

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

## قیمت خودرو در سراسری سقوط

از روز شنبه که موضوع پیش‌فروش سه شرکت ایران خودرو، سایپا و کرمان موتور اطلاع‌رسانی شد، بازار واکنش نشان داد و قیمت‌ها در مقایسه با روز چهارشنبه...



### سرمقاله

#### نابسامانی‌های بازار و مسئولیت‌های پیش رو



در حالی که جامعه مصرف‌کنندگان کشور طی ماه‌های اخیر در مواجهه با نابسامانی‌های بازار، متحمل شرایط سخت و ناگواری شدند؛ تلاش‌های صورت گرفته توسط مجموعه حاکمیت و نهادهای نظارتی تا حدودی توانست آرامش را به‌صورت نسبی بر بازار کالا و خدمات حکمفرما نماید. طی ماه‌های گذشته پس از بازی‌های سیاسی ایالات متحده آمریکا و خروج آن از برجام، نگرانی‌های زیادی در جامعه ایجاد شد که احتمالاً با خروج آمریکا از برجام کشور مواجه با سخت‌ترین تحریم‌های تاریخ خود خواهد شد و این موضوع علاوه بر طرح از سوی رسانه‌های بیگانه در کشور نیز توسط افراد مختلف و عموماً غیرکارشناس هم به کرات شنیده شد.

ادامه در همین صفحه



نگاهی کوتاه به مشکلات و معضلات نظام بانکی کشور

## عوامل محیطی موثر بر عملکرد بانک‌ها

۴

# تاوان تولید واردات محور

پرسشی که این روزها ذهن بسیاری از مردم را به خود جلب کرده، این است که آیا قیمت‌ها به گذشته باز می‌گردد؟ کارشناسان معتقدند اگر قیمت دلار به ثبات برسد، بازار معمولاً به حالت عادی برمی‌گردد، اما وقتی روند صعودی باشد، بازار رفتار دیگری را نشان می‌دهد. چند هفته‌ای است که فضای بازار ارز کشور تا حدی آرام گرفته است؛ اگرچه قیمت‌ها در این بازار روندی کاهشی به خود گرفت و دلار در حدود ۱۰ هزار تومان در بازار...

۳

روایت مسعود نیلی از مسئله توسعه‌نیافتگی ایران

## شکست نظریه یا شکست سیاست‌گذاری؟

۲

### مدیریت و کسب‌وکار



اپل استار تاپ جدیدی را در حوزه واقعیت افزوده تصاحب کرد

- کار آفرینی در خدمت سلامت زنان
- تک‌بعدی نباشید
- ۱۳ ترس رهبران و نحوه غلبه بر آنها
- ۳ روش بازار با بان برای برقراری ارتباط موثر تر
- چند توصیه حیاتی برای سئو سایت
- چگونه تا بپوگرافی بر تجربه کاربری تاثیر می‌گذارد؟

۸ تا ۱۶

نتایج پنجمین پژوهش علمی «آینده پژوهی ایران» منتشر شد

### ۱۰ مسئله اول ایران در سال ۱۳۹۷ را بشناسید

میزان پیش‌بینی‌ناپذیری هر مسئله را نیز مشخص کرده‌اند. براساس روش‌های علمی آینده‌پژوهی با استفاده از شاخص عدم قطعیت متغیرهای مناسب برای سناریوپردازی شناسایی می‌شود. همچنین میزان اهمیت و عدم قطعیت مسائل اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۷ در این پژوهش ارزیابی شده و بر این اساس، «خرخ ارز» در جایگاه متفاوتی از سایر مسائل قرار گرفته و با امتیاز بالای اهمیت و عدم قطعیت به‌طور هم‌زمان در موقعیت یک عدم قطعیت کلیدی برای ایران در سال ۱۳۹۷ قرار دارد. بخش دیگری از این پژوهش علمی به تفاوت دیدگاه‌های خبرگان دارای گرایش‌های سیاسی مختلف پرداخته است. نتایج این بخش نشان می‌دهد که در میان پنج گرایش سیاسی شامل (۱) اصلاح‌طلبان، (۲) اصول‌گرایان، (۳) اعتدال‌گرایان، (۴) کسالتی که دیدگاه سیاسی در چارچوب قانون اساسی دارند ولسی خود را در عنوانی غیر از سه جریان فوق تعریف می‌کنند و (۵) خبرگان دارای گرایش سیاسی خارج از قانون اساسی، چه شباهت‌ها و تفاوت‌های در اولویت‌بندی مسائل ایران وجود دارد. براساس نتایج این بخش اختلاف‌برانگیزترین مسئله اقتصادی ایران که هر ۵ گروه دارای رتبه‌بندی متفاوت معنادار از آن هستند، «مسائل ساماندهی فعالیت‌های اقتصادی نهادها و حاکمیتی خارج از دولت» است. نظرسنجی این پژوهش ملی با مشارکت صدها نفر از متخصصان سراسر کشور از بهمن‌ماه ۱۳۹۶ تا ابتدای خردادماه ۱۳۹۷ انجام شده و جزئیات آن را می‌توانید در وبسایت «آینده‌پژوهی ایران ۱۳۹۷» به‌نشانی [www.ifs1397.ir](http://www.ifs1397.ir) مشاهده کنید.

نتایج گزارش علمی «آینده‌پژوهی ایران ۱۳۹۷» نشان می‌دهد که اقتصاد همچنان پرمسئله‌ترین حوزه موضوعی مسائل ایران در سال ۱۳۹۷ خواهد بود. همچنین ناهنجاری‌های ساختاری، بیکاری، فقر، نرخ ارز و سرمایه‌گذاری، مهم‌ترین مسائل حوزه اقتصاد در سال ۱۳۹۷ را تشکیل می‌دهند. در حالی که در سال ۱۳۹۶ سهم مسائل اقتصادی از کل مسائل ایران ۱۸ درصد بود، این سهم در سال ۱۳۹۷ به ۲۱ درصد رسیده است که نشان از افزایش سهم مسائل این حوزه است. پس از اقتصاد مسائل سیاسی و اجتماعی با ۱۷ و ۱۵ درصد قرار دارند. نتایج این گزارش که با محوریت گروه تحقیقاتی «آینده‌بان»، همراهی اتاق بازرگانی ایران و همکاری ۱۰ نهاد علمی انجام شده است، نشان می‌دهد ۱۰ مسئله اول ایران در سال ۱۳۹۷ به این شرح است: ۱- بحران تأمین آب ۲- فساد ۳- پیامدهای بحران آب ۴- بحران ناآرامی عملکرد ۵- فرسایش سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی ۶- ناهنجاری‌های ساختاری اقتصاد ایران ۷- نگرانی درباره آینده و احساس بی‌آیندگی ۸- تابش نارضایتی ۹- بیکاری ۱۰- قضاوت افکار عمومی درباره عملکرد حاکمیت براساس رتبه‌بندی انجام‌شده توسط صدها نفر از خبرگان سراسر کشور با ویژگی‌های متفاوت، از ۲۱ مسئله اقتصادی دو مورد شامل «ناهنجاری‌های ساختاری اقتصاد» و «بیکاری» در لیست ۱۰ مسئله اول قرار دارند و رتبه سایر مسائل در جدول آمده است. در این پژوهش ملی که برای پنجمین سال متوالی انجام می‌شود، خبرگان و متخصصان علاوه بر اهمیت، عدم قطعیت یا

میانگین درصد اهمیت	عنوان مسئله	رتبه در کل مسائل	رتبه در مسائل اقتصادی
۸۸	ناهنجاری‌های ساختاری اقتصاد ایران	۶	۱
۸۶	بیکاری	۹	۲
۸۵	فقر و نابرابری فزاینده و تنگناهای معیشتی	۱۱	۳
۸۴	نرخ ارز	۱۲	۴
۸۱	سرمایه‌گذاری اقتصادی داخلی و خارجی	۲۱	۵
۷۹	ساماندهی فعالیت‌های اقتصادی نهادهای حاکمیتی خارج از دولت	۲۷	۶
۷۹	موانع کسب‌وکار	۲۸	۷
۷۸	قاچاق و فریگی اقتصاد زیرزمینی	۳۰	۸
۷۸	تورم	۳۵	۹
۷۷	رکود / رونق اقتصادی	۳۹	۱۰
۷۷	بودجه دولت	۴۱	۱۱
۷۵	بحران بانکها	۵۰	۱۲
۷۱	حجم بالای بدهی‌های دولت	۶۶	۱۳
۷۱	بحران صندوق‌های بازنشستگی	۶۹	۱۴
۶۹	سیاست‌های خصوصی‌سازی و پیامدهای آن	۷۸	۱۵
۶۸	چالش‌های توسعه گردشگری	۷۹	۱۶
۶۸	مشکلات زیرساختی ناوگان حمل و نقل	۸۴	۱۷
۶۴	توسعه انفجاری بازار فناوری اطلاعات	۹۰	۱۸
۶۴	بازار جهانی انرژی	۹۱	۱۹
۶۳	تقلیل کسب‌وکارهای نوپا و سنتی	۹۵	۲۰
۵۷	موانع بازرگانی و نوسازی شهری	۱۰۰	۲۱

## نابسامانی‌های بازار و مسئولیت‌های پیش رو

هجوم سیل‌آسا به بازارهای مختلف سکه، ارز، خودرو و سایر کالاها توازن میان عرضه و تقاضا را به زیان (خود) مصرف‌کنندگان و به نفع فرصت‌طلبان برهم می‌زنند؟ چرا برخی مقامات آمریکایی مدعی می‌شوند که آسیب‌پذیری ایران در مقابل تحریم‌ها بیشتر از حد تصورشان بود؟ و ده‌ها چراهای دیگر که باید به آنها پاسخ داده شود که به‌نظر اینجانب پاسخ آنها را باید در داخل مرزهای جغرافیایی کشور خودمان جست‌وجو نمود. مردم کشور ما به‌عنوان مردمی صبور، کم‌توقع و علاقه‌مند به کشور و انقلاب همواره در سنگر اول حمایت از دولت‌ها بوده و در سخت‌ترین بحران‌ها توانسته‌اند با اتحاد و همدلی بزرگ‌ترین مشکلات و معضلات را که عالی‌ترین کارشناسان سیاسی و نظامی از حل آن ناتوان بودند را حل نمایند؛ بی‌شک پیشرفت‌های کشور در حال حاضر مدیون آن ایثار و از خود گذشتگی مردم و دلسوزان کشور است. مردمی که همواره پار و مددکار دولت و مسئولین بودند، ولی در این شرایط که کشور از نظر اقتصادی و ذخایر استراتژیک در شرایط مطلوبی قرار دارد چرا اینگونه عمل گردید؟ و شرایط را هم برای خود و هم برای دولت سخت و دشوار نمودند. به‌نظر می‌رسد طی سال‌های گذشته به سبب برخی منازعات فی مابین جریان‌های سیاسی و افشای برخی تخلفات اقتصادی، سوءاستفاده مالی و... برخی افراد و جریان‌ها، حس اعتماد جامعه به مسئولین تا حدود زیادی آسیب دید و مردم احساس کردند که برخی افراد جریان انقلاب را سرفه‌ای دیده‌اند برای خود و هم‌قطاران خود که اکنون با سهم‌خواهی از این سفره در صدند تا بار خود را بستانند و کشتی خود را به ساحل رفاه و آسایش برسانند و این در حالی که مردم در ۴۰ سال گذشته عزیزترین سرمایه‌های خود که همان جان خود و فرزندان‌شان است در راه این کشور و سربلندی آن دریغ نکردند ولی مسئولین حتی در حل بحران‌های نه چندان بزرگ مانند زلزله کرمانشاه از باری‌رسانی مناسب و مطلوب به مردم از خود قصور و کوتاهی نشان دادند؟ در هدفمندی یارانه‌ها افراد زیادی از مردم عادی به‌صورت هدفمند حذف می‌شوند ولی بسیاری از مسئولین همچنان یارانه‌های خود را برقرار دارند. نگرانی از زندگی آتی خود و خانواده و تبلیغات سوءبیگانه و برخی بی‌تدبیری‌های مسئولین، رساند ما را به جایی که اکنون در آن قرار داریم. به‌هرحال باید به این نکته تأکید کنیم که انقلاب اسلامی متعلق به شخص یا اشخاص خاصی نبوده و نیست و اینکه تصور شود افرادی می‌توانند با مصادره انقلاب با نام خود و هم‌قطاران می‌توانند باعث آسیب‌زدن به ماهیت آن شوند سخت در اشتباه و گمراهی هستند چرا که واقعیت انقلاب با جان و وجود

### ادامه از همین صفحه

ولی واقعیت موضوع این است که در طول تاریخ پس از انقلاب کشور از عناوین مختلف و متعددی با انواع و اقسام تحریم‌ها مواجه گردید ولی با توجه به همت مردم و مسئولین عملاً این تحریم‌ها نتوانست جامعه را به زانو در آورد. ولی کشور طی ماه‌های گذشته در مواجهه با بازگشت تحریم‌های آمریکا مواجه با سلیلی از تقاضاها و طرح نیازهای متنوع از کالا و خدمات گردید؛ که طبیعتاً با توجه به بضاعت‌های جاری کشور امکانی برای پاسخگویی به آنها پیش‌بینی نشده بود. نگرانی از آینده در بین نگاه‌های اقتصادی و مردم باعث گردید که هجوم زیادی برای خرید مایحتاج صورت گرفته و نگاه‌های اقتصادی تولیدی و توزیعی را با سلیلی از تقاضاها مواجه نمود. از سوی دیگر رسانه‌های بیگانه نیز با یک سیاست منسجم تلاش نمودند تا خروج آمریکا از برجام را به‌عنوان یک فاجعه بزرگ که می‌تواند اقتصاد کشور را فلج کند تعبیر نمودند و متأسفانه برخی از ناآگاهان نیز با اقدامات خود آب به آسیاب آنها ریختند و البته دولت در مدیریت افکار عمومی نا توان و ناپخته عمل نمود و نتوانست موج نگرانی‌های جامعه را از شرایط پیش رو برطرف نماید؛ طبیعتاً عدم انقاع مناسب جامعه و طرح سوالات گوناگون از سوی مردم و عدم پاسخگویی مناسب و مطلوب از سوی برخی دولتمردان و در کنار آن تسویه حساب‌های برخی جریان‌های سیاسی باعث گردید تا عنان کار تاحدودی از دست خارج شود. نگاهی به تاریخ انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی نشان می‌دهد که کشور در آن دوران با کمترین امکانات و زیرساخت‌های اقتصادی به‌خوبی توانست هشت سال جنگ تحمیلی را پشت سر گذاشته و مردم با تحمل سختی‌ها و مشکلات جنگ با تقسیم داشته‌های خود توانستند بر مشکلات جدی مملکت فائق آیند و آرامش امروز ما مدیون آن ایستادگی‌ها و پایداری‌هاست. در آن دوران استعدادها و توانمندی‌های نسل گذشته، فرصت مناسبی را برای بروز و ظهور استعدادهایی پیدا نمود و از این تهدید فرصتی برای شناسایی و معرفی بزرگان چون شهید باقری، جهان آرا، همت، باقری، چمران، بهشتی، رجایی، باهنر و بسیاری از نخبگان کشور فراهم گردید. استقامت در مقابل زورگویی و تعدی دشمن تا دندان مسلح مردم را نسبت به یک هدف مهم هم‌داستان نمود و آن وحدت جامعه و مسئولین در مقابل افزون‌خواهی زورگویان بود. اما چه شد که امروز در حالی که کشور از نظر زیرساخت‌های نظامی، اقتصادی و سیاسی از شرایط مراتب بهتری از اوایل انقلاب دارد ولی در مقابل این هجمه آسیب‌پذیر می‌نماید؟ چرا مردم نسبت به شرایط سختی و مشکلات اینگونه عنان از کف می‌دهند و با



تفاوت جنگ اقتصادی و بمباران نظامی

**جنگ اقتصادی جایگزین بمباران می‌شود؟**

«آوردن فشار روی همه مردم و نه فقط ارتش دشمن در میدان مبارزه، روح اصلی جنگ مدرن است.» این جمله را آلفرد تیر ماهان، ژنرال استراتژیست آمریکایی در قرن نوزدهم گفته است. جنگ تجاری پرسروصدای دونالد ترامپ علیه چین (و در مقیاسی کوچک‌تر کانادا و مکزیک) و نیز استفاده آمریکا از حربه تحریم اقتصادی در مواجهه با ایران، روسیه، ونزوئلا و ترکیه، توجهات جهانی را به این شکل از جنگ بدون خونریزی جلب کرده است. در دنیایی که هزینه روانی آغاز جنگ‌های کلاسیک روز به روز بالاتر می‌رود آیا جنگ اقتصادی موردی موثرتر و کم‌هزینه‌تر به حساب نمی‌آید؟ آیا در دنیای کنونی می‌توان علیه یک کشور جنگ اقتصادی تمام‌عیار راه انداخت و در آن پیروز شد؟ آیا جنگ تجاری در دنیای آینده جایگزین جنگ به شیوه کلاسیک می‌شود؟ برای پاسخ به این سوال بهتر است به تاریخ مراجعه کنیم.

با کمی اغماض می‌توان جنگ تجاری همه‌جانبه را جنگ اقتصادی (economic warfare) نامید. جنگ اقتصادی سابقه‌ای طولانی ندارد. به احتمال زیاد اولین بار در تاریخ این شکل جنگ را بریتانیا در ۱۹۱۴ علیه آلمان شروع کرد. این اولین تلاش یک کشور برای پیروزی در جنگ از راه هدف قرار دادن جامعه (از طریق اقتصاد) و نه حکومت بود. اگر بخواهیم دقیق‌تر بگوییم هدف اصلی این جنگ، سیستم‌هایی بودند که لایف‌استایل جامعه را پشتیبانی می‌کردند، نه حتی خود جامعه. این شیوه‌ای کاملا نو در جنگاوری بود.

نقطه مقابل جنگ اقتصادی، بمباران‌های استراتژیک مواضع آلمان در سال ۱۹۴۲ است. تفاوت میان این دو شکل جنگ کاملا بنیادی است. در بمباران استراتژیک، هدف اصلی نابودی قدرت جنگی یک کشور است، اما در جنگ اقتصادی، جامعه هدف قرار می‌گیرد: با بهم ریختن اقتصاد ملی، مشروعیت حکومت به سرعت پایین می‌آید و حمایت مردم از دولت شدیداً افت می‌کند. در بمباران استراتژیک، غیرنظامیان جزو تلفات جانبی به حساب می‌آیند اما در جنگ اقتصادی، غیرنظامیان هدف اصلی هستند.

امپراتوری بریتانیا در آغاز جنگ جهانی اول، مهم‌ترین بازیگر سیستم تجارت بین‌المللی به حساب می‌آمد و از دید استراتژیست‌های انگلیسی توانایی این را داشت که جلوی دسترسی آلمان را به بازارهای جهانی بگیرد و هم‌زمان دسترسی خودش محدود نشود. این برآورد استراتژیست‌ها روی چند عامل بنا شده بود. اول اینکه نیروی دریایی بریتانیا قدرتمندترین در دنیا بود و توانایی اعمال کنترل تجارت دریایی بین‌المللی را داشت (در آن زمان تجارت جهانی منحصراً به دریا وابسته بود). ثانیاً، نیروی دریایی بریتانیا پیچیده‌ترین شبکه گمرک‌داری اطلاعات اقتصادی و سیاسی را در دنیا داشت و می‌دانست که چطور باید از این اهرم استفاده کند و مهم‌تر از همه اینها، شرکت‌های انگلیسی زیرساخت‌های فیزیکی و مجازی سیستم تجارت جهانی را زیر سلطه خود داشتند.

هدف جنگ اقتصادی بریتانیا فقط محدود کردن تجارت دریایی دشمن یا حمله به صنایع خاص نبود. بریتانیا می‌خواست با اقداماتی گسترده و هم‌زمان، اعتماد به سیستم‌های مالی اقتصاد آلمان را نابود کند. بریتانیا نمی‌خواست فقط عملیات‌های نظامی دشمن را دچار وقفه کند، به جای آن بی‌ثبات کردن و بی‌نظم کردن سیستم‌های اقتصادی غیرنظامی را مدنظر داشت تا هرج و مرج و هراس را در بین مردم دامن بزند و در نهایت نارامی اجتماعی و شورش سیاسی به وجود آورد. این شکل جنگ نظامی با محاصره اقتصادی که پیش از این در جنگ‌ها در دوره‌های مختلف تاریخی انجام شده بود متفاوت بود. محاصره اقتصادی درآمدهای دولت دشمن را هدف قرار می‌دهد و به کندی جواب می‌دهد. هدف محاصره اقتصادی مختل کردن سیستم اقتصادی دشمن نیست. در تئوری جنگ اقتصادی ایده‌ای بسیار جذاب به نظر می‌رسید.

اما در عمل چطور؟ بریتانیا ساعت ۱۱ شب ۴ آگوست ۱۹۱۴ به آلمان اعلان جنگ داد اما انتظار وقوع جنگ از هفته پیش باعث بهم‌ریختگی بازارهای جهانی شده بود. تأثیر جنگ بر اقتصاد کل دنیا و البته بریتانیا شدیدتر از چیزی بود که پیش‌بینی شده بود. تا ۳۱ جولای تمام بازارهای بورس سراسر دنیا از جمله وال‌استریت بسته شدند. بحران جهانی نقدینگی پیش آمد و بانک‌ها خواستار بازگشت تمام وام‌های‌شان شدند. خرید و فروش ارز در نیویورک غیرممکن شد و مراکز مالی لندن که سرمایه تجارت بین‌المللی را تامین می‌کردند ورشکست شدند.

دولت بریتانیا جنگ را با نگرانی شدیدی از وضعیت اقتصاد داخلی و هراس از احتمال بیکاری گسترده آغاز کرد. به همین خاطر کابینه انگلیس بدون سر و صدا آغاز جنگ اقتصادی با آلمان را تصویب کرد. مشکل اما غیرقابل پیش‌بینی بودن وضعیت اقتصادی جهان بود. هرج و مرج در اقتصاد جهانی آنچنان شدت یافته بود که بلافاصله پس از آغاز جنگ اقتصادی، مخالفت‌های شدیدی با آن از درون انگلستان آغاز شد. گروهی در دولت احساس می‌کردند که جنگ اقتصادی باعث بالارفتن هزینه‌های جنگ می‌شود و احتمال گرسنه ماندن مردم وجود دارد. هم‌زمان گروه‌های ذی‌نفع از رابطه اقتصادی با آلمان یا متحدانش، به شدت در حال لابی کردن با دولت بودند تا کسب و کار خودشان را از جنگ و تحریم مستثنا کنند. بالاخره این احساس در بین دولت‌مردان به وجود آمد که جنگ اقتصادی با آلمان با بن‌بست روبه‌رو شده. در اکتبر ۱۹۱۴ استراتژی جنگ اقتصادی با آلمان متوقف شد و دولت تمام توان خود را روی جنگ نظامی گذاشت.

اما چرا جنگ اقتصادی شکست خورد؟ شاید مهم‌ترین دلیلش این بود که برنامه‌ریزی پیش از جنگ اصلاً آسان نیست. جنگ تحولی به شدت غیرقابل پیش‌بینی است و نمی‌توان آن را طبق برنامه قبلی پیش برد، به خصوص اگر جنگ اقتصادی باشد که هدفش نه از ترس دشمن، که جامعه دشمن است. ایرادهای تکنیکی هرچند کوچک در جنگ اقتصادی می‌تواند کل ماجرا را به سمت دیگری بکشاند، در تئوری جنگ اقتصادی جواب می‌دهد و شاید بسیار موثرتر از بمباران به نظر می‌رسد. اما در عمل و به خصوص در دنیای بهم‌پیوسته و چندقطبی کنونی آیا امکان موفقیت چنین جنگی وجود دارد؟ بعید می‌دانم.

**منبع: نیکلاس لمبرت، برنامه‌ریزی برای آرماگدون: جنگ اقتصادی بریتانیا و جنگ جهانی اول، انتشارات دانشگاه هاروارد**



ایمان ولی‌پور

Ivankaramzov@yahoo.com

اکنون‌میست و بسیاری از نشریات اقتصادی جهان هرساله فهرستی از اقتصاددانان برند و تأثیرگذار جهان را منتشر می‌کنند، اما در ایران آنچنان نمی‌توان از مقوله‌ای به نام «اقتصاددانان برند» سخن گفت، شاید دو سه مورد و به اندازه انگشتان یک دست؛ چنانچه سال گذشته که مجادله گاه و بیگاه فرشاد مومنی با مسعود نیلی، موضوع چند گزارش و یادداشت در رسانه‌ها شد، این موضوع بیشتر به چشم آمد و «فرشاد» و «مسعود اقتصاد ایران» به عنوان دو چهره‌ای که نگرشی متضاد به علم اقتصاد دارند، به مثابه دو برند مطرح شدند.

«فرشاد اقتصاد ایران» در این سال‌ها همواره در ستیز فکری با «مسعود اقتصاد ایران» بوده و به رغم همه انتقادات و به مناظره طلبیدن‌های مومنی، نیلی اما نه دعوت او را هیچ‌گاه اجابت کرده و نه حتی پاسخی به انتقادات نیشدار او داده است. البته این چالش و مجادله از یک تفاوت دیدگاه و پارادایم می‌آید و در سطح شخص نیست، بلکه در سطحی بزرگ‌تر و عمیق‌تر به مجادله فکری دو جریان در اقتصاد ایران اختصاص دارد که در یک سو، معتقدان به بازار آزاد و به قول مطلع نویی‌رال‌ها ایستادند و در سوی مقابل، نهادگرایان که نیلی و مومنی، اقتصاددانان شاخص و یا لاقال در سطح رسانه‌ای، نمایندگان این دو جریان فکری به حساب می‌آیند.

اما آنچه مسعود نیلی را در این میان، بیشتر از فرشاد مومنی و دیگر اقتصاددانان ایرانی واجد بررسی و نقد اندیشه می‌کند، حضور او در دولت و مسئولیت‌هایش در دولت‌های مختلف بوده است، چرا که او خیلی بیشتر از بسیاری از همکاران دانشگاهی‌اش در طول سال‌ها و دهه‌های گذشته مورد توجه دولتمردان بوده است؛ از حضور در دولت سازندگی و معاونت سازمان برنامه و بودجه تا به‌ویژه حضور در دولت حسن روحانی به عنوان ثنوریسین اقتصادی؛ از مشاور اقتصادی در دولت یازدهم تا دستیار ویژه رئیس‌جمهور در امور اقتصادی در دولت دوازدهم، اما اگر چه در ماه‌های اخیر، پیچیده‌های زیادی در مورد استعفای نیلی از دولت به گوش می‌رسد، اما با این حال، او در اقتصاد ایران به نماینده اقتصاد آزاد شناخته می‌شود.

«گفت‌وگوهای توسعه» نام سلسله‌نشست‌هایی است که از مهرماه سال گذشته از سوی «پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس» با همکاری «پوشش فکری توسعه» پیرامون مسئله‌شناسی توسعه در ایران برگزار شده و از خردادماه امسال هم دور جدید آن در حال برگزاری است. در دور سوم «گفت‌وگوهای توسعه» دیدگاه مسعود نیلی، عضو هیات علمی دانشگاه شریف درباره مسئله توسعه‌نیافتگی ایران با حضور باایزید مردوخ، علی دینی ترکمانی و سعیدمحمد بحرینیان مورد نقد و بررسی قرار گرفت.

**نظر به پردازش در دست، سیاست‌گذاری نادرست**

در ابتدای نشست، محسن رزانی، دبیر علمی «گفت‌وگوهای توسعه» گفت که مسعود نیلی برای توسعه اقتصاد ایران چارچوب نظری دارد و بحث یارش بوده است که تجربه عملی ساختن بخشی از آن را نیز داشته بوده، اما سوال اینجاست که چرا برخی از این تجربه‌ها در ایران کارآمد نبوده است؟ مشکل از شرایط ایران بوده است یا نظریه‌ها برای توضیح مسائل ما ناتوان بوده‌اند؟

مسعود نیلی در پاسخ گفت که ابتدا باید به این سوال پاسخ دهیم که آیا مسئله، «شکست نظریه‌ها» است یا «شکست سیاست‌گذاری»؟ نیلی در مجموع دلیل به نتیجه نرسیدن نظریه‌ها را «شکست در مرحله سیاست‌گذاری» دانست و نه مشکلات نظریه‌های اقتصادی. او از اجماع در دو سطح تصمیم‌گیران و صاحب‌نظران سخن به میان آورد و بسر این باور است که اگر میان صاحب‌نظران در مورد مسائل کشور اجماع وجود داشته باشد، مسئولین اجرایی نمی‌توانند به نظرات آنها بی‌تفاوت باشند. نیلی در این رابطه انتقاد کرد که متأسفانه ما متخصصان به جای گفت‌وگو و اجماع بر سر موضوعات مورد توافق، درگیر بحث و نزاع با یکدیگر هستیم. البته به نظر نیلی، امروز در بسیاری از مسائل بین متخصصان اقتصادی، همگرایی نسبی به‌وجود آمده است. به طور مثال بر سر این مسئله وفاق وجود دارد که مداخلات دولت باید از جنس سیاست‌گذاری‌های پیش‌بینی‌پذیر و معطوف به رشد بلندمدت باشد.

**مشکل ساختار قدرت: تودر تویی نهادی**

در ادامه نشست، علی دینی ترکمانی بحث خود را درباره مثلث آکادمیسین، سیاست‌مدار و تکنوکرات مورد نظر نیلی، آغاز کرد و نقد خود را نه معطوف به دیدگاه شخص نیلی، بلکه به طور کلی، معطوف به یک رویکرد فکری بیان داشت که در دانشکده‌ها و علم اقتصاد در ایران سیطره دارد. دینی گفت که شکست سیاست‌گذاری بدین معنا است که یک مسئله اساسی وجود دارد که آن را نمی‌توان در چارچوب اندیشه متعارف رشد اقتصادی بررسی کرد و این رسالت روشنفکری است تا مسائل به یک گفت‌مان عمومی تبدیل شود و جریان مطالبه‌خواهی عمومی ساخت قدرت را به یک تحول اساسی در جهت حل این مشکل رهنمون سازد. چون توسعه یک امر سیاسی است، ما به عنوان اقتصاددان ناچار هستیم که یک نگاه کل‌نگر داشته باشیم. بدین نحو، دینی معتقد است که جامعه صرفاً نیاز به تکنوکرات ندارد و لذا ما نباید روشنفکران را نفی کنیم. روشنفکران کسانی هستند که درون ساختار قدرت قرار ندارند، ولی جسارت نقد عملکرد کلی ساخت قدرت را دارند. دینی در ادامه در موافقت با نیلی افزود که مسئله بر سر نوع سیاست‌ها نیست، بلکه شرایط نهادی جامعه باید اصلاح شود تا بذرهای سیاستی در آن به ثمر بنشیند. او مشکل اساسی ساختار قدرت را «تو در تویی نهادی» عنوان کرد؛ بدین معنا که مراکز قدرت تصمیم‌گیری متعددی وجود دارد.

در پاسخ به نکته دینی، نیلی خاطر نشان کرد که نمی‌توان صبر کرد تا وضعیت نهادی کشور و ساختار سیاسی به یک وضعیت آرمانی برسد و سپس دست به عمل بزنیم. ما باید احساس مسئولیت کنیم و از طریق ایجابی و صحبت کردن، قدمی رو به جلو برداریم تا وضعیت نسبت به قبل، هرچند به میزانی کوچک بهتر شود. به گفته نیلی، کار روشنفکران سلبی صحبت کردن است و این امر فقط باعث می‌شود با یکدیگر درگیر شویم و منجر به نتیجه عملی نخواهد شد، اما وقتی ایجابی صحبت کنیم، می‌توان در مورد ایده‌ها و طرح‌ها گفت‌وگو کرد، آن را اصلاح کرد و به اجماع رسید و این، کار متخصصان حرفه‌ای است نه روشنفکران عمومی.

در ادامه این بحث، محسن رزانی نیز گفت: روشنفکران و تکنوکرات‌ها جانشین یکدیگر نیستند، بلکه مکمل یکدیگرند و یک پیگیر را تشکیل می‌دهند که باید بتوانند در جهت ایجاد تغییر از درون و بیرون ساختار قدرت با یکدیگر همکاری کنند. نه تکنوکرات می‌تواند نقش روشنفکر را برعهده بگیرد و نه روشنفکر نقش تکنوکرات را. روشنفکر در خارج از بازی می‌ایستد و از یک افق زمانی و فرهنگی بلندتر، مسئله را می‌نگرد و هشدارهای لازم را می‌دهد؛ هشدارهایی که یا تکنوکرات‌ها نمی‌بینند یا اگر ببینند، تمایل یا امکان گفتن آنها را ندارند. نیلی نیز در پاسخ رزانی گفت که اتفاقاً مسئله این است که هشدار دادن بدون آنکه مشخص باشد چه تحولی باید اتفاق بیفتد، کارکرد ندارد و دانستن اینکه چه تحولی باید اتفاق بیفتد، تخصص می‌خواهد.

**وجه غالب اقتصاد ایران: اشتغال غیرمولدها**

همچنین سعیدمحمد بحرینیان در ادامه بحث، چند پرسش مطرح کرد، از جمله اینکه آیا تجربه توسعه در کشورهای مختلف یکسان است؟ اولویت اقتصاد ایران چیست؟ آیا توسعه صنعتی اولویت دارد؟ او در عین حال، بحث ارتباط پیچیده رشد صنعتی و دموکراسی را مطرح کرد و ادامه داد: باید بر روی مفهوم واژه‌ها و اولویت‌ها به اجماع رسید. چون در مورد واژه‌ها اغتشاش فکری وجود دارد و آن را تصریح نمی‌کنیم، به مشکل برمی‌خوریم. به طور مثال بحث «حمایت از صنعت» مطرح می‌شود، اما این واژه به‌طور کامل و مشخص تعریف نمی‌شود. بحرینیان در ادامه بحثش از اشتغال غیرمولدها به عنوان وجه غالب اقتصاد ایران نام برد و گفت که انحصارات اقتصادی در ایران عموماً غیرمولد است و وجه غالب اقتصاد ایران را اشتغال غیرمولد تشکیل می‌دهد.

نیلی اما در مورد نکته‌هایی که بحرینیان مطرح کرد، گفت که در امر توسعه، مجموعه‌ای از مؤلفه‌های فراگیر و همچنین مجموعه‌ای از مؤلفه‌های خاص هر کشور وجود دارد و به همین دلیل، هیچ دو کشوری در امر توسعه کاملاً شبیه یکدیگر نیستند، هرچند همه آنها در مواردی اشتراک دارند. این دو را باید به درستی از یکدیگر تفکیک کرد تا در برداشت درست از تجربه دیگران دچار سرگردانی نشویم. نیلی همچنین در ارتباط میان صنعتی شدن و دموکراسی - قانونمندی ادامه داد: در کشوری که اقتصاد آن از تعداد زیادی کسب و کار کوچک

غیر سازمان‌یافته و غیرشرکتی تشکیل شده باشد، قانون‌پذیری تمرین نمی‌شود، ولی وقتی اقتصاد از طریق صنعتی‌شدن به معنای واقعی «شرکتی» می‌شود، دموکراسی و قانونمندی تثبیت می‌شود. به گفته نیلی، دموکراسی وقتی محقق می‌شود که دولت به لحاظ مالی به مردم وابسته باشد، اما وقتی مردم به لحاظ مالی به دولت وابسته شدند، تنها از آرمان دموکراسی صحبت می‌شود، ولی در عمل محقق نمی‌شود. به باور نیلی، مسیر صنعتی شدن، مسیر توسعه سیاسی را نیز هموار می‌کند و در این مسیر باید بخش خصوصی تضعیف‌شده، به تدریج شکل بگیرد و تقویت شود.

