



با اجرای دور دوم تحریم‌ها از ۱۳ آبان ماه  
**بازار ارز به کدام سو می‌رود؟**  
بازار ارز پس از اجرای تحریم‌های ۱۳ آبان به کدام سو حرکت خواهد کرد؟ رشد مداوم قیمت؟ قفل شدن معاملات و فریز قیمت‌ها؟ تداوم روند کنونی و حرکت بر کانال ۱۲ تا ۱۴ هزار تومان؟ اینها سوالات و پرسش‌هایی است...

۴

## یادداشت

دلیل نوسان‌های بزرگ بازار  
سرما به چیست؟



حسین سلیمی  
نایب‌رئیس کمیسیون  
بازار پول و سرمایه  
اتاق تهران

در هفته جاری شاخص کل بازار سرمایه بیش از ۵۵ هزار واحد ریزش کرد و پس از آن رشد یافت. دلیل نوسان این چنینی شاخص را باید در اصلاحات و تحولات اخیر بورس جست و جو کرد. در اکت و خیزهای اخیر شاخص‌ها، این شرکت‌های حقوقی بزرگ، از جمله فولادی‌ها و پتروشیمی‌ها بودند که نقش بیش از ۳۰ درصدی ایفا می‌کردند. رشد قیمت سهام این شرکت‌ها به دلیل تطابق قیمت سهام با افزایش نرخ دلار و از سوی دیگر حذف سقف دامنه نوسان قیمت سهام که پیش از این ۵ درصد بود، به نوسان‌های بزرگ در شاخص‌های مختلف بازار سرمایه دامن زد. اما دلیل اصل نوسان بیش از هر چیز در مسائل سیاسی ریشه داشت چراکه مسئولان از لزوم کاهش قیمت‌ها گفتند و ریزش شاخص کل درواضع، پاسخی به اظهارنظرهای سیاسی بود. چنین نوسانی در هفته...

چرا حرف اقتصاددانان دیگر خریدار ندارد؟

## سیاستمداران علیه اقتصاددانان

وقتی بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ اتفاق افتاد، حتی علم اقتصاد نیز از آسیب‌های آن در امان نماند، چنانچه پس از وقوع این بحران، اقتصاددانان مجبور شدند در مقابل حمله سوالاتی که درباره کارایی علم اقتصاد در اذهان عمومی و رسانه‌های مختلف مطرح شد از علم اقتصاد دفاع کنند. در واقع، از میان همه حساب‌های اقتصادی که تاکنون ترکیده‌اند، کمتر حیاتی همچون شهرت خود علم اقتصاد با شدت و حدت ترکیده است. تنها چند سال پیش، این علم دشوار و ملالت‌انگیز به مثابه روشی بود برای توضیح شکل‌های بیشتری از رفتار...

۲

۱۰ پروژه زیربنایی و خدماتی در فرودگاه مهرآباد تهران با حضور لاریجانی و آخوندی افتتاح شد

## مهرآباد در بین یکصد فرودگاه برتر جهان

۳

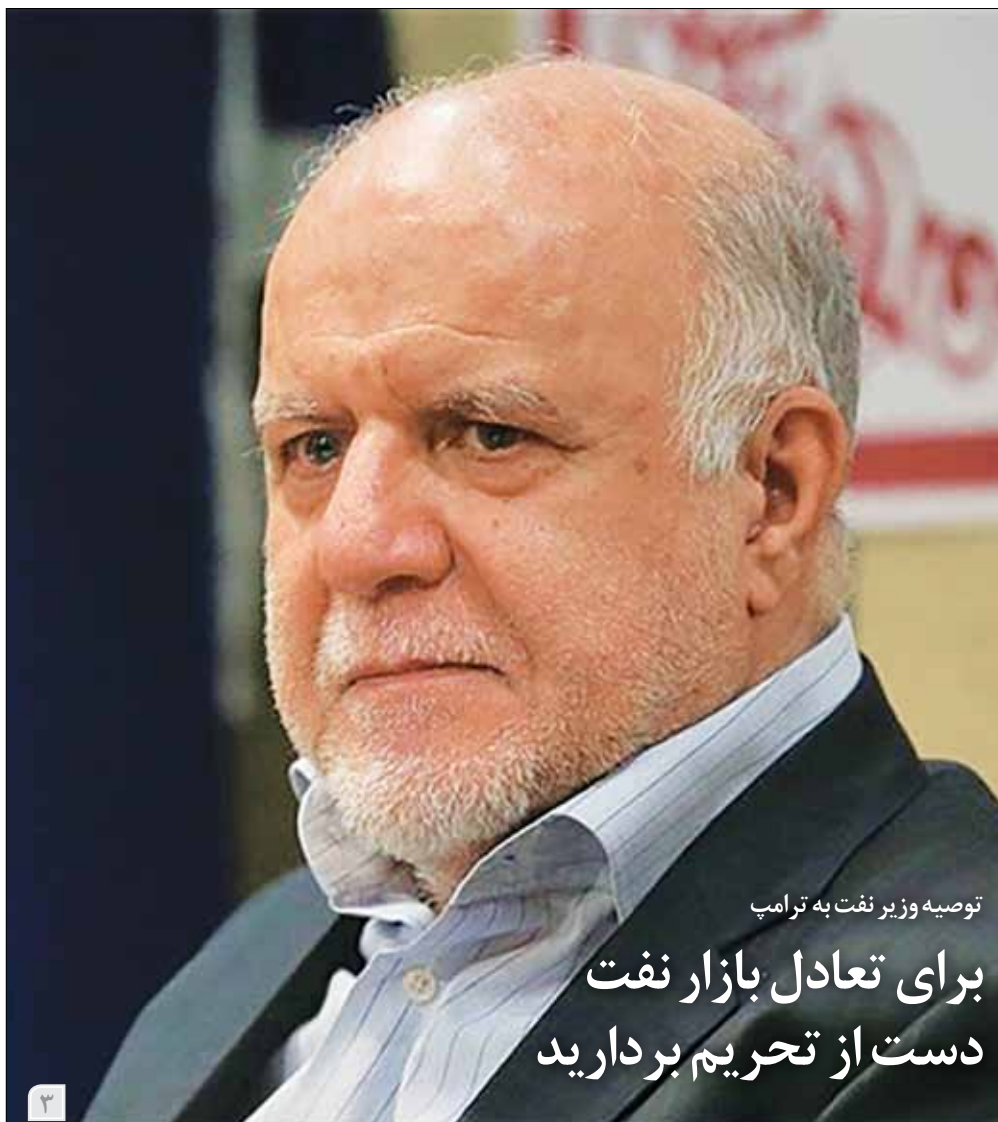
### مدیریت و کسب‌وکار



بل آلن، هم‌موسس  
مایکروسافت در گذشت

- علوم داده را به یکی از ستون‌های تیم خود تبدیل کنید
- افزایش رضایت مشتری با توانمندسازی کارمندان
- کتاب‌هایی که هر مدیر کار آفرین و تاجر باید بخواند
- ابزارهای بازاریابی که در تجارت شما ارزش ایجاد می‌کنند
- اصول بازاریابی محتوایی در توئیتر
- ۱۷ ویدئوی بازاریابی و کمپین تبلیغاتی لذت‌بخش

۸ تا ۱۶



توصیه وزیر نفت به ترامپ

## برای تعادل بازار نفت دست از تحریم بردارید

۳

خوش‌گذرانی ارزی تمام شد

## همه صادرکنندگان باید به نیما بیایند

با دستور اخیر بانک مرکزی برای لغو معافیت صادرکنندگان به عراق و افغانستان که ارز خود را در بازار ثانویه عرضه نمی‌کردند، دیگر استثنایی برای عدم عرضه ارز ناشی از صادرات غیرنفتی به این بازار وجود ندارد. در این حالت ارز آنها نیز باید با نرخ بازار ثانویه عرضه شود، نه با نرخ بازار آزاد یا هیچ مقصد دیگری. به گزارش اسپسنا، اخیراً بانک مرکزی لغو بندگی از بخشنامه ارزی در مورد صادرکنندگان به عراق و افغانستان را به وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرده است و بر این اساس تاکید شده که تمامی صادرکنندگان موظف هستند درآمد صادراتی خود را مطابق با دستورالعمل و ضوابط اجرایی «رفع تعهد ارزی صادرکنندگان و برگشت ارز حاصل از صادرات» به چرخه صادراتی برگردانند. این بخشنامه متوجه صادرکنندگانی می‌شود که مقصد نهایی آنها کشورهای عراق و افغانستان است و تاکید شده که بعد از لغو این استثنا باید تمامی صادرکنندگان ارز خود را به چرخه اقتصادی برگردانند. ماجرا از این قرار است که با تغییر در سیاست ارزی دولت که از فروردین ماه سال جاری به مرحله اجرا درآمد، صادرکنندگان ملزم شدند ارز ناشی از صادرات را به سامانه نظام یکپارچه ارزی (نیما) آورده در آنجا عرضه کنند و واردکنندگان نیز ارز مورد نیاز خود را از طریق بانک و یا صرفاً به عنوان واسطه خریداری کنند که نرخ ۴۲۰۰ تومان برای آن تعیین شد، اما در آن زمان تمامی صادرکنندگان ارز خود را به سامانه نیما نیاورده و بنا بر دلایلی الزامی برای برخی گروه‌ها وجود نداشت؛ از جمله صادرکنندگان به کشورهای عراق و افغانستان. دلیل این استثنا نیز بنا به گفته بازرگانان به این موضوع برمی‌گشت که آنها در مقابل صادرات، واردات کالا انجام می‌دهد و یا این که ارز آنها معمولاً دلار نیست و براساس ارز ملی معاملات انجام می‌شود. در عین حال که بنابه گفته برخی صرافان بخشی از اسکناس دلار به دلیل مقصد وارداتی ایران از محل این دو کشور، تامین می‌شود. اما در ادامه بانک مرکزی تصمیم گرفت که با اولویت‌بندی کالاهای وارداتی بازار ثانویه را راه‌اندازی کرده و صادرکنندگان غیرنفتی که ۲۰ درصد آنها ارز خود را به سامانه نیما نمی‌آوردند، نیز به سامانه آمده و در بازار ثانویه ارز خود را برای کالاهای با اولویت پایین‌تر واردات عرضه کنند ولی باز هم صادرکنندگان به عراق و افغانستان که سهم بالایی از این ۲۰ درصد صادرات غیرنفتی را دارند، معاف بودند. طولی نکشید که سیاست ارزی دولت در مجموع تغییر کرده و از نیمه مردادماه جریان به نحوی دیگر پیش رفت؛ به گونه‌ای که بازار ثانویه عمق بیشتری پیدا کرده و قرار بر این شد تا تمامی صادرکنندگان غیرنفتی به ویژه فرآورده‌های نفتی، گاز طبیعی، پتروشیمی، محصولات فولادی و فلزات رنگی وارد بازار ثانویه شده و معاملات در این بازار

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها



انچه توانستیم گفتند ابوده است

## یک بانک پشتیبان شماست



### صدور انواع ضمانت نامه بانکی

- تسهیل مبادلات بخش‌های اقتصادی
- انعطاف‌پذیر با نیاز مشتری
- صدور سریع و آسان





## اقتصاد جهان

مجمع جهانی اقتصاد اعلام کرد

**ایران در رتبه ۸۹**

**شاخص رقابت‌پذیری جهانی**

جدیدترین سنجش شاخص رقابت‌پذیری جهانی که توسط مجمع جهانی اقتصاد انجام شده، حاکی از آن است که ایران با کسب امتیاز ۵۴.۹ (از مقیاس ۰ تا ۱۰۰) در این شاخص به رتبه ۸۹ در میان ۱۴۰کشور دست یافته است.

جدیدترین گزارش رقابت‌پذیری جهانی که نمایندگی همکاری آن در ایران، به‌طور انحصاری از سوی مجمع جهانی اقتصاد به اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران تعلق یافته است، از طراحی جدیدی در سنجش امتیاز و رتبه‌بندی رقابت‌پذیری کشورها خبر می‌دهد.

گزارش رقابت‌پذیری جهانی، میزان پیچیدگی اقتصاد کشورها، موانع توسعه اقتصادی و نقاط ضعف و قوت اقتصاد هر کشور را در قالب ۱۲ رکن نشان می‌دهد اما در گزارش ۲۰۱۸ با تغییر در نحوه محاسبه امتیازدهی به کشورها مقیاس جدیدی برای سنجش رقابت‌پذیری جهانی و با لحاظ شدن توجه به معیارها و شرایط پویای ناشی از انقلاب صنعتی چهارم، شاخص رقابت‌پذیری جهانی برمنای انقلاب صنعتی چهارم و پیشرفت‌های متعاقب آن بازطراحی شده است.

به گزارش پایگاه خبری اتاق ایران، مجمع جهانی اقتصاد در طول چهار دهه‌ای که به مطالعه و ارزیابی عوامل مؤثر در رقابت‌پذیری کشورها اشتغال داشته است، شرایط محیط پیرامون و الزامات پویایی کشورها با توجه به واقعیات بیرونی را همواره در نظر گرفته است. با وجود آنکه مجمع جهانی اقتصاد همچنان در قالب ۱۲ رکن، رقابت‌پذیری کشورها را می‌سنجد، اما براساس تغییرات صورت‌گرفته در نماگرها و نحوه محاسبه امتیازها، کشورها نمی‌توانند رتبه و امتیاز رقابت‌پذیری و به‌طور کلی عملکرد سال جاری خود را با سال‌های پیشین منطبق کنند.

درواقع، ۱۱۴ متغیری که در گزارش‌های پیشین رقابت‌پذیری، شاخص رقابت‌پذیری جهانی را تشکیل می‌دادند، به ۹۸ متغیر تقلیل یافته‌اند که از این میان ۶۴ متغیر جدید هستند. همچنین، وزن اطلاعات حاصل از نظرسنجی از مدیران اجرایی بنگاه‌های اقتصادی از ۷۰درصد به ۳۰درصد کاهش یافته است و ۷۰درصد امتیازات براساس داده‌های آماری کشورها اندازه‌گیری شده‌اند. براساس برآورد مجمع جهانی اقتصاد چنانچه وضعیت رقابت‌پذیری سال جاری با سال گذشته برمبنای نماگرهای جدید محاسبه شود، کشور با ۰.۴ بهبود امتیاز، یک رتبه نسبت به سال پیشین تنزل یافته است. البته، براساس نحوه محاسبه قبلی که کشورها در مقیاس متفاوتی امتیازبندی می‌شدند، کشور سال گذشته با کسب امتیاز ۴.۲۷، رتبه ۶۹ را از میان ۱۲۷ کشور به خود اختصاص داده بود که این رتبه با همانندسازی نسبت به گزارش امسال، ۸۸ (از میان ۱۳۵ کشور) از سوی مجمع جهانی اقتصاد تخمین زده شده است.

## کدام کشورها بیش‌ترین سرمایه خارجی را جذب کرده‌اند؟ جذاب‌ترین مقصدهای سرمایه‌گذاری

دفتر تجارت و توسعه سازمان ملل اعلام کرد که چین در نیمه نخست سال ۲۰۱۸ موفق شد بیش‌ترین سرمایه‌گذاری خارجی را در بین کشورهای جهان جذب کند. به گزارش ایسنا، به نقل از ششین هوا، جیمز ژان – مدیر اکتاد – در کنفرانس خبری خود در شهر زنو سوویس گفت که چین با جذب ۷۰میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در نیمه نخست سال ۲۰۱۸ موفق شد در رده نخست جذاب‌ترین مقصد سرمایه‌گذاری خارجی جهان قرار بگیرد. این در حالی است که حجم سرمایه‌گذاری خارجی در سطح جهان با ۴۱درصد کاهش در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به ۴۰ میلیارد دلار رسیده است. جیمز ژان افزود: تصویر کلان‌تر از چشم‌انداز سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در جهان از آنچه پیش‌تر تصور می‌کردیم، تیره و تارتر است. پس از چین، انگلیس با جذب ۶۶میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در رده دوم و آمریکا با جذب ۴۶ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در رده سوم قرار گرفته‌اند. بعد از این سه کشور نیز هلند با جذب ۴۴.۸ میلیارد دلار سرمایه خارجی، استرالیا با جذب ۳۶.۱ میلیارد دلار، سنگاپور با جذب ۳۴.۷ میلیارد دلار، هنگ‌کنگ با جذب ۳۳.۶ میلیارد دلار، اسپانیا با جذب ۲۹.۸ میلیارد دلار، برزیل با جذب ۲۵.۵میلیارد دلار و هند با جذب ۲۱.۶ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی در رده‌های چهارم تا دهم جای گرفته‌اند.

## دفتر تجارت و توسعه سازمان ملل اعلام کرد آمریکا رکورددار خروج سرمایه در جهان

دفتر تجارت و توسعه سازمان ملل اعلام کرد: سرمایه‌گذاری خارجی در آمریکا با ۱۳درصد کاهش به ۴۶ میلیارد دلار رسیده است. به گزارش ایسنا به نقل از وال‌استریت ژورنال، اکتاد در گزارش خود گفته است به دلیل لایحه کاهش مالیاتی در آمریکا، تمایل سرمایه‌گذاران خارجی به سرمایه‌گذاری در دیگر کشورها کاهش یافته است. به گفته این دفتر، در نیمه نخست سال ۲۰۱۸ حجم سرمایه‌گذاری‌های خارجی در جهان در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۴۱درصد کاهش داشته و از ۷۹۴ میلیارد دلار به ۴۷۰ میلیارد دلار رسیده است. جیمز ژان – مدیر بخش سرمایه‌گذاری و بنگاهداری اکتاد – گفت: در مقایسه با ۱۰ سال اخیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در جهان کاهش چشمگیری داشته است. آمریکا بیشترین خروج سرمایه را در بین کشورهای جهان داشته است؛ به گونه‌ای که در نیمه نخست سال ۲۰۱۷ حدود ۱۴۹ میلیارد دلار سرمایه از این کشور خارج شده است. بیشترین کاهش سرمایه‌گذاری با ۹۳درصد کاهش در اتحادیه اروپا ثبت شده است اما سرمایه‌گذاری خارجی در انگلیس به ویژه از جانب آمریکایی‌ها افزایش داشته است. پیش‌تر دفتر ملی آمار انگلیس اعلام کرده بود که حجم سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت خارجی انگلیس تا پایان سال ۲۰۱۷ به ۱.۵۶۴ تریلیون پوند رسیده که ۱۲ میلیارد پوند بیشتر از سال ۲۰۱۶ است. در بین سایر کشورها، سرمایه‌گذاری در برزیل ۲۲درصد، در روسیه ۱۹درصد و کشورهای آفریقای ۳درصد کاهش داشته است.

## ایمان ولی‌پور: اقتصاددانان دیگر خریدار ندارند؟

# سیاستمداران علیه اقتصاددانان



برای جامعه کافی است. مشکل اینجاست که آنها از انجام همین هم ناتوانند.

**چرا با وجود رشد، دستمزدها بالا نمی‌رود؟**

در سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ مهم‌ترین بانک‌های مرکزی دنیا به طور هم‌زمان دستورالعمل‌های کلاسیک اقتصادی را اجرا کردند تا جلوی ورود جهان به رکودی بزرگ – مثل دهه ۱۹۳۰ – را بگیرند. بن برانکه، رئیس فدرال رزرو آمریکا در آن زمان حتی کتابی درباره سیاست‌های اقتصادی دهه ۱۹۳۰ داشت، اما همان‌طور که اقتصاددانان لری سامرز و اولیویر بلنچارد اشاره کرده‌اند این سیاست موفق عمل نکرد: میزان تولید سرانه (افراد در سن کار) در ۱۲ سال بعد از ۲۰۰۷ در آمریکا بیشتر از تولید سرانه در ۱۲ سال بعد از ۱۹۲۹ نبوده است. در خیلی از کشورها، از جمله انگلیس، کاهش تولید ناخالص داخلی بسیار بیشتر از دهه ۱۹۳۰ بوده است.

بانک‌های مرکزی هنوز نتوانسته‌اند اقتصاد جهان را در حدی احیا کنند که بدون تزریق درיایی از پول ارزان دوام بیاورد. آنها هنوز نتوانسته‌اند راه‌حلی برای برون‌رفت از دنیای تولید پایین و دستمزد پایین پیدا کنند.

در اجلاس اخیر بانک مرکزی اروپایی در مورد بانک‌های مرکزی که در سینترای برتغال برگزار شد هدف اصلی فهم این مسئله بود که چرا رشد دستمزدها و تورم این‌قدر ضعیف بوده است. در این جلسه دوروزه بانکداران و اقتصاددانان بلندپایه از کشورهای آمریکا، ژاپن و اتحادیه اروپا سخنرانی کردند. هیچ‌کدام از این بانک‌های مرکزی نتوانسته‌اند حالتی را در کشورشان ایجاد کنند که در آن رشد دستمزدها آن‌قدر بالا باشد که به تورم مورد نظر آنها در اقتصاد منجر شود.

در سال ۲۰۰۹ برای هر پست خالی در آمریکا ۶ نفر بیکار رقابت می‌کردند. در حال حاضر این نسبت تقریبا یک به یک است. این یعنی باید آرام‌آرام منتظر بالارفتن دستمزدها باشیم. اما در سینترا هیچ‌کدام از سخنرانان جرات چنین پیش‌بینی‌ای را نداشتند. تجربه فیلیپ لوه، رئیس بانک ملی استرالیا نشان می‌دهد که حتی با وجود بیکاری پایین، احتمال بالا رفتن دستمزدها زیاد نیست. استرالیا ۲۷ سال است که رشد بدون وقفه اقتصادی را تجربه می‌کند و نرخ رشد سالانه دستمزدهایش از ۲درصد فراتر نمی‌رود. اقتصاد کلاسیک پاسخی برای این مشکل ندارد.

**کورسوی امید؟**

تغییرات نه‌ادی و سیاسی در طول قرن اخیر قدرت چانه‌زنی کارگران را پایین آورده و تسوپ را در زمین سرمایه انداخته است. گروهی از اقتصاددانان با در نظر گرفتن این قضیه در حال عبور از تئوری‌های کلاسیک هستند. اینها را می‌توان جالب‌ترین اقتصاددان‌های حال حاضر دنیا به حساب آورد.

جیسن فرمن و پیتر ارسزگ، دو اقتصاددان سابق دولت اوپاما تئوری‌ای دارند که براساس آن کاهش رقابت و پویایی در بخش‌های کلیدی اقتصاد باعث کاهش بهره‌وری در آمریکا شده و هم‌زمان به افزایش نابرابری دستمزدها دامن زده است.

ریچارد بالدوین، استاد اقتصاد در مرکز مطالعات بین‌المللی و توسعه ژنو مقاله‌ای مستدل درباره تازه‌ترین مرحله جهانی‌سازی نوشته و در آن به زبان ساده توضیح داده که چرا دولت‌ها برای افزایش رقابت‌پذیری ملی باید از تمرکز روی شرکت‌های بزرگ خصوصی و سرمایه آنها دست بردارند و در عوض مردم و شهرها را برای رقابت آماده‌تر کنند.

ایسن روزها حتی گروهی از اقتصاددانان جریان غالب درباره احتمال تغییر توازن قدرت به نفع نیروی کار از طریق اعمال مالیات روی ثروت و کاهش مالیات بسر درآمد صحبت می‌کنند. این‌ن تحولی بزرگ برای افرادی است که تا همین اواخر با اطمینان می‌گفتند کاهش مالیات روی سرمایه بهترین گزینه برای کشور است. حالا باید دید آیا جریان غالب اقتصاددانان در برابر تغییر مقاومت خواهند کرد یا نه و آیا سیاستمداران دوباره در بین این شکل تازه از اقتصاددانان به دنبال «اقتصادان محبوب» خواهند گشت یا نه؟!

توسعه دادند و دانشگاه‌های شهر را آنچنان تقویت کردند که شفیلد تبدیل به یکی از دانشجویی‌ترین شهرهای انگلیس شد.

روی کاغذ نتیجه شگفت‌انگیز بود. در سال ۲۰۱۶ تعداد مشغولان به کار در شهر رکورد شکسته بود و نرخ بیکاری به ۶درصد رسیده بود، کمتر از نصف اوایل دهه ۱۹۹۰. اما حقوق بخش‌های خدمات عمومی در شهر به خاطر ریاضت اقتصادی به شدت پایین آمده بود. فقیرترین بخش‌های شهر همچنان دچار همان مشکلات اجتماعی بودند که در زمانی که بیکاری ۳ برابر حالا بود با آن دست و پنجه نرم می‌کردند. یک مددکار محلی به ما گفت: «مشکل عموما پیدا کردن شغل نیست، مسئله اصلی پیدا کردن دو یا سه شغل است.»

۸۰درصد مردم شفیلد برخلاف توصیه تمام سیاستمداران محلی به نفع برگزیت رأی دادند. در جلسه کمیسیون، جان مادرسول، مدیرعامل شورای شهر که همچنان در شوک بود گفت: «سال‌های سال ما این روایت مسلط اقتصادی را پذیرفته بودیم که هر رشدی، رشد خوب است. حالا داریم عواقبش را می‌بینیم.»

دینامیک رأی برگزیت البته پیچیده‌تر از اینهاست و فقط کاملا به اقتصاد مربوط نبود. همین را می‌توان درباره رأی آوردن دونالد ترامپ در آمریکا گفت. اما اگر یک درس از قدرت‌گیری پوپولیست‌ها در سال‌های اخیر گرفته باشیم این است که از دید رأی‌دهندگان فقط

کمیت رشد و مشاغل مهم نیست. کیفیت هم اهمیت دارد.

در آمریکا و انگلیس، در حدود نیمی از خانواده‌هایی که زیر خط فقر هستند دست‌کم یک بزرگسال مشغول به کار زندگی می‌کند. این رنگ خطری برای اقتصاددانانی است که دهه‌هاست می‌گویند که بهترین پاسخ به فقر، اشتغال‌زایی است.

میزان حقوق ماهانه البته اهمیت بالایی دارد، اما حالا معلوم شده عوامل مخفی تری مثل رضایت شغلی، احتمال پیشرفت، احساس ارزشمندی و حضور داشتن در جامعه هم برای مردم مهم بوده‌اند. در آمار و ارقام سنتی اقتصادی توجه خاصی به این عوامل نمی‌شود و تا همین اواخر اقتصاددانان ایده خاصی درباره آنها نداشتند. اکثر اقتصاددانان علاقه ندارند درباره توزیع قدرت سیاسی و اقتصادی و تبعات عظیم آن بر اقتصاد حرف بزنند.

البته ما در جهان غرب آمار خوبی درباره میزان حقوق و درآمد مردم داریم. اما این آمار در مقیاس ملی است. برای سیاست‌گذاران محلی مثل مادرسول، تقریبا غیرممکن است که متوجه شوند این رشد سریع در اشتغال‌زایی آیا مشاغل باکیفیت به شهر می‌آورد یا نه.

**پذیرش مهاجر خوب است یا بد؟**

مهاجرت موضوع پیچیده دیگری است که در آن شکاف عمیقی بین توصیه‌های سنتی اقتصادی و پیچیدگی‌های زندگی واقعی دیده می‌شود. سال‌های سال اقتصاددانان از منافع پذیرش مهاجران برای اقتصاد کشور حرف زده‌اند. روسای جمهور آمریکا، دموکرات و جمهوریخواه سرسختانه مدافع این بوده‌اند. همین‌طور سیاستمداران جریان غالب در اروپا که معتقد بودند مهاجرت در مقیاس گسترده به نفع اقتصاد و کشور است. اقتصاددانان می‌گفتند فقط در موارد بسیار معدودی مهاجران باعث شده‌اند دستمزد و شغل نیروی کار بومی مورد تهدید قرار بگیرد و در کل ماجرا به ضرر آنها نخواهد بود.

اما اقتصاددانان چیزی را نادیده گرفتند که بیشتر از اعداد و ارقام برای شهروندان مهم بود. درست یا غلط، تعداد بالایی از رأی‌دهندگان این احساس را دارند که به خاطر مهاجرت بی‌رویه شهرها و روستاهای شان دیگر «مال» آنها نیست و پیدا کردن شغل یا مدرسه برای فرزندان‌شان روز به روز سخت‌تر می‌شود. آن دسته از سیاستمداران آمریکایی و انگلیسی که این روند را زودتر از بقیه دیدند روی همین شکاف میان نخبگان و رأی‌دهندگان عادی سرمایه‌گذاری کردند. اقتصاددانان اما به حاشیه رانده شده‌اند و از هزینه‌های اقتصادی سیاست‌های ضد‌مهاجرتی حرف می‌زنند.

ممکن است بگویید خیلی هم مهم نیست که اقتصاددانان توانایی توضیح احساسات پیچیده مردم درباره مهاجرت یا کامیونیتی را ندارند. همین که اقتصاددانان بتوانند وظایف اولیه‌شان را درست انجام دهند



## انرژی

توصیه وزیر نفت به ترامپ

برای تعادل بازار نفت  
دست از تحریم بردارید

وزیر نفت با تاکید بر اینکه تولیدکنندگان نفت توانایی تولید نفت بیشتر را ندارند به ترامپ توصیه کرد برای خارج شدن بازار از حالت بی‌تعدالی، دست از تحریم بردارد. به گفته بیژن زنگنه، قیمت نفت با گردن کلفتی پایین نمی‌آید و رئیس‌جمهور آمریکا هم اگر به دنبال کاهش قیمت نفت است باید تحریم‌های ایران را بردارد تا بازار از بی‌تعدالی خارج شود. به گزارش خبرگزاری‌ها، وزیر نفت صبح سه‌شنبه در حاشیه چهارمین کنگره راهبردی و نمایشگاه نفت و نیرو در جمع خبرنگاران درباره محورهای گفت‌وگوی خود با الکساندر نوآک، وزیر انرژی روسیه در مسکو گفت: مسائل عمومی بازار نفت و شرایط تحریم، محور گفت‌وگوهای این دیدار بوده است.

او درباره دخالت آمریکا در بازار نفت، با بیان این که آمریکایی‌ها شرایطی را به بازار نفت تحمیل می‌کنند، در واقع سوزنی به خودشان می‌زند و بعد ناله می‌کنند و می‌گویند بیاید مشکل ما را حل کنید، تصریح کرد: باید به آنها گفت لازم نیست به خودتان سوزن بزنید. تحریم‌ها را بردارید تا قیمت‌ها درست و بازار از حالت بی‌تعدالی خارج شود.

زنگنه با تاکید بر این که کمبود عرضه در بازار وجود دارد، افزود: هیچ کدام از تولیدکنندگان توان تولید نفت بیشتر ندارند و عربستان نیز از ذخیره‌سازی‌های خود استفاده می‌کند.

وزیر نفت با بیان این که ترامپ فکر می‌کند می‌تواند با گردن کلفتی قیمت نفت را کاهش دهد، تصریح کرد: بازار هم‌اکنون ملتهب و به شدت نگران است و نگرانی بازار برای این روزها نیست، بلکه برای آینده است. کشورهای تولیدکننده نفت یکی پس از دیگری تحریم می‌شوند، اما این شرایط تا چه زمانی می‌تواند ادامه یابد؟ آینده بازار چه خواهد شد؟

وی با تاکید بر این که بازار، یک سازوکار هوشمند و مبتنی بر شخص نیست، گفت: ترامپ نتوانسته بازار را قانع کند، به همین دلیل بازار مدام دچار مشکل می‌شود. ما هم جزو بازار هستیم.

زنگنه درباره احیای کارت هوشمند سوخت که پرسش یکی از خبرنگاران بود، اظهار کرد: کارت هوشمند سوخت موضوع پیچیده‌ای است. سهمیه‌بندی یکی از روش‌هایی است که فواید و مشکلاتی دارد. این موضوع در دولت در حال بررسی است تا ببینیم به چه تصمیمی می‌رسیم.

وزیر نفت درباره مذاکرات نفتی با اروپا نیز اظهار کرد: این موضوع در حال پیگیری است و زمانی که به نتیجه رسید، اعلام خواهد شد. بارها اعلام کرده‌ام که درباره تحریم، اطلاعاتی به آمریکا نمی‌دهیم.

**آخرین وضعیت سهمیه‌بندی بنزین و کارت سوخت**  
وزیر نفت همچنین درباره احیای کارت سوخت و سهمیه‌بندی بنزین گفت: این موضوع در دولت در حال بحث و بررسی است.

زنگنه با اشاره به مباحثی که درباره احیای کارت سوخت مطرح می‌شود، تاکید کرد: کارت سوخت امر پیچیده‌ای است و سهمیه‌بندی یکی از روش‌هایی است که فواید و مشکلاتی دارد. این موضوع در دولت در حال بررسی است تا ببینیم به چه تصمیمی می‌رسیم.

## سازوکار عرضه نفت خام در بورس

زنگنه با اشاره به عرضه نفت خام در بورس، گفت: باید بررسی کرد که بورس چگونه با صنعت نفت کار خواهد کرد. این که نفت خام را در بورس عرضه کنیم، حرف خوبی است، اما صدها مسئله کوچک دارد که باید حل شود که کسی اگر در این معامله شرکت می‌کند، بداند در یک معامله بدون ابهام شرکت کرده است. باید به جزء جزء سوالات جواب داده شود تا بتوان اوراقی را در بورس عرضه کرد. این بهانه‌گیری نیست، بلکه باید تکلیف مردم روشن شود.

وزیر نفت بیان کرد: باید همه مسائل را حل کنیم، اگر تعداد بیش‌تری فکر باشند، این فرآیند سریع‌تر رخ می‌دهد. به‌طور کلی شش ماه زمان نیاز دارد تا عملیاتی شود. گیر ما قانون نیست. این که بخواهیم از پول فرد دیگری استفاده کنیم، مجوزهای آن سریع جور می‌شود و از پول دولت راحت می‌توان استفاده کرد.

زنگنه با اشاره به بخش بالادستی صنعت نفت گفت: ظرفیت‌های زیادی در حوزه پالایشگاه و میعانات گازی وجود دارد. پتروشیمی ارزشی بیش‌تری نسبت به پالایشگاه‌ها دارند و ریسال را می‌توان از منابع داخلی تامین کرد. این اقدامات را نه به‌خاطر نفت، بلکه باید به‌خاطر کشور و ایجاد اشتغال و ثروت انجام داد.

وزیر نفت با تاکید بر اینکه تولید بنزین در کشور در سال‌های قبل رکورد زده است، گفت: در سال ۹۱ میزان تولید بنزین در کشور به‌طور متوسط ۵۲ میلیون لیتر در روز بود که این میزان در شهریورماه سال جاری به ۹۰ میلیون لیتر در روز رسیده است. بنزین ما را در شرایطی قرار داد که ترامپ در تحریم‌های خود از منع فروش بنزین به ایران حرفی نزد.

## وضع قاچاق بنزین الحمدالله خوب است!

زنگنه با کنایه درباره افزایش قاچاق سوخت در کشور گفت: وضع قاچاق بنزین الحمدالله خوب است و از همه مرزها با موفقیت انجام می‌شود! این موضوع هم شامل گازوئیل و هم شامل بنزین می‌شود.

وی با اشاره به تفاوت نرخ سوخت در ایران و سایر کشورها گفت: برای مثال، هر تن گاز مایع در ایران ۱۰ دلار و در بازار ۵۰۰ دلار است. حتما این موضوع باعث قاچاق می‌شود که باید برای آن تدبیر در نظر بگیریم.

وزیر نفت با اشاره به تولید قیر در کشور گفت: از عجایب دنیا این است که تولید قیر در ایران ۵ میلیون تن و مصرف آن ۹ میلیون تن است که ۳ میلیون تن آن صادر می‌شود، ۴ میلیون تن به صورت رایگان برای راهسازی و ۲ میلیون تن آن مصرف داخل است. خودمان هم نمی‌دانیم چطور.

۱۰ پروژه زیربنایی و خدماتی در فرودگاه مهرآباد تهران با حضور لاریجانی و آخوندی افتتاح شد

## مهر آباد در بین یکصد فرودگاه برتر جهان



این مراسم از پیگیری طرح ساخت یک ترمینال ۸۰ هزار مترمربعی فرودگاهی در تهران خبر داد.

رحمت‌الله مهابادی با اشاره به فرودگاه مهرآباد گفت: این فرودگاه مهم در طول سال‌های گذشته همواره با محدودیت اراضی و امکانات برای توسعه روبرو بوده‌اند، اما ما تلاش کرده‌ام که با وجود تمام این مسائل خدمات‌رسانی به مردم را توسعه دهیم و در این راستا ساخت یک ترمینال مسافری جدید یکی از پروژه‌های مدنظر است.

او با مطرح کردن این سوال که چرا در طول ۴۰ سال گذشته عملاً بازسازی خاصی در فرودگاه مهرآباد صورت نگرفته بود، بیان کرد: متأسفانه با وجود آنکه حدود ۸۰ سال از عمر این فرودگاه که به عنوان نخستین و بزرگ‌ترین فرودگاه بین‌المللی ایران شناخته می‌شود می‌گذرد، اما عملاً برای دوران نسبتاً طولانی هیچ طرح توسعه‌ای خاصی برای این فرودگاه در نظر گرفته نشده بود.

مدیرعامل شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران افزود: شرایط فرودگاه مهرآباد در سال‌های ابتدایی دهه ۹۰ طوری شده بود که از یک فرودگاه بزرگ تبدیل به محلی برای چالش‌های مدیریتی شده و اگر حرکتی در مقابل آن صورت نمی‌گرفت، عملاً این فرودگاه به یک نقطه ضعف مهم در صنعت هوایی ایران بدل می‌شد.

مهابادی با اشاره به تحول بنیادین صورت گرفته در فرودگاه مهرآباد در طول سال‌های گذشته نقاط ضعف گذشته را ندارد که حتی به عنوان یک نمایشگاه از مدیریت علمی و جهادی شناخته می‌شود. امروز مهرآباد بر شاخص‌های کیفیت، خدمت‌رسانی، ایمنی و خدمات شهروندمحور یکی از اصلی‌ترین فرودگاه‌ها و نمونه‌های موفق مدیریتی به شمار می‌رود. وی ادامه داد: آخرین ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که مهرآباد در بین فرودگاه‌های منطقه از نظر شاخص‌های مختلف فرودگاه چهارم است و در میان ۱۰۰ فرودگاه برتر جهان قرار دارد. در بین فرودگاه‌های هم‌ترافیک خود از ۳۹ فرودگاه در رتبه دوازدهم قرار گرفته است.

معاون وزیر راه و شهرسازی با اشاره به افتتاح باند ۲۹ راست فرودگاه مهرآباد توضیح داد: این باند که جلوه‌ای از توان مهندسی داخلی به شمار می‌رود، با حدود ۱۳۰ میلیارد تومان اعتبار یکی از افتخارات زیرساختی کشور به حساب می‌آید که می‌تواند در آینده نزدیک توان خود را خدمت‌رسانی به مردم را نشان دهد. این باند در حالی ساخته شد و به بهره‌برداری رسید که فرودگاه مهرآباد حتی یک ثانیه نیز از خدمت‌رسانی نایستاد و این مساله به خوبی نشان‌دهنده توان مهندسان داخلی و فشاری است که آنها در طول این سال‌ها تحمل کرده‌اند.

مهابادی اضافه کرد: در کنار این پروژه در طول سه و نیم سال گذشته حدود ۵۰ پروژه دیگر با رقوم ۴۵۰ میلیارد تومان در فرودگاه مهرآباد ساخته شد و تا پایان سال جاری نیز تعدادی طرح توسعه‌ای دیگر مانند اتصال شش پل تلسکوپی در این فرودگاه مهم پایتخت به مرحله اجرا می‌رسد.

وی خاطر نشان کرد: این موضوع نشان‌دهنده آن است که برای توسعه، تفکر و اندیشه‌ای قوی همراه با پشتکار اجرایی در دستور کار قرار گرفت که در این حوزه کمک‌های وزیر راه و شهرسازی و مجلس شورای اسلامی به ما بسیار کمک کرد.

تا دستگاه‌های نظارتی به دنبال مچ‌گیری نباشند و اجازه دهند تا شجاعت مدیران حفظ شود که این اقدام‌ها باعث می‌شوند در مسیر آینده همه کسانی که اهل تفکر و تلاش هستند فعال شده و بهترین‌ها را به ملت هبه کنند.

## تیر نخست تحریم‌ها برای صنعت هوایی

وزیر راه و شهرسازی نیز در مراسم افتتاح پروژه‌های فرودگاه مهرآباد با بیان اینکه فعالیت و مدیریت در صنعت هوایی ایران یکی از دشوارترین حوزه‌های اقتصادی ایران به شمار می‌رود، گفت: این صنعت همواره اصلی‌ترین و ابتدایی‌ترین هدفی بوده که از تحریم‌های خارجی آسیب دیده است.

عباس آخوندی ادامه داد: صنعت هوایی ایران در طول تمام دهه‌های گذشته همواره شرایط خاصی داشته است. این صنعت باید با جدیدترین فناوری‌های روز دنیا خود را به‌روز کند و هم نیاز دارد که از تحریم‌ها دور مانده و با وجود تمام این فشارها کار خود را ادامه دهد. از این رو آنچه در طول سال‌های گذشته اتفاق افتاده، نشان می‌دهد که مدیران این عرصه تا چه میزان فعالیت‌های خود را با وجود تمام این دشواری‌ها به پیش برده‌اند.

او با اشاره به اهمیت توجه به کارایی نهایی پروژه‌ها، گفت: در این دوره در صنعت هوایی نگاه پروژه‌محوری به نگاه برنامه‌محوری تغییر کرد.

وی با بیان اینکه وزارت راه و شهرسازی در دوره اخیر تلاش کرده پروژه‌های خود را به شکل کارکردمحور تعریف کنند، توضیح داد: یکی از مشکلات عمده‌ای که ما در طول سال‌های گذشته با آنها روبرو بوده‌ایم، بحث پروژه‌محوری بسیاری از برنامه‌ها و هدف‌های اقتصادی بوده است. ما متأسفانه در برخی حوزه‌ها پروژه‌زده شده‌ایم و بدون توجه به کارکرد طرح تنها طرح پروژه‌های مختلفی را کلید زده و افتتاح کرده‌ایم.

وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: آنچه در طول سال‌های گذشته رخ داده، تلاش برای عبور از این نگاه غلط بوده و ما در این وزارتخانه هر طرحی را که به مرحله اجرا رسانده‌ایم، از پیش کارکردهای آن و نتایج احتمالی‌اش را در نظر داشته‌ایم و با هدف‌گذاری دقیق به پیش برده‌ایم.

آخوندی با اشاره به برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در شرکت فرودگاه‌ها برای توسعه فعالیت‌های هوانوردی کشور تاکید کرد: اینکه ما در برنامه‌های توسعه چه در نظر داریم، باید در نهایت با مشخص شدن کارکردهایش معلوم شود. ما یکی از اصلی‌ترین اولویت‌های خود را به بحث تربیت و حفظ نیروهای انسانی اختصاص دادیم که بنده معتقدم اصلی‌ترین ثروت و دارایی کشور به شمار می‌رود.

وی خاطر نشان کرد: اگر ما بزرگ‌ترین پروژه‌ها را افتتاح کنیم اما نیروی انسانی متخصص برای بهره‌برداری از آنها وجود نداشته باشد، قطعاً کشور با دشواری‌هایی مواجه می‌شود. از این رو برنامه‌ها طوری اجرایی شده که پس از افتتاح نیروی انسانی همراهی کند تا در نهایت وضعیت خدمت‌رسانی و آبادانی کشور پیگیری شود.

## ساخت ترمینال ۸۰ هزار متری در تهران

همچنین مدیرعامل شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران در

فرصت امروز: ۱۰ پروژه زیربنایی و خدماتی فرودگاه مهرآباد به ارزش ۲۷۰۰ میلیارد ریال صبح دیروز با حضور رئیس مجلس شورای اسلامی، وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران افتتاح شد. علی لاریجانی در این مراسم، صنعت هوایی کشور را صنعتی ممتاز خواند و بر حمایت هر سه قوه بر صنعت هوایی و تأسیس مرکز فکری برای توسعه کشور تاکید کرد. عباس آخوندی نیز مدیریت در صنعت هوایی ایران را یکی از دشوارترین حوزه‌های اقتصادی ایران دانست و گفت که تیر نخست تحریم‌ها همواره به صنعت هوایی خورده است. همچنین مدیرعامل شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران از پیگیری طرح ساخت یک ترمینال ۸۰ هزار مترمربعی فرودگاهی در تهران خبر داد. به گفته رحمت‌الله مهابادی، آخرین ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که مهرآباد در بین فرودگاه‌های منطقه از نظر شاخص‌های مختلف، فرودگاه چهارم است و در میان ۱۰۰ فرودگاه برتر جهان قرار دارد.

گزارش «فرصت امروز»: از مراسم افتتاح ۱۰ پروژه زیربنایی و خدماتی فرودگاه مهرآباد را در ادامه می‌خوانید.

## تأسیس مرکز فکری برای توسعه کشور

علی لاریجانی در این مراسم با اشاره به اینکه خدمات سنجیده‌ای در صنعت هوایی کشور صورت گرفته است، گفت: این صنعت باید از تکنولوژی‌های روز برخوردار شود زیرا که صنعت هوایی مورد توجه تمامی قواست و هر سه قوه از آن حمایت می‌کنند.

رئیس مجلس با تأکید بر اینکه شرایط فعلی کشور نسبت به قبل تفاوت کرده است، افزود: فکر می‌کنم شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی کار خودش را کرده است اما در این شرایط باید از روش‌های دیگری بهره ببرد.

او بر قرار گرفتن فکر توسعه‌ای در پروژه‌های کشور تأکید کرد و افزود: کشور نیازمند این است که در یک گوشه نظام توسعه‌ای برنامه‌ریزی شود زیرا که اگر این نظام روی کار نباشد با انبوه پروژه‌هایی که در دست اقدام است دچار مشکل می‌شویم و در این زمینه در کشور ضعف وجود دارد.

وی با یادآوری تاریخچه تأسیس سازمان برنامه و بودجه افزود: در ابتدای تأسیس این سازمان هدف‌گذاری آن بر تلاش برای پیاده‌سازی برنامه توسعه‌ای بلندمدت در کشور بود که متأسفانه در دوره نخست‌وزیری هویدا با افزایش درآمدهای نفتی، بودجه‌نویسی دولت نیز بر وظایف آن افزوده شد که پس از طی کردن چندین سال بودجه‌ریزی و پیگیری برنامه‌های توسعه‌ای ارجحیت یافت.

او با بیان اینکه باید یک مرکز فکری برای توسعه کشور ایجاد شود، تصریح کرد: علاوه بر این مسئله باید هر دستگاهی خود فکر توسعه‌ای جهت رشد و بالندگی مجموعه تحت هدایتش داشته باشد که متأسفانه در این بخش شاهد ضعف‌هایی هستیم و به نظر می‌آید که به جای فکر توسعه‌ای به دنبال آزار دادن و صف‌بندی‌ها و تضادهای مختلف برای غلبه بر نیروهای غیرخودی هستیم.

لاریجانی با تأکید بر اینکه با این قبیل کارها و به جای فداکاری و همدلی اهلیت افراد را زیر سؤال می‌بریم، اظهار کرد: با چنین کارهایی باعث کند شدن امور توسعه‌ای می‌شویم، همچنین بنده توصیه می‌کنم

## مصرف بنزین در کدام منطقه پایتخت بالاتر است؟

وی توضیح داد: جایگاه‌های پر فروش پایتخت بیشتر در شمال غرب تهران قرار دارند که میزان فروش روزانه آنها حدود ۱۰۰ هزار لیتر است. وی گفت: این جایگاه‌ها حدود ۲ تا ۳ درصد از تعداد ۴ هزار جایگاه پایتخت را تشکیل می‌دهند که یعنی ۸۰ تا ۱۲۰ جایگاه را شامل می‌شود. رئیس هیات مدیره سندیکای جایگاه‌های تک و دومنظوره سوخت سراسر کشور ادامه داد: پایین بودن درصد کارمزد سبب شده تا بسیاری از جایگاه‌ها نتوانند هزینه‌های خود را جبران کرده و از عهده مخارج بریبایند.

حاج محمدرضا بیان کرد: در کل کشور ۱۰ هزار کامیون وظیفه حمل سوخت (بنزین، گازوئیل، نفت سفید و ...) را برعهده دارند که معمولاً شبانه روز به این کار مشغول هستند اما کارمزد و حقوق دریافتی این

رئیس هیات مدیره سندیکای جایگاه‌های تک و دومنظوره سوخت سراسر کشور گفت: میزان عرضه و تقاضا دلیل اصلی ارائه میزان سهمیه به جایگاه‌های سوخت است.

بیژن حاج محمدرضا با بیان این مطلب در گفت‌وگو با خبرنگاران اظهار کرد: جایگاه‌های کم‌فروش به جایگاه‌هایی اطلاق می‌شود که معمولاً میزان عرضه روزانه سوخت در آنها به صورت میانگین برابر با ۱۰ یا ۱۵ و حداکثر ۲۰ هزار لیتر است.

وی ادامه داد: معمولاً در این جایگاه‌ها، گازوئیل عرضه نمی‌شود و این جایگاه‌ها فقط سهمیه بنزین دریافت می‌کنند.

حاج محمدرضا تصریح کرد: جایگاه‌های پر فروش نیز معمولاً روزانه به میزان کمتر از ۱۰۰ و یا بیشتر از ۱۰۰ هزار لیتر بنزین عرضه می‌کنند.



با اجرای دور دوم تحریم‌ها از ۱۳ آبان‌ماه

## بازار ارز به کدام سو می‌رود؟



از این منظر فشاری شدید به کشور وارد می‌شد اما امروز این اتفاق رخ نداده و می‌بینیم که اروپا در صدد است راه خود را از آمریکا جدا کند. وی گفت: در این عرصه از دو منظر می‌توان آینده بازار را مورد بررسی قرار داد. وضعیت حقیقی ما نشان می‌دهد که ما در موقعیت بهتری نسبت به گذشته قرار داریم اما وضعیت ذهنی جامعه این گواهی را نمی‌دهد. در حقیقت تلاش برای تخریب از طریق بالا بردن سطح انتظارات از یک سو و همچنین خط بطلان کشیدن بر هر دستاوردی، نظیر همان که بر برجام رفت، باعث شده سرمایه اجتماعی در ایران آسیب ببیند از این رو ما هرچند در موقعیت بهتری هستیم اما نمی‌توانیم از این وضعیت به نفع خود بهره‌برداری کنیم.

### سد دلار کی شکست؟

بررسی وضعیت بازار آزاد ارز در ایران نشان می‌دهد سد مقاومتی دلار از نیمه‌های دی‌ماه ترک برداشت، درست وقتی زمزمه خروج ترامپ از برجام در محافل سیاسی و اقتصادی پیچیده بود، بازار ارز بنای افزایش قیمت را گذاشت و آن زمان بدبینانه‌ترین برآوردها حکایت از آن داشت که دلار روی ۵هزار تومان می‌ایستد. اتفاقی که رخ نداد، دلار در مسیر حرکت ۹ ماهه خود بارها پیشروی کرده و سد مقاومت ذهنی جامعه را پشت سر گذاشته است.

هنوز موعد خروج ترامپ نرسیده بود که سیف، رئیس کل سابق بانک مرکزی تاکید کرد که در دل تعطیلات نوروز، برخی تعطیلی به خود ندیدند و معاملات ارز رونق فراوانی داشت، قیمت‌ها در حالی بالا می‌رفت که بنایی برای فعالیت اقتصادی نبود.

۲۱ فروردین‌ماه اما روز دیگری بود. دلار به نزدیکی ۵ هزار تومان

بازار ارز پس از اجرای تحریم‌های ۱۳ آبان به کدام سو حرکت خواهد کرد؟ رشد مداوم قیمت؟ قفل شدن معاملات و فریز قیمت‌ها؟ تداوم روند کنونی و حرکت بر کانال ۱۲ تا ۱۴ هزار تومان؟ اینها سوالات و پرسش‌هایی است که این روزها بسیاری از مردم می‌پرسند و کارشناسان درباره‌اش گمانه‌زنی می‌کنند.

به گزارش خبرآنلاین، رئیس‌جمهوری اخیرا بارها و بارها تاکید کرده است که اتفاق تازه‌ای در سیزدهمین روز آبان در انتظار ایران نیست و آمریکا هر آنچه در چنته داشته است، در تحریم‌های مرداد ماه اجرایی کرده است. حسن روحانی می‌گوید نه تحریم جدیدی در کار است و نه اتفاق تازه‌ای رخ خواهد داد چرا که تحریم‌های ۱۳ آبان اعمال شده است، اما بازار ارز آیا التهاب تازه‌ای را در این میان پذیرا خواهد بود؟

خروج یک جانبه ترامپ از برجام، جهان را در معرض آزمونی تازه قرار داده است. مهدی تقوی، استاد دانشگاه علامه طباطبایی می‌گوید: تفاوت فشاری که اینک آمریکا به ایران وارد می‌کند با فشارهای پیشین در این است که امروز نه تنها همراهی و اجماع جهان را به همراه ندارد بلکه با نگاه منفی شرکای سابق خود روبه‌روست.

او در توضیح این مطلب افزود: با نگاه منفی کسانی که معتقدند این آمریکاست که نمی‌خواهد روابطش را با جهان عادی کند، نه ایران. وی ادامه داد: طبیعتا این فاصله و شکاف محسوس فرصتی بی‌نظیر برای ایران تلقی می‌شود تا بتواند مشکلات خود را با تکیه بر آن برطرف کند.

استاد دانشگاه علامه طباطبایی گفت: تحریم‌های سال ۱۳۹۰، در حقیقت تحریم‌هایی بود که همسویی همه جهانیتان را به همراه داشت و

مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران تشریح کرد

## راهکار آرامش ارزی در تنظیم عرضه و تقاضا

مدیرعامل بانک توسعه صادرات معتقد است باید به تناسب کاهش عرضه ارز می‌بایست تقاضا را نیز کم کرد؛ کم کردن تقاضا از طریق مدیریت تخصیص ارز به گروه‌های کالایی میسر است؛ با اشراف به امار حجم واردات گروه‌های مختلف کالایی در سال می‌توان گروه‌های کالایی که ممنوعیت واردات آن لطمه‌ای به بازار نمی‌زند را مشخص و حذف آنها از لیست واردات این سیاست را اجرایی کرد. خودروهایی لوکس، لوازم خانگی غیرضروری و کالایی‌های از این قبیل از این جمله هستند و دلیلی ندارد در شرایط جنگ اقتصادی و تحریم برای تهیه آنها ارز مصرف کرد.

وی با اذعان به اینکه ارز بر بسیاری از مولفه اقتصادی اثر مستقیم می‌گذارد، گفت: بر این اساس نوسانات شدید نرخ ارز، پدیده مبارکی نیست و باید راهکارهای عملی برای کنترل آن به کار گرفته شود.

صالح‌آبادی با اشاره به توانمندی داخلی کشور برای عبور از موانع تحریمی گفت: کشور ما به لحاظ تولید در سطح مطلوب و قابل قبولی قرار دارد و حتی در صورت ایجاد شرایط سخت تحریمی، می‌توانیم بسیاری از نیاز ضروری خود را تهیه کنیم بنابراین می‌توان با مدیریت دقیق، واردات کالای لوکس و غیرضروری را ممنوع کرد چرا که بدون این کالاها نیز مشکلی متوجه مردم و اقتصاد کشور نخواهد شد.

علی صالح‌آبادی معتقد است واقعیات اقتصادی کشور با آنچه در فضای جامعه به واسطه جوسازی‌های یادشده جریان دارد، متفاوت است و می‌توان با مدیریت عرضه و تقاضا آرامش را به بازار ارز کشور بازگرداند.

به گزارش روابط عمومی بانک توسعه صادرات به نقل از اکزیم نیوز، مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران گفت: فارغ از اینکه قیمت ارز چه رقمی باشد، نوسانات شدید اقتصادی به دلیل اینکه قدرت پیش‌بینی را از فعالان اقتصادی می‌گیرد، به نابسامانی‌های اقتصادی دامن می‌زند.

پایان مهلت ۶ ماهه نزدیک است

## سکه‌های پیش‌فروش را تحویل نگیرید قراردادش لغو می‌شود

تومان بود را به یک میلیون و ۳۵۰ هزار تومان تغییر داد. در ادامه نیز با افزایش به سررسید، قیمت‌های قطعی از این قرار تعیین شد: تحویل یک ماهه یک‌میلیون و ۵۹۰ هزار تومان، سه ماهه یک میلیون و ۵۴۰ هزار تومان، شش ماهه یک میلیون و ۴۷۵ هزار تومان، ۹ ماهه یک میلیون و ۴۱۰ هزار تومان، یک ساله یک میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ۱۸ ماهه یک میلیون و ۲۴۵ هزار تومان و ۲۴ ماهه یک میلیون و ۱۱۶ هزار تومان.

در حال حاضر قیمت سکه در بازار حدود ۴میلیون و ۵۰۰ هزار تومان است و در این شرایط با توجه به اختلاف سودی که با مبلغ اولیه ثبت‌نام وجود دارد، افراد در صورت عدم مراجعه در زمان تعیین شده برای تحویل، این سود را از دست خواهند داد.

آن هم همان مبلغی که در ابتدای ثبت‌نام پرداخت کرده است نه اینکه معادل قیمت روز سکه به وی پرداخت شود. بر این اساس دارندگان سکه‌های پیش‌فروش لازم است که در زمان سررسید یا مهلت شش‌ماهه تعیین شده برای دریافت سکه مراجعه کنند و سکه‌شان را تحویل بگیرند یا اینکه به عنوان امانت در بانک بگذارند.

گفتنی است: بانک مرکزی برای سکه‌های پیش‌فروش در مرحله سررسید شش ماهه قیمت قطعی را یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان تعیین کرد و مدتی بعد با افزایش قیمت دلار در بازار آزاد آن را به یک میلیون و ۴۷۵ هزار تومان افزایش داد. همچنین قیمت پیش‌فروش سکه تمام بهار آزادی در سررسید یک ساله که یک میلیون و ۳۰۰ هزار

دارندگان سکه‌های پیش‌فروش اگر در مهلت شش‌ماهه تعیین شده برای تحویل سکه‌ها به بانک مراجعه نکنند، بانک مرکزی تعهدی برای تحویل سکه ندارد و قرارداد لغو و مبلغ اولیه پرداخت شده از سوی ثبت‌نام‌کننده به وی پرداخت خواهد شد.

به گزارش ایسا، طرح پیش‌فروش سکه از بهمن سال قبل از سوی بانک مرکزی و از کانال بانک ملی آغاز شد و تا اواسط اردیبهشت امسال ادامه داشت. البته در این بین نحوه پیش‌فروش و سررسیدهای تعیین شده تغییر کرد؛ به طوری که در مرحله اول فقط دو سررسید شش‌ماهه و یک‌ساله در دستور کار بود، ولی در اواخر فروردین امسال به هفت سررسید از یک‌ماهه تا ۱۸ ماهه تغییر کرد.

با پایان طرح که حدود ۷میلیون و ۶۰۰ قطعه سکه به فروش رفت، تحویل سکه‌های سررسید شده آغاز شد و از ۱۹ اردیبهشت‌ماه تحویل سکه‌های با سررسید یک‌ماهه به جریان افتاد و در ادامه نیز سررسیدهای سه ماهه و شش ماهه در مرحله پرداخت قرار گرفت.

برای تحویل سکه‌های پیش‌فروش، صاحبان آنها می‌توانند از زمان سررسید به بانک مراجعه کنند و با تحویل مدارک، سکه را تحویل بگیرند و اگر تاخیر داشته باشند سکه در بانک باقی می‌ماند. اما باید توجه داشته باشند که زمان دریافت سکه‌ها فقط شش ماه بعد از سررسید است، چراکه طبق ماده (۸) دستورالعمل مربوطه، صاحب سکه پیش‌فروش باید ظرف شش ماه بعد از سررسید به بانک مراجعه کرده و آن را تحویل بگیرد و طبق ماده (۹) اگر بعد از شش ماه سکه دریافت نشود دیگر بانک مرکزی و بانک عامل تعهدی برای تحویل سکه نخواهند داشت.

در حالی بیش از پنج ماه از اولین دور تحویل سکه با سررسید یک‌ماهه (۱۹ اردیبهشت) گذشته و ۱۹ آبان ماه مهلت شش ماهه تعیین شده برای این گروه تمام می‌شود که پیگیری جریان تحویل سکه از بانک مرکزی نیز تأییدکننده این موضوع است که اگر صاحب سکه مراجعه نکند دیگر تعهدی برای تحویل وجود ندارد.

در این حالت قرارداد لغو و به فرد ثبت‌نام‌کننده پول پرداخت می‌شود،

بیمه نامه



### پرداخت خسارت سیل استان مازندران توسط بیمه پاسارگاد

به دنبال وقوع سیل و توفان که موجب تخریب ساختمان‌ها، اثاثیه و تجهیزات منازل مسکونی و غیرصنعتی در منطقه غرب استان مازندران شد، گروه کارشناسی بیمه پاسارگاد در کوتاه‌ترین زمان ممکن جهت ارزیابی و پرداخت خسارت ناشی از سیل در منطقه حضور یافتند.

به گزارش روابط عمومی بیمه پاسارگاد، وقوع سیل و توفان و به جای ماندن خسارت ناشی از این حادثه که در تاریخ ۱۳ مهرماه به وقوع پیوست موجب شد تا کارشناسان این شرکت در سرپرستی استان مازندران و شعبه تنکابن از همان ساعات ابتدایی در محل حضور یافته و خسارت ناشی از این حادثه را پرداخت کردند.

کارشناسان این شرکت با اطلاع‌رسانی توسط پیامک به بیمه‌گذاران و از طریق نمایندگان صادرکننده بیمه‌نامه، جهت اعلام خسارت به صورت تلفنی و حضوری، نسبت به بازدید و ارزیابی کارشناسی خسارت اقدام کردند.

عمده خسارت‌ها در منطقه شیروود و لشتو تنکابن ارزیابی شد که با تأیید مدیریت بیمه‌های آتش‌سوزی و حضور به موقع کارشناسان بیمه پاسارگاد پرداخت شد.

رئیس کل بیمه مرکزی تشریح کرد

### کارنامه صنعت بیمه در نیمه نخست امسال

رئیس کل بیمه مرکزی اعلام کرد حجم حق بیمه‌های تولیدی بازار بیمه در نیمه نخست امسال با ۲۵.۴ درصد رشد نسبت به مدت مشابه پارسل به حدود ۱۸۳ هزار و ۳۰۰ میلیارد رسید.

به گزارش بیمه مرکزی، غلامرضا سلیمانی در تشریح عملکرد صنعت بیمه در نیمه نخست امسال اظهار داشت: نکته قابل توجه و مثبت اینکه فقط ۲۲ درصد حق بیمه‌های تولیدی توسط بیمه ایران در نقش تنها شرکت بیمه دولتی تولید شده و بقیه سهم شرکت‌های بیمه خصوصی است.

وی افزود: بیمه مرکزی در تلاش است سهم شرکت‌های خصوصی در تولید حق بیمه رشد بیشتری یابد چون به خصوصی‌سازی و جذب سهامداران بخش خصوصی اعتقاد داریم.

رئیس کل بیمه مرکزی اظهار داشت: در ۶ ماهه نخست امسال فقط سهم هشت شرکت شامل ایران با ۳۲.۳ درصد، آسیا با ۱۱.۳ درصد، دانبا با ۷.۵ درصد، البرز با ۶ درصد، پارسیان با ۵.۴ درصد، پاسارگاد با ۵.۲ درصد، کوثر با ۴.۶ درصد و معلم با ۴.۴ درصد در مجموع بیش از سه چهارم (۷۶.۶ درصد) از حق بیمه تولیدی بازار را به خود اختصاص داد و ۲۳.۳ درصد باقیمانده توسط ۱۹ شرکت بیمه دیگر تولید شده است.

به گفته سلیمانی، تعداد بیمه‌نامه‌های صادره در این مدت نیز با ۵۸.۴ درصد رشد نسبت به مدت مشابه پارسل، بیش از ۳۰ میلیون و ۱۰۰ هزار فقره بوده است.

### سهم بیمه زندگی به ۱۴.۸ درصد رسید

رئیس کل بیمه مرکزی درباره ترکیب سبد بیمه کشور در نیمه نخست امسال گفت: ۳۶.۲ درصد حق بیمه‌های تولیدی به رشته بیمه شخص ثالث و مزاد اختصاص دارد و ۲۰.۹ درصد آن مربوط به رشته درمان است.

سلیمانی اضافه کرد: هرچند سهم بیمه زندگی به ۱۴.۸ درصد از برتقوی حق بیمه تولیدی بازار رسیده است اما هنوز این میزان برای ما قابل قبول نیست و باید تحول اساسی در این حوزه شکل گیرد. وی، فرهنگ‌سازی و آموزش را راهکار اصلی افزایش ضریب نفوذ بیمه‌های زندگی در جامعه دانست تا آحاد جامعه با ظرفیت‌ها و مزایای بیمه‌نامه‌های زندگی آشنا شوند و تحولات بزرگی در سطح رفاه و امنیت خاطر جامعه بوجود آید.

رئیس کل بیمه مرکزی همچنین گفت: شرکت‌های بیمه در نیمه نخست امسال حدود ۱۰۸ هزار و ۷۰۰ میلیارد ریال خسارت به بیمه‌گذاران پرداخت کردند که در مقایسه با مدت مشابه پارسل ۲۳.۲ درصد رشد دارد.

سلیمانی افزود: ۶۶.۶ درصد از خسارت‌های بازار بیمه توسط بخش غیردولتی جبران شد که جایگاه ویژه و اهمیت شرکت‌های خصوصی بیمه‌ای را نشان می‌دهد.

به گفته وی، این میزان برای حدود ۲۶ میلیون مورد خسارت پرداخت شده است که از نظر تعداد نیز در مقایسه با مدت مشابه پارسل ۲۱.۲ درصد رشد دارد.

«از این میزان خسارت پرداختی، رشته‌های بیمه «شخص ثالث و مزاد و همچنین درمان» هر کدام با ۳۶.۹ درصد، بیشترین سهم را در خسارت‌های پرداختی داشتند و سهم بیمه زندگی ۸.۹ درصد بوده است.»

سلیمانی خاطر نشان ساخت: در نیمه نخست امسال، نسبت خسارت صنعت بیمه به ۵۹.۳ درصد رسید که در مقایسه با نیمه نخست پارسل ۱۰.۱ درصد کاهش دارد.

به گفته وی، نسبت خسارت در ۹ شرکت بیمه‌ای بالاتر از میانگین کل صنعت بیمه بوده که شامل ۴۲۵.۴ درصد دی، ۹۳.۳ درصد میهن، ۷۳.۱ درصد دانبا، ۶۷.۸ درصد رازی، ۶۷.۴ درصد امید، ۶۴.۷ درصد البرز، ۶۱.۲ درصد ایران، ۶۰.۲ درصد سینا و ۶۰.۱ درصد پارسیان است.

سلیمانی در ادامه گفت: پس از شرکت‌های یادشده، نسبت خسارت شرکت بیمه آسماری با ۵۹.۲ درصد قرار دارد و نسبت خسارت سایر شرکت‌های بیمه به مراتب پایین‌تر از نسبت خسارت بازار بوده است.

وی تأکید کرد: دو رشته بیمه اعتبار و درمان به ترتیب با ۱۷۹.۷ درصد و ۱۰۴.۹ درصد نسبت خسارتی بالاتر از بازار بیمه داشتند؛ پس از آن، نسبت خسارت بیمه شخص ثالث و مزاد با ۶۰.۳ درصد، کمی نزدیک به سطح بازار بیمه (۵۹.۳ درصد) بوده و نسبت خسارت سایر رشته‌های بیمه به مراتب پایین‌تر از نسبت خسارت بازار بوده است.

رئیس کل بیمه مرکزی در ارزیابی خود از آینده صنعت بیمه اظهار داشت: تحرک بیشتر در صنعت بیمه یک ضرورت آشکار است و همه صاحب نظران، فعالان و مدیران و شبکه فروش باید با تلاش بیشتر و تکیه بر ابتکار و نوآوری به تقویت بازار صنعت بیمه کمک کنند.



## نگاه

## دلیل نوسان‌های بزرگ بازار سرمایه چیست؟

حسین سلیمی

نایب‌رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران

در هفته جاری شاخص کل بازار سرمایه بیش از ۵ هزار واحد ریزش کرد و پس از آن رشد یافت. دلیل نوسان این چنینی شاخص را باید در اصلاحات و تحولات اخیر بورس جست و جو کرد. در افت و خیزهای اخیر شاخص‌ها، این شرکت‌های حقوقی بزرگ، از جمله فولادی‌ها و پتروشیمی‌ها بودند که نقش بیش از ۳۰ درصدی ایفا می‌کردند. رشد قیمت سهام این شرکت‌ها به دلیل تطابق قیمت سهام با افزایش نرخ دلار و از سوی دیگر حذف سقف دامنه نوسان قیمت سهام که پیش از این ۵ درصد بود، به نوسان‌های بزرگ در شاخص‌های مختلف بازار سرمایه دامن زد.

اما دلیل اصل نوسان بیش از هر چیز در مسائل سیاسی ریشه داشت چراکه مسئولان از لزوم کاهش قیمت‌ها گفتند و ریزش شاخص کل در واقع، پاسخی به اظهارنظرهای سیاسی بود. چنین نوسانی در هفته تصویب لایحه پیوستن به FATF نیز مطرح بود. زمانی که بحث از عدم تصویب بود، بورس واکنش منفی نشان داد و زمانی که لایحه تصویب شد، شاخص نیز رشد کرد.

درباره شاخص بازار سرمایه نمی‌توان بدون نظر گرفتن دیگر مسائل اقتصادی و سیاسی اظهار نظر کرد. پاسخ این سوال که آیا به واقع شرایط بازار سرمایه ایران مطلوب است یا خیر تنها یک تکه از پازل بزرگ اقتصاد ایران است. دیگر شاخص‌های اقتصادی از جمله تورم نیز بر وضعیت بازار سرمایه اثرگذار است. زمانی که از رکود تورمی در اقتصاد بین‌المللی می‌گوییم نمی‌توانیم از شاخص کل انتظار رشد داشته باشیم. همانطور که با انتشار اخبار مثبت از بازار نفت و دلار می‌توان واکنش مثبت شاخص را دید. این نکته را باید همیشه در نظر گرفت که بازار سرمایه به حواشی سیاسی و اقتصادی بسیار حساس است و نسبت به هر مسئله‌ای واکنش نشان می‌دهد. از جمله این رخدادها آینده که باید واکنش بازار سرمایه نسبت به آن را انتظار کشید برقراری تحریم‌های آمریکاست. هرچند مسئولان از بی‌اثری تحریم‌های ۱۳ آبان می‌گویند اما نمی‌توان واکنش بازار سرمایه به آن را پیش‌بینی کرد.



سازمان آگهی‌ها  
۸۸۹۳۶۶۵۱

جزئیات عرضه اولین محموله نفت در بورس انرژی

## نفت خام ایران از ۶ آبان به بورس می‌آید



براساس زمان‌بندی و شرایط تحویل، سررسید تحویل کالا منتهی به ۷ آذرماه ۱۳۹۷ و مکان تحویل قوب جزیره خارک با هدف بازارهای بین‌المللی و به صورت فله خواهد بود.

راه‌اندازی بورس انرژی با وجود اینکه اقدامی در کل مثبت ارزیابی می‌شود، ولی به اعتقاد کارشناسان در ایران زمینه‌های لازم برای شکل‌گیری آن فراهم نیست و در این بین نگرانی‌های بسیاری وجود دارد که این اتفاق باعث شکل‌گیری یک رانت بزرگ شود که اتفاقاً در تالار بورس و به صورت کاملاً شفاف رخ دهد. موضوع عرضه نفت خام در بورس انرژی چند سالی است که مطرح بوده ولی هیچ‌وقت رنگ اجرایی به خود نگرفته است و حالا باید دید این بار این اتفاق و در آستانه شروع تحریم‌های نفتی رخ خواهد داد؟ حدود سه ماه پیش و بعد از خروج آمریکا از برجام اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور خواستار عرضه نفت خام در بورس شد و از بخش خصوصی خواست که به این عرضه وارد شوند. در واقع دولت به دنبال آن است که با شروع تحریم‌ها بخشی از نفت کشور را از طریق بخش خصوصی که حساسیت‌های کمتری روی آن وجود دارد به فروش برساند.

## چالش‌ها

اما در این میان چالش‌های جدی هم وجود دارد که فعالیت بخش خصوصی در این مسیر را بسیار سخت و ناهموار می‌کند:

- ۱- ساختار فروش نفت: طبق ساختار وزارت نفت و قانون صرفاً وزارت نفت و بخش بین‌الملل آن مأمور فروش نفت است و از نظر قانونی برای فروش نفت از سوی بخش خصوصی محدودیت شدید وجود دارد.
- ۲- تعیین قیمت: مکانیزم بازار سرمایه و بورس عرضه و تقاضا است و این نکته قیمت را مشخص می‌کند ولی طبق آنچه اعلام شده قیمت پایه را امور بین‌الملل شرکت ملی نفت قرار است تعیین کند و در این شرایط عملاً عرضه و تقاضا نقش کلیدی ندارد و خریداران باید به قیمت

سرانجام پس از مدت‌ها انتظار برای ارائه نفت خام در بورس انرژی به نظر می‌رسد که به زمان موعود نزدیک می‌شویم و اولین محموله ششم آبان‌ماه در سایه بورس انرژی ایران به میزان یک میلیون بشکه عرضه خواهد شد. طبق اطلاعیه شرکت ملی نفت ایران، عرضه نفت خام سبک ایران در بورس انرژی به قیمت پایه هر بشکه ۷۹ دلار و ۱۵ سنت در ششم آبان‌ماه ۱۳۹۷ آغاز می‌شود. همچنین فروش به صورت ۲۰ درصد ریالی و ۸۰ درصد ارزی خواهد بود که تسویه بخش ریالی (براساس نرخ تسعیر سنا) به صورت نقدی قبل از تحویل محموله و تسویه بخش ارزی به صورت اعتباری، با ارائه ضمانت‌نامه بانکی تعهد پرداخت ریالی معتبر از بانک‌های مورد قبول شرکت ملی نفت ایران، پس از تحویل محموله صورت می‌گیرد.

مقاضیان خرید جهت شرکت در معامله، باید ۱۰ درصد ارزش سفارش را به صورت ریالی به میزان پیش‌پرداخت قبل از عرضه به حساب اعلامی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه واریز کنند که در صورت انجام معامله بخشی از ۲۰ درصد ریالی محسوب خواهد شد. خریداران براساس قیمت پایه اعلامی شرکت ملی نفت ایران که براساس قیمت‌های معاملاتی امور بین‌الملل این شرکت خواهد بود، روی قیمت نفت خام رقابت می‌کنند که انتظار می‌رود ایجاد چنین فضای رقابتی منجر به کشف قیمت مناسب و شفاف شود. همچنین تحویل نفت خام به خریداران در محموله‌های حداقل ۵ هزار تنی (معادل حدود ۲۵ هزار بشکه استاندارد) قابل انجام بوده و البته، خریداران می‌توانند با جمع‌کردن قراردادهای خرید، نسبت به برداشت محموله‌های بزرگ‌تر اقدام کنند.

اما قیمت پایه چقدر در نظر گرفته شده است؟ و نفت چگونه تحویل می‌شود؟ در اطلاعیه شرکت ملی نفت ایران نوشته شده: «عرضه نفت خام به قیمت پایه هر بشکه ۷۹٫۱۵ دلار عرضه خواهد شد. همچنین

## آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای

فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه کران شماره ۹۷/۱۲ نوبت دوم



۱- نام و نشانی دستگاه مناقصه گزرا: شرکت گاز استان کهگیلویه و بویر احمد به نشانی (پاسوج، بلوار مطهری، خیابان راهداران، پایین تر از اداره راه و شهرسازی، ساختمان شماره دو واحد امور پیمانها)

۲- موضوع مناقصه: احداث (تأمین تجهیزات، مصالح و اجرای) ۳۵۲۳۶ متر ششکله پلی اتیلن با فشار ۶۰ پوند بر اینج مربع به اقطار مختلف جهت گازرسانی به روستاهای باوری، دم تنگ بلوری، مجموعه ولی آباد، دلی خمیسیر، چشمه قنات، چشمه سبب، چشمه به، چشمه رقنات، پرد خیلری سفلی، مرد خدا، نادر آباد، چال دال، دره گودرزی، کلاگه جلیل، چشمه چنار، میر غضب و پیروزک از توابع شهرستان بویراحمد به روش PC

۳- محل اجرای پروژه: شهرستان بویراحمد

۴- استناد در اجرای کار: مطابق مشخصات فنی و استانداردهای پذیرفته شده شرکت ملی گاز ایران

۵- شرایط متقاضیان:

- داشتن شخصیت حقوقی

- داشتن گواهی صلاحیت معتبر پایه ۵ و بالاتر از آن در رشته تاسیسات و تجهیزات و یا نفت و گاز از سازمان برنامه و بودجه

- داشتن ظرفیت خالی از جاع کار

- توانایی تهیه و تنظیم انواع ضمانت نامه های مورد نیاز

۶- مدارک مورد نیاز جهت دریافت کاربرگهای اعلام استعلام ارزیابی:

تقاضای دریافت کاربرگهای اعلام با ذکر موضوع مناقصه و کارهای در دست اجرا مبلغ و درصد پیشرفت هر یک

۷- مهلت دریافت کاربرگهای اعلام ارزیابی کیفی یک هفته پس از انتشار آگهی نوبت دوم

۸- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگها و اسناد اعلام ارزیابی کیفی: ۲۱ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم

۹- محل دریافت و تحویل کاربرگها و اسناد اعلام ارزیابی کیفی: دفتر امور پیمانها واقع در پاسوج، بلوار مطهری، خیابان راهداران، پایین تر از اداره راه و شهرسازی، ساختمان شماره دو، واحد امور پیمانها

۱۰- نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۱/۶۶۵/۴۸۶/۷۰۵ (یک میلیارد و شصت و ششصد و پنجاه و پنج میلیون و چهارصد و هشتاد و شش هزار و هفتصد و پنجاه و پنج ریال) که می بایست مطابق مصوبه شماره ۱۳۳۴۰۲/ت/۵۰۶۵۹ مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۷ هیات محترم وزیران و ضوابط مربوطه تهیه شود و در صورت نقدی به حساب شماره ۲۱۷۴۶۲۴۰۲۴۰۰ بانک ملی واریز گردد.

۱۱- مبلغ برآورد شده معامله: ۳۳۳۳۰۹۷۳۳/۱۰۵ (سی و سه میلیارد و سیصد و نهم میلیون و هفتصد و سی و چهار هزار و یکصد و پنجاه ریال)

آگهی فوق در پایگاه اینترنتی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد [nigc-kb.ir](http://nigc-kb.ir) و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات:

[iets.mporg.ir](http://iets.mporg.ir) قابل مشاهده می باشد.

تلفنکس واحد امور پیمانها: ۰۷۴-۳۳۳۳۶۳۷۷

شماره مجوز: ۱۳۹۷.۳۴۴۳

روابط عمومی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد

## آگهی مزایده عمومی شماره ۱۰۰۹۷۰۴۱۳۶۰۰۰۰۱

نوبت دوم

اداره کل آموزش و پرورش استان بوشهر در نظر دارد به استناد کمیسیون ماده ۲ به شماره ۱۲۱/۶۲/۵۱ مورخ ۱۳۹۷/۶/۵ سازمان امور اقتصادی و دارایی، پنج دستگاه وسیله نقلیه خود را مطابق جدول ذیل از طریق مزایده عمومی

با بهره گیری از سامانه الکترونیکی دولت ([setadiran.ir](http://setadiran.ir)) و با شماره مزایده ۱۰۰۹۷۰۴۱۳۶۰۰۰۰۱ به صورت

الکترونیکی به متقاضیان واجد شرایط به واگذار نماید

مهلت دریافت اسناد مزایده: از تاریخ انتشار نوبت دوم آگهی فراخوان بمدت ۷ روز می باشد.

زمان تحویل اسناد مزایده: از آخرین مهلت تعیین شده جهت دریافت اسناد فراخوان به مدت ۱۰ روز می باشد.

زمان بازگشایی اسناد مزایده: ساعت ۱۰ صبح روز شنبه مورخ ۱۳۹۷/۸/۱۳ می باشد.

نشانی محل تحویل اسناد مزایده: بوشهر- خیابان شهید عاشوری- خیابان شهید آوینی- دبیرخانه اداره کل آموزش و پرورش استان بوشهر

در ضمن متذکر می گردد که کلیه مراحل فرایند مزایده در بستر سامانه تدارکات الکترونیک دولت انجام می گیرد.

ردیف	موضوع	آدرس	مدل و سال ساخت	مبلغ ضمانت نامه شرکت در مزایده به ریال
۱	فروش یک دستگاه مینی بوس هیوندا کروز	بوشهر - خیابان شهید عاشوری - خیابان شهید آوینی - اداره کل آموزش و پرورش استان بوشهر	کروز و سال تولید ۱۳۸۸	۴/۰۰۰/۰۰۰
۲	فروش یک دستگاه اتوبوس بیابانی	کنگان	پنز سی ۴۵۷ سال تولید ۱۳۸۷	۱۳/۰۰۰/۰۰۰
۳	فروش یک دستگاه مینی بوس هیوندا	کنگان	کروز و سال تولید ۱۳۸۴	۴/۰۰۰/۰۰۰
۴	فروش یک دستگاه پژو سواری	کنگان	۴۰۵ و سال تولید ۱۳۸۳	۲/۰۰۰/۰۰۰
۵	کامیون باری	کنگان	ال بی ۳۰۸ و سال تولید ۱۳۸۶	۸/۰۰۰/۰۰۰

هزینه درج آگهی و کارشناسی رسمی دادگستری فراخوان به عهده برنده مزایده می باشد.

اداره اطلاع رسانی و روابط عمومی آموزش و پرورش استان بوشهر

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۷/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۷/۲۵

۳۳۳





## استقبال سرد مردم از طرح پرابهام پیش فروش لوازم خانگی؛ کارخانه گران تر از بازار می فروشد

در حال حاضر ۸ روز از اجرای طرح پرابهام پیش فروش لوازم خانگی می گذرد و همچنان با استقبال سرد مردم روبه رو است چراکه در بسیاری از کالاها قیمت کارخانه گران تر از بازار بوده و خرید کالای آنها با تحویل در ماههای آینده اصلا توجیهی برای مردم ندارد.

به گزارش تسنیم، رکود بازار و تغییرات قیمتی در انواع محصولات لوازم خانگی که به صورت ماهانه توسط تولیدکنندگان اجرا می شود باعث شد تا فروش لوازم خانگی با کاهش قابل توجهی مواجهه و کمتر مشتری در بازار لوازم خانگی برای خرید دیده شود به نحوی که همه منتظر ثابت قیمت ها با کاهش نرخ دلار هستند.

البته در این شرایط خبر اجرایی شدن طرحی به نام پیش فروش لوازم خانگی توسط تولیدکنندگان مطرح شد که در مرحله اول پیش فروش ۱۶۰ مدل محصول از جمله یخچال، فریزر، ماشین لباسشویی، اجاق گاز، تلویزیون ال ای دی و لوازم خانگی کوچک از سه شنبه ۱۷ مهر ۱۳۹۷ در دو شیوه قیمت مقطوع و خرید با قیمت غیرقطعی و با سود مشارکت به فروش می رسد.

در این طرح پیش فروش لوازم خانگی، قیمت به صورت قطعی بوده و مشتریان نسبت به مدت زمان انتظار خود مشمول ۲درصد تخفیف می شوند و اگر متقاضی خواستار تحویل کالا در ماه اول باشد، این تخفیف را دریافت نمی کند. البته با توجه به اینکه این طرح به مدت محدودی اجرایی می شود اگر ظرفیت فروش هر کالایی که تکمیل شود، سایت بسته شده و مصرف کنندگان می توانند برای مرحله بعدی درخواستشان را ثبت کنند.

از همان روزهای اجرای این طرح انتقادات زیادی به ایرادات آن مطرح شد و حتی برخی این طرح فروش را بی شباهت به پیش فروش خودرو ندانستند اما مهر تأیید ستاد تنظیم بازار عملی شد تا صحبت از همراهی دولت برای اجرای این طرح به میان بیاید که سینکی، معاون امور اقتصادی و بازرگانی وزیر صنعت، معدن و تجارت و دبیر کارگروه تنظیم بازار در واکنش به این صحبت ها با تأکید بر اینکه دولت در این طرح مداخله ای ندارد، اعلام کرد: هر واحد تولیدی با رعایت ضوابطی می تواند براساس اعتبار برند و نوع خدمات ویژه ای که به واسطه اطلاع رسانی کامل در اختیار مصرف کننده قرار می دهد، نسبت به پیش فروش محصولات خود اقدام کند.

وی با بیان اینکه طرح پیشنهادی پیش فروش با قیمت مقطوع کالا با اهداف تامین مالی واحدهای تولیدی و مدیریت تقاضا در بازار، در جلسه دبیرخانه کارگروه تنظیم بازار مطرح شد و در خاتمه جلسه، اکثریت اعضا رأی به عدم تجانس موضوع با شأن کارگروه تنظیم بازار دادند.

به گفته سینکی، با پیشنهاد معاونت امور اقتصادی و بازرگانی مبنی بر احصای نقاط ضعف و قوت، فرصت ها و تهدیدهای مطرح شده و ارائه آن به وزیر صنعت، معدن و تجارت با مدنظر قرار دادن عدم لزوم مداخله دولت در اجرای طرح و ارجاع واحدهای تولیدی متقاضی به استفاده از ظرفیتهای مصوب ضوابط فروش اقساطی و پیش فروش کالا و موارد ذکر شده با این طرح موافقت کرد.

البته به اعتقاد سینکی، نامشخص بودن سازو کار شبکه خدمات پس از فروش پس از اجرای طرح، احتمال شکل گیری بازار ثانویه و رفتار سفته گرایانه و خرید و فروش حواله های پیش فروش، احتمال بروز مشکل در تامین مواد اولیه و قطعات (وارداتی) با توجه به شرایط تحریمی کشور و دشواری شدن اعتماد ملی به کالای تولید داخل، نقاط ضعف دیگر این طرح بود که معاون امور اقتصادی و بازرگانی وزیر صنعت، معدن و تجارت بدان اشاره کرد.

## ارائه خدمات بانکی بانک پارسیان به زائران اربعین در مسیر پیاده روی

کاروان خدمت رسانی بانک پارسیان، با هدف ارائه خدمات بانکی شبانه روزی به زائران کربلای معلی در ایام اربعین، عازم مناطق مرزی غربی و جنوب غربی کشور شد.

به گزارش خبرگزاری موج به نقل از روابط عمومی بانک پارسیان، در مراسم بدرقه که با حضور پرویزیان، مدیرعامل بانک پارسیان و آقایان ضرغامی، معاون شعب و پشتیبانی؛ پشمچی معاون فناوری های نوین مالی و اطلاعاتی و جمعی دیگر از مدیران بانک، برگزار شد، در نخستین مرحله تعداد دو دستگاه خودروی ویژه حامل چهار خودپرداز سیار، عازم مرز شلمچه و چذابه و در مرحله بعدی، دو دستگاه دیگر رهسپار مرز مهرا ن مرز خسروی (در صورت بازگشایی) خواهند شد.

به گزارش روابط عمومی بانک پارسیان؛ کورش پرویزیان با اشاره به تمهیدات ویژه بانک پارسیان برای تسهیل ارائه خدمات بانکی به زائران اربعین حسینی، گفت: برای افزایش رفاه زائران کربلای معلی، بانک پارسیان با استقرار هشت دستگاه خودپرداز در پایانه های مرزی غرب و جنوب کشور شامل مرز مهرا ن، شلمچه و چذابه، به ارائه خدمات مالی ۲۴ ساعته به کاروان های عزاداری اربعین حسینی اقدام کرده است.

مدیرعامل بانک پارسیان در ادامه افزود: حسب ابلاغیه بانک مرکزی، باجه های سیار در شهرهای نجف و کربلا نیز به زائران دینار عراقی پرداخت کرده و در داخل مرزهای کشور، ریال پرداخت می کنند.

دکتر پرویزیان در خاتمه با تصریح این که بانک پارسیان آماده برقراری ارتباط سوپچی با بانک مرکزی عراق است، خاطر نشان کرد در صورت صدور مجوز از سوی این بانک، زائران گرامی می توانند با استفاده از تمامی کارت های متصل به شبکه شتاب از خدمات دستگاه های خودپرداز به صورت ۲۴ ساعته بهره مند شوند.



دارند و می توان گفت که دهستان با تولید ۷۰درصد خرما می بوشهر، بیشترین سهم را در این زمینه به خود اختصاص داده است. با توجه به ظرفیتهای ویژه تولید و فرآوری خرما در استان بوشهر، صندوق کارآفرینی امید حمایت های مالی خود را در قالب طرح های پشتیبان به تولیدکنندگان خرما ارائه داده است. ورود صندوق کارآفرینی امید به پروسه حمایت از خرما استان بوشهر، نخستین بار با تشکیل جلسه باغداران و فعالان حوزه خرما آغاز شد و صندوق با تشریح روش های حمایت از محصولات استراتژیک نقاط مختلف کشور، فعالان حوزه خرما استان بوشهر را برای پیدا کردن راهایی که بتواند از فروش فلهای خرما جلوگیری و ارزش افزوده بیشتری را نصیب کشاورزان بوشهری کند، تشویق کرد. این صندوق توانست طی سال های ۹۳ تا ۹۶ جمعا ۱۸ مورد تسهیلات در حوزه خرما بوشهر پرداخت کند.

مدیرعامل صندوق کارآفرینی امید درباره حمایت این صندوق از طرح توسعه فرآوری خرما در بوشهر به ایسنا، می گوید: ما تلاش کردیم با شناسایی حلقه های مفقوده در زنجیره تولید و فرآوری خرما، لازم را به این بخش اختصاص داده است.

صندوق کارآفرینی امید با پرداخت بیش از ۷ میلیارد ریال تسهیلات به حوزه خرما استان بوشهر سعی دارد از خام فروشی و فروش محصولات با قیمت پایین جلوگیری کند.

به گزارش ایسنا، خرما یکی از محصولات استراتژیک کشاورزی ایران به شمار می رود که به دلیل اشتغالزایی و البته ارزآوری بالا در سید صادرات غیرنفتی کشور جایگاه ویژه ای دارد، با این حال به دلیل ضعف در مراحل فرآوری و بسته بندی، ارزش افزوده این محصول نصیب کشورهای می شود که به تکنیک های جدید کاشت، برداشت، نگهداری، فرآوری و بسته بندی مجهز شده اند. بسیاری از کشورها با اطلاع از ذائقه مصرف کنندگان و عرضه محصولات در بسته بندی های مرغوب و مشتری پسند، سیاری از بازارهای هدف را در اختیار خود گرفته اند. خرما در استان بوشهر، از زمان باستان کاشته می شده و هم اکنون بخش اعظمی از مردم این استان در زمینه تولید و فرآوری، برداشت و دیگر صنایع مرتبط با خرما مشغول به فعالیت هستند. شهرستان های دهستان، تنگستان، دشتی و جم بیشترین سطح زیر کشت خرما را

تجارت خارجی ایران به ۹۰ میلیارد دلار می رسد

## رشد ۴۵ درصدی صادرات به عراق

پلیمری، ۷۲ متکی به صنعت فولاد و نیز فصل ۸ و ۳۱ نیز مرتبط با محصولات کشاورزی است، ۷۶درصد صادرات کشور را به خود اختصاص داده است.

به گفته خسرو تاج، با ۲۰ کشور هدف صادراتی ۹۰درصد صادرات را پوشش می دهیم، اما با ۶کشور، عملکرد صادراتی منفی داشتیم که صادرات کاهش یافته است، این در حالی است که صادرات به عراق ۴۵درصد در ۶ ماهه ابتدای سال جاری به لحاظ ارزشی، رشد را تجربه کرده است، به نحوی که ۴.۵ میلیارد دلار صادرات به این کشور صورت گرفته است.

وی اظهار کرد: همکاری تجاری ایران با شورای همکاری خلیج فارس از رشد صادراتی ۳۷درصدی برخوردار بوده اند، این در حالی است که با عربستان و امارات تجارت کاهش یافته است؛ این در حالی است که صادرات ایران به اتحادیه اروپا نسبت به سال گذشته ۲درصد کاهش یافته است. همچنین در بخش واردات نیز ۱۰ فصل از کتاب مقررات واردات و صادرات، ۶۳درصد از واردات را به خود اختصاص داده است که نشان از تنوع وارداتی ایران دارد.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران خاطر نشان کرد: ۶۱درصد واردات کالاهای واسطه ای، ۱۴.۷درصد سرمایه ای، ۱۶.۸درصد مصرفی بوده است که عمدتاً به کالاهای اساسی برمی گردد که از جمله آن برنج، کنجاله و ذرت می شود، بنابراین لزوم ساخته شده مصرفی نقش عمده ای در واردات کالاهای مصرفی ندارند.

خسرو تاج گفت تجارت خارجی ایران تا پایان سال براساس پیش بینی های صورت گرفته به ۹۰ میلیارد دلار خواهد رسید. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مجتبی خسرو تاج، معاون صادراتی وزیر صنعت و رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران در نشست خبری روز گذشته خود با خبرنگاران با اشاره به تعهد بازگشت ارز حاصل از صادرات از سوی صادرکنندگان گفت: این موضوع با پیمان سپاری ارزی گذشته متفاوت است، به این معنا که راهکارهای متفاوتی را برای بازگشت ارز حاصل از صادرات در نظر گرفته شده است، این در حالی است که صادرکنندگان نباید ارز را به صورت فیزیکی به دولت تحویل دهند، این در حالی است که صادرکنندگانی که در سامانه نیما فروش ارز دارند، می توانند امتیاز ارز خود را که در صرافی، نزد شرکت خریدار یا حساب خارج از کشور وجود دارد، به صراف یا واردکننده یا سامانه نیما عرضه کنند.

وی افزود: صرافی های موجود در سامانه نیما می توانند از ارز ارائه شده از سوی صادرکننده در سامانه نیما ارزیابی داشته و در نهایت، تصمیم بگیرند که این ارز را با چه نرخی خریداری کنند؛ بنابراین این روش می تواند مورد استفاده قرار گیرد. این در حالی است که در سناریت، میزان خرید و فروش ارز صادراتی مشخص است، این در حالی است از ۲۲ فروردین ماه که سامانه نیما راه اندازی شده است، تا به امروز ۵.۹ میلیارد بورا از صادرکنندگان کالاهای غیرنفتی ارز خریداری شده است که به نرخ ۱.۱۵ دلار، به ۶.۷ میلیارد دلار خواهد رسید.

در بخش واردات کالا ۱۲درصد رشد منفی داشتیم معاون وزیر صنعت افزود: در بخش واردات کالا در ۶ماهه سال جاری، نسبت به دوره مشابه سال قبل ۱۲درصد رشد منفی داشتیم، به نحوی که واردات به ۲۲ میلیارد و ۱۸۲ میلیون دلار رسیده و در مقایسه با سال گذشته ۳ میلیارد دلار کاهش واردات را تجربه کرده ایم. وی تصریح کرد: تجارت خارجی ایران تا پایان سال براساس پیش بینی های صورت گرفته به ۹۰ میلیارد دلار خواهد رسید، ضمن اینکه تراز تجاری اکنون مثبت است و اختلاف صادرات با واردات به ۹۴۰ میلیون دلار می رسد؛ این در حالی است که با ۱۰ فصل کتاب مقررات صادرات و واردات، ۷۶درصد صادرات کشور سامان می یابد، پس باید صادرات را متنوع کرد؛ این در حالی است که عمدتاً فصل ۲۷ محصولات متکی به انرژی، ۳۹ که متکی به

بهبود قیمت قارچ در بازار

## رشد صادرات قارچ در راه است

سر رسیدند. افسار نوسان نرخ ارز را نوید مثبتی برای توسعه صادرات قارچ دانست و گفت: با توجه به آنکه قیمت جهانی هر کیلو قارچ ۲.۵ دلار است، از این رو ثبات نرخ کنونی ارز می تواند عاملی برای رشد صادرات به شمار رود چرا که صادرکنندگان در فروش هر کیلو قارچ با سود حداقل ۴ تا ۵ هزار تومانی روبه رو هستند.

به گفته وی از ابتدای آبان پیش بینی می شود که تولید روزانه قارچ به رقم ۵۰۰ تا ۶۰۰ تن برسد که اگر ۲۰درصد این میزان به بازارهای هدف صادر شود، ارز مناسبی وارد کشور می شود. این مقام مسئول با انتقاد از این مسئله که برخی واحدهای تولیدی ۳۰درصد کمتر از ظرفیت خود کار می کنند، بیان کرد: با توجه به آنکه اکثر واحدهای تولید قارچ استان تهران و البرز در دهه ۷۰

یک مقام مسئول گفت هم اکنون قیمت قارچ تحت تاثیر عواملی نظیر کاهش تولید، افزایش مصرف و نوسان نرخ دلار در بازار بهبود یافته است.

محمدحسن افشار، رئیس انجمن پرورش دهندگان قارچ خوراکی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از بهبود بازار قارچ خبر داد و گفت: هم اکنون عواملی نظیر کاهش تولید ناشی از راندمان پایین کامپوست های تابستانه، افزایش مصرف و نوسان نرخ دلار منجر به بهبود قیمت قارچ در بازار شده است به طوری که هم اکنون هر کیلو قارچ با نرخ ۸ تا ۹ هزار تومان در بازار معامله می شود.

وی قیمت تمام شده هر کیلو قارچ را ۸ هزار و ۲۰۰ تومان اعلام کرد و افزود: با بهبود اوضاع و افزایش قیمت قارچ در بازار دیگر زبانی متحمل تولیدکنندگان نمی شود چرا که آنها به نقطه سر به



## بازار انحصاری خودرو و عدم انگیزه خودروسازان برای افزایش کیفیت

رئیس اجرایی اداره کل استاندارد استان اصفهان گفت خودروسازان داخلی انگیزه‌ای برای بهبود کیفیت و ارتقای محصولات خود ندارند.

به گزارش کارپرس، افسشین ربیعی در خصوص استاندارد خودروها، اظهار کرد: با توجه به هدف‌گذاری این سازمان استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرو و محصولات دارای استاندارد اجباری تا دی‌ماه مطرح شده است، همچنین محصولات خاص از جمله خودرو طبق استانداردهای موجود بازرسی می‌شوند.

وی با بیان اینکه در صورت افزایش رقابت در تولید خودرو و دیگر محصولات، رقابت مثبتی بین تولیدکنندگان شکل می‌گیرد و آن‌ها را به سمت بهبود کیفیت سوق خواهد داد، افزود: در حال حاضر بازار خودرو انحصاری است و تعرفه واردات آن بالا است، همچنین خودروسازان داخلی انگیزه‌ای برای بهبود کیفیت و ارتقای محصولات خود ندارند.

رئیس اجرایی اداره کل استاندارد استان اصفهان با اشاره به اینکه چند سال پیش استانداردهای خاصی برای خودرو موجود نبود، گفت: باین‌وجود طی چند سال اخیر، استانداردهای شصت‌ویک‌گانه برای خودروهای داخلی و خارجی اجرا شد و اکنون بنا بر هدف‌گذاری سازمان ملی استاندارد، استانداردهای هشتادوپنج‌گانه مطابق با آخرین استانداردهای اروپا مدنظر قرار گرفته است.

ربیعی با تأکید بر اینکه تولیدکنندگان خودرو برای پیاده‌سازی استانداردهای هشتادوپنج‌گانه در محصولات خود تا ماه دی فرصت دارند، گفت: خودروسازان در صورتی که تا زمان مشخص نتوانند استانداردهای لازم را در محصولات خود پیاده کنند، باید تولید آن خودرو را متوقف کنند.

وی با بیان اینکه بیشتر بندهای استانداردهای هشتادوپنج‌گانه، مطابق استانداردهای بین‌المللی و به‌روز اروپا است، تأکید کرد: خودروهای داخلی موارد اصلی استاندارد را رعایت می‌کنند و تعداد معدودی از خودروها در صورت عدم پیاده‌سازی امکانات و استانداردهای لازم از خط تولید خارج می‌شوند.

## تأثیر بلا تکلیفی قیمت خودرو در کاهش همکاری و افت تولید خودروسازان

در صورتی که قیمت خودرو هرچه سریع‌تر توسط دستگاه‌های متولی تعیین تکلیف شود مشکل بازار خودرو تا حدود زیادی حل شده و خودروسازان در تولید و عرضه محصولات به بازار همکاری و عملکرد بهتری خواهند داشت.

به گزارش پرشین خودرو، نوسان قیمت در بازار خودرو به دنبال تغییر و تحولات بازار ارز، این روزها خریداران واقعی خودرو را سردرگم کرده است. هرچند شرکت‌های داخلی برنامه پیش‌فروش جدیدی را ندارند اما هستند متقاضیانی که در این شرایط ناگزیر به خرید از بازار آزاد هستند و متأسفانه در نوسان قیمتی این روزها، عملاً دست‌شان بسته و بلا تکلیف شدند.

در چنین شرایطی برخی از کارشناسان راهکار بهبود اوضاع فعلی بازار خودرو را با تثبیت نرخ ارز و تولید مناسب شرکت‌ها و مهم‌تر از همه واقعی‌سازی قیمت‌های رسمی خودرو دانسته و معتقدند در تعیین قیمت خودرو هرگونه بی‌توجهی به واقعیت‌های اقتصادی همچون افزایش دوبرابری نرخ ارز، مواد اولیه، نادرست بوده و زیان آن هم به مصرف‌کننده و هم به خودروساز خواهد رسید از این رو با واقعی شدن قیمت‌ها علاوه بر کاهش حاشیه قیمت خودرو، مصرف‌کنندگان واقعی بهتر امکان خرید خودرو با قیمت‌های رسمی را خواهند داشت.

ارائه راهکارهایی چون واقعی شدن قیمت خودرو و توجه به درخواست شرکت‌ها در حالی به عنوان مسیری برای رسیدن به تثبیت قیمت‌ها عنوان می‌شود که هم‌اکنون بر سر بررسی قیمت خودرو و دست‌خاستگی متولی در این بخش مباحثی مطرح است به طوری که گفته می‌شود شورای رقابت بنا دارد در زمینه تغییر مرجع قیمت‌گذاری خودرو به دیوان عدالت اداری شکایت کند.

علاوه بر این مسائل، نکته دیگری که در ارتباط با رفع سردرگمی قیمتی و تثبیت قیمت‌ها مهم است آمار تولید خودرو در سال جاری است که با روند کاهشی همراه شده به طوری که براساس آخرین آمار وزارت صنعت تولید انواع خودرو در شهریورماه امسال حدود ۴۶ درصد افت داشته است که به نظر می‌رسد با تعیین تکلیف قیمت خودرو و به دلیل عدم پاسخگویی به نیاز بازار، این اقدام نیز تأثیر چندانی در شرایط کنونی بازار نداشته باشد.

**نوسان قیمت متقاضیان خودرو را سردرگم و بلا تکلیف کرد**  
در همین راستا یکی از کارشناسان صنعت خودرو در گفت‌وگو با خبرنگار پرشین خودرو، با تأیید تأثیر کنونی نرخ ارز بر شرایط نوسانی بازار خودرو عنوان کرد: در صورتی که تولید خودروسازان با رشد منطقی ادامه یابد و نیاز بازار به درستی تأمین شود فاصله قیمت بازار و کارخانه کم‌تر شده و قیمت‌ها در بازار تثبیت و متعادل‌تر خواهد شد اما شاهدیم که در ماه گذشته تولید خودرو با افت زیادی همراه شد که به طور قطع این مساله در قیمت بازار نیز تأثیر خواهد گذاشت. امرالله امینی تصریح کرد: متأسفانه نقدینگی زیادی که در بازار وجود دارد موجب بازاری قیمت در بازار ارز و سکه و خودرو شده است و متأسفانه زمینه حضور دلالان و حتی مردم عادی را بیش از گذشته در این بازارها فراهم کرده است.

# سودای صادرات صنعت خودرو، خیالی دشوار



وجود دارد؟

یک کارشناس صنعت خودرو در این باره می‌گوید: صادرات به صورت عام وابسته به مجموعه سیاست‌های اقتصادی - سیاسی حاکم بر دولت است. یعنی هر کشوری که به صورت عام با دنیا تعامل مناسب داشته باشد، می‌تواند متصور امکان صادرات در هر عرصه‌ای باشد، بنابراین هر محصول رقابتی در صورت فراهم بودن شرایط، امکان صادرات را پیدا می‌کند، اما مشخصاً در خصوص صنعت خودرو باید بگوییم علاوه بر اینکه زمینه‌های عمومی صادرات باید فراهم باشد (که در مورد هر کالایی صادق است)، از طرفی باید دید آیا تولید قابل رقابت در این عرصه نیز در کشور انجام می‌شود یا خیر؟!

علی‌مقامی در ادامه می‌افزاید: شاید طی این سال‌ها، بهترین تعبیر را در مورد صنعت خودروی داخلی، مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو داشته باشد که همواره اذعان دارد بر اینکه: «ما می‌خواهیم خودروساز شویم» که به اعتقاد بنده، معنای دیگر این گزاره این است که ما هنوز در مفهوم جهانی خودروساز نیستیم زیرا محصولی قابل رقابت برای عرضه در سطح جهانی نداریم. یعنی محصولات صنعت خودروی ما قابل رقابت نیست و واقع امر این است که مختصر تقاضاهایی که احياناً در خصوص خرید خودروهای داخلی ما وجود دارد به معنای این نیست که ما بازیگر عرصه جهانی صادرات خودرو می‌توانیم باشیم.

## راهکار رفع التهاب بازار خودرو

ایرانی اشاره و اظهار داشت: مسائل این صنعت بسیار فراتر از حوزه تخصصی صنعت و اقتصاد و دارای آثار عمیق و گسترده اجتماعی است و برهمین اساس در آگاه‌سازی بیشتر افکار عمومی از ابعاد مختلف این صنعت همه مسئولند.

وی ادامه داد: منطقی و منصفانه نیست که سوداگران با ایجاد التهاب از بازار خودرو سود می‌برند، این در حالی است که واحدهای تولیدکننده با وجود مشکلات، تولید را با شمارگان خوبی ادامه می‌دهند. معظمی، همچنین برخی بدعهدی‌های شرکای خارجی را موجب تأخیر در تحویل خودروهای خاص برشمرد و تأکید کرد: به‌طور قطع این موضوع از طریق قوانین بین‌المللی مورد پیگیری قرار خواهد گرفت. وی از قطعه‌سازان که با وجود فرساز و فرودهای نقدینگی همواره در کنار خودروسازی و تولید داخل بوده‌اند، قدردانی کرد.

افزایش تولید خودرو در نیمه دوم سال «محسن صالحی‌نیا»، معاون امور صنایع وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز در این مراسم ابراز امیدواری کرد شرکت‌های خودروسازی در نیمه

اقتصاد ایران دارای چند صنعت محرک، که یکی از آن‌ها صنعت خودروسازی است که طی ۴۰ سال گذشته، موانع و مشکلات بسیاری پیش روی این صنعت بوده است. از جمله موانع بزرگ، وجود مشکلات در ارتباطات بین‌المللی است که افت صادرات خودرو را در این مدت رقم زده است. طبق آمار، به غیر از ایران خودرو و سایپا که سال گذشته قراردادهای جدیدی را با اروپایی‌ها به امضا رسانیده بودند، شرکت‌های خصوصی که به عنوان نماینده‌های چین و کره در ایران شناخته می‌شود، در دل قراردادهای خود که محصولات جدیدی را به ایران آورده‌اند، هیچ صادراتی را به ثبت نرسانده‌اند. این در حالی است که آمار گمرک ایران همواره صادرات خودروی کشور در سال جاری را با رشد قابل ملاحظه‌ای اعلام می‌کند! به این ترتیب که در چهار ماهه اول امسال ۲۱ هزار و ۹۸۵ دستگاه خودروی سواری به ارزش ۱۲۳ میلیون دلار از کشور صادر شد که بنا بر اعلام گمرک، عراق، افغانستان و اوکراین مقصد اصلی خودروهای صادراتی ایران در چهار ماهه اول امسال بودند، اما در این میان سوال اساسی این است که چرا با افزایش تنوع محصولات مونتاژی در ایران و تأکید وزارت صنعت، مینی بر تولید صادرات محور، همواره با افت صادرات مواجه بوده‌ایم و چالش‌های مهم بر سر راه توسعه صادرات خودروی ایرانی چیست؟ آیا امیدی برای دستیابی به اهداف صادراتی خودرو و قطعات در پایان سال ۱۴۰۴

رئیس هیات عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) گفت ارائه تصویر واضح و نزدیک به واقعیت از صنعت خودرو حق افکار عمومی است و رفع التهاب کاذب از این بازار در سایه این موضوع محقق می‌شود.

به گزارش اقتصادنیوز به نقل از ایرنا، «منصور معظمی» در مراسم معارفه مدیرعامل جدید سایپا افزود: امروز صنعت خودرو آماج حملات مختلف و بی‌رحمانه‌ای است و در این میان همگان موظف به روشنگری درباره وضعیت این صنعت هستند.

وی به شرایط سخت کشور در دوران تحریم اشاره کرد و گفت: تاریخ چهارم نوامبر (۱۳ آبان) بسیاری زودتر اتفاق افتاده و به‌طور قطع آمریکا قادر نخواهد بود صادرات نفت ایران را به صفر برساند.

معظمی یادآور شد: ایران در طول ۴۰ سال گذشته با تحریم دست به گریبان بوده و این دوران را پیش از این نیز پشت سر گذاشته است. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت به تردید ۱۹ میلیون دستگاه خودرو در کشور و وجود به طور میانگین یک خودرو به ازای هر خانواده

گذر صنعت خودرو از بحران تحریم

## افت ۱۵ درصدی تیراژ تولید خودرو

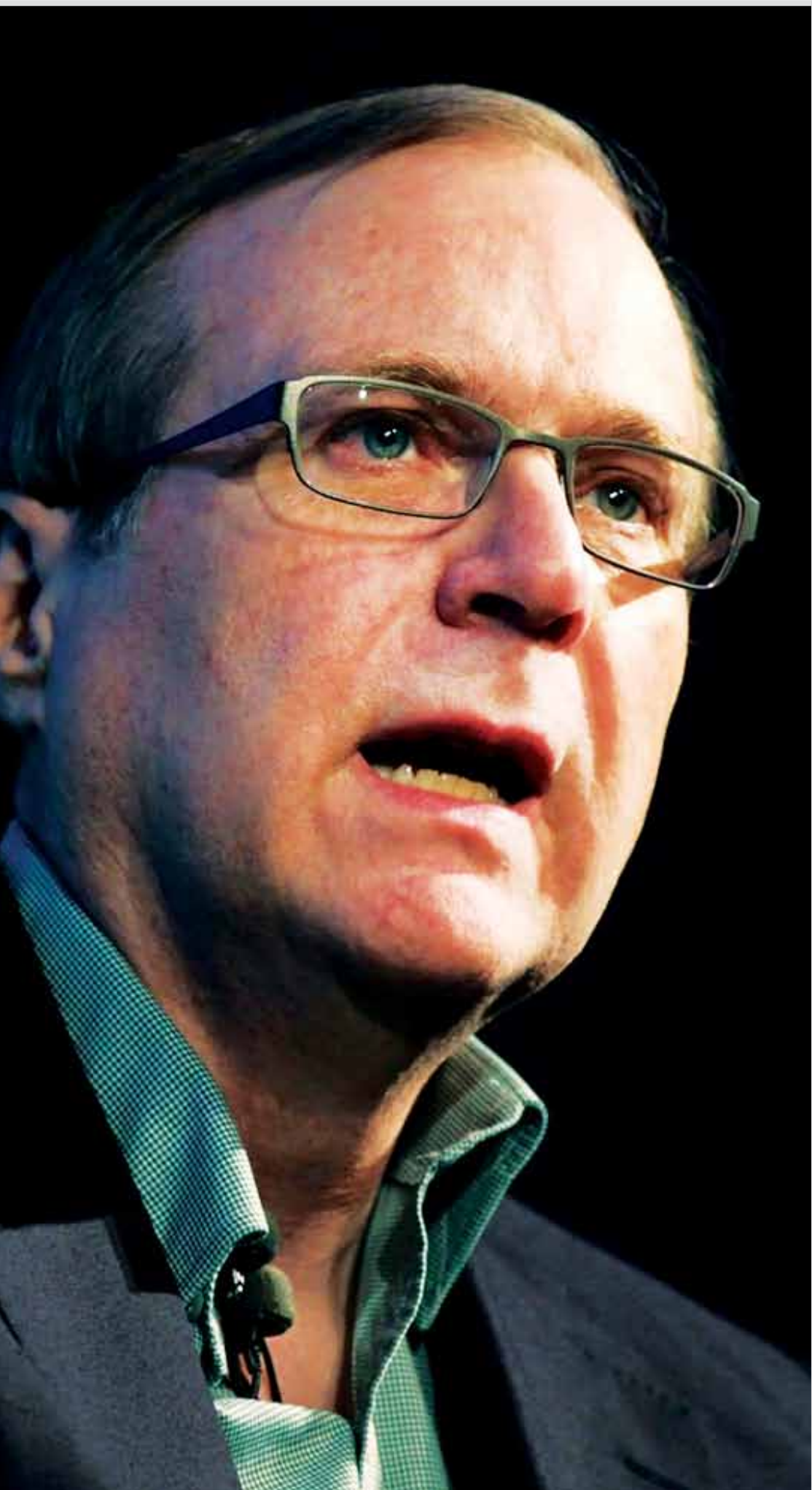
شاغل در صنعت خودرو و قطعه‌سازی با ملاحظه رویه‌رو نشود. وی افزود: نمی‌توان مشکلات تولید را فقط ناشی از تحریم‌ها دانست و سیاست‌ها و تصمیمات داخلی هم اثر بسزایی در روند تولید دارد؛ افزایش ناگهانی و شدید نرخ ارز، عدم اصلاح قیمت‌ها متناسب با بهای تمام‌شده، تأخیر پرداخت مطالبات قطعه‌سازان، مشکلات واردات مواد اولیه مورد نیاز صنعت و طولانی شدن پروسه واردات، عدم تخصیص ارز مورد نیاز به میزان کافی، توقف فعالیت برخی شرکت‌های بازگانی واردکننده مواد اولیه و تجهیزات و... مشکلاتی است که گریبانگیر صنعت شده است.

این فعال صنعت قطعه‌سازی تصریح کرد: اگر مشکلات داخلی برطرف شود، می‌توان از تحریم‌ها گذر کرد. البته باید در مورد قیمت‌گذاری خودرو و قطعات خودرو هرچه زودتر تصمیم‌گیری به عمل آید. متأسفانه در شرایطی قرار داریم که وزیر اقتصاد و وزیر کار نداریم و مرتباً از احتمال تغییر وزیر صنعت، معدن و تجارت صحبت می‌شود. امیدواریم هرچه زودتر تکلیف وزرا مشخص شود تا از نابسامانی‌های

به هر حال تثبیت نرخ دلار در محدوده ۱۰ هزار تومانی یعنی رشد ۱۰۰ درصدی هزینه‌های تولید و این شرایط نگرانی‌هایی بابت احتمال وقوع رکود تورمی در کشور ایجاد می‌کند.

به گزارش بورس نیوز، گفته می‌شود هفته آینده قیمت‌گذاری خودرو تعیین تکلیف خواهد شد. قطعه‌سازان مدت‌ها است به دنبال افزایش قیمت قطعات هستند و خودروسازان، افزایش قیمت قطعات را منوط به افزایش قیمت خودرو کرده‌اند. این در حالی است که روند تیراژ خودرو در کشور به دلیل کمبود برخی قطعات وارداتی تحت تأثیر تحریم‌ها، شیب نزولی دارد. محمدرضا نجفی‌منش، رئیس هیات مدیره انجمن صنایع قطعه‌سازان همگن در گفت‌وگو با بورس نیوز بیان کرد: تیراژ تولید خودروسازان در ۶ ماهه نخست سال افت تقریباً ۱۵ درصدی داشته و کاهش تولید خودرو، منجر به کاهش تولید قطعه نیز خواهد شد. وی ادامه داد: امیدواریم با حمایت دولت و وزارت صمت، تدابیر لازم اندیشیده شود تا این روند مداوم نداشته باشد و اشتغال صدها نیروی





## برگزاری رویداد استارت‌تاپی حوزه فضای مجازی

اولین رویداد استارت‌تاپی در حوزه فضای مجازی با محورهای مختلف توسط مجموعه رویدادهای کارآفرینی جهاد دانشگاهی زنجان برگزار می‌شود. به گزارش ایسنا، این رویداد استارت‌تاپی با همکاری جهاد دانشگاهی و اداره کل ورزش و جوانان استان و با حمایت اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان، بنیاد ملی نخبگان، شرکت شهرک‌های صنعتی استان و پارک علم و فناوری تحصیلات تکمیلی علوم‌پایه زنجان برگزار می‌شود. محورهای این رویداد استارت‌تاپی که قرار است طی روزهای ۲۵ تا ۲۷ مهرماه جاری برگزار شود، شامل تولید محتوا، ساخت اپلیکیشن‌های خبررسان، وبسایت‌های رسانهای، صفحات و کانال‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی است.



### دریچه

## مروری بر HubSpot CRM در سال ۲۰۱۸؛ مزایا، معایب و ابزار فروش

مترجم: مهسا زمانی

هاب‌اسپات (HubSpot) با عرضه ابزار رایگان فروش و مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در سال ۲۰۱۴، بعد جدیدی به خدمات و ارزش شرکت خود افزود. این مجموعه بدون افزایش قیمت اولیه، تأثیرات این ابزار را در بازاریابی و حتی ارائه خدمات به مشتریان گسترش داد. در این مقاله نگاهی بی‌طرفانه (تا آنجا که بتوانیم) به ابزار فروش و مدیریت ارتباط با مشتری هاب‌اسپات می‌اندازیم و مزایا و معایب موجود را بررسی می‌کنیم.

### مزایا و معایب ابزار CRM هاب‌اسپات

ابزار CRM هاب‌اسپات، سازماندهی، پیگیری، گسترش مخاطبین و خط فروش را ساده می‌سازد، اما مانند هر ابزار دیگری مزایا و معایب خود را دارد. مزیت: رایگان است

طبق اعلام شرکت هاب‌اسپات، ابزار CRM برای تمامی کاربران رایگان است؛ حتی برای کسانی که در این سایت عضو نیستند. علاوه بر آن در تعداد کاربران نیز محدودیتی وجود ندارد؛ بدین معنا که می‌توان تمامی گروه‌های بازاریابی، فروش و ... را نیز به این مجموعه اضافه کرد.

مزیت: امکان گفت‌وگوی زنده هاب‌اسپات در سال جاری اولین ابزار گفت‌وگوی زنده (live chat) را برای تمامی کاربران عرضه کرد. تنظیم و مدیریت این ابزار بسیار ساده است و حتی می‌توان از گزینه کارآمد روبات‌های گفت‌وگو (chat bot) برای ارتقای سطح تجربه بازدیدکنندگان و مشتریان آنلاین بهره برد. با استفاده از ابزارهای غیررایگان هاب‌اسپات می‌توان متناسب با نوع فعالیت، عملکرد قوی‌تری در جذب مشتری و مدیریت گفت‌وگوهای زنده و سؤالات مطرح‌شده ارائه داد.

مزیت: ارائه دیدگاهی بهتر ابزار CRM هاب‌اسپات به صورت خودکار تعاملات مشتریان را دنبال و دیدگاه بهتری نسبت به رفتار آنها فراهم می‌کند. همین امر بی‌بردن به زمان مناسب برای پیگیری از مشتری را راحت‌تر می‌سازد. با استفاده از افزونه‌های Gmail و Outlook می‌توان بازشدن و کلیک‌خوردن ایمیل‌های ارسالی را دنبال و به صورت زنده میزان تعاملی که کاربران با ایمیل‌ها دارند را مشاهده کرد. در نسخه رایگان این ابزار می‌توان به مدت هفت روز رهگیری فعالیت‌های مربوط به اطلاعات تماس موجود در وبسایت را مشاهده کرد. در نسخه غیررایگان نیز امکان مشاهده تمامی اطلاعات رهگیری‌شده وجود دارد.

مزیت: محدودیتی در شخصی‌سازی وجود ندارد اکثر ابزارهای CRM، محدودیت‌های آزاردهنده‌ای در زمینه شخصی‌سازی دارند، اما هاب‌اسپات اجازه شخصی‌سازی تمامی جوانب را متناسب با برند و روند فروش، به کاربر می‌دهد.

مزیت: پایگاه داده مورداستفاده یکسان با پایگاه داده پلتفرم‌های بازاریابی بهترین بازدهی بازاریابی و فروش زمانی حاصل می‌شود که این دو تیم در یک راستا عمل کنند. طبیعتاً ابزار CRM هاب‌اسپات به ابزار بازاریابی هاب‌اسپات مرتبط است و انتقال اطلاعات حاصل از بازاریابی به بخش فروش را ممکن می‌سازد؛ در نتیجه منبخره اطلاعات بسیار ساده‌تر انجام می‌شود. همچنین با گسترش استفاده از ابزارهای هاب‌اسپات، تمامی اطلاعات در محل خود باقی می‌مانند. به این معنا که ارتقای اشتراک صرفاً ویژگی‌ها و قابلیت‌های بیشتری را در اختیار کاربر می‌گذارد.

مزیت: امکان استفاده به صورت همزمان با دیگر ابزارهای CRM بیشتر کارفرمایان در ایمپکت (IMPACT) از کاربرد ابزار CRM هاب‌اسپات



در یافتن مشتریان بالقوه راضی هستند زیرا این ابزار ساده، کارآمد و قابل‌تلفیق با دیگر ابزار فروش هاب‌اسپات است. اما همچنان سامانه سیلزفورد (Salesforce) یا دیگر سیستم‌های قدیمی برای رفع برخی دیگر از نیازها کاربرد دارند. خوشبختانه ابزار CRM هاب‌اسپات در فعالیت‌هایی که سازمان به کمک دیگر پلتفرم‌های CRM مانند SFDC یا Microsoft Dynamics انجام می‌دهد، خللی وارد نمی‌کند. این ابزارها می‌توانند به صورت همزمان مورداستفاده قرار بگیرند و با هاب‌اسپات تلفیق شوند.

عیب: فناوری نسبتاً جدیدی است از آنجایی که ابزار CRM هاب‌اسپات در مقایسه با دیگر ابزارهای موجود در این زمینه جدیدتر است، محدودیت‌هایی در قابلیت‌های آن دیده می‌شود. با این وجود تکیه هاب‌اسپات بر تحقیق و توسعه در سال ۲۰۱۸ تردیدهای موجود درباره این پلتفرم را کاهش داده است. علاوه بر این ابزار CRM مرتباً به‌روزرسانی می‌شود. عیب: کم‌حجم بودن

با اینکه ابزار CRM هاب‌اسپات برای کسب‌وکارهای در حال توسعه بسیار مناسب است، از نظر سازمان‌هایی که تیم فروش گسترده‌ای دارند، هنوز به اندازه کافی پیشرفته نیست.

عیب: عدم انعطاف‌پذیری در مقایسه با دیگر ابزارهای CRM، پلتفرم هاب‌اسپات انعطاف‌ناپذیری کافی ندارد. به کمک برخی ویژگی‌ها و برحسب نیازها و روند کاری گروه، می‌توان به وسیله این ابزار شخصی‌سازی انجام داد، اما با این حال سازمان‌هایی که روند فروش پیچیده‌ای دارند، انعطاف‌پذیری مدنظر خود را در ابزار CRM هاب‌اسپات پیدا نکرده‌اند.

### ابزار CRM هاب‌اسپات در برابر ابزار Salesforce

تصمیم‌گیری درباره ابزار CRM مناسب برای کسب‌وکار، در وضعیت فعلی کسب‌وکار، تیم فروش و اهداف مجموعه خلاصه می‌شود. طبق اظهارات هاب‌اسپات، ابزار CRM آنها برای رقابت با ابزار Salesforce طراحی نشده و بیشتر مخصوص شرکت‌هایی است که تا به حال از ابزارهای CRM استفاده نکرده‌اند و یا ابزار Salesforce را برای حد نیازهایشان می‌دانند.

اگر شرکت در حال توسعه‌ای دارید و به دنبال پیاده‌سازی نرم‌افزار CRM کم‌حجمی هستید که شیوه سازماندهی و میزان بازدهی نمایندگان فروش‌تان را بهبود بخشد و گزارش‌های حلقه‌بسته (گزارش‌های تیم فروش در اختیار بخش بازاریابی قرار می‌دهد) از عملیات فروش و بازاریابی تهیه کند، ابزار CRM هاب‌اسپات مناسب شماست، اما اگر به یک اکوسیستم همه‌جانبه سازمانی در یک پلتفرم نیاز داشته باشید، احتمالاً Salesforce گزینه بهتری خواهد بود.

### ابزار فروش هاب‌اسپات

در حالی که ابزار CRM هاب‌اسپات، تجهیزات اساسی بسیاری برای شروع کار دارد، کمتر به صورت مجزا مورداستفاده قرار می‌گیرد، بنابراین اگر می‌خواهید شروع به استفاده از این ابزار کنید، احتمالاً به ابزار فروش نیز نیاز پیدا خواهید کرد.

در اینجا نگاهی کلی به مزایا و معایب ابزار فروش می‌اندازیم:

ابزار فروش هاب‌اسپات در سال گذشته موفقیت بسیاری کسب کرده‌اند. در حال حاضر این مجموعه چندین ابزار فروش ارائه می‌کند که شامل Email Templates, Snippets, Meetings, Prospects, Sequences. می‌باشد. به این معنا که ارتقای اشتراک صرفاً ویژگی‌ها و قابلیت‌های بیشتری را در اختیار کاربر می‌گذارد. خود به نام Sales Hub Enterprise را معرفی و نظر شرکت‌های نسبتاً بزرگ را به خود جلب کرد.

## مرکز رشد پارک علم و فناوری ارومیه افتتاح شد

مرکز رشد پارک علم و فناوری ارومیه با حضور «سورنا ستاری»، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری افتتاح شد.

به گزارش ایرنا رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان غربی روز سه‌شنبه در آیین افتتاح این طرح گفت: این مرکز در زمینه به مساحت ۳ هزار و ۵۰۰ مترمربع و با ۲۵ میلیارد ریال هزینه به بهره‌برداری رسید. حسن حیدری افزود: عملیات اجرایی این مرکز از سال ۱۳۸۸ شروع شده ولی به دلیل بی‌توجهی، بلا تکلیف مانده بود.

وی افزود: عملیات احداث این مرکز از سال ۱۳۹۴ و با حمایت دولت تدبیر و امید آغاز شد و با سرعت زیاد ادامه یافت. وی اضافه کرد: ۸۴ شرکت و واحد فناوری دانش‌بنیان در این مرکز استقرار دارد و علاوه بر اجرای ایده‌های علمی و فناورانه، به تولید محصولات نوین می‌پردازند.

به گزارش ایرنا، پارک علم و فناوری آذربایجان غربی با هدف بسترسازی برای تولید ثروت از طریق علم و فناوری تاسیس شده است؛ این نهاد به عنوان یکی از ارکان مهم شکل‌گیری و توسعه اقتصاد دانش‌بنیان تلاش می‌کند تا با استفاده از موقعیت ممتاز همجاری با سه کشور آسیایی و اروپایی و دارا بودن هفت مرز رسمی در سطح کشور به حمایت همه‌جانبه از شرکت‌های مبتنی بر دانایی و خلاقیت و جذب سرمایه‌گذار بپردازد.

مدیران این پارک در تلاش هستند تا زمینه تجاری‌سازی و بازاریابی ایده‌های نوآورانه و فناورانه را فراهم کنند و نقش کلیدی در یاری رساندن به حضور فعال این شرکت‌ها در سطوح ملی و بین‌المللی داشته باشند.

رویداد شتاب «استارت‌تاپ ویکند» از سال ۱۳۹۶ تاکنون با حمایت پارک علم و فناوری در آذربایجان غربی برگزار شده است و در مجموع ۳۹ ایده منتخب در مراکز رشد مراحل نخست اجرایی را طی می‌کند.



معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری افتتاح شد.

به گزارش ایرنا رئیس پارک علم و فناوری آذربایجان غربی روز سه‌شنبه در آیین افتتاح این طرح گفت: این مرکز در زمینه به مساحت ۳ هزار و ۵۰۰ مترمربع و با ۲۵ میلیارد ریال هزینه به بهره‌برداری رسید. حسن حیدری افزود: عملیات اجرایی این مرکز از سال ۱۳۸۸ شروع شده ولی به دلیل بی‌توجهی، بلا تکلیف مانده بود.

وی افزود: عملیات احداث این مرکز از سال ۱۳۹۴ و با حمایت دولت تدبیر و امید آغاز شد و با سرعت زیاد ادامه یافت. وی اضافه کرد: ۸۴ شرکت و واحد فناوری دانش‌بنیان در این مرکز استقرار دارد و علاوه بر اجرای ایده‌های علمی و فناورانه، به تولید محصولات نوین می‌پردازند.

به گزارش ایرنا، پارک علم و فناوری آذربایجان غربی با هدف بسترسازی برای تولید ثروت از طریق علم و فناوری تاسیس شده است؛ این نهاد به عنوان یکی از ارکان مهم شکل‌گیری و توسعه اقتصاد دانش‌بنیان تلاش می‌کند تا با استفاده از موقعیت ممتاز همجاری با سه کشور آسیایی و اروپایی و دارا بودن هفت مرز رسمی در سطح کشور به حمایت همه‌جانبه از شرکت‌های مبتنی بر دانایی و خلاقیت و جذب سرمایه‌گذار بپردازد.

مدیران این پارک در تلاش هستند تا زمینه تجاری‌سازی و بازاریابی ایده‌های نوآورانه و فناورانه را فراهم کنند و نقش کلیدی در یاری رساندن به حضور فعال این شرکت‌ها در سطوح ملی و بین‌المللی داشته باشند.

## برقراری ارتباط مستقیم استارت‌تاپ‌ها و سرمایه‌گذاران در حوزه دریا

رویداد استارت‌تاپ «اپلیکیشن‌های دریایی» در آبان‌ماه سال جاری با هدف برقراری ارتباط مستقیم میان صاحبان ایده، استارت‌تاپ‌ها و سرمایه‌گذاران برگزار می‌شود.

به گزارش خبرنگار مهر، محسن نادری پیکما، دبیر بخش «رویداد استارت‌تاپ دمو اپلیکیشن دریایی» چهارمین دوره جشنواره ملی «دریا مسیر پیشرفت» گفت: صنایع دریایی به عنوان یکی از صنایع سودآور در دنیا معرفی شده که از بخش‌های مختلفی تشکیل شده است. تنوع و گستردگی فعالیت‌های موجود در این صنعت امکان شکل‌گیری و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک با سرمایه‌گذاری کم را فراهم می‌کند. وی افزود: متأسفانه در کشور ما اقدامات و فعالیت‌های محدودی جهت رشد و پرورش فضای کسب‌وکار در حوزه دریا انجام گرفته

و نیازمند به توجه ویژه‌ای در این زمینه است؛ در این راستا می‌توان با تشویق فناوران و سرمایه‌گذاری مناسب در ایده‌ها و کسب‌وکارهای جدید، فرصت‌های شغلی مناسبی ایجاد کرد و شرکت‌های دانش‌بنیان



دریایی را گسترش داد. نادری پیکما ادامه داد: سننات توسعه فناوری و صنایع دانش‌بنیان دریایی در جهت شکل‌گیری اکوسیستم کارآفرینی در حوزه دریا

و استفاده از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود در کشور، فعالیت‌ها و برنامه‌های متنوعی در این راستا برنامه‌ریزی کرده است. یکی از این برنامه‌ها حمایت از برگزاری رویدادهای استارت‌تاپی به منظور حمایت از شرکت‌های نوپا و ایده‌پردازان است.

وی تأکید کرد: رویداد استارت‌تاپ «اپلیکیشن‌های دریایی» در آبان‌ماه سال جاری با هدف برقراری ارتباط مستقیم بین صاحبان ایده و استارت‌تاپ‌ها با سرمایه‌گذاران و با حضور شرکت‌های نوپا، استارت‌تاپ‌ها و ایده‌پردازان این

حوزه برگزار خواهد شد و سپس جلسات خصوصی بین صاحبان ایده و سرمایه‌گذاران برگزار شده و طرح‌های آنان مورد ارزیابی دقیق سرمایه‌گذاران قرار خواهد گرفت.





## راه اندازی تابلوی معاملات استار تاپ‌ها تا ۲ ماه آینده

مدیرعامل فرابورس ایران گفت صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه با سرمایه ۱۵۰ میلیارد تومان در حوزه فین تک و سرمایه‌گذاری در داخل بورس را طی این هفته در فرابورس پذیرهنویسی می‌شود که هدف از آن حمایت از استار تاپ‌ها در حوزه بازنشستگی و سالمندی است. امیر هامونی در گفت‌وگو با فارس، از عرضه اولیه سهام یک شرکت دانش‌بنیان روز دوشنبه خبر داد و گفت: فردا تعداد ۲۵ میلیون سهم از کل سهام شرکت داروسازی آوه سینا برای نخستین بار پس از پذیرش در بازار دوم فرابورس عرضه اولیه می‌شود. وی افزود: این ناشر به عنوان شرکت دانش‌بنیان در حالی داروی ضد سرطانی تولید می‌کند که فردا به روش ثبت سفارش عرضه اولیه خواهد شد.

### یادداشت



## چرا همه کارها تا پایان روز به انجام نمی‌رسند؟

اما نکته دیگر آنکه سیستم توقف نیازمند تلاش است تا وارد عمل شود. از طرفی ممکن است انرژی لازم برای متوقف کردن برخی رفتارهای خود را نداشته باشید. اگر مرتباً ترغیب می‌شوید کاری را انجام دهید که در میان سایر وظایف‌تان نقش محوری ندارد بهتر است در اوایل روز و نه اواخر آن برای کنار زدن این حس وسوسه تلاش کنید.

### چه کاری می‌توان انجام داد؟

اینکه تمرکز دیر هنگام روی مسائل کاری دشوار است بدان معنا نخواهد بود که شما بهره‌وری لازم را در کارتان ندارید. صرفاً باید به روشی دیگر بهره‌وری‌تان را حفظ کنید. وقتی به لیست کارهای خود نگاه می‌کنید احتمالاً با دو نوع وظیفه روبه‌رو می‌شوید. برخی از آنها برای پیشرفت نیازمند تعهد انگیزشی هستند و از آن جمله می‌توان به کار روی گزارش‌ها، یا خواندن مشخصات یک محصولات اشاره کرد. دیگر وظایف اما از بیرون باعث انگیزه بخشیدن به شما می‌شوند. مثلاً ملاقات با یک همکار یا مشتری، بازدید از تاسیسات تازه شرکت یا چک کردن ایمیل‌ها. در این وظایف انرژی لازم برای کار کردن از بیرون به وجود می‌آید نه از درون. بنابراین روزتان را طوری سازماندهی کنید که وظایفی که نیازمند بیشترین تعهد درونی هستند در اوایل روز انجام شوند و کارهایی که خودشان انگیزه لازم برای انجامشان را ایجاد می‌کنند در اواخر روز اتفاق بیفتند. برای مثال کارهای نوشتنی خود را در ابتدای روز انجام دهید و ملاقات‌ها با همکاران و دوستان را به انتهای روز موکول کنید. اگر روزتان را به این شیوه برنامه‌ریزی کنید آنگاه می‌توانید با افت و خیز سیستم انگیزشی بدن‌تان بهتر کار کنید و دیگر نیازی به جنگیدن با سطوح انرژی بدن‌تان نخواهید داشت.

منبع: fastcompany/digiatو

روزهای کاری در شرایط عادی با حجمی از امید و انرژی شروع می‌شوند. به دفتر کارمان می‌رویم تا دنیا را فتح کنیم. در طول روز ممکن است انرژی‌مان فروکش کند اما همچنان جریان دارد و عاقبت ما را به نقطه‌ای از پیشرفت می‌رساند (معمولاً یک یا دو ساعت قبل از پایان یافتن روز کاری). در این نقطه معمولاً دیگر انرژی‌مان به انتها رسیده. به لحاظ فیزیکی همچنان در محیط کار حضور داریم اما مغزمان کار را به پایان رسانده و به تعطیلات رفته، بنابراین ممکن است ناخودآگاه متوجه شویم که مشغول «کارهای بی‌فایده» شدیم و مثلاً بی‌دلیل وب‌گردی می‌کنیم. چرا پایان روز تا این اندازه کسالت‌آور است؟

با در نظر داشتن آنچه گفته شد سیستم انگیزشی انسان دو بخش اصلی دارد. نخست Go System یا سیستم رانشی که با اهداف شما در ارتباط است و نیروی محرکه لازم را برای حرکت به سمت آن اهداف در شما ایجاد می‌کند. دومی Stop System یا سیستم توقف که مانع از فعالیت‌تان روی موضوعاتی می‌شود که سیستم رانشی شما را به آنها ترغیب می‌نماید و در واقعی حسی را در شما ایجاد می‌کند که نخواهید آن کار را انجام دهید. در هر حال اما هر دوی این سیستم‌ها وقتی به انتهای روز می‌رسیم عملکرد ضعیفی پیدا می‌کنند.

توجه پایدار به یک وظیفه نیازمند تقویت انرژی Go System است. هرچه در طول روز پیش می‌رویم و روی وظایف مختلفی کار می‌کنیم ایجاد انرژی درونی لازم برای تمرکز روی وظایف بعدی‌مان نیز دشوارتر می‌شود. در نتیجه وجود چیزهای ترغیب‌کننده در محیط پیرامونی می‌تواند نقشی تعیین‌کننده روی موضوعی داشته باشد که می‌خواهیم رویش تمرکز کنیم. به طور مثال احتمال آنکه در انتهای روز حواس‌مان به اینستاگرام‌مان جلب شود به مراتب بیشتر از ابتدای روز است.

## چگونه بهترین دوست خود را اخراج کنید

نقش مدیر مدرسه را ندارید که دانش‌آموز خطاکاری را به دفتر فراخوانده باشد. شما رئیس آنها هستید و آنها کارمندان شما هستند. من بر اساس تجربه صحبت می‌کنم. می‌توانم به شما قول بدهم که هرچقدر هم خود را برای این شرایط آماده کرده باشید، در عمل شرایط متفاوت است. پس خودتان باشید و بس. اجازه دهید که آنها پاسخگو باشند حتی اگر عصبانی و ناراحت شدند شما آرام و محکم باشید.

### اطمینان داشته باشید که این کار برای همه بهتر است

من انسان خوش‌بینی هستم اما دیر یا زود این خوش‌بینی از بین می‌رود. من به خاطر تاخیر در اخراج کارمندانم، سازمان را تا مرز نابودی رساندم. بهتر است قبل از این که شرایط دشوار شود، دوستان خود را اخراج کنید؛ اما معمولاً ما این کار را به صاحبان شرکت، دیگر کارمندان و مشتریان می‌سپاریم. هرچقدر روابط بین شما دوستانه‌تر باشد احساسات منفی که تجربه می‌کنید بیشتر خواهد بود. اما به‌رحال این جلسه با حس منفی همراه خواهد بود. خود را آماده کنید تا به بی‌مهری، خیانت و عبره متمم شوید. حتی اگر خیلی زود زمان ببرد اما در نهایت اوضاع مساعد خواهد شد. مطمئن باشید که شما بهترین تصمیم را برای دوستان و سازمانتان گرفته‌اید و با این حقیقت طوفان را پشت‌سر بگذارید.

### به آنها کمک کنید تا شغل دیگری پیدا کنند

همانطور که پیش‌تر ذکر شد، شرایط بسیاری وجود دارد که منجر به اخراج کارمندان می‌شود اما به این معنی نیست که آنها خوب کار نمی‌کنند و نمی‌توانند برای سازمان‌های دیگر موثر باشند؛ بلکه بهتر است در محیط دیگری کار کنند. پس به آنها کمک کنید تا بتوانند کار خود را در جای دیگری شروع کنند. حتی اگر لازم است از تمام ارتباط‌های خود استفاده کنید تا آنها بتوانند شغل دیگری پیدا کنند و روی پای خودشان بایستند.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

بخش مهمی از زندگی کاری افراد را روابط آنها با همکارانشان تشکیل می‌دهد، بنابراین موضوع مدیریت روابط در سازمان اهمیت بسزایی پیدا می‌کند. مقاله زیر توسط لوی کینگ در سایت entrepreneur نوشته شده است: آیا تابه‌حال از شغل خود اخراج شده‌اید؟ من اخراج شدم. بدترین احساسات جهان مثل ناامیدی، دل‌سردی و تحقیر به سراغم آمد. آیا تابه‌حال کسی را اخراج کرده‌اید؟ من اخراج کردم. حس آن لحظه نیز مانند همان حس اخراج شدن بود. البته که استشنا وجود دارد. کارمندی که به وظایفش عمل نمی‌کند و با رفتار خود فرهنگ سازمان را مسموم کرده و در اغلب موارد عملکردش پایین‌تر از استاندارد سازمان است شامل صحبت‌های من نمی‌شود. اما کسانی هستند، باین که سخت تلاش می‌کنند تا وظایف خود را به خوبی انجام دهند اما در نهایت موفق نمی‌شوند و باید سازمان را ترک کنند. این موضوع برای دوستان و کسانی که از روزهای اول با شما بوده‌اند دردناک‌تر می‌شود. من به شما قول می‌دهم که احساسی که در آن لحظات دارید سال‌ها در قلب شما بماند؛ اما باین حال راه‌های درست و اشتباهی برای کنترل کردن آن وجود دارد که در ادامه عرض خواهیم کرد.

### برای آنها معیارهای مشخصی را تعیین کنید

وقتی به کسی نزدیک هستید تمایل دارید که استانداردهای پایین‌تری برای عملکرد او قرار دهید. آن را انکار نکنید، با خود صادق باشید زیرا این موضوع از لحاظ روانشناختی ثابت شده است. دوست خود را مانند بقیه ببینید و برای او معیارها و اهداف شفاف‌تری قرار دهید. اگر وی به اهداف دست پیدا نکند کار شما راحت‌تر می‌شود چرا که باهم توافق کردید که برای ادامه‌ی همکاری، دستیابی به اهداف مورد نظر الزامی است.

### با آنها روراست باشید

این شرایط را با مراسم تشییع جنازه و یا حتی مهمانی اشتباه نگیرید، شما

## اجرای طرح «آمایش استار تاپ‌های ورزشی ایرانی»

که علاقه‌مندان تا پایان ساعت اداری روز چهارشنبه ۳۰ مهرماه می‌توانند کپی رزومه تحصیلی و اجرایی خود را به آدرس ایمیل mehdryasooli@gmail.com ارسال کرده و برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره

تلفن‌های: ۸۸۹۲۳۷۰۹ (داخلی) ۴۵۱ و ۴۵۲ تماس حاصل کنند. افراد واجد شرایط پس از بررسی مدارک به مصاحبه علمی دعوت خواهند شد. افرادی که به‌عنوان کمک

محقق در این پروژه پذیرفته می‌شوند در صورت مشارکت فعال و مؤثر گواهی همکاری در اجرای این پروژه از طرف پژوهشگاه علوم ورزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری دریافت می‌کنند و اسامی افراد در کتاب مستخرج از این پروژه که توسط پژوهشگاه چاپ خواهد شد درج شده و از امتیازات آن بهره‌مند می‌شوند.



به منظور ایجاد فضای همکاری و تجربه‌اندوزی در حوزه فناوری‌های ورزشی، مرکز نوآوری فناوری‌های ورزشی پژوهشگاه علوم ورزشی، پروژه «آمایش استار تاپ‌های ورزشی ایرانی» (در حوزه اپلیکیشن‌ها و بازی‌ها) را در دستور کار خود قرار داد.

به گزارش ایسنا، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان ممتاز حوزه علوم ورزشی و فنی و مهندسی می‌توانند به عنوان همکار در این پروژه تحقیقاتی مشارکت کرده و از مزایای مشارکت در آن بهره‌مند شوند.

هدف از اجرای این

پروژه تحقیقاتی شناسایی و تحلیل بازار کسب‌وکار و در حوزه اپلیکیشن‌های ورزشی اعلام شده است. مهلت و شیوه ارسال رزومه و درخواست همکاری بدین قرار است

## چالش‌های پیش روی شرکت‌های دانش‌بنیان

را ندارند. در مورد صادرات هم که توانایی‌های بیشتری مورد نیاز است که عمدتاً شرکت‌های کوچک و متوسط از آن بی‌بهره هستند. مهرداد شکریه یادآوری کرد: حوزه مواد و ساخت پیشرفته،

موضوعی فرارشته‌ای بوده و به نحوی با تمام ۹ حوزه مذکور مرتبط است اما عمده شرکت‌های این حوزه در دسته دوم با عنوان «مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی» قرار می‌گیرند که در مجموع ۳۸۸ شرکت دانش‌بنیان (۱۱ درصد کل شرکت‌های دانش‌بنیان) در این دسته حضور دارند. در کل شرکت‌های این دسته، ۱۵۲ شرکت نوپا نوع ۱۱۷،۱ شرکت تولیدی نوع ۸۲،۲ شرکت تولیدی نوع ۱ و همچنین ۳۷ شرکت نوپا نوع ۲ حضور دارند.

محمود مهرداد شکریه، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های مواد و ساخت پیشرفته معاونت علمی درباره چالش‌های پیش روی شرکت‌های دانش‌بنیان اظهار کرد: یکی از مهم‌ترین چالش‌های

عمده شرکت‌های موجود، شرکت‌های کوچک و نوپا (حدود ۴۹ درصد از کل شرکت‌های دسته دوم) با منابع محدودی اعم از مالی، انسانی، زیرساختی است که در ابتدای راه تجاری‌سازی بوده و مشخص نیست تا چند سال دیگر پایدار بمانند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی ادامه داد: بازار، چالش دیگری است که از تمام موضوعات

مهم‌تر است. بسیاری از شرکت‌ها بازار مشخصی در داخل ندارند و صرفاً براساس یک توانمندی و علاقه‌مندی فردی شکل گرفته‌اند یا اینکه به رغم وجود بازار داخلی توانایی کسب سهم مناسبی از آن





کارگاه برندینگ



۹ روش برای داشتن تبلیغ دهان به دهان  
برای کسبوکار خودتان (بخش دوم)

به قلم مرتضی گل آقایی

در مطلب قبل در مورد اهمیت تبلیغ دهان به دهان خصوصا برای کسبوکارهای کوچک توضیح دادم و روش‌هایی را برای آن یادآور شدم. توضیح برای هر یک از این روش‌های متنوع که تعداد آنها به ۹ می‌رسید، در قالب یک مطلب ممکن نبود و مطلب به دو بخش رسید که

ادامه آن را در این مطلب دنبال می‌کنیم:

۵- از مشتریان درخواست سفارش و توصیه خودتان را بکنید و آن را به دیگران نشان دهید

سفارش و توصیه از طرف مشتریان راضی (یادداشت‌های کوتاه از مشتریانی که از خدمات و محصولات شما راضی بوده‌اند و برای‌شان ارزش داشته است) تاییدکننده‌های ارزشمندی بوده و به خوبی می‌تواند موجب گسترش تبلیغ دهان به دهان برای شما شود. پس عادت کنید تا از مشتریان خود برای دریافت چنین یادداشت‌ها و دست خط‌هایی درخواست کنید. متلازمانی که از مشتری می‌خواهید تا شما را به دیگران معرفی کنند، زمان خوبی برای درخواست از آنها برای نوشتن یک یادداشت کوتاه در رابطه با کسبوکار شماست.

زمانی که چنین یادداشتی دریافت کردید، توجه کنید که به بهترین شکل ممکن از آن استفاده کنید، آن را بر روی وبسایت و شبکه‌های اجتماعی خود منتشر کنید، در تبلیغات خود از آن استفاده کنید و ... بدون شک بالاخره توسط یکی از مشتریان دیده شده و خبر و اثر خوب آن رفته رفته به دیگران می‌رسد.

۶- سمینار یا کلاس‌های درس برگزار کنید

در حالی که تدریس و برگزاری سمینار رایگان برای اجرا شدن نیاز به برنامه‌ریزی و زمان کافی دارد، اما تبلیغات دهان به دهان و به عبارتی روابط عمومی ایجاد شده توسط آن به شدت می‌تواند موجب تقویت جایگاه شما در برابر رقبا شود.

دو نکته مهم و اساسی که برای این کار باید مد نظر قرار دهید انتخاب موضوعی است که برای مخاطب شما جذابیت بالایی داشته و البته آنقدر کوتاه باشد که قابل مدیریت در یک جلسه باشد و در زمان یک جلسه‌ای تعیین شده قابل ارائه باشد. اینگونه مخاطبین شما ناراضی و ناراحت از به‌دست نیابردن اطلاعاتی که برای آن آمده بودند یا به‌دست آوردن تنها بخشی از اطلاعاتی که در پی آن بودند، جلسه سمینار شما را ترک نمی‌کنند.

۷- با مشتریان در فضای آنلاین تعامل داشته باشید

به یاد داشته باشید که در این مطلب منظور ما از دریافت تبلیغ دهان به دهان، تبلیغ مثبت برای رشد کسبوکار شماست و البته امروزه جایی که اغلب مردم بیشترین وقت خود را در آن می‌گذرانند و با یکدیگر صحبت می‌کنند، شبکه‌های اجتماعی است. پس کسبوکار شما هم نیاز دارد که در این محیط‌ها حضور فعال داشته باشد. راه انداختن یک صفحه توییتر یا یک صفحه فیس‌بوک کار آنچنان سختی نیست

اما باید توجه داشته باشید که صحبت کردن دیگران در رابطه با کسبوکار شما است که موجب شکل‌گیری تبلیغ دهان به دهان برای شما می‌شود و فقط معرفی محصولات خودتان در این شبکه‌ها هیچ اثر مثبت تبلیغاتی برای فروش بیشترین شما ایفا نمی‌کند.

در عوض معرفی مکرر محصولات و خدمات خود در این شبکه‌ها، یک استراتژی برای شبکه‌های اجتماعی خود تدوین کنید که موجب تعامل بیشتر مشتریان با شما و جلب شدن آنها برای صحبت کردن در رابطه با کسبوکار شما شود.

۸- بر اعتبار و محبوبیت خودتان در فضای آنلاین نظارت داشته باشید

همچنان که صحبت‌های زیادی در رابطه با خدمات و محصولات شما در شبکه‌های اجتماعی جریان پیدا می‌کند، شما باید از محتوای این صحبت‌ها هم به‌خوبی اطلاع داشته باشید. پس بسیار مهم است که به‌خوبی بر اعتبار خود در فضای آنلاین نظارت داشته باشید و بدانید چه نوع تبلیغ دهان به دهان و با چه کیفیتی در رابطه با کسبوکار شما در این فضا در جریان است.

البته امروزه در اغلب این شبکه‌های اجتماعی ابزارهای جست‌وجوی خوبی برای دنبال کردن کلمات کلیدی مرتبط با برند، محصول و خدمات شما به‌صورت هشتگ یا فید خبری و ... وجود دارد که برای اطلاع از آنها باید به آموزش‌های خاص هر یک از این شبکه‌ها مراجعه کنید.

همچنین خدمات آنلاین خاصی برای این کار هم ارائه می‌شود که مثلا با اضافه کردن یک حساب کاربردی از یک شبکه اجتماعی می‌توانید به‌صورت روزانه ایمیلی محتوای گفت‌وگوها و ... در رابطه با کسبوکار خودتان هم دریافت کنید که از جمله این خدمات می‌توان به social mention و ... اشاره کرد.

۹- در کارهای عام‌المنفعه و ... برای جامعه خود حاضر شوید  
انجام کار خوب برای جامعه به هر شکلی می‌تواند تاثیر بسیار خوب و مثبتی برای تبلیغات دهان به دهان شما باشد. حمایت مالی از رویدادهای اجتماعی یا خیریه یکی از روش‌های انجام آن است. یکی دیگر از آنها داشتن یک نقش فعال یا کمک فیزیکی در سازمان‌های دولتی است که نفع آن برای عموم جامعه است، مثل کمک در بیمارستان‌ها، مدارس و ... در دوره‌های نیاز، تراکم و شلوغی. کسی باشید که داوطلبانه به کارهای عام‌المنفعه مشغول می‌شود و مطمئنا تاثیر آن را در تصویر از برند خود و در آذهای مردم و مخاطبین خواهید دید. شرکت‌های بزرگ مثل کوکاکولا مثلا ۲درصد از درآمد خودشان را به سازمان‌های خیریه هدیه می‌کنند - چرا؟ چون این کار موجب ارتقای اعتبار شرکت شده و برای کسبوکار آنها در بین مردم خوب است. تبلیغات دهان به دهان خواه و ناخواه اتفاق می‌افتد، خواه به آن توجه داشته باشید یا خیر. اما مطمئنا یک استراتژی خوب و موثر برای کسبوکار کوچک شماست، پس بهتر است به آن توجه ویژه‌ای داشته باشید. چرا نباید به این تبلیغ توجه کنید و سرعت پخش شدن آن توسط مخاطبین

خود را با استفاده از استراتژی‌های مطرح‌شده در این مطلب بیشتر کنید؟ چیزی که در انتها به‌دست می‌آورد یادآور بزرگ‌تری از مشتریان برای خودتان است که به هر حال به نفع کسبوکار شما تمام می‌شود.  
منبع: **ibazaryabi**

۱۷ ویدئوی بازاریابی و کمپین تبلیغاتی که از تماشای آنها لذت خواهیم برد (بخش دوم)



به قلم: لیندسی کوئویچ کارشناس حوزه بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

۹ Always: به مانند یک دختر

به مانند برند داو، Always نیز به سراغ پیوند پیام‌های ایده‌آل تبلیغاتی با واقعیت‌های جاری زندگی رفته است. به این ترتیب در اینجا ما با ترکیب امر آرمانی و واقعیت مواجه هستیم. در کمپین «به مانند یک دختر» شرکت از توهمین‌های رایج و مشهور برای جلب توجه ما استفاده می‌کند. سپس موضوع اصلی عوض شده، به دشواری‌های مبارزه و حضور به عنوان یک دختر در جامعه و تلاش برای دستیابی به حقوق انسانی اشاره می‌گردد.

برند Always پس از نمایش این کمپین تقدیرها و تعریف‌های بسیاری را دریافت کرد. آنها به دلیل ساخت این ویدئوی تبلیغاتی جایزه امی، Cannes Grand Pix و Grand Clio را به دست آورده‌اند.

نکته مهم این کمپین

بازاریابی مشتریان را در جهت‌های مختلفی ترغیب می‌کند. با این حال زمینه اساسی همه این نوع تاثیرگذاری‌ها ارتباط با مخاطب به مثابه انسان است. اشاره به تجربه‌های دشوار زندگی یکی از گونه‌های انسانیت در تبلیغات محسوب می‌شود. احساس‌هایی نظیر عصبانیت، تحقیر و نیاز به اعتماد به نفس از جمله مثال‌های مطلوب در این زمینه هستند.

۱۰ American Greetings: سخت‌ترین کار دنیا

این کمپین ویدئویی از سوی موسسه مولن و فروشگاه کارت پستال American Greetings یکی دیگر از نمونه‌های بسیار موفق این فهرست است.

به جز صحنه خرید کارت پستالی برای تبریک روز جهانی مادر به یک مادر فداکار، سایر اجزای این ویدئو عاری از هرگونه کلیشه تکراری و حوصله‌سر بر است.

در حقیقت نقطه اتکا این کمپین تلاش برای نمایش دشواری‌های تولید کارت پستالی خلاقانه برای تبریک مناسبت‌های تکراری است. بر این اساس برند American Greetings هر ساله با ایده‌های تازه برای تبریک مناسبت‌های مختلف به سراغ مشتریان می‌رود. این کار بی‌شک فعالیتی دشوار محسوب می‌شود. با این حال دسوارتر از این کار انتخاب از میان مدل‌های مختلف کارت‌های این برند است. همانطور که مشاهده می‌کنید تبریک یک مناسبت به ظاهر ساده به خوبی بدل به ایده‌ای خلاقانه شده است.

نکته مهم این کمپین

مخاطب در حوزه‌های مختلف کسبوکار به اندازه کافی کلیشه‌های تکراری شنیده است. اکنون زمان خلاقیت و تهیه خوراک جدید برای آنهاست. فقط برندهای موفق در این زمینه توانایی جلب نگاه‌ها را خواهند داشت. بقیه برندها محکوم به شکست در زمینه ارتباط با مشتری خواهند بود.

۱۱ نایک زنانه: بهتر از این

بین مجموعه از ویدئوها نایک کار مشترک از آنس تبلیغاتی - Wi + Kennedy den و برند نایک زنانه است. آنها در مجموعه ویدئوهای خود به یکی از شوخی‌های بسیار مشهور متوسل شده‌اند. بر این اساس در هر سری از این ویدئوها افکار درونی یک زن به هنگام تمرین در باشگاه ورزشی به تصویر کشیده می‌شود (این تصور که اگر به هنگام انجام این حرکت ورزشی یک مرد به جای من بود، آن را چقدر بهتر یا سریع‌تر انجام می‌داد).

این تبلیغ خلاقانه فرصت تعامل مشتریان با کمپین برند را فراهم کرد. به این ترتیب علاوه بر دریافت پاسخ‌های مختلف از سوی زنان سراسر دنیا به آنها انگیزه دوجندانی برای جدیت بیشتر به هنگام تمرین داده شد.

نکته مهم این کمپین

بی‌شک افزودن اندکی حس شوخ‌طبعی به کمپین‌مان به هیچ وجه بد نیست، حتی اگر به مانند برند نایک زنانه این شوخی تا حدی به مذاق فمینیست‌ها خوش نیاید، بازهم تاثیرگذاری خاص خود را خواهد داشت. همچنین در مورد شوخی‌های جنجالی شما خیل عظیمی از واکنش‌های مخاطبین را دریافت می‌کنید. با این حال همیشه به یاد داشته باشید که ماهیت طنز و شوخی تبلیغ‌تان را به مخاطب به گونه‌ای واضح گوشزد کنید. در غیر این صورت شاید واکنش بسیار تند و منفی مخاطب در انتظار شما باشد.

۱۲ BuzzFeed: بچه سگ

اگرچه این ویدئو در مورد مردی است که یک بچه سگ را بزرگ می‌کند، هدف اصلی‌اش الهام‌بخشی به مخاطب نیست. در حقیقت

هسته اصلی این کمپین را سرگرمی تشکیل می‌دهد. بر این اساس BuzzFeed با اخذ داستان‌های کلیشه‌ای در مورد سگ‌ها (پیرامون علاقه سگ‌ها به جویدن اثاث منزل و به هم زدن نظم خانه) آنها را بدل به داستان‌هایی جذاب کرد. این کار از طریق یادآوری زمان‌های خوش صاحبان سگ‌ها در ساعات‌های مختلف روز صورت پذیرفت. بر این اساس تمرکز اصلی در اینجا بر روی تفریح صرف است، نه چیز دیگری. بی‌شک هر ویدئویی باید جلوه‌های سرگرمی داشته باشد. در غیر این صورت مخاطب حوصله مشاهده‌اش را نخواهد داشت. در این میان BuzzFeed با افزودن المان‌های بسیار جذاب فرآیند سرگرم‌سازی مخاطب را بیش از پیش راحت کرده است.

نکته مهم این کمپین

در زمینه تبلیغات باید داستان‌سرایی کرد. همه ما از شنیدن داستان‌های جذاب لذت می‌بریم. مشکل اصلی برای بازاریاب‌ها دقیقا همین وجه جذابیت است. به منظور خلق داستانی جذاب در وهله نخست باید تمرکز ما بر روی هسته مرکزی برندمان باشد. به این ترتیب با افزودن ویژگی خاص برندمان به داستان مخاطب بیش از پیش به ما جذب می‌شود.

۱۳ داو: زیبا انتخاب کنید

داو دوباره عادت خود را در این کمپین تکرار کرده است. اگرچه همکاری با آژانس‌های مشهور اوگلوبی و Mather Chicago جذب طیف گوناگونی از مخاطب‌ها را در نمایش اولیه برای داو به همراه داشت. با این حال هرگز نمی‌توان از دخالت برند داو در فرآیند ساخت و تولید چنین اثری چشم‌پوشی کرد. بر این اساس آنها عادت ترغیب مخاطب به یادگیری نکات جدید در بازهم در آگهی‌شان گنجانده‌اند. با تمرکز بیشتر بر روی ایجاد احساسی قوی در مخاطب به جای توجه به محصولات، برند داو به خوبی تمام حواس افسراد را به خود جلب کرده است.

نکته مهم این کمپین

به هنگام ساخت کمپین بازاریابی برندان به دنبال کسب احترام بیشتر در میان فرهنگ‌های گوناگون باشید. براساس پژوهشی از سوی اسکات مگیذ، آلن زورفاس و دنیل لیمون مشتریانی که به طور کاملا از نظر احساسی با برندها در ارتباط هستند، به مراتب بیشتر از سایر مشتریان از برندنشان خرید می‌کنند. بر این اساس برقراری ارتباط عاطفی و احساسی با مخاطب در دنیای امروز بدل به ضرورتی انکارناپذیر شده است.

۱۴ فیس‌بوک: مجموعه «توصیه‌ها»

در این مجموعه ویدئوهای بازاریابی، فیس‌بوک ۱۲ کاربر مختلف پلتفرمش در زندگی روزمره را به مخاطب خاطر نشان می‌کند. کاربردهایی نظیر افزودن پیام اخطار، تایید درخواست دوستی، عضویت خودکار در گروه‌ها و مشاهده نحوه فعالیت‌مان در بلندمدت از جمله این کاربردها هستند. به هنگام بحث از چنین کاربردهایی همیشه زبان روزمره پاسخگوی نیاز ما نیست. بر این اساس در بسیاری از بخش‌های این مجموعه از ویدئوها اصلا صدایی به گوش نمی‌رسد. به این ترتیب همه چیز فقط از طریق نمایش کاربرد موردنظر صورت می‌پذیرد. شیوه ارائه کاربردهای پلتفرم فیس‌بوک به مخاطب‌ها در مجموعه ویدئوهای شرکت بسیار جالب است. بر این اساس به جای تولید مجموعه فیلم‌های آموزشی با معلمی کارکنسته از دنیای تکنولوژی، فیس‌بوک در صدد ساختن متخصص از هر فرد است. درست به همین خاطر بخش‌هایی از فیلم‌ها بدون هرگونه توضیح کلامی ارائه شده‌اند.

به این ترتیب مخاطب به بهترین نحو ممکن خود را درگیر تعامل با امکانات فیس‌بوک خواهد کرد.

نکته مهم این کمپین

به عنوان یک برند باید نیاز مشتریان‌مان را بهتر از هر کس دیگری بدانیم. به منظور رفع نیاز نیز باید به سراغ فرمت‌های ویدئویی رفت. در این میان نباید صرفا به ویدئوهای کوتاه اکتفا کنیم. ضبط ویدئویی بلند حاوی همه توضیحات و سپس تقسیم آن به چند ویدئو کوتاه بهترین راهکار در این زمینه محسوب می‌شود.

۱۵ اینتل: مجموعه «ملاقات با سازندگان»

مجموعه پنج بخشی اینتل تحت عنوان «ملاقات با سازندگان» بیشتر به داستان‌های انگیزشی و ترغیب‌کننده شباهت دارد. بر این اساس هرگز فکر ساخت چنین ویدئویی از سوی یکی از برترین برندهای حوزه تکنولوژی به ذهن مخاطب نخواهد آمد. در هر کدام از این مجموعه کلیپ‌ها اینتل به سراغ یکی از مشتریان محصولاتش می‌رود. با این حال این مشتریان کاملا معمولی نیستند، بلکه کسانی‌اند که از محصولات اینتل برای خلق اثری خارق‌العاده استفاده می‌کنند. به عنوان مثال در یکی از این ویدئوها یک پسر ۱۳ساله به نام شاینام

بانرجی داستان خود پیرامون استفاده از محصولات اینتل برای ساخت یک چاپگر خط بریل ساده و سریع به منظور کمک به افراد نابینا را بیان می‌کند.

مزیت اصلی ویدئوهای اینتل نمایش مشکلات مختلف مردم فرهنگ‌های مختلف و راهکارهای اینتل برای حل آن است. در جاهایی هم که راهکار به طور مستقیم از سوی اینتل ارائه نشده است، محصولات اینتل به عنوان زیرساخت مناسب برای خلق راه‌حل به تصویر کشیده شده‌اند. تمام تلاش کاربران محصولات اینتل نیز بنای جهانی زیباتر و بهتر برای زندگی است. به این ترتیب پیام اینتل به گونه‌ای فوق‌العاده جهانی محسوب می‌شود.

نکته مهم این کمپین

در تهیه ویدئوی تبلیغاتی و کمپین بازاریابی برندان به تمام جوانب کار نگاه کنید. بر این اساس گاهی باید بر روی جزئیات و برخی اوقات بر کلیت کار تاکید داشت. با این حال به لطف خلاقیت تازه برند اینتل اکنون امکان تمرکز بر روی کلیات با استفاده از نمونه‌های جزئی فراهم شده است. به این ترتیب مانند نمونه ویدئوی شاینام شما با اشاره به داستانی جزئی یک هدف کلی و بزرگ را دنبال خواهید کرد.

۱۶ Artifact Uprising: در میراث

برند Artifact Uprising شرکتی فعال در زمینه کمک به ساخت آلبوم‌های عکس شخصی است. همچنین آنها در زمینه خلق تصاویر، کارت جیبی و کارت پستال‌های شخصی نیز فعالیت دارند. در حقیقت هدف اصلی آنها از فعالیت در چنین بازاری کمک به ثبت و بیان مفاهیمی است که به طور معمول با زبان عادی دشوار منتقل می‌شوند. به این ترتیب بهترین ایده جایگزین استفاده از تصویر است.

درست به همین دلیل نسخه ویدئویی Artifact Uprising نیز بر روی هدفی مشابه با نسخه اصلی تمرکز دارد. البته باید توجه داشت که در زمینه بازاریابی این برند فقط یک کلمه را به ویدئوی اصلی تبلیغاتی‌اش اضافه می‌کند. در بسیاری از موارد این تک کلمه ایده‌های زیادی را در ذهن مخاطب پیرامون ماهیت داستان شرکت ایجاد می‌نماید.

نکته مهم این کمپین

به منظور جلب مخاطب به پیام تبلیغاتی‌مان باید مشکلات آنها را به خوبی شناسایی کنیم. بر این اساس برند Artificate Uprising برای جلب توجه مخاطب دست بر روی ایده‌ای جالب گذاشته است. بر این اساس آنها با کشف نیازهای مشتریان به آنها در قالب فقط یک کلمه مشخص اشاره می‌کنند. بی‌شک برای جلب توجه مخاطب به راهکارمان در حل یک مشکل نیازی به توضیح کامل آن مسئله نیست. فقط کافی است به مخاطب نشان دهیم راهکار مطلوب در دستمان قرار دارد.

۱۷ گوگل ارث: صفحه اصلی

این داستان جذاب «سارو بریرلی» حول محور داستان شخصی‌اش می‌گذرد. بر این اساس وی در جدایی غم‌انگیز از خانواده‌اش ارتباط خود را با آنها از دست می‌دهد. بی‌شک چنین داستانی در حوزه تبلیغات بسیار تاثیرگذار و جذاب هستند.

درست در اوج ناامیدی مخاطب از تبلیغ حاضر نوبت به قدرت‌نمایی گوگل ارث می‌رسد. بر این اساس سارو بریرلی با استفاده از نرم‌افزار گوگل ارث پس از مدت‌ها موفق به یافتن خانواده‌اش می‌شود. بی‌شک عملکرد بازاریابی گوگل بهترین نمونه در زمینه دستیابی به مخاطب و جلب توجه وی از طریق بیان داستانی عاطفی و جذاب است.

نکته مهم این کمپین

بار دیگر، تاکید اصلی در این آگهی بر روی احساسات است. اعتبار برند شما در برانگیختن احساسات مخاطب بی‌شک چشم‌های زیادی را به سوی شما برخواهد گرداند. اگر در این زمینه عملکرد مطلوبی داشته باشید، همیشه در یادها باقی می‌ماند. در غیر این صورت یادآوری کمپین‌های شما همراه با ناراحتی و احساسات ناخوشایند خواهد بود.

اکنون نوبت شماست

محتوای ویدئویی توانایی انجام کارهای بزرگی را برای شما دارد. با این حال شما در برانگیختن احساسات مخاطب بی‌شک خواهد داشت. به یاد داشته باشید که خلق آثاری ماندگار در زمینه تبلیغات نیاز به تجهیزات بسیار خاص ندارد. فقط باید نسبت به کاری که انجام می‌دهیم، علاقه‌مند باشیم. همچنین جست‌وجوی مداوم ایده‌های برتر برای ما ضروری خواهد بود. در غیر این صورت ما زمان و بودجه‌مان را برای خلق یکی دیگر از آثار کلیشه‌ای هدر داده‌ایم. ویدئوهای بازاریابی بررسی شده در این مقاله می‌تواند الهام‌بخش شما در تولید ویدئوی برندان باشد. با توجه به شیوه ساخت این ویدئوها ساخت یک نمونه تازه و بدیع آسان‌تر از گذشته خواهد بود.

منبع: **hubspot**



## ایستگاه بازاریابی

## ابزارهای بازاریابی که در تجارت شما ارزش ایجاد می کنند

مترجم: اشکان کوشش

تکنولوژی بازاریابی از پلتفرم‌های بازاریابی محتوایی گرفته تا راه‌حل‌های مدیریت شبکه‌های اجتماعی، به افزایش چشمگیر سوددهی تجارت‌ها کمک می‌کند. اما در بازار امروزی، محصولات تکنولوژی بازاریابی بسیار زیادی وجود دارند که انتخاب از میان آنها امری چالش‌برانگیز خواهد بود. اگر به دنبال ایجاد ارزش برای تجارت خود هستید، باید انتخاب‌تان را از میان بهترین‌ها انجام دهید. در ادامه به برخی از کلیدی‌ترین ابزار بازاریابی اشاره خواهیم کرد.

## ۱. ابزار بازاریابی محتوا

با استفاده از ابزار بازاریابی محتوا، تیم شما می‌تواند به فعالیت‌های مختلفی به منظور مدیریت بازاریابی محتوا بپردازد. این فعالیت‌ها شامل مدیریت همکاری استراتژی محتوا و فعالیت‌های مختلف تولیدکنندگان، سرپرستان و توزیع‌کنندگان محتوا می‌شود. استفاده از این ابزار همچنین می‌تواند به بهبود مراحل پخش و یا بازاریابی کراس چنل سنتی منجر شود. شما باید نوعی از ابزار بازاریابی محتوا را انتخاب کنید که توانایی انجام فعالیت‌های متنوع بازاریابی محتوا را از یک دفتر مرکزی داشته باشد و با استفاده بیشتر از آن، به مدیریت سریع‌تر محتوا کمک کند. برای مثال ابزار بازاریابی محتوای Contently در اندازه‌گیری محتوا و تسهیل تولید با امکاناتی مانند تگ کردن قدرتمند و تقویم تولید، به شما کمک خواهد کرد.

## ۲. مدیریت کمپین کراس چنل

بسیاری از فروشندگان نرم‌افزار مانند Adobe، SAS، Oracle، IBM و Cheetah Digital، ابزارهای مدیریت کمپین کراس چنل را ارائه می‌کنند. این ابزارها در واکنش حمایت مشتریان، گروه‌بندی و مدیریت داده‌های مشتریان به کاربران کمک می‌کنند. همچنین می‌توانید از این ابزار تکنولوژی بازاریابی در سطح تشکیلاتی و به منظور مدیریت گردش کاری با ابزارهایی که به شما در طراحی، اندازه‌گیری و انجام کمپین‌های آنلاین و آفلاین کمک می‌کنند، استفاده کنید. با یک ابزار مدیریت کمپین کراس چنل می‌توانید قابلیت‌های خود را با استفاده از تکنولوژی در تمامی کانال‌ها، مانند پیش‌بینی واکاوی، بهینه‌سازی کنید.

## ۳. راه‌حل‌های هویتی کراس چنل

برای رساندن پیام صحیح به مخاطب هدف، توانایی درک و تطابق داده‌های مشتریان از قسمت‌های مختلف اهمیت بسیاری دارد. به وسیله راه‌حل هویتی کراس چنل، می‌توانید با اتصال داده‌ها از وسایل و کانال‌های مختلف برای ساخت یک پروفایل منسجم از مشتریان، بازاریابی بومی را تسهیل کنید. راه‌حل هویتی کراس چنل همچنین به دلیل کمک در تسهیل شخصی‌سازی و دارابودن یک استراتژی بازاریابی هدف قدرتمند، به تجارت شما ارزش می‌بخشد. برای مثال برخی از راه‌حل‌ها به شما در جمع‌آوری کامل نقطه‌نظر‌های مخاطبان هدف و اطلاعات ایشان، شامل داده‌های جمعیت‌شناسی برای هر مصرف‌کننده و براساس دستگاهی که با آن از کمپین شما دیدن کرده است، کمک می‌کنند.

## ۴. مدیریت اولویت سرمایه‌گذاری

درحالی‌که مقصود اصلی به دست آوردن بیشترین تعداد مخاطبان هدف است، همچنان احترام به خواسته‌های آنها اهمیت بسزایی دارد. با مدیریت اولویت سرمایه‌گذاری می‌توانید خواسته‌های مصرف‌کنندگان در کانال‌های مختلف را مدیریت و تأیید کنید. ابزارهای این نوع مدیریت را فروشندگانی مانند Marketo، Adobe و IBM ارائه و به شما برای انجام خواسته‌های مشتریان، مانند تعداد ایمیل‌هایی که می‌خواهند در هفته دریافت کنند، کمک می‌کنند. این ابزار همچنین برای کاهش و یا حذف پیام‌های اضافی به منظور ایجاد اعتماد و شخصی‌سازی هرچه بهتر پیام‌های بازاریابی برای مشتریان هدف، به شما کمک می‌کند.

## ۵. ارائه‌دهندگان خدمات ایمیل

با کمک ارائه‌دهنده خدمات ایمیل، می‌توانید به وسیله تکنولوژی ابری، ایمیل‌هایی را برای بازاریابی بسازید و از آنها استفاده کنید. به دنبال فروشندگانی باشید که برای ایجاد ارزش در کمپین‌های بازاریابی ایمیل با تسهیل تعداد ارتباط با مشتریان یا هزینه‌ای پایین، به شما کمک کنند. برای مثال، ابزار Agility Harmony از شرکت Epsilon برای ساخت گروه‌های ایمیلی براساس رفتار آنلاین، سلاقی و تاریخچه خرید و فروش مشتریان به شما و در هدف‌گذاری بهتر مشتریان برای ارسال محتوای مربوط به وسیله ایمیل به کاربران کمک می‌کند.

## ۶. پلتفرم‌های تکنولوژی وفاداری

مدیریت برنامه وفاداری برای حفظ مشتریان الزامی است. به منظور مدیریت مؤثر برنامه‌های وفاداری، به دنبال پلتفرمی باشید که دارای قابلیت‌های مختلفی مانند گزارش، انجام تسهیلات، مدیریت جوایز و داده‌های اعضا باشد. با استفاده از تکنولوژی پلتفرم‌های وفاداری می‌توانید به صورتی مؤثر مشتریان را که به شما وفادار هستند با جمع‌آوری اطلاعات از مشتریان فعلی شناسایی و کنترل و از انگیزه‌ها، رفتارها و نیازهای آنان درک بهتری پیدا کنید.

## ۷. راه‌حل‌های مدیریت شبکه‌های اجتماعی

پیام برند شما باید در تمامی کانال‌ها از جمله شبکه‌های اجتماعی، منسجم باشد. به وسیله راه‌حل‌های مدیریت شبکه‌های اجتماعی از انسجام پست‌های خود با دستورالعمل‌های برند و گفتارهای قبلی و صرف‌نظر از شخصی که پیام را ارسال می‌کند، مطمئن شوید. این ابزار تکنولوژی بازاریابی برای شرکت‌هایی که در سراسر دنیا تیم‌های مختلفی دارند کاربردی است و به شما برای ارائه پاسخ به نظرات و کنترل و انتشار پست‌ها کمک می‌کند. این ابزار همچنین با قابلیت‌های دیگری مانند بازاریابی، امتیازدهی و اندازه‌گیری اجتماعی قابل‌ادغام است.

## کلام آخر

در نهایت درک این امر که کمک از محصولات تکنولوژی بازاریابی برای تجارت شما بهتر است، به دانش لازم در مورد نیازهای تجارت شما و همچنین شناخت مرحله‌ای که تجارت در آن قرار دارد، نیازمند است. اگر در مرحله رشد هستید سرمایه‌گذاری در تکنولوژی‌هایی مانند پلتفرم‌های بازاریابی محتوایی و مدیریت محتوایی کراس چنل به منظور افزایش مخاطبان هدف، حائز اهمیت و برای شرکت‌هایی که دارای مشتریان بسیار زیادی هستند، حفظ آنها کلیدی است.

مدیریت سازمانی خواسته‌ها، تکنولوژی پلتفرم‌های وفاداری و راه‌حل‌های مدیریت شبکه‌های اجتماعی به شما در حفظ مشتریان کمک می‌کنند. با شناخت نیازهای تجارت خود می‌توانید بهترین ابزار تکنولوژی بازاریابی را انتخاب کنید.

منبع: forbes

## اصول بازاریابی محتوایی در تویتر



اهمیت بالایی پیدا می‌کند. اگر راهکاری به جز این را در عرصه بازاریابی دنبال کنیم، سرنوشت چندان موفقیتی در انتظارمان نخواهد بود.

## ۳. توسعه محتوا

صرف نظر از توجه به نظرات کاربران، یکی دیگر از مراحل بهبود کمپین بازاریابی محتوایی در تویتر به اشتراک‌گذاری لینک‌های مختلف است. به این ترتیب شما مطالب‌تان در شبکه‌های اجتماعی مختلف را به دست کاربران خواهید رساند. در بسیاری از مواقع محتوای یک برند در یک شبکه اجتماعی خاص هرگز به گوش کاربران سایر پلتفرم‌ها نمی‌رسد. به اشتراک‌گذاری لینک مطالب مختلف به شما در زمینه آگاهی‌بخشی پیرامون مطالب‌تان کمک شایانی خواهد کرد. خوشبختانه توسعه محتوا در تویتر محدودیت‌چندانی ندارد. به این ترتیب لینک‌های ذیل به سادگی قابل اشتراک‌گذاری خواهد بود:

- به اشتراک‌گذاری لینک‌های صفحات وب‌سایت رسمی برندگان
- به اشتراک‌گذاری پیشنهادهای بازاریابی نظیر داندوهای رایگان و تخفیف‌های ویژه

دیگر

- به اشتراک‌گذاری ویدئوهای یوتیوب، آلبوم‌های فیس‌بوک و یافتن محتوای تأثیرگذار در سایر شبکه‌های اجتماعی

شک بارگذاری مجدد محتوای‌مان در یک شبکه اجتماعی دیگر در ابتدا ظاهر چندانی جذابیت ندارد. با این حال چنین کاری توجیه منطقی قوی دارد. به این ترتیب علاوه بر ایجاد محتوای مناسب برای صفحه‌مان در تویتر مخاطب را نسبت به فعالیت‌مان در سایر شبکه‌های اجتماعی نیز مطلع خواهیم کرد. همچنین این کار رابطه شما و مخاطب را عمیق‌تر خواهد کرد. در هر صورت ما فقط برای مخاطب‌های مهم محتوای‌مان را بازنشر می‌کنیم.

در زمینه توسعه مطالب‌مان استفاده از تعرفه‌های تویتر نیز راهکار مناسبی خواهد بود. در اینجا باید توجه داشت که عمر مفید هر توییت ۲۴ دقیقه است. به این ترتیب پس از گذشت ۲۴ دقیقه توییت ما بخش زیادی از مخاطب خود را جذب کرده است. استفاده از تعرفه‌های توسعه‌دهنده توییت برای نمایش مطالب‌مان به دامنه وسیع‌تری از کاربران شانس‌مان برای افزایش شمار مخاطب را افزایش خواهد داد. به عنوان بحث پایانی این بخش باید به بازنشر مطالب و به‌روز رسانی‌شان در فواصل زمانی معین توجه داشته باشیم. به عنوان مثال پس از به اشتراک‌گذاری مقاله وب‌سایت‌مان باید نسبت به آیدیت آن در شبکه‌های اجتماعی پس از به‌روز رسانی مقاله توجه کنیم. این کار باعث کاربردی ماندن مطالب قدیمی ما خواهد شد. به این ترتیب مخاطب دیگر به محتوا «از زده خارج» در صفحه توییت‌مان مواجه نمی‌شود.

## ۴. تبدیل فالوورها

بی‌تردید ارتباط با کاربران و به اشتراک‌گذاری مطالب جذاب بخش زیادی از پروژه طولانی شما در جذب مخاطب را کامل خواهد کرد. به این حال توجه به یک نکته حیاتی در اینجا ضروری است. فعالیت بازاریابی در هر شکل و الگویی در نهایت باید به اقدامی عملی از سوی مخاطب ختم شود.

به عبارت دقیق، شما باید اجتماع مخاطب‌های‌تان در تویتر را به مشتری‌کین یا خریدارهای برندگان تبدیل کنید. برای این کار راه‌های زیادی وجود دارد. توییت نیز فقط یکی از ابزارهای شما در این مسیر محسوب می‌شود. به این ترتیب هدف‌گذاری شما باید با چشم‌انداز

به قلم: پری‌تاتی برگ کارشناس حوزه بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

برای بازاریاب‌های محتوایی، تویتر یک چالش منحصر به فرد است. به عنوان بازاریاب همه ما عاشق تولید محتوا هستیم. با این حال پلتفرم تویتر فقط امکان بارگذاری شمار محدودی از محتوا در بازه‌های زمانی مشخص را می‌دهد.

صرف‌نظر از محدودیت ۱۴۰ کاراکتری برای هر توییت، تویتر حال و هوایی کاملاً متفاوت با سایر شبکه‌های اجتماعی دارد. بی‌شک سایر شبکه‌های اجتماعی هم محدودیت کاراکتر برای کپشن دارند. با این حال اغلب آنها دامنه محدودیت را به قدری وسیع کرده‌اند که دیگر به چشم نمی‌آید.

بازاریابی محتوایی در تویتر به دلیل محدودیت‌های مختلف بسیار واقع‌گرایانه‌تر است. بر این اساس در اینجا با پلتفرم میزبان کاملاً متفاوت و چالش‌برانگیزی برای فعالیت بازاریابی مواجه هستیم. آیا ذکر دشواری و پیچیدگی فعالیت در تویتر کافی است؟ بی‌تردید این کار هیچ فایده‌ای برای شما در پی ندارد. به همین دلیل در ادامه این مقاله به پنج اصل بنیادی در بازاریابی محتوایی در تویتر اشاره خواهیم کرد.

## ۱. یافتن مخاطب‌های هدف

نخستین کار ما در تویتر به منظور راه‌اندازی یک کمپین بازاریابی موفق یافتن مخاطب‌های هدف است. در هر صورت مخاطب‌های ما در شبکه‌های اجتماعی متفاوتی حضور دارند. فهم میزان مشارکت و فعالیت مخاطب ایده‌آل ما در تویتر به منظور مدیریت یک کمپین بازاریابی موفق حیاتی است.

به عنوان یک کارشناس حوزه بازاریابی هیچ‌گاه توجه به کمیت به جای کیفیت را توصیه نمی‌کنم. با این حال در تویتر تقریباً کار دشوار است. دلیل اصلی این قضیه بازم مربوط به محدودیت بارگذاری مطلب در تویتر است. با چنین محدودیتی کاربران تمایل به انتشار توییت بیشتری دارند. در چنین شرایطی جلب نظر کاربران مشتاق نیازمند فعالیت بیشتری است.

یافتن کاربران علاقه‌مند به کسب‌وکارمان در تویتر بدون استفاده از ابزارهای کمکی بسیار دشوار خواهد بود. به همین دلیل در اینجا استفاده از ابزارهای نظیر Followerwonk و هوت سویت توصیه می‌شود. توجه داشته باشید که این ابزارها فقط شما را در یافتن مخاطب هدف یاری خواهد کرد. بنابراین به‌طور کلی با ابزارهای افزودن کاربران تقلبی به صفحه‌مان تفاوت دارند.

## ۲. یافتن ایده‌های مناسب برای محتوا

تویتر بهترین پلتفرم برای توسعه ایده‌های تازه است. بر این اساس به جای تمرکز بر روی محتوای تکراری و کلیشه‌ای باید به سراغ ایده‌پردازی رفت.

یکی از راهکارهای مناسب برای خلق ایده‌های جدید توجه به محتوای تولیدی کاربران است. به این ترتیب هم از ایده‌های جذاب کاربران مطلع خواهید شد و هم با توجه به ایده‌های مشتریان رضایت آنها را جلب خواهید کرد. به بیانی دیگر، کاربران با نظرات و ایده‌های‌شان به‌طور کاملاً شفاف نوع محتوای مورد علاقه‌شان را به اطلاع شما می‌رسانند. در هر صورت بازاریابی محتوایی بر مدار سرگرمی، حل مشکلات مخاطب و پاسخگویی به پرسش‌های آنها جریان دارد. همچنین این فرایند به هیچ وجه یکطرفه نیست. به این ترتیب توجه به نظرات و صدای مخاطب

منبع: smarpr



## معرفی کتاب

۴۷ کتاب برتر مدیریتی (۱)

کتاب‌هایی که هر مدیر  
کار آفرین و تاجر باید بخواند

مترجم: امیر آل علی

موفقیت در هر کاری نیازمند دانش کافی است. در این رابطه کتاب‌ها از جمله بهترین منابع موجود محسوب می‌شوند. در همین راستا در این مقاله به معرفی ۴۷ کتاب برتر مدیریتی خواهیم پرداخت.

## ۱- اولین تجربه مدیریتی (۱۹۷۸)

نویسنده: لورن بلکر

این کتاب یک راهنمای عمل بسیار خوب برای مدیران محسوب می‌شود که در آن به صورت گام به گام اقدامات لازم را برای رسیدن به موفقیت شرح می‌دهد. بدون شک ضرورت مطالعه آن برای مدیران جوان و تازه‌کار به علت نداشتن تجربه کافی، از اهمیت به مراتب بالاتری برخوردار خواهد بود.

## ۲- با چرا شروع کنید (۲۰۰۹)

نویسنده: سایمون سیلک

این کتاب از جمله پرفروش‌ترین‌های سال انتشار خود بوده است که در آن سایمون سیلک که به عنوان یک سخنران مدیریتی نیز شناخته می‌شود، به ارائه راهکارهایی می‌پردازد که در نهایت باعث می‌شود تا بتوانید به عنوان یک مدیر الهام‌بخش فعالیت کنید. جالب است بدانید که وی در همان سال سخنرانی‌ای را در همایش TED صورت داده است که به عنوان سومین سخنرانی برتر تمام دوران آن شناخته شده است. نکته بارز دیگر این کتاب این است که نگاهی به رهبران موفق نظیر استیو جابز داشته و به تشریح علت موفقیت و رهبری فوق‌العاده آن‌ها می‌پردازد.

## ۳- پنج وسوسه یک مدیرعامل (۱۹۹۸)

نویسنده: پاتریک لینچیونی

درست به مانند تیترا این کتاب، موضوع آن در رابطه با ۵ وسوسه‌ای است که اغلب مدیران با آن مواجه خواهند شد. با این حال آمارها در این رابطه حاکی از آن است که آن‌ها چندان تلاشی برای رفع آن نکرده و این امر باعث می‌شود تا با مشکلاتی مواجه شوند. به همین خاطر نویسنده در تلاش است تا در قالب داستان افراد را نسبت به این موارد آگاه و راهکارهای برطرف کردن آن را تبیین کند. پنج عنوان مورد بحث در این کتاب نیز شامل -۱ وسوسه حفظ مقام و جایگاه -۲ وسوسه محبوبیت -۳ وسوسه کمال‌گرایی -۴ وسوسه یکسان‌سازی -۵ وسوسه نتیجه‌گرایی، است

## ۴- رهبری استار تاپ (۲۰۱۴)

نویسنده: درک لیدو

در این کتاب نویسنده که خود سلسابقه کارآفرینی و مدیریت یک شرکت را در کارنامه دارد، به معرفی تجربه‌های مدیریتی خود می‌پردازد که خواندن آن بدون شک برای هر فردی که تمایل دارد تا در حوزه اقتصاد فعالیتی را داشته باشد، حائز اهمیت خواهد بود. در واقع وی بسیار معتقد است که نیمی از راه شکل‌دهی به شخصیت مدیریتی خود از طریق ایجاد انگیزه در بین افراد تیم و تلاش برای به روز کردن روش‌های مدیریتی و بازنگری در آن‌ها، شکل خواهد گرفت.

## ۵- سنو خدای من است (۲۰۰۱)

نویسنده: لری اس جویلیان

این کتاب به ارائه راهکارهایی می‌پردازد که با رعایت کامل اخلاقیات، مدیران قادر خواهند بود تا رضایت کارمندان را نسبت به کاری که انجام می‌دهند، به دست آورند. با این حال این کتاب تنها موضوع خود را محدود به این مقوله نکرده و اطلاعات و راهکارهای مناسبی را نیز در زمینه سنو (بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو) ارائه می‌دهد.

## ۶- هرکها و نقاشان (۲۰۰۴)

نویسنده: پل گراهام

این کتاب در واقع مجموع مقالاتی است که نویسنده آن در رابطه با دنیای کامپیوتر و مهارت هک به چاپ رسانده است. وی کتاب خود را با این سوال آغاز می‌کند که چرا هرکها محبوب نیستند؟ وی همچنین در تلاش است تا دیدگاه‌ها را نسبت به این مقوله عوض کرده و آن را کاری زیبا و تاثیرگذار مانند اقدامات نقاشان، معرفی کند. در آخر نیز وی به ارائه راهکارهای استفاده درست از این فضا و کسب درآمد از آن می‌پردازد. بدون شک کارآفرینان برای موفقیت در عصر حاضر لازم است تا پیوند و ارتباط مناسبی را نیز به دنیای کامپیوتر و تکنولوژی برقرار سازند. به همین خاطر مطالعه این کتاب از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

## ۷- غیرقابل پیش‌بینی (۲۰۰۸)

نویسنده: دن آرلی

این کتاب یک نگاه روان‌شناختانه به امر مدیریت و رهبری در شرکت‌ها داشته و در تلاش است تا هر رفتار آن‌ها را ریشه‌یابی کند. بدون شک هنگامی که دلایل مخفی و علت اصلی بسیاری از رفتارها را بدانید، قادر خواهید بود تا آن را مدیریت و یا حتی اصلاح کنید. این کتاب به علت این امر که رفتارهای احتمالی افراد تیم را نیز نسبت به تصمیمات مدیران تبیین می‌کند، باعث می‌شود تا رفتار مدیریتی آن‌ها نیز بهبود یابد. بدون شک پس از مطالعه این کتاب شما افکار و عقاید خود را به شیوه بهتری شکل خواهید داد.

## ۸- مدیریت حداکثر خروچی (۱۹۸۳)

نویسنده: اندرو گرو

نویسنده این کتاب در واقع موسس ابر شرکت اینتل است که تا کنون چندین کتاب ارزشمند را در رشته تحریر درآورده است. در این کتاب وی با توجه به کارنامه بسیار موفق خود، به ارائه راهکارهایی می‌پردازد که می‌تواند شرکت را دچار تحول و رسیدن به موفقیت‌های بزرگ نماید. در واقع این کتاب به نقش تیم و توسعه درست آن در موفقیت شرکت تأکید بسیاری دارد.

## ۹- مثل یک هنرمند سرقت کن (۲۰۱۲)

نویسنده: استیو کلثون

نویسنده این کتاب در تلاش است تا افراد را به این باور برساند که مدیران باید همواره از تفکر خلاق برخوردار باشند. بدون شک شما تنها زمانی قادر خواهید بود تا به موفقیت در تمامی مقاطع دست پیدا کنید که در برابر مسائل مختلف، چندین راهکار مناسب را داشته باشید که نیازمند مدیری خوش‌فکر است. اگرچه ممکن است شما نتوانید همواره به راهکارهای نوینی دست پیدا کنید، با این حال کپی‌برداری‌های شما نیز باید با قوانین و ظرافت‌هایی همراه باشد.

ادامه دارد ...  
منبع: entrepreneurhandbook

## افزایش رضایت مشتریان با استفاده از توانمندسازی کارمندان

مترجم: مهدی کاظمیون

امکان را دارند که با استفاده از تمامی امکانات موجود، در لحظه به میزان زیادی تجربه مشتری را بهبود بخشند و در چنین شرایطی برای کارمندان این امکان فراهم می‌شود که سیاست‌های شرکت را در جهت مدیریت مشکل پیش‌آمده نادیده بگیرند. جمله‌ای که هرگز نمی‌خواهم از زبان کسی در شرکت خود بشنوم این است که «اگر من این کار را برای شما انجام دهم، مجبور هستم برای دیگران نیز انجامش دهم».

این کارها می‌توانند بسیار ساده باشند، مانند دادن یک کیسه خرید اضافی در پیشخوان فروشگاه یا اجرای سیاستی هوشمندانه چون گرد کردن ۰.۴ دلار به ۲.۰ دلار، تا مشتری مجبور به گشتن دنبال پول خرد نباشد. با توانمندسازی کارمندان و فراهم آوردن امکان اعمال تخفیف هنگام فروش و یا افزودن کالایی کوچک به خرید زیاد، می‌توانید بهبود بزرگی در کار خود ایجاد کنید. من به این نتیجه رسیده‌ام که بهترین راه برای اطمینان از تصمیم‌گیری صحیح کارمندان در فرآیند توانمندسازی این است که هدفی جامع و بر پایه اخلاق -که همان راضی کردن مشتریان است- مشخص و دستورالعمل‌های نه چندان سفت و سخت در رابطه با استفاده از اختیاراتشان وضع کنید.

توانمندسازی کارمندان، سختگیری‌های موجود در مکانیزم‌های سیاستی مطلق را شامل نمی‌شود. همچنین برای زمانی که به تازگی کسب‌وکار خود را آغاز کرده‌اید، سیستم کاملی به حساب نمی‌آید. باید در نظر داشته باشید که کارمند شما گاه بیش از حد (و گاه کمتر از مقدار نیاز) برای جبران اشتباه، هزینه می‌پردازد و احتمالاً برای اجرای تعاملاتشان تأثیر بگذارند به مقدار زیادی روحیه تیم را تقویت می‌کند. اگر موفقیت‌های ناشی از سیستم توانمندسازی را با تیم خود جشن بگیرید و از آن به عنوان عاملی برای الهام‌بخشی به روش‌های ایده‌آل کارمندان استفاده کنید، تأثیر این مورد دوچندان نیز می‌شود. به دلیل اینکه نحوه تعامل هر مشتری با دیگری تفاوت دارد، ارائه الگویی از نحوه برخورد ایده‌آل، کارمندان را تشویق می‌کند تا با یکدیگر ارتباط و همکاری بیشتری داشته باشند و در نتیجه بتوانند رابطه خود را با مشتری بهبود بخشند.

روحیه نیز به توبه خود ابزاری قدرتمند است. اگر کارمندان در حل مشکلات خود احساس ناتوانی کنند، به احتمال زیاد زمانی که مشکلی برای مشتری پیش بیاید نیز به همین شکل احساس درماندگی خواهد کرد. در چنین شرایطی می‌توانید به کارمندان این امکان را بدهید که خروجی تعاملاتشان و در نتیجه مسیر کل کسب‌وکار را تغییر دهند.

تحقیقی که در مجله بین‌المللی علوم مدیریت و اقتصاد (Global Journal of Management and Business Research) منتشر شد، نشان می‌دهد توانمندسازی به عنوان ابزاری انگیزه‌بخش، به کارمندان احساس رضایت شغلی می‌دهد. زمانی که کارمندان احساس می‌کنند از طریق انتخاب‌ها و اقداماتشان سهمی در کسب‌وکار پیدا کرده‌اند، احتمال اینکه درباره راه‌حلی برای بهبود فرآیند کاری اظهارنظر کنند بیشتر می‌شود. توانمندسازی کارمندان پنجره‌ای برای دریافت بازخورد و استفاده از نتایج آن برای بهینه‌سازی هر چه بیشتر فرآیند فروش باز می‌کند.

## ۴. هر چه کارمندان کمتری شرکت را ترک کنند، زمان کمتری

برای آموزش جایگزینان آنها نیاز است

هر ساله شرکت‌ها به دلیل ترک اعضای تیم خود، هزاران دلار صرف آموزش کارمندان جدید می‌کنند. چه می‌شود اگر جلوی این اتفاق گرفته شود؟

شرکت‌هایی که کارمندانشان را توانمند کرده‌اند، شاهد آمار کمتر ترک شغل توسط آنها هستند. این موضوع به صورت غیرمستقیم و با کاهش مقدار زمان، پول و انرژی موردنیازی که شرکت باید صرف ساخت تیمش کند، به افزایش سود خالص مجموعه کمک می‌کند. علاوه بر این کارمندان باسابقه، تصویر ذهنی شما را بسیار بهتر پیاده می‌کنند؛ به خصوص اگر رابطه‌ای بلندمدت با مشتریان ایجاد کرده باشند. شما حتی می‌توانید با آموزش کارمندان باسابقه در میان تیم‌های دیگری غیر از تیم خودشان، یک قدم فراتر بروید. یکی از مقاله‌های نیویورک تایمز می‌گوید شرکت اپل -که برای فرهنگ کاری قوی و نوآورانه‌اش همواره مورد تحسین بوده- برای انجام این کار به کارمندان اجازه داده است با جابه‌جایی میان تیم‌های مختلف و برعهده‌گرفتن وظایف متفاوت برای مدت شش ماه، مهارت‌های خود را به دیگران انتقال دهند.

در نتیجه این شرکت مهندسان سیستمی دارد که فرآیند خرید مشتریان را بهتر درک می‌کنند و کارمندان ثبت اختراعی که آنچه مهندسان می‌سازند و ویژگی‌هایی که مشتریان حاضر هستند بابت آنها پول پرداخت کنند را بهتر می‌شناسند.

اگر کارمندان خود را تنها برای سطوح ابتدایی آموزش داده باشید، هیچ‌کدام از این اتفاقات نخواهد افتاد.

درست است که سیاست‌های توانمندسازی کارمندان تا این حد خواسته‌های شما را برآورده می‌کنند، اما همه چیز به این بستگی دارد که سرمایه به‌دست‌آمده به گونه‌ای خرج شود که زمان مواجهه با مشتریان، خنده بر لبان کارمندان‌تان باشد.

۵. خواهید آموخت که چگونه کارمندان‌تان اختیارات خود را مدیریت می‌کنند

احتمالاً مهم‌ترین جنبه توانمندسازی این است که سیاست‌های دوپهلوی، محیطی را برای رشد مهارت رهبری فراهم می‌کنند. به این موضوع که هر یک از کارمندان چگونه از اختیارات خود در حین تعامل با مشتریان استفاده می‌کنند توجه زیادی داشته باشید. آیا آنها از این اختیارات به ندرت بهره می‌گیرند و یا هیچ‌گاه از آنها استفاده نمی‌کنند؟ آیا نسبت به ارائه تخفیف بی‌ملاحظه رفتار می‌کنند؟ آیا در چارچوب سیاست‌های کاری دست به ماجراجویی و کسب تجربه‌های جدید می‌زنند؟ برای صاحب کسب‌وکاری کوچک، سیاست‌های توانمندسازی به اعتماد و برای یک کارمند، به استفاده مسئولانه از این امکانات ختم می‌شوند. چگونه کارمندان شرایطی که واضح و روشن نیست را مدیریت می‌کنند؟ آیا با یافتن روشی موفقیت‌آمیز، تمایلی به در میان گذاشتن آن با دیگران دارند؟

روش‌های صحیح توانمندسازی می‌توانند به شما دید مناسبی برای اختصاص ترفیعات بعدی به کارمندان بدهند. در پایان، هیچ راه درستی برای توانمندسازی کارمندان وجود ندارد. در میان گذاشتن تصویر ذهنی خود با آنها و ارائه ابزاری برای اجرای این تصویر ذهنی، می‌تواند شروعی پرقدرد باشد.

در مقیاس بزرگتر، کارمندان توانمندشده، راضی‌تر، خلاق‌تر و دارای تمایل بیشتری برای کمک به رشد کسب‌وکار هستند. به کارمندان خود آنچه را نیاز دارند بدهید و زمانی که خواسته‌های شما را برآورده کردند از آنها قدردانی کنید.

منبع: entrepreneur



## علوم داده را به یکی از ستون‌های تیم خود تبدیل کنید



راه‌های بسیار زیادی برای بهره‌گیری از داده و خلق ارزش وجود دارد. شکی نیست که به‌تدریج، داده‌ها به بخش مهم‌تری از زندگی روزمره کاری ما تبدیل می‌شوند. جک ولش، راه‌های انگیزه‌بخشی به کارمندان برای انجام کارهای بزرگ را در اختیار ما قرار داده است. به کارمندان انگیزه بدهید که بیش‌ازپیش به حوزه علوم داده وارد شوند و شناخت بیشتری از آن پیدا کنند. این تنها راهی است که به کمک آن می‌توانید از مزایای فوق‌العاده این عرصه بهره ببرید.

منبع: HBR/Zoomit

آن‌ها را در سمینارها و دوره‌های آنلاین ارزان‌قیمتی که برگزار می‌شود، فراهم کنند. این امر نشان‌دهنده آن است که واقعاً سرمایه‌گذاری روی نیروی کار خود را مهم می‌دانید. اگر می‌خواهید یک‌قدم بیشتر هم بردارید، می‌توانید هزینه کلاس‌های فشرده آموزش علوم داده را که غالباً در آخر هفته برگزار می‌شود بپردازید.

هرچه پروسه‌ها تخصصی‌تر شوند، بعضی از اعضای تیم خلاقیت و استعداد بیشتری از خود نشان می‌دهند و از سایرین متمایز می‌شوند. این فرصتی عالی است که به کارمندان اجازه دهید از یکدیگر یاد بگیرند.

اگر متوجه شدید که یکی از کارمندان، با دست‌کاری در داده‌ها بینش‌ها و راه‌حل‌های جدیدی ارائه می‌کند، پلتفرمی را در اختیار او بگذارید تا به همکاران خود آموزش دهد. او را تشویق کنید که دانش خود را در سراسر تیم، یا حتی سازمان به اشتراک بگذارد. کارمندان از چنین مسئولیت‌هایی استقبال می‌کنند و از اینکه به‌عنوان یک متخصص داده، دیده شده‌اند، احساس مثبتی خواهند داشت.

یکی از راه‌های قدرتمندی که کارمندان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، برنامه‌های تشخیص کارکنان برتر است.

### برنامه‌های عمومی و خصوصی شناخت کارمندان

تشخیص و به رسمیت شناختن تلاش‌های عالی کارمندان؛ نقش بسیار مهمی در انگیزه پیدا کردن آن‌ها دارد. این هدف نیز از طریق کانال‌های مختلفی حاصل می‌شود.

در درجه اول، به مدیران آموزش دهید که به‌صورت خصوصی، کارمندان استثنایی و برتر خود را شناسایی کنند. یک جلسه هفتگی بین مدیر بخش و کارمندان، به شناسایی چالش‌ها و پیشنهاد راه‌حل‌ها کمک می‌کند. این فرصتی عالی است که در چند دقیقه اول هر جلسه، به کارمندی که در رده‌های داده‌ها یا ارائه گزارش‌های حیاتی و به‌موقع موفق بوده، تبریک بگویید.

جایزه ویژه‌ای را با عنوان «کارشناس داده هفته» در برنامه‌ها منظور کنید. طی یک جلسه استثنایی، یا از طریق ایمیل یا همان چت، داستان موفقیت کارکنان مذکور را برای همه اعضای شرکت تعریف کنید.

حتی می‌توانید یک انگیزه مالی، مثلاً یک کارت هدیه را برای فرد منتخب هر هفته در نظر بگیرید. به‌این ترتیب کارمندان ساعی حس می‌کنند از طرف همکاران خود مورد تقدیر قرار گرفته‌اند و درعین‌حال، کمی انگیزه مالی نیز پیدا می‌کنند.

در صورت امکان می‌توانید یک جایزه سه‌ماهه یا سالانه را نیز برای افرادی که واقعاً اقدامات خاص و قابل توجهی انجام داده‌اند، برنامه‌ریزی کنید. برای مثال تیم مهندسی، زمان زیادی را به یک راهکار جدید اختصاص داده که معیارهای موردنظر کاربران را در اپلیکیشن شما رده‌بندی می‌کند. شما می‌دانید که این اطلاعات به درک مشتریان کمک می‌کند، پس با پاداش دادن به اعضای تیم مهندسی، سایر تیم‌ها را به ابتکارات مشابه تشویق کنید.

یا برآورد کرد. مثلاً مصاحبه با مشتریان، وارد کردن پاسخ‌ها به یک صفحه گسترده و ارزیابی داده‌ها.

با این قدم، شما به دیگران انگیزه می‌دهید. آن‌ها به این موضوع فکر می‌کنند که چگونه در نقش‌های خود، از راهکارهای مشابه استفاده واضح از اینکه داده‌ها چگونه به درآمدزایی سازمان کمک می‌کنند: «در طول هفته گذشته، پس از اینکه دو نمایندگی اصلی فروش را روی یک بخش خاص از مشتریان متمرکز کردیم، متوجه شدیم که زمان عقد قرارداد با یک مشتری، از پنج روز به دو روز کاهش یافته و سایر قرارداد نیز به‌طور متوسط ۵۰۰ تومان افزایش پیدا کرده است.»

پرنگ کردن این پیروزی‌ها، چند مزیت مهم دارد: اول اینکه باعث اعتمادسازی میان کارمندان می‌شود، زیرا آن‌ها به‌وضوح می‌بینند که سازمان چگونه تصمیمات مهم را با اندیشه و تدبیر اتخاذ می‌کند. دوم اینکه کارمندان انگیزه می‌گیرند تا در کنار سایر همکاران خود، در جلسات آگاهی‌بخشی شرکت، حضور پیدا کنند.

رهبری باید سرپرستان دپارتمان‌های مختلف را تشویق کند تا رویکرد مشابهی را در ارتباطات خود در پیش بگیرند. هر جلسه تیمی، فرصت خوبی برای به اشتراک‌گذاری راهکارهای جدید است. به‌عنوان مثال شما به‌تازگی مطلع شده‌اید که شرکت رقیب، از یک ابزار جدید برای بهینه‌سازی کانال بازاریابی خود استفاده می‌کند. این مطالعات موردی را با تیم به اشتراک بگذارید. سپس آن‌ها را تشویق کنید که به راه‌ها، ابزارها و فرایندهای جدیدی فکر کنند که در همان سطح شغل آن‌ها، به شرکت کمک می‌کنند.

یکی دیگر از راه‌های توسعه فرهنگ داده‌محور، به نمایش کشیدن آن در سراسر سازمان است. به این منظور یک تلویزیون را با چندین داشبورد داده، در سازمان نصب کنید. آیا نرخ به‌روز شده ترافیک وب، یکی از فاکتورهایی است که اعضای تیم باید مدنظر داشته باشند؟ یک داشبورد را از Google Analytics بارگیری کنید و آن را همیشه در حال اجرا نگه دارید. به‌تدریج کارمندان به روندها توجه می‌کنند. مثلاً اوقاتی در روز که فعالیت رسانه‌های اجتماعی در اوج قرار دارد، ترافیک افزایش می‌یابد، سپس آن‌ها می‌توانند مباحثات فکرشده‌ای را در خصوص بهبود وضعیت شروع کنند.

هنگامی که کارمندان به اهمیت «تفکر از طریق لنز داده» پی می‌برند، برخی از آن‌ها تمایل شخصی خودشان را به یادگیری مهارت‌های جدید داده نشان می‌دهند. تحقیقات نشان می‌دهد که رشد حرفه‌ای و یادگیری مهارت‌های سخت، به رضایت شغلی بیشتر منجر می‌شود. به همین دلیل یکی از بهترین راه‌های ایجاد انگیزه در کارکنان، فراهم کردن فرصت‌هایی برای توسعه حرفه‌ای آن‌ها است.

### تمرکز بر رشد شخصی کارمندان

گوگل با قانون ۲۰٪ درصدی خود، روی رشد شخصی کارمندان تمرکز کرده است. به این صورت که کارمندان مجاز هستند ۲۰ درصد از وقت خود را به پروژه شخصی اختصاص دهند. به‌طور مشابه، شما هم می‌توانید با کمک مدیران یا رهبران شرکت، فرهنگی را در سراسر سازمان توسعه دهید که در آن کارمندان، بخشی از وقت خود را به تحصیل مهارت‌های داده بپردازند.

از کارمندان بخواهید که محتوای مرتبط با چگونگی استفاده از داده در نقش‌های سازمانی خود را تمرین کنند و در گروه‌های چت درون سازمانی؛ مقالات جالبی را که در این زمینه خوانده‌اند، به اشتراک بگذارند.

اگر برخی از کارمندان علاقه‌مند بودند که در یک حوزه خاص، بیشتر مهارت کسب کنند، به آن‌ها در طول هفته زمان بدهید تا گواهی ابزارهای مربوطه را دریافت کنند. مدیران نیز می‌توانند امکان شرکت

امروزه علوم داده یکی از مهم‌ترین ابزارهای پیشرفت کسب‌وکار است و شما برای حفظ مزیت شرکت، باید راه‌های استفاده از داده را به کارمندان آموزش دهید.

اوایل دهه ۱۹۹۰، کارفرمایان برای استخدام نیروی کار، بیش از هر قابلیت دیگری به دنبال «تجربه مکینتاش» یا «مهارت‌های عالی کامپیوتری» بودند. هرچند این مهارت‌ها خیلی زود به مهارت‌های غیرتخصصی و همگانی تبدیل شدند و کارمندان در هر صنعت و هر رده شغلی، برای حفظ موقعیت خود باید آن‌ها را یاد می‌گرفتند.

امروز، ضرورت تخصص در علوم کامپیوتر بسیار بیشتر شده: تقاضا برای نیروی کاری که با استفاده از نرم‌افزارهای کامپیوتری به تجزیه و تحلیل امور می‌پردازد و براساس داده‌ها، تصمیم‌گیری‌های کسب‌وکار را پیش می‌برد، بسیار بالا است. علوم داده رشته‌ای است که به‌سرعت رشد می‌کند و در واقع، برای نیروی کار یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود.

رهبران شرکت‌ها کاملاً متقاعد شده‌اند که جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل مؤثر اطلاعات، سودآوری آن‌ها را مستقیماً تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای اثبات این واقعیت می‌توانیم به گزارش‌های روزانه کارمندان برای کسب‌وکارهای کلیدی عملکرد که برای تصمیم‌گیری بهتر هزینه‌های کسب‌وکار مورد استفاده قرار می‌گیرند، یا نظارت و ارزیابی ارتباطات مشتری که به تنظیم پیشنهادات محصول کمک می‌کنند. اغلب شرکت‌های امروزی، روی استخدام متخصصین داده و آموزش این علوم در سراسر سازمان، سرمایه‌گذاری زیادی انجام می‌دهند.

شکی نیست که داده‌ها، گام مهمی در تکامل کسب‌وکار شما محسوب می‌شوند. اما شما بدون هزینه‌های بالای مشاوران این حوزه و استخدام تمام‌وقت متخصصان نیز می‌توانید مهارت‌های علوم داده را در میان کارمندان خود توسعه دهید. این پروسه، با تفکر دقیق در مورد اینکه کارکنان شما چگونه انگیزه می‌گیرند آغاز می‌شود. چگونه می‌توانید سیستم پاداش‌دهی شرکت را برای رسیدن به اهداف مطلوب تنظیم کنید؟

پنج سال پیش، جک ولش سه‌راه اساسی را برای انگیزه بخشیدن به کارمندان توصیه کرد: پاداش‌های مالی، سیستم شناخت کارکنان برتر و بیانیه واضح مأموریت. برخلاف جک ولش که ۴۱ سال در جنرال الکتریک خدمت کرد، کارمندان امروزی تا قبل از ۴۰ سالگی به‌طور متوسط ۱۰ شغل را تجربه می‌کنند. به همین دلیل باید یک اصل انگیزشی را به لیست فوق اضافه کرد: رشد و توسعه شخصی. اما چگونه می‌توان این اصول را در حوزه مهارت‌های داده اعضای تیم به کار گرفت؟

برای پاسخ به این سؤال باید از اصول اولیه شروع کنیم. ایجاد هرگونه تغییر فرهنگی، مستلزم تعهد بلندمدت است. از ابتدای کار، باید انتظارات همه افرادی که در هدایت سازمان به عصر داده سهیم هستند، مشخص شود. اگر فرض کنیم که این گام مهم برداشته شده است، پس از آن می‌توانید موفقیت آینده خود را با توجه به این نکات تضمین کنید:

### هماهنگ ساختن شرکت با مأموریت جدید

رهبران سازمان مهم‌ترین نقش را در دوران گذار ایفا می‌کنند. در مراحل بعد، آموزش تیم‌ها و پرسنل و آشنا کردن آن‌ها با روش‌های مبتنی بر داده و ایجاد عادت‌های جدید، از طریق رهبری در عمل ادامه می‌یابد.

در اولین جلسه کار هر هفته، همه سرپرستان و رهبران تیم‌ها و همه اعضای تیم را دورهم جمع کنید. جلسه اصلی شرکت، بهترین فرصت برای به اشتراک گذاشتن به‌روزرسانی‌های مهم، اصلاح اهداف کوتاه‌مدت و انگیزه‌بخشی به تیم‌ها است. شما فرصتی عالی در اختیار دارید تا استراتژی‌های تغییر را به بهترین نحو برای اعضای شرکت توضیح دهید.

به‌عنوان مثال فرض می‌کنیم شرکت می‌خواهد بر اساس داده‌های جمع‌آوری‌شده از تیم فروش، یک هدف تجاری جدید را دنبال کند. با بهره‌گیری از این فرصت، به سایر تیم‌های سازمان آموزش دهید که چگونه می‌توان با استفاده از داده‌ها، تقاضای کسب‌وکار جدید را ساخت

**(آگهی مزایده اموال غیر منقول (اسناد رهتی))**

بانک سپه شعبه فردوسی یاسوج به موجب رونده اجرائی کلاسه ۹۵۰۰۲۰۹ و به استناد سند رهتی شماره ۱۳۸۰/۴۳۸۰/۱۳۹۱/۲۱۰ تنظیم دفتر خانه اسناد رسمی شماره ۳۹ یاسوج جهت وصول طلب خود به مبلغ ۶۰۲۴۲۵۲۱ ریال (ششصد و چهار میلیون و سیصد و شصت و دو هزار و پانصد و بیست و یک ریال) تا تاریخ صدور اجرائیه و خسارت تاخیر متعلقه تا روز وصول طلب علیه خاتم مریم محمد پور فرزند هوشنگ و علی غلامیان فرزند عباسعلی اقدام به صدور اجرائیه نموده که پس از تشکیل پرونده به کلاس فوق در این اداره و اقامه عملیات اجرائی برابر مقررات آیین نامه اجرائی مقام اسناد رسمی و به علت عدم پرداخت بدهی از طرف بدهکار مزاد ( شماره ۱۳۹۷/۲۶- ۷۷۰۰۰۱۷-۵) وارزه به شماره ۱۷۰۰۰۱۷-۵ و سه اسامی) به مبلغ ۲۱۱۵۰۰۰۰ ریال ( دو میلیارد و هشتصد میلیون ریال) ( ازبانی شده و به کارمندان اسناد رسمی و برتر خود را شناسایی کنند. یک جلسه هفتگی برای گزارش کارشناسی، با سقف مبلغ فیزیکی در یک طبقه با مساحت ۲۱۱۵۰۰ متر مربع می باشد که شامل دو اتاق خواب، حمام و پذیرایی و آشپزخانه می باشد که دارای اشتغال آب، برق و گاز است و سند سرزمینی، گرمایشی آن کولر و بخاری می باشد که نمای بیرون حیاط سیمان سفید بوده و با عمر اعیانی ساختمان تقریباً ۱۶ سال می گردد ضمناً این ملک بنا به گزارش مأمور اجرائی این اداره در اختیار مستاجر به نام سید علی حسینی تا تاریخ ۱۳۹۸/۵/۱ می باشد بلاک فوق الاشاره از ساعت ۹ الی ۱۲ روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۴/۱۷ در اداره اجرائی اسناد رسمی یاسوج واقع در خیابان منلی از طریق مزایده به فروش می رسد. مزایده از مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال ( دو میلیارد و هشتصد میلیون ریال) شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقداً فریخته می شود لام به ذکر است بدهی بدهی مربوط به آب، برق و گاز هم از حق اشتغال و حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده قرار آید آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی نامعلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مزاد وجود پرداختی یا بت هزینه های فوق از محل مزاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و تیم عترت وفق مزایده نقداً وصول می گردد ضمناً چنانچه روز مزایده مسانف با تعطیل رسمی غیر مترقبه گردد مزایده روز آتاری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد ضمناً برابر نامه شماره وارده ۱۷۰۰۰۱۷-۵/۲۶-۹۷۰۰۰۱۷/۱۳۹۷/۲۶/۱۳۹۷/۲۵ اعلامی از طرف پستکار ملک مورد وثیقه دادگاه هر گونه بیمه ای می باشد. تاریخ انتشار: ۱۳۹۷/۲/۲۵

**رئیس اداره اجرائی اسناد رسمی یاسوج حشمت الله زمانی زاده**

---

**آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمانت به جواد قیاسوند فرزند**

خواهان علیرضا فلسفی دادخواستی به طرفیت خوانده محسن علی محمد و جواد قیاسوند و عبدالله قدیم زاده به خواسته افسار از پرداخت هزینه دادرسی مطرح که به این شعبه از جاز و به شماره پرونده کلاسه ۶۶۲-۹۷۰۹۹۸۲۹۸۸۶-۳ شعبه ۶ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان بهارستان ثبت وقت رسیدگی و استماع گواهی گواهان آن ۹۷/۱/۱۲ ساعت ۱۱ صبح تعیین که حسب دستور دادگاه با تجویز ماده ۲۲ قانون آیین دادرسی مدنی به علت معجزول امکان بودن خوانده و درخواست خوانده مراتب یک نوبت در یکی از جایز کثیر انتشار آگهی می گردد تا خوانده طرف بکماله از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه کپی دادخواست و سند را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

**مدیر دفتر دادگاه حقوقی شعبه ۶ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان بهارستان**

---

**آگهی حصر وراثت**

رجعی شگری فرزند علی گناه به شماره شناسنامه - به شرح درخواستی که به شماره ۹۷۰۶۸۸ این شعبه ثبت گردیده درخواست صدور گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان موسی فرزند علی گناه به شماره شناسنامه ۲۰۲ صادره از بهارستان در تاریخ ۲۵/۵/۲۵ در اقامتگاه دائمی خود شهرستان فریدونکنار فوت نموده و ورثه وارث حین القوت وی عبارتند از بی بی زلفی ف علی گناه ش ۱ فرزند متوفی و شیرینلو زلفی ف علی گناه ش ۱۰ فرزند متوفی و صغری زلفی ف علی گناه ش ۱ فرزند متوفی و شیرینلو زلفی ف علی گناه ش ۱۰ فرزند متوفی و شیرینلو زلفی ف علی گناه ش ۱۰ فرزند متوفی و خورشید زلفی ف علی گناه ش ۱۰ فرزند متوفی و عیسی زلفی ف علی گناه ش ۱۵ فرزند متوفی و جشمید زلفی ف علی گناه ش ۲۴۹ فرزند متوفی و کفا ش ۱۵ فرزند متوفی و سمانه زلفی ف علی گناه ش ۱۷ همسر متوفی و لاجورد، اینک با انجام تشریفات مقدماتی در خواست مرور را یک نوبت آگهی می نماید تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد و الا گواهی صادر خواهد شد.

**قاسی شعبه دوم شورای حل اختلاف فریدونکنار**







## برگزاری جلسه خادمین موبک سامرا با حضور مدیر کل اوقاف استان قم



قم - خبرنگار فرصت امروز- جلسه توجیهی خادمان موبک اربعین در شهر سامرا با حضور مدیر کل اوقاف استان قم برگزار شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، قرار است امسال و به منظور ارائه خدمات اسکان و تغذیه به زائران حسینی در ایام اربعین، موبکی از سوی این اداره کل در شهر سامرا کشور عراق برپا شود. به منظور توجیه خدام این موبک و انجام هماهنگی‌های لازم، جلسه‌ای با حضور حجت‌الاسلام والمسلمین سید اسماعیل حسینی مقدم مدیر کل اوقاف استان قم و با شرکت دست اندرکاران موبک برگزار شد. در این جلسه و بعد از سخنرانی مدیر کل در مورد اهمیت خدمت به زائران حسینی، محمدرضا سمیع‌پور مسئول حراست اوقاف استان قم به بیان نکات امنیتی پیرامون فعالیت در کشور عراق پرداخت و در ادامه نیز حجت‌الاسلام یوسف احمدی معلون فرهنگی اوقاف شرایط سال جاری این کشور و نیز موبک اوقاف قم را تشریح کرد. گفتنی است این موبک فعالیت خود را از هفتم ماه صفر همزمان با ۲۵ مهرماه آغاز می‌کند و مقرر شده ۵ هزار وعده صبحانه، ۸ هزار وعده ناهار و ۸ هزار وعده شام توسط این موبک در بین زائران حسینی توزیع شود

## در جلسه دارالقرآن گاز گلستان بر تقویت و اجرای مطلوب امورات فرهنگی نماز تاکید شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- در جلسه‌ای که با حضور مسئول و اعضای اجرایی دارالقرآن گاز گلستان برگزار شد پیرامون برنامه ریزی، تقویت و اجرایی نمودن برنامه‌های معنوی مرتبط با نماز و دارالقرآن بحث و تبادل نظر شد. به گزارش روابط عمومی در این جلسه حجت الاسلام سید علی اصغر رضائی مسئول دارالقرآن گاز گلستان، گزارشی از وضعیت دارالقرآن و برنامه‌های اجرا شده و در دست اجرا و همچنین مشکلات موجود ارائه نمود. وی بر اهمیت هر چه بیشتر مسائل قرآنی و اهتمام ویژه به این کتاب الهی تاکید کرد و خواستار تلاش و همکاری اعضای دارالقرآن و رابطین فرهنگی و قرآنی برای تقویت و اجرایی مطلوبتر برنامه‌های مورد نظر بویژه برپایی نماز اول وقت در اداره مرکزی و ادارات تابعه و همچنین تلاوت روزانه یک صفحه از قرآن کریم و ادعیه‌های وارده و قرائت زیارت وارث در ایام محرم و صفر و مناسبت‌های خاص شد. رضائی افزود: جهت زیبا سازی فضاهای نمازخانه‌های ادارات گازرسانی نیز لازم است امکانات مورد نیاز تهیه و در اختیار ادارات و دفاتر نظارت قرار گیرد. علاوه بر آن از فرزندان قرآنی در مناسبت‌های فرهنگی نیز دعوت بعمل آید. مسئول دارالقرآن گاز گلستان تصریح کرد: در این جلسه همچنین در خصوص راهکارهای توسعه فعالیت‌های قرآنی و تشویق کارکنان، همسران و فرزندان آنان برای مانوس شدن با این کتاب آسمانی و سایر کتب معنوی و مفاهیم، معارف قرآنی و احکام عبادی تصمیم‌گیری شد ضمن اینکه مقرر شد رابطین قرآنی نیز ارتباط خود را با همکاران و خانواده آنها گسترده تر کرده و روشی ادارات نیز با مسئول دارالقرآن و رابطین فرهنگی و قرآنی همکاری مطلوب و مستمری داشته باشند.

## گازرسانی به ۱۴۰ روستای استان در ۶ ماه ابتدای سال جاری

کرمانشاه - منیر دشتی - مدیرعامل شرکت گاز استان کرمانشاه از گازرسانی به ۱۴۰ روستای این استان از ابتدای سال جاری تا پایان شهریور ماه خبر داد. سیروس شهپازی با بیان این مطلب اظهار داشت: توسعه گازرسانی به روستاها از برنامه‌های اصلی شرکت گاز استان کرمانشاه در سال جاری است که در این راستا تا پایان شهریور ماه ۱۴۰ روستای استان به شبکه گاز متصل شدند. وی افزود: هم‌اکنون ۶۱ درصد جمعیت روستایی استان در قالب یکپارز و ۱۰۰ روستا از گاز طبیعی بهره‌مند هستند. مدیرعامل شرکت گاز استان کرمانشاه به تداوم برنامه‌های گازرسانی به روستاها اشاره و اظهار کرد: در حال حاضر گازرسانی به ۵۴۵ روستای استان در دست اجراست و گازرسانی به ۱۳۷ روستا نیز در مرحله پیمان سپاری و گازرسانی به سایر روستاهای بالای ۲۰ خانوار غیر برخوردار از گاز در هر مرحله مطالعه و طراحی است. مهندس شهپازی تصریح کرد: مطابق برنامه ریزی انجام گرفته گازرسانی به همه روستاهای استان که هم‌اکنون در دست اجرا، پیمان سپاری و مطالعه می‌باشد تا پایان سال ۹۸ به اتمام می‌رسد و ضریب نفوذ گازرسانی در استان کرمانشاه به بالای ۹۰ درصد خواهد رسید.

## حضور شرکت شهرک‌های صنعتی لرستان در چهارمین نمایشگاه اشتغال و توسعه کار آفرینی دانشگاه جامع علمی کاربردی لرستان

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی لرستان از حضور شرکت شهرک‌های صنعتی لرستان و کنسرسیوم سنگ های تزئینی استان در چهارمین نمایشگاه اشتغال و توسعه کار آفرینی دانشگاه جامع علمی کاربردی لرستان خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرک‌های صنعتی لرستان، مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی لرستان در حاشیه برگزاری نمایشگاه اشتغال و توسعه کار آفرینی دانشگاه جامع علمی کاربردی گفت: این نمایشگاه از هدف معرفی دستاوردهای مراکز جامع علمی کاربردی و دیگر تولیدات استان برگزار گردید که تا ۲۵ مهر ماه در ابر است. رزائی بیان کرد: در این نمایشگاه توانمندیها و دست آوردهای مراکز علمی کاربردی شهرستانها، نهادهای و همچنین شرکت های بخش خصوصی به نمایش گذاشته شده است. وی ادامه داد: حضور کنسرسیوم سنگهای تزئینی فرصت تازه‌ای را برای پیشبرد اهداف صنایع دستی در اختیار فعالان و صنعتگران این بخش قرار می‌دهد. رزائی همچنین اعلام کرد: در حاشیه چهارمین نمایشگاه اشتغال و توسعه کار آفرینی دانشگاه جامع علمی کاربردی لرستان، کارگاه آموزشی ((نقش رسانه‌ها در ترویج فرهنگ کار آفرینی)) برگزار گردید. وی گفت: حضور در این کارگاههای آموزشی رایگان بوده و در پایان دوره برای هر یک از شرکت کنندگان گواهی حضور صادر می‌شود.

رئیس اداره ایمنی و ترافیک راهداری و حمل و نقل جاده ای مازندران:

## ارتقاء و اعتلای فرهنگ ایمنی، کاهش سوانح رانندگی را به دنبال دارد

ساری - دهقان - رئیس اداره ایمنی و ترافیک اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان مازندران در اولین جلسه کمیته هماهنگی ارتقای ایمنی استان که در محل اداره راهداری و حمل و نقل جاده ای شهرستان بابلسر برگزار شد، عنوان نمود: ارتقاء و اعتلای فرهنگ ایمنی و رعایت قوانین و مقررات توسط کاربران جاده‌ای عاملی موثر در جهت کاهش سوانح رانندگی است. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان مازندران، ابوالفضل صفری در این نشست، هدف از برگزاری این جلسه را هماهنگی در راستای ارتقای ایمنی تردد جاده‌ای در شهرستان‌ها بیان داشته و اظهار داشت: جلسه کمیته هماهنگی ارتقای ایمنی به منظور تحلیل تصادفات، هم اندیشی و تصمیم‌گیری در مورد موضوعات مرتبط با ارتقای ایمنی تردد در محورهای برون شهری استان برگزار می‌گردد. ابوالفضل صفری خاطر نشان ساخت: در جلسه مذکور مواردی شامل اقدامات کم هزینه و زود بازده بخصوص آموزش کاربران جاده‌ای از طریق دیداری‌ها، جدا سازی خطوط رفت و برگشت در محورهای فرعی بر تصادف و برخورد با دستفروشان مستقر و ساخت و ساز غیر مجاز در حریم راه‌ها مطرح و موصواتی در این خصوص تصویب شد. وی تصریح نمود: برای شناسایی چالش‌ها و اولویت بندی پروژه‌های ایمنی مقرر گردید این جلسات به طور ماهانه و با حضور معاونین و روسای ادارات مرتبط و به‌بار با تجمیع چند شهرستان مختلف در یک منطقه از استان برگزار گردد.

مدیرعامل بیمارستان فوق تخصصی البرز:

## بخش جراحی قلب در بیمارستان البرز راه اندازی می‌شود

کرج - خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل بیمارستان فوق تخصصی البرز از ارائه خدمت به ۵ هزار نفر از بیماران مراجعه‌کننده به این بیمارستان در روز خیر داد و گفت: بخش جراحی قلب و آنژیوگرافی در آینده راه اندازی می‌شود. فرهاد حمزه‌زاده در نشست خبری با اصحاب رسانه که در بیمارستان البرز برگزار شد، اظهار داشت: بیمارستان البرز تنها و بهترین بیمارستان استان البرز است که همه جانبه در خدمت مردم است. وی افزود: مشکلاتی برای راه‌اندازی ب ش جراحی قلب و آنژیوگرافی در بیمارستان البرز وجود دارد که به زودی مرتفع شده و این بخش در این بیمارستان تکمیل می‌شود. مدیرعامل بیمارستان البرز با بیان اینکه این بیمارستان به دلیل داشتن ید هلیکوپتر بیشترین پذیرایی از آسیب دیدگان حوادث جاده‌ای را دارد، گفت: تعداد مراجعه‌کنندگان بیمارستان بسیار زیاد است و در کل سعی می‌کنیم که نظم مناسبی به این خدمات دهی داشته باشیم. وی با بیان اینکه تعداد عمل جراحی بیمارستان البرز روزانه بیش از ۱۰۰ مورد است، بیان کرد: بهترین مرکز تصویربرداری در استان البرز در این بیمارستان وجود دارد و حدود ۷۰۰ نفر از خدمات مرکز تصویربرداری بیمارستان البرز در طی روز استفاده می‌کنند. وی با بیان اینکه تعداد متقاضیان سونوگرافی بسیار زیاد است که تعداد دستگاه‌ها پاسخ‌گوی میزان مراجعه‌کنندگان نیست، عنوان کرد: نیاز است که در این بخش تعداد دستگاه‌ها افزایش یابد تا وقت مراجعه‌کنندگان کمتر گرفته شود. حمزه زاده با بیان اینکه بیماران اورژانسی مراجعه‌کننده در نوبت باقی نمی‌مانند، تصریح کرد: حدود ۱۵ ماموگرافی، ۱۵ سنجش تراکم استخوان و روزانه ۱۵۰ پذیرش و روزانه ۱۱۰ عمل جراحی داریم و اعمال جراحی بزرگ در این بیمارستان انجام می‌شود.

## بازدید فرمانده آمادگاه اصلی و عمومی ارتش از نیروگاه شهید رجایی

قزوین- خبرنگار فرصت امروز - سرهنگ کرمی در این بازدید، از تلاش‌های گسترده‌ی کارکنان نیروگاه برای تولید برق پایدار و خدمت‌رسانی به مردم، قدردانی نمود و از صنعت برق کشور به ویژه نیروگاه‌های تولید برق به عنوان صنعتی یاد نمود که سهم زیادی در توسعه اقتصادی کشور دارد. علی‌فرد مهر فرمانبردار نیروگاه شهید رجایی نیز، گزارشی از عملکرد این شرکت ارائه نمود و یادآور شد که این نیروگاه با تولید سالانه حدود ۱۱۲ میلیارد کیلووات ساعت انرژی الکتریکی، برق بیش از ۴ درصد از نیاز مصرف‌کنندگان کشور را تأمین می‌کند. در ادامه، فرمانده آمادگاه اصلی و عمومی ارتش از اتاق‌های فرمان نیروگاه‌های بخار و سیکل ترکیبی بازدید نمود.



## مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان عنوان کرد:

# تفکیک شبکه آب شرب و بهداشتی شهر زواره اصفهان



اصفهان - قاسم اسد- در سال جاری در شهر زواره به منظور تأمین پایدار آب شرب با کیفیت، شبکه آب شرب مجزا از آب بهداشتی اجرا گردید. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: در سال جاری شبکه‌ای به طول ۱۲ کیلومتر برای تأمین پایدار آب شرب مردم شهر زواره اجرا شد که بدنبال آن ۲۰ شیر برداشت در نقاط پر تردد شهر، نصب گردید. مهندس هاشم امینی با بیان اینکه شهر زواره یکی از شهرهای تابع شهرستان اردستان می‌باشد افزود: شهر اردستان در انتهای خط انتقال طرح آبرسانی اصفهان بزرگ استان قرار دارد این در حالیست که خط انتقال آب به شهرستان اردستان به طول ۱۱۰ کیلومتر است. وی به EC بالای آب در شهر زواره اشاره کرد و خاطر نشان ساخت: EC آب در شهر زواره تا حدودی بالاست لذا با آب طرح مخلوط سسپس با کیفیتی مطلوب در شبکه‌ای یکی جدا از آب بهداشتی در اختیار مردم قرار می‌گیرد. که این امر رضایت مشتریان را رقم زده است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان به بیش از ۵۰ درصد کاهش تخصصی آب طرح به شهرستان اردستان پرداخت و بیان داشت: در نیمه اول سال جاری کاهش تخصصی آب شرب استان از حوزه آبریز زاینده رود میزان تخصصی آب به شهرستانهایی که تحت پوشش طرح آبرسانی بودند را تحت تأثیر قرار داد به گونه‌ای که در این راستا اردستان با کاهش ۵۰ درصدی روبرو شد. مهندس امینی با اشاره به راه‌اندازی دستگاه آب شیرین کن در شهر مهاباد اظهار داشت: شهر

زنجان- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری زنجان گفت: برنامه‌ریزی برای تهیه و تدوین اطلس جامع فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای شهر زنجان اولویت اول سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری زنجان با هدف رسیدن به منابع پایدار و تأمین خدمات مورد نیاز و واقعی شهروندان است. در این خصوص، داریوش قره‌دافی، اطلس جامع فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای شهر زنجان را طرحی ارزشمند دانست و گفت: اطلس نیازمندی‌های واقعی شهروندان شامل خدماتی که از سوی شهرداری و یا ارگان‌های خدمات‌رسان تأمین می‌شود به دلایل مختلف تأمین نشده خواهد بود. داریوش قره‌دافی افزود: پس از گذشت چند دهه از رویکرد مدیریت شهری در خصوص تأمین نیازهای خدماتی شهر از سوی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، متأسفانه این رویکرد در بسیاری از موارد به تأمین اهداف مدیریتی منتهی نشده است. وی افزود: به نظر می‌رسد عمل اصلی عدم



اقبال در این زمینه عقب ماندگی کشور از حیث کمبود سرمایه‌نست و علت آن را باید در وجود بازدارنده‌های پرشمار پیش روی سرمایه‌گذار و نبود بستری مناسب برای فعالیت اقتصادی جستجو کرد چرا که اقدام سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در گرو پیدایش بستریهایی است که تا فراهم نشوند سرمایه‌گذاری شکل نخواهد گرفت. وی وجود

زنجان- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری زنجان گفت: برنامه‌ریزی برای تهیه و تدوین اطلس جامع فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای شهر زنجان اولویت اول سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شهرداری زنجان با هدف رسیدن به منابع پایدار و تأمین خدمات مورد نیاز و واقعی شهروندان است. در این خصوص، داریوش قره‌دافی، اطلس جامع فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای شهر زنجان را طرحی ارزشمند دانست و گفت: اطلس نیازمندی‌های واقعی شهروندان شامل خدماتی که از سوی شهرداری و یا ارگان‌های خدمات‌رسان تأمین می‌شود به دلایل مختلف تأمین نشده خواهد بود. داریوش قره‌دافی افزود: پس از گذشت چند دهه از رویکرد مدیریت شهری در خصوص تأمین نیازهای خدماتی شهر از سوی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، متأسفانه این رویکرد در بسیاری از موارد به تأمین اهداف مدیریتی منتهی نشده است. وی افزود: به نظر می‌رسد عمل اصلی عدم

## مدیرعامل شرکت گاز هرمزگان خبر داد:

## تأمین گاز مصرفی شهرستان بندرلنگه با احداث خط ۵۶ اینچ

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- غلامرضا آباد فرماندار شهرستان بندرلنگه در نشستی با پارسا پروین مدیرعامل شرکت گاز هرمزگان، ابومسلم غریبی رییس گازرسانی به صنایع و همچنین افقه مدیر شرکت متن، مجری طرح احداث خط ۵۶ اینچ به منظور رفع موانع موجود در گازرسانی به گو پرداختند. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز هرمزگان، پارسا پروین اظهار داشت: با اجرای پروژه احداث خط ۵۶ اینچ از بندرآفتاب به کویچ به طول تقریبی ۹۴ کیلومتر، گاز مصرفی شهرستان بندرلنگه و همچنین جنوب شهرستان بستک (از قبیل شهر جناح، هرنگ، کوخرد و...) و صنایع

آن منطقه تأمین خواهد شد. «پروین» همچنین اضافه نمود: هدف از اجرای ۹۴ کیلومتر خطوط در واقع انتقال گاز از کیش به بندرآفتاب و احداث پایلگاه و پایلش گاز در بندرآفتاب از طریق خط ۵۶ اینچ و انتقال به خط هفتم سراسری صلح می‌باشد. وی در ادامه به بررسی و رفع موانع موجود در اجرای این خط پرداخت و گفت: تأمین برق جهت ایستگاه‌های در طول مسیر خط، ایستگاه حفاظت، هماهنگی با سازمان میراث فرهنگی، منابع طبیعی و... از جمله مواردی است که انتظار می‌رود با همکاری و تعامل بیشتر سازمان‌ها و مدیریت فرماندار با مسوولان محلی و استانی مرتفع شود.

## مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات شرکت ملی گاز ایران:

## اقدامات کیفی مناسبی در شرکت گاز استان گیلان به اجرا درآمده است

رشت- مهناز نوبی- روح‌اله نوریان مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات شرکت ملی گاز ایران و هیئت همراه با حضور در شرکت گاز استان گیلان از زیرساخت‌های این شرکت در زمینه ارتباطات دیجیتال بازدید نمودند. در این نشست ها دکتر نوریان ضمن تقدیر از عملکرد شایسته شرکت گاز استان در زمینه گسترش زیرساخت‌های ارتباطی و مکانیزه نمودن روند اجرای امور اظهار داشت: شرکت گاز گیلان در خصوص تولید کنتورهای هوشمند اقدامات خوبی را به انجام رسانده و با کمی اصلاح و تغییر می‌توان حمایت‌های لازم را از طرح در جهت اجرایی شدن بعمل آورد. وی پس از بازدید از سیستم مانیتورینگ ایستگاه‌های CGS.CNG و مشترکین عمده شرکت

گاز استان اظهار داشت: این بسیار عالیست که شرکت گاز گیلان با وجود همه مشکلات توانسته این طرح‌ها را به انجام رساند و باید برنامه‌های مدنوع برای اجرای آن در سراسر کشور تهیه و تدوین نماییم. مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات شرکت ملی گاز ایران در ادامه با اشاره به راه‌اندازی مرکز پیلما و اتفاقات متمرکز شرکت گاز استان گیلان گفت: این پروژه یکی از نقاط قوت پروژه‌های کیفی در میان شرکت‌های گاز استانی می‌باشد و خوشبختانه با اجرای این طرح مدت زمان پاسخگویی و رفع مشکل مشترکین تا حد زیادی کاهش پیدا کرده و باید تمهیداتی در جهت بهینه‌سازی برای سایر شرکت‌های گاز استانی فراهم گردد. همچنین در این دیدار کلیه پروژه‌های فناوری اطلاعات

## جهش بلند شرکت گاز استان مرکزی در زمینه GIS

پایان سال ۹۸ محقق و نقشه‌های کل استان به صورت یکپارچه و GIS ready در پایگاه داده مکانی تغذیه گردید. معاون مهندسی و اجرای طرح‌های شرکت گاز استان مرکزی در ادامه گفت: تکمیل و جمع‌آوری اطلاعات مشترکین شامل کد پستی، تلفن ثابت و تلفن همراه که از سال ۸۸ شروع و در بانک مشترکین ذخیره شده و فیلد حدود ۴۰ درصد مشترکین در سطح استان تغذیه شده است ضمناً ارتباط با شرکت‌های برق، مخابرات، اداره پست در زمینه تبادل اطلاعات واسکن کروکی انشعابات به تعداد ۲۰۰۰۰۰ انشعاب همچنین تهیه نقشه ازبیلت امداد نواحی اراک، خمین، محلات، دیلجان، کمیجان با مقیاس ۲۰۰/۱، از دیگر فعالیت‌های این امور بوده است که به طور کلی و با توجه به شاخص‌های فوق‌الذکر با اجرایی

اراک- مینو رستمی - به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی محمدصوری معاون مهندسی و اجرای طرح‌های این شرکت از جهش بلند شرکت گاز استان مرکزی در زمینه GIS خبر داد. بر پایه این گزارش صوری در این خصوص گفت: تعداد ۳۴ شهر گاز دار استان تعداد ۲۴ شهر دارای نقشه ازبیلت ۲۰۰/۱ و به صورت کامپیوتری می‌باشد و نقشه ۱۰ شهر باقیمانده دارای نقشه تئورک ۲۰۰/۱ می‌باشد و امید است تا پایان سال ۹۷ ازبیلت کلیه شهرها تکمیل شود همچنین از تعداد ۹۴۰ روستای بهره‌مند از نعمت گاز در استان نقشه بیش از ۹۶ درصد روستاها به صورت یکپارچه مستعمل بر ۶۳ نقشه CGS تهیه و در حال استاندارد سازی جهت تغذیه در سیستم GIS می‌باشد و امید است این امر

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان:

## پدافند غیرعامل تسهیل در امور مدیریت بحران است

گفت: باید از مباحثی که در حوزه مدیریت بحران و پدافند غیرعامل وجود دارد بهره‌کافی ببریم تا بتوانیم از قدرت سازمانی بالا و نیز آمادگی کفای در حوادثی که ممکن است از سوی دشمن برای ما اتفاق بیفتد برخوردار باشیم. وی افزود: نتایج ارزیابی متخصصان پدافند غیرعامل شرکت مهندسی عامل موثر در تقویت توانمندیها و حذف نقاط قابل بهبود می‌باشد تا میزان خسارت‌های احتمالی به تاسیسات و زیرساخت‌ها به حداقل برسد. در ادامه آقای مهندس زینلی از همکاران دفتر مدیریت بحران و پدافند غیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور ضمن بیان وضعیت تاسیسات و تجهیزات براساس

گراگان - خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان در جلسه کمیته پدافند غیرعامل و مدیریت بحران گفت نتایج رعایت الزامات پدافند غیرعامل باعث تسهیل در امور مدیریت بحران است. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان گلستان، مهندس محمدهادی رحمتی مدیرعامل آیفآ گلستان در این جلسه که با حضور از زبان شرکت آب و فاضلاب کشور برگزار گردید گفت: در جلسه کمیته مدیریت بحران و پدافند غیرعامل اجرای طرح‌های مقابله با کمبود آب شرب در سطح استان یکی از اولویت‌های مهم و کلیدی است. مدیرعامل آیفآ گلستان

وی افزود: با انتقال آب قنات به سطح شهر مهاباد هم‌اکنون مردم از طریق چندین شیر برداشت، از آب گوارای این قنات جهت شرب بهره‌مند می‌شوند. وی به چگونگی مهار بحران کم‌آبی در فصل تابستان در شهر اردستان پرداخت و تصریح کرد: نیمه اول سال جاری با توجه به کاهش ۵۰ درصدی آب طرح و از سوی EC بالای منابع محلی برای برون رفت از چالش کم‌آبی بخشی از آب انبارهای موجود در شهر را وارد مدار کردیم. مهندس امینی گفت: بعنوان مثال آب انبار مسجد جامع با ظرفیت ۷۰۰ مترمکعب که یکی از آب انبارهای قدیمی در کشور محسوب می‌شود در تابستان سال جاری وارد مدار شد که این امر یکی از راه‌های تأمین آب شرب مردم این شهرستان بوده است. وی افزود: در دست است در تابستان سال جاری توانستیم با اجاره کردن چاه‌ها و دیگر منابع محلی در شهر اردستان از تبعات بحران کم‌آبی بکاهیم اما به منظور تأمین پایدار آب شرب شهر اردستان در تمام فصول باید یک دستگاه آب شیرین‌کن راه‌اندازی شود. مدیرعامل و رئیس هیات شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: شهر اردستان دارای قنات دو طبقه‌ای است که در دنیای نظریات و در حال حاضر از آب این قنات کشاورزان استفاده می‌کنند اما با این وجود در فصل تابستان از آب این قنات برای تأمین بخشی از آب شرب مردم استفاده گردید. وی اعلام کرد: این شهرستان دارای ۷ هزار و ۷۰۰ انشعاب آب است که آب شرب جمعیتی بالغ بر ۲۴ هزار نفر را تأمین می‌کند.

## تهیه و تدوین اطلس جامع فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای شهر زنجان

برنامه‌های منسجم و کارآمد شهرداری زنجان برای جذب سرمایه‌گذار در حوزه شهری را مهم دانست و اضافه کرد: برنامه خوب و کارا نیاز به پیش‌زمینه‌هایی مانند شناسایی بسترها و توانمندی‌های شهر در زمینه سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و همچنین بررسی موانع و مشکلات و خطرات سرمایه‌گذاری و به حداقل رساندن آنها دارد. وی با تاکید بر اینکه راهبرد اصلی سازمان تأمین خدمات مورد نیاز شهروندان توسط سرمایه‌گذاران بخش خصوصی نیز خواهد بود افزود: این مهم در بسیاری از شهرهای پیشرو مورد غفلت قرار گرفته و باعث هدر رفت منابع و لووس شدن بعضی از خدمات در شهر شده است.

وی به رقابت در بین شهرهای کشور به خصوص مراکز استان‌ها در جذب سرمایه‌های بخش خصوصی برای اجرای پروژه‌های شهری اشاره و عنوان کرد: باید ضمن برداشتن موانع پیش روی سرمایه‌گذار بسته‌های پیشنهادی را در راستای اهداف سرمایه‌گذار تهیه و در بستری شفاف و عادلانه ارائه دهیم.



## مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات شرکت ملی گاز ایران:

گاز استان از قبیل پروژه ایجاد بستر وایرلس اختصاصی شرکت گاز، ایجاد روش‌های مختلف پرداخت الکترونیک صورتحساب، خدمات الکترونیک به مشترکین، راه‌اندازی کنتورخوانی آنلاین در سراسر استان و... مورد بازدید و بررسی قرار گرفت و مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات شرکت ملی گاز ایران ضمن تقدیر از اقدامات صورت گرفته بر اجرای آنها در کلیه شرکت‌های استانی تاکید نمود. دکتر نوریان با بیان اینکه به‌اشاره به اجرای بستر وایرلس اختصاصی شرکت گاز گیلان گفت: اجرای این طرح سبب افزایش پهنای باند شبکه داخلی شرکت گاز استان شده که با رعایت مسائل امنیتی می‌توان اقدامات بسیار مفید و متنوعی را بر روی آن به انجام رساند.

شدن پروژه زمین مرجع نمودن نقشه‌ها ( UTM کردن نقشه‌ها ) در سال جاری حدود ۵۰ درصد آماده‌سازی نقشه‌ها GIS ready پیشرفت در این زمینه حاصل گردیده است. صبوری در پایان به برنامه‌های آتی این واحد بعد از تهیه نقشه‌های شبکه‌های گاز اشاره نمود و در این خصوص گفت: تجهیز امداد البیاتی نواحی به نقشه ازبیلت یا تبلت‌بداشت اطلاعات مکانی انشعابات گاز و لینک آن به سیستم مشترکین، لینک کروکی عملگانه به نقاط برداشت شده در بند فوق‌عملیاتی کردن GIS در سطح واحدهای ستادی و بهره‌برداری و لینک آن با نرم افزار tmms و نشت یابی و امداد برداشت اطلاعات بردگاهها به صورت سه بعدی و با استفاده از تکنیک فتو گرامتری یا استرکوتاز به برنامه‌های آتی این امور می‌باشد.

## پدافند غیرعامل تسهیل در امور مدیریت بحران است

گفت: باید از مباحثی که در حوزه مدیریت بحران و پدافند غیرعامل وجود دارد بهره‌کافی ببریم تا بتوانیم از قدرت سازمانی بالا و نیز آمادگی کفای در حوادثی که ممکن است از سوی دشمن برای ما اتفاق بیفتد برخوردار باشیم. وی افزود: نتایج ارزیابی متخصصان پدافند غیرعامل شرکت مهندسی عامل موثر در تقویت توانمندیها و حذف نقاط قابل بهبود می‌باشد تا میزان خسارت‌های احتمالی به تاسیسات و زیرساخت‌ها به حداقل برسد. در ادامه آقای مهندس زینلی از همکاران دفتر مدیریت بحران و پدافند غیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور ضمن بیان وضعیت تاسیسات و تجهیزات براساس



### برندسازی در صنعت خدمات مالی

در مورد خدمات، به علت ناملموس بودن که مشخصه خدمات است، برند حتی با اهمیت‌تر از کالا است. یکی از مشکل‌آفرین‌ترین ابعاد مرتبط با برند خدمات این است که مشتریان باید با محصولات خدماتی غیرملموس سر و کار داشته باشند. ارائه‌کنندگان خدمات مالی باید درک کنند که برای شرکت‌های خدماتی در قیاس با کالاهای مشهود، برندها از اهمیت بالاتری برخوردارند. از آنجا که مشتریان هیچ ویژگی مشهودی ندارند تا به وسیله آن برند را ارزیابی کنند، مخابره کردن ارزش‌های برندهای خدماتی دشوارتر است. برندسازی همچنین به طور فزاینده‌ای در صنعت خدمات مالی بریتانیا اهمیت پیدا کرده است. شرکت‌های فعال در این صنعت از موقعیت قدرت نسبی، توانایی در هدف قرار دادن بازار به نسبت کوچک بودن و در عین حال کسب سودهای قابل توجه برخوردار هستند. به هر حال فشار اخیر از طرف دولت و حامیان مصرف‌کننده نتیجه‌بخش بوده و باعث شده تا شرکت‌های خدمات مالی نگاه دقیق‌تری به نوع کسب و کار خود و حاشیه سود مرتبط با آن داشته باشند. دلیل دیگر این است که متمایز کردن محصولات مالی بسیار دشوار است، بنابراین برندسازی شیوه‌ای جهت متمایز کردن و ایجاد مزیتی رقابتی برای شرکت محسوب می‌شود. برند خدمات مالی به طور کامل بر فرهنگ شرکت و شیوه‌ای که شرکت کارها را انجام می‌دهد، مبتنی است و بدین معنی است که کل شرکت به ایجاد برندی شرکتی کمک می‌کند. این امر به خاطر تجزیه‌ناپذیری است که مشخصه خدمات است. بدین صورت که ارائه دهنده خدمات به طور اساسی بر تعاملات فردی با نیروی انسانی شرکت متکی است، پس لازم است تا از هماهنگی در کیفیت خدمات ارائه‌شده اطمینان حاصل شود. در اصل، لازم است تا برند خدمات براساس موقعیت رقابتی واضح و آشکاری بنا شود که به نوبه خود باید به استراتژی شرکت مرتبط و پیوند خورده باشد. این آن چیزی است که صنعت بانکداری خرد بریتانیا در تلاش است تا با راه‌اندازی برنامه IM در سراسر شبکه‌های شعب خود انجام دهد.

### مدرسه مدیریت

## ۱۰روش جهت آمادگی بیشتر در ارائه پروژه به سرمایه‌گذاران

ترجمه: امید گوهری

تمرین مداوم بر روی ارائه به سرمایه‌گذاران نتیجه بسیار خوبی دارد. اعتمادبه‌نفس هنگام ارائه در جهت کسب اعتماد سرمایه‌گذار به کسب‌وکارتان بسیار اهمیت دارد. به همین خاطر ما از ۱۰ کارآفرین برتر انجمن کارآفرینان جوان سؤال زیر را پرسیدیم:

سؤال: ارائه به سرمایه‌گذار بسیار مهم است و در نتیجه آن می‌توان سرمایه بسیاری را جذب کسب‌وکار کرد، با این‌حال بهترین روش در تمرین ارائه مؤثر چیست؟

۱. از هم‌پنیاگذاران استفاده کنید

در حضور سایر پنیانگذاران ارائه و سعی کنید یکدیگر را زیر سؤال ببرید. آمادگی و بررسی همه‌جانبه محتوای ارائه و در نتیجه بافتن تمام نقاط تاریک برنامه می‌تواند کمک شایانی به مشخص کردن نقاط ضعف و قوت کسب‌وکارتان کند. جردن ادلسون (Jordan Edelson, Appetizer Mobile LLC).

۲. از خود فیلمبرداری کنید

من از ارائه خود فیلم می‌گیرم تا بتوانم محتوای منتقل‌شده را بررسی کنم. دیدن این ویدئوها به من بینشی مناسب در چگونگی ارائه مثبت می‌دهد تا بتوانم تغییراتی مطلوب ایجاد کنم. –جان رامپتون (John Rampton, Calendar).

۳. از زبان علمی استفاده نکنید

در کنار اهمیت اشراف کامل بر کسب‌وکار، توانایی ارائه مناسب به تمام سطوح مشتریان اهمیت بسیاری دارد. اگر شما چنین توانایی ندارید، پیش از ارائه به سرمایه‌گذار در شیوه ارائه‌تان تجدیدنظر کنید. در عین حال باید به طور صریح نشان دهید که چرا طرح شما مهم است و چگونه مشکلات دیگران را برطرف می‌کند. –استفن اوفورد (Stephen Ufford, Trulioo).

۴. ارائه خود را در برابر کسانی که پیش‌زمینه ذهنی ندارند تمرین کنید

نباید تنها مقابل کسانی که حامی شما هستند ارائه داشته باشید. شما باید انتقادات صادقانه افراد حقیقی دیگر را نیز تجربه کنید. به دنبال مؤسسان استارت‌آپ‌هایی باشید که افزایش سرمایه داده‌اند و یا از دیگر سرمایه‌گذاران به عنوان راهنما استفاده کنید تا بتوانید از نظر صریح آنها در مورد طرح کسب‌وکار، ارائه و کلیات محتوای سخنان‌تان بهره ببرید. –شان شولز(Shawn Schulze, HomeArea.com).

۵. در برابر دوستان صادق خود ارائه دهید

من همیشه در برابر دوستان صادق خود ارائه می‌دهم و از آنها می‌خواهم از جزئیات ارائه‌ام بی‌رحمانه انتقاد کنند. این روش من را برای ارائه در بدترین شرایط مهیا و معمولاً زوایایی از ارائه را مشخص می‌کند که پیش از این در نظر نگرفته بودم. –زف هرمن (Zev Herman, Superior Lighting).

۶. ارائه خود را جذاب کنید

به نظرم جذابیت و شوخ‌طبعی در ارائه لازم و ضروری است. ارائه چندباره در ذهن کمک می‌کند تسلط بیشتری پیدا و معمولاً ارائه خود را تا مرز جنون دوره می‌کنم، صدای بلند، جک، دیوانه‌بازی و … را حین دوره تجربه می‌کنم. این کار به من کمک می‌کند قسمت‌هایی از ارائه‌ام که جواب نمی‌دهند را پیدا کنم و با تصحیح آنها آماده ارائه واقعی شوم. در انتهای این دوره‌ها من همیشه اعتمادبه‌نفس بیشتری می‌یابم. –آدرین اشمیت (Adrien Schmidt, Bouquetai).

۷. آمار کسب‌وکار تان را داشته باشید

احتمالاً بسیاری از سرمایه‌گذاران در مورد شرکت شما تحقیق کرده‌اند و مستقیماً به سراغ آمار و ارقام می‌روند. برای پاسخ به سؤالات آماري مهیا باشید و در ارائه‌تان به قدری اعطاف‌پذیر باشید که بتوانید موارد موردعلاقه آنها را مطرح کنید. –سید بالخی (Syed Balkhi, WPBeginner).

۸. تصور کنید

تحقیقات نشان می‌دهد مغز نسبت به تصوراتمان مشابه با واقعیت عکس‌العمل نشان می‌دهد. خود را در اتاقی پر از مخاطب تصور کنید و تلاش کنید بهترین ارائه را داشته باشید. این تمرین نتیجه بسیار خوبی در رقابت‌های سطح‌بالا به همراه دارد. –جاستین فارمن(Justin Faerman, Conscious Lifestyle Magazine).

۹. زمان را کنترل کنید

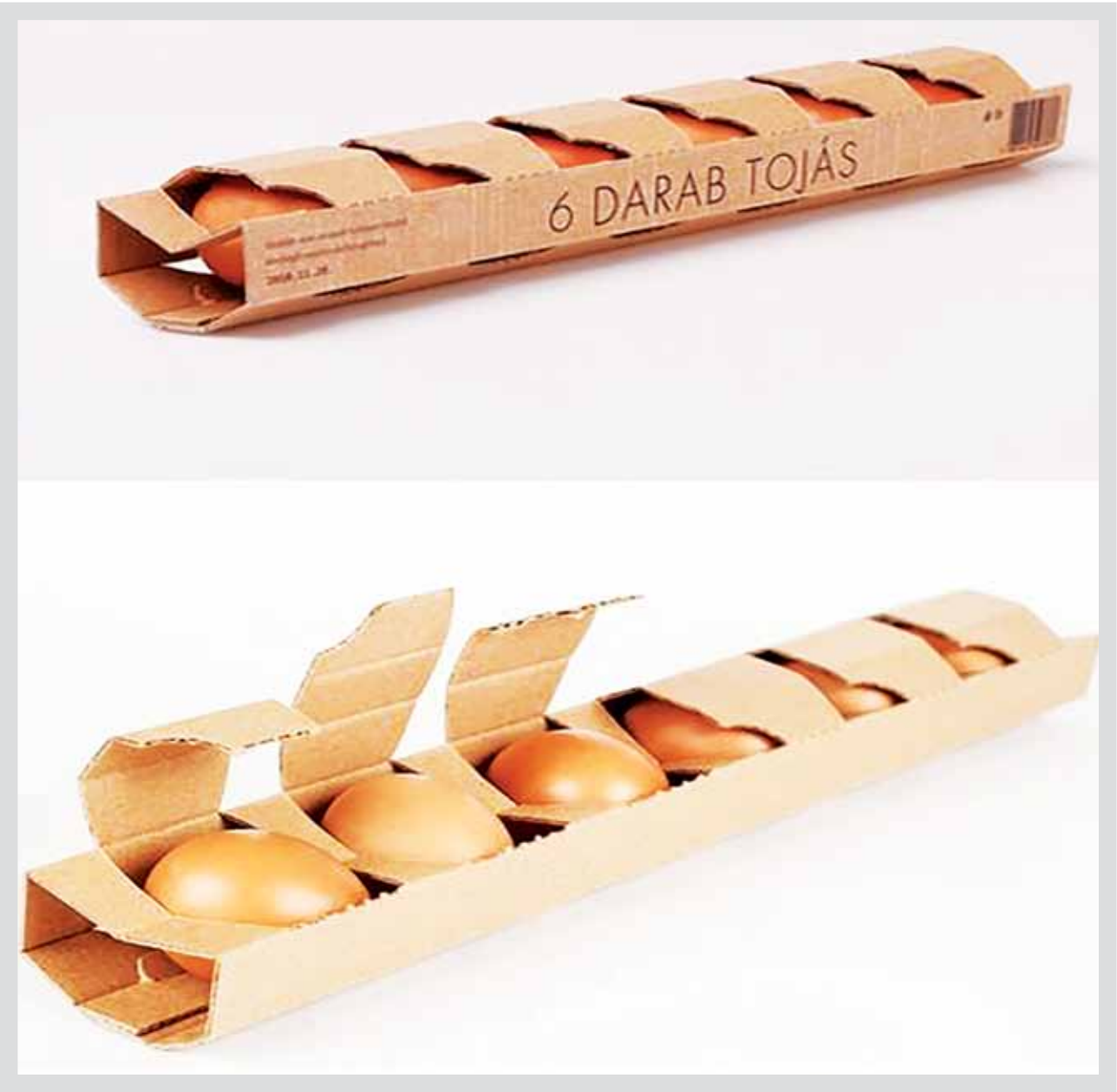
این تمرینی است که من در ارائه‌های مدرسه انجام می‌دادم، اما قطعاً در این شرایط نیز قابل‌تعمیم است. زمان بگیرید تا متوجه شوید چه مقدار طول می‌کشد به نقاط مهم و اساسی مربوط به ارائه‌تان برسید و آنها را توضیح دهید. مواردی که زمانبر هستند را پیدا و سعی کنید بدون حذف نکات ضروری، مدت‌زمان‌شان را کاهش دهید. سرمایه‌گذاران علاقه‌ای به اتلاف وقت ندارند. –بریس ولکر (Bryce Welker, Crush The PM Exam).

۱۰. از یادکست‌ها و فضای کاری اشتراکی استفاده کنید

مهم‌ترین نکته در آمادگی برای ارائه، ارزیابی موشکافانه است. این روش نه‌تنها سرمایه‌گذاران نامربوط را از لیست شما حذف می‌کند، بلکه ارائه‌تان را نیز متقاعدکننده‌تر می‌سازد. مضاف بر آن اگر با صحبت‌کردن میان جمع مشکل دارید، می‌توانید از این فرصت برای تمرین استفاده کنید. یادکست‌ها و فضای کاری اشتراکی فرصتی مناسب برای تمرین هستند. –برایان دیوید کرین (Brian David Crane, Caller Smart Inc).
**منبع: allbusiness**

## بسته‌بندی خلاق

بسته بندی خلاق



## مسیر موفقیت

دانش نهفته در پس انگیزه: چگونگی تغییر دادن فرآیند تفکر

# به بانگیزه‌ترین فرد در جمع تبدیل شوید

و رفتار مثبت را در شما تزریق می‌کند. برای این کار می‌توانید از نسبت ۲۰/۸۰ پارتو به عنوان یک قاعده کلی استفاده کنید.

برای مثال اگر می‌خواهید اسپانیایی یاد بگیرید، احتمالاً آموزش توسط یک معلم خصوصی که دائماً با شما کار می‌کند، کمک می‌کند تا ۸۰درصد انگیزه‌تان را حفظ کنید. به‌جای آن که بازه توجه و زمان خود را بین محیط‌های بدون تأثیر مختلفی مانند کلاس‌های زبان، مکالمه با دیگران و … تقسیم کنید، می‌توانید توجه و انرژی‌تان را معطوف یک چیز کنید.

### ۲–تصمیم‌گیری خودکار

هر زمان که فرصت پیدا کردید، محیطی را برای خودتان طراحی کنید که بتواند به اتخاذ تصمیم‌هایی خودکار و البته مثبت کمک کند. نتایج پژوهشی که توسط برایان وانسینک در دانشگاه کرنل انجام شد، حکایت از آن دارد که چنانچه بشقاب غذاخوری‌تان را از بشقاب‌یی به قطر ۲۵سانتی‌متر به قطر ۲۲ سانتی‌متر تغییر دهید، ۲۲درصد کمتر غذا خواهید خورد. به همین نحو می‌توانید از همان ابتدا همواره یک برنامه مشخص برای کلاس زبان داشته باشید تا دیگر در این باره نگران نباشید. هرچه کمتر راجع به این موضوعات روزمره فکر کنید، بهتر است.

### ۳–محیط منفی را از بین ببرید

می‌توانید از قانون ۲۰/۸۰ برای شناسایی ۲۰درصد محیط منفی اطراف‌تان استفاده کنید که عامل ایجاد ۸۰درصد ناراحتی، تأثیرات منفی یا بی‌انگیزگی است.

این ۲۰درصد می‌تواند مربوط به ۲۰درصد افرادی باشد که با آنها ارتباط دارید، ۲۰درصد غذایی باشد که میل می‌کنید یا ۲۰ درصد شیوه سپری کردن وقت باشد. برای مثال اگر می‌خواهید خوردن غذاهای مضر را متوقف کنید، چنانچه این غذاهای ناسالم را در مکان‌های دور از دسترس یا دور از دید نگه دارید، انجام این کار برای‌تان آسان‌تر خواهد شد.

### جمع‌بندی

هدف از این مقاله این بود که متوجه شوید، درباره اهمیت خودانگیزی بیش از حد مبالغه شده است. ما باید محیطی را طراحی کنیم که نه‌تنها خودانگیزی را تقویت کند، بلکه به ما کمک کند تا انگیزه خود را در درازمدت حفظ کنیم و به این ترتیب بتوانیم به اهداف غایی خود برسیم. خبر خوب این است که اگر محیط‌های پیرامون‌مان را در همان‌جا اول به درستی طراحی کنیم، لازم نیست آنها را دائماً از نو طراحی کنیم. سخن آخر این که پژوهش‌ها نشان داده است، ما ظرف ۶۶ روز می‌توانیم عادت‌ی را در خودمان ایجاد کنیم تا دیگر لازم نباشد به‌طور فعال درباره این تصمیم‌های خوب فکر کنیم. زندگی را مانند یک بازی در نظر بگیرید. هر چه بیشتر برای طراحی سیستم و محیطی که برای ما سودمند است، وقت بگذاریم، نتیجه‌بهتری را از زندگی‌مان خواهیم گرفت.

**منبع: inc**

کنند. برخی از آنها شورش کردند، عده‌ای دچار هیستری و حمله عصبی شدند و تعدادی افسرده و گوشه‌گیر شدند. زمانی‌که این وضعیت به شورش کشیده شد، پژوهشگران صرفاً به تماشا ایستادند و نظارت کردند تا این که در نهایت یکی از زندانیان اعتراض کرد.

زمانی‌که با یکی از زندانیان‌ان بدرفتار مصاحبه شد، او چندان از اعمال خشونت‌آمیز و بی‌رحمانه خود پشیمان نبود و رفتارش را حساب شده می‌دانست، نه چیزی که تصادفاً و از روی نادانی انجام داده باشد.

«رفتار من تصادفی نبود و کاملاً با برنامه‌ریزی پیش رفتم. کارم را طبق نقشه دقیقی شروع کردم، سعی کردم دیگران را وادار کنم که واکنش نشان دهند تا موضوعی وجود داشته باشد که پژوهشگران بتوانند روی آن کار کنند».

این آزمایش بحث‌برانگیز یک نمونه اغراق شده از تأثیر محیط بر روی رفتار، انگیزه و فضای فکری ما است.

### چگونگی ایجاد تغییر مثبت در فرآیند تفکر

همان طور که در مورد آزمایش زندان استنفورد مشاهده کردید، یک محیط مخرب می‌تواند منجر به بروز رفتارهایی زاینبار نشود؛ عکس این موضوع نیز صادق است. یعنی اگر در انتخاب افرادی که با آنها ارتباط دارید، مکانی که در آن زندگی می‌کنید و غذایی که می‌خورید، دقت کنید، می‌توانید محیط مثبتی را ایجاد کنید که رفتار‌تان را به سمت رفتار مثبت سوق دهد و به حفظ رفتارهای سودمندی کمک کند که ادامه راه زندگی را برای‌تان آسان‌تر خواهد کرد.

براساس پژوهشی که دکتر جان سی. نورکراس در کتابش Changeology منتشر کرده است، تکنیک استفاده از محیط تحت تأثیر عوامل دیگر قرار می‌گیرد:

«افراد آنقدر درگیر بررسی احساسات و افکار درونی خود می‌شوند که فراموش می‌کنند محیط‌شان را با هدف‌شان هماهنگ کنند.»

اکثر ما محیط پیرامون روزمره‌مان را، مثبت یا منفی درک نمی‌کنیم، چون آنقدر در امور روزمره‌ای مانند ارتباط برقرار کردن با افراد یکسان، خوردن غذاهای تکراری و آموزش به یک روش همیشگی غرق شده‌ایم که به سختی می‌توانیم خودمان را از این باتلاق روزمرگی نجات دهیم، مگر آن که برای خودمان قدری وقت بگذاریم، گامی به عقب برداریم و اندکی فکر کنیم.

**چگونه محیطی ایجاد کنیم که در خدمت ما باشد**
روش‌های مختلفی برای طراحی یک محیط بهتر و سودمند وجود دارد.

به گفته اریسون سووت ماردن: «یک انسان موفق و قوی قربانی محیطش نمی‌شود، بلکه تلاش می‌کند تا محیط را به نفع خود تغییر دهد».

### ۱–شناسایی ۲۰درصد

نخستین گام این است که محیط‌های معدودی را در زندگی‌تان شناسایی کنید که بیشترین انگیزه، شادی