



## دریچه



کاهش قیمت جهانی نفت چه تاثیری بر بودجه می‌گذارد؟

## سر ناسازگاری قیمت نفت با بودجه ایران

در شرایطی که مسئولان دولتی تلاش می‌کنند با وجود تحریم‌های آمریکا و فشار بر دیگر کشورها برای توقف خرید نفت از ایران، میزان صادرات نفت کشورمان کاهش پیدا نکند؛ حالا افت شدید قیمت نفت در بازارهای جهانی به چالشی جدی برای ایران بدل شده است. درحالی‌که خبرها نشان می‌دهد لایحه بودجه سال آینده بر مبنای نفت ۵۵ دلاری تنظیم شده است قیمت جهانی طلای سیاه در روزهای گذشته به کمتر از ۵۴ دلار رسیده است و اگر این روند ادامه پیدا کند دولت چاره‌ای ندارد جزء اینکه در لایحه بودجه (قیمت نفت و درآمدهای نفتی) تجدیدنظر کند. براساس اعلام مسئولان مختلف دولتی وابستگی بودجه به نفت برای سال ۹۸ بین ۲۷ تا ۳۰ درصد خواهد بود که همچنان در لایحه به قطعیت نرسیده است و باید دید که در نهایت روی چه عددی از سوی دولت می‌ایستد و در لایحه به مجلس ارائه می‌شود، اما در سال جاری و در لایحه مصوب مجلس که هم‌اکنون در حال اجراء است وابستگی بودجه به نفت ۳۵٫۷ درصد تعیین شده است. در بودجه سال آینده (۹۸) پیش‌بینی شده تا روزانه ۱٫۵ میلیون بشکه نفت فروخته شود اما افت قیمت طلای سیاه از یک سو و تحولات احتمالی در رفتار خریداران نفت ایران با توجه به تحریم‌های یک‌جانبه آمریکا و تمام شدن زمان معافیت آمریکا برای خرید نفت هشت کشور از ایران... این پرسش را به همراه دارد که آیا بستن بودجه بر مبنای نفت ۵۵ دلاری و ۱٫۵ میلیون بشکه در روز منطقی است؟ زیرا اگر روند کاهش قیمت کنونی ادامه‌دار باشد و یا اینکه حتی قیمت نفت روی عدد ۵۰ دلار ثابت بماند و از سوی دیگر میزان صادرات هم کمتر از ۱٫۵ میلیون بشکه باشد، در آن زمان احتمال کسری بودجه وجود خواهد داشت.

البته در سال‌های گذشته دولت تلاش کرده است که وابستگی بودجه به نفت را باوجود اینکه ایران اقتصادی نفتی دارد؛ کاهش دهد و موفقیت‌هایی هم در این بین به‌دست آمده تا جایی که وابستگی به نفت در بودجه از ۶۸ درصد در سال ۱۳۸۴ به ۳۵٫۷ درصد در سال جاری رسیده. هنوز هیچ مقامی از وزارت نفت به کاهش قیمت نفت واکنشی نشان نداده درحالی‌که ارزش سبد نفتی اوپک در روز پنجشنبه گذشته به ۵۳ دلار و ۹۲ سنت رسید که نشان می‌دهد نسبت به زمان توافق اخیر کشورهای صادرکننده نفت اوپک و غیراوپک در دو هفته گذشته برای کاهش سقف تولید خود، قیمت سبد نفتی اوپک بیش از ۵ دلار معادل ۹ درصد کاهش یافته است. این در حالی است که قیمت نفت برنت در یای شمال در روز جمعه به ۵۶ دلار و ۶۰ سنت و نفت سبک آمریکا هم به ۵۴ دلار و ۲۱ سنت رسید. در این بین الکساندر نوک، وزیر انرژی روسیه در واکنش به افت محسوس قیمت نفت با بیان اینکه تولیدکنندگان نفت که برای کاهش تولید توافق کرده‌اند، به رصد قیمت‌ها ادامه می‌دهند، می‌گوید: نشست اضطراری میان اوپک و سایر تولیدکنندگان ضروری است. به گزارش رویترز، وی تأکید کرد: به دلیل توافق جهانی کاهش تولید نفت، ممکن است تولید نفت روسیه در سال آینده میلادی کاهش یابد. براساس توافق اوپک و غیراوپک در دو هفته گذشته، روسیه متعهد شده تا تولید نفت خود را از آغاز سال آینده میلادی روزانه ۲۸ هزار بشکه کم کند و به گفته وزیر انرژی این کشور، این کاهش تولید در سه ماهه نخست سال ۲۰۱۹ میلادی محقق خواهد شد. همچنین خالد الفالح، وزیر انرژی عربستان سعودی اعلام کرد انتظار دارد ذخایر نفت تا پایان سه ماهه اول سال آینده میلادی کاهش پیدا کند اما بازار تحت تأثیر عوامل ژئوپلیتیکی و اقتصاد کلان و سفته‌بازی قرار دارد. او اعلام کرد: اعضای اوپک و غیراوپک شامل روسیه متعهد هستند تحت توافقی که هفتم دسامبر در وین حاصل شد، سطح ذخایر را کاهش دهند و روند کاهش عرضه آغاز شده است.

تحلیلگران بازار نفت دلیل سقوط قیمت، آن‌هم پس از توافق اوپک و اعضای غیراوپکی صادرکننده نفت را نگرانی از چشم‌انداز رشد جهانی، کاهش تقاضا و اشباع بازار به دلیل عرضه در ماه‌های اخیر می‌دانند. از سوی دیگر، برخی گزارش‌ها نشان می‌دهد ذخایر استراتژیک نفت برخی کشورها در ماه‌های اخیر رشد کرده است.

وضعیت اقتصاد جهان از نگاه صندوق بین‌المللی پول  
اقتصاد دنیا به کدام سمت می‌رود؟

صندوق بین‌المللی پول در گزارشی، به وضعیت اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۸ پرداخته و پنج محور را برای سال آینده میلادی برشمرده است.

۱- اقتصاد جهانی سال ۲۰۱۸ را با روند خوبی شروع کرد. این رشد هم از رونق تجارت و تولید در سال ۲۰۱۷ به دست آمده بود. اما اعتماد سرمایه‌گذاران از چشم‌انداز اقتصادی جهان رفته رفته شور و شوق خود را از دست داد.

۲- یکی از دلایل این نگاه بدبینانه به رشد اقتصادی، اجرای تعرفه‌های وارداتی در اقتصادهای اصلی به ویژه ایالات متحده و اقدامات تلافی‌جویانه دیگر کشورها از جمله چین بود. حمایت فزاینده از تولید داخلی در تجارت به معنای عدم اطمینان بیشتر در مورد سیاست‌های تجاری است که روی تصمیمات سرمایه‌گذاری‌های آینده اهمیت دارد.

۳- با وجود این اقدامات، اقتصاد آمریکا در سال ۲۰۱۸ به سرعت رشد کرد. البته این رشد به دلیل کاهش مالیات‌ها و افزایش هزینه‌های تحریک تقاضا بوده است. از طرفی هم فدرال رزرو آمریکا به بالا بردن نرخ بهره ادامه داده است. نرخ بهره در اوراق قرضه بلندمدت آمریکا کمتر افزایش یافته است چراکه سرمایه‌گذاران ریسک‌هایی در رشد اقتصادی آینده می‌بینند.

۴- هم‌رشد اقتصادی و هم نرخ بهره در آمریکا از دیگر اقتصادهای اصلی بالاتر رفته است. دلار آمریکا در برابر بیشتر ارزهای جهان در سال ۲۰۱۸، رشد و ارزش قابل توجهی داشت.

۵- برخی از اقتصادهای نوظهور آسیب‌پذیر با افزایش قدرت دلار آمریکا، ارزش خود را از دست دادند که باعث شد وضعیت اقتصاد آنها بهم بریزد و سرمایه‌گذاران از این بازارها بفرسند. اکثر این کشورها شاهد افزایش بدهی‌های خارجی بودند، اما میزان این افزایش متفاوت بوده است.



فرصت امروز: هیچ یک از برنامه‌های اول تا سوم توسعه در ایران به

طور مستقیم به موضوع انتقال تکنولوژی اشاره‌ای ندارند و برنامه چهارم توسعه نیز نسبت به سه برنامه قبلی، تنها به موضوع دانش و فناوری و جذب و انتقال آن حساستر بوده است. اگر برنامه‌های اول تا سوم توسعه را با دقت بیشتری مطالعه کنیم، در میان تبصره‌ها به اشاره‌های غیرمستقیم و ضمنی در این رابطه می‌رسیم که با دیدگاهی سخت‌افزاری، انتقال تکنولوژی را تنها خرید ماشین‌آلات و تجهیزات از خارج از کشور دانسته و در رابطه با انتقال دانش فنی یا ارتباط با مراکز نوآوری و بازار، هیچ استراتژی و برنامه مشخصی دیده نمی‌شود.

این همان نکته‌ای است که در تازه‌ترین گزارش اتاق بازرگانی ایران پیرامون «چالش‌ها و موانع انتقال تکنولوژی در ایران» به آن اشاره شده است. «انتقال فناوری» به بعد فیزیکی و سخت‌افزاری آن را موجب انحراف در سیاست‌گذاری دانسته است؛ چنانچه درک سطحی و ساده‌انگارانه از انتقال فناوری موجب شده اقتصاد ایران با وجود صرف زمان و هزینه زیاد و حجم قابل‌ملاحظه‌ای از سرمایه‌گذاری خارجی در دهه‌های گذشته، در عمل با شکست و ناکامی تاریخی در انتقال تکنولوژی روبه‌رو شود.

## انتقال فناوری؛ پیچیدگی‌ها و چالش‌ها

آخرین بولتن معاونت اقتصادی اتاق ایران با بررسی تجربه کره جنوبی و چین به‌عنوان دو کشور موفق در حوزه جذب سرمایه‌گذاری خارجی، بهره‌وری نیروی کار و بهبود شاخص رقابت‌پذیری، به ریشه‌یابی دلایل شکست ایران در انتقال فناوری و تکنولوژی پرداخته شده است.

این گزارش، دلایل ناکامی و شکست ایران در انتقال فناوری را در عدم برنامه‌ریزی عالمانه در این زمینه و نداشتن شرح وظایف مشخص و تأثیرگذار برای دولت در راستای نقش آفرینی و رفع موانع انتقال فناوری برشمرده است. از نگاه اتاق ایران، به‌بهره‌بخشی و سردرگمی در حوزه نظری و نبود دستور کار مشخص و کارشناسی شده باعث شده که تلاش‌ها در این زمینه چه در بخش خصوصی و چه در بخش عمومی اقتصاد ایران، دستاورد قابل‌ملاحظه‌ای از منظر توسعه کشور کسب نکنند.

در این گزارش با بررسی آمار سرمایه‌گذاری خارجی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین کانال‌های انتقال فناوری و همچنین نرخ بهره‌وری و شاخص رقابت‌پذیری جهانی به‌مثابه اصلی‌ترین کارکردهای جذب فناوری‌های مدرن در سه کشور ایران، کره جنوبی و چین، مشاهده شد که از طریق برنامه‌ریزی کارشناسی و اجرای دقیق آن، انتقال فناوری در کشورهای موفق چین و کره جنوبی، چه تأثیرات عمیق و دامنه‌داری بر اقتصاد ملی و به‌واسطه آن بر روند توسعه کشور می‌گذارد. در غیر این صورت علی‌رغم صرف هزینه‌های زیاد و دادن امتیازات فراوان به طرف‌های خارجی، سرمایه‌گذاری‌های خارجی در وهله اول به سمت فعالیت‌های صنعتی مدرن هدایت نخواهد شد و در موارد معدودی که این اتفاق می‌افتد نیز توانایی جذب و بومی کردن فناوری وارداتی به وجود نمی‌آید.

کره جنوبی در دهه ۶۰ میلادی، در شرایطی اولین تلاش‌ها را برای صنعتی شدن آغاز کرد که تولید ناخالص داخلی سرانه آن معادل ۱۵۸ دلار بود و سهم بخش صنعتی در تولید ناخالص ملی به بیش از ۱۵ درصد نمی‌رسید. ضمن اینکه تجارت نیز هنوز شکل نگرفته و صادرات کره

چالش‌ها و موانع انتقال تکنولوژی در ایران در مقایسه با تجربه موفق چین و کره جنوبی

## ناکامی تاریخی در انتقال فناوری

۵۵ میلیون دلار و میزان واردات آن ۳۹۰ میلیون دلار بود. در ادامه اما دولتمردان این کشور برای عبور از اقتصاد جنگ‌زده آن زمان، نقشه صنعتی‌سازی کره جنوبی را به‌صورت مرحله‌به‌مرحله، از صنایع ساده و سنگین تا صنایع پیشرفته و پیچیده اجرایی کردند و طی سه دهه اقتصاد کره جنوبی را به جایگاه فعلی رساندند.

بررسی روند سرمایه‌گذاری خارجی مستقیم در کره جنوبی به‌خوبی نشان‌دهنده موفقیت مرکز انتقال فناوری این کشور به‌عنوان متصدی اصلی جذب سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری در ساختار اقتصادی کره جنوبی است. همچنین انتقال حجم بالای سرمایه و به‌تبع آن فناوری به این کشور طی چند دهه اخیر حاکی از توان بالای کره جنوبی در تشویق و جذب سرمایه‌گذاران خارجی بوده است.

طی دوره زمانی طی شده به‌غیر از دو مقطع زمانی که شامل بحران آسیایی دهه ۹۰ و بحران جهانی ۲۰۰۸ می‌شود، روند جذب سرمایه‌گذاری خارجی در کره جنوبی نرخی صعودی و فزاینده داشته و هم‌زمان بررسی نمودار بهره‌وری کل عوامل تولید در این کشور نیز گویای هم‌راستایی دستیابی سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری با افزایش نرخ بهره‌وری بوده است. در این دوره زمانی بهره‌وری در کره جنوبی از نرخ یکنواخت صعودی برخوردار بوده که از بهبود مستمر فناوری تولید در این کشور حکایت دارد.

همچنین بررسی رتبه کره جنوبی به لحاظ شاخص رقابت‌پذیری جهانی در مدت مشابه با دوره بررسی شده ایران، نشان می‌دهد که این کشور توانسته است طی یک دهه گذشته موقعیت خود را در میان کشورهای با بیشترین قدرت رقابتی در اقتصاد جهانی تثبیت کند و حالا در بین ۳۰ اقتصاد برتر دنیا به لحاظ رقابت‌پذیری بایستد.

## چینی‌ها چطور دومین اقتصاد بزرگ جهان شدند؟

هرچند به عقیده برخی کارشناسان، انتقال فناوری دلیل اصلی توسعه اقتصادی در مراحل اولیه خیزش اقتصادی چین نبوده و جرقه اولیه این معجزه اقتصادی در توسعه روستایی و توانایی نظام برنامه‌ریزی منطقه‌ای در ایجاد تولید انبوه محصولات مصرفی بوده است، اما تمامی متخصصان بر اهمیت و نقش انتقال فناوری در مراحل بعدی توسعه اقتصادی چین اتفاق نظر دارند.

اصلاحات اقتصادی از سال ۱۹۷۹ در چین آغاز شد و این کشور از یک اقتصاد مبتنی بر برنامه‌ریزی مرکزی فاصله گرفت. همچنین سیستم اداری مرتبط با توسعه و انتقال فناوری نیز در همین سال‌ها اصلاحات متعددی را تجربه کرد و هدف از همه این اصلاحات، برآوردسازی نیازهای توسعه اقتصاد ملی بود و براساس آن هر نهاد تحقیقاتی باید بر مبنای مکانیسم رقابت، پروژه‌های تحقیق و پژوهش خود را توسعه می‌داد.

در بررسی وضعیت جذب سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد چین به‌وضوح می‌توان بازتاب انجام اصلاحات ساختاری در سیستم توسعه و انتقال فناوری چین را در روند ورود سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری از خارج پیگیری کرد به‌گونه‌ای که هم‌تراز با مرحله اول اصلاحات ساختاری چین در میانه دهه ۸۰ میلادی، سرمایه‌گذاری خارجی در این کشور نیز به‌صورت صعودی افزایش پیدا کرده است. به عبارت دیگر، افزایش سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری از این طریق، بر بافت فناوری موجود در صنایع چین و بهبود سطح فناوری تولید در این کشور

رشد تورم مناطق روستایی در آذربایجان بیشتر از نقاط شهری است

## تورم در ۱۰ دهک در آمدی چقدر است؟

تورم را در فاصله این تا آذرماه داشته‌اند و دو دهک آخر یعنی نهم و دهم پنج تا ۵۱ درصد تورم تجربه کرده‌اند در مورد کالاهای غیرخوراکی و خدمات نیز متوسط تورم در شش دهک اول بالاتر بوده و بین ۱۶ تا ۱۲ بوده است، اما برای دهک هفتم تا نهم به ۱۰٫۱ درصد رسیده و برای دهک دهم ۱۰٫۲ درصد بوده است. در حالی تورم در دهک‌های بالای درآمدی پایین‌تر است که در سال‌های اخیر و در جریان پرداخت یارانه‌های نقدی بارها بر حذف یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی است. دهک اول تأکید شده و حتی در قانون بودجه از تکلیف دولت بوده است. با این حال تاکنون با وجود اختلاف درآمدی که وجود دارد دولت در این باره اقدامی نکرده و تمامی ۱۰ دهک درآمدی به طور یکسان از یارانه استفاده می‌کنند.

تأثیر گذاشته است.

از طرف دیگر، بررسی وضعیت چین از منظر شاخص رقابت‌پذیری جهانی نیز گویای آن است که انتقال فناوری در این کشور نه‌تنها موجب افزایش بهره‌وری عوامل تولید شده، بلکه توان رقابتی چین در عرصه اقتصاد جهانی را نیز به‌صورت مستمر بهبود بخشیده است. بهبود وضعیت چین در دو شاخص بهره‌وری و رقابت‌پذیری، که مهم‌ترین کارکردهای مورد انتظار از انتقال موفق فناوری برشمرده می‌شوند، نشان‌دهنده موفقیت برنامه‌های این کشور برای جذب و توسعه فناوری‌های خارجی در اقتصاد بوده است.

## جذب ناکام سرمایه‌گذاری خارجی در ایران

ایران به‌عنوان یک کشور با اقتصاد نفتی درحال توسعه، از یک‌سو از درآمد هنگفتی برای خرید و واردات انتقال فناوری برخوردار بوده و از سوی دیگر در راستای افزایش توان رقابتی، انگیزه بالایی برای جذب فناوری‌های خارجی داشته است. این مسئله که انعکاس آن را می‌توان به‌روشنی در اسناد بالادستی سیاست‌گذاری کشور مشاهده کرد، باعث شده در چند دهه اخیر تلاش زیادی برای جذب فناوری‌های مدرن توسط نظام اجرایی کشور صورت گیرد، به‌گونه‌ای که بررسی روند سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد ایران نشان می‌دهد علی‌رغم بروز مناقشات سیاسی در عرصه بین‌الملل و اعمال تحریم‌های اقتصادی، اقتصاد ایران از سال ۲۰۰۰ میلادی رشد بالا و پایداری در جذب سرمایه‌گذاری خارجی تجربه کرده است.

سیر صعودی و پایدار ورود سرمایه‌گذاری خارجی در بعضی صنایع بزرگ ایران از قبیل صنعت نفت و پتروشیمی و صنعت خودروسازی نمود ویژه‌ای داشته و در چند دهه گذشته قراردادهای خارجی سنگینی در این صنایع منعقد شده که همواره از مهم‌ترین محورهای این قراردادها مسئله انتقال فناوری بوده است. با این وجود، ورود سرمایه و فناوری فاقد یکی از مهم‌ترین کارکردهای مورد انتظار، یعنی افزایش بهره‌وری بوده است درحالی‌که انتقال موفق فناوری، به‌طور منطقی باید به ارتقای سطح فناوری موجود و از این طریق به افزایش بهره‌وری منجر شود.

یکی دیگر از اهداف مورد انتظار انتقال فناوری، افزایش توان رقابت‌پذیری اقتصاد ایران در عرصه بین‌المللی است اما در این زمینه نیز بررسی وضعیت ایران از منظر شاخص رقابت‌پذیری نشان‌دهنده عدم تغییرات محسوس و قابل‌اِتکا بوده که این روند نیز تأییدکننده عدم موفق فناوری‌های منتقل شده در داخل ایران است.

ناتوانی در جذب فناوری‌های واردشده که منجر به عدم انتشار آنها در نظام اقتصادی می‌شود را به‌راحتی می‌توان در عدم تبعیت بهره‌وری و قدرت رقابت‌پذیری اقتصاد ایران از میزان سرمایه‌گذاری خارجی ردگیری کرد، چنانچه برخورد‌های سطحی‌نگر موجب شده که انتقال فناوری نتواند به مهم‌ترین کارکردهای مورد انتظار، یعنی افزایش بهره‌وری و قدرت رقابت فناوری چین را در روند ورود سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری از خارج پیگیری کرد به‌گونه‌ای که هم‌تراز با مرحله اول اصلاحات ساختاری چین در میانه دهه ۸۰ میلادی، سرمایه‌گذاری خارجی در این کشور نیز به‌صورت صعودی افزایش پیدا کرده است. به عبارت دیگر، افزایش سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال فناوری از این طریق، بر بافت فناوری موجود در صنایع چین و بهبود سطح فناوری تولید در این کشور

## شهری‌ها و روستایی‌ها چقدر تورم داشتند؟

شاخص قیمت کل برای خانوارهای شهری کشور در آذرماه ۱۳۹۷ به عدد ۱۵۱٫۰ رسید که نسبت به ماه قبل ۲٫۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. درصد تغییر شاخص کل نسبت به ماه مشابه سال قبل ۳۶٫۹ درصد است که نسبت به ماه قبل (۳۴٫۵ درصد) ۲٫۴ واحد درصد افزایش داشته است. همچنین شاخص قیمت کل برای خانوارهای روستایی کشور در آذر ماه ۱۳۹۷ به عدد ۱۵۵٫۳ رسید که نسبت به ماه قبل ۳٫۰ درصد افزایش نشان می‌دهد. درصد تغییر شاخص کل نسبت به ماه مشابه سال قبل ۳۹٫۹ درصد است که نسبت به ماه قبل (۳۷٫۳ درصد) ۲٫۶ واحد درصد افزایش داشته است.

# گزارش حیرت‌انگیز از بازار مسکن تهران

بازار کساد مسکن کی تکان می‌خورد؟



فرصت امروز: در حالی که فعالان بازار از بازگشت گام به گام رکود به بازار مسکن خبر می‌دهند و به گفته رئیس اتحادیه مشاوران املاک استان تهران، تعداد معاملات مسکن در آذرماه امسال در کشور کاهش محسوس ۲۲درصدی داشته است، خانه‌هایی در تهران با قیمت‌های نجومی در معرض فروش گذاشته می‌شوند. چنانچه خبرآنلاین در گزارشی آگهی‌های فروش بیش از ۷۰واحد مسکونی در نخستین روز زمستان را بررسی کرده و از فروش آپارتمان‌های لاکچری با قیمت متری ۷۵ میلیون تومان در گران‌ترین مناطق پایتخت خبر داده است.

ایسن واحدهای مسکونی که با متراژ بالاتر از ۳۰۰ متر در راهنمای همشهری (نیازمندی‌های صبح تهران) آگهی شده است، غالباً در گران‌ترین مناطق تهران واقع شده و موقعیتی بسیار بیشتر از یک آپارتمان را دارا هستند؛ مشاعات خاص، چشم‌انداز ابدی، تعداد بالای پارکینگ‌های سندی، اتاق خواب‌های متعدد، سقف‌های بلند، دیزاین داخلی متفاوت و بالکن‌های بزرگ، این واحدهای مسکونی را به واحدهای سوپرلوکس بدل کرده است.

بررسی فایل‌های ارائه‌شده برای فروش نشان می‌دهد پایین‌ترین قیمت برای هر متر مربع از این واحدهای مسکونی در حدود ۲۵میلیون تومان و حداکثر در حدود ۸۰ میلیون تومان است. این واحدها اکثراً با تجهیزات کامل و به صورت مبله فروخته می‌شوند. قیمت هر متر مربع از این واحدها در حالی بین ۲۵ تا ۸۰ میلیون تومان است که متوسط قیمت خانه در تهران به ۹ میلیون تومان بنا بر اعلام بانک مرکزی و وزارت راه و شهرسازی رسیده است.

یکی از مشاوران املاک در خیابان فرشته در خصوص وضعیت معاملات املاک بسیار گران قیمت گفت: این واحدها همواره مشتریان بسیار خاص دارند. مشتریانی که بتوانند برای خرید یک واحد مسکونی چند ده میلیارد تومان هزینه کنند همواره کم هستند از این رو این دسته از معاملات رونق چندانی ندارد.

به گفته او، بسیاری از تاجران، شرکت‌داران، ایرانیان دو تابعیتی که در آن سوی مرزها شغل و تجارت خاصی دارند و ... مشتریان این دسته از آپارتمان‌ها هستند که تعدادشان در سال‌های اخیر افزایش یافته و در یک روز بیش از ۲۰واحد فایل می‌شود. این دسته از املاک همواره شاخص هستند و به دلیل شرایط ویژه آن کار کردن بسر روی این فایل‌ها برای بسیاری از فعالان بازار ملک، موقعیت ویژه‌ای است چرا که پورسات یک معامله از این دست معاملات، میلیاردی است.

جست‌وجویی در فهرست آگهی‌های املاک لوکس نشان می‌دهد واحدی ۶۵۰ متری در خیابان فرشته با ۷۰ متر تراس و مبله شده، سقف ۷متری و ۸هزار متر مشاعات متری ۵۵ میلیون تومان قیمت خورده است، در عین حال واحدی مسکونی در همین خیابان، در ساختمانی نوساز و ۱۱ طبقه، دو واحدی به متراژی در همین حدود با شش اتاق خواب، سقف هفت متری، دید چهار جهت، روف گاردن و مشاعات و سالن بولینگ و ... متری ۷۵ میلیون تومان قیمت دارد. این واحد آپارتمانی قیمتی برابر با ۴۸ میلیارد و ۷۵۰میلیون تومان دارد.

در خیابان سعادت‌آباد نیز واحدی ۲۳۰ متری چهار خوابه با دو پارکینگ و مشاعات خاص متری ۳۰ میلیون تومان آگهی شده است که در قیاس با دیگر واحدهای لوکس بسیار اندک است، واحد دیگری با متراژ ۸۸۰ متر در ولنجک آگهی شده است که چهار پارکینگ سندی و سوپیت‌های مجزا به همراه ۵ اتاق خواب دارد و ۳۰ میلیون تومان به ازای هر متر مربع قیمت دارد. به این ترتیب این ملک ۲۶ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان قیمت دارد. متریال خاص، ویوی ابدی، مشاعات و مسال‌ن‌های اجتماعات، چندین پارکینگ، اتاق خواب‌های متعدد، سونا و جکوزی داخل آپارتمان، آسانسورهای اختصاصی و ... از جمله ویژگی‌هایی است که مشاوران برای توضیح شرایط املاکی از این دست بدان استناد می‌کنند.

کاهش ۲۲درصدی معاملات مسکن در آذرماه به گفته رئیس اتحادیه مشاوران املاک استان تهران، در آذرماه ۱۳۹۷

معاملات مسکن در کل کشور ۲۲درصد کاهش یافته است. مصطفی قلی خسروی در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: در آذرماه ۱۳۹۷ بالغ بر ۴۶ هزار و ۲۰۰ قرارداد خرید و فروش ملک در کل کشور منعقد شده که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۲۲درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین در آذرماه ۳۸ هزار و ۸۸۲ اجاره‌نامه در کل کشور به امضا رسیده که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۶درصد کاهش یافته است.

او ادامه داد: در شهر تهران نیز طی ۳۰ روز آذرماه ۱۳۹۷ تعداد قراردادهای خرید و فروش مسکن ۸۰۴۰ مورد بود که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۶۴درصد کمتر شده است. همچنین در همین مدت در تهران ۱۱ هزار و ۲۹۱ اجاره‌نامه در تهران داشتیم که نسبت به آذرماه سال گذشته ۲۰درصد افت کرده است.

خسروی در تحلیل کسادی بازار مسکن گفت: یکی از عوامل پایین آمدن معاملات به نوسانات فصلی مربوط می‌شود که در پاییز همواره شاهد کاهش خرید و فروش ملک هستیم. دلیل دیگر آن است که تقاضای سرمایه‌ای در بازار املاک که بعد از افزایش نرخ ارز اجزا ریز شده بود فروکش کرده است.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک ادامه داد: به دنبال جهش قیمت دلار، مردم پول‌های خود را شتابزده از بانک بیرون کشیدند و به خرید مسکن اختصاص دادند که منجر به رشد قیمت‌ها و پایین آمدن توان متقاضیان شد. همین موضوع در ادامه، پایین آمدن تعداد معاملات را در پی داشت. وی در پیش‌بینی وضعیت آینده بازار مسکن گفت: مشابه وضعیت فعلی را در سال ۱۳۹۱ به دنبال نوسانات نرخ ارز داشتیم که پس از یک دوره جهشی، اوضاع به روال عادی برگشت و امسال نیز همین روند اتفاق می‌افتد. تا پایان سال اتفاق خاصی در بخش معاملات مسکن رخ نمی‌دهد و به تدریج شاهد ثبات قیمت‌ها خواهیم بود. از سوی دیگر مهندس اسلامی، وزیر راه و شهرسازی اعلام کرده که برنامه‌های مناسبی در حوزه تولید و عرضه مسکن دارند که در صورت تحقق می‌تواند به بازار املاک سر و سامان بدهد.

## شمارش معکوس برای تعیین تکلیف بنزین

### ۳ سناریوی بنزینی

و سناریوی سوم نیز سهمیه ۲۰ لیتری برای هر فرد با در نظر گرفتن قیمت بنزین ۲۰۰۰ تومان است. خبرهای رسیده از جلسات متعدد در قالب تدوین لایحه بودجه و همچنین ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز اما نشان می‌دهد پرترفدارترین گزینه دو نرخ شدن بنزین، در عین تخصیص سهمیه‌ای مشخص برای دارندگان خودرو است.

#### همه پارانه می‌گیرند؟

در این میان طرح تازه‌ای نیز از سوی برخی کارشناسان ارائه شده است که بر بحث عدالت اجتماعی و تخصیص پارانه بنزین به تمامی افراد جامعه دلالت دارد. به این صورت که پارانه بنزین به تمامی افراد تعلق گیرد و پارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی در این میان حذف شده و این پارانه جایگزین آن شود. در مکانیسم‌های پیشنهادی، تخصیص سهمیه‌ای برابر با ۲۰ لیتر به هر فرد ایرانی پیش‌بینی شده است. افراد دارای خودرو می‌توانند این سهمیه را استفاده کرده و یا معادل آن را به صورت نقدی از دولت دریافت کنند.

در این میان پیشنهادی نیز با هدف تخصیص سهمیه به خانوار ارائه شده است. در این پیشنهاد اگر خانواری بیش از یک خودرو داشته باشد تنها از یک سهمیه بهره‌مند خواهد شد. این اقدام نیز با هدف مدیریت مصرف بنزین و همچنین ایجاد شرایطی به منظور خودکفایی و عدم واردات بنزین ارائه شده است.

با پایان مهلت ثبت نام کارت سوخت، حالا شمارش معکوس برای تعیین تکلیف بنزین آغاز شده و هرچند دولت‌مردان تاکید می‌کنند که برنامه‌ای برای سهمیه‌بندی بنزین در دستور کار نیست، اما خبرهای رسیده از تدوین بودجه سال آینده حکایت از آن دارد که حتی در صورت عدم تغییر قیمت و شیوه توزیع بنزین، سال آینده تغییراتی در این زمینه رخ خواهد داد.

به گزارش خبرآنلاین، بررسی‌ها نشان می‌دهد افزایش صد درصدی قیمت و رسیدن نرخ بنزین به ۲ هزار تومان در کنار تخصیص سهمیه‌ای متعارف، بین ۴۰ تا ۶۰ لیتر در ماه برای خودروها و بالا رفتن قیمت بنزین آزاد در عین حال یکی از پرترفدارترین گزینه‌های پیش رو برای تعیین تکلیف بنزین در سال آینده است.

این در حالی است که برخی از مخالفان معتقدند در این شیوه، قاچاق بنزین نه از طریق داده‌های اقتصادی که با صرف هزینه‌های فراوان باید متوقف شود. تجربه نشان می‌دهد هزینه برخورد با قاچاق، در صورت نبود ماهیت اقتصادی بسیار دشوار و هزینه‌بر خواهد بود.

در عین حال مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی نیز سه سناریوی مشخص در این خصوص ارائه کرده است که اولی بر افزایش صد درصدی قیمت بنزین بدون سهمیه‌بندی دلالت دارد. سناریوی دوم، افزایش قیمت بنزین به ۲۰۰۰ تومان و تخصیص سهمیه ۶۰لیتری بنزین برای هر خودرو

## اجاره‌نشین‌ها صاحب خانه ارزان می‌شوند؟

فرصت امروز: محمد اسلامی، تعادل‌بخشی به جریان تولید و عرضه مسکن را وظیفه وزارت راه و شهرسازی دانست و گفت اقداماتی چون احداث ۴۰۰ هزار واحد مسکونی، تسهیل احداث مسکن و افزایش طبقات، جایگزینی تقاضای اجاره مسکن با تقاضای خرید مسکن ارزان و بازآفرینی شهری و نوسازی بافت فرسوده در دستور کار وزارت راه و شهرسازی قرار دارد.

او که شامگاه اول دی‌ماه در شبکه یک سیما حاضر شده بود، ایجاد تعادل در جریان عرضه و تقاضای مسکن را جزو وظایف وزارت راه و شهرسازی برشمرد و افزود: این تعادل‌بخشی تنها در شرایطی می‌تواند رخ دهد که جریان تولید مسکن برای جامعه هدف رونق بگیرد. جامعه هدف اقشار متوسط و کم‌درآمد هستند و قانون اساسی صراحت دارد که دولت وظیفه دارد زمینه‌خندهار شدن مردم را فراهم کند.

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به برنامه ایسن وزارتخانه برای تولید مسکن گفت: ما به طور طبیعی حداقل باید سالانه شرایط عرضه ۹۰۰هزار واحد مسکونی را فراهم کنیم تا تعادل برقرار شود. این بسیار مهم است که جریان تولید و عرضه مسکن به یک جریان پایدار تبدیل شود و از شرایط نوسانی متنوع و گوناگونی که وجود دارد آسیب نبیند. وی ادامه داد: اکنون متاثر از شرایط و مداخله‌هایی که صورت گرفته و منابعی که از سوی افراد گوناگون وارد حوزه مسکن شده، واحدهایی تولید شده که برای این جامعه هدف و به ویژه مسکن اولی‌ها قابل اکتیاع نیست و در واقع مسکن‌های گران‌قیمتی تولید شده است. آنچه که در قانون برنامه ششم توسعه نیز پیش‌بینی شده همین سالیانه ۹۰۰ هزار واحد است که طبق آن خانه‌های روستایی و شهری باید احداث شود.

#### برنامه تولید ۴۰۰ هزار واحد مسکونی

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، اسلامی از برنامه این وزارتخانه برای تولید ۴۰۰ هزار واحد مسکن خبر داد و گفت: از جمله برنامه‌های وزارت راه و شهرسازی که دو هفته پیش با حضور رئیس جمهور رونمایی شده، برنامه تولید ۴۰۰ هزار واحد مسکونی را در سه تعریف رسماً اعلام کردیم.

وی ادامه داد: یکی از این برنامه‌ها احداث ۱۰۰ هزار واحد مسکونی شهری است که باید توسط بنیاد مسکن انقلاب اسلامی با همان تدابیری که در قانون پیش‌بینی شده در شهرهای زیر ۵۰ هزار نفر احداث شود. یعنی ما تسهیلتگری کنیم که انبوه‌سازان و خود مردم بتوانند این واحدها را احداث کنند. مهم‌ترین هدف این برنامه این است که اقشار هدف را در شهرهایی که براساس مطالعات آماری انتخاب می‌شوند، پوشش دهد.

اسلامی به توجه وزارتخانه به بافت فرسوده اشاره کرد و افزود: همچنین احداث ۱۰۰ هزار واحد مسکونی در بافت‌های فرسوده پیش‌بینی شده است که به این منظور ۲۷۰۰ محله در ۳۱ استان کشور هدف‌گیری شده‌اند.

وی از برنامه این وزارتخانه برای احداث ۲۰۰ هزار واحد مسکونی در شهرهای جدید خبر داد و گفت: ۲۱ شهر جدید وجود دارد و باز هم شهرهای جدید در حال شناسایی هستند. باید بتوان با توجه به شرایط زیست محیطی، منابع آبی و انرژی لازم برای این شهرک‌ها، شهرهای جدید را جانیابی کرد. احداث این ۴۰۰ هزار واحد مسکونی در یک دوره زمانی دو سالانه، نقطه آغاز حرکت است که بتوانیم به جریان‌سازی تولید مسکن شکل دهیم. این واحدها تا پایان سال ۹۸ و ۹۹ ساخته و تحویل خواهد شد.

#### جایگزینی تقاضای اجاره مسکن با تقاضای خرید مسکن ارزان

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به موضوع اجاره مسکن گفت: این موضوع واقعاً موضوعی است که حساسیت دارد و نمی‌توان در مورد آن توقع داشت که با مداخله دولت روند متفاوتی پیش بیاید.

وی به وجود سوداگری در بازار اجاره مسکن اشاره کرد و افزود: در آژانس‌های مسکن، مباحث اجاره بها را به بحث بازدهی پول در بازار پول متصل می‌کنند. وقتی چنین مولفه‌ای در کار است، به هر نحوی که بخواهیم به آن وارد شویم، نتوانستیم خدمت پابرجا و درستی را به اجاره‌نشین‌ها ارائه دهیم. سوداگری متأسفانه وجود دارد و قیمت اجاره بها متاثر از آن است. ما باید بتوانیم اتحادیه آژانس‌های املاک را به رویه‌ای برای تنظیم بازار اجاره مسکن هدایت کنیم، به نحوی که بتوان محل مراقبتی از حقوق طرفین ایجاد کنیم. بالاخره هم مالک و هم مستاجر حقوقی دارند که باید رعایت شود.

اسلامی جایگزینی تقاضای اجاره مسکن با تقاضای خرید مسکن ارزان را هدف دولت دانست و گفت: تجربه مهمی که اکنون باید در پیش بگیریم، این است که بتوانیم این قشری را که به طریق اولی ظرفیت اکتیاع مسکن را ندارند، به اکتیاع مسکن امیدوار کنیم و تقاضای اجاره‌نشینیه را بتوانیم با تقاضای خرید مسکن با قیمت مناسب جایگزین کنیم. وی ادامه داد: یکی از راه‌ها عرضه واحدهای مسکونی با قیمت مناسب است، یعنی همین ۴۰۰ هزار واحدی که برنامه ساخت آن را داریم. همچنین تعیین تکلیف ۵۰۰ هزار واحد مسکونی مهری که نیمه‌تمام مانده یا تحویل نشده نیز به این موضوع کمک می‌کند. این واحدها هر کدام دارای عوارض و مشکلاتی است. برای ما اولویت این است که در رابطه با احداث مسکن، زمینه‌هایی را فراهم کنیم که خانه‌دار شدن به سهولت فراهم شود.

#### اهدای زمین‌های دولتی برای احداث مسکن

وزیر راه و شهرسازی سپس به برشمردن اقداماتی که برای سهولت خانه‌دار شدن در دستور کار قرار دارد، پرداخت و گفت: یک اقدام این است که در بحث بافت‌های فرسوده، زمین‌های دولتی که وجود دارد را با شتاب شناسایی کرده و در اختیار سازندگان قرار دهیم تا ساخت و ساز در این بافت‌ها که تاسیسات زیربنایی دارد و در محیط شهری است، اما بافت پوسیده را به وجود آورده و وضعیت اجتماعی و سکونتگاه‌ها را به مخاطره انداخته، رونق دهیم.

وی ادامه داد: امسال ۲۰۰ هکتار از زمین‌های دولتی واقع در این بافت‌ها در اختیار این کار قرار داده شده است. همچنین استانداران را در ستاد بازارهای مصرف‌محور قرار دادیم، تا این حرکت آغاز شود. باید ساخت و ساز مسکن آغاز شود و نور امید به وجود بیاید تا همه ببینند که ساخت و ساز مسکن آغاز شده است.

اسلامی اقدام دوم را تسهیلتگری برای انبوه‌سازان و سازندگان مسکن دانست و گفت: سازندگان باید بتوانند با توجه به مجوز رایگان و تسهیلاتی که از محل منابع صندوق توسعه ملی در اختیارشان خواهیم گذاشت، به ساخت مسکن اقدام کنند. تخصیص این منابع تصویب شده که از طریق بانک مسکن که بانک عامل این پروژه است، در اختیار سازندگان قرار گیرد.

دریچه



رئیس دانشگاه خاتم در کنفرانس گروه مهندسان مالی و بیم‌سنجی ایران مطرح کرد

وجود مبنای علمی برای مدل‌ها، اجتناب‌ناپذیر است

مراسم افتتاحیه پنجمین دوره کنفرانس گروه مهندسان مالی و بیم‌سنجی ایران، در تاریخ ۲ دی در محل دانشگاه خاتم و با حضور جمعی از فعالان عرصه مالی و بانکی، استادان و پژوهشگران برگزار شد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در این مراسم دکتر مجید قاسمی رئیس دانشگاه خاتم ضمن اشاره به مقام والای پروفیسور حسابی و نگاه عمیق ایشان به انواع علوم گفت: رابطه بین استاد و دانشجو باید یک رابطه کاملاً دوسویه، متعادل و متقابل باشد. ما نظریه‌های اقتصادی بسیاری داریم که در نتیجه رابطه استاد و دانشجو تبیین و هم‌گیر شده‌اند. وی ادامه داد: ما دانشجویان و فارغ‌التحصیلان نخبه و خوبی داریم، اما در همان رشته‌هایی که این عزیزان فارغ‌التحصیل شده‌اند مشاغل خالی بسیاری هم وجود دارد. علت این ناهماهنگی این است که حوزه دانشگاهی ما نمی‌تواند باعث ایجاد مهارت شود. وی در ادامه ضمن تأکید بر اهمیت علم فلسفه به‌عنوان علم پایه افزود: باید توجه داشته باشیم که در اقتصاد نباید به‌طور مطلق نگاه کمی و مقداری داشته باشیم. این بزرگ‌ترین اشتباه یک متخصص است و همیشه جواب نمی‌دهد. هر مدلی باید مبنای تئوری و نظری داشته باشد. حتی در بحث‌های مالی هم مبنای نظری بسیار مهم است. در هر مدلی رابطه بین تابع و متغیر باید یک مبنای علمی داشته باشد.

دکتر قاسمی همچنین در خصوص تعریف و حوزه‌های مهندسی مالی، انواع رویکردهای مدل‌سازی، لزوم توجه به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در حوزه مالی و بانکی، لزوم انجام پژوهش‌های دانشگاهی در زمینه علوم مالی با همکاری پژوهشگران اقتصادی و ... صحبت کرد. گفتنی است کنفرانس گروه مهندسان مالی و بیم‌سنجی ایران از یکم تا چهارم دی‌ماه در محل دانشگاه خاتم و با تشکیل کارگاه‌های مهمی با موضوعاتی از قبیل تعامل ریاضیات مالی و بخش انرژی، مبانی یادگیری ماشینی در مالی و بیمه، آشنایی با سامانه معاملات الگوریتمی، کمی‌سازی ریسک اعتباری با یادگیری ماشینی و عمیق، فین‌تک و آینده خدمات مالی برگزار می‌شود.

دلایل سیر صعودی قیمت کالاها اساسی چرا کالاها ارزان نمی‌شوند؟!

استاد اقتصاد دانشگاه اصفهان با بیان اینکه بر خورد با فساد بدون شناسایی متخلفان دولتی آنچنان اثربخش نیست، گفت در کوتاه‌مدت و به خصوص تا نوروز ۹۸ پیش‌بینی افزایش و نوسان شدید قیمت‌ها و همچنین نرخ ارز پیش‌بینی نمی‌شود.

مهدی طبعانی از پیش‌بینی افزایش و نوسان شدید قیمت‌ها در خصوص دلایل سیر صعودی قیمت کالاها به خصوص کالاها اساسی در بازار با وجود کاهش نرخ دلار، اظهار کرد: به‌طور قطع بخشی از دلایل افزایش قیمت‌ها وابسته به دلار است که بر نرخ مواد اولیه، لوازم تعمیرات، هزینه‌های حفظ و نگهداری دستگاه‌ها و ... تأثیرگذار است و با وقوع هر اتفاقی در بازار ارز، تأمین‌کننده‌های مواد اولیه که عمدتاً خارجی است، با توجه به بدترین حالت نرخ ارز تغییر می‌کند. وی با بیان اینکه بیشتر تولیدکنندگان در چند ماه گذشته قیمت‌های خود را براساس بازار غیررسمی ارز تأمین کردند، گفت: مطابق نظریه چسبندگی قیمت‌ها در اقتصاد، با کاهش قیمت‌ها در بازار غیررسمی، اجناس بعد از تغییر قیمت همچنان به وضعیت موجود خود چسبندگی دارند و به‌راحتی و با انعطافی که قیمت‌ها بالا رفت، سیر نزولی پیدا نمی‌کنند.

استاد اقتصاد دانشگاه اصفهان با تأکید بر اینکه در سال جاری قیمت‌ها دچار شوک ارزی شد، تصریح کرد: در شرایط عادی قیمت‌ها به سمت بالا سوق پیدا نمی‌کند، چراکه تغییر برای تولیدکننده هزینه‌بر است.

وی در خصوص اینکه چرا قیمت‌ها به راحتی کاهش نمی‌یابند، افزود: بازار ارز همچنان نیاز به حفظ ثبات در طولانی مدت دارد و هنوز بسیاری از تولیدکنندگان و تجار به کاهش و ثبات نرخ دلار اعتماد ندارند و این موضوع زمان‌بر است. طبعانی با بیان اینکه باوجود کاهش نرخ دلار، قیمت‌ها همانند سابق نمی‌شود، گفت: در شرایط تورمی تمام قیمت‌ها در حال تغییر است و اگر نرخ مواد اولیه‌ای کاهش یابد به دلیل افزایش قیمت‌های دیگر در سبب تولیدکننده، نرخ محصول دیگر مشابه و معادل کاهش قیمت نمی‌تواند کاهش یابد.

وی در خصوص اینکه چرا قیمت کالاها به‌طور مستقیم در سبب حمایتی دولت هستند رو به افزایش است، گفت: برای تعادل قیمت این‌گونه کالاها نیازمند فعالیت دستگاه‌های دولتی عرضه‌کننده در بازار هستیم، البته موضوع قاچاق کالاها به خارج کشور نیز موجب گرانی در بازار می‌شود. استاد اقتصاد دانشگاه اصفهان با بیان اینکه تفاوت قیمت در بازار داخلی و خارج زیاد نباید فاحش باشد، گفت: ایران مرزهای طولانی با کشورهای همسایه خود دارد و به دلیل نوسانات ارزی کالاها از ارز، در خارج کشور بسیار گران‌تر از ایران است که البته با اعمال راهکارهایی دستگاه‌های مسئول می‌توانند اقدام به کنترل قیمت‌ها کنند.

وی در پاسخ به این سؤال که آیا ریشه گرانی‌ها در بازار تنها مربوط به نوسانات نرخ ارز است، تأکید کرد: متغیر دلار در اقتصاد کوچک نیست و بسیار اثرگذار است و تغییر آن سیستم را دچار تغییر می‌کند و روی افزایش نرخ تورم، بیکاری و ... نیز تأثیرگذار است.

طبعانی در خصوص اینکه بازار ایران چه زمانی به ثبات می‌رسد، ادعا کرد: در کوتاه‌مدت و به‌خصوص تا نوروز ۹۸ پیش‌بینی افزایش و نوسان شدید قیمت‌ها و همچنین نرخ ارز پیش‌بینی نمی‌شود.

وی با اعتقاد بر اینکه هنوز در کنترل و نظارت بازار دچار مشکل هستیم، تصریح کرد: کشور هنوز در برخورد با فساد، کنترل‌های مالیاتی و پولشویی به‌طور جدی وارد نشده است و همچنان شاهد سوءاستفاده‌هایی در بازار ارز و طلا هستیم. استاد اقتصاد دانشگاه اصفهان تأکید کرد: مناسفانه هنوز شاهد برخی پول‌های آلوده در سیستم بانکی هستیم و نظام مالیاتی و بانکی کشور همچنان موفق به کنترل این مسئله نشده‌اند.

وی با بیان اینکه برخورد‌های سخت‌گیرانه همچون اعدام با دلالان و متخلفان، ریسک تخلف در بازار را بالا می‌برد، گفت: البته این‌گونه برخوردها تنها در کوتاه‌مدت اثر دارد و در بلندمدت موفق نخواهیم بود، چراکه فساد و سوءاستفاده در کشور باید به‌صورت سیستمی کنترل شود. طبعانی بر این باور است اگر دولت و نظام قضایی در برخورد با متخلفان بازار عزم جدی دارد، این اتفاق بدون شناسایی متخلفان دولتی که عامل کمک به برخی بوده‌اند نهایی نخواهد شد هر زمانی که متخلفان دولتی معرفی شدند مردم اطمینان جدی از برخورد با فساد پیدا می‌کنند، اما اگر متخلفان دولتی معرفی نشود برخورد با فساد آنچنان اثربخش نخواهد بود.

با تصمیم شورای پول و اعتبار، نرخ سود بانکی ماه‌شمار شد

ساماندهی «پارکینگ پولی» بانک‌ها



رویدادهای مالی شود، شرکت‌های مذکور در فهرست اشخاص فاقد شرایط و صلاحیت لازم برای همکاری با شبکه بانکی کشور قرار خواهند گرفت. همه اینها در حالی است که چندی پیش، عبدالناصر همتی رئیس کل بانک مرکزی به شبکه بانکی هشدار داده و اعلام کرده بود که با بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری که سود بیش از ۲۰ درصد به سپرده‌ها بدهند، برخورد جدی خواهد کرد. با این‌همه، تصمیم تازه شورای پول و اعتبار و بخشنامه جدید بانک مرکزی که در راستای کاهش نرخ سود پرداختی به سپرده‌های بانکی گرفته شده است، پیش‌زمینه‌ای برای اصلاح نظام بانکی و نatarازی بانک‌هاست، چراکه رئیس کل بانک مرکزی پیشتر گفته بود که بانک‌ها با پرداخت سود بالا به سپرده‌ها نمی‌توانند منابع آن را تأمین کرده و این کار سبب اضافه برداشت آنها از بانک مرکزی می‌شود.

شود که برداشتی از این حساب در طول ماه انجام نشده باشد. این در حالی بود که تا پیش از این مصوبه، بانک‌ها حتی در صورت واریز و برداشت به حساب‌های کوتاه‌مدت، سود روزشمار را در پایان هر ماه به حساب سپرده‌گذاران واریز می‌کردند. اما حالا در بخشنامه جدید بانک مرکزی تأکید شده است که «حداقل مبلغ مانده حساب در یک ماه» برای محاسبه سود آن ماه در نظر گرفته شود.

بانک مرکزی با ابلاغ این بخشنامه به بانک‌ها تأکید کرده است که این نهاد علاوه بر رصد عملکرد شبکه بانکی در این خصوص، نحوه عمل شرکت‌های پشتیبانی فناوری اطلاعات بانک‌ها و موسسات اعتباری را نیز تحت پایش و بررسی خواهد داشت و در صورت مشاهده و کشف هر گونه مغایرت یا هرگونه اقدامی که منجر به کتمان یا غیرواقعی جلوه‌دادن

ایمان ولی‌پور  
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

با تصمیم شورای پول و اعتبار، دیگر بانک‌ها اجازه ندارند به سپرده‌های کوتاه‌مدت سود روزشمار پرداخت کنند و از ابتدای بهمن‌ماه امسال، پرداخت سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت از روزشمار به ماه‌شمار تغییر خواهد کرد.

براساس بخشنامه جدید بانک مرکزی که ابتدای این هفته به شبکه بانکی ابلاغ شد، نرخ سود علی‌الحساب کوتاه مدت کماکان برابر با ۱۰ درصد است و تغییری در این زمینه اتفاق نیفتاده است. بر این اساس، شورای پول و اعتبار در هزار و دویست و شصت و دومین جلسه خود در ۲۰ آذرماه امسال تصویب کرد که معیار پرداخت سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت عادی از روزشمار به ماه‌شمار تغییر یابد؛ به گونه‌ای که حداقل مانده حساب در ماه مبنای محاسبه سود سپرده‌های یادشده باشد.

در این جلسه همچنین مقرر شد که یک ماه پس از تاریخ ابلاغ مصوبه و تمهید مقدمات و زیرساخت‌های لازم در شبکه بانکی کشور، طی آن مقطع زمانی، مراتب در بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی به اجرا درآید، بنابراین شورای پول و اعتبار بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی را موظف کرده که اطلاع‌رسانی لازم را در این خصوص به سپرده‌گذاران خود انجام دهند.

پایان پرداخت سود روزشمار حساب‌های بانکی

آنچنان که جزئیات مصوبه ویژه شورای پول و اعتبار نشان می‌دهد، مبنای پرداخت سود روزشمار دیگر میانگین حساب بانکی نخواهد بود و مبنای پرداخت سود حداقل مانده حساب در بانک‌ها خواهد بود. به این ترتیب بانک‌ها با این مصوبه از بار سنگین پرداخت سود به سپرده‌های کوتاه مدت رها خواهند شد. این در حالی است که بانک‌ها پیشتر با هدف جذب سپرده‌های بیشتر، نرخ سود سپرده‌های کوتاه مدت را نیز معادل بلندمدت محاسبه کرده بودند و از این رو بخش عمده‌ای از سپرده‌گذاران تمایل به سپرده‌گذاری کوتاه مدت داشتند. در واقع، سود سپرده‌های کوتاه‌مدت تا حدود یک سال پیش در برخی بانک‌ها به حدود ۲۰ درصد نیز می‌رسید و در همین حال، سود سپرده‌های بلندمدت نیز در همین حد و اندازه بود و در نتیجه سپرده‌گذاری بلندمدت سودی برای مشتریان در برداشت.

از همین رو و در چنین شرایطی، بانک مرکزی در سال گذشته همه بانک‌ها را مکلف به رعایت سقف سود برای سپرده‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت کرد. بر این اساس حداکثر نرخ سود سپرده‌های بلندمدت در سیستم بانکی ۱۵ درصد و حداکثر نرخ سود سپرده‌ها برای سپرده‌های کوتاه مدت ۱۰ درصد تعیین شد.

ماندگاری بیشتر پول در شبکه بانکی

در همین زمینه، محمدرضا جمشیدی، دبیرکل کانون بانک‌های خصوصی و موسسه‌های اعتباری در گفت‌وگو با ایرنا، معتقد است: در سال‌های اخیر حساب‌های سپرده کوتاه‌مدت به پارکینگ پولی تبدیل شده بود و صاحب حساب هر موقع که پولی اضافی داشت به این حساب واریز می‌کرد و به مرور آن را هزینه می‌کرد و بابت رسوب پول هم از بانک سود می‌گرفت.

به گفته جمشیدی، بانک‌ها حداقل زمان رسوب پول در حساب کوتاه مدت مشتری را ۱۰ روز حساب می‌کردند و به میزانی که پول در حساب مانده بود، سود به آن می‌پرداختند که با این مصوبه شورای پول و اعتبار در حقیقت هم این حساب‌ها سامان می‌یابد و هم از هزینه‌های بانک‌ها کم می‌شود. به این ترتیب، پول مشتری حداقل باید یک ماه در حساب کوتاه مدت باقی مانده باشد تا به آن سود ۱۰ درصدی تعلق گیرد.

اما ویژگی دیگر این مصوبه این است که ماندگاری پول را در شبکه بانکی بیشتر کرده و از سیال بودن نقدینگی می‌کاهد زیرا در زمان بروز نوسان ارزی، یکی از اشکال‌هایی که درباره هدایت نقدینگی به بازار ارز مطرح می‌شد، حساب‌های کوتاه‌مدت بود. دارندگان حساب‌های سپرده‌گذاری کوتاه‌مدت البته با ارقام کلان، این توان را داشتند که در بازارهای مختلف ورود کرده و آن بازار را فارغ از آنکه ارز، سکه، مسکن، بورس و خودرو باشد با چالش مواجه کنند؛ یعنی هم اقتصاد را به چالش می‌کشیدند و هم از بانک‌ها بابت حداقل ۱۰ روز رسوب پول سود می‌گرفتند.

حداقل مبلغ مانده حساب در یک ماه مبنای سود است

همچنین به موجب تازه‌ترین تصمیم شورای پول و اعتبار، سود سپرده‌های کوتاه‌مدت تنها در صورتی باید به حساب سپرده‌گذار واریز

**آگهی مناقصه (ارزیابی کیفی)**  
شماره ۱۳۹۷/۵۰۱۹  
نوبت اول

۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی  
۲- موضوع مناقصه: توسعه شبکه و نصب اشعابات و نصب کنتور و رگلاتور در سطح ناحیه گازرسانی طبقه شانزدهم  
۳- شرایط اولیه متقاضیان:  
الف- دارای بودن رتبه در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه  
ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار  
ج- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی  
۴- سایر شرایط:  
الف- ارائه اعلام آمادگی در مهلت مقرر به دفتر کمیته فنی و بازرگانی  
ب- تکمیل و ارائه کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی و مستندات مربوطه مطابق مندرجات آن در مهلت مقرر به دفتر کمیته فنی و بازرگانی  
۵- مهلت اعلام آمادگی: از تاریخ ۹۷/۱۰/۰۳ لغایت آخر وقت اداری ۹۷/۱۰/۰۹  
۶- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی: تا آخر وقت اداری مورخ ۹۷/۱۰/۲۳  
۷- محل دریافت و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی کیفی: دفتر کمیته فنی و بازرگانی شرکت گاز خراسان رضوی واقع در مشهد- میدان شهید فهمیده، کنار گذر آسایشگاه فیاض بخش، جنب مجتمع آبی نگین، امور تدارکات و عملیات کالای شرکت گاز استان خراسان رضوی می باشد.  
۸- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت/۵۰۶۵۹ هـ هیات محترم وزیران و اصلاحیه های بعدی آن می باشد.  
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی در سایت [www.nigc-khrz.ir](http://www.nigc-khrz.ir) امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۰۵۱-۳۷۰۷۲۸۲۲ تماس بگیرید.

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۰/۲۳  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۰/۲۷

**آگهی مناقصه عمومی**  
یک مرحله ای  
نوبت اول

شرکت پالایش گاز ایلام در نظر دارد موضوع ذیل را از طریق مناقصه عمومی به شرکت هایی که دارای گواهینامه صلاحیت معتبر از مراجع ذیربط و ذیصلاح در زمینه موضوع مناقصه می باشند، واگذار نماید.

شماره مناقصه: ۹۷/۰۲۱

موضوع مناقصه: خدمات راهبری و نگهداری مستغلات شرکت پالایش گاز ایلام  
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار ( مناقصه ): ۱/۱۱۴/۸۴۶/۰۰۰ ریال  
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار ( مناقصه ): ضمانتنامه بانکی یا فیش نقدی به حساب شماره ۰۱۰۰۵۵۶۶۵۲۰۰۹ بانک صادرات کد ۱۹۰  
تاریخ آخرین مهلت تحویل اسناد به مناقصه گزار: ۹۷/۱۰/۳۰  
تاریخ گشایش پاکت: ۹۷/۱۱/۰۲

آدرس دریافت اسناد الکترونیک: [www.nigc-igtc.ir](http://www.nigc-igtc.ir) بخش مناقصه و مزایده  
آدرس پستی مناقصه گزار: ایلام/ بخش چوار / صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۳۶۱-کدپستی ۶۹۳۷۱۸۱۱۱۱ دبیر خانه کمیسیون مناقصات

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

روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۵۰۳۵

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۰/۲۳  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۰/۲۷



## اخبار

## هند به خرید نفت از ایران ادامه می‌دهد

سفیر هند در تهران اعلام کرد واردات نفت هند از ایران قطع نشده و ادامه پیدا خواهد کرد.

به گزارش ایسنا، سوراج کومار، سفیر هند در ایران درباره جدیدترین قراردادهای نفتی میان دو کشور و ایجاد کانالی برای مبادلات مالی، اظهار کرد: مکانیزم روپیه برای این منظور مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

وی خاطر نشان کرد خرید نفت هند از ایران متوقف نشده و این کشور به طور میانگین ۱.۲۵ میلیون تن در ماه نفت از ایران خریداری می‌کند و مطمئناً این روند ادامه پیدا خواهد کرد.

براساس گزارش پایگاه خبری بیگ نیوز نتورک، سوراج گفت: ما با بانک UCO برای این منظور همکاری می‌کنیم و مکانیزم پرداخت به روپیه تا دو هفته دیگر ایجاد خواهد شد.

آمریکا تحت معافیت‌هایی که ماه میلادی گذشته صادر کرد به هند اجازه داده است به مدت ۱۸۰ روز حداکثر ۳۰۰ هزار بشکه در روز نفت از ایران را وارد کند. ادامه خرید نفت از ایران برای هند که حدود ۸۰ درصد از نفت مورد نیازش را وارد می‌کند ضروری به شمار می‌رود و تهران در گذشته شرایط اعتبار بهتری نسبت به سایر تولیدکنندگان خاورمیانه عرضه کرده و قبول کرده است به جای دلار آمریکا، پول نفت را به روپیه هند دریافت کند.

## صادرات دام زنده غیرگوشتی آزاد شد

وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد که ممنوعیت صادرات دام زنده غیرگوشتی رفع شده است.

به گزارش تسنیم، وزارت صنعت، معدن و تجارت در نامه‌ای که به دفتر صادرات و گمرک ارسال کرده است، صادرات دام زنده مولد غیرگوشتی و همچنین صادرات پریفرم را بلامنع اعلام کرد.

اسب مولد نژاد خالص، اسب مسابقه، شتر مولد نژاد خالص، گاو مولد نژاد شیری و همچنین پریفرم PET پنج ردیف کالایی است که ممنوعیت صادرات آن رفع شده است.

بنابر این گزارش در این نامه اشاره شده که این رفع ممنوعیت با جلب نظر وزارت جهاد کشاورزی بوده است یا خیر.

همچنین آزاد کردن صادرات بی‌روپیه دام شیری مولد ممکن است تأمین نیاز بازار داخلی را با مشکل مواجه کند.

کاهش ارزش پول ملی در ماه‌های اخیر، موجب افزایش صادرات کالاهای غیرنفتی شده؛ اما صادرات بی‌روپیه نیز موجب گرانی در بخش کالاهای مصرفی مردم شده است.

## بسته‌های اینترنت بدون اینستاگرام در راه است؟

اخیراً نامه‌ای درباره محدودسازی برای اینستاگرام منتشر و البته از سوی سخنگوی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات اعلام شده که ارتباطی با فیلترینگ این شبکه اجتماعی ندارد.

به گزارش ایسنا، رئیس مرکز روابط عمومی ارتباطات و فناوری اطلاعات، خبر داده که نامه‌ای که اخیراً درباره محدودسازی برای اینستاگرام منتشر شده، ارتباطی با فیلترینگ این شبکه اجتماعی ندارد. در این طرح، بسته‌ها و طرح‌های فروش اینترنت، بدون امکان اتصال و استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام تهیه می‌شود.

در این نامه ظاهراً از سوی سازمان تنظیم مقررات ارتباطات رادیویی، خطاب به شرکت مخابرات ایران و کلیه شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات اینترنتی آمده است که با توجه به ضرورت صیانت از فرهنگ اسلامی ایرانی و حریم خانواده‌ها و حمایت از محتوای داخلی، با قید فوریت تصمیمی اتخاذ کنند که بسته‌ها و طرح‌های فروش اینترنت بدون امکان اتصال و استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام، تهیه و در لیست بسته‌های فروش خود قرار دهند.

سیدجمال هادیان، نوشته است: درباره نامه زیر پرسیده‌اید. این نامه محرمانگی ندارد و به صادرکننده تذکر داده شده. ماجرا به ابلاغیه مرکز ملی فضای مجازی بازمی‌گردد. ارتباطی با فیلتر هم ندارد. خواستند که این امکان فراهم شود تا اگر خانواده‌ای بسته اینترنتی بدون اینستاگرام بخواهد، امکانش فراهم باشد.

## ۳ میلیون تن دانه روغنی و سویا به کشور وارد شد

در سال جاری ۲ میلیون و ۱۳۳ هزار تن دانه‌های روغنی و یک میلیون و ۶۱ هزار تن کنجاله سویا به کشور وارد شد.

به گزارش تسنیم، براساس آمار گمرک، در سال جاری ۲ میلیون و ۱۳۳ هزار تن دانه روغنی به ارزش یک میلیارد و ۴۱ میلیون دلار طی مدت مذکور وارد کشور شده است که افزایش ۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال ۹۶ را داشته است.

این گزارش حاکی است واردات کنجاله سویا نیز طی این مدت افزایش ۵۱ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل داشته به طوری که یک میلیون و ۶۱ هزار تن به ارزش ۴۹۶ میلیون دلار وارد کشور شده است. براساس این گزارش، ۹۰ درصد کالاهایی که وارد گمرک می‌شوند در کمتر از سه روز ترخیص می‌شوند و در این بین ترخیص کالاهای اساسی در اولویت قرار دارد. گمرکات مهم کشور برای ترخیص کالاهای اساسی به طور شبانه‌روزی فعالیت می‌کنند تا وقفه‌ای در واردات این کالاها ایجاد نشود و روند ترخیص این کالاها به صورت لحظه‌ای به کمک سامانه جامع گمرکی در مرکز پایش دفتر واردات گمرک رصد می‌شود.



کرده است. وزیر صنعت، معدن و تجارت در این زمینه به راهکار ممنوعیت صادرات مرغ اشاره کرد و گفت: ممنوعیت این اقدام با وزارت جهاد کشاورزی است و در کار گروه ستاد تنظیم بازار مقرر شد قیمت شیر به شرط تأمین شیر مورد نیاز واحدها، اصلاح و از روند افزایشی قیمت‌ها جلوگیری شود. رحمانی از روند کاهش قیمت موبایل نیز خبر داد و افزود: روند کاهشی با ورود گوشی‌های ثبت سفارش شده جدید ادامه دارد و بر بازار شب عید تأثیر مثبت خواهد گذاشت.

وی با بیان اینکه در حوزه خودرو ۲۰۰۰ قطعه‌ساز در ۱۵ استان فعال هستند، گفت: در بازار ۷۰ هزار میلیارد تومانی این صنعت، حدود ۵۰۰ هزار شغل در خودروسازی، قطعه‌سازی و فعالیت‌های جنبی و خدمات پس از فروش ایجاد شده است. وی در ادامه با اشاره به قیمت خودرو گفت: توجه بر پرتیازها بیشتر است و مصوبات قیمت‌گذاری بر مبنای حاشیه بازار بود و مقرر شد بر همین اساس عرضه آغاز شود و شرط کردیم که خودروسازان به تعهدات خود عمل کنند و داخلی‌سازی و تولید قطعات در داخل در اولویت قرار گیرد و خودروسازان امسال غیرتولیدی خود را به فروش برسانند و سرمایه لازم تأمین شود و برای بلندمدت نیز برنامه اساسی‌تری در نظر داریم.

رحمانی ادامه داد: دولت و مجلس نظراتی در این خصوص دارند و تصمیماتی از مراجع ذی‌ربط گرفته‌ایم که موظف به اجرای آنها هستیم.

ارز ۴۲۰۰ تومانی این کالاها را تأمین می‌کند دلیل منطقی برای افزایش قیمت وجود ندارد و گروه یک کالایی نباید هیچ تأثیری از نوسان ارز داشته باشند، افزود: دکتر روحانی نیز به این مساله حساس است و در جلسات ستاد اقتصادی در این زمینه از ما سوال می‌کند. وی با بیان اینکه البته مسئولیت تأمین کالاهای اساسی با وزارت جهاد کشاورزی است و حوزه کنترل اصناف و بازار در حیطه اختیارات و وظایف ما است، گفت: این در حالی است که در حوزه تأمین مشکلی وجود ندارد و در زنجیره توزیع مشکلاتی هست و به دست مصرف‌کنندگان نمی‌رسد و از این رو تصمیم به بازنگری در فرآیند توزیع این کالاها گرفتیم و سعی می‌کنیم کنترل‌ها را تشدید کنیم.

رحمانی با اشاره به اینکه در هشت ماهه امسال مجموع بازرسی‌های حوزه اصناف بیش از ۲ میلیون مورد بوده و این بدان معناست که بازار رها شده نیست، افزود: در این زمینه وزارت جهاد کشاورزی مکلف به ارائه طرحی برای چگونگی توزیع شد و بر این اساس سعی داریم از رسیدن کالا به دست مصرف‌کننده واقعی مطمئن شویم.

رحمانی اعلام کرد: اقلام اساسی یارانه‌ای و بسته‌های جبرانی با مشخص کردن جامعه هدف، شامل کارکنان دولت چه پانزده‌تنگان و چه شاغلین و نیز مشمولین نهادهای حمایتی پرداخت می‌شود.

وی یادآور شد: در مورد قیمت مرغ در ستاد تنظیم بازار توافق شد که بازار از لحاظ عرضه و قیمت تنظیم شود و به توجه به افزایش هزینه‌های خود می‌تواند مشکلاتی را در امر بازرسی ایجاد کند. حمل و نقل و نهاده‌ها، وزارت جهاد کشاورزی اقدام به عرضه ذخایر خود

وزیر صنعت، معدن و تجارت توضیحاتی درباره قیمت برخی کالاها از جمله لوازم خانگی، مرغ، موبایل و خودرو ارائه کرد.

به گزارش ایسنا، به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت صنعت، معدن و تجارت، رضا رحمانی در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری شبکه دو سیما با بیان اینکه در سفر ترکیه در حوزه تعرفه ترجیحی پیشنهادات خوبی ارائه شد و ترکیه پذیرفته که مطابق تخفیف‌های اتحادیه اروپا نسبت به تأمین نیازهای ما اقدام کند، افزود: در نظر داریم ۱۰ میلیارد دلار مرودات تجاری کنونی را به ۳۰ میلیارد دلار برسانیم و این در حالی است که افزایش هر یک میلیارد دلار مرودات تجاری ۵۰ هزار شغل جدید در کشور ایجاد می‌کند.

وی در ادامه درباره کاهش قیمت کالاهای اساسی مطابق با کاهش قیمت ارز گفت: وقتی ارز کنترل می‌شود با یک وقفه‌ای بازار خود را با آن وفق می‌دهد که بحثی روانی و اجتماعی دارد و از سوی دیگر، مواد اولیه تا در پروسه تولید به جریان افتد و عرضه شود بازه زمانی سه ماهه طول می‌کشد تا تبدیل به کالا و عرضه شود.

رحمانی با اشاره به نشست هفته گذشته خود با انجمن‌ها و تولیدکنندگان لوازم خانگی افزود: با کنترل ارز مردم توقع دارند قیمت‌ها کاهش یابد و تولیدکنندگان لوازم خانگی توافق کردند که قیمت‌ها را کاهش دهند و امروز پیگیری کردم در برخی اقلام که بیشتر وابسته به ارز بوده‌اند کاهش محسوس‌تری داشته‌ایم.

رحمانی با اشاره به اینکه در مورد کالاهای اساسی از آنجا که دولت با

## کاهش نیافتن قیمت‌ها پس از کاهش نرخ ارز تخلف است

جلسات ستاد تنظیم بازار، کمیسیون نظارت، کمیسیون کالای قاچاق و سایر جلساتی که مرتبط با حقوق مصرف‌کننده است را بازرسان سازمان صنعت، معدن و تجارت انجام می‌دهند.

رئیس سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده استان زنجان، خاطرنشان کرد: گشت‌های بازرسی را بازرسان سازمان صنعت، معدن و تجارت انجام می‌دهند که صدا و سیما با عنوان گشت تعزیرات ذکر می‌کند و لازم به توضیح است که شعبات تعزیرات نسبت به پرونده‌های بازرسان حکم صادر می‌کند، همچنین متاسفانه اخیراً مطلع شدیم که کمیسیون اجتماعی مجلس طرح ساماندهی بازرسان سازمان صنعت، معدن و تجارت را رد کرده و این اقدام نمایندگان ملت منجر به تضییع حقوق مصرف‌کننده و ضعف واحدهای بازرسی شده است.

و باید معاونت بازرسی و نظارت با واحدهای صنفی و شرکت‌های تولیدی متخلف برخورد کند. وی افزود: باتوجه به آنچه که گفته شد، متاسفانه هر روز شاهد افزایش قیمت شرکت‌های تولیدی و سایر کالاها هستیم و ضمناً تنها ارگان مبارزه با گران‌فروشان و احتکارکنندگان در میدان عمل و اجرا بازرسان سازمان صنعت، معدن و تجارت است که به صورت دو شیفت صبح و بعد از ظهر در اختیار سازمان قرار دارند ولی این بازرسان با وجود نوع کار حاکمیتی که دارند حداقل حقوق دریافت کرده و مشکل معیشت دارند و این خود می‌تواند مشکلاتی را در امر بازرسی ایجاد کند.

استجلا تصریح کرد: مسئولان ذی‌ربط باید به این امر واقف باشند که با توجه به تحریم‌ها و وضعیت اقتصادی بسته‌های حمایتی از بازرسان را به استناداری‌ها یا مجلس شسورای اسلامی ارائه دهند؛ چراکه خروجی اجرایی

رئیس انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان استان زنجان گفت: عدم کاهش قیمت‌ها پس از کاهش نرخ ارز تخلف است.

رضا استجلو در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با نوسانات قیمت مرغ، اظهار کرد: با توجه به پیگیری‌های صورت گرفته علت افزایش قیمت مرغ گرانفروشی مرغان است که قیمت تمام‌شده پایین‌تر از قیمتی است که به بازار عرضه می‌کنند و با توجه به جلسه‌ای که با معاونت بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت داشتیم، در حال تشکیل پرونده تعزیراتی برای مرغانی‌تری داشته‌ایم.

این مسئول ادامه داد: با توجه به مسیر نزولی ارز باید به تبع آن قیمت کالاها و خدماتی که مرتبط با نوسانات ارز است کاهش یابد و در صورتی که روند نزولی ادامه یابد و نرخ کالا و خدمات کاهش نیابد، تخلف صورت گرفته

## تابلوی ایست مقابل ۱۷ کالای دیگر

کالا و تجار ایرانی خواهد بود. رئیس کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی ایران با تأکید بر اینکه نسخه ممنوعیت صادرات، شفاف‌بخش دردها نیست، گفت: ممنوعیت صادرات بارها و بارها در گذشته تجربه شده و مشکلات فراوانی ایجاد کرده اما درس عبرت نشده است تا جایی که تصمیم‌گیری‌های اشتباه کم‌کم برای‌مان عادت شده است. موسی‌پور تصریح کرد: اینکه هر روز مانع جدیدی برای صادرات و صادرکننده در نظر گرفته می‌شود نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران نه‌تنها آشنا با حوزه صادرات نیستند بلکه تا جایی که می‌توانند و شرایط اقتضا می‌کند، به صادرات ضربه وارد می‌کنند و این نکته را در نظر نمی‌گیرند که این تنها ضربه به صادرات نیست که وارد می‌شود؛ ضربه به صادرات ضربه به تولید، واردات و بسیاری موارد دیگر است.

لوبیای چشم بلبلی)، لوبیای چشم بلبلی، سایر انواع لوبیا، عدس، باقلا، نخود کفتری، سایر محصولات نباتی و مواد نباتی و تفاله‌های نباتی، آخال و سایر محصولات فرعی نباتی ممنوع شد.

در این رابطه عدنان موسی‌پور - رئیس کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی ایران - در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: اینکه هر از چندگاهی ممنوعیت صادرات برخی کالاها ایجاد می‌شود، بسیاری از منافع کشور را به خطر می‌اندازد.

وی افزود: با وجود تمام مشکلات در تولید، کالا تولید شده و تلاش می‌شود که کالاهایی همچون مواد غذایی تولید شده، در بازارهای جهانی معرفی شود و جای خود را باز کند، با این حال با اعلام ممنوعیت صادرات آن کالا، همه زحمات‌ها از بین خواهد رفت و نتیجه آن، بی‌اعتمادی به

به گفته رئیس کمیسیون توسعه صادرات اتاق بازرگانی ایران در پی ممنوعیت صادرات ۱۷ قلم کالا از ابتدای دی‌ماه، اینکه هر روز بر تعداد اقلام ممنوعه برای صادرات اضافه می‌شود نشان از عدم آشنایی سیاست‌گذاران با حوزه صادرات دارد.

چندی پیش علی‌اکبر شادمانی - مدیرکل دفتر صادرات گمرک - در بخشنامه‌ای به گمرکات اجرایی موضوع ممنوعیت صادرات کره، انواع حبوبات و برخی کالاهای کشاورزی از ابتدای دی‌ماه را ابلاغ کرد.

براساس بخشنامه ابلاغی، با توجه به لزوم تأمین و تنظیم بازار کره و حبوبات از تاریخ اول دی‌ماه سال جاری صادرات انواع کره، نخود فرنگی، نخود رسمی (لبه)، سایر نخودهای رسمی، لوبیا، لوبیا قرمز، لوبیا چیتی، سایر لوبیاهای رسمی از جمله لوبیا سفید، بامبارا (نوعی



## پژو پارس رکورد رشد تولید را شکست

نگاهی به آمار تولید محصولات ایران خودرو در آبان ماه امسال نشان می‌دهد که پنج مدل خودرو با رشد تولید مواجه بوده‌اند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، پژو ۲۰۶ تیپ ۲ از جمله خودروهایی است که تولید آن هم در آبان ماه امسال و هم در مجموع هشت ماهه امسال دارای رشد بوده است. به طوری که تولید این خودرو در آبان امسال به هزار و ۴۱۱ دستگاه رسید که نسبت به مدت مشابه سال گذشته دارای رشد ۱۷۲٫۳ درصدی بوده است در همین حال تولید تجمعی این خودرو تا پایان آبان ماه امسال نیز به ۱۲ هزار و ۷۲۸ دستگاه رسید که نشان از رشد ۷۰٫۸ درصدی داشته است.

پژو ۲۰۰۸ نیز در آبان امسال به ۲۸۴ دستگاه رسید که نسبت به مدت مشابه سال گذشته که ۱۰۰ دستگاه بوده رشد ۱۸۴ درصدی تجربه کرده است. تولید تجمعی این خودرو نیز تا پایان آبان ماه ۴ هزار و ۴۷۱ دستگاه بوده که رشد ۴۵۶٫۱ درصدی نسبت به هشت ماه سال گذشته داشته است. تولید تجمعی دنا نیز تا پایان آبان ماه از رشدی ۱۹۴٫۱ درصدی برخوردار بود به طوری که در هشت ماه امسال ۲۷ هزار و ۳۸۵ دستگاه دنا تولید شده بود.

هایما از دیگر محصولاتی بود که شاهد رشد تولید بود به طوری که تولید این خودرو در آبان ماه امسال به هزار و ۲۰ دستگاه رسید که رشد ۱۱۲٫۹ درصدی را نسبت به تولید سال گذشته تجربه کرد. تولید تجمعی هایما نیز تا پایان آبان ماه امسال به ۱۰ هزار و ۱۲۶ دستگاه رسید که در مقایسه با تولید ۶ هزار و ۹۸۳ دستگاه در هشت ماه سال گذشته رشد ۴۵ درصدی داشته است. پژو پارس معمولی نیز رشد چشمگیر تولید را تجربه کرد و در هشت ماهه امسال ۱۴ هزار و ۵۴ دستگاه تولید شد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد ۹۵۰٫۴ درصدی داشته است. در آبان ماه امسال نیز تولید این خودرو هزار و ۴۴۷ دستگاه رسید که ۶۴٫۶ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال گذشته داشته است. تولید پژو پارس در اتومبیل‌سازی فردا نیز شاهد رشد تولید بود به طوری که تولید پژو پارس در این واحد تولیدی در آبان ماه امسال به ۳۳۶ دستگاه رسید که شاهد رشد ۵۷۲ درصدی بوده است. تولید تجمعی این خودرو تا پایان آبان ماه امسال نیز ۳ هزار و ۷۴۹ دستگاه بود که رشد ۷۳۹۸ درصدی را تجربه کرد که بر این اساس رکورد رشد تولید را شکست.

## دولت نباید نرخ خودرو را متأثر از دلالت‌ها تعیین کند

«امرانیه امینی» در گفت و گو با خبرنگاری شبستان با اشاره به تصمیم دولت به منظور افزایش قیمت رسمی خودرو تا ۵ درصد کمتر از قیمت بازار، گفت این درست نیست که دولت برای بازار خودرو و قیمت رسمی آن برنامه‌ای نداشته باشد و بنا به نظر تعدادی دلال و واسطه‌گر قیمت خودرو را تعیین کند. کارشناس خودرو با تأکید بر این نکته که دولت باید برای تولید و عرضه خودرو برنامه‌ریزی انجام دهد، افزود: این درست است که بازار باید تعیین‌کننده نرخ خودرو باشد اما بازار خودروی ایران این روزها بازار معقولی نیست و در دست تعدادی دلال و واسطه‌گر قرار دارد که نمی‌توان با اتکا به آنها برای قیمت رسمی خودرو تصمیم‌گیری داشت. وی با بیان اینکه مردم نباید تحت تأثیر نظر این دلال‌ها و واسطه‌گرها از نظر اقتصادی در زمینه خودرو متضرر شوند، تأکید کرد: برای حل این معضل باید خودروسازان و دولت راهکار علمی و فنی ارائه دهند نه اینکه اجازه بدهند بازار برای آنها تصمیم بگیرد.

عضو هیات علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه تهران در ادامه بر ضرورت ایجاد تغییراتی در ساختار صنعت خودروی کشور نیز تأکید کرد و گفت: باید مدیریت در این صنعت کارآمد و فنی شود تا هزینه‌های تولید خودرو کاهش یابد و در نهایت خودرو از ردیف کالاهای سرسامه‌ای خارج شود.

امینی همچنین با تصریح این مطلب که نباید انتخاب مدیران و روسا در صنعت خودرو سیاسی باشد، خاطرنشان کرد: دولت باید این صنعت را به فعالان واگذار کند به گونه‌ای که خصوصی‌سازی واقعی در صنعت خودرو صورت بگیرد و در این زمینه نیز نیاز است تا دولت بیشترین سهم را به کارگران و کارمندان اختصاص دهد. عضو هیات علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه تهران در پایان تصریح کرد: اگر دولت نقش زیادی در صنعت خودرو داشته باشد جامعه دچار ضرر و زیان خواهد شد و برای جلوگیری از این مسئله نیاز است که فعالان اصلی بازار خودرو نقش جدی‌تری در این صنعت ایفا کنند.

## برنامه‌ای برای گران کردن بلیت مترو نداریم

رئیس شورای شهر تهران در مورد اظهارات یکی از اعضا مبنی بر بلیت ۱۰ هزار تومانی مترو گفت منظور ایشان قیمت تمام شده بلیت بود نه اینکه از مردم ۱۰ هزار تومان بابت بلیت بگیریم و ما برنامه‌ای برای گران کردن بلیت نداریم.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، محسن هاشمی ظهر روز گذشته در حاشیه جلسه شورای شهر تهران با بیان اینکه امروز برای اولین بار تحقیق و تفحص از موسسه همشهری در شورای شهر تهران مطرح شد، گفت: اعضای شورا پس از ماه‌ها تحقیق و تفحص در مورد موسسه همشهری نظرات خود را بیان کردند.

وی در پاسخ به این سوال که نتیجه تحقیق و تفحص چه می‌شود، گفت: یا باید به سازمان تخطفات اداری ارجاع داده شود و یا موضوع برای پیگیری بیشتر به قوه قضاییه ارجاع شود. هاشمی همچنین از تصویب کلیات انتشار ۳۰۰۰ میلیارد تومان اوراق مشارکت برای توسعه حمل و نقل عمومی خبر داد و گفت: بر این اساس ۲۰۰۰ میلیارد تومان این اوراق به مترو و ۱۰۰۰ میلیارد تومان به اتوبوس اختصاص داده می‌شود.

وی در پاسخ به سؤالی در مورد اظهارات یکی از اعضای شورا مبنی بر بلیت ۱۰ هزار تومانی برای مترو گفت: منظور ایشان قیمت تمام شده بلیت بود نه اینکه از مردم ۱۰ هزار تومان بابت بلیت بگیریم و ما برنامه‌ای برای گران کردن بلیت نداریم.

# شرکت‌های اقماری خودروسازان حساب و کتاب دقیقی ندارند



افزایش قیمت باید وجود داشته باشد و نمی‌شود که این افزایش قیمت‌ها صورت نگیرد اما مقدار افزایش قیمت مهم است و اینکه به چه میزان باشد یک آنالیز دقیق می‌خواهد که باید مورد تأیید متخصصان باشد و برای هر خودرو هم می‌تواند متفاوت باشد. گرمایی در پاسخ به این سوال که خودروسازان محصولات خود را تا سال ۹۸ پیش‌فروش کرده‌اند حال آیا قرار است برای تحویل این‌ها خودرو تولید کنند، گفت: قطعاً خودرو ندارند اگر داشتند که می‌دادند این‌ها پیش‌فروش کرده‌اند.

وی در پاسخ به این سوال که مشاهدات نشان‌دهنده پر بودن انبار خودروسازان از انبوه خودرو است، گفت: انبار پر ممکن است ناشی از اتفاقات دیگر هم باشد ولی یک خودروسازی که روزی ۱۵۰۰ خودرو تولید می‌کند اگر یک هفته تولید خود را نگه دارد، به ۱۰ هزار خودرو می‌رسد حال برای نگهداری این مقدار خودرو چقدر فضا نیاز است؟

این‌ها که انبارها پر است گاهی پیش می‌آید که این‌ها قطعاتی کم دارند. این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس تأکید کرد: نمی‌شود کتمان کرد که یک کارهایی هