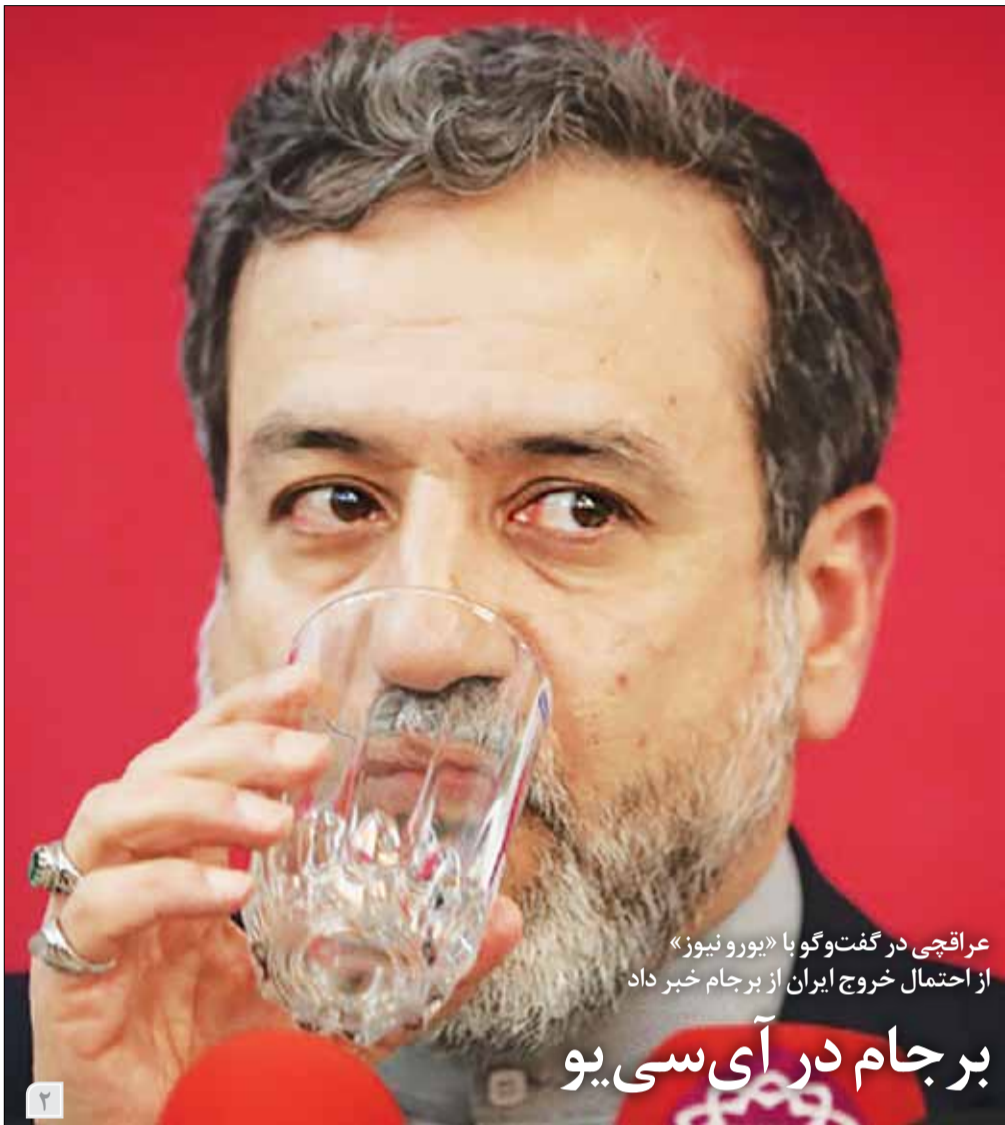
### مدیریت و کسب و کار



برایان کرانیچ از سمت مدیرعاملی اینتل استعفا کرد

- حفظ تمرکز با ایجاد برنامه زمانی انعطاف‌پذیر
- از گفتن این ۳ جمله به تیم خود پرهیز کنید
- اشتباهاتی که هنگام عقد قرارداد با مشتری رخ می‌دهد
- محتوای باکیفیت و مداوم تنها راه بازار بای کسب و کار شما
- هر برند داستانی منحصر به فرد دارد
- ۶ استراتژی تبلیغاتی عالی برای کسب و کارهای کوچک

۸ تا ۱۶



عراقچی در گفت‌وگو با «یورو نیوز» از احتمال خروج ایران از برجام خبر داد

## برجام در آبی سی‌بو

۲

## چالش‌های موجود در بازار خودرو و نگاهی مفهومی به کمپین نه به خرید خودرو و ارز

در مقابل تهدیدهای ناشی از اجحافات وارده یک امر طبیعی و اجتماعی است، ولی در کشور ما به سبب برخی سوء استفاده‌های احتمالی هنوز نتوانسته به جایگاه مناسبی برای هم‌صدایی مصرف‌کننده تبدیل شود. به نظر می‌رسد این کمپین‌ها اگر به شکل مناسب و مؤثری در کشور ایجاد شوند نه تنها تهدیدی برای جریان تولید نخواهند بود، بلکه برعکس ساختارهای قابل اتکایی برای سازماندهی جریان‌های مختلف اجتماعی در مقابل برخی سوء استفاده‌های احتمالی افراد فرصت‌طلب را فراهم خواهد کرد. البته در این فرآیندها ممکن است شیوه‌هایی اتخاذ شود که به مذاق و سلیقه برخی هم خوش نیاید. نگاهی به میانگین سنی و تحصیلی جامعه نشان می‌دهد که پتانسیل‌های موجود در آن از شرایط بسیار مناسبی برای توسعه و رشد همه‌جانبه برخوردار است لذا توجه و احترام به سلیقه، نیازها و خواسته‌های جامعه باید به‌عنوان اولویت اول دولت به‌عنوان خدمتگزار جامعه و مردم تلقی شود؛ موضوعی که رهبر معظم انقلاب اسلامی در موارد متعدد به آن به‌عنوان یک اصل همواره تأکید دارند. با عنایت به مطالب گفته شده ذکر دو موضوع به‌عنوان پیشنهاد، قابل توجه و بررسی است: اول اینکه دولت و نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی لازم است ضمن ارزیابی قریب به نیم قرن حمایت همه‌جانبه از خودروسازی داخلی ارزیابی مجددی را به‌عمل آورند و هزینه‌های فایده‌های مرتب برای صنعت را در قضاوت بنشینند تا ببینند حمایت از این صنعت به همان میزان که برای مصرف‌کننده و دولت خسارت بار بوده فرایند توسعه و رشد کشور را نیز با اختلال مواجه کرده است، چرا که این صنعت هیچگاه نتوانسته است در این مدت برای خود راهبرد قابل حصولی برای موفقیت ترسیم کند. درحالی که در فرآیندهای رکود بازار و ناتوانی این بنگاه‌ها در تأمین هزینه‌های خود، دولت با شیوه‌های مختلف مانند معافیت‌های مالی و مالیاتی، تشویق مصرف‌کننده به خرید از طریق اعطای وام، پرداخت وام‌های کلان به این بنگاه‌ها و... تلاش دارد تا آنها را سسرو با ننگه دارد، ولی در مقابل آنها با کوچک‌ترین ناملایماتی در بازار به کاهش تولید، عدم عرضه، افزایش قیمت، کاهش خدمات و... مبادرت می‌کنند که آسیب این نوع رفتارها نیز دامن جامعه و اقبال آسیب‌پذیر و در کل اقتصاد ملی را می‌گیرد. موضوع دوم ضرورت کمک و همراهی دولت به ایجاد تشکلهای غیررسمی و مردمی برای فعالیت در عرصه‌های مختلف کشور به‌خصوص در حوزه اقتصادی و محیطی است که این حوزه ارتباط بسیار نزدیکی با میزان رضایتمندی مردم و نقش آفرینی آنها در عرصه‌های مختلف دارد.

نگاه مردم‌سالارانه به حضور پرشور مردم در جامعه و صحنه‌های گوناگون همواره مورد تأکید بنیانگذار انقلاب اسلامی و رهبر معظم انقلاب بوده است و این بزرگان همواره حضور مردم در جامعه را به‌عنوان تضمین موفقیت و پویایی انقلاب دانسته‌اند، لذا تلاش برای نقش آفرینی واقعی مردم در عرصه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی راهبردی است که دولت را از بن‌بست‌های احتمالی پیش رو خارج خواهد کرد. بنابراین حضور کمپین‌های مختلف در عرصه‌های مختلف اجتماعی نه تنها یک تهدید برای کشور نخواهد بود، بلکه فرصتی است تا مردم نقش آفرینی عینی خود را در جامعه ببینند.

غلامعلی رموی  
کارشناس اقتصادی

پیش‌بینی‌های انجام شده در خصوص تأثیرات نابسامانی بازار ارز و سکه بر دیگر مولفه‌های اقتصادی چون بازار مسکن و خودرو به افزایش قیمت شتابان قیمت خودروهای خارجی و به تبع آن داخلی انجامید. افزایش قیمت مسکن و اجاره بها نشان داد که در زمینه پیش‌بینی و مدیریت بحران‌های اقتصادی هنوز در ابتدای راه هستیم و موفقیت‌های حاصل در این حوزه نسبت به حجم آسیب‌ها بسیار بیشتر است. روند حرکت بازار خودرو در سه ماه گذشته نشان داد که واکنش مستقیم و غیرمستقیم این صنعت نسبت به تحولات بازار همانند واکنش نهادهای حمایتی از این صنعت نیست، چراکه بازار انحصاری این محصولات، مصرف‌کننده را مجبور می‌کند از بین تنها گزینه موجود، انتخاب داشته باشد و این درحالی است که در فرآیند افزایش قیمت غیررسمی متأثر از سیاست‌های رسمی بازار خودرو بدون در نظر گرفتن سیاست‌های حمایتی در ابتدا مبادرت به عدم عرضه و ایجاد جو روانی، سپس تقاضای افزایش قیمت را مطرح می‌کند و به اصطلاح به مرگ می‌گردد تا به تب دل‌شاد شوند. این سیاست که در ابتدای دهه نود نیز به شکل مؤثری توانسته بود بازار خودرو را با افزایش قیمت غیر قابل باوری همراه کند در این شرایط هم توانست موفقیت بازار انحصاری خودرو را به افزایش قیمت غیر قابل قبولی برساند. اگرچه این افزایش قیمت‌های ناگهانی در بازار خودرو وارداتی و داخلی مشکلات جدی را برای مصرف‌کنندگان به همراه خواهد داشت، ولی سود سرشار احتمالی این بنگاه‌های اقتصادی هم موفقیتی را برای متولیان این بنگاه‌ها به ارمغان نخواهد آورد. چراکه اولاً نابسامانی و ریخت و پاش‌های موجود در این صنعت به قدری زیاد است که اجازه نخواهد داد این افزایش قیمت تحولی را در این صنعت ایجاد کند، ثانیاً افزایش درآمد ناشی از این انحصار قطعا در حوزه‌های غیر توسعه‌ای برای نشان داده که غلبه تفکر کوتاه مدت در صنعت خودروسازی غلبه عجیبی بر برنامه‌های بلند مدت و راهبردی دارد. لذا ورود این بنگاه‌ها به فعالیت‌های مختلف غیر مولد عملا سود حاصله از این راه را به مسیرهای غیر توسعه‌ای هدایت خواهد کرد.

با این تفکر نتیجه حاصله از این فرآیند وابستگی مداوم صنعت خودرو به حمایت‌های دولت و تلاش دولت برای راضی نگه داشتن متولیان این صنعت به قیمت هزینه شدن از اقتصاد کشور است و این موضوع نیز عملا کمکی به دولت نکرده و زمینه ایجاد رانت‌های پنهان و آشکار را فراهم خواهد کرد.

این مصائب در حالی است که تشکلهای مردم‌نهاد و حامی حقوق مصرف‌کننده کم‌کم در خواب زمستانی فرو رفته‌اند. در این شرایط و در حالی که گرانی‌های مردم به‌صورت روزانه از تحولات بازار خودرو بیشتر می‌شود، گروه‌های غیررسمی مردمی با تشکیل کمیته تحت عنوان نه به خرید خودرو و سکه تا حدودی جریان مصرف را در مقابل ناملایمات و اجحافات وارده ساماندهی کرد. اگرچه تشکیل این کمپین‌ها در دنیا برای انسجام جریان مصرف

صدوهفتادوچهارمین نشست اوپک در وین برگزار شد

### پایبندی به توافق سال ۲۰۱۶

پایبندی مجموع اعضای اوپک کاهش می‌یابد و به رقم ۴ - در صورت عملی شدن این تصمیم، در عمل روزانه یک میلیون بشکه نفت بیشتر وارد بازارهای جهانی خواهد شد که این به معنای افزایش تولید نیست و تنها به منزله پایبندی ۱۰۰ درصدی به توافق همکاری اوپک و غیروپک است، در همین حال ممکن است امکان روانه شدن همه این یک میلیون بشکه به بازار وجود نداشته باشد و میزان کمتری وارد بازار شود.

۵ - اگر یکی از اعضای حاضر در این توافق کاهش تولید قابل توجهی داشته باشد، برای جبران این کاهش تولید با آن کشور مذاکره و در صورت توافق طرف‌ها، جبران این کاستی انجام می‌شود.

«تفت یک سلاح نیست که به عنوان ابزاری سیاسی علیه برخی کشورها استفاده شود. اوپک هم یک سازمان سیاسی نیست و لازم است هرگونه استفاده از نفت به عنوان یک سلاح یا ابزار علیه برخی کشورها را محکوم کند...» این بخشی از صحبت‌های بیژن زنگنه وزیر نفت ایران پیش از شرکت در صدوهفتادوچهارمین نشست اوپک بود. اشاره زنگنه به تلاش‌های آمریکا و برخی کشورها برای اعمال فشار به اوپک برای افزایش تولید نفت بود. با این‌همه، این اولین باری نبود که برگزاری نشست اوپک دستمایه سیاست می‌شد، اما صدوهفتاد و چهارمین نشست اوپک شاید یکی از سیاسی‌ترین این نشست‌ها بود و شکاف کشورهای عضو درباره ادامه طرح فریز نفتی و یا افزایش سطح تولید اوپک به این امر دامن زده بود. در یک سو، عربستان به همراه روسیه موافق با افزایش سطح تولید نفت و در مقابل، ایران به همراه ونزوئلا، الجزایر و عراق با افزایش سهمیه تولید اوپک مخالف بودند.

### سال پنجم روزنامه و دشواری‌های پیش رو

چهار سال است که روشن نگه داشتیم و با این شرایط سخت همچنان مبارزه می‌کنیم و به آینده امیدواریم و ناراحتیم چون می‌دانیم که روزهای سخت‌تری در پیش است و می‌بایست فشار بیشتری را تحمل کنیم. از ابتدا سعی کردیم روزنامه‌های متفاوت در میان روزنامه‌های اقتصادی باشیم و به اهالی کسب و کار و اقتصاد خرد توجه بیشتری نشان دهیم تا اقتصاد کلان. صفحات متفاوتی طراحی کردیم و تلاش کردیم همسو با شعار روزنامه یعنی «روزنامه‌ای برای کسب و کار آفرینی» به رونق و توسعه کسب و کارها کمک کنیم. فشارهای این چند سال به‌طور قطع کیفیت این صفحات را با فرازو نشیب‌های زیادی روبه‌رو کرده است، اما موجب نشده است که روزنامه از رسالت خود فاصله بگیرد. همچنان معتقدیم کسب و کار مقدس است و تنها راه برای نجات اقتصاد کشور توجه به بخش خصوصی و کسب و کار آفرینی است. ما هم به عنوان یک رسانه سعی کردیم و می‌کنیم تریبون بخش خصوصی و اهالی کسب و کار باشیم و همیای کارآفرینان زحمتکش کشور گام برداریم و نیازهای رسانه‌ای آنها را برطرف کنیم. امیدواریم که در سال پنجم به‌رغم تمام مشکلات موجود با اتکا به نسخه چاپی روزنامه و سایات روزنامه بتوانیم این مهم را به شکل مطلوب‌تری انجام دهیم. دست همه کسانی را که در این راه به ما کمک کردند و یا کمک خواهند کرد صمیمانه می‌فشارم و از همه همکاران سابق و فعلی روزنامه سپاسگزار می‌کنم.

**فرصت امروز:** با اجماع کشورهای عضو اوپک در وین، پایبندی ۱۰۰ درصدی به توافق همکاری اوپک و غیروپک که در نوامبر ۲۰۱۶ حاصل شده بود، تثبیت شد. روز جمعه صدوهفتادوچهارمین نشست اعضای اوپک در وین برگزار شد و در پایان، اعضا اعلام کردند که توافق قبلی اوپک (نوامبر ۲۰۱۶) مبنی بر کاهش تولید تا سقف یک میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه همچنان به قوت خود باقی است. بیژن زنگنه، وزیر نفت ایران نیز پیش از برگزاری نشست اعلام کرده بود که ایران با هرگونه افزایش تولید نفت اوپک مخالف است، زیرا بازار با عدم تعادل مواجه نیست.

به گزارش شانا، بندهای این توافق به این شرح است:

۱ - توافقی همکاری کشورهای عضو و غیرعضو سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) برای کاهش در مجموع روزانه یک میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه‌ای (یک میلیون و ۲۰۰ هزار بشکه اوپک و ۶۰۰ هزار بشکه کشورهای غیرعضو اوپک) همچنان معتبر خواهد بود.

۲ - اعضای اوپک و غیروپک در ماه‌های گذشته یک میلیون بیشتر از میزان تعهد خود کاهش عرضه در بازار داشته‌اند و این بدان معناست که به جای یک میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه در روز، ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه کاهش عرضه صورت گرفته است، به گونه‌ای که اکنون میزان تعهد و پایبندی آنها حدود ۱۵۰ درصد است.

۳ - بنا بر تصمیم نشست ۱۷۴ اعضای اوپک، آن دسته از اعضا که در توافق حضور داشته (به غیر از نیجریه، لیبی و ایران) و بیش از میزان تعهد خود کاهش تولید داده‌اند، براساس سهم تعیین شده خود تولید خواهند کرد، به گونه‌ای که در این شرایط میزان

### ادامه از همین صفحه

به همین دلیل اکثر مطبوعات یا لاغرتر شده‌اند و یا به‌طور کلی بنگاه خود را تعطیل کردند. کاهش تیراژ، تعدیل نیروی انسانی، کم کردن هزینه‌های سربار و... هم روی کیفیت مطبوعات اثر گذاشته و هم موجب بیکار شدن تعداد زیادی از روزنامه‌نگاران شده است. در این شرایط سخت است که روزنامه «فرصت امروز» وارد سال پنجم انتشار می‌شود. دقیقاً همین دیروز به من اطلاع دادند که کاغذ مورد نیاز برای چاپ روزنامه در تیرماه را باید کیلویی ۵۸۰۰ تومان بخریم. یعنی سال پنجم را باید با شرایطی بسیار سخت‌تر آغاز کنیم. از اینکه وارد سال پنجم می‌شویم هم خوشحالیم و هم غمگین. خوشحالم که این چراغ را

## یادداشت

## اوپک و ترامپ

محمود آخاقانی  
کارشناس بین‌المللی انرژی

از زمانی که رکس تیلرسون، رئیس کل سابق شرکت اگزون موبیل از سمت وزارت امور خارجه کابینه ترامپ خارج شد به نظر می‌رسد که درباره بازار نفت پریزدنت ترامپ و متحد او در اوپک یعنی عربستان سعودی دچار سردرگمی شده‌اند. از یک طرف آنها مایلند که قیمت نفت بالا باشد تا هم تولید شیل اویل و شیل گاز (نفت و گاز غیر متعارف) مقرون به صرفه باشد و هم اینکه پیشنهاد قیمت اولیه عرضه سهام آرامکو به بازار با قیمت خوبی توسط علاقه‌مندان خریداری شود.

اما، از سوی دیگر این نگرانی را دارند که ایران در حال حاضر با قیمت‌های فعلی می‌تواند درآمد خوبی داشته باشد و قیمت بنزین هم در آمریکا گران است. بنابراین، باید گناه قیمت بالای بنزین در آمریکا را ببندازند گردن اوپک و ترامپ هم بگویند که می‌خواهد قیمت برای مصرف‌کننده آمریکایی پایین باشد و آل سعود هم با ماست. اینکه چرا روسیه دارد در این راستا با آمریکا و آل سعود همکاری می‌کند هنوز معلوم نیست. در این شرایط بازار، قیمت‌ها به نفع درآمد‌های نفتی روسیه است.

اما برخی معتقدند که روسیه نظیر چین، که با برنامه‌ریزی و مذاکرات بین کره شمالی و آمریکا تا حدودی به ترامپ کمک کرد تا مسئله شرکت‌های الکترونیکی چینی در آمریکا را حل کند که کرد، پشت پرده مشغول گفت‌وگو برای گرفتن امتیازی از آمریکا و دادن امتیازی به ازای آن است.

طبیعی است که هم خانواده آل سعود و هم روسیه در این اندیشه باشند که جای خالی ایران در بازار نفت به دلیل تحریم‌های جدید آمریکا را پر خواهند کرد و با قیمت پایین‌تر و فروش حجم بیشتر نفت خام کمبود درآمد‌ها ناشی از سقوط قیمت به‌دلیل افزایش حجم تولید نفت خام جبران خواهد شد.

از سوی دیگر هند و چین به عنوان دو کشور عمده واردکننده هم نگرانی‌هایی دارند و با هم مشغول مذاکره برای تأسیس گروه مصرف‌کنندگان عمده برای تأثیرگذاری در بازار علیه تولیدکنندگان هستند. به این معنی که در مواقعی با خریدن نفت خام موجب اشباع بازار و کاهش قیمت‌ها شوند. چین با انبار کردن ۷۰۰ میلیون بشکه نفت خام در ماه مارس ۲۰۱۸ بازار بورس نفت شانگهای را راه‌اندازی کرد که معاملات نفت خام در این بازار با پول چین انجام می‌گیرد.

در واقع چین راهی را رفت که حدود دو دهه قبل در دولت هفتم و هشتم مهندس زنگنه فکر آن را کرده بود و با تعیین گروهی برای مطالعه بورس بین‌المللی نفت ایران در جزیره کیش برنامه‌ای برای این روزها داشت که متأسفانه در دولت نهم و دهم تغییر مسیر داد، معطل ماند و نشد. در آن روز گاز روزنامه‌های آمریکایی نوشتند که چنانچه ایران در این راستا موفق شود خطری جدی برای دلار و اقتصاد آمریکا به وجود خواهد آمد.

برخی دیگر معتقدند که اصلاً اوپک نقش مهمی در بازار بازی نمی‌کند و با سیاسی شدن اوپک و بازار نفت ما شاهد دوران تازه‌ای در بازارهای بین‌المللی نفت هستیم. آمریکا همانطور که در رابطه با ایران قابل لمس است از دلار و تحریم‌های دلاری و نفتی نظیر سلاح‌های شیمیایی و حتی هسته‌ای علیه مردم ایران استفاده می‌کند. شاید حمله ترامپ به اوپک در چارچوب برنامه‌های سیاسی و جدید است که به‌طور کلی اوپک از هم پاشیده شود.



در دوازدهمین همایش بین‌المللی انرژی که در پژوهشگاه نیرو برگزار شد روز چهارشنبه ۳۰ خردادماه این نظریه مطرح شد که هم در داخل ایران و هم در خارج باید بازار نفت، گاز و انرژی غیرسیاسی شود و به اقتصاد انرژی توجه شود. این نظریه هم مطرح شد که ایران می‌تواند در چارچوب یک دیپلماسی انرژی نوین مبتکر یک انقلاب انرژی و معرفی سکه انرژی برای تعریف ارز جدیدی به منظور دلار زدایی بازار نفت و گاز باشد.

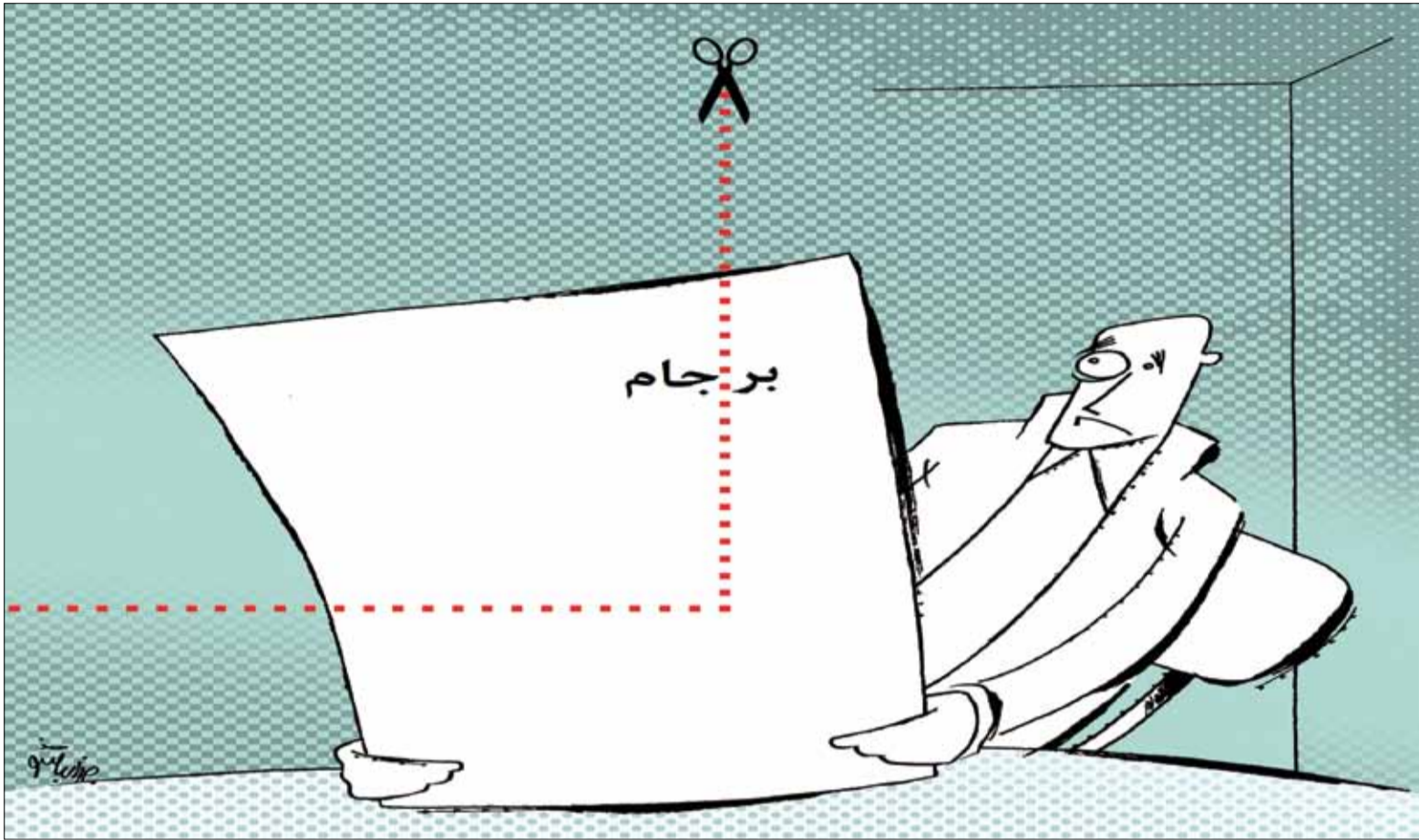
یکی از سخنرانان با اشاره به مشکلات اقتصادی آمریکا گفت وضع دلار و اقتصاد دلاری نظیر فردی است که مثلاً در یک تصادف اتومبیل مجروح شده است. زخم‌های ظاهری او درمان شده‌اند. ولی از سال ۲۰۰۸ که بحران شکستن اعتبارات بانکی در آمریکا شروع شد تاکنون اقتصاد آمریکا دچار خونریزی داخلی است و به همین دلیل پریزدنت ترامپ سعی دارد جلوی واردات به آمریکا گرفته شود تا از بدهی‌های خارجی آمریکا که از ۲۰ تریلیون در حال فراتر رفتن است کمتر شود یا با وضع تعرفه‌های بیشتر بتواند از شرکای اقتصادی‌اش امتیازاتی بگیرد.

در هر حال خاندان آل سعود و متحدان عربستان در اوپک دارند تیشه به ریشه اوپک و آینده خودشان می‌زنند و باید خوب فکر کنند که اجرای دستور ترامپ آنها را به مسیر می‌خواهد کشاند که برای‌شان جز پشیمانی ثمری در برنخواهد داشت. ترامپ که زیر تعهدات برجامی آمریکا زد، به سازمان ملل پشت کرد و بچه‌ها را برای برده‌داری از والدین‌شان جدا می‌کند به آنها هم رحم نخواهد کرد. آنها به یاد بیاورند که اوپک با ابتکار ایران و ونزوئلا در عراق برای مبارزه و مقاومت در برابر فشارهای سیاسی دولتی نظیر ترامپ به منظور حفظ منافع اقتصاد انرژی کشورهای عضو اوپک در ۱۹۶۰ میلادی یا به عرصه وجود گذاشت.

آیا برای آنها بهتر است که با فشارهای سیاسی ترامپ و جنگ اقتصادی و دلاری ترامپ با کشوری که عضو اوپک است مبارزه کنند؟ آنها نباید از تحریم نفتی و دلاری ایران خرسند باشند، بلکه آنها باید در اتحاد با ایران برای بقای اوپک و مقاومت اوپک در برابر ترامپ همکاری کنند، زیرا آینده آنها بهتر تضمین خواهد شد.

عراقچی در گفت‌وگو با «یورو نیوز» از احتمال خروج ایران از برجام خبر داد

## برجام در آسی‌سی‌یو



شرکت‌های اروپایی در ایران. در همین حال، هلگا اشمید گفته «به زودی ۱۰۰ شرکت وارد مذاکرات کاری با طرف ایرانی می‌شوند». او این خبر را در دیدار با علی‌اکبر صالحی، رئیس سازمان انرژی اتمی ایران در نشست «اسلو فروم» در نروژ بیان کرد و گفت: اروپا مصمم‌تر از همیشه درصدد حفظ برجام است و با ایجاد مکانیزم‌های ویژه جهت رسیدن به این هدف تلاش می‌کند.

اشمید به ابتکار «گفتمان سیاسی صنایع» که دربرگیرنده مذاکرات تجاری شرکت‌های کوچک و متوسط در سطح اتحادیه اروپا با ایران است، اشاره کرد و گفت قرار است به زودی ۱۰۰ شرکت وارد مذاکرات کاری با طرف‌های ایرانی شوند. اشمید امیدوار است چارچوب مناسبی برای همکاری با حمایت و مشارکت مستقیم اتحادیه اروپا به وجود آید. او درباره سازوکارهای مالی و بانکی مورد نیاز نیز به تشریح آخرین وضعیت موجود پرداخت و اتحادیه اروپا را متعهد به یافتن راه‌حل مناسب برای برقراری روابط تجاری و مالی با ایران دانست.

صالحی نیز در نشست «اسلو فروم» که اولین سفر اروپایی او بعد از خروج آمریکا از برجام است، از برجام، اهمیت آن و لزوم پایبندی اروپا به آن سخن گفت، اما از خروج شتابزده برخی شرکت‌های اروپایی از ایران گلایه کرد و اقدام اروپا برای بازدارندگی این مسئله را کافی ندانست. به گفته صالحی، اروپا تاکنون گام‌های خوبی در جهت حفظ برجام برداشته، اما در شرایط کنونی باید بر نتایج عملی سیاست‌های اعلامی از سوی اتحادیه اروپا تمرکز کرد.

رئیس سازمان انرژی اتمی در این دیدار با تأکید بر اهمیت درک چندصدایی در ایران، توافق برجام را موضوعی جدی در مباحث سیاسی کشور عنوان کرد و گفت: برای حفظ برجام نیازمند برآورده شدن انتظارات و نیازها و رفع عملی و دائمی تحریم‌های ظالمانه هستیم و امکان پایبندی به تعهدات برجام همزمان با تداوم تحریم‌ها به هیچ عنوان مورد قبول جمهوری اسلامی ایران نخواهد بود.

تحریم‌های دوباره این کشور علیه ایران را جبران کنند. به گفته عراقچی، برجام و تحریم‌ها هیچ‌گاه نمی‌توانند درکنار هم بنشینند. اغلب مردم ایران امروز به اروپا هم اطمینانی ندارند و اروپا برای کسب اطمینان این مردم باید تلاش کند. ایرانی‌ها می‌گویند خروج آمریکا از برجام تنها بازی پلید و پلیس خوب است. نقش پلیس خوب را اروپا بازی می‌کند.

او چشم‌انداز ادامه مذاکرات برای حفظ برجام را روشن و مثبت ندانست و درباره خواسته‌های ایران از اروپا گفت: آنچه برای ما اهمیت دارد اجرای کامل و تمام عیار برجام است. برای ما اهمیتی ندارد که اروپا چگونه قصد دارد برجام را حفظ و تحریم‌های آمریکا را دور بزند. آنچه برای ما اهمیت دارد حضور و ماندگاری شرکت‌های اروپایی در ایران است. آنچه برای ما اهمیت دارد فروش نفت خام است.

به گفته وی، باید یک ارتباط بانکی بین ما و اروپا باشد. این موضوع با اروپایی‌هاست تا راه اصلی را پیدا کنند. در عین حال، ایران حاضر است برای یافتن راه‌حل و بسته‌های اروپا برای حفظ برجام به اروپا کمک کند.

عراقچی ادامه داد: انتظار ایران به سر آمده است و احتمال خروج ایران از برجام در هفته‌های آینده وجود دارد. نمی‌توانیم بگوییم که چشم‌انداز ادامه مذاکرات با اروپا، روشن است و می‌تواند ما را به دستیابی یک بسته مشترک برای حفظ برجام رهنمون کند. ما همچنان منتظر و امیدواریم تا بسته پیشنهادی اروپایی‌ها مورد رضایت ایران باشد تا ایران از برجام خارج نشود.

## ۱۰۰ شرکت اروپایی در راه ایران

سخنان عراقچی اما تنها گمانه‌زنی روزهای گذشته درباره ادامه حیات برجام نبود و هلگا اشمید، معاون فدریکا موگیرینی، مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا نیز از ورود ۱۰۰ شرکت اروپایی به ایران خبر داد؛ این همان چیزی بود که عراقچی در صحبت‌هایش آن را یکی از خواسته‌های ایران از اروپا خوانده بود، یعنی حضور و ماندگاری

ایمان ولی‌پور

ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

پس از آنکه برجام موجب گشایش‌های سیاسی و اقتصادی در سال‌های گذشته برای ایران شد، حالا سرنوشت برجام با خروج آمریکا از آن به مخاطره افتاده و اقتصاد ایران را در شوک فرو برده است، چنانچه پس از التهاب بازار ارز و سکه در ابتدای امسال و در ادامه کاهش ۸۰ درصدی ارزش پول ملی و کم‌رنگ شدن سرمایه اجتماعی در جامعه ایران، ناطلمینانی از آینده، فضای اقتصاد ایران را دربر گرفته است. با این همه، اگرچه اتحادیه اروپا به دنبال تصمیم دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا در خروج یک‌جانبه از برجام، با به‌روزرسانی «قانون انسداد» گام‌هایی را برای حفاظت از فعالیت شرکت‌های اروپایی در ایران برداشته و سعی کرده تا سرمایه‌گذاری شرکت‌هایش را در ایران حفظ کند، اما با این حال شرکت‌های بزرگ اروپایی از جمله پژو، توتال و... تصمیم به خروج از اقتصاد ایران گرفته‌اند؛ نظیر همان تصمیمی که پیش از این در سال ۹۱ اتخاذ کردند و با اعمال تحریم‌های آمریکا بازار ایران را ترک کردند.

با این حال، همانطور که عباس عراقچی، معاون سیاسی وزیر خارجه در تازه‌ترین گفت‌وگوش با «یورو نیوز» عنوان کرده، ادامه حیات برجام، فداکاری بیشتر اروپا را می‌طلبد و باید در روزها و هفته‌های آینده به نظاره نشست و دید که سرنوشت برجام به کجا می‌رسد. عراقچی در این گفت‌وگو، برجام را به بیماری در آ‌ی‌سی‌یو تشبیه کرده و از احتمال خروج ایران از برجام خبر داده است. او در عین حال، پای فداکاری اروپا را برای ادامه برجام به میان کشید و گفت: برجام در آ‌ی‌سی‌یو است، چراکه مهم‌ترین نقطه تعادل خود را از دست داده است. نقطه تعادل آن، خروج آمریکا از برجام بوده است. حال اگر اروپا و دیگر امضاکندگان برجام می‌خواهند این توافق هسته‌ای را حفظ کنند باید فداکاری بیشتری از خود نشان دهند و خصوصاً عدم حضور آمریکا و

گزارش اندیشکده «واشنگتن» از افزایش قیمت دلار در ایران

## مشکلات بانکی بیش از تحریم‌ها به اقتصاد ایران ضرر می‌رساند

روپایی بیش از آنکه چنین قانونی را اجرایی کنند، به فکر دور کردن خود از ایران هستند.

نکته دوم آنکه معاملات مالی نقطه ضعف ایران است و این همان بخشی است که هدف اصلی تحریم‌های آمریکاست. ضعف و شکنندگی نظام بانکی ایران و چارچوب آن کاملاً مشخص نیست، چراکه اغلب بانک‌های ایرانی نیاز به شفاف‌سازی در زمینه اوضاع مالی خود دارند؛ آنچه که تنها تعداد کمی از شرکت‌های خاص بنا بر درخواست بانک مرکزی مشخص کرده‌اند.

با این حال، بانک مرکزی ایران تلاش می‌کند میزان سود سپرده‌ها را تا ۱۵ درصد کاهش دهد؛ امری که بسیاری از سرمایه‌گذاران را بر آن داشته است تا متوجه بازارهای بانکی خارجی یا بازارهای طلا شوند و همین مسئله افزایش قیمت طلا و دلار در ایران را به دنبال داشته است.

مشکلات بانکی در ایران قابل حل است و حتی قابل مقایسه با آنچه دولت‌های اروپایی در دهه گذشته درگیر آن بودند، نیست. اما حل نشدن این مشکلات توسط مسئولان، بیشتر از تحریم‌های بین‌المللی به اقتصاد ایران ضرر رساند.

برخلاف اوضاعی که در سال ۲۰۱۲ حاکم بود، بانک‌ها و نه صادرات نفتی، مهم‌ترین نقطه‌ضعف اقتصادی نظام ایران را تشکیل می‌دهند و هر اندازه این بانک‌ها از نظام مالی جهانی دور شوند، با دشواری‌های بیشتری روبه‌رو می‌شوند و جلب اعتماد ایرانی‌ها جهت سرمایه‌گذاری برایشان دشوار می‌شود.

علنی مسئولان ایرانی مبنی بر آن است که تحریم‌های آمریکا تنها می‌تواند باعث آزار آنها شود، نه فراتر از این و همین مسئله واشنگتن را با چالشی جدی مواجه کرده است.

در ادامه این تحلیل آمده است: علاوه بر این، ایران از قدرت زیادی برای برخورد با افزایش یا کاهش صادرات نفت خود بهره‌مند است. تحریم‌های شدید آمریکا در سال ۲۰۱۲ باعث کاهش درآمد ۱۱۸ میلیاردی ایران تا حدود ۶۳ میلیارد دلار شد و پس از آنکه قیمت‌های نفت در سال ۲۰۱۶ سقوط کرد، بار دیگر صادرات نفت ایران از ۵۵ میلیارد دلار به ۲۷ میلیارد دلار رسید. با این حال، ایران با تمام سطوح از درآمد‌های نفتی خود هماهنگ شد و توانست تمرکز خود را متوجه توسعه برنامه‌های اتمی‌اش کند.

اما باید به دو عامل دیگر اشاره کرد که آثار تحریم‌های آمریکا را تقویت می‌کند؛ اول آنکه بسیاری از شرکت‌ها و موسسات مالی بین‌المللی گرفتار بحران‌های اقتصادی و قواعد سخت‌گیرانه‌ای هستند، از این رو سیاست‌های خود را بر دوری از خطرات متمرکز کرده‌اند. در همین راستا بود که پس از اعلام تحریم‌های آمریکا شرکت‌های اروپایی توتال و میرسک از بازار ایران دور شدند؛ آنچه که نشان داد اظهارات وزرای خارجه انگلیس، فرانسه و آلمان خطاب به پومپئو در خصوص اینکه تحریم‌های ثانویه آمریکا علیه ایران مانع از آن می‌شود که اتحادیه اروپا بتواند به تخفیف تحریم‌های مهم ایران ادامه دهد، بر حق بوده است. با اینکه اروپایی‌ها از قانون انسداد برای مقابله با اقدامات آمریکا در رابطه با تحریم‌ها گفتند، اما به احتمال زیاد شرکت‌های

**فرصت امروز:** «مشکلات بانکی در ایران قابل حل است و حتی قابل مقایسه با آنچه دولت‌های اروپایی در دهه گذشته درگیر آن بوده‌اند، نیست. اما حل شدن این مشکلات توسط مسئولان، بیشتر از تحریم‌های بین‌المللی به اقتصاد ایران، ضرر می‌رساند. برخلاف وضعیتی که در سال ۲۰۱۲ حاکم بود، بانک‌ها و نه صادرات نفتی، مهم‌ترین نقطه‌ضعف نظام اقتصادی ایران را تشکیل می‌دهند...»

این بخشی از تازه‌ترین گزارشی است که اندیشکده «واشنگتن» از افزایش قیمت طلا و دلار در ایران منتشر کرده و معتقد است مشکلات بانکی بیش از تحریم‌ها می‌تواند به اقتصاد ایران ضرر برساند.

این اندیشکده آمریکایی که تمرکز آن بر سیاست خارجی ایالات متحده در خاورمیانه است، در این گزارش از یک سو به دو عاملی که می‌تواند باعث افزایش فشار تحریم‌ها از سوی آمریکا بر ایران شود پرداخته و از سوی دیگر، دو عامل دیگری را برمی‌شمارد که می‌تواند این اقدام مالی علیه ایران را کم‌رنگ کند.

به گزارش انتخاب، اندیشکده «واشنگتن» در این تحلیل به قلم پاتریک کلاوسون نوشته است: در زمانی که دولت ترامپ برای تشدید تحریم‌ها در جبهه‌های مختلف علیه ایران آماده می‌شود، دو قدرت وجود دارند که موجب تضعیف اثر هر گونه اقدام مالی در این رابطه می‌شود؛ درحالی‌که دو عامل دیگر نیز در تقویت اثرگذاری این نوع اقدامات سهیم هستند. از ناحیه سلسلی باید گفت ایرانی‌ها خبرگی و کارآمدگی زیادی در تعامل با تحریم‌ها دارند و در یافتن راه‌حل‌هایی برای مقابله با آن، مهارت لازم را یافته‌اند. در این میان، صحبت‌های

## یادداشت

## صدای بلند زنگ‌های خطر را بشنوید



آلبرت بغزیان

کارشناس اقتصادی

خریدن یا نخردن؟ آیا نخردن کالا و امتناع از حضور در بازار در کاهش تورم نقش دارد؟ این سوال مهمی است که این روزها در فضای اقتصادی ایران مطرح است. چهره‌های مشهور در شرایط کنونی از کمیپنی حمایت کرده‌اند که علی کریمی، فوتبالیست مشهور به راه انداخته است. کمپین نه به خرید به مدت یک ماه اما برای بسیاری از مردم این سوال مطرح می‌شود که آیا کمپین‌هایی از این دست کارایی لازم را خواهد داشت؟ پاسخ به این سوال از دو منظر امکان‌پذیر است. راه‌اندازی چنین کمپینی در شرایط عادی، وقتی یک تولیدکننده یا تولیدکنندگان یک محصول و خدمت مشخص، منافع مصرف‌کننده را نادیده می‌گیرند می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد. فرض کنید یک شرکت مخابراتی تعرفه خدمات خود را ناگهانی بالا ببرد، در این شرایط مردم با تحریم این شرکت و استفاده از خدمات مشابه دیگر شرکت‌ها می‌توانند آنها را وادار به عقب‌نشینی کنند. حال سوال اینجاست که آیا شرایط ایران عادی است؟ در چنین شرایطی، وقتی همه بازارها دستخوش بی‌ثباتی و افزایش قیمت هستند، چطور می‌توان با راه‌اندازی کمپین در برابر موج گرانی و تورم ایستاد؟

نه فقط بازار خودرو، که بازار طلا و سکه و مسکن و حتی دیگر بازارها با هجوم تورم روبه‌رو شده‌اند، بخشی از این اتفاق ناشی از رشد قیمت ارز است و بخشی دیگر نیز ناشی از سودجویی برخی تولیدکنندگان. حال در این شرایط می‌توان وضعیت را مورد واکاوی قرار داد. پیش از این نیز کمپین‌هایی از این دست راه افتاده بود، اما نه فراگیری آن در این سطح بود و نه مقامات دولتی همراهی خاصی با آن نشان داده بودند. این بار حتی سخنگوی دولت به این کمپین واکنش مثبت نشان داده و همین نکته قابل تامل است با این حال به نظر می‌رسد تنها لیخند و همراهی از سوی بدنه دولت کافی نباشد و اقدام عملی در این بخش ضرورتی انکارناپذیر است. یک - با توجه به بالا رفتن نرخ ارز، افزایش قیمت تمامی کالاها مانند خودرو، طلا ، سکه و ... قابل پیش‌بینی بود. تا اینجای داستان پذیرفتنی است اما عدم عرضه خودرو از سوی خودروسازان، عدم تحویل خودروهایی که موعد تحویل‌شان فرا رسیده است و اقداماتی از این دست چه سبکتالی را به جامعه می‌دهد؟ اینجاست که دولت باید با تشکیل یک گروه ناظر بی‌طرف، نسبت به بازرسی دقیق از خودروسازان و حتی دیگر تولیدکنندگان اقدام کند تا تورم کنونی دامن زده نشود . دو - دولت باید عملکرد خود را به گونه‌ای تنظیم کند تا اعتماد

مردم به سخنان دولتمردان بازگردد. بی‌تردید بی‌توجهی مردم به پیام‌هایی که مقامات و مسئولان درباره آینده اقتصاد ارائه می‌کنند، اتفاق خطرناک و قابل بررسی است. دولت نباید از کنار این بی‌اعتمادی به سادگی عبور کند چراکه در این صورت سیاست‌های ابلاغی‌اش نیز با همراهی مردم روبه‌رو نمی‌شود. کمپین‌هایی از این دست الارمی است که جامعه به دولت می‌دهد تا به وظایف خود به درستی عمل کند، از این منظر اگر آرام‌ها به‌موقع شنیده شوند، می‌توان کارکرد چنین حرکت‌های اجتماعی را مثبت دانست.

## دریچه



## متقاضیان وام اشتغال که چک برگشتی دارند بخوانند!

معاون وزیر کار درباره آن دسته متقاضیان وام اشتغال روستایی که به دلیل داشتن چک‌های برگشتی و بدهی سررسیدشده، موفق به دریافت وام اشتغال نشدند، توضیح داد. عیسی منصوری در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: در راستای اجرای طرح اشتغال روستایی بهممن‌ماه سال گذشته ۲۵درصد منابع صندوق توسعه ملی برای تخصیص به متقاضیان در اختیار بانک‌های کشاورزی، توسعه تعاون، پست‌بانک و صندوق کارآفرینی امید به‌عنوان بانک‌های عامل توزیع وام قرار گرفت و قسط دوم اردیبهشت‌ماه امسال به حساب موسسات عامل واریز و موجب شد تا روند پرداخت وام به متقاضیان با قوت بیشتری دنبال شود. وی درباره شرایط پرداخت وام گفت: در بحث پرداخت وام اشتغال روستایی، اهلیت و شناسایی مشتری در بانک مدنظر است و بانک مرکزی در این باره دستورالعمل و قوانین سختگیرانه‌ای اعمال می‌کند، لذا کسانی که دارای چک‌های برگشتی هستند و معوقات بانکی دارند نمی‌توانند از این تسهیلات استفاده کنند. منصوری گفت: البته تلاش‌هایی صورت گرفته تا برای دارندگان چک‌های برگشتی در بعضی حوزه‌ها تسهیلاتی فراهم شود که باید دید این کار می‌تواند در حوزه روستایی اجرایی شود یا نه.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزیر کار تصریح کرد: در این راستا تمهیداتی فراهم کرده‌ایم که در موارد خاصی این اتفاق بیفتد ولی در بخشی از حوزه‌ها امکان‌پذیر نیست؛ چنانچه در مورد کسی که بالای ۲۵درصد اقساط معوق دارد و نمی‌تواند اقساط وامش را بپردازد با توجه به اینکه اغلب وام‌ها کوچک هستند، عملا امکان پرداخت تسهیلات وجود ندارد. گفتنی است موضوع چک‌های برگشتی و معوقات بانکی یکی از موانع دریافت تسهیلات اشتغال روستایی است که موجب شده برخی از متقاضیان وام روستایی امکان دریافت تسهیلات را نداشته باشند. بیشتر مدیران عامل بانک‌ها مشکلاتی نظیر داشتن چک برگشتی و بدهی سررسیدشده، عدم مراجعه برای تکمیل مراحل دریافت تسهیلات و ارائه طرح‌های بدون اولویت و تکراری را از جمله دلایل عدم اختصاص تسهیلات اشتغال روستایی به متقاضیان عنوان کرده‌اند. فعالان کارگری نیز لزوم حل موانع دریافت تسهیلات اشتغال روستایی را خواستار شده و تاکید کرده‌اند که با برداشتن موانع دریافت وام، برنامه اشتغال روستایی با سرعت بهتری به اجرا درمی‌آید؛ به اعتقاد آنها دارندگان چک برگشتی یا طرح‌های فاقد توجه با پاسخ منفی بانک‌ها برای دریافت وام مواجه شده و بعضا ناچار به گذاشتن وثیقه ملکی شده‌اند.

وزیر کار در روزهای اخیر از پرداخت ۱۵۰۰ میلیارد تومان تسهیلات به متقاضیان خبر داد و دلیل عدم استفاده برخی متقاضیان از تسهیلات اشتغال را مراجعه نکردن آنها برای تکمیل پرونده درخواست وام یا داشتن چک برگشتی و بدهی به نظام بانکی عنوان کرد.



وی در پاسخ به این سوال که آیا افزایش معاملات در سه ماه گذشته نشانه بازگشت رونق به این بازار نیست؟ گفت: در این منطقه رشد قیمت واقعی اتفاق افتاد، اما واحدهایی که با قیمت‌های بالاتر فروش رفتند غالبا واحدهایی بودند که بین ۶۰ تا ۷۰ متر قیمت داشتند. در حقیقت هنوز خانه‌هایی که کمتر از یک میلیارد تومان دارند، حتی در شمال شهر برای مردم مطلوبیت ندارند و افراد زیادی قادر نیستند پای معامله خانه‌های میلیاردی بروند. یکی از مشاوران املاک در مرکز شهر نیز بالا بودن تقاضا برای خانه‌های کوچک را تایید کرد. او گفت: درست است که در منطقه یک تا شش انبوهی خانه میلیاردی وجود دارد، اما این خانه‌ها با قیمت‌های میلیاردی معامله نشده‌اند، بلکه در روند افزایش قیمت‌ها میلیاردی می‌ارزند.

**عدم کشش بازار واقعی است؟**

در عین حال مسئولان اتحادیه املاک معتقدند که بازار مسکن کشش افزایش قیمت را ندارد و تداوم این وضعیت می‌تواند زمینه را برای خزیدن دوباره این بازار در لاک رکودی فراهم کند.

مسکن در ۱۰ سال گذشته، پس از انفجار قیمت‌ها در سال ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶ با رکودی کشتار روبه‌رو شد. هرچند در این سال‌ها قیمت‌ها روند افزایشی خود را حفظ کرده‌اند، اما با این حال نبود تقاضا برای خرید و فروش دولت را مجاب کرد که طرح‌های تشویقی با هدف افزایش قدرت خرید به اجرا بگذارد. با توجه به گفته‌های مشاوران املاک در تهران به نظر می‌رسد رونق حاصل‌شده نیز به خانه‌هایی با متراژ کوچک باز می‌گردد؛ خانه‌هایی که تقاضای دریافت‌کنندگان تسهیلات بر آنها بیش از سایر متراژها متمرکز است.

گسترانید که بررسی‌ها نشان می‌دهد اقتصاد ایران بار دیگر زیر سایه تحریم قرار دارد و این انتظار وجود داشت در تنگی و سختی قیمت‌ها در کالاهایی چون مسکن دستخوش افزایش قابل توجه نشود، اما سلطان محمدی می‌گوید لزوما در دوره‌های تهدید قیمت‌ها در بازار مسکن کاهش نمی‌یابد چراکه غیرعادی‌شدن شرایط اقتصاد حرکت سرمایه‌ها را به دنبال دارد و در نتیجه رشد قیمت‌ها در بازار مسکن نیز محتمل است، همان‌طور که در سال ۱۳۹۱ نیز در دوره تشدید تحریم‌ها جهش قیمت مسکن اتفاق افتاد. وی می‌گوید آنچه در بازار می‌گذرد، اتفاقی غیرطبیعی نیست، بازار در حال تطبیق خود با شرایط تازه اقتصادی، یعنی افزایش نرخ ارز، کاهش سود بانکی و همچنین جابه‌جایی سرمایه‌های سرگردان در بازار است .

**رکود زودهنگام رسید**

اگر از شمال شهر تهران به سمت مرکز شهر بیایید با انبوه واحدهای در حال ساختی روبه‌رو می‌شوید که دوره ساخت‌شان کمی طولانی‌تر از روند معقول است. برخی مشاوران املاک معتقدند این طولانی شدن به بالا رفتن هزینه‌های ساخت و ساز باز می‌گردد و رونق زودگذر سه ماهه هرچند تنفسی مصنوعی برای برخی از آنها محسوب می‌شد، اما نتوانست تغییر چندانی را ایجاد کند.

از سوی دیگر به کف رسیدن معاملات در ماه مبارک رمضان اتفاقی گریزناپذیر بود که سنت بازار ایران محسوب می‌شود. یکی از مشاوران املاک در شمال تهران در این خصوص به خبرنگار ما گفت: بازار مسکن در گیر بحران پیچیده‌ای است. از یک سو هزینه ساخت و ساز افزایش یافته و از سوی دیگر معاملات چندانی وجود ندارد.

آنچه بر طرح کارت اعتباری خرید کالای ایرانی در سال ۹۶ گذشت

## ۱۵ ماه وقفه برای اجرای طرحی ناموفق

این خصوص مدنظر قرار گیرد که با رفع اشکالاتی که تولیدکنندگان و نیز متقاضیان خرید با آن روبه‌رو بودند، به نحو مطلوب و تحت عنوان طرح جدید کارت اعتباری خرید کالای ایرانی در سال جاری اجرایی شود. به همین دلیل این تصمیم به تصویب ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی رسید و به وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز بانک مرکزی ابلاغ شد تا هر چه سریع‌تر طرح جدید را تهیه و اجرای آن را در دستور کار قرار دهند.

به مرور و با گذشت زمان مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز بانک مرکزی در پاسخ به علت طولانی‌شدن اجرای طرح جدید کارت اعتباری خرید کالای ایرانی، مسائل مختلفی را مطرح می‌کردند. پرونده طرح کارت اعتباری خرید کالای ایرانی در سال گذشته به گونه‌ای بسته شد که نه‌تنها انتقادات عدیده‌ای به آن وارد آمد که دو مجموعه وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز بانک مرکزی نسبت به چگونگی اجرای آنچه درخصوص لیست کالاهای مدنظر و نیز تسهیلات بانکی معترض بودند.

بنابراین به منظور اجرای طرح جدید کارت اعتباری خرید کالای ایرانی در سال ۱۳۹۶، وزارت صنعت، معدن و تجارت در مردادماه سال گذشته پیشنهاد جدیدی را به بانک مرکزی ارائه کرد که به گفته مسئولان این وزارتخانه حتی توسط سازمان برنامه و بودجه اصلاح و به تایید رسیده بود، اما در نهایت این طرح با چکش کاری بانک مرکزی همراه و قرار بر این شد تا بانک مرکزی اقدام به تهیه طرح جدیدی کرده و بر این اساس طرح ارائه‌شده قبلی توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت مسکوت ماند.

طبق آخرین اظهارات، طرح جدید کارت اعتباری خرید کالای ایرانی

افزایش قیمت مسکن در سه ماه گذشته، هجوم سرمایه‌ها به این بازار را در پی داشت. رشد معاملات در بازار نیمه‌هوشیار مسکن از یک سو و افزایش قابل توجه قیمت‌ها از سوی دیگر، زمینه را برای رشد قیمت مسکن فراهم کرد، اما این بار به نظر می‌رسد معادلات پیشین بر این بازار حکمرانی نمی‌کند چراکه به فاصله کوتاهی، کاهش حجم معاملات از سردی تنور این بازار حکایت دارد. بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد که حجم معاملات مسکن در بازار تهران با کاهش قابل توجه در دو هفته اخیر روبه‌رو شده است؛ کاهش‌ی که اعضای صنف مشاوران املاک از آن به عنوان رکود این بازار یاد می‌کنند. در همین زمینه، مهدی سلطان‌محمدی، تحلیلگر اقتصاد مسکن در گفت‌وگو با خبرنگاران معتقد است: رشد قیمت‌ها در بازار مسکن شهرهای بزرگ امری طبیعی و گریزناپذیر است.

او با تاکید بر اینکه توسعه این شهرها، زمین را برای ساخت و ساز کمیاب کرده است، گفت: این وضعیت در بسیاری از شهرهای بزرگ و توسعه‌یافته اروپایی نیز به چشم می‌خورد و تهران نیز به عنوان بزرگ‌ترین شهر کشور از این قاعده مستثنی نیست از این رو باید پذیرفت که رشد قیمت‌ها در کل می‌تواند منطقی باشد و قیمت مسکن در تهران نیز با همین مولفه‌ها بالاتر از دیگر شهرهاست و فاصله‌ای قابل توجه را حفظ می‌کند. این تحلیل در شرایطی از سوی وی ارائه می‌شود که افزایش قیمت مسکن در برخی مقاطع حالت انفجاری به خود گرفته و تجربه جهش قیمت مسکن در مقاطع زمانی مختلف از ذهن‌ها پاک نشده است.

امسال نیز در حالی مسکن برای قیمت‌های بالاتر فرشر قرمز

وعده وزارت صنعت مبنی بر اجرای طرح دائمی کارت اعتباری خرید کالای ایرانی با گذشت سه ماه از سال ۱۳۹۷ نه‌تنها اجرایی نشده، بلکه وقفه در اجرای این طرح به ۱۵ ماه رسیده است.

به گزارش ایسنا، به‌رغم تکلیفی که توسط ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی به وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز بانک مرکزی به منظور اجرای طرح جدید کارت اعتباری خرید کالای ایرانی در سال ۱۳۹۶ ابلاغ شد، اجرای این طرح در سال جاری به مرحله اجرا درنیامد تا در نهایت محسن صالحی‌نیا - معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت - از اجرای همیشگی این طرح از سال ۱۳۹۷ خبر دهد.

قرار بر این بود که طرح جدید کارت اعتباری خرید کالای ایرانی در سال جاری با رفع نقایص طرح قبلی که در سال گذشته به مرحله اجرا درآمد، توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز بانک مرکزی اجرایی شود؛ دستوری که توسط ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی طبق ابلاغیه‌ای به این دو دستگاه ابلاغ شد، اما در نهایت عملیاتی نشد.

براساس مصوبه ستاد برنامه‌ریزی اقتصاد مقاومتی باید طرح جدید کارت اعتباری خرید کالای ایرانی توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز بانک مرکزی در سال جاری مدنظر قرار می‌گرفت، چراکه به عنوان وظیفه این دو دستگاه تعریف شده است؛ پروژه‌ای که این دو دستگاه موظف بودند پس از تهیه، آن را جهت اجرا و ابلاغ به تصویب سازمان برنامه و بودجه برسانند.

به دلیل مسائل و مشکلات مختلفی که طرح کارت اعتباری خرید کالای ایرانی در سال ۱۳۹۵ با آن روبه‌رو بود و به منشأ اختلاف بین وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز بانک مرکزی در این بخش تبدیل شد، ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی تصمیم گرفت طرح جدیدی در

# سیل نقدینگی و تغییر زمین بازی



## بیمه‌نامه

مجمع عمومی بیمه پاسارگاد برگزار شد

### بیمه پاسارگاد به ازای هر سهم ۳۲۹٫۶۲ ریال سود داد

مجمع عمومی عادی سالانه بیمه پاسارگاد با حضور بیش از ۹۸٫۲ درصد سهامداران، نمایندگان بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان بورس و اوراق بهادار در ساعت ۱۵ روز سه‌شنبه ۲۹ خردادماه سال ۱۳۹۷ در دانشگاه خاتم برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بیمه پاسارگاد، مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام بیمه پاسارگاد به ریاست آقای دکتر مجید قاسمی رئیس هیأت مدیره این شرکت برگزار شد. آقایان علی‌اکبر امین تفرشی و عباس کفافی به عنوان ناظر و خانم دکتر نعیمیان به عنوان منشی جلسه، وی را در برگزاری مجمع همراهی کردند و گزارش کاملی از فعالیت‌های شرکت در سال ۱۳۹۶ توسط آقای پیروز باستانی عضو هیأت‌مدیره و معاون مالی و اداری بیمه پاسارگاد به سمع و نظر سهامداران رسید. گفتنی است، پس از قرائت گزارش بازرسان قانونی و حسابرس شرکت صورت‌های مالی سال منتهی به ۲۹ اسفندماه ۱۳۹۶ بیمه پاسارگاد به تأیید حاضرین در جلسه رسانده شد. تصویب مبلغ ۳۳۱٫۶۹۵ میلیون ریال سود قابل تقسیم و انتخاب روزنامه اطلاعات به عنوان روزنامه کثیرالانتشار شرکت از مصوبات مجمع عمومی عادی صاحبان سهام بیمه پاسارگاد بود. همچنین براساس عملکرد سال مالی ۱۳۹۶ و صورت‌های مالی ارائه‌شده، عایدی هر سهم ۳۲۹٫۶۲ (EPS) ریال تعیین شد و مبلغ ۱۳۰ ریال به صورت سود نقدی برای هر سهم تخصیص یافت. شرکت بیمه پاسارگاد در سال مالی ۱۳۹۶ با صدور بیش از ۳ میلیون و ۳۸۱ هزار فقره بیمه‌نامه و بیش از ۱۶٫۲۰۶ میلیارد ریال حق بیمه تولید کرد که این رقم نسبت به سال قبل ۴۲٫۳ درصد افزایش را نشان می‌دهد. همچنین میزان خسارت پرداختی این شرکت در سال ۱۳۹۶ بیش از ۵٫۵۶۲ میلیارد ریال بوده که نسبت به سال گذشته ۲۰ درصد افزایش داشته است. براساس آمار، ۲۷٫۷ درصد



پرتفوی شرکت مربوط به بیمه‌های اتومبیل، ۴۴٫۷ درصد بیمه‌های اشخاص، ۲ درصد بیمه آتش‌سوزی، ۰٫۸ درصد بیمه بائرسی، ۳٫۶ درصد بیمه‌های مسئولیت و ۱٫۲ درصد مربوط به بیمه‌های مهندسی، انرژی و سایر بیمه‌ها است. ضریب خسارت شرکت نیز (بدون احتساب بیمه‌های عمر و تأمین آتیه) در سال ۱۳۹۶ حدود ۸۲٫۵ درصد بوده است. این در حالی است که به استناد سالنامه آماری سال ۱۳۹۵ صنعت بیمه که توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران منتشر شده، ضریب خسارت بازار بیمه کشور در سال مذکور برای بیمه‌های غیرزندگی، معادل ۸۳٫۶ درصد بوده است. تصویب صورت‌های مالی سال ۱۳۹۶، رشد ۴۲٫۳ درصدی پرتفوی و ترکیب همگون آن، ضریب خسارت مناسب، مدیریت آگاهانه بر ترکیب پرتفوی بیمه‌های شرکت از طریق حضور در بازارهای جدید، بررسی ریسک‌های پیشنهادهی و قبول آنها براساس اصول بیمه‌گری و مدیریت ریسک، حضور مؤثر در بخش‌های مختلف بیمه‌های زندگی و غیرزندگی با اتکا به توان فنی شرکت و رعایت اصول بیمه‌گری در انتخاب ریسک، کوشش برای گسترش بیمه‌های اشخاص (به ویژه بیمه‌های زندگی) و افزایش سهم این بخش در تولید شرکت، بازنگری در قراردادهای انکالی به منظور افزایش ظرفیت نگهداری از یک طرف و رعایت صرفه و صلاح شرکت از طرف دیگر، فراهم‌آوردن تسهیلات در پرداخت حق بیمه برای بیمه‌گذاران و در عین حال تأکید بر وصول به‌موقع حق بیمه‌ها و مطالبات تجاری شرکت، مدیریت مؤثر بر وجه نقد شرکت به منظور پرداخت به‌موقع خسارت‌ها و بدهی‌ها، خرید دارایی‌ها و تجهیزات مورد نیاز و انجام سرمایه‌گذاری در بخش‌های سودآور و درآمدساز، عملکرد بسیار شفاف بیمه پاسارگاد و رضایت سهامداران این شرکت را نشان می‌دهد.

## دریچه

### امیدواری جهان به آینده ارزهای مجازی

ارزهای مجازی که بیشتر از بین آنها بیت‌کوین را می‌شناسیم در یک دهه اخیر با کشف یک الگوریتم ریاضی یا به عرصه اقتصاد جهان گذاشته است. این پول بی‌پشتوانه و غیرقابل ردگیری هرچند در کشورهایی که برق در آن ارزان است، به راحتی تولید می‌شود اما هنوز در زمینه خرید و فروش آن مانعی وجود دارد. بانک‌های مرکزی در بسیاری از کشورهای جهان ارزهای مجازی را به رسمیت نمی‌شناسد چراکه در مورد آنها ثبت تحولات در کار نیست. عدم تشخیص منشأ و مبدأ ارزهای مجازی باعث شده نهادهای در دنیای مالی علاقه‌مند به ثبت و ضبط جریان پول روی خوش به این ارزها نشان ندهند. بانک‌های مرکزی به دلیل نقض قانون پولشویی در ترویج استفاده از ارزهای مجازی با آن مخالفت می‌کنند، اما در بسیاری از کشورهای جهان به ویژه کشورهایی که انرژی و نرم‌افزار در آن ارزان است، تولید بیت‌کوین طرفدارانی دارد. در سراسر جهان صرافی‌هایی مجاز به خرید و فروش ارزهای مجازی هستند و در ازای آن به مشتریان دلار و یورو می‌دهند. بررسی‌های سایت آماری استاتیستا نشان می‌دهد که قیمت بیت‌کوین از سال ۲۰۰۹ یعنی سال ایجاد آن تا ژانویه سال ۲۰۱۳ ۲۰۱۳ پادار مانده و تقریباً به محدوده ۲۰ دلار آمریکا رسیده. قیمت ماهانه بیت‌کوین تا اکتبر ۲۰۱۳ به ۱۹۸ دلار آمریکا افزایش یافت و در نهایت قیمت بیت‌کوین در آوریل ۲۰۱۷ به ۱۲۳۹ دلار آمریکا رسید. میزان بیت‌کوین از سال ۲۰۰۹ به بعد به طور ماهانه افزایش پیدا کرد و در مارس ۲۰۱۸ ۱۷ میلیون رسید. تا آوریل ۲۰۱۸، ۲ هزار و ۶۶۸ خودپرداز بیت‌کوین در سراسر جهان برقرار بود و بیشترین آمار خودپرداز از مجازی متعلق به ایالات متحده آمریکا بود. کانادا، استرالیا، انگلستان و اسپانیا به ترتیب ۱۱۶، ۱۱۶، ۴۰ و خودپرداز بیت‌کوین دارند. با این وجود اما هنوز نگرانی‌های زیادی در مورد داووستن آنلاین ارزهای مجازی به دلایل امنیتی وجود دارد و این حال در آخرین اظهار نظر لوید بلاکفین، مدیرعامل شرکت گلدمن ساکس نسبت به آینده بیت‌کوین خوشبینانه صحبت کرده است. به گفته بلاکفین زمانی با حمایت دولت‌ها مردم از طلا به پول بی‌پشتوانه و اعتباری روی آورده‌اند و آینده‌ای که در آن ارزهای رمزنگاری‌شده به رسمیت شناخته شود، دور از ذهن نیست.

این اقتصاددان با اشاره به تغییرات نرخ سود بانکی در دوره دوم دولت حسن روحانی، اظهار کرد: در مرحله دوم ریاست جمهوری اما به دلیل وضعیت نامناسب سوددهی بانکها، نرخ سود سپرده‌ها کاهش پیدا کرد که همین مسئله باعث شد تا سیل نقدینگی در بازار سرمایه به جریان در بیاید. این سیل سرمایه‌ای تا حالا در مسیر حرکت خود از بازارهای ارز، سکه و مسکن عبور کرده و حالا وارد فضای بورس هم شده و موجب رشد شاخص‌های این حوزه شده است که به نظر می‌رسد این رشد کماکان ادامه پیدا کند.

باغجری با اشاره به آمارهایی که نشان می‌دهند بیشتر سپرده‌های بلندمدت بانکی متعلق به تنها ۱۰ تا ۲۰ درصد از سپرده‌گذاران است، ادامه داد: به دلیل مسائل مربوط به عدم توزیع عادلانه درآمد عده قلیلی در کشور صاحب درآمد هستند. این سرمایه‌داران که سرمایه‌های عظیمی در اختیار دارند با استفاده از رانته‌های اطلاعاتی یا دانش اقتصادی مرتباً در حال گرداندن سرمایه‌های خود در بازارهای مختلف هستند.

این استاد دانشگاه با تأکید بر اینکه بازارها در بلندمدت به موازات یکدیگر رشد می‌کنند، اظهار کرد: بازارهای مسکن، طلا، ارز، بازار سهام و خودرو در بلندمدت به موازات هم‌دیگر رشد خواهند کرد. این حجم از نقدینگی مدام در حال تغییر زمین بازی است؛ به صورتی که ابتدا به بازار املاک، سپس بازار ارز و سکه و سپس خودرو می‌رود و در نهایت همه بازارهای دیگر را هم تحت‌الشعاع قرار خواهد داد.

کاهش نرخ سود بانکی در اواسط سال گذشته باعث خروج بسیاری از سرمایه‌ها از بانک‌ها شد؛ سرمایه‌هایی که برخلاف تصور سیاست‌گذاران به حوزه‌های مولد اقتصادی وارد نشدند، بلکه در بازارهای ارز و طلا سرازیر شد و در انتهای همان سال نیز التهاباتی را در بازار ارز و طلا به همراه داشت. البته همین التهابات موجب شد تا سرانجام بانک مرکزی به صورت موقت نرخ سود بانکی را تا ۲۲ درصد افزایش دهد؛ اتفاقی که نه تنها موجب بازگشت سرمایه‌ها به همان سرعت به بانک‌ها نشد، بلکه بخشی از این سرمایه به بازار خاموش مسکن سرایت کرد و موجب گرانی نسبی مسکن شد. طبق آخرین خبرها از بورس تهران هم به نظر می‌رسد که زنگ ورود سرمایه‌ها به بازار سرمایه نیز به صدا درآمده است.

در همین زمینه، یک استاد دانشگاه با اشاره به وضعیت حال حاضر سرمایه‌ها در بازار سرمایه، گردش این سرمایه‌ها در بازارهای موازی را در نهایت موجب افزایش تورم در همه حوزه‌ها ارزیابی کرد. محمود باغجری، استاد دانشگاه شهید بهشتی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه در حال حاضر حجم نقدینگی در ایران به شدت افزایش پیدا کرده است، گفت: این افزایش حجم نقدینگی از سال اول دوره ریاست جمهوری حسن روحانی وجود داشت، اما تیم اقتصادی دولت در آن زمان با اعمال تغییراتی در افزایش نرخ سود بانکی شکل نقدینگی را از پول به شبه‌پول تغییر داد و به همین خاطر سرعت گردش پول کاهش پیدا کرد.

کاهش نرخ سود بانکی در اواسط سال گذشته باعث خروج بسیاری از سرمایه‌ها از بانک‌ها شد؛ سرمایه‌هایی که برخلاف تصور سیاست‌گذاران به حوزه‌های مولد اقتصادی وارد نشدند، بلکه در بازارهای ارز و طلا سرازیر شد و در انتهای همان سال نیز التهاباتی را در بازار ارز و طلا به همراه داشت. البته همین التهابات موجب شد تا سرانجام بانک مرکزی به صورت موقت نرخ سود بانکی را تا ۲۲ درصد افزایش دهد؛ اتفاقی که نه تنها موجب بازگشت سرمایه‌ها به همان سرعت به بانک‌ها نشد، بلکه بخشی از این سرمایه به بازار خاموش مسکن سرایت کرد و موجب گرانی نسبی مسکن شد. طبق آخرین خبرها از بورس تهران هم به نظر می‌رسد که زنگ ورود سرمایه‌ها به بازار سرمایه نیز به صدا درآمده است.

در همین زمینه، یک استاد دانشگاه با اشاره به وضعیت حال حاضر سرمایه‌ها در بازار سرمایه، گردش این سرمایه‌ها در بازارهای موازی را در نهایت موجب افزایش تورم در همه حوزه‌ها ارزیابی کرد. محمود باغجری، استاد دانشگاه شهید بهشتی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه در حال حاضر حجم نقدینگی در ایران به شدت افزایش پیدا کرده است، گفت: این افزایش حجم نقدینگی از سال اول دوره ریاست جمهوری حسن روحانی وجود داشت، اما تیم اقتصادی دولت در آن زمان با اعمال تغییراتی در افزایش نرخ سود بانکی شکل نقدینگی را از پول به شبه‌پول تغییر داد و به همین خاطر سرعت گردش پول کاهش پیدا کرد.

تغییرات نقدینگی در ۱۲ ماه سال ۹۶ نشان می‌دهد

## سکه و سود هم به داد نقدینگی رسید

پیش‌فروش سکه را در بهمن‌ماه شروع کرد تا با ایجاد شرایط جذاب و خرید از سوی مردم بخشی از نقدینگی را به سمت بانک مرکزی بکشاند و از سوی دیگر اقدامی انجام داد که چندان قابل پیش‌بینی نبود و طی آن، دو هفته پیش‌فروش اوراق گواهی سپرده را با سود ۲۰ درصد در بانک‌ها عملیاتی کرد که نرخ سود آن ۵ درصد بالاتر از نرخ معمول ۱۵ درصد شبکه بانکی برای پرداخت به سپرده‌ها بود.

بانک مرکزی اخیراً اعلام کرد که حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان سکه پیش‌فروش کرده است اما به هر حال بخش قابل توجهی از این پیش‌فروش در فروردین ماه ثبت شد که سکه‌های با سررسیده‌های مختلف در ویرترین فروش قرار گرفت.

گرچه تصورات بر این بود که با افزایش ۵ درصدی سود بانکی، جذب سپرده بالاتر رفته و بازار ارز تا حدی از نوسان بیفتد، اما با وجود اینکه ۲۴۰ هزار میلیارد تومان اوراق گواهی سپرده با سود ۲۰ درصد فروش رفت، این مبلغ عمدتاً به سپرده‌های قبلی مردم در بانک‌ها اضافه شد که حالا نرخ سودشان ۲۰ درصد شده بود. این شرایط موجب افزایش هزینه پول در بانک‌ها شد؛ به گونه‌ای که این افزایش ۵ درصدی نرخ سود بانکی برای این ۲۴۰ هزار میلیارد تومان اوراق فروش‌رفته بیش از ۱۲ هزار میلیارد تومان اختلاف ایجاد کرد که در نهایت به ضرر بانک‌ها تمام شد؛ چراکه در نسوی مقابل، نرخ سود تسهیلات که تأمین‌کننده هزینه بانک‌ها است ۱۸ درصد باقی ماند که ۲ درصد پایین‌تر از سود سپرده بود.

هرچند رشد نقدینگی در انتهای سال گذشته تا حدی طبیعی بود، اما

| دوره زمانی | حجم نقدینگی (هزار میلیارد تومان) |
|------------|----------------------------------|
| فروردین    | ۱۲۶۴                             |
| اردیبهشت   | ۱۲۸۹                             |
| خرداد      | ۱۳۱۴                             |
| تیر        | ۱۳۳۳                             |
| مرداد      | ۱۳۶۶                             |
| شهریور     | ۱۳۸۹                             |
| مهر        | ۱۴۰۳                             |
| آبان       | ۱۴۴۴                             |
| آذر        | ۱۴۴۵                             |
| دی         | ۱۴۶۳                             |
| بهمن       | ۱۴۸۹                             |
| اسفند      | ۱۵۳۰                             |

## نماگر بازار سهام

کارنامه سه‌ماهه بازار سهام نشان داد  
درخشش بورس در بهار ۹۷

بهار ۹۷ با طراوت و تازگی خاصی برای بورس تهران به پایان رسید و سه ماهه ابتدایی سال، به عنوان برگ زرین کتاب تاریخ بازار سرمایه ثبت شد. در این مدت، بورس تهران توانست برای نخستین بار به شاخص کل شش رقمی دست یابد، موضوعی که در طول سال‌ها فعالیت این بازار بی‌سابقه بود.

به گزارش سنا، پرونده سه ماه فعالیت بورس تهران روز چهارشنبه گذشته در حالی بسته شد که این بازار توانست به مدد چرخش در نیمه دوم خرداد بازدهی بیش از ۱۳ درصد را به ثبت برساند. بازار سهام همچنین در این مدت توانست با کانال‌شکنی‌های متعدد به کانال ۱۰۹ هزار واحد وارد شود. ارزش معاملات بازار سهام نیز در این مدت توانست رکورد جدیدی را به ثبت برساند و به بیشترین رقم از روزهای ابتدایی سال ۹۴ برسد.

طی سه ماه اخیر تحولات زیادی در زمینه سیاسی - اقتصادی، بورس را تحت تأثیر قرار داد؛ تحولاتی که هرکدام به نوع خود سیطره ابهامات را در بازار افزایش داده بود. با این وجود در نهایت این بورس تهران بود که با عبور برفقدت از تمام این ریسک‌ها و کاهش ابهامات توانست روزهای دلنشین سرمایه‌گذاری را برای بازیگران این بازار رقم بزند.

## بی‌اعتنایی به خروج آمریکا از برجام

یکی از موضوعات بسیار مهم سه ماهه نخست سال برای اقتصاد ایران و بازار سرمایه، در خصوص برجام و اظهارات ترامپ در این مورد بود.

بورس که سال جدید را با حرکتی صعودی آغاز کرده بود، تحت تأثیر ابهام در خصوص سرانجام برجام، وارد فاز انتظاری شد و با حرکتی آرام نخستین ماه سال را به پایان رساند. با این حال، ترامپ در اوایل اردیبهشت تصمیم آمریکا مبنی بر خروج برجام را اعلام کرد. در حالی که بسیاری پیش‌بینی افت شاخص را در آن دوره داشتند، اما بورس تهران شاهد آغاز دور جدیدی از فعالیت سهامداران شد. بعد از اعلام خبر خروج آمریکا از برجام، حمایت دیگر کشورها به‌خصوص اروپا از این معاهده باعث شد سهامداران در فضای مثبت به فعالیت خود ادامه دهند.

اما دیگر موضوع مهم اقتصادی در خصوص روند صعودی نرخ دلار در بازار داخلی بود. دلار که در فروردین ماه به محدوده قیمتی ۶ هزار تومان رسیده بود، دولت را بر آن داشت تا نرخ ۴ هزار و ۳۰۰ تومان را به عنوان رقم واحد اعلام کند.

افزایش نرخ دلار از ماه‌های پایانی سال ۹۵، برای شرکت‌های صادرات محور بورسی با افزایش درآمد همراه بود. با این وجود، با اعلام تک نرخی شدن ارز از سوی دولت، بار دیگر این ابهام به وجود آمد که سیاست تعیین نرخ ارز این شرکت‌ها به چه نحوی مشخص می‌شود.



## رکورد تاریخی با کانال‌شکنی متعدد

بر اساس آمارها، بورس تهران در سه ماهه ابتدایی سال بازدهی بیش از ۱۳ درصد را به ثبت رسانده است که عمده این رشد در روزهای پایانی خرداد به ثبت رسیده است.

همانطور که گفته شد بورس سال جدید را با روندی صعودی آغاز کرد، اما در ادامه تحت تأثیر تحولات برجام و سیاست‌های جدید ارزی با آرامش بیشتری به فعالیت خود ادامه داد.

اما با اظهارنظر ترامپ در خصوص برجام و تا حدودی شفاف شدن فضای ارزی کشور، آنچه به وضوح مشاهده شد افزایش تقاضای سهام از سوی بازیگران بازار بود. رشد شاخص در اواسط اردیبهشت‌ماه در حالی صورت گرفت که عمده تقاضای سهامداران در نمادهای کوچک مشاهده شد. گواه این نکته نیز بازده مثبت شاخص هم وزن در دومین ماه سال بود.

بر همین اساس، شاخص هم‌وزن توانست با رشدی بیش از ۴ درصد به کار خود خاتمه دهد. تقاضای خرید آن دوره که عمدتاً از سوی سهامداران عمده آغاز و به سهامداران خرد سرایت کرد، فضای بورس تهران را با چرخش قابل ملاحظه‌ای همراه کرد و زمینه‌ساز تحولات چشمگیر خردادماه بورس شد.

شاخص کل که در آخرین روز اردیبهشت در میان‌های کانال ۹۵ هزار واحدی به کار خود پایان داده بود، در نخستین روزهای خرداد نیز با نوسان‌های محدود به کار خود ادامه داد.

به‌طور سنتی، شروع خرداد با افزایش ترافیک برگزاری مجامع شرکت‌ها همراه می‌شود. از این رو بازیگران بازار طی این مدت استراتژی خرید خود را بنا نتایج این مجامع تصمیم می‌زنند و این موضوع یکی از دلایل روند آرام بازار در هفته‌های اول خرداد بود، اما این روند دوام چندانی نداشت و بورس تهران تحت تأثیر تحولات اقتصاد کلان در حوزه ارز و سکه و همچنین روند بازارهای جهانی توانست با گشایش‌های بسیاری همراه باشد.

در روز ۲۳ خرداد نماگر بورس تهران توانست با جهش بی‌سابقه ۲ هزار و ۷۶۸ واحدی، سه کانال‌شکنی متوالی در یک روز داشته باشد. شاخص بورس در آن روز توانست به رقم ۹۹ هزار و ۱۴۶ واحد برسد و رکورد تاریخی جدیدی را به ثبت برساند. اما این پایان ماجرا نبود و در روزهای بعد نیز این رکوردشکنی‌ها ادامه داشت تا جایی که طی شش روز معاملاتی همراه با ۱۰ کانال‌شکنی، بازدهی بورس به بیش از ۱۰ درصد رسید. به این ترتیب نماگر شاخص در آخرین روز فصل بهار در کانال ۱۰۸ هزار و ۸۷۲ واحدی آرام گرفت و بدین ترتیب فصل طلایی بازار سرمایه رقم خورد.

آسیب‌شناسی ترکیب سپرده‌گذاران موسسات غیرمجاز از نگاه عباس عبدی

## بحران بازار غیرمتشکل پولی قابل تکرار است



تکرار است یا خیر، گفت: حتماً قابل تکرار است؛ زیرا مردم به‌سرعت گذشته را فراموش می‌کنند که البته امری طبیعی است.

وی تأکید کرد: همین الان هیچ تضمینی وجود ندارد که بانک‌های رسمی موجود ورشکسته نشوند، اما مردم به جای اینکه درباره وضعیت بانک‌ها تحقیق کنند، سپرده‌های خود را به بانکی می‌برند که سود بیشتری می‌دهد و به مسائل دیگر توجه نمی‌کنند.

این فعال سیاسی افزود: اینکه بانک‌ها دارای مجوز فعالیت از بانک مرکزی هستند، بدین معنی نیست که همگی عملکرد یکسان دارند و بقیه همه آنها از سوی بانک مرکزی تضمین شده است.

وی این مثال را مطرح کرد که وزارت صنایع نیز به خودروسازان مختلف مجوز تولید داده است و همه خودروها با مجوز تولید می‌شوند، اما مردم می‌دانند که وقتی قیمت یک خودرو، نصف قیمت خودروی دیگر است، حتماً کیفیت و امنیت پایین‌تری دارد. پس با آن را نمی‌خرند یا اگر خریدند، ریسک خرابی یا آسیب جانی هنگام تصادف را می‌پذیرند.

عبدی خاطر نشان کرد: در نظام بانکی نیز بانک‌ها برای جذب سپرده‌های مردم رقابت می‌کنند و درصدهای مختلفی سود می‌دهند. این سپرده‌گذاران هستند که ابتدا باید درباره وضعیت بانک‌ها تحقیق کنند و دیگر اینکه ریسک سپرده‌گذاری را مانند ریسک هر فعالیت اقتصادی دیگر بپذیرند.

این جامعه‌شناس گفت: فراموش نکنیم بزرگ‌ترین سوءاستفاده مالی در آمریکا به همین شیوه انجام شد و «برنارد میدوف» ۶۵ میلیارد دلار پول مردم را گرفت و در پایان فقط کمتر از چند میلیارد توانستند از او بگیرند و حتی بیش از ۱۰ میلیارد از گیرندگان سودهای قبلی گرفتند و به سپرده‌گذاران دادند و دولت آمریکا هیچ مسئولیتی را نپذیرفت.

عبدی در جمع‌بندی سخنان خود گفت: همیشه عده‌ای پیدا می‌شوند که ریسک سودهای بالا را می‌پذیرند و در موسسات نامطمئن سپرده‌گذاری می‌کنند، اما وقتی ریسک آنها به ضرر منتهی شد، مسئولیت را به دوش دولت می‌اندازند؛ چندان که در بحران اخیر نیز خسارت سپرده‌گذاران موسسات مالی و اعتباری از جیب همه مردم ایران پرداخت شد و همه مردم ضرر اقدامات نسنجیده آنها را متقبل شدند.

هستند؛ زیرا دارندگان سرمایه‌های اصیل از چنین روش‌هایی برای کسب سود استفاده نمی‌کنند و متوجه عوارض آن هستند. عده‌ای نیز احياناً با اهدافی مانند پولشویی به سپرده‌گذاری در موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز اقدام کرده‌اند و مواردی نیز وجود دارد که برخی افراد با جمع‌آوری پول‌های دیگران به سپرده‌گذاری پرداخته‌اند و بخشی را خود برداشته و بقیه را به دیگران داده‌اند و حالا با بحران عظیمی که پیش آمده، به افراد زیادی بدهکار شده‌اند.

این جامعه‌شناس با یادآوری اینکه حدود سه میلیون نفر در موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز سپرده‌گذاری کرده و اکنون دچار بحران شده‌اند، گفت: این افراد باید مسئولیت کار خود را بپذیرند.

وی یادآور شد: مردم حتی موقعی که می‌خواهند پول خود را در بانک‌های رسمی و معتبر بگذارند، تحقیق می‌کنند که کدام بانک - مثلاً از نظر اعتبار یا ارتباط با شغل یا نزدیکی به محل کار و سکونت- مناسب‌تر است اما به نظر می‌رسد سپرده‌گذاران این موسسات، این‌باره تحقیق نکرده‌اند و تنها به دلیل تبلیغ و بازاریابی این موسسات یا توصیه دوستان و آشنایان دست به ریسک بزرگی زده‌اند که نهایتاً در تجربه اقتصادی مردم ایران، خسارت سنگینی را به بار آورد. در واقع، آنها در ازای دریافت سودهای غیرمعمول، ریسک بزرگی را بپذیرفته‌اند و با خوش‌بینی وارد کاری شده‌اند که اطلاع کافی درباره آن نداشته‌اند.

عبدی خاطر نشان کرد: اگر چه حدود سه میلیون سپرده‌گذار در موسسات مالی و اعتباری، رقم قابل توجهی است، اما در مقایسه با ۲۰ یا ۳۰ میلیون نفری که دارای حساب بانکی هستند، آنقدرها زیاد نیست. ضمن اینکه بخش زیادی از این سه میلیون نفر نیز مبلغ کمی را سپرده‌گذاری کرده‌اند و دچار خسارت سنگین نشده‌اند.

این جامعه‌شناس تأکید کرد: موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز با توجه به اینکه در همه جا شعبه داشتند و سر و شکل شعبه‌های‌شان گاهی از شعب بانک‌های دولتی نیز جذاب‌تر بود، این فکر را در عده‌ای از مردم به وجود آوردند که حتماً پشت آنها به جایی گرم است و از همین رو بدون این که متوجه ریسک‌های موجود باشند، اقدام به سپرده‌گذاری کردند؛ هرچند که نمی‌توان مسئولیت دولت به معنی عام آن، یعنی State را در این ماجرا نادیده گرفت.

عبدی در پاسخ به این پرسش که آیا این تجربه ناگوار در آینده قابل

حدود سه میلیون نفر از مردم به امید دریافت سود بیشتر و با پذیرش ریسک بالا در موسسات مالی و اعتباری بحران‌زده سپرده‌گذاری کرده‌اند اما اکنون که ریسک آنها به ضرر منتهی شده است، مسئولیت را به دوش دولت انداخته‌اند و دولت نیز خسارت آنها را از جیب همه مردم ایران پرداخت کرده است؛ چنانچه به تازگی با تصمیم کمیته منتخب سران سه قوه و برنامه‌ریزی بانک مرکزی، پرداخت تا سقف ۱۰ میلیارد ریال به سپرده‌گذاران موسسات غیرمجاز در بانک‌ها و موسسات عامل آغاز شده است. در این ارتباط، عباس عبدی، جامعه‌شناس و فعال سیاسی با بیان اینکه بحران بازارهای غیرمتشکل پولی قابل تکرار است، به مردم توصیه کرد به صرف اینکه یک بانک سود بیشتری می‌دهد، سپرده‌گذاری نکنند.

عبدی در گفت‌وگو با ایرنا درباره ترکیب سپرده‌گذاران در بازار غیرمتشکل پولی گفت: بخشی از آنها افرادی بوده‌اند که پول اندکی را در اختیار داشتند و می‌خواستند از همان پول اندک، سودی را به دست بیاورند و به عنوان کمک خرج زندگی از آن استفاده کنند. البته بخش دیگری، کسانی بوده‌اند که می‌خواستند وام بگیرند اما از آنجا که نظام بانکی ما پاسخگوی نیازهای خرد مردم نیست و به‌راحتی وام نمی‌دهد، به موسسات مالی و اعتباری رجوع کرده‌اند تا مبلغی را سپرده‌گذاری کنند و پس از مدت مشخصی، معادل همان مبلغ یا حتی دو تا سه برابر آن را وام بگیرند.

به عقیده این جامعه‌شناس، بخش سوم نیز کسانی هستند که دارای یا سرمایه قابل توجهی را در اختیار داشته یا فروخته و تبدیل به پول کرده و سپرده‌گذاری در این موسسات را، راه ساده‌ای برای دریافت سود بالا تشخیص داده‌اند. برای مثال، پس از اینکه بازار مسکن برای مدتی دچار رکود شد، عده‌ای خانه خود را فروختند و در موسسات مالی و اعتباری سپرده‌گذاری کردند. یا افرادی که واحدهای تولیدی آنها به دلیل مشکلات تولید، سوددهی کافی نداشت، تصمیم گرفتند کارخانه‌های خود را بفروشند و با سپرده‌گذاری در این موسسات، سود قابل توجهی را دریافت کنند. بنابراین می‌توان گفت تنوع طبقاتی سپرده‌گذاران موسسات مالی و اعتباری زیاد است.

عبدی افزود: با این حال، مطالعات موجود نشان می‌دهد حتی آن دسته از سپرده‌گذارانی که پول‌های کلان داشته‌اند، عموماً نوکیسه

مدیرعامل بورس کالا تشریح کرد

## برنامه راهبردی بورس کالا در سال ۹۷

۴۴ درصدی ارزش کل معاملات، رشد ۵۱ درصدی ارزش معاملات اوراق بهادار مبتنی بر کالا و رسیدن به ۶۷۴ هزار میلیارد ریال، رشد ۳۴ درصدی ارزش معاملات کالای فیزیکی و رسیدن به ۴۹۹ هزار میلیارد ریال بخشی از دستاوردهای مهم سال گذشته بود.

این مقام مسئول اضافه کرد: کشف قیمت بر مبنای عرضه و تقاضا، کاهش هزینه‌های مبادلات و واسطه تسهیل دسترسی به اطلاعات بازار، افزایش نقدشوندگی بر پایه ایجاد بازار ثانویه برای معاملات، ایجاد سازوکار تأمین مالی و سوق دادن آن به سمت صنایع توجیه‌پذیر و همچنین ایجاد امکان پوشش ریسک، از جمله کارکردهای بورس کالا در راستای شکوفایی اقتصاد و تولید ملی هستند.

مدیرعامل بورس کالا در خصوص چشم‌انداز این بورس در اقل سال ۱۴۰۰ اظهار داشت: افق چشم‌انداز بورس کالا تبدیل شدن به مرجع قیمت‌گذاری کالاهای اساسی و مواد اولیه واسطه‌ای در منطقه و یکی از گزینه‌های اولویت‌دار تولیدکنندگان برای تأمین مالی و پوشش ریسک تجاری است. مدیرعامل بورس کالا در خصوص طرح‌های کلان این بورس که پایه‌ریزی و توسعه آنها در سال جاری انجام خواهد شد، گفت: توسعه دارایی‌های پایه روی ابزارهای فعلی، ایجاد ابزارهای مشتقه جدید، توسعه اوراق بهادار مبتنی بر کالا، ارتقا و یکپارچه‌سازی سیستم‌های تسویه، توسعه در ابزارهای معاملات، گسترش و توسعه اندازه و عمق بازار، تحول نظام اداری و منابع انسانی شرکت و اصلاح نظام مالی شرکت از جمله این طرح‌های کلان است که برای سال ۹۷ پیش‌بینی شده است.

وی افزود: همچنین از مواردی همچون بهبود کیفیت در ارائه خدمات به مشتریان، سامانه جامع تحویل کالا، بهبود فرآیندهای نظارتی و بازرسی، بازنویسی و ارتقای سامانه‌ها و سیستم‌های موجود، حاکمیت

مدیرعامل بورس کالا ضمن تشریح برنامه راهبردی این بورس در سال جاری گفت افق چشم‌انداز بورس کالا تبدیل شدن به مرجع قیمت‌گذاری کالاهای اساسی و مواد اولیه واسطه‌ای در منطقه و یکی از گزینه‌های اولویت‌دار تولیدکنندگان برای تأمین مالی و پوشش ریسک تجاری است.

حامد سلطانی‌نژاد در گفت‌وگو با تسنیم با مقایسه توزیع ارزش معاملات به تفکیک بازارها در سال ۱۳۹۶ نسبت به سال ۹۵ گفت: در سال مالی گذشته سهم بازار مشتقه در حالی به ۵۶ درصد از کل ارزش معاملات بورس کالا افزایش یافت که این نسبت در سال مالی پیش از آن ۴۸ درصد بوده است.

مدیرعامل بورس کالا افزود: همچنین آمارهای معاملاتی محصولات مختلف حاکی از آن است که ارزش کل معاملات در سال گذشته نسبت به سال ۹۵ با رشد ۴۴ درصدی همراه شد و به رقم ۱۱۷ هزار و ۳۳۶ میلیارد تومان افزایش یافت که ۴۹ هزار و ۸۸۰ میلیارد تومان آن سهم ارزش معاملات بازار فیزیکی بود و ۶۵ هزار و ۸۵۱ میلیارد تومان آن به معاملات قراردادهای بازار مشتقه اختصاص یافت. ارزش معاملات بازار مالی نیز رقم ۱۶۵ میلیارد تومان به ثبت رسید.

سلطانی‌نژاد به برخی اقدامات سال ۹۶ بورس کالا اشاره کرد و گفت: پذیرش ۱۱ کالای جدید بر حسب تولیدکننده، پذیرش ۹۵ ابزار جدید، پذیرش نویسی اولین صندوق سرمایه‌گذاری کالایی، راه‌اندازی معاملات گواهی سپرده پسته، شروع معاملات ماده ۳۳ قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی گندم و راه‌اندازی معاملات کشف پرمیوم از جمله اقدامات مهم سال گذشته بوده است.

وی در بیان دستاوردهای کلی سال ۹۶ اظهار کرد: سهم ۴۷ درصدی بورس کالا از ارزش کل معاملات بازار سرمایه در سال ۱۳۹۶، رشد



## حمایت مالی اتحادیه اروپا از کشاورزی ایران

مدیرعامل تعاونی‌های کشاورزی ایران گفت: سه پروژه کمک به ارتقای محصولات کشاورزی از ماه مه ۲۰۱۸ با حمایت منابع مالی اروپا در کشورمان عملیاتی می‌شود. به گزارش تسنیم به نقل از روابط عمومی تعاونی‌های کشاورزی ایران، جواد کلاهان، مدیرعامل این تعاونی روز گذشته اظهار کرد: پیگیر تفاهم‌نامه‌ای هستیم که اواخر سال میلادی گذشته با حضور فیصل هوگان، کمیسوز کشاورزی و توسعه روستایی اتحادیه اروپا و حجتی وزیر جهاد کشاورزی در محل وزارت جهاد کشاورزی ایران، فیما بین شرکت بازرگانی تعاونی‌های کشاورزی ایران (بتکا) و فدراسیون ملی تولیدکنندگان بذر ذرت و سورگوم فرانسه (FNPSMS) منعقد شد. وی افزود: پس از زمینه‌سازی‌های لازم «فدراسیون ملی تولیدکنندگان بذر ذرت و سورگوم فرانسه» (FNPSMS) و «سازمان توسعه جهانی سورگوم» (SORGHUM ID) پروژه‌های جدیدی به منظور ارتقای کمی و کیفی ذرت، سورگوم و هیبریدهای ژنتیکی اروپایی با نظارت معاونت وزارت جهاد کشاورزی ایران از ماه مه ۲۰۱۸ میلادی عملیاتی شد. کلاهان با اعلام اینکه پس از دو سال پیگیری‌های طرفین، پروژه‌های مذکور سه‌ساله با حمایت منابع مالی اتحادیه اروپا برای کمک به ارتقای محصولات کشاورزی اجرایی شده‌اند، یادآور شد: پروژه‌های ارائه‌شده این دو سازمان به کمیسوز اروپا، طی دو سال متوالی با به دست آوردن تأمین مالی کمیسوز، مورد تقدیر نیز قرار گرفته‌اند. «فدراسیون ملی تولیدکنندگان بذر ذرت و سورگوم فرانسه» (FNPSMS) و «سازمان توسعه جهانی سورگوم» (SORGHUM ID) در سال ۲۰۱۷ میلادی نیز از حمایت کمیسوز اتحادیه اروپا برای پیشبرد سورگوم و هیبریدهای ژنتیکی اروپایی در پنج کشور عضو اتحادیه اروپا و دو کشور غیر عضو اتحادیه اروپا برخوردار شدند.

شایان ذکر است که این نتایج مثبت منجر به تنظیم اسناد جدیدی با هدف توسعه سورگوم و ذرت و هیبریدهای ژنتیکی اروپایی شده است. نخستین قدم موفقیت‌آمیز، تأیید سه پروژه ارائه‌شده در اواخر سال ۲۰۱۷ میلادی در بروکسل بلژیک است که در این میان یکی از مهم‌ترین پروژه‌ها «توسعه کشت ذرت و سورگوم و ژنتیک آن در ایران» است.

مدیرعامل شرکت بازرگانی تعاونی‌های کشاورزی ایران (بتکا) با اشاره به جزئیات توافقات انجام شده خاطر نشان کرد: پروژه‌های فوق‌الذکر شامل:

- ۱- توسعه کشت سورگوم و ارتقای ژنتیکی آن در ایران و ترکیه و ذرت (دانه‌ای و علوفه‌ای) و ژنتیک آن در ایران
- ۲- توسعه کشت ذرت علوفه‌ای و ارتقای ژنتیکی آن در روسیه و قزاقستان
- ۳- توسعه کشت سورگوم و ارتقای ژنتیکی آن در مجارستان و اتریش است که پروژه‌های مذکور در بازه زمانی سه ساله از مه ۲۰۱۸ تا آوریل ۲۰۲۱ با نظارت (FNPSMS) و (SORGHUM ID) اجرایی می‌شود.

وی این پروژه‌ها را ترکیبی از دانش تکنیکی، اقتصاد و ارتباطات برشمرد که از طریق مجموعه عملیاتی وسیعی مانند مزارع آزمایشی ارقام، راهنماهای فنی و مقالات روزنامه‌ها، نمایشگاه‌های کشاورزی و کنفرانس‌ها، وبسایت و فیلم‌های آموزشی ویدئویی، زرها رسانه‌ای، راهنمای‌های تخصصی و برنامه‌های ترویجی انجام می‌شوند. انجام این اقدامات از طریق منابع انسانی متعدد و با حمایت یک آژانس ارتباطی صورت می‌گیرد. بدین ترتیب «فدراسیون ملی تولیدکنندگان بذر ذرت و سورگوم فرانسه» (FNPSMS) و «سازمان توسعه جهانی سورگوم» (SORGHUM ID)، با اطمینان از نقش توسعه ذرت و سورگوم به تقویت بلندمدت این بخش ممتاز، متعدد به پیشبرد دانش فنی اروپایی در زمینه محصولات کشاورزی می‌شوند. همچنین انتقال دانش فنی اروپایی در این زمینه که با حمایت اتحادیه اروپا صورت می‌گیرد منجر به رشد، توسعه و افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی کشورمان خواهد شد. ضمن آنکه دستاوردهایی نظیر کاهش وابستگی کشور به واردات ذرت دانه‌ای، رسیدن به خودکفایی و سازگاری با شرایط کمبود آب در ایران را نیز به دنبال خواهد داشت.

## دولت در مسائل اقتصادی با مردم صادق باشد

یک عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران در تشریح وضعیت اقتصادی ایران اظهار کرد: دولت باید در مسائل اقتصادی با مردم صادق باشد و به آنان بگوید که در چه وضعیتی هستیم. مجیدرضا حریری در گفت و گو با ایسنا، اظهار کرد: اقتصاد ایران ضعیفی است، زیرا غیرقابلتی، غیرشفاف و غیرآزاد بوده و نتوانسته خود را در مقابل شوک‌ها و تکانه‌هایی که از خارج و داخل به آن وارد می‌شود، حفظ کند. این نقطه ضعف را هم خارجی‌ها و هم گروه‌های سیاسی داخلی فهمیده‌اند و در نتیجه در منازعات سیاسی که در داخل یا خارج از کشور پیش می‌آید، اقتصاد اولین جایی است که هدف گرفته می‌شود. وی ادامه داد: در دوره اخیر که از تابستان سال گذشته آغاز شده مسائل متعددی از جمله موضع‌گیری ترامپ در ارتباط با ایران و برجام پیش آمد که یک تکانه بیرونی بود. از سوی دیگر هم مخالفان سیاسی دولت در داخل به اتفاقات اقتصادی دامن زدند. این عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی با تأکید بر اینکه ایران طی دو دهه اخیر هیچ‌گاه از نظر امنیتی و نظامی مورد تعرض قدرت‌های بزرگ نبوده است، گفت: هرگاه می‌خواهند به ایران آسیبی وارد کنند دست روی اقتصاد می‌گذارند. همچنین هنگامی که دولتی در داخل کشور سر کار می‌آید، یکسری مخالف داخلی دارد که می‌داند تنها جایی که می‌شود او را اذیت کرد، در حوزه اقتصاد است. حریری با اشاره به اقدامات اخیر دولت در زمینه شفاف‌سازی اقتصاد گفت: طی یک سال و نیم اخیر دولت چند قدم اولیه در جهت شفافیت اقتصادی برداشته است. دولت سعی کرد موسسات اعتباری غیرمجاز را سر و سامان دهد و گمرک را با الکترونیکی کردن قابل رصد کرد. همچنین در حوزه مالیات‌ستانی به تراکنش‌های مالی بالا ورود کرد، اما دارندگان پول‌های کیفی که قاعدتا قدرتمند هم هستند و عمدتاً در جناح مقابل دولت بودند، خلل‌هایی وارد کردند. وی ادامه داد: هنگامی که دولت خواست موسسات اعتباری را سر و سامان دهد، مردم به خیابان آمدند و بانک مرکزی برای اینکه آنها را ساکت کند، پول چاپ کرد و به مردم داد یا از خزانه عمومی دولت پول برداشت و به مردم داد، اما پول دست بدهکاران اصلی مردم همچون دولت نمادهای صورت‌های مالی بانک‌ها را بست و آنها را به رعایت استانداردهای حسابداری موظف کرد. صورت‌های بانک‌ها زیان‌های بزرگی را نشان می‌داد و بدهکاران بزرگ بانکی در این صورت‌ها مشخص می‌شدند و همان‌ها فشار مضاعف می‌آوردند.



در این زمینه انتظار می‌رود به خوشه‌های صنعتی و زنجیره‌های تولید بیش از گذشته توجه شود. وی حمایت وزارت صمت را از راه‌اندازی شهرک‌های تخصصی با حمایت هم‌جانیه تولیدکنندگان و فعالان عرصه صنعتی یادآور شد و تصریح کرد: تمام تلاش ما بر این است تا با واگذاری زمین‌های رایگان و یا کاهش قیمت در این حوزه نسبت به انعقاد قرارداد با صاحبان واحدهای تولیدی به گونه‌ای عمل کنیم تا در متن قرارداد امکان حضور سرمایه‌گذار در مراجع قضایی و دادگاه‌ها به حداقل برسد.

قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت تأکید دولت و رئیس‌جمهور را در توجه جدی به استان‌های کمتر توسعه‌یافته نظیر استان اردبیل یادآور شد و گفت: ما آمارهایی که از استان‌ها در قالب ستاد تسهیل دریافت می‌کنیم نسبت به وضعیت پرداختی آنها آگاهی داریم، به طوری که استان اردبیل وضعیت خوبی را در پرداختی‌ها تجربه می‌کند و قطعاً با تأمین سرمایه‌های موثر برای فعالان صنعتی و اقتصادی حمایت‌های جدی و پشتیبانی‌های لازم از این حوزه به عمل می‌آید.

رحمانی تصریح کرد: ۵۱ درصد مصوبات ستاد تسهیل در کشور اجرایی شده و اجرای مابقی مصوبات منوط به پیگیری جدی مسئولان استانی از طریق مدیران بانک‌های عامل است که ما نیز در سطح ملی با رایزنی‌هایی که با بانک مرکزی انجام می‌دهیم تلاش می‌کنیم تا موانع و مشکلات برطرف و زمینه یک توسعه و تحرک بیشتر فراهم آید. وی در مورد پرداخت تسهیلات از طریق صندوق توسعه ملی نیز گفت: فعلاً هیچ سهمیه‌ای برای استان‌ها در نظر گرفته نشده و سقف بدون محدودیت در پرداخت تسهیلات به بنگاه‌ها و واحدهای اقتصادی باز بوده و ما بنابه درخواست متقاضیان پرونده‌های آنها را مورد رسیدگی قرار می‌دهیم.

قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: به منظور هدفمندی فعالیت‌ها در حوزه واردات نسبت به مدیریت واردات ۱۶ قلم کالای اساسی برنامه‌ریزی دقیقی انجام شده است.

به گزارش ایسنا، رحمانی در جلسه ستاد تسهیل در استانداردی اردبیل اظهار کرد: ما امسال بحث مدیریت واردات را با توجه به تأکیدات مقام معظم رهبری در توجه جدی به تولید ملی مورد دقت قرار دادیم، به طوری که ۱۲ برنامه راهبردی در این حوزه اجرا می‌کنیم تا از واردات بی‌رویه در باب کالاهایی که در داخل کشور تولید می‌شود به نوعی جلوگیری شود.

وی خاطر نشان کرد: ما قطعاً در مبارزه با قاچاق کالا و واردات بی‌رویه تعرفه‌هایی را نیز اعمال می‌کنیم و در کنار آن سعی می‌کنیم با تقویت تولیدکنندگان داخلی زمینه شکوفایی و خوداتکالی آنها را فراهم کنیم. قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت رویکرد وزارت صمت را توجه به توسعه صنعتی مناطق محروم و کمتر توسعه‌یافته دانست و بیان کرد: ما منابع خوبی را از محل‌های مختلف برای ایجاد فرصت‌های اشتغال به ویژه اشتغال روستایی در نظر گرفتیم، به طوری که دولت در سال گذشته برای حمایت از بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی ۵۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات پرداخت کرد و یک و نیم میلیارد دلار نیز با عنایت مقام معظم رهبری از طریق صندوق توسعه ملی برای اشتغال روستایی برداشت شد.

رحمانی ادامه داد: منابع در دسترس ما باید به صورت هدفمند تخصیص یابد و استانداران با توجه به شناسایی مزیت استان خود در رشته‌های مختلف باید این منابع را درست و هدفمند پرداخت کنند و

ایران از همکاری شرکت‌های ایرانی و اروپایی حمایت می‌کند

## گردش مالی ۱۲ میلیارد دلاری شرکت‌های فناوری

بر پیشرفت‌های چشمگیر در علوم و فناوری، اکنون در حال گذار به سمت نوآوری و دانش مبتنی بر اقتصاد است، اظهار کرد: این گذار به طور کامل در گزارش UNCTAD (کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل) با عنوان «علوم، پیش‌نمای سیاست نوآوری فناوری» (در سال ۲۰۱۷ چاپ شد) بررسی شده است.

وی ایران را کشوری با جمعیت بسیاری توصیف کرد که عمده آنها تحصیلکرده هستند و پتانسیل کارآفرینی بسیاری دارند و یادآور شد: نفوذ اینترنت و گوشی‌های هوشمند در ایران بسیار بالا است، ۳۳ میلیون نفر (بین ۲۰ و ۴۰ ساله) از این فناوری‌ها استفاده می‌کنند. نفوذ گوشی هوشمند در هر ۱۰۰ نفر، ۱۳۰ عدد است. ۴۷ میلیون کاربر اینترنت در ایران وجود دارند. آنها تقریباً نیمی از کل کاربران اینترنت در خاورمیانه را تشکیل می‌دهند. چنین احتمالاتی این اطمینان را می‌دهد که کشور ما در بین مکان‌های بالقوه برای گسترش و رونق استارت‌آپ، قرار دارد. سناری با اشاره به توسعه استارت‌آپ‌ها در ایران اضافه کرد: با تمرکز بر صحنه استارت‌آپ در ایران، اصلاحاتی در سیستم نوآوری انجام دادیم. برای مثال، مدل اکوسیستم تجاری و استارت‌آپ‌های جدید، شکل گرفته‌اند؛ امور مالی و سرمایه‌گذاری در اقتصاد مبتنی بر دانش، تسهیل شده‌اند و فرار مغزها معکوس شده است.

## توسعه کارآفرینی در ایران

وی به اقدامات انجام‌شده در زمینه ترویج کارآفرینی در حوزه‌های فناوری در ایران اشاره کرد و گفت: بیش از ۳۵۰ شرکت مبتنی بر فناوری، طی شش سال اخیر، شناسایی شده‌اند و ما با ارائه معافیت‌های مالیاتی، معافیت‌های گمرکی، وام‌های کم‌بهره و بسیاری از امکانات

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری، قرار گرفتن ایران در میان پنج کشور برتر دارای بیشترین رشد کارآفرینی در جهان، وجود ۴۷ میلیون کاربر اینترنت و رتبه ۵ در تعداد مهندسان فارغ‌التحصیل

را مزیت‌های ایران برشمرد و گفت: ما آماده هستیم تا دست در دست کشورهای اتحادیه اروپا زیرساخت‌ها و کانال‌های ضروری برای همکاری را تأسیس کنیم. به گزارش ایسنا، دکتر سورنا ستاری در کنفرانس همکاری بلژیک، افق‌های جدید با اشاره به رشد نوآوری در جمهوری اسلامی ایران و حرکت کشور به سمت اقتصاد مبتنی بر خلاقیت، افزود: شاید بدانید که ایران با بزرگ‌ترین ذخایر گاز و نفت جهان، از نظر منابع طبیعی غنی است، ولی در سال‌های اخیر توجه خود را به سمت توسعه سرمایه انسانی به عنوان محرک رشد، معطوف کرده است.

وی ادامه داد: در خلال دهه‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۱۶، ایران شاهد پیشرفت در زمینه (STI (Science Technology, Innovation) بود به گونه‌ای که رتبه جهانی ایران در تولید علمی به طرز چشمگیری از رده ۳۴ به ۱۶ ارتقا یافته است و رتبه اول را در آسیای غربی دارد. ستاری با بیان اینکه تعداد دانشجویان ایران از ۲.۴ میلیون به ۴.۸ میلیون نفر افزایش یافته است، خاطر نشان کرد: این مسئله ایران را از لحاظ تعداد مهندسان فارغ‌التحصیل در رده ۵ کشور برتر قرار داده است. مشارکت ایران در توسعه فناوری‌های پیشرفته زیستی (بیو)، نانو، انرژی تجدیدپذیر، علوم شناختی و سلول بنیادین، رشد بی‌نظیری داشته است.

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری با تأکید بر اینکه ایران علاوه نایپرئیس کمیسوز اقتصادی مجلس با بیان اینکه اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به کالاهای اساسی و ضروری و حذف سایر کالاهای برای جلوگیری از ایجاد رانت است، گفت: کالاهایی که از لیست دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی حذف شدند نوسانات زیادی در بازار ایجاد نمی‌کنند. به گزارش تسنیم، سید فرید موسوی با اشاره به انتشار فهرست کامل جداول سه‌گانه کالاهای مشمول اولویت‌بندی دولت در راستای سیاست جدید ارزی مبنی بر اختصاص دلار ۴۲۰۰ تومانی به کالاهای محدود، گفت: اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به تمام کالاهای منطبق با واقعیت‌های اقتصادی نبوده و اصولی و منطقی نیست.

## اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به تمام کالاهای باعث ایجاد رانت می‌شود

نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات، اسلامشهر و پردیس در مجلس شورای اسلامی افزود: منبع ارز ۴۲۰۰ تومانی درآمدهای ارزی کشور است؛ این درآمدها به راحتی به وجود نیامده‌اند و از صادرات غیرنفتی و فروش نفت حاصل شده‌اند، بنابراین باید به کالاهای اساسی اختصاص داده شوند. وی با بیان اینکه کالاهایی که از لیست دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی حذف شدند نوسانات زیادی در بازار ایجاد نمی‌کنند، اظهار کرد: به کالاهای اساسی و کالاهای ضروری ارز ۴۲۰۰ تومانی اختصاص داده می‌شود، اما کالاهایی که مشابه داخلی دارند یا کالاهایی که ضرورتی برای واردات آن احساس نمی‌شود از لیست دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی

حذف شدند. موسوی ادامه داد: در صورتی که پرداخت ارز ۴۲۰۰ تومانی به سایر کالاهای حذف نمی‌شد رانت ایجاد می‌شد چراکه واردکنندگان، محصولات و کالاهای خود را متناسب با این ارز قیمت‌گذاری نمی‌کردند و قیمت کالاهای و محصولات که در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گرفت با ارز دیگری محاسبه می‌شد و واردکنندگان از رانت‌ها استفاده می‌کردند. نایپرئیس کمیسوز اقتصادی مجلس شورای اسلامی در پایان افزود: اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به کالاهای اساسی و ضروری و حذف سایر کالاهای برای جلوگیری از ایجاد رانت است.

## مرکز مطالعات استراتژیک گروه سایپا خبر داد دستاوردها و موفقیت‌های گروه سایپا در ۶ ماه گذشته

از آبان‌ماه سال گذشته و پس از روی کار آمدن مدیریت جدید در گروه خودروسازی سایپا، این مجموعه توانسته موفقیت‌های بزرگی را در عرصه‌های مختلف تجربه کند. این گروه که پس از سال‌ها شاهد روی کار آمدن تیم مدیران خودرویی و آشنا به حوزه صنعت خودرو و قطعه‌سازی است، در چند ماه گذشته در زمینه‌های تولید، فروش، پرداخت تعهدات مالی و اقتصادی و پاسخ به تعهدات مالی و کیفیت، توانسته دستاوردهای مهمی کسب کند که به آنها می‌پردازیم.

### موفقیت در تولید

سایپا تا پایان سال گذشته توانست با رشد ۱۷ درصدی نسبت به سال ۹۵، ۶۶۶ هزار و ۶۶۶ دستگاه خودرو تولید کرده و برای نخستین بار هدف تولید خود را محقق کند. این گروه از ابتدای سال جاری تا روز یکشنبه ۲۷ خردادماه هم توانسته ۱۳۸ هزار و ۵۲۲ دستگاه خودرو تولید کند که این امر با توجه به تولید ۱۱۳ هزار و ۲۷۴ دستگاه خودرو در مدت مشابه پارسال، رشد ۲۲۳ درصدی را نشان می‌دهد.

### رشد فروش خودرو

در زمینه فروش هم، گروه خودروسازی سایپا در همین چند ماه گذشته توانست بیشترین سهم بازار را در حوزه خودرو از آن خود کند. این گروه علاوه بر آن که در اسفندماه سال گذشته با فروش ۹۱ هزار و ۶۰۰ دستگاه خودرو توانست بیشترین میزان فروش ماهانه خودرو را در یک ماه به خود اختصاص دهد، از ابتدای سال جاری تا تاریخ یکشنبه ۲۷ خردادماه، تعداد ۱۳۲ هزار و ۷۲۷ دستگاه خودرو را در بازار عرضه کند که این میزان، نسبت به مدت مشابه سال قبل با تعداد ۹۷ هزار و ۶۱۸، حاکی از رشد ۳۶ درصدی است. همچنین از آبان‌ماه سال گذشته تاکنون، فروش اینترنتی محصولات سایپا ۲۲ درصد افزایش یافته و زمینه کاهش هزینه ۲۰ میلیارد تومانی را فراهم کرده است.

### رشد ارزش فروش

با توجه به افزایش تولید خودرو در گروه سایپا، بیشترین ارزش فروش محصول در چهار سال گذشته نیز رقم خورده است. مقایسه ارزش فروش نسبت به مدت مشابه سال‌های گذشته تا تاریخ یکشنبه ۲۷ خردادماه، بیانگر افزایش ۴۷ درصدی ارزش فروش محصولات نسبت به سال گذشته است. گروه خودروسازی سایپا در سال جاری ۴۷۰۷ میلیارد تومان فروش انواع خودرو را تجربه کرده که این عدد، افزایش ۱۵۱۱ میلیارد تومانی فاکتور فروش نسبت به مدت مشابه سال گذشته و افزایش ۲۲۷۹ میلیارد تومانی نسبت به مدت مشابه سال ۹۵ را نشان می‌دهد.

### پاسخ به تعهدات مالی

مدیریت فعلی گروه خودروسازی سایپا همچنین در زمینه پاسخ به تعهدات ایجاد شده توسط مدیریت گذشته هم توانسته برنامه خود را محقق کند. در زمینه طرح اتوخدمت، این مجموعه توانسته تاکنون مطالبات بر جای مانده از قبل را به میزان چشمگیری پاسخ داده و معدود تعهدات باقی‌مانده را نیز در آینده نزدیک پاسخ خواهد داد.

### بهبود کیفیت محصولات

از آغاز فعالیت مدیران فعلی سایپا، این گروه توانسته ضمن بالا بردن سطح کیفیت محصولات خود موفق به ارتقای یک ستاره کیفی برای محصولات خانواده تیا و پراید ۱۳۱ سایپا در بهمن‌ماه ۹۶ شود، همچنین افزایش ۱۵/۵ درصدی میانگین رضایت مشتریان در سال ۹۶ از جمله دستاوردهای سایپا در حوزه کیفیت محصول است. افزون بر این، شاخص رضایت مشتریان از خدمات پس از فروش نیز با رشدی در حدود ۱۴ درصد به نسبت سه ماهه پایانی سال ۹۵ به عدد ۷۱۳ در سه‌ماهه چهارم سال ۹۶ رسیده است. سایپا همچنین توانسته زمان رسیدگی به درخواست‌های مشتریان را در سال ۹۶ به نسبت سال ۹۵ به میزان ۱۵ درصد بهبود دهد و این موضوع بیانگر کاهش چهار روزه مدت زمان پاسخ‌گویی از ۲۶/۱ روز به ۲۲/۱ روز در این گروه خودروساز است. همچنین پرداخت مطالبات قطعه‌سازان با اولویت تولیدکنندگان ضعیف‌تر و کاهش مطالبات آنها، تأمین کامل نقدینگی مورد نیاز از طریق فروش محصولات، سالماندهی شبکه نمایندگی‌های فروش، مذاکرات با برندهای برتر جهانی جهت تولید محصولات مشترک، شفاف‌سازی و تعامل مناسب با بورس و سهامداران، بازنگری در برنامه توسعه محصول گروه، تمرکز بر توسعه ساخت داخل و استفاده از ظرفیت‌های موجود به جای خریدهای خارجی، تمرکز بر توسعه سیستم‌های فروش جهت از بین بردن بی‌عدالتی و رانت و کرامت نیروی انسانی و پرداخت عدالت‌محور بر اساس شایستگی در عملکرد از جمله مهم‌ترین دستاوردها و موفقیت‌های اخیر در سایپا است.

## بررسی پشت پرده واردات غیرقانونی ۶ هزار خودرو

رئیس کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی، از ورود این کمیسیون به پرونده واردات غیرقانونی ۵ تا ۶ هزار دستگاه خودرو در شرایط ممنوعیت ثبت سفارش خبر داد. حمیدرضا فولادگر در گفت‌وگو با مهر از تهیه گزارشی در خصوص مشکلات پیش‌آمده در واردات خودرو از اواخر سال ۹۵ تا آخر ۹۶ خبر داد و اظهار داشت: این گزارش با همکاری کمیسیون صنایع و معادن مجلس و مطابق ماده ۲۳۶ آیین‌نامه داخلی مجلس تهیه می‌شود و در صورت تشخیص تخلف در صحن مجلس، به قوه قضائیه ارسال خواهد شد. وی افزود: در این گزارش این مسائل را بررسی می‌کنیم که مسئله ثبت سفارش در بازه زمانی اشاره شده، ابتدا موکول به نمایندگی‌ها شد و سپس کلاً منتفی شد و در ادامه، تعرفه‌ها تغییر کرد و در شرایطی که ثبت سفارش ممنوع بود، در یک مقطع زمانی ۵ تا ۶ هزار دستگاه خودرو وارد کشور می‌شود. رئیس کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی خاطرنشان کرد: شائبه‌هایی هم که در خصوص مافیای واردات خودروهای لوکس مطرح شده، عمدتاً مربوط به همین مسئله است. فولادگر اظهار داشت: در فاصله دی ماه ۹۵ تا آخر سال ۹۶ روند ثبت سفارش در مقطعی متوقف می‌شود و در مقطع دیگری نیز تعرفه‌ها به‌طور کامل تغییر می‌کند و مسئول بررسی هستیم که ببینیم چه کسانی پشت پرده تخلف در این حوزه بوده‌اند. رئیس کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی تصریح کرد: گزارش نظارت مجلس تا یک ماه آینده آماده می‌شود و به صحن علنی مجلس ارائه خواهد شد.



تحت تأثیر قرار می‌دهد.

وی با اشاره به علت افزایش قیمت خودروهای داخلی و بومی نیز تصریح کرد: قطعاً شرکت‌هایی که ۹۰ درصد از تولیدات نهایی آنها برگرفته از مواد اولیه داخلی و قطعات بومی است نباید برای افزایش قیمت بهانه نوسانات ارزی را بیاورند، این در حالی است که مدیران شرکت‌های خودروسازی داخلی اعلام می‌کنند افزایش قیمت از سوی آنها صورت نگرفته و این اتفاق در بازار خودرو، تنها به علت ایجاد یک حاشیه قیمت در فروش این محصولات ایجاد شده است. ملکی افزود: در واقع افزایش نقدینگی در جامعه یکی از عواملی است که سبب می‌شود مردم برای خرید و سرمایه‌گذاری به بازارها روانه شوند، در نتیجه با افزایش تقاضا و کاهش عرضه خودبه‌خود قیمت‌ها حدود ۱۰ الی ۱۵ درصد افزایش می‌یابد.

وی گفت: ما این میزان افزایش قیمت در خودروهای داخلی را جایز نمی‌دانیم و در شورای رقابت هم برای خودروهای زیر ۵۰ میلیون تومان، افزایش قیمت کمی را در نظر گرفته‌ایم تا مردم برای تهیه وسیله مورد نیاز خود با تغییرات عجیب مواجه نشوند.

نماینده مردم مشکین‌شهر در مجلس شورای اسلامی با اشاره به سایر عوامل مؤثر بر نوسانات قیمت خودروها نیز تصریح کرد:

## پیش‌بینی فاز جدید افزایش قیمت وارداتی‌ها با ارز صادراتی

در هفته گذشته که به صورت غیررسمی مطرح شد، ادامه داد: اظهاراتی مبنی بر سه نرخ شدن ارز مطرح شد، بر این اساس ارز ۳۸۰۰ تومانی برای کالاهای اساسی، ۴۲۰۰ تومانی برای برخی از تعرفه‌های وارداتی و ارز آزاد برای اولویت‌های گروه ۹ و ۱۰ کالایی تعیین شد اما در حال حاضر بخشنامه‌ای به صورت رسمی در این زمینه صادر نشده ضمن آن که زیرساخت‌های آن نیز فراهم نیست.

مدیر بازرگانی گروه آراین موتور تصریح کرد: از آنجا که بانک مرکزی در یک ماه اخیر هیچ تخصیص ارزی نداده است به‌طور قطع در صورت ادامه این روند، خلأ جدی در واردات خودرو ایجاد شده و بدون شک به افزایش قیمت بیشتر خودروها دامن خواهد زد.

وی با بیان این‌که در حال حاضر برای ارز حاصل از صادراتی که در اختیار واردکننده قرار می‌گیرد، قیمتی مشخص نشده است، گفت: بر اساس پیش‌بینی‌های انجام شده قرار است این قیمت با سازوکار عرضه و تقاضا تعیین شود اما تاکنون زیرساخت تعریف شده از سوی بانک

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از قول یک‌ماهه وزیر صنعت، معدن و تجارت برای ساماندهی بازار خودروهای داخلی خبر داد.

به گزارش پدال‌نیوز، ولی ملکی، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با اشاره به قول وزیر صمت برای ساماندهی یک‌ماهه بازار خودرو، اظهار کرد: در جلسات برگزار شده با شریعتمداری جهت بررسی عوامل افزایش قیمت خودروها، خواستار مهار قیمت و برخورد با مقصران این امر در مدت زمان کوتاه شدیم. وی افزود: البته یکی از مقصران افزایش قیمت خودروها، به‌ویژه خودروهای لوکس خارجی و قطعات وارداتی، اعمال تحریم‌ها و خروج آمریکا از برجام بود.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با اشاره به تأثیر غیرمستقیم تحریم‌ها بر قیمت خودروها بیان کرد: اتحادیه اروپا برای جلوگیری از بروز هر گونه خللی در فروش تولیدات خودرویی، شرکت‌های خودروسازی خود را در لیست اقلام تحریمی قرار نمی‌دهد. از این‌رو فشارهای ناشی از تحریم را از طریق اعمال محدودیت‌های بانکی و تأثیر مستقیم بر نوسانات ارزی کشور مقصد، وارد می‌کنند که این موضوع بالطبع بازار خودروی کشور هدف را

مدیر بازرگانی گروه آراین موتور با اشاره به راه‌اندازی سامانه نیما با هدف تأمین ارز واردکنندگان از سوی بانک مرکزی در سال جدید اظهار کرد همزمان با راه‌اندازی این سامانه، ارز ۴۲۰۰ تومانی به همه واردکننده‌ها تخصیص یافت و به واردکنندگان کالاهای اساسی نیز ماه‌تفاوت ۴۰۰ تومانی افزایش قیمت ارز به صورت یارانه اختصاص یافت. مهدی قاسمیان‌امیری در گفت‌وگو با عصر خودرو با بیان این‌که با این احتساب ارز کالاهای اساسی با قیمت ۳۸۰۰ تومان محاسبه شد اما این روال به مدت دو تا سه هفته ادامه یافت، افزود: در این میان تعدادی از واردکنندگان خودرو نیز موفق به دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی حتی در بخش واردات قطعات خودرو شدند، اما این روند از اوایل خردادماه تغییر کرد و تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی از سوی بانک مرکزی به خودرو ادامه نیافت اما این شرایط فراهم بود که مبلغ تخصیص‌های قبلی را پرداخت کنند که نسبت به انجام این کار اقدام شد. قاسمیان‌امیری با اشاره به اظهارات مطرح شده مبنی بر ارز سه نرخی

عضو کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی:

## منافع برخی افراد از جیب ملت تأمین می‌شود

هر موقع دوست دارند، با مشتری قرارداد می‌بندند. همچنین هر موقعی دل‌شان می‌خواهد خودرو را تحویل می‌دهند که همه اینها نشانگر ضعف و خلأ قانونی است.

او تصریح کرد: طرح دوفوریت ساماندهی خودرو در مجلس رأی نیاورد اما با یک فوریتی آن موافقت شد که مجلس آن را به کمیسیون صنایع و معادن ارجاع داد. متأسفانه در جلسه‌ای که در کمیسیون صنایع و معادن برگزار شد، شاهد لشکرکشی وزارت صنعت، معدن و تجارت و دو خودروساز داخلی بودیم. وقتی وارد جلسه کمیسیون شدم تعجب کردم از خیل عظیم خودروسازان و وزارت صنعت زیرا نیازی به این حضور گسترده نبود.

پارسیابی با اشاره به نتیجه جلسه کمیسیون صنایع مبنی بر مسکوت ماندن شش‌ماهه این قانون گفت: این پیشنهاد کمیسیون باید به صحن مجلس بیاید. امیدوارم مجلس به کلیات این طرح رأی دهد تا بتوانیم از این آشفته بازار و بی‌سر و سامانی نجات پیدا کنیم.

این نماینده مجلس گفت: این طرح بسیار پخته و خوب است و مرکز پژوهش‌های مجلس با کلیات طرح موافق بود. امیدواریم با تصویب آن دست سودجویان از جیب ملت کوتاه شود. عضو کمیسیون اصل ۹۰ عنوان کرد: چنانچه ملت از نمایندگان ناامید شوند خودشان دست به کار می‌شوند چون مردم رأی دادند تا



## دانشگاه تهران چهارمین کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی را برگزار می‌کند

چهارمین کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی با تأکید بر بهبود محیط کسب و کار ۱۳ و ۱۴ شهریورماه سال جاری در دانشگاه تهران برگزار می‌شود. به گزارش گروه علمی و دانشگاهی خبرگزاری فارس، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران به دنبال برگزاری موفقیت‌آمیز اولین، دومین و سومین کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی (دوسالانه) در سال‌های گذشته و به منظور بررسی و احصای راهکارهای بهبود و ایجاد شرایط محیطی کارآفرینانه، چهارمین کنفرانس بین‌المللی کارآفرینی را با تأکید بر بهبود محیط کسب و کار (ICE2018) با همکاری وزارتخانه‌ها، دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی کشور، نهادهای بین‌المللی، دانشگاه‌های معتبر جهان از جمله دانشگاه ایلوئیز، دانشگاه ساوترن دنامارک و دانشگاه‌های جهان اسلام مانند دانشگاه مالزی برگزار می‌کند.

## دریچه

## درس‌هایی که رهبران موفق از کارمندان خود می‌گیرند

استفاده از نظرات تمام کارکنان در کل سلسله‌مراتب سازمانی می‌تواند تا حد زیادی به موفقیت مدیران کمک کند. به اعتقاد بسیاری، دلیل شکست کدک (شرکت باسابقه و نمادین عکاسی) ظهور فناوری‌های دیجیتال بود. درحالی‌که سقوط کدک هیچ ربطی به فناوری دیجیتال نداشت. در واقع استیو ساسون اولین دوربین دیجیتالی را در سال ۱۹۷۵ در کدک اختراع کرد. در آن زمان او یک مهندس جوان با جایگاهی در پایین نردبان سازمانی بود. متأسفانه، مدیریت این شرکت از دستاوردهای مفید کارمندان آگاهی نداشت و تحت تأثیر نوآوری قرار نمی‌گرفت. مدیران کدک نمی‌دانستند نمایش و اشتراک‌گذاری تصاویر روی دستگاه‌های مختلف از طریق عکاسی دیجیتالی مسیری به سمت آینده است و بیشتر بر تحول کسب‌وکار کنونی تأکید داشتند. عدم توجه به فناوری و مدل کسب‌وکار جدید منجر به عملکرد ضعیف کدک در طول چند دهه گذشته شد و در نهایت این شرکت در سال ۲۰۱۲ دچار ورشکستگی شد. از این اشتباه مشهور کدک می‌توان درس‌های زیادی گرفت. هر شخصی در یک شرکت می‌تواند ایده‌ها و نوآوری‌های خارق‌العاده و سودمند ارائه دهد. مدیران اجرایی باید به این درک برسند که می‌توانند از تمام اعضای تیم خود درس بگیرند. مدیرعامل‌ها می‌توانند از کارمندان خود در تمام سطوح درس بگیرند و به مبادله مهارت و دانش به‌صورت آزادانه و سودمند در کل سازمان بپردازند.

### ارزش ایده‌های جدید و تغییر

اندی گروم مدیرعامل سابق اینتل که به‌تدریس‌رئوس کسب‌وکار سیلیکون‌ولی می‌پردازد، در کتاب مشهور خود با عنوان «تنها پارونوید نجات پیدا می‌کند» می‌نویسد: موفقیت در خود دانم‌های نابودی را حمل می‌کند. موفقیت باعث افزایش رضایت از خود می‌شود. رضایت از خود منجر به شکست می‌شود. در نتیجه تنها یک پارونوید (شکاک) نجات پیدا می‌کند. از صحبت‌های گروو این‌گونه برداشت می‌شود که نباید اجازه داد موفقیت گذشته منجر به رضایت از خود شود (درست مثل اتفاقی که برای کدک افتاد). به همین دلیل مدیرعامل باید فعالانه به دنبال ایده‌های جدید باشند. آنها همیشه باید آماده باشند و در صورت نیاز متمایل به تغییر باشند. یادگیری و درس گرفتن از تمام کارکنان سازمان، کلیدی برای شناخت ارزش ایده‌های جدید به‌شمار می‌رود. برای مثال، مارک دوهنلک به‌عنوان مدیرعامل یک سازمان مهندسی و تولیدی معمولاً با کارمندان سطح پایین‌تر ترتیب ملاقات می‌دهد او به کارمندان توصیه می‌کند همیشه نسبت به روند کند تولید یا شکاف‌ها و نواقص موجود در کنترل کیفی آگاه باشند؛ زیرا آنها می‌توانند راه‌حل‌هایی را در مورد روش بهبود عملیات در زمان‌بندی، تحول، تغییرات و سازگاری‌های مونتاز، ذخیره‌سازی، حمل‌ونقل و دیگر محاسبات زنجیره تأمین ارائه کنند.

### اهمیت برقراری ارتباط

رهبران کسب‌وکار همواره بر تأثیر ارتباطات بر فرهنگ سازمانی تأکید دارند. بدون ارتباطات مناسب، انگیزه و کار تیمی به خطر می‌افتد و در نهایت می‌تواند منجر به رکود و شکست شود. در مقابل تعامل با اعضای تیم (حتی اگر ارتباط کاری نباشد) می‌تواند اهمیت برقراری ارتباط را در عمل به شما ثابت کند. وقتی اتحاد و یکپارچگی بین اعضای تیم وجود داشته باشد، احتمال دستیابی به نتایج بهتر و سودبخش‌تر هم بیشتر می‌شود. مدیرعامل‌ها با برقراری ارتباطات خوب می‌توانند به این درک برسند که رها کردن (دادن فضای کاری به کارمندان) بهتر از مدیریت خرد و جزئی همه‌چیز است. علاوه بر این، مدیرعامل‌ها با برقراری ارتباط با اعضای تیم می‌توانند به‌صورت درک‌نیازها پی ببرند. آنها با تأکید و اهمیت دادن به خواسته کارکنان خود می‌توانند بیشتر روی کمک آنها حساب کنند. یک مثال خوب در مورد برقراری ارتباط مناسب، روش درخواست کمک آوری اگوستین (مدیر یک شرکت فناوری) از کارکنان خود برای بهبود خیرنامه داخلی شرکت است. او از یک کارمند جدید برای نوشتن خیرنامه استفاده کرد. این کارمند از بخش‌های مختلف در مورد خیرنامه و روش بهبود آن نظر خواهی کرد. اگوستین با استفاده از بازخورد

# برایان کرانیچ از سمت مدیرعاملی اینتل استعفا کرد

اینتل اعلام کرده که برایان کرانیچ، مدیرعامل این کمپانی از سمت خود استعفا کرده است. دلیل استعفای کرانیچ داشتن رابطه با یکی از کارکنان این کمپانی اعلام شده که برخلاف قوانین اینتل است. به گزارش زومیت، اینتل رسماً اعلام کرد که برایان کرانیچ دیگر مدیرعامل اینتل نیست. براساس اطلاعات ارائه‌شده، کرانیچ به دلیل زیر پا گذاشتن قوانین و سیاست‌های داخلی اینتل استعفا کرده است. رابرت سوان، مدیر ارشد مالی اینتل، وظیفه مدیریت کمپانی را براساس استعفای کرانیچ برعهده خواهد داشت. اینتل در بیانیه‌ای که در این رابطه منتشر کرده، چنین اظهارنظر کرده است:

اینتل اخیراً مطلع شد که آقای کرانیچ رابطه‌ای با یکی از کارکنان اینتل داشته است. تحقیقات درون و برون‌سازمانی توسط تیمی که برای تحقیق در این خصوص به کار گمارده شده بودند، نشان از این دارد که این موضوع صحت داشته و از این‌رو برایان کرانیچ، قوانین و سیاست‌های اینتل را که مدیران را از داشتن رابطه با کارکنان این کمپانی منع می‌کند، زیر پا گذاشته است.

استعفای زود هنگام کرانیچ را باید نشانه‌ای از اولویت بالای قوانین در این کمپانی خواند. اینتل استعفای کرانیچ را گواهی بر این ادعا خوانده که تمام کارکنان اینتل برای ارزش‌های این کمپانی احترام قائل هستند. پس از استعفای کرانیچ، هیأت مدیره اینتل تمام کاندیداهای مدیریت اینتل در داخل و بیرون از کمپانی را مورد بررسی قرار می‌دهند. کرانیچ سابقه‌ای چند دهه ساله در اینتل داشته و از ماه مه سال ۲۰۱۳ سمت مدیرعاملی در اینتل را برعهده گرفته است. کرانیچ سال ۱۹۸۲ به اینتل پیوسته بود.

اینتل طی سال گذشته میلادی با مشکلات بی‌شماری دست و پنجه نرم کرده است که از جمله آنها باید به روزه‌های امنیتی Meltdown و Spectre اشاره کرد که وجود یک روزه امنیتی با عمر بیش از ۱۰ سال را در بردارنده‌های اینتل آشکار کرد. اینتل برای رفع روزه امنیتی موجود در پردازنده‌های خود اقدام به انتشار به‌روزرسانی‌های متعددی کرده که در برخی موارد، این به‌روزرسانی‌ها مشکلات دیگری را به واسطه باگ‌های جدید به همراه داشته‌اند. کرانیچ نوامبر سال گذشته بخشی از سهام خود به ارزش ۳۹ میلیون دلار را به فروش رساند که همین موضوع شبهات در مورد سوءاستفاده وی از موقعیتش را تقویت کرد. وی پیش از اعلام عمومی وجود روزه در پردازنده‌های اینتل اقدام به فروش سهام کرد.

کرانیچ در برهه‌ای مدیریت اینتل را برعهده داشت که وظیفه ایجاد تحول در این کمپانی بر دوش وی گذاشته شد. برایان کرانیچ برای تغییر کمپانی از یک تولیدکننده صرف پردازنده‌های بی‌سی به یک کمپانی فعال در حوزه تولید پردازنده‌ها به منظور استفاده در حوزه رایانش ابری و همچنین اینترنت اشیا فعالیت می‌کرد.

### چگونه می‌توانید رهبر بهتری باشید

مدیرعامل‌ها به یک دلیل دیدگاه‌های مختلف در مورد عملکرد خود را در وبسایت‌هایی مثل Glassdoor مطالعه می‌کنند. یک مقاله در مجله وال‌استریت اشاره می‌کند، آنها فقط برای آگاهی از نظرات اعضای تیم نسبت به خود این کار را نمی‌کنند، بلکه هدف آنها ارزیابی کسب‌وکار، فرآیندها و استراتژی‌ها است، آنها به این فکر می‌کنند که چگونه می‌توانند در سمت مدیرعامل برای آینده شرکت خود تلاش کنند. پی بردن به تأیید یا عدم‌تأیید مدیرعامل از سوی کارمندان، به او این فرصت را می‌دهد که روش‌های رهبری خود را بهبود دهد. مدیرعامل‌ها برای دستیابی به بازخورد صادقانه باید دسترسی به خود را آسان‌تر سازند. اگر به بررسی مدیرعامل‌های دوست‌داشتنی در سراسر جهان بپردازید، مشاهده می‌کنید افرادی که با کارمندان خود همکاری می‌کنند و به توصیه آنها گوش می‌دهند. موفق‌تر هستند. آنها به چشم همکار به کارمندان خود نگاه می‌کنند نه کسی که دستورات پیروی می‌کند. به توصیه کارمند گمنام Clorox در مورد بنو دورر، مدیرعامل شرکت و مرور مدیر اجرایی بالارتیبه Glassdoor نگاه کنید: ارتباطات خوب در رابطه با چشم‌انداز، استراتژی و مقصد، دسترسی پیوسته به مدیریت از طریق میزگرد و رویدادهای شرکت‌های دیگر به کارمندان اجازه می‌دهند خود را بخشی از فرآیند تصمیم‌گیری و استراتژی بدانند.

### برای تبدیل شدن به بهترین مدیرعامل از کارکنان خود درس بگیرید

رهبری می‌تواند معنای مختلفی داشته باشد. به‌طور کلی رهبری به توانایی ایجاد چشم‌انداز، جهت‌گیری و حفظ انگیزه افراد نسبت به یک هدف بزرگ گفته می‌شود. موفقیت با دیکته کردن وظایف و مسئولیت‌ها به دست نمی‌آید، بلکه تنها زمانی به دست می‌آید که رهبرها به ارزش یادگیری از همه اعضای تیم پی ببرند. کارکنان می‌توانند ایده‌های جدیدی را ارائه کنند و ارزش روابط قوی و اعتماد را نشان دهند و همچنین نظرات خود را در مورد جذب افراد با استعداد ارائه کنند. همچنین می‌توانند روش رهبری بهتر را به مدیرعامل‌ها آموزش دهند. مدیرعامل‌ها با ساخت فرهنگی که تمام کارکنان در تمام سطوح آن فرصت آموزش به مدیریت را داشته باشند (مثل برنامه آموزشی معکوس مربی – کارآموز) می‌توانند خود را برای رسیدن به موفقیت‌های پایدار آماده کنند. این اتفاق تنها زمانی رخ می‌دهد که ارزش هر فرد در سازمان به‌خوبی آشکار شود و برخلاف شرکت کدک، استعدادها به هدر نروند.

منبع: entrepreneur/zoomit

## اقتصاد را باید سر و سامان می‌دادیم

غیر از ما، دنیا هم می‌داند. نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین تصریح کرد: بر این اساس است که ما می‌بینیم در ۳۰ سال اخیر کشورهایی که با ما دشمنی دارند و با اختلاف سیاسی با آنها در دنیا داریم، فشار

را در حوزه اقتصاد می‌آورند. این در حالی است که ما نمی‌ایم نقطه‌ضعف‌هایمان را برطرف کنیم. از اقتصادمان غافل هستیم و این نکته‌ای است که دنیا روی آن تمرکز کرده است. این اقتصاد به ذات خود ضعیف است و با بسز و خون و ماسک اکسیژن به زور کار می‌کند. حالا هر کدام از اینها نباشد، اقتصاد به مشکل می‌خورد. حریری عنوان کرد: طی سال‌های گذشته اگر متمرکز شده بودیم روی اینکه به کشور سروسامان اقتصادی بدهیم و اقتصادمان را شفاف، رقابتی و آزاد کنیم، آن زمان نه‌دنبال حمایت از اشتغال بودیم، زیرا اقتصاد شفاف



و رقابتی در ذات خود اشتغال ایجاد می‌کند و نه دنبال حمایت از تولید بودیم، زیرا تولید در اقتصاد بیمار، غیرفعال، غیرشفاف و غیررقابتی پاسخگوی نیاز مصرف‌کننده نخواهد بود.

نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین معتقد است با یک برنامه و استراتژی درست، کالاهای زیادی می‌توانیم به چین صادر کنیم. چین کشوری است که در مقابل حدود ۲ هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار صادراتی

که دارد، ۲ هزار و ۱۰۰ میلیارد دلار واردات دارد که همین فاصله بین واردات و صادرات اقتصاد چین را از دست می‌کند و دنبال این هستند این فاصله را کم کنند. مجیدرضا حریری با اشاره به افت رتبه ایران در شاخص کسب و کار، اظهار داشت: در اطلاعاتی که وجود دارد، رتبه تجارت فرامرزی ما حدود ۱۵۸ است. از سوی دیگر، در رابطه با اطلاعاتی که سازمان بین‌المللی شفافیت راجع به فساد اداری و مالی منتشر کرده، رتبه ما به هیچ‌وجه مطلوب نیست. وی افزود: همه اینها نشان می‌دهد که فکر اساسی و درست برای اقتصاد یک کشور این نیست که

هر سال روی یک بخش متمرکز شود. وقتی ریشه‌های درخت اقتصاد می‌گندد، حالا اگر دالما شاخه‌های آن را هرس کنید یا سم آن را عوض کنید، آن درخت بار نمی‌دهد، چون ریشه آن خراب است. این موضوع را

## مقدمات ایجاد ۹۰هزار کسب و کار با آموزش رایگان ICT

سایر سربازان اقدام می‌کنند به صورت رایگان انجام پذیرد. وی با اشاره به اینکه در حوزه مشاغل فناوری اطلاعات و ارتباطات

با دو رویکرد مواجه هستیم، گفت: هم‌اکنون وضعیت ایجاد اشتغال در حوزه CT (فناوری ارتباطات و مخابرات) بسیار شفاف بوده و از آنجایی که مناسبات کار در این حوزه اغلب از سوی دولت به صورت مستقیم یا با واسطه انجام می‌پذیرد، شمارش اشتغال ممکن است؛ البته با این وجود بازار CT اشباع شده و پتانسیل ایجاد اشتغال کمتر است.

یزدانیان ادامه داد: اما در حوزه IT (فناوری اطلاعات) پتانسیل ایجاد شغل با وجود استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان، بسیار بالا بوده؛ با این وجود مشکل عمده، احصای مشاغل در این بخش است. از آنجایی که منظومه فعالیت

کاری در حوزه IT شفاف نیست و مخاطبان آن براساس ذائقه جامعه شکل می‌گیرند، شناسایی و شمارش ایجاد اشتغال در این بخش به سختی صورت می‌گیرد.

وحدید یزدانیان با اشاره به حکم وزیر ارتباطات برای فراهم‌سازی زیرساخت‌های آموزشی و مهارتی ۹۰هزار شغل مرتبط با فناوری

اطلاعات و ارتباطات اظهار داشت: این آموزش‌ها برای افراد جویای کار در جهت ورود به بازار کار دیده شده که به صورت رایگان است و باید ظرف مدت یک سال این میزان اشتغال در حوزه ICT در کشور ایجاد شود. به گزارش مهر، مجری طرح فراهم‌سازی زیرساخت‌های آموزشی ۹۰هزار شغل ICT تأکید کرد: این طرح در قالب اجرای طرح «تکاپو» دیده شده و دولت با سرمایه‌گذاری در تمام استان‌ها درصدد حل معضل اشتغال است. وی افزود: در این زمینه دولت (وزارت ارتباطات) برای آموزش فناوری اطلاعات و ارتباطات به علاقه‌مندان و ارتقای مهارت‌ها در این بخش، از طریق دانشکده علمی کاربردی

مخابرات اقدام کرده است. یزدانیان ادامه داد: در زمینه مهارت‌آموزی به سربازان نظام وظیفه نیز با تفاهم صورت‌گرفته با ستاد کل نیروهای مسلح مقرر شد تربیت سرباز معلمانی که نسبت به آموزش ICT به







### اوپو با ۲۰۰ میلیون کاربر رسماً وارد بازار اروپا می‌شود

اوپو، شرکت چینی سازنده گوشی هوشمند که مدعی است ۲۰۰ میلیون کاربر دارد، رسماً وارد بازار اروپا می‌شود. اوپو یکی از شرکت‌های چینی سازنده گوشی هوشمند است که قصد دارد در بازار فروش استراتژی‌های جدیدی را دنبال کند و آخرین محصول این شرکت یعنی Oppo Find X، به‌تازگی با طراحی تمام صفحه و دوربین کشویی خودکار معرفی شده است. به گزارش زومیت، اما در رویداد بزرگ معرفی گوشی فایند ایکس، علاوه بر معرفی گوشی، خبرهای جالب دیگری جلب توجه می‌کند. یکی از خبرهای شنیدنی در این مراسم مربوط به تعداد کاربران گوشی‌های اوپو در سراسر جهان است. اوپو ادعا می‌کند در این لحظه، در سراسر جهان بیش از ۲۰۰ میلیون کاربر از گوشی اوپو استفاده می‌کنند. از آنجایی که این شرکت برخلاف اپل و سامسونگ، سهم زیادی در بازارهای بین‌المللی ندارد، این آمار دستاورد بزرگی برای آن محسوب می‌شود.

### یادداشت



## درس‌های کسب‌وکاری از بازی ایران و اسپانیا

و ترس را از خود رها کردند تا بتوانند با اعتماد به نفس و باور ایمانی به موفقیت برسند.

تیم ایران اگر با ترس در برابر اسپانیا بازی می‌کرد باید تن به شکست سنگینی می‌داد، چراکه این تیم از هر جهت برتر و بالاتر بود، اما باورمندی مدیریتی تیم و القای این باور در دل و جان بازیکنان تیم ملی فوتبال ایران باعث شد تا نمایشی خلاقانه و حیرت‌انگیز از خود نشان دهند.

موفقیت ابتدا باید در ذهن آفریده شود و سپس نمایش آن را در واقعیت زندگی و کسب‌وکار شاهد باشیم. با یک ذهن علیل و بیمار و ناتوان و ترسو نمی‌توان قله‌ها را فتح کرد. کسانی می‌توانند قله‌های موفقیت را یکی پس از دیگری فتح کنند که به خودباوری برسند و ترس را رها کنند و به ایمان و اعتماد نزدیک شوند.

اگر کارلوس کی‌روش و بازیکنان تیم ملی فوتبال ایران از تیم اسطوره‌ای اسپانیا و بازیکنانی چون داوید دخیا بازیکن منچستر یونایتد، دنس کارواخال بازیکن رئال مادرید، جرارد پیکه بازیکن بارسلونا، سرخیو راموس بازیکن رئال مادرید، یوردی آلبا بازیکن بارسلونا،

سرخیو بوسکس بازیکن بارسلونا، اندرس اینیستا بازیکن بارسلونا، کورکوب بازیکن اتلتیکومادرید، داوید سیلوا بازیکن منچستر سیتی، ایسکو بازیکن رئال مادرید، مارکو آسنسیو بازیکن رئال مادرید، دیگو کاستا بازیکن اتلتیکومادرید می‌ترسیدند، امکان نداشت بتوانند چنین نمایش قهرمانانه‌ای از خود نشان دهند.

خیلی از جوانانی که می‌خواهند کاری را شروع کنند از نام برندهای بزرگ می‌ترسند و خود را کوچک می‌پندارند. وقتی از دوستی خواستیم که در همان روستایش زمینه‌های تولید کره و ماست



را آغاز کند با لبخند گفت یعنی با کاله، میهن و دامساران رقابت کنیم؟ گفتیم چه اشکالی دارد تو باید خدا را شکر کنی که در ایران برندهای بزرگ لبنیات حضور دارند و می‌توانی از تجربه‌های شکست و موفقیت آنها درس بگیری و کار خودت را بر اساس باورهای درونی با برنامه‌ریزی و مدیریت حرفه‌ای شروع کنی.

شرط اول قدم برای موفقیت در کسب‌وکار باور داشتن به توانمندی و موفقیت است، وقتی خودت را قبول نداری طبعاً هیچ موفقیتی نصیب تو نمی‌شود. اگر وحید امیری به این باور درونی نمی‌رسید، نمی‌توانست پیکه را دربیل و لایب بزند و سناتر به آن زیبایی را ارسال کند. اگر رامین رضاییان به خودش و بازش ایمان نمی‌داشت نمی‌توانست آن نمایش خلاقانه را از خود نشان دهد و یا سعید عزت‌الهی با همان گل مردود نشان داد که از یک باور ایمانی قوی برای موفقیت برخوردار است و خود را لایق برنده شدن می‌داند. برای موفقیت باید روی باورهای ذهنی‌ات کار کنی و تا زمانی که ذهن تو به موفقیت تن ندهد در عالم واقعیت موفقیت بسیار دشوار خواهد بود. هر گاه باور به موفقیت در تو ریشه زد، تو در کارهایت موفق می‌شوی.

محمد رضا محمدی  
کارشناس اقتصادی

باور یکی از قانون‌های اصلی موفقیت در زندگی، کسب‌وکار و فوتبال است. تماشای فوتبال زیبایی تیم ملی ایران در برابر تیم بزرگ اسپانیا نشان داد اگر باور در جان بازیکنان ایرانی نبود شاید می‌بایست تن به شکست سنگینی می‌دادیم.

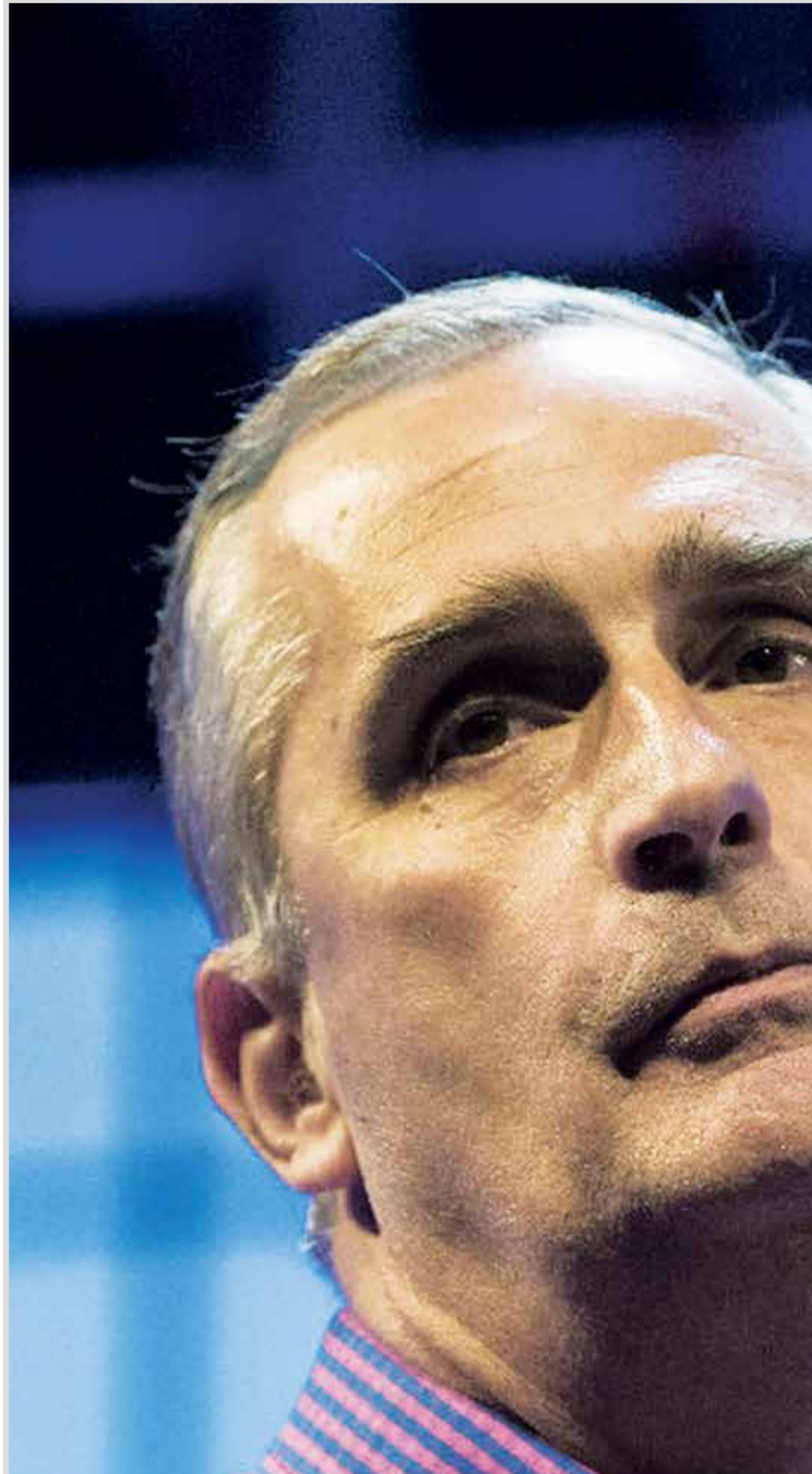
باور عامل موفقیت است. اگر در کاری که انجام می‌دهید به خودتان باور داشته باشید، موفقیت را در آغوش خواهید گرفت. قبل از بازی ایران و اسپانیا به دوستانم تلفن کردم و از هر کدام نظر آنها را درباره بازی و پیش‌بینی نتیجه نهایی سؤال کردم. در پایان وقتی به برگه روی میز نگاه می‌کردم با دیدگاه‌های مختلف روبه‌رو شدم. از این که همه یک‌جور فکر نمی‌کنند برام بسیار شوق‌انگیز بود، اما تعدادی هنوز به این خودباوری نرسیده‌اند که موفقیت یک امر ذهنی است و آدمی به هر چه که ببیند، می‌تواند آن را در عالم مادی به دست آورد. برای همین دوستان بدبین یا به قول خودشان واقع‌بین از شکست

سنگین ایران با ۲ یا ۳ و حتی ۷ گل گفتند اما گروهی از دوستان من که رویکردی مثبت‌اندیش به وقایع زندگی دارند با دلی امیدوار از برنده شدن احتمالی یک بر صفر گفتند و گروهی هم در میانه بودند و تساوی را پیش‌بینی کردند.

بازی زیبای ایران در برابر اسطوره‌های اسپانیا نشان داد که آنچه موجب موفقیت می‌شود تنها یک امر ذهنی است و اگر قرار باشد افراد با داشته‌های مادی به موفقیت برسند، طبعاً ایران و اسپانیا در یک ترازو نبودند و باید بازیکنان ما متحمل شکست سنگین می‌شدند.

چراکه هر کدام از بازیکنان اسپانیا قهرمانان بزرگی در تاریخ فوتبال جهان بودند، اما همه این اسطوره‌های قهرمان نتوانستند در برابر باور درونی بازیکنان ایرانی به موفقیتی آنچنان که باید و شاید برسند. شاید از نظر عدد و رقم اسپانیا از ایران پیش گرفته باشد که چنین نیز هست اما بازی تماشایی ایران نشان داد که بازیکنان ما به‌رغم این که با تیم اسپانیا در درایی و امکانات و زمینه‌ها و موقعیت‌ها برابر نیستند و فاصله زیادی بین این بازیکنان وجود دارد، اما می‌توانند با تکیه بر خودباوری به موفقیت مناسبی نزدیک شوند.

خیلی از آدم‌ها وقتی وارد بازار کسب‌وکار می‌شوند با ترس و دل‌پلهر قدم برمی‌دارند. چند روز قبل در تاکسی از موفقیت استارت‌آپ اسنپ می‌گفتم که یکی از مسافران با ترس می‌گفت اسنپ یک شرکت بزرگ است و دولت حمایتش می‌کند و صد سال دیگر ما نمی‌توانیم با این گروه از استارت‌آپ‌ها رقابت کنیم. گفتم کاملاً درست می‌گویی چون وقتی می‌گویی امکان رقابت نیست به‌راستی در واقعیت هم نمی‌توانی به او برسی. در صورتی که استارت‌آپ‌هایی از این دست یا هر کسب‌وکاری در ابتدا با باور به موفقیت، پایه‌های خود را بنیان نهادند



## جزئیات حمایت دولت از توسعه کسب و کارهای نوپا

استقبال می‌کنیم، گفت: در مجموعه وزارت کار از کسب و کارهایی که دارای نوآوری است حمایت می‌کنیم؛ کسب و کارهایی که قدرت رقابت در بازارهای خارجی را دارند. این مجموعه‌ها را شناسایی می‌کنیم و آنها را حمایت می‌کنیم

تا ریسک فعالیت‌شان کاهش یابد و در مرحله بعدی با ارتباط‌گیری با کشورهای مختلف بازار جهانی را برای اینها مهیا می‌کنیم. یعنی با استفاده از دیپلماسی سیاسی فضایی برای حضور در نمایشگاه‌های مختلف بین‌المللی و بازار جهانی را فراهم می‌کنیم. مدیرکل توسعه کارآفرینی وزارت کار گفت: تیم کارشناسی از دانشگاه‌های مختلف مانند شریف را برای بررسی توسعه کارآفرین بنگاه‌های پر رشد در وزارت کار دعوت کرده‌ایم و جلسات متعددی در این زمینه برگزار کرده‌ایم. بخش دیگر از اقداماتمان در توسعه کارآفرینی اجزای ارتباطی بین اکوسیستم کارآفرینی است که در کشورهای مختلف انجام می‌شود اما تاکنون در کشور ما مغفول مانده بوده است. اجزای اکوسیستم کارآفرین باید یکدیگر را بشناسند و با هم فعالیت کنند، در همین راستا ایده‌هایی مانند کافه کارآفرینی را طراحی کردیم.



مدیرکل توسعه کارآفرینی وزارت کار با اشاره به جزئیات توسعه کسب و کارهای نوپا گفت: در مجموعه وزارت کار از کسب و کارهایی که دارای نوآوری است حمایت می‌کنیم؛ کسب و کارهایی که قدرت رقابت در بازارهای خارجی را دارند.

به گزارش خبرگزاری اقتصاد ایران، رحیم سرهنگی، مدیرکل توسعه کارآفرینی وزارت کار درباره وضعیت سهم کسب و کارهای نوپا در کارآفرینی و اشتغال‌زایی گفت: اولین هدف‌مان در زمینه توسعه کسب و کار، توسعه کسب و کارهای پررشد و با پتانسیل بالا است، این مشاغل در دنیا به‌غزال‌های پررشد شهرت دارند. وی بیان کرد: در کشورهای موفق در زمینه اقتصادی همین مشاغل پررشد و پرپتانسیل هستند که موتورهای اقتصادی کشور را رونق می‌دهند، به‌طور مثال کشور کره حدود ۲۰ مجموعه کسب و کار پررشد دارد که علاوه بر اشتغال‌زایی در کشور خودشان، ارزش افزوده بالایی را برای کشور خود با نفوذ در بازارهای جهانی کسب کرده‌اند. در واقع کشورها توسعه نمی‌یابند مگر اینکه در زمینه کسب و کارهای پررشد تمرکز کنند. سرهنگی با بیان اینکه از کسب و کارهایی که مبتنی بر نوآوری است و قابلیت رقابت در بازار جهانی را دارد

## پورشه ۱۰ درصد سهام ریمک را خرید

مانند ریمک کانسپت وان و ریمک C\_Two و همچنین سیستم‌های اصلی خودرو، ریمک به شدت اعتبار خود را در زمینه سیستم محرکه الکتریکی نشان داده است. ما احساس می‌کنیم ایده‌ها و رویکردهای

ریمک بسیار امیدوارکننده است، به همین دلیل امیدواریم که با مشارکت در توسعه خودروی برقی، همکاری نزدیکی با خودروساز الکتریکی کرواسی برقرار کنیم. ریمک که سال ۲۰۰۹ فعالیت رسمی خود را در یک گاراژ آغاز کرد، در حال حاضر قصد دارد حدود ۴۰۰ نفر را برای گسترش فعالیت‌ها استخدام کند. تمرکز اصلی این شرکت بر فناوری باتری ولتاژ بالا و سیستم محرکه برقی است. همچنین ریمک در حال توسعه رابط‌های انسان-ماشین و دوچرخه‌های الکتریکی تحت برند گریپ باپکس (Grey Bikes) است؛



گریپ باپکس یکی از شرکت‌های تابعه ریمک به شمار می‌رود که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد و دوچرخه برقی (e-Bike) با استانداردهای روز جهان تولید می‌کند.

در فاصله دو هفته از معرفی پورشه تایکان، خودروساز آلمانی ۱۰ درصد از سهام شرکت ریمک را تصاحب کرد تا در آینده شاهد همکاری نزدیک این دو باشیم. به گزارش زومیت، کمتر از دو هفته

پس از آنکه پورشه رسماً نخستین خودروی الکتریکی خود را به نام تایکان (Taycan) معرفی کرد، خودروساز آلمانی اکنون ۱۰ درصد سهام شرکت ریمک اتوموبیلی (Rimac Automobili) را خرید. ریمک سازنده خودروی سوپراسپورت الکتریکی و یکی از شرکت‌های دارنده فناوری خودروی برقی در کرواسی است. این موضوع که سرمایه‌گذاری پورشه در ریمک چه منافعی برای خودروساز آلمانی دارد و به چه میزان باعث سود می‌شود، هنوز مشخص نیست، اما پورشه هنگام سرمایه‌گذاری اعلام کرد که امیدوار است این کار باعث افزایش همکاری در زمینه توسعه خودروی الکتریکی شود. لوتز میشکه، معاون هیأت اجرایی و عضو هیأت‌مدیره در امور مالی و فناوری اطلاعات پورشه گفت: با توسعه خودروهای سوپراسپورت تمام‌الکتریکی دو سرنشین

## ۶ استراتژی تبلیغاتی عالی برای کسب‌وکارهای کوچک

مترجم: نیما جوادی

صاحبان کسب‌وکارهای کوچک باید در مورد کمپین‌های تبلیغاتی خود واقع‌بین باشند. البته، این افراد همواره به دنبال راه‌حل‌های موثر و ارزان هستند، ولی متأسفانه شما تنها یکی از این دو ویژگی را خواهید داشت؛ شما احتمالاً هرگز یک کانال ارزان و موثر برای تبلیغات خود پیدا نخواهید کرد.به همین دلیل باید حتماً به بودجه تبلیغاتی خود توجه داشته باشید و با پول باقی مانده خود بازی نکنید. با اختصاص بودجه مناسب به کانال‌های صحیح به نتیجه مورد نظر دست خواهید یافت یا حداقل نتایج قبلی خود را تقویت خواهید کرد. به دلیل پایداری هزینه‌های ماهانه، امکان ارزیابی موثر کارایی کلی نیز فراهم خواهد شد. با توجه به ضرورت بهینه‌سازی تلاش‌های تبلیغاتی، این نکات به شما کمک شایانی خواهد کرد.

**مخاطب خود را بشناسید**

متأسفیم، ولی محصول یا خدمات شما با نیاز هیچ جانداری روی کره زمین مطابقت ندارد. کمپین‌های کسب‌وکارهای کوچک بسیاری بدون هیچ هدف و مقصودی انجام می‌شوند. شناخت و هدف‌گیری، یکی از اصلی‌ترین مزایای تبلیغات و بازاریابی آنلاین است. البته، شما باید با کمک داده‌هایی که جمع‌آوری می‌کنید، یک پروفایل دقیق برای مخاطبان خود به وجود آورید. با این اطلاعات و اطلاعاتی که از مشتری خود دارید، می‌توانید با استفاده از کمپین خود و بهره‌گیری از فاکتورهای روانی و اجتماعی، اقدام به جذب مخاطب و مشتری کنید.مهم نیست که تبلیغات شما آنلاین یا آفلاین است، طرح و تصویر شما باید برای مشتری جذاب و درگیرکننده باشد. این کلید یکن هدف‌گیری موثر و مناسب است.

**ارزیابی و پیگیری بازاریابی**

کسب‌وکارهای کوچک بسیاری از میزان تاثیر و کارایی تبلیغات خود هیچ اطلاعی ندارند. این یک نقص بسیار بزرگ است.پلتفرم‌های تبلیغاتی آنلاین مانند گوگل و فیس‌بوک، با ارائه آمار و ارقام تبلیغات، به شما در تعیین موارد کارآمد و موثر کمک خواهد کرد. البته این به معنای نادیده گرفتن آزمایش نیست. ساخت یک تبلیغ با توجه به نیازها و سلاقی مخاطب فرآیندی زمان‌بر است، ولی شما می‌توانید با کمک آزمایش، سرعت روند تصمیم‌گیری خود را افزایش دهید. چنانچه تبلیغات آفلاین انجام می‌دهید و باید جهت کسب اطلاعات بیشتر از تاثیر و کارایی تبلیغات از یک ایمیل یا شماره تلفن خاص استفاده کنید، حتماً این کار را انجام دهید. حدس و گمان هیچ فایده‌ای نخواهد داشت.

**آگاهی از زمان مناسب**

در نگاه اول، انجام تبلیغات در تمام طول سال و اختصاص هزینه‌های ماهانه به ظاهر روشی بسیار عالی و کارآمد است، ولی چنانچه به ابتدای کسب‌وکار خود نگاه کنید، احتمالاً اقدامات بسیاری قابل ارزیابی نخواهند بود. هیچ راهی برای حفظ یک طرح بازاریابی و تبلیغاتی برای کل سال وجود ندارد. چنانچه محصولات فصلی می‌فروشید، باید در فصل مناسب اقدام به تبلیغ و بازاریابی کنید. حتی شاید شروع زودهنگام تبلیغ و حفظ برخی موارد برای اواسط و انتهای فصل نیز راهی موثر باشد. بسته به نوع تجارت شما، جمعه سیاه و ماه‌های نهایی سال فرصت‌هایی بسیار عالی برای کسب درآمد هستند. اختصاص بودجه به تبلیغات در این روزها یا سایر تعطیلات روشی بسیار موثر است. در نهایت، توجه به سایر رقبا و تاریخ تبلیغات بزرگ آنها نیز می‌تواند به شما کمک کند. چنانچه بودجه‌ای را به تبلیغات اختصاص داده‌اید، شاید با استفاده از این روش حتی از سایر رقبا پیشی بگیرید.

**برند مناسب**

آیا مشتری بلافاصله تبلیغ شما را بر اساس رنگ، لوگو، طرح و تصاویر تشخیص خواهد داد؟ اگر این سوال به نظر شما عجیب است، پس باید به عملکرد برندها و شرکت‌های بزرگ توجه کنید. معمولاً شما تبلیغات این شرکت‌ها را تنها با کمک یک رنگ خاص شناسایی خواهید کرد.مشتریان شما با گذشت زمان طرح تبلیغات شما را شناسایی کرده و نسبت به آن واکنش نشان خواهند داد. شاید تغییر نام تجاری یا هر تبلیغ جدید بسیار جذاب به نظر برسد، ولی این کار در درازمدت باعث گمراهی مشتری خواهد شد. هدف شما باید حضور در مناطق قابل پیش‌بینی با تبلیغات آشنا باشد تا به این ترتیب مشتری قدرت شناسایی شما را به دست آورد. در نهایت؛ برند خوبی بسازید و به تصویر خود متعهد باشید. اعتماد از طریق تکرار به دست خواهد آمد.

**استفاده مناسب از منابع**

شاید شما با اهمیت تره‌بیندی شرکت‌ها آشنا باشید، ولی شاید منابع و زمان لازم را برای ایجاد محتوای جدید، موثر و مفید برای وب‌سایت خود در اختیار نداشته باشید. در چنین حالتی، بهترین راه استفاده از خدماتی مانند گوگل و بینگ (Bing) است، تا به این ترتیب بدون استفاده از کلمات کلیدی رایج و پرکاربرد در صدر لیست موتورهای جست‌وجوگر قرار بگیرید. چنانچه بودجه کافی برای تبلیغات دارید، ولی زمانی برای تولید محتوا در اختیار ندارید، این یک روش مناسب برای استفاده از منابع است. ولی اگر بودجه کافی برای تبلیغات ندارید، شاید انجام یک تبلیغات گران قیمت تلویزیونی منطقی نباشد. یک کمپین تبلیغاتی در فیس‌بوک راهی بسیار موثرتر خواهد بود، زیرا شما به این ترتیب هزینه‌های روزانه خود را کنترل خواهید کرد.منابع موجود را صادقانه ارزیابی کنید و از آنها برای رشد تجارت خود کمک بگیرید.

**حضور در بهترین نقاط**

حدس سلیقه و نیاز مشتری عملی بسیار خطرناک است. برای مثال، چنانچه شما به یک برنامه رادیویی خاص علاقه دارید و حدس می‌زنید که مشتری نیز به آن علاقه خواهد داشت، شاید بودجه خود را روی یک تبلیغ رادیویی گران قیمت، بی‌فایده و اشتباه هزینه کنید. اگر بودجه شما در مکان اشتباهی هزینه شود، سرمایه شما به هدر خواهد رفت. شما باید مشتری خود را بشناسید. پس پرسشنامه طراحی کنید، وب‌سایت‌های شلوغ را شناسایی کنید، کتاب و مجله مورد علاقه مشتری را بشناسید، برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی پرترفدار آشنا شوید. هنگامی که تبلیغ با درک مناسبی از مشتری همراه شود، مشتریان بیشتری، حتی در سطح بین‌المللی، جذب خواهید کرد.

**نکات نهایی**

راه‌های بسیاری برای کسب درآمد از طریق تبلیغات وجود دارد. کلید انجام این کار درک مشتری، شناسایی سرگرمی‌های پرترفدار و اختصاص منابع به این کانال‌های خاص خواهد بود. تبلیغات را به هیچ عنوان نادیده نگیرید. شما باید به رویکرد خود دقت کنید و در زمان مناسب، در مکان مناسب حضور داشته باشید.
**منبع: entrepreneur**

اهمیت داستان اصیل در فرآیند برندسازی Levi’s

# هر برند داستانی منحصر به فرد دارد



به سراغ Sub Rose آمد. در حقیقت آنها به وسیله همکاری با افراد شاخص در زمینه تبلیغات در کانون توجه قرار گرفتند. از اینجا به بعد Levi’s به کمک ما به منظور تبدیل این توجه به یک اقدام تبلیغاتی مفید نیاز داشت.

کار ما اطمینان از این نکته بود که پس از جلب توجه مخاطب‌ها اقدامی درست در زمینه ایجاد رابطه‌ای عمیق میان مخاطب و برند Levi’s صورت پذیرد. چنین چالشی در عین پیچیدگی جذابیت خاصی نیز برای دست‌اندرکاران Sub Rose دارد. بر همین اساس ما ابتدا به سراغ برند Levi’s در صورتی که از مدت‌ها قبل می‌شناختیم، رفتیم. برای بسیاری از افراد برند Levi’s یک تولیدکننده پارچه کتان و شلوارهای جین با سطح قیمتی منصفانه است. محصولات شرکت در سال‌هایی نه چندان دور در تن ستاره‌هایی نظیر مارلون براندو، استیو مک‌کوین و بعدها ستاره‌های موسیقی راک مانند رولینگ استونز و رامونز خوندنمایی می‌کردند. با این حال متأسفانه Levi’s دوران طلایی‌اش را به دست فراموشی سپرده بود. ما کارمان را با کندوکاو پیرامون دوران پیش از مارلون براندو شروع کردیم. در حقیقت Levi’s از سال ۱۸۵۳ مشغول فعالیت است. آنها در این مدت دراز و تا پیش از عصر مارلون براندو چه اطلاعاتی از تعامل با مشتریان‌شان دریافت کرده‌اند؟ آیا چنین اطلاعاتی می‌تواند پایه داستانی اصیل را برای آنها بگذارد؟



به رعایت انصاف باید گفت که برند Levi Strauss یکی از برندهای پیشرو در زمینه کسب‌وکار محسوب می‌شود. آنها تداعی‌گر افراد شجاعی هستند که در اوج دوران جست‌وجوی طلا در سال ۱۸۴۹ مدت زیادی را در سرزمین‌های ناشناخته حوالی کالیفرنیا برای کشف طلا سپری کردند. این افراد در تاریخ آمریکا به عنوان کسانی که برای دستیابی به هدف خود از جان‌شان مایه گذاشتند، شناخته می‌شوند. بی‌ترید چنین مردهای مصممی نیازمند شلوارهای بسیار محکمی بودند. Levi Strauss دقیقاً با هدف تأمین این نیاز یا به عرصه کسب‌وکار گذاشت.

در طول دهه‌های بعد از آن Levi’s همچنان به تولید شلوارهای جین با کیفیت و ارزان برای گروه‌های زحمتکش ادامه داد. گروه‌هایی نظیر کارکنان کارخانه، کشاورزان، کارگران و تمام افراد دست‌اندرکار ساختمان‌سازی به شلوارهای Levi’s همچون جزئی اساسی از فرآیند کار نگاه می‌کردند. در واقع این شلوارها به بنای آمریکای امروزی کمک شایانی کردند. در اینجا وظیفه ما ارائه داستانی جذاب و گیرا پیرامون سنت قدیمی Levi’s بود. البته این داستان باید به گونه‌ای جذاب برای نسل جدید روایت می‌شد.

**در جست‌وجوی طلا**

در فرآیند تلاش برای جذب مخاطب جدید با پرسش‌های جدی مواجه شدیم: پیشگامان عصر مدرن ما چه کسانی هستند؟ در هر صورت اکنون دیگر خبری از پویندگان طلای دو قرن پیش نیست. همچنین مشاغل سخت و طاقت‌فرسا نیز به آن سوی مرزها منتقل شده است. در واقع ما به دنبال گروهی سخت‌کوش به منظور معرفی‌شان در قالب قهرمانان سخت‌کوش عصر مدرن بودیم.

پس از گذشت چند هفته ما برنامه‌ای به نام کارگاه‌های Levi’s را طراحی کردیم. سپس ادامه کار را به اریک و تیمش سپردیم. در آن هنگام ما اعتراف کردیم که تنها ۷۵درصد برنامه را توسعه داده‌ایم. بقیه ماجرا برعهده تیم اریک بود. در واقع ترجیح همه ما باز ماندن ۲۵درصد باقی‌مانده بود. به این ترتیب همه ما شبیه پویندگان طلا درگیر ماجرای ناشناخته می‌شدیم.

با یکدیگر، دو تیم فعال در زمینه برند Levi’s بدل به واحدی متحد شدند. در واقع هنگامی که ما به دنبال پیشگامان عصر مدرن می‌گشتیم، منظورمان پیرمرد دریانوردی با تکه‌ای تیناکو گوشه لیش نبود. هدف ما گروه‌های هنری، طراح‌ها، معلم‌ها و معمارها بود. هنگامی که ما شعار «به پیش» را برای کمپین Levi’s انتخاب کردیم، به روحیه تلاش، زحمت و کار بی‌وقفه توجه داشتیم. هدف ما جلب توجه و تعامل سازنده با مشتریان از دل چنین تصویرسازی و کاربرد زبان مشترک بود. در حقیقت، ریشه‌های اصلی برند سنگ‌بنای زبان مشترک در حساب می‌آمدند. همین امر اعضای تیم را به یکدیگر نزدیک‌تر کرد. به عبارت دقیق، همه ما در تلاش برای بازآفرینی نوستالژی قدیمی Levi’s به شیوه‌ای مدرن بودیم.

در کمتر از چند ماه تیم آماده افتتاح اولین کارگاه Levi’s در قلب سانفرانسیسکو بود. دلیل اصلی انتخاب این شهر شهرت آن به طراح‌های مشهورش بود. در واقع ما قصد انتقال احساس خلق آثار جدید به مخاطب را داشتیم. بدین ترتیب آنها پیشگامان عصر جدید به حساب می‌آمدند.

نخستین گام جدی ما در زمینه تحقق کمپین Levi’s جست‌وجو و همکاری با پیشگامان منطقه خلیج در نزدیکی ساختمان اصلی شرکت بود. در این زمینه نویسنده مشهور «دیو اِگِرز» با تأسیس مؤسسه‌ای ویژهٔ تعلیم نویسندگی به کودکان نظرم‌ان را جلب کرد. دیو در این مؤسسه کوچک اصول اساسی نویسندگی را به کودکان علاقه‌مند یاد می‌داد. نِسوآوری جالب دیو در این زمینه ما را به همکاری با وی علاقه‌مند کرد.

پس از دیو نوبت به آلیس واترز رسید. وی با اهداف عام‌المنفعه در زمینه طراحی چهره‌های هنری روی تقویم Harvest فعالیت دارد. وی به منظور کمک به نیازمندان معمولاً مراسم‌های ویژه برگزار می‌کند. در این مراسم‌ها آلیس طراحی‌های خود را برای علاقه‌مندان امضا می‌کند و آنها را به فروش می‌رساند. همکاری Levi’s با آلیس وی را به دومین پیشگام ما بدل ساخت.

به لطف برنامه‌ای که ما برای Levi’s طراحی کردیم، آنها پیشگامان عصر جدیدشان را شناسایی کردند. سپس در قالب برنامه کارگاه Levi’s به حمایت از آنها پرداختند. در پایان تصویر مورد نیاز برای جذب مجدد مخاطب به دست آمد. در این تصویر برند Levi’s جایگاهش را به عنوان حامی پیشگامان هر عصر بازیافت. در حقیقت Levi’s با کمپینش ثابت کرد از دوره پویندگان طلا تا امروز همیشه در کنار افراد زحمتکش و به عبارتی قهرمان‌های دوران ایستاده است. همکاری ما با Levi’s به خوبی اهمیت نگاه به ریشه‌ها و خلق داستان اصیل برند را مشخص کرد. باید اعتراف کرد که اغلب برندها به مانند Levi’s سابقه‌ای طولانی ندارند. با این حال بی‌تردید هر برند داستان منحصر به فردش را دارد. بنابراین باید به سراغ داستان‌های اصیل‌مان در فرآیند برندسازی برویم.

**منبع: hubspot**

## ایستگاه بازاریابی

## اشتباهاتی که هنگام عقد قرارداد با مشتری

## رخ می‌دهد

درس گرفتن از اشتباهات دیگران می‌تواند تا حد زیادی فرآیندهای کسب‌وکار مثل عقد قرارداد را بهبود دهد. تجربه بهترین معلم است به شرطی که بخواهید از خطاهای دیگران درس بگیرید. اغلب افراد با انجام کارها و آزمون و خطا پی به اشتباهات خود می‌برند، اما عده‌ای دیگر برای مرتکب نشدن اشتباه به دنبال روش‌های ساده‌تر هستند. آنها با بررسی تجربیات، کارها و سخنان اطرافیان خود به اشتباهات و باید و نبایدهای کسب‌وکار پی می‌برند. لیزا پرامیس به مدت هشت سال است که به‌عنوان مشاور بازاریابی و استراتژی استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوظهور فعالیت می‌کند. او به‌عنوان مؤسس و مشاور گروه Promise consulting یا LLC کل قراردادها، فاکتورها، حساب‌ها، مالیات خود را کنترل می‌کند. او با داشتن بیش از ۲۰ مشتری در چند سال گذشته توانسته درس‌های زیادی را از آنها یاد بگیرد. معمولا کار یک مشاور تازه‌وارد به‌ویژه برای کنترل قراردادها و دستمزدها دشوار است. هدف پرامیس اشتراک‌گذاری تجربیات و اشتباهات گذشته خود با دیگران است تا به این صورت بتواند به بقیه در اجتناب از این خطاها کمک کند.

## ۱. نبود یک قرارداد مکتوب

آیا جمله حرف من سند است معنایی برای شما دارد؟ برای بسیاری از افراد صرفا بیان این جمله کافی نیست. قراردادهای کلامی را می‌توان به‌عنوان یک تأیید اولیه از سوی مشتری به‌حساب آورد نه تأیید نهایی. سعی کنید قراردادهای خود را به شکل مکتوب دریاورید. یک قرارداد بنویسید که هر دو طرف آن را امضا کنند (شما و مشتری). هر تغییری در توافق باید به شکل ضمیمه مکتوب به آن الحاق شود یا این‌که حداقل در قالب یک ایمیل مستند برای تغییرات وجود داشته باشد.

## ۲. استفاده از ساختار نرخ اشتباه

پرامیس می‌گوید در گذشته به صورت هفتگی، ساعت‌هایی را برای ملاقات با مشتری در نظر می‌گرفت. در نهایت هفته موعود سررسید و کار هم در حال پیشرفت بود، اما درخواستی از مشتری نیامد. این یعنی نمی‌توانستیم به کار ادامه داده و به دلیل نکردن این زمان، نمی‌توانستیم صورت‌حسابی را صادر کنیم. به این صورت نمی‌توان درآمد سالانه (حتی هفتگی) را کنترل کرد. سعی کنید ساختار پرداخت مخصوص به خود را بسازید. برای مثال این ساختار می‌تواند بر مبنای پرداخت ساعتی باشد. پرامیس توافق کرده بود کار را در طی ساعات‌های به‌خصوص با یک نرخ ثابت به انجام برساند. در نتیجه او بر اساس زمان توافق شده کار خود را انجام می‌داد و در ازای آن دستمزد خود را دریافت می‌کرد.

## ۳. نبود بند مربوط به خروج در قرارداد

گاهی با تمام تلاش‌های انجام‌شده در جهت جلب مشارکت مشتری، توافق به شکل غیرمنتظره‌ای به پایان می‌رسد. در دنیای مشاوره، احتمال پایان پروژه وجود دارد و اغلب اوقات افراد به صورت تمام‌وقت استخدام می‌شوند. اما پر کردن این شکاف برای یک پروژه از دست‌رفته نیاز به زمان دارد. قرار دادن بند یا شرایط خروج باعث می‌شود طرفین به‌راحتی بتوانند برای کارهای آینده خود برنامه‌ریزی کنند. مشتری در صورت تمایل به پایان قرارداد از قبل هشدار می‌دهد، بنابراین شما زمان لازم را برای دستیابی به چشم‌اندازهای پروژه آینده خود خواهید داشت. معمولا مهلت ۳۰ روزه برای خروج در صنایع، مهلت استاندارد است.

## ۴. نبود شرایط پرداخت

ممکن است به‌عنوان یک کارمند، چک‌های پرداختی با بازه‌های پرداخت هفتگی یا دوهفته یکبار داشته باشید. شرکت‌ها معمولا با مشاورها یا افرادی که به صورت پروژه‌ای برای آنها کار می‌کنند، رفتار یکسانی ندارند؛ برای مثال در بعضی شرکت‌ها اشخاص ثالث، در آخرین اولویت پرداخت حقوق قرار می‌گیرند. شرکت‌ها معمولا حقوق کارمندان تمام‌وقت خود را در اولویت قرار می‌دهند؛ بنابراین ممکن است توافق net ۳۰ شما دو، چهار یا چند هفته بعد پرداخت شود (توافق net ۳۰ به طرح قراردادی گفته می‌شود که بر اساس آن حقوق در بازه‌های سری‌روزه پرداخت می‌شود). برای مثال دستمزد کاری که در اردیبهشت انجام داده‌اید ممکن است حتی در بهترین حالت تا ماه مرداد هم پرداخت نشود. پرداخت ۱۵ روزه بهترین روش پرداخت است. برای مشاورها هم نباید شرایط پرداخت متفاوت با یک کارمند تمام‌وقت باشد. کارمندان پروژه‌ای هم باید از حقوق یکسان با بقیه کارکنان برخوردار باشند. پرداخت در بازه‌های زمانی دوهفته یکبار ارزش و مزیت کار را حفظ می‌کند.

## ۵. در نظر گرفتن بندی در مورد آخرین حقوق و دستمزد

بعضی مشتریان پرداخت فاکتور را از چند روز تا چند هفته به تعویق می‌اندازند. بدترین نمونه آن شش ماه است. پرامیس بر اساس روش حسابداری خود (تعمدی) مالیات‌ها را در نظر می‌گیرد و مجموع آنها غیرقابل چشم‌پوشی است (مطمئن شوید قبل از شروع کار در مورد سود و زیان روش‌های حسابداری تحقیق کرده باشید) تنها یک بند حل اختلاف در توافقی خود در نظر بگیرید، بلکه تمام بندهای موجود را در صورت عدم پرداخت مشتری، مکتوب کنید. در صورت عدم دریافت دستمزد، نباید از شما انتظار ادامه کار داشته باشید و جمع شدن بدهی‌های پرداخت نشده می‌تواند در آینده مشکل‌ساز شود، بنابراین بهتر است بند یا شرایط مشخصی را در مورد مجموع بدهی (از طریق سازمان یا وکیل خود) به قرارداد اضافه کنید.

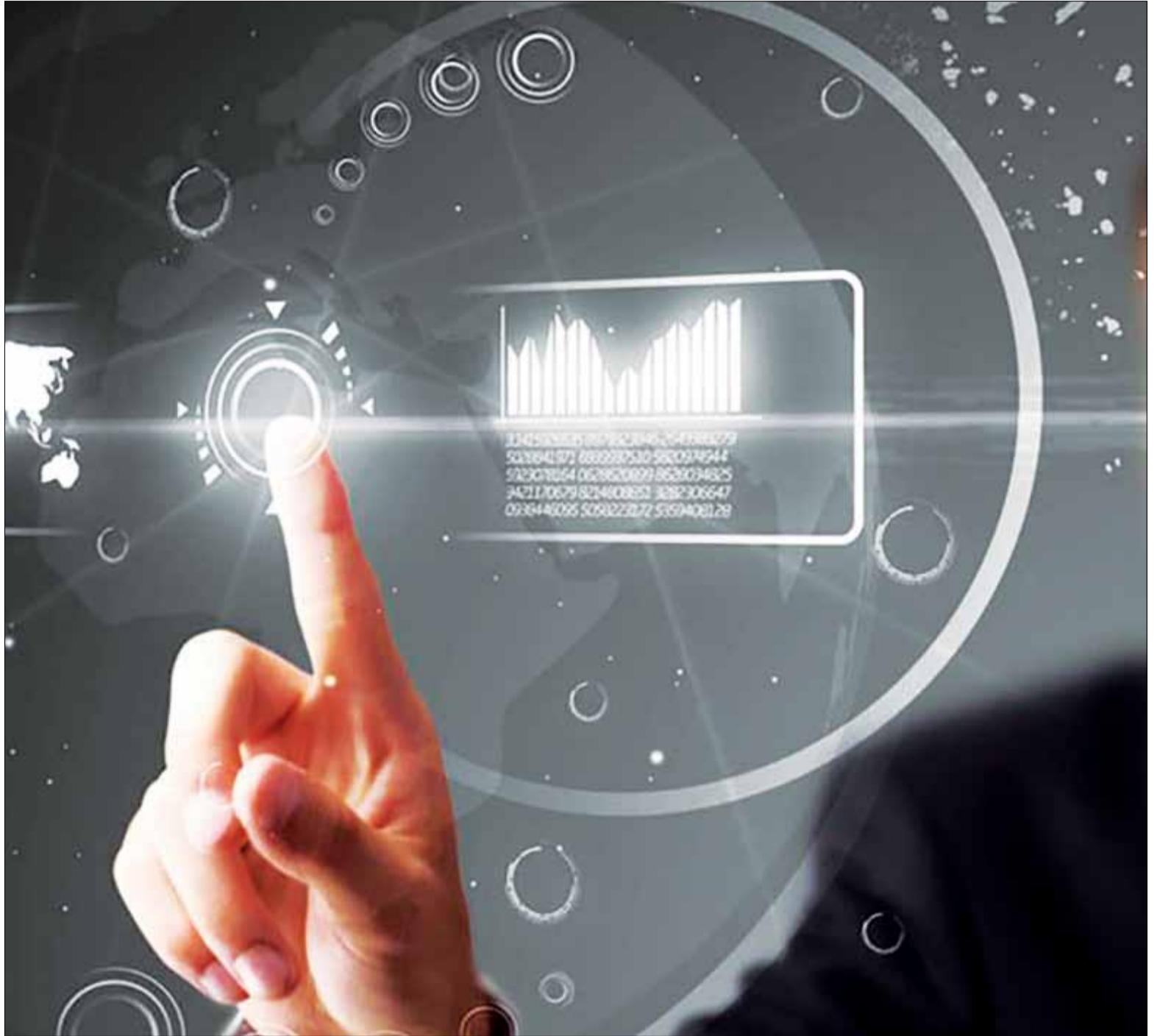
## ۶. عدم استفاده از یک الگوی قرارداد

اغلب اوقات، الگوی قرارداد را می‌توان برای عقد هرگونه قرارداد با مشتری‌های جدید به کار برد. این الگو آشناسنت و از منافع شما و مشتری حمایت می‌کند. همیشه سعی کنید تا آنجا که می‌توانید روی الگوی قرارداد خود کار کنید. نداشتن الگو باعث می‌شود حل مشکلات و شناسایی گزینه‌های موجود برای تان دشوارتر شود. همیشه مطمئن شوید شرایط کلیدی را در قرارداد خود در نظر گرفته‌اید. فقط به هشدارهای موجود در قرارداد طرف مقابل بسنده نکنید، بلکه مطمئن شوید در صورت درست پیش رفتن امور، مورد حمایت قرار خواهید گرفت. بر اساس این شش نکته می‌توانید تا حد ممکن از خطا و اشتباه در عقد قرارداد جلوگیری کنید. اگر همیشه خود را برای بدترین شرایط آماده کنید، ادامه کار برایتان آسان‌تر خواهد بود. هرچقدر بیشتر با امور حسابداری، قراردادها و امور داخلی کسب‌وکار خود آشنا باشید، با آمادگی بیشتری وارد قراردادهای جدید خواهید شد. همچنین نسبت به مشتری‌های بالقوه حرفه‌ای‌تر عمل می‌کنید. از کمک خواستن نرسید، اگر شک دارید سعی کنید همیشه با یک وکیل یا راهنمای قابل‌اعتماد مشورت کنید.

هر تلاش جدید، به تجربه شما اضافه می‌کند و پیشرفت خود را در طی مسیر کاری خواهید دید. راه‌اندازی کسب‌وکار مسئولیت بزرگ و در عین حال سودبخشی است. تا جایی که ممکن است سوال پرسید، اطراف خود را بررسی و مشاهده کنید و تجربیات خود را با دیگران به اشتراک بگذارید.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

## محتوای باکیفیت و مداوم تنها راه بازاریابی کسب‌وکار شما



احتمال زیاد می‌گذارند و می‌روند که این به ضرر نرخ دفع و درآمد خاصی شما تمام خواهد شد.

انتخاب‌های آینده آنها چه می‌شود؟ آیا به دوباره به وب‌سایت شما سر خواهند زد؟ برگشتن آنها عمدتا به خود فرد و علاقه‌اش به محصولات شما بستگی دارد. اما اگر برگردند، دوست ندارند دوباره با همان محتوای خسته‌کننده قبل روبه‌رو شوند. لذا اهمیت به‌روزرسانی محتوا اینجا مشخص می‌شود. مردم همیشه به دلیلی نیاز دارند که به خاطر آن برگردند، پس با به‌روزرسانی محتوای خود این دلیل را به آنها بدهید. اگر هزارچند گاهی که به وب‌سایت شما سر می‌زنند به‌روز باشد، خواهند دید که شما با جدیت به نیازها و خواسته‌های آنان توجه دارید. از دید مصرف‌کنندگان، به‌روز بودن نشانه خوبی است.



## چرا باید محتوا را تازه نگه داشت؟

احتمالا الان دارید از خودتان می‌پرسید این قضیه تمامی ندارد؟ پس کی می‌شود یک نفس راحت کشید؟ اول که مجبور شدید راهکار کلمات کلیدی را کنار بگذارید و بنشینید محتوای خوبی تولید کنید که کلمات کلیدی را خودبه‌خود درونش داشته باشد. باز حالا می‌گویید باید آن محتوا را به‌روزرسانی هم بکنید؟ در نظر داشته باشید که دنیای سنو، بازاریابی و به‌طور کلی اینترنت همواره در حال تغییر است و شما هم باید همگام با آن پیش بروید.

گوگل مرتبا در حال خزیدن در وب‌سایت‌ها است تا ببیند کدام یک لیاقت بالا رفتن را دارد و کدام یک را باید نزل دهد.

## به قلم: مایکل برنو

مترجم: حمید پرامبور

آن قدیم‌ها بازاریابی عمدتا با ردیف کردن کلمات کلیدی انجام می‌شد. هر کسی چند کلمه کلیدی برمی‌داشت و در هر جایی از وب‌سایتش که می‌توانست می‌چپاند، اما اگر هم‌زمان با دنیای سنو (بهینه‌سازی موتور جست‌وجو (SEO) جلو آمده باشید، حتما اطلاع دارید که روش قبلی دیگر کارساز نیست. حال دیگر آن روش قدیمی به مزاج گوگل خوش نمی‌آید. البته آن زمان هم گذشت که می‌شد کلمات کلیدی را طوری چید که مشکل‌ساز نشود و قسر در رفت. گوگل هم همانند مصرف‌کنندگان به دنبال محتوای باکیفیت است.

تا به حال وب‌سایتی به پست‌تان خورده است که توضیح درستی در خصوص خدماتی که ارائه می‌دهد نداده باشد؟ یا اصلا کسب‌وکارشان را معرفی نکرده باشد و هویت‌شان مشخص نباشد؟ به احتمال زیاد حس خوشایندی نسبت به این وضع نداشته‌اید و وب‌سایت را ترک کرده‌اید. ما مصرف‌کنندگان دوست داریم محتوایی که در یک وب‌سایت می‌خوانیم در عین جذابیت، نامربوط به آنچه مدنظر ماست نباشد. در ضمن خوش‌مان هم نمی‌آید که هدف بازاریگرمی و کلمات کلیدی عجیب و غریب قرار بگیریم. بات‌های خزنده گوگل هم همین اخلاق را دارند. الگوریتم جدید گوگل در وب‌سایت شما می‌خرد و معین می‌کند محتوای شما مرتبط، خواندنی و محسوس‌کننده هست یا خیر. این مسئله اگرچه شاید کمی ترسناک به نظر برسد، اما بسیار حائز اهمیت است.

## چرا محتوا مهم است؟

محتوا فقط مهم نیست، بلکه مهم‌ترین چیز است. چراکه در نهایت این محتوای شماست که فروش به ارمان می‌آورد. یک محتوای خوب، مرتبط و مستدل، وب‌سایت شما را در میان انبوه رقاباتی که همگی به دنبال کسب کانون توجه در صنعت شما هستند، برجسته می‌کند. هم مصرف‌کنندگان و هم موتورهای جست‌وجو هر دو دنبال محتوای باکیفیت می‌گردند. هر صفحه اضافی محتوای باکیفیت نقش یک صفحه فرود یا معبر جدید را برای مصرف‌کنندگان ایفا می‌کند که از طریق آن شما را پیدا کنند.

وقتی محتوای وب‌سایت خود را باکیفیت نگه دارید، به عنوان یک متخصص در صنعت خود شناخته خواهید شد. خلاصه اینکه مردم به افراد و شرکت‌هایی اعتماد می‌کنند که معتبر، قابل اطمینان و آگاه به امور باشند و گرد آنان جمع می‌شوند.

آخرین وب‌سایتی را که به آن سر زده‌اید به یاد بیایید. چه مدت در آن وب‌سایت ماندید؟ مردم معمولا سرشان شلوغ است. یا کار دیگری دارند، یا شاید کلا آدم بی‌تایی هستند. اگر چیزی را که دنبالش هستند به آنها عرضه نکنید و محتوای لذت‌بخشی برای‌شان مهیا نکنید، به

## رهبری



## از گفتن این ۳ جمله به تیم خود پرهیز کنید

به قلم:مارک کروپا
مترجم:تسیم حسینی

من هم به عنوان کسی که کسب‌وکارهای متعددی را راه‌اندازی کرده، آزمون و خطاهای خودم را داشته‌ام و در انتقال پیام موردنظرم با مشکلاتی مواجه بوده‌ام. حتی در این مسیر آدم‌های خوبی را هم از دست داده‌ام. با همه اینها، وجود همین چالش‌ها و منحنی‌های یادگیری بوده که من یک رهبر ساخته‌ام.
یک بار که فرصتی برای ارزیابی خودم و صحبت‌هایم با تیم‌ام داشتم، متوجه شدم با بعضی چیزهایی که می‌گویم و شیوه‌ای که برای رساندن منظورم دارم ممکن است برخی افراد گروهم را از دست بدهم.

هنگام راه‌اندازی یک کسب‌وکار، آنقدر درگیر و گرفتار می‌شوید که به آسانی تمرکز خود را بر پرورش افرادتان یا گوش‌دادن به حرف‌های‌شان از دست می‌دهید. در واقعیت، همین افراد تیم‌تان هستند که نقشی اساسی در موفقیت هر چه بیشتر شما دارند. عبارت‌های متداولی هست که در صورت بیان آنها ممکن است اثر مخربی بر کارکنان خود بگذارد. در اینجا به سه جمله اشاره می‌کنیم که باید به زبان آوردنشان را کنار بگذارید.

### ۱- بعدا در موردش حرف می‌زنیم

وقتی به کسی می‌گویید «بعدا در موردش حرف می‌زنیم»، نه‌تنها ارزش چیزی را که می‌خواهد بگوید پایین می‌آورید، بلکه به او نشان می‌دهید حرف‌هایش در آن لحظه هیچ اهمیتی برای‌تان ندارد. علاوه‌براین هر چقدر هم که حافظه خوبی داشته باشید و در نزد دیگران قابل اطمینان باشید، ممکن است فردا موضوع را فراموش کنید. البته که مسلما این فراموشی عمدی نیست، اما به هر حال پیش می‌آید، همه ما مشغولیات ذهنی بسیاری داریم و ممکن است مسائل را از خاطر ببریم.

بنابراین یادتان باشد به حرف‌های کارمندان خود گوش کنید. همان روز در مورد ایده‌های‌شان صحبت کنید، نه اینکه بگویید «بگذار فردا در موردش حرف بزنیم». اگر صادقانه وقتی برای صحبت ندارید، راه‌حلش ساده است؛ برایش وقت خاصی معین کنید. با گفتن چیزی مثل «این مسئله برایم مهم است. ممنونم که ایده‌هایت را با من در میان می‌گذاری. چه وقت مناسب دیگری هست که بتوانیم بنشینیم و مفصل درباره‌اش حرف بزنیم؟» بگذارید کارمندان بدانند که برای شما اولویت دارد.

اگر مجبورید گفت‌وگو را به تعویق بیندازید، زمان دقیقی را برای ملاقات با او تعیین کنید. این کار به او نشان خواهد داد که ایده‌ها و نظراتش جدی گرفته می‌شوند، راه‌های ارتباطی جدیدی پیش روی‌تان می‌گذارد، او را از قدردانی شما نسبت به مشارکت او آگاه می‌کند و امکان بروز خلاقیت در محل کار را فراهم می‌کند.

### ۲- بعدا یادم بینداز

به شخصه، شدیداً با این جمله مخالفم. من هم چنین چیزی می‌گفتم و بله، با گفتنش مثل یک «رنیس» واقعی به نظر می‌رسیدم که مهم‌تر از اینها بود که خودش قرار ملاقات‌هایش را تنظیم کند یا خودش چیزی را به خاطر بسپارد. این جمله هم مانند جمله قبلی شخصی را که در حال صحبت با شماست کوچک می‌کند. می‌تواند آنها را به این پرسش وادارد که شما چه اولویت‌هایی دارید و به چه نظرانی ممکن است اهمیت بدهید. در چنین وضعیتی فضایی که مناسب شکوفایی کارمندان باشد خلق نمی‌شود. احتمالاً در محل کار شاهد تضعیف روحیه و خلاقیت کمتر کارمندان خواهید بود و سرانجام خیلی زود خواهید دید که دیگر کسی نزدتان نمی‌آید.

اگر برای کارمندان خود اهمیت قائلید، باید بتوانید کارهای خود را اولویت‌بندی و به خود یادآوری کنید. بلازم هم از جمله جایگزینی که در بالا پیشنهاد کردم استفاده کنید. آشکارا ابراز کنید که می‌خواهید درباره موضوع صحبت کنید یا قرار ملاقاتی با آنها بگذارید. کار ساده‌ای است؛ فقط هرگز فراموش نکنید که از کجا آمده‌اید. شما هم یک روزی برای خودتان یا برای دیگران قرار ملاقات می‌گرفته‌اید. این امتیاز را از دست ندهید. کارمندان زحمات شما را خواهند دید و شاهد فروتنی شما در نحوه برخوردتان با افرادی که برای هدف مشترکی کار می‌کنند خواهند بود.

### ۳- «یک لطفی برایم می‌کنی؟»

اگر صادقانه نیاز به کمک کسی دارید و در آینده محبتش را جبران می‌کنید، می‌توانید از این جمله استفاده کنید. اما پذیرفتنی نیست که خودتان دست به کاری زنید و از کارمندان بخواهید کاری برایتان انجام دهد. وقتی از کسی تقاضای لطفی می‌کنید، بی‌آنکه قصدی برای جبران آن داشته باشید، شخص متوجه آن می‌شود و احساس می‌کند مورد سوءاستفاده قرار گرفته است. خوب است همیشه لطف شخص را با لطف و مساعدت نه‌تنها به خود او بلکه به همه اطرافیان جبران کنید.

برای مثال، اگر از همسرتان تقاضایی کنید، مثلاً پولی قرض بگیرید، معمولاً آن را پس می‌دهید یا سعی می‌کند لطفش را جبران کند. برخوردتان با کارمندان هم باید همین‌طور باشد. اطمینان حاصل کنید برای جبران کوچک‌ترین محبت آنها نهایت تلاش خود را می‌کنید. کارمندان متوجه این تلاش و توجه شما شده و دلیل بیشتری برای تبعیت از شما پیدا می‌کنند. با همه اینها، افراد باید بدانند این شماست که در مقام مدیر تصمیم‌گیرنده هستید. لازم است واژه «لطف» را از دایره واژه‌گان خود کنار بگذارید. کارمندان برای کاری که انجام می‌دهند استخدام شده‌اند و پول می‌گیرند، پس هرگز نباید اشاره کنید فرد دیگری را برای انجام کارهای‌شان به آنها بدهکارید. وقتی انتظارات و معیارها را مشخص می‌کنید، مسیر رابطه به رویتان گشوده می‌شود. این کار نه‌تنها به نفع خودتان بلکه به نفع کارمندان‌تان هم خواهد بود. این کار به روشنی حد و مرز انتظارات را معین کرده و مشخص تصمیم‌گیرنده را به همگان می‌شناساند؛ برای انجام شدن کارها نیازی نیست کسی به کسی لطف کند. وقتی شیوه محبت با کارمندان خود را تغییر می‌دهید و درهای رابطه را باز می‌کنید، فضای کاری سالمی را رقم می‌زنید. وقتی کارمندان‌تان پشت شما هستند و به حرف‌های‌تان ایمان دارند، می‌توانید به اهداف بیشتری تحقق ببخشید. به عنوان کسی که هنوز هم در عرصه رهبری در حال یادگیری است، هنوز چیزهایی هستند که باید روی‌شان کار کنم، چون کامل و بی‌نقص نیستم. با این حال، پس از اینکه دیدم کارمندان شایسته‌ام شرکت را ترک می‌کنند به شناسایی و اصلاح مشکلات پرداختم و حالا می‌توانم با اطمینان بگویم که این سه جمله احتمالاً بزرگ‌ترین موانع ارتباطی هستند که باید بر آنها غلبه کنید. من توانستم این موانع را از روی زبان بدن کارمندان و مصاحبه خروج آنها شناسایی کنم. هر کارمند و هر مکالمه‌ای متفاوت از بقیه خواهد بود، بنابراین به واکنش‌ها و پاسخ‌های کارمندان خود توجه کنید. نحوه ارائه این سه جمله کلید پیروزی شما خواهد بود.

منبع: forbes

# حفظ تمرکز با ایجاد برنامه زمانی انعطاف‌پذیر



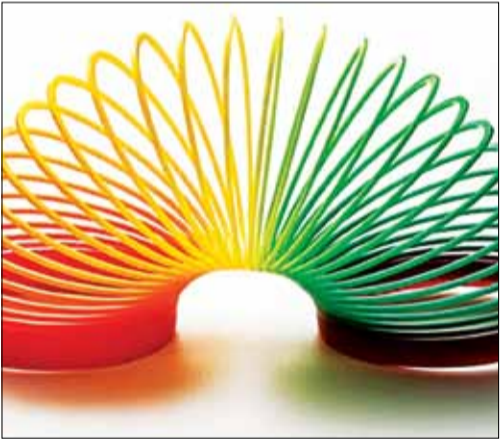
به حمام کردن و پوشیدن لباس آراسته عادت کنید. شما واقعا این کار را برای خودتان انجام می‌دهید. من حتی مطمئن نیستم این کار بهره‌وری شما را بیشتر می‌کند یا نه، اما حتما معیارهایی ارائه می‌دهد که در برگزیده این پیام است: روز کاری شروع شده است!»

فرستادن این سیگنال‌ها برای خود، هرقدر هم که احماقانه به‌نظر برسد، می‌تواند آینده کاری و نگرش شما به کارتان را تا حد زیادی پیشرفت دهد. در واقع محققان دریافته‌اند پوشیدن لباس رسمی، با توانایی یک فرد برای مشغولیت به افکار انترزاعی مرتبط است و این کار برای افراد، به‌خصوص بازاریابان و دیگر متخصصان خلاق، اثر مثبتی دارد.

### ۳- یک توقف کامل در روز کاری داشته باشید

با همین حساب، لازم است این را نیز بدانید که چه‌زمانی دست از کار بکشید. داشتن یک برنامه کاری نامتعرف، به‌خصوص درمورد دور کاری، اغلب می‌تواند مردم را از علامت‌های محیطی نشان‌دهنده پایان کار – مانند رفتن به خانه – محروم کند.

لانتز می‌گوید: «همانطور که لباس پوشیدن در هنگام صبح این پیام داخلی را می‌فرستد که روز کاری شروع شده است، شما لباس خواب می‌پوشید تا این پیام را برسانید که روز کاری پایان یافته است». در غیر این‌صورت فراموش خواهید کرد که در چه ساعتی و درنهایت چه روزی از هفته به‌سر می‌برید و این امری ترسناک است.»



حال چگونه بدون ساعات‌های مقرر وضع‌شده توسط کارفرمای‌تان، توقف کامل روز کاری را اجرا می‌کنید؟ یک راه‌حل آسان، کوک کردن ساعت است. همانطورکه برای بیدار شدن از زنگ ساعت استفاده می‌کنید، می‌توانید برای اتمام روز کاری نیز از آن بهره ببرید. ساعت را برای زمانی کوک کنید که به شما چند دقیقه وقت دهد کار در دست انجام خود را تمام کنید تا لازم نباشد در میانه آن ناگهان متوقف شوید.
۴- از تقویم خود مانند یک فهرست انجام کار استفاده کنید
زمانی‌که از استقلال زیادی برخوردار باشید، احساس نکردن زمان صرف‌شده برای تنها یک‌کار، امری آسان است. زمانی‌که کارفرما ساعات کاری را وضع نمی‌کند، به‌راحتی می‌توان این‌طور فکر کرد که «من وقت زیادی برای کار روی این پروژه دارم»، اما بعد به ساعت نگاه می‌کنید و متوجه می‌شوید که روز تقریباً به اتمام رسیده است. به این دلیل است که هورنرسن پیشنهاد می‌دهد از تقویم خود مانند یک فهرست انجام کار استفاده کنید. با ایجاد دعوت تقویمی (calendar invites) برای تکمیل وظایف روزانه، به این دو عامل دست می‌یابید:

۱- یادآوری وظایف‌تان، به‌خصوص اگر زمان انجام آنها را با زنگ هشدار تنظیم کنید.
۲- مدیریت وقت خود و تعیین مقدار زمانی‌که می‌توانید به هر کار اختصاص دهید.

ما همچنین پیشنهاد می‌کنیم برای اوقات استراحت و «توقف کامل»، از همین طریق برنامه‌ریزی کنید.

### ۵- خطوط ارتباطی را باز نگاه دارید

گفته شده است یکی از بزرگ‌ترین موانع کارفرمایان برای فراهم آوردن یک برنامه کاری انعطاف‌پذیر، تردید مدیریت است. بسیاری از مدیران باور دارند که اگر واقعا نتوانند کارمندان خود را ببینند، این افراد عملاً کاری انجام نمی‌دهند.

حتی اگر موضوع این نباشد، حفظ ارتباط خوب با کارفرمای‌تان – حتی درصورتی‌که در محلی یکسان نباشید– اشکالی ایجاد نمی‌کند. او را در جریان روند کار و اقدام قابل‌تحويل قرار دهید – این کار به ایجاد اعتماد و اطمینان مجدد به اینکه ساعت‌ها از وقت کاری خود را صرف تماشای سریال‌های تلویزیونی نمی‌کنید، کمک خواهد کرد.

بر این اساس، اگر واقعا لازم است در ساعتی از روز برای تعهدات غیرکاری – مانند رفتن نزد پزشک– کار خود را متوقف کنید، از پیش برایش برنامه‌ریزی کنید و اجازه دهید مدیرتان پیشاپیش بداند که آقلاین خواهید بود. زمانی‌که برای انجام فعالیت‌های دیگر از میز خود دور می‌شوید، مطمئن شوید که هنوز قابل‌دسترس هستید – حتی با یک برنامه انعطاف‌پذیر، احتمالاً فکر خوبی نیست که دوساعت تمام برای کارهای متفرقه غیبت‌تان بزند و گروه‌تان در هنگام ضرورت، قادر به تماس با شما نباشند.

### ۶- درک کنید که درصورت تعویق کارها، با چه عواقبی مواجه خواهید شد

«تعویق کار» کلمه‌ای است که خوشحال می‌شوم هرگز آن را دوباره بنینم یا ننویسم. اما این اتفاق نخواهد افتاد، زیرا آن‌قدر همه‌گیر شده که هم‌اکنون یک مرکز تحقیقاتی کامل به این مفهوم اختصاص یافته است.

همانطور که در پیشنهادهای بالا به آن پرداختیم، زمانی‌که شما دارای یک برنامه کاری انعطاف‌پذیر هستید، احساس مصون بودن در برابر زمان امری آسان است. بدون داشتن ساعات از پیش مقرر، افکاری مانند «البته می‌توانم این پروژه را روز یکشنبه تمام کنم»، به‌طور طبیعی به سراغ شما خواهد آمد.

این همان چیزی است که گروه تحقیقاتی تعویق کار، رفتار خودشکن (self-defeating behavior) می‌خوانند؛ رفتاری که حدود ۹۰درصد از ما حداقل یک‌بار در روز انجامش می‌دهیم. اما تسلیم وسوسه تعویق کار نشدن، به‌خصوص در یک موقعیت حرفه‌ای منحصربه‌فرد، نوعی چالش است. این کار به اراده زیادی نیاز دارد، اما غیرممکن نیست.

ابتدا هدف از این انعطاف‌پذیری را به خود یادآوری کنید. برنامه انعطاف‌پذیر بدین جهت طراحی شده است که به شما اجازه دهد زمانی بیشتر از شب‌ها و آخر هفته‌ها در اختیار داشته باشید تا آن‌را به مراقبت از خود و خانواده‌تان اختصاص دهید. آیا واقعا می‌خواهید گزارش ماهانه را بعدازظهر یکشنبه بنویسید؟ اگر ترجیح می‌دهید که درعوض، روز چهارشنبه ساعات بیشتری در اختیار داشته باشید، همین کار را بکنید. اما با خود صادق باشید و حقیقتاً بسنجید که چگونه می‌خواهید برای زمان آزاد خود برنامه‌ریزی کنید.

همین‌طور از خود بپرسید تاکنون چندبار اتفاقات واقعا طبق نقشه پیش رفته‌اند. برای مثال چه احتمالی وجود دارد که بین زمان حال و روز یکشنبه اتفاقی پیش آید و مسئولیت‌های بیشتری در فهرست انجام کار شما ایجاد کند؟ همانطور که قبلاً ذکر کردم، حتی زمانی‌که از تکنیک قالب‌بندی زمانی (time blocking) برای برنامه‌ریزی هفته خود تا دقیقه آخر استفاده می‌کنم، همیشه اتفاقات دیگری نیز پیش می‌آیند، بنابراین زمانی‌که کارها را عقب می‌اندازم، ناچاراً با عواقب آن نیز مواجه می‌شوم.

### آن ماهیچه‌های بهره‌وری را نرمش دهید

ایسن واقعیت دارد – شما هنوز می‌توانید با وجود استقلال و انعطاف‌پذیری، کارها را به انجام رسانید. مدیران و کارفرمایان توجه کنید: این کار شدنی و اغلب به نفع هر‌دوی شماست.

اما همانطور که دیدیم، یک برنامه انعطاف‌پذیر – بدون نگرش و روند انجام کار صحیح– چیزی نیست که بتوان آن‌را به‌طور کامل اجرا کرد. این‌کار نیازمند حضور ذهن، گفت‌وگو و توانایی اولویت‌بندی همراه با نقشه قبلی است. این بدان معنا نیست که نمی‌شود یا نباید با این نوع برنامه موافقت کرد، بلکه تنها بدین معناست که نیازمند قدرت قضاوت صحیح است.

پس اگر هم‌اکنون برنامه کاری انعطاف‌پذیری ندارید، اما به‌دنبال آن هستید، در اینجا اطلاعات ارزشمندی برای ارائه به مدیرتان وجود دارد. به نگرانی‌های احتمالی وی توجه و برای کاهش آن طرح‌ریزی کنید. اگر یکی از آن افراد خوشبخت هستید که همین حالا از این نوع استقلال برخوردارید، حال می‌توانید برای رسیدن به نتایج بهتر، به‌درستی از آن استفاده کنید.

منبع: fastcompany

## ایستگاه بازاریابی

مهم ترین مزیت رقابتی  
کسب و کارهای کوچک

کسب و کارهای کوچک با درک مزیت ذاتی خود و بهبود کیفیت خدمات پشتیبانی از مشتریان، به راحتی می‌توانند گوی سبقت را از شرکت‌های بزرگ برابند. کسب و کارهای کوچک نسبت به شرکت‌های بزرگ، خدمات پشتیبانی بهتری به مشتریان ارائه می‌دهند. در واقع هر چه مشتریان کمتری داشته باشید، می‌توانید وقت و توجه بیشتری به آنها اختصاص دهید. کیفیت خدمات مشتری اهمیت بسیاری دارد. البته هنوز درک تأثیر آن در جذب مشتریان و به تبع آن، کاهش هزینه خدمات آسان نیست. البته پشتیبانی باکیفیت از مشتریان به طور مستقیم افزایش درآمدی به همراه ندارد. شاید از نظر مردم خدمات پشتیبانی شامل کمک به مشتریان ناتوان، حل مشکلات فنی یا پاسخ به سؤالات آنها باشد. موارد ذکر شده فقط بخش‌های پیش‌پاافتاده از مسئولیتی بسیار بزرگ‌تر هستند. در واقع بحث‌های زیادی در مورد معیارهای شایستگی کارمندان بخش خدمات مشتریان وجود دارد.

## خدمات پشتیبانی مشتریان چیست؟

به طور کلی هر کس که با مشتری یا ارباب رجوع صحبت می‌کند، نماینده بخش خدمات مشتریان شرکت است. در شرکت‌های بزرگ معمولاً افراد دون‌پایه به این کار گماشته می‌شوند. در شرکت‌های کوچک هر یک از کارمندان وظایفی از این بخش را به دوش می‌کشند. بعضی از این شرکت‌های کوچک تقریباً به صورت ۲۴ ساعته خدمات پشتیبانی ارائه می‌دهند و همه کارمندان آنها با مشتریان در ارتباط هستند. در واقع شرکت‌های کوچک به دلیل تعداد کمتر مشتریان و تکیه بر جنبه‌های تبلیغاتی این امر، توجه بیشتری به ارتقای کیفیت خدمات پشتیبانی مشتریان می‌کنند.

## فرا تر از قوانین

ارتباط پیوسته با ارباب رجوع باعث تقویت مهارت‌های ارتباطی افراد می‌شود. شاید بهترین نامی که برای آن بتوان انتخاب کرد، هنر معاشرت باشد. فعالان هر کسب و کار با افراد مختلفی در ارتباط هستند. شما باید از سلیقه فکری مشتریان آگاه باشید. لحن قابل پذیرش برای آنها را بدانید. دوست دارند چه چیزی بشنوند و چه چیزی را دوست ندارند. درک همه افراد به نظر سخت می‌آید؛ اما باید همه این کارها را با آرامش انجام دهید. در مواجهه با مشتریان عصبانی چه عکس‌العملی باید نشان داد؟ گاهی اوقات پاسخ سؤالات‌هایشان را نمی‌دانید یا باید خبر بدی به آنها بدهید. در چنین شرایط حساسی که رفتار نسنجیده می‌تواند عواقبی چون از دست دادن شغل برای‌تان به همراه داشته باشد، رفتار صحیح چیست؟



## باید اهمیت بدهید

رقیبان اصلی بنگاه اقتصادی، بانک‌ها هستند که به خدمات پشتیبانی بی‌کیفیت شهرت دارند. مشتریان آنها اغلب احساس می‌کنند که بانک‌ها اهمیتی به وضعیت آنها نمی‌دهند. اکثر سؤالات آنها درباره اعداد و ارقام است که نمی‌توان از آنها به شناخت شخصی رسید. به منظور حل اساسی مشکلات مشتریان باید به کسب و کار آنها علاقه‌مند باشید. دغدغه‌های‌شان را درک کنید. به دلیل این که هر یک از مشتریان در شرایط روحی متفاوتی است، کارمندان بخش پشتیبانی مشتریان باید صبر بالا و لحن مناسبی داشته باشند.

## فاصله‌ها را پوشش دهید

حتی اگر با مشتریان کارآفرین سر و کار دارید، باید توجه داشته باشید که لزوماً همه آنها تاجران حرفه‌ای نیستند و بعضی از آنها اهداف غیر انتفاعی را دنبال می‌کنند. اگر به دنبال دریافت وام‌های بانکی هستند، باید انواع گزینه‌های موجود به همراه سود و زیان را در اختیارشان قرار دهید. برای این منظور شرکت‌های مشاوره باید قدم به قدم کارآفرینان را از مراحل اخذ وام تا بازپرداخت بدهی همراهی کنند.

## ارتباط سازنده ایجاد کنید

هر چه سابقه فعالیت بیشتری در بخش خدمات مشتریان داشته باشید، رابطه این خدمات را با جذب و حفظ مشتریان، بهتر درک خواهید کرد. آشنایی با حوزه فعالیت نیز بسیار مهم است. اگر مدیران بالادستی و همکاران ترغیب‌گرفته موفق به کسب تحسین مشتریان نمی‌شوند، هرگز در این جایگاه فعلی نبودند. این مهارت برای تمامی مشاغل از دلال سهام تا بازارباز و کارشناس ورزشی بسیار ضروری است. تخصص‌های ضروری برای حوزه فعالیت خودتان را می‌توانید با مطالعه کسب کنید؛ ولی مهارت‌های ضروری فقط از طریق تجربه به دست می‌آیند. برای کسب قدرت ارتباط قوی باید سال‌ها تجربه داشته باشید. همین تجربه است که کارمندان تازه‌کار را از مافوق‌ها و برنده‌ها را از بازنده‌ها جدا می‌کند.

## مزیت رقابتی کسب و کارهای کوچک

از آنجا که کسب و کارهای کوچک توانایی بهتری برای هدایت عملیات پشتیبانی مشتریان دارند، کارمندان و رهبران آنها از شانس بیشتری برای درک بهتر مشتریان برخوردار هستند. کارمندان شایسته بخش پشتیبانی مشتریان، رمز موفقیت‌خود را حجم بالای ارتباط و برخورد با مسائل مختلف عنوان می‌کنند. در وضعیتی که همه شرایط علیه کسب و کارهای کوچک است، مزیت رقابتی حفظ مشتری به آنها امید و اعتمادبهنفس می‌دهد.

## قدر فرصت را بدانید

کارمندان کسب و کارهای کوچک باید به قدرت مشتری‌مداری خود اعتقاد داشته باشند. توجه داشته باشید که شرکت‌های بزرگ مانند شما قادر به پردازش تماس‌های طولانی با مشتریان به‌منظور حل کامل مشکل آنها نیستند. این موضوع برای مشتریان ناراحت‌کننده است. اگر مشتری ناراضی بود، دلیل آن را بپرسید و حتماً از او دلجویی کنید. مسئولیت اصلی شما نمایش ارزش مشتریان برای شرکت به آنها است.

منبع: forbes/zoomit

## آشنایی با مفهوم جوجه تیغی در استراتژی

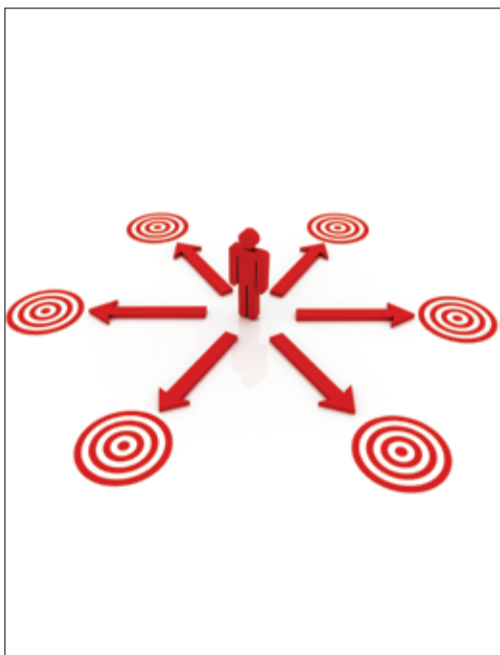


## پیاده‌سازی مدل

حال با جزئیات بیشتر نگاهی خواهیم انداخت به این سه دایره و بررسی خواهیم کرد که چگونه می‌توانید این مفهوم را در سازمان خود پیاده کنید.

## مرحله ۱: شناسایی و درک اشتیاقات خود

به این موضوع فکر کنید که هنگام کار چه چیزی شور و اشتیاق شما را بر می‌انگیزد. چه چیزی باعث می‌شود صبح زود از خواب بیدار شوید و شب درحالی‌که همه به خانه برگشته‌اند، شما تا دیر وقت سر کار بمانید؟ افراد سازمان شما در مورد چه چیزهایی هیجان زده می‌شوند؟ چه چیزی الهام بخش آنها در رسیدن به هدف سازمان می‌شود؟ هنگامی که مسئولیت یک تیم جدید را به عهده می‌گیرید، به دنبال چه ارزش‌ها و انگیزه‌هایی هستید؟ سپس به بیانیه‌های مأموریت و سند چشم‌انداز سازمان خود نگاهی بیندازید. ارزش‌های اصلی سازمان کدام‌اند و افراد چگونه به این ارزش‌ها پایبند می‌شوند؟



## مرحله ۲: شناسایی و درک اینکه در انجام چه کارهایی بهترین هستید

در این مرحله هدف، شناسایی و درک این موضوع است که سازمان شما چه کارهایی را بهتر از شرکت‌های دیگر انجام می‌دهد. درک اینکه سازمان شما در چه چیزهایی می‌تواند (در آینده) بهترین باشد بسیار مهم و مفید خواهد بود. اگر نمی‌توانید در هیچ زمینه‌ای در کسب و کار اصلی خود برترین و بهترین باشید، نمی‌توانید مفهوم جوجه تیغی را تشکیل دهید و از آن بهره‌مند شوید. همچنین باید بدانید که در انجام چه کارهایی هیچ‌وقت نمی‌توانید بهترین باشید. وقتی نقاط ضعف خود را بررسی می‌کنید با خود صادق باشید و به یاد داشته باشید اینکه در یک حوزه مشخص بهترین نیستید موضوعی طبیعی و قابل درک است.

با استفاده از تحلیل SWOT درازباز به شما نشان خواهند داد که چه شما در چه حوزه‌هایی است. این ابزار به شما نشان خواهند داد که چه کارهایی را در حال حاضر به خوبی انجام می‌دهید و می‌توانید در چه حوزه‌هایی بهترین باشید.

اگر می‌توانستید بین رویاه بودن یا جوجه تیغی بودن یکی را انتخاب کنید، کدام را ترجیح می‌دادید؟

بسیاری از افراد ترجیح می‌دهند یک رویاه باشند تا یک جوجه تیغی. رویاه ظاهر زیبایی دارد و موجود جذاب و زیرکی است. جوجه تیغی‌ها موجودات تیغ‌دار کوچکی هستند که بر عکس رویاه کند و آرام‌اند. شاید این سؤال برای‌تان پیش آمده باشد که رویاه و جوجه تیغی چه ربطی به موفقیت سازمان شما دارند؟ باید گفت که کاملاً با این موضوع ارتباط دارند.

در این مقاله نگاهی خواهیم انداخت به مفهوم جوجه تیغی و خواهیم دید که چرا باید در کسب و کار خود یک جوجه تیغی باشیم!

## درباره مدل

مفهوم جوجه تیغی بر اساس یک تمثیل باستانی یونانی مطرح شده است. این تمثیل می‌گوید که «رویه چیزهای زیادی می‌داند، جوجه تیغی فقط یک چیز می‌داند اما یک چیز خیلی مهم!» در این تمثیل به این نکته توجه شده که رویاه از استراتژی‌های مختلفی استفاده می‌کند تا بتواند یک جوجه تیغی را شکار کند؛ کمین می‌زند، حمله می‌کند، دنبال جوجه تیغی می‌دود، خود را به مردن می‌زند، خیلی کارها انجام می‌دهد تا جوجه تیغی را به چنگ آورد، اما هر بار شکست می‌خورد. رویاه هیچ‌وقت متوجه این موضوع نمی‌شود که جوجه تیغی یک چیز را به نحو احسن بلد است: دفاع از خود.

فیلسوفی به نام ایسایا برلین (Isaiah Berlin)، از این تمثیل در مقاله خود در سال ۱۹۵۳ تحت عنوان جوجه تیغی و رویاه، برای تفسیر دنیای مدرن استفاده کرده است. برلین معتقد است آدم‌ها دو دسته‌اند: رویاه‌ها و جوجه تیغی‌ها.

او در مقاله‌اش می‌گوید که رویاه‌ها موجودات زیرکی هستند که در آن واحد منافع و اهداف زیادی را دنبال می‌کنند. تفکر آنها پراکنده و غیرمتمرکز است و در دستاوردهای بلندمدت خود دچار محدودیت هستند.

اما جوجه تیغی‌ها آرام و باثبات هستند و معمولاً آدم‌ها آنها را نادیده می‌گیرند چرا که ساکت، ساده و بی‌ادعا هستند. اما برخلاف رویاه‌ها، جوجه تیغی‌ها این توانایی را دارند که دنیا را ساده‌سازی کرده و فقط بر یک چشم‌انداز کلی تمرکز کنند. این همان اصلی است که سرلوحه همه کارهای آنها قرار گرفته است و به آنها کمک می‌کند تا در مقابل نابرابری‌ها و خطرات احتمالی پیروز شوند.

جیم کالینز (Jim Collins) در سال ۲۰۰۱ در کتاب خود تحت عنوان «Good to Great» این ایده را مطرح کرده است. بنا به گفته‌های کالینز، اگر سازمان‌ها بر یک چیز مشخص تمرکز کنند احتمال موفقیت‌شان بیشتر خواهد بود. با این کار، آنها می‌توانند رقابتی خود را شکست بدهند و در کسب و کارهای خود به درجات عالی برسند. سازمان‌ها با سه مدل ارزشی مجزا می‌توانند مفهوم جوجه تیغی را در سازمان خود بیابند. اول، شناسایی و درک این موضوع که افراد سازمان با چه چیزهایی حقیقتاً به وجد آمده و شور و اشتیاق لازم را به دست می‌آورند. دوم، شناسایی وظایف و کارهایی که آنها را بهتر از بقیه انجام می‌دهند. سوم، تعیین اینکه در چه مواردی توانایی خوبی در درآمدهایی دارند.

شیوه درست انتخاب مسیر، جایی است که پاسخ‌های این سؤال‌ها با یکدیگر اشتراک دارند و این موقعیت، نقطه اتکالی برای تدوین استراتژی است. این نکته در شکل زیر نشان داده شده است.

وقتی که یک سازمان موفق به شناسایی مفهوم جوجه تیغی درون خود گردید، رهبران آن باید تمام انرژی و منابع خود را وقف دنبال کردن چیزی بکنند که در آن بهترین هستند. کالینز می‌گوید وقتی که شرایط دشواری پیش می‌آید رشد و بقا از آن سازمانی خواهد بود که به جای گشتن به دنبال استراتژی‌های جایگزین، بر کاری تمرکز کرده باشد که در انجام آن بهترین است.







### ۳ روش برای ایجاد تمایز برند

انسان به‌صورت ژنتیکی تفاوت را متوجه می‌شود و این تمایز است که مردم را به‌سوی برند شما جذب می‌کند. برندهایی که برای مشتریان چشمگیر هستند توسط تمایز قوی و روشن قدرتمند می‌شوند. بعد متمایز موقعیت برند رقابتی شما مهم است و روزبه‌روز ارزش می‌یابد، مخصوصاً وقتی بسیاری از شرکت‌ها از این روش استفاده کرده و سعی می‌کنند از قیمتی متمایز از سایر برندها استفاده کرده و اوضاع نابسامان رکود اقتصادی را بهبود بخشند. تاکتیک قیمت‌گذاری تهاجمی نمی‌تواند به شکلی پایدار موجب متمایز شدن کسبو‌کار شما شود. شما به‌منظور ایجاد تمایز باید یک یا سه ویژگی استراتژیک ارائه‌شده را دنبال کرده و از آنها تبعیت کنید. برندهای بزرگ و معروف اغلب از هر سه مورداستفاده می‌نمایند؛

اول بودن: زمانی‌که شما نفر اول برای بازار باشید- اول در ایجاد تقاضا و مرتفع کردن آن، برند شما به‌نوعی به رهبر بازار تبدیل می‌شود. به همین دلیل است که تقریباً همگان نام آی‌پد را شنیده‌اند، اما بسیاری از افراد حتی نام موتورولا زوم را نیز نشنیده‌اند و این در حالی است که محصول موتورولا کیفیت بالاتری دارد. اولین برای بازار بودن می‌تواند به معنی برند نخست در یک منطقه جغرافیایی خاص باشد، اما بیشتر اوقات این موضوع به معنای ارائه نوع جدیدی از محصولات، خدمات یا تجربه جدید مشتری تعریف می‌شود. با توسعه برند شما به‌عنوان برند نخست، رقبای شما با چالش مواجه شده و سعی می‌کنند تا در عرصه رقابت، از رده خارج، قابل پیش‌بینی، تقلیدی و یا خسته‌کننده به نظر نرسند.

یک ویژگی منحصربه‌فرد: زمانی‌که شما فراسوی انتظارات مشتریان عمل می‌کنید و خدمات مطلوب و باکیفیتی را باقیمتی مناسب ارائه می‌دهید دارای جهانی از ویژگی‌های متمایزکننده خواهید بود. بزرگ، کوچک، سرگرم‌کننده، ساده، شگفت‌انگیز، نرم و... شما باید هدف خود را داشتن ویژگی منحصربه‌فردی قرار دهید که هیچ‌یک از برندهای دیگر به آن فکر هم نمی‌کنند. زمانی‌که به یک ویژگی منحصربه‌فرد رسیدید آن را از هر طریق ممکن و در هر زمان به اطلاع مشتریان خود برسانید تا به این ویژگی واقف شوند. انتظارات مشتری بیشتر به نحوه طراحی محصولات بازمی‌گردد. اگر ویژگی منحصربه‌فرد فردی در این زمینه داشته باشید مردم شما را بیشتر به خاطر می‌سپرنند و برند شما را انتخاب خواهند کرد.

تخصص: شاید مؤثرترین روش در ایجاد تمایز برند شما و اجتناب از دنبال کردن مشتریان، کسب تخصص در بازار هدف است. با طراحی کسب‌وکارتان از مشتریان می‌خواهید تا از شما خرید کنند. شما خود نقش کارشناس را در بازار ایفا می‌کنید. حال منظور خود را بیان می‌کنم؛ با یک جست‌وجوی ساده در گوگل در مورد سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات وب‌سایت، حدود ۸۰۰۰ نتیجه یافت شد که از این میان ممکن است تنها ۱۰۰ سازمان خدمات خوب و خلاقانه‌ای را ارائه دهند. برای مثال سازمانی به نام سیتی گیتس وجود دارد که درزمینه ساخت و طراحی وب‌سایت برای کلیساها متخصص است. اگر شما مسئول وب‌سایت کلیسا باشید سازمانی را انتخاب خواهید کرد که درزمینه فعالیت شما متخصص است و یا به سازمانی مراجعه خواهید کرد که در عموم زمینه‌ها فعالیت می‌کند؟
**منبع: hormond**



### مدرسه مدیریت

### نشانه‌های هوش هیجانی رهبران کسب‌وکار

هوش هیجانی یکی از مهم‌ترین وجوه تمایز رهبران خارق‌العاده با مدیران عادی است. نشانه‌های هوش هیجانی چیست و آیا می‌توان با تمرین آن را به دست آورد؟ هوش هیجانی یا عاطفی، توانایی کنترل احساسات و درک دیگران است. افرادی که هوش هیجانی بالایی دارند، به خوبی می‌توانند با شخصیت‌های مختلف کنار بیایند و از فضای مثبت ایجاد شده برای رشد و پیشرفت خود و مجموعه استفاده کنند. روان‌شناسان عقیده دارند انسان‌هایی که هوش عاطفی بالایی دارند، از شانس مقبولیت بیشتری در رهبری از طرف دیگران برخوردار هستند.
سیمون سینک نویسنده کتاب‌های پرفروش کسب و کار از جمله کتاب «رهبران آخر از همه غذا می‌خورند» رفتارهای زیرا را نشانه هوش عاطفی می‌داند.
**خالص‌ترین احساسات خود را بروز می‌دهند**

رهبران با هوش احساسی شخصیت انسانی دارند. آنها همیشه فضای شادی را ایجاد می‌کنند. احساسات خود را بروز می‌دهند و از نشان دادن ناامیدی یا ناراحتی خود واهمه‌ای ندارند. رهبران هوشمند ناتوانی خود را بیان می‌کنند و از دیگران کمک می‌گیرند. شاید آشکار کردن احساسات ضعف تلقی شود، اما در عمل باعث ایجاد فضای مثبت و صمیمانه می‌شود.

**قبل از صحبت خوب گوش می‌دهند**

رهبران با هوش هیجانی بالا قادر به کنترل افکارشان هستند. آنها هرگونه پیش زمینه و تعصب ذهنی را کنار گذاشته و با گوش دادن به حرف‌های دیگران با آنها ارتباط برقرار می‌کنند. آنها به دغدغه‌ها نگرانی‌ها و مشکلات دیگران اهمیت می‌دهند و از ایده‌های آنها استقبال می‌کنند.

**به رشد کارمندان‌شان کمک می‌کنند**

آنها از کارمندان‌شان انتظار رشد و تعالی دارند و خودشان را در تحقق این امر مسئول می‌دانند. این رهبران تلاش می‌کنند موانع را بزایند و مسیر همواری برای رشد آنها فراهم کنند.

**با تحسین انگیزه ایجاد می‌کنند**

طبق نتایج مطالعات بهترین شرکت‌ها ارج و منزلت را قوی‌ترین روش ایجاد تعهد در کارمندان می‌دانند. یکی از بهترین روش‌های انگیزه‌دهی تشویق منظم کارمندان شایسته است.

**منعطف هستند**

همه ما در زندگی با چالش‌ها و اتفاقات غیرمنتظره‌ای روبه‌رو شده‌ایم. مهم نحوه برخورد و تعامل ما با اتفاقات ناخوشایند است. رهبران منعطف در برخورد با هر مشکلی با نگرش مخصوص به آن، به حل و فصل مشکل می‌پردازند. محققان پیشنهاد می‌دهند که برای حفظ انعطاف شخصیتی با ذهنیت مثبت ادراک خود را به چالش بکشید.

**اشتباه دیگران را می‌پذیرند**

رهبران خردمند می‌دانند که هیچ کسسی کامل نیست و احتمال خطا برای هر کسی وجود دارد. آنها به اشتباه خود اقرار می‌کنند. از اشتباه درس گرفته و دیگر آن را تکرار نمی‌کنند. وقتی رهبران چنین شخصیتی را نشان می‌دهند، شجاعت ریسک‌پذیری کارمندان افزایش می‌یابد. رشد، بدون اشتباه و خطا هرگز نمی‌تواند محقق شود.

**چشم‌اندازها را از زوایای مختلف بررسی می‌کنند**

وقتی شرایط رو به وخامت می‌گذار، رهبران هوشمند از افراد مختلفی با صلاحیت‌های کم و زیاد مشورت می‌گیرند. گاهی اوقات تصمیمی که می‌گیرند مورد تأیید همه نیست، ولی بهترین تصمیم است، زیرا قضیه را از زوایای مختلفی بررسی کرده‌اند و با طرز فکرهای مختلفی آشنا شده‌اند. آن طور که به نظر می‌رسد، هوش هیجانی بیشتر از این که به عنوان استعداد ذاتی مطرح باشد، بیشتر شخصیتی اکتسابی است. پس با کمی سعه صدر و تأمل می‌توان این ویژگی را در خود تقویت کرد.
**منبع: inc/zoomit**

### تبلیغات خلاق



### مسیر موفقیت

## پیش از قبول یک موقعیت شغلی این ۴ سؤال را از خود پرسید

نیاز مبرم به حقوق دارید، مجبورید هر فرصتی را که پیش

بیاید غنیمت بشمارید؛ به هر حال هر کسی این بضاعت را ندارد که فرصت‌های شغلی پیشنهادی را به امید فرصتی مناسب‌تر در آینده رد کند، اما اگر شما در حال حاضر بضاعتش را دارید، به کار بگیری‌دش.

**۲- آیا پست پیشنهادی و شرکت با ارزش‌های شما**

**همخوانی دارند؟**

هر فردی به یک سری ارزش‌ها باور دارد که شیوه زندگی خود را هم‌راستا با آنها انتخاب می‌کند. برخی از این ارزش‌ها ریشه در مذهب دارند، برخی برگرفته از تربیت ما هستند، برخی هم از تجربه شخصی ما نشأت می‌گیرند. ما به صورت آگاه یا ندانسته این ارزش‌ها را در جست‌وجوی شغل لحاظ می‌کنیم و طبق آنها مناسب بودن یا نبودن موقعیت‌های پیشنهادی را می‌سنجیم. اگر امنیت شغلی برای‌تان ارزشمند است، احتمالاً شغلی که به صورت کمیسיוنی حق‌الزحمه شما را پرداخت بکند خاطر‌تان را آشفته خواهد کرد. اگر خودمختاری برای‌تان ارزشمند باشد، کار کردن در یک شرکت بزرگ محافظه‌کار با سلسه مراتب سخت می‌تواند احساس محدودیت در شما ایجاد کند. اگر خدمتگزاری برایتان ارزش است، با کار کردن برای شرکت‌های سودمحور احساس خیانت خواهید کرد. لذا تمامی اطلاعاتی را که درباره شرکت مورد نظر کسب کرده‌اید با ارزش‌های خود مقایسه کنید و ببینید با یکدیگر همخوانی دارند یا خیر؟ همین سؤال را در مورد نقشی که در این شرکت ایفا خواهید کرد بپرسید. البته در هر موقعیت شغلی ممکن است یک سری تناقضات یافت شود که لزوماً نشأت گرفته از هیچ نظام ارزشی هم نیستند، اما باید دید آیا این احتمال وجود دارد که در آینده بین آنها پسل زد؟ اگر چنین احتمالی را نمی‌بینید، در نظر داشته باشید که بعد از مدت این شغل برای شما جانگداز و ملال‌آور خواهد شد.

**۳- هزینه فرصت‌هایی که از دست خواهید داد**

**چیست؟**

اگر از موقعیت فعلی خود راضی نیستید و پیشنهاد موجود را قبول کنید، مطمئناً احساس فراغت خاطر خواهید کرد و از اینکه فشار جست‌وجوی شغلی از دوش شما برداشته می‌شود آسوده خاطر خواهید بود. اما همیشه وقتی متعهد به سیر عملی خاصی می‌شویم، طبیعتاً مجبوریم از برخی کارهای دیگر دست بکشیم. اگر شما علایقی را به عنوان پیشه خود دنبال می‌کنید، آیا می‌توانید در کنار این شغل به آنها هم بپردازید؟ اگر وظایفی خانوادگی دارید، آیا وقت

کافی برای آنها خواهید داشت؟

این هزینه فرصت‌ها، همان اهداف دیگری هستند که برای شما اهمیت دارند. وقتی در گیرودار یافتن شغل هستید هدف اصلی شما این است که هر چه زودتر در جایی مشغول شوید و از مسائل دیگر غافل می‌مانید. اما همین که یک پیشنهاد را قبول می‌کنید و مشغول می‌شوید، بسیاری اهداف دیگر کم کم اهمیت می‌یابند. اگر شغل جدیدتان مانع از دستیابی به این اهداف بشود، تبدیل به آیه یأس خواهند شد و احساس درماندگی خواهید کرد. پس با دقت شرایط شغل مورد نظر را با شرایط زندگی خود مقایسه کنید و ببینید چقدر همخوانی دارند. با افرادی که شما را به خوبی می‌شناسند در این باره صحبت کنید و به کمک نظرات آنان، بده بستان‌هایی را که متحمل خواهید شد ارزیابی کنید. با اعضای خانواده خود نیز صحبت کنید تا اگر با تغییر زندگی حرفه‌ای خود مجبور به کنار گذاشتن بعضی وظایف شدید، برای پر کردن جای شما آماده باشند.

**۴- حرف دل‌تان چیست؟**

طبق چندین نظریه که روان‌شناسان شناختی با موضوعیت «نظام دوگانه» مطرح کرده‌اند، همگی ما دارای دو نوع نظام فکری هستیم: یک نظام سنجیده که برای پرداختن به مسائل پیچیده استفاده می‌شود و یک نظام شهودی که در تصمیمات فوری عمل می‌کند. هر دو نظام به‌طور مشترک به تصمیمات و اعمال ما جهت می‌دهند.

شما در تصمیم‌گیری شغلی، بر مشخصه‌های شغل جدید تمرکز می‌کنید؛ وظایف و مسئولیت‌های آن، حقوق، رفت و آمد و جای پیشرفت. همگی این عوامل مهم هستند. اما هم‌زمان با اینها، حسی غریزی نیز نسبت به تعاملاتی که تا به اینجا با شرکت داشته‌اید در شما وجود دارد که ممکن است مثبت یا منفی باشد. می‌توانید حس کنید که برخورد آنها صادقانه بوده یا خیر و اینکه قابل اعتماد هستند یا نه. باید این حس را هم جدی بگیرید.

شاید چیزی در افراد، سازمان یا موقعیت شغلی مذکور حس می‌کنید که موجب رنجش شما شده و دست کم در ابتدای امر قادر به توضیح آن نیستید. می‌توانید از وب‌سایت‌های استعلامی اطلاعاتی در خصوص شغل مذکور کسب کنید یا با کارکنان حاضر و سابق شرکت صحبت کنید و دلیل این رنجش خاطر را بیابید. برای قبول کردن یک موقعیت شغلی نه‌تنها باید جوانب منطقی تصمیم را سنجیده باشید، بلکه حس خوبی هم نسبت به شغل مذکور داشته باشید.

**منبع: fastcompany**