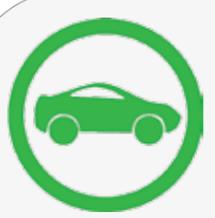


# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



دبیر کمیسیون صنایع و معادن مجلس تشریح کرد

## جزئیات جدید از طرح آزادسازی واردات خودرو

دبیر اول کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت طرح رفع ممنوعیت واردات خودرو با هدف کاهش التهاب قیمت‌ها در بازار اجرایی خواهد شد...

چرا اقتصاد مقاومتی به رغم اجماع عمومی نتوانسته به اهدافش دست یابد؟

# مسیر اقتصاد مقاومتی در ایران

فرصت امروز: بیش از یک دهه است که مفهوم اقتصاد مقاومتی وارد ادبیات و گفتمان اقتصادی ایران شده است. در انتهای سال ۹۲ بود که مجموعه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از سوی مجمع تشخیص مصلحت نظام تدوین شد و سپس در ۲۴ بند از سوی رهبری به روسای سه قوه و رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام ابلاغ شد؛ با این همه، اقتصاد ایران مقدر مقاومتی است؟ چرا اقتصاد مقاومتی در وضعیت حاضر اقتصاد ایران، لازم و الزامی است؟ مگر اقتصاد مقاومتی چه می‌کند که در اقتصاد متعارف ناشدنی است؟ اینها پرسش‌هایی است که دکتر فتح‌الله آقاسی‌زاده سعی کرده تا به آنها پاسخ دهد. ویژگی او و شایستگی‌اش در مقام پاسخ به...

خبرگزاری فرانسه: بورس تهران رکورد تاریخی خود را شکست

## بورس و هراس بازگشت رکود

### مدیریت و کسب و کار



ایلان ماسک با آجرهای ارزان برج قرون وسطایی می‌سازد

- چطور یک استراتژی برای شغلی ایده‌آل طراحی کنیم؟
- ۴ استراتژی برای توسعه کسب و کار در فراسوی بازار هدف
- ۶ اصل برگرفته از ارش برای رهبری فوق‌العاده
- چگونه در توئیتر اکانت تایید شده داشته باشیم؟
- چگونه ویدئوی تبلیغاتی برای لینکدین بسازیم؟
- مشتری‌مداری در برندهای جهانی

۸ تا ۱۶

وام مسکن از جهش قیمت‌ها جا ماند

## عرضه نوسازها در بازار مسکن کاهش می‌یابد



### یادداشت

دلار به کدام سو می‌رود؟



وحید شقاقی شهری اقتصاددان

تورم در کشور ونزوئلا طی سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۱۴ در محدوده حداقل ۷.۸ درصد در سال ۲۰۰۹ میلادی و حداکثر ۴۵.۹ درصد در سال ۲۰۱۰ میلادی بود، ولی به یک باره تورم روندی افزایشی گرفت و در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب به ۲۳۴۹ درصد رسید. حتی طی ماه‌های اخیر برخی منابع از وقوع ابرتورم‌های لجام‌گسیخته ۱۴۰۰-۱۳۰۰۰ درصدی و نیز یک میلیون درصدی کشور ونزوئلا در مقایسه با سال ۲۰۱۷ خبر داده‌اند. فساد گسترده دولت، وابستگی بیش از اندازه به درآمد‌های نفتی، افت ۱.۵ میلیون بشکه‌ای تولید نفت به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری در صنعت نفت این کشور (تولید نفت ونزوئلا ۳.۵ میلیون بشکه در دهه ۹۰ بوده در حالی که در سال ۲۰۱۷ به حدود ۲ میلیون بشکه و در سال ۲۰۱۸ به ۱.۵۸۶ میلیون بشکه در روز کاهش یافته...

## دلار به کدام سو می‌رود؟

تومان، بدهی داخلی ۶۵۰ هزار میلیارد تومان، قدرت خرید مردم و میانگین حقوق و دستمزد ۲ میلیون تومان نیروی کار در کشور، توسعه تدریجی بازار ثانویه و عمق‌بخشی به این بازار، انتظار می‌رود نرخ دلار به تدریج کاهش یابد و نرخ دلار با قدرت خرید مردم و ظرفیت اقتصاد ایران همخوان گردد. دلار نیز همانند هر کالایی نرخ و قیمتی دارد. در حال حاضر نرخ دلار در بازار آزاد براساس قدرت خرید کسانی تعیین می‌شود که با انگیزه سفته‌بازی یا برای واردات غیررسمی دلار می‌خرند. با این حال به زودی نرخ دلار براساس قدرت خرید مصرف‌کننده تعیین می‌شود و به جایی خواهیم رسید که سفته‌بازان نمی‌توانند نرخ خود را به مصرف‌کننده تحمیل کنند. در ضمن واردات غیررسمی و قاچاق نیز با دلار آزاد خریداری در کشور نخواهد داشت. لذا اقتصاد ایران تحمل دلار بیش از ۱۰ هزار تومان را ندارد و انتظار می‌رود به تدریج عوامل مختلف موجب کاهش قیمت دلار به زیر ۱۰ هزار تومان شوند. برخی از اقتصاددانان کشور اخیراً برای قیمت دلار نرخ‌های ۲۵ هزار تومان و ۴۰ هزار تومان را ذکر کردند. باید اشاره کنیم اولاً اقتصاد ایران تحمل و کشش دلار بیش از ۱۰ هزار تومان را ندارد و تداوم این وضعیت دوام نخواهد داشت. در ضمن به توجه به ذخایر دلار و طلای کشور و بدهی اندک خارجی هیچ‌گونه نگرانی برای رها شدن و خارج شدن کنترل و فروپاشی اقتصاد ایران وجود ندارد. مجدد اشاره می‌کنم که در بدبینانه‌ترین سناریو، با فرض دلار ۱۰ هزار تومان و تزریق ۱۶۰ میلیارد دلار به اقتصاد کشور توسط بانک مرکزی می‌توان کل نقدینگی ۱۶۰۰ هزار میلیارد تومانی را از اقتصاد ایران جمع کرد. در حال حاضر با فرض دلار ۱۰ هزار تومان، ارزش بدهی های داخلی نیز حدود ۶۵۰ میلیارد دلار شده است و این مساله نیز جای نگرانی ندارد. **دولت در ماه‌های آینده چه باید بکند؟** دولت و حاکمیت برای شرایط خطری پیش رو باید اقدامات زیر در دستور کار قرار دهند:

- ۱- اقتصاد را باید از حالت پلیسی و تعزیراتی خارج کنند. این مسائل خود بار روانی و هیجانی را افزایش داده و اثربخش نیز نیستند.
- ۲- جهت‌گیری سیاست‌های ارزی بانک مرکزی بعد از حضور آقای دکتر همتی مناسب بوده است. باید ایشان کمتر مصاحبه کرده و به تداوم اجرای صحیح بسته ارزی اخیر ادامه دهند.
- ۳- باید با جدیت واردات غیررسمی و قاچاق کاهش یابد، چراکه حداقل ۱۲ میلیارد دلار از کشور خارج شده و اتفاقاً چون تامین این ۱۲ میلیارد دلار نیز در بازار آزاد است، به افزایش نرخ دلار در بازار

صورت خواهد گرفت. با این حال کالاهای قاچاق با ارز آزاد صورت می‌گیرد. در مجموع واردات کشور با سه نرخ ۲۲۰۰ تومان، دلار سامانه نیما و دلار آزاد تامین خواهد شد. لذا اثرات تورمی کاهش ارزش پول ملی در سه حالت فوق‌الذکر و با سه نرخ متفاوت دلار به تدریج در اقتصاد ایران تخلیه خواهد شد. موضوع بعدی اثرگذار بر تورم، حجم نقدینگی و رشد این پارامتر است. با توجه به حجم نقدینگی ۱۶۰۰ هزار میلیارد تومانی کشور، تداوم رشد خلق نقدینگی توسط بانک‌ها و عدم نظارت جدی بر ترازنامه‌های غیرواقعی و دارایی‌های موهومی بانک‌ها و نیز توزیع سود حدود ۲۵۰ هزار میلیارد تومانی در سال ۹۷ از سوی بانک‌ها انتظار می‌رود رشد نقدینگی سال ۹۷ بیش از ۲۰ درصد باشد و حجم نقدینگی به محدوده ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومان برسد. چنین شرایطی از وضعیت نظام پولی و بانکی حکایت از تحمیل تورم‌های دو رقمی را به اقتصاد ایران می‌دهد، با این حال همچنان علائم وقوع پدیده ابرتورمی در اقتصاد ایران از کانال بخش پولی و بانکی مشاهده نمی‌گردد چراکه در بدبینانه‌ترین سناریو، با فرض دلار ۱۰ هزار تومان و تزریق ۱۶۰ میلیارد دلار به اقتصاد کشور توسط بانک مرکزی می‌توان کل نقدینگی را از اقتصاد ایران جمع کرد و براساس ذخایر دلار و طلای موجود جای نگرانی نیست. از این‌رو طبق برآوردهای بنده، براساس علائم و شرایط نامناسب متغیرهای نظام بانکی و پولی، تورم دو رقمی در اقتصاد ایران محتمل بوده ولی وقوع ابرتورم وجود ندارد. **در ماه‌های آینده دلار به چه نرخ تعدالی خواهد رسید؟** شواهد موجود دلالت بر تشدید تحریم‌های آمریکا در ماه‌های آینده دارد و شواهد کافی برای بازگشت ثبات و پایداری به اقتصاد ایران از سوی طرف‌های غربی طی ماه‌های پیش‌رو حداقل قابل تصور نیست. به احتمال زیاد حدود یک تا یک و نیم میلیون بشکه از صادرات نفت ایران کاهش خواهد یافت که فشار را بر منابع ارزی بانک مرکزی تشدید خواهد کرد. با این حال بدهی اندک خارجی اقتصاد ایران (حداکثر ۱۱ میلیارد دلار) موهبت و فرصت ارزنده‌ای است که در کنار گسترش تحریم‌ها، به کمک اقتصاد ایران خواهد رسید و تبعات تحریمی را کاهش خواهد داد. به شرطی که دولت به افزایش بدهی خارجی کشور به‌ویژه از چین و روسیه روی نیابد. لذا نباید به هیچ وجه در دام افزایش بدهی خارجی از دو کشور چین و روسیه افتاد. در مجموع براساس پارامترهای بدهی خارجی ۱۱ میلیارد دلاری، ذخایر ۱۰۰ میلیارد دلاری و طلا، حجم نقدینگی ۱۶۰۰ هزار میلیارد

تورم در کشور ونزوئلا طی سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۱۴ در محدوده حداقل ۷.۸ درصد در سال ۲۰۰۹ میلادی و حداکثر ۴۵.۹ درصد در سال ۲۰۱۰ میلادی بود، ولی به یک باره تورم روندی افزایشی گرفت و در سال‌های ۲۰۱۶، ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ به ترتیب به ۲۳۴۹ درصد رسید. حتی طی ماه‌های اخیر برخی منابع از وقوع ابرتورم‌های لجام‌گسیخته ۱۴۰۰-۱۳۰۰۰ درصدی و نیز یک میلیون درصدی کشور ونزوئلا در مقایسه با سال ۲۰۱۷ خبر داده‌اند. فساد گسترده دولت، وابستگی بیش از اندازه به درآمد‌های نفتی، افت ۱.۵ میلیون بشکه‌ای تولید نفت به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری در صنعت نفت این کشور (تولید نفت ونزوئلا ۳.۵ میلیون بشکه در دهه ۹۰ بوده در حالی که در سال ۲۰۱۷ به حدود ۲ میلیون بشکه و در سال ۲۰۱۸ به ۱.۵۸۶ میلیون بشکه در روز کاهش یافته...

سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

## دریچه



مجلس سامانه رصد به‌کارگیری بازنشستگان را راه‌اندازی می‌کند

## فرصت ۲ ماهه بازنشستگان برای ترک پست

**فرصت امروز:** این روزها حاشیه‌های ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان در صدر خبرهای رسانه‌ها قرار دارد و در تازه‌ترین اتفاق، قرار است مجلس سامانه‌ای برای رصد ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان راه‌اندازی کند. در همین زمینه، احسان قاضی‌زاده هاشمی عضو کمیسیون فرهنگی مجلس از راه‌اندازی سامانه رصد برای نظارت بر ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان خبر داد و گفت: این سامانه قرار است هر شش ماه یک‌بار گزارشی را درباره نحوه اجرا و نظارت بر این قانون ارائه کند. قاضی‌زاده هاشمی ادامه داد: مجلس پیگیر اجرای قانون ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان هست تا جایی که قرار است یک سامانه رصد راه‌اندازی شده و هر شش ماه یک‌بار گزارش نحوه اجرا و نظارت بر این قانون به صحن علنی ارائه شود؛ ما دیوان محاسبات، سازمان بازرسی و ذی‌حسابان را به این موضوع وارد می‌کنیم.

او با اشاره به ابلاغ قانون ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان از سوی رئیس مجلس، گفت: تمامی دستگاه‌های استفاده‌کننده از بودجه عمومی کشور مانند صداوسیما باید طی دو ماه این قانون را اجرا کنند.

به گزارش خانه ملت، عضو کمیسیون فرهنگی مجلس با بیان اینکه سیستم نظارتی و اجرایی برای این قانون را به‌طور چهار مرحله‌ای چیده‌ایم، ادامه داد: حقوق بازنشستگانی که بعد از دو ماه مهلت کناره‌گیری نکرده باشند با اعلام دیوان محاسبات قطع شده و حساب بانکی آنها حتی با نام آن دستگاه، دولت یا سیستم بانکی مسدود می‌شود.

نماینده مردم فریمان در مجلس شورای اسلامی همچنین تصریح کرد: هفته آینده نشست خبری در مورد قانون ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان در مجلس برگزار می‌شود تا به تمام ابهامات و سؤالات پاسخ داده شود.

قاضی‌زاده هاشمی با اشاره به اظهارات دو روز گذشته عباسعلی کدخدایی سخنگوی شورای نگهبان درباره ادامه کار بازنشستگانی که در پرونده‌شان عنوان بازنشستگی ذکر نشده است، نیز گفت: بر روی پرونده برخی مدیران بازنشسته بعد از ۲۵ سال نامه بازنشستگی وجود دارد ولی تعویق می‌گیرند لذا کسی که به سن بازنشستگی رسیده اما اقدامی برای انجام آن نکرده باشد، این قانون شامل حائل نمی‌شود.

عضو کمیسیون فرهنگی مجلس ادامه داد: بیشتر ادارات در سن بازنشستگی اجباری برای نیروی خود اعلام بازنشستگی می‌کنند اما بعد سه اقدام انجام می‌دهند؛ اعاده بازنشستگی یا تعویق یا اینکه به‌صورت قراردادی شروع به کار می‌کنند. بیشتر کارمندان خود به دنبال بازنشستگی هستند تا هم پاداش بازنشستگی را دریافت کنند و هم بتوانند ادامه کار دهند.

## محدودیت به کارگیری بازنشستگان بیشتر شد

همچنین جمشید انصاری، رئیس سازمان امور اداری و استخدامی و معاون رئیس‌جمهوری در صفحه توئیتر خود از ابلاغ اصلاحیه قانون ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان خبر داد و اعلام کرد که با وجود اصلاح قانون ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان، تغییری در دستگاه‌های اجرایی که تاکنون مشمول قانون بوده‌اند، ایجاد نشده است.

انصاری در توضیحات خود گفته است که صرف‌نظر از برداشته‌ها و تفسی‌رهای مطرح شده، لازم است به این نکته توجه شود که این اصلاحیه محدودیت بیشتری برای به‌کارگیری بازنشستگان اعمال می‌کند و تغییری در دستگاه‌های اجرایی که تاکنون مشمول قانون بوده‌اند ایجاد نشده است.

## مهلت ۶۰ روزه بازنشستگان شاغل برای ترک پست

در عین حال، رئیس سازمان بازرسی کل کشور خطاب به بازنشستگان شاغل در دستگاه‌های دولتی گفت: فقط ۶۰ روز برای ترک پست فرصت دارید.

به گزارش ایبنا، قاضی ناصر سراج با اشاره به تأیید «طرح اصلاح قانون ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان» در شورای نگهبان گفت: از تاریخ ابلاغ این قانون، به‌کارگیری بازنشستگان با باز خریدشده‌ها در دستگاه‌های دولتی و همه دستگاه‌هایی که به هر نحوی از بودجه عمومی کل کشور استفاده می‌کنند، به‌جز مقامات مصرح در قانون مذکور ممنوع است.

وی با تأکید بر اینکه دستگاه‌های مشمول مکلفند تا ۶۰ روز از تاریخ ابلاغ این قانون، افرادی را که مشمول این قانون می‌شوند، از خدمت منترع و با آنان تسویه‌حساب کنند، تصریح کرد: افراد مشمول این قانون نیز باید در مهلت قانونی مقرر، سمت و پست خود را ترک کنند. پرداخت هرگونه وجهی پس از این مهلت از هر محل و تحت هر عنوان در حکم تصرف غیرقانونی در اموال دولتی است و با متخلفان برخورد قانونی خواهد شد.

رئیس سازمان بازرسی کل کشور ضمن اشاره به تکلیف قانونی بازرسان سازمان مبنی بر نظارت بر اجرای قانون مذکور گفت: از دستگاه‌های مشمول انتظار می‌رود ضمن رعایت دقیق قانون منع به‌کارگیری بازنشستگان، افراد مشمول را به این سازمان معرفی کنند. طرح اصلاح قانون ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان در جلسه علنی دوم مردادماه ۹۷ در مجلس، به تصویب رسید و ۲۱ شهریور در شورای نگهبان تأیید شد.

## گمانه‌زنی درباره وضعیت شهردار تهران

همچنین رئیس شورای شهر تهران درباره شمولیت شهردار تهران در قانون منع به‌کارگیری بازنشستگان و موضع شورای شهر گفت: هیچ تغییری در موضع ما در مورد ماندن شهردار و ثبات مدیریتی ایجاد نشده و ما اعضای شورای شهر تلاش می‌کنیم تا تفسیر قانون به نفع ماندن افشانی در شورای شهر باشد.

به گزارش ایسنا، محسن هاشمی دیروز در جمع خبرنگاران گفت: ما علاقه‌مند هستیم که شهردار تهران در سمت خود باقی بماند و کار را ارائه دهد مگر اینکه مراکز ذی‌صلاح به صورت کتبی و نه مصاحبه و نه نقل قول از سوی خبرنگاران به ما بگویند که فعالیت شهردار تهران برخلاف قانون است و آن موقع ما هم پاسخ نامه را کتبا خواهیم داد و در نهایت استفساریه خواهیم کرد.

**فرصت امروز:** بیش از یک دهه است که مفهوم اقتصاد مقاومتی وارد ادبیات و گفت‌وگوهای اقتصادی ایران شده است. در انتهای سال ۹۲ بود که مجموعه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از سوی مجمع تشخیص مصلحت نظام تدوین شد و سپس در ۲۴ بند از سوی رهبری به روسای سه قوه و رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام ابلاغ شد؛ با این همه، اقتصاد ایران چقدر مقاومتی است؟ چرا اقتصاد مقاومتی در وضعیت حاضر اقتصاد ایران، لازم و الزامی است؟ مگر اقتصاد مقاومتی چه می‌کند که در اقتصاد متعارف ناشدنی است؟ اینها پرسش‌هایی است که دکتر فتح‌الله آقاسی‌زاده سعی کرده تا به آنها پاسخ دهد. ویژگی او و شایستگی‌اش در مقام پاسخ به این سؤالات بیشتر از این جهت است که وی سال‌ها در دبیرخانه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی حضور داشته و به تفصیل می‌تواند توضیح دهد که اقتصاد مقاومتی چگونه طی طریق کرده و چه دستاوردها و عملکردی تاکنون داشته است. او تدوین‌گر کتاب «اقتصاد مقاومتی: میانی، مضامین، مدل اجرایی، عملکرد» نیز بوده و در گفت‌وگو با خبرنگاران کوشیده تا سرگذشت اقتصاد مقاومتی در ایران را روایت کند. مهمترین بندهای سخنان او را در ادامه می‌خوانید.

## گزاره‌های غم‌انگیز مدیریتی در ایران

• بررسی‌ها نشان می‌دهد واژگان مشابهی میان اندیشمندان اقتصادی جهان در حوزه اقتصاد مقاومتی وجود دارد. موضوعاتی مثل شکنندگی، کاهش ریسک، ضد شوک، آسیب‌پذیری، استحکام، مقاومت و تاب‌آوری. اقتصاد مقاومتی ترکیبی از همه اینهاست. در واقع، اقتصاد مقاومتی مفهومی ویژه دارد که ناشی از سپهر اختصاصی سیاست و اقتصاد ایران است.

• مطابق بررسی‌ها، تاب‌آوری، پابرجایی و نیرومندی سیستم، افزونگی و داشتن ظرفیت غلبه سریع بر مشکلات در عین آکالوی مخاطره و بازیابی و برگشت به سیستم، اجزای تعاریف ویژه اقتصاد مقاومتی است. در روانشناسی هم چنین مفهومی را داریم. تلاش این است که افراد آفسرده و با مخاطرات روانی خود را بازیابی کنند. اگر اقتصاد مقاومتی را از این زاویه ببینیم؛ مقصود این است که بتوانیم شرایط اقتصادی خودمان را آندفد پایدار طراحی کنیم که در مقابل شوک‌های درونی و بیرونی پایدار باشد.

• برنامه‌های توسعه‌ای متعددی در ایران اجرا شده است. سرجمع ۱۱ برنامه توسعه در قیل و قبل و پس از انقلاب اجرا شده است. در عین حال ما سند چشم‌انداز داریم. برنامه دیگری هم تحت عنوان ایران ۱۴۰۰ طراحی شده، برنامه‌های حیات طیبه، فقرزدایی، تحول سلامت و هدفمندی یارانه‌ها نیز برنامه‌های کلان و تاثیرگذاری هستند که طراحی یا اجرا شده‌اند.

• اقتصاد مقاومتی هم در استمرار همین روند و در اسفند سال ۹۲ ابلاغ شد. من چنین متوجه می‌شوم که قوه عاقله‌ای به دنبال نگاه به گذشته بود تا در یادید چرا در این برنامه‌ها چندان کامیاب نبودیم. واقعیت این است که شرایط ما در تغییرهای کلان اقتصادی مانند نرخ مشارکت، سرمایه‌گذاری، تجارت، نظام مالی دولت و ... کامیابانه نبوده است. شاخص‌های اقتصاد کلان، موید این واقعیت تلخ است که اقتصاد ایران طی سال‌ها، به شدت شکننده و آسیب‌پذیر شده است. واقعیت‌ها و چالش‌های کنونی کشور، بیانگر این است که اقتصاد ایران طی دو دهه گذشته (بعد از جنگ تحمیلی) و انجام برنامه‌های میان‌مدت (توسعه‌ای) نتوانسته در برخی از شاخص‌های کلیدی اقتصاد کلان توفیق یابد. رشد اقتصادی طی پنج برنامه توسعه (تا سال ۱۳۹۱) کمتر از ۵درصد بوده و در بازار کار نیز نرخ بیکاری به طور متوسط بالای ۱۲درصد باقی مانده است و هر ساله کشور نرخ تورم ۱۸درصد را تجربه کرده است. ضمن آنکه رشد اقتصادی ایران همواره از طریق به‌کارگیری بیشتر نیروی کار و سرمایه (به عنوان عوامل فیزیکی و کمی تولید) به جای بهره‌وری (به عنوان عامل کیفی تولید) عمل کرده و حتی در برخی از سال‌ها نقش بهره‌وری در رشد اقتصادی بسیار کم‌رنگ بوده است. روشن است که اقتصاد ایران به تدریج در برابر تکانه‌های داخلی و خارجی شکننده‌تر شده و در به‌کارگیری منابع و عوامل تولید، غیرکامد و غیربهره‌ورتر شده است. به‌نظر من در سال ۹۲ این نگاه به عقب و ناکامی در اهداف اساسی در برنامه‌ها، منجر به این شد که این سیاست‌ها ابلاغ شود.

• اقتصاد مقاومتی، الگویی به شدت متأثر از زیست‌بوم اقتصاد و منطبق با زیست‌بوم سیاسی نظام جمهوری اسلامی ایران است. اقتصاد

چرا اقتصاد مقاومتی به رغم اجماع عمومی نتوانسته به اهدافش دست یابد؟

## مسیر اقتصاد مقاومتی در ایران



• یکی از چالش‌های ما، همین ساختار اداری و کارکرد مدیریت ما است. ساختار اداری و مدیریتی هم در افزایش واگرایی بی‌تاثیر نیست. متأسفانه فضای مدیریت در ایران نیز غبارآلود است. شما را ارجاع می‌دهم به کتابی به نام «برنامه‌ریزی در ایران» که سال‌ها پیش منتشر شده است. این کتاب در آستانه تدوین برنامه سوم توسعه پیش از انقلاب نوشته شده است. گروه مشاورین هاروارد در سال‌های آخر دهه ۱۳۳۰ در ایران حضور یافتند تا رهنمودهایی برای برنامه‌ریزی به دولت وقت ایران بدهند. این اقدام نیز ناشی از غرزدگی نبوده بلکه متخصصان اقتصادی در آن سال‌ها انگشت‌شمار بودند و دولت فکر می‌کرد با مشاوره بیرونی بتواند سروسامانی به برنامه‌ریزی در ایران بدهد. تجارب گروه مشاوران هاروارد در ایران در این کتاب مکتوب شد و در سال ۱۳۷۷ هم منتشر شد. این گروه یافته‌های جالبی داشتند که هنوز برای ایران قابل بررسی است. در بخشی از این کتاب به موضوع مدیریت در ایران توجه شده است. دقت کنید در آن سال‌ها تشکیلات اداری به تازگی در حال پا گرفتن بود. ما هنوز تشکیلات اداری مطلوبی نداشتیم.

• مک لئود، عضو ویژه گروه مشاورین هاروارد، توصیف غم‌انگیزی از حکایت تحول اداری در ایران و مدیریت اداری در آن سال‌ها دارد. مک لئود می‌نویسد در ایران «اصلاح اداری» همچون «پیشرفت فنی» و «توسعه اقتصادی» اصطلاحی کلیشه‌ای است، به طور نامشخصی با مفاهیم «نوسازی» و «پیشرفت» ربط داده می‌شود. دولت یا برخی سازمان‌های دولتی در مقاطع زمانی مشخص و معمولاً به هنگام رویارویی با مقتضیات سیاسی به این اصطلاحات کلیشه‌ای روی می‌آورند و می‌کوشند تا به آنها عنینت بیخشند. تلاش‌های اصلاحگرانه در ایران معمولاً عمر کوتاهی داشته و در نتیجه آن، تنها گزارش‌های تحلیلگران مدیریت دولتی روی هم انباشته شده است. در موقع گرمی و شور و شوق این تلاش‌ها، سازمان‌های جدید تشکیل می‌شود و روش‌های اداری جدید یا می‌گیرد. همه اینها به تدریج به فراموشی سپرده می‌شوند و معمولاً وضعی مشابه گذشته از سر گرفته می‌شود.

• مک لئود همچنین می‌گوید در ایران افراد و مدیران به شیوه تیول‌داری مدیریت می‌کنند و حوزه مدیریت «شخصی شده» است. البته واژه تیول‌داری را به کار نمی‌برد اما توضیحاتش نزدیک به آن است. در دوره قاجار ما این شیوه مدیریت را داشتیم. افراد مدیر، مدیریت را مانند ملک شخصی و سازمان را سازمان شخصی تلقی می‌کردند. با گذشت سال‌ها از چنان نگاه و نگرش‌هایی، این مشکل هنوز هم هست. من معتقدم باید یک استایل یا شیوه مدیریتی به عنوان مدیریت ایرانی در جهان معرفی کنیم. مدلی از مدیریت که اهداف شخصی هم عامل شکل‌دهی و هم عامل قوام رابطه میان مافوق و مادون است.

• خلاصه کلام اینکه ما هنوز تقریباً به همان مشکلات گفته‌شده در کتاب مک لئود دچار هستیم. ساختار مدیریتی در ایران مناسب نیست. مناسب نیست از منظر اصول و گرنه با واقعیات کاملاً سازگار و منطبق است! این عدم تناسب از منظر اصولی، البته محدود به این دولت و آن دولت نیست. این ضعف‌های ساختاری باعث شده واگرایی را در سازمان‌های اداری نیز داشته باشیم. گاهی بین مدیران و کارشناسان در این کشور نیز شکافی به وسعت دیوار برلین وجود دارد و این واگرایی هر برنامه و طرح سودمند، مهم و موثری را ناساک می‌کند و به زمین می‌زند!

• یکی از همکاران ما مطالعه‌ای درباره برنامه‌های توسعه پس از انقلاب انجام داده بود که نتایج بسیار جالبی داشت. ایشان در تحقیقش نشان داده بود که برنامه‌های توسعه‌ای ما به ویژه پس از انقلاب، فاقد پارادایم روشنی هستند، یعنی بر مبنای آنها نمی‌توانیم بگوییم به این سمت یا آن سمت حرکت کرده‌ایم. ما در برنامه‌ها دچار اعرجاج در حرکت هستیم. اقتصاد مقاومتی توانسته استایل و پارادایم روشنی را برای حرکت ارائه نماید.

• من نیز موافقم که پس از سال‌ها از طرح اقتصاد مقاومتی ما خروجی لازم را از این سیاست نگرفته‌ایم و البته متعقدم برای پاسخ به چرایی این مساله، نیاز به مطالعات عمیق‌تر و یک آسیب‌شناسی مستقل در شناخت اقتصاد، سیاست، مدیریت و نظام اداری و انسانی است. قطعاً در مسیر اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، گام‌های خوبی برداشته شده، اما با همه این‌ها، آنچه انجام شده کافی نبوده است.

مقاومتی یک صورت‌بندی ویژه است که از زیست‌بوم سیاست جمهوری اسلامی ایران و اقتصاد ایران نشأت گرفته است. مقصود از زیست‌بوم سیاست، محیط سیاسی و اتمسفر سیاسی است که محیط بر اقتصاد ایران است و اقتصاد ایران در این محیط، زیست می‌کند. جمهوری اسلامی ایران واجد جهان‌بینی، ایدئولوژی یا انگاره‌ها و مختصاتی است که سیاست داخلی و خارجی این نظام، ماهیت آن را صورت‌بندی کرده و آن را از سایر کشورهای متمایز می‌کند. سایه این سیاست‌ها و متن و حاشیه‌های آن، بر اقتصاد ایران حاکم است. به همین دلیل، اقتصاد ایران، نسبت و همبستگی وثیقی با سیاست ایران دارد. واقعیت‌ها هم این را نشان می‌دهند که برای تبیین اقتصاد ایران نمی‌توان صرفاً به متغیرهای اقتصادی اتکا کرد. اقتصاد ایران واجد ویژگی‌ها، درون‌داده‌ها و برون‌دادهایی است که ارتباط وثیقی با سیاست دارد. بنابراین، تحلیل مباحث اقتصاد ایران، قطعاً مستلزم برقراری پیوندی با سیاست است.

• با همه اینها باید بدانیم که ارتباط اقتصاد و سیاست، به این معنا نیست که اقتصاد مقاومتی واجد مفاهیمی مجرد و انتزاعی است. خوشبختانه در باب محتوای اقتصاد مقاومتی اجماع دیده می‌شود و بسیاری از اقتصاددانان برجسته با این موضوع هم‌نویایی کردند. اجماع نظری در اقتصاد مقاومتی وجود دارد. در تمامی طیف‌های مطرح در سپهر سیاست ایران، به اقتصادخوانده‌ای برنمی‌خورید که مبانی اقتصاد مقاومتی را نفی کند. من به لیست مطولی اشاره کرده‌ام از دکتر نیلی تا دکتر توکلی و از حلقه علامه و تهران تا دانشگاه امام صادق. من سعی کردم اجماع نظری را نشان بدهم. قوه عاقله یا نظام، موضوعی را مطرح کرده که اقتصاددانان صاحب سبک و تجربه نیز آن را قبول دارند.

• دولت و ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی اهتمام مناسبی برای اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی از طریق طرح و اجرا و پیگیری برخی پروژه‌های اولویت‌دار در کشور انجام داده است، اما پرسش این است که چرا اقتصاد مقاومتی به اهداف اصلی‌اش نرسیده است؟ مشکل کجاست که چنین آرمان مهمی به‌رغم اجماع نظری چندان تمرینش نبوده است؟ چرا به رغم تلاش‌های فراوان، برون‌رفتی از مشکلات اقتصاد پیدا نکردیم. بله، توقع این بود از سال ۹۲ تا ۹۶ اتفاقاتی بیفتد تا تحریم مجدد نتواند ضربات مهلکی بزند.

