

بورس تهران هر روز یک قله تاریخی فتح می کند

تخت گاز شاخص بورس

بورس تهران روز یکشنبه بار دیگر شاهد کانال شکنی های نماگر اصلی و صف خرید نوسان گیران بازار سهام بود، به طوری که فلزات اساسی و استخراج کانه های فلزی یک دست سبزپوش شدند. کارشناسان...

۵

آسیب شناسی برنامه های اصلاح نظام اداری به روایت مرکز پژوهش ها

نقشه راه اصلاح نظام اداری ایران

اگرچه نظام اداری از زیرساخت های توسعه در هر کشوری است، اما تاریخچه نظام اداری در ایران چندان طولانی نیست و به دوره معاصر باز می گردد. تازه در اواسط دوره قاجاریه بود که با ظهور قائم مقام فراهانی و میرزا تقی خان امیر کبیر، تحولات شگرفی در نظام اداری ایران شکل گرفت و به ویژه شخص امیر کبیر با اعزام محصلان به خارج از کشور و تاسیس مدرسه دارالفنون، زمینه را برای شکل گیری نهادهای بوروکراسی به مفهوم...

تامین ارز برای گروه کالایی یک و دو در اولویت کشور است

۳

۶



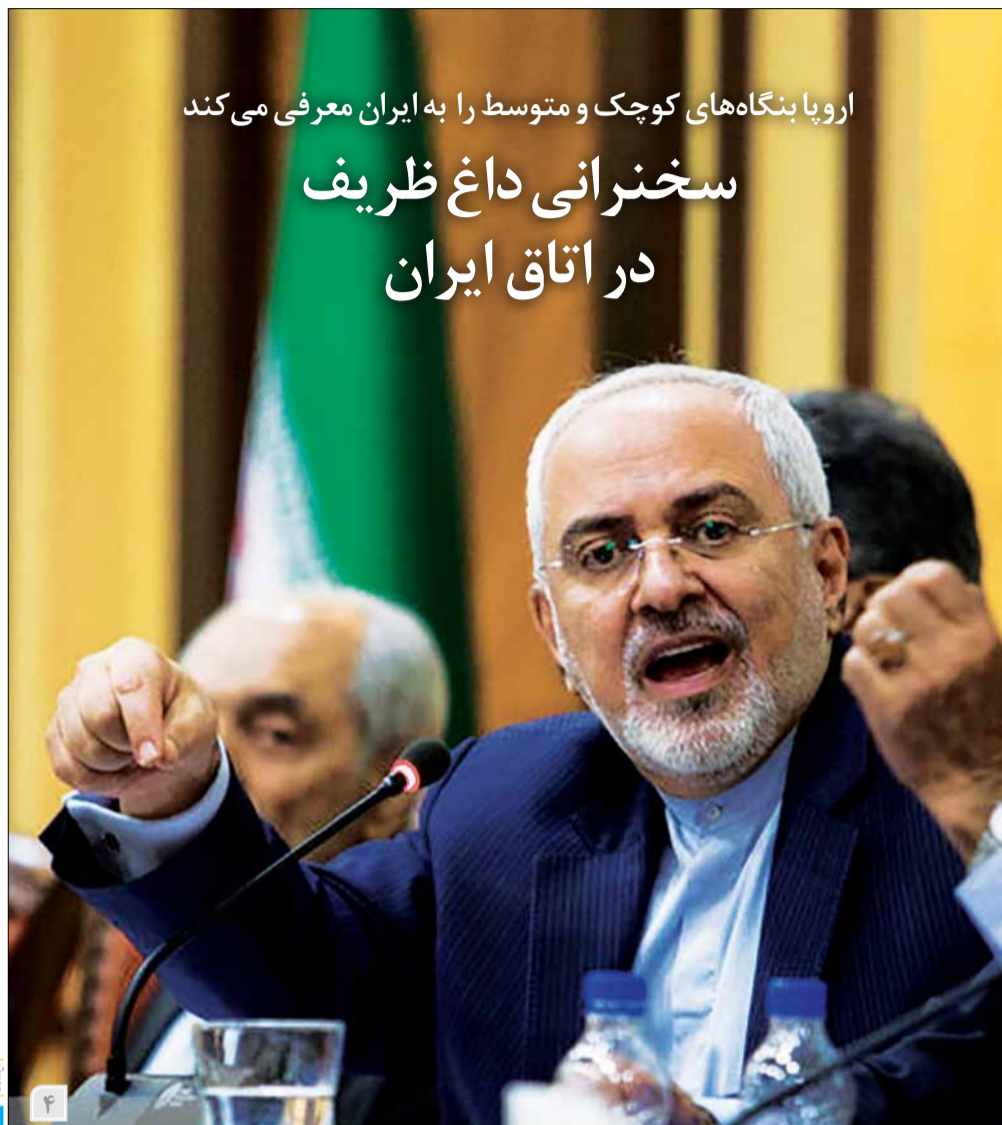
مدیریت و کسب و کار



سوء قصد به جان مک آفی او را راهی بیمارستان کرد

- ۶ روش رهبران آگاه برای انگیزش اعضای تیم
- مدیریت آرام شیوه های مدیریتی است
- ۹ ابزار برای ارتقای بازاریابی محتوا
- آیا تا به حال از لینکدین درست استفاده می کرده اید؟
- ۸ دلیل تأثیر گذاری برندسازی شخصی در کسب و کار
- چگونگی احتمال تحول بازاریابی و تبلیغات در سال ۲۰۱۸

۱۶ تا ۸



اروپا بنگاه های کوچک و متوسط را به ایران معرفی می کند سخنرانی داغ ظریف در اتاق ایران

یادداشت

عضویت صادر کننده در تشکیل الزام باشد

محمد لاهوتی

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران



فراخوان بازنگری در شاخص های انتخاب صادر کننده نمونه تبدیل به سنت شده است. سازمان توسعه تجارت هر سال تلاش می کند با اعلام این فراخوان از مشارکت فکری فعالان اقتصادی برای بهبود شاخص های ارزیابی صادر کننده نمونه بهره مند شود. طی سال های گذشته این فراخوان باعث شده شاخص های ارزیابی صادر کننده نمونه بهبود پیدا کند و تقریباً می توان گفت کمتر از ۱۵ درصد از این شاخص ها اکنون به اصلاح نیاز دارد. از جمله این شاخص ها امتیازدهی بر اساس داشتن بعضی گواهی ها است که اکنون کارایی ندارد. نکته دیگر امتیاز حضور در تشکل ها است که به نظر من کم است چرا که حضور در تشکل از نظر من موجب افزایش امتیاز نیست، بلکه یک الزام است. اگر صادر کننده ای عضو تشکل های ملی نباشد، نمی تواند در فرآیند ارزیابی صادر کننده...

۲

اعتماد به تجربه مثل اعتماد به دستان یک دوست

با آرزوی موفقیت و پیروزی برای تیم ملی فوتبال ایران

موسسه اعتباری نور

دارای مجوز رسمی از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
با بیش از ۳۳۰ شعبه در سراسر کشور

ZISCO
Zarand Iranian Steel Co
شرکت فولاد زرند ایرانیان

آگهی مناقصه عمومی دومرحله ای

نام شرکت مناقصه گزار: شرکت فولاد زرند ایرانیان

موضوع مناقصه: تامین لاینر آسیاب گلوله ای مجتمع کنسانتره و گندله سازی زرند

متقاضیان محترم جهت کسب اطلاع از شرایط مناقصه به نشانی اینترنتی: Zisco.midhco.com

مراجعه و در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر با شماره تماس: ۰۰۳۴-۱۷-۳۲۴۶۸۷۱ داخلی ۱۲۷ آقای پارسا مطلق تماس حاصل نمایند.

۷۳ روایت عمومی و امور بین الملل شرکت فولاد زرند ایرانیان

ZISCO
Zarand Iranian Steel Co
شرکت فولاد زرند ایرانیان

آگهی مناقصه عمومی دومرحله ای

نام شرکت مناقصه گزار: شرکت فولاد زرند ایرانیان

موضوع مناقصه: تامین درام ساده بلت فیلتر مجتمع کنسانتره و گندله سازی زرند

متقاضیان محترم جهت کسب اطلاع از شرایط مناقصه به نشانی اینترنتی: Zisco.midhco.com

مراجعه و در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر با شماره تماس: ۰۰۳۴-۱۷-۳۲۴۶۸۷۱ داخلی ۱۲۷ آقای پارسا مطلق تماس حاصل نمایند.

۸۲ روایت عمومی و امور بین الملل شرکت فولاد زرند ایرانیان

ZISCO
Zarand Iranian Steel Co
شرکت فولاد زرند ایرانیان

آگهی مناقصه عمومی دومرحله ای

نام شرکت مناقصه گزار: شرکت فولاد زرند ایرانیان

موضوع مناقصه: تامین روغن مجتمع کنسانتره و گندله سازی زرند

متقاضیان محترم جهت کسب اطلاع از شرایط مناقصه به نشانی اینترنتی: Zisco.midhco.com

مراجعه و در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر با شماره تماس: ۰۰۳۴-۱۷-۳۲۴۶۸۷۱ داخلی ۱۲۷ آقای پارسا مطلق تماس حاصل نمایند.

۸۳ روایت عمومی و امور بین الملل شرکت فولاد زرند ایرانیان

سازمان آگهی ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

عضویت صادر کننده در تشکل، الزام باشد

محمد لاهوتی
رئیس کنفدراسیون صادرات ایران

فراخوان بازنگری در شاخص‌های انتخاب صادر کننده نمونه تبدیل به سنت شده است. سازمان توسعه تجارت هر سال تلاش می‌کند با اعلام این فراخوان از مشارکت فکری فعالان اقتصادی برای بهبود شاخص‌های ارزیابی صادر کننده نمونه بهره‌مند شود. طی سال‌های گذشته این فراخوان باعث شده شاخص‌های ارزیابی صادر کننده نمونه بهبود پیدا کند و تقریباً می‌توان گفت کمتر از ۱۵ درصد از این شاخص‌ها اکنون به اصلاح نیاز دارد. از جمله این شاخص‌ها امتیازدهی براساس داشتن بعضی گواهی‌هاست که اکنون کارایی ندارد. نکته دیگر امتیاز حضور در تشکل‌هاست که به نظر من کم است چراکه حضور در تشکل از نظر من موجب افزایش امتیاز نیست، بلکه یک الزام است. اگر صادر کننده‌ای عضو تشکل‌های ملی نباشد، نمی‌تواند در فرآیند ارزیابی صادر کننده نمونه شرکت کند، چراکه هر صادر کننده و تولید کننده‌ای اهلیت را از اتحادیه می‌گیرد. نکته دیگر اینکه تعیین سقف مشخص برای حجم صادرات روشن نیست و به نظر من باید در سه سطح حجم صادرات را در نظر گرفت.

تحولات اقتصادی که از سه ماه پیش آغاز شده و وضعیتی که شش ماه است بر اقتصاد تسلط یافته چقدر بر فعالیت صادر کنندگان اثر گذاشته است؟ براساس آمارهای گمرک، صادرات در شش ماه اخیر رشد یافته است که می‌توان آن را به نوعی ناشی از افزایش قیمت دلار در داخل دانست. با این وجود اما مجموعه صادر کنندگان در ایران با این نوع جهش و افزایش نرخ ارز موافق نیستند و شرایطی که در شش ماه اخیر بر اقتصاد کشور حاکم شده قابل قبول نیست. افزایش ناگهانی نرخ ارز و سیاست ارزی کنونی دولت به بالاترین سطح صادر کنندگان هم دامن زده است و از این‌منظر ناهم‌انگهی در عرصه اقتصاد اثر مخربی بر فعالیت صادر کنندگان خواهد گذاشت. انتخاب صادر کننده نمونه به استقبال صادر کنندگان از این فرآیند بازمی‌گردد و باید دید با توجه به شرایط فعلی این روند چگونه پیش می‌رود.

۶۵ درصد از صادرات ایران به ۵ کشور انجام می‌شود

عملکرد تجارت خارجی در دو ماه نخست امسال

سازمان توسعه تجارت گزارش عملکرد تجارت خارجی در دوماه اول سال ۹۷ را منتشر کرد؛ گزارشی که طی آن گفته می‌شود صادرات کالا طی دو ماهه سال ۱۳۹۷ با احتساب میعانات گازی به ۱۸۷۶۸ هزار تن و ۷۳۹۲ میلیون دلار رسیده است که نسبت به سال قبل ۴۸ درصد از لحاظ وزن و ۲۲ درصد از نظر ارزشی افزایش داشته است.

براساس این گزارش پنج قلم عمده صادراتی عبارت از میعانات گازی به ارزش ۱۰۲۹ میلیون دلار، پروپان مایع شده به ارزش ۳۳۵ میلیون دلار، روغن‌های سبک و فرآورده‌ها به جز بنزین ۲۷۴ میلیون دلار، پلی‌اتیلن گرید فیلم به ارزش ۲۲۲ میلیون دلار، گازهای نفتی و هیدروکربورهای گازی شکل مایع شده به ارزش ۲۰۲ میلیون دلار بوده‌اند.

طی این مدت پنج بازار نخست صادراتی کشور چین با ارزش ۱۴۵۱ میلیون دلار، امارات متحده عربی (۱۳۷۱ میلیون دلار)، عراق (۱۱۶۲ میلیون دلار، افغانستان ۵۷۷ میلیون دلار و هند ۴۶۰ میلیون دلار بوده‌اند. سهم این بازارها از کل صادرات ۶۵ درصد بوده است. در طرف مقابل واردات کشور طی دو ماهه سال ۱۳۹۷ به ۵۲۶۳ هزار تن به ارزش ۶۷۹۷ میلیون دلار رسیده است که نسبت به سال قبل ۲ درصد از نظر وزن و ۰٫۵ درصد از نظر ارزش افزایش داشته است. براساس گزارش سازمان توسعه تجارت، پنج قلم عمده وارداتی به کشور شامل قطعات منفصله جهت تولید اتومبیل سواری ردیف ۸۷۰۳ بنزینی با حجم سیلندر ۲۰۰۰ با ساخت داخل ۱۴ تا کمتر از ۳۰ به جز لاستیک ۳۳۳ میلیون دلار، ذرت دامی به ارزش ۲۹۶ میلیون دلار، لوبیای سبویا به ارزش ۲۴۸ میلیون دلار، برنج به ارزش ۱۸۴ میلیون دلار و اجزاء و قطعات ماشین‌آلات و دستگاه‌ها به ارزش ۱۴۴ میلیون دلار بوده است. در دوماه اول سال ۹۷، پنج مبدا بزرگ وارداتی کشور، چین با ارزش ۱۷۳۶ میلیون دلار، امارات متحده عربی ۹۸۶ میلیون دلار، جمهوری کره ۴۲۳ میلیون دلار، آلمان ۳۵۷ میلیون دلار و ترکیه ۳۵۳ میلیون دلار بوده است. سهم پنج کشور مذکور از کل واردات ۵۷ درصد بوده است.

صرفه‌جویی ۸ درصدی ارزی با کنترل واردات

ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی با هدف صرفه‌جویی ارزی، جلوگیری از واردات کالاهای غیرضروری و دارای مشابه داخلی را در دستور کار قرار داده و ثبت سفارش و واردات ۱۳۳۹ ردیف تعرفه‌ای را ممنوع اعلام کرده است؛ اقلامی که سال گذشته حدود ۴،۴ میلیارد دلار واردات برای آن صرف شده و ۸ درصد کل واردات بوده است. بر اساس ابلاغ وزیر صنعت، ثبت سفارش‌های قبلی این ردیف‌ها نیز فقط در صورتی که تا قبل از ۳۰ تیر برای آنها تخصیص ارز داده شده یا بدون نیاز به انتقال ارز باشد قابلیت واردات دارند و در غیر این صورت باطل اعلام می‌شوند.

بر اساس ابلاغیه وزیر صنعت، معدن و تجارت به سازمان توسعه تجارت و در پی تصمیم ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی، ثبت سفارش و واردات ۱۳۳۹ ردیف تعرفه‌ای شامل بیش از ۱۴۰۰ قلم کالا ممنوع شده که به نظر می‌رسد مهم‌ترین و ارزبرترین آنها خودرو باشد چراکه بر اساس این مصوبه، واردات هر گونه خودرو خارجی حتی خودروهای هیبریدی ممنوع است.

انواع خودرو، بسیاری از کالاهای خوراکی و مصرفی دارای تولید داخلی، برخی مواد معدنی، میوه، مواد متشکل از چرم، مصنوعات چوبی، ادوات موسیقی، برخی لوازم خانگی، انواع لیاف و کفش و لباس و غذای حیوانات از جمله کالاهای ممنوعه هستند که از ۳۰ خردادماه ثبت سفارش و واردات آنها متوقف شده است.

کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در یک سال اخیر شاهد رشد

وضعیت کلان اقتصادی خود بودند و اصلاحاتی را نیز در بازارهای اساسی اقتصادی ایجاد کردند اما نمی‌توان از ریسک‌هایی که همچنان در این بازار وجود دارد غفلت کرد؛ ریسک‌هایی که باعث می‌شود تا سرمایه‌گذاران خارجی با احتیاط بیشتری وارد بازار این کشورها شوند و اجرای پروژه‌ها بسیار سخت‌تر شود. اما سؤال اصلی اینجاست که بر چه مبنایی در مورد بهبود اوضاع اقتصادی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا صحبت می‌کنیم؟ چه شاخص‌ها و فاکتورهایی برای این ارزیابی در اختیار داریم؟

این ارزیابی بر مبنای شاخص ریسک زیرساخت‌ها انجام شده است که هر فصل توسط مؤسسه بیزینس مانیاتور اینترنشنال تهیه و ارائه می‌شود. از طرف دیگر یکی از اصلی‌ترین دلایلی که برای بهبود اوضاع اقتصادی این کشورها اعلام شده است، رشد فعالیت‌های عمرانی است. به گزارش آینده‌نگر، به دلیل رشد فعالیت‌های عمرانی و ساخت‌وساز در این کشورها در فصل اول سال ۲۰۱۸، شاخص توسعه زیرساخت‌های شهری و صنعتی هم در منطقه رشد کرده است. البته در برخی کشورهای منطقه از جمله ایران به دلیل رکود اقتصادی و نوسان بازار ارز، بازار ساخت‌وساز در رکود قرار دارد و این رکود بالغ بر پنج سال است که در بازار ساخت‌وساز مشاهده می‌شود و به همین دلیل ایران از چرخه رشد فعالیت‌های عمرانی در منطقه بازمناهد است. از طرف دیگر در برخی دیگر از کشورها از قبیل یمن و سوریه به دلیل جنگ و درگیری، اجرای پروژه‌های عمرانی متوقف شده است و همین مسئله باعث شد تا این کشورها در انتهای فهرست کشورهایی قرار بگیرند که در سال‌های اخیر شاهد رشد و توسعه اقتصادی و صنعتی بودند. ولی در دیگر کشورها رشد فعالیت‌های عمرانی بسیار مشهود است و به همین دلیل شاخص‌های اقتصادی در اغلب آنها با سرعت در حال رشد است که خبر خوبی برای اقتصاد دنیا و ساکنان این کشورها محسوب می‌شود.

طبق این گزارش در فصل اول سال جاری، بیشترین رشد شاخص سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و توسعه زیرساختی در عراق مشاهده شده است زیرا به کمک سرمایه‌های خارجی و به مدد ایجاد امنیت نسبی در فضای داخلی این کشور، پروژه‌های عمرانی بسیار زیادی تعریف و اجرا شده است.

عمان هم یکی از کشورهایی است که در سال‌های اخیر شاهد بهبود شرایط اقتصادی خود بوده است. رشد درآمد نفت در این کشور و استفاده از این درآمد برای اجرای پروژه‌های زیرساختی و عمرانی و توسعه صنعتی از مهم‌ترین دلایل بهبود شاخص در عمان و در نهایت رشد اقتصادی در این منطقه عنوان شده است.

یکی از بزرگ‌ترین اقتصادهای خاورمیانه و شمال آفریقا که به دلیل حجم بالای ذخایر نفتی، جایگاه مهمی در بازار انرژی دنیا دارد عربستان است. طبق آمارهای اخیر در فصل اول سال ۲۰۱۸، شاخص ریسک اقتصادی و زیرساختی در این کشور کاهش یافته است و تنها دلیل آن رشد قیمت نفت و افزایش درآمد دولت این کشور است که هم کسری‌های مالی دولتی در سال‌های اخیر را جبران کرده و هم فرصت رشد اقتصادی را برای عربستان سعودی فراهم آورده است.

این ارزیابی بر مبنای شاخصی با عنوان شاخص توسعه زیرساختی تهیه شده است که در این رده‌بندی ایران جایگاه نهم در خاورمیانه و شمال آفریقا و جایگاه ۵۵ را در دنیا دارد.

رشد قیمت نفت، نعمتی بزرگ

کشورهای صادر کننده نفت در خاورمیانه و شمال آفریقا از افزایش قیمت نفت و ثبات نسبی تولید منفعتم بردند. پیش‌بینی‌ها حاکی از آن بود که در سال جاری متوسط قیمت نفت در دنیا برابر با ۶۸ دلار باشد در حالی‌که متوسط قیمت نفت در سال ۲۰۱۷ برابر با ۵۴٫۷ دلار اعلام شده بود ولی با توجه به تحولات اخیر در بازار، به نظر می‌رسد

ایران از نظر شاخص ریسک‌های زیرساختی در جایگاه ۵۵ دنیا ایستاده است

فرصت‌ها و ریسک‌ها



۵۳ است درحالی‌که این شاخص برای کشوری مانند قطر ۹۳٫۳ و برای امارات ۷۴ است. این شاخص نشان می‌دهد شرکت‌های مختلف داخلی و خارجی تا چه اندازه می‌توانند در اجرای پروژه‌های زیرساختی و عمرانی کشور مشارکت داشته باشند. در واقع پایین بودن شاخص تأیید کرد که این پروژه‌ها در انحصار شرکت‌های خاصی است و شرکت‌های بین‌المللی و شرکت‌های داخلی توانایی رقابت در این فضا را ندارند. همین مسئله باعث می‌شود تا ناآوری در اجرای پروژه‌ها هم محدود باشد.

یکی دیگر از ضعف‌های ایران بر مبنای این شاخص، شاخص ریسک اقتصادی بلندمدت عنوان شده است. این شاخص برای ایران برابر با ۱۹٫۲ است درحالی‌که برای قطر برابر با ۴۱٫۳ و برای عربستان برابر با ۶۱٫۵ است. شاخص ریسک سیاسی در کوتاه‌مدت و بلندمدت هم در ایران کمتر از ۳۰ پیش‌بینی شده است. با این تفسیر که هر چه شاخص بالاتر باشد و به عدد ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده کمتر بودن ریسک است.

یکی دیگر از شاخص‌هایی که در ایجاد شاخص ریسک زیرساختی اهمیت دارد، شاخص ریسک اجرایی است. به این معنا که فعالیت‌های اجرایی در کشورهای مختلف تا چه اندازه با اختلال روبه‌رو می‌شود یا اینکه تا چه حد خطرات و ریسک‌های مختلف در این فضا وجود دارد که مانع از رسیدن مجریان طرح به زمان‌بندی‌های صحیح می‌شود. در این گزارش شاخص ریسک اجرایی برای ایران برابر با ۲۸٫۴ اعلام شده است که بعد از یمن، لیبی، الجزایر و عراق پایین‌ترین جایگاه را در کشورهای منطقه دارد. بهترین وضعیت به کشور امارات اختصاص دارد به این معنا که بزرگی شاخص در این کشور برابر با ۸۲٫۷ است و طبق تعریفی که برای این شاخص‌ها ارائه شده است، هر چه به ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد خطرات کمتری در جریان کار وجود دارد.

یک شاخص دیگر هم شاخص ریسک کشور است که برابندی از خطرات احتمالی است که کشور را تهدید می‌کند. در سال ۲۰۱۷ شاخص ریسک کشوری در ایران برابر با ۲۸٫۴ بود که باز هم در سطح بسیار پایینی قرار داشت. شاخص ریسک کشوری در عراق ۹٫۷، در الجزایر ۲۶٫۴، در لیبی ۲۰٫۷ و در یمن ۰٫۳ بود.

آخرین کشور این فهرست چه کشوری است؟

در سال ۲۰۱۷ چهاردهمین کشور این فهرست یمن بود که با توجه به سال‌ها جنگ و بحران اقتصادی و اجتماعی در این کشور، موضوعی کاملاً قابل ارزیابی و پیش‌بینی بود. در سال قبل شاخص ریسک زیرساختی در یمن برابر با ۱۶٫۴ بود که جایگاه ۱۰۵ را در دنیا داشت. در این کشور شاخص رقابت‌پذیری در اجرای پروژه‌های عمرانی برابر با ۰٫۵ بود و اجرای تمامی پروژه‌های ساختمانی تنها توسط دولت انجام می‌شد. بعد از یمن کشورهای لیبی و الجزایر قرار داشتند که شاخص ریسک‌های زیرساختی در این دو کشور به ترتیب برابر با ۲۷٫۷ و ۴۷٫۲ بود. در سال قبل کشور لیبی جایگاه ۱۰۱ را در دنیا داشت و الجزایر توانست جایگاه ۶۴ را به دست آورد.

شاخص ریسک یمن در سال ۲۰۱۷، ۰٫۳ بود که نزدیک‌ترین شاخص به عدد صفر است و نشان‌دهنده بالا بودن خطر در این کشور جنگ‌زده است. این شاخص نشان می‌دهد که یمن یکی از پرریسک‌ترین کشورهای منطقه است و هرساله بخش زیادی از سرمایه‌های انسانی و فیزیکی این کشور در جریان درگیری‌ها از بین می‌رود.

در پایان باید گفت در شرایطی که قیمت نفت در بازار جهانی در حال افزایش است، بهبود زیرساخت‌های مالی و صنعتی در این کشورها امکان‌پذیر خواهد بود و موانع مالی در این زمینه از بین می‌رود. استفاده بهینه از این منابع مالی است که می‌تواند توسعه اقتصادی کشورها را به همراه بیاورد و باید در این جهت حرکت کرد و گر نه این فرصت به سرعت از دست می‌رود.

این پیش‌بینی نادرست باشد. هم‌اکنون انتظار داریم در سال ۲۰۱۸ متوسط قیمت هر بشکه نفت در بازار جهانی به مرز ۷۴ دلار برسد که رقمی بسیار چشمگیر برای کشورهای صادرکننده نفت است. از طرف دیگر گزارش‌هایی هم مبنی بر تمایل عربستان به حفظ قیمت نفت بیش از ۷۰ دلار مخایره شده است که نشان می‌دهد این کشور هم با ابزارها و روش‌هایی که در اختیار دارد در جهت تثبیت قیمت در این سطح گام برمی‌دارد.

با رشد قیمت نفت، فشارهای مالی روی دولت‌های کشورهای صادرکننده نفت در منطقه کاهش خواهد یافت و حمایت دولت از اقتصاد و بسترسازی برای رشد اقتصادی در این منطقه، افزایش. در نتیجه از موج ناآرامی‌های اجتماعی که در بسیاری از کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا به دلیل فشارهای مالی روی مردم ایجاد شده است، کاسته می‌شود. از طرف دیگر انتظار داریم دولت‌ها سهم زیادی از درآمد نفت را برای اجرای پروژه‌های عمرانی سرمایه‌گذاری کنند از منافع اقتصادی و اجتماعی زیادی برای کشورها خواهد داشت. با افزایش درآمد نفتی در این کشورها است که ریسک سرمایه‌گذاری در پروژه‌های عمرانی کاهش می‌یابد و این کشورها با سرعت زیادی در مسیر اصلاح و بازسازی اقتصادی قرار خواهند گرفت.

برترین کشورها از نظر شاخص ریسک‌های زیرساختی

بیزینس مانیاتور شاخص دیگری طراحی کرده است که کشورها را از نظر سطح ریسک سرمایه‌گذاری در پروژه‌های عمرانی و زیرساختی رتبه‌بندی کرده است. برای تهیه این شاخص فاکتورهای مختلفی مورد ارزیابی قرار گرفته است که از جمله آنها می‌توان به فضای رقابتی در بخش‌های زیرساختی و تأیید لاین اجرای پروژه‌های ساختمانی، نحوه تنظیم و اجرای قراردادهای ساختمانی، فضای قانونی، ریسک بازار کار، ریسک صنعتی و ریسک‌های اقتصادی بلندمدت و کوتاه‌مدت و میان‌مدت اشاره کرد. از طرف دیگر شاخص ریسک کشور و شاخص ریسک پروژه‌های اجرایی هم نقش مهمی در تعیین این شاخص دارد. همه این شاخص‌ها می‌توانند در تعیین فاکتور ریسک فعالیت‌های عمرانی اهمیت داشته باشد و به همین دلیل است که ارزیابی آنها بسیار مهم است.

در این گزارش شاخص ریسک فعالیت‌های زیرساختی در قطر برابر با ۷۲٫۲ است. این شاخص بین صفر تا ۱۰۰ است و هر چه به عدد ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده کمتر بودن ریسک است.

دومین کشور منطقه از نظر شاخص ریسک زیرساختی امارات است. شاخص ریسک در این کشور برابر با ۷۲ اعلام شده است که هم در خاورمیانه و شمال آفریقا و هم در دنیا جایگاه دوم را دارد. عربستان سعودی که در سال‌های اخیر اجرای طرح‌های اصلاحی اقتصادی را در پیش گرفته است و منابع مالی زیادی برای توسعه صنعت نفت خود در اختیار دارد، در سال ۲۰۱۷ توانست شاخص ۶۷٫۲ را به دست آورد. عربستان سومین کشور منطقه و نهمین کشور دنیا از نظر این شاخص ریسک بود. در سال ۲۰۱۷ شاخص تأیید لاین اجرای پروژه‌های عمرانی در این کشور برابر با ۸۱٫۷، شاخص قراردادهای برابر با ۳۸٫۹ و شاخص فضای قانونی در این کشور برابر با ۶۳٫۵ بود. شاخص قراردادهای نشان می‌دهد که تا چه اندازه پایبندی به قراردادهای وجود دارد و در نحوه تنظیم قراردادهای فاکتورهای مهم مالی و صنعتی تا چه اندازه لحاظ می‌شود.

جایگاه ایران کجاست؟

در این رده‌بندی ایران جایگاه نهم را در میان ۱۴ کشور خاورمیانه و شمال آفریقا دارد. شاخص ریسک زیرساختی ایران برابر با ۴۸٫۸ اعلام شده است و همین شاخص ایران را در جایگاه نهم خاورمیانه و شمال آفریقا و جایگاه ۵۵ دنیا قرار داده است. اصلی‌ترین و بزرگ‌ترین ضعف ایران در فضای رقابتی در اجرای پروژه‌های زیرساختی عنوان شده است. شاخص رقابت در اجرای پروژه‌های زیرساختی در ایران برابر با

دریچه



افشای وزیر ارتباطات

پشت پرده نابسامانی بازار تلفن همراه

نوسان‌های این روزهای بازار ارز، دامان تلفن همراه را گرفت؛ تا جایی که شاهد افزایش ۳۰ درصدی قیمت این محصولات در بازار هستیم. با توجه به گستردگی میزان استفاده مردم از این فناوری، قیمت بالای تلفن همراه گلایهایی را به دنبال داشته است. در همین راستا وزیر ارتباطات به این موضوع ورود کرده و می‌خواهد با شفاف‌سازی، مانع هرگونه سوءاستفاده و سودجویی از این بازار آشفته شود. به گزارش ایسنا، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به اینکه شرکت‌های واردکننده در ابتدای سال جاری دلار مورد نیاز خود را با بهای ۴۲۰۰ تومان دریافت کرده‌اند معتقد است که نباید قیمت گوشی در بازار، بالاتر از حد معمول برود. محمدجواد آذری جهرمی با اشاره به طرح رجیستری گفت: ما بحث پروژه ثبت تلفن همراه (رجیستری) را با هدف کنترل و نظارت دقیق بر بازار اجرا کردیم و در این چارچوب، آمارهایی مشخص از میزان واردات تلفن همراه با تخصیص ارز را در اختیار داریم. آنچه امروز آمار ما در رابطه با واردات گوشی با تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی به این کسب و کارها از ابتدای سال جاری نشان می‌دهد، این است که ابتدا ۵۴ شرکت برای واردات ۷ میلیون و ۲۲۹ هزار و ۶۴۶ گوشی تلفن همراه به ارزش ۵۸۰ میلیون و ۶۲۹ هزار و ۲۸۳ یورو، درخواست دادند که این موضوع در سامانه ثبت‌ناتراش (سیستم الکترونیکی ثبت سفارشات واردات کالا) ثبت شده است. وی ادامه داد: با بررسی‌های انجام‌شده، در نهایت از این تعداد برای ۴۰ شرکت تخصیص ارز صورت گرفت و مبلغ ارز تخصیص‌یافته از بانک مرکزی به این شرکت‌ها نیز بالغ بر ۲۲۰ میلیون و ۶۴۳ هزار و ۲۰۶ یورو بوده است. وزیر ارتباطات ادامه داد: طبق آمار ما که بازه زمانی آن تا ۲۹ خرداد است، پس از این ثبت سفارشات حدود ۱۴۰ هزار و ۳۹۹ گوشی به ارزش ۷۵ میلیون و ۲۸۳ هزار و ۸۶۰ یورو ترخیص شده که متوسط قیمت گوشی‌های ترخیص‌شده از بازار براساس فرمولی که عرض کردم، ۵۳۶ یورو است. وزیر ارتباطات همچنین در پاسخ به سوالاتی درباره چرایی قیمت‌های نجومی برخی از گوشی‌ها در بازار از جمله ایفون گفت: پشت پرده گوشی‌های گران‌قیمتی که امروز اتفاقاً در بازار با ارز بالایی محاسبه می‌شوند و به فروش می‌رسند افراد سودجویی هستند که ارز را گرفته و در بازار به مردم ارائه کرده‌اند.

هشدار تحلیلگران به مردم

التهابات بازار ارز به نفع هیچ کسی نیست

با شدت گرفتن نوسان در بازار غیررسمی ارز، تقاضا برای خرید افزایش یافته که این امر بر التهابات آن افزوده است. تحلیلگران بازار در کنار انتقادات نسبت به سیاست‌های اخیر ارزی، از مردم می‌خواهند که اینگونه بازار ارز را جارو نکنند؛ زیرا این اوضاع را برای آنها بدتر می‌کند. به گزارش ایسنا، گفت‌وگو با تحلیلگران ارز از این حکایت دارد که متأسفانه در شرایطی که عرضه کم و تقاضای خانگی، تجاری و سرمایه‌ای در بازار بالا می‌رود، نمی‌توان انتظاری غیر از این داشت و افزایش قیمت‌ها طبیعی است. به گفته آنان به هر حال وقتی که بانک مرکزی نتوانسته در سیاست‌های جدید ارزی تمامی تقاضاهای موجود را تعریف و پاسخ دهد، مشخص است که این تقاضا به سمت بازار ارز حرکت خواهد کرد. در این باره آفسری - تحلیلگر بازار ارز - بر این تأکید دارد که از همان ابتدای اجرای سیاست ارزی بارها تحلیلگران و کارشناسان هشدار دادند که این روند و سیاست نمی‌تواند پاسخگوی بازار ارز باشد و باید دولت بازار غیررسمی را به رسمیت بشناسد ولی متأسفانه بی‌توجهی مسئولان به هشدار کارشناسان اکنون چنین نتایجی را رقم زده است. به هر حال تصمیمات اتخاذشده نمی‌تواند همیشه درست باشد و باید به نظر کارشناسان اهمیت داده شود. وی می‌گوید: اگر در فروردین‌ماه که نوسان بازار موجب عبور قیمت دلار از ۵۰۰۰ تومان شد به گونه‌ای بازار ارز کنترل و مدیریت می‌شد و چنین تصمیم‌های هنجاری گرفته نمی‌شد، به طور حتم اکنون وضعیت دلار اینگونه نبود.

آسیب‌شناسی برنامه‌های اصلاح نظام اداری به روایت مرکز پژوهش‌ها

نقشه راه اصلاح نظام اداری ایران



ایمان ولی پور

ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

اگرچه نظام اداری از زیرساخت‌های توسعه در هر کشوری است، اما تاریخچه نظام اداری در ایران چندان طولانی نیست و به دوره معاصر باز می‌گردد. تازه در اواسط دوره قاجاریه بود که با ظهور قائم‌مقام قزاقی و میرزا تقی‌خان امیرکبیر، تحولات شگرفی در نظام اداری ایران شکل گرفت و به‌ویژه شخص امیرکبیر با اعزام محصلان به خارج از کشور و تأسیس مدرسه دارالفنون، زمینه را برای شکل‌گیری نهادهای بوروکراسی به مفهوم امروز آن در ایران فراهم آورد.

همچنین قانون اساسی برای اولین‌بار در ایران با پیروزی انقلاب مشروطه تدوین شد. اگرچه این قانون از قوانین اروپایی الهام گرفته بود، اما زمینه را برای ایجاد چندین وزارتخانه و اداره دولتی فراهم کرد. در ادامه نیز با روی کار آمدن رضاخان، مقطع دیگری از مدرنیسم در ایران پدید آمد و تشکیلات اداری مختلفی از جمله شهرداری، شهربانی، پسته و هنر، دارایی، دادگستری و وزارت کشور نظام تازه‌ای یافتند. در دوره پهلوی دوم نیز این سازمان اداری ادامه یافت و به عنوان نمونه طی ۳۰ سال هشت وزارتخانه ایجاد شد، اما با افزایش درآمدهای نفتی و عدم نظارت بر نظام اداری، فساد در دستگاه‌های اداری کشور افزایش یافت تا جایی که مصدق در دهه ۳۰ به اصلاح نظام اداری ایران پرداخت. او شماری از افسران را بازنشسته کرد، حقوق قضات را افزایش داد و اموال کسانی را که مالیات پرداخت نکرده بودند، توقیف کرد، چنانچه تصویب قانون «از کجا آورده‌ای» از مهم‌ترین اقدامات اصلاحی این دوره بود، اما حکومت مصدق دیری نپایید و در ادامه، مشکلات نظام اداری در دوره پهلوی دوم آفت‌دز زیاد شد که ناراضی‌های مردم را افزایش داد و سرانجام به انقلاب اسلامی انجامید.

تحلیل پیشینه اصلاح نظام اداری

در همین زمینه، مرکز پژوهش‌های مجلس در تازه‌ترین گزارش خود به تحلیل پیشینه اصلاح نظام اداری در ایران پرداخته است. در این گزارش، نظام اداری به مثابه ماشینی اجرایی دولت معرفی شده که مرتبط با هر سه قوه است و این ماشین اجرایی، ابزار چهارگانه قوانین و

مقررات، ساختار تشکیلاتی، سیستم‌ها و روش و ساختار منابع انسانی را در اختیار دارد. بنابراین، نظام اداری با توجه به نقش گسترده و موثری که در امور کشورها دارد، یکی از زیرساخت‌های توسعه به شمار می‌آید و کارآمدی و پویایی آن موجب ارتقای سطح کارایی سایر نظام‌های کشور از جمله نظام اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و بهداشت و درمان می‌شود. به گفته بازوی پژوهشی مجلس، اصلاح و تحول نظام اداری همیشه در دستور کار دولت‌ها در ایران بوده و در دهه‌های گذشته، همه دولت‌ها چه در قبل و بعد از انقلاب در اندیشه اصلاح و تحول در نظام اداری کشور بوده‌اند، زیرا نظام اداری از ارکان اصلی هر حکومتی است و دستیابی به پیشرفت، توسعه و تحقق اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت و بهره‌گیری بهینه از منابع، همگی به عملکرد سالم، یکپارچه و هماهنگ نظام اداری وابسته است.

چالش‌های نظام اداری ایران

مرکز پژوهش‌ها در ادامه، گریزی به اصلاح و تحول نظام اداری در دولت‌های مختلف می‌زند و سپس در چالش‌های نظام اداری ایران می‌پردازد. بنا به این گزارش، نظام اداری ایران همواره با چالش‌ها و مشکلات فراوانی روبرو بوده و در شرایط کنونی نیز ناکارآمدی نظام اداری به یکی از چالش‌های جدی کشور مبدل شده است. غلبه درگیری‌های روزمره اداری و عدم توجه جدی، علمی، عملی و به‌موقع به اصلاح اصولی این مسئله، باعث بروز چالش نظام اداری و تعمیق سایر چالش‌های کشور شده است، به‌طوری که ضعف و نابسامانی نظام اداری می‌تواند اجرای هر گونه سیاست اصلاحی در حوزه بحران‌های اساسی کشور نظیر بحران صندوق‌های بازنشستگی، بحران نظام بانکی و بحران بیکاری را با چالش مواجه کند.

با این‌همه، به نظر می‌رسد عدم توجه کافی به مسئله نظام اداری در چند دهه اخیر، این مسئله را به چالشی مزمن در کشور مبدل ساخته است. به‌رغم اینکه اسناد و سیاست‌های مهمی به‌منظور اصلاح نظام اداری و جلوگیری از ایجاد بحران در آن تدوین شده است، ولی گذشت زمان و شرایط کنونی نشان می‌دهد که این برنامه‌ها و سیاست‌ها موفق نبوده‌اند.

یکی از گام‌های اولیه و مهم جهت اصلاح نظام اداری، بررسی و

در جلسه غیرعلنی دیروز مجلس با حضور تیم اقتصادی دولت چه گذشت؟

مباحثه درباره گرانی

فرصت امروز: روز گذشته تیم اقتصادی دولت در بهارستان حضور یافت و در جلسه‌ای غیرعلنی، توضیحاتی درباره گرانی‌های اخیر به نمایندگان ارائه داد. جهانگیری البته در این جلسه، همان سخنانی را به زبان آورد که طی روزهای گذشته توسط برخی دیگر از اعضای تیم اقتصادی دولت، از جمله نوبخت و نهایندیان درباره «عدم نگرانی مردم درباره وضعیت معیشتی» شنیده شده بود. در همین زمینه، یک عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس با اشاره به حضور تیم اقتصادی دولت در جلسه غیرعلنی برای بررسی گرانی‌های اخیر، گفت: در این جلسه آقای جهانگیری گزارش بسیار مسوسوی در مورد اقدامات انجام‌شده برای مقابله با گرانی‌ها ارائه و تأکید کرد که جای نگرانی درباره مسائل اقتصادی و وضعیت معیشتی مردم نیست، راهکارهایی برای تأمین مایحتاج مورد نیاز مردم در نظر گرفته شده است. وی ادامه داد: در این جلسه آقای جهانگیری به عنوان فرمانده اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی گزارش بسیار مسوس و خوبی درباره اقدامات انجام‌شده علیه ایادی استکبار در موضوع اقتصادی ارائه و اعلام کرد کار گروهی از قوای سه‌گانه برای مبارزه جدی‌تر با مسائل و مشکلات پیش‌رو تشکیل شده است؛ مشکلاتی که دشمنان قسم‌خورده ما در بعد از برجام برای ما رقم زدند. این نماینده مجلس اضافه کرد: براساس توضیحات داده‌شده در این کارگروه، راهکارهای اساسی اندیشیده شده تا بتوان مایحتاج مورد نیاز مردم را تأمین کرد، همچنین مواد اولیه به کارخانجات و بخش صنعت داده شده و واردات در این موارد بدون محدودیت صورت گیرد، لذا جای نگرانی برای مسائل اقتصادی مردم و وضعیت معیشت آنها وجود ندارد. حسن پور در مورد موضوع گرانی‌های اخیر، گفت: قرار شد دولت طی هفته‌های آینده تصمیم‌گیری‌ها و نظارت‌های خود را اعلام کرده و کنترلش را بر وضعیت بازار بیشتر کند، همچنین توضیح داده شد که کالاهای ضروری با دلار ۴۲۰۰ تومان وارد شده به همین دلیل باید در زمان فروش نیز نرخ‌های مصوب اعلامی را اعمال کند. مهرداد بانوج لاهوتی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی نیز درباره راهکارهای جهانگیری برای ایجاد ثبات در بازار سکه و ارز عنوان کرد: ایشان اشاره‌ای به راهکار نداشتند اما قبول داشتند که این نقدینگی باید به خوبی هدایت شود.

امیدوارم خدا به همه شما صبر بدهد
همچنین رئیس مجلس شورای اسلامی برخی جزئیات نشست غیرعلنی با معاون اول رئیس‌جمهور در خصوص گرانی‌های اخیر را تشریح کرد. به گزارش اجناس سر به فلک کشیده را خریداری کنند؟!»

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای



۹۷/۴۶

نوبت اول

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

موضوع مناقصه: خرید ۳۰۰ دستگاه تابلو کنترلر غیر دیماندی روستایی

مبانی استاندارد برای کالای موضوع مناقصه، استاندارد تابلوهای فشار ضعیف وزارت نیرو می باشد.

شرایط و محل دریافت اسناد مناقصه: متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند در قبال ارائه اعلامیه واریز مبلغ پانصد هزار ریال به حساب سیبیا ۰۹۰۵۵۹۲۶۷۷۰۰۹ نزد بانک ملی شعبه برق ارومیه (کد ۵۱۳۳) به آدرس ارومیه - خیابان سربازان گمنام (برق سابق) - نرسیده به چهارراه مخایرات - شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی، واحد تدارکات تلفن ۰۲-۳۳۴۴۹۰۰۴ داخلی ۳۳۹ جهت دریافت اسناد مناقصه مراجعه نمایند.

ضمناً اسناد مناقصه در سایت های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر)شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی و سایت ملی اطلاع رسانی مناقصات به ترتیب به آدرس : www.lets.mporg.ir , www.tavanir.org.ir , www.Waepd.ir قابل مشاهده است .
مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ کل سپرده شرکت در مناقصه جمعا ۰۰۰/۰۰۰/۴۸۰ (چهارصد و هشتاد میلیون)ریال می باشد.

مهلت فروش اسناد: از تاریخ درج نوبت دوم فراخوان در روزنامه تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۹۷/۴/۱۱ مهلت و محل تحویل پیشنهادات : حداکثر تا ساعت ۱۳ (یک بعد از ظهر) روز پنج شنبه مورخ ۹۷/۴/۲۱ به اداره دبیرخانه شرکت توزیع برق آذربایجانغربی .

زمان ومحل برگزاری مناقصه: زمان بازگشائی پاکت های الف و ب و ج راس ساعت چهارده (دو بعد از ظهر) روز شنبه مورخ ۹۷/۴/۲۳ در محل شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی.

توضیح اینکه: تعیین برنده برای هر یک از اقلام موضوع مناقصه به صورت موردی میباشد و سپرده شرکت در مناقصه برای هر ردیف به تفکیک در شرایط مناقصه اعلام گردیده است.

شناسه آگهی: ۱۹۳۷۶۸ شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۷/۴/۲۱

تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۷/۴/۲۵



حمایت از فناوران و نوآوران حوزه کشاورزی

کار گروه کشاورزی و منابع طبیعی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی به تازگی حمایت از طرح‌های جدید در این حوزه را تأیید کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، کمک و حمایت از پژوهشگران، فناوران و نوآوران در حوزه‌های مختلف علمی فعالیتی است که می‌تواند به توسعه و گسترش هر یک از این حوزه‌ها و در نهایت پیشرفت کشور کمک کند. در این میان کشاورزی حوزه‌ای مهم برای هر کشوری محسوب می‌شود، چراکه امنیت غذایی هر جامعه‌ای را تأمین می‌کند. حمایت از فناوران و نوآوران در این حوزه با ورود ایده و خلاقیت نیز باعث تسریع فعالیت‌ها و پایداری در این حوزه می‌شود. کار گروه کشاورزی و منابع طبیعی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی یکی از بخش‌هایی است که طرح‌های پژوهشی محققان را حمایت می‌کند.



دریچه



تأثیر اولین هفته کاری در حفظ کارمندان تازه استخدام

نکات جدیدی را که یاد می‌گیریم با یکدیگر به اشتراک می‌گذاریم تا موفقیت کارمندان جدید را تضمین کنیم. در سطحی عمیق‌تر، ما می‌خواستیم بدانیم که رفتارهای اولیه دپارتمان‌های مختلف، چه تأثیری در جذب سه هزار نیروی جدید سازمان دارد. با همکاری بخش تحلیلی محیط کار مایکروسافت، متا داده‌های ایمیل‌های ناشناس همکاران را چک کردیم. برخی از عباراتی را که به‌عنوان نشانه‌ای از تعاملات مثبت می‌دیدیم عبارت بودند از: «من افتخار می‌کنم که برای مایکروسافت کار می‌کنم.» یا «انتظار دارم که ۱۱ سال برای مایکروسافت کار کنم.» ما متوجه شدیم که برای کارمندان جدید، بسیار مهم است که در نخستین هفته کاری، دیداری رودررو با مدیر خود داشته باشند. در واقع مطالعات ما نشان می‌داد کارمندانی که چنین تجربه‌ای داشتند، در سه حوزه رشد مشخص و واضحی داشتند:

۱ - طی ۹۰ روز، شبکه‌سازی داخلی آنها ۱۲ درصد بیشتر و شبکه‌سازی مرکزی آنها دو برابر شده بود. این امر از آن جهت مهم است که کارمندانی که شبکه داخلی خود را رشد می‌دهند، بیشتر احساس می‌کنند که به گروه خود تعلق دارند و به‌احتمال بیشتری در شرکت باقی می‌مانند. طبق آمار، کارکنانی که تعاملات درون‌گروهی بیشتری دارند، ۸ درصد بیش از سایرین به حضور خود در سازمان متعهد می‌مانند. به‌علاوه آنها واقعاً احساس می‌کنند هم به تیم تعلق دارند و هم اعتبار شخصی خود را حفظ می‌کنند.

۲ - آنها جلسات باکیفیت بیشتری برگزار می‌کردند. جلسات باکیفیت به تعداد رهبران و مدیران کمتری نیاز دارد و افرادی که در آن حضور دارند توجه بیشتری به دستور کار جلسه دارند و از فعالیت‌های جانبی پرهیز می‌کنند.

به‌علاوه طول مدت این جلسات کوتاه‌تر است. ۳ - آنها سه برابر بیشتر از سایرین با تیم خود همکاری می‌کردند. همکاری تیمی اولیه، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است: افرادی که وقت بیشتری را صرف همکاری مؤثر تیمی می‌کنند، علاقه بیشتری به وظایف خود و اهداف تیم دارند و گزارش‌های باکیفیت‌تری از کار خود ارائه می‌دهند.

این ادراکات به ما کمک کرد بهبود تجربه اولیه کارمندان تازه استخدام را در اولویت قرار دهیم. البته کار ما در مایکروسافت تازه آغاز شده است. حالا ما سعی می‌کنیم روش‌های دیگری نیز بیابیم که با تمرکز بر شبکه‌های کارکنان جدید، به‌ویژه زمانی که مدیر در مکان دیگری کار می‌کند، تجربه اولیه شرکت را بهبود دهیم. باین‌حال توصیه می‌کنیم اهمیت ملاقات‌های رودررو و شخصی هفته اول را دست‌کم نگیرید. شاید موضوعی کلیشه‌ای به نظر برسد، ولی احساسی که کارمندان در نخستین هفته حضور خود در محیط کار تجربه می‌کنند، نقشی حیاتی در علاقه و تعهد آنها به باقی ماندن در شرکت شما دارد.

منبع: HBR/zoomit

بسیاری از شرکت‌ها گلیایه می‌کنند که نیروهای متخصص و مستعدی که تازه استخدام کرده‌اند، خیلی زود علاقه خود را به کار از دست می‌دهند. چگونه می‌توان از این مشکل پیشگیری کرد؟ اولین احساسی که از حضور در یک محیط کار خواهید داشت، تأثیر بسیار مهمی در ادامه همکاری شما با عوامل آن شرکت دارد. این موضوع مختص به کارفرمایان نیست، بلکه کارمندان جدید نیز تحت تأثیر همین اتفاقات مراحل اولیه، در مورد برنامه بلندمدت خود مبنی بر همکاری یا ترک شرکت، تصمیم‌گیری می‌کنند. اگر شرکتی حتی به‌صورت غیرعمدی تجربه بدی برای کارمندان فراهم کند، باعث می‌شود بهترین استعدادهای خود را از دست بدهد؛ واقعه ناگزیری که هزینه آن ممکن است حتی دو برابر حقوق سالانه کارمندان باشد.

باین‌حال سنجش موفقیت تلاش‌های شما کار آسانی نیست. اخیراً داوین کالینگ هافتر، کاندریس یانگ و ژو لیسو، مدیران عمومی منابع انسانی شرکت مایکروسافت، در مقاله‌ای تجربیات خود را در این زمینه به اشتراک گذاشته‌اند. مرور این مقاله که در واقع مثالی از دنیای واقعی در یک سطح کاملاً حرفه‌ای است به ما کمک می‌کند

اهمیت این موضوع را بهتر درک کنیم و همچنین از راهکارهای توصیه‌شده این متخصصان بهره بگیریم. آنها می‌نویسند: ما در مایکروسافت سالانه هزاران کارمند را استخدام می‌کردیم و باین‌حال اطلاعاتی از ضرورت تجربه‌آفرینی مثبت برای نیروهای جدید نداشتیم. ما فقط تلاش می‌کردیم از آمار و ارقام فرساینده، نتیجه‌گیری مقبولی داشته باشیم.

سرانجام در یک دوره زمانی، برای درک بهتر پدیده‌ای که آن را «دلزدگی زود هنگام کارمندان» می‌نامیدیم، سعی کردیم به فرصت‌هایی که همیشه آنها را نادیده می‌گرفتیم، نگاهی دوباره داشته باشیم. خیلی ساده، از کارمندان پرسیدیم که از حضور در این شرکت چه احساسی دارند. به این منظور یک نظرسنجی برگزار کردیم که احساس اولیه و تجربه کارمندان تازه استخدام را یک هفته پس از شروع به کار آنها مورد سؤال قرار می‌داد و پس از ۹۰ روز، دوباره نظرسنجی تکرار می‌شد. پس از بررسی نتایج این نظرسنجی، به نتایج جالبی رسیدیم. برای نیروهای تازه استخدام، مسائل کوچک بیش از آنچه ما فکر می‌کردیم اهمیت داشت. به‌عنوان مثال برای آنها مهم بود که از اولین روز شروع به کار، یک کامپیوتر شخصی کاری در اختیار داشته باشند و بتوانند به ساختمان‌ها، ایمیل و اینترنت شرکت سریعاً دسترسی پیدا کنند. بر همین مبنا، ما تعدادی از کارشناسان را از تمامی دپارتمان‌ها نظیر منابع انسانی، IT، حقوق مهاجرت، امنیت، آموزش، تدارکات و دیگر بخش‌ها، روی یک هدف متمرکز کردیم: اطمینان حاصل کردن از اینکه کارمندان جدید از روز اول، بهره‌وری بالایی خواهند داشت. هر یک از اعضای تیم برای دستیابی به این هدف تلاش و مشارکت کردند و در نتیجه توانستیم موانع سازمانی این هدف را کنار بزنیم. حالا ما پیشرفت ماهانه را بررسی می‌کنیم و بازخوردها، ایده‌ها و



هماهنگی بین‌بخشی موجب رونق فضای کسب و کار می‌شود

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت همکاری و هماهنگی بین بخشی زمینه‌ساز اشتغال پایدار و رونق فضای کسب و کار است.

به گزارش ایرنا، عیسی منصوروی روز شنبه در نشست ستاد راهبردی اقتصاد مقاومتی و کارگروه اشتغال و سرمایه‌گذاری سیرجان با تأکید بر حفظ موفقیت‌ها و دستاوردهای موجود افزود: شهرستان سیرجان و استان کرمان در حوزه اشتغال و اقتصاد موفق بوده و خوب عمل کرده و الگوی خوبی برای بحث اشتغال با وجود معین‌های اقتصادی هستند.

وی اضافه کرد: امروز نیازمند ایجاد فناوری روز برای بحث اشتغال هستیم و اگر به روش‌های سنتی عمل شود به یقین اشتغال پایدار نمی‌ماند. منصوروی گفت: شهرستان سیرجان در بخش خدمات، صنعت و کشاورزی ظرفیت‌های خوبی دارد که می‌تواند معیشت مردم و اقتصاد جامعه را مدیریت کند و باید از این ظرفیت‌ها به‌خوبی صیانت و

استفاده شود. وی با اشاره به اینکه شرکت‌های معین اقتصادی کمک خوبی برای توسعه بازار دارند، افزود: صنایع دستی خوبی داریم و باید به منظور خلق فرصت‌های جدید شغلی تقویت شوند که مهارت‌آموزی با نظارت و مدیریت مراکز فنی و حرفه‌ای به بخش خصوصی می‌تواند به تحقق این مهم کمک کند.

وی پیرامون حضور نیروی کار خارجی در استان کرمان و منطقه سیرجان هم گفت: اگر هماهنگ عمل شود و همه نهادها وظایف خود را خوب انجام دهند، نیروی کار خارجی غیرقانونی در استان کرمان کم و به صفر می‌رسد و این طرح تا سه ماه آینده در استان کرمان اجرا خواهد شد.

در این نشست سرمایه‌گذاران و بخشداران و دهیاران مشکلات اشتغال و اقتصاد را در بخش‌ها و روستاها مطرح کردند و مقرر شد معین‌های اقتصادی با همکاری ادارات تعاون، کار و رفاه اجتماعی در جهت رفع موانع کاری اقدام کنند.



لزوم ایجاد رویه واحد برای اعطای مجوز «دانش‌بنیان»

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی امور فناوری وزارت علوم گفت: باید رویه واحدی برای اعطای مجوز «دانش‌بنیان» به شرکت‌ها تعیین شود.

به گزارش مهر به نقل از وزارت علوم، مهدی کشمیری در سسی و یکمین نشست روسای پارک‌های علم و فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با اشاره به اینکه هم‌اکنون دو نوع مجوز با عناوین مجوز فناوری و مجوز دانش‌بنیان برای شرکت‌های فعال فناور در پارک‌های علم و فناوری و همچنین بخش خصوصی صادر می‌شود، بر ضرورت ادغام این دو مجوز و تعیین رویه واحد برای اعطای مجوز «دانش‌بنیان» تأکید کرد.

وی با اشاره به اینکه مجوز «شرکت فناور» توسط پارک‌های علمی و فناوری صادر می‌شود، گفت: فرآیند صدور این مجوز کاملاً غیرمتمرکز است و رویه واحدی در کشور ندارد و اساس صدور این مجوز نوع فعالیت‌های شرکت‌های فناور است، اما مجوز «دانش‌بنیان» که توسط کارگروه تخصصی مستقر در «مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علم و

فناوری ریاست جمهوری» صادر می‌شود، از یک نظام داوری دوطرفه مشخص صادر می‌شود.

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی امور فناوری وزارت علوم افزود: گواهی «دانش‌بنیان» امروز جایگاه خود را در کشور پیدا کرده و کسب آن برای شرکت‌های فناوری یک امتیاز مهم و مزایای قانونی دارد که گواهی «شرکت فناور» این مزایا و امتیازات را ندارد و هم‌اکنون تنها ۲۰ درصد شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری می‌توانند مجوز دانش‌بنیان را کسب کنند.

کشمیری اظهار داشت: برای ارتقای جایگاه گواهی فناوری در کشور و به‌ویژه در نزد معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری باید یک نظام یکپارچه و همگن با مبانی واحد و با نظارت وزارت علوم در میان پارک‌های علمی و فناوری ایجاد و فرآیند ارزیابی و پایش استاندارد و مستمری را برای حفظ کیفیت این گواهی تعریف کنیم.





سومین رویداد ملی «اینوتک سلامت» ۱۴ تیر برگزار می‌شود

سومین رویداد ملی «اینوتک سلامت» مهم‌ترین رخداد کارآفرینی و فناوری حوزه سلامت از ۱۴ تا ۱۶ تیرماه در بوستان گفت و گو تهران برگزار می‌شود. به گزارش ایرنا، تجهیزات پزشکی و توانبخشی، فرصت‌های کارآفرینی در حوزه امنیت و ایمنی غذایی و فناوری اطلاعات در سلامت از محورهای این رویداد ملی است. همچنین کمک به توسعه و بلوغ زیست‌بوم کارآفرینی در حوزه سلامت از اهداف محوری سومین رویداد ملی اینوتک سلامت است. در معرض قرار دادن و شناساندن قطب‌های شبکه‌سازی، ارتباط موثر، تبادل تجربیات و گفت‌وگوی فناوری با سیاستمداران، سرمایه‌گذاران و مسئولان این حوزه و کمک به بازاریابی و بازاریابی شرکت‌های دارای محصول مستقر در مراکز رشد از اهداف برگزاری این رویداد ملی است.

یادداشت



کسب‌وکار خود را به کمک برنامه ترلو مدیریت کنید

خلاصه نمی‌شود. همه ما پروژه‌هایی برای رسیدگی داریم و تیم‌هایی که باید بر اعضای آنها مدیریت کنیم. اگر نیاز دارید وبسایت جدیدی طراحی کنید یا بروشوری برای بازاریابی بسازید، ترلو گزینه خوبی است چون کار با آن ساده و واضح است. اما آیا می‌شود کل کسب‌وکار خود را با ترلو بچرخانید؟ شاید بعید به نظر آید، ولی نکته اینجاست که کاربران از شلوغی و بهم‌ریختگی گریزانند و ترجیح می‌دهند تا جایی که امکان دارد کارهایشان را با یک برنامه انجام دهند. تصور شما را بکنید کاربری که روی گوشی خود یک برنامه حسابداری دارد و یک برنامه همکاری مثل کانوو (Convo) یا اسلک (Slack) و همزمان شبکه‌های اجتماعی و ایمیل را هم باید مدیریت کند، دچار چه کلافگی خواهد بود. حال اگر برنامه‌ای داشته باشید که از پس انجام تمامی کارهای «جدی» کسب‌وکار شما برآید و هر وظیفه مشخصی را که نیاز به رسیدگی دارد بتوانید به کمک این برنامه مدیریت کنید، خواهید دید که افراد کارها و وظایفشان را به سرانجام مشخصی می‌رسانند. هرچه برهه گسترده (Spreadsheet) تابه‌حال استفاده می‌کرده‌اید را کنار بگذارید. در عوض کارهای بودجه، اهداف، رویدادها، طرح‌های راهبردی یا هر کاری که موعده مقرر دارد را در ترلو بارگذاری کنید تا خود را از دیوانگی محیط کاری مدرن نجات دهید.

ترلو بهم‌ریختگی را کاهش می‌دهد اما باید حواس‌تان به یک مسئله باشد. اگر سروکارتان با اعداد و ارقام واقعی بودجه است و باید محاسبات روی آنها انجام دهید یا به منظور تخمین مسائل کسب‌وکار خود نمودار برای آنها رسم کنید، این برنامه کار شما را راه نخواهد انداخت. در ضمن قابلیت چست که در تخته‌ها تعبیه شده اگر چه زیاد به کار می‌آید اما سرعتش به اسلک نمی‌رسد. در نتیجه اگر مثلا یک گفت‌وگوی تیمی طولانی یک ساعته در پیش دارید، ترلو جای مناسبی برای برگزاری آن نیست. برای چنین مواردی از پیام‌های گروهی یا یک برنامه پیام رسان استفاده کنید.

رقیب‌های ترلو

بی‌تردید در بازار شلوغ برنامه‌های مدیریت پروژه و کارها، ترلو رقیب جدی دارد. اما ترلو یک برنامه رایگان است و فقط در صورتی که بخواهید آن را ارتقا دهید باید مبلغی بپردازید. قابلیت‌هایی که اضافه خواهد شد شامل ادغام با برنامه‌های دیگری چون اسلک، ساخت گزارش و نمای تقویم می‌شود. اما ترلو حتی با شرکت مادر خود نیز رقابت می‌کند. (برنامه جیرا (Jira) از شرکت اطللسین برنامه قدرتمندتری محسوب می‌شود اما استفاده از آن پولی است).

اگر فقط به دنبال برنامه‌ای برای ثبت و مدیریت کارها و وظایف خود هستید، صدها برنامه رایگان دیگر برای مدیریت ساده کارها وجود دارد که عمدتاً برای گوشی طراحی شده‌اند، مانند گوگل کیپ (Google Keep) که کار شما را راه می‌اندازد.

البته ترلو در کارهایی که ما با آن امتحان کردیم بی‌کم‌وکاست نبود. بعضی اعضای گروه دقیقاً نمی‌دانستند در یک ستون از کارت‌ها چه موقع از چکلیست استفاده کنند، چه موقع از کارت‌ها یا فهرست‌های ساده. البته این مسئله با آموزش و تمرین حل خواهد شد. این برنامه از پس اغلب کارها برمی‌آید و به حدی قدرتمند است که تمام کارها و وظایف کسب‌وکاران را به کمک آن مدیریت کنید.

منبع: businessnewsdaily

به قلم: جان پرندون نویسنده پاریس Business News Daily
مترجم: حمید بهرام پور

ترلو (Trello) برنامه‌ای برای مدیریت کارها و وظایف است که توسط شرکت اطللسین (Atlassian) توسعه یافته است. شاید در نگاه اول به نظر رسد این برنامه بیشتر برای استفاده شخصی کاربرد دارد. رنگ‌های متنوعی در برنامه استفاده شده، کارت‌های کوچکی (Cards) دارد که به اطراف می‌کشید و «تخته»‌هایی (Boards) دارد که تعدادی گر کلاس‌های مدارس ابتدایی است. اما این برنامه قابلیت‌هایی در آستین دارد که آن را به گزینه مناسبی برای استفاده در کسب‌وکار بدل می‌کنند. ترلو که ابزاری برای مدیریت پروژه محسوب می‌شود، شما را در تبادل و سازماندهی اطلاعات پاری می‌رساند. برنامه به حدی کاربردی است که بتوانید با آن برنامه‌های بودجه، گزارش عملکرد اعضای گروه، و حساب‌ها و اهداف ماهانه خود را مدیریت کنید. با ترلو به برنامه‌ای همه‌کاره برای مدیریت پروژه است. می‌توانید تقریباً حساب همه زمینه‌های کسب‌وکار خود را داشته باشید.

بزرگ‌ترین مزیت‌های برنامه

نقطه قوت ترلو چیست؟ در این عصر مدرن که سروکارمان با برگ گسترده‌های (Spreadsheets) گوگل داکس (Google Docs) است و هر پنج ثانیه صدای دینگ‌دینگ برنامه‌های روی گوشی‌مان بلند می‌شود و در هرج و مرج و آشفتگی کامل شبکه‌های اجتماعی غوطه‌ور شده‌ایم، ترلو با ظاهر ساده و سراسر استخ خودنمایی می‌کند. انگار که فقط چند کارت و تخته روی صفحه چیده باشیم، به همین سادگی.

ایده کار برگرفته از تابلوهای اعلاناتی است که شاید شما هم در اتاق استراحت شرکت خود به دیوار زده باشید. شاید برای هر تیم یا دپارتمان تخته‌های جداگانه درست کنید یا تخته‌ها را بر اساس حوزه‌های تخصصی بسازید. بعضی شرکت‌ها برای پروژه‌های بزرگ تخته‌های جداگانه می‌سازند. روی هر تخته ستون‌هایی از کارت‌ها قرار گرفته که هر کدام یک وظیفه یا کار را در خود جای داده است. حتی می‌توانید کارت‌های متنوعی بسازید. می‌توانید کارت‌هایی بسازید که وظایف را به صورت چکلیست نشان دهد. کارکنان با اشتیاق به علامت زدن کارهای انجام شده، کشیدن کارت‌ها از یک ستون به ستون دیگر و بستن پروژه‌های تکمیل شده خواهند پرداخت. در کنار بصری مرتب ترلو که از بعضی برنامه‌های مدیریت وظایف دیگر بارها سرتراست، تجربه کار کردن با آن نیز دلنشین است. انیمیشن ظریفی برای جابه‌جا کردن کارت‌ها تعبیه شده که با زاویه کمی حرکت می‌کنند. می‌توانید تصاویر باکیفیت در پس‌زمینه تخته‌ها قرار دهید و به آنها روح تازه‌ای ببخشید. در داخل هر کارت می‌توانید در خصوص کار مربوطه نظر بگذارید یا لینک اسناد و تصاویر مورد نظر خود را قرار دهید. شیوه‌هایی که این برنامه برای همکاری و تعامل در اختیار شما قرار می‌دهد حتی در برنامه مطرحی چون اسلک (Slack) هم یافت نمی‌شود. یکی از ویژگی‌های کاربردی برنامه قابلیت فیلترگذاری است. فرض کنید تخته‌ای برای اهداف تیم ساخته‌اید. می‌توانید همه اهداف فروش را با رنگ قرمز و همه اهداف حسابداری را با رنگ زرد مشخص کنید. حال با انتخاب فیلتر زرد یا قرمز فقط اهداف مرتبط با تیم یا پروژه‌های خود را مشاهده خواهید کرد.

چرخاندن کسب‌وکار

اما کسب‌وکار در مدیریت وظایف و فیلترگذاری روی عنوان‌ها

سوء قصد به جان مک آفی او را راهی بیمارستان کرد

یک ماه پیش جان مک آفی که از پیشگامان امنیت سایبری جهان محسوب می‌شود در مصاحبه‌ای اختصاصی با نشریه ایندپندنت اعلام کرد که امنیت جانی ندارد و حالا خبر رسیده موسس شرکت مک آفی به دست «دشمنان بی‌کفایتش» مسموم شده است. به گزارش دیجیاتو، او که هم‌اکنون در بیمارستان به سر می‌برد صبح روز گذشته عکسی از خود را در حالی که بستری شده و تجهیزات بیمارستانی به بدنش متصل است در صفحه توئیترش منتشر کرد. مک آفی در توضیح این تصویر آورده است: به خاطر غیبت سه‌روزه‌ام عذرخواهی می‌کنم اما دو روز است که در مرکز پزشکی Vidant در شمال کارولینا بیهوش هستم و تازه به هوش آمده‌ام.

دشمنانم موفق شدند مرا مسموم کنند با این حال کشتن من سخت‌تر از چیزی است که تصورش را می‌کنند. من برگشتم. البته این مدیرعامل پرحاشیه از ارائه اطلاعات بیشتر درخصوص عاملان این اتفاق خودداری کرد و مشخص نیست آیا مسمومیت وی به صحبت‌های قبلی‌اش و ترسی که از بابت دشمنان وجودش را فرا گرفته ارتباط پیدا می‌کند یا خیر. وی از طریق سلسله ویدئوهایی که ماه گذشته منتشر کرد مدعی شد مشکلاتی که با کمیسیون ارز و اوراق بهادار آمریکا برایش به وجود آمده وی را مجبور به فرار کرده است. گفتنی است که مدیرعامل شرکت مک آفی در سال ۲۰۱۶ میلادی به خاطر مراداتی که با چند شرکت فعال در حوزه ارزهای مجازی داشت از سوی کمیسیون یادشده احضار شد.

آقای مک آفی ماه پیش در مصاحبه‌اش با ایندپندنت این‌طور اظهار کرد: ما (آمریکایی‌ها) در یک وسیله نقلیه پنج چرخ به سر می‌بریم. تمامی این وسایط را نیز نیروهای ویژه سابق ارتش هدایت می‌کنند و داخل آنها را هم نیروهای تا دندان مسلح ارتش پر کرده‌اند. من امروز شخصا و تعددا مرتکب جرم شدم تا بلکه کمیسیون ارز و اوراق بهادار متوجه شرایط شود. من آدمی دیوانه‌ام و دیگر قصد سکوت کردن در قبال سازمان‌های سراسر مفسد دولتی را ندارم.

آقای مک آفی پیشتر ادعا کرده بود که طی سال‌های گذشته کارت‌های خشن در برهه‌های مختلف برای ربودن او تلاش کرده‌اند که آخرین بار آن در ماه سپتامبر اتفاق افتاده است. به گفته او، این تلاش‌ها به دوران حضورش در برزیل بازمی‌گردد؛ یعنی زمانی که وی به اتهام قتل همسایه‌اش در سال ۲۰۱۲ مورد بازپرسی قرار گرفت. و جای تعجب ندارد اگر بگوییم که آقای مک آفی به همین دلیل با کاردهای امنیتی خود در یک خانه به شدت امن در لکسینگتون تنسی زندگی می‌کند.

در انتها نیز مک آفی در پاسخ به عاملان این اتفاق گفت: به زودی معنای واقعی خشمم را درک خواهید کرد. وی همچنین گفت در گذشته بیشتر از یک بار با کمک سم، گلوله یا حتی طناب دار به جانم سوء قصد شده اما برای کشتن من باید بیشتر از اینها تلاش کنید.



ایجاد ۳۳ هزار شغل برای فارغ‌التحصیلان در مراکز رشد و کارآفرینی

معاون پژوهشی وزیر علوم، تحقیقات و فناوری مسئله مهم پیش روی کشور را کارآفرینی و نوآوری عنوان کرد و بیان داشت: با وجود بحران بیکاری امروز به دنبال اشتغال‌زایی از راه فناوری هستیم که شهرک علم و فناوری اصفهان در این حوزه از سال‌های قبل قدم گذاشته است و سبقه طولانی دارد.

وی با اشاره به اینکه شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان بزرگ‌ترین پارک علم و فناوری را در کشور دارد، بیان داشت: شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان ارتباط خوبی با دانشگاه صنعتی دارد و این یک امتیاز ویژه برای هر دو نهاد است. برومند با اشاره به تاریخچه بازگشایی دانشگاه‌ها گفت: از سال ۶۲

شاهد شکل‌گیری دانشگاه‌ها بودیم و از بعد انقلاب تحصیلات تکمیلی را داشتیم که در این سال‌ها موفق به انجام ۴۸ هزار پژوهش علمی در سطح جهانی شدیم.

معاون پژوهشی وزیر علوم، تحقیقات و فناوری گفت: ۳۳ هزار فارغ‌التحصیل دانشگاه‌های مختلف در مراکز رشد و کارآفرینی شاغل شدند.

به گزارش مهر، مسعود برومند روز شنبه در آیین تکریم رئیس شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان اظهار داشت: به دنبال توسعه فناوری‌ها می‌توانیم اشتغال‌زایی را بالا ببریم و از این رو تلاش کردیم با توسعه مراکز رشد و فناوری، زمینه اشتغال‌زایی را برای فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های مختلف ایجاد کنیم.

وی با بیان اینکه از دهه ۷۰ شاهد توسعه فناوری در سطح کشور هستیم، افزود: از سال ۸۵ به بعد فناوری رو به پیشرفت رفت و از سال ۸۸ به بعد مراکز رشد و کارآفرینی شکل و شمایل پیدا کرد، به طوری که امروز ۳۳ هزار نفر از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های مختلف شاغل شدند.

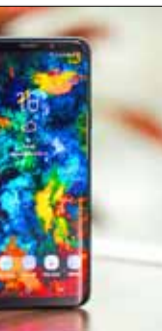


سامسونگ به هدف عرضه ۳۵۰ میلیون گوشی هوشمند نمی‌رسد

سامسونگ در ابتدای سال ۲۰۱۸ هدف فروش در سال جاری را افزایش داد، اما آمارها حاکی از عدم موفقیت در دستیابی به این هدف است. به گزارش زومیت، منابع آگاه خبر می‌دهند که به احتمال زیاد، سامسونگ در رسیدن به هدف عرضه ۳۵۰ میلیون گوشی هوشمند

در سال جاری نخواهد رسید. یکی از این منابع ناشناس در گفت‌وگو با وبسایت Investor می‌گوید، هدف سامسونگ برای سال جاری میلادی، عرضه ۳۵۰ میلیون دستگاه است که بیش از رقم قبلی خواهد بود. با توجه به فروش کمتر از انتظار گلکسی اس ۹ و تلاش‌های زیاد برای بقا در بازار چین، به نظر می‌رسد این هدف دور از دسترس باشد. برنامه اولیه سامسونگ برای سال ۲۰۱۸، فروش ۳۲۰ میلیون دستگاه گوشی هوشمند بود که پیش‌خریدهای بسیار Galaxy S9 در سه‌ماهه اول باعث شد تا این پیش‌بینی افزایش یابد. پیش‌بینی ۳۵۰ میلیون

پس از این اتفاقات عنوان شد که از آمار سال‌های گذشته سامسونگ بیشتر است. اپل و سامسونگ، غول‌های تولیدکننده گوشی هوشمند در سال‌های گذشته با کاهش تقاضا برای این گجت‌ها دست‌وپنجه نرم کرده‌اند. این کاهش



فروش در دوره بعدی این پیش‌بینی را ایجاد می‌کند که پرچمدار کره‌ای‌ها تا پایان سال به فروش ۲۰ میلیون دستگاه خواهد رسید و رکورد کمترین فروش سری گلکسی اس سامسونگ از سال ۲۰۱۲ را خواهد شکست.

چگونه احتمال دارد بازاریابی و تبلیغات در سال ۲۰۱۸ دچار تحول شوند

ارن هالوی

مشاور مستقل امنیت داده‌ها و متخصص اکتساب کاربر
مترجم: مروارید فیض

مسدودکننده‌های تبلیغات، ویدئوی پخش زنده و هوش مصنوعی، فرصت‌ها و چالش‌هایی را ارائه می‌دهند. بازاریابی دیجیتال، مدتی است که تغییر عمده‌ای نکرده است. البته ما مجبور بودیم وب سایت خود را برای امتحان کاربران گوشی همراه بهینه‌سازی کنیم؛ یعنی همان‌طور که خالقان الگوریتم نیاز دارند، بهینه‌سازی موتور جست‌وجو را کمی ارتقا و چند تغییر کوچک دیگر را نیز انجام دهیم. رسانه‌های اجتماعی نیز به سرعت در حال ترقی هستند، اما نتیجه خیلی جالبی تا حال به‌دست نیامده است. امسال احتمالا داستان متفاوت است و ما نمی‌توانیم دست روی دست بگذاریم و به تماشا بنشینیم. ببینید که هم‌اکنون چه اتفاقاتی در حال رخداد هستند: رسانه‌های اجتماعی و قانون در حال تغییر هستند و شایعاتی درباره تاثیر بی‌طرفی (یا تبعیض) خدمات ارائه‌دهنده اینترنت بر تبلیغات دیجیتالی وجود دارد. راحت می‌توان پیش‌بینی کرد که این صنعت در سال ۲۰۱۸، با تغییرات عمده‌ای مواجه خواهد شد. در اینجا به چهار جنبه‌ای اشاره شده است که چشم‌انداز جدید را شکل می‌دهند.

۱. حریم خصوصی

شخص می‌تواند با موفقیت استدلال کند که اینترنت عمده‌تاً از طریق تبلیغات، تامین مالی می‌شود. استفاده وب‌سایت‌ها از کوکی‌ها، به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا مشتریان خود را براساس آن چیزی انتخاب کنند که این مشتریان در جست‌وجوگرهای خود از نظر می‌گذرانند. اما کاربران همواره در حال تعویض ابزار الکترونیکی خود هستند و همین سبب ایجاد مشکل در ردیابی تمامی نقاط تماس کاربر می‌شود. حتی بازاریابان نیز سخت در تلاش هستند تا کانال‌هایی با بیشترین میزان تاثیر را تعیین و روش‌های خود را برای مشتریان توجیه کنند. به هر حال، می‌توان گفت که این کار امکان‌پذیر است. ابزار بازاریابی قوی می‌تواند برای انتخاب افراد، داده‌های کاربر را ردیابی کند و به هم مرتبط سازد.

مسدودکننده‌های تبلیغات، تنها یکی از چالش‌ها به حساب می‌آیند. طبق گزارش پیچ‌فر که در ژانویه منتشر شد، ۱۱ درصد کاربران اینترنت از نوعی مسدودکننده تبلیغات استفاده می‌کنند که افزایشی ۳۰ درصدی را از پارسال نشان می‌دهد. مصرف‌کنندگان می‌خواهند حریم خصوصی، امنیت و وقت خود را از مزاحمت‌های تبلیغات حفظ کنند. برخی وب‌سایت‌ها برای ممانعت از این کار، از دیوارهایی استفاده می‌کنند که به جست‌وجوگرهای دارای مسدودکننده تبلیغات، اجازه مشاهده محتوای خود را نمی‌دهند. این سایت‌ها از کاربران می‌خواهند به‌صورت دستی این مسدودکننده را از کار ببندازند، اما ۷۴ درصد از مردم در گزارش پیچ‌فر، صرفاً سایت مورد نظر را ترک کرده‌اند.

۲. ویدئوی پخش زنده

محتوای تصویری در اینترنت محبوب‌تر شده است و بسیاری از کشورها آماده‌اند تا آن را به ابزار اصلی ارتباطات خود در سال ۲۰۱۸ تبدیل کنند. این کار به معنای ایجاد رسانه‌های پربارتر، ویدئوهای خلاقانه، گیف‌ها و میم‌ها است. احتمالا موارد بیشتری نیز در سال جدید باب می‌شوند. دلیل خوبی برای این اتفاق وجود دارد: کاربران بهتر با تصاویر تعامل برقرار می‌کنند.

با توجه به تمامی این موارد، باید گوش به زنگ شیوع ویدئوی پخش زنده بود. تحقیق سازمان یافز در سال ۲۰۱۶ نشان داد که بیش از ۸۰ درصد بازاریابان، درصد خلق ویدئوهای بیشتری هستند. در آن زمان، تعداد چشمگیر ۴۲ درصد از بازاریابان می‌خواستند ویدئوی پخش زنده را انتخاب کنند. در همان سال، فیس‌بوک گزارش داد که ویدئوهای پخش زنده تا سه‌برابر ویدئوهای سنتی تماشا می‌شدند و کاربران ۱۰ برابر بیشتر در مورد آنها نظر می‌دادند. دلیل موثر بودن ویدئوی پخش زنده، واقعی، انسانی و پر از خطا بودن آن است.

موضوع ویدئوی پخش زنده در برابر ویدئوی از پیش ضبط شده نیست. موضوع، ویدئوی پخش زنده در برابر همه چیز است. طبق گزارش لایواستریم، ۸۲ درصد کاربران ترجیح می‌دهند ویدئوی پخش زنده یک برند را تماشا کنند تا اینکه پیام‌های رسانه‌های اجتماعی همان برند را بخوانند و تقریباً ۸۰ درصد ترجیح می‌دهند یک ویدئوی پخش زنده را تماشا کنند تا اینکه پیام‌های یک وبلاگ را بخوانند.

۳. هوش مصنوعی

فکر می‌کنید زود است که درباره تاثیر هوش مصنوعی بر بازاریابی و تبلیغات صحبت شود؟ هوش مصنوعی همین حالا هم وارد زندگی روزمره ما شده است و به سرعت در حال تبدیل به ستوانه بازاریابی می‌شود. ۵۸ درصد مدیران ارشد بازاریابی در سرتاسر جهان، باور دارند که شرکت‌ها مجبور خواهند بود برای کسب موفقیت در پنج سال آینده، به کمک هوش مصنوعی با یکدیگر به رقابت بپردازند. بازاریابی از طریق هوش مصنوعی را شروع کنید، چراکه روشی برای مرتبط ساختن علم داده‌ها و بازاریابی محسوب می‌شود. فناوری، به بازاریابان امکان می‌دهد حجم اطلاعاتی را وارسی کنند که به طور چشمگیری در حال تکثیر است و به بصیرتی دست یابند که به آنها کمک کند هم‌زمان با برگشت سرمایه خود، محصولات ارزشمندی را به مشتریان انتخابی ارائه دهند. شایان ذکر است که حتی لازم نیست تمام وقت فرد، صرف این نوع از بازاریابی شود. بازاریابان می‌توانند عملیات را به‌صورت خودکار در پیش‌زمینه اجرا کنند. با وجود تمامی این مزایا، چرا هوش مصنوعی نباید در راهکارهای بازاریابی جایی داشته باشد؟

بستگی به شما دارد

این‌که سال ۲۰۱۸ سال خوب یا بدی برای صنعت تبلیغات است یا خیر، کاملاً به دارندگان سهام در این هرج‌ومرج بازاریابی بستگی دارد. متخصصان باید مطالعه گرایش‌ات باب روز را (اگر تا به حال این کار را نکرده‌اند) شروع کنند و راهکارهای کنونی خود را با آنها وفق دهند. آنچه بازاریابان اکنون در اختیار دارند، ممکن است برای زمانی فراتر از سه ماه اول این سال بسیار رقابتی، کافی نباشد.

منبع: entrepreneur

۸ دلیل تأثیر برندسازی شخصی در کسب‌وکار



گزینه‌های منطقی محسوب می‌شود. فرض کنید داوطلب شماره یک دارای رزومه فوق‌العاده‌ای است. داوطلب دوم اما رزومه‌ای ساده دارد. در این میان کارمند دوم از برند شخصی قدرتمندی برخوردار است. بی‌تردید هر شرکتی در زمینه استخدام نخست به سراغ داوطلب شماره ۲ خواهد رفت.

۶- یافتن دوستان تازه

یک برند شخصی قدرتمند فقط شما را بهره‌مند نخواهد کرد. در حقیقت هنگامی که شما نمای جذابی را برای دیگران به نمایش می‌گذارید، آنها تمایل بیشتری به ارتقای سطح ارتباط با شما در زندگی شخصی پیدا می‌کنند. من بسیاری از دوستان خود را به همین شیوه پیدا کرده‌ام. در حقیقت ابتدا آنها نسبت به مقالات من واکنش نشان دادند، سپس ارتباط ما اندک اندک گسترش یافت و به سطح مشخصی رسید. به این ترتیب برند شخصی‌ام در زمینه زندگی خصوص نیز تحولی جالب به ارمغان آورد.

۷- تجربه موفقیت غیرمترقبه

وقتی در دنیای کسب‌وکار با برند شخصی‌مان حضور داریم، اتفاق‌های جالبی رخ می‌دهد. گاهی اوقات اتفاق‌های خوب با چاشنی شانس روی خواهد داد. در این صورت شما یکی دیگر از مزایای ساماندهی برند شخصی قدرتمند را تجربه خواهید کرد. به عنوان مثال در زمینه روابط عمومی شناخت مردم از برندتان تأثیر بسیار زیادی روی روابط‌تان می‌گذارد. همچنین هنگام نیاز به سرویسی خاص شانس شما در یافتن مؤسسه موردنظر بیشتر از دیگران است. تجربه شخصی من پر از چنین اتفاق‌های غیرمترقبه‌ای است. به عنوان مثال چند وقت پیش یک پزشک در مورد یکی از مقاله‌های من کامنت تحلیل جالبی گذاشت. چند ماه بعد هر دو ما در حال ضبط ویدئوهای مربوط به بهداشت سلامت آقایان بودیم. در واقع یک پست ظاهراً ساده سرآغاز همکاری نسبتاً سودآوری شد.

۸- افزایش اعتماد به نفس

یکی از مراحل مهم در فرآیند ایجاد برند شخصی یافتن صدای ویژه برندمان است. به‌طور عادی برندها در این مرحله به دنبال فردی با صدای گیرا هستند. با این حال در زمینه برندسازی شخصی ماجرا کاملاً متفاوت است. در اینجا ما شخصاً صدای برندمان محسوب می‌شویم. براین اساس شاید تمرین گویندگی و بهبود شیوه سخنرانی‌مان ضروری به نظر برسد. پس با بهبود شیوه صحبت‌مان بی‌تردید اعتماد به نفس بیشتری خواهیم داشت. در واقع در این مرحله ما توانایی گفت‌وگوی استاندارد و پایدار را خواهیم یافت. بی‌تردید هیچکس از شنیدن صحبت‌های فردی که به صورت حرفه‌ای حرف می‌زند، ناراضی نخواهد بود.

در دنیای کسب‌وکار با توسعه برند شخصی امکان دستیابی به اهداف بسیار راحت‌تر خواهد شد. در این زمینه نیازی به اختصاص هزینه اضافی نیست. تنها کار شما در اینجا توجه به شیوه رفتار‌تان و طراحی برندتان براساس این ویژگی‌هاست. همچنین باید ویژگی خاص خود را نیز پیدا کنید. در حقیقت همین ویژگی‌های خاص افراد و برندهای شخصی را از هم متمایز می‌کند.

منبع: entrepreneur

آنها پیشنهاد همکاری نیز یافت می‌شود. فرآیند جاری در شبکه‌های اجتماعی بسیار ساده است. کاربران پروفایل من را مشاهده می‌کنند. سپس با مطالعه بیوگرافی و پست‌های من، در صورت تمایل، با من ارتباط برقرار خواهند کرد.

۳- قدرت بازاریابی فردمحور

وقتی من در جلسه بازاریابی هستم و با دیگران تعامل سازنده دارم، بسیاری از وجوه برند شخصی‌ام را با دیگران به اشتراک می‌گذارم. بی‌شک شیوه بازاریابی من بسیار حرفه‌ای و تأثیرگذارتر از فردی است که از خواب بیدار شده و چنین جمله تکراری را به همه تحویل می‌دهد: «سلام، من جو هستم. در زمینه فروش بیمه می‌توانم کمک‌تان کنم.» مزیت اصلی برند شخصی امکان ترکیب نکات حرفه‌ای با زندگی شخصی است. به این ترتیب علاوه بر محیط کاری در زمینه زندگی روزمره نیز همیشه حرفی برای گفتن خواهیم داشت. به عبارت دیگر، این یعنی توانایی برقراری ارتباط مناسب با دیگران. در بسیاری از مواقع بازاریابی نیازمند توانایی صحبت پیرامون موضوعات مختلف است. وقتی برند شخصی دارید، موضوعات مختلف ناخودآگاه با برندتان در تعامل خواهند بود. به این ترتیب توانایی صحبت روان و جذاب را نیز پیدا می‌کنید. در واقع در چنین شرایطی شما سخنگوی اصلی و واحد برندتان هستید. تجربه شخصی من به خوبی گویای اهمیت برند شخصی در زمینه جذب مخاطب است. در واقع من بنا به نیاز برندهم در زمینه‌های گوناگون به جمع‌آوری اطلاعات و ارائه آنها در طول بحث با مخاطب‌ها می‌پردازم.

۴- بنای کسب‌وکار شخصی

هنگامی که من در سال ۲۰۰۷ مجبور به بازسازی و راه‌اندازی مجدد کسب‌وکارم در زمینه عکاسی بودم، برند شخصی‌ام بسیار مفید ظاهر شد. ماجرای این اتفاق مربوط به شکست من در زمینه عکاسی به دلیل کاهش شدید تقاضای ضبط فیلم و عکس بود. اجازه دهید نتیجه را خلاصه به شما منتقل کنم: شرکت‌ها و افراد تمایل بیشتری به همکاری با شرکت‌هایی دارند که رهبرشان دارای برند شخصی قدرتمندی باشد. مثال‌های خوبی هم در این زمینه وجود دارد. کسانانی مانند سر ریچارد برانسون، ایلان ماسک، مارك كوبان، مارك زاکربرگ، بیل گیتس، فرد اسمیت، وارن بافت و حتی دونالد ترامپ. در مورد ترامپ بی‌تردید برند شخصی وی حتی از کسب‌وکارش نیز بزرگ‌تر است. به راستی شرکت‌های این کارآفرینان موفق بدون برند شخصی‌شان در کجای دنیای کسب‌وکار جای داشت؟

۵- یافتن شغل مناسب

به گزارش سایت SHRM امروزه ۸۴درصد مدیران بخش جذب نیروی انسانی از شبکه‌های اجتماعی برای استخدام کارمندان استفاده می‌کنند. در واقع بسیاری از شرکت‌ها آگهی استخدام‌شان را پیش از هرجایی در توییتر قرار می‌دهند. با این حال نکته خارق‌العاده استفاده ۶۶درصد از مدیران بخش استخدام از فیس‌بوک است. دلیل اصلی این کار تمایل شرکت‌ها به اطلاع دقیق‌تر از وضعیت داوطلب‌های استخدام است. در حقیقت امروزه دیگر کسی به رزومه افراد توجه چندانی ندارد، بلکه معیارهای غیرمحسوس دیگری نیز در امر استخدام دخیل است. بدون تردید استخدام کارمندان از طریق شبکه‌های اجتماعی

به قلم: مت سویت‌وود

ترجمه: علی آل‌علی

اگر هنوز یک برند شخصی قدرتمند و قابل رویت ندارید، از همه جهات در دنیای کسب‌وکار و زندگی شخصی عقب افتاده‌اید. در واقع امروزه برندسازی شخصی برای هرکس که به دنبال توسعه کسب‌وکار، کسب جایگاه شغلی مناسب، جلب توجه رسانه‌ها، ارتقای جایگاه در شرکت و حتی یافتن دوستان بهتر است، به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر بدل شده است.

در تعریفی ساده، برندسازی شخصی تمرینی برای بازاریابی برای خودمان و کارنامه شغلی‌مان به عنوان برندی مستقل است. در این فرآیند تصویری واضح و معنادار از فرد در ذهن دیگران، به عنوان مخاطب برند، شکل می‌گیرد. با این تفاوت که در اینجا به جای یک مجموعه با فرد طرف هستیم. نکته جالب اینکه همه افراد برندی شخصی دارند. در این میان بسیاری از ما نسبت به برند شخصی‌مان بی‌توجه یا حتی ناآگاه هستیم. آنچه همه باید به دنبالش باشند، برندی قوی و تأثیرگذار است. من نام این فرآیند را تأثیرگذاری و افتخار دیگران نسبت به کار و فعالیت‌های شخصی‌مان می‌گذارم.

هنگامی که در یک جلسه پیرامون شیوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در راستای ایجاد و توسعه برند شخصی صحبت می‌کردم، یکی از شرکت‌کنندگان پرسش عمیقی را مطرح کرد: «در کل، ما چرا به برند شخصی نیاز داریم؟». به نظرم این پرسش اهمیت پرداختن به صورت اختصاصی را دارد. در هر صورت تمام تلاش‌های ما در راستای ایجاد تصویری از خود در ذهن مخاطب باید توجه منطقی داشته باشند. در این مقاله به بررسی هشت دلیل تأثیرگذاری برند شخصی روی کسب‌وکارهای مختلف خواهیم پرداخت. اجازه دهید این موارد را با یکدیگر بررسی کنیم.

۱- فرصت‌ها شما را می‌یابند

هنگامی که برند شخصی شما جذاب باشد، مشتریان، خریدارها، فروشندگان، مطوعات و حتی شرکت‌های در جست‌وجوی نیروی کار به شما توجه خواهند کرد. در ادامه نیز برخی از مخاطب‌های مذکور برای همکاری به سراغ‌تان می‌آیند. شاید این فرآیند برای بسیاری از ما عجیب باشد. با این حال من به عنوان مدیرعامل یک پلتفرم تحت شبکه‌های اجتماعی از سوی شرکت انتخاب شدم. در واقع من شغل فعلی‌ام را مدیون برند شخصی خود هستم. درست به همین دلیل من در طول سال‌های اخیر علاوه بر حضور در رسانه‌های مختلف به نگارش مقاله به صورت مهمان سایت‌های مختلف و سخنرانی‌های عمومی پرداخته‌ام. در واقع به این ترتیب من فرصت جلب توجه مخاطب‌های خاصی نظیر شرکت‌ها و شرکای تجاری احتمالی را خواهم داشت.

۲- نیروی بازاریابی آنلاین

هنگامی که شما برند شخصی قابل توجه و جذابی دارید، مردم جذب‌تان خواهند شد. به‌طور طبیعی وقتی ما جذب فرد یا مؤسسه‌ای می‌شویم، در جهت برقراری ارتباط با آنها می‌کوشیم. من هر روز چند ارتباط جدید از طریق توییتر و لینکدین دریافت می‌کنم. اگرچه برخی از این پیام‌ها صرفاً ابزاز علاقه به کسب‌وکارم است، اما در میان

ایستگاه بازاریابی

۹ ابزار برای ارتقای بازاریابی محتوا

مترجم: علی اکبری

همه کسب و کارها فارغ از ابعادشان می‌توانند از مزایای بازاریابی محتوا بهره‌مند شوند. در زمینه‌های پژوهش کلمات کلیدی، برنامه‌ریزی پست‌های وبلاگ یا تحلیل ترافیک وبسایت ابزارهای مفیدی وجود دارند که می‌توانند به شما کمک کنند. ما فهرستی از ابزارهای سودمند در زمینه بازاریابی محتوا فراهم کرده‌ایم که شامل گزینه‌های رایگان نیز می‌شود.

Answer The Public

حوزه: ابزار پژوهش کلمات کلیدی

نحوه کارکرد: این ابزار به شما امکان می‌دهد تا در پست‌های وبلاگ و محتوای وبسایت خود از کلمات کلیدی طولانی استفاده کنید و رتبه جستجوی خود را ارتقا دهید. یک کلیدواژه اصلی مرتبط با کسب‌کارتان را وارد و فهرستی از کلمات کلیدی مرتبط را دریافت کنید. این واژگان کلیدی مبتنی بر مشخصه‌هایی است که موتورهای جستجو در تکمیل فرآیندهای‌شان مورد استفاده قرار می‌دهند. این ابزار اطلاعاتی در مورد محبوبیت کلید واژه‌های‌تان نمی‌دهد و مشخص نمی‌کند که آیا شرکت‌های دیگری هم از این سرواژه‌ها استفاده می‌کنند یا نه. قیمت: رایگان

LongTailPro

حوزه: ابزار پژوهش کلمات کلیدی

نحوه کارکرد: این یک ابزار واژگان کلیدی پیشرفته‌تر است که نسخه‌های قابل دریافت و اسری دارد و از هرجایی می‌توانید بدان دسترسی داشته باشید. همچون دیگر جستجوگران کلمات کلیدی، می‌توانید کلیدواژه‌های طولانی مرتبط با کلمه اصلی را پیدا کنید. این ابزار میزان جستجوی واژگان کلیدی از سوی مخاطبان و همچنین تعداد شرکت‌های دیگری را که از کلمات مشابه استفاده می‌کنند نشان داده و به شما اجازه می‌دهد بدون ورود به عرصه رقابتی، وبسایت خود را بهینه‌سازی کنید. اگر بخواهید برای کسب‌کارتان از روش تبلیغاتی پرداخت بر مبنای کلیک استفاده کنید، قبل از استفاده از کلمات، میزان بهای واژگان کلیدی را اعلام می‌کند.

قیمت: نرخ عضویت با ۳۷ دلار در ماه آغاز می‌شود؛ بسیاری از وبسایت‌ها نسخه‌های تبلیغاتی و رایگان و محدود ارائه می‌کنند.

Grammarly

حوزه: توسعه و گسترش مرورگر وب

نحوه کارکرد: این ابزار به عنوان یک ویرایش‌گر مستقل محتوا عمل می‌کند. نوشته‌های شما را اسکن می‌کند تا از حرفه‌ای بودن حداکثری محصول نهایی اطمینان حاصل کنید. به محض اینکه آن را نصب می‌کنید، تمامی چیزهایی را که در مرورگر، ایمیل‌ها، پست‌های وبلاگ، اسناد ابری و پست‌های شبکه‌های مجازی می‌نویسید، ویرایش می‌کند. از جمله امکانات آن می‌توان به ارائه پیشنهادهایی برای گرامر، املا، نقطه‌گذاری، نحوه استفاده از کلمات و دیگر روش‌های نوشتاری اشاره کرد. نسخه کامل این نرم‌افزار، سرعت ادبی و استفاده حرفه‌ای از کلمات را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد.

قیمت: نسخه معمولی رایگان است؛ نسخه‌های کامل‌تر از ۱۱.۶۶ دلار ماهانه شروع می‌شوند.

Canva

حوزه: نرم‌افزار طراحی و ویرایش عکس

نحوه کارکرد: طراحی خوب، محتوای آنلاین‌تان را برای خوانندگان جذاب‌تر می‌کند و احتمال جستجو و یافتن آنها در پلت‌فرم‌هایی همچون پینترست افزایش می‌یابد. کاتوا ابزار طراحی آنلاینی است که می‌توان از آن برای ساختن طرح جلد کتاب‌های الکترونیکی، طراحی‌های گرافیکی وبلاگ، لوگو، نمونه سند، نامه و پست شبکه‌های مجازی استفاده کرد. می‌توانید از بین تنوع طراحی‌های آماده انتخاب کنید، نمونه‌ها را تغییر داده و ویرایش کنید، یا اینکه طراحی مدنظر خود را ایجاد کنید. این نرم‌افزار شامل گستره‌ای از طراحی‌های گرافیکی و آیکون‌ها است. اما با این حال می‌توانید تصاویر خودتان را بارگذاری و روی آنها ویرایش و طراحی‌ها را اعمال کنید.

قیمت: رایگان، بعضی از طراحی‌های گرافیکی، نمونه‌های آماده و دیگر امکانات نرم‌افزار نیازمند پرداخت مبلغ است.

ابزارهای تحلیلی گوگل Google Analytics

حوزه: نرم‌افزار تحلیل وب

نحوه عملکرد: ابزار تحلیل گوگل ترافیک وبسایت شما را دنبال می‌کند و به شما این امکان را می‌دهد که از مبدا مشتریان خود، میزان زمانی که در وبسایت شما صرف می‌کنند و مطالب محبوب مخاطبان اطلاع یابید. این اطلاعات با نشان دادن عوامل جذب مخاطب، فعالیت‌های بازاریابی محتوای‌تان را راهنمایی می‌کند. میزان کارکرد وبسایت شما در زمینه جستجو را بازتاب می‌دهد و کانال سودمندی را در جهت هدایت مشتریان به وبسایت شما خلق می‌کند. قیمت: رایگان

Buffer

حوزه: ابزار مدیریتی شبکه مجازی

نحوه کارکرد: Buffer به شما این امکان را می‌دهد تا پست‌های شبکه‌های مجازی خود را از پیش برنامه‌ریزی کنید و به همین خاطر هم دیگر نیاز نیست هرروز قدری از زمان خود را به شبکه‌های مجازی اختصاص دهید. شما می‌توانید چندین حساب کاربری را در شبکه‌هایی از قبیل فیس‌بوک، توئیتر، لینکدین، اینستاگرام، پینترست و گوگل پلاس با هم لینک کنید. به محض اینکه پست‌ها را برنامه‌ریزی می‌کنید، نرم‌افزار به صورت خودکار آنها را در تاریخ و ساعت مقرر انتشار می‌دهد. علاوه بر این امکانات آنلاینی در این نرم‌افزار تعبیه شده‌اند که میزان تأثیر برنامه‌ریزی‌تان را مشخص می‌کند. قیمت: استفاده از این ابزار تا سه حساب کاربری رایگان است. طرح‌های پرداخت از ۱۵ دلار ماهانه آغاز می‌شوند.

تقویم ویرایشی Editorial Calendar

حوزه: نسخه افزونه تقویم وردپرس

نحوه عملکرد: تولید محتوای تأثیرگذار، باید سازمان‌دهی شده و پیوسته باشد. تقویم ویرایشی در واقع یک نسخه افزونه وردپرس است که یک تقویم میانجی drag and drop ایجاد می‌کند که به کمک آن می‌توانید پست‌های وبلاگ را برنامه‌ریزی کنید. همچنین می‌توان از آن برای ویرایش سریع محتوا و پست‌های نویسندگان مختلف استفاده کرد. این ابزار مشخصه اضافه دیگری ندارد و همین موجب می‌شود نصب و استفاده از آن آسان باشد. قیمت: رایگان

آیا تا به حال از لینکدین درست استفاده می‌کرده‌اید؟



جلوه کنید.

کلیسی دانوون، مدیر شرکت منابع انسانی کلی دانوون و همکاران (Kelly Donovan & Associates)، می‌گوید: «خلاصه لینکدین خود را با معرفی خود به عنوان یک رهبر نتیجه‌گرا شروع کنید.»

خود را با معرفی خود به عنوان یک رهبر نتیجه‌گرا شروع کنید. با یک جستجوی ساده در لینکدین خواهید دید که ۵۱۴۹۹۰ نفر از این اصطلاح در پروفایل خود استفاده کرده‌اند. با تغییراتی که طی سال گذشته در چینش پروفایل‌های لینکدین صورت گرفت، فقط سه خط اول خلاصه شما نمایش داده می‌شود و کاربران برای دیدن بقیه آن باید روی گزینه «Show more» کلیک کنند. پس سه خط اول خلاصه باید خواننده را جذب کند تا ادامه آن را هم بخواند.

تجارب خود را کامل وارد کنید

لینکدین شما باید روایتی از علایق حرفه‌ای و آکادمیک شما ارائه دهد. می‌توانید به‌طور گسترده از تجارب گذشته خود بنویسید و جزئیات و توضیحات مرتبط را که معمولاً نمی‌نویسید در یک رزومه دو صفحه‌ای آورد، اینجا ذکر کنید.



وقتی درباره دوره‌های کارآموزی خود می‌نویسید، روی آن مهارت‌ها و دستاوردهایی تمرکز کنید که مستقیماً با موقعیت‌های شغلی آینده مرتبط هستند.

کلارک می‌گوید: «پروفایل لینکدین مجالی به متقاضی می‌دهد تا حکایت خود را تعریف کند و شرح دهد چرا این دوره کارآموزی را انتخاب کرده بوده و به چه درد برنامه‌های شغلی آینده او خواهد خورد و در خصوص سایر تجارب مرتبط که شاید نتواند در رزومه خود بیاورد صحبت کند.»

همچنین باید جزئیات فعالیت‌های آکادمیک خود را نیز اضافه کنید. می‌توانید فایل‌های رسانه‌ای در پروفایل لینکدین خود بارگذاری کنید و مهارت‌های خود را مستقیماً با آنها به نمایش بگذارید. از ارائه‌های کلاسی، مقالات پژوهشی و سایر تکالیف آکادمیک خود به عنوان نمونه کار استفاده کنید، مخصوصاً اگر تازه دارید وارد بازار کار می‌شوید و

به قلم: کارلین ادواردز
کارآموز تحریریه BYB
مترجم: حمید پرهام‌پور

اگر در پروفایل لینکدین‌تان خود را فردی خلاق، باتجربه و دارای خصلت‌های رهبری معرفی کرده‌اید، بد نیست بدانید که شما تنها نیستید.

در حقیقت در بین ۵۰۰ میلیون پروفایل لینکدین، اکثر کاربران عیناً همین توصیف‌ها را استفاده کرده‌اند.

لینکدین در ماه مارس ۲۰۱۸ فهرستی منتشر کرد از ۱۰ «کلمه باب روز» (Buzzwords) که بیشترین دفعات استفاده در پروفایل‌های کاربران را داشته‌اند. با نگاهی به این فهرست می‌بینیم کلماتی مثل «ماهر، مشتاق یا بانگیزه» آنقدر زیاد استفاده شده که شاید تأثیر معکوسی در ذهن کارفرمایان ایجاد کنند.

امروزه که متقاضیان باید بر سر فرصت‌های شغلی محدود بچنگند، دیگر برای تکمیل پروفایل لینکدین نمی‌توان فقط به انتخاب دقیق کلمات برای توصیف خود و ردیف کردن مهارت‌ها بسنده کرد.

کامرون کلارک، فارغ‌التحصیل مدرسه حقوق هاروارد (Harvard Law School) و مشاور پذیرش رشته حقوق، می‌گوید: «نسل هزاره که در تارک یک انقلاب در حوزه فناوری متولد شده، در دانشگاه و از مشاوران شغلی روش‌های قدیمی و بی‌اثر را یاد می‌گیرد، سپس آن روش‌ها را در صنعت کارایی که مدام در حال تکامل است اعمال می‌کند.»

همچنان شاهدیم که از تمام ظرفیت کاربردی لینکدین در پایه‌ریزی شغلی و ارتباط‌گیری استفاده نمی‌شود. بیزنس نیوز دیلی (Business News Daily) با چند متخصص صحبتی داشته تا پیشنهادهایی آنان را برای متمایز کردن پروفایل لینکدین و افزایش شانس استخدام جویا شود.

حکایت خودتان را بگویید

لینکدین برای بسیاری حکم یک رزومه آنلاین را دارد و همان چیزهایی را که در رزومه مکتوب خود قید کرده‌اند اینجا هم کپی می‌کنند، اما لینکدین بیشتر از اینها کارایی دارد. از این همه فضایی که در اختیار شماست چه استفاده‌ای می‌توان کرد؟

از سرصفحه (Headline) خود شروع کنید. ببینید چطور می‌توانید خود را به بهترین نحو معرفی کنید. شما مجاز هستید در ۱۲۰ کاراکتر حرف خود را بزنید، پس با دقت این قسمت را پر کنید. اگر عنوان شغلی خاصی مدنظر دارید، حتماً مشخص کنید که به دنبال آن عنوان هستید و در حال حاضر در این عنوان مشغول به کار نیستید. وقتی پروفایل شما در نتایج جستجو نشان داده می‌شود، کاربران معمولاً فقط با نظر به سرصفحه و عکس شما درباره شما قضاوت می‌کنند.

قدم بعدی نوشتن خلاصه (Summary) است. هر حرفی که در خصوص انگیزه‌ها و تمایزات شخصی خود برای گفتن دارید، باید همین جا بزنید. بخش خلاصه مختص همین دست اطلاعات است. سعی کنید از ضمیر اول شخص استفاده کنید تا صمیمی‌تر، منحصراً و مشخص

رهبری

مدیریت آرام شیوه‌ای مدیریتی است

به قلم: آرت مارکمن

مترجم: سعیده کریمی

وقتی به رفتارهای مدیران می‌اندیشیم، بیشتر نظرها به کارهای بزرگی جلب می‌شود که در جمع انجام می‌دهند، مانند نحوه‌ای که یک مدیر در جلسه‌ای اخبار را به سمع و نظر تیمش می‌رساند. یا مدیرعاملی که درمورد استخدام (یا اخراج) کارکنانش تصمیمی بحث‌برانگیز می‌گیرد به نحوی که در صدر اخبار مطبوعاتی می‌نشیند. یا رئیس‌جمهوری که مطلبی فتنه‌انگیز در توئیتر به اشتراک می‌گذارد. خواه از این مسئله آگاه باشیم یا خیر، نمونه‌هایی این چنین به علاوه آنچه افراد مورد اعتمادمان درباره مدیران می‌گویند، بر باورهای ما درمورد خوبی یا بدی یک مدیر تأثیر می‌گذارد و دیگر نیازی به ذکر عقاید کلی ما در باب مدیریت نیست.

اما سایر رفتارهای مدیران کمتر دیده می‌شود و بحث کمتری درمورد آن می‌شود یا حتی بحثی درمورد آن نمی‌شود، با این حال به همان اندازه دیگر رفتارها تأثیرگذار است. به عبارت دیگر، چنین شیوه‌های مدیریتی آرام و بی‌سر و صدا بیش از آنچه تصور کنید اهمیت دارد. در ادامه به توصیف این شیوه و دلیل اهمیت آن می‌پردازیم.

استراتژی تنها بخشی از بازی است

اداره موفقیت‌آمیز یک سازمان هم به استراتژی و هم به کارهای اجرایی وابسته است. بی‌شک سخنرانی‌های مدیران در جمع اهمیت بسزایی دارد. این سخنرانی‌ها بیانگر جهت‌گیری استراتژیکی هستند که مدیر دنبال می‌کند. بدون چشم‌اندازی روشن اعضای تیم نمی‌توانند در کنار هم به درستی کار کنند تا بدان چشم‌انداز دست یابند. این مسئله به اندازه کافی روشن است.

اما آنچه کمتر به چشم می‌آید طیف وسیعی از رفتارهای مدیران است که در خارج از توجه همگان انجام می‌دهند، این رفتارها نیز تأثیر شگرفی بر موفقیت یک سازمان دارد. این مسئله چند هفته پیش وقتی در دانشگاه با یکی از مدیران ارشد آن در جلسه‌ای نشستیم به ذهنم خطور کرد. در این جلسه درمورد پروژه‌های صحبت می‌شد که هدف آن تعیین مشکلات و مسائلی بود که احتمال می‌رود دانشگاه در آینده با آن مواجه شود.

معمولا در جلسات این چنینی بقیه اعضای گروه طرح پیشنهادی را بدون بررسی دقیق تصدیق و تأیید می‌کنند و مسائلی پیش می‌رود حتی اگر افرادی در جلسه باشند که شک و شبهه‌ای ناگفته داشته باشند. در این مورد، پروژه پیشنهاد شده اساسا بر مسائلی تمرکز و تأکید داشت که به خوبی شناخته شده بودند. همین که ارائه طرح به پایان رسید، مدیر حرفی زد که موجب شگفتی من شد، وی گفت می‌توانیم کار بهتری انجام دهیم و سپس طرحی کلی تعیین کرد تا در تشخیص مشکلات جدید و فراتر از مشکلات شناخته شده دقیق‌تر و هوشیارانه‌تر عمل کنند.

رفتار مدیر مرا متعجب ساخت. به چالش کشیدن کاری که دیگری انجام داده است می‌تواند یک موقعیت میان فردی تزویرآمیز و مکارانه را به دنبال داشته باشد. این مسئله درمورد بسیاری از موضوعات اجرایی درون سازمان‌ها صدق می‌کند- موضوعاتی که در صدر آن یک استراتژی قرار گرفته است. گرچه طرح پیشنهادی بسیار معمولی بود، اما از روی بی‌دقتی و مسامحه کاری ترسیم نشده بود. خیلی راحت می‌شد با آن موافقت کرد تا وجهه شخص ارائه‌کننده حفظ شود. زحمت بیشتری برای افراد ایجاد نشود. اما در این صورت تا بعد استراتژی، سازمان در وضعیت بدتری قرار می‌گرفت و برای مسائلی که در آینده پدیدار می‌شد آمادگی کمتری داشت.

اگرچه ممکن است عادی به نظر برسد، متصل کردن این نقاط ارتباطی میان حد وسط استراتژی و عملکرد و سپس جلب توجه دیگران به آن گام مهمی بود که این مدیر برداشت. مدیران فرصت‌های بسیاری دارند تا اطمینان حاصل کنند تیم‌شان کاری با کیفیت به انجام می‌رساند، کاری که سازمان ایشان را برای آینده مهیا می‌سازد. اما بسیاری از این فرصت‌ها به آسانی از دست می‌روند؛ یک دلیل این است که چنین شیوه‌ای مدیریت ذره‌بینی به نظر می‌آید. به هر حال در چنین لحظات آرام و دور از حضور جمع است که استانداردهای مهم پایه‌ریزی می‌شود و کارهای سازمان به اهداف موجود در افق سازمان پیوند می‌خورند.

مدیریت کردن بدون جلب توجه نیاز به تمرین دارد

زمانی که به خاطر نقصان‌های بارز با پروژه‌ای مخالفت می‌شود، فرصت بهتری برای رسیدن به موفقیت در اختیار افراد قرار می‌گیرد و زمانی که می‌فهمند باید بهترین بازی خود را رو کنند، برای به انجام رساندن کار غالباً از کمترین حد ممکن فراتر می‌روند. حتما لازم نیست یک نطق مهیج باشد یا در جلسه‌های همگانی با سخنانش به افراد قوت قلب دهد تا افراد را تشویق کند بهتر کارها را به انجام برسانند.

در اینجا دست کم دو نکته برای مدیرانی وجود دارد که قصد دارند تأثیرشان را در موقعیت‌های دور از جمع همگانی به حداکثر برسانند. نخست، برای تمرین مهارت‌های مدیریت آرام وقت بگذارید. احتمالا آنقدر فرصت نصیب‌تان نمی‌شود که برخیزید و در مقابل جمعی قرار بگیرید و آرا و نظرات‌تان را با ایشان در میان بگذارید. اما بی‌شک فرصت‌هایی پیش خواهد آمد تا کارهای با کیفیتی انجام دهید و از دیگران نیز بخواهید با همان کیفیت کار کنند. پیشنهادات سازنده ارائه کنید (در ارائه پیشنهاد همیشه هوش هیجانی را مدنظر داشته باشید) تا به کاری که در حال انجام است کیفیت بیشتری بدهید. به ویژه اگر تازه کار هستید و هنوز رتبه بالا یا نقشی مدیریتی ندارید، با جدیت همکاری کنید تا کار بهتر انجام شود.

دوم، به مدیریت آرامی که در اطراف شما جریان دارد توجه داشته باشید، به ویژه از جانب کسانی که در رأس امور نیستند. اطمینان یابید که این افراد به خاطر تلاش‌های مدیریتی‌شان شناخته شده باشند. از طرف دیگر، به افرادی توجه کنید که در مقابل جمع مدعی هستند، اما در پشت صحنه چندان همکاری نمی‌کنند. این افراد شاید شبیه رهبران به نظر برسند، اما نمی‌توانند بهترین ویژگی‌های افراد اطراف‌شان را آشکار کنند. بی‌شک چنین افرادی را می‌شناسید.

منبع: fastcompany

۶ روشی که رهبران آگاه از احساسات برای انگیزش اعضای تیم خود از آنها بهره می‌برند



۴. تفکر احساسی

رهبران فوق‌العاده، اول به فکر دیگران هستند. اولین چیزی که به عنوان یک رهبر باید به آن توجه داشته باشید، حالات و احساسات اعضای تیم و مشتریان است. باید به تیم خود این اصل را بیاموزید که پایه موفقیت، خدمت‌رسانی درست به مشتریان است. احساسات اعضای تیم شما باید به اصطلاح واگیردار باشند تا بتوانند احساسات مشتریان را تحت‌الشعاع قرار داده و آنها را علاقه‌مند مشغول نگاه دارند. اگر شما به عنوان رهبر به احساسات و رفتار ناشی از آنها در اعضای تیم خود توجه کرده، از آنها مراقبت کنید، به آنها نظم دهید، آنها را هدایت کرده و برانگیزید، به اعضای تیم الگویی برای چگونگی رفتار سنجیده با مشتریان به‌طوری که به ارتباط مستحکم‌تری بینجامد می‌دهید. زمانی که شما به صورت احساسی فکر می‌کنید، تفکر شما با پیش زمینه خدمتگزارانه خواهد بود. شما باید اطمینان یابید که مشتریان حال حاضر‌تان را راضی نگاه داشته، مشتریانی را که خواهان به دست آوردن‌شان هستید قانع و از اعضای تیم خود حمایت کنید تا آنها از اینکه توانایی رسیدن به این اهداف را دارند اطمینان خاطر پیدا کنند.

۵. خاص بودن از دید احساسی

مشکلی که در رهبری هر گروهی با آن برخورد خواهید کرد این است که هر فردی دست‌نخور جلسه مختص به خودش را دارد. رهبران باید محیطی را فراهم آورند که اعضای تیم در آن احساس محدودیت از جانب آنها نکنند، بلکه حس کنند به نفع‌شان است که از آنها پیروی کنند. رهبران باید حس همکاری در اعضا ایجاد کنند، در عین حال که از ایجاد تفکر گروهی در حدی که خاص بودن فردی را به حداقل می‌رساند جلوگیری می‌کنند. هر فردی در تیم شما، از شما به عنوان رهبر انتظارات متفاوتی دارد. هر عضو تیم باید اهدافی را که با دستور جلسه او سازگار است دریافت کند تا اجازه و قابلیت تمرکز بر چیزی که او به‌طور خاص توانایی انجامش را دارد دریافت کند.

۶. روحیه

احساسات قوی‌ترین شاخص‌های تأثیرگذار بر تجربیات و ادراک هستند. برای اینکه به‌طور ماهرانه تیم خود را رهبری کنید، روحیه یکی از شاخص‌های مهم است که با رویکرد شما به عنوان رهبر رابطه‌ای قوی دارد. شما باید مثبت‌نگر باشید و اعضای تیم خود را تشویق به کم کردن تمرکز بر خود و به جای آن افزایش تمرکز بر اینکه چگونه می‌توانند تأثیری مثبت و سودآور بر تیم بگذارند بکنید.

رهبران باید خیلی سریع نسبت به شرایط منعطف باشند که از اعضای تیم جلوتر بوده تا بتوانند همیشه یک قدم از آنها جلوتر تصمیم بگیرند که این خود این قابلیت را به آنها می‌دهد که به‌طور مداوم مسیر تیم را مشخص کنند و تشخیص دهند که تیم تا چه اندازه به دستیابی به اهداف شخصی و جمعی خود نزدیک است. رهبران باید به تیم خود انگیزه دهند تا آنها احساس درگیری تمام عیار با ماموریتی که به آنها اعطا شده را داشته باشند؛ این خود باعث می‌شود اهداف فردی هر کدام از آنها به‌طور جمعی تبدیل به چالشی گروهی شود که تیم را به سمت موفقیت‌های هرچه بیشتر خواهد راند. هیچ چیزی برای اعضای تیم بهتر از مشاهده اثر موفقیت‌های‌شان بر کل تیم نیست.

منبع: entrepreneur

آشفته عادت داشته باشید، توانایی شما در کنار زدن جزئیات آزاددهند کوچک‌کی که تیم‌تان با آنها برخورد می‌کنند بیشتر خواهد بود. بهترین راه برای هدایت تیم‌تان به سوی امید، صحبت با آنها درباره چیزهایی است که می‌توانند به آنها دست پیدا کنند، به جای اینکه با آنها در مورد فاصله‌ای که با اهداف‌شان دارند صحبت کنید.

۳. سنجش احساسات

رهبران استثنایی متوجه این موضوع هستند که احساسات انسانی الگویی منطقی را دنبال می‌کنند. احساسات صعود و سقوط دارند. زمانی که اعضای تیم غرق در استرس یا بی‌انگیزه هستند، وظیفه رهبر این است که شرایط را سنجیده تا متوجه شود مشکل چیست و چه راهکاری برای اصلاح شرایط لازم است.

رهبران باید متعطف، رسک‌پذیر و در صورت نیاز، محافظه‌کار باشند، اما بیش از هرچیز، باید افرادی باشند که اعضای تیم آنها را تحسین کرده و به دنبال سربلند کردن آنها باشند. این حقیقتی ساده است که وقتی افراد احساس خشنودی و رضایت دارند، انگیزه آنها برای انجام هرچه بهتر و وظایف بیشتر می‌شود. حال نگاهی می‌اندازیم به روش‌های رهبری احساسی.

مترجم: حسین علیپور

۱. خودآگاهی

برای میدل شدن به رهبری کارآمد، باید بدانید چه چیزی در درون شما و دیگران انگیزه ایجاد کرده و موجب ایجاد تحرک می‌شود. فعالیت در شرایط پر استرس کاری دشوار است، خصوصا زمانی که اهداف مورد نظر کیلومترها دور از دسترس به نظر می‌آیند. در چنین شرایطی، باید احساسات افراد تیم را بالا نگاه داریم. این کار را بنا یادآوری این که تمام این تلاش‌ها برای دستیابی به چه چیزی است انجام می‌دهیم. زمانی که جلسه‌هایی را برپا می‌کنیم، می‌توانیم از سخنان انگیزشی یا اشاره به فیلم‌ها که زمینه آنها فردی ضعیف ولی با پشتکار است استفاده کنیم تا به اعضای تیم یادآوری کنیم که مصمم بودن همیشه به نتیجه خواهد انجامید.

زمانی که به خودآگاهی دست پیدا کرده و باور خود را از توانایی‌های تیم‌مان با آنها در میان بگذاریم، آنها تشویق به قدم نهادن فراتر از انتظارات‌مان خواهند شد.

۲. حضور ذهن

برای هدایت تیم به سمت موفقیت، رهبر باید این حقیقت را که احساسات قوی‌تر از افکار هستند، قبول کند. احساسات آنقدر قوی هستند که اگر احساساتی که درگیر آنها هستیم منفی باشند، به‌طور کلی قوه منطقی ما را مختل می‌کنند. در شرایط چالش‌برانگیز، حتی منطقی‌ترین افراد هم اگر در حال دست و پنجه نرم کردن با احساسات شدید باشند، قابلیت تفکر را از دست می‌دهند. بنابراین در گیرودار توفان رخدادها، به عنوان رهبر ضروری است که حضور ذهن خود را حفظ کرده تا بتوان به‌طور مثبت و مؤثر از موانع عبور و تیم را به اهدافش نزدیک‌تر کرد. هرچه بیشتر به فعالیت در حضور شرایط



تیم می‌شود، اعضا باید تحسین شده و به آنها فرصت شادای برای دستیابی‌های‌شان داده شود.

رهبران باید به تیم خود فرصت استراحت‌تحت پس از دستیابی به اهداف را بدهند. بسیار مهم است که به اعضا فرصتی برای زندگی عادی داده شود. اعطای چنین فرصت‌هایی منجر به ایجاد احساساتی خواهد شد که موجب همبستگی هستند، به‌طوری که اعضا احساس خواهند کرد بخشی از چیزی ویژه بوده و مورد تحسین قرار گرفته‌اند و دارای نقشی ارزشمند هستند. زمانی که اعضا بیش از حد تحت فشار کار قرار دارند، رهبران می‌توانند احساساتی را که به آنها انگیزه کار می‌دهند، کم کنند. این مهم است که بدانید هدف زندگی اعضای تیم شما خدمت به شما نیست. هرچه بیشتر احساسات افرادی را که وظیفه هدایت آنها را برعهده دارید بسنجید، توانایی بیشتری در محافظت از آنها در شرایط پر استرس خواهید داشت.