نیلی البته این نکته را هم اشاره کرد که کارخانه‌دار شدن مساوی صنعتی شدن نیست و صنعتی شدن دولتی همچون کشور شوروی نیز ما را بدین نتایج رهنمون نمی‌کند. او در این زمینه مثال زد که بهره‌وری در ایران، نسبت عکس با اندازه بنگاه دارد، بدین معنا که هرچه بنگاه بزرگتر باشد، بهره‌وری آن کمتر است، در حالی که اصولاً باید عکس این موضوع صادق باشد و علت این امر در دولتی بودن و انحصاری بودن بنگاه‌های بزرگ اقتصادی است.

**صندوق توسعه ملی**

در ادامه نشست، باایزید مردوخ بحث خود را با این مطلب شروع کرد که مهم‌ترین میراث مسعود نیلی، پایه‌گذاری حساب ذخیره ارزی (که بعداً با عنوان صندوق توسعه ملی مطرح شد) بوده است تا درآمدهای نفتی که درآمدی بین نسلی است، صرف امور مصرفی نشود. او براساس تجارب زیادی که در امر برنامه‌ریزی داشته، معتقد است که اقتصاد ایران قدرت دفاعی خود را در مقابل توسعه‌نیافتگی از دست داده است، بدین معنا که اقتصاد ایران مثل بدن یک انسان است که توان دفاعی خود را از دست داده و به همین دلیل دچار انواع بیماری‌ها می‌شود. کارشناسان برای بیماری‌های مختلف، نسخه‌ها و داروهای مختلفی تجویز می‌کنند، اما با درمان یک بخش، بخش دیگر دچار مسئله می‌شود، چون مسئله اصلی که ضعف توان دفاعی آن در برابر مشکلات است، همچنان با چرچاست، بنابراین این مسئله و همین‌طور نظام تدبیر، لزوم مطالعه‌ای جدی را می‌طلبد.

مردوخ همچنین در ادامه صحبت‌هایش، فقدان هماهنگی و نامتعادل بودن توزیع قدرت در بین مناطق کشور را از جمله مشکلات ایران بیان کرد.

نیلی اما مسئله عدم کارایی مناسب صندوق توسعه ملی را نه در سطح اقتصاد کلان، بلکه مرتبط با ابعاد اقتصاد سیاسی مدیریت منابع نفتی عنوان کرد و ناکارآمدی آن را به دلیل عدم کارشناسی مناسب این طرح ندانست. به گفته نیلی، اگرچه ممنوعیت‌های صندوق برای مصرف درآمد نفتی به طور کامل اجرا نمی‌شود، اما حداقل کارکرد صندوق ذخیره ارزی این بوده که قبل از آن، کل درآمدهای نفتی در بودجه خرج می‌شود، اما پس از تأسیس صندوق، دولت‌ها اگر اضافه بر مقدار مقرر، مبالغی را می‌خواستند مصرف کنند باید از مجلس مجوز می‌گرفتند و این، هزینه استغاده بیشتر از منابع نفتی را بالا می‌برد.

او درباره صحبت‌های مردوخ نیز گفت که اگرچه سیاست‌ها و نسخه‌های تجویز شده، بهبود اندکی حاصل کرده است، اما این بدین معنا نیست که تفاوتی با قبل وجود نداشته و نمی‌توان ادعا کرد که اگر کارهایی که انجام شده، صورت نمی‌گرفت و اقتصاد ایران به شکل دهه اول انقلاب اداره می‌شد، ایران اکنون در وضعیت مناسب‌تری قرار داشت.

نیلی افزود که اصولاً دولت‌ها در ایران به دنبال دستاوردهای کوتاه‌مدت برای جلب نظر مردم هستند. او سپس نبود احزاب نیرومند و پایدار را از عوامل مؤثر بر فقدان رویکرد بلندمدت دولت‌ها بیان کرد و جایگزین شدن دولت‌ها به صورت منفرد به جای احزاب در پیشبرد رویه‌های توسعه‌ای در ایران را عامل نگرش کوتاه‌مدت دانست.

نیلی در پایان سخنانش خاطر نشان کرد که من هم تردید ندارم مباحث اجتماعی و سیاسی از اهمیت بالایی برخوردارند و این مسئله در تشخیص من هم مغفول واقع نشده است، اما مسئله این است که این موضوعات، متخصص‌ها و دانشگاهیان خاص خود را نیاز دارد و ما به عنوان اقتصاددان نمی‌توانیم در حوزه‌هایی که تخصص نداریم، وارد شویم. من به سهم خودم وقتی به اهمیت توسعه دانش اقتصاد سیاسی در کشورمان پی بردم، از حدود ۲۰ سال پیش وارد این حوزه شدم و فکر می‌کنم اقتصاد سیاسی بخشی از خلأ موجود در تحلیل چرایی تحولات نامطلوب کشور را بر می‌کند.

دریچه

شرایط متفاوت سپرده گذاری ارزی  
سود دلار هم منحرف شد

با وجود ابلاغ بخشنامه بانک مرکزی به بانکها برای سپرده گیری ارزی و تعیین شرایط مشخص برای انواع ارز، باز هم بانکها گزینه های متفاوتی برای افتتاح حساب ارزی دارند؛ به طوری که نرخ سود تعیین شده در برخی موارد منحرف از ضوابط تعیین شده در دستورالعمل است.

به گزارش ایسنا، اخیرا برای جذب ارزهای مانده در خانه ها که تا بیش از ۲۰ میلیارد دلار برآورد می شود، بانک مرکزی شرایط بهتری نسبت به گذشته برای سپرده گیری ارزی در بانکها تعریف و ابلاغ کرد. با توجه به اینکه در سالیان گذشته این اتفاق می افتاد که سپرده گذاران در هنگام تحویل به جای ارز با ریال مواجه می شدند، جذابیت سپرده گذاری ارزی کاهش یافته و تقریبا اقبالی بین مردم نداشت، اما در جریان اجرایی شدن بسته جدید ارزی از اواسط مردادماه، بانک مرکزی بخشنامه ای را به بانکها ابلاغ کرد که با تضمین این بانک، اصل سپرده های دریافتی و سود آن به طور ارزی تحویل شود، براساس این بخشنامه سود تعیین شده برای دلار ۴ درصد، یورو ۳ درصد و درهم ۲ درصد است که به طور سالانه پرداخت خواهد شد. اما با گذشت چند روز از اجرایی شدن بخشنامه ارزی در بانکها، گذری بر شعب بانکها از شرایط متفاوت سپرده گذاری ارزی حکایت دارد. در برخی بانکها سپرده گیری ارزی در تمامی شعب انجام می شود، اما در برخی دیگر فقط به شعب ارزی محدود شده است. با وجود مشخص شدن نرخ سود پرداختی ها به ارز در مصوبه بانک مرکزی، سودها متفاوت پرداخت می شود. یکی از بانکها نسبت به سایرین بالاترین سود را پرداخت می کند؛ به طوری که گرچه حداکثر سود تا ۴ درصد برای دلار تعریف شده است سود پرداختی به ۵ درصد می رسد. در برخی بانکها برای تمامی ارزها فقط ۲ درصد سود در نظر گرفته شده و حتی دلار هم امتیازی بیش از ۲ درصد ندارد و شعبه بانک مربوطه پیشنهاد می کند به بانکی که بیشترین سود را می دهد برویم!

در حالی سود پرداختی به سپرده های ارزی اکنون در مواردی منحرف از ضوابط بخشنامه بانک مرکزی پرداخت می شود که بانکها سابقه خوبی در سپرده های ریالی هم نداشته و همواره بودند بانکهایی که در مسیری غیر از ضوابط و مصوبات شورای پول و اعتبار سود پرداخته اند. این روزها با توجه به اهمیت جذب سپرده و معامنت از ورود پول به بازار ارز و سکه بانک مرکزی بخشنامه ای برای تعدیل سپرده های مدت دار سال گذشته ابلاغ کرد ولی مشاهده می شود که اغلب بانکها دست به افتتاح حساب سپرده با سودهای بالا زدند.

نکته دیگر به حداقل و حداکثر دریافتی ارز برای افتتاح حساب ارزی برمی گردد. برای باز کردن حساب ارزی همراه با سود، حداقل ۱۰۰۰ دلار یا یورو و از ارزهای دیگر دریافت می شود و کمتر از این مقدار سودی تعلق نخواهد گرفت. البته در مواردی برای یورو کف کمتری در نظر گرفته شده و به ۸۰۰ یورو می رسد، اما برای حداکثر ارز دریافتی مشکلی وجود ندارد و هر زمان که ارز آورده شود سپرده گذاری خواهد شد، اما در برخی بانکها از ۱۰ هزار دلار یا یورو بالاتر باید آورنده با خود رسید خرید از صرافی و با بانک داشته باشد تا منشا ارز مشخص شود.

وی یادآور می شود: یکی از مهم ترین آفت های سرکوب قیمت ارز توسط همه دولت ها، همین ایجاد یک خانه امن پوشالی بر روی قیمت های پایین ارز بوده است که واردات را از بسیاری از فرآیندهای تولیدی به صرفه تر می کند، اما این جهش های ارزی است که مشخص می کند خانه ساخته شده بر واردات، خانه ای روی آب بوده است و شاید تولیدکنندگان مجبور شوند بخشی از همه سودهای سال های قبل را به عنوان زیان بپذیرند.

بازار باید با دموکراسی کنترل شود

میثم دادخواه، کارشناس اقتصادی نیز با بیان این که اجناسی که با دلار وارد کشور می شوند، متأثر از افزایش قیمت دلار هستند، می گوید: اگر قیمت دلار به ثبات برسد، بازار معمولا به حالت عادی برمی گردد، اما وقتی روند صعودی باشد، شاید قسمتی از فروشندگان از اینکه کالای خود را بفروشند و دیگر نتوانند وارداتی به آن تعداد داشته باشد، نگران شوند و بنابراین از فروش کالا امتناع کنند.

به گفته وی، فروشندگان می توانند کالایش را نفروشد و کسی نمی تواند او را مجبور به فروش کند. بازار باید با دموکراسی کنترل شود نه با دیکتاتوری. دادخواه تصریح می کند: واقعیت بازار این است که نمی توان از واردکننده و سرمایه گذاری که پولش را خوابانده و تجارت دارد، توقع داشت که وقتی دلار طی ۲۴ ساعت تقریبا ۱۰ درصد رشد می کند، جنسی که وارد کرده را بفروشد، زیرا تعهدی به کسی ندارد.

این کارشناس اقتصادی بیان می کند: زمانی که کنترل نرخ ارز غیرمنطقی و غیرمعقول است، نمی توانیم از فروشندگان در کل بازار توقع داشته باشیم که آن ها معقول کار کنند. در کل منطقی است که اگر دلار ۱۰ درصد گران شود، فروشندگان کالاها را درصدهای بیشتری گران کنند که اگر روز بعد دلار دوباره گران شد، بتوانند خود را دوباره به بازار واردات برسانند.

هزینه های دولت با اتکا به مالیات تامین شود

همچنین سید ناصر موسوی لارگانی، نماینده مجلس با اشاره به لزوم قطع وابستگی اقتصاد کشور به نفت عنوان می کند: وابستگی به نفت باعث می شود در دیگر امورات، پیشرفت لازم محقق نشود و به اعتقاد بنده رویکرد فروش نفت برای تامین هزینه های جاری و روزه به هیچ عنوان منطقی و صحیح نیست.

وی می گوید: رونق صادرات غیرنفتی از ضروریاتی است که باید به چند، مدنظر قرار گیرد و می طلبد هزینه های دولت نیز با اتکالی به اخذ مالیات تامین شود و البته این امر به نحوی عملیاتی شود که به مالیات دهندگان فشار مضاعف تحمیل نشود و این مالیات ستانی به تعطیلی کارخانه ها و بنگاه های تولیدی منتهی نشود.

قیمت ها به گذشته بازمی گردد؟

تاوان تولید واردات محور

به دنبال سرکوب قیمت ها علی رغم افزایش هزینه ها باشد، که این کار بی تردید موج تازه ای از ورشکستگی بنگاه ها و رکود را در پی دارد. به اعتقاد وی، به نظر می رسد دولت دیر یا زود با رویای دلار ۴۲۰۰ تومانی همانند دلار ۱۲۲۶ تومانی در جهش قبلی قیمت ارز حتی برای کالاهای اساسی هم خداحافظی خواهد کرد. شاید هضم این واقعیت که قیمت ارز هرگز به سطح سابق برنمی گردد، همچنان برای بسیاری



پرسشی که این روزها ذهن بسیاری از مردم را به خود جلب کرده، این است که آیا قیمت ها به گذشته باز می گردد؟ کارشناسان معتقدند اگر قیمت دلار به ثبات برسد، بازار معمولا به حالت عادی برمی گردد، اما وقتی روند صعودی باشد، بازار رفتار دیگری را نشان می دهد. به گزارش خبرآنلاین، چند هفته ای است که فضای بازار ارز کشور تا حدی آرام گرفته است؛ اگرچه قیمت ها در این بازار روندی کاهشی به خود گرفت و دلار در حدود ۱۰ هزار تومان در بازار قیمت دارد، اما با این وجود، بازار ارز دیگر شاهد تکان های چند ماه قبل نیست.

این در شرایطی است که افزایش قیمت ارز در بازار باعث شده بود که قیمت کالاها و به خصوص کالاهای وارداتی و وابسته به واردات نیز رشدی قابل توجه به خود بگیرد؛ به طوری که در برخی کالاها در پی احتکار یا اختفا، شاهد نایب شدن نشان در بازار نیز بودیم. رئیس کل بانک مرکزی معتقد است اتفاقی که در بازار ارز رخ داد، محصول ناترازی سیستم بانکی و رشد وحشتناک نقدینگی و اصرار ما به تداوم نقدینگی است.

به باور وی، تا زمانی که این وضعیت ادامه دارد، شرایط در بازار ارز و سایر دارایی های قابل وصول برای حفظ ارزش پول توسط افراد ادامه دارد.

با این حال، در این ایام، سواالی که این روزها ذهن بسیاری از مردم را به خود جلب کرده است، این است که آیا قیمت ها به گذشته باز می گردد؟

تاوان وابستگی به واردات

سیامک قاسمی، کارشناس اقتصادی در تحلیلی عنوان می کند: بسیاری از صنایع کشور با آنکه در همه سال های اخیر ادعای خودکفایی و داخلی سازی داشته اند، اما در حقیقت به مقدار قابل توجهی ارزی داشته و به واردات وابسته اند؛ همان طور که وزیر راه اعلام کرده است که صنعت هوانوردی کشور نزدیک به ۶۰ درصد به ارز وابسته است و تحقیقات ما در صنعت خودرو نشان می دهد که فقط خودرو سازهایی که ادعای داخلی سازی دارند، بهای تمام شده شان حداقل ۳۰ درصد وابستگی مستقیم ارزی دارد.

وی می افزاید: با این وجود و با فرض تعمیم پذیری آن به بسیاری از صنایع و پذیرفتن این گزاره نگارنده که ما اصولا در همه دهه های گذشته یک تولید واردات محور داشته ایم، باید پرسید برای کنترل قیمت ها در جهش ارزی چه باید کرد؟ آیا باید هر روز یک اتحادیه و صنفی با بیان میزان وابستگی اش به ارز، شرط کنترل قیمت های محصولاتش را در دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی باندن و محصولاتش را به عنوان کالای ضروری معرفی کند یا دولت با روش های تعزیراتی

از صنایع و سیاستگذاران سخت باشد، اما این واقعیت امروز ایران است. قاسمی متذکر می شود: سیاست گذاران دولتی و تولیدکنندگان باید در یک روند منطقی قیمت ها را با نرخ های واقعی ارز تعدیل کنند. این امر ممکن است باعث کاهش قابل توجه تقاضا در کوتاه مدت، کوچک شدن بازارها و یا افزایش قیمت ها شود، اما باید پذیرفت این روندها، نتایج تاوان وابستگی به واردات و تولید واردات محور است.

**آگهی مزایده فروش زمین**

شهرداری تاکستان در نظر دارد به استناد بند ۲ مصوبه شماره ۶۱ و بند ۳ مصوبه شماره ۷۱ شورای محترم اسلامی شهر نسبت به فروش ۲۵ قطعه زمین برابر مشخصات ذیل اقدام نماید. ضمنا پرداخت هر نوع مالیات و عوارض بر عهده برنده مزایده می باشد و در مقابل فروش زمین وجه نقد دریافت می گردد و برندگان اول و دوم و سوم هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان ضبط خواهد شد.

مهلت دریافت اسناد مزایده: از تاریخ ۹۷/۶/۱۳  
مهلت تحویل اسناد مزایده: حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ ۹۷/۶/۲۵  
تاریخ بازگشایی پاکات: مورخه ۹۷/۶/۲۶ در دفتر شهردار تاکستان.  
هزینه ارزیابی زمین و نشر آگهی و انتقال اسناد به عهده برنده مزایده می باشد.  
محل دریافت اسناد مزایده: تاکستان - خیابان امام خمینی شهرداری تاکستان واحد قراردادهای شماره تلفن ۰۲۸-۳۵۲۲۰۷۰۱  
سایر اطلاعات مربوط به مزایده در اسناد مزایده درج گردیده است و جهت اطلاعات بیشتر به واحد قراردادهای مراجعه گردد.  
شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار است.  
به پیشنهادهای فاقد امضاء و مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از اقباض مدت مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.  
لرانه فیش واریزی مبلغ سپرده بحساب شماره ۰۱۰۶۰۵۹۲۵۸۰۰۹ شهرداری تاکستان نزد بانک ملی شهید مرکزی تاکستان

ردیف	پلاک نسی	قطعه	کاربری	مساحت متر مربع	قیمت پایه به ریال	مبلغ سپرده به ریال	آدرس	نویسندگان
۱	۶۰۲۸۲۵۸۶/۲۳۳۸۰	۲	مسکونی - تجاری	۲۲۵/۲۸	۳/۸۰۱/۸۲۰/۰۰۰	۱۹۱/۰۰۰/۰۰۰	خیابان شهید رجایی روبروی بیمارستان تأمین اجتماعی	نجدید مزایده
۲	۱/۶۰۲۹۱/۲۳۷۹۸	۶۱	مسکونی	۱۸۰	۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۰/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی	مزایده اول
۳	۱/۶۰۲۹۱/۲۳۷۹۹	۶۲	مسکونی	۲۲۶	۱/۲۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۱/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی	مزایده اول
۴	۱/۶۰۲۹۱/۲۳۸۰۰	۶۳	مسکونی	۲۲۹	۱/۲۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۳/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی	مزایده اول
۵	۱/۲۹۹۷۲/۲۳۲۹۸	۸	مسکونی	۱۹۲/۷۲	۱/۵۴۱/۹۲۰/۰۰۰	۷۸/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ خ فشار فوی	مزایده اول
۶	۱/۲۹۹۷۲/۲۳۲۰۹	۱۹	مسکونی	۲۰۳/۵۶	۱/۲۲۱/۳۶۰/۰۰۰	۶۲/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ خ فشار فوی	مزایده اول
۷	۱/۲۹۹۷۲/۲۳۲۹۲	۳	مسکونی	۲۵۱/۵۳	۱/۵۰۹/۱۸۰/۰۰۰	۷۶/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ خ فشار فوی	مزایده اول
۸	۱/۲۹۹۷۲/۲۳۲۹۴	۴	مسکونی	۲۲۵/۷	۱/۳۵۴/۲۰۰/۰۰۰	۶۸/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ خ فشار فوی	مزایده اول
۹	۱/۲۵۶۶۸/۲۳۲۰۷	۲	مسکونی	۲۰۶/۶۵	۱/۵۴۹/۸۷۵/۰۰۰	۷۸/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ خ فشار فوی	مزایده اول
۱۰	۱/۲۵۶۶۸/۲۳۲۰۴	۱	مسکونی	۲۲۷/۲۰	۱/۸۵۴/۷۵۰/۰۰۰	۹۲/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ خ فشار فوی	مزایده اول
۱۱	۱/۲۵۶۶۸/۲۳۲۰۵	۲	مسکونی	۲۶۲/۰۹	۱/۷۰۳/۵۸۵/۰۰۰	۸۶/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ خ فشار فوی	مزایده اول
۱۲	۱/۲۵۶۶۸/۲۳۲۰۶	۳	مسکونی	۲۰۶/۸۷	۱/۴۴۸/۰۹۰/۰۰۰	۷۲/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ خ فشار فوی	مزایده اول
۱۳	۱/۳۲۲۲۷/۲۴۴۲۳	۲	مسکونی	۲۱۶/۰۸	۱/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۷۰/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی ۱۶ امتری دوم	مزایده اول
۱۴	۱/۳۲۲۲۷/۲۴۴۲۴	۳	مسکونی	۲۱۷/۹	۱/۴۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۷۱/۵۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی ۱۶ امتری دوم	مزایده اول
۱۵	۱/۳۲۲۲۷/۲۴۴۲۵	۴	مسکونی	۲۰۴/۷۲	۱/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۷۵/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی ۱۶ امتری دوم	مزایده اول
۱۶	۱/۳۲۲۲۷/۲۴۴۲۶	۵	مسکونی	۱۶۲/۲۳	۱/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۵/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی ۱۶ امتری دوم	مزایده اول
۱۷	۱/۳۲۲۲۷/۲۴۴۲۷	۶	مسکونی	۲۰۵/۴۳	۱/۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۹/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی ۱۶ امتری دوم	مزایده اول
۱۸	۱/۳۲۲۲۷/۲۴۴۲۸	۷	مسکونی	۲۰۲/۰۷	۱/۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۷/۵۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی ۱۶ امتری دوم	مزایده اول
۱۹	۱/۳۲۲۲۷/۲۴۴۲۹	۸	مسکونی	۲۰۰/۷	۱/۱۴۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۶/۵۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی ۱۶ امتری دوم	مزایده اول
۲۰	۱/۳۲۲۲۷/۲۴۴۳۰	۹	مسکونی	۲۰۶/۷۳	۱/۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۶/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ پشت شهربازی ۱۶ امتری دوم	مزایده اول
۲۱	۱/۶۴۰۵/۲۳۹۴۰	۱۲	مسکونی	۱۹۲	۸۶۴/۰۰۰/۰۰۰	۴۴/۰۰۰/۰۰۰	خ امام کوچه جنب شرکت گاز	مزایده اول
۲۲	۱/۶۴۰۵/۲۳۹۴۰	۱۳	مسکونی	۱۹۲	۸۶۴/۰۰۰/۰۰۰	۴۴/۰۰۰/۰۰۰	خ امام کوچه جنب شرکت گاز	مزایده اول
۲۳	۱/۶۴۰۵/۲۳۹۵۵	۱۸	مسکونی	۱۹۲	۹۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۸/۰۰۰/۰۰۰	خ امام کوچه جنب شرکت گاز	مزایده اول
۲۴	۱/۶۴۰۵/۲۳۹۴۸	۱۱	مسکونی	۱۹۲	۹۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۸/۰۰۰/۰۰۰	خ امام کوچه جنب شرکت گاز	مزایده اول
۲۵	۱/۵۸۲۴/۲۸۹۵۲	۱۹	مسکونی	۲۰۰	۱/۵۴۰/۰۰۰/۰۰۰	۷۷/۰۰۰/۰۰۰	جاده قدیم زنجان	مزایده اول

روابط عمومی شهرداری تاکستان

تاریخ انتشار آگهی نوبت اول: ۹۷/۶/۵  
تاریخ انتشار آگهی نوبت دوم: ۹۷/۶/۱۳

**آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای**

شماره مناقصه: ۹۷/۰۱۲

موضوع مناقصه: خرید پمپ شارژ آمین

مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه): ۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه): ضمانتنامه بانکی یا فیش نقدی به حساب ۰۱۰۰۵۵۶۶۵۲۰۰۹

پاکت صادرات کد ۱۹۰

آخرین مهلت تحویل اسناد از جانب مناقصه گران: ۹۷/۷/۱

تاریخ گشایش پاکت "الف" و فرمهای ارزیابی کیفی: ۹۷/۷/۳

تاریخ اعلام نتیجه ارزیابی کیفی: ۹۷/۷/۱۰

تاریخ اعلام نتیجه ارزیابی فنی: ۹۷/۷/۱۷

تاریخ گشایش پاکت مالی "ج": ۹۷/۷/۲۴

آدرس دریافت اسناد الکترونیک: [www.nigc-igtc.ir](http://www.nigc-igtc.ir) بخش مناقصه و مزایده

آدرس پستی مناقصه گزار: ایلام / بخش چوار / صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۲۳۶۱ / کدپستی ۶۹۲۷۱۸۱۱۱۱ / دبیرخانه کمیسیون مناقصات

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۸۴-۳۲۹۱۲۰۷۷ (دبیرخانه کمیسیون مناقصات) تماس حاصل فرمایند.

شماره مجوز ۱۳۹۷/۲۵۲۹

روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۶/۱۰  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۶/۱۳

**آگهی مناقصه شماره ۹۷/۸ تک مرحله ای**

نام دستگاه مناقصه گزار: **مخابرات منطقه هرمزگان**

آدرس دستگاه مناقصه گزار: بندرعباس، گلشهر، رسالت جنوبی، ساختمان مرکزی مخابرات شماره تلفن ۳۳۶۱۰۰۱۶-۳۳۳-۸۲۵۸

موضوع مناقصه: خرید تجهیزات CWDM و نصب و راه اندازی در ۹ مرکز مخابراتی سطح استان هرمزگان

دستگاه نظارتی: معاونت شبکه استان

نوع تضمین شرکت در مناقصه: ضمانتنامه بانکی یا چک تضمینی معتبر بانکی در وجه مخابرات منطقه

مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: ۶۵۴/۵۰۰/۰۰۰ ریال

قیمت اسناد مناقصه و شماره حساب: مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب ۱۶۴۲۲۴۲۲/۳۲ جام بانک ملت کد شناسه ۳۳۰۰۸۰۱۴۳۱۳۸

مهلت فروش اسناد: از تاریخ ۹۷/۶/۱۳ لغایت ۹۷/۶/۲۴

مهلت تحویل پاکت: ۹۷/۶/۲۴ لغایت ۹۷/۷/۲

مکان بازگشایی پاکت: سالن کنفرانس واقع در ساختمان مرکزی مخابرات

تاریخ بازگشایی پاکت: ۹۷/۷/۴

سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.

مخابرات منطقه هرمزگان در قبول یا رد پیشنهادات مختار است.

جد نصاب شرکت کنندگان جهت بازگشایی پاکت حداقل دو شرکت کننده می باشد.

Web site: [WWW.TciH.ir](http://WWW.TciH.ir)  
E-Mail: [info@TciH.ir](mailto:info@TciH.ir)

مخابرات منطقه هرمزگان

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۶/۱۰  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۶/۱۳

## بانک‌نامه

## تعطیلی بازار آتی سکه یا پاک کردن آینده

<span>سیامک قاسمی</span>
کارشناس اقتصادی

دیروز اعلام شد که به دلیل نوسانات بالای بازار نقدی سکه که به نظر برخلاف وعده‌های مکرر مسئولین همچنان با هیجان به پیش می‌رود و رکورد‌های جدیدی را ثبت می‌کند، بازار آتی سکه تعطیل شد. بررسی‌های ما در موسسه «بامداد» طی سال‌های گذشته همواره بیانگر این نکته بود که بازار آتی سکه بیشتر از اینکه یک بازار سرمایه‌گذار یا سفته‌بازی باشد، بهترین شاخص برای تشخیص نگاه سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی به آینده بود و از تفاوت قیمت سکه در سررسیدهای مختلف در ماه‌های آینده با قیمت نقدی، امکان شناسایی نوع نگاه سرمایه‌گذاران به ریسک‌های سیاسی اقتصادی در ماه‌های آینده را فراهم می‌کرد. باید پذیرفت به دلیل همبستگی بسیار بالای قیمت سکه با قیمت دلار، بازار آتی سکه به نوعی همواره بازار آتی دلار بوده و با استفاده از ویژگی اهرمی این بازار و دو طرفه بودن معاملات در بازار آتی، یک بازار رسمی درباره نگاه فعالان اقتصادی به آینده قیمت ارز هم بود. واقعیت آن است با آنکه تعطیلی بازار آتی سکه برای اکثر کارشناسان این بازار از ماه‌های قبل قابل پیش‌بینی بود، اما تعطیلی رسمی این بازار به نوعی پایانی رسمی بر یکی از کامل‌ترین بازارهای سرمایه‌گذاری کشور بود و این پاک کردن بیش از پیش فضای آینده را غبارآلود کرده و بر ابهامات می‌افزاید. از نظر نگارنده تا زمانی که معاملات دلار به صورت اسکناس در کشور آزاد و قانونی نگردد، به دلیل جایگزینی سکه برای دلار و هجوم سرمایه‌های خرد به این بازار با هدف خرید کالای جایگزین دلار، هیجانات و حباب مثبت قابل توجه این بازار ادامه خواهد داشت و تعطیلی بازار آتی تنها بر حجم ابهامات می‌افزاید.

## قانون بانکداری بدون‌ربا و زیرساخت‌های بانکداری اسلامی

<span>آیت‌ابراهیمی</span>
مدیرعامل بانک انصار

بانکداری اسلامی به عنوان زیربنای اقتصاد مقاومتی، توسعه بخش واقعی اقتصاد، کارآمدی و عدالت اجتماعی را مبتنی بر تجهیز مشارکتی منابع، تسهیم سود و زیان و خدمات کارمزدی جست‌وجو می‌کند. هدف کلیدی بانکداری اسلامی رونق اقتصادی در بستر عدالت اجتماعی و اعتلای مادی- معنوی جامعه متکی به روحیه خدایاوری است و بر این اساس، تردیدی نیست که بانکداری اسلامی بدون فراهم‌شدن الزامات، شرایط و شروط بسیار، میسر و محقق نمی‌شود. شاید بتوان یکی از الزامات نیل به بانکداری اسلامی را اجرای کامل قانون عملیات بانکداری بدون‌ربا در شبکه بانکی کشور دانست، زیرا این قانون بسترهای حقوقی، مادی و فرهنگی موردنیاز بانکداری اسلامی را به عنوان سطحی عالی‌تر در مناسبات تجاری-مالی جامعه اسلامی فراهم می‌کند. این قانون که در سال ۱۳۶۲ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده، مشتمل بر بیست و هفت ماده و چهار تبصره و هدف نخست آن، «استقرار نظام پولی و اعتباری بر مبنای حق و عدل(با ضوابط اسلامی) به منظور تنظیم گردش صحیح پول و اعتبار در جهت سلامت و رشد اقتصاد کشور» است. شهید مطهری عدالت و حق را که در هدف نخست قانون عملیات بانکداری بدون ربا آمده است، به هم مربوط می‌داند. او می‌گوید: «عدالت نقطه مقابل ظلم و تبعیض است. افراد بشر در دنیا برحسب خلقت و فعالیت‌هایی که می‌کنند و استعدادهایی که از خود نشان می‌دهند، استحقاق‌هایی پیدا می‌کنند. عدالت عبارت است از اینکه آن استحقاق و آن حقی که هر بشری به موجب خلقت خودش و به موجب کار و فعالیت خودش به دست آورده است به او داده شود. این نقطه مقابل ظلم است که آنچه را که فرد استحقاق دارد به او ندهند و از او بگیرند، و نقطه مقابل تبعیض است که دو فرد که در شرایط مساوی قرار دارند، یک موهبتی را از یکی دریغ بدارند و از دیگری دریغ ندارند.» محققان بانکداری اسلامی نیز سه قاعده را برای نیل به عدالت‌مداری در این گونه‌از بانکداری در نظر می‌گیرند. نخستین آن‌ها، «حق» استفاده و برخورداری از امکانات، منابع و ثروت‌های عمومی و همگانی به صورت برابر و یکسان برای تمامی افراد است. در قاعده دوم، هر کسی بیشتر و بهتر فعالیت نماید، سهم بیشتری از ارزش افزوده ایجاد شده را به خود اختصاص می‌دهد و از استحقاق برخورداری می‌شود و قاعده سوم بر تأمین نیاز و احتیاج اقشار ضعیف و ناتوان به معنای واقعی، متمرکز است. ایجاد تسهیلات لازم برای گسترش تعاون عمومی و قرض‌الحسنه از طریق جذب و جلب وجوه آزاد و اندوخته‌ها و پس‌اندازها و سپرده‌ها و سیچ و تجهیز آنها در جهت تأمین شرایط و امکانات کار و سرمایه‌گذاری به منظور اجرای بند «۲» و «۹» اصل چهل و سوم قانون اساسی یکی دیگر از هدف‌های قانون عملیات بانکداری بدون ربا و لاجرم الزامات ایجاد بانکداری اسلامی است. حفظ ارزش پول و ایجاد تعادل در موازنه پرداخت‌ها و تسهیل مبادلات بازرگانی هدف دیگر قانون بانکداری بدون‌ریاست که بی‌تردید زمینه‌ساز احساس امید به آینده است و سرمایه‌گذاران را به پیگیری استقرار سیستم‌های تولید و مبادله کالا و خدمات ترغیب می‌کند. همچنین، تسهیل در مبادلات بازرگانی زمینه مصرف کالاها و خدمات تولیدشده را در جامعه فراهم می‌سازد که به معنای رونق اقتصادی و رشد رفاه عمومی است. برای تأیید و تبیین چنین دیدگاهی، می‌توان دستاوردهای ارزشمند اجرای این قانون در بانک انصار را به عنوان شاهد ارائه کرد: این امر باعث شده تا کلیه عملیات بانکداری این بانک براساس عقود اسلامی انجام شود و زمینه‌ساز آن آموزش منابع انسانی بوده که به طور کامل نسبت به عقود اسلامی اشراف پیدا کرده‌اند. همچنین، از طریق ایجاد سازوکارهای دقیق نظارتی اجرای این قانون پیگیری و مشکلات عملی آن برطرف شده است.

پیاده‌سازی بانکداری اسلامی نیازمند اجرای کامل قانون بانکداری بدون ربا در بستر فعالیت‌های بانکداری حرفه‌ای و مبتنی بر مسئولیت‌های اجتماعی در شبکه بانکی کشور است. تحقق اهداف این قانون، زمینه‌ساز وضعیتی است که در آن امکان ورود به فضای بانکداری اسلامی بدون ربا و در راستای ایفا نقش فعال در اقتصادمقاومتی فراهم می‌شود و بانک‌های ایران از بحران کنونی خارج شده و برکات حاصله از اقدامات مبتنی بر عقود اسلامی بانک‌ها، سراسر جامعه را فرا می‌گیرد.

# پروبانک

نگاهی کوتاه به مشکلات و معضلات نظام بانکی کشور

# عوامل محیطی موثر بر عملکرد بانک‌ها

بیکارچه قبل از اصلاح قانون مالیات و بستن خلأهای قانونی که موجب بی‌اعتمادی اصناف به بانک‌ها گردیده است (عدم استفاده از دستگاه پوز توسط برخی اصناف مانند پزشکان).