• برای پاسخ تحلیلگرانه و فاقد سوگیری، باید چند موضوع را مورد کالبدشکافی قرار دهیم. نکته اصلی مشکل «ترجمه سیاست‌های کلی به اجرا» است. سوءتفاهم نشود و کسی برداشت نادرستی بنیادین و اساسی‌تر از جامع‌تر، امکان حیات نباید یا در دستور کار قرار نگیرد. به عبارت دقیق‌تر، مشکل ترجمه به مشکل بزرگ‌تر و مهم‌تر دیگری مربوط است که مترجمان و طراحان اهل اندیشه و اجرا را نیز تحت تاثیر قرار داده و شرایطی مشابه میدان مین را پدید می‌آورد. این مشکل بزرگ‌تر، بنیادهای کلان و ساختارها است. شاید بتوان تعبیر «الزامات، پیش‌نیازها و پیش‌فرض‌ها» را به‌کار گرفت که رساتر هم هست.

• ما در کشورداری، فاقد همگرایی هستیم. مقصودم این است در ایران رکنی به نام نظام داریم، رکنی به نام دولت و رکنی به نام مردم. این سه رکن قاعدتاً باید درهم تنیده و متعامل و هماهنگ باشند و برای حصول نتایج تمرینش، باید یکپارچه و هم‌راستا باشند اما متأسفانه بین این سه رکن، واگرایی وجود دارد. اگر از منظر یک کشنگر اهل تحلیل و فراتحلیل و به‌عنوان چشمی فراتر، به اتمسفر مدیریت و سیاست خودمان بنگریم، متوجه می‌شویم که ما با بردارهای «واگرا» مواجه هستیم. برای همین، به‌رغم تلاش‌های بسیار، واگرایی‌های مستمر، نتیجه‌بخشی را به تزلزل دچار کرده است. بدیهی هم هست که اگر این سه رکن همگرا نباشند، نمی‌توانیم موفق باشیم. اگر در اقتصاد نتوانستیم همگرایی داشته باشیم، یک دلیل قابل بحثش در این مقال، تاثیر واگرایی است. نتیجه هم این می‌شود که موفقیت‌های یگزگانی و ناپایدار داریم. اقتصاد مقاومتی محتوای مورد تفاهم همه بوده و هست اما به‌نظم در فضای واگرا، می‌تواند بدفراجم شود.

## دریچه

روزهای پرتلهاب کمبود محصولات سلولزی

## چگونه پوشک

## مساله اقتصاد ایران شد؟

نیمه نخست امسال را می‌توان روزهای عجیب اقتصاد ایران به شمار آورد؛ روزهایی که نرخ ارز و دلار لحظه‌ای بالا رفت و در کنار نوسان فراوان قیمت‌ها، میل و ولع مردم برای خرید برخی اجناس و کالاها به طرز شگفت‌انگیزی افزایش یافت. بررسی‌ها نشان می‌دهد وقتی کالایی به سمت گران شدن پیش می‌رود، معمولاً برخلاف سایر کشورها میزان تقاضا برای خرید آن نیز به شدت افزایش می‌یابد؛ به طوری‌که این مسئله در مورد سکه و همچنین انواع ارز و به ویژه دلار در جامعه ایران بسیار مشهود بود.

به گزارش خبرآنلاین، در ۶ماه گذشته به هر میزان که قیمت دلار افزایش یافت، حضور مردم حتی به شکل تشکیل صف‌های طولانی مقابل صرافی‌ها و چهارراه استانبول و... بسیار چشمگیر بود و کار به جایی رسید که از صبح زود مرد و زن با تشکیل صف‌های طولانی در انتظار دریافت چند دلار می‌ماندند.

به گفته برخی از اقتصاددانان، بسیاری از افراد جامعه که سرمایه‌های نقدی خود را در خطر بی‌ارزش شدن می‌دیدند، اقدام به خارج کردن پول‌های خود از بانک‌ها کرده و این نقدینگی را به سمت بازار طلا و ارز گسیل کردند؛ اتفاقی که سبب شد تا حجم عظیمی از نقدینگی در این بازار سرگردان شود و بالا و پایین رفتن قیمت‌ها ثروتمند و یا فقیر شدن لحظه‌ای دارندگان ارز و سکه طلا را به دنبال داشت.

## صرف پس‌اندازهای خانگی در بازار طلا

در این شرایط نوسانات شدید قیمت طلا و سکه، پای بسیاری از افرادی که دارای سرمایه‌های خرد بودند نیز به بازار باز شد و اندک پس‌اندازهای خانگی صرف خرید و طلای آب‌شده، طلای دست دوم و بدون اجرت و شمش طلا شد. این مسئله آنچنان پررنگ شد که دبیر اتحادیه طلا نیز با تأیید آن گفت: «وقتی خانم‌های خانه‌دار در بازار تهران طلای آب‌شده خرید و فروش می‌کنند و برای حفظ دارایی خود به شمش طلا روی می‌آورند، یعنی سرمایه‌های مردم به سمت بازار مولدی هدایت نشده و بعضاً بازار صنف طلا و جواهر را نیز به هم می‌ریزد.»

نادر بذرافشان، نوسان قیمت طلا و سکه در هفته‌های اخیر را کم‌سابقه عنوان و اظهار کرد: «صعود قیمت طلا و سکه موضوعی است که علی‌رغم تصور عمومی همیشه موجب بی‌رونتی بازار پلافروشان می‌شود.»

به گفته وی «مسئله مصنوعات طلا و سکه از هم جداست و در نوسانات قیمت‌ها حجم نقدینگی غالباً به بازار سکه و ارز سرازیر می‌شود و با توجه به ممنوعیت معاملات دلار در بازار، سرمایه‌های مردم بیشتر به سمت سکه روانه شد که نتیجه آن حباب یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومانی سکه بود.»

همچنین برخی از مسئولان و مشاوران دولت برای کنترل روند صعودی قیمت‌ها، پیشنهاد دادند که مردم پول و طلای خود را به بازار بیاورند و به این صورت افسار کنترل قیمت‌ها را با کمک دولت بکشند؛ پیشنهادی که سبب طنزپردازی‌های فراوان شد و در نهایت کنسی آن را جدی نگرفت که باید دلیل اصلی آن را به بی‌اعتمادی مردم نسبت داد در حالی که در کشور ترکیه وقتی مسئولان از مردم کمک خواستند، طرفداران دولت دلارها را وارد بازار کردند و حتی به صورت مقطعی برای ارتقای ارزش پول ملی تلاش کردند.

این بی‌اعتمادی نه‌تنها در حوزه طلا و ارز بلکه در سایر بخش‌ها نیز قابل مشاهده است، به طوری که اگر کالایی در کشور دچار کاهش تولید و عرضه شود حتی آن کسانی که نیازی ندارند نسبت به خرید اقدام می‌کنند که وضعیت اسفبار بازار کنونی پوشک گویای این مسئله است.

## زیاده‌خواهی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان

در هفته‌های گذشته و با زمزمه کمبود مواد اولیه و تریخیص نشدن آن از گمرک بازار محصولات سلولزی با مشکلات جدی مواجه شد، به طوری که بسیاری از مردم با شنیدن خبر کمبود پوشک و دستمال کاغذی به طرز عجیبی احساس نیاز کرده و برای خرید به فروشگاه‌های زنجیره‌ای، سوپرمارکت‌ها و حتی مغازه‌های کوچک در روستاها هجوم بردند و هر آنچه که در این واحدهای صنفی بود را خریدند و حتی در روزهای بعد به اجناس جدید هم رحم نکردند و این‌گونه در کنار کاهش تولید و عرضه بر التهاب بازار دامن زدند و عرصه را برای مصرف‌کنندگان واقعی تنگ کردند.

در حال حاضر بسیاری از خانواده‌ها در تامین پوشک مورد نیاز فرزندان‌شان با مشکلات فراوان مواجه هستند که کمبود و نبود این محصول بخشی از آن است.

افزایش میزان تقاضا کار را به جایی رسانده که برخی شرکت‌ها به بهانه نبود مواد اولیه اقدام به عرضه محصول به چند برابر قیمت واقعی کرده و سبب شده‌اند تا خانواده‌ها به ویژه در اقشار پایین جامعه از نظر اقتصادی نتوانند مایحتاج نوزادان را تهیه کنند.

بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهد جامعه ایرانی ولع سیری‌ناپذیری برای خرید و احتکار انواع کالاها در انبارهای خانگی دارد و نوعی توتان پایانی برای آن منصور شد. دلیل این مدعا نیز وضعیت کنونی محصولات سلولزی است که اواسط شهریور و با انتشار خبر رئیس اتحادیه خرازی‌ها درباره تعطیلی ۱۰ کارخانه تولید پوشاک بر نگرانی خانواده‌ها دامن زد و سبب شد تا ترس مردم برای آنچه کمبود کالا می‌پنداشتند، افزایش یابد و سیل خریداران دستمال کاغذی و پوشک را به سوی فروشگاه‌ها روانه ساخت.

تمامی این عوامل واقعی و غیرواقعی تحت تأثیر شایعه‌های فراوان در جامعه که دهان به دهان می‌چرخید و گوش به گوش منتقل می‌شد شرایطی را به وجود آورد تا محصولی که تا ماه پیش و با قیمت مصوب و به صورت عمده در بازار موجود بود از اواسط شهریور نایاب شود و چند برابر قیمت به دست مصرف‌کننده نهایه برسد؛ آشفته‌بازاری که اقتصاد را تحت تأثیر قرار داد و به مشکل اصلی اقتصاد کلان کشور تبدیل شد.



مسکن تهران نیز با کاهش عرضه واحدهای نوساز در سال جاری مواجه خواهد شد.

در سال ۹۶ در پایتخت ۶۵ هزار و ۱۱۸ واحد مسکونی در پروانه‌های صادرشده برای احداث ساختمان از سوی شهرداری تهران پیش‌بینی شده است که نسبت به سال گذشته حدود ۱۰۴ درصد کاهش داشته و متوسط تعداد واحد مسکونی برای هر یک از پروانه‌ها ۷ واحد بوده است. براساس آمارها در سال ۹۶ مجموع پروانه‌های صادرشده در شهر تهران ۹۳۱۶ فقره بوده که از نظر تعداد ۷۰۴ درصد نسبت به سال ۹۵ بیشتر شده است که می‌تواند ناشی از افزایش ساخت‌وسازهای کوتاه‌مرتبه یا کاهش بناهای بلندمرتبه باشد.

از سوی دیگر، مجموع مساحت زیربنا در پروانه‌های ساختمان صادرشده از سوی شهرداری تهران در سال ۹۶ بالغ بر ۱۱ میلیون و ۸۲۳ هزار مترمربع بوده که نسبت به سال گذشته حدود ۱۱۵ درصد کاهش دارد که مقایسه آن با افزایش ۷۰۴ درصد تعداد پروانه‌ها، از کاهش متراژ واحدهای پیش‌بینی شده در پروانه‌ها حکایت دارد. براساس آمارهای منتشرشده، متوسط مساحت زیربنای پروانه‌های ساختمانی صادرشده در شهر تهران در سال ۹۶ حدود ۱۲۶۹ مترمربع بوده است.

همچنین بررسی آمارهای مربوط به صدور پروانه‌های ساختمانی در کل نقاط شهری کشور نشان می‌دهد که در سال گذشته ۳۲۲ هزار و ۹۶۲ واحد مسکونی در ۱۲۲ هزار و ۸۱ فقره پروانه ساختمانی مجوز ساخت گرفته است که از کاهش ۲۰۱ درصدی تعداد واحدها و افزایش ۷۵ درصدی تعداد پروانه‌ها حکایت دارد. به‌عبارت دیگر، در کل مناطق شهری تعداد واحدهای پیش‌بینی شده در پروانه‌های ساختمانی کاهش پیدا کرده ضمن اینکه مجموع متراژ واحدها نیز کاهش ۴۰۱ درصدی را نسبت به سال ۹۵ تجربه کرده است.

طبق آمار، متوسط تعداد واحد مسکونی در هر پروانه ساختمانی ۲۶ واحد بوده و متوسط مساحت بنا در این پروانه‌های ۴۸۹ مترمربع بوده است. همچنین مجموع مساحت زیربنا در پروانه‌های صادرشده نیز ۵۹ میلیون و ۷۴۶ هزار مترمربع بوده که نسبت به سال گذشته ۴۰۱ درصد کاهش دارد و می‌توان نشان‌های از برطرف‌شدن ساخت واحدهای کوچک‌متراژ و متناسب با الگوی مصرف مسکن باشد.

اعلام نکرد و تنها در پاسخ به میزان افزایش گفت: «این سؤال را باید از بانک مسکن پرسید.»

اما همزمان با این گفته‌ها، عضو کمیسیون عمران مجلس هم پیشنهاد افزایش وام مسکن اولی تا سقف ۳۰۰ میلیون تومان برای تهران و ۱۵۰ میلیون تومان برای شهرستان‌ها را ارائه داده است. حمید بنایی، عضو کمیسیون عمران مجلس در این باره گفته است: «در شرایط کنونی مسئولان وزارتخانه به دنبال اصلاح ۳ موضوع در بحث ارائه اوراق‌های مسکن هستند که حذف شرط عمر ۱۵ ساله بنا برای دریافت وام، افزایش سقف تسهیلات و افزایش مدت زمان بازپرداخت اقساط این موارد را شامل می‌شود.»

کاهش عرضه نوسازها در بازار مسکن همچنین مرکز آمار ایران در گزارشی اعلام کرده است که در سال ۹۶ هرچند صدور پروانه‌های احداث ساختمان افزایش یافته اما تعداد واحدهای مسکونی پیش‌بینی شده در این پروانه‌ها کمتر شده است. در واقع، صدور پروانه ساختمان در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۵ در تهران ۱۰۴ درصد کاهش یافته است و کل شهرداری‌های کشور نیز در این سال ۲۰۱ درصد کمتر پروانه ساخت صادر کرده‌اند. با توجه به اینکه میزان تولید مسکن در شرایط فعلی جوابگوی نیاز بازار نیست، این موضوع از کاهش عرضه نوسازها به بازار خبر می‌دهد.

براساس این گزارش، بازار مسکن در حالی کاهش تعداد معاملات را تجربه می‌کند و خطر بازگشت رکود تومی به این بازار تقویت شده است که از یک‌سو، میزان تولید فعلی جوابگوی نیاز بازار مسکن کشور نیست و از سوی دیگر، آمارهای مربوط به صدور پروانه‌های ساختمانی نیز از کاهش تقاضا برای ساخت‌وساز در سال گذشته خبر می‌دهند و این یعنی امسال واحدهای کمتری از محل تولید سال گذشته به بازار وارد خواهد شد.

براساس آمارهای منتشرشده از وضعیت صدور پروانه‌های ساختمانی در مناطق شهری کشور، تعداد واحدهای پیش‌بینی شده در پروانه‌های صادره در سال گذشته نسبت به سال قبل از آن ۲۰۱ درصد افت کرده است. طبق اعلام مرکز آمار ایران، تعداد واحدهای پیش‌بینی شده در پروانه‌های ساختمانی صادرشده در شهر تهران نیز ۱۰۴ درصد در سال ۹۶ نسبت به سال ۹۵ کمتر شده و بازار

گره فیلترینگ استارت‌آپ‌ها با ورود مجلس باز می‌شود؟

## چاره‌جویی برای نجات استارت‌آپ‌ها از فیلترینگ

کردن اقتصاد دارند، بر کسی پوشیده نیست. صاحب‌نظران معتقدند که آینده جهان در دست فناوری‌های نوین است و این فناوری‌ها توانایی حل مشکلات مختلف را دارند. طی سال‌های اخیر، استارت‌آپ‌ها جایگاه ویژه‌ای در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار در ایران پیدا کرده‌اند تا جایی که اکنون مقام‌های دولتی نیز بر کارایی آن‌ها اذعان دارند. با باز شدن پای فیلترینگ به این عرصه بیم آن می‌رود که کسب‌وکارهای نوین اسیر فیلترینگ شوند و امنیت سرمایه‌گذاری در این حوزه نیز به خطر بیفتد.

پیش از این فیلترینگ مشمول وب‌سایت‌های دارای محتوای غیراخلاقی و مطالب غیرمجاز سیاسی می‌شدند، اما اینکه فیلترینگ بخواهد بدون سناز و کار مشخص به حوزه کسب و کارها وارد شود، همدار بسیار جدی را برای فعالان این عرصه به همراه دارد.

## نبود روال منطقی و کارشناسی‌شده در فیلترینگ

محمدجواد آذری‌جهرمی، وزیر ارتباطات چندی پیش در گفت‌وگو با همشهری در مقابل مسدود شدن سایت‌های استارت‌آپ‌ها، فیلترینگ غیرکارشناسی را به‌معنای پایین کشیدن کرکره کسب و کار مردم دانست و تأکید کرد که باید روشی مبتنی بر «بالایش کارشناسی» جایگزین نحوه فعلی از جمله سیستم رای‌گیری آنلاین شود. وزیر ارتباطات در توضیح سیستم رای‌گیری آنلاین گفته است: برای اینکه به موارد غیراخلاقی، فوری رسیدگی شود، سیستم آنلاینی به‌وجود آمده است. ۲ عضو دولتی و ۳ عضو غیردولتی عضو کمیته هستند و بسیاری از سایت‌ها را با رأی‌گیری آنلاین میان خود فیلتر می‌کنند. این نظام رأی‌گیری آنلاین را قبول نداریم.

نزدیک دو سال پیش بود که دولت و وزارت راه و شهرسازی از طریق بانک مسکن، وامی تحت عنوان «مسکن اولی‌ها» تعریف کردند و سقف وام را برای هر نفر ۸۰ میلیون تومان و برای هر زوج ۱۶۰ میلیون تومان افزایش دادند تا بلکه بتواند علاوه بر رونق بازار، جوانان را در خرید خانه کمک کند؛ اما حالاً رشد قیمت مسکن در چند ماه گذشته چنان شتاب گرفته است که قدرت وام مسکن در بسیاری از نقاط به خصوص در شهرهای بزرگی همچون تهران به گردپای این افزایش قیمت‌ها نمی‌رسد و عملاً با گرفتن وام بخش بسیار ناچیزی از قیمت خرید خانه را می‌توان پوشش داد.

همین موضوع حتی در تمایل افراد برای سپرده‌گذاری و تقاضا برای دریافت وام مسکن هم خودش را نشان می‌دهد، تا جایی که می‌بینیم قیمت اوراق مسکن با وجود موج گرانی همه کالاها در ماه‌های گذشته، اما افزایش قیمت آنچنانی نداشته و با یک نوسان اندک، قیمتش تقریباً ثابت مانده است، این در حالی است که قیمت مسکن بسته به مناطق مختلف از ۳۰ تا ۷۰ درصد هم رشد کرده است.

اما برای بی‌ارزش شدن میزان وام مسکن اولی‌ها فقط کافی است به قیمت‌های مسکن در شهر تهران نگاهی بیندازیم تا به خوبی متوجه شویم که با گرفتن وام مسکن حتی تا سقف آن که ۱۶۰ میلیون تومان است هم دیگر نمی‌توان کاری از پیش برد. در حال حاضر به اعتقاد کارشناسان، وام مسکن در بیشتر مناطق تهران حداکثر می‌تواند ۲۰ تا ۳۰ درصد مبلغ خرید یک آپارتمان را (به جز مناطقی خاص در جنوب شهر) پوشش دهد و در این شرایط دیگر گرفتن وام آن هم با سود ۹ درصد بعد از یک سال نسپرده‌گذاری یا خرید اوراق و گرفتن وام با سود بیش از ۱۴ درصد، منطقی نیست.

وام مسکن افزایش پیدا می‌کند؟

همین مساله (کاهش شدید قدرت وام مسکن در قیمت کلی خرید) موجب شده تا وزارت راه و شهرسازی بار دیگر به فکر افزایش وام مسکن بیفتد و سقف وام را به ۳۰۰ میلیون تومان افزایش دهد؛ عددی که می‌تواند در بخش مهمی از شهر تهران تقریباً ۴۰ تا ۷۰ درصد قیمت کل یک خانه آپارتمانی را پوشش دهد. از همین رو، عباس آخوندی، وزیر راه و شهرسازی چند روز پیش از ارائه پیشنهاد افزایش وام خرید مسکن به بانک مرکزی خبر داد. او البته عددی

روز جمعه ۱۸۰ سایت گردشگری با استعلام دادستانی از سازمان هواپیمایی فیلتر شدند که با اعتراض گسترده فعالان این کسب‌وکارها از جمله علی اصغر مونس‌نسان رئیس سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی همراه بود. مونس‌نسان در واکنش به این اقدام در پستی توئیتری نوشت: «در کنار تلخی‌های ناملامیات ارزی شاهد رونق گردشگری در جذب گردشگر بوده‌ایم. انسداد ایجادشده در فعالیت برخی استارت‌آپ‌های خدماتی در مقطع حساس کنونی باید پیگیری شود.»

به گفته عبدالصمد خرم‌آبادی معاون دادستان کل کشور، فیلتر این سایت‌ها به درخواست معاون وزیر راه و شهرسازی و رئیس سازمان هواپیمایی کشوری انجام شده است. سازمان هواپیمایی کشوری یکی از علل بالا رفتن قیمت بلیت هواپیما و برخی دیگر از نابسامانی‌های مربوط به حوزه فروش بلیت را فعالیت سایت‌های غیرمجاز مربوط به خدمات مسافرتی اعلام کرده و با ارائه فهرست برخی از این سایت‌ها از دستگاه قضایی درخواست کرده به‌منظور جلوگیری از اجحاف به مسافران و ممانعت از اخلاف در شبکه فروش بلیت از ادامه فعالیت آن‌ها جلوگیری کند.

این اقدام در حالی اجرا شد که امیر ناظمی عضو هیأت علمی مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور می‌گوید: «اشتباه این استعلام نادیده گرفتن نوع از سایت‌ها از جمله سایت‌هایی که پارتنر دارای مجوز دارند و همچنین سایت‌های مقایسه و معرفی بوده است.»

اهمیت «استارت‌آپ‌ها» در اقتصاد کشورها به دلیل نقشی که در رقابتی

## یادداشت

گرانی دلار چگونه  
سرنوشت بانکها را تغییر داد؟کوروش پرویزیان  
عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

ادغام بانکها که در ماههای اخیر بیش از همیشه مطرح شده، از روشهای مؤثر در بهبود شبکه بانکی است. از نظر من ادغام چند بانک در یک بانک تصمیم درستی است و تمام اجزا و اعضای شبکه بانکی باید به عناصر درگیر در این فرآیند و اجرای این فرآیند کمک کنند چراکه بعضی از بانکها با توجه به شرایط جدید وضعیت مطلوبی ندارند. افزایش نرخ ارز در بازار داخلی بر میزان کفایت سرمایه بانکها نیز اثر گذاشته است. سرمایه بسیاری از بانکها تحت تأثیر افزایش ناگهانی نرخ ارز به شدت افت کرده و از سوی دیگر فضا و انگیزه لازم برای سهامداران به منظور مشارکت بیشتر برای افزایش سرمایه وجود ندارد. این در حالی است که کفایت سرمایه یکی از مهم ترین عوامل حضور بانکها و رقابت آنها در فضای بین المللی است. با توجه به این شرایط می توان صلاحیت های لازم در عامل کفایت سرمایه را با ادغام و پیوستگی چند بانک در یک بانک فراهم کرد. متأسفانه سرمایه بعضی از بزرگترین بانکهای ایران زیر یک میلیارد دلار است و این میزان سرمایه برای حجم تجارت، اعم از صادرات و واردات و تعهدات بانکی کافی نیست. از این منظر فرآیند ادغام بانکها که بانک مرکزی آن را کلید زده است، جزو ضروری ترین اقدامات در شبکه بانکی به نظر می رسد. مجوز این اقدام هم از سوی فرماندهی کل قوا صادر شده و ادغام بانکها از سوی دولت، ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی، بانک مرکزی و نیروهای مسلح دنبال می شود.

با وجود ضرورت ادغام در شرایط کنونی اما، این روش به مثابه دیگر روشها منتقدانی نیز دارد. به طور قطع روشهای دیگری برای حل مسائل نظام بانکی ایران وجود دارد و ادغام یکی از این روشهاست. خرید یک بانک از سوی بانک دیگر در صورت صدور مجوز از سوی بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار یا همکاری و پیوستن به بانکهای دیگر در سطح بین المللی با اجازه قانون، در شرایط عادی از راه حل های مؤثر است. امکان دیگر اجازه فروش سهام بانکهای ایرانی در بازارهای خارجی و جذب سرمایه از خارج است. با وجود این روشهای مختلف اما دولت با توجه به پیش بینی هایی که در قانون انجام شده، ادغام بانکها را دنبال می کند.

## خبرنامه

بانکها از بانک مرکزی خواستار شدند

## بازنگری در کارمزد خدمات الکترونیکی

دبیر کل کانون بانکها و موسسات اعتباری خصوصی از تقاضای بانکها برای به جریان افتادن کارمزد خدمات الکترونیکی از سوی بانک مرکزی خبر داد. به گزارش پژوهشگر بولی و بانکی، محمدرضا جمشیدی درباره پیگیری چهارساله موضوع کارمزد و به نتیجه نرسیدن آن، اظهار کرد: با توجه به اینکه درآمد بانکها از محل تفاوت نرخ سود سپردهها و سود تعیین شده برای تسهیلات منفی است، بنابراین لازمه این کار تمرکز بانکها بر ایجاد درآمد از بابت کارمزد ارائه خدمات است. وی افزود: از این رو بانکهای خصوصی و دولتی در سال ۹۴ با ۴ هزار ساعت نفر کار کارشناسی نرخ جدید خدمات الکترونیکی نوین بانکی را که در سالهای اخیر اعلام شده و در اختیار بانکها قرار گرفته بود مورد بررسی قرار دادند و نتیجه امر که به توافق شورای هماهنگی بانکهای دولتی و کانون بانکهای خصوصی رسیده بود به بانک مرکزی پیشنهاد شد. دبیر کل کانون بانکها و موسسات اعتباری خصوصی گفت: خوشبختانه انعکاس این موضوع همزمان با ریاست عبدالناصر همتی بر بانک ملی ایران و ریاست شورای هماهنگی بانکهای دولتی بود اما طرف سالهای اخیر با وجود پیگیری بانکهای دولتی و خصوصی هیچگونه پاسخی از سوی بانک مرکزی به آنان منعکس نشده، بنابراین به منظور جبران زیان حاصل از اعطای تسهیلات با نرخهایی نزدیک به نرخ سود سپردهها و به منظور جلوگیری از رفتارهای نامطلوب برخی از بانکها، به جهت عدول از نرخهای تعیین شده مزبور در خواست بانکها و موسسات اعتباری اتخاذ تصمیم درباره تعیین نرخ کارمزد خدمات رایلی و ارزی بانکها توسط بانک مرکزی است. جمشیدی در پایان اظهار امیدواری کرد رئیس کل بانک مرکزی پیش از این به عنوان رئیس شورای هماهنگی بانکهای دولتی خواستار اجرای این موضوع بود، بنابراین باید تحقق این امر از سوی بانک مرکزی تسریع باشد. به گزارش مهر، کارمزد به عنوان یکی از اصلی ترین منابع درآمدی بانکها در دنیا به شمار می رود که در سیستم بانکی ایران و به ادعان مدیران منبع درآمدی بانکها از این محل به کمتر از ۵ درصد می رسد و عمده منابع درآمدی آنها از محل سود تسهیلات و واسطه گری تامین می شود که خود آسیبهای بسیاری را برای شبکه بانکی به همراه داشته است؛ موضوعی که بارها مورد تأکید بانک مرکزی قرار گرفته و خواسته که نظام بانکی از تامین هزینه های خود از محل واسطه گری به سمت استفاده بیشتر از کارمزد پیش برود.

## شفاف سازی درباره تامین ارز زائران اربعین

برخلاف برخی خبرها مبنی بر اختصاص دلار ۷۰۰۰ تومانی به زائران اربعین، قرار نیست که ارزی به عنوان ارز مسافرتی با نرخ نیمایی در اختیار آنها قرار گیرد؛ بلکه فقط هزینه ویزای زائران در قالب حواله ارزی با نرخ نیمه پرداخت می شود و ارز سفر باید از بازار و همانند سایر مسافران تهیه شود. به گزارش ایسنا، اخیراً برخی خبرها به نقل از مسئولان در مورد تامین ارز اربعین با دلار حدود ۷۰۰۰ تومانی منتشر شد و این گونه برداشت می شد که قرار است به این گروه از متقاضیان، ارز ارزان قیمت برای سفر داده شود. در حالی که پیگیری موضوع نشان می دهد که قرار نیست به هیچ عنوان ارزی با نرخ نیمه (نظام یکپارچه معاملات ارزی) در قالب ارز مسافرتی به زائران پرداخت شود و آنان باید ارز مورد نیاز خود را از بازار تامین کنند، اما هزینه ویزای این مسافران با توجه به نرخ روزانه نیمه به حساب سفارت عراق در ایران از سوی بانک مرکزی حواله خواهد شد. در این حالت دیگر هیچ اسکناسی به طور مستقیم به زائران اربعین داده نمی شود.

بیمه مرکزی آخرین ظرفیت مجاز نگهداری ریسک شرکت های بیمه را اعلام کرد

## مجوز قبولی اتکایی تنها برای ۴ شرکت بیمه



کرد: انجام صحیح مأموریت این صندوق و توانمندی آن در گرو توانگری شرکت های بیمه ای است چراکه شرکت های بیمه ۸ درصد از حق بیمه دریافتی شخص ثالث را به این صندوق تزریق می کنند. رئیس شورای عالی بیمه فعالیت صندوق تامین خسارت های بدنی را بسیار حساس توصیف کرد و گفت: عملکرد صندوق باید به گونه ای باشد که علاوه بر تامین رضایت خاطر زیان دیدگان به توسعه صنعت بیمه نیز منتهی شود.

سلیمانی در بخش دیگر از سخنان خود به خسارات ناشی از تصادفات موتورسیکلت ها اشاره کرد و گفت: باید بستری را فراهم کرد که فعالیت صندوق، فرارهای بیمه ای را در پی نداشته باشد و این مسئله در خصوص راکبان موتورسیکلت ها باید با جدیت بیشتری دنبال شود. وی مأموریت های

بیمه مرکزی آخرین ظرفیت مجاز نگهداری ریسک و قبولی اتکایی شرکت های بیمه را بر مبنای اطلاعات آخرین صورت های مالی منتشر کرد که طی آن تنها ۴ شرکت مجاز به قبولی اتکایی هستند. براساس جدول منتشر شده از سوی بیمه مرکزی، بیمه ایران با ۱۷ میلیون و ۷۷۵ هزار و ۱۲۰ میلیون ریال رتبه اول را در ظرفیت مجاز نگهداری ریسک دارد. شرکت های بیمه آسیا با ۲ میلیون و ۸۷۴ هزار و ۲۸۱ میلیون ریال، بیمه البرز با ۲ میلیون و ۷۱۹ هزار و ۸۸۰ میلیون ریال در رتبه های دوم و سوم بالاترین ظرفیت مجاز نگهداری ریسک هستند. بیمه پارسیان با ۲ میلیون و ۱۳۸ هزار و ۲۲۴ میلیون ریال و بیمه دانا با ۲ میلیون و ۱۱ هزار و ۳۱۱ میلیون ریال در رده های بعدی جدول منتشر شده از سوی بیمه مرکزی درباره ظرفیت مجاز نگهداری ریسک هستند.

به گزارش ایبنا، تنها ۴ شرکت بیمه ایران، ملت، پاسارگاد و ایران معین ظرفیت مجاز قبولی اتکایی دارند و سایر شرکت های بیمه مجاز به قبول اتکایی نیستند. بر این اساس بیمه ایران ۸ میلیون و ۸۸۷ هزار و ۵۶۰ میلیون ریال ظرفیت مجاز قبولی اتکایی دارد. بعد از این شرکت، بیمه ملت با ۶۹۸ هزار و ۳۷۶ میلیون ریال در رتبه دوم و بیمه پاسارگاد با ۶۳۵ هزار و ۷۸۶ میلیون ریال قرار دارند. این در حالی است که ماه گذشته ظرفیت مجاز قبولی اتکایی بیمه ملت ۵۵۸ هزار و ۲۵ میلیون ریال اعلام شده بود و این شرکت در رتبه سوم ظرفیت مجاز قبولی اتکایی بود.

چهارمین شرکتی که مجوز قبولی اتکایی دارد، بیمه ایران معین است که ظرفیت مجاز قبولی اتکایی آن بدون تغییر نسبت به ماه گذشته ۳۹۳ هزار و ۴۱۱ میلیون ریال است.

براساس آمار منتشر شده در جدول بیمه مرکزی، ظرفیت مجاز قبولی اتکایی در قرارداد برای بیمه ایران ۳۵۵ هزار و ۵۰۲ میلیون ریال، برای بیمه ملت ۲۷ هزار و ۹۳۵ میلیون ریال، برای بیمه پاسارگاد ۲۵ هزار و ۴۳۱ میلیون ریال و برای بیمه ایران معین ۱۵ هزار و ۷۳۶ میلیون ریال اعلام شده است.

همچنین ۲ شرکت بیمه اتکایی امین با ۸۶۹ هزار و ۴۱۳ میلیون ریال و بیمه اتکایی ایرانیان با ۶۲۰ هزار و ۶۲۹ میلیون ریال ظرفیت مجاز قبولی اتکایی دارند. این رقم در حالی اعلام می شود که ماه گذشته ظرفیت مجاز قبولی اتکایی بیمه اتکایی ایرانیان ۵۹۰ هزار و ۱۰۹ میلیون ریال اعلام شده بود.

از سویی، با توجه به مصوبه شورای عالی بیمه، پروانه فعالیت شرکت بیمه توسعه در رشته های بیمه خودرو و زندگی ابطال و در خصوص سایر رشته های تعلیق شده است. نحوه محاسبه ظرفیت مجاز قبولی اتکایی و قبولی در قرارداد براساس مفاد مندرج در بند ۴ ضوابط اجرایی ماده ۲۰ آیین نامه شماره ۴۰۵ به شرح ذیل است:

قبولی اتکایی: ۵۰ درصد ظرفیت مجاز نگهداری  
قبولی در قرارداد: ۵۲ درصد ظرفیت مجاز نگهداری  
نهاد ناظر بیمه ای کشور از بیمه گذاران درخواست کرده علاوه بر مدنظر قرار دادن ظرفیت مجاز نگهداری ریسک، به سطح توانگری مالی شرکت های بیمه که توسط بیمه مرکزی تایید و اطلاع رسانی شده نیز به عنوان یکی از معیارهای اصلی در قراردادهای خود توجه کنند.

صندوق تامین خسارت های بدنی  
همچنین رئیس بیمه مرکزی انجام صحیح مأموریت صندوق تامین خسارت های بدنی را در گرو توانمندی شرکت های بیمه عنوان کرد و گفت: شرکت های بیمه ۸ درصد از حق بیمه دریافتی شخص ثالث را به صندوق تزریق می کنند.

به گزارش بیمه مرکزی، غلامرضا سلیمانی گفت: صندوق تامین خسارت های بدنی باید در کنار صنعت بیمه نقش اجتماعی و اقتصادی خود را ایفا کند و در مواقع بحرانی چتر خود را بالای سر زیان دیدگان بگستراند و بعد از مهار بحران با شناسایی مقصران حادثه، منابع را به صندوق برگرداند.

وی افزود: قانون تاسیس این صندوق از قوانین مترقی محسوب می شود و قانونگذار ایده های قابل تاملی را در تاسیس صندوق تامین خسارت های بدنی، دنبال کرده است. رئیس شورای عالی بیمه با تأکید بر این نکته که هیچ کس نباید در جامعه اسلامی ایران احساس بی پناهی کند، تأکید کرد: ما می توانیم با تمهیداتی نگاه انفاق مطلق را به نگرش کمک با حفظ کرامت انسانی زیان دیدگان مبدل کنیم و کار به گونه ای دنبال شود که مردم احساس کنند حق طبیعی خود را دریافت می کنند. وی خاطرنشان

در گرامی داشت آغاز ۱۸ سالگی  
خدمت رسانی  
خانه هر ایرانی  
یک شعبه بانک پارسیان

پارسیا (شعبه مجازی)  
سامانه خانه پارسیان  
پارسیان من (موبایل بانک)

ایجاد اشتغال و محرومیت زدایی در مناطق مرز  
با تامین مالی استحصال گندله از معادن سنگ در منطقه سنگان



پارسیان بانک ایران  
www.parsian-bank.ir  
مرکز تماس و صدای پارسیان: ۸۱۱۵۱۰۰۰

## نماگر بازار سهام



عقبگرد ۲۴۰۸ واحدی در دومین روز هفته

## استراحت شاخص بورس

شاخص بورس در جریان معاملات روز یکشنبه ۲۴۰۸ واحد افت کرد. به گزارش تسنیم، در جریان دادوستدهای دیروز بازار سرمایه تعداد ۴ میلیارد و ۹۶۲ میلیون سهم و حق تقدم به ارزش یک هزار و ۲۰۲ میلیارد تومان در ۲۶۶ هزار نوبت مورد دادوستد قرار گرفت و شاخص بورس با افت ۲۴۰۸ واحدی در ارتفاع ۱۵۵ هزار و ۷۱۰ واحد قرار گرفت. بیشترین اثر منفی بر افت داماسنج بازار سهام به نام نمادهای معاملاتی فولاد مبارکه اصفهان، صنایع پتروشیمی خلیج فارس و ملی صنایع مس ایران شد و در مقابل نمادهای معاملاتی پتروشیمی جم، بانک ملت و بانک تجارت با رشد خود مانع افت بیشتر شاخص بورس شدند. شاخص‌های اصلی بازار سرمایه هم روز منفی را پشت سر گذاشتند، به طوری که شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) ۷۰۴ واحد، کل (هم‌وزن) ۱۲۱ واحد، قیمت (هم‌وزن) ۸۵ واحد، آزاد شناور ۲۴۹۹ واحد و شاخص‌های بازار اول و دوم به ترتیب ۲۱۴۵ و ۳۰۱۷ واحد افت کردند. براساس این گزارش، در بازارهای فرابورس ایران هم با معامله ۱۰۶۳ میلیون ورقه به ارزش ۹۷۷ میلیارد تومان در ۱۱۲ هزار نوبت، آیفکس ۱۰ واحد افت کرد و در ارتفاع ۱۷۹۴ واحد قرار گرفت.

در نامه وزیر صنعت به رئیس سازمان بورس

## سقف رقابت محصولات پتروشیمی برداشته شد

وزیر صنعت در نامه‌ای به رئیس سازمان بورس، برداشته شدن محدودیت در سقف رقابت محصولات پتروشیمی را ابلاغ کرد. محمد شریعتمداری، وزیر صنعت، معدن و تجارت در نامه‌ای به رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از برداشته شدن سقف رقابت در محصولات پتروشیمی خبر داد. در نامه شریعتمداری به شاپور محمدی آمده است که محدودیت در سقف رقابت محصولات برداشته می‌شود؛ قیمت پایه اولیه کماکان بر مبنای نرخ ۴۲۰۰ ریالی محاسبه و اعلام گردد؛ شرکت ملی صنایع پتروشیمی پس از هر بار از عرضه منجر به معامله قیمت پایه را براساس میانگین ۴ هفته‌ای عرضه شده تعدیل و به بورس اعلام نماید؛ شرکت‌های پتروشیمی مکلف به رعایت کف عرضه اعلام شده حداقل به میزان عرضه کالا در بورس مطابق عرضه سال گذشته می‌باشند.

برترین شهرهای جهان از نظر عملکرد اقتصادی

## تهران در رده هشتم و نهم

شهر دUBLIN ایرلند موفق شد عنوان موفق‌ترین عملکرد اقتصادی در بین شهرهای بزرگ جهان را از آن خود کند. به گزارش ایسنا به نقل از موسسه بروکینگز، در حال حاضر بیش از دو سوم جمعیت جهان در مناطق شهری زندگی می‌کنند و ۳۰۰ شهر بزرگ در سراسر جهان نیمی از تولیدات ناخالص داخلی دنیا را در اختیار دارند. در رده‌بندی موسسه بروکینگز از این ۳۰۰ شهر، بر معیارهایی چون تولید ناخالص داخلی اسمی بر حسب دلار، برابری قدرت خرید، رشد اقتصادی و اشتغال تمرکز شده است. از بین ۳۰۰ شهر بزرگ دنیا ۱۰۳ شهر در چین و ۵۷ شهر در آمریکای شمالی قرار داشته‌اند و اروپای غربی با ۴۳ نماینده در جایگاه سوم است. براساس این گزارش شهر دUBLIN در ایرلند توانسته است موفق‌ترین عملکرد اقتصادی را در بین کلان شهرهای دنیا داشته باشد و پس از این شهر، سن خوزه در آمریکا، چنگدو در چین، سان فرانسیسکو در آمریکا و پکن در چین در رده‌های دوم تا پنجم جای گرفته‌اند. دهلی هند در رده ششم، استانبول ترکیه در رده دوازدهم، لس آنجلس آمریکا در رده شانزدهم و جاکارتای اندونزی در رده بیست و هشتم قرار گرفته‌اند. در انتهای این رده‌بندی نیز نام شهرهای سانپائولوی برزیل، کلگری کانادا و ماکائو چین دیده می‌شود.

خبرگزاری فرانسه: بورس تهران رکورد تاریخی خود را شکست

## بورس و هراس بازگشت رکود



## بورس و هراس بازگشت رکود

یک کارشناس بازار سرمایه درخصوص رشد پیاپی شاخص بورس معتقد است: رشد شاخص بورس و قیمت سهام کوتاه‌مدت بوده و تجربه سال‌های گذشته بازار سهام نشان می‌دهد که شرایط رکودی بازم به بورس بازمی‌گردد. به گفته وی، بررسی وضعیت بازار سرمایه در ۵۰ سال گذشته حکایت از این دارد که به‌هنگام وقوع تغییرات عمده در نرخ ارزها، نمادهای معاملاتی و به تبع آن شاخص بورس دچار تغییر می‌شود که نمونه بارز این موضوع را می‌توان در رشد نماد معاملاتی مربوط به شرکت‌های صادرات‌محور مشاهده کرد.

مهدی کاظمی اسفند در گفت‌وگو با ایبنا، ادامه داد: در پی افزایش چشمگیر نرخ ارز در ماه‌های گذشته، این موضوع اثر خود را نیز بر بازار سرمایه گذاشته است و موجب رشد شاخص بورس تا ارتفاع ۱۶۰ هزار واحد شده که در تاریخ راه‌اندازی بورس تا به امروز این ارتفاع فتح نشده است.

## تورم سایر بازارها

وی اضافه کرد: از سوی دیگر تورم سایر بازارها و در مجموع اقتصاد کشور به‌طور سنتی و معمول با تأخیر به بازار سرمایه می‌رسد. به همین دلیل بخشی از رکوردشکنی شاخص و قیمت‌ها در تالار شیشه‌ای را می‌توان به این موضوع نسبت داد. این کارشناس با تأکید بر این موضوع که بازار سرمایه بازاری تخصصی است و همانند سایر بازارها از جمله مسکن، خودرو، ارز و سکه نمی‌توان با آورده نقدی انتظار کسب سود را داشت، گفت: بر این اساس به سهامداران به‌ویژه تازه‌واردان به بورس توصیه می‌شود از سرمایه‌گذاری و خرید مستقیم سهام پرهیز کنند و از ظرفیت‌های صندوق‌های سرمایه‌گذاری برای مدیریت ریسک خود استفاده کنند. وی همچنین درخصوص وضعیت بازار سرمایه و نیز شاخص بورس در هفته‌های پیش رو اظهار داشت: پیش از پیش‌بینی آتیه بازار سهام در روزهای پیش رو ذکر این نکته ضروری است که شاخص بورس میانگینی از وضعیت بازار سهام و رشد و کاهش قیمت‌ها است و به‌نوعی

فرصت امروز: خبرگزاری فرانسه گزارش داد شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در ادامه روند صعودی خود در هفته‌های اخیر، رکورد ۵۰ ساله خود را شکست.

به گزارش فرانس پرس، بورس تهران به رغم سقوط ارزش ریال در مقایسه با دلار، روز شنبه پس از شروز صعود متوالی در حالی بسته شد که شاخص کل رکوردی جدید را به ثبت رساند و در بالاترین سطح تاریخ ۵۰ ساله خود ایستاد. شاخص کل بورس تهران در پایان معاملات روز شنبه با ۱.۹۷ درصد افزایش به رقم ۱۵۸ هزار و ۱۱۹ واحد رسید. حذف سقف رقابت محصولات پتروشیمی در بورس کالا اقبال به نمادهای گروه مذکور را در پی داشت و همین موضوع رشد شاخص و نزدیکی به سطح ۱۶۰۰۰۰ واحدی را در پی داشت.

به نوشته خبرگزاری فرانسه، در سه ماه گذشته هم‌زمان با کاهش ارزش ریال برابر دلار، قیمت سهام شرکت‌های بزرگ این بورس به ویژه پتروشیمی‌ها، پالایشی‌ها و فلزات پایه افزایش چشمگیری یافته است. شاخص کل قیمت‌ها در این بازار طی ۶ ماه گذشته ۶۳ درصد رشد داشته که در درصد کمتر از ارزش کاهش‌یافته ریال برابر دلار در سال گذشته است. شاخص کل بورس تهران پس از ثبت رکورد تاریخی ۸۹ هزار و ۵۰۰ واحدی در نیمه دی ماه ۹۲ به دوره‌ای از رکود چهارساله وارد شد که هرچند در مقطعی با رونق‌های ناپایدار مواجه بود، اما در مجموع با نوسان شاخص زیر سقف تاریخی، دست سرمایه‌گذاران بلندمدت را تا حد زیادی خالی گذاشت.

تالار شیشه‌ای بورس تهران اواخر پاییز سال گذشته، با رشد سودآوری شرکت‌ها وارد مدار افزایشی شد تا به این ترتیب، بورس نه تنها به آسانی از قله تاریخی عبور کند بلکه با ثبت بازدهی بیش از ۷۰ درصدی از آن زمان، یکی از دوره‌های رونق پرشتاب خود را در تاریخ تیرنقرن فعالیت ثبت کند.

هم‌اکنون بازدهی بورس تهران با ۶۳ درصد در صدر بورس‌های معتبر جهان ایستاده است و بورس‌های بمبئی با ۱۶ درصد و نزدک آمریکا با ۹ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

## فراخوان تجدید مناقصه عمومی دو مرحله‌ای با ارزیابی کیفی (فشرده)



به شماره T-ACS-100-97-4-7

## موضوع: خرید انواع ترانسفورماتور توزیع برق

شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران در نظر دارد نسبت به خرید انواع ترانسفورماتور توزیع برق از طریق مناقصه عمومی اقدام نماید. در صورت تمایل به دریافت اسناد مناقصه به صورت غیر حضوری از طریق پایگاه ملی مناقصات <http://iets.mporg.ir> اقدام نمایند. و در صورت نیاز به دریافت اسناد بصورت حضوری با پرداخت مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ ریال (سیصد هزار ریال) از طریق دستگاه کارت خوان (POS) مستقر در اداره درآمد شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران به آدرس زیر مراجعه فرمایند.

آدرس تهران - فرودگاه بین‌المللی مهرآباد - بلوار معراج - ساختمان شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران - اداره کل تدارکات و تامین تجهیزات - اداره قراردادها. تلفن: ۶۱۰۲۲۴۹۲

ردیف	شماره فراخوان عمومی	موضوع فراخوان مناقصه عمومی
۱	شماره T-ACS-100-97-4-7	خرید انواع ترانسفورماتور توزیع برق

مهلت خرید و دریافت اسناد تا پایان ساعت ۱۶ روز شنبه مورخ ۹۷/۷/۷ می باشد

مهلت تحویل پیشنهادات تا پایان ساعت ۱۶ روز دوشنبه مورخ ۹۷/۷/۲۳ می باشد

م الف ۱۹۹۲ اداره کل تدارکات و تامین تجهیزات شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران

## آب یعنی زندگی

نوبت دوم

## فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای



شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

- موضوع مناقصه: واگذاری عملیات راهبری، بهره برداری، نگهداری و تعمیرات شبکه‌ها و تأسیسات آبرسانی روستاهای شهرستان بندرلنگه
  - مبلغ برآورد اولیه کارفرما: معادل ۶۳۷ / ۲۸۶ / ۵۵۹ / ۶ ریال
  - مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۳۲۷/۹۶۴/۳۳۲ ریال
  - نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ارائه ضمانت نامه‌های مقرر در ماده ۴ آئین نامه تضمین معاملات دولتی سال ۹۴ بشرح مندرج در اسناد مناقصه
  - قیمت اسناد مناقصه و شماره حساب: واریز مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال به حساب سپهر شماره ۲۱۹۵۲۱۵۴۹۱۰۰۵ بانک صادرات شعبه سه راه آزادگان بندرعباس بابت فروش اوراق مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)
  - مهلت زمان دریافت اسناد مناقصه از سامانه: از ۱۳۹۷/۰۶/۲۶ لغایت ۱۳۹۷/۰۷/۰۵
  - مهلت زمان ارائه پیشنهاد: تا ساعت ۱۹ مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۱۲
  - تاریخ بازگشایی پیشنهادات: در ساعت ۹ صبح مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۱۴
  - محل بازگشایی پیشنهادات: سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان
  - رشته و پایه مورد نیاز: دارا بودن حداقل رتبه ۵ در رشته آب یا تأسیسات و تجهیزات یا تعیین صلاحیت دارای تاریخ معتبر مرتبط با موضوع مناقصه از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی از سوی مناقصه گران الزامی می‌باشد
- پیشنهاد دهندگان موظف می‌باشند اسناد مناقصه را از طریق سامانه ستاد به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم را شامل پاکات الف، ب و ج تهیه و به صورت فایل‌های pdf در سامانه فوق درج نمایند. سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.
- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف: آدرس: بندرعباس، بلوار امام حسین (ع)، جنب اداره استاندارد، شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان، واحد دبیرخانه، تلفن: ۰۷۶-۳۳۳۳۸۰۰۲-۳
- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس تهران ۰۲۱-۴۱۹۳۲۴-۰۲۱

شناسه آگهی: ۲۵۰۱۱ تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۰۶/۲۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۰۶/۲۷ شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان

**ممنوعیت صادرات ۷ قلم کالا ابلاغ شد**

ممنوعیت صادرات ۷ قلم کالا به گمرکات اجرایی کشور ابلاغ شد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، علی‌اکبر شامانی مدیرکل دفتر صادرات در بخشنامه‌ای به گمرکات اجرایی ممنوعیت صادرات ۷ قلم کالا شامل انواع دفترچه مشق و حسابداری، شکر خام و شکر سفید، جوال و کیسه برای بسته‌بندی، انواع پودرهای مشتقات شیر و آب پنیر، کازئین، انواع لاستیک سبک و سنگین، مرغ زنده و گوشت مرغ با هدف تنظیم بازار داخل را ابلاغ کرد.

در این بخشنامه آمده است: پیرو ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های ابلاغ‌شده منتهی به بخشنامه شماره ۲۰۴/۹۷/۷۳۵۱۵ مورخ ۲۰/۶/۹۷ به پیوست تصویرنامه شماره ۶۰/۱۶۲۱۱۱ مورخ ۱۹/۶/۹۷ وزیر محترم صنعت، معدن و تجارت ارسال و اعلام می‌دارد: صادرات هفت عنوان کالای مندرج در نامه صدرالاشاره با هدف تنظیم بازار داخلی تا اطلاع ثانوی ممنوع است، بدیهی است فهرست کدهای طبقه‌بندی مرتبط با هر یک از موارد ذکر شده پس از اعلام از سوی کارگروه تنظیم بازار ابلاغ خواهد شد. لذا شایسته است مراتب را به تمام واحدهای تابعه ابلاغ و بر حسن اجرای آن نظارت مستمر معمول دارند.

**گمرک توقف صادرات کالا به افغانستان را تکذیب کرد**

گمرک ایران توقف صادرات کالاهای ایرانی به افغانستان را تکذیب و اعلام کرد محدودیت‌های صادرات کالا به افغانستان صرفاً در مرز ماهرود خراسان جنوبی است.

به گزارش گمرک ایران، هنوز علت محدودیت صادرات کالا به افغانستان از مرز مشخص نیست. گمرک فراه افغانستان صادرات مواد سوختی، فولاد، سیمان، کاشی و سرامیک از این مرز را ممنوع کرده اما از دیگر مرزهای دو کشور امکان صادرات این کالاها وجود دارد، ضمناً صادرات سایر کالاها از این مرز به غیر از ۴ قلم کالای یاد شده امکانپذیر است.

دفتر بین‌الملل گمرک ایران در حال مکاتبه و پیگیری موضوع از گمرکات افغانستان بوده و نتیجه این پیگیری‌ها به زودی اطلاع‌رسانی می‌شود. براساس نامه موجود صادرات ۴ قلم کالای ایرانی در گمرک فراه افغانستان پذیرش نمی‌شود و صادرکنندگان می‌توانند از طریق مرزهای جایگزین از جمله گمرک دوغانرون و میلک این کالاها را به افغانستان صادر کنند.

رئیس انجمن روغن نباتی:

**کمیبود روغن ناریم**

با وجود آنکه برخی از شرکت‌های پخش، از کمیبود عرضه روغن در روزهای آینده خبر می‌دهند، این موضوع از سوی رئیس انجمن صنایع روغن رد شد و تنها مشکل این صنعت با وجود دریافت ارز ۲۳۰۰ تومانی، گرانی مواد اولیه برای بسته‌بندی اعلام شد.

به گزارش ایسنا، در ماه‌های اخیر عرضه مواد خوراکی با کاهش و افزایش قیمت روبه‌رو شد که مسئولان امر دلیل این موضوع را افزایش قیمت مواد بسته‌بندی و کاهش توزیع این مواد عنوان کردند. یکی از این محصولات که با افزایش قیمت چندباره انجام شد محصولات تولیدی کارخانه‌های روغن نباتی و روغن مایع بود.

با کمیبود و افزایش قیمت مواد اولیه قوطی‌های پلاستیکی برخی تصمیمات دولتی بر آن بود تا مواد اولیه تولیدات پلاستیکی که توسط پتروشیمی‌ها تولید می‌شود در وهله اول در بازار داخلی عرضه شود و با رفع نیاز بازار داخلی مابقی محصولات به بازار صادراتی اختصاص یابد. فروشندگان سطح شهر در ماه‌های اخیر بارها اعلام کردند که توزیع روغن با کمیبود مواجه شده و با این کمیبود عرضه قیمت روغن رشد داشته است. در روزهای گذشته برخی از گفته‌ها حکایت از آن داشت که قرار بر آن است تا میزان عرضه روغن برای بار دیگر کاهش یابد و این گفته به دلیل آن بود که برخی از شرکت‌های پخش به واحدهای فروش سطح شهر اعلام کرده بودند اگر روغن به روز و به صورت نقدی خریداری نکنند در روزهای آینده روغنی برای خرید وجود نخواهد داشت.

سعید درخشانی - رئیس اتحادیه سوپرمارکت‌داران - به ایسنا، گفت: عرضه محصولات روغن در سطح شهر مناسب است و هر زمان که نیاز به روغن داشته‌اند شرکت‌ها محصولات روغن را در اختیار آنها گذاشته است.

همچنین بیرشک - رئیس انجمن صنایع روغن - در واکنش به این سوال که برخی از حواشی گویای آن است که شرکت‌های تولیدی از حجم تولید روغن کاسته است و محصولات خود را به بازار عرضه نمی‌کنند، اظهار کرد: از عرضه محصولات کارخانجات تولیدی روغن جلوگیری نشده و مشکلی در توزیع روغن وجود ندارد و تمامی شرکت‌ها در حال تولید هستند و در صورت نیاز محصول به واحدهای سطح شهر توزیع می‌شود.

وی تصریح کرد: البته در مسیر تولید و عرضه در برخی موارد نیاز به تدبیر دولت برای جلوگیری از برخی اتفاقات احساس می‌شود. بیرشک در پاسخ به این سوال که چرا با وجود آنکه شرکت‌های تولیدی روغن ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند، اما هر از چند گاهی اخباری مبنی بر افزایش قیمت روغن منتشر می‌شود؟ گفت: نباید به تولید به صورت قسمتی و بخشی نگاه شود، زیرا فرآیند تولید و عرضه دارای قسمت‌های مختلفی است که صنایع دیگر در آن تاثیرگذار است. از این موارد می‌توان به صنعت بسته‌بندی اشاره کرد و یکی از بزرگ‌ترین معضلات تولید در چهار ماه گذشته موضوع بسته‌بندی روغن به صورت حلب و پلاستیک بوده است.

رئیس انجمن صنایع روغن تأکید کرد: در سه تا چهار ماه گذشته قیمت مواد اولیه بسته‌بندی توسط پتروشیمی‌ها تولید می‌شود ۳۰۰ تا ۴۰۰ درصد رشد داشته و این در حالی است که قیمت این محصولات در بورس حدود کیلویی ۷۰۰۰ تومان تعیین شده، اما شرکت‌ها آن را به بیش از کیلویی ۲۷ هزار تومان آن هم با شرایط سخت خریداری می‌کنند.

وی یادآور شد: این موارد در حالی مطرح می‌شود که در ماه گذشته قرار بر آن شد محصولات تولیدی پتروشیمی‌ها در زمینه مواد اولیه بسته‌بندی به صورت اختصاصی در اختیار کارخانجات تولید روغن قرار گیرد، اما تا به امروز این اتفاق رخ نداده است.



شده است، نیازی به تأییدیه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و یا تعهد بانکی نیست.

چنانچه کالایی مشمول فهرست معافیت‌ها نباشد، واردکننده کالا می‌تواند به بانک مراجعه و با ارائه تعهد و اخذ کد رهگیری بانک نسبت به ترخیص ۱۰۰ درصد کالای خود از گمرکات اقدام کند.

گمرک ایران همچنین از واحدهای تولیدی درخواست کرد تا از تسهیلات ترخیص نسبی: ترخیص کالا با نگهداشتن بخشی از کالا به ازای حقوق و عوارض گمرکی و مالیات بر ارزش افزوده یا ترخیص درصدی کالا، تسهیلات جدید ورود موقت و استرداد حقوق ورودی استفاده کند.

بر این اساس ثبت سفارش با اعتبار حداکثر یک ماه برای ترخیص واردات کالا به استثنای خودرو که تا قبل از تاریخ این تصویب‌نامه دارای قبض انبار اماکن گمرکی، مناطق آزاد تجاری - صنعتی و ویژه اقتصادی باشند، بدون انتقال ارز و با ارز متقاضی از سوی هیات وزیران مجاز شد.

همچنین ترخیص کالاهایی که تاریخ صدور ثبت سفارش آنها یک مردامه امسال است، بدون رعایت سقف ارزشی واردات مجاز است.

گمرک برای تسهیلات به فعالان اقتصادی، واردکنندگان و صادرکنندگان پیشنهاد واردات کالا بدون انتقال ارز را برای کالاهای موجود در انبارها داد که مورد تصویب هیات وزیران قرار گرفت.

گمرک جمهوری اسلامی ایران اعلام کرد براساس فهرست جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت ۱۷۳ قلم کالا در حوزه کشاورزی، معدن، شیمیایی، برق، الکترونیک، فلزی، لوازم خانگی، ماشین‌سازی و تجهیزات دیگر به کالاهای معاف از پرداخت مابه‌التفاوت نرخ ارز اضافه شد.

به گزارش ایرنا از گمرک، تعداد کالاهای مشمول معافیت از پرداخت مابه‌التفاوت ارز به ۳ هزار و ۶۳۷ قلم رسید.

گمرک برای تسهیلات به فعالان اقتصادی، واردکنندگان و صادرکنندگان پیشنهاد واردات کالا بدون انتقال ارز را برای کالاهای موجود در انبارها داد که مورد تصویب هیات وزیران قرار گرفت.

**سختگیری در صدور کارت‌های بازرگانی**

کارت بازرگانی، در زمینه تولید، بازرگانی، معدن یا کشاورزی به صورت واقعی فعال هستند.

این عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران ضمن یادآوری اینکه در گذشته صرفاً فقط با یک کارت ملی یا پروانه تولید که افراد داشتند، برای‌شان کارت بازرگانی صادر می‌شد، اظهار کرد: اکنون نظارت‌ها دقیق‌تر شده و مدارک و استعلاماتی به شرایط افزوده شده که به‌طور واضح مشخص شود کارت بازرگانی به چه منظور و در کدام قسمت قرار است استفاده شود. لذا از حرکت به سوی اجاره‌ای شدن کارت بازرگانی و دور زدن قوانین و ضایع شدن حقوق دولت جلوگیری خواهد شد.

کمیاب اسدی در پاسخ به این سوال که با ابلاغ پیمان‌سپاری ارزی و ایجاد محدودیت برای صادرکنندگان، احتمال استفاده از کارت‌های یک‌بار مصرف و همچنین صادرات چمدانی بیشتر می‌شود، تصریح کرد: کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای در گذشته فقط برای واردات مورد استفاده قرار می‌گرفت، اما در حال حاضر برای صادرات نیز دیده شده که استفاده می‌شود، چراکه طبق پیمان‌سپاری ارزی، صادرکننده باید متعهد شود ارز حاصل از صادرات خود را به سیستم بانک مرکزی برگرداند لذا برای صادرکننده شرایط سختی ایجاد شده است و احتمال قاچاق صادراتی، صادرات‌های چمدانی در مرزها و ... قابل رد کردن

یکی از اعضای اتاق بازرگانی ایران از افزایش شرایط صدور کارت بازرگانی در راستای افزایش نظارت‌ها خبر داد و اعلام کرد کارت‌هایی که در گذشته صادر شده‌اند نیز مورد بازبینی قرار گرفته‌اند تا فقط فعالان واقعی دارای سابقه تجارت یا پروانه تولید بتوانند از کارت بازرگانی استفاده کنند و از اجاره کارت‌ها و کارت‌های بازرگانی یک‌بار مصرف جلوگیری شود تا حق و حقوق دولت نیز پایمال نشود.

در رابطه با افزایش شرایط جدید برای کارت بازرگانی، احمد شیمیایی اسدی - عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران - در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: شرایط برای دریافت کارت بازرگانی تفاوت چندانی نکرده و شرایط سابق بر قوت خود باقی است، اما نظارت‌ها بیشتر شده تا سوءاستفاده از کارت‌های بازرگانی جلوگیری شود. بر صادرات و واردات کالاهایی که خارج از نظارت گمرک بوده و با کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای صورت می‌گرفت، نظارت بیشتری صورت گیرد تا دولت از بابت حقوق و عوارض در قبال صادرات و واردات، متضرر نشود. وی افزود: افزایش شرایط از این بابت است که متقاضی کارت بازرگانی حتماً باید سابقه تجارت یا تولید داشته باشد. اتاق بازرگانی تهران نیز کارت‌های صادرشده از قبل را هم مجدد تحت بررسی و بازبینی قرار داده تا دقیقاً مشخص شود که کدام شرکت‌ها و دارندگان

**روزی ۱۳۹ میلیارد تومان به کالاهای وارداتی تحمیل شد!**

تولیدکنندگان را دچار مشکل کرده و کارخانه‌ها یکی پس از دیگری در حال تعطیلی یا تعدیل نیرو هستند.

در این میان دولت چهارشنبه هفته گذشته ۲۱ شهرپورماه بخشنامه‌ای توسط اسحاق جهانگیری - معاون رئیس جمهوری - ابلاغ کرد که براساس آن هیات وزیران در جلسه هجدهم شهریورماه مصوب کرده بود تا ثبت سفارش با اعتبار حداکثر یک ماه برای ترخیص برای واردات کالا (به استثنای خودرو که تا قبل از تاریخ تصویب این تصویب‌نامه دارای قبض انبار اماکن گمرکی، مناطق آزاد تجاری - صنعتی و ویژه اقتصادی باشند بدون انتقال ارز و از محل ارز متقاضی بلائامع باشد). پدram سطلانی - نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران - در این باره به ایسنا، گفت: در میان تصمیمات اشتباه دولت طی ماه‌های گذشته این تصمیم و مصوبه اخیر نسبتاً مناسب و خوب بود، چرا که باعث می‌شود تا کالاهایی که طی روزها و هفته‌های گذشته هزینه‌های بسیاری را با باقی‌ماندن‌شان در انبارهای گمرک برای تاجران و بازرگانان در بر داشتند، بالاخره ترخیص شوند و هزینه‌های آنها متوقف شود.

**روزی یک میلیون تومان هزینه برای هر کانتینر**

وی با بیان این‌که هر روز نگهداری یک کانتینر کالا به اندازه یک درصد ارزش آن کالا هزینه مستقیم و غیرمستقیم در بر دارد، ادامه داد: براساس محاسبات صورت‌گرفته در شرایط کنونی، باقی‌ماندن هر

روز کالا در گمرک در شرایط اقتصادی امروز یک میلیون تومان هزینه به ازای هر کانتینر کالا در بر دارد که می‌توان به هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم از جمله دموارژ، انبارداری، سود بانکی، حقوق بیکاری کارگاه معطل مانده برای آن کالا، هزینه‌های بالاسری و ... اشاره کرد. نایب‌رئیس اتاق بازرگانی ایران ادامه داد: البته بخشنامه اخیر برای ترخیص کالا بدون انتقال ارز می‌تواند هزینه‌های تمام‌شده کالا را افزایش دهد که تحمیل آن روی دوش مردم خواهد بود، بنابراین دولت‌مردان باید توجه داشته باشند که از تصمیمات آبی و عجولانه که هزینه‌زا بوده و تحمیل گرانی بر مردم کرده، جلوگیری کنند.

سطلانی با اشاره به این‌که بخش اعظمی از گرانی تحمیل‌شده به مردم ناشی از تصمیمات دولت به عنوان یکی از عوامل اصلی آن بوده است، اظهار کرد: کالاهایی که از بیست‌ویکم فروردین ماه امسال و در پی ابلاغ بسته ارزی نخست در گمرکات مانده‌اند تاکنون به ازای هر روز یک درصد هزینه را داده‌اند و از یکسوی تصمیم اخیر برای ترخیص کالا بدون انتقال ارز می‌تواند از بیشتر شدن این هزینه‌ها جلوگیری کند، اما در مرحله دوم باید دولت از تصمیمات خلق‌الساعه، بی در پی، عجولانه و شتابزده جلوگیری کند، چرا که با تسهیل فرآیند تجارت خارجی نه‌تنها نرخ ارز و نرخ تورم کنترل می‌شود، بلکه می‌تواند از کمیبود کالا پیشگیری و جلوگیری کرد.

## فروش ویژه ایران خودرو به خودرو اولی‌ها محدود شد

معاون بازاریابی و فروش ایران خودرو اعلام کرد ایران خودرو در راستای محدود کردن ثبت نام به خودرو اولی‌ها و یا افراد فاقد خودرو، با اعتماد به مشتریان تکمیل فرم خوداظهاری را در برنامه قرار داده است. به گزارش ایسنا، مصطفی خان کرمی گفت: طرح پیش‌فروش ویژه ۴۰ هزار دستگاهی برخی از محصولات این شرکت پس از اخذ مجوزهای لازم به زودی اجرا خواهد شد.

وی ادامه داد: در این ثبت‌نام علاوه بر شرایط محدودکننده قبلی، لیست کد ملی مشتریانی که در ثبت نام اخیر شرکت سایپا موفق به ثبت‌نام شده‌اند از شرکت سایپا اخذ و امکان ثبت‌نام آنان وجود نخواهد داشت. معاون بازاریابی و فروش ایران خودرو افزود: شرکت ایران خودرو به دنبال فروش خودرو به مصرف‌کننده حقیقی است و لذا در فرآیند ثبت نام اینترنتی مواردی مانند داشتن گواهینامه و عدم مالکیت خودرو در زمان ثبت نام به‌صورت خوداظهاری اخذ و در زمان تحویل خودرو براساس استعلام‌های لازم، راستی‌آزمایی خواهد شد و در صورت اثبات خوداظهاری اشتباه، دویعه عینا مسترد خواهد شد.



وی ادامه داد: از دیگر شرایط ویژه پیش‌فروش شرکت ایران خودرو، خروج فرآیند انتخاب نمایندگی از پروسه ثبت نام است، این فرآیند که باعث کندی ثبت نام می‌شود پس از انتخاب خودرو و واریز وجه توسط مشتریان قابل اجرا خواهد بود. انتخاب نمایندگی می‌تواند در روزهای آتی توسط مشتری انجام پذیرد.

طبق اعلام ایران خودرو، خان کرمی خاطر نشان کرد: در راستای افزایش اعتماد مشتریان، گروه صنعتی ایران خودرو در وبسایت خود امکانی را ایجاد کرده است تا لیست مشتریانی که موفق به ثبت نام شده‌اند جهت عموم قابل مشاهده باشد.

وی گفت: به جهت جلوگیری از ترافیک مشتریان بر روی سایت شرکت ایران خودرو، شرایط پیش‌فروش مذکور طی ۵ روز و براساس کد ملی مشتریان فعال خواهد بود. به گفته وی، قیمت خودروها در پیش‌فروش ویژه شرکت ایران خودرو در زمان تحویل خودرو مشخص خواهد شد. مطابق رویه جاری در ثبت‌نام‌های گذشته در صورتی که مغایرتی در اطلاعات ارائه شده با مستندات مشاهده شود، قرارداد مشتریان فاقد اعتبار خواهد بود.

# پیشنهادی برای قیمت‌شکنی نرخ‌ها در بازار خودرو



این روش سازمان حمایت قیمت عادلانه (قیمت تمام‌شده به علاوه سود عادلانه) را به خودروساز پرداخت می‌کند و مابه‌التفاوت آن با قیمت حاشیه بازار (منهای ۵ درصد) را به خزانه دولت واریز می‌کند. با این روش برای دلال سودی باقی نمی‌ماند و به همین دلیل از صف تقاضای کاذب خارج می‌شود. کاهش صف خریداران دلال به کاهش قیمت بازار می‌انجامد و خود به خود در چند ماه قیمت‌ها به شدت کاهش می‌یافت. نتیجه کار پس از چند ماه، بازگشت آرایش به بازار، آن هم به مدت ۱۰ سال بود.

### خروج قطعات خودرویی از گمرکات سرعت گرفت

نجفی منش در ادامه گفت: با تمهیدات اندیشیده‌شده و جلسه‌هایی که برگزار شد، گمرک با استفاده از اختیارات خود به روند ترخیص کالاها سرعت بخشیده است.

به گفته این مقام صنفی، در بحث پایین بودن سرعت ترخیص کالاها از گمرک، این نهاد مقصر نبود، بلکه برخی قواعد و مقررات دست و

رئیس انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان کشور پیشنهاد تعیین قیمت خودروها در حاشیه بازار را مطرح کرد و گفت با این اقدام فضای کنونی حاکم بر بازار خودرو و افزایش قیمت‌های بی‌رویه شکسته می‌شود.

«محمد رضا نجفی منش» در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، به چنین اقدامی در سال ۱۳۷۶ اشاره کرد و افزود: در آن سال تعیین قیمت‌ها در حاشیه بازار، به ثبات قیمت خودرو برای حدود یک دهه منجر شد.

وی تأکید کرد که بیش از ۹۰ درصد افرادی که در پیش‌فروش‌های اخیر خودرویی ثبت‌نام کردند مصرف‌کننده واقعی نبوده و به دنبال سرمایه‌گذاری و کسب سودند، بنابراین در صورت تعیین قیمت‌ها در حاشیه بازار، فضای کنونی نیز شکسته خواهد شد.

به گزارش ایرنا، در سال ۱۳۷۶ شورای اقتصاد پس از سال‌ها سعی و خطا، فروش ۵ درصد کمتر از قیمت حاشیه بازار را تصویب کرد. در

دبیر کمیسیون صنایع و معادن مجلس تشریح کرد

## جزئیات جدید از طرح آزادسازی واردات خودرو

دبیر اول کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت طرح رفع ممنوعیت واردات خودرو با هدف کاهش التهاب قیمت‌ها در بازار اجرایی خواهد شد. سید جواد حسینی‌کیا در گفت‌وگو با پایگاه خبری «عصر خودرو»، با تأکید بر اینکه طرح رفع ممنوعیت واردات با هدف بهبود وضعیت بازار مطرح شده است، افزود: براساس این طرح، واردات خودرو به صورت محدود انجام خواهد شد و تمام فعالیت واردکنندگان به صورت شفاف رصد خواهد شد.

نماینده مردم سنقر در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: به نظر می‌رسد دولت موافق این طرح است و بر این اساس به زودی وارد فاز اجرایی می‌شود اما همزمان با رفع ممنوعیت واردات دولت نباید به این موضوع وارد شود چرا که براساس این طرح، ارز مورد نیاز برای واردات این دسته از خودروهای محدود نیز با سرمایه ایرانیان مقیم خارج از کشور و یا ارز آزاد تأمین شده و دولت در این طرح نقشی نخواهد داشت.

## نوسازی خودروهای سنگین ۹,۲ میلیارد لیتر از مصرف سوخت می‌کاهد

مدیرعامل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت، از نوسازی ۶۵ هزار کشته سنگین با سرمایه‌گذاری ۲,۷ میلیارد دلاری خبر داد و افزود با بهینه‌سازی مصرف سوخت، ۹ میلیارد و ۲۰۰ میلیون لیتر در مصرف گازوئیل این خودروها صرفه‌جویی می‌شود.

به گزارش ایرنا، «محسن دلاویز» در آیین تحویل خودروی کشته حمل و نقل سنگین در مجتمع صنعتی ماموت، تأکید کرد: ایجاد فضای رقابتی از سوی دولت، موفقیت بخش خصوصی را در پی خواهد داشت. دلاویز اظهار داشت: بهینه‌سازی مصرف سوخت، بیش از هر زمان دیگری مورد توجه قرار گرفته و تاکنون طرح‌های مختلفی از جمله نوسازی خودروها و نوسازی حمل و نقل عمومی فرسوده برای بهینه‌سازی مصرف سوخت مطرح شده است.

وی اظهار داشت: تلفات صنایع مختلف در بخش انرژی در سال ۹۴ حدود ۵۰۱ میلیارد معادل بشکه نفت خام بوده که ۳۰۷ میلیارد آن، در نیروگاه‌های تولید برق به هدر رفته است.

وی فرسودگی تاسیسات، تکنولوژی پایین و غفلت از نوسازی را از مهم‌ترین دلایل مصرف بالای سوخت و انرژی در کشور عنوان کرد.

این مقام مسئول افزود: در سال ۹۴ حدود ۳۰۴ میلیون بشکه معادل نفت خام در بخش حمل و نقل مصرف شده که برنامه‌ریزی برای کاهش آن ضرورت دارد.

وی یادآور شد: مصرف سوخت در کشور بالا و سرانه مالکیت خودرو نسبت به جهان پایین است، به عنوان نمونه، به ازای هر یک‌هزار نفر، ۲۰۰ خودرو در کشور وجود دارد در حالی که در آمریکا این آمار ۷۹۷ خودرو است.

دلاویز تأکید کرد: باید برای بهبود کیفیت صنعت خودروسازی تدبیری اتخاذ شود و استفاده از برچسب انرژی برای خودروها نیز مورد توجه قرار گیرد.

وی افزود: از ۱۶ میلیون و ۱۰۰ هزار خودروی سواری کشور، ۹۰۰

ما را نسیم پرچم‌توزنده می‌کنید حسین



**فراخوان**

**طراحی پوستر خدمت‌رسانی به زائرین**

**اربعین حسینی**

**برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت**

**www.isaco.ir مراجعه نمایید**

مدیریت ارتباطات خدمات پس از فروش ایران خودرو

## تقویت حوزه خوداشتغالی و کار آفرینی در دانشگاه فنی و حرفه‌ای

رئیس دانشگاه فنی و حرفه‌ای گفت فارغ‌التحصیلان این دانشگاه متقاضی استخدام در هیچ نهاد دولتی نیستند و تقویت حوزه‌های خوداشتغالی و کار آفرینی از جمله رسالت‌های فارغ‌التحصیلان این دانشگاه است.

به گزارش مهر به نقل از دانشگاه فنی و حرفه‌ای، ابراهیم صالحی عمران گفت: مجوز ایجاد ۳۲۸ رشته جدید برای دانشگاه فنی و حرفه‌ای کشور از شورای گسترش دریافت شد.

وی با بیان اینکه این دانشگاه با ۱۷۳ دانشکده، بزرگ‌ترین دانشگاه کشور قلمداد می‌شود، افزود: هدف این دانشگاه تربیت تکنیسین، نیروهای کاردان و مهارتی است که پنجه‌های مهارتی برای بخش صنعت، کشاورزی و خدمات محسوب می‌شوند.



### دریچه



## پرمخاطره یا بی‌پروا؟ آیا تفاوت این دو را تشخیص می‌دهید؟

مترجم: هانیبه لاری

پنج حوزه کلیدی را برای ارزیابی میزان سازگاری‌تان با ریسک و مخاطره در نظر بگیرید.

هر کارآفرین به میزان مشخصی در حوزه کاری خود ریسک تقبل می‌کند. آغاز کسب‌وکار شخصی‌تان نیازمند داشتن شهامت و ایمان به خود است. اما اینکه تا چه حد به شهامت نیاز است، بستگی به شخصیت فرد و نوع کسب‌وکار دارد. برخی کارآفرینان کاملاً تصادفی تصمیم می‌گیرند و موفق هم می‌شوند، اما اغلب آنان براساس محاسبات جامع ریسک و پاداش، دست به تصمیم‌گیری می‌زنند.

بسته به اینکه چه میزان از کارها مطابق برنامه پیش می‌رود، چه میزان خلاف برنامه و در معرض ریسک است و اینکه استطاعت جبران چه میزان را در صورت از دست‌رفتن سرمایه دارید، یک تصمیم پرمخاطره می‌تواند تبدیل به یک تصمیم بی‌پروا شود. کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار علاوه بر بررسی تصمیمات‌شان در مورد به مورد مسائل، باید برای بررسی سطح تحمل کلی خود در برابر عدم قطعیت نیز وقت بگذارند. این پنج مورد را در نظر بگیرید:

### ۱. میزان دارایی‌تان

تد بیلچ (Ted Bilich) بنیانگذار و مدیرعامل مجموعه Risk Alternatives معتقد است تحمل ریسک در یک کارآفرین تنها تابع ترجیحات ذاتی او نیست و باید میزان بودجه و دارایی را نیز در نظر گرفت؛ در غیر این صورت ممکن است تصمیم وی دچار انحراف شود. او که یک مشاور در زمینه مدیریت

ریسک و توسعه فرایند است، می‌گوید «هیچ‌کس یک جزیره نیست». او اعتقاد دارد که باید درباره خانواده، کارمندان و سایر سهامداران خود نیز فکر کنید و به طور کلی ببینید آیا مایل هستید تصمیماتی اتخاذ کنید که بر شغل و درآمد آنها اثر منفی بگذارد؟

### ۲. میزان ریسکی که با آن مواجه هستید

اولین قدم در مدیریت ریسک، بررسی آن در حیطه دارایی‌تان است. مواردی را که در آنها با عدم قطعیت روبه‌رو هستید و خطراتی که تصمیمات گرفته‌شده را تهدید می‌کنند، فهرست‌بندی کنید. ممکن است این بازبینی منجر به نمایان شدن الگوهای جدید شود. به عنوان مثال شاید شما تا به حال در مسیرتان با مخاطره‌ای روبه‌رو نبوده‌اید و همواره قدم‌های کوچک حساب‌شده برداشته و یا تصمیمات جسورانه گرفته‌اید. بیلچ می‌گوید: «اگر نمی‌دانید ریسک‌های فعلی پیش‌روی شما چه هستند، نمی‌توانید درک معناداری از میزان ظرفیت‌تان برای تقبل ریسک بیشتر داشته باشید.»

### ۳. مشورت و رایزنی مناسب

بیلچ در این راستا معتقد است که «کارآفرینان به شنیدن

حرف‌های افراد صادق پیرامون‌شان نیازمندند». اگر شما دارای یک شبکه حمایتی پیرامون خود باشید، تقبل ریسک برای‌تان راحت‌تر می‌شود، زیرا می‌توانید آن را با افراد مورد اعتمادتان در میان بگذارید و در صورت لزوم از آنها بازخورد حقیقی بگیرید.

### ۴. پیش‌فرض

بعضی افراد نسبت به پیش‌بینی‌های‌شان بدبین هستند، در حالی که برخی دیگر در این زمینه اعتمادبه‌نفس بیش از حد بالایی دارند. بیلچ معتقد است شما باید دریچه‌ای را برای خود مشخص کنید که از طریق آن موقعیت‌تان را برای تشخیص و درک رویکرد درست تصمیم‌گیری ببینید.

برای مثال، اگر معمولاً بیش از اندازه خوشبین هستید، تشخیص این ویژگی در خودتان به شما کمک می‌کند تا یک قدم به عقب بردارید و یک موقعیت بالقوه کاری را بازبینی کنید و یا در جست‌وجوی موقعیت دیگری باشید. به طور عکس، اگر دیدگاه بدبینانه به مسائل داشته باشید، ممکن است تصمیمات پرمخاطره‌تر از میزان حقیقی‌شان به نظر بیایند و این سبب شود فرصت‌ها را از دست بدهید.

### ۵. عامل «میزان خواب شب»

الکساندر لوری (Alexander Lowry) مدیر بخش کارشناسی ارشد کالج Gordon در بخش تحلیل مالی، این مورد را «فاکتور میزان خواب شب» می‌نامد. از نظر او اگر موردی که مشغول بررسی آن هستید، خواب شما را مختل می‌کند، ممکن است بهترین گزینه نباشد و باید بیشتر مورد بررسی قرار بگیرد.

در نظر داشتن سؤالات زیر می‌تواند به شما کمک کند تا

به طور کلی متوجه میزان ریسک‌پذیری و الگوهای تصمیم‌گیری‌تان شوید:

- در بدترین حالت چه اتفاقی می‌تواند رخ بدهد و آیا من با آن کنار خواهم آمد؟
- حداکثر پتانسیل چقدر است؟
- اگر این فرصت را از دست بدهم چه اتفاقی خواهد افتاد؟
- از این تجربه چه چیز خواهم آموخت؟

اگر ضمن بررسی این پنج مورد متوجه شدید که جایگاه مناسبی در برابر عدم قطعیت و ریسک ندارید، ممکن است بخواهید رویکردتان را در تصمیم‌گیری تغییر دهید. این بدان معنا نیست که شما نمی‌توانید از فرصت‌ها بهره ببرید و حتی اشتباه کنید. فقط باید مطمئن باشید که هر تصمیمی را به طور فردی بررسی می‌کنید. با بررسی میزان راحتی‌تان در برابر ریسک، به نحو بهتری می‌توانید از تصمیماتی که به تجارت و کسب‌وکار، کارمندان، عزیزان و سلامت‌تان ضربه می‌زنند، اجتناب کنید.

منبع: inc



# ایلان ماسک با آجرهای ارزان برج قرون وسطایی می‌سازد

به تازگی ایلان ماسک اعلام کرده که قصد دارد یک برج قرون وسطایی بسازد و این برج حاصل باز یافت بخشی از خاک استفاده‌شده در تونل‌های حفر شده بورینگ کمپانی به شمار می‌رود. به گزارش دیجیاتو، مدیرعامل تسلا و اسپیس ایکس، در حال سرمایه‌گذاری روی پروژه‌های تونل زیرزمینی است اما در این میان برخی اهداف بلندمدت را نیز دنبال می‌کند. برای مثال وی یک قرارداد ساخت و ساز برای طراحی یک برج مراقبت قرون وسطایی امضا کرده که قرار است مقرر جدید شرکت بورینگ کمپانی باشد.

او روز گذشته در پروفایل توئیتر شخصی‌اش در این باره عنوان کرد: «برای اولین بار ساختمان TBC HQ با آجرهای بورینگ کمپانی به شکل یک برج قرون وسطی ساخته خواهد شد.»

ماسک از مدت‌ها پیش درباره اهداف بلندمدت بورینگ کمپانی صحبت کرده بود. این شرکت که یکی از مجموعه‌های زیر نظر ایلان ماسک به حساب می‌آید، به منظور حل مشکلات ترافیکی شهر لس‌آنجلس، ساخت شبکه‌ای از تونل‌ها زیر این شهر را در دستور کار قرار داده بود. مسئولان این کمپانی به دنبال راهی برای استفاده صحیح از مصالح استخراج‌شده بودند و حتی قرار بود برای کمک به حفاظت از محیط زیست به جای سیمان سراغ این مواد بروند. پس از آن او اعلام کرد با استفاده از خاک‌های تونل زیر شهر لس‌آنجلس، کیت‌های آجری مخصوصی ساخته می‌شوند که هم ارزانند و هم سازگار با محیط زیست. همچنین او درباره چگونگی استفاده از خاک برای ایجاد آجرهای متصل به هم و لگویی صحبت کرده بود. جالب این است که به نظر می‌رسد لگوهایی مذکور در برابر زلزله نیز مقاومت بالایی داشته باشند. قیمت خرید این آجرها تنها ۱۰ سنت است و نخستین فروشگاه آجرهای بورینگ کمپانی طی دو ماه آینده فعالیتش را آغاز خواهد کرد.

ایلان ماسک با انتشار مطلب دیگری در توئیتر وعده داده که از این آجرها برای ساخت خانه‌های ارزان قیمت استفاده خواهد شد و این آجرها به صورت مجانی در اختیار سازندگان قرار خواهد گرفت.

مجانای بودن این آجرها چندان هم عجیب نیست چرا که بورینگ کمپانی مجبور است به هر شکل ممکن میزان خاک حاصل‌شده از حفر تونل‌های بزرگ را جابه‌جا کند. به همین دلیل ایلان ماسک سعی کرده با استفاده از روشی خلاقانه این مسئله را آسان کند.

## تلاش معاونت علمی برای ایجاد شهرهای فناورانه

بودجه و وزارت کار، رفاه و تامین اجتماعی هموار می‌کند. وی نیروی انسانی را موتور محرک فرهنگ اقتصاد دانش‌بنیان توصیف کرد و یادآور شد: آنچه که موجب می‌شود نخبه در

جامعه متولد شده و جامعه را به رشد و بالندگی برساند، مساعده‌سازی محیط کسب و کار و نوآوری است؛ چراکه کارآفرینی توسط نیروی انسانی خلاق به ایجاد ارزش افزوده و اشتغال منجر می‌شود.

ستاری به فعالیت برخی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌هایی اشاره کرد که با امکانات اندک به درآمدهای میلیاردی رسیده‌اند، خاطر نشان کرد: این شرکت‌ها الگوی موفق کسب و کارهای فناورانه هستند و خوشبختانه با نقش آفرینی بیش از ۳۷۰۰ شرکت

دانش‌بنیان و درآمد ۶۰ هزار میلیاردی، نقش دانش و فناوری و اهمیت نیروی انسانی خلاق بیش از گذشته در زندگی مردم پررنگ شده است.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه با نقش آفرینی بیش از ۳۷۰۰ شرکت دانش‌بنیان و درآمد ۶۰ هزار

میلیاردی، نقش دانش و فناوری و اهمیت نیروی انسانی خلاق بیش از گذشته در زندگی مردم پررنگ شده است، گفت: ما به دنبال پیاده‌سازی الگوی شهرهای فناورانه هستیم که در آنها زمینه ایجاد اشتغال برای جامعه تحصیل‌کرده کشور فراهم شود.

به گزارش ایسنا، سورنا ستاری روز گذشته در مراسم امضای تفاهم‌نامه سازمان برنامه و بودجه با معاونت علمی و فناوری، امضای این تفاهم‌نامه را در راستای توسعه اشتغال کشور با ایجاد زیست‌بوم مساعد شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی دانست و افزود: ایجاد محیط مساعد کسب و کار مهمترین دغدغه

نیروی انسانی جوان و تحصیل‌کرده کشور است و این تفاهم‌نامه با ایجاد زیرساخت‌های لازم، راه را برای حل این معضل و فراهم شدن زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری به کمک سازمان برنامه و



## حمایت از ۳ گروه کسب و کارها

دلیل رکود ممکن است با ریزش نیروی کار مواجه شوند و برخی دیگر از کسب و کارها و فعالیت‌های اقتصادی نیز کمتر تحت تاثیر تحریم قرار می‌گیرند که هر یک از این فعالیت‌ها براساس میزان تاثیرپذیری از این دوران استخراج شدند.

معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزیر کار ادامه داد: از نظر ما در این دوره بخش‌هایی از اقتصاد امکان رونق اشتغال دارند، بنابراین باید از این نوع کسب و کارها و رشته فعالیت‌ها حمایت ویژه صورت گیرد و مشکلات این بنگاه‌ها را باید به صورت ویژه برطرف کنیم.

وی اظهار کرد: از یک طرف رشته فعالیت‌هایی وجود دارند که این بنگاه‌ها در شرایط ویژه اقتصادی احتمالاً دچار ریزش نیروی کار می‌شوند که حفظ و

تثبیت نیروی کار در این گروه مورد توجه قرار دارد. در این واحدها باید با اتخاذ سیاست‌هایی کمک کنیم تا کارفرمایان نیروهای شاغل خود را حفظ کنند.



معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزیر کار با اشاره به دسته‌بندی انواع کسب و کارها به تناسب میزان تاثیرپذیری از تحریم، گفت: بسته حمایت از اشتغال کسب و کارهای مختلف در دوره تحریم، تدوین شده است.

عیسی منصوری در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، در پاسخ به سوالی مبنی بر سیاست‌های اشتغالی این وزارتخانه در دوران ویژه اقتصادی و مشکلات برخی بنگاه‌ها در حفظ و تثبیت نیروی کار، با اشاره به دسته‌بندی فعالیت‌های اقتصادی مختلف از نظر فضای کسب و کار به تناسب میزان تاثیرپذیری از تحریم‌ها در قالب سه گروه گفت: در حال حاضر اولویت معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارتخانه در شرایط فعلی، اتخاذ سیاست‌های اشتغال معطوف به دوران تحریم است.

وی افزود: برخی از کسب و کارها در دوران تحریم برخلاف تصور عام، با رونق مواجه می‌شوند. همچنین برخی کسب و کارها به

## ارائه ایده پژوهشی برتر در مدرسه پاییزه «مغز و ذهن»

«مغز و ذهن» عنوان مدرسه پاییزه‌ای است که با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی ۷ تا ۱۳ مهرماه برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، این مدرسه با حمایت ستاد توسعه علوم شناختی معاونت علمی توسط دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران ۷ تا ۱۳ مهرماه برگزار می‌شود. ترویج و گسترش دانش علوم شناختی و افزایش آگاهی‌ها در زمینه ساختار و فعالیت‌های مغز از جمله اهداف برگزاری این رویداد است. دنیای شگفت‌انگیز مغز، تصویربرداری کارکرد مغز، بازی‌های شناختی، روباتیک‌شناختی و تحریک مغزی برخی از موضوعاتی است که در این مدرسه مطرح می‌شود.



### یادداشت

## چه کسانی خریدار و چه کسانی فروشنده هستند؟

رواج ندارد، اما هنوز این روش در میان کارآفرینان و آنهایی که در صدد خرید تجارت هستند، وجود دارد. بیش از ۵۵ درصد از صاحبین مشاغل کنونی و ۵۱ درصد از افرادی که در آینده صاحب مشاغل خواهند شد می‌گویند، والدین و یا اجداد آنها مالک یک تجارت بوده‌اند.

این به معنای وجود تجارت‌های خانوادگی در میان صاحبین مشاغلی که در این بررسی حضور دارند، نخواهد بود. نزدیک به دو سوم یا ۶۴ درصد، کسب‌وکار خود را از مراحل پایه آغاز کرده‌اند و این در حالی است که ۲۱ درصد از افراد، تجارت‌های تأسیس شده و ۷ درصد نیز امتیاز آن را خریداری کرده‌اند. تنها ۴ درصد مدیریت تجاری را برعهده دارند که از بستگان به آنها به ارث رسیده است. به علاوه ۴۵ درصد از صاحبین مشاغل کنونی، پیش از این مالک تجاری دیگر بوده‌اند.

### پول اهمیت دارد

صاحبین مشاغل کنونی نسبت به افرادی که به دنبال خرید کسب‌وکار هستند، درآمد بیشتری دارند. ۶۰ درصد از صاحبین مشاغل کنونی درآمدی بیش از ۱۰۰۰۰۰ دلار دارند که این میزان برای خریداران احتمالی، ۴۶ درصد است.

### آیا این زمان، برای فروش مناسب است؟

اکثر صاحبین مشاغل کنونی در بررسی انجام‌شده، بیش از ۱۰ سال مالک شرکت‌های خود بوده‌اند. ۱۷ درصد به مدت ۶ تا ۱۰ سال؛ ۲۱ درصد به مدت ۳ تا ۵ سال و ۱۴ درصد به مدت ۱ تا ۲ سال مشغول به کار بوده‌اند. جای تعجب وجود ندارد که یک سوم (۳۲ درصد) از صاحبین مشاغل کنونی به دنبال فروش کسب‌وکار خود در ۲ سال آینده هستند.

بخشی عظیم و ۸۴ درصدی از خریداران تجارت، مراحل خریداری را در ۱۲ ماه آینده آغاز می‌کنند و یا هم‌اکنون به صورت فعالانه در صدد یافتن تجاری برای خرید هستند.

### چالش‌ها و فرصت‌ها

پرچالش‌ترین مرحله در خرید یک کسب‌وکار چیست؟ به طور شگفت‌انگیزی، تهیه مقدار پرداختی اولیه و به‌دست‌آوردن تأیید مالی در بالاترین قسمت لیست قرار نگرفت. در عوض ۵۸ درصد از خریداران کسب‌وکار معتقد بودند بزرگترین مشکل، پیدا کردن تجاری مناسب است و ۴۰ درصد از صاحبین تجارت‌های حال حاضر نیز در این زمینه نظری یکسان داشتند.

آنهایی که به دنبال خرید یک تجارت هستند، زمانی که به بحث قیمت در تجارت‌های قابل‌فروش می‌رسند، می‌توانند از صاحبین مشاغل کوچک کنونی کمک بگیرند. تنها ۲ درصد از خریداران انتظار دارند که مذاکرات با صاحب کسب‌وکار به یک چالش تبدیل شود، اما ۱۲ درصد از صاحبین مشاغل کنونی، به چالش‌برانگیز بودن این قضیه اذعان دارند. به‌علاوه، تنها ۱۳ درصد از خریداران فکر می‌کنند که قیمت‌گذاری منصفانه می‌تواند چالش‌برانگیز باشد و این میزان برای صاحبین مشاغل کنونی ۲۳ درصد است.

درس آموخته‌شده چیست؟ چه خریدار و چه فروشنده، وظایف خود را در هنگام ارزش‌گذاری تجارت به درستی انجام دهید و برای مذاکره در جهت رسیدن به بهترین توافق آماده شوید.

منبع: forbes

### مترجم: اشکان کوشش

بازار کسب‌وکارهای فروشی در ایالات متحده آمریکا بسیار داغ و پر جنب‌وجوش است. به ادعای BizBuySeller، تجارت‌های کوچک در حال حاضر با قیمت‌های باورنکردنی به فروش می‌رسند و بازاری برای خریداران و فروشندگان این تجارت‌ها به وجود آمده است - BizBuySeller. گزارش می‌دهد که صاحبین کسب‌وکارهای کوچک وارد بازار فروش می‌شوند تا با تکیه بر افزایش قیمت‌ها، تجارت خود را تبدیل به سرمایه کنند. در همین حال، به علت وجود سیر صعودی در میانگین گردش نقدینگی فروش تجارت‌ها، خریداران تمایل بیشتری به هزینه‌کردن در این زمینه دارند.

رستوران‌ها، تولیدی‌های ساخت‌وساز و خرده‌فروشی‌ها در میان تجارت‌های موردعلاقه برای خریداران هستند و با توجه به سن بالای افسراد صاحب تجارت که پس از جنگ جهانی به دنیا آمده‌اند و آمادگی بازنشستگی هستند، تعداد زیادی تجارت مناسب برای خریداران وجود دارد.

BizBuySeller بر روی ۳۲۰۰۰ نفر از صاحبین مشاغل کوچک و خریداران احتمالی این تجارت‌ها، بررسی‌هایی انجام داده است تا بتواند اسرار مربوط به افرادی که این روزها رکوردشکنی‌هایی را در بازار تجارت‌های فروشی انجام داده‌اند، فاش کند. در این قسمت به یافته‌هایی که این افراد به دست آورده‌اند اشاره خواهد شد.

### خریداران و فروشندگان تجارت‌های کوچک

صاحبین مشاغل کوچک کنونی و یا افرادی که قصد فروش تجارت‌شان را دارند، عمدتاً مرد هستند (حدود ۷۷ درصد). سن اکثریت آنها مابین ۴۰ تا ۵۹ است و صاحب مدرک تحصیلی کارشناسی و یا بالاتر هستند.

ویژگی‌هایی از قبیل جنسیت و میزان تحصیلات افرادی که به دنبال خرید یک تجارت هستند نیز به صاحبین مشاغل کنونی شباهت بسیاری دارند. اما تفاوت کوچک موجود این است که خریداران تجارت‌های کوچک کم‌سن‌وسال‌تر هستند. تقریباً یک چهارم (۲۳ درصد) از افراد، کمتر از ۳۹ سال سن داشتند که این بازه برای صاحبین تجارت‌ها تنها شامل ۱۴ درصد افراد می‌شود.

### ملتی متشکل از مهاجرین

قریب به ۶۵ درصد از صاحبین مشاغل کنونی و ۷۰ درصد افراد خواستار خرید تجارت‌ها، شهروندانی متولد همان کشور هستند، اما مهاجرین نیز نقش مهمی در کارآفرینی ایفا می‌کنند. ۳۰ درصد از صاحبین مشاغل کنونی و ۲۶ درصد از خریداران تجارت‌ها شهروندان متولدشده و یا ساکنین بلندمدت در آن محل هستند. در میان همان گروه ذکرشده، ۴۸ درصد از صاحبین مشاغل کنونی و ۶۴ درصد از آنهایی که در صدد خرید تجارت‌ها می‌باشند، از میان نسل اول مهاجرینی هستند که به ایالات متحده مهاجرت کرده‌اند.

به علت افزایش در میزان مهاجران آسیایی و جزیره‌نشینان اقیانوس آرام و گرایش آنها به مالکیت تجارت‌ها، تنوع‌زادی و فرهنگی صاحبین مشاغل کوچک نیز افزایش پیدا خواهد کرد.

### کارآفرینی تماماً در خانواده صورت می‌گیرد

اگرچه کارآفرینی براساس رسم و رسوم خانوادگی مانند گذشته



## جشنواره «ایران ساخت» در جمع مبادی معرفی شرکت‌های خلاق

به عنوان یکی از مبادی معرفی شرکت‌های خلاق انتخاب‌شده است. شرکت‌های برگزیده در این جشنواره، از سوی دبیرخانه این جشنواره به عنوان شرکت خلاق برگزیده شده و مشمول استفاده از حمایت‌های دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق خواهند شد.

جشنواره ملی، فرهنگی و هنری ایران ساخت، با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ستاد توسعه فرهنگ علم، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان و شعار «فناوری ایرانی در خدمت کسب‌وکار ایرانی» و در ۶ بخش برگزار خواهد شد. حوزه‌های ادبیات، هنرهای تجسمی، رسانه‌های

دیداری و شنیداری، رسانه‌های دیجیتال، ایده بازار و دانش‌آموزی، از بخش‌های اصلی برگزاری این جشنواره هستند. آخرین مهلت ارسال آثار به جشنواره «ایران ساخت»، ۱۵ آبان ماه ۱۳۹۷ است.

جشنواره ملی فرهنگی و هنری «ایران ساخت» به عنوان جشنواره تولید محتوا و جریان‌ساز، که سابقه برگزاری موفق در سال گذشته را نیز داشته است، به عنوان یکی از مبادی معرفی شرکت‌های خلاق انتخاب شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، به موجب این‌نامه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق، شرکت‌های فعال در حوزه‌های خلاق و صنایع فرهنگی که از سوی مجموعه‌های تخصصی که اصطلاحاً مبادی نامیده می‌شوند، به دبیرخانه شرکت‌های خلاق معرفی شوند، به‌عنوان شرکت خلاق پذیرفته‌شده و می‌توانند از مزیت‌ها و خدمات موضوع برنامه بهره‌مند شوند.

در همین راستا، جشنواره فرهنگی و هنری «ایران ساخت» نیز که سابقه برگزاری موفق در سال گذشته را نیز داشته است،

## ادوبی در حال مذاکره برای خرید شرکت نرم‌افزاری Marketo

منبع این گزارش که نمی‌خواست نامش فاش شود، اعلام کرده که هنوز نمی‌توان در مورد نهایی شدن مذاکرات این دو شرکت، اظهار نظر کرد. در این میان شرکت‌های ادوبی و ویستا نیز از اظهار نظر در مورد این خبر خودداری کردند.

ادوبی که در حال حاضر ارزش بازار ۱۳۰ میلیارد دلاری دارد، در ۸ فصل گذشته، درآمدی بیش از پیش‌بینی تحلیلگران بازار داشته است. سه‌م عمده این افزایش درآمد، ناشی از فروش بالای سرویس‌های بخش Digital Media بوده که محصول پرچمدار ادوبی یعنی Creative Cloud در آن قرار دارد.

ادوبی که در سن‌خوزه کالیفرنیا قرار دارد، پیش از این نیز فرصت‌های خود برای خرید شرکت‌های مشابه را بررسی کرده است. آنها در ماه مه، قرارداد خرید شرکت خدمات تجارت الکترونیک مجتو را نهایی کردند. مجتو از شرکت سرمایه‌گذاری Permira به مبلغ ۱.۶۸ میلیارد دلار خریداری شد. هدف از خرید این شرکت، بهبود فعالیت و بازار بخش Experience Cloud بوده است.

ادوبی مذاکرات خود را برای خرید شرکت Marketo، فعال در زمینه نرم‌افزارهای بازاریابی مبتنی بر سرویس‌های ابری، به‌صورت جدی پیگیری می‌کند. به گزارش آمازون، فعالیت در زمینه سرویس‌های ابری، به محل

رقابت و قدرت‌نمایی شرکت‌های بزرگ دنیای فناوری تبدیل شده است. در این میان، ادوبی نیز قصد دارد با خرید شرکت‌های کوچکتر حاضر در این بازار، سهم خود را نسبت به رقبای بزرگی همچون مایکروسافت و اوراکل افزایش دهد. شرکت Marketo جدیدترین هدف مالک فتوشاپ در این بازار است. این شرکت، اپلیکیشن‌های بازاریابی B2B عرضه می‌کند که پتانسیل کمک به کسب‌وکار ادوبی در بخش بازاریابی را دارد.

شرکت سرمایه‌گذاری Vista Equity Partners Management دو سال پیش، شرکت مارکتو را به مبلغ ۱.۸ میلیارد دلار خرید. گزارش‌ها حاکی از آن است که ادوبی در صورت نهایی شدن قرارداد، مبلغی بسیار بیشتر از این رقم به شرکت مالک پرداخت خواهد کرد. البته هنوز قیمت مورد مذاکره این دو شرکت مشخص نشده است.



#### کارگاه برندینگ

#### مشتری‌مداری در برندهای جهانی

در آخرین مطالعات انجام‌شده توسط کمپانی بلی (bellycard.com)، محققان به این نتیجه رسیده‌اند که هزینه نگهداشت مشتری در یک کسب و کار بسیار کمتر از هزینه به دست آوردن مشتریان جدید است. با در نظر گرفتن این فرض منطقی‌ترین روش برای توسعه و بهبود یک کسب و کار که مستقیماً و به‌کرات با مشتریان در ارتباط است اتخاذ استراتژی مشتری‌مداری است. در ادامه به بررسی نحوه مواجهه تعدادی از برندهای جهانی با این موضوع می‌پردازیم؛

مشتری‌مداری در شرکت اپل: اپل دو استراتژی برای خود دارد. اول این‌که از افراد مشهور برای نشان دادن محبوبیت محصولات خود استفاده کند و دوم جریان‌هایی را به راه بیندازد تا خود کاربران با بررسی محصولاتش در رسانه‌های اجتماعی برایش تبلیغ کنند. اپل کاری کرده که میسان تمامی رقبای خود متمایز به نظر برسد. ایجاد کمپین‌های مختلف، ویدئوهای مقایسه و استفاده از افراد مشهور برای تبلیغات خود در راستای متفاوت نشان دادن برند اپل بوده است.

مشتری‌مداری در شرکت کوکاکولا: متخصصین کوکاکولا برای نشان دادن مشتری‌مدار بودن این برند از بازاریابی حسی استفاده کرده‌اند. کوکاکولا برای المپیک ۲۰۱۲ کمپینی به راه انداخته بود که نظر کاربران را به خود جلب کرد. در این کمپین که «حرکت به‌سوی پیشرفت» نام گرفت، کاربران صداهای مختلف در بازی‌های المپیک را ضبط کرده و کلیپ موسیقی می‌ساختند. این کلیپ‌های موسیقی در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شدند که تنها در فیس‌بوک ۷۸/۱ میلیون بازدید را با خود به ارمغان آوردند. با این کار کوکاکولا توانست احساسات مثبت مردم را به خود جلب نماید و با هزینه بسیار کمی توسط خود مردم تبلیغ کند.

مشتری‌مداری در شرکت تامز: گاهی اوقات جلب‌توجه مردم و بیدار کردن حس انسان‌دوستی در آن‌ها می‌تواند مثرم ثمر باشد. شرکت تامز یکی از سازمان‌هایی است که به‌خوبی از این استراتژی استفاده کرده است. این شرکت از سال ۲۰۰۶ به ازای هر جفت کفشکی که می‌فروشد، یک جفت به کودکان نیازمند کفش هدیه می‌دهد. تامز تاکنون توانسته بیش از ۶۰ میلیون جفت کفش و ۲۰۰هزار عینک به کودکان نیازمند اهدا کند. یافتن دلیل وجودی سازمان و تلاش برای رسیدن به آن می‌تواند کمک زیادی به جذب علاقه‌مندی مشتریان کند. به همین دلیل باید برای سازمان خود مأموریتی تعیین کنید، چرایی وجود سازمان را بیابید و برای رسیدن به آن تلاش کنید. شرکت تامز هدف خود را بهتر کردن شرایط زندگی در جهان عنوان کرده است.

مشتری‌مداری در استارباکس: یکی از نوآورانه‌ترین راه‌های حفظ مشتری برای این شرکت، به‌کارگیری استراتژی سفارش و پرداخت از طریق برنامه موبایل بوده است. با این کار مشتریان می‌توانند قهوه خود را حتی قبل از این‌که به کافی‌شاپ برسند، سفارش دهند. با این کار استارباکس محصولات خود را به‌راحتی در دسترس کاربران قرار می‌دهد تا بتوانند به‌آسانی از آن استفاده کنند. رفتارهای مشتریان را شناسایی کنید و ابزاری برای پاسخ بهتر به خواسته‌های‌شان ایجاد کنید.

مشتری‌مداری در تسکو: خرید آنلاین مواد غذایی و امکانات نرم‌افزاری انتخاب مناسبی است اما فروشگاه‌های دیگری هم هستند که این کار را انجام می‌دهند. برای همین متصدیان تسکو تصمیم گرفته‌اند تا از طریق توپیتر با مشتریان خود در ارتباط باشند. درعین‌حال به تعاملات خود با مشتری، گرمی و صمیمیت را هم اضافه کرده‌اند. برای استفاده از این راهکار می‌توانید مخاطبان خود را شناسایی کنید و از طریق کانال‌های مختلف با آن‌ها ارتباط برقرار کنید. باید کاری کنید تا مشتریان به ارتباط با شما علاقه‌مند شوند. برای این کار می‌توانید پیام‌های خود را شخصی‌سازی کنید و انعطاف زیادی از خود در پیام‌ها نشان دهید. هیچ فردی دوست ندارد همانند یک روبات با او برخورد شود.



مشتری‌مداری در آر اند جی: در این سازمان به خواسته‌های مشتریان سریعاً پاسخ داده می‌شود و پرداخت حقوق و دستمزد براساس شاخص‌های عملکرد خوب کارمندان محاسبه می‌شود. به‌کارگیری این روش باعث ایجاد انگیزه و عملکرد بهتر کارمندان می‌شود. در این شرکت از مشتری درخواست می‌شود تا میزان رضایت و یا ناراضی‌تی خود را اعلام کند تا عملکرد سازمان براساس آن بهبود یابد.

مشتری‌مداری در شرکت می آندیز: می آندیز برای نمایش مشتری‌مداری خود از گیمیفیکیشن استفاده کرده است. درصورتی‌که محصولات این فروشگاه لباس‌زیر را به دوست خود توصیه کنید، ۲۰دلار جایزه می‌گیرید و او هم برای اولین خریدش ۲۰درد تخفیف خواهد گرفت. گیمیفیکیشن به معنی استفاده از اجزا و تفکرات بازی‌گونه در زمینه‌هایی است که ماهیت بازی ندارند که این شرکت به‌خوبی این کار را انجام داده است. در این سیستم سعی شده تا روی انگیزه‌های قوی کاربران تمرکز شود.

منبع: **hormond**

به‌قلم: متئو گاسپارلو کارشناس تبلیغات دیجیتال

ترجمه: علی اعلی

آیا مایل به جلب توجه بیشتر در لینکدین هستید؟ اگر تحولات

این شبکه اجتماعی ویژه کارآفرینان را دنبال کرده باشید، تیم فنی لینکدین به تازگی امکان بارگذاری ویدئوهای تبلیغاتی برای کاربران را مهیا کرده است، بنابراین به منظور توسعه کسب‌وکار شخصی یا شرکت‌تان توجه به این ویژگی ضروری خواهد بود.

در این مقاله متئو گاسپارلو به عنوان کارشناسی خیره در زمینه تبلیغات دیجیتال به شما در زمینه راه‌اندازی نخستین ویدئوی تبلیغاتی‌تان در لینکدین کمک خواهد کرد. بیش از این وقت شما را هدر نمی‌دهم. اجازه دهید به سراغ توصیه‌های متئو برویم.

#### ۱. تعریف مخاطب هدف

گام نخست تعیین مخاطب هدف است. منظور از مخاطب هدف در اینجا آن دسته از کاربرانی است که قصد نمایش ویدئوی‌تان بدان‌ها را دارید. مزیت اصلی تعیین مخاطب هدف صرفه‌جویی در بودجه تبلیغاتی‌تان است. بر این اساس به جای ارائه ویدئوی تبلیغاتی به افراد بی‌ربط به کسب‌وکارمان، دقیقاً به سراغ افراد فعال و مرتبط با برندمان خواهیم رفت.

لطفاً به راهکارهای ذیل به منظور شناسایی مخاطب هدف توجه نمایید:

• گفت‌وگو با مشتریان فعلی و قبلی: سعی کنید در فرآیند گفت‌وگو به موقعیت شغلی و اجتماعی آنها پی ببرید. به علاوه تمرکز شما باید بر روی شکایت آنها از برخی کاستی‌های کسب‌وکار شما باشد. بر این اساس به راحتی توانایی ارائه محصولی برای کاهش مشکلات آنها را خواهید داشت.

• صحبت با مدیرعامل، مسئول استراتژی و تیم فروش: این کار به منظور دریافت اطلاعات آنان پیرامون مشتریان مختلف صورت می‌پذیرد.

• مطالعه داده‌های قبلی شرکت در مورد مشتریان: این مرحله از طریق مراجعه به بایگانی و مطالعه اطلاعات موجود در پرونده مشتریان صورت می‌پذیرد. هدف اصلی از این کار دسترسی به اطلاعات موردنیاز بدون صرف هزینه هنگفت است.

• بررسی پروفایل مشتریان در شبکه‌های اجتماعی: امروزه همه افراد در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند. در لینکدین، به عنوان شبکه اجتماعی ویژه کسب‌وکار، اغلب افراد حرفه‌ای حضور پیدا می‌کنند. برهمن اساس مشاهده پروفایل آنها یکی از راهکارهای بسیار ساده در زمینه فهم ارتباط آنها با کسب‌وکارمان خواهد بود.

به عنوان مثال، به سراغ پروفایل مشتریان ایده‌آل برندتان در لینکدین بروید. مشاهده فهرست علاقه‌مندی آنها در کنار بخش مطالب به اشتراک گذاشته‌شده، راهکار مناسبی برای شناخت آنها است. همچنین هرگز از اهمیت بخش بیوگرافی اکانت کاربران قافل نشوید. در این بخش معمولاً افراد شرح مختصری از علاقه‌مندی و زمینه تخصصی‌شان بیان می‌کنند.

در فرآیند پژوهش‌تان تمام نکات مهم در مورد مشتریان ایده‌آل خود را ثبت کنید. سپس به سراغ کاربران معمولی رفته، هر کدام که با این معیارها هماهنگ هستند به عنوان مخاطب هدف انتخاب نمایید. به این ترتیب به دست‌بندی کاملی از مشتریان ایده‌آل خود دست خواهید یافت.

#### ۲. ساخت ویدئوی جذاب برای کمپین‌مان در لینکدین

اگر قصد خلق ویدئوی تاثیرگذار برای نمایش در اکانت لینکدین‌تان را دارید، در اینجا تعدادی از برترین توصیه‌های موجود را گردآوری کرده‌ام. اجازه دهید با توصیه‌های فنی شروع کنیم:

• ویدئوی تبلیغاتی در لینکدین می‌توانند بین ۳ ثانیه تا ۳۰ دقیقه باشند.

• ویدئوهای شما باید افقی ضبط شوند. در غیر این صورت لینکدین آنها را نخواهد پذیرفت.

• فایل ویدئویی شما باید در فرمت MP۴ باشد. حجم آن نیز بین ۴۵ کیلوبایت تا ۲۰۰مگابایت خواهد بود.

• سرعت فریم ویدئو نیز باید کمتر از ۳۰فریم بر ثانیه باشد. در غیر این صورت لینکدین پیام ختار در بارگذاری ویدئو را به شما نشان خواهد داد.

به مطور دریافت بهترین نتیجه، ویدئوهای خود را با بهترین کیفیت یعنی ۱۰۸۰ تهیه کنید.

شما امکان استفاده از هرگونه ویرایشگر ویدئویی برای بهبود کیفیت فایل‌تان را دارید. توصیه من انتخاب یکی از برنامه‌های زیر است: – Pi Studio, Final Cut Pro, iMovie. توجه داشته باشید که در زمینه ویرایشگر ویدئویی باید باتوجه به سلیقه‌تان دست به انتخاب بزنید. بر این اساس هر کدام از محصولات که با آن راحت‌تر هستید را در اولویت قرار دهید.

به هنگام تولید ویدئوی‌تان توجه داشته باشید که هدف آن متقاعدسازی مخاطب نسبت به مشاهده تمام آن است. بر این اساس جذابیت ابتدای ویدئوی‌تان باید به اندازه‌ای باشد که مخاطب را میخکوب نماید. در مرحله بعد نیز هدف شما ترغیب مخاطب نسبت به انجام عمل موردنظر برندتان است. پرسش اصلی در اینجا چگونگی دستیابی به این دو هدف پیچیده است. به این منظور نکات زیر را مدنظر قرار دهید:

• جلب نظر مخاطب نیازمند شروع توفانی ویدئوی‌تان است، بنابراین تا جای ممکن ۱۰ ثانیه نخست را جذاب طراحی کنید.

• ویدئوی شما بهترین فرصت برای بیان داستانی تصویری خواهد بود.

• ویدئوها در لینکدین همراه با صوت به نمایش درمی‌آیند. بر این اساس صداگذاری مناسب یکی از المان‌های مهم هر ویدئوی تبلیغاتی در این پلتفرم خواهد بود.

• ویدئوی شما باید مخاطب را ترغیب به انجام عملی خاص نماید. بر این اساس جریان کلی ویدئوی‌تان باید انگیزه عمل مشخصی را در مخاطب برانگیزد.

به محض اینکه ویدئوی نخست‌تان را تولید کردید، نسخه‌های جانبی آن را نیز طراحی کنید. بر این اساس به هنگام تصمیم‌گیری نهایی گزینه‌های مختلفی را در اختیار خواهید داشت.

در زمینه تولید نسخه‌های مختلف از ویدئوی تبلیغاتی باید به پرسشی مهم پاسخ داد: از کدام المان‌های تصویری در اثرمان استفاده کنیم؟ در این بخش تلاش خواهیم کرد به این پرسش پاسخ مطلوبی بدهیم.

• ویدئوهای خود را در اندازه‌های مختلفی طراحی کنید. بر این اساس نسخه ۶، ۳۰ و ۶۰ ثانیه‌ای از نسخه اصلی را تولید نمایید. این کار به شما امکان انتشار پیش‌نمایشی از اثر اصلی به عنوان فرآیند جذب هرچه بیشتر توجه مخاطب را خواهد داد.

• همیشه در گوشه‌ای از ویدئوی‌تان لوگوی برند خود را درج کنید. این کار جلوه‌ای حرفه‌ای به کمپین تبلیغاتی‌تان خواهد داد.

توصیه کاربردی: اگر محتوای اولیه مناسبی برای تولید ویدئوی خود ندارید، سری به سایت‌های رایگان در زمینه ارائه ویدئوهای خام بزنید. بی‌تردید در چنین سایت‌هایی ایده‌های جالبی پیدا خواهید کرد. سایت‌هایی نظیر Pexels, Videvo, و Vimeo از جمله بهترین منابع موجود برای این کار هستند.

#### ۳. انجام تنظیمات کمپین ویدئوی تبلیغاتی در لینکدین

وقتی ویدئوی‌تان آماده شد، نوبت به بارگذاری‌اش در لینکدین می‌رسد. در اینجا باید کمپین ویدئوی تبلیغاتی‌تان را در لینکدین ایجاد نمایید. در این مرحله تمام تلاش‌های شما پاسخ داده خواهد شد. به این ترتیب ویدئوی شما در اینجا به مخاطب عرضه می‌شود.

در بخش مدیریت کمپین لینکدین، ابتدا اقدام به ساخت یک کمپین نمایید. در این بخش تمام کمپین‌های شما به نمایش درمی‌آید. برای ساخت کمپین جدید بر روی گزینه سات کمپین کلیک نمایید.

در بخش حاضر باید نام کمپین و بودجه دلخواه‌تان را درج کنید. در مرحله پایانی نیز تاریخ شروع کمپین‌تان را تعیین نمایید.

اگر اسپانسر خاصی در زمینه توسعه کمپین‌تان دارید، در بخش اسپانسرها نام آن را درج کنید. به این ترتیب ویدئوی شما حاوی لینک اسپانسر‌تان نیز خواهد بود.

در بخش بعدی باید اهداف کمپین‌مان را تعیین کنیم. لینکدین اینس فرصت را به افراد می‌دهد تا با تعیین یکی از گزینه‌های هدایت به سبایت اصلی، نمایش پیام خاص و درخواست ثبت ایمیل یکی را انتخاب کنند. باتوجه به ماهیت کمپین‌تان یکی از موارد فوق را انتخاب نمایید.

به عنوان فرمت محتوای تبلیغاتی بر روی گزینه ویدئو کلیک کنید. سپس در صفحه باز شده فایل خود را بارگذاری نمایید.

اگر از چند ویدئو برای کمپین‌تان استفاده می‌کنید، در پایان کار یکی از ویدئوها را به عنوان محتوای اصلی انتخاب کنید. در غیر این صورت لینکدین هیچ تمایزی میان ویدئوهای شما قائل نخواهد شد. در بخش پایانی هم باید مخاطب هدف ویدئوی‌مان را تعیین کنیم. بخش نخست این مقاله که مربوط به انتخاب مخاطب هدف بود، دقیقاً در همینجا کاربرد پیدا می‌کند.

در آخر نیز با کلیک بر روی گزینه «Launch Campaign» پروژه تبلیغاتی خود را به طور رسمی شروع کنید.

#### ۴. تکرار کمپین برای جذب مخاطب‌های مختلف

پس از آنکه کمپین اول‌تان اجرا شد، محتوای آن را برای طیف دیگری از کاربران نیز به نمایش درآورید. البته منظور من انتخاب گروه تازه‌ای از کاربران به صورت تصادفی نیست. در اینجا باید کاربرانی را که از طریق دوستان‌شان به کمپین‌تان علاقه‌مند شده‌اند، انتخاب نمایید. به این ترتیب شناس شما برای جذب طیف وسیع‌تری از مخاطب‌ها افزایش خواهد یافت.

انجام چنین کاری به راحتی و با کلیک بر روی بخش ساخت کمپین امکان‌پذیر است. در حقیقت تمام مراحل قبلی را تکرار کنید. فقط در بخش مخاطب هدف، این‌بار کاربران تازه را تعریف نمایید.

اگر بازهم قصد تکرار کمپین‌تان برای کاربران دیگری را داشتید، دقیقاً همین مراحل را تکرار نمایید.

#### ۵. بررسی نتایج کمپین‌تان در لینکدین

پس از پایان کمپین‌تان در لینکدین به سراغ تحلیل نتایج به عنوان داده خام بروید. در این مرحله شما باید میزان تاثیرگذاری کمپین خود را از طریق اطلاعات موجود بررسی کنید. با این حال توجه داشته باشد که بررسی نتایج فقط زمانی که تاثیرگذاری کمپین‌تان بر روی بیش از هزار کاربر است، منطقی خواهد بود. در غیر این صورت نتیجه از پیش مشخص خواهد بود: کمپین شما شکست خورده است.

یکی از راهکارهای فهم موفقیت کمپین‌مان مقایسه آن با کمپین سایر رقباست. بر این اساس باید نگاه دقیقی به نحوه فعالیت رقبا و ظاهر کمپین‌شان بیندازیم. به طور معمول ویدئوهایی با میزان مشاهده، لایک و کامنت بالا موفقیت‌آمیز به حساب می‌آیند. همچنین میزان بازتاب آنها در رسانه‌های خبری معتبر معیار دیگری از موفقیت محسوب می‌شود.

مشاهده میزان دریافت لایک و کامنت صفحه‌مان در حالت عادی و مقایسه آن با زمان پس از برگزاری کمپین نیز راهکار مناسب دیگری برای سنجش موفقیت فعالیت تبلیغاتی‌مان خواهد بود. اگر پس از برگزاری کمپین کاربران بیشتری جذب صفحه‌مان شده باشند، در این صورت تلاش ما نتیجه‌بخش بوده است.

منبع: **socialmediaexaminer**

ایستگاه بازاریابی

گرفتن ایده‌های بازاریابی و علاقه‌مندسازی مشتریان از اولین شرکت تریلیون دلاری دنیا

نویسنده: **Gregg Schwartz**  
مترجم: مهسازمانی

در تاریخ ۲ مه ۲۰۱۸، اپل به اولین شرکتی که ارزش سهامش در بازار به یک تریلیون دلار رسید، تبدیل شد. این امر دستاوردی بزرگ و رویدادی تاریخی است. اپل به ارزشمندترین شرکت دنیا تبدیل شده و تأثیر گسترده‌ای بر روی بسیاری از صنایع، از فناوری گرفته تا موسیقی، گذاشته است. اما کسب‌وکارهای کوچک با یک کارآفرین چه درس‌هایی را می‌توانند از موفقیت اخیر اپل بگیرند؟ حقیقت این است که رشد بسیار زیاد و برتری اپل مؤلفه‌های مشخصی دارد که هر کسب‌وکاری می‌تواند از آنها درس بگیرد. در ادامه به چند مطلب مهم راجع به نحوه موفقیت اولین شرکت تریلیون دلاری دنیا می‌پردازیم.

۱- نوآوری یک آرمان است

اپل به علت فرهنگ نوآوری که دارد، به شرکتی نمادین تبدیل شده است. با استیو جابز و راهبردهای آرمان‌گرایانه‌اش برای شرکت و همچنین با تشکیلات تبلیغاتی «متفاوت فکر کن»، اپل در صدد شناساندن خود به عنوان شرکتی برای دگراندیشان و افرادی بود که از به چالش کشیدن عقاید عمومی ترسی نداشتند. امروزه هر شرکتی می‌خواهد خود را به عنوان یک شرکت نوآور با جاه‌طلبی مهارنشدنی و فرهنگ ریسک‌پذیری بشناساند. اپل به محبوب‌سازی این ایده کلی کمک کرد و این ایده‌ال جدید را برای شرکت‌های آمریکایی به وجود آورد.

البته که هر شرکتی نمی‌تواند محصولی به خوبی آیفون ابداع کند، اما چه می‌شود اگر بتوانید کمی از روحیه نوآوری اپل را در کسب‌وکارتان به کار بگیرید؟ روندهای موجود را بازسازی و بر روی یک محصول جدید ریسک کنید. نه‌تنها کارکنان خط تولید، بلکه تمام کارمندان‌تان را به چالش بکشید تا در محل کار، خلاقیت به خرج دهند. اگر اپل بتواند داشتن خلاقیت و جاه‌طلبی بیشتر را در بسیاری از شرکت‌های دیگر ایجاد کند، برای همه منفعت زیادی به همراه خواهد داشت.

۲- طراحی بیش از پیش اهمیت دارد

شروع کار اپل با کامپیوترهای آی‌مک رنگی، نه تنها به عنوان یک شرکت فناوری، بلکه به عنوان طراح محصولات مصرفی شیک و زیبا برای آنها شهرتی به ارمغان آورد. یک درس که از موفقیت اپل می‌توان گرفت این است که زیباشناسی، ارزشمند است. مردم دوست دارند چیزی بخرند که هم کارآمد باشد و هم خوب به نظر بیاید. مردم نه تنها به علت فناوری مورداستفاده، بلکه به علت طراحی محصولات اپل نیز برای خرید آنها هزینه بالایی پرداخت می‌کنند. این طراحی روی هر مرحله از روابط مشتری با اپل، از خرید در وب‌سایت یا رفتن به فروشگاه‌های اپل گرفته تا بازکردن جعبه در خانه اثرگذار است. چگونه می‌توانید شرکت‌تان را به کسب‌وکاری طراحی‌محور تبدیل کنید؟ امروزه صرف‌نظر از صنعتی که در آن هستید، همگی هدف‌مان تجزیه‌ای از خدمات‌اندنی و ارزشمند برای مشتری است. اگر کالای شما به خوبی طراحی نشده و با مناسب با تجربه مشتری نباشد، ممکن است مشتری شما یک رقیب کم‌هزینه‌تر یا کالایی جایگزین را انتخاب کند.

۳- ایجاد ارتباط احساسی با مشتری

خریداران اپل به وفاداری مشهورند؛ نه به این دلیل که توسط قراردادهایی و توسط راهبرد «فروشدگی برنامه‌ریزی‌شده» اپل که گاه موردانتقاد قرار گرفته، به دام افتاده‌اند. بلکه مردم به خرید محصولات اپل ادامه می‌دهند، زیرا ظاهرشان را می‌پسندند و حس می‌کنند که به آنها می‌دهند را دوست دارند. آنها با اپل پیوند احساسی قوی‌تری نسبت به گجت‌ها و دستگاه‌های دیگر دارند. به همین ترتیب کسب‌وکار شما می‌تواند پیوند احساسی قوی‌تری با مشتریان‌تان بسازد. شما چه کاری را بهتر از دیگران انجام می‌دهید؟ چه چیزی در رابطه با تجربه کار با شما یا خرید از شما بی‌نظیر است؟ چگونه می‌توانید مردم را به خرید دوباره تشویق کنید؟ اپل این کار را می‌کند، پس شما هم می‌توانید.

۴- به نیازهای مهم مشتریان‌تان بپردازید

مردم برای خرید محصول اپل هزینه زیادی می‌کنند، زیرا آنها جذاب و خوش‌طرح هستند و حس نوآوری بیشتری را به خریداران می‌دهند. همان‌طور که اسکات گالووی (Scott Galloway) در کتابش The Four، شرح می‌دهد، اپل با جذابیت و خلاقیت زیاد، هم‌معنا شده است. مردم مایلند نه تنها برای رفع نیازهای زیستی مانند آب و غذا، بلکه برای رفع نیازهای عالی مانند نیاز به دوست داشته‌شدن، نیاز به خواسته‌شدن، نیاز به تعلیم و خودشکوفایی نیز هزینه کنند. برای اینکه بتوانید هزینه بالایی مطالبه کنید، مطمئن شوید تجربه‌ای باکیفیت فراهم کرده‌اید. دوباره به محصولات و خدماتی که برای جذاب‌ساختن شرکت‌تان در نظر مشتریان عرضه می‌کنید، بیندیشید. آیا می‌توانید محصولات‌تان را به شیوه‌ای متفاوت تنظیم کنید تا با نیازهای احساسی و اساسی مردم ارتباط برقرار کنند؟ آیا می‌توانید بازاریابی‌تان را به‌گونه‌ای تغییر دهید که باعث شناخته‌شدن محصول شما به عنوان «گزیده‌ای جذاب» میان همتایانش شود؟ حتی اگر در صنعتی «جذاب» نیستید، برای اینکه «اپل» صنعت‌تان شوید چه کارهایی می‌توانید انجام دهید؟

همان‌طور که اپل در عرض یک شب به یک تریلیون دلار نرسید، شباهت به او نیز به سادگی اتفاق نمی‌فتد. باید در دنبال کردن یک راهبرد مصمم باشید و سپس با بازاریابی و طراحی محصول هوشمندانه، آن را حمایت کنید. عناصر موفقیت اپل که برای شرکت شما کارآمد و برای مشتریان‌تان معقول هستند را بیابید. با خلاق بودن، تمرکز روی طراحی، نه صرفاً طراحی محصول بلکه طراحی تجربه مشتری، ارتباطات احساسی قوی‌تری با مشتریان‌تان بسازید و با برقراری ارتباط با نیازهای سطوح بالای مشتری، به دستاوردهای بزرگی برسید.

منبع: **entrepreneur**

چگونه در تویتر اکانت تاییدشده باشیم؟



هر آنچه بازاریاب‌ها باید در مورد تایید اکانت در تویتر بدانند

به عبارتی دیگر فاکتور اصلی برای تویتر به منظور تایید اکانت‌ها فعالیت‌شان در حوزه علایق عمومی است. حال اجازه دهید به سراغ راهکارهایی به منظور کسب این تیک جذاب برویم. در این زمینه فقط باید اقدام به ترغیب تیم ناظر تویتر کرد.

**۶ راهکار برای افزایش شانس‌مان در جهت کسب تایید در تویتر**  
در اینجا به برخی از توصیه‌های کاربردی به منظور افزایش شانس‌مان برای تایید در تویتر اشاره خواهم کرد. بی‌شک توصیه‌هایی من از سوی کارشناس‌های معتبر تایید نشده است. در حقیقت هیچ راهکاری به طور رسمی از سوی تویتر یا سایر کارشناس‌ها بررسی و تایید نمی‌شود. با این حال تجربه کاربرد توصیه‌های من را ثابت کرده است.

۱. در تویتر فعال باشید

در اینجا سه نکته اساسی را مدنظر داشته باشید. نخست اینکه حداقل روزی دویار توییت کنید. بی‌شک این کار از عهده شما برخواهد آمد. دوم اینکه باید سطح تعامل‌مان با دیگران را افزایش دهیم. در این راستا استفاده از ویژگی تگ دیگر کاربران مؤثر خواهد بود. نکته پایانی نیز بحث پیرامون محتوای‌مان است. به این ترتیب با طرفداران در مورد مطالب‌تان به گفت‌وگو بپردازید.

هدف از تمام این فعالیت‌ها نمایش تصویری فعال از خودمان است. در حقیقت باید کاری کنیم که تویتر توجه‌اش به اکانت ما جلب شود. این کار از طریق افزایش سطح تعامل با کاربران و جلب توجه آنها امکان‌پذیر خواهد بود.

در بخش پیش هدف تویتر از ارائه سرویس اکانت‌های رسمی را افزایش تولید محتوای با کیفیت عنوان کردم. به منظور جلب توجه تویتر تولید محتوای با کیفیت باید در دستور کار ما قرار گیرد. در غیر این صورت شانس برای کسب تیک آبی مدنظرمان نخواهیم داشت. نکته: به منظور سهولت کار‌تان در زمینه انتشار توییت برای هر روز توصیه من طراحی برنامه‌ای منسجم است. بر این اساس شاید نگارش توییت‌های روزهای آتی از قبل ایده مناسبی به نظر برسد. با این حال چنین کاری را برای همه توییت‌های خود انجام ندهید. در هر صورت توییت شما باید هماهنگ با حوادث روز نیز باشد. بر این اساس تعدادی را برای نگارش در همان روز باقی گذارید.

۲. جلب توجه به بیوگرافی زیبا و تاثیرگذار

یکی دیگر از راهکارهای افزایش توجه به اکانت‌مان از طریق نگارش بیوگرافی کامل و جذاب است. بر این اساس به توصیه‌های ذیل توجه نمایید:  
• برای اکنت‌های تجاری؛ دقیقاً همان توضیحاتی را ارائه دهید که به عنوان مشتری مایل به دریافت آن هستید. هرگز حوصله کاربران را با بیان جملات و عبارات‌های طولانی سر نبرید. متن شما باید کوتاه و در عین حال مفید باشد.

• برای اکنت‌های شخصی: در این بخش شما باید فهرست مشاغل و مهارت‌های خود را ارائه دهید. همچنین بارگذاری لینک صفحه اصلی شرکت‌تان نیز اقدام مناسبی خواهد بود.

• وب‌سایت رسمی دارید؟ بی‌شک بسیاری از اهالی کسب‌وکار سایت شخصی دارند. با درج آدرس وب‌سایت‌تان در بخش بیوگرافی علاوه بر هدایت مخاطب به سایت‌تان به تویتر نیز در زمینه شناسایی بهترتان کمک نمایید.

نکات فوق بخش اصلی فعالیت شما در راستای ساماندهی بیوگرافی حرفه‌ای را تشکیل می‌دهد. با چنین اقداماتی شانس شما برای دریافت تاییدیه از سوی تویتر به طور چشمگیری افزایش خواهد یافت. پیش از مراجعه به بخش بعدی اجازه دهید نکات دیگری را نیز ذکر کنم:

- در بخش بیوگرافی هويت خود را به نمایش بگذارید.
- ارائه اطلاعات شخصی نیز ایده مناسبی در این فضا خواهد بود.
- به منظور تسریع فرآیند جست‌وجوی برندگان از سوی کاربران از کلیدواژه‌های مرتبط با کسب‌وکار‌تان در این بخش استفاده کنید.
- برنامه مشخصی برای ترغیب مخاطب نسبت به انجام کاری مورد انتظار و پسندتان داشته باشید.

۳. اهمیت تقویت برند

تقویت برند‌مان در شبکه‌های اجتماعی و به ویژه تویتر فقط از طریق تولید محتوای باکیفیت و جذاب امکان‌پذیر است. بر این اساس از لوگوی برندتان به عنوان عکس پروفایل استفاده کنید. همچنین برای بنر تویتر از تصویری از خود یا دیگر کارمندان در حین فعالیت روزانه و سخت استفاده نمایید. البته این صحنه نباید خیلی ساده باشد. صحنه سخنرانی شما در مجمع بین‌المللی کسب‌وکار‌تان ایده مناسبی در این راستا خواهد بود.  
پرسش اصلی در اینجا چرایی ضرورت تقویت برند‌مان در تویتر است. به نکات ذیل توجه نمایید:  
• شناسایی از سوی مخاطب در کمترین زمان ممکن.

به قلم: تاد کلارک نویسنده و بازاریاب  
ترجمه: علی آل‌علی

اکنون اغلب برندهای فعال در تویتر دارای اکانت تاییدشده هستند. منظور از اکانت تاییدشده در واضح‌ترین معنا صفحه‌هایی دارای نشان تایید رسمی تویتر است. این نشان (تیک آبی مشهور) به معنای تایید حضور رسمی آن برند در تویتر از سوی تیم فنی و ناظر است. به این ترتیب کاربران با حساب رسمی و تاییدشده برندها در تویتر و سایر شبکه‌های اجتماعی مواجه خواهند بود.

پرسش مهم در اینجا دلیل اهمیت کسب تایید برای اکانت‌مان در تویتر است. به عبارت ساده، مزیت این تیک آبی چیست که ما را مجاب به اقدام برای کسبش می‌کند؟ اجازه دهید اندکی بحث را تخصصی‌تر دنبال کنیم.

چرا باید تایید تویتر را در یافت کنیم؟

به عنوان آشکارترین دلیل شناسایی راحت از سوی دیگران به همراه امکان تاثیرگذاری بیشتر مطرح است. بر این اساس شما به عنوان برندی مشتاق، جالب و معتبر در سطح این پلتفرم شناخته خواهید شد. در این زمینه حوزه فعالیت شما چندان مهم نیست. از حوزه موسیقی، تلویزیون، فیلم، مد، سیاست و دولت، مذهب، روزنامه‌نگاری، رسانه، ورزش، کسب و کار تا دیگر حوزه‌های کلیدی همه باید تیک آبی را به عنوان پشتوانه در اختیار داشته باشند.

هدف تویتر به هنگام ارائه سرویس تایید اکانت‌ها فراهم‌سازی بستری برای دسترسی راحت کاربران به صفحات معتبر و تشویق برندها به تولید محتوای باکیفیت برای مخاطب‌های‌شان بود. به عنوان یک فرد تاثیرگذار یا تولیدکننده مستقل محتوای جذاب کسب تایید تویتر به شما در راستای جذب شمار بیشتر مخاطب کمک خواهد کرد.

شاید تا همین چند ماه گذشته تفاوت آشکاری میان اکنت‌های ساده و تاییدشده وجود نداشت. با این حال اکنون اکنت‌های تاییدشده از برخی ابزارهای جانبی بیشتر بهره‌مند هستند. همچنین شما با در اختیار داشتن یک اکانت تاییدشده توانایی دسته‌بندی و فیلترگذاری بر روی بخش اعلام‌های‌تان را نیز خواهید داشت. به این ترتیب می‌توان فقط درج کامنت جدید، لایک یا فالو تازه را به عنوان پیام جدید مشاهده کرد. در کنار این ویژگی باید امکان نمایش پیام‌های جدید براساس دسته‌بندی کلمات کلیدی را نیز مورد بررسی قرار داد. بر این اساس اکنت‌های رسمی به جای الگوی سنتی نمایش آخرین پیام‌ها با تعریف دسته‌ای مشخص از کلمات کلیدی پیام‌های حاوی آن کلمات را در صدر بخش پیام‌ها خواهند یافت.

بی‌شک امکانات جدید اکنت‌های تاییدشده بسیار جذاب است. با این حال دلیل اصلی افزودن این امکانات برای اکنت‌های رسمی معطوف به برندها یا افراد خاص نیست. در حقیقت هدف اصلی تویتر کاهش میزان مزاحمت کاربران از سوی محتوای بی‌کیفیت و نامناسب است. یکی از واضح‌ترین نمونه‌ها در این زمینه توهین‌های نژادی و قومیتی است، بنابراین با مشاهده شمار بیشتری اکنت رسمی در تویتر دیگر خبری از محتوای نفرت‌انگیز نخواهد بود. در حقیقت اکنت‌های رسمی امکان نظارت ساده‌تر به منظور جلوگیری از انتشار محتوای مجرمانه و توهین‌آمیز را برای تیم ناظر تویتر راحت‌تر می‌کند. به عنوان یک نتیجه‌گیری ابتدایی، سیستم تایید اکنت‌ها ما را به سوی رفتار متعادل و احترام متقابل بیشتر رهنمون می‌سازد. به این ترتیب فضای احترام‌آمیزی را در تویتر و سایر شبکه‌های اجتماعی مشاهده خواهیم کرد. با بررسی مقدماتی دلایل اهمیت حساب‌های رسمی، اکنون نوبت به بررسی شیوه‌های کسب تیک جذاب تویتر می‌رسد.

کسب تیک آبی زیبا در کنار نام اکانت‌مان

براساس آمارهای رسمی ۸۵ درصد مشتریان فقط از برندهای مورد اعتمادشان کالا می‌خرند. به این ترتیب جلب اعتماد بدل به ضرورت اصلی برای بسیاری از برندها شده است. در این میان کسب تیک آبی گامی مؤثر برای افزایش اعتماد کاربران به برندمان محسوب می‌شود. به عنوان نمونه‌ای کاملاً واضح صفحه رسمی موسسه Hootsuite در تویتر پس از تایید رسمی شمار بسیار بیشتری مخاطب را به خود جلب کرده است.

تویتر چه گونه‌هایی از حساب‌های کاربری را تایید می‌کند؟

بی‌شک بیان تعریفی دقیق برای پاسخ بدین سوال کار دشواری است. پس من نیز صرفاً به توضیح تویتر اکتفا خواهم کرد: «یک اکنت در صورتی تایید خواهد شد که هماهنگ با علاقه عمومی برآورد شود. به طور معمول چنین تعریفی در برگزیده اکنت‌های فعال در حوزه موسیقی، بازیگری، مد، سیاست، امور دولتی، دین، روزنامه‌نگاری، رسانه، ورزش، کسب‌وکار و دیگر حوزه‌های جذاب است.»

**۶ اصل برگرفته از ارتش برای رهبری فوق‌العاده**

مترجم: مریم امیری خواه

«انجیل رهبری» ارتش را پیدا کردم و آن را زیر و رو کردم تا شش اصل رهبری قدرتمند را برای‌تان پیدا کنم. بسیاری از مدیران موفق امروز نخستین تجربه رهبری را در ارتش به دست آورده‌اند؛ از طرفی ارتش بیشتر از هر نهاد دیگری، رهبرانی ماهر را پرورش داده است، بنابراین فکر کردم برای این که فوت و فن رهبری را پیدا کنم، بهتر است به جای آن که به سراغ افراد عادی بروم، بررسی را مستقیماً از منشأ آموزش رهبران برتر شروع کنم. به این ترتیب بود که بیانه رهبری رسمی ارتش ایالات متحده، دستورالعمل رهبری عملیات ارتشی را پیدا کردم. شش اصل فرماندهی ماموریت را در این گنجینه از اصول آموزشی رهبری منضبط یافتم. پیش از هر چیز باید به این نکته اشاره کنم که اصول فرماندهی ماموریت در ارتش سبک شمرده نمی‌شود. این اصول با تار و پود مفهوم رهبری در این شاخه از ارتش درهم تنیده شده است. متن زیر بخشی از دستورالعمل عملیات است که به اختصار بیان می‌شود:

«درک کردن و عمل کردن به اصول فرماندهی ماموریت لازم‌الاجرا است. فلسفه فرماندهی ماموریت از طریق عمل کردن به آن در تمام حوزه‌های رشد رهبری، در فرهنگ و عادات ارتش تثبیت شده است. سربازان، رهبران ارتشی و افراد غیرنظامی در تمام رده‌ها، اصول فرماندهی ماموریت را در فعالیت‌های روزمره و وظایف معمول خود به مرحله اجرا درمی‌آورند.»

در ادامه با شش اصل فرماندهی ماموریت آشنا می‌شوید که می‌توانید آنها را در فرآیند مدیریت و رهبری خود به کار بگیرید.

**۱- فرمانده باید هدف خود را به وضوح بیان کند**

پیش از هر چیز فرمانده باید هدف ماموریت را به روشنی بیان کند. هدف باید تبیین‌کننده چرایی ماموریت باشد. چرا از نفرت می‌خواهید که در این ماموریت کنارتان باشند؟ اتحاد در هدف است که همدلی و اتحاد را در ساعات سخت و تاریک ممکن می‌کند. براساس تعاریف ارتش، روشن ساختن هدف فرماندهی شامل الزام در واضح ساختن ارتباط و مشخص ساختن اولویت‌بندی نیز می‌شود. نقطه نظر کلی اصل اول این است که تمام نفرت بدون تردید و به طور قطعی با یکدیگر همدانستان باشند، اتحادی که در عالم واقعیت و برای سربازان ارتش گاهی به فاجعه‌ای دردناک ختم می‌شود. در هر حال داشتن یک هدف مشخص و یگانه در محل کار نیز به اندازه ارتش مهم است، بنابراین هر چه سریع‌تر مقصود و هدف اصلی خود را به روشنی برای کارکنان‌تان بیان کنید.

**۲- فرمانده باید از طریق ایجاد اعتماد متقابل، گروه را با هم متحد کند**

این اصل در ارتش اینگونه پیاده می‌شود که ابتدا فرمانده خود را به‌الگوی برای افراد تبدیل می‌کند و سپس آگاهانه سعی می‌کند که جوی مبتنی بر اعتماد را ایجاد و حفظ کند. برای این کار لازم است که ارزش‌ها و اصول اخلاقی سازمان همواره در معرض دید باشد. همچنین چنانچه فرمانده بتواند بین نیازهای زیردستان و مقتضیات ماموریت تعادل ایجاد کند و زمان و توجه خود را معطوف ایجاد اتفاق نظر کند، گروهی منسجم و متحد شکوفا می‌شود. در نهایت یک رهبر بی‌نظیر باید مناقشات را به سرعت حل کند و جو مثبتی را برای پرورش کار گروهی به وجود بیاورد که شرایط را برای داشتن یک تیم متحد کامل می‌کند. سعی کنید تمام این نکات را به سرعت به مرحله اجرا دریاورید.

**۳- ایجاد فهم مشترک**

این اتفاق زمانی می‌افتد که رهبران با زیردستان خود ارتباط برقرار کنند و برای تبادل و تفهیم اطلاعات مهم وقت بگذارند. بدیهی است که فهم مشترک با «فریاد زدن بر سر زیردستان» به دست نمی‌آید. رهبران استثنائی با کارکنان‌شان ارتباطی دوجانبه برقرار می‌کنند و قدرت شخصی را به برابر قدرت حاصل از موقعیت به کار می‌گیرند تا به جز اطاعت، تعهد نسبت به اهداف مشترک را نیز به دست بیاورند. ایجاد درک مشترک در ارتش و همینطور در کسب و کار به این معنا است که تمام اعضای گروه به خوبی بدانند که دیگران چه کاری انجام می‌دهند و متوجه باشند که مسئولیت‌های تعریف شده برای هر نفر کمترین همپوشانی ممکن را با وظایف دیگران دارد. ایجاد فهم مشترک با درک صحیح اصول پایه و متعده شدن به تبادل اطلاعات شروع می‌شود.

**۴- تمرین کردن ابتکار عمل منضبط**

ارتش در پیاده کردن انضباط و دیسیپلین مشهور است. این نظم و ترتیب با تأثیر گذاشتن بر روی زیردستان برای به عهده گرفتن ابتکار عمل حین انجام دادن وظایف به منظور تقویت حس وظیفه‌شناسی، هدایت و رفتار حرفه‌ای در تمام شرایط و از دست ندادن کنترل خود در شرایط سخت و پیش‌بینی کردن تغییرات یا عدم قطعیت‌ها به دست می‌آید. در چنین جوی ذهنیتی به وجود می‌آید که تک تک افراد برای دستیابی به نتیجه نهایی مطلوب مسئول خواهند بود. شما نیز می‌توانید با پیروی از این راهنما این وضعیت ذهنی را ایجاد کنید.

**۵- بهره‌گیری از دستورات ماموریت**

این اصل نفرت را ترغیب می‌کند که دستورها و رهنمودها را واقعاً به کار ببندند و کور‌کورانه از آنها پیروی نکنند و در اجرایی کردن این دستورها از آنها به عنوان فرصتی برای یادگیری، رشد و پیشرفت خود استفاده کنند. حالت ایده‌آل این است که نفرت بدون نیاز به دستورات مفصل و دقیق در مسیر پیشرفت قرار بگیرند. به عبارت دیگر هر ماموریت فرصتی برای رهبران است که اختیار عمل اعطا شده را تمرین کنند و فرصتی برای زیردستان است که با توجه به این دستورات در مسیر رشد و پیشرفت خود گام بردارند. بنابراین هر ماموریتی را که در راس آن قرار دارید، به عنوان فرصتی مغتنم غنیمت بشمارید.

**۶- ریسک محتاطانه را بپذیرد**

در دستورالعمل ارتش قید شده است که فرماندهان باید ریسک را با دقت ارزیابی و مدیریت کنند و از آن اجتناب نکنند، سپس بر پایه ارزیابی‌های دقیق خود تصمیماتی مناسب را برای تخصیص منابعی اتخاذ کنند که می‌تواند احتمال رسیدن به موفقیت نهفته در پس خطر را بهبود دهد. برای مهارت پیدا کردن در این اصل ابتدا باید بتوانید ریسک «محتاطانه» را به خوبی ارزیابی کنید و سپس برنامه‌ای را برای تخصیص منابع پشتیبانی‌کننده تنظیم کنید. با پیروی از این اصول مانند یک ژنرال رهبری کنید و به رهبری بی‌نظیر تبدیل شوید.

منبع: **inc**

چگونه برندمان را توسعه دهیم؟

**۴ استراتژی برای توسعه کسب‌وکارمان در فراسوی بازار هدف**

مدیر بخش وقتی حرفی مشخص را می‌زد، درک کرد. اگر قصد توسعه بازار هدف‌تان را دارید، شناسن شما برای یافتن خرده‌فرهنگ‌های مختلف بسیار زیاد است. بر این اساس باید خود را آماده تعامل بهینه و مدیریت ارتباطاتان با آنها نمایید. در غیر این صورت برند شما نیز دچار ابهام‌هایی از قبیل جوک‌های چند دهه قبل می‌شود.

بهترین راهکار برای غلبه بر مشکلات این بخش تلاش برای شناخت دقیق گروه‌های مختلف مشتریان‌تان است. نکته مهم در اینجا تلاش برای عدم انتشار مطالبی با چند معنای متفاوت در فرهنگ‌های گوناگون است. به این ترتیب مشکل سوءتفاهم‌های سهوی نیز حل خواهد شد.

**۲. گسترش دامنه سنی مخاطب‌ها**

برخی از کالاها و خدمات به طور جالبی در میان دامنه وسیعی از افراد مشتری دارند. در اغلب موارد تعریف یک برند از دامنه سنی خریدارانش نتیجه فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی را مشخص می‌کند. به عنوان مثال اکنون اغلب برندها نسبت به نسل جنگ جهانی دوم بی‌توجه هستند. در اغلب تبلیغات امروزی بر روی نسل جوان و میانسال تمرکز می‌شود. توجه داشته باشید که نسل جنگ جهانی دوم جمعیت نسبتاً فراوانی دارد. بر این اساس بسیاری از کسب‌وکارها شانس‌شان برای فروش بیشتر را به راحتی از دست می‌دهند. در این زمینه باید توجه داشت که بسیاری از برندها، مثلاً نایک، بازار فروش بالقوه در میان افراد پسر نیز دارند. با این حال این برند به طور معمول توجهی به این گروه از مشتریان بالقوه نشان نمی‌دهد. این امر با مشاهده تیزرهای تبلیغاتی و شیوه بازاریابی آنها به خوبی قابل فهم است.

در این بخش حالت برعکسی نیز وجود دارد. بر این اساس برخی از برندها بر روی مخاطب بزرگسال تمرکز دارند. اگر آنها دامنه سنی مخاطب هدف‌شان را کاهش دهند، شما بسیار بیشتری مخاطب بالقوه خواهید داشت. به عنوان نتیجه این بخش باید به گسترش دامنه سنی مخاطب‌ها (چه نسل جدید و چه نسل کهنسال) اشاره کنم. به این ترتیب شما جایگاه برندان را در میان خیل بسیار وسیع‌تری از مخاطب‌ها توسعه خواهید داد.

**۳. یافتن دیگر برندهای حرفه‌ای**

بی‌شک راهی تضمین‌شده در زمینه گسترش دامنه مخاطب‌ها و توسعه برند توانایی به کارگیری از سوی برندهای مختلف را دارد. این مثال واضح در این زمینه طراح وب‌سایتی است که با استفاده از کمک‌های آژانس تبلیغاتی در زمینه فروش اتموبیل موفق به طراحی سایت فروش یکی از برندهای مطرح تولید خودرو به گونه‌ای جذاب‌تر شده است. در حقیقت اینجا نکته مهم همکاری با سایر برندها یا آژانس‌های حرفه‌ای است. به این ترتیب در هر کسب‌وکاری امکان تقلید

از این شیوه عملکرد وجود خواهد داشت. فقط کافی است اصل اساسی را مدنظر قرار دهیم. با این حال توجه داشته باشید که هنگام ورود به صنعتی جدید باید استراتژی‌تان را اندکی تغییر دهیم. به عنوان مثال در زمینه عکاسی حرفه‌ای امکان همکاری با آژانس‌های فروش (همانند

مثال فروش خودرو) وجود ندارد. دلیل اصلی این امر نیز عدم فعالیت چنین آژانس‌هایی در زمینه عکاسی است. بر این اساس باید به جای آژانس‌های بزرگ سراغ افراد حرفه‌ای رویم. شبکه‌های اجتماعی بهترین مکان برای یافتن چنین افرادی است. بر این اساس در زمینه‌های کلان از آژانس‌های معتبر و برندها و در زمینه فردی از افراد تأثیرگذار و موفق مشاوره بگیرید.

**۴. پیش به سوی غرب (شرق، شمال یا جنوب) کارآفرینان جوان**  
اگر شما در زمینه توسعه دامنه مخاطب هدف‌تان عملکرد عالی از خود به جا گذاشته‌اید، شاید در زمینه‌های دیگر نیز توانایی این گسترش دامنه را داشته باشید. به عنوان یک کارشناس و البته کارآفرین به این امر کاملاً ایمان دارم. در حقیقت دلیلی برای عدم موفقیت در سایر حوزه‌های کسب‌وکارمان، در صورت کسب موفقیت در یک حوزه مشخص، وجود ندارد.

یکی از استراتژی‌های مورد علاقه من صرف زمان مناسب بر روی ترندهای برتر و ایده‌های داغ است. در ایالات متحده به طور معمول شهرهای نیویورک و لس‌آنجلس به عنوان مکان‌هایی مناسب برای اطلاع از ترندهای برتر شناخته می‌شوند. با این حال آگاهی از ترندهای برتر نیازمند مراجعه به مکانی خاص نیست. خوشبختانه امروزه شبکه‌های اجتماعی کار را برای ما بسیار ساده کرده‌اند. به این ترتیب با مراجعه به یکی از پلتفرم‌های اجتماعی و جست‌وجو برای ترندهای محبوب به راحتی موضوعات داغ و موردعلاقه مخاطب را شناسایی خواهید کرد. یکی دیگر از راهکارهای توجه به نحوه عملکرد یک برند موفق در زمینه فروش محصولاتش است. به منظور توسعه برندمان باید

شیوه‌های بازاریابی و تبلیغات آن برند را (حتی اگر در زمینه کسب‌وکار ما نیست) فراگیریم. بی‌شک اگر یک برند در زمینه تبلیغاتی موفق به جلب نظر مخاطب‌های خود می‌شود، ما نیز با تقلید الگوی آنها توانایی جلب نظر مخاطب‌های‌شان را خواهیم داشت. البته در اینجا نیز باید بنا بر ماهیت ویژه کسب‌وکارمان اندکی تغییر در استراتژی دیگر برندها اعمال نماییم. در غیر این صورت نتیجه مطلوب به دست نخواهد آمد. در برخی موارد به هنگام مواجهه برندی کوچک با شرکتی بزرگ و چندملیتی اقدام برای جلب نظر مخاطب به نظر دشوار می‌آید. صادقانه بگویم، در چنین مواقعی کار شما بسیار پیچیده خواهد بود. با این حال چنین نکته‌ای به معنای ناتوانی در رقابت با برندهای بزرگ نیست. بر این اساس به جای تلاش برای رقابت با رقیبان بزرگ‌مان در همه بازارها باید چند بازار مناسب با برندمان را انتخاب نماییم. این هماهنگی از طریق تلاش برای شناخت آنها حاصل خواهد شد. به این ترتیب از مزیت تعامل نزدیک‌تر و رابطه صمیمانه برای کسب سهم‌مان از بازار در حضور برندی بزرگ استفاده خواهیم کرد.

با ترکیب چهار استراتژی بررسی‌شده در این مقاله شما باید امکان توسعه کسب‌وکار و جایگاه برندان را به دست آورید. به این ترتیب دیگر مخاطب هدف و بازار شما محدود به شمار اندکی از افراد نخواهد شد.

منبع: **allbusiness**

## ایستگاه بازاریابی

چگونه با درک دغدغه‌های کارمندان  
موانع بهره‌وری آن‌ها را رفع کنیم

هر موقعیتی احساس و درک متفاوتی دارد. کارآفرینان تا زمانی که خود را به جای کارمندان نگذارند، نخواهند توانست به ایرادات احتمالی مجموعه کاملاً پی ببرند.

در یک نمایش، مدیرعامل یک شرکت لباس خود را تغییر داده و در یک روز کاری با حضور در بخش‌های مختلف سازمان، زمانی را در کنار کارمندان به صورت ناشناس سپری کرد. او به مسائل نامحسوسی پی برد که پیش از این برای وی در مقام مدیرعامل قابل درک نبود. او پس از این تجربه، از کارمندان ناشناسی که بدون چشم‌داشت فداکاری می‌کردند، قدردانی کرد.

شاید در نظر داشته باشید مانند داستان یک روز با لباس مبدل وارد شرکت شوید، خودتان را کارآموز معرفی کرده و سعی کنید که به بخش‌های مختلف شرکت سرک بکشید. با مدیر منابع انسانی به عنوان کارمند جدید تماس گرفته و سوالاتی در مورد بیمه سلامت و فرصت‌های آموزشی بپرسید. یا اگر خرده‌فروش هستید، فرد مورد اعتمادی را برای بررسی وضعیت به عنوان مشتری به آنجا بفرستید. لزوماً قرار نیست شما هم با لباس مبدل و چهره گرم شده، این نمایش را تکرار کنید. رهبر یک سازمان باید راهی برای دیدن کسب و کار خود از چشم کارمندان، درست مانند نمایش پیدا کند. آیا واقعا می‌دانید که کارمندان شما هر روز چگونه با این شغل مواجه می‌شوند؟ بعید به نظر می‌رسد؛ حتی اگر شما در کنار آنان حضور داشته باشید، آیا واقعا فکر می‌کنید آن‌ها در خلوت خود رفتار مشابهی با زمانی که رئیس در کنارشان ایستاده است، دارند؟ به یقین همیشه نمی‌توان نمایش‌های جیمز باندی را تکرار کرد. بهتر است از روش‌های کلاسیک مدیریت استفاده کنید. مثلاً به طور منظم به بخش‌های مختلف سازمان مراجعه کرده و به درد و دل کارمندان گوش دهید.

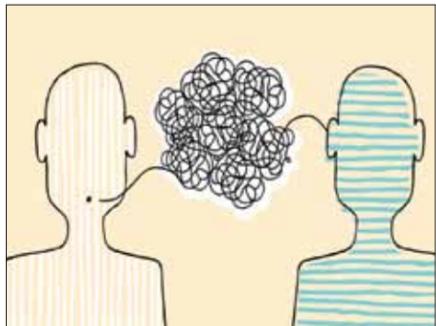
نظیر آن‌ها را در برابره موانع فعالیت و بهره‌وری جویا شوید. به پیشنهادت‌شان اهمیت بدهید. البته قبل از همه این کارها، باید اعتمادشان را جلب کرده باشید. تا زمانی که کارمندان از امنیت شغلی خود و حسن نیت شما مطمئن نباشند، چیزی جز تعریف و تمجید نخواهید شنید.

طبق اظهارات اسکات هارتلی، مدیرعامل شرکت Sunsuper همان‌طور که کسب و کارها باید از سلیقه مشتریان آگاه باشند، به منظور جذب کارمندان شایسته برای ارائه خدمات بهتر، باید بتوانند نگرش کارمندان‌شان را نیز درک کنند.

وی افزود: کارفرمایان باید در نظر داشته باشند که آیا برای ایجاد تجربه دلپذیر کاری که به اندازه کافی مشوق کارمندان برای ماندن در شرکت و حمایت از آن باشد به اندازه کافی تلاش کرده‌اند؟ اظهارات هارلی پس از گزارش نظرسنجی موسسه YouGov Galaxy از ۱۰۰۰۰ کارگر استرالیایی به نیابت از طرف Sunsuper بیان شد. اکثر کارگران مصاحبه‌شده عقیده داشتند که کارفرمای آن‌ها می‌تواند کارهای بیشتری از آنچه انجام شده، برای بهبود شرایط کاری انجام دهد.

اگر رهبر سازمانی هستید، به احتمال زیاد از روال انجام کارها و بوروکراسی آن خبر ندارید و تنها مسیر رفت و آمدتان از درب مخصوص شرکت تا اتاق جلسات بوده است. در حالی که تنها دغدغه شما انجام کار بوده است، کارمندان‌تان ناراضی از تحمل فرآیندهای پیچیده، مجبور به اطاعت شده‌اند. گاهی ممکن است آن‌ها یک طرح ابتکاری را صرفاً به خاطر یک ساختار ناکارآمد کنار گذاشته باشند.

عدم وجود کانال‌های ارتباطی و فرآیندهای کارآمد به بهره‌وری کارمندان و بازده مجموعه بسیار لطمه می‌زند. تنها کسی که مسئول اصلی بهبود این نابسامانی‌ها است، خود شما هستید. اگر نتوانید به مشکلات درون سازمانی پی ببرید، انتظار دارید چه چیزی عایدتان شود؟



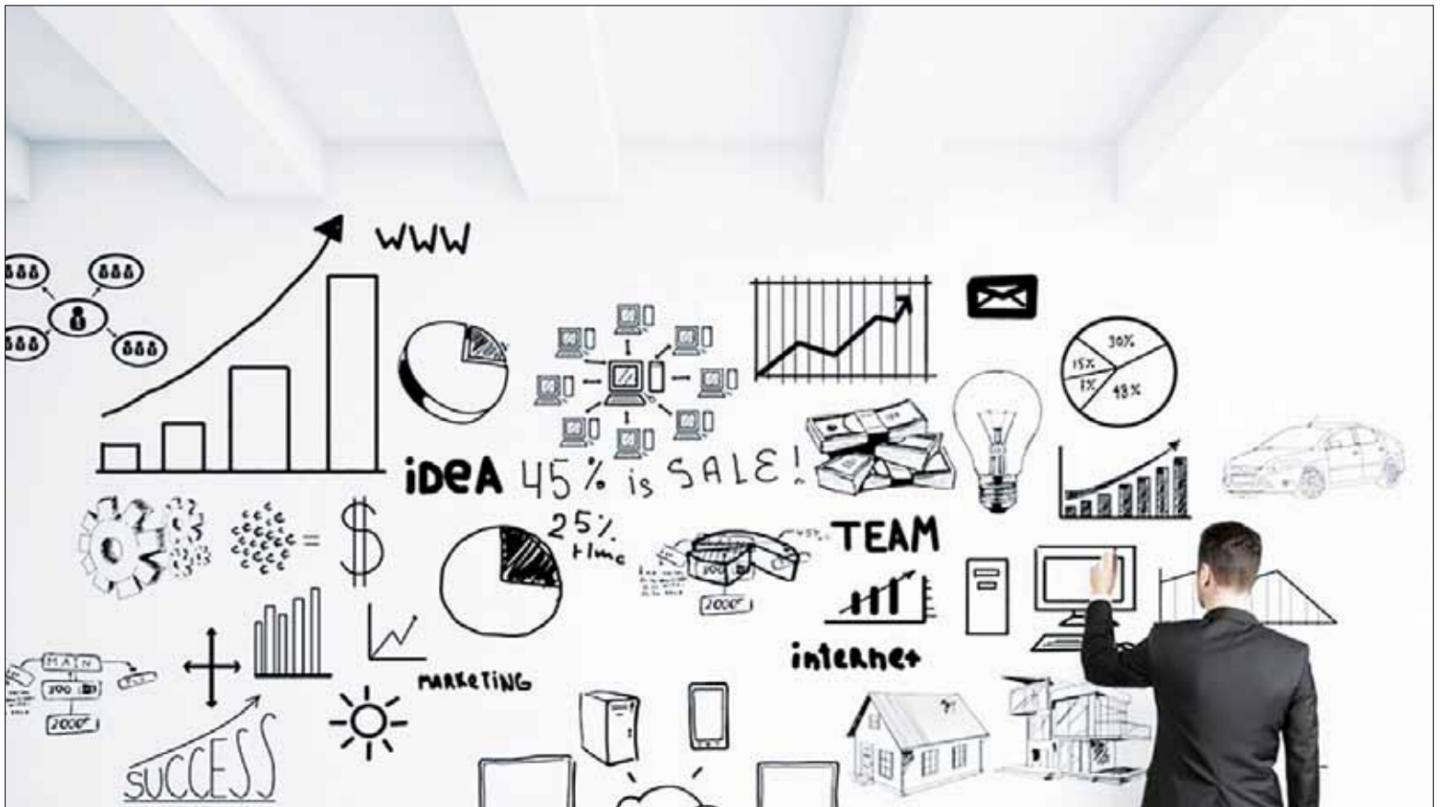
در حقیقت گزارش سال ۲۰۱۸ سان‌سوپر درباره نگرش کارفرمایان دریافت که حدود ۶۰ درصد کارمندان عقیده دارند که با اندکی بهبود تجربه کاری، بازدهی آن‌ها بسیار افزایش خواهد یافت. ۵۸ درصد نیز عقیده داشتند که بهبود تجربه کاری، سرمایه‌گذاری روی سرمایه‌های انسانی شرکت است و هزینه‌های آن به سرعت جبران می‌شود. در نهایت حدود ۴۵ درصد کارمندان نیز رضایت شغلی را با کیفیت محصول خروجی مرتبط دانستند.

خلق فرهنگ مثبت (۱۸٪)، مزایای مالی اضافی (۱۱٪)، احترام و پاداش‌ها (۱۰٪)، تفویض اختیار (۹٪) و فرصت پیشرفت شغلی (۷٪) برخی از بهترین روش‌هایی است که کارفرمایان می‌توانند تجربه کاری و رضایت شغلی کارمندان‌شان را بهبود بخشند. نتایج بالا نشان می‌دهد که ارزش فرهنگ سازمانی به طور قابل توجهی بالاتر از مزایای مالی برای کارمندان است. البته ارزش‌های مورد توجه برای هر گروه سنی متفاوت است. نسل جوان اغلب به دنبال فرصت برای پیشرفت شغلی هستند (۴۶٪)، دهه‌های ۶۰ تا ۸۰ میلادی به مزایای مالی بیش‌تر توجه دارند (۴۴٪) و متولدان سال‌های جنگ جهانی دوم اهداف و انتظارات روشنی را از نقش خود می‌خواهند (۴۰٪).

همواره سعی کنید برنامه منظمی برای بازدید از بخش‌های مختلف سازمان داشته باشید. از نشستن گردوخاک روی لباس گران‌قیمت‌تان نترسید. تا زمانی که موانع فعالیت کارمندان را درک نکنید، برنامه‌ریزی‌های شما بی‌اثر خواهد بود.

منبع: HCAMAG INC/zoomit

## چطور یک استراتژی برای داشتن شغلی ایده‌آل طراحی کنیم؟



به قلم: تاد کلارک نویسنده و بازاریاب

ترجمه: علی آل‌علی

از کدام مسئولیت‌ها که فعلاً برعهده ندارید لذت می‌برید؟

در اینجا استفاده از ابزاری مانند لنگرهای شغلی شین، کدهای هولند و فرآیند MPS می‌تواند به شما کمک کند که کاری که مناسب‌تان است را پیدا کنید. حالا وقت آن است تا چیزهایی که در زندگی شادتان می‌کنند را نیز تحلیل کنید.

در آخر، ارزش‌های خود را شناسایی کنید. این کار بدین دلیل مهم است که می‌توانید از ارزش‌ها به عنوان نقشه‌ای برای هدایت تصمیمات‌تان استفاده کنید. استراتژی شغلی شما باید توسط ارزش‌ها و همچنین رویاهای‌تان هدایت شود. بر شناسایی پنج مورد از برترین ارزش‌های خود تمرکز کنید.

**مرحله ۲: مزیت رقابتی/نسبی‌تان را بشناسید**

بعد از اینکه نقاط قوت و انگیزه‌های‌تان را به خوبی شناسایی کردید، باید برتری‌های رقابتی‌تان را مشخص کنید. اینها کارهایی هستند که در مقایسه با اطرافیان‌تان بهتر انجام‌شان می‌دهید. یک نقطه قوت، مهارت‌های خاص، یا ویژگی‌ای که منحصر به شماست و می‌تواند به سازمان ارزش اضافه کند. دانستن مزیت رقابتی مهم است چون با استفاده از آن ویژگی یا مهارت، می‌توانید در کارتان موفق باشید. به یاد داشته باشید، برتری رقابتی همیشه کاری نیست که آن را به بهترین نحو انجام می‌دهید، بلکه کاری است که از دیگران بهتر انجام می‌دهید و یک جای خالی را در این سازمان پر می‌کند.

اگر پیدا کردن مزیت رقابتی برای‌تان دشوار است، به عملکردهایی که به تازگی داشته‌اید فکر کنید. آیا رئیس‌تان به طور مرتب شما را برای مهارت خاص یا ویژگی یا موفقیتی تحسین و تمجید می‌کند؟ اگر جواب مثبت است، پس این شاید بتواند نشانه‌هایی از برتری رقابتی را در اختیار شما قرار دهد. همچنین می‌توانید به نقاط قوتی که در مرحله اول شناسایی کردید هم نگاهی بیندازید و نظرات همکاران، مشتریان یا حتی دوستان‌تان را در این مورد جویا شوید.

**مرحله ۳: در مورد امکانات تحقیق کنید و بهترین استفاده را از فرصت‌ها بپسند**

ممکن است فرصت‌های زیادی برای رشد و پیشرفت در سازمان یا صنعت فعلی شما وجود داشته باشند که شاید در حال حاضر آنها را نمی‌بینید. اما باید آنها را شناسایی کرده و نهایت استفاده را از آنها ببرید.

با رویکرد شغلی از تحلیل PEST شروع کنید. این تحلیل به شما کمک می‌کند که گرایش‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و تکنولوژیکی که ممکن است بر شغل‌تان تاثیر داشته باشند را تجزیه و تحلیل کنید. با استفاده از این ابزار می‌توانید حوزه‌های احتمالی برای رشد و پیشرفت و همچنین حوزه‌هایی که باید از آنها اجتناب کنید را شناسایی کنید. همچنین می‌توانید تحلیل شخصی SWOT که در مرحله اول انجام دادید را مرور کرده و ببینید کدام یک از فرصت‌هایی که از نقاط قوت‌تان نشأت می‌گیرند، در حال حاضر در اختیار‌تان قرار دارند.

حتماً گوش به زنگ باشید که سازمان‌تان چه فرصت‌هایی می‌تواند در اختیار‌تان قرار دهد و از تمامی دوره‌های آموزشی موجود استفاده کنید. مثلاً، آیا سازمان شما شهریه دوره‌های آموزشی که با شغل‌تان مرتبط هستند را می‌پردازد؟ آیا کنفرانس یا نمایشگاهی وجود دارند که شرکت در آنها به نفع‌تان است؟ اطرافیان‌تان هم می‌توانند در شناسایی فرصت‌ها به شما کمک کنند. برای مثال، یک مربی با تجربه می‌تواند در مورد شغل‌تان به شما کمک کند، خصوصاً اگر به او اعتماد داشته باشید و مورد احترام‌تان باشد.

**مرحله ۴: مهارت‌های‌تان را توسعه دهید**

تاکنون، باید در ذهن‌تان تصویری حول محور چیزهایی که در آنها خوب هستید، یا به آنها علاقه دارید، چیزهایی که به شما انگیزه می‌دهند و فرصت‌هایی که در اختیار دارید، ایجاد کرده باشید. حالا باید مهارت‌هایی که برای قدم بعدی به جلو لازم هستند را در خود توسعه دهید. برای ایجاد مهارت، دانش، توانایی‌ها، گواهی‌نامه‌ها، مدارک تحصیلی که برای رسیدن به شغل مورد نظر نیاز دارید را شناسایی کنید. (این مرحله با مراحل قبلی ارتباط نزدیکی دارد، زیرا ممکن است فرصت‌های زیادی برای توسعه‌ی مهارت‌ها درون سازمان یا

با پدram آشنا شوید، یک فرد حرفه‌ای و با استعداد که سال‌هاست برای سازمانش کار می‌کند. با اینکه پدram کارش را خوب انجام می‌دهد، هیچ‌وقت به این فکر نکرده که می‌خواهد در شغلش به چه چیزی دست پیدا کند. او به طور مرتب فرصت‌های کلیدی را از دست می‌دهد، چون برای تعریف رویاهایش و پیدا کردن استراتژی مناسب برای رسیدن به آنها، وقت نگذاشته است. اگر در تمام این سال‌ها از فرصت‌ها به نفع خود استفاده کرده بود، تا به حال چندین بار ترفیع شغلی گرفته بود. «افرادی در این دنیا موفقند، که بلند می‌شوند و موقعیت‌هایی را که می‌خواهند جست‌وجو می‌کنند و اگر نتوانند پیدا کنند، آنها را خلق می‌کنند.» جورج برناردشو، نمایش‌نامه‌نویس ایرلندی

در اصل پدram هنوز همان وظایفی را برعهده دارد که زمانی که استخدام شد به او محول شده بودند. او از همین شرایط راضی است، اما در اعماق وجودش می‌داند که باید بیشتر از اینها نصیبش می‌شد.

شرایط شغلی شما چطور است؟ به احتمال زیاد، شما هم دوست دارید شغلی داشته باشید که سرگرم‌کننده، چالش‌برانگیز و راضی‌کننده باشد و همچنین باعث شود تا به نهایت توانایی‌های خود دست پیدا کنید.

خبر خوب این است که شاید فرصت‌های زیادی در همین شغلی که فعلاً برعهده دارید نیز برای‌تان وجود داشته باشند. تنها کاری که باید انجام دهید این است که آنها را شناسایی کرده و سپس استراتژی‌ای برای رسیدن به جایی که می‌خواهید را پیدا کنید.

در این مقاله، ما یک رویکرد کلی و مرسوم را به شما معرفی می‌کنیم، که می‌تواند برای رسیدن به نهایت توانایی در کارتان از آن استفاده کنید.

**کنترل شغل‌تان را به دست بگیرید**

بعضی‌ها فکر می‌کنند که پیشرفت شغلی از کنترل‌شان خارج است. بالاخره، یکی باید باشد که شغل، ترفیع یا پروژه را به شما بدهد. درست است؟

خب، از یک نظر شاید این درست باشد. اما، اینکه چه کاری انجام می‌دهید و در زندگی به کجا می‌روید فقط به یک نفر بستگی دارد: خودتان. مشاغل بزرگ به سادگی و ناگهانی اتفاق نمی‌افتند. اگر به دنبال شغلی هستید که شما را به چالش بکشد و هیجان‌زده کند باید برایش برنامه‌ریزی کنید. مراحل زیر در این راه می‌توانند به شما کمک کنند:

**مرحله ۱: نقاط قوت، نقاط ضعف، انگیزه‌ها و ارزش‌های‌تان را مرور کنید**

توسعه استراتژی شغلی مانند ساختن یک ساختمان است. باید با زیربنای محکم شروع کنید و آرام آرام مسیر خود را به سمت بالا بسازید. قبل از اینکه کاری انجام دهید، باید نقاط قوت و ضعف خود را تجزیه و تحلیل کنید و بر ارزش‌ها و انگیزه‌های‌تان هم تمرکز کنید. با نگاه کردن به نقاط قوت و ضعف‌تان شروع کنید. در وظیفه‌ای که اکنون برعهده دارید، در چه چیزی از دیگران برتر هستید؟ کدام مهارت‌ها باعث می‌شدند در مشاغل قبلی بدرخشید؟ از طرف دیگر، در کدام مهارت‌ها ضعف دارید؟ کدام کارها و وظایف برای‌تان از همه دشوارتر هستند؟ به یاد داشته باشید، نقاط ضعف و قدرت همیشه به وضوح دیده نمی‌شوند.

برای مثال، ممکن است شما در زمینه ایجاد هماهنگی گروهی عالی باشید، شاید این مهارت را دارید که می‌توانید دیگران را طرفدار خود کنید، یا شاید استعدادی در ایجاد انگیزه در افراد برای موفق شدن در یک نوآوری را داشته باشید. تمامی اینها نقاط قوت شما هستند. سپس، مواردی که در شغل‌تان به شما انگیزه می‌دهند را تحلیل کنید: کدام وظایف، پروژه‌ها یا کارها در حال حاضر شما را هیجان‌زده می‌کنند؟ چه نوع وظایفی هستند که برای انجام دادن‌شان در آینده انگیزه دارید؟

چه ویژگی‌هایی از جایگاه شغلی‌تان، همکاران‌تان و یا سازمان‌تان، شما را علاقه‌مند به آن کرده است؟

صنعت خود شما وجود داشته باشند.)

نکته:

بر شناسن تکیه نکنید. مطمئن شوید که شرایط و آموزش‌های لازم برای بهره‌برداری از فرصت‌ها را در اختیار دارید.

**مرحله ۵: شبکه‌سازی کنید**

شبکه‌سازی حرفه‌ای، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های ایجاد استراتژی شغلی است. مردم زمانی می‌توانند به شما کمک کنند که شما را بشناسند به همین دلیل است که شما باید افرادی را که می‌توانند در راه رسیدن به اهداف‌تان کمک کنند بشناسید.

به یاد داشته باشید که با همکاران‌تان در بخش‌های مختلف سازمان، همچنین افراد حرفه‌ای در سازمان‌ها و صنایع دیگر هم می‌توانید شبکه ایجاد کنید. همچنین می‌توانید از شبکه‌هایی مانند لینکدین و توییتر هم استفاده کنید. پس شبکه‌های لازم را ایجاد کرده و از فرصت‌هایی که وجود دارد استفاده کنید. دقت کنید که شبکه دو طرفه است: وقتی سعی می‌کنید به دیگران کمک کنید، بیشترین سود را می‌برید.

**مرحله ۶: گزینه‌های موجود را تحلیل کنید**

بعد از اینکه به تصویر کلی فکر کردید، مهارت‌ها را ساختید و برای شبکه‌تان برنامه‌ریزی کردید، حالا زمان آن است که به گزینه‌های مناسب و کوتاه‌مدتی که در حال حاضر در اختیار‌تان قرار دارند، فکر کنید:

آیا پروژه‌ای در آینده نزدیک وجود دارد که به شما اجازه دهد مزیت رقابتی خود را به نمایش بگذارید تا بتوانید در مقابل افرادی که در مسیر شغلی‌تان مهم هستند، بدرخشید؟

آیا کسی در بخش شما وجود دارد که بخواهد شغلش را ترک کند یا به مرخصی برود؟ اگر جواب مثبت است، آیا می‌توانید داوطلب شده و جایش را بگیرید؟

آیا وظیفه شغلی چالش‌برانگیزی وجود دارد که به شما اجازه می‌دهد مهارت‌های خود را به روش تازه‌ای مورد استفاده قرار دهید؟ آیا راهی وجود دارد که بتوانید شغل‌تان را آن‌گونه که می‌خواهید بسازید تا به تجاری که لازم است دست پیدا کنید؟ لیستی از گزینه‌هایی که باعث می‌شوند در مسیر درست قرار بگیرید، تهیه کنید.

**مرحله ۷: جمع‌بندی کنید**

تا این مرحله، باید بتوانید به سوالات زیر پاسخ دهید:

بزرگترین نقاط قوت من کدامند؟

بزرگترین نقاط ضعف من کدامند؟

چه چیزی واقعا در کار من به شما انگیزه می‌دهد؟

۵ ارزش برتر من کدام هستند؟

مزیت‌های رقابتی من کدامند؟ چه چیزی من را در سازمان منحصر به فرد می‌کند؟

چه دانش، مهارت‌ها یا ویژگی‌هایی باید به دست آورم تا بتوانم به جلو حرکت کنم و برترین باشم؟

کدام یک از همکاران/روسا/تامین‌کنندگان در جایگاهی قرار دارد که می‌تواند در پیشرفت من کمکی بکند؟

چه گزینه‌هایی همین حالا در دسترس من هستند که اجازه می‌دهند از مهارت‌هایم به روش تازه‌ای استفاده کنم یا اینکه برتر از دیگران باشم؟

مدتی وقت بگذارید و نکاتی که این اطلاعات درباره شما و چیزی که از شغل خود می‌خواهید روشن می‌کنند را بررسی کنید. سپس با استفاده از این اطلاعات قدم بعدی را بردارید و به جلو حرکت کنید.

**مرحله ۸: به جلو حرکت کنید**

حالا که مشخص شد از شغل‌تان چه می‌خواهید و به چند سوال کلیدی درباره چیزهایی که برای‌تان اهمیت دارند پاسخ دادید، زمان آن رسیده تا اهداف شغلی شخصی را که در حرکت‌تان به جلو کمک می‌کنند، تعیین کنید. باید هم اهداف بلندمدت و هم کوتاه‌مدت تعیین کنید. اهداف کوتاه‌مدت اهدافی هستند که می‌توانید تا چند هفته یا چند ماه آینده به آنها دست پیدا کنید. اهداف بلندمدت باید تا چند سال آینده قابل دسترس باشند.

منبع: chetor



## برگزاری همایش لبخند آب در دهکده تفریحی چادگان

اصفهان- قاسم اسد- همایش لبخند آب با حضور بیش از ۶ هزار نفر از اقصی نقاط کشور در دهکده تفریحی و گردشگری شهرستان چادگان برگزار شد. مدیر آبقا چادگان با اشاره به استقبال بی نظیر مردم از این همایش گفت: همایش لبخند آب که با محوریت فرهنگ سازی مردم با سازگاری با کم آبی در دستور کار قرار گرفت برگزاری آن در این دهکده که یکی از قطب های گردشگری در کشور بشمار می آید در واقع منجر شده علاوه بر اینکه مردم شهرستان چادگان از طریق برنامه های آموزنده و شاد با مصرف صحیح آب آشنا شوند بلکه مسافرانی که از جاجای کشور به این دهکده تفریحی آمدند با حضور در این همایش با مبانی مصرف صحیح آب بیشتر آشنا شدند. داود باتوانی به ضرورت مصرف صحیح آب در شهرستان چادگان پرداخت و اعلام کرد: آب شرب شهرستان چادگان از طریق ۳ حلقه چاه تأمین می شود که خشکسالی های اخیر کاهش آبدی این چاهها را به همراه داشت بطوریکه در گذشته که آبدی این چاهها حدود ۳۰ لیتر در ثانیه بوده هم اکنون به کمتر از ۱۰ لیتر در ثانیه رسیده است. وی ادامه داد: امسال با اینکه حفر چاه در دستور کار قرار گرفت اما همچنان ما با مشکل کمبود آب مواجه بودیم چراکه در سالهای اخیر نه تنها به منابع آبی و تولید آب در شهرستان چادگان اضافه نشده بلکه در نیمه اول سال با افزایش گردشگران به این شهرستان مصرف آب افزایش می یابد که مانع از برقراری تعادل عرضه و تقاضا آب می شود.



## بهره برداری از طرح فروش هوشمند تلفنی محصولات ADSL از طریق IVR بانک انصار در مخابرات منطقه گلستان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- با مشارکت و همکاری مخابرات منطقه گلستان و بانک انصار بهره برداری از طرح فروش هوشمند تلفنی محصولات ADSL از طریق IVR بانک انصار در سطح استان گلستان آغاز شد. مهندس دانشگر مدیر بازاریابی و مچری این طرح ضمن عرض تسلیت به مناسبت فرارسیدن ایام سوگواری امام حسین (ع) ارائه این سرویس را در راستای ایجاد فرصت های خدماتی دانست در ادامه عباس کاشفی مدیر امور شعب بانک انصار استان گلستان با عرض تسلیت ایام سوگواری و قبولی عزاداری های این خدمت جدید در شبکه بانکی را که برای اولین بار در کشور و استان به پیشینه مخابرات گلستان انجام شد را برنامه ای جدید برای خدمتی جدید معرفی کرد. وی افزود این طرح که در بستر امنیت کامل انجام می شود ضمن کم کردن انتظار مشتری سرعت در کارها را افزایش می دهد و در آینده با توسعه بیشتر و خدمت بهتر می توان نتایج بهتری را کسب نمود. در ادامه مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان ضمن تسلیت ایام سوگواری سالار شهیدان و خوش آمدگویی به حضار اجرای این طرح را در راستای اولویت بندی سال ۹۷ که مهم ترین آن رضایت مشتریان و پایبندی به شعار شرکت که مخابرات باید شرکته تمام IT باشد دانست وی افزود: پیش قدم بودن مخابرات در ارائه محصولات و خدمات نوین به عنوان پرچم دار IT از انتظارات مردم است و این طرح برای اولین بار در کشور امکان خرید ترافیک به صورت اتوماتیک و سیستمی از طریق مرکز تماس ۲۰۲۰ در این منطقه مخابراتی امکان پذیر می کند. قابلیت فوق این امکان را به مشتری کن ADSL مخابرات منطقه گلستان می دهد که بدون ارتباط با اپراتور و به صورت غیر حضوری ترافیک دلخواه خود را در ۲۴ ساعت شبانه روز خریداری نمایند.

## مشکلات شهرستانهای تابعه مخابرات منطقه گلستان بررسی شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- دومین جلسه نشست با رؤسای شهرستانها با حضور مدیران و رؤسای حوزه های ستادی در خصوص بررسی مشکلات شهرستانها و پیگیری مطالبات آنان برگزار شد. در این جلسه که با هدف رسیدگی به مشکلات و ارزیابی عملکرد شهرستانها برگزار شد ابتدا مهندس شهرداری ضمن عرض تسلیت به مناسبت ایام عزاداری امام حسین (ع) و فرارسیدن تاسوعا و عاشورا حسینی به بیان مطالبی در زمینه طرح فروش هوشمند تلفنی از طریق IVR بانک انصار و ثبت مشاغل در سامانه ۱۱۸ پرداختند. وی با بیان این مطلب که حوزه های ستادی مطالبات شهرستانها را پیگیری و به رفع مشکلات آنان بپردازند گفت: وضعیت لایسولی و دایری تلفن ثابت از شاخص هایی است که مخابرات منطقه به تلاش های کارکنان در صدد ارتقاء آن است. در ادامه این نشست در راستای اهداف مخابرات منطقه گلستان در خصوص تشویق فرزندان برتر همکاران در زمینه های مختلف، از آقای یونس گلدی زاده فرزند همکار عبدالغفور گلدی زاده شافل در مخابرات شهرستان موشدشت به دلیل پذیرش در رشته پزشکی دانشگاه بابل تقدیر و تجلیل به عمل آمد. در ادامه رؤسای شهرستانها به بیان مسائل ومشکلات حوزه شهرستانی خود پرداختند.

## آبقای گیلان بعنوان دستگاه اجرایی برتر در راه اندازی سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تقدیر شد

رشت- مهناز نوبری- در همایش استانی سامانه تدارکات الکترونیکی دولت که در محل استانداری گیلان با حضور مدیران دستگاههای اجرایی، دیحسابان و کاربران این سامانه برگزار شده بود مدیر عامل این شرکت از سوی رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صنعت، معدن و تجارت بعنوان مدیر دستگاه اجرایی برتر در راه اندازی این سامانه با دریافت لوح مورد تقدیر قرار گرفت. بنا به این گزارش دکتر صادق زاده رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صنعت، معدن و تجارت با اهداء لوح تقدیری به سید محسن حسینی سالکده رئیس هیأت مدیره و مدیر عامل آبقای گیلان راه اندازی سامانه تدارکات الکترونیکی دولت را در جهت تحقق دولت الکترونیکی و اهداف ترسیمی دولت تدبیر و امید عنوان کرد. در این لوح آمده است: در سال مزین به شعار «حمایت از کالای ایرانی» مصدر خدمات ارزشمندی گردیده اید که به مصداق آیه شریفه (لم یسکر المخلوق لم یسکر الخالق) از تلاشهای ارزشمند شما تقدیر و تشکر می گردد. گفتنی است سامانه تدارکات الکترونیکی دولت در راستای شعار سال (حمایت از کالای ایرانی) است و بعنوان یک ابزار مهم تلقی می شود و لایه های مختلف امنیتی در آن دیده شده که حفظ داده های سازمانی مورد تأکید قرار گرفته است. افزایش ظرفیت اقتصادی کشور، تنظیم بازار و ایجاد بازار رقابتی، شفافیت و عدالت اجتماعی از مهمترین مزایای این سامانه می باشد.

طی ۵ ماهه نخست سال ۹۷:

## بیش از ۱۱۵۰۰ کیلومتر شبکه گاز در خراسان رضوی نشت یابی شد

مشهد- صابر ابراهیم پای- مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی گفت: طی پنج ماهه نخست سال جاری، ۱۱۵۶۵ کیلومتر از شبکه های گاز در سراسر استان مورد بازرسی و نشت یابی دقیق قرار گرفته است. سیدحمید فانی با اعلام این خبر اظهار کرد: از این تعداد ۵۳۰۴ کیلومتر شبکه سهم مشهد مقدس و ۶۲۶۰ کیلومتر نیز در سطح روستاها و شهرستانهای استان انجام شده است. وی افزود: در همین مدت ۲۹۸۱۹ مورد عملکرد نیز در استان با هدف افزایش ایمنی شهروندان و رعایت اصل صرفه جویی مورد بازرسی قرار گرفت. همچنین ۱۴۹ ایستگاه تغذیه و توزیع گاز طبیعی در مشهد و ۱۳۷ ایستگاه نیز در سطح شهرستان های استان مورد بازدید قرار گرفته که این رقم تا پایان سال جاری به دو برابر افزایش خواهد یافت. مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی افزود: نشت یابی خطوط تغذیه و شبکه توزیع گاز با هدف جلوگیری از هدر رفت نعمت گاز و جلوگیری از بروز حوادث به صورت مستمر انجام می شود.



## صلح و سازش ۱۲ فقره پرونده مهم در یک روز کاری توسط اعضاء شورای حل اختلاف اندیمشک

اهواز- شبنم قنچاوند- اعضاء شعب ۲، ۳، ۴، ۶ و ۱۲ شورای حل اختلاف اندیمشک در یک روز کاری توانستند به ۱۲ فقره پرونده ی مهم رسیدگی و این پرونده ها را منتهی به صلح و سازش کنند. به گزارش روابط عمومی شوراهای حل اختلاف استان خوزستان در راستا ایجاد اصلاح ذات البین که وظیفه ذاتی شورای حل اختلاف می باشد. اعضاء زحمتکش و خدمت شعب ۲، ۳، ۴ و ۶ و ۱۲ شورای حل اختلاف اندیمشک توانستند با تلاش و کوشش خود در یک روز کاری به ۱۲ فقره پرونده مهم با موضوعات توهین مطالبه وجه، تصرف عدوانی، ضرب جرح، طلاق و مزاحمت تلفنی رسیدگی و این پرونده ها را منتهی به صلح و سازش کنند.

جزئیات نخستین "پرواز مسافری" در فرودگاه پیام کرج؛

## آغاز پرواز به سایر نقاط ایران از ماه آینده

کرج- خبرنگار فرصت امروز- نخستین پرواز مسافری فرودگاه پیام کرج جمعه در حالی بر زمین نشست که از ماه آینده قرار است پرواز به سایر نقاط ایران از مبداء این فرودگاه آغاز شود. محمدجواد آذری جهرمی در استانه نخستین پرواز مسافری فرودگاه بین المللی پیام در اینستاگرام خود نوشت: انتظار مردم خوب استان البرز به ثمر نشست و نخستین هواپیمای مسافربری از مبدا مشهد مقدس به مقصد کرج به پرواز درآمد و در فرودگاه پیام کرج به زمین نشست. وزیر ارتباطات درباره زمان برگزاری مراسم افتتاحیه این فرودگاه هم تصریح کرد: مراسم رسمی افتتاح این فرودگاه پس از ایام عزاداری سیدالشهدا(ع) برگزار خواهد شد. وزیر جوان وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات ضمن اشاره به تلاش های شبانه روزی مدیران و کارکنان پیام در به ثمر نشستن پروژه بزرگ مسافری شدن فرودگاه بین المللی پیام اظهار داشت: به همکارانم در شرکت فرودگاهی پیام باین ابت تلاش و دستاورد دولت دوازدهم، خدا قوت می گویم. در این پروژه بزرگ همراهی همه دستگاه های حاکمیتی در استان بی نظیر بود و البته انصافا نیاستی نقش مدیر جوان این شرکت را در پیگیری شبانه روزی این پروژه نادیده گرفت.

زرندی مدیرعامل فرودگاه بین المللی پیام نیز در حاشیه استقبال از نخستین پرواز مسافری فرودگاه پیام در جمع خبرنگاران گفت: فرودگاه بین المللی پیام از زیر مجموعه های وزارت ارتباطات است و آذری جهرمی نیز به عنوان جانشین فرماندهی ستاد اقتصاد مقاومتی در استان البرز بارها با تقاضای مردم و مسئولان در جهت مسافری شدن فرودگاه پیام زوربه و شد. لذا علیرغم آنکه این امر جزو وظایف تعریف شده وزارت ارتباطات نبود اما با موافقت و پشتیبانی مجدانه وزیر ارتباطات، امروز تمامی تلاش های ما ثمر داد و استان البرز نیز دارای فرودگاه مسافری شد.

## در جلسه هم اندیشی نهادهای بزرگ فرهنگی، تبلیغی و آموزشی در شرکت آب و فاضلاب قم عنوان شد؛

## بسج همگانی برای اصلاح الگوی مصرف آب

شرکت آب و فاضلاب استان قم بر لزوم آگاه سازی مردم از شرایط موجود و مشکلات کمبود آب در کشور تأکید کرد و یادآور شد: نقش مبلغان و روحانیون به ویژه در ایام تبلیغی محرم و صفر که در اقصی نقاط کشور حضور پیدا می کنند به عنوان الگو و پیام رسان بسیار مهم است گفت: اگر مبلغان مشکلات ناشی از کمبود آب در کشور و تأکید آموزه های دینی بر صرفه جویی و پرهیز از اسراف در مصرف این مایه حیاتی را برای مردم بازگو کنند با توجه به اعتمادی که متدینین به روحانیت دارند از بروز بسیاری از مشکلات جلوگیری خواهد شد. دکتر صادق پور صرفه جویی در مصرف آب را یکی از مصادیق مهم مکارم اخلاقی دانست و اظهار داشت: کسی که در مصرف آب صرفه جویی کند نسبت به سایر خصایص اخلاقی نیز پایبندتر خواهد بود. وی لازمه تبلیغ اسلام و مذهب تشیع از ایران به سایر نقاط جهان را داشتن ایرانی آباد دانست و گفت: اگر ما بتوانیم کشور را با صرفه جویی در منابع و پایبندی به آموزه های دینی توسعه دهیم خود بهترین تبلیغ دین مبین اسلام و مذهب تشیع است.



خواهد شد. دکتر علی جان صادق پور با اشاره به قرار گرفتن کشور ایران در منطقه خشک و نیمه خشک جهان و کمبود آب در این منطقه ابراز داشت: از نظر رفتاری نه تنها متناسب با منابع حرکت نکرده ایم بلکه روز به روز سرانه مصرف افزایش یافته است. وی با بیان اینکه کمبود آب تنها تهدیدکننده یک دستگانه و نهاد نیست خاطر نشان کرد: کم آبی تهدید کننده تمام جامعه است به گونه ای که اگر کنترل نشود آینده کشور را به خطر خواهد انداخت. مدیرعامل

قم- خبرنگار فرصت امروز- در جلسه هم اندیشی نهادهای بزرگ فرهنگی، تبلیغی و آموزشی استان بر لزوم بسج همگانی برای اصلاح الگوی مصرف آب و تغییر در رفتارهای مصرفی تأکید شد. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان قم، جلسه هم اندیشی راهکارهای فرهنگ سازی مصرف بهینه آب با حضور رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب، مدیرکل تبلیغات اسلامی، معاون آموزش و پرورش، قائم مقام ستاد امر به معروف و نهی از منکر استان و معاون تبلیغ حوزه علمیه قم در شرکت آب و فاضلاب قم برگزار شد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم در این جلسه در سخنانی مهم ترین عامل محدوده کننده توسعه کشور را کمبود آب دانست و گفت: کشور ما از گذشته با کم آبی مواجه بوده و با توجه به تغییرات اقلیمی و افزایش دمای هوا، منابع موجود نیز روز به روز در حال کاهش است. وی با بیان اینکه در داخل استان قم منبعی برای تأمین آب شرب نداریم، اظهار داشت: در حال حاضر برخی از استان های کشور نیز تا تنشی آبی شدید مواجه هستند و اگر تغییر در رفتار و مصرف رخ ندهد این تنش منجر به بحران جبران ناپذیر

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی خبر داد؛

## برگزاری بیش از ۴۷۰۰ نفر ساعت دوره های آموزش HSE در پنج ماهه اول سال ۹۷

کلاسشهر تبریز جهت بهره مندی از ظرفیت های موجود اظهار کرد: در پنج ماهه اول سال ۹۷ بیش از ۴۵۰ نفر ساعت دوره آموزش ایمنی و آتش نشانی عمومی، آمادگی در شرایط اضطراری، نحوه صدور پروانه های کار برای کارکنان منطقه و بیش از ۴۲۵۰ نفر ساعت آموزش در خصوص الزامات و مقررات HSE جایگاه های عرضه سوخت و نفتکش های حمل و نقل و مبانی ایمنی و آتش نشانی برای کارکنان جایگاه های عرضه مواد نفتی، CNG، LPG و رانندگان نفتکش برگزار گردید. وی در خاتمه ضمن تشکر از عوامل اجرایی برگزاری دوره های آموزشی مذکور گفت: دوره های آموزشی در حوزه HSE (ایمنی، بهداشت، محیط زیست، مدیریت بحران و پدافند غیرعامل) مطابق زمانبندی انجام شده در طول سال انجام خواهد شد.



اشاره به هماهنگی HSE و آموزش منطقه جهت برنامه ریزی و ایجاد زمینه های همکاری با مراکز علمی و معاونت آموزش خدمات ایمنی

تبریز- ماهان فلاح: در راستای ارتقای دانش و توانمندی کارکنان منطقه آذربایجان شرقی، مجاری عرضه سوخت و رانندگان نفتکش جهت آمادگی و واکنش در شرایط اضطراری، بیش از ۴۷۰۰ نفر ساعت دوره های آموزش HSE در پنج ماهه اول سال ۹۷ در این منطقه برگزار شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با تأکید بر اهمیت و ضرورت برگزاری دوره های آموزش HSE، اجرای مانورها و آزمایش ها با سناریوهای مختلف گفت: اجرای دوره های آموزشی علاوه بر ارتقای سطح دانش کارکنان، توانمندی و افزایش آمادگی در شرایط اضطراری، موجب کاهش آسیب های احتمالی و صیانت از تأسیسات و سرمایه های شرکت خواهد گردید. ابوالفضل روح الهی با

## مراسم تجلیل از ایثارگران شرکت آبفای استان قزوین برگزار شد

ایثارگران شرکت تجلیل بعمل آمد. مهندس "داراب بیرونودی" مدیرعامل شرکت آبفای استان در این مراسم اظهار داشت: خانواده شهداء و ایثارگران سرمایه های انقلاب اسلامی بوده و در زمان کنونی که به برکت خون شهداء، کشورمان از یک امنیت و آسایش برخوردار شده، فرهنگ شهادت و ایثارگری باید ترویج شده و از عزیزان این عرصه تجلیل شود. بیرونودی افزود: شما ایثارگران با حضور در جبهه ها و جنگ تحمیلی جان خود را در خطر انداختند و ایثارگری کردند بعد از جنگ شرایط مملکت ما علی رغم کشورهای همسایه دچار مشکلات داخلی و امنیتی هستند و کشور ما به برکت خون شهدا و رشادت ها و ایثارگری های شما دارای ثبات مدیریتی و اقتصادی می باشد.



"محمد محمدعلیزاده" مدیر عامل آب و فاضلاب روستایی، "حق شناس" عضو شورای شهر و جمعی دیگر از معاونین و مدیران آبقا

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- مراسم تجلیل از ایثارگران شرکت آبفای استان قزوین با حضور مشاور وزیر نیرو در امور ایثارگران، مدیرکل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان، رئیس ستاد اقامه نماز استان، شورای شهر، مدیر عامل آب و فاضلاب روستایی، مدیرعامل معاونین و مدیران شرکت و جمعی از مسئولان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان قزوین، مراسم تجلیل از ایثارگران، جانبازان، آزادگان و خانواده شهدای این شرکت با حضور مهندس "داراب بیرونودی" مدیرعامل شرکت، "سید یعقوب مرادی" مشاور وزیر نیرو در امور ایثارگران، "حقیق پور" مدیرکل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان، حجت الاسلام "سید قریب موسوی" رئیس ستاد اقامه نماز استان، مهندس

## هشدار برق تبریز به استفاده کنندگان انشعابات غیر مجاز

برقراری انشعاب غیردائم ۹ هزار و ۶۶۶ مورد، توسط واحدهای تابعه، درخواست ها ثبت و پس از بازدید محلی و مطابقت با مفاد قانونی مذکور نسبت به برقراری دو هزار و ۶۳۸ فقره از آن ها اقدام بعمل آمده است. وی افزود: در سال ۹۷ تعداد درخواست برقراری انشعاب غیردائم چهار هزار و ۵۵۵ مورد بود که، از طریق واحدهای تابعه ثبت و پس از بازدید از محل و مطابقت با مفاد قانونی مذکور نسبت به برقراری سه هزار و ۳۲۱ فقره انشعاب غیردائم اقدام بعمل آمده است. وی ضمن تأکید بر ضرورت همکاری و همراهی کلیه شهروندان در جهت پیشگیری و جمع آوری مصادیق استفاده های غیرمجاز از جریان برق شبکه، از عموم شهروندان خواست تا در صورت مشاهده هرگونه استفاده غیرمجاز از شبکه، موضوع را به سامانه ۱۲۱ اطلاع دهند.



در سال ۹۷ بالغ بر دو هزار و ۶۳۰ مورد انشعاب غیرمجاز در حوزه عملیاتی این شرکت گزارش شده که پس از بررسی های لازم نسبت به جمع آوری و قطع یک هزار و ۴۰۰ مورد از آنها اقدام شده است. وی در خصوص انشعابات غیردائم گفت: در سال ۹۶ تعداد درخواست

تبریز- ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت توزیع برق تبریز از اجرای مفاد قانون مجازات انشعابات غیر مجاز خبر داد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، عادل کاظمی تصریح کرد: شرکت توزیع برق تبریز جهت برقراری انشعابات قانونی و مجاز برق، برای کلیه متقاضیان در حوزه جغرافیایی این شرکت آماده است. وی افزود: طی سال های گذشته کلیه واحدهای تحت سرپرستی، مأموریت یافته اند تا نسبت به جمع آوری هر گونه انشعاب غیر مجاز و رسیدگی به درخواست های تأمین برق مورد نیاز متقاضیان و برقراری انشعاب، به ویژه تبدیل انشعابات غیر مجاز به انشعابات مجاز در چارچوب قوانین اقدام نمایند. وی همچنین خاطر نشان کرد: از سال ۹۶، دو هزار و ۹۹۴ انشعاب غیرمجاز از شبکه توزیع جمع آوری، و تعداد ۲۷۰ مورد، انشعاب غیرمجاز به انشعابات قانونی توسط این شرکت تبدیل شده است. وی اضافه کرد:

## مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی لرستان به تشریح وضعیت کنونی خوشه سنگ استان لرستان پرداخت

اولویت اول استان است، گفت: سنگ گوهره برند لرستان است و همچنین سنگ چینی ازنا هم از کیفیت بالایی برخوردار است اما با برند استان های دیگر به فروش می رسد. رازانی در ادامه اظهار داشت: در خصوص برند سازی نیز باید گفت برند سازی تنها یک نام نیست بلکه باید زیرساخت ها فراهم شود. برندینگ با همان برند سازی یکی از مهم ترین بنگاه هر کسب و کاری، کوچک یا بزرگ، خرده فروش یا "بنگاه" به "بنگاه" (B2B)، است که در صنعت سنگ لرستان نیز باید این امر شکل گیرد. مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی لرستان بیان کرد: یکی از کارهایی که در دست اقدام داریم ایجاد کنسرسیوم هایی است که در قالب آن محصولات سنگ استان در دنیا به فروش برسد، که در صورت موفقیت می توان به افزایش صادرات سنگ امیدوار بود.



را داشته باشیم. رازانی با بیان اینکه توسعه صنعت سنگ لرستان

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- بختیار رازانی مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی لرستان گفت: ایجاد شهرک تخصصی سنگ از مواردی است که می تواند به توسعه خوشه صنعتی سنگ کمک کند اما به دلیل نبود زمین وعدم همکاری برخی دستگاهها بالاتکلیف مانده است رازانی بیان کرد: در حال حاضر پیشرفت قابل توجهی در راستای توسعه خوشه سنگ حاصل نشده است که امید است با ایجاد خوشه و توسعه آن، افزایش صادرات سنگ، افزایش تولید و افزایش اشتغال به امرغان داشته باشد. بختیار رازانی عنوان کرد: لرستان در خصوص سنگ تزئینی حرفه های زیادی برای گفتن دارد و معادن بزرگی وجود دارد که می توانست به عنوان خوشه مطرح باشد اما از این ظرفیت استفاده نشده است، در زمینه توسعه خوشه صنعتی سنگ حداقل باید در تجهیز و نوسازی سنگ بری های اقدام

## مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان مرکزی خبر داد: اعزام مبلغین به ۵۰ بقاع متبرکه استان مرکزی

این مراسمات انجام می شود، از مهم ترین برنامه هایی که امسال تحت عنوان بصیرت عاشورایی در بقاع متبرکه در نظر گرفته شده است می توان به موارد زیر اشاره کرد. وی ادامه داد: ۵۰ مبلغ در زمینه برنامه های خانواده، کودک و مشاور خانواده تخصص دارند که از این ۵۰ مبلغ ۲۵ مبلغ اعزامی و ۲۵ مبلغ بومی هستند. در این راستا به ۵۰ بقاع متبرکه که اعزام می شوند، همچنین در ۱۰ بقعه شاخص و ۵ بقعه سطح یک خیمه های معرفت تأسیس که ضمن پاسخگویی به مسائل خانواده، مشاوره های مختلف در زمینه های اجتماعی را انجام می دهند و همچنین غرفه همه واقف باشیم و غرفه کودک و نوجوان به مردم خدمات می رسانند. دلآوری با اشاره به موقعیت جغرافیایی استان گفت: باتوجه به عبور رزائرن کشورهای افغانستان و پاکستان و رزائرن داخل کشور از استان مرکزی و شهر اراک به شانزده امسال ۱۰ نقطه برای برنامه های لازم الاجرا براساس دستورالعمل ها گفت: خارج از کشور و دو نقطه دیگر آن در داخل کشور است.



اراک- مینورستمی- مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان مرکزی گفت: سئوگواره بصیرت عاشورایی در بقاع شاخص استان مرکزی برگزار می شود. حجت الاسلام حسین دلآوری با اشاره به فرارسیدن ایام سوگواری سیدالشهدا اظهار داشت: امسال برنامه بصیرت عاشورایی در دو بخش فرهنگی و اجرایی نیت واقفین انجام می شود. وی افزود: امسال به عنوان یک کارویژه واحد توسط معاونت فرهنگی و اجتماعی برنامه ریزی و با محوریت اولویت بقاع متبرکه در سطح ۵۰ بقعه متبرکه که شاخص استان در ایام ماه محرم و صفر به برنامه هایی به صورت ویژه انجام می شود، بخش نخست برنامه های فرهنگی و تبلیغی در آستان امامزادگان و بقاع متبرکه و بخش دوم بصیرت عاشورایی اجرای صحیح و امینانه نیت واقفین در موضوعات عاشورایی، عزاداری و اطعام است. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان مرکزی تصریح کرد: بسیاری از موقوفات استان در شهرستان های مختلف توسط واقفان با موضوعات روضه خوانی،

### گلکسی اس ۱۰ سامسونگ احتمالاً تا ۵ دوربین خواهد داشت

سامسونگ در سال‌های اخیر شرکتی بوده که بسیاری از فناوری‌ها را زودتر از سایر رقبا در گوشی‌های هوشمندش تعبیه کرده و دست به ریسک‌های بزرگی در این حوزه زده است. حالا رسانه‌های کره‌ای خبر از احتمال تعبیه تا ۵ دوربین برای پرچمدار آتی کره‌ای‌ها، گلکسی اس ۱۰ می‌دهند.

به گزارش دیجیاتو، البته موضوع دوربین پنج‌گانه چندان هم جدید نیست. اخیراً تصاویری از یک گوشی نوکیا با دوربین اصلی پنج‌گانه منتشر شده بود، اما مورد مرتبط با پرچمدار آتی سامسونگ متفاوت است. به تازگی منابعی دخیل در صنعت از کره جنوبی مدعی شده‌اند که گلکسی اس ۱۰ در سه مدل عرضه خواهد شد. یک مدل استاندارد از دوربین اصلی دوگانه در کنار یک دوربین سلفی بهره خواهد برد. مدلی دیگر که به نوعی پریمیوم محسوب می‌شود به دوربین اصلی سه‌گانه در کنار دوربین سلفی تکی مجهز خواهد شد، اما در نهایت یک مدل فوق پریمیوم با ۵ دوربین روانه بازارها می‌شود: دوربین سه‌گانه اصلی در کنار دوربین دوگانه سلفی. این تعداد ماژول دوربین احتمالاً موجب می‌شود سامسونگ دست به دامن شرکت‌های دیگر برای تولید ماژول‌های دوربین شود.

پیش از این گمانه‌زنی‌هایی در مورد حسگر اثر انگشت گلکسی اس ۱۰منتشر شده بود. به نظر می‌رسد شرکت کره‌ای قصد دارد برای گوشی پرچمدار آتی خود از حسگری تعبیه شده در زیر نمایشگر بهره ببرد که پیشرفته‌ترین در زمان عرضه خواهد بود.

بسیاری از این سنسورهای تعبیه‌شده در زیر نمایشگر در گوشی‌های فعلی از نوع اپتیکال هستند که معایب خاص خود را دارند، اما سامسونگ احتمالاً مدلی با فناوری التراسونیک را انتخاب خواهد کرد که فاقد مشکلات نمونه‌های اپتیکال خواهد بود و سازگاری بهتری با نمایشگرهای با قطرهای مختلف دارد. احتمالاً سامسونگ در آینده‌ای نه‌چندان دور برخی از گوشی‌های سری A را نیز به حسگر اثر انگشت زیر نمایشگر مجهز می‌کند.

### مدرسه مدیریت

### واقع بینی؛ تنها راه مدیریت و رهبری که به درستی عمل می کند

مترجم: اشکان کوشش

انتخاب شما در نوع رهبری و شخصیتی که به دنبال آن هستید، چیست؟ تعاریف متداول در زمینه رهبری به نشان‌دادن نموده‌های بیرونی و ظاهری از قبیل بینش، داوری، خلاقیت، رانش، گریایی و حضور همه‌جانبه و غیرمتمرکز می‌پردازند و توجه چندانی به اصل و جوهره رهبري ندارند.

این الگوی ظاهری تا مراحل مدیریتی و سازمانی نیز ادامه دارد. افراد عموماً به دلیل تسلط در زمینه این نموده‌های بیرونی، شناخته می‌شوند و پاداش می‌گیرند. عموماً موفقیت براساس درآمد، سود، محصولات جدید، محدودسازی هزینه، سهم در بازار و دیگر مقیاس‌هایی از این قبیل، سنجیده می‌شود.

به طور قطع، دستیابی و سنجش نتایج و نموده‌های خارجی، بسیار ارزشمند هستند، اما مسئله اصلی محسوب نمی‌شوند. مسائل اصلی شامل این سوالات می‌شوند: (۱) «چه چیزی این نتایج خارجی را به وجود می‌آورد؟» و (۲) «چه چیزی سبب پایداری این نتایج خارجی مناسب می‌شود؟»

جواب اولین سؤال، رهبری و جواب دومین سؤال، رهبری عالی و انواع صحیح آن است.

رهبری صحیح و معتبر، نتیجه صداقت است؛ صداقت به معنای در اولویت قرار دادن نیازهای دیگران نسبت به نیازهای خودتان است؛ رهبری صحیح در صداقت برای اشتراک‌گذاری مثبت و منفی اطلاعات است؛ صداقت در استقبال و تأیید نقطه نظراتی که با دیدگاه شما تفاوت دارند؛ صداقت در یکپارچه‌سازی ارزش‌هایی که مدعی آن هستید و با رفتار خود آن را به نمایش می‌گذارید.

رهبری صحیح، نتیجه شفافیت است؛ شفافیت در مورد آنچه مورد حمایت شمامست و آنچه شما از آن حمایت نخواهید کرد؛ شفافیت در تعیین مسیر و هدایت در دریایی از گزینه‌های نامحدود که با در نظر گرفتن راستای مطلق شمالی (True North) ارزش‌هایی که شما تعیین کرده‌اید به وجود می‌آید و به طور پیوسته شما را در مسیر درست نگه می‌دارد و قابلیت اصلاحات اصولی موردنیاز در زمان انحرافات موقتی را ایجاد می‌کند.

در دوره قبل از انقلاب روسیه، یک کشیش هنگامی که در کنار جاده قدم می‌زد، با یک سرباز درگیر شد. سرباز تفنگ خود را به سمت کشیش هدف گرفت و از او پرسید: «تو که هستی؟ کجا می‌روی؟ علت رفتن تو چیست؟» کشیش بدون اینکه مضطرب شود سؤال او را با بیان سؤال خود پاسخ داد، «آنها چقدر به تو پرداخت می‌کنند؟» سرباز با وجود اینکه از این سؤال متعجب شده بود، جواب داد، «ماهی بیست و پنج کوپک.» بعد از مکتی پرمعنا، کشیش گفت «من پیشنهادی برای تو دارم. اگر هر روز من را در این مکان متوقف کنی و برای پاسخ به این سه سؤالی که پرسیدی به چالش بکشانی، ماهی پنجاه کوپک به تو پرداخت خواهم کرد.»

هیچ کدام از ما «سربازی» نداریم که روزانه ما را با سؤالات سخت زندگی مواجه کند، اما می‌توانیم این سؤالات را صادقانه از خودمان بپرسیم. اگر خودمان انتخاب کنیم، می‌توانیم با ایجاد چالش‌هایی مختلف، خود را به سمت کارهای بهتر و حتی بهترشدن به طور کلی، سوق دهیم. پیتر سننگ (Peter Senge) در کتاب «انضباط پنجم»(The Fifth Discipline)، که موفقیت فوق‌العاده‌ای را به دست آورده است، نوشت «افرادی که در رده‌های بالایی از مهارت‌های فردی قرار دارند، با زیرکی از ناآگاهی‌ها، نقص‌ها و حیطه‌های قابل‌پیشرفت خود مطلع هستند و عمیقاً به خودشان اعتماد دارند. به نظر متناقض می‌آید؟ این تناقض تنها برای کسانی است که این راه و سفر را به عنوان یک دستاورد و جایزه نمی‌بینند.»

کلمه authenticity به معنای اصالت و اعتبار، برگرفته از کلمه یونانی author، به معنای نویسنده و مؤلف است. برای تبدیل شدن به یک رهبر معتبر، به تمرکزی روزانه و تعهدی مادام‌العمر برای خودشناسی نیاز است. بسیاری از برنامه‌های مربیگری اجرایی بیش از خصوصیات فردی، بر شخصیت و هویت تمرکز دارند. افراد عموماً برای اینکه چگونه عمل کنند آموزش می‌بینند، در حالی که باید یاد بگیرند که چگونه باشند. روش و رویه‌ای که این نوع آموزش در پیش گرفته است، در نهایت نتایج سطحی و کوتاه‌مدتی را ایجاد می‌کند، با وجود مقادیر کافی استرس، تمام روش‌های قدیمی شکست خواهند خورد.

اصالت و اعتبار به انتخاب بستگی دارد. ما با اندیشه و تأمل، برای اجرای راه‌های مشخص و تحت شرایط مقرر، تصمیم می‌گیریم.
قدم به قدم، انتخاب‌های‌مان ما را به شکلی که هستیم، درمی‌آورند.
با دقت انتخاب کنید.

منبع: forbes

# فرصت امروز

**روزنامه مدیریتی - اقتصادی**

**|** دوشنبه **|** ۲۶ شهریور ۱۳۹۷ **|** شماره ۱۱۶۱ **|** 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:** ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

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

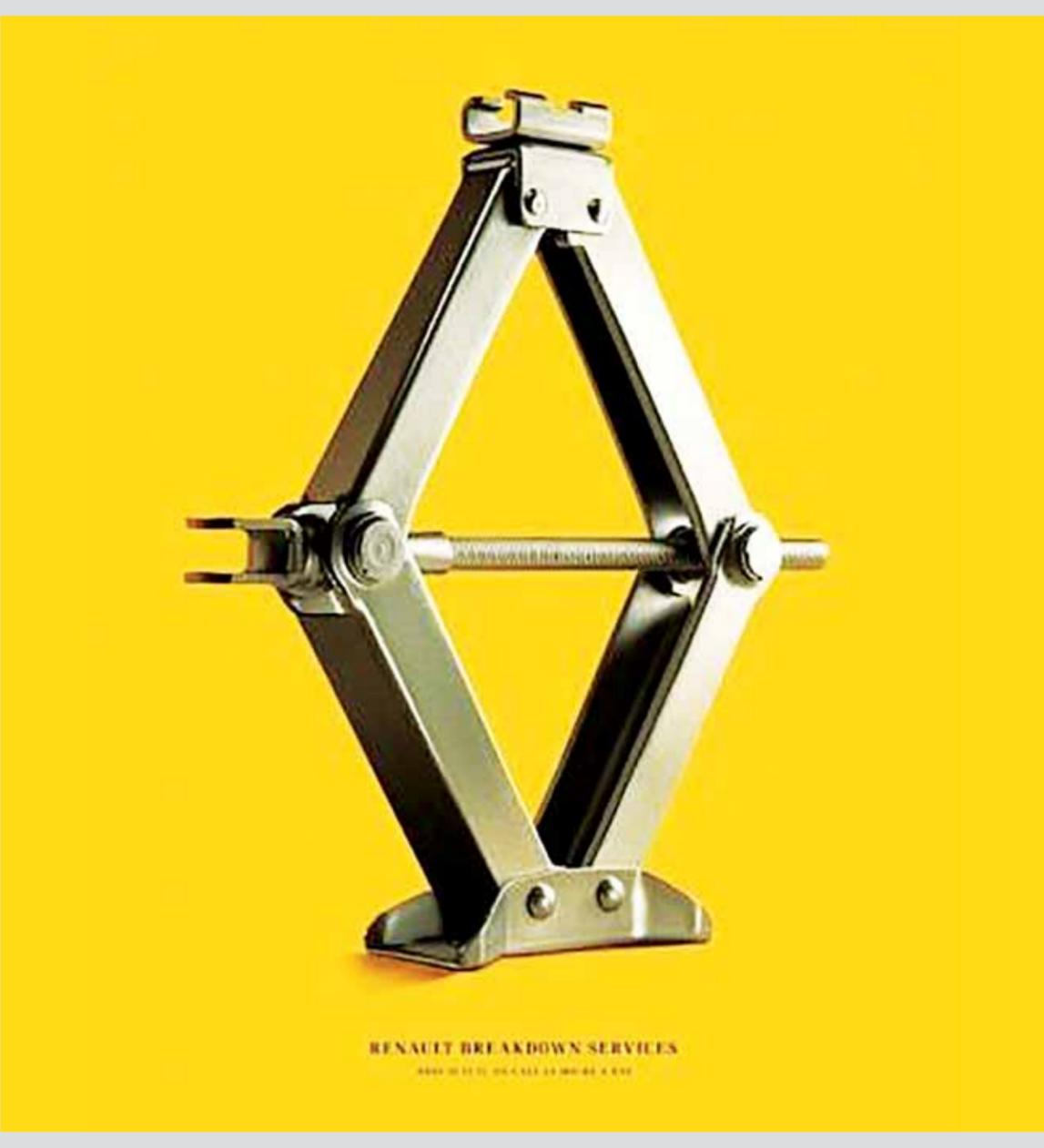
**سازمان آگهی‌ها:** ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

**آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:** WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

### تبلیغات خلاق



### مسیر موفقیت

## تغییر عملکرد حرفه‌ای به کمک داستان‌هایی که باورها را شکل می‌دهند

مسیر زندگی شخصی و شغلی ما، تحت تأثیر داستان‌های و روایت‌هایی است که از مدت‌ها پیش در ذهن خود تکرار کرده‌ایم. این روایات ارزش‌های عملکرد ما را شکل می‌دهند.

انسان‌ها مشتاق انسجام و سازگاری هستند. اکثر اوقات ما می‌خواهیم به شیوه‌ای رفتار کنیم که آن را ارزشمند می‌دانیم. می‌خواهیم باصداقت و بااعتبار زندگی و کار کنیم. این تمایلی به سازگاری و انسجام، گرایشی غریزی است. روانشناسان غالباً انسان‌ها را «ماشین‌های معناسازی» می‌نامند. مغز ما با یکپارچه‌سازی تجارب درونی و آنچه در محیط اطراف می‌بینیم، به‌طور اتوماتیک روایتی را شکل می‌دهیم. روایتی که توضیح می‌دهد چرا ما و دیگران، هر کاری را انجام می‌دهیم. همان‌طور که ما با خودمان این داستان‌ها را تکرار می‌کنیم (معمولاً به‌صورت ناخودآگاه)، آن‌ها به اسکرپیت‌ها و روتین‌هایی تبدیل می‌شوند که اقدامات ما را هدایت می‌کنند. درواقع ما به‌جای اینکه سازه‌های این داستان‌ها را درک کنیم، به‌اشتباه آن‌ها را به‌عنوان حقایق تغییرناپذیر زندگی تفسیر می‌کنیم.

به همین ترتیب در بین رهبران و مربیان کسب‌وکار هم داستان‌هایی رواج یافته که شیوه عملکرد آن‌ها را هدایت می‌کند. مانند: «دنیای کسب‌وکار یک میدان نبرد همیشگی است». اما ماجرا به همین مرحله ختم نمی‌شود. داستان‌های ما، مشخص می‌کنند که به چه چیزی توجه کنیم و چگونه آن را تفسیر کنیم. به‌عنوان‌مثال اگر محیط کار خود را یک میدان نبرد ببینید، خصومت را انتظار می‌کشید. برای دفاع و حمله آماده می‌شوید. حس می‌کنید که در میدان نبرد، نمی‌توان از تلفات دادن اجتناب کرد. ممکن است مقصود کارمندان خود را بد تعبیر کنید یا فرصت‌های عالی همکاری را از دست بدهید. گاهی اوقات، شما باید داستان اصلی خود را تغییر بدهید و داستانی را انتخاب کنید که طبق آن، به سمت اهداف جدید حرکت کنید.

به این مثال توجه کنید: کریس، یک مشاور مدیریتی بود که در معرض بحران‌های سلامتی و حرفه‌ای قرار داشت. او مستقیماً پس از اتمام تحصیلات دانشگاهی خود در رشته مدیریت کسب‌وکار، به یکی از بهترین شرکت‌های مشاوره استراتژی پیوست و روایت «مرد آلفا» را برای خود درونی‌سازی کرد. روایتی که تمرکز شرکت را سخت‌کوشی، رقابت و اشتیاق‌ سیری‌ناپذیر به رشد می‌دانست. این داستان باعث شد خیلی زود پله‌های ترقی را طی کند. یک دهه بعد، او در شرایط بسیار ناسالمی به سر می‌برد و هیچ ارتباطی با کار خود برقرار نمی‌کرد. داستانی که زمانی انگیزه‌بخش به نظر می‌رسید، حالا او را در شرایط ناگواری قرار داده بود. کریس درحالی‌که مطمئن نبود چه می‌خواهد، نقش مربیگری را انتخاب کرد.

اولین قدم برای نوشتن داستان‌های راه‌ی‌بخش،

شناخت و بررسی داستان‌هایی است که برای خودتان و دیگران تعریف می‌کنید. این امر به شما کمک می‌کند چالش رفتارها و واکنش‌های خود را درک کنید. یک چالش فردی یا جمعی را که با آن مواجهید، شناسایی کنید. چه داستانی را در مورد این مسئله برای خودتان تعریف می‌کنید؟ چالش کریس، این بود که او خسته و فرسوده شده بود و دیگر کار خود را بامعنی نمی‌دید. ساعت‌های طولانی کار، مسافرت‌های شغلی و انتظارات بالایی که از او وجود داشت، به سلامت جسمی و روانی او آسیب جدی وارد کرده بود. منطق روایت «مرد آلفا» به او می‌گفت که باید کمک نیروی اراده و تلاش، بر هر چالشی غلبه کند و موفقیت شرکت را در اولویت قرار دهد.

پس‌ازاینکه یک داستان را شناسایی کردید، باید بفهمید که چگونه شما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این داستان محدودکننده است یا آزادی‌بخش؟ وضعیت سلامتی شما، سرخ‌هایی را در اختیارتان می‌گذارد. به‌عنوان‌مثال کریس دریافت که نه‌تنها استانداردهای بی‌حوصله استقامت ذهنی در مورد او صدق نمی‌کند، بلکه به‌شدت آسیب‌دیده است. داستان شما چه چیزی را روشن می‌کند؟ داستان کریس، هیچ فضایی را برای مراقبت از خود، روش‌های متفاوت کار کردن یا تعاریف جایگزین موفقیت در اختیار او نمی‌گذاشت. روایت او، همه این نکات را نقطه ضعف تلقی می‌کرد: تنها راه این بود که سخت‌تر کار کند. کریس متوجه شد که بین آنچه می‌خواهد (بازیابی سلامتی و مفهوم کار) و روایت او، تضاد و ازهم‌گسیختگی وجود دارد. داستان‌ها، به‌ندرت در انزوا شکل می‌گیرند. آن‌ها معمولاً روابط ما با دیگران را نیز شامل می‌شوند. به همین دلیل یکی از مهم‌ترین قدم‌هایی که باید برداریم، این است که روی جنبه‌های بین فردی داستان فعلی کار کنیم. تنها در این صورت می‌توانیم داستان جدیدی تألیف کنیم که از پیشرفت موردنظر ما حمایت می‌کند. کریس و همکارانش، از لحظه‌ای که به شرکت پیوسته بودند، داستان «مرد آلفا» را به‌عنوان اصل اجتماعی محیط کار پذیرفته بودند. در سازمان‌ها، روایت‌های مشترک به‌عنوان مکانیسم‌های کنترل عمل می‌کنند. این مکانیسم‌ها به کارمندان می‌گویند که چه چیزی ارزشمند محسوب می‌شود و آن‌ها باید چگونه رفتار کنند. کریس حس می‌کرد به شرکت و رئیس خود مدیون است، چراکه آن‌ها سرمایه‌گذاری زیادی روی مسیر شغلی او انجام داده بودند. این وفاداری در کنار انتظاراتی که به‌عنوان یک کارمند بسیار کارآمد از خود داشت، مانع از این می‌شد که به انتظارات دیگران پاسخ منفی بدهد.

احتمالاً در مسیر متوجه می‌شوید که یکی از بخش‌های داستان اصلی، شما را محدود می‌کند. در قدم بعد باید مشخص کنید که چه چیزی باید تغییر کند. سپس بررسی

کنید که برای ایجاد این تغییر، داستان شما باید چگونه عوض شود. کریس می‌خواهد زندگی سالم‌تری در پیش بگیرد، معنای جدیدی در کار خود بیابد و روابط قوی‌تری با اعضای خانواده برقرار کند. او برای ایجاد این تغییرات، باید برخی از عناصر داستان را حفظ و برخی دیگر را رها کند. کریس متعهد ماندن به عملکرد باکیفیت، یادگیری مداوم، مهارت‌های قوی تحلیلی- ارتباطی- رهبری را تصدیق کرد. حفظ این عناصر روایتی پایه محکمی برای داستان جدید او بود و عنصر دیگری در نیز به این مجموعه اضافه کرد: متعهد ماندن به کار هدفمندی که تأثیرات اجتماعی مثبتی داشته باشد، بنابراین بخش‌هایی از داستان را که با این هدف در تضاد بود، کنار گذاشت.

کریس برای گام بعدی مسیر شغلی خود، چندین گزینه را انتخاب کرد: او می‌توانست نقش مطلوب‌تری در شرکت به عهده بگیرد یا اینکه به یک موسسه مستقل اجتماعی بپیوندد. درنهایت حس کرد که گزینه دوم، با داستان جدید او هماهنگی بیشتری دارد. حالا کریس نگران بود که سایر همکاران فعلی، نسبت به تصمیم او مبنی بر ترک شرکت چه واکنشی نشان می‌دهند. داستان جدید او با روایت «مرد آلفا» همخوانی نداشت. رئیس شرکت، ابتدا استعفا و توضیحات او را رد کرد و گفت: «شما به کمی زمان نیاز دارید.»

در عرصه مربیگری، کریس هویت خود را مرهون داستان‌های دیگری می‌دانست. به‌عنوان‌مثال والدین مهاجر او همیشه برای صمیمیت و نزدیکی اعضای خانواده ارزش خاصی قائل بودند. کریس هم مثل آن‌ها بود. او باور داشت که ارزش خانواده، بیشتر از هر سازمان دیگری است. این باور، از توسعه روایت جدید حرفه‌ای او پشتیبانی می‌کرد. او از این اعتقادات کمک گرفت تا روایت مرد آلفا را کنار بگذارد و اصول جدیدی برای خود تعیین کند. وقتی کریس با اعتمادبه‌نفس داستان جدید را برای رئیس و سایرین تعریف کرد، آن‌ها متوجه شدند که تصمیم او، از ارزش‌های عمیق ناشی می‌شود.

هنگامی‌که متوجه می‌شویم رفتار ما ناشی از داستان‌هایی است که ساخته‌ایم و تکرار می‌کنیم، توانایی بیشتری برای نوشتن داستان‌های جدید و رهایی‌بخش پیدا می‌کنیم. بازسازی داستان‌ها به شکلی که ما را در مسیر جدیدی یاری کنند، یک پروسه انتخابی و یک معنی‌سازی اختیاری است. همه رهبران می‌توانند مهارت‌های خود را در این زمینه تقویت کنند. نخستین گام، یا شناخت و درک داستان‌های شخصی و سازمانی شما شروع می‌شود. تأثیرات این داستان‌ها را بررسی کنید و روی نقاط قوت آن‌ها تأکید کنید. پاداشی که از انجام این کار دریافت می‌کنید، افزایش حس برشیت، انسجام و آزادی شما است.

منبع: HBR?zoomit