۲۵. تحمیل مالیات‌های سنگین به بانک‌ها ناشی از عدم امکان فروش دارایی‌های تملیکی و مازاد در مهلت زمانی مقرر در قانون رفع موانع تولید.

۲۶. عدم پذیرش برخی از هزینه‌های بابت ذخیره مطالبات مشکوک‌الوصول به عنوان هزینه قابل قبول مالیاتی.

۲۷. مشکلات مالیاتی ناشی از رفتار متناقض مامورین تشخیص مالیات.

۲۸. وضع برخی عوارض و مالیات افزون بر قانون مالیات‌های مستقیم در

تبصره‌های بودجه سالیانه از جمله ۰٫۵ درصد درآمد بانک‌ها برای مسکن اقشار کم‌درآمد و ۲درصد از درآمد تراکنش‌های بانکداری الکترونیک برای پوشش امنیت سیستم‌های بانکداری الکترونیک برای پلیس فتا و عوارض پارکینگ برای شعب فعال در برخی از استان‌های کشور.

۲۹. تحمیل شرایط دشوار بر بانک‌ها در قوانین بودجه سالیانه نظیر تبصره

بودجه سال ۹۷ تسویه بدهی مشتریان سررسید شده تا پایان سال ۹۶ که

تا پایان شهریور سال ۹۷ پرداخت می‌شود، تکلیف شده به بانک‌ها که باید

برمبنای قرارداد اولیه بدون دریافت جریمه بدهی مشتری تسویه گردد. این

موضوع با توجه به تغییرات در متمم‌های بعدی قرار دادها، می‌تواند برای بانک‌ها

مشکل‌ساز باشد.



۳۰. پدیده ورشکستگی صوری مشتریان و آثار منفی آن بر بانک.

۳۱. مشکلات حقوقی در مسیر رهن، تملیک و اجرای قراردادهای تسهیلاتی.

۳۲. مشکل ماده ۳۴ قانون ثبت که بانک‌ها را مکلف می‌نماید مطابق نظر

کارشناسی‌الباقی قیمت مزایده را پس از تسویه بدهی مشتری به بانک در وجه وی نقدا بپردازد.

۳۳. عدم وجود دادگاه‌های تخصصی و نگاه غیرکارشناسی قضات به مسائل مرتبط با بانک‌ها.

۳۴. عدم همکاری ناجا با بانک‌ها در خصوص حفاظت، امنیت و ارائه مجوزها.

### عوامل درون‌زا

۱. زمانبر بودن و پیچیدگی‌های تطبیق فعالیت بانک‌ها با استانداردهای بین‌المللی.

۲. اقدامات شتاب‌زده مراجع سیاست‌گذار (بورس، بانک مرکزی و …)

درخصوص پیاده‌سازی دستورالعمل‌های مدیریت ریسک و تطبیق و استانداردهای IFRS … بدون در نظر گرفتن شرایط بومی و فرهنگی کشور و سادگی عملیات و محصولات بانکی ایران در مقایسه با سیستم‌های پیچیده

غربی، عدم ارزیابی اثرات این اقدامات شتاب‌زده در صورت‌های مالی بانک‌ها

در شرایط اقتصادی حاضر (رکود تورمی) توسط بانک مرکزی و نبود کارگروه

تخصصی متشکل از همکاران شبکه بانکی، بانک مرکزی و سازمان حسابرسی

درخصوص تنظیم برنامه زمان‌بندی اجرایی و آموزش و توسعه مهارت بانک‌ها در زمینه‌های فوق.

۳. اتکای بالای بانک‌ها به درآمدهای ناشی از تسهیلات با حاشیه سود پایین

و عدم توجه کافی به تنوع‌بخشی درآمدها به ویژه مقوله کارمزدها و درآمدهای معاملاتی(trading income).

۴. سالماندگی مؤسسات مالی و اعتباری غیرمجاز توسط برخی بانک‌ها (واگذاری مسئولیت پرداخت بدهی‌های مؤسسات مذکور به بانک‌های عامل که خود موجب ایجاد ریسک شهرت برای شبکه بانکی و تأثیر منفی در عملکرد آن‌ها می‌گردد).

۵. پایین بودن نسبت کفایت سرمایه بانک‌ها و لزوم افزایش سرمایه آنها.

۶. تحلیل رفتن مستمر دارایی‌های نقدی و سرمایه در گردش شبکه بانکی

(علی‌رغم اخذ سود بالا طبق نظر و دیدگاه‌های بیرونی) و بازماندگی بانک

در حفظ و برخورداری از اصل جایگزینی سرمایه در گردش علی‌رغم تصور

غیرمنصفانه بودن سود بانک‌ها به علت رشد نرخ ارز و قیمت طلا و کالاهای اساسی.

۷. عدم تعیین حد اعتباری برای بانک‌های فعال در شبکه بانکی توسط بانک مرکزی برای حضور در بازار بین بانکی و عدم ایفای نقش «آخرین مرجع» (Last Resort) توسط بانک مرکزی.

۸. نرخ بالای جریمه اضافه برداشت به دلیل فعال نبودن بانک مرکزی در

بازار بین بانکی و به تبع آن ایجاد کسری مزمن در صورت‌های مالی بسیاری از

۱۶. نرخ بالای سود علی‌الحساب پرداختی به منابع

جذب‌شده در پایان سال ۱۳۹۶ که بهای تمام‌شده منابع

بانک در سال ۱۳۹۷ را افزایش داده است.

۱۷. عدم تغییر مدل کارمزدهای خدمات بانکداری

الکترونیک به ویژه در حوزه پایانه‌های فروشگاه‌ی و عدم

به‌روزرسانی تعرفه کارمزد خدمات ارزی و ریالی و خدمات

الکترونیکی بانک‌ها.

۱۸. عدم ارائه راهکارهای منطقی و اجرایی قابل قبول از

سوی بانک مرکزی به منظور رهایی از داریی‌های غیرمولد و

بنگاه‌داری در یک برنامه زمانبندی مشخص.

۱۹. ناموزن بودن تعداد شعبه‌های بانک‌ها در مقایسه

با یکدیگر و ضرورت کاهش شعبه‌های بانک‌ها در سراسر

کشور.

۲۰. عدم وجود برنامه بهینه واحد در رابطه با شعبه‌های

بانکی، خودپردازها، پایانه‌های فروش در شبکه بانکی به

منظور جلوگیری از هزینه‌های تکراری.

۲۱. وجود تبعیض بین بانک‌ها از سوی بانک مرکزی.

### پیشنهادها

اما درخصوص پیشنهاد‌های مرتبط با افزایش بهای

تمام‌شده پول بانک‌ها در سال ۱۳۹۷ متعاقب انتشار گواهی

سپرده در پایان سال ۱۳۹۶ نیز موارد زیر را به استحضار می‌رساند:

- پرداخت مستقیم مابه‌التفاوت هزینه‌های ایجادشده

براساس محاسباتی که بانک‌ها ارائه می‌دهند از محل

هزینه‌های مورد نظر آن بانک.

- کاهش سپرده قانونی تا ۱۰درصد برای جبران بخشی از

هزینه‌های ایجادشده و بدون هر گونه تبعیض.

- افزایش نرخ سود (جایزه سپرده قانونی) از یک‌درصد به

نرخ متناسب جهت جبران هزینه بانک‌ها ناشی از اعمال

نرخ ۲۰درصد در سپرده‌های بلندمدت موضوع بخشنامه فوق‌الذکر.

- تعیین حد اعتباری برای بانک‌ها متناسب با وضعیت

دارایی و بدهی و سرمایه‌های آنها و اعطای تسهیلات با

نرخ‌های ترجیحی به بانک‌ها جهت پوشش هزینه‌های نرخ سود.

- افزایش تدریجی کارمزدها و اقدام در جهت فرهنگ‌سازی پرداخت

کارمزدهای جدید در ازای ارائه خدمات بازرگاری کارمزدهای مجاز شبکه بانکی

و افزایش (کارمزدهای ریالی، ارزی و ارائه خدمات الکترونیکی و اصلاح مدل

کارمزدی نقدا بپردازد.

- سپرده‌گذاری منابع ارزان‌قیمت توسط بانک مرکزی نزد بانک‌ها در

چارچوب حدهای اعتباری مصوب.

- صدور مجوز سپرده‌گذاری شرکت‌های دولتی در قالب منابع ارزان‌قیمت

نزد بانک‌های خصوصی.

- هماهنگ کردن نرخ سود تسهیلات اعطایی با متوسط بهای تمام‌شده

پول در شبکه بانکی.

- کاهش نسبت سپرده قانونی به ۱۰درصد برای کلیه بانک‌ها و بدون هر گونه

تبعیض

- تخصیص یارانه سود تسهیلات به بانک‌ها در هماهنگی با دولت.

تکمله

مدیران ارشد نظام بانکی نه مخالف پیاده‌سازی استانداردهای بین‌المللی

هستند و نه مخالف رعایت مقررات احتیاطی و شفاف‌سازی نظیر IFRS و

امور تطبیق. لیکن در شرایط حساس کنونی حیاتی‌ترین وظیفه و اقدام آنها

و تمام دست‌اندرکاران اقتصادی کشور سالماندگی به شرایط بیمار پیش‌گفته

و اصلاح سیاست‌های اقتصادی مرتبط با آنها و مقابله با چالش‌های بیش‌رو

است تا با کاهش و حذف ریسک سیستماتیک، زمینه حفظ و ارتقای اعتماد

عمومی را به کل نظام اقتصادی کشور فراهم آورند. متقابلاً اصرار به پیاده‌سازی

استانداردهای مغرب‌ساز و وجود خواهد داشت مشروط بر آنکه پیشاپیش از بروز

شرایط تحمیلی و مخرب پیشگیری نموده و شرایط محیطی را برای فعالیت

سازنده و کارا فراهم نموده باشیم. آری مدیران بانکی نیز به اصلاحات بانکی

بساور و اعتقاد دارند، ولی پیش از آن و برای خروج از بن‌بست موجود نیاز به

انجام اصلاحات در مجموع شرایط کسب و کار کشور است و سیستم بانکی هم

تنها یکی از آنها است. باشد که با روان نمودن شرایط محیطی کسب و کارها،

سیستم بانکی نیز همچون گذشته موتور محرک رشد و توسعه اقتصادی کشور

باشد. تهاجمات جفاکارانه به نظام بانکی نه تنها راه را برای توسعه اقتصادی کشور

و بازارهای پول و سرمایه نخواهد گشود، بلکه آنچنان دامن تمام بنگاه‌های

اقتصادی بورسی و غیربورسی را (که تماماً جزو بدهکاران بزرگ به سیستم

بانکی هستند) خواهد گرفت که نه نشان از تاک بماند و نه از تاک نشان!

## نماگر بازار سهام



بورس تهران شاهد تداوم افت قیمت‌ها

## ریزش بورس شدیدتر شد

معامله‌گران بورس تهران روز یکشنبه شاهد کاهش قیمت سهامها در بسیاری از گروه‌ها از جمله فلزات اساسی، محصولات شیمیایی و فرآورده‌های نفتی بودند و شاخص بورس نیز با کاهش ۲ هزار و ۴۳۳ پله‌ای کاهش نسبت به روز قبل در جایگاه ۱۳۳ هزار و ۶۷۶ پله‌ای ایستاد. به گزارش ایرنا، بازار بورس که پس از رشد شتابان و عبور از مرز ۱۴۰ هزار واحد، در روزهای گذشته وارد مرحله اصلاح و تعدیل شده بود، روز یکشنبه نیز عقب‌نشینی کرد. اصلاح و تعدیل جزئی از روند حرکت شاخص بورس است که پس از رشد رخ می‌دهد و براساس شرایط اقتصادی از چند روز تا چند ماه به درازا می‌کشد. اما روز یکشنبه در معاملات ۲ میلیارد و ۴۷۲ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶ هزار و ۵۸۱ میلیارد ریال در ۱۵۲ هزار و ۷۹۰ نوبت داد و ستد شد. بررسی شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد، ۷۱۱ واحد افت کرد و شاخص کل (هم وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۳۱ واحد کاهش داشت. شاخص قیمت (هم وزن) نیز ۲۲ واحد پایین آمد؛ این شاخص بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس است. شاخص آزاد شناور نیز ۲ هزار و ۷۶۹ واحد کاهش یافت، این شاخص بخشی از سهام قابل معامله شرکت‌ها در بورس را نشان می‌دهد. شاخص بازار اول (مربوط به شرکت‌های بهتر از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزاد شناور) ۲ هزار و ۱۲۶ واحد کاهش یافت و شاخص بازار دوم بورس نیز ۳ هزار و ۲۴۵ واحد پایین آمد. براساس این گزارش، در معاملات روز یکشنبه، نمادهای فولاد (فولاد مبارکه)، فملی (ملی صنایع مس)، کگل (صنعتی و معدنی گل‌گیر)، پارسان (نفت و گاز پارسین) و فارس (هلدینگ خلیج‌فارس) بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص داشته و آن را پایین کشیدند.

## بانک‌ها در صدر معاملات

گروه بانک‌ها در معاملات دیروز بورس صدرنشین شد؛ در این گروه ۹۳۵ میلیون سهم به ارزش یک‌هزار و ۲۰۷ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه فلزات اساسی به ارزش یک هزار و ۷۵ میلیارد ریال و شیمیایی به ارزش ۶۷۶ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند. همچنین در رده چهارم معاملات، گروه خودرو با دادوستدی به ارزش ۲۸۲ میلیارد ریال قرار گرفت و گروه فرآورده‌های نفتی نیز با معاملاتی به ارزش ۲۵۹ میلیارد ریال، رده پنجم را از آن خود ساخت.

## افت آیفکس

شاخص فرابورس (آیفکس) در معاملات یکشنبه ۳۸ پله افت کرد و در جایگاه یک هزار و ۵۰۶ واحدی قرار گرفت. همچنین در بازار فرابورس، بیش از ۷۰۱ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش بیش از ۲ هزار و ۸۰۵ میلیارد ریال دادوستد شد. براساس معاملات روز یکشنبه، نمادهای مارون، زاگرس (پتروشیمی زاگرس)، ذوب (ذوب آهن) و هرمز (فولاد هرمزگان جنوب) بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص بر جای گذاشتند.

تغییر اولویت‌های بورس کالای ایران در بازار مشتقه

## بازار آتی سکه تعطیل شد

دلیل ترس از اخذ موقعیت فروش، بازار به صورت یکطرفه دنبال می‌شد، گفت: با وجود اینکه معاملات در حال تسویه است و ما فعالان بازار آتی، ۱۰ سال به معامله سکه پرداختیم، شاید بتوان تهدید نوسانات شدید بازار نقدی سکه را به یک فرصت برای توسعه بازار آتی و اختیار معامله بر پایه دارایی‌های متنوع‌تر تبدیل کرد.

بیات اظهار کرد: با وجود آنکه زمان زیادی از راه‌اندازی معاملات آتی زعفران نمی‌گذرد، اما حجم قراردادهای و استقبال فعالان از این دارایی جدید به قدری بالا بوده که می‌توان به بازار آتی پر قدرت بر پایه



دارایی‌های جدید و متنوع امید زیادی داشت. به گفته وی، البته بورس کالا در سال‌های قبل برای ورود محصولاتی در بازار آتی تلاش کرد که باید این اقدامات و تلاش‌ها بیشتر شود و شاهد حضور چندین کالا بر تابلوی بازار آتی باشیم. با این اقدام سرمایه‌گذاران به جای ورود به بازارهای واقعی، به سمت ابزارهای مالی حرکت می‌کنند و عمق بازارها به دلیل بزرگی حجم و ارزش معاملات افزایش می‌یابد.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه بازارهای مشتقه در بورس‌های کالایی و اوراق دنیا از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند، گفت:

در هفته‌ها و ماه‌های اخیر شاهد نوسانات شدید قیمت سکه و طلا در بازار نقدی و همچنین روند هیجانی برخی معامله‌گران در بازار آتی سکه بودیم که در تازه‌ترین اتفاق، روز یکشنبه بازار آتی در راستای حفظ منافع سرمایه‌گذاران تسویه شد تا پس از عادی شدن شرایط و با عمق بیشتر بازگشایی شود.

در همین زمینه و پیرو صدور اطلاعیه بورس کالا مبنی بر اجرای بند ۱۰ اقدامات اجرایی ماده الحاقی دستورالعمل قراردادهای آتی در خصوص نمادهای معاملاتی قرارداد آتی سکه طلا، مدیر توسعه بازار مشتقه بورس کالا از تغییر اولویت‌های بورس کالا در بازار مشتقه خبر داد.

به گزارش سنا، علیرضا ناصرپور در این خصوص گفت: این تصمیم با توجه به شرایط بازار نقدی سکه طلا و نوسانات غیرعادی قیمت‌های نقدی و در حمایت از منافع سرمایه‌گذاران بازار مشتقه اتخاذ شده است.

وی افزود: تغییر اولویت‌های بورس کالا در حوزه بازار مشتقه به سمت محصولات کشاورزی پس از موفقیت بازار آتی زعفران صورت گرفته است و با توجه به اینکه تاکنون بیش از ۲/۲ میلیون قرارداد در بازار آتی زعفران مورد معامله قرار گرفته سیاست موفق بورس کالا در تغییر مسیر قراردادهای آتی به سمت محصولات کشاورزی باعث اتخاذ این تصمیم گردیده است.

مدیر توسعه بازار مشتقه بورس کالا همچنین با اشاره به مطالبه فعالان بازار در این خصوص گفت: این اقدام پاسخ مناسبی به فعالان بازار است و برنامه‌های بعدی بورس برای گسترش قراردادهای آتی روی محصولاتی است که عمده تولید آنها صادراتی است و کشف قیمت مناسب آنها در بورس به ارتقای شفافیت بازار صادراتی می‌انجامد.

وی ادامه داد: این اقدام علاوه بر کمک به برندسازی محصولات مذکور هزینه‌های مبادله این محصولات را برای مشتریان خارجی کاهش می‌دهد.

ناصرپور در پایان تاکید کرد: شروع مجدد معاملات آتی سکه طلا با رویکرد افزایش عمق بازار و حضور نهادهای مالی و بازارگردان‌ها هم‌زمان با گسترش دارایی‌های پایه جدید مانند طلای آب‌شده و برخی محصولات صنعتی صادرات‌محور صورت خواهد پذیرفت که در زمان مقتضی به اطلاع بازار رسانده خواهد شد.

تهدید یا فرصت؟

در همین رابطه، احمد بیات، معامله‌گر آتی سکه در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه ریسک معاملات آتی به قدری افزایش یافته بود که به

با مصرف بی‌رویه، آب را از آیندگان دریغ نکنیم.

نوبت اول



## نوع آگهی: تجدید مزایده عمومی

شرکت آب منطقه ای اردبیل در نظر دارداملاک و اراضی مازاد خود را از طریق مزایده با مشخصات ذیل به اشخاص حقیقی و حقوقی براساس آئین نامه معاملات شرکت‌های سهامی آب منطقه ای واگذار نماید.

## مزایده گزرا: شرکت آب منطقه ای اردبیل

(۲) موضوع مزایده: فروش املاک ذیل: اراضی مزروعی واقع در محدوده سد سقرچی (روستای ایریل)

ردیف	مشخصات	مساحت متر مربع	قیمت پایه	مبلغ ضمانت نامه
۱	قطعه شماره ۵ (طبق مشخصات ارائه شده در اسناد مزایده)	۵۷۸۹	۱۳۷/۳۵۸/۰۰۰	۱۲/۷۳۵/۸۰۰
۲	قطعه شماره ۶ (طبق مشخصات ارائه شده در اسناد مزایده)	۵۴۴۵	۱۱۹/۷۹۰/۰۰۰	۱۱/۹۷۹/۰۰۰
۳	قطعه شماره ۱۵ (طبق مشخصات ارائه شده در اسناد مزایده)	۲۸۶۷	۸۶/۰۱۰/۰۰۰	۸/۶۰۱/۰۰۰

۳) نوع تضمین شرکت در مزایده: تضمین شرکت در اسناد به تفکیک درج خواهد شد که باید به یکی از صورتهای ذیل ارائه شود:

الف- رسید بانکی واریز وجه به حساب شماره ۴۰۰۱۱۰۳۲۰۶۳۷۵۹۹۶ نزد بانک مرکزی به نام شرکت آب منطقه ای اردبیل

ب- ضمانت نامه بانکی (هر دو مورد به نفع شرکت آب منطقه ای اردبیل باشد)

به پیشنهادها فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۴) زمان دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ درج آگهی نوبت دوم به مدت یک هفته

۵) محل دریافت اسناد مناقصه: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir)

۶) زمان تحویل اسناد مناقصه: ۱۰ روز پس از آخرین مهلت فروش اسناد مناقصه

کلیه مناقصه‌گران موظفند اسناد مناقصه را در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) طبق موعدهای زمانی مندرج در سایت تکمیل و بارگذاری نمایند، برای اخذ مراحل ثبت نام و امضای الکترونیکی به مراکز د فاطر ثبت نام سامانه الکترونیکی در استانها مراجعه نمایند.

۷) لازم به ذکر است کارفرما در رد یا قبول مدارک مناقصه‌گران در تمام مراحل اختیار تام دارد.

زمان دقیق فروش اسناد، تحویل و بازگشایی پاکت در سامانه تدارکات درج می‌گردد.

ضمناً هزینه های آگهی بر عهده برنده مناقصه خواهد بود.

Web site: [www.arrw.ir](http://www.arrw.ir) Email: [info@arrw.ir](mailto:info@arrw.ir)

روابط عمومی شرکت آب منطقه ای اردبیل

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۰۹/۱۲  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۰۹/۱۳

۷۱۳

۲۰ کمک هزینه خرید مسکن  
۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریالی

۱۵ دستگاہ  
پژ و پارس

و میلیارد ها ریال جوایز نقدی  
مهلت افتتاح حساب تا پایان شهر یورماه ۱۳۹۷

قرعه‌کشی حساب‌های قرض الحسنه پس‌انداز

همه با #همگم برنده‌ایم

WWW.BA24.IR



بانک آینده  
AYANDEH BANK

شرکت گاز استان گلستان مفتخر است در هفته دولت تعداد ۱۸۵ پروژه گازرسانی (۱۷ روستا و ۱۶۸ واحد صنعتی) را با هزینه ای بالغ بر ۳۹۴ میلیارد ریال افتتاح یا کلنگ زنی نماید.

مشترک گرامی: با پرداخت بموقع و الکترونیکی گازبهاء، ما را در زمینه توسعه گازرسانی و ارائه خدمات مطلوبتر یاری رسانید.

شماره مجوز: ۱۳۹۷.۲۶۱۰

روابط عمومی

گزارش میدانی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بازار تهران

## نابسامانی در بازار لوازم خانگی ادامه دارد



را به مسئولان گوشزد کرده‌ام.

وی افزود: ممنوعیت واردات کالا یکی از دلایل این مشکلات است زیرا بسیاری از کالاها در داخل تولید نمی‌شود و در عین حال تقاضا برای آنها وجود دارد بنابراین زمینه قاچاق کالا فراهم شده است. طحان‌پور ادامه داد: زمانی که واردات لوازم‌خانگی ممنوع شد، همان موقع هشدار دادم و گفتم تولیدکنندگان ما همکاری و همراهی نخواهند کرد؛ این گونه کالا در بازار کم می‌شود و تولیدکنندگان نیز تولید نمی‌کنند.

وی گفت: فروشگاه‌های زنجیره‌ای، شرکت‌های تعاونی سازمان‌ها و نهادهای کالایی برای عرضه ندارد و همه به بازار هجوم آوردند و تولید هم پاسخگوی این نیاز نیست.

رئیس اتحادیه لوازم خانگی افزود: در گذشته تولیدکنندگان کالا را با شرایط و اقساط در اختیار مردم قرار می‌دادند، اما هم‌اکنون می‌گویند که پول نقد به حساب واریز کنید تا من به شما کالا بدهم.

**تکلیف کالاهای احتکارشده مشخص نیست**

در یک ماه اخیر و پس از مشکلات ناشی از احتکار کالا گشت مشترک تعزیرات حکومتی در سراسر کشور به همراه نمایندگان دستگاه‌های نظارتی به انبارهای کالاها مراجعه و از نزدیک در جریان روند عرضه قرار گرفتند.

در ادامه این‌ بازدهیدا، در یک انبار لوازم خانگی که دو هفته قبل توسط تعزیرات پلمب شد و در آن بیش از ۲ هزار قلم لوازم خانگی از جمله یخچال، لباسشویی، ماشین ظرفشویی و کولر گازی از یک برند خارجی قرار داشت، کشف شد تا در بازار لوازم خانگی توزیع شود.

ارزش کالاهای احتکارشده این انبار لوازم خانگی ۱۴میلیارد تومان برآورد شده است و اگرچه پرونده این تخلف در حال رسیدگی است اما به دلیل ضرورت توزیع و با همکاری مالک کالا با هدف تنظیم بازار لوازم خانگی این کالاها تعیین تکلیف و مقرر شد برای توزیع به رئیس اتحادیه لوازم خانگی برای توزیع تحویل شود.

در این پیوند «علی فاضلی»، رئیس اتاق اصناف کشور در گفت و گو با ایرنا، گفت: هنوز صورت کالاهای کشف و ضبط‌شده به اصناف ارائه نشده است.

وی افزود: قرار بود تمام کالاهای ضبط‌شده از شبکه‌های رسمی و اصناف توزیع شوند، اما هنوز اقدامی در این زمینه انجام نشده است و ستاد تنظیم بازار وظیفه پیگیری موضوع را دارد.

رئیس اتاق اصناف در پاسخ به حضور کم‌رنگ اصناف در کشف و ضبط کالاهای احتکاری گفت: تعریف درستی از کالاهای احتکاری و قاچاق نداریم بنابراین بسیاری از کالاهایی که ضبط شده‌اند، کالاهای قاچاق هستند.

وی افزود: طبق قانون اصناف جزء ضابطین در کشف کالا نیستند البته اصناف با تعزیرات در زمینه خرده‌فروشی، آرایشی و بهداشتی کشف مشترک دارند، اما در سایر موارد باید مراجع قانون حضور داشته باشند.

فاضلی بیان کرد: در مورد اصناف نه‌تنها در بحث لوازم خانگی بلکه تلفن همراه و صنایع چرم هم مشکل داریم و حل این مشکلات منوط به تثبیت نرخ ارز است.

همچنین «سید یاسر رایگانی»، سخنگوی سازمان تعزیرات حکومتی درباره توزیع کالاهای احتکارشده در بازار به خبرنگار ایرنا، گفت: تعزیرات در موضوع احتکار فراتر از تکلیف قانونی و انتظار مردم ورود کرد در حالی که هیچ وظیفه‌ای برای توزیع کالا در شبکه ندارد و توزیع برعهده اتحادیه و ادارات کل صنعت، معدن و تجارت است.

وی افزود: تعزیرات در سریع‌ترین زمان ممکن برای الزام به عرضه کالاها حکم صادر می‌کند و قرار است برای توزیع کالاهای احتکارشده، نظارت بر این موارد و ساماندهی بازار، دادستانی‌ها با تعزیرات همکاری کنند.

#### کلام آخر

التنهبات بازار لوازم خانگی واکنش‌های متفاوتی دارد فروشندگان و کسبه مدعی هستند ممنوعیت واردات موجب سوءاستفاده تولیدکنندگان شده و در مقابل تولیدکنندگان نیز از نبود مواد اولیه و بلوکه این مواد در گمرک شکایت دارند. از سوی دیگر گشت‌های تعزیراتی از کشف انبار احتکار این کالا به ارزش ۱۴ میلیارد تومان و تزییق آن به بازار خبر می‌دهند. با وجود همه این مسائل متضرر اصلی این ماجرا خریداران هستند چرا که ناچار برای تهیه کالای مورد نیاز خود هستند.

می‌کنی مگر نه اینکه گفته می‌شود کالایی در بازار نیست.

علی ملکی، صاحب فروشگاه‌هایی که لوازم خانگی برقی بسنگین نظیر یخچال، لباسشویی، جاروبرقی و ظرفشویی عرضه می‌کند، از وضعیت بد کسب و کار این روزها گله می‌کند و اینکه چند ماهی است فروش خوبی ندارد.

وی به خبرنگار ایرنا گفت: از وقتی که دلار تکرخی شد، هر هفته شاهد افزایش قیمت بودیم و علاوه بر آن کالا در بازار کمیاب شد.

این فروشنده در پاسخ به اینکه در فروشگاه شما جای خالی دیده نمی‌شود و کالاهای متنوعی موجود هستند، گفت: ما از فروشگاه چیزی نمی‌فروشیم چون وپترین خالی می‌شود.

وی افزود: سه هفته‌ای است که کارخانه‌ها در تعطیلات تابستانی هستند و کالاهای خارجی هم در بازار نیست.

قاسم جعفری، فروشنده لوازم خانگی داخلی گفت: نرخ بسیاری از لوازم خانگی تولید داخل دو تا سه برابر افزایش یافته برای نمونه قیمت یخچال چهار تا پنج میلیون تومان شده و با برندهای خارجی که پیش از این فروخته می‌شد برابری می‌کند.

وی افزود: نرخ ثابتی در بازار نیست و هر فروشنده بنا به قدرت تامین کالا قیمت می‌دهد و برخی خریداران نیز که ناچار به خرید هستند، می‌خرند.

این فروشنده اظهار داشت: ممنوعیت واردات وضعیت بازار را بدتر کرده است چرا که بسیاری از قطعات و حتی کالاها در داخل تولید نمی‌شود.

جعفری مقصر اصلی این شرایط را تولیدکنندگان داخلی دانست و گفت: در فروشگاه کالایی را فاکتور می‌کنیم اما خریدار دو تا سه هفته طول می‌کشد که کالا را دریافت کند و در برخی موارد نیز کالای مشابه به او می‌دهند چون کالای مورد نظر را در انبار ندارند.

سبجان احمدی، صاحب فروشگاه که نمایندگی چند برند خارجی را نیز دارد نیز گفت: بیشتر کالاها قاچاق هستند و کالای شرکی نداریم و اکنون «بره‌کشون» تولیدکنندگان است.

وی افزود: شرکت‌های ایرانی پنج ماه است که عنوان می‌کنند مواد اولیه ندارند و تولید خود را به یک پنجم رسانده‌اند و در مقابل سود خود را افزایش داده‌اند.

این فروشنده ادامه داد: این تولیدکنندگان کالاها را به صورت قطره چکانی و با دو تا سه برابر قیمت وارد بازار می‌کنند.

احمدی درباره احتکار کالا در انبارها گفت: کاسب کرایه مغازه می‌دهد و نمی‌تواند کالا را احتکار کند بلکه تولیدکننده و تاجر است که کالا را احتکار می‌کند.

#### تولیدکنندگان در سنگلاخ بدی قرار دارند

پس از شنیدن صحبت‌های کسبه به سراغ «حمیدرضا غزنوی»، سخنگوی انجمن صنفی تولیدکنندگان لوازم خانگی رفتیم؛ وی از شرایط سخت تولید لوازم خانگی در ماه‌های اخیر گلایه کرد و گفت: اگرچه ارائه بسته جدید ارزی دولت در ۲۱ فروردین ماه امسال از لحاظ

مدیریت منابع ارزی تصمیم خوبی بود، اما باعث شد تولیدکنندگان در سنگلاخ بدی قرار بگیرند.

سخنگوی گروه صنعتی انتخاب که از تولیدکنندگان بزرگ لوازم خانگی به شمار می‌رود، افزود: پس از این تصمیم مسیر ثبت سفارش کالا برای تامین مواد اولیه طولانی شده و بسیاری از مواد مورد نیاز ما در گمرک مانده است.

وی اظهار داشت: ثبت سفارش برخی از کالاها سه تا چهار ماه طول کشیده و تولیدکننده ناچار است کارها را از دفاتر تخصصی مختلف پیگیری کند.

غزنوی گفت: برخی از کالاهای وارداتی در گمرک مشمول پرداخت مابه‌التفاوت ارز شدند و اگر با این شرایط تولید می‌کردیم شاهد افزایش چند برابری قیمت‌ها بودیم و در نتیجه خریداری نیز نداشتیم و مجبور به انبار کالا بودیم و در این شرایط تولیدکننده با حمله احتکار روبه‌رو می‌شد.

وی با رد احتکار کالا توسط تولیدکنندگان گفت: تمام انبارهای تولیدکنندگان بررسی شده و هیچ موردی کشف نشده که کالا در انبار احتکار شده باشد.

#### ممنوعیت واردات کالا یکی از دلایل نابسامانی بازار

«محمد طحان‌پور»، رئیس اتحادیه لوازم خانگی به ایرنا، گفت: بازار لوازم خانگی چند ماهی است که متلاطم است و من بارها این موضوع

ممنوعیت واردات لوازم خانگی و امتناع تولیدکنندگان از عرضه محصول به بازار دست به دست داده تا نابسامانی در بازار لوازم برقی خانگی ادامه یابد یا اجناس به قدری گران است که مشتری قدرت خرید ندارد و یا هیچ کالایی برای فروش وجود ندارد.

به گزارش ایرنا، با اینکه انتظار می‌رفت با کشف کالاهای احتکارشده و تزییق آن به بازار، کمی از مشکلات بازار لوازم خانگی کاسته شود، اما با سر زدن به مراکز عمده فروش این محصولات روشن می‌شود که هنوز نه کالایی هست و نه خریداری و می‌توان گفت که فروشندگانی که مجبورند اجاره مغازه و هزینه‌های دیگر را سر موعد بپردازند، مشتریانی که قدرت خرید با نرخ‌های جدید را ندارند و حتی کارگرانی که از این راه نان می‌خورند، همه از این شرایط ناراضی هستند.

در طول چند ماه اخیر بازار لوازم خانگی به سرعت از رشد قیمت‌ها تاثیر گرفت، اما این همه ماجرا خالی است؛ خبرنگار ایرنا برای بررسی موضوع سری به چند فروشگاه زنجیره‌ای بزرگ در سطح شهر زد؛ در این فروشگاه‌ها مواد غذایی، آرایشی و بهداشتی به وفور وجود داشت و حتی تابلوهای تخفیف ۴۰ تا ۵۰درصدی نیز نصب شده بود و مردم با دقت مشغول انتخاب اقلام مورد نیاز خود بودند اما سالن فروش لوازم خانگی خلوت بود و تنها چند نفر مشغول تماشای چند قلم جنس باقیمانده بودند.

سوءاستفاده اردکنندگان از ارز تخصیصی و مدیریت منابع ارزی در مواجهه با تحریم‌های آمریکا، دولت را بر آن داشت تا در تیرماه، ۱۳۳۹قلم کالا را در فهرست کالاهای ممنوعه وارداتی قرار دهد که برخی اقلام لوازم خانگی برقی نیز مشمول این ممنوعیت شد.

در هفته‌های اخیر پیام‌های رسیده از هموطنان به ایرنا نشان می‌داد که فروشگاه‌های زنجیره‌ای چند ماهی است که لوازم خانگی عرضه نمی‌کنند و قفسه این فروشگاه‌ها خالی است؛ خبرنگار ایرنا برای بررسی موضوع سری به چند فروشگاه زنجیره‌ای بزرگ در سطح شهر زد؛ در این فروشگاه‌ها مواد غذایی، آرایشی و بهداشتی به وفور وجود داشت و حتی تابلوهای تخفیف ۴۰ تا ۵۰درصدی نیز نصب شده بود و مردم با دقت مشغول انتخاب اقلام مورد نیاز خود بودند اما سالن فروش لوازم خانگی خلوت بود و تنها چند نفر مشغول تماشای چند قلم جنس باقیمانده بودند.

به طور تقریبی بیشتر قفسه‌های ظروف آشپزخانه خالی بود و مسئول سالن می‌گفت که به‌یستز آنها فروش رفته و تنها اینن چند قلم باقی مانده است. روی لوازم خانگی برقی نیز برچسب «فروش نداریم» نصب شده بود.

بابک قربانی، یکی از کارکنان فروشگاه به خبرنگار ایرنا، گفت: در سه ماه گذشته لوازم خانگی ۵۰ تا ۶۰درصد افزایش قیمت داشت و بعد از آن به ما اعلام کردند که دیگر فروش نداریم چون کالایی در انبار نیست.

وی درباره اینکه چرا موجودی در انبار ندارند، اظهار داشت: می‌گویند نزدیک ۲۰ روز است که کارخانه‌ها تعطیل هستند و واردات نیز ممنوع شده بنابراین طبیعی است که کالایی برای عرضه نداشته باشیم.

این فروشنده در پاسخ به اینکه چرا کالاهای نمونه را نمی‌فروشید؟ گفت: بیشتر ظروف آشپزخانه در قفسه‌ها را فروختیم اما اجازه فروش نمونه‌های یخچال، تلویزیون و لباسشویی را نداریم.

در این پیوند «منصور عالی‌پور»، نایبرئیس اتحادیه فروشگاه‌های زنجیره‌ای در گفت و گو با ایرنا، گفت: در تامین و عرضه مواد غذایی و اقلام اساسی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشکلی نداریم و بلکه این مواد از تنوع زیادی نیز برخوردار هستند.

وی افزود: چند ماهی است که در تامین لوازم خانگی داخلی و خارجی مشکل داریم و انبارها خالی است.

عالی‌پور بیان کرد: بیشتر شرکت‌ها اعلام می‌کنند که به دلیل مشکلات ارزی و ممنوعیت واردات قادر به تامین کالای مورد نیاز فروشگاه‌ها نیستند.

نایبرئیس اتحادیه فروشگاه‌های زنجیره‌ای تصریح کرد: ما نمی‌توانیم نمونه‌های موجود در فروشگاه‌ها را بفروشیم زیرا فضای آنها خالی می‌ماند.

#### ماهگیری تولیدکنندگان از آب گل آلود بازار

خبرنگار ایرنا برای بررسی وضعیت بازار لوازم خانگی سری به خیابان «امین حضور» که بازار اصلی این کالاها در تهران است زد؛ این نقطه سال‌هاست راسته فروشندگان لوازم خانگی در پایتخت است؛ مثل همیشه فروشگاه‌ها انباشته از لوازم خانگی داخلی و خارجی است و گویی خبری از کمبود کالا در این فروشگاه‌ها نیست، از کالاهای مختلف با نشان تجاری متفاوت می‌توانی ببیننی، در وهله اول تعجب

### اخبار

#### صادرات چای ایرانی آزاد است

گمرک ایران اعلام کرد که صادرات چای ایرانی به صورت فله و بسته‌بندی با مجوز وزارت جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌های مسئول مانعی ندارد.

به گزارش ایسنا، چندی پیش وزارت صنعت، معدن و تجارت با ارسال نامه‌ای به گمرک ایران از ممنوعیت صادرات شش قلم کالا شامل انواع کاغذ شامل چاپ، بسته‌بندی و روزنامه، انواع تیشو، شیرخشک صنعتی، شیرخشک اطفال، چای فله و بسته‌بندی و کره در بسته‌بندی بالای ۵۰۰ گرم خبر داد.

این نامه از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت در ۲۰ مرداد ماه سال جاری به گمرک ایران ابلاغ شده و این در حالی است که هشت روز بعد، این وزارتخانه اصلاحیه‌ای را بر این بخشنامه به گمرک ایران ارسال کرده است.

براساس این اصلاحیه، وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرده است که منظور از ممنوعیت صادرات چای فله و بسته‌بندی، چای‌های وارداتی یا ارز ۴۲۰۰ تومانی بوده و به این ترتیب صادرات هرگونه چای داخلی فله و بسته‌بندی با اخذ مجوزهای مربوطه از وزارت جهاد کشاورزی و سایر دستگاه‌های مرتبط بلامانع است.

وزارت صنعت، معدن و تجارت همچنین تاکید کرده به منظور جلوگیری از هرگونه خروج رسمی و غیررسمی چای وارداتی در قالب و پوشش تولیدات داخلی، ضروری است به گمرکات اجرایی ابلاغ شود صادرات چای داخلی با کنترل دستگاه‌های مسئول و مجوز وزارت جهاد کشاورزی انجام می‌شود.

#### تداوم افزایش قیمت گوشت گوسفندی

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی از افزایش مجدد قیمت این نوع گوشت در بازار خبر داد و گفت: برای روزهای آینده پیش‌بینی کاهش قیمت نداریم.

علی‌اصغر ملکی در گفت‌وگو با مهر، از افزایش مجدد قیمت گوشت گوسفندی در بازار خبر داد و اظهار داشت: قیمت هر کیلوگرم شقه بدون دنبه برای مصرف‌کنندگان به ۵۹ تا ۶۰ هزار تومان رسیده است.

وی درباره دلایل افزایش قیمت این کالا، گفت: قیمت وابسته به عرضه و تقاضا است ضمن اینکه این گرانی فقط مربوط به گوشت نیست و همه کالاهای گران شده است.

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی با اشاره به بازگشت حجاج به کشور، افزود: علاوه بر این در آستانه ماه محرم قرار داریم و تقاضا در بازار رو به افزایش است، دامداران نیز دام خود را با قیمت‌های کم عرضه نمی‌کنند.

ملکی با بیان اینکه قاچاق دام هنوز هم ادامه دارد، درباره وضعیت قیمت در روزهای آینده گفت: با این شرایط انتظار نمی‌رود با کاهش نرخ این ماده پروتئینی مواجه شویم.

معاون وزیر جهاد کشاورزی خبرداد

#### کمبودی در تولید نداریم

معاون تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی گفت: کمبودی از نظر میزان تولید گوشت مرغ، تخم مرغ، شیر و نهاده‌ها وجود ندارد.

به گزارش مهر، مرتضی رضایی با حضور در بخش خبری ۲۱ شبکه یک سیما با اشاره به بزرگی صنعت دام و طیور کشور، افزود: در این صنعت حدود ۷۵ میلیون تن مواد خوراکی در سال تولید و مصرف و بیش از ۱۵ میلیون تن انواع مواد پروتئینی تامین می‌شود که بخش عمده‌ای از تغذیه مردم را شکل می‌دهد.

وی با بیان اینکه هرگونه نوسانی اثرات بزرگی بر روی این صنعت دارد، ادامه داد: امسال حدود ۱۰میلیون و ۷۰۰ هزار تن شیرخام، ۲ میلیون و ۳۵۰ هزار تن گوشت مرغ، ۵۰۰ هزار تن تخم مرغ و ۸۶۰ هزار تن گوشت قرمز تولید می‌شود.

رضایی افزود: چند سال پیش سامانه‌ای برخط برای رصد کردن میزان تولید و توزیع در وزارت جهاد کشاورزی راه‌اندازی شده است که همه سطوح تولید را تحت پوشش قرار می‌دهد.

وی اضافه کرد: در حدود ۳ ماه گذشته قیمت مرغ افت عجیبی داشت که مرغداران را با ضرر مواجه کرد، سپس قیمت‌ها متعادل شد، اما اکنون قیمت‌ها بالاتر از آن چیزی است که مد نظر وزارت جهاد کشاورزی است.

معاون تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی با بیان اینکه یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون قطعه جوجه گوشتی در سال تولید می‌شود، گفت: ماه پیش حدود ۱۰۸ میلیون قطعه مرغ پرورش داده شده که اکنون وارد بازار شده است.

رضایی، واسطه‌گری را از علل نوسانات قیمت در بازار گوشت و مرغ بیان و اضافه کرد: یکی از بزرگترین برنامه‌های وزارت جهاد کشاورزی از تولید تا مصرف و از مزرعه تا سفره است که اتحادیه‌ها باید پای کار بایند و تولید و عرضه را مدیریت کنند. وی با تاکید بر اینکه به هیچ عنوان انحصاری در واردات نهاده‌ها وجود ندارد، گفت: اکنون بیش از ۱۰۰ واردکننده ذرت و کنجاله سویا در کشورمان فعال هستند.

رضایی افزود: امسال، ذرت حدود ۳۰درصد و کنجاله سویا حدود ۶درصد بیشتر از پارسال به بازار عرضه شده است و محدودیت توزیع نهاده‌ها را نداشتیم.

معاون تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی گفت: گرمای بی‌سابقه امسال موجب کاهش جوجه‌کشی در برخی از شهرهای کشور شد.

وی با درخواست از مردم برای کاهش مصرف مرغ درشت، در بیان علت این درخواستش گفت: این الگوی مصرف موجب شده است که میزان بیشتری دان برای مرغداری‌ها مصرف شود و همچنین دورریز مرغ درشت زیاد است و مصرف آن از نظر پزشکی هم مورد تایید نیست.

## اخبار

## توضیح معاون وزیر صنعت درباره تخلفات واردات خودرو

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به تخلفات انجام گرفته در بحث ثبت سفارشات خودرو گفت اینکه گفته می‌شود وزیر یا معاون وزیر در این خصوص تخلف کرده‌اند، اینگونه نیست. برات قبادیان در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص تخلفات انجام گرفته در ثبت سفارشات خودرو اظهار کرد: معتقد هستم که وزارت صنعت، معدن و تجارت در این زمینه مظلوم واقع شد زیرا مساله به وجود آمده فقط برای ۲ درصد اختلاف ایجاد شده در ثبت سفارشات بود.

وی افزود: در این زمینه اشکال ایجاد شده در ثبت سفارش خودرو که یا بر اثر هک شدن سیستم و یا تخلف یک کارمند بوده است را در بوق و کرنا کردند و اطلاع‌رسانی درستی انجام نگرفته است. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: در واردات ۱۰۰ هزار خودرو، حتی اگر ۱۷۰۰ خودرو تخلف انجام شده باشد، آن تخلف در گمرک بوده و وزارت صنعت در واردات تخلف نکرده است. قبادیان عنوان کرد: اگر درخصوص وزارت صنعت، معدن و تجارت مساله‌ای باشد آن است که سامانه وزارتخانه هک شده یا کارمندی تخلف کرده و اینکه وزیر یا معاون وزیر در این خصوص تخلف کرده، اینگونه نبوده است. در کل در ۱۰۰ هزار خودرویی که در سال گذشته وارد کشور شده، ۲ درصد تخلف انجام گرفته است و در همان گمرک نیز جلوی این ماجرا گرفته شد.

## نمایندگی فروش خودروهای خارجی در آستانه تعطیلی

بعد از ممنوعیت واردات خودرو بسیاری از نمایندگی‌های فروش خودروهای خارجی نیروهای خود را تعدیل کرده و در آستانه تعطیل شدن هستند و ۲۵ هزار شغل ایجاد شده در این بخش در حال از بین رفتن است.

به گزارش ایسنا، «قرار بود قیمت خودروهای خارجی که از اواسط اردیبهشت امسال با افزایش ناگهانی همراه شد و بعضاً تا سقف ۵۰۰ میلیون تومان رشد کرد، با تخصیص ارز دولتی فروکش کند اما این اتفاق نیفتاد چون اتفاق مشابه سایر کالاهایی که از ارز دولتی بهره‌مند شدند اما قیمت‌شان در سیر صعودی ماند، در مورد خودرو هم روی داد. ارزی که قرار بود به تعدیل قیمت‌ها در بازار خودرو کمک کند، خود به نوسانات قیمتی دامن زد و در نهایت دولت واردات خودرو به کشور را ممنوع کرد. آن گونه که فرید زاوه، کارشناس صنعت خودرو می‌گوید: بسیاری از نمایندگی‌های فروش خودروهای خارجی نیروهای خود را تعدیل کرده و در آستانه تعطیل شدن هستند و ۲۵ هزار شغل ایجاد شده در این بخش در حال از بین رفتن است. به گفته او، حالا دیگر بازار از هیچ قانونی پیروی نمی‌کند و قیمت‌گذاری خودروهای خارجی از هیچ قانونی پیروی نمی‌کند. کار به جایی رسیده که صاحب یک خودرو به ارزش ۱۰۰ میلیون تومان، ۵۰۰ میلیون تومان برای فروش خودرویش طلب می‌کند. زاوه که معتقد است باید واردات خودرو البته با ارز آزاد ادامه داشته باشد، می‌گوید: دخالت دولت در بازار و سیاست‌های دستوری در بخش خودرو حاصلی جز ایجاد بازار انحصاری برای تعدادی خودرو ساز ندارد.

## چقدر برای واردات خودرو ارز اختصاص داده شد

آمارهای اعلامی از طرف بانک مرکزی نشان می‌دهد که دولت از ابتدای سال جاری تاکنون حدود ۱۲۱ میلیون یورو به ۲۱ شرکت واردکننده خودرو ارز ۴۲۰۰ تومانی پرداخت کرده است که در صدر این فهرست، شرکت باز گانی جهان نوین آریا با ۳۰ میلیون یورو قرار دارد. شرکت آرین موتور پویا با ۲۶ میلیون یورو در جایگاه دوم و وزارت بهداشت با ۱۸ میلیون و ۵۰۰ هزار یورو در رده سوم است که به گفته بانک مرکزی، این ارز برای تهیه آمبولانس تخصصی داده شده است.»

معاون وزیر صمت:

## سیاست ممنوعیت واردات خودرو اشتباه است، واردات خودرو باید مدیریت شود نه ممنوع

یکی از چالش‌های صنعت خودروی کشور بعد از اعمال تحریم‌های جدید آمریکا، سرنوشت قراردادهای خارجی از جمله شرکت رنو است. به گزارش اقتصادخودرو، در این خصوص دکتر منصور معظمی، رئیس ایدرو و معاون وزیر صمت با بیان اینکه هیچ کدام از طرف‌های خارجی خودرو ساز از جمله رنو از ایران نرفته‌اند، گفت: تعلیق به معنای قطع همکاری نیست. وی در گفت‌وگو با اقتصادخودرو گفت: هیچ کدام از شرکت‌های رنو، پژو و سیتروئن رسماً اعلام قطع همکاری نکرده‌اند و صرفاً در شرایط کنونی به دلیل فشار آمریکا فعالیت‌شان در ایران تعلیق شده است. معظمی خاطرنشان کرد: آنچه که من می‌دانم و می‌بینم این است که هیچ یک از این خودرو سازان نمی‌خواهند از ایران بروند چرا که بازار ایران یک بازار بسیار خوبی برای آنان است.

وی در ادامه افزود: بازار ایران یک بازار گارانتی شده و safe برای طرف‌های خارجی است و لذا این شرکت‌ها هیچ‌گاه ایران را ترک نخواهند کرد. معاون وزیر صمت با اشاره به اینکه قطعات محصولات رنو در ایران تولید خواهد شد، گفت: بایستی علاوه بر گرفتن امتیازهای بیشتر از خودرو سازان خارجی، آنان را برای ادامه همکاری در ایران کمک کنیم. وی با بیان اینکه باید شرایط را درک و به لحاظ حقوقی به طرف‌های خارجی کمک کنیم، عنوان کرد: نباید در زمانی که این شرکت‌ها مایل به ماندن در ایران هستند آنان را مجبور به ترک ایران کنیم. معظمی در پاسخ به این سوال که ممنوعیت واردات خودرو از جمله محصولات رنو به ایران، یک رفتار دوگانه درخصوص همکاری با خودرو سازان خارجی است و قطعاً شرکت رنو را از حضور در ایران دلسرد می‌کند، گفت: من به عنوان یک کارشناس باید بگویم که ممنوعیت واردات جای تامل جدی دارد و بایستی مورد ارزیابی و بازنگری قرار گیرد.

وی افزود: ضرورتی نداشت که واردات خودرو ممنوع شود چراکه می‌توانیم بدون اعمال ممنوعیت بازار را مدیریت کنیم به طوری که بازار دچار التهاب نشود.



است که این امر با تناقض‌هایی روبه‌رو است. حال گمرک نمی‌داند یوزانس را چقدر حساب کند و یا ال سی‌های که در گذشته باز شده با چه قیمتی باید باشد. از طرفی ۲۰ درصد قطعات باید در گمرک بماند تا سند و مدارک از کشور خریدار تکمیل شود. این معطلی هم تنها به خاطر ناهماهنگی در وضعیت بانک مرکزی و گمرک بوده است.

## با افزایش عرضه قیمت‌ها را کاهش می‌دهیم

یک مقام مسئول در گروه صنعتی ایران خودرو هم اظهار داشت: پیش‌فروش محصولات ایران خودرو برای تحویل سال ۹۸ تا تکمیل ظرفیت ادامه خواهد داشت و در این زمینه محدودیتی لحاظ نشده است. اما در فروش فوری ممنوعیت فروش یک‌سال وجود ندارد چرا که تمام وجه از خریدار گرفته می‌شود و خودرو نمی‌تواند در رهن خودرو ساز باشد.

وی ادامه داد: ایران خودرو در تلاش است تا با افزایش عرضه در بازار، قیمت‌ها را کاهش دهد و اجازه ندهد دلان و واسطه‌ها نقش آفرین بازار خودرو شوند.

## تنها متقاضیان واقعی امکان خرید دارند

همچنین یک مقام مسئول در شرکت کرمان موتور که یکی از عرضه‌کنندگان خودرو در مقطع فعلی است نیز گفت: این مجموعه عرضه سه محصول اس ۵، اس ۳ و جی ۴ را از نمایندگی‌های فروش خود آغاز کرده است و این مهم تا ۱۵ شهریور ادامه دارد.

وی با بیان اینکه میزان فروش در طرح پیش‌فروش را نمی‌توان اعلام کرد، افزود: تمام خودروها با قیمت روز عرضه خواهد شد. همین امر باعث خواهد شد تا متقاضیان واقعی برای خرید خودروهای یاد شده اقدام کنند.

در این میان محمدرضا نجفی‌منش، رئیس انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان کشور اعلام کرد: مقدمات ترخیص بخشی از قطعات مورد نیاز خودرو سازان فراهم شده که می‌توان با استفاده از آنها نزدیک به ۲۰ هزار دستگاه خودرو را تکمیل و روانه بازار کرد. در طرح پیش‌فروش فوری در سایپا محصولات پراید، انواع تیبا، ساینا و برخی از محصولات برلیانس است. ایران خودرو، جی اس کراس و پژو ۴۰۵ و کرمان موتور هم سه محصول اس ۵، اس ۳ و جی ۴ را عرضه می‌کند.

کنند. در این میان عرضه خودرو با شرط ممنوعیت فروش در مدت یک‌سال توسط خریدار موضوع مهمی است که از ماه‌ها پیش بایستی عملیاتی می‌شد. اگر از همان ابتدا خودرو به خریداران واقعی می‌رسید، بازار با جهش قیمت روبه‌رو نمی‌شد. معتقد زمان دو ساله ممنوعیت فروش هم قابلیت اجرا داشت.

## کاهش ۳۰ درصدی قیمت بازار در مقایسه با کارخانه

یک مقام مسئول در سایپا درباره پیش‌فروش خودرو در هفته جاری که باعث کاهش قیمت‌ها شده است، گفت: گروه خودروسازی سایپا برای آنکه بتواند قیمت حاشیه بازار را کاهش دهد و فاصله بین قیمت کارخانه و بازار افزایش پیدا نکند، پیشنهاد ممنوعیت فروش یک‌ساله خودرو را داده است و می‌خواهد در طرح پیش‌فروش فوری خود آن را اجرایی کند. همچنین افرادی که خودرو ندارند یا تاکنون ثبت‌نام خودرو انجام ندادند، در اولویت قرار گرفتند. بدین جهت هر فردی که خودرو ثبت‌نام کرده باشد یا دارنده خودرو باشد، به‌صورت اتوماتیک از لیست ثبت‌نام‌کنندگان فروش فوری (تحویل خودرو در مدت ۴۵ روز) حذف می‌شود.

وی ادامه داد: فرآیند ممنوعیت فروش یک‌ساله به این شکل است که سایپا ۹۰ تا ۹۵ درصد وجه را دریافت می‌کند و مابقی طی اقساط یک‌ساله است. بدین جهت خودرو به مدت یک‌سال در رهن خودروسازی است. هدف از این تصمیم جلوگیری از افزایش قیمت‌ها و سود بردن دلان است.

این مقام مسئول با بیان اینکه فاصله قیمت کارخانه و بازار، حداقل ۳۰ درصد باید کاهش پیدا کند، تصریح کرد: روز گذشته با فعالان بازار جلسه داشتیم و آنها عنوان کردند که پراید با نرخ ۳۱ و ۳۲ میلیون تومان معامله شده و در قیمت ۴۳ میلیون تومان هیچ خریدی ثبت نشده است.

## قطعات خودرو در گمرک زنگ زده است

وی با اشاره به اینکه سایپا و ایران خودرو بخشی از قطعات خودرو را از گمرک ترخیص کردند، گفت: متأسفانه عدم هماهنگی بین بانک مرکزی و گمرک باعث شده که بخشی از قطعات در گمرک زنگ بزند و این امر به صنعت خودرو ضربه سنگینی وارد می‌کند.

وی افزود: طی چند وقت اخیر ۱۵ بخشنامه و آیین‌نامه تعریف شده

## تقاضای خرید خودرو سیری ناپذیر شده است

داد: هم‌اکنون نیز وزارت صنعت، معدن و تجارت طرحی ارائه کرده که ۴۰ هزار دستگاه خودرو از سوی خودروسازان برای تعدیل قیمت‌ها در بازار آزاد عرضه شود.

وی افزود: این وضعیت در حالی است که هم‌اکنون به دلیل تفاوت بالای قیمت رسمی و آزاد خودرو، تمام افراد متقاضی خرید خودرو از خودروسازان هستند تا خودروها را به قیمت رسمی دریافت و به قیمت آزاد در بازار عرضه کنند و مابه‌التفاوت قیمت‌ها را صاحب شوند.

کاکایی با بیان اینکه در چنین شرایطی هرچه خودروسازان خودرو عرضه کنند توسط تقاضاهای سفته‌بازانه خریداری و اصطلاحاً این خودروها بلعیده می‌شوند، تصریح کرد: دولت باید به جای طرح‌های کاکایی، قیمت رسمی خودروها را متناسب با افزایش نرخ ارز و دیگر مواند اولیه تعدیل کند، در آن صورت فاصله شدید بین قیمت

از روز شنبه که موضوع پیش‌فروش سه شرکت ایران خودرو، سایپا و کرمان موتور اطلاع‌رسانی شد، بازار واکنش نشان داد و قیمت‌ها در مقایسه با روز چهارشنبه که به اوج خود رسیده بود، روند نزولی پیش گرفت و به اعتقاد فعالان بازار ریزش قیمت‌ها ادامه خواهد داشت. به گزارش ایسنا، یکی از مهم‌ترین دلایلی که باعث شد، بازار خودرو نسبت به خیر پیش‌فروش، عکس‌العمل نشان دهد، محدودیت در فروش یک‌ساله، نداشتن خودروی متقاضی و خرید برای بار اول است. از طرفی عرضه سراسری سه شرکت خودروساز هم نکته دیگری بود که باعث شد قیمت خودرو در بازار تحت تأثیر قرار گیرد. از این نکته هم نباید غافل ماند که ترخیص بخشی از قطعات خودرو از گمرک باعث شد که چرخه خودروسازان بچرخد و بتوانند خودروهایی را تولید کنند که نقص قطعه نداشته باشد.

## توصیه می‌کنیم مردم فعلاً خودرو خریداری نکنند

فعالان بازار خودرو عنوان کردند که روز چهارشنبه هفته گذشته قیمت پراید به ۴۳ میلیون تومان رسید، اما این نرخ روز گذشته به ۳۲ میلیون تومان کاهش یافته است و بالاتر از این رقم را کسی خرید و فروش نمی‌کند. البته دارندگان خودرو ترجیح می‌دهند رقم ۴۳ میلیون تومان را حفظ کنند تا حداقل در وضعیتی که بازار بهم ریخته است، سودی عایدشان شود. آنگونه که نمایندگی‌ها و نمایشگاه‌ها عنوان کردند، رقم ۴۳ میلیون تومان دیگر در بازار وجود ندارد و تنها از آن صحبت می‌شود. از این‌رو به مردم توصیه کردند که دست از خرید بردارند و سراغ نمایشگاه‌هایی بروند که با قیمت واقعی عرضه خود را آغاز کردند.

## ریزش قیمت‌ها ادامه دارد است

سعید مؤتمنی رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو هم در گفت‌وگو با «ایران» از ریزش قیمت‌ها صحبت کرد و گفت: از ساعات‌های اولیه روز گذشته کاهش قیمت خودرو شروع شد و به نظر می‌رسد طی هفته جاری روند نزولی قیمت‌ها ادامه داشته باشد.

وی با بیان اینکه خودروسازان با عرضه خودرو به بازار می‌توانند جلوی جهش قیمت‌ها را بگیرند، خاطرنشان کرد: عدم فروش خودرو از سوی خودروسازان طی ۱۵ روز باعث شد که بازار خودرو دچار بهم ریختگی شدیدی شود و دلان و واسطه‌ها ساعتی قیمت‌ها را گران

عضو هیات علمی دانشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت گفت به دلیل اختلاف بالای قیمت رسمی و آزاد خودروهای داخلی، همه افراد به دنبال خرید خودرو از خودروسازان و فروش آن در بازار آزاد هستند و به همین دلیل تقاضای خرید خودرو سیری ناپذیر شده است.

امیرحسین کاکایی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: متأسفانه در چند ماهه اخیر نوسانات نرخ ارز باعث ایجاد زمینه برای سودجویی دلان و سفته‌بازان در بازارهای مختلف شده است.

وی با بیان اینکه هم‌اکنون شاهد رشد دو برابری قیمت‌ها در بازار آزاد نسبت به قیمت‌های رسمی هستیم، خاطرنشان کرد: در این میان دولت برای تعدیل قیمت‌ها خودروسازان را تحت فشار قرار داده که حتی بیش از ظرفیت تولید خود، خودرو پیش‌فروش و به بازار عرضه کنند. عضو هیات علمی دانشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت ادامه

## نخستین رویداد کسب و کار آینده روستایی در قزوین افتتاح شد

نخستین رویداد کسب و کار آینده روستایی «استارتاپ» با بررسی ۱۵۰ ایده برتر در دانشگاه آزاد اسلامی قزوین افتتاح شد. به گزارش مهر، نخستین رویداد کسب و کار آینده روستایی «استارتاپ» با حضور علی فرخزاد معاون عمرانی استانداری قزوین، اکرم نجفی مدیرکل دفتر امور روستایی استانداری قزوین و ایده‌پردازان استان‌های مختلف در دانشگاه آزاد اسلامی قزوین افتتاح شد. این رویداد به منظور کمک به توسعه کسب و کار روستایی و ارائه تسهیلات به صورت هدفمند از ۱۰ شهریورماه به مدت چهار روز به میزبانی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین برپا شده است. در استارتاپ روستایی ۱۵۰ ایده برتر از استان‌های قزوین، گیلان، مازندران، اردبیل و زنجان ارائه شده که ۵۰ ایده از قزوین ارائه شده است.



### دریچه

بدترین توصیه رایج کسب و کار چیست؟

## یک توصیه متفاوت موثر در کسب و کار

به قلم: تامی میلو  
مترجم: بهروردیفیض

توصیه‌ای جنجالی اما مؤثر: همه تخم‌مرغ‌های خود را در یک سبد قرار دهید.

من توصیه‌های کسب و کار افتضاح زیادی را در زندگی‌ام شنیده‌ام. یکی از بدترین توصیه‌هایی که گرفته‌ام این بود که دامنه فعالیت شرکت خود را افزایش دهم.

حالا برخی از کارآفرینان ممکن است فکر کنند که افزایش دامنه فعالیت، ایده خوبی است. هرچه باشد این کار میزان ریسک تحمیلی را کاهش می‌دهد، اما اجازه دهید مطلبی را به شما بگویم: اگر با ریسک‌پذیری راحت نیستید، احتمالاً کارآفرینی شغلی مناسب شما نیست.

مشکل اصلی افزایش دامنه فعالیت این است که برخی از کارآفرینان سرانجام رویکردی شات گانی (shotgun approach) را در پیش می‌گیرند و سعی می‌کنند که

کالاها یا خدمات خود را به چندین مخاطب مختلف بفروشند. این کار به دلایل زیر مسأله‌ساز است:

- اول اینکه شما مشتریان بسیار زیادی را جذب خواهید کرد که بسیار پرتوقع اما خسیس هستند. به من اعتماد کنید، این افراد مطلقاً بدترین نوع مشتری هستند.
- مورد بعدی اینکه ترغیب مشتریان به خرید کالا یا خدمات‌تان مخصوصاً زمانی دشوار می‌شود که پیام عمومی‌تان با خلیقات آنان هماهنگی کاملی نداشته باشد.
- سرانجام برای گروه‌تان هم سخت است که کالا یا خدمتی

عالی را در زمانی ارائه دهند که در صدد خشنود ساختن بیش از یک مشتری هستند.

به خاطر این دلایل، افزایش دامنه فعالیت برای من یک استراتژی محسوب نمی‌شود.

در عوض من کارفرمایان ایده‌آل خود را مشخص و با آنها همانند ستاره قطب‌یام رفتار می‌کنم. من تمام تخم‌مرغ‌های خود را در سبدشان می‌گذارم و بر پر کردن همین یک سبد تمرکز می‌کنم. اگر شما هم باور دارید که تمرکز بر کارفرمایان ایده‌آل‌تان روش مناسبی است، در اینجا فرآیند ساده سه مرحله‌ای آمده است که می‌توانید از آن برای رسیدن به بیشترین بازدهی کارفرمایان‌تان استفاده کنید:

### ۱. کارفرمای ایده‌آل خود را توصیف کنید

هر چقدر که درک بهتری از کارفرمای ایده‌آل خود داشته باشید، ارائه خدمات عالی به آنها آسان‌تر می‌شود، بنابراین از خودتان پرسش‌های زیر را بپرسید:

- کارفرمای ایده‌آل شما چقدر درآمد دارد؟



- کارفرمای ایده‌آل شما با چه سرعتی تصمیم‌گیری می‌کند؟
- آیا کارفرمای ایده‌آل شما بیشتر به قیمت، کیفیت و یا سرعت کار اهمیت می‌دهد؟
- چه عواملی باعث می‌شوند تا کارفرمای ایده‌آل‌تان معامله را بر هم زند؟
- من شخصا مطلعم که کارفرمای ایده‌آلم برای کیفیت بیشتر از هر چیز دیگری ارزش قائل می‌شود. به همین دلیل است که مرتباً کیفیت خدمت خود را با استفاده از معیارهای اصلی پیگیری می‌کنم.

### ۲. پیام خود را برای این کارفرما طرح‌ریزی کنید

مرحله بعدی طرح‌ریزی پیامی است که ۱۰۰ درصد با خلیقات کارفرمای‌تان هماهنگ باشد. برای انجام این کار، لازم است دو مطلب را درک کنید:

- چه موضوعی به آنها انگیزه می‌دهد تا هزینه خدمت شما را پرداخت کنند؟
- آنها از چه مشکلاتی اجتناب می‌کنند (دیگر در خانه اثری از حشرات نباشد) یا با به‌کارگیری خدمت‌تان به‌دنبال چه خواسته‌ای هستند (تمیز کردن استخر برای شنا کردن؟)

در شرکت من، ای وان گاراژ (A1 Garage)، خانه کارفرمای ایده‌آل من بخش اضافی هویت‌شان است. آنها نه‌تنها می‌خواهند که درهای گاراژ به‌درستی کار کنند، بلکه این درها می‌بایست زیبا هم به نظر برسند. همین که این مطلب را درک کردم، انتقال پیام مناسب آسان بود.

### ۲. کشف کنید که باتوق این کارفرما کجاست

انجام این کار آسان است. کافی است با کارفرمای‌تان صحبت کنید و آنها را بهتر بشناسید. آنها چگونه به کسب و کار شما برخوردند؟ آنها تحقیقات خود را کجا انجام می‌دهند؟ آنها از کدام وب‌سایت‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟

همین که به این پاسخ‌ها دست یافتید، تصمیم به اینکه پول‌های بازاریابی خود را در کجا هزینه کنید آسان است.

ببینید، من می‌دانم که طبق عقیده عموم شما می‌بایست دامنه فعالیت کسب و کار خود را افزایش دهید و همه تخم‌مرغ‌های خود را در تنها یک سبد قرار ندهید، اما نصیحت کسی را بپذیرید که تجربه نامطلوبی از این کار داشته است: تمام اتفاقی که با این کار می‌افتد، به اشتباه افتادن و کاهش بهره‌وری کسب و کارتان است.

به جای انجام کارهای بسیار زیاد در حوزه‌های فراوان، همه تخم‌مرغ‌های خود را در یک سبد قرار دهید و بر خدمت‌رسانی عالی به مشتری ایده‌آل‌تان تمرکز کنید. به مجردی که این کار را کردید، همه چیز سر جای خودش قرار خواهد گرفت.

منبع: inc



## افزایش ارزش سهام شرکت Bilibili، از رقبای چینی نت‌فلیکس

به‌عنوان رقیبی جدی برای شرکت iQiyi در چین فعالیت می‌کند. وجه تمایز این سرویس، تم و تمرکز طراحی آن روی انیمیشن، کمیک و بازی است. کاربران این سرویس می‌توانند زیرنویس‌هایی را به‌صورت نظرات

همچنین شرکت iQiyi ملقب به نت‌فلیکس چین است. این استارت‌آپ در هفته گذشته توانست ارزش سهام خود را به میزان ۷ درصد افزایش دهد. کارشناسان این افزایش ارزش سهام را پیرو افزایش علاقه به سرویس‌های استریم چینی در آمریکا عنوان کرده‌اند. به‌علاوه افزایش درآمد این شرکت در سه‌ماهه دوم سال جاری نیز در این تغییر نقش داشته است. شرکت بیلی‌بیلی هفته گذشته خبر از فروش ۱۵۵.۱ میلیون دلاری در سه‌ماهه فعالیت خود داد. این در حالی است که اجماع کارشناسان وال‌استریت، درآمد ۱۴۶.۳ میلیون دلاری را برای آنها پیش‌بینی کرده بودند. علاوه‌بر افزایش فروش، میزان ضرر برای هر سهام نیز ۰.۱ دلار عنوان شده که نسبت به رقم ۰.۴ دلار در سال گذشته، پیشرفتی قابل توجه است. تحلیلگران رقم ۰.۲ دلار برای هر سهم را پیش‌بینی کرده بودند. بیلی‌بیلی برای نسل نوجوان و جوان چین، در دستور کار همیشگی ما قرار دارد.



یکی از رقبای چینی نت‌فلیکس با نام Bilibili. هفته گذشته افزایش ارزش سهام ۷ درصدی را به‌خاطر جذب مخاطبان جدید تجربه کرد.

به گزارش زومیت، شرکت چینی Bilibili یکی از رقبای نت‌فلیکس و همچنین شرکت iQiyi ملقب به نت‌فلیکس چین است. این استارت‌آپ در هفته گذشته توانست ارزش سهام خود را به میزان ۷ درصد افزایش دهد. کارشناسان این افزایش ارزش سهام را پیرو افزایش علاقه به سرویس‌های استریم چینی در آمریکا عنوان کرده‌اند. به‌علاوه افزایش درآمد این شرکت در سه‌ماهه دوم سال جاری نیز در این تغییر نقش داشته است. شرکت بیلی‌بیلی هفته گذشته خبر از فروش ۱۵۵.۱ میلیون دلاری در سه‌ماهه فعالیت خود داد. این در حالی است که اجماع کارشناسان وال‌استریت، درآمد ۱۴۶.۳ میلیون دلاری را برای آنها پیش‌بینی کرده بودند. علاوه‌بر افزایش فروش، میزان ضرر برای هر سهام نیز ۰.۱ دلار عنوان شده که نسبت به رقم ۰.۴ دلار در سال گذشته، پیشرفتی قابل توجه است. تحلیلگران رقم ۰.۲ دلار برای هر سهم را پیش‌بینی کرده بودند. بیلی‌بیلی برای نسل نوجوان و جوان چین، در دستور کار همیشگی ما قرار دارد.

## استارت‌آپ‌ها ایده‌های توسعه گردشگری روستایی ارائه کنند

معیشت مردم را تغییر دهیم. فرخزاد بیان کرد: در بازاریابی و فروش محصولات روستایی نقطه ضعف داریم و استارت‌آپ‌ها این نقیصه را می‌توانند برطرف کنند. وی با بیان اینکه باید آثار تاریخی، طبیعی

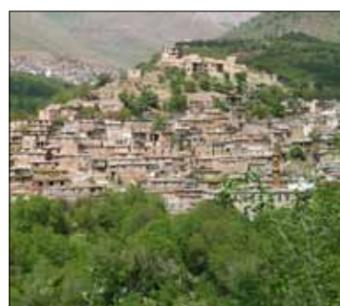
و کشاورزی روستاها معرفی شود، تصریح کرد: گردشگری روستایی بسیار مهم است اما زیرساخت‌ها را تامین نکرده‌ایم در حالی که از این ظرفیت می‌توانیم به‌خوبی استفاده کرده و طرح‌های مهمی را عملیاتی کنیم.

فرخزاد ادامه داد: فقط ۱۷ درصد از وام‌های روستایی به حوزه گردشگری اختصاص یافته در حالی که بیشترین تقاضا در کشاورزی بوده است که استارت‌آپ‌ها می‌توانند در این بخش پویاتر عمل کنند و با بررسی نقاط ضعف و قوت برای گرایش بیشتر متقاضیان به حوزه

گردشگری همت کنند. در ادامه احزابی یکی از ایده‌پردازان استان گلستان طرح خود را در خصوص توانمندسازی و کارآفرینی نوین روستایی در روستای دوزنون ارائه کرد.

معاون عمرانی استاندار قزوین گفت که استارت‌آپ‌ها با دادن ایده‌های کاربردی می‌توانند در توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان یک ظرفیت اقتصادی و اشتغال‌زایی نقش موثری ایفا کنند.

به گزارش مهر، نخستین رویداد کسب و کار آینده روستایی «استارتاپ» با حضور علی فرخزاد معاون عمرانی استانداری قزوین، مرادیان مدیرکل امور بانوان استانداری، اکرم نجفی مدیرکل دفتر امور روستایی استانداری قزوین، یزدی مدیرکل پژوهش و اسماعیل‌زاده مدیر مرکز رشد دانشگاه آزاد اسلامی قزوین و ایده‌پردازان استان‌های مختلف روز یکشنبه در دانشگاه آزاد اسلامی قزوین فعالیت خود را آغاز کرد. علی فرخزاد در این مراسم اظهار کرد: این اولین استارت‌آپ روستایی است که امیدواریم بتوانیم از ایده‌های جوانان فعال در این حوزه برای ایجاد اشتغال و کارآفرینی استفاده کنیم و در این همایش به یک دستاورد خوبی برسیم. وی افزود: دوبرابر اعتبارات عمرانی در روستاها هزینه شده است اما باید اقتصاد و





## رونمایی از اولین مدرسه کسب و کار



دکتر میثم علیرضایی، موسس مدرسه کسب و کار دانشگاه خواجه نصیر ارتباط بین دانشگاه و صنعت را مهم‌ترین هدف از راه‌اندازی این مدرسه عنوان کرد و افزود: تربیت دانش‌آموختگان دانشگاهی کارآمد و متخصص و کارآفرین به جامعه از جمله اهداف این مدرسه است.

به گزارش ایسنا، وی با بیان این مطلب که این مدرسه برای اولین بار در ایران افتتاح شده است، بیان کرد: این مدرسه تمام دانشجویان دانشگاه‌های فنی و مهندسی را پوشش می‌دهد و تنها مختص دانشجویان این دانشگاه نیست. علیرضایی ادامه داد: نیاز است که مرکزی به طور مشخص نیروهای متخصص کارآمد، مدیر و کارآفرین پرورش دهد که این نیاز اصلی جامعه است. وی اظهار کرد: مدرسه خواجه نصیرالدین طوسی حمایت از دانش‌آموختگان تا رسیدن به موفقیت را یکی دیگر از اهداف خود قرار داده است.

### یادداشت

راز یافتن یک راهنمای فوق‌العاده

## از دیگران درخواست راهنمایی نکنید!

می‌ترسم که این جوان مشتاقی را با توجه به مشغله‌های فراوانم نامید کنم. مطمئن هستم افرادی که در موقعیت من هستند نیز همین احساس را دارند. شرط می‌بندم که شما نیز مثل من فکر می‌کنید. به همین دلیل است که همگی ما قاطعانه پاسخ منفی می‌دهیم.

با این حال به این نکته نیز توجه کنید: افراد بسیاری طرف این سال‌ها به من گفته‌اند که من برای‌شان مانند یک راهنما بوده‌ام، حال آن که روح خودم از این ماجرا خبر نداشتم. این افراد هرگز از من نخواستند بودند که راهنمایی آنها را به عهده بگیرم. تاجایی که می‌دانم، ما فقط با هم در تماس بودیم و من حرف زدن با آنها را دوست داشتم. به نوبه خود من نیز یک یا دو بار در سال از افراد مورد اطمینانم مشورت گرفته‌ام، اما هیچ‌گاه آنها را با لفظ راهنما مورد خطاب قرار نداده‌ام، هرچند در واقع ایشان مرا راهنمایی کرده‌اند.

هنگامی که رسماً از یک نفر درخواست راهنمایی می‌کنید، انتخاب‌های تان را محدود می‌کنید، اما زمانی که رابطه‌ای را مبتنی بر گفت و شنود و تبادل نظر شکل می‌دهید، در واقع نوعی سرمایه‌گذاری مشترک و غیررسمی را بر روی موفقیت‌های یکدیگر انجام داده‌اید و می‌توانید از آن راهنمایی و هدایتی که مد نظر تان است، برخوردار شوید. یک دوست قدیمی، یک آشنای جدید، رئیس، استاد یا یکی از همکاران سابق یا فعلی، فردی که در جایی او را ملاقات کرده‌اید و به او احترام می‌گذارید یا در رسانه‌های اجتماعی با او ارتباط دارید، می‌تواند راهنمای خوبی برای تان باشد. شاید ارتباطات با این راهنما چندان هم منظم نباشد و هر شش ماه یک بار او را به یک فنجان قهوه مهمان کنید تا هم از حال یکدیگر باخبر شوید و هم چند سوال از او پرسید. شاید شما یک راهنمای یگانه و مشخص نداشته باشید و افراد مختلفی را بشناسید که بتوانید برای پیشبرد جنبه‌های مختلف کارتان، از

مترجم: مریم امیری‌خواه

بسیاری از کارآفرینان نظر کاملاً اُشتباهی درباره راهنمایی شدن دارند و به دلیل این عدم‌آگاهی راهنماهای بزرگی را که سر راه‌شان قرار می‌گیرد، از دست می‌دهند.

«یا راهنمایی من را به عهده می‌گیرید؟» زمانی که سردبیر شدم، خودم را برای بارها و بارها شنیدن این درخواست آماده نکرده بودم. این درخواست پس از اتمام یک جلسه کاری و از سوی نوجوانی مطرح می‌شود که منتظر می‌ماند، همه پرونده تا جلو بیاید و از من بخواهد که راهنمایی او را به عهده بگیرم. کارآفرینان بی‌تجربه در اینستاگرام برای من پیام می‌فرستند و می‌گویند این لطف را در حق‌شان بکنم. میزبان پادکست پس از مصاحبه از من می‌خواهد که راهنمایم باشم، موسس

یک استارت‌آپ هم پس از آنکه او را

در نشریه‌ام معرفی می‌کنم، همین درخواست را دارد. این درخواست را هرچند هفته یک بار می‌شنوم، البته فقط من چنین شرایطی ندارم و این درخواست جمله‌ای آشنا برای بسیاری از کارآفرینان موفق است. همگی ما به دلایلی که در ادامه آنها را توضیح خواهم داد، این درخواست را رد می‌کنیم، اما لازم نیست که این‌طور باشد. فکر می‌کنم، سوالاتی که این افراد می‌پرسند، علامت مشکل بزرگ‌تری است؛ بسیاری از کارآفرینان درک درستی از راهنمایی شدن ندارند.

بگذارید کار را با توضیح واضح‌تر شروع کنم. راهنمایی شدن و منتورشیپ موضوعی آشنا و پرتکرار در کارآفرینی است که بخشی از فرهنگ و عادات ما محسوب می‌شود. ما خودمان را در موقعیت‌هایی قرار می‌دهیم که کاملاً برای آنها آماده نیستیم و

مجبور می‌شویم که متواضعانه به عقل و درایت دیگران متوسل شویم. بسیاری در این شرایط سخت با درماندگی از خودشان می‌پرسند که: «چطور می‌توانم یکی از این آدم‌های جادویی را پیدا کنم؟» افراد تازه‌کار به این نتیجه می‌رسند که باید نقش راهنمایی خودشان را به عهده یک فرد مشخص بگذارند، آنها «راهنما» بودن را مانند یک سمت رسمی می‌بینند، انگار قراردادی وجود دارد که با امضا کردن آن فرآیند راهنمایی کردن رسماً شروع می‌شود.

مشکل از همین‌جا نشأت می‌گیرد. زمانی که فردی درخواست راهنمایی شدن می‌کند و می‌خواهد به این راهنمایی جنبه رسمی بدهد، دچار این واهمه می‌شوم که مبادا نتوانم نیازهای او را برآورده کنم. این راهنمایی کردن رسمی مانند یک مسئولیت سنگین است و



رهبری گرفته تا مذاکره و تقویت مهارت‌ها، از آنها کمک بگیرید. همان طور که می‌بینید هیچ کدام از این راهنمایی‌ها رسمی نیست. البته برخی افراد یک رابطه مشخص مرید و مراد دارند که اگر به آنها کمک کند، باید خودشان را خوش شانس بدانند، اما نباید خودتان را به این نوع رابطه محدود کنید. جهان سرشار از دانش است و کارآفرینان این معلومات را سخاوتمندانه با هم به اشتراک می‌گذارند. به عبارت دیگر جهان ملو از راهنماهای آماده کمک است که بعضی از بهترین آنها حتی نمی‌دانند که چه کار بالارزشی را انجام می‌دهند. جذاب‌ترین نکته اینجا است که حتی بدون درخواست کردن می‌توانید از تمام این راهنمایی‌ها نهایت استفاده را ببرید.

منبع: entrepreneur



## اپل استارت‌آپ جدیدی را در حوزه واقعیت افزوده تصاحب کرد

اپل به تازگی استارت‌آپ جدیدی را در حوزه واقعیت افزوده به تصاحب درآورد. این استارت‌آپ که Akonia Holographics نام دارد، لنزهای موج‌زبر توسعه می‌دهد. به گزارش زومیت، هفته گذشته اپل استارت‌آپ Akonia Holographics که در شهر دنور واقعیت می‌کند، به تصاحب خود درآورد. این استارت‌آپ که در حوزه واقعیت افزوده فعالیت می‌کند، لنزهای موج‌زبر را برای عینک‌های واقعیت افزوده توسعه می‌دهد. سخنگوی اپل درباره خرید جدیدشان بیانیه زیر را منتشر کرده است: اپل شرکت‌های فناوری کوچک‌تر را در بازه‌های مختلف خریداری می‌کند، اما به‌طور کلی ما هیچ‌گونه گفت‌وگوی بیشتری درباره اهداف و برنامه‌های مان انجام نمی‌دهیم. خرید جدید کوپرتینوپی‌ها واضح‌ترین تصویر از اهداف آن‌ها برای ساخت عینک واقعیت افزوده را ارائه می‌کند. طبق گزارشات و شواهد، اپل در حال توسعه فناوری‌های جدیدی است که ساخت عینک واقعیت‌افزوده سبک‌وزن را میسر می‌کند. انتظار می‌رود که دستگاه موردنظر تا سال ۲۰۲۰ معرفی شود.

در اواخر سال گذشته میلادی نیز Apple دست به چنین خریدی زد و استارت‌آپی با نام Vrvana که در حوزه واقعیت ترکیبی فعالیت می‌کرد، تصاحب کرد؛ محصول این شرکت به کاربران اجازه می‌داد تا از طریق صفحه‌نمایش‌های مات به محیط واقعیت‌افزوده قدم بگذارند. حال با توجه به خریدهای اخیر اهالی کوپرتینوپی از جمله آخرین آن‌ها، به نظر می‌رسد که تلاش‌های اپل در حوزه واقعیت‌افزوده به دستگاهی سرپوشیده منتهی خواهد شد.

در سال‌های اخیر، صفحه‌نمایش‌های موج‌زبر عملاً به فناوری نوری برای هدست‌های واقعیت‌افزوده تبدیل شده است. در این فناوری، تصویر به‌سمت گوشه‌های شیشه پر توافقی می‌کند تا کاربر تصویر را مشاهده کند. تاکنون هدست‌های واقعیت‌افزوده ساخته‌شده توسط مایکروسافت و مایک‌لیپ در کنار بسیاری دیگر از این فناوری استفاده کرده‌اند.

صفحه‌نمایش بازتابنده موج‌زبر توسط شرکت Lumus ساخته شده است. عمده محبوبیت این فناوری به این دلیل است که اجازه ساخت دستگاه‌هایی باریک و سبک‌وزن با طراحی شفاف به‌واسطه لنزهای موج‌زبر فراهم می‌شود؛ با این وجود باز تولید رنگ‌ها تصاویر تحریف‌شده از مشکلات عمده آن برشمرده می‌شود. استارت‌آپ Akonia که توسط اپل خریداری شده، ادعا می‌کند که به‌لطف راهکار هولومیور، تصاویر به‌صورت پر جنب‌وجوش، پرنرنگ و با میدان دیدی عریض به نمایش در می‌آیند.

در حالی که بزرگ‌ترین رقبای اپل تاکنون ساخت هدست واقعیت‌افزوده را در کارنامه خود داشته‌اند؛ اما تاکنون تلاش‌های این شرکت در حوزه یادشده تنها به فناوری‌های موبایل‌محور خلاصه می‌شود که اندازه‌گیری وسایل یا قراردادن اشیای مجازی در دنیای حقیقی را میسر می‌سازند.

تنها سوالاتی که هنوز درباره پاسخ آن ابهام وجود دارد، این است که آیا اپل در حال توسعه دستگاهی بالاتر از هدست مایک‌لیپ با استفاده از پلتفرم اختصاصی ARKit است؟ با این حال، مشخصاً کوپرتینوپی‌ها فکر نکرده وارد این حوزه نخواهند شد و سوابق آن‌ها در دستگاه‌های پیشین نشان داده که دستگاه‌های تولیدی آن‌ها از منظر عملکرد نسبت به هم‌نسلان خود در جایگاه بالاتری قرار دارند.

## دانشگاه باید در ایجاد و گسترش صنایع جدید نقش آفرین باشد

هستیم؛ تعداد مراکز علمی و دانشجو و حتی رشته‌ها رو به افزایش است بدون آنکه دقیقاً مشخص باشد این افزایش بر چه اساسی استوار است. وی اضافه کرد: علوم پایه اصل و زیربنای علم است و فناوری براساس یافته‌های

عضو هیات علمی دانشگاه مازندران گفت دانشگاه باید بتواند اشتغال‌زایی، کارآفرینی، پایداری اقتصادی، ایجاد صنایع جدید و بویا و توسعه را برای جامعه و منطقه بومی به ارمغان آورد. جهان‌بخش رؤف، در گفت‌وگو با



علوم پایه در رشته‌های فنی و مهندسی تولید می‌شود و در گام بعد در خدمت کارآفرینی، اقتصاد و رفیع نیازهای اجتماعی و فرهنگی جامعه قرار می‌گیرد؛ این در حالی است که امروزه در کشور، متقاضی تحصیل در این رشته‌ها به شدت کاهش پیدا کرده است. علاوه بر آن، در برخی زمینه‌ها نیز مانند انرژی‌های نو و یا بایوفنوری، کمبود نیروی متخصص و کاربلد به وضوح حس می‌شود. متخصص برجسته زیست‌فناوری تصریح کرد: دانشجوی در حالی از دانشگاه فارغ‌التحصیل می‌شود که جز مدرک اندوخته‌ای ندارد و جز پشت میزنشینی کاری بلد نیست؛ این یعنی دانشگاه روند کاریکاتوری طی کرده است. در واقع دانشگاه‌های بومی طبق اصول دانشگاه‌های کشورهای توسعه‌یافته حرکت کرده‌اند بدون آنکه توجه کنند مقتضیات هر کشوری منحصر‌بفرد است.

پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان با اشاره به ضرورت آمایش آموزش عالی، پذیرش بی‌نظم دانشجو را یکی از عوامل اصلی بروز مشکل اشتغال دانست و گفت: اولین گام در پذیرش دانشجو، احصای نیازهای موجود است. وی افزود: آمایش آموزش عالی و احصای نیازهای موجود، دقیقاً نشان می‌دهد کشور در چه حوزه‌هایی نیازمند تربیت نیروی متخصص و متعهد است و در چه زمینه‌هایی اشباع شده است. رؤف ادامه داد: روند کنونی سبب می‌شود ذخایر کشور برای پیشرفت بیشتر کشورهای توسعه‌یافته هزینه شود؛ در واقع، کشور برای رسیدن یک متخصص به مرحله اثرگذاری هزینه می‌کند، اما در برخی موارد فرد به محض رسیدن به این نقطه، به دلیل فراهم‌نبودن بستر فعالیت مهاجرت می‌کند. عضو هیات علمی دانشگاه مازندران اظهار داشت: امروزه نیازمند برنامه‌های مشخص برای آینده کشور

## استارت‌آپ‌ها موتور محرک شرکت‌های دانش‌بنیان هستند

بیش از گذشته تلاش کنند. سرفرازی، ترس از عدم موفقیت و وجود فرهنگ ریسک‌ناپذیری را از جمله مشکلات بزرگ بر سر راه سرمایه‌گذاری در برخی مناطق به خصوص روستاها از سوی سرمایه‌گذاران دانست و یادآور شد: استارت‌آپ‌ها می‌تواند با حرکت به سمت کار تیمی و رسیدن به یک نقطه مشترک تمام ضعف‌های موجود در این خصوص را برطرف کند.



به گفته وی، معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم کشور اعتقاد دارد برای شکوفایی و توسعه روستاها امروز به حضور فعالانه و مستمر ایده‌ها و نظریات استارت‌آپی و شرکت‌های دانش‌بنیان به طور جدی نیاز است. این مسئول خطاب به حاضران نخستین رویداد کسب و کار آینده روستایی، گفت: اگرچه معتقدیم که استارت‌آپ‌ها در آغاز راه خود قرار دارند، اما ما باید ظرفیت و توانمندی‌های مان را باور کنیم تا با ایجاد حس خودباوری، شما را به ادامه راه امیدوار سازیم.

معاون سرمایه‌گذاری، فرهنگی و اجتماعی معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم کشور گفت: استارت‌آپ‌ها و ایده‌های نو در حوزه کسب و کار را می‌توان به عنوان موتور محرک شرکت‌های دانش‌بنیان قلمداد کرد.

به گزارش ایرنا، بی‌بی‌عصمت سرفرازی در آیین افتتاح رسمی نخستین رویداد استارت‌آپ روستایی کشور که در سالن امفی‌تئاتر دانشگاه آزاد اسلامی قزوین برگزار شد، تاکید کرد: سرمایه شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها برخلاف سایر شرکت‌ها که مادی و فیزیکی هستند را نیروهای انسانی خلاق و ماهر تشکیل داده و به همین منظور در حفظ و نگهداری از این نیروها در شرکت‌های استارت‌آپی باید تلاش کرد.

این مسئول با اشاره به اینکه ایده‌پردازان استارت‌آپ‌ها راه درازی را پیش رو دارند، اضافه کرد: مسئولان برنامه‌ریز کشور در کنار ایده‌ها و پیشنهادات مربوط به کسب و کارهای روستایی در جهت رفع برخی چالش‌ها و موانع این حوزه نیز باید

# ۱۰ راه برای متمایز کردن برند از طریق بهبود تجربه مشتری



## چگونه تایپوگرافی بر تجربه کاربری تاثیر می گذارد؟

مترجم: علی اکبری

«تایپوگرافی با سندیت بخشیدن به خود، می تواند ساختار و هویت یک صفحه، مکان و یا کالا را هویدا کند.» - آلن لاپتون.  
گاهی اوقات، هنگامی که می خواهیم ایده های ما را منتشر کرده و مخاطبان ما را تحت تاثیر قرار دهیم، آنقدر درگیر قالب وبسایت و محتوا می شویم که نمی توانیم راه و روش ارائه کلمات را سامان ببخشیم و به کاربران کمک کنیم که همه چیز را درک کنند.

تایپوگرافی همان چیزی است که آوای محتوای ما را خلق می کند، لحن تجربه کاربری را مشخص نموده و به شناسایی برند وبسایت ما کمک می کند. وقتی که تایپوگرافی آنقدر جدی گرفته نشود، کاربران خود را سردرگم کرده و آنها نمی توانند تصمیم درستی اتخاذ کنند و در نهایت به ضرر خودتان تمام می شود. برای درک بهتر از نحوه و میزان تاثیر تایپوگرافی، در اینجا نکاتی ارائه شده است که شکل استفاده و پیاده سازی تایپوگرافی را به شما نشان می دهد.

### هدف تایپوگرافی

هر وبسایتی رویکرد تایپوگرافی خاص خود را دارد، اما فارغ از ظاهر متنوع آن، هدف همیشه یک چیز است، مرتب کردن اطلاعات به شکلی که احساس، سبک و زبان شرکتتان را مخابره کند.  
تعریف تایپوگرافی عبارت است از «روشی که با استناد به آن کلمات در صفحات وبسایت نوشته می شوند تا این حد مهم است؟  
تاثیر گذاری بصری داشته باشد و مفهوم را انتقال دهد». قالب، اندازه، رنگ، فاصله گذاری و قرارگیری حروف، همه و همه تاثیرات منحصر به فرد خاص خود را بر روی متن می گذارند و رویکرد کاربر را هدایت کرده و فضای متن را برایش تفهیم می کند.

به منظور ارائه آوا و سبکی درست، شما نیز باید تایپوگرافی خود را منسجم و منظم کنید تا به شکلی موثر خواندن صفحاتتان را آسان کرده و برای کاربران مزاحمت بصری ایجاد نکند.

### تایپوگرافی خوانا، قابل فهم و روشن

ممکن است باورش سخت باشد، اما نوع فونتی که انتخاب می کنید می تواند آوا، جریان و گفتار وبسایتتان را تحت تاثیر قرار دهد، اما مادامی که ظاهر کلمات مشابه یکدیگر است و در نهایت یک معنا را انتقال می دهند، چرا این قضیه تا این حد مهم است؟  
واقعیت این است که شما نه تنها باید به سبک نگارش فکر کنید، بلکه به اینکه مخاطبان چگونه متن شما را تفسیر خواهند کرد هم باید فکر کنید.

آیا به تایپی نیاز دارید که از حالت عادی بزرگتر باشد؟ آیا باید پاراگرافها را به شکلی خاص نمایش دهید؟ آیا کاربران تا به رنگ خاصی علاقه دارند و استفاده از این رنگ موجب تشویق آنها به تصمیم گیری خاصی می شود؟ تحقیقات نشان داده اند که قالب تایپوگرافی می تواند به توانایی خوانش کاربران تاثیر بگذارد، همانطور که می دانیم همیشه اولین شکایت کاربران در مورد اندازه فونت کوچک و کنترل است پایین است. خوانا بودن متن بسیار مهم است، اما باید به خاطر داشته باشید که متن علاوه بر خوانا بودن، بایستی قابل فهم باشد، شما نمی توانید فقط به خاطر اینکه تصور می کنید موضوع مهمی را مد نظر دارید، یک قسمت از محتوای ما را درشت تر بنویسید، بلکه باید به فاصله گذاری ها توجه ویژه داشته باشید تا اینکه در نهایت متن قابل فهم باشد.

ترکیب این دو عامل (خوانا بودن و قابل فهم بودن) موجب انسجام متن وبسایتتان شده و کاربرد نه تنها متن را می خواند و می فهمد، بلکه آن را تا انتها ادامه داده و دچار سردرگمی و مزاحمت هم نمی شود.

### چگونه تایپ خود را انتخاب کنیم

با وجود فونت های بی شماری که در دسترس است، انتخاب بهترین فونت برای وبسایت کار سختی به نظر می رسد. ساده ترین راه حل ممکن این است که فونتی را انتخاب کنید که استاندارد و پایدار باشد، اما خودتان را محصور محافظه کاری نکنید. شاید نمونه فونت های دیگر بهترین کارایی را داشته باشند.

### ۱. از فونت هایی استفاده کنید که با اندازه های مختلف قابل درک باشد

اکثر اوقات وبسایت ها پر از فونت هایی هستند که از نظر اندازه و سبک باهم تفاوت دارند. پس هنگامی که فونت خود را انتخاب می کنید، مطمئن شوید که از نحوه کارکرد و نمایه آن بر روی وبسایتان آگاه هستید. برای مثال سایت Invisionapp از دو فونت مختلف استفاده می کند. یکی برای عناوین، زیرعنوان ها و پیکره متن و دیگری برای لینکها و راهبری. فونت اولی در تمامی اندازه ها و رنگها خوانا بودن خود را حفظ کرده و کاملا قابل درک است. فونت دوم نیز به خاطر ویژگی ظاهری اش دقیقاً برای لینکهای راهبری و دکمه های مجازی سایت مناسب است.

### ۲. فونتی را انتخاب کنید که معرف شخصیت مطلوبتان باشد

این مرحله می تواند دشوارترین مرحله باشد، به ویژه که ممکن است نتوانید شخصیت مطلوب نظران را با استفاده از فونتی خاص معرفی کنید. برای درک بهتر این نکته باید سایت Acceleration را مثال بزنیم. اولین چیزی که در این سایت توجه شما را به خود جلب می کند، نمایه ارزشی است، به بیان دیگر رنگ قرمز متن به سرعت شما را به خواندن او می دارد. بزرگ نویسی پیام را قوت بخشیده و به شناسایی شخصیتی که این صفحه قصد عنوان کردن آن را دارد، این کار موجب جلب توجه مخاطب می شود.

### ۳. از فونت هایی استفاده کنید که حروف قابل تشخیص داشته باشند

بسیاری از فونت ها شکل حروف یکسانی دارند و فاصله گذاری حروف آنها ضعیف است. این فونتها کاربران را سردرگم کرده و موجب وقفه های ناخواسته و بی دلیل می شود. پس هنگامی که می خواهید سبک مورد نظر خود را انتخاب کنید، مطمئن شوید که کاربران خود را به درسر نمی اندازد.

### نتیجه گیری

اگر همچنان در مورد اینکه از چه فونت و استایلی برای وبسایت خود استفاده کنید نگران هستید، مقالاتی که در این حوزه منتشر شده را مطالعه کنید تا هم بتوانید پیام خود را به بهترین شکل مخابره نموده و هم اینکه تجربه کاربری خوبی را برای مخاطبان خود رقم بزنید.  
یکی از توصیه های من استفاده از وبسایت Font Pair است، چرا که این وبسایت فهرستی از فونت های هماهنگ را ارائه نموده و در نهایت هم انتخاب با خودتان است که کدام یک از این ترکیبات برای نمایش دادن هویت برند و رساندن آوای کسب و کارتان مناسب است.

منبع: impactbnd

مترجم: مریم امیری خواه

تجربه مشتری (CX) یکی از موضوعات داغ در دنیای تجارت است. شرکت های گوناگون در سراسر جهان تمرکز بازاریابی خود را معطوف به ایجاد تجربه ای بهتر و شهودی تر برای کاربران خود ساخته اند.

در نظر سنجی انجام شده توسط Econsultancy مشخص گردید که شرکتها بیشتر از همه درباره فرصتهایی همچنان دارند که تجربه مشتری در سال ۲۰۱۸ از اختیارشان قرار داده است و تجربه مشتری حتی مدعیان سرسختی مانند بازاریابی محتوا و بازاریابی موبایلی را نیز شکست داده است. از این گذشته مطالعه اخیر واکر حکایت از آن دارد که تجربه مشتری تا سال ۲۰۲۰ بر متمایزکننده های اصلی برند مانند قیمت و تولید پیشی خواهد گرفت.

به بیان ساده اگر مشتریان کسب و کارتان را دوست داشته باشند و این احساس علاقه شان استمرار داشته باشد، دست از حمایت از شما برنخواهند داشت و حتی کسب و کارتان را به دیگران نیز توصیه خواهند کرد. بسا این حال جمع آوری آن دسته از داده های مربوط به تجربه مشتری که منجر به افزایش اطلاعات عمقی شود و شناخت ارزشمندی را به دست دهد، نیازمند تلاشی دقیق و در عین حال سریع است.

اکنون زمان آن رسیده است که راهبردهای تجربه مشتری را برای سبب و کارتان پیاده کنید. براساس مقاله منتشر شده در نشریه - Cu tomer Strategist، هنگام بهره گیری از تجربه مشتری باید شش زمینه اصلی زیر را مدنظر قرار دهید:

- قابلیت دسترسی
- سهولت در بهره گیری از خدمات
- راحتی در خرید
- شخصی سازی
- استفاده آسان و ساده
- انعطاف پذیری کانال
- بهبود تجربه مشتری

### ۱- مشتریان را تقسیم بندی کنید و تجربه ای متناسب با نیازهای هر گروه را خلق کنید

چنانچه در جستجوی راهبردی مشتری محور هستید، پیش از هر کار باید مشتریان خود را بشناسید. البته کار به اینجا ختم نمی شود. در ادامه باید مشتریان احتمالی خود را گروه بندی کنید و کار کردهایی شخصی را بر پایشی شناسایی کنید که از نیازهای ایشان به دست آورده اید، ایجاد کنید.

این سطح از رابطه شخصی کمک می کند تا موقعیت مشتریان خود را بشناسید و ارزش های پیشنهادی بهتری ارائه کنید.

### ۲- ایجاد ارتباط عاطفی

اگر در صدد خلق یک تجربه منحصر به فرد برای مشتریان خود هستید، باید ارتباطی عاطفی با کاربران برقرار کنید. نتیجه پژوهش منتشر شده در نشریه Consumer Research بیانگر آن است که بیش از ۵۰ درصد تجربه مشتری مبتنی بر احساساتی است که در شکل گیری تصمیم های نهایی موثر است. چنانچه احساسات در استفاده از یک فرآورده یا خدمت دخیل باشد، مشتریان وابستگی و مشارکت بسیار بیشتری نسبت به آن کسب و کار پیدا می کنند که در نهایت زمینه را برای داشتن مشتریانی وفادار و فعال آماده می کند.

آمار به دست آمده از یک پژوهش دیگر نیز موید همین نکته است، در این پژوهش نشان داده شده است، کسب و کارهایی که از روابط عاطفی در تجربه مشتری بهره می گیرند، رشد فروش شان نسبت به دیگر رقبای

خود ۸۵ درصد بیشتر است.

به علاوه در مقاله دیگری نشان داده شده است که مشتریانی که نوعی وابستگی عاطفی به یک کسب و کار دارند، خرید خود از یک برند را تکرار می کنند و آن را به دوستان و آشنایان خود نیز توصیه می کنند؛ احتمال اینکه چنین مشتریان وفادار و علاقه مندی قبل از خرید محصولات ارائه شده توسط این برند، جاهای دیگر را جستجو کنند، به میزان ۴۴ درصد کاهش می یابد.

### ۳- باز خورد گرفتن همزمان را فراموش نکنید و این بازخوردها را راهنمای پیشرفت کارتان قرار دهید

بهترین راه برای تحقیق درباره واکنش ها و اولویت های مشتریان این است که از سوال کردن نترسید. در حالت ایده آل باید این سوالات را در لحظه مطرح کنید.

این بازخوردهای ارزشمند و آگاهی دهنده و پرسشنامه های پس از معامله را می توانید از طریق ایمیل، تماس تلفنی و دیگر ابزار خودکار جمع آوری کنید تا به این ترتیب اطلاع بیشتری از خواسته های مشتریان خود پیدا کنید. از این گذشته بازخورد همزمان نشان می دهد که آیا خدمات یا محصولاتتان هنوز به نحو موثری نیازهای مشتریان را برآورده می کند یا خیر و اینکه چه بخش هایی از کسب و کارتان نیاز به بهبود دارد.

### ۴- ارائه تجربه ای پایدار و مستمر با بهره گیری از کانال های متعدد

کیفیت بالای تجربه مشتری در تمام مراحل خرید، چه در خرید حضوری، چه در خرید آنلاین مهم است.  
خریداران امروزه به کانال های مختلفی دسترسی دارند، نکته مهم این است که مشتریان را مهمان کانال هایی بدیع، جذاب و به روز کنید تا تجربه ای نو و دوست داشتنی از این برند قابل اعتماد برای مشتریان خلق شود. معیارهای استاندارد را پیاده کنید و کارایی کانال ها را با استفاده از ابزار رضایت مشتری اندازه گیری کنید.

### ۵- تکنولوژی مکمل است، نه جایگزین

در عصر حاضر تکنولوژی به اندازه تعامل انسانی برای تجربه مشتری مهم و مفید است، اما تکنولوژی نباید به مرکز معاملات و تبادلات تبدیل شود. مشکلات از جایی مجال بروز پیدا می کند که بدون در نظر گرفتن نیازهای مشتریان از تکنولوژی استفاده کنید.

بعضی صاحبان کسب و کار متوجه نیستند که تکنولوژی فقط باید به بهبود تجربه مشتری کمک کند و قرار نیست که به نقطه کانونی تبدیل شود و کسب و کار و تجربه مشتری را تحت الشعاع قرار دهد. بهبود باید مبتنی بر تمایز باشد و ارزش درازمدت آن برای شرکت در نظر گرفته شود، استفاده از تکنولوژی به صرف نوآوری اشتباه است.  
به خاطر داشته باشید که یک تجربه مشتری فوق العاده در عصر حاضر نیز به تعاملات انسانی نیاز دارد. بین شور و اشتیاق کارکنان IT و برداشتهای روانشناختی بازاریابی تعادل برقرار کنید و به گونه ای برای بهبود برنامه ریزی کنید که مشکلات مشتریان حل شود.

باز هم تاکید می کنیم که تکنولوژی قرار است مکمل تلاش های ما برای بهبود تجربه مشتری باشد و نباید آن را جایگزین روابط انسانی کنید.

### ۶- از تجربیات بر تلاش اجتناب کنید

اشتباه رایج دیگری که در استفاده از تکنولوژی در زمینه خدمات مشتریان رخ می دهد، تلاش برای شگفت زده کردن مخاطبین است. مهم نیست از تکنولوژی استفاده می کنید یا خیر، در هر حال نباید مشتریان را تحت فشار بگذارید و رابطه آن را سخت و پیچیده کنید. لازم نیست مشتریان را مسحور و میوهت خود کنید. تمام آنچه مشتریان می خواهند، این است که خواسته های شان را بشنوند و

نیازهای شان را برآورده کنید.

### ۷- تعهد درازمدت به راضی نگه داشتن مشتریان

خدمات مشتریان موثر دغدغه ها و نگرانی های مشتریان را در لحظه برطرف می کند تا وفاداری و رضایت ایشان را جلب کند. به جز تکنولوژی، هنوز هم راه های بسیار دیگری برای شاد و راضی نگه داشتن مشتریان وجود دارد.

جلب رضایت مشتریان باید به بخشی از DNA شرکتتان تبدیل شود، سهامداران و کارکنان را ترغیب کنید که ایده هایی نوآورانه را برای تحقق این هدف مهم پیشنهاد دهند. ارزش افزوده ای که از طریق ارائه خدمات باکیفیت به دست می آید، موقعیتتان را به عنوان برندی مطمئن و قابل اعتماد در بازار مورد نظرتان تثبیت می کند.

### ۸- برندتان را شخصی سازی کنید

همانطور که گفتیم روابط انسانی هنوز هم برای خدمات مشتری مهم است. تکنولوژی ابزار لازم را برای خلق روابطی شخصی و مناسب در اختیارتان قرار می دهد.

ترجیحات، خریدهای قبلی، اطلاعات جمعیت شناختی و سابقه خریدهای یکایک مشتریان را بررسی کنید و خدماتتان را بر مبنای این اطلاعات سفارشی کنید. برندتان را به تجربه ای به یادماندنی گره بزنید.

به مخاطبینتان نشان دهید که انسانی فهمید و باتوجه پشت این برند قرار دارد و بخشی از شخصیتتان را در این محتوا تزریق کنید.

### ۹- برای آموزش گروهتان از چارچوب کیفیت استفاده کنید

علاوه بر اینکه از تکنولوژی استفاده می کنید، باید کارکنان را به ارائه خدمات بهتر به مشتریان ترغیب کنید. ابتدا بررسی کنید که مشتریانتان چه نظری درباره کیفیت خدماتتان دارند، سپس آن را با تجربه ای که خود تعریف کرده اید، مقایسه کنید. در این مرحله می توانید تشخیص دهید که هر یک از اعضا بخش خدمات مشتریان به چه آموزش هایی نیاز دارند.

چارچوب کیفیت به این معنا است که رشد گروه را از طریق آموزش گروهی، یادگیری و آماده سازی برنامه ریزی و پیگیری کنید.

### ۱۰- نرخ بازگشت سرمایه را اندازه گیری کنید

برای بررسی میزان سوددهی تلاش هایی که در بخش خدمات مشتریان انجام داده اید، از ابزار و معیارهایی مانند شاخص خالص ترویج کنندگان (NPS) استفاده کنید که با مطرح کردن سوالاتی مانند «یا این شرکت را به دوستان یا خویشاوندان خود توصیه می کنید؟» اطلاعات ارزشمندی را در اختیارتان قرار می دهد.  
شاخص NPS توسط راب مارکی و فرد رایشلند ابداع شد و امروزه بسیاری از شرکتها از آن برای اندازه گیری تجربه مشتری استفاده می کنند. شما می توانید برای اندازه گیری نرخ بازگشت سرمایه از ابزارها و معیارهایی استفاده کنید که به نظرتان مفیدتر و معتبرتر می آید.

### خلق مزیت رقابتی با استفاده از تجربه مشتری

چنانچه مشتریان از خدمات یا محصولاتتان رضایت داشته باشند، نه تنها درآمدهای شما افزایش می یابد، بلکه می توانید مشتریانتان را نگه دارید و حتی با اتکا به مشتریان راضی و خرسندی که از شما حمایت می کنند، مشتریان بیشتری را نیز جذب کنید.  
به خاطر داشته باشید که بهینه سازی تجربه مشتری فرآیندی مستمر است. ماهیت کسب و کارتان هرچه که باشد، بهبود مداوم تجربه مشتری، ضروری است. مطمئن باشید که از تلاش کردن در این راه پشیمان نخواهید شد.

منبع: marketinginsidergroup

## ایستگاه بازاریابی



## چند توصیه حیاتی برای سئو سایت

مترجم: مهسا زمانی

همه می‌دانند که بهینه‌سازی موتور جست‌وجو در راهکارهای بازاریابی دیجیتال حیاتی است، اما مسئله‌ای که بعضی افراد از یاد می‌برند، این است که رتبه‌بندی جست‌وجو صرفاً با تولید محتوای عمومی و وبلاگ‌نویسی آزادانه ارتقا پیدا نمی‌کند. اگر می‌خواهید در صفحه نتایج موتور جست‌وجو سرآمد باشید، لازم است که بهینه‌سازی موتور جست‌وجو (SEO) با یک برنامه راهبردی بازاریابی محتوا ترکیب شود. به هنگام دنباله روی از یک برنامه مشخص، لازم است از اینکه نتایج کارتان را به درستی می‌سنجید و دنبال می‌کنید، اطمینان حاصل کنید تا متوجه شوید چه کارهایی موثر واقع می‌شوند.

## خب، چطور آن را انجام می‌دهید؟

سایت «مشتری بعدی‌تان را فراهم کنید» از تکنولوژی UBM، اخیراً یک اطلاعات نگاشت تهیه شده توسط موسسه بازاریابی محتوا را مورد توجه قرار داده است که به مقایسه سئو با بازی تخته به نام سرخ... که یک بازی برپایه روش آزمون و خطاست، می‌پردازد. متاسفانه، این شیوه استفاده شده برای بررسی سئو معمولاً به معیارهای ثابتی منتهی می‌شود که هیچ پیشینی نسبت به مسیر رسیدن به برنامه‌ی راهبردی بازاریابی محتوا در اختیار ما قرار نمی‌دهد.

## مرحل مدیریت چالش‌های سئو

در این زمینه چند مرحله وجود دارد که می‌توان به واسطه آن‌ها به راحتی محتوای جدید و قدیمی را بهینه‌سازی نمود و در موتور جست‌وجو، پیش روی یک کسب و کار را تضمین کرد.

## مرحله ۱: سئو و بازاریابی محتوا را به عنوان شریک ببینید، نه رقیب.

در وهله اول، مهم است محتوایی انسانی همراستا با شخصیت فردی باشد و در واقع از سوی خوانندگان تایید شود. گرچه این روش به تنهایی برای جای گرفتن در جست‌وجوی اول گوگل کافی نیست. هنگامی که یک طرح کلی از موضوع خود مشخص شود، لازم است موارد دیگری نیز در نظر گرفته شود.

## • هدف بهینه‌سازی کدام کلمه یا کلمات کلیدی است؟

- لینک شدن با کدام منابع داخلی و یا خارجی اهمیت دارد؟
- از کدام تصاویر یا فیلمی برای پشتیبانی استفاده خواهد شد؟
- پس از انتشار محتوا برنامه بهینه‌سازی محتوا به چه ترتیبی است؟

اگر درک این موضوع که این مورد جدایی‌ناپذیر میسر گردد، مطمئناً نتایج عالی خواهند بود.

## مرحله ۲: به واسطه SEO audit، نشانه‌های حیاتی جمع‌آوری می‌شوند

معمولاً یکی از جوانبی که در مقوله موتور جست‌وجو نادیده گرفته می‌شود، جنبه فنی است.

تحقیق بر روی کلمات کلیدی و توجه به کلمات و عبارات بسیار مهم است. اما اگر وبسایت مشکل فنی داشته باشد، محتوای آن نمی‌تواند به بهترین نحو شایستگی خود را نشان دهد. این نشانه‌ها می‌توانند شامل:

- مشکلات دامنه
- بکلینک‌های بدون هدف و دردر ساز
- خطاهای نمایه‌سازی
- صفحات و لینک‌های خراب
- سرعت پایین بارگذاری سایت

انجام ارزیابی فنی سئو برای مشخص کردن مواردی که وبسایت مورد نظر در آنها جای بهبود دارد می‌تواند بسیار نجات‌بخش باشد و می‌تواند در کنار کلمات کلیدی منتخب قابلیت خود را به نمایش بگذارد.

## مرحله ۳: نمایش محتوای در زمان مناسب

راهبردی وجود دارد. محتوای بهینه‌سازی شده حول یک سری کلمات کلیدی مشخص قرار دارند، اما آیا واقعاً در یک موتور جست‌وجو از کلمات کلیدی تعیین شده به موثرترین شیوه استفاده می‌شود؟

چند توصیه کوتاه و کارآمد:

- وارد کردن کلمات کلیدی در سربرگ‌ها و بانویس‌ها، جایی که مناسب باشد

- پخش کردن کلمات کلیدی در سرتاسر متن محتوا
- اطمینان از اینکه کلمات کلیدی در متن جایگزین آمده باشند
- اجتناب از استفاده بیش از حد از کلمات کلیدی در یک متن! لازم است از کلمات کلیدی کمتری استفاده شود. در واقع این کار نتیجه عکس می‌دهد

## مرحله ۴: استفاده از ریج اسنپیت با هدف ارائه تمهیدات بیشتر

اکنون که گوگل پاسخ‌های دقیق‌تری را بر روی SERP عرضه می‌کند، عملاً افراد کمتری روی تبلیغات وبسایت‌ها کلیک می‌کنند. در نتیجه، رتبه اول بودن احتمالاً کافی نخواهد بود. ورود به position Zero (لینک ابتدایی و سرآغاز لینک‌ها در صفحه اول گوگل)

Position Zero به عنوان بلوک اسنپیت در بالای صفحه نتایج جست‌وجوی گوگل قرار دارد. در این باکس، می‌توان به خلاصه‌ای از پاسخ‌هایی دسترسی داشت که بیشتر جست‌وجو شده‌اند، برای مثال: یک لینک به یک صفحه، عنوان یک صفحه و آدرس یک صفحه. کتلین بوث نایب رئیس بازاریابی در IMPACT در رابطه با اینکه چرا باید برای رسیدن به position zero بهینه‌سازی کرد و چگونه می‌توان به آن دست یافت وارد جزئیات می‌شود.

## مرحله ۵: استفاده از سلاح مخفی: کارمندان

به هنگام برنامه‌ریزی برای بهینه‌سازی محتوای، از کارمندان و همکاران به عنوان سنده‌ترین روش به اشتراک‌گذاری غافل نشوید. از آنها بخواهید که لینک‌ها و مقالات‌تان را در شبکه رسانه‌های اجتماعی‌شان از جمله لینکدین، توئیتر و فیس‌بوک، پست کنند. اگر روابط شخصی یا کاری دیگری خارج از رسانه اجتماعی دارند، می‌توانند محتوا را به آنها نیز انتقال دهند. هرچه تعداد کلیک‌ها، دیده شدن‌ها و به طور کلی میزان فعالیت‌ها بیشتر باشد، احتمال اعتباربخشی و مفید شده شدن آن توسط گوگل بیشتر است.

منبع: impactbnd

## ۳ روش بازاریابان برای برقراری ارتباطات موثرتر



مترجم: علی اکبری

دیگر آن زمانی که بازاریابی مترادف با تبلیغات و رویدادهای بزرگ و ناهارهای مجلل بود، گذشته است و دیگر نمی‌توانیم خود را پشت این بهانه پنهان کنیم که توانایی تعیین میزان تاثیرگذاری کمپین‌ها را نداریم. زمان به سرعت گذشت و همه چیز تغییر کرده است. امروزه بازاریابان بیشتر بر مسائل درونی‌تر تمرکز دارند، به عمق نیازهای افراد نفوذ کرده و به دنبال نتایج هستند.

امروزه بازاریابان بیش از هر زمان دیگری پاسخگو و مسئولیت‌پذیر هستند. جان وانامیکر، سرپرست تبلیغات و پیشتاز بازاریابی می‌گوید: «نیمی از پولی که صرف تبلیغات کرده‌ام، به هدر رفته است، مساله این است که نمی‌دانم دقیقاً کدام نیمه به هدر رفته است.» یک قرن بعد ما چنین بهانه‌ای نداریم. انفجار اطلاعات، پیشرفت‌های تکنولوژیک و کاربرد ریاضیات پیچیده در این فضا، بدین معنا است که نسل بازاریابان نگرش‌گرا اکنون توانایی تصمیم‌گیری براساس نگرش‌هایی سالم را دارند و دیگر نیاز نیست به احساسات درونی وقعی بگذارند.

چالش امروز این نیست که بازاریابی هنر سیاهی باشد و اطلاعات اندکی در مورد نحوه کارکرد این روش سرمایه‌گذاری کسب و کار در دسترس باشد، مساله این است که حجم عظیم اطلاعات و داده‌ها می‌توانند بازاریابان را در خود غرق کنند و این به نوبه خود می‌تواند منجر به نتایجی اسفناک شود. من طی سال‌ها بررسی و ارتقای حوزه تاثیر بازاریابی، سه قانون اساسی‌ای را که باید در قلب استراتژی بازاریابی جای داد، کشف کرده‌ام:

## ۱. کانال‌های بازاریابی باید هماهنگ با هم کار کنند

ساختار کسب و کار بازاریابی سنتی صاحبان کانال‌ها و روش منحصربه‌فرد بازرگان رسانه برای اعلام موفقیت کمپین‌های تبلیغاتی خود، موجب ایجاد رابطه رقابتی شده است. تاکنون اطلاعات بسیاری درخصوص تحقیق و مقایسه کانال‌های رسانه‌های مختلف فراهم شده است که هر کدام بیان می‌دارد فلان کانال رسانه‌ای از دیگری بهتر است، البته، در واقعیت کانال‌های رسانه‌ای بر سر بودجه رقابت دارند اما اینکه یک کانال رسانه‌ای از لحاظ اصول بنیادین و کلی از رسانه دیگری بهتر باشد، کاملاً بی‌معنا است. قدرت واقعی یک کمپین بازاریابی زمانی هویدا می‌شود که ترکیبی از کانال‌های رسانه‌ای به کار بسته شده تا پیام برند به تمامی مشتریان بالقوه مخابره شود. پیام‌رسانی از طریق کانال‌های غیرمتنوع نسبت به استفاده از روش‌های بازاریابی چندکاناله تاثیر بسیار کمتری دارد. به ویژه که هر یک از کانال‌های رسانه‌ای نقاط قوت مختلفی را در چرخه خرید مشتری دارند.

بسیار واقعی یک کمپین رسانه‌ای به یک برند می‌شود. سایر کانال‌ها، مثل فضای اینترنت، تاثیرگذاری خود را مدیون ایجاد گفتمان هستند. این ابزارهای رسانه‌ای زمانی موثر واقع می‌شوند که به هنگام خرید، یک برند را به خاطر مصرف‌کننده بیاورند.

شاید کانال‌های رسانه‌ای با هم در رقابت باشند، اما باید در قالب یک تیم فعالیت کنند. از لحاظ سنتی، روش‌های اندازه‌گیری تاثیر و سودمندی بازاریابی همچون آزمون A/B و مدل‌های کمتر پیچیده اقتصادی، برهم‌کنش‌های کانال‌های رسانه‌ای را در نظر نمی‌گیرند.

این موارد کارکرد ایزوله یک کانال رسانه‌ای را مد نظر قرار می‌دهند، اما فاکتور مهم تاثیر متقابل را نادیده می‌گیرند، که اگر این فاکتور به درستی درک شده و تحت نظر قرار داده شود، می‌تواند به شکلی ملموس تاثیرات بازاریابی را ارتقا ببخشد.

ریاضیات راه حل را ارائه کرده است. اکنون مدل‌های پیچیده‌ای در سطح فردی مشتری تعریف شده‌اند که نه تنها بازاریابی می‌کنند بلکه خدمات دیگری نظیر زمان‌بندی، مرکب‌سازی کانال‌ها و درک بهینه سیر مشتری را ارائه کرده و به بازاریابان این امکان را می‌دهد تا خود را در زمان مناسب به ابزارهایی مناسب تجهیز کنند.

## ۲. تنها بر روی عملکرد کانال رسانه‌ای تمرکز نکنید

اغلب اوقات در جلسات با این دست جملات مواجه می‌شوید: «رسانه به کار ما نمی‌آید» یا «در زمان کریسمس، تلویزیون بسیار کارآمد بود.» اگرچه رسانه‌ای که برای انتقال پیام بازاریابی انتخاب می‌شود نقش مهمی در موفقیت یک کمپین دارد، اما این تنها یک بخش از معادله است. دانستن این مساله و ایجاد راه حل‌های نمایی‌ای که درک درستی از عملکرد را به‌دست دهند، شرط است.

کانال رسانه‌ای یا همان «حامل» پیام بازاریابی، تنها یکی از فاکتورهای کمپین است. که این فاکتور در ترکیب با عناصر دیگری نظیر پیام‌رسانی صحیح و خلاقیت موثر می‌تواند بازاریابی موفق را رقم بزند که به مشتریان هماهنگ بوده و آنان را مجاب به خرید می‌کند. تمام کانال‌های رسانه‌ای کارکردی هستند. تمام آنها می‌توانند بازگشت سرمایه خوبی داشته باشند، آگاهی از برند را افزایش دهند و البته تمام آنها می‌توانند در این مسیر شکست بخورند.

بازاریابی موثر مبتنی بر ترکیب چهار عنصر کلیدی است: پیام، خلاقیت، رسانه، موقعیت‌یابی استراتژیک.

تمام ابزارهای رسانه‌ای به شرطی کارکردی هستند که پیام شفاف، متناسب و گیرا باشد. فراگیری عناصر تاثیرگذار و دخیل در موفقیت بازاریابی، چالش‌برانگیز است. این مهم نیازمند به‌کارگیری تکنیک‌های مناسبی است که بینش کاملی را از نتایج کمپین فراهم نماید. برنامه تاثیرگذاری بازاریابی بایستی شامل موارد زیر باشد:

## تعیین حوزه تاثیر تجاری

• مدل‌های پیچیده‌ای که توانایی برقراری رویدادهای همزمان را داشته باشد و برهم کنش فاکتورهای تشکیل‌دهنده را از طریق مدل‌های اکونومتریک و رویه‌های داده‌ای فوق پیشرفته مد نظر داشته باشد.

• روش‌های سببی مستقیم همچون آزمون‌های A/B

دیدگاه مشتری

• دنبال‌کنندگان پاسخ که میزان آگاهی را مشخص می‌کند

• گروه‌های تحقیق و تمرکز برای بررسی عمیق پرسش‌ها

## پاسخگویی به مشتری

• تکنیک‌های عصب‌شناختی برای درک واکنش‌های احساسی ناخودآگاه به منظور بازاریابی خلاقانه

• برندها برای نهایت تاثیرگذاری باید بتوانند به تخصص‌های خارج از سازمانی دسترسی داشته باشند و برای دستیابی به هر یک از این بندها آژانس خاصی را به کار ببندند. بهترین انتخاب آژانس است که امکان همکاری هماهنگ و مستمر را ایجاد نماید.

## ۳. نیازهای کوتاه‌مدت خود را شناسایی کنید اما برای آینده طرح‌ریزی داشته باشید

۱۵ سال گذشته شاهد تغییر بزرگی در عرصه رفتار مصرف‌کننده و مصرف رسانه بوده است. عصر مصرف‌کننده، نامی که می‌توان بر روی ۹۰ سال اول قرن گذشته نهاد، موقعیت تمام عیاری را برای تولد برندهای سازمانی فراهم کرده است. طی این دوره، برندها توانایی دستیابی به مقیاس عظیمی از مخاطبان را داشته‌اند. امروزه، پیشرفت در زمینه تکنولوژی، راه‌اندازی اینترنت و خلق پلتفرم‌های رسانه اجتماعی، انتظارات، تجربه و رفتار مصرف‌کننده را متحول کرده است. در واقعیت تلویزیون، رادیو و رسانه‌های جمعی همچنان نقشی حیاتی در طرح‌ریزی‌های بازاریابی دارند، اما حقیقت چیز دیگری است.

برای مثال، تبلیغات سنتی تلویزیونی حامل موثر و بسیار خوبی برای انتقال پیام و خلاقیت است، اما هدف‌گذاری آن رو به تغییر است. به ویژه تلویزیون خطی سنتی را مخاطبان مسن‌تری که ۴۵ سال و بالاتر دارند، تماشا می‌کنند. این گروه بیش از هر زمان دیگری وقت خود را به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند. پس اگر برندنات ساختاری خطی داشته باشد و مخاطب‌تان مسن باشد، تلویزیون راه موثر و مناسبی برای برقراری ارتباط با مشتریان اصلی‌تان است.

هرچند مدارک حاکی از آن است که نسل جوان به میزان کمتری تلویزیون تماشا کرده و این روند سال به سال رو به افزایش است. پس اگر برندنات مخاطبان جوان‌تر را مورد هدف خود قرار داده است، بهتر آن است که یک کانال رسانه‌ای دیگر و مرتبط‌تر انتخاب کنید. عادات و رویه‌های مصرفی رسانه قابلیت برعکس شدن ندارند. ما نمی‌توانیم از نسل جوان انتظار داشته باشیم تا تلویزیون خطی تماشا کنند و روزنامه بخزند. پس بازاریابان باید علاوه بر انتقال بهینه پیام خود را به جدیدترین ابزارها مجهز کنند تا در صورت نیاز بتوانند کانال رسانه‌ای خود را تغییر داده و حوزه تاثیرشان را حفظ کنند. برندهایی که به فکر آینده خود هستند باید بتوانند به درک درستی از رسانه‌های دیجیتال برسند و کانال‌های جدید را با کانال‌های سنتی ترکیب نمایند تا نسل مصرف‌کنندگان جدید را به خود جذب کنند.

## ۳ کاری که حتماً باید انجام دهید

امروزه بازاریابان با بررسی عمیق و دقیق بودجه‌های بازاریابی و دیده‌بانی سرمایه‌گذاری‌ها، بیش از هر زمان دیگری توان قابلیت اندازه‌گیری و بهینه‌سازی فعالیت‌های‌شان را داشته و می‌توانند کمپین‌های قدرتمندی برگزار کنند. این مقاله، سه قانون اساسی‌ای که به هنگام اندازه‌گیری میزان تاثیر بازاریابی به کار می‌آیند، عنوان کرده است:

۱. نحوه کارکرد رویه‌های بازاریابی خویش را درک کرده و از طریق ترکیب کانال‌های رسانه‌ای با مخاطبان خویش ارتباط برقرار کنید.

۲. یک به یک المان‌های بازاریابی‌تان را مورد سنجش قرار دهید، این مساله تنها شامل کانال رسانه نمی‌شود، بلکه تمام جنبه‌ها را در بر گرفته و از همین رو موجب ایجاد درکی صحیح و دستیابی به بهینه‌سازی می‌گردد.

۳. توجه ویژه‌ای به مصرف‌کنندگان آینده‌تان داشته باشید و در خصوص نحوه ارتباط‌تان با آنها به آگاهی و تخصص برسید.

منبع: marketingweek

## رهبری

## ۱۳ ترس رهبران و نحوه غلبه بر آنها

مترجم: نیما جوادی

برخی از مردم دنیا عدد ۱۳ را عددی نحس و شوم می‌دانند و معمولاً در روز سیزدهم ماه بیش از پیش مراقب خود و محیط اطراف هستند. کارهایی مانند دوری از گربه‌های سیاه، نرفتن به سفر و عدم شرکت در فعالیت‌های گروهی از جمله اقدامات این روز هستند. حتی برخی این تاریخ را دلیل بروز برخی مشکلات مانند پنچر شدن لاستیک یا گم شدن موبایل خود می‌دانند.

ما درمانی برای خرافات نداریم، ولی با ترس‌های واقعی رهبران هنگام مدیریت یک تجارت آشنا هستیم. با مقابله و مبارزه با این ۱۳ ترس همین امروز خود را از چنگال آن‌ها رها کنید و به توصیه‌های کارشناسان توجه داشته باشید.

۱. **ترس: «تیم ما هماهنگ نیست»**

راه حل: برای ایجاد هماهنگی در یک تیم و سازمان، رهبر باید اهدافی انگشت‌شمار، قابل ارزیابی و یادآوری طراحی کند تا کارمندان وظایف و اهداف خود را از یاد نبرند. ساده باشید.

۲. **ترس: «عدم پیشرفت با تغییرات پرسرعت سالانه به صورت همزمان و یکنواخت»**

راه حل: رهبرانی که با موفقیت بر چالش‌ها غلبه می‌کنند، می‌دانند که راز این کار مدیریت هدفمند فرهنگ محل کار است. فرهنگ باعث تولید نتایج بزرگی خواهد شد، ولی یک شبه به دست نخواهد آمد. با افزایش چالش‌های خارجی، فرهنگ سازمان باید برای غلبه بر آن‌ها به صورت منظم تغییر کند.

۳. **ترس: «من توانایی تبدیل شدن به یک رهبر بزرگ را ندارم»**

راه حل: توانایی تنها با تجربه، تمرین و مطالعه مداوم به دست خواهد آمد. رهبران قدرتمند هرگز یادگیری را متوقف نمی‌کنند. آن‌ها برای افزایش قدرت رهبری خود دائماً در حال یادگیری مهارت‌های جدید و به کارگیری آن‌ها در تجارت و کار هستند.

۴. **ترس: «کارمندان به هدف شرکت اعتقادی ندارند»**

راه حل: ایجاد هماهنگی و تضمین وفاداری کارمندان به اهداف شرکت و تقویت تعهد به هیچ عنوان کار ساده‌ای نیست. رهبران باید استفاده از مسئولیت‌پذیری مثبت تصویری از موفقیت ارائه کرده و ارتباطات سازنده را حفظ کنند.

۵. **ترس: «خدمات، محصولات و قیمت رقبا بهتر از ما است»**

راه حل: گاهی برخی شرکت‌ها با محصولات و استراتژی‌های خوب موفق نمی‌شوند. یک سازمان تنها با تکیه بر محصول و خدمات خود به بهترین سازمان تبدیل نمی‌شود. آن‌ها بهترین هستند چون فرهنگ قدرتمندی دارند. در نهایت، برای غلبه بر رقبا به نیروی کار و شرکنی هماهنگ، خلاق و متمرکز نیاز دارید.

۶. **ترس: «ما قادر به تغییر ذهنیت‌های قدیمی خود نیستیم»**
راه حل: تمام کارمندان یک سازمان براساس تجربیات و احساسات خود دارای اعتقادات خاصی هستند. اعتقادات، مانند عادت‌های قدیمی، به سختی تغییر خواهند کرد – ولی غیرممکن نیست. چطور؟ تغییر ذهنیت با درخواست بازخورد و خلق تجربیات جدید آغاز می‌شود.

۷. **ترس: «تیمم به من به عنوان یک رهبر اعتماد ندارد»**

راه حل: جلب اعتماد کارمندان کار ساده‌ای نیست. رهبران بزرگ از طریق مشارکت، همفکری و تعامل با کارمندان به تدریج اعتماد آن‌ها را به دست می‌آورند.

۸. **ترس: «تاوانی در جذب یا استخدام افراد مناسب جهت دستیابی به اهداف با سرعت و کیفیتنی عالی»**

راه حل: شما باید کاری را انجام دهید که اکثر مدیران استخدام به آن بی‌توجه هستند: ارزیابی صلاحیت و شایستگی اخلاقی یک کارمند و سپس توجه به مهارت‌ها. به این ترتیب سرعت استخدام افزایش یافته، نتیجه سریع‌تر حاصل شده و به نهایت پتانسیل دست پیدا می‌کنید.

۹. **ترس: «فرهنگ من باعث جذب یا حفظ نیروی کار جوان نمی‌شود»**

راه حل: این ترس، با وجود نیروی کار بانگیزه و جوان، بسیار منطقی است. شما باید با شفاف‌سازی اهداف شرکت و همچنین ارائه چالش و فرصت رشد، کارمندان جوان و بااستعداد را جذب کنید.

۱۰. **ترس: «ما قدرت مدیریت فرهنگ را نداریم، چون فرهنگ نامعلوم است»**

راه حل: افسانه فرهنگ نامعلوم، با اینکه رهبر قدرت تاثیرگذاری مستقیم بر فرهنگ و تغییر آن را ندارد، باعث پسرقت شرکت شما خواهند شد. از نظرات کارشناس استفاده کنید و به این افسانه‌ها بی‌توجه باشید.

۱۱. **ترس: «افزایش سرعت تولید محصولات جدید بدون قربانی کردن کیفیت»**

راه حل: در تجارت، مانند زندگی، مردم از کاه، کوه خواهند ساخت. پس کار شما به عنوان یک راه حل یافتن ساده‌ترین راه حل برای پیچیده‌ترین مشکلات است. در این مورد، رهبران می‌توانند با ایجاد انتظارات شفاف و نتایج قابل ارزیابی از ابتدای کار، باعث افزایش سرعت و کمیت بدون نابودی کیفیت شوند. با انجام یک بررسی دقیق از اهداف رشد، انتظارات خود را براساس آن‌ها تنظیم کنید.

۱۲. **ترس: «من بهترین کارمندانم را از دست خواهم داد»**

راه حل: از دست دادن یک کارمند خوب باعث آسیب به شرکت خواهد شد. کلید حل این مشکل، ایجاد یک فرهنگ مناسب جهت تقویت رشد افراد خواهد بود تا به این ترتیب کارمندان از طریق برنامه‌ریزی مداوم به نهایت پتانسیل خود برسند و هرگز به ترک شرکت فکر نکنند.

۱۳. **ترس: «ما به اهداف خود نخواهیم رسید»**

راه حل: در واقع اکثر کارمندان، از مدیران ارشد تا کارمندان ساده، به دنبال کسب نتیجه و سود هستند. هنگامی که این علاقه در میان آن‌ها وجود ندارد، باید به دنبال شفاف‌سازی اهداف شرکت باشید. نحوه غلبه بر این ترس بسیار ساده است: سه یا چهار هدف کلیدی شرکت را شفاف‌سازی کنید. به این ترتیب تمرکز به تیم بازگشته و انرژی خود را صرف مسائل مهم و ارزشمند خواهند کرد.

منبع: inc

مترجم: مریم امیری‌خواه

مالکوم گلدول، نویسنده و پادکستر معتقد است که افراد خلاق و کارآفرین همواره باید قابلیت انطباق‌پذیری را در خود زنده نگه دارند و از تمام فرصت‌های ممکن استقبال کنند.

مالکوم گلدول، مالک یکی از بانفوذترین برندها در رسانه‌ها است، اما او هرگز، علی‌رغم تمام این موفقیت‌ها از تلاش دست نکشیده است. مولف کتاب‌های پر فروش «در یک چشم به هم زدن» و «نقطه اوج» و یکی از نویسندگان نیویورکر می‌گوید که «من همواره در حال تغییر نظر و به روز کردن خودم هستم. شاید برای‌تان این سوال پیش بیاید که چطور آدمی مانند من که مدام نظرش تغییر می‌کند، می‌تواند برندی تعریف شده و جاافتاده را ارائه بدهد؟» گلدول به افراد خلاق توصیه می‌کند که قابلیت انطباق‌پذیری خود را همواره زنده نگه دارند و از تمام فرصت‌های ممکن استقبال کنند. همین طرز فکر مشوق گلدول برای تولید پادکست بوده است. تولید پادکست در وهله اول جنبه تفریحی برای گلدول داشت، اما اجرای او با عنوان «تاریخ تجدیدنظرطلبان»، بعد از سه فصل همچنان در صدر فهرست قرار دارد. هر قسمت درباره «سهوفه‌ها و چشم‌پوشی‌ها» است که توسط شرکت پادکست پانوبلی تولید می‌شود. گلدول در این مصاحبه با ما از طرز فکرش درباره بهرهوری، رشد و ترقی خودش و ضرورت متعادل کردن ایده‌ها در زمان اجرا صحبت می‌کند.

سوال: گفته‌اید که تولید پادکست را زمانی شروع کردید که برای نوشتن کتاب بعدی‌تان دفع‌الوقت می‌کردید. برای خوانندگان ما مایه دلگرمی است که فردی به فعالی و پرکاری شما هم در انجام دادن کارهایش دست دست می‌کند.

جواب: هرچه پیرتر می‌شوم، بیشتر قدر زمان را می‌دانم. اگر برای تولید اثری خلاقانه عجله کنید، مطمئن باشید که نمی‌توانید تمام انتظارات را برآورده کنید. هرچه بیشتر فکر کنید، زندگی‌تان بهتر می‌شود و اثر بسیار بهتری را خلق خواهید کرد، بنابراین آن چیزی که روی آن کار می‌کنم، در این فرصت تعلل کردن از سوی من فرصت پیدا می‌کند تا قدری نفس بکشد و پخته‌تر شود.

سوال: نکته بارزنی است، چون بسیاری از مردم فکر می‌کنند که اگر کاری که انجام می‌دهند، به سرعت به نتیجه نرسد، هرگز نمی‌توانند ثمره تلاش‌های خود را ببینند. جواب: کاملاً درست است. درباره کارتان باید متواضع باشید. مشکل تقریباً همواره بزرگ‌تر از شما است، بنابراین با یک حمله نمی‌توانید بر آن پیروز شوید. باید یاد بگیرید برای مشکلاتی که با آنها دست و پنجه نرم می‌کنید، احترامی را که شایسته آنها است، قائل شوید. بخشی از این احترام ایجاب می‌کند که متوجه شوید، این کاری که مشغول انجام آن هستید، غیرممکن است که ظرف شش ماه تمام شود. پس

بهتر است راهی را پیدا کنید که بتوانید این مسئله را ظرف یک یا دو سال حل کنید.

سوال: در بسیاری از نوشته‌های خود، به ارائه راه‌حلهایی برای مشکلات نادیده گرفته شده پرداخته‌اید، برای مثال در مقاله «افسانه استعداد» در نیویورک نشان داده‌اید که شرکت‌ها با پرورش دادن و ارتقای نوع اشتباهی از کارکنان چگونه به خودشان آسیب می‌زنند. خوانندگان ما می‌خواهند چنین مشکلاتی را تشخیص دهند، اما یافتن این مسائل نادیده گرفته شده چندان راحت نیست. شما چطور این کار را انجام می‌دهید؟

جواب: نکته مهم این است که همواره از بیرون به مسائل و شرایط خودتان نگاه کنید. عجیب نیست که در هر زمینه‌ای افرادی می‌توانند به خلاقانه‌ترین و نوآورانه‌ترین موفقیت‌ها دست پیدا کنند که از بیرون به موضوع نزدیک می‌شوند. این غریبه کردن خود با شرایط، نقطه نظر

جدید و تازه‌ای را در اختیارتان قرار می‌دهد. موضوع دیگری که در زمینه خلاقیت و نوآوری چندان به آن پرداخته نشده است، این است که هر بدعتی تا چه اندازه با ویژگی‌های یک نسل هماهنگی دارد. غالباً پیش می‌آید که نسل اصلی در زمان رخ دادن یک تغییر، دیگر در موضع قدرت قرار ندارد. و نسل جدید نیز ایده‌های بکر و جدید خاص خودش را دارد. برای مثال نتیجه مطالعه موردی انجام شده درباره تلفن جالب بود، بازاریابی تلفن یک شکست کامل بود، چون مبدعان این اختراع از نسل تلگراف بودند. این نسل تکنولوژی تلفن را درک کرده بود، اما جای آن را در جامعه نمی‌شناخت. بنابراین تلفن ۳۰سال در رکود و بی‌توجهی بژمرد، تا آن که تمام فرزندان تلگراف جای خود را به نسل جدیدی دادند که هیچ خاطره‌ای از تلگراف نداشت و بنابراین مجموعه فرضیات از پیش تعریف شده آنها را محدود نمی‌کرد.

سوال: مقاله‌ای درباره «اکتشاف همزمان» نوشته بودید که در آن گفته بودید، چند فردی که هیچ ارتباطی با هم ندارند، همزمان ایده‌های نوآورانه یکسانی در سر دارند. برای مثال دو نفر در یک زمان علم حساب را ابداع کردند یا دو نفر دیگر عکس رنگی را اختراع کردند. اما با توجه به اینکه کارآفرینان خودشان را صاحب فکر و ایده می‌دانند، این بینش چه کمکی می‌تواند به آنها بکند؟

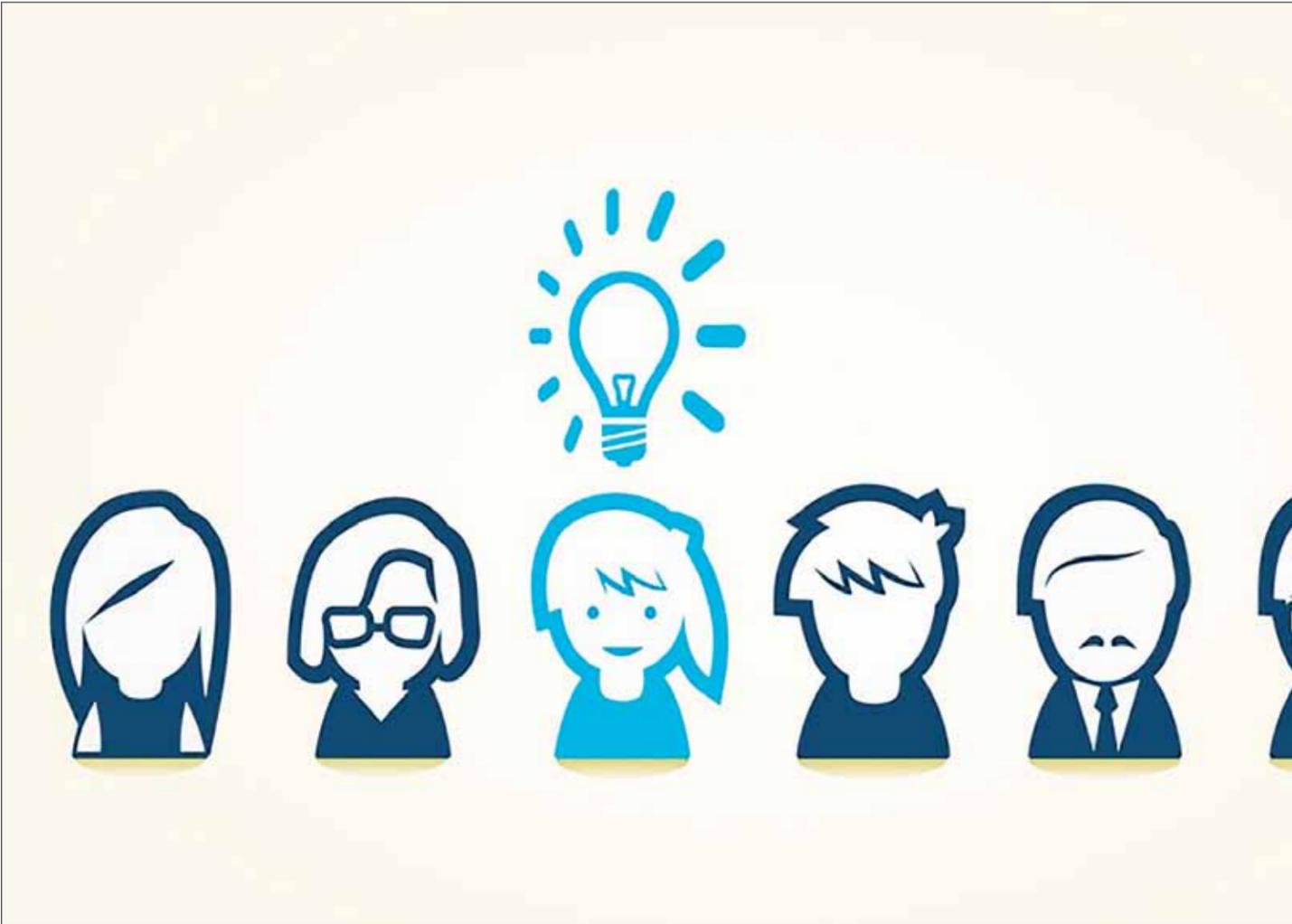
جواب: این طرز فکر دو فایده دارد. اول اینکه اهمیت تواضع را به شما یادآوری می‌کند، متوجه می‌شوید که نباید خودتان را تنها فردی در جهان بدانید که این فکر به ذهنش رسیده است و به خودتان یادآوری می‌کنید که همان اندازه که شما صاحب فکر و ایده‌های‌تان هستید، جهان خارج نیز در این ابداع شما نقش دارد. فایده دوم چنین نگرشی این است که اهمیت اجرا و پیاده‌سازی ایده‌ها را به شما خاطرنشان می‌کند. شاید ایده‌های ضعیف و پیش پالافته باشد، اما یک اجرای قوی آن را به حد اعلا می‌رساند. فقط به این دلیل که فکر جست‌وجو کردن همزمان به ذهن ده‌ها، صدها و هزاران نفر خطور کرده است، نمی‌توانیم بگوییم که بنیانگذاران گوگل نابغه نیستند.

سوال: کاملاً درست است، چون افرادی که ما به عنوان بزرگ‌ترین نوآوران تاریخ می‌شناسیم، اجراکنندگان فوق‌العاده‌ای نیز بوده‌اند. جواب: بله به عنوان یک نویسنده کاملاً به این موضوع واقفم. بسیاری از موضوعاتی که من درباره آنها می‌نویسم، تا به حال میلیون‌ها بار درباره آنها نوشته شده است، اما شیوه بازنندیشی این ایده‌ها و شیوه بیان آنها است که ارزش مضاعفی را به این ایده‌ها داده است. تکرار کردن موضوعات پیش‌گفته به هیچ وجه اهمیت موفقیتم را کمتر نمی‌کند و علی‌رغم تمام این تکرارها احساس می‌کنم، کاری که انجام داده‌ام، باز هم مهم و احترام‌برانگیز است.

سوال: شکی نیست که موفق شده‌اید روش کاملاً متمایزی را برای بیان ایده‌های‌تان پیدا کنید. دوست دارم بدانم این کار چقدر آگاهانه

توصیه مالکوم گلدول به کارآفرینان

# تک‌بعدی نباشید



بوده است. آیا خودتان را مالک یک برند شخصی می‌دانید؟

واقعاً این طور فکر نمی‌کنم. افرادی که کار خلاقانه انجام می‌دهند، اگر خود را در قید و بند تعریف گرفتار کنند، دستت به عمل بسیار خطرناکی زده‌اند. حتی اگر این تعریف، تعریف درستی باشد، افکاری را که در سر دارید، محدود می‌کند و شما را مقید می‌کند. من زیر بار چنین محدودیتی نمی‌روم و دوست دارم وانمود کنم که با تمام موجودیت‌های این کره خاکی تفاوت دارم. البته مشخص است که این فکر درست نیست، اما بسیار مفید و مفیدتر از آن است که تمام فکرهایم را دقیق و طبق تعریف پیش ببرم.

سوال: یعنی هیچ وقت فکر نکرده‌اید که کاری را انجام دهید و بعد به خودتان بگویید که این کاری نیست که شتون‌گانم از من توقع داشته باشند؟

جواب: فکر نمی‌کنم کار درستی باشد که خودتان را در قالب انتظارات مخاطبین‌تان دربریاورید. مردمی که به شما گوش می‌کنند، چون شما را دوست دارند، به شما گوش می‌دهند، نه به این دلیل که شما شبیه آنها هستید یا اینکه می‌خواهند سلیقه خاص خودشان را در یک صفحه یا یک پادکست پیدا کنند. مردم کنجکاو و مشتاقند. مشکل من با اکثر تحقیقات بازاریابی همین است، بازاریابان تمایز بین این دو را سبک و سنگین نمی‌کنند؛ یک حالت وضعیتی است که شما آن چیزی را به یک فرد می‌دهید، که دقیقاً خواسته او است؛ در وضعیت دیگر فرد نمی‌تواند خواسته خود را به وضوح تبیین کند، اما شما در موقعیتی هستید که می‌توانید آنها را با یک هدیه یا شگفتی خوشحال کنید. واقعیت این است که من در کسب و کار تقدیم هدیه یا شگفتی هستم.

سوال: با ایسن توصیف کاری را که انجام می‌دهید، چطور تعریف می‌کنید؟ آیا فیلتر یا روشی برای بررسی فرصت‌ها دارید تا با استفاده از آن به خودتان بگویید که «خب، این فرصت برای من مناسب است؟» جواب: جالب است بدانید که تولید پادکست بخش اعظم ذهنیتام را درباره کاری که انجام می‌دهم، تغییر داده است، چون من در جهانی دست به کتکاش زده‌ام، که قبلاً هرگز فکر نمی‌کردم که در آن جرات اظهار نظر داشته باشم. امروز کاری را انجام می‌دهم که بیشتر از تمام فعالیت‌های معمول مبتنی بر همکاری است، برای تولید پادکست باید با سردبیر و صدابردار و افراد متعدد همکاری کنم. به علاوه شیوه رفتار و برخوردم با دیگران کاملاً تغییر کرده است، این بار باید به قدرت نفوذ صدام، نه قلمم متکی باشم. تولید پادکست را فقط به این خاطر شروع کردم که بهترین دوستم یک شرکت پادکست را اداره می‌کرد و به شوخی به من گفت: «تو چرا این کار را امتحان نمی‌کنی؟» من هم بسا خودم فکر کردم، چرا که نه؟ تصور نمی‌کردم که این کار بیشتر از یک ماه طول بکشد و دوباره آن را تکرار کنم. زمانی که متوجه بخت و اقبال نهفته در زمینه‌هایی مانند پادکست می‌شوید، باید خودتان را از قید و بند قواعد دست و پا گیر رها کنید. سعی کردم یک نمایشنامه بنویسم، هرچند موفق نشدم، اما کار بسیار جالبی بود و از انجام دادن آن پشیمان نیستم. کارهایی را انجام داده‌ام که هیچ وقت فکر نمی‌کردم مهم‌ترین کار این است که هرگز تصمیمی برای خودتان نگیرید که انتخاب‌های‌تان را محدود کند. خودانگاره‌ها و تصوراتی که از خودمان داریم، محدودیت‌های قدرتمندی را بر ما تحمیل می‌کنند. هنگامی که در صدد تعریف خود برمی‌آیید، خودتان را از فرصت‌های تغییر محروم می‌کنید. به نظر من اگر بیشتر از ۸۵ سال ندارید، چشم بستن به روی فرصت‌های تغییر احقمانه‌ترین کاری است که می‌توانید در حق خودتان انجام دهید.

منبع: entrepreneur

گفت و گو با دکتر جعفر رضوی

## کار آفرینی در خدمت سلامت زنان

رو در این حوزه داشته باشیم. به صورت خلاصه و جمع‌بندی شده و در یک جمله بخوام مطرح کنم ما هدفمون از روز اول این بود که در حوزه سلامت زنان در منطقه و خارج از مرزهای ایران و در منطقه خاورمیانه به عنوان شرکت برتر در حوزه سلامت زنان باشیم یعنی اگر در ایران کسی در حوزه سلامت زنان احتیاج به کالا و راهتمایی داشت اول شرکت ما تو ذهنش مرور بشه و همچنین این اتفاق در منطقه بیفته. این در واقع سباز و کاری بود که ما از روز اول برای شرکت و هدفمون و به اصطلاح مانیفست سازمانی مون انتخاب کردیم و امیدوارم که در آینده نزدیک بهش برسیم.

**به عنوان یک کارآفرین تا چه اندازه خلق فرصت‌های شغلی جدید و میدان دادن به جوان‌ها براتون مهم بوده یا اینکه به صورت اتفاقی شکل گرفته یا به این مسئله فکر کردین و ایده داشتین؟**

این همون نکته‌ای هست که همه این سال‌ها دوست داشتم بگم و هیچ‌وقت فرصتش پیش نیومده و خب «فرصت امروز» این فرصت رو امروز در اختیار من قرار داد. اینکه واقعا بهره‌مندی از جوون‌ها در کار چقدر ایده بنده بوده و یا اینکه اتفاقی صورت گرفته باید بگم که همین الان تمام همکاری که کنار من هستند و دارند کار می‌کنن در حوزه‌های مختلف شرکت همگی به لحاظ سنی از من کوچک‌تر هستند و متولدین انتهایی دهه ۶۰ و ابتدایی دهه ۷۰ هستند. از روز اول برای من بسیار مهم بود که بتونم نقش خودم رو در تربیت جوان‌هایی که کنار من قرار می‌گیرند ایفا کنم. خیلی از همکاران من وقتی که کاری رو شروع می‌کنن به دنبال آدم‌های حرفه‌ای در این حوزه می‌گردن و سعی می‌کنند که آدم‌هایی رو پیدا بکنند که حرفه‌ای هستند. ولی من با افتخار می‌گم برعکس همه همکاران، از روز اول کسانی رو به کار دعوت کردم که آدم‌هایی کاملا بی‌تجربه در این حوزه بودند و باید روی اون‌ها سرمایه‌گذاری می‌کردم تا به اون جایگاهی که ایده‌آل من بود برسند و خدا رو شاکرم که این رو اعلام کنم که همه عزیزانی که الان در کنارشون هستم هم‌زمان با شرکت رشد کردند و به درجات بسیار خوبی رسیدن. در واقع امروز یک شرکت جوان ولسی با تجربه کارش رو داره جلو می‌بره و آرزو دارم همه همکاری که در کنارشون هستم همیشه موفق باشند.

**در مسیری که فعالیت می‌کنید با چه مشکلات و چالش‌هایی درگیر هستید و چه پیشنهاداتی رو خطاب به مسئولین دارید؟**

یه اتفاقی که متأسفانه توی مملکت ما در حوزه فعالیت اقتصادی میفته این هستش که نهادهای مرتبط با کارآفرینان هیچ‌وقت کسانی که در این حوزه فعالیت می‌کنند را درست حمایت نمی‌کنند. ما معمولا برای پیشبرد کار دست‌اندا‌های زیادی داریم نه تنها کمتر می‌بینیم که نهادهای و ارگان‌های مختلف سعی بر تسهیل روند کارآفرینی و تجارت داشته باشند، که اتفاقاً عکس این قضیه بیشتر اتفاق میفته. در واقع این قدر پیش روی شما چالش و موانع وجود دارد که گاهی آدم از هدف اصلیش دور میشه و بیشتر به حواشی می‌پردازه تا به اصل ماجرا. من فکر می‌کنم ما به عنوان یک کمپانی که در حوزه تکنولوژی‌های پزشکی فعالیت می‌کنیم و تکنولوژی‌های روز رو وارد ایران می‌کنیم، باید تمام فلسفه‌مون این باشه که بهترین تکنولوژی رو انتخاب کنیم و در اختیار مردم و پزشکان قرار بدیم و اون‌ها رو آموزش بدیم و بتونیم از اون‌ها بهترین بهره‌وری رو داشته باشیم در حالی که هر روز دغدغه من این هست که چه کار کنم که بتونم مجوز ورود راحت‌تری بگیرم یا بتونم برای واردات تسهیلات بیشتری رو دریافت کنم.

متأسفانه این موانع روز به روز هم بیشتر میشه و اگر مسئولان راهی نیندیشند و همچنان تلاش بکنند که کارها رو به جای تسهیل امور سخت‌تر بکنند، مطمئن باشید که در آینده نزدیک ما از مسیرمون دور خواهیم شد و نه من که همه فعالان اقتصادی و ضررش به جامعه و مردم خواهد رسید. فضایی که امروز بر جامعه و کشور حاکم هست فضای خوبی نیست و به نظر منیاد که مسئولین دغدغه حل مشکلات فعالان اقتصادی رو داشته باشند.

که تکنولوژی‌های جدید رو وارد کشور بکنیم، باید بگم که در دنیا روی این موضوع داره خیلی کار میشه به خصوص در کشورهای پیشرفته توجه به تکنولوژی‌های جدید و استفاده از اون‌ها در سلامت زنان بسیار پر رنگه.

خوشبختانه در سال‌های اخیر با تلاش‌هایی که صورت گرفته با فرهنگ‌سازی‌های که اتفاق افتاده تونستیم این تکنولوژی‌ها رو وارد ایران هم بکنیم. نمی‌گم که در بالاترین سطح حضور تکنولوژی در سلامت زنان در ایران هستیم ولی پیشرفت‌های بسیار خوبی داشتیم. حقیقتاً خیلی از دنیا عقب نیستیم و تونستیم تکنولوژی‌های جدیدی که کمترین عوارض جانبی و بالاترین افیکسیسی رو برای خانم‌ها دارند رو وارد کشور کنیم و ازشون استفاده کنیم. به نظر میاد که ایران الان در جایگاه خوبی است و می‌بایستی که همین‌طور به تلاشمون ادامه



بدیم و دولت و وزارت بهداشت هم اگر حمایت بکنه ما واقعاً چیزی رو عقب نیستیم.

**آقای دکتر همه کمپانی‌های بزرگ دنیا یک بیانیه مأموریتی رو برای خودتون مدون می‌کنن، این بیانیه برای شما و شرکت شما به چه شکلی تنظیم شده؟**

از روز اولی که من و همکارانم تصمیم گرفتیم شرکتی رو در حوزه سلامت زنان تأسیس کنیم خیلی روی فلسفه وجودی شرکت و روی مانیفست شرکت فکر کردیم. خیلی توجه کردیم که چه ساز و کاری پیش روی خودمون قرار بدیم که بتونیم شرکت موفق و فعالیت موثقی

به درمان کمک می‌کنند و خانم‌ها می‌تونن بدون نیاز به جراحی درمان بشوند و به زندگی عادی خودشون ادامه بدن.

در بحث‌های جراحی و لاپاراسکوپی هم سیستم‌های پیشرفته برای اتاق‌های جراحی که با روش‌های کمتر تهاجمی بشه عمل‌های مربوط به زنان رو انجام داد.

در حوزه زیبایی زنان تکنولوژی‌های بسیار جدیدی رو به کار گرفتیم. خصوصاً استفاده از رادیوفرکونسنسی در درمان مشکلات مختلف واژن و زیبایی زنان با کیفیت و افیکسیسی بسیار بالا. در بحث‌های نازایی و درمان نازایی نیز یک سری تکنولوژی‌ها و سیستم‌هایی که بتونن در تشخیص علت نازایی و درمان اون کمک بکنند، بنابراین سعی می‌کنیم در سطوح مختلف مسائل مربوط به زنان و زایمان بتونیم راه‌حل‌های خوبی داشته باشیم.

دکتر جعفر رضوی از کارآفرینان جوانی است که با وجود تحصیلات در رشته پزشکی فعالیت حرفه‌ای خود را در زمینه معرفی و وارد کردن آخرین تکنولوژی‌های حوزه سلامت زنان متمرکز نموده است. فعالیت اقتصادی او از این لحاظ درخور توجه است که در عرض زمانی کوتاه موفق به راه‌اندازی چندین شرکت خدماتی و بازرگانی در این حوزه شده و توانسته است بیش از ۵۰ فرصت شغلی برای جوانان کشور ایجاد کند. در زیر گفت‌گویی «فرصت امروز» با ایشان را می‌خوانید.

**چه شد که به عنوان یک پزشک فعالیت تجاری را انتخاب کردید؟**  
در خانواده‌ای که در آن بزرگ شدم پزشکانی اطراف من بودند که همیشه این رو در ذهن من گنجانده و تثبیت کردند که پزشکی یک حرفه مقدسه و برآش تقدس زیادی قائل بودند. اینکه شما به سلامت جامعه کمک بکنی اینکه با برقراری سلامت مردم در شادی اون‌ها نقش داشته باشی، بسیار امر پسندیده و مقدسه و این همیشه تو ذهن من بوده که پزشکی نباید برای من یک شغل درآمدزا باشه، نباید اون رو به عنوان یک شغل قلمداد کنم.

زمانی که تصمیم گرفتم پزشکی رو ادامه بدم تو ذهنم بود که برای دل خودم این کار رو انجام بدم و از طریق پزشکی به مردم و سلامت جامعه کمک کنم. من همیشه تو ذهنم این بود که درآمدزایی و هزینه‌های زندگی رو از راه دیگری در کنار پزشکی تأمین کنم. سرانجام هم این اتفاق افتاد یعنی همون چیزی که همیشه تو ذهنم بود. تصمیم گرفتم که برای گذران زندگی یک فعالیت اقتصادی رو شروع کنم که خب بی‌ارتباط هم نبود با پزشکی و خوشحال هستم که این اتفاق افتاد و تونستم هم پزشک باشم و هم فعالیت اقتصادی رو در کنار پزشکی ادامه بدم.

**چرا در فعالیت اقتصادی تون به صورت تخصصی روی سلامت زنان کار می‌کنید؟ دلیل این انتخاب چه بوده؟**

زمانی که می‌خواستیم این کار رو شروع کنیم تحقیقات زیادی کردم. به این دلیل که اصولاً دوست دارم کاری رو انجام بدم که کار نوبی باشه و بتونم اثرگذار باشم. وقتی متوجه شدم سلامت زنان و حوزه زنان و زایمان متأسفانه در ایران بسیار مهجور است و اصلاً کسی بهش توجه نکرده، نه دولت و نه وزارت بهداشت و همیشه این حوزه با اینکه بخش بسیار مهمی در بیمارستان‌ها و مراکز درمانی است، کمتر مورد توجه بوده، در حالی که همه جوامع روش نظر دارند. اما به لحاظ تکنولوژی متأسفانه ایران عقب بود و به خاطر همین فکر کردم که باید کاری رو انجام بدیم که بتونیم این حوزه رو پیشرفت بدیم و خوشحالم که بعد از گذشت چند سال این اتفاق داره می‌افته، تکنولوژی به روز داره وارد کشور میشه و این حوزه یک مقداری داره تقویت میشه. ضمناً فراموش نکنیم سلامت زنان نقش بسیار مهمی در سلامت جامعه داره و نقش بسیار سازنده‌ای در سلامت خانواده‌های ما و حفظ و بقای جامعه ما ایفا می‌کنه. این یک شعار نیست، این یک واقعیه که متأسفانه کمتر بهش توجه شده بود.

شرکت تسنیم بهبود آرمان داره سعی می‌کنه در حوزه‌های مختلف زنان و زایمان تکنولوژی‌های به روز رو بیاره، اینکه می‌گم در حوزه‌های مختلف، خود زنان زایمان تخصص‌های مختلفی داره که هر کدام می‌تونه تکنولوژی‌های خاص خودش رو داشته باشه، مثلاً پرینوتالوژی که به نوعی میشه مراقب از مادر و جنین که خودش شامل یک سری سیستم‌هایی است که در طول دوره بارداری مادر رو فالوآپ می‌کنن، کمک می‌کنن به سلامت مادر و یک سری تکنولوژی‌هایی رو داریم برای زمان تولد نوزاد برای کاهش درد مادر و زایمان بدون درد با کمترین میزان تهاجم به مادر و همچنین برای پس از دوران بارداری.

در بحث سرطان‌های زنان سیستم‌هایی رو داریم برای تشخیص زودهنگام و جلوگیری از پیشرفت سرطان‌های زنان، همچنین بحث‌هایی که خانم‌ها خیلی درگیر اون هستند نظیر یوروگاینتوکولوژی که بیشتر موارد مربوط به بی‌اختیاری‌های ادراری است سیستم‌هایی رو داریم برای تشخیص چربی موضوع و تکنولوژی‌های بهره‌وری داریم که

یکی از مسائلی که در حال حاضر در جامعه مهم هست بحث سکسولوژی هست که تونستیم یک سری تجهیزات رو از وزارت بهداشت مجوز بگیریم برای درمان مشکلاتی که ممکن هست زندگی زناشویی زوج‌ها رو دچار اختلال بکنه که این رو هم تونستیم در خدمت بیماران قرار بدیم.

**نقش تکنولوژی‌های جدید در ارتقای سلامت زنان رو تا چه اندازه مهم می‌بینید؟**

اگر جامعه‌ای می‌خواد رو به رشد باشه باید همگام با تکنولوژی جلو بیا. به عنوان کسی که به هر حال هر روز با همکارانم داریم می‌گردیم

**دادنامه**

تاریخ: ۹۷/۵/۱۵ شماره پرونده: ۷۰۰۱۷۹۷ شماره دادنامه: ۸۴۴۷/۹۷ خواجه‌زین العابدین کلملی گلپدری ادرس شهرستان قدس خیابان قدس خیابان استقلال ب ۵۴ خواجه‌امیر احمدی ادرس مجهول امکان خوانسته‌مطلبه وجه گردشکار: خواجه‌زین العابدین ادرس خوانسته فوق به طریقت خوانده تقدیم داشته که پس از رجوع به این حوزه و ثبت به کلاس فوق و جری تشریفات قانونی و اعلام نظریه انضای شورای حل اختلاف این حوزه به نظر قضاتی شورا رسیده شده است. علینها با ملاحظه جمع مستندات قضایی پرونده ختم رسیدگی را اعلام و بانکال به ذات بارته‌هایی و تکیه بر وجدان و شرف انسانی ختم رسیدگی را اعلام و بشرح ذیل مجارت به صدور و اعلام رای مینماید.

**رای قضاتی شورا**

در مورد دادخواست زین العابدین کلملی طریقت اسیر احمدی بخوانسته مطالبه وجه یک فقره رسید عادی به میزان سه میلیون تومان شورا با عنایت به دادخواست تقدیمی خواهان و استماع اظهارات وی و اینکه مستند دعوی مستند به خوانده و امضاء ایشان بوده و وجود سند در يد خواهان ظهور بر اشتغال شمه خوانده و اادارد و علی رغم ابلاغ از طریق نشرالگهی خوانده در جلسه رسیدگی حضور نداد و لاوجه دفاعیه نیز مینوی بر مراتب شمه خوش ابراز نموده است لذا شورا خوانسته خواهان را موجه دانسته و مستنداً به مواد ۱۲۵۷ بند ۱ ماده ۱۲۵۸ و ۱۲۸۲ از قانون مدنی و مواد ۱۹۸ و ۱۹۹ از ۵۲۲ و ۵۱۹ از قانون آیین دادرسی مدنی و مواد ۲۵۹ و ۲۷ از قانون شورای حل اختلاف حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۳۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال بعنوان اصل خوانسته و مبلغ ۱۱۸۰۰۰۰۰۰ ریال بعنوان هزینه دادرسی و هزینه تاخیر نادیه از زمان تقدیم دادخواست ۹۷/۳/۱۹ تا زمان وصول در حق خواهان صادر و اعلام مجارت‌رای صادره غلبی بوده و ظرف ۲۰ روز از تاریخ ابلاغ قایل واخواهی در این مرجع بوده و سپس ظرف ۲۰ روز قایل تجدید نظرخواهی در محاکم عمومی حقوقی شهرستان قدس مینماید.

**جواد نصیرزاده - قاضی شمه ۷ شورای حل اختلاف شهرستان قدس ۱۶۲۶**

**دادنامه**

تاریخ: ۹۷/۳/۲۱ دادنامه: ۱۹۲ شماره پرونده: ۱۰۰۸/۹۶ خواجه‌محمد کاظم حقیقی به ادرس: شهر قدس ۳۰ متری شورا بالاتر از شهرداری منطقه ۲ ب ۲۸۹ صافکاری و نقاشی خوانده مرتضی غلامی به ادرس: شهر قدس سرفاتس خ ش عالمی ب ۵ ط ۲ خوانسته واخواهی مرجع رسیدگی کننده: شمه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس

**گزارش اصلاحی**

در خصوص دادخواست محمد کاظم حقیقی فرزند عین‌الله به طرفیت مرتضی غلامی به خوانسته واخواهی نظر به اینکه طرفین در جلسه مورخ ۹۷/۳/۲۱ در شمه ۹ شورای حل اختلاف شهرستان قدس به این شرح به توافق رسیدند که واخواسته مرتضی غلامی مبلغ ۸۰۰۰۰ تومان به واخواه محمد کاظم حقیقی پرداخت نماید تا واخواه خودرو را تعمیر کرده و به تاریخ ۹۷/۳/۲۴ به واخواسته تحویل نماید اگر واخواه به تعهد خود عمل نکند بر طرف‌قانونی اجرای احکام عمل خواهد شد. رای بدوی از طریق اجرای احکام قابلیت اجرا دارد لذا مفاد این گزارش به استناد ماده ۱۸۴ قانون آیین دادرسی مدنی تنظیم و بین طرفین قلمرو مقام و وراثت‌ان با قلم‌معتبر و لازم‌الاجراست متذکر احکام دادگاه‌ها به اجرا گذاشته میشود این گزارش قطعی است.

**جواد نصیرزاده - قاضی شمه ۹ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۶۵۵**

**آگهی حصر وراثت**

اقای مهدی رضایی لوار شماره شناسنامه ۴۳۴ مطلق دادخواست تقدیمی به کلاس پرونده ۲۷۲/۹۷ ازین شمه درخواست گواهی حصروراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان متعلقه رضایی لوار شناسنامه ۲۵۵ در تاریخ ۱۳۹۷/۵/۲۹ اقامتگاه دائمی خود به‌برود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- مهدی رضایی لوار ش ش ۴۳۴ ت ت ۱۳۶۰ رزن فرزند متوفی ۲- محمد رضایی لوار ش ش ۸۴ ت ت ۱۳۶۷ رزن فرزند متوفی ۳- عیسی رضایی لوار ش ش ۴۱ ت ت ۱۳۶۵ رزن فرزند متوفی ۴- یوسف رضایی لوار ش ش ۴۱۳ ت ت ۱۳۵۵ رزن فرزند متوفی ۵- طاهره رضایی لوار ش ش ۱۹ ت ت ۱۳۶۲ رزن فرزند متوفی ۶- لیلا رضایی لوار ش ش ۴۱۴ ت ت ۱۳۵۶ رزن فرزند متوفی ۷- علی رضایی لوار ش ش ۴۱۵ ت ت ۱۳۵۷ رزن فرزند متوفی ۸- قمرتاج قاسمی برلیان ش ش ۹ ت ت ۱۳۴۰ رزن همسر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باجماع تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی دریک نوبت آگهی مینماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شمه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

**شمه ۹ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۶۵۱**

**آگهی حصر وراثت**

خاتم هفت سلیمانی بشماره شناسنامه ۱۶۷۸۵ ۶۳۵۰۰۰ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاس پرونده ۲۶۵/۹۷ ازین شمه درخواست گواهی حصروراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان جواد بیگار چه شناسنامه ۳۱ در تاریخ ۱۳۹۷/۵/۲۹ اقامتگاه دائمی خود به‌برود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- هفت سلیمانی ش ش ۱۶۷۸۵ ۶۳۵۰۰۰ ت ت ۱۳۷۱ فاروج همسر متوفی ۲- علی اسفیر بیگار چه ش ش ۳۱۶۴۹۲۶۱۲ ت ت ۱۳۹۵ کرج فرزند متوفی ۳- هلا بیگار چه ش ش ۱۳۴۸۸۸ ۷۳۴ ت ت ۱۳۹۱ شهریار فرزند متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باجماع تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی دریک نوبت آگهی مینماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شمه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

**شمه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۶۵۴**

**برگ اجرائیه**

مشخصات محکوم له: ابلا رضایی مجرد نسلی، کرج جاده ملازحد شهرک ۱۷ شهریور خ ۱۶ متری حافظ ابتدای سعیدی ساختمان بلدا واحد دوم مشخصات محکوم علیه: حجت رضایی قارباغدی مجهول امکان محکوم به: بموجب دادنامه شماره ۲۸ مورخ ۹۷/۱/۲۹ شورای حل اختلاف شهرستان قدس حوزه ۱۰ که وفق دادنامه شماره ۲۸ شمه ۱۰ دادگاه قدس قطعیت حاصل کرده است. حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال بابت اصل خوانسته و مبلغ ۲۱۴۱۰۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و پرداخت خسارت تاخیر نادیه از تاریخ سررسید چک لغایت اجرای حکم و پرداخت نیم عشر دولتی شمه ۱۰ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۶۵۷

فرصت امروز

فرصتی برای رونق کسب و کار شما

www.forsatnet.ir



## اشتغال بکهزار نفری با شروع به کار دو فاز کانتینری مجتمع بندری نگین



**بوشهر** - خبرنگار فرصت امروز - مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر، هدف از ساخت اسکله ها در بندر نگین به دلیل افزایش میزان نیاز و تقاضا برای فعالیت های بندری بوده است. آینده توسعه بندر بوشهر در جزیره نگین است و هر نوع توسعه را امکان پذیر خواهد کرد ضمن این که می توانیم تا ۳۵ کیلومتر دیگر هم طرح توسعه اسکله داشته باشیم. برای این اسکله ها نیز برای دو فاز کانتینری می تواند در حد نهایی بهره بری تا ۱۰۰۰ نفر اشتغال جدید ایجاد کند. به گزارش روابط عمومی، سیلوان ارجمند زاده مدیر کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر در این باره گفت: مطالعه ساخت اولین اسکله در بندر بوشهر در دهه چهل و در سال ۱۳۴۳ آغاز و به ساخت اسکله یک و دو منتهی و عملیات لایه رومی توسط یک شرکت هلندی ایجاد و کانال دسترسی با عرض ۱۰۰ متر و عمق ۵.۵ متری انجام شد در سال ۵۲ مجدداً لایه رومی کانال بندر بوشهر با عرض ۱۵۰ متر و عمق ۱۰ متر با لایه رومی ۱۰ میلیون تن انجام و جزیره علفدون با احیاء ۲۷ هکتار زمین ایجاد شود در دهه ۵۰ اسکله شمالی ایجاد و برای شناورهای نظامی مورد استفاده قرار گرفت و در سال ۵۶ محل پهلوگیری اسکله رافائل با طول ۲۷۰ متر ایجاد شد. بزرگترین کشتی که تاکنون وارد بوشهر شده این کشتی رافائل بوده است در دهه ۶۰ اسکله ۲۸۵ متری ایجاد و طرح توسعه محوری بندری نیز آغاز می شود که ساخت خیابان دهقان همراه با خرید منازل در مناطق پیرامونی اداره بندر بدین منظور انجام شد در دهه هفتاد در شمالی ترین بخش بندر اسکله دلفین ساخته شد و از سال ۸۴ دو پست اسکله کانتینری و احیاء ترمینال کانتینری از زمین های استحصاء شده آغاز و ۱۳ میلیون متر نیز لایه رومی انجام و به عمق ۱۰.۵ متری انجام و در نهایت طول هزار متری اسکله های بندر به ۲۲۵۰ متر ارتقا یافتند سال های ابتدای استفاده از اسکله های کانتینری، استقبال زیادی انجام شد به گونه ای که عملکرد به ۷۰ درصد ظرفیت رسید که در زبان بندری نیاز به احداث ترمینال های جدید احساس شد از سال ۸۷ موضوع آینده و توسعه جدید بندر بوشهر بررسی شد که با توجه به این که بندر بوشهر در درون بوشهر قرار گرفته و در گذشته به عنوان یک مزیت برای انتقال کالا بود اما با توجه به گسترش مبادلات بندری و ظرفیت پهلوگیری کشتی های بزرگ به یک معضل تبدیل شده بود نیاز به یک بندر جدید بیشتر احساس شد با توجه به فشار ترافیک شهری و نیاز به پهلوگیری کشتی های بزرگ، نیاز به جایگاهی بندر احساس شد که کار مطالعه بندر بزرگ بوشهر در طول چهار سال فعالیت انجام شد که به این نتیجه رسیدند که نیاز به میلیاردها تومان برای جایگاهی بندر وجود دارد. به دلیل این که هیچگونه فضای پس کرانه ای اجتماعی برای بندر جدید وجود نداشت و نیاز بود که شهری جدید هم ساخته شود طرح ساخت بندر جدید بوشهر خارج از نقطه فعلی منتفی شد

## بانک اطلاعات مشاغل در سامانه ۱۱۸ استان مرکزی راهاندازی شد

**اراک** - مینورستمی - مدیر تجاری و امور مشتریان مخابرات منطقه مرکزی گفت: بانک اطلاعات مشاغل در سامانه ۱۱۸ استان مرکزی راهاندازی شد. علیرضا فرهادی با اشاره به سامانه مخابراتی استان مرکزی اظهار داشت: شرکت مخابرات آمادگی لازم به منظور معرفی نام و شماره تلفن مشاغل خدماتی، عمومی و تجاری را دارد به گونه ای که هر شهروندی که اقدام به ارائه خدمات به مردم می کند از طریق سامانه ۱۱۸ به مردم معرفی شود. وی افزود: هدف از اجرای این طرح بالا بردن و بهبود فضای کسب و کار در استان است، با اجرای این طرح صاحبان مشاغل می توانند زمینه کسب و کار امن و مطمئن داشته و بتوانند شماره تلفن خود را در اختیار عموم قرار دهند. مدیر تجاری و امور مشتریان مخابرات منطقه مرکزی تصریح کرد: جلوگیری از تردهای اضافی در سطح شهر برای تبلیغ مشاغل، جلوگیری از زشت شدن منظر شهری با نصب بنر و جسیاندن بوستر و انجام تبلیغ با اسپری و رنگ از دیگر اهداف اجرای این طرح و همچنین دسترسی آسان مشترکین به خدمات عمومی مهم ترین مزیت اجرای این طرح است. فرهادی بیان کرد: متقاضیان از طریق معرفی شماره تلفن خود می توانند کسب درآمد کنند که در این راستا با مراجعه به امور مشترکین مخابرات اقدام به ثبت نام می کنند و پس از ۴۸ ساعت شماره تلفن متقاضی در سامانه ۱۱۸ قرار می گیرد. وی ادامه داد: از طریق سامانه ۱۱۸ می توان خدماتی مانند، تدریس خصوصی، تعمیر لوازم خانگی، درخواست مشاوره و غیره را دریافت کرد.

درافشانی، رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین:

## استقبال مردم از برنامه های هفته فرهنگی قزوین چشمگیر بود



**قزوین** - خبرنگار فرصت امروز - درافشانی، رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین گفت: استقبال شهروندان و گردشگران از برنامه های هفته فرهنگی قزوین پرشور و چشمگیر است. به گزارش روابط عمومی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین؛ محمد درافشانی در برنامه شب های فیروزه ای که به مناسبت هفته فرهنگی قزوین در سرای تاریخی سعدالسلطنه برگزار شد با اشاره به اینکه نهم شهریور ماه به نام روز قزوین نامگذاری شده است، افزود: به همین مناسبت برنامه های مختلفی با هدف شناساندن این شهر به گردشگران طی سال های گذشته اجرا شده است. درافشانی اظهار کرد: مسوولان شهرداری و اعضای شورا در دوره پنجم با توجه به ظرفیت ها و پتانسیل های این شهر، روز قزوین را به هفته قزوین تغییر نام دادند تا در این مدت بتوانند برنامه های شاد و مفرح بیشتری را برگزار کنند. رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین بیان کرد: در هفته فرهنگی قزوین برنامه های مختلف و متنوعی با هدف افزایش نشاط اجتماعی و شناساندن جاذبه های گردشگری و آثار تاریخی قزوین به گردشگران برگزار شده است. این مسوول اظهار کرد: تلاش شده برنامه های فرهنگی با محوریت توزیع عدالت اجتماعی در همه مناطق شهری قزوین به ویژه نواحی منتهل شهری که کارهای فرهنگی کمتر انجام شده، برگزار شود. وی گفت: استقبال مردم قزوین و گردشگران از برنامه های هفته فرهنگی پرشور و چشمگیر بوده و این مهم انرژی مسوولان شهرداری را در اجرای برنامه ها دو چندان کرده تا طی سال ادامه داشته باشد.

## ۳۸ هزار تن گندم در گیلانغرب برداشت شد

**کرمانشاه** - منیر دشتی - مدیر جهاد کشاورزی گیلانغرب از پایان عملیات برداشت گندم از مزارع این شهرستان خبر داد و گفت: در فصل زراعی امسال در مجموع ۳۸ هزار تن گندم برداشت شده است. پاشا مرادی افزود: این میزان گندم از سطح ۲۳ هزار و ۹۰۰ هکتار از مزارع این شهرستان برداشت شد که در مقایسه با فصل زراعی گذشته هفت هزار تن کمتر است وی علت کاهش تولید گندم در مناطق گرمسیری این شهرستان را خسارت ۱۰۰ درصدی وارده به ۲ هزار و ۵۰۰ هکتار از مزارع و پراکشت نامناسب باران در مناطق مختلف گیلانغرب ذکر کرد و گفت: برای برداشت گندم از مزارع ۹۱۰ دستگاه کمباین به کارگیری شده است. مدیر جهاد کشاورزی گیلانغرب در ادامه از پایان کار برداشت محصول کلزا از ۱۵۱ هکتار از اراضی کشاورزی در مناطق گرمسیری این شهرستان خبر داد و اظهار داشت: در مجموع ۱۸۵ تن از این محصول برداشت شد که این میزان در مقایسه با فصل زراعی گذشته پنج برابر رشد داشته است. مرادی گفت: کار برداشت محصول کلزا در مناطق سردسیر گیلانغرب نیز از امروز (۱۰ شهریور) آغاز شده است.

## هفت هزار تعاونی در ایلام مورد بازرسی مالی قرار گرفتند

**ایلام** - هدی منصوری - شرکاله شیرخانی به مناسبت هفته دولت اظهار داشت: در بخش روابط کار تاکنون یک هزار و ۴۲۵ دادخواست، ۶۷۱ تجدید نظرخواهی، یک هزار و ۲۰۱ رای صادره در هیات تشخیصی و پنج هزار و ۸۱۹ رای صادره در هیات حل اختلاف صورت گرفته است که میانگین زمان رسیدگی در هیات تشخیص ۱۱ روز و در حل اختلاف ۱۳ روز است. مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان ایلام افزود: یک هزار و ۹۰۵ تعاونی فعال در استان ایلام وجود دارد که ۳۳ درصد اعضای آن ها معادل ۴۳۴ نفر را زنان تشکیل می دهند. شیرخانی تعداد مفری بگیران را ۷۱۳۱ مورد اعلام کرد و گفت: استان ایلام دارای تعداد ۵۲ تشکیل کارگری، کارفرمایی و انجمن صنفی کارگری کارفرمایی فعال است که ۱۳ تشکیل در این بازه زمانی تشکیل شده و ۱۱۶ شرکت خدماتی طی ۲۰ جلسه کمیته استانی رتبه بندی و تایید صلاحیت شده اند. وی از دیگر اقدامات این بخش را توزیع ۲ مرحله طرح سبد کالا برای اقشار محروم و آسیب پذیر تحت پوشش نهادهای حمایتی در استان ایلام میان بیش از ۸۰ هزار نفر، برگزار یبست و نهمین جشنواره امتنان از کارگران، گروه های کار و واحدهای نمونه استانی و برگزاری دوازدهمین و سیزدهمین دوره مسابقات قرآن کریم جامعه کار و تلاش استان اعلام کرد. به گفته شیرخانی، برگزاری همایش پیشگیری اولیه از اعتیاد در محیط کار، اجرای کارگاه های آموزشی سبک زندگی سالم ویژه روسا، کارفرمایان و پهبان ها و برگزاری همایش سلامت روانی در شرکت پالایش گاز ایلام از دیگر اقدامات اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی است.

## همزمان با گرامیداشت هفته دولت پروژه آبرسانی به شهر خمام از خط

۱۰۰۰ میلی متری رشت - انزلی افتتاح شد

**رشت** - مهناز نوبری - در مراسمی با حضور معاونین عمرانی و سیاسی امنیتی فرماندار رشت ، شهردارخمام و اصحاب رسانه پروژه آبرسانی به شهر خمام از خط ۱۰۰۰ میلی متری رشت - انزلی افتتاح و به بهره برداری رسید.فرخی هدف از این پروژه را تکمیل خطوط آبرسانی به شهر خمام از تنفیخه خله بزرگ آب سنگر اعلام کردو گفت: این پروژه به طول ۱۸۱۰ متر در اقطار ۳۱۵ و ۱۶۰ میلی متری از جنس پلی اتیلن با فشار ۱۰ اتمسفر به منظور تامین و افزایش دبی آب شرب و رفع کاهش فشار آب در سطح شهر خمام انجام شدوی اعتبار پروژه آبرسانی به شهر خمام از خط ۱۰۰۰ میلی متری رشت - انزلی به مبلغ ۴میلیارد و نهمصدو پنجاه میلیون ریال عنوان کرد و گفت: محل این اعتبارات، عمرانی است و در مدت ۴ ماه توسط شرکت پیمانکاری آژین پی ساز اجرا شد.

## کشتی آزاد نوجوانان جام یادگار امام(ره) در استان مرکزی برگزار می شود

**اراک** - مینورستمی - مدیرکل ورزش و جوانان استان مرکزی گفت: کشتی آزاد نوجوانان جام یادگار امام(ره) در استان مرکزی برگزار می شود. عابد حقدادی با اشاره به هفته دولت و گرمای داشت کنگره نقش حضرت امام در دفاع مقدس و ۶ هزار و ۲۰۰ شهید دفاع مقدس استان اظهار داشت: مسابقات شطرنج بین المللی جام آفتاب به واسطه بحث یادواره فتوی حضرت امام(ره) در راستای شطرنج و گرمای داشت کنگره نقش حضرت امام در دفاع مقدس و ۶ هزار و ۲۰۰ شهید دفاع مقدس استان در بیت قدیمی امام(ره) در خمین برگزار می شود.

## رئیس خانه مطبوعات استان خبر داد:

# راهکارهای ایجاد در آمدهای پایدار خانه مطبوعات آذربایجان شرقی بررسی شد



استان و در محور موضوعاتی همچون: احیا قلبی ربوی پایه BLS، خفگی و اصول برخورد با مصدومان ترومایی طی روزهای آینده

برگزار خواهد شد. اسد فلاح، با تاکید بر اینکه مطبوعات و رسانه ها یکی از موثرترین عوامل رشد فرهنگ عمومی محسوب می شوند، توسعه و گسترش سطح تعاملات خانه مطبوعات آذربایجان شرقی با خانه های مطبوعات استانی را خاطر نشان کرد و افزود: رویکرد ما در این حوزه، مبتنی بر هم افزایی و همسویی و تبادل تجربیات ارزنده فیما بین است. فلاح، به برگزاری نشست مشترک با مدیرکل پست استان اشاره کرد و افزود: در این دیدار راههای تعامل فعالانه بررسی شد و مقرر گردید جلسه کارشناسی و تخصصی برای جمع بندی موارد مطرحه، تشکیل و حسب ضرورت تفاهنامه ای نیز با خانه مطبوعات استان منعقد شود. وی همچنین مصوبه هیئت مدیره خانه مطبوعات در خصوص همکاری با دفتر استانی انجمن خیریه حمایت از بیماران کلیوی ایران را یادآور شد و تحقق این نوع از همکاری ها را در راستای ایفای نقش و کارکردهای موثر رسانه ها و نیز پیگیری و انجام مأموریت های اجتماعی خانه مطبوعات استان، حایز اهمیت دانست.

## تعیین اعضای کمیته های ارزشیابی آثار علمی و کارگروه تهیه و تدوین اسناد مناقصه خطوط

رابط، رضا بدیعی فر و محمد دانایی فر (دبیر) را به عنوان اعضای کمیته کارگروه تهیه و تدوین اسناد مناقصه قراردادهای نگهداری و تعمیرات خطوط انتقال و فوق توزیع شرکت منصوب کرد.دشت بزرگ در این احکام آورده است: امید است با اتکال به خوداند منان در انجام وظایف محوله در چارچوب ضوابط و مقررات ذیربط، موفق و موید باشد.



عنوان اعضای کمیته ارزشیابی آثار علمی شرکت منصوب کرد. مدیرعامل شرکت در حکم دیگری نیز، به منظور پیگیری، تهیه و تدوین اسناد مناقصه قراردادهای نگهداری و تعمیرات خطوط در سال های ۹۷-۹۸ مشتمل بر انتخاب مشاور، ابلاغ قراردادهای تحویل زمین و تجهیز کارگاه پیمانکار با پیمانکاران: علی مصطفایی نیا، رضاطحان، رحمن انصاری پور، رامین گلشنی راد، روح. معین فر، علی اصغر فرخی راد، عباس اسدی شیخ

## با برگزاری آئین اختتامیه جشنواره شهید رجایی:

## دستگاه های برتر استان آذربایجان شرقی معرفی شدند



دستگاه های منتخب معرفی و از مدیران آنها تجلیل شد. در بخش شاخص های اختصاصی نیز ادارات کل امور اقتصادی و دارایی،

بهبیستی و امور عشایر استان به عنوان دستگاه های برتر معرفی شدند. ادارات کل دامپزشکی و زندان های استان و شرکت برق منطقه ای آذربایجان نیز در بخش شاخص های عمومی به عنوان دستگاه های برتر شناخته شدند. همچنین ادارات کل گمرک تبریز، پست و فرودگاه های استان و دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تبریز به عنوان دستگاه های اجرایی دارای خدمات برتر معرفی شدند. ادارات کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس و میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان و شرکت توزیع نیروی برق تبریز هم بیشترین رشد امتیاز را نسبت به سال گذشته کسب کردند.

## مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم خبر داد:

## مصرف ۵۰ میلیون متر مکعب آب در قم

مصرف شهر بودیم به گونه ای که مصرف آب در پنج ماهه نخست سال جاری به حدود ۵۰ میلیون متر مکعب رسید که بر این اساس سرانه مصرف به طور متوسط روزانه به ۲۷۷ لیتر آب رسیده است. وی تاکید کرد: میزان مصرف آب در پنج ماه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش ۱،۳۲ درصدی را نشان می دهد. دکتر صادق پور در ادامه با اشاره به کاهش نزولات آسمانی و افزایش دمای هوا از مرده خواست در مصارف آب بر خود دقت بیشتری به عمل آورند و منابع موجود را به گونه ای مدیریت کنند که با فرض کاهش نزولات جوی در سال آینده با مشکل مواجه نشویم. وی با تاکید بر اینکه شرکت آب و فاضلاب تمام تلاش خود را برای بهره برداری مطلوب از منابع و جلوگیری از هدررفت به کار خواهد بست، تاکید کرد: در این راستا نقش مصرف کننده ها از اهمیت بسزایی برخوردار است.



رو به کاهش رفت و این روند کلمشی تا پایان تیرس ماه ادامه یافت. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم با بیان اینکه در مجموع تا سی و یکم مردادماه، درصد مصرف نسبت به گذشته کاهش ۱،۳۲ درصدی را نشان می دهد گفت: با افزایش دمای هوا شاهد رشد مجدد

بهره برداری از سالن ورزشی محله الشهدا با حضور استاندار هرمزگان:

## شهردار بندرعباس مطرح کرد: ایجاد فضاهای ورزشی مناسب در دستور کار قرار دارد



با توجه به اینکه حدود ۴۳ درصد از محلات شهر بندرعباس در بافت فرسوده قرار دارند، این مهم در حال پیگیری است. شهردار بندرعباس با اشاره به اینکه رویکرد تازه شهرداری بندرعباس در بحث توسعه ورزشی محلات، ایجاد سالن های ورزشی است، ادامه داد: این نگاه علاوه بر رونق بخشی به ورزش محلات، موجب ایجاد فضای لازم به

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز - سالن ورزشی محله الشهدا بندرعباس با حضور استاندار و معاونینش، اعضای شورای اسلامی شهر، شهردار و جمعی از مدیران شهری و استانی به بهره برداری رسید. عباس امینی زاده در این آیین اظهار کرد: در هفته دولت سال جاری تعداد ۷۳ پروژه با اعتباری بالغ بر ۴۶۵ میلیارد ریال توسط شهرداری بندرعباس در بخش های بهبود عبور و مرو و پیاده رو سازی، فضای سبز و ایجاد پارک، آسفالت و بهسازی معابر، ایجاد فضای اداری و خدماتی شهرداری، زمین های ورزشی، حمل و نقل و سایر بخش های دیگر ایجاد شده است. وی با اشاره به ساخت اماکن توسعه ای و محرک محلات، توسط شهرداری بندرعباس، افزود: یکی از دیدگاه های دیگر شهرداری بندرعباس که با هماهنگی و همکاری اعضای محترم شورای اسلامی شهر مورد پیگیری است، بحث توسعه متوازن محلات بوده که این موضوع طی سال های اخیر دنبال شده و

دکتر محمداپراهیم یخکشی مدیرعامل آب منطقه ای مازندران:

## برای مدیریت بهتر منابع آب باید از تباط بیشتری با مردم داشته باشیم



از عملکرد آن در بهرشمرد. یخکشی وظیفه مهم مدیریت حفاظت منابع آب را اصلاح فرایند پروانه ها، ساده سازی و سرعت بخشیدن به درخواست رباب رجوع در بخش آب ذکر کرد و تصریح نمود: باید این ساده سازی به صورت مستمر انجام شود. رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل آب منطقه ای مازندران تعیین تکلیف چاه های فاقد پروانه قبل از قانون، ساماندهی بهره برداران و اجرای طرح احیا و تعادل

بخشی منابع آب زیرزمینی را از دیگر وظایف بخش حفاظت بهرشمرد و گفت: باتوجه به محدودیت زمانی باید تا پایان سال تعیین تکلیف چاه فاقد پروانه انجام شود تا در فصل زراعی بعدی با مشکل مواجه نشویم. مدیرعامل آب منطقه ای مازندران گفت: در حوزه حفاظت کیفی هنوز کار زیادی انجام نشد و از سوی دیگر استانداردها نیز افزایش و ارتقا یافته است لذا باتوجه به آسیب پذیر بودن محیط زیست و منابع آبی مان در این بخش کار زیادی باید انجام دهیم و برای این مهم نیازمند شناخت، ارزیابی و داشتن برنامه پیشگیری و مقابله ای هستیم. دکتر یخکشی در پایان داشتن پلان و نقشه برای بخش محیط زیست و کیفیت منابع آب را ضروری بهرشمرد و بر فعال شدن کارگروه اجرایی کیفیت منابع آب استان تاکید کرد.

در پایان آقایان دکتر سید مهدی عمادی به عنوان مدیریت حفاظت منابع آب و مهندس سید محمد موسوی به عنوان مدیریت محیط زیست و کیفیت منابع آب معرفی شدند.

### چطور بودجه کمپین بازاریابی خود را تامین کنیم؟

مترجم: نیما جوادی

من مشتاقانه منتظر شرکت در همایش سالانه فیس‌بوک هستم؛ همایشی که از سال پیش آغاز شده و فضای برای ملاقات با کارآفرینان برتر دنیا و دریافت مشاوره و راهنمایی‌های رایگان را فراهم آورده است. من به کارآفرینان زیادی در طول این سال‌ها مشاوره دادم و اکثر آن‌ها نیز موفق به گسترش کسب و کار خود شدند و این همایش فرصت مناسبی برای ملاقات با کارآفرینان جوان و بانگیزه است. من در همایش پیتسبرگ (Pittsburgh) امسال با صاحبان کسب و کار و کارآفرینان در رابطه با تامین بودجه رشد تجاری صحبت خواهیم کرد و همانطور که برای همایش آماده می‌شوم، یک سوال دائمًا ذهنم را درگیر می‌کند: یک حسابدار مثل من در یک کنفرانس که غالبًا در رابطه با بازاریابی دیجیتال است چه حرف تازه‌ای برای گفتن خواهد داشت؟ آیا دپارتمان حسابداری و بازاریابی شرکت‌های بزرگ از یکدیگر جدا نیستند؟ آیا دانشکده‌های مدیریت بازرگانی این دو مبحث را در قالب دو رشته جداگانه ارائه نمی‌کنند؟ و به یک پاسخ دست یافتم: گرچه این دو رشته ظاهراً هیچ ارتباطی با یکدیگر ندارند، ولی هنگام مدیریت یک کسب و کار کوچک، با یکدیگر ادغام خواهند شد و شما باید هر دو مورد را در نظر داشته باشید. چطور؟ بازاریابی یک سرمایه‌گذاری است. تمام فعالیت‌های شما هزینه خواهند داشت و با فرض موفقیت راه و روش‌های شما و کسب سود و درآمد، تاثیرات اقتصادی متعددی را باید در نظر داشته باشید. رشد معمولاً به سرمایه نیاز دارد و چنانچه برنامه‌ای نداشته باشید، دچار مشکل خواهید شد. تصمیمات هوشمندانه بازاریابی و تامین بودجه در راستای یکدیگر قرار دارند. شما باید این دو مورد را در کنار یکدیگر در نظر بگیرید. پس به همین دلیل یک حسابدار در این همایش سخنرانی خواهد کرد.

**مواردی که باید هنگام تامین بودجه در نظر داشته باشید**

هنگامی که بودجه‌ای را به کمپین‌های بازاریابی اختصاص می‌دهید، به سرمایه و همچنین جریان نقدی مورد نیاز تجارت برای رشد توجه کنید.

- آیا باید افراد بیشتری استخدام کنید؟
- آیا به منابع بیشتری نیاز دارید؟

- آیا مشتری بلافاصله مبلغ را پرداخت خواهد کرد یا

- آیا قراردادی تنظیم شده و مبلغ در طول چند دوره پرداخت می‌شود؟

مدیران باهوش می‌دانند که برای حمایت از طرح بازاریابی خود به سرمایه نیاز دارند و به همین دلیل تامین بودجه را در اولویت کار خود قرار خواهند داد. چنانچه در مراحل کار به مشکل مالی برخورد کردید:

- آیا خط اعتباری مناسبی برای جبران آن دارید؟

- چنانچه در حال سرمایه‌گذاری هستید آیا به وام فکر می‌کنید؟ و پس از دریافت وام اقساط آن را چطور پرداخت خواهید کرد؟

گرفتناری در مشکلات مالی و کمبود سرمایه اصلاً جالب نیست. اکثر افراد در چنین شرایطی یک وام کلان خواهند گرفت و سپس درگیر پرداخت اقساط آن می‌شوند و خود و شرکت را تحت فشار بسیار شدیدی قرار می‌دهند. این کار تنها باعث افزایش مشکلات خواهد شد و خطر ورشکستگی را به همراه خواهد داشت. بازاریابی و سرمایه‌گذاری با یکدیگر ارتباط بسیار نزدیکی دارند، گرچه شاید در ظاهر اینطور به نظر نرسد. پس هرگز تمام تخم‌مرغ‌های خود را در یک سبد نگذارید!

منبع: **inc**

### مدرسه مدیریت

### چند راهکار برای کسب موفقیت در تجارت

مترجم: نیما جوادی

چنانچه یک کارآفرین هستید و یا قصد دارید که در سال جاری یا آینده به یک کارآفرین تبدیل شوید، یادگیری پذیرش شکست و کسب تجربه یک روش و راهکار بسیار عالی برای کسب موفقیت خواهد بود. ولی جهت دستیابی به موفقیتی پایدار و ادامه‌دار و همچنین مدیریت بهینه آن باید به جنبه‌های دیگری نیز توجه داشته باشید. به همین دلیل، یک دستورالعمل کلی برای استفاده از «ابزارهای ضروری موفقیت» در اختیار شما قرار خواهیم داد:

**پذیرش شرایط و عدم انکار**

شکست بخشی از کارآفرینی است، حتی بیل گیتس بزرگ نیز به شکست‌ها و درس‌هایی که از آن‌ها آموخته اشاره می‌کند. اکنون شما نیز باید به عنوان یک کارآفرین مبتدی شکست‌های خود را به عنوان «شکست» بپذیرید و از کلمات اصطلاحاتی مانند «پیروزی‌های اخلاقی» جدا خودداری کنید. شرکت ژیلت در سال ۲۰۰۲ جهت طراحی یک تیغ به نام وکتور برای بازار هند حدود ۳۰۰۰ هزار ساعت زمان صرف کرد و حتی از فارغ‌التحصیلان دانشگاه ام آی تی برای کار دعوت به عمل آورد ولی نتیجه‌ای جز شکست به دست نیاورد. اکنون کلید حل مشکلات، تفکر جانبی است؛ نه‌تنها باید شکست را بپذیرید، بلکه باید با استفاده از آن‌ها به عنوان یک پایه و اساس، راهی به سمت موفقیت ایجاد کنید.پس از انجام این کار نیازی به شروع مجدد کار نخواهید داشت؛ تجربیاتی که از شکست‌های خود به دست می‌آورید راه شما را تا حد بسیار زیادی هموار خواهند ساخت. این بار به موفقیت نزدیک‌تر خواهید بود و تجربه کار دارید.

**تواضع و دوری از غرور**

هم‌اکنون موفقیت را به دست آورده‌اید و نباید به هیچ قیمتی آن را از دست بدهید. ولی متواضع باشید. به نظر آدوایت کومار(Advait Kumar)، بنیانگذار سواجال(Swajal): «اکثر استارت‌آپ‌ها به دلیل کمبود خودآگاهی، مثبت‌اندیشی افراطی و اعتماد کاذب به قدرت و توانایی‌های خود ورشکست می‌شوند.» نکته کلیدی در این بخش ایجاد تعادل میان موفقیت و مثبت‌اندیشی است؛ شما هرگز نباید به موفقیت خود مغرور شوید و کار خود را ساده فرض کنید. به این ترتیب چالش‌ها و پروژه‌های بعدی خود را دست کم گرفته و شاید به شدت و به شکلی ناگوار غافلگیر شوید. کتان کاپور(Ketan Kapoor)، بنیانگذار و مدیرعامل متل(Mettl)، معتقد است: «حسبویت یک رهبر متواضع در نزد کارمندان و مشتریان بسیار بیشتر است. شما سریع‌تر رشد خواهید کرد و از خطرات دور خواهید بود زیرا یک کارآفرین متواضع ایده‌های جدید را می‌پذیرد و با استفاده از آن‌ها خطرات کار خود را به حداقل ممکن کاهش خواهد داد.» پس وظیفه دوری از غرور و حفظ تواضع به عهده شما خواهد بود. موفقیت باید به شما اعتماد به نفس بده و برعکس؛ ولی هرگز نباید دچار غرور کاذب شوید.

**تعقیب شادی**

موفقیت بدون شک موجب ایجاد شادی خواهد شد، ولی شاید به دلیل اعتماد به نفس کاذب و عدم مدیریت صحیح موفقیت این شادی را خیلی سریع از دست بدهید. نکته کلیدی این بخش، کسب انگیزه از فعالیت‌های خود و تمرکز بر موفقیت در تجارت است. فعالیت‌های کوچکی نظیر خواندن یک کتاب جذاب یا سفری آرامش‌بخش به شما در این راه کمک خواهند کرد؛ شادی خود را از فعالیت‌های مورد علاقه خود و سرگرمی‌های جذاب به دست آورید. یک ذهن شاد همواره انگیزه خواهد داشت؛ موفقیت تجاری به تنهایی باعث شادی نخواهد شد. پیش از کسب موفقیت کاری و حرفه‌ای، با هوشیاری و خلاقیت از فاکتورهای کوچک به نفع خود استفاده کنید و شاد باشید.
**منبع: entrepreneur**

# فرصت امروز

**روزنامه مدیریتی - اقتصادی**

**| دوشنبه ۱۲ شهریور ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۵۱ | صفحه ۱۶ |**

**صاحب امتیاز:** موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

**مدیر مسئول و سردبیر:** محمدرضا قدیمی

**چاپ:** هنر سرزمین سبز

**آدرس:** میرزای شیرازی- نبش کوچه چهارم - پلاک ۶۸- واحد ۴

**دفتر مرکزی:** ۸۸۸۹۵۳۴۴ - ۸۸۸۹۵۳۴۱

**روابط عمومی:** ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

**سازمان آگهی‌ها:** ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

**آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:** [WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS](http://WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS)

[WWW.FORSATNET.IR](http://WWW.FORSATNET.IR)

[INFO@FORSATNET.IR](mailto:INFO@FORSATNET.IR)

### تبلیغات خلاق



### مسیر موفقیت

## آثار مخرب حواس‌پرتی فراتر از تصور شماست!

مترجم: نیما جوادی

حواس‌پرتی بخشی جدایی‌ناپذیر از کار افراد حرفه‌ای است. شاید در طول انجام یک پروژه یا یک جلسه ایمیل یا پیام دریافت می‌کنید و یا مقاله‌ای جذاب در حین کار توجه شما را به خود جلب می‌کند. سپس کار خود را کاملاً از یاد می‌برید. در نگاه اول می‌توان حواس‌پرتی را از سطح دلپذیر و کم اهمیت تا متوسط دسته‌بندی کرد، ولی تاثیر آن‌ها فراتر از تصور شماست.

**بازیابی تمرکز**

حواس‌پرتی برای برخی افراد چندان اهمیتی ندارد. آن‌ها در عرض ۳۰ ثانیه و یا یک دقیقه خبرها را خواهند خواند و به پیام‌های خود پاسخ می‌دهند و مجدداً مشغول کار می‌شوند. ولی چنانچه شما جزو چنین افرادی نیستید و کاملاً در کار خود غرق می‌شوید، باید به شما تیریک بگوییم زیرا طبق نتایج تحقیقات، حدود ۹۰درصد کارمندان و مدیران در طول کار یکسک و یا چندین بار به حساب‌های مجازی خود سر می‌زنند.

متأسفانه این زمان کوتاه تمام ماجرا نیست. زمانی که به این کار اختصاص می‌دهید در ظاهر کم و ناچیز است ولی شما باید زمان «پنهان» را نیز در نظر داشته باشید، زمانی که مغز شما برای بازیابی تمرکز به آن نیاز خواهد داشت. طبق تحقیقات، زمان بازیابی تمرکز از ۱۵ ثانیه تا ۲۳ دقیقه متغیر است. به زبان ساده، چنانچه حداقل یک بار به مدت ۲۳ دقیقه تمرکز نداشته باشید، احتمالاً هرگز تمرکز اولیه خود را به دست نخواهید آورد.

**خطرات انجام چند کار به صورت همزمان**

حواس‌پرتی باعث خواهد شد که شما با عجله چندین کار را به صورت همزمان انجام دهید. هرگز یک پروژه را به صورت کامل به سرانجام نخواهید رساند و در عین حال، ذهن شما به دنبال انجام سایر وظایف و مسئولیت‌ها خواهد بود.

این اتفاق به چند دلیل خوب نیست. طبق نتایج تحقیقات، چنانچه در طول انجام همزمان چند وظیفه اطلاعات جدیدی به دست آورید، آن دانش به قسمت اشتباهی از مغز منتقل خواهد شد. شاید احساس کنید که در طول جلسه کاملاً متوجه صحبت افراد می‌شوید و به همین دلیل، به صورت همزمان شروع به خواندن یک طرح تجاری جدید کنید، ولی در نهایت هیچ یک را درک نخواهید کرد.

به علاوه، مغز ما برای انجام چند وظیفه همزمان طراحی نشده است؛ حواس‌پرتی عواقب متابولیک عمیق‌تری خواهد داشت و در نتیجه مغز هنگام احیای تمرکز خود انرژی بسیار زیادی مصرف خواهد کرد. نتیجه تغییر دائمی کار و فعالیت چیزی جز خستگی و کلافگی نخواهد بود. و در نهایت مغز با ترشح کورتیزول، هورمون استرس، اوضاع را پیچیده‌تر و بدتر خواهد کرد.

**هزار توی حواس‌پرتی**

باید توجه داشته باشید که اکثر حواس‌پرتی‌های مدرن ما، تنها به چند دقیقه محدود نخواهند شد. اکثر شبکه‌های مجازی به شکلی اعتیادآور و جذاب طراحی می‌شوند و به فرد در ازای اختصاص زمان پاداش خواهند داد. پتانسیل گشت و گذار در آن‌ها هیچ انتهایی ندارد و حتی با ارائه

محتوای جدید شما را تشویق به جست‌وجوی بیشتر خواهند کرد.

چنانچه مراقب نباشید، یک نگاه ساده به اخبار به یک گشت و گذار ۳۰ دقیقه‌ای در فضای مجازی تبدیل خواهد شد.

**هنگامی که حواس‌پرتی مفید می‌شود**

با این وجود، حواس‌پرتی گاهی مفید است. برای مثال، ثابت شده است که حواس‌پرتی باعث کاهش احساس درد، به خصوص در بیمارانی که از دردهای دوره‌ای رنج می‌برند، خواهد شد. همچنین حواس‌پرتی گاهی استرس و اضطراب را نیز کاهش خواهد داد.

به علاوه، دوری از کار و فعالیت زمان کافی برای استراحت و بازیابی را در اختیار مغز قرار می‌دهد. به همین دلیل معمولاً بهترین ایده‌ها در زمان بیکاری یا استراحت به مغز خطور می‌کنند. مغز در این زمان کاملاً آزاد و راحت است و مشکلات را با آرامش بیشتری بررسی خواهد کرد. چنانچه به عمد از حواس‌پرتی برای احیای تمرکز (و کاهش استرس) خود استفاده می‌کنید، مطمئناً با مزایای آن نیز آشنا هستید. ولی با این وجود، معایب و مضرات حواس‌پرتی از مزایای آن بسیار بیشتر است و از چند جهت بهره‌وری شما را تحت تاثیر خود قرار خواهد داد.

چنانچه به دنبال افزایش بازدهی و کاهش استرس خود هستید، بهترین گزینه کاهش حواس‌پرتی از طریق خاموش کردن دستگاه‌های الکترونیکی، تنظیم زمان استراحت، مقاومت در برابر وجود جست‌وجو در شبکه‌های اجتماعی و صحبت با سایر همکاران و کارمندان خود در رابطه با تمرکز و کار در طول روز است.

**منبع: entrepreneur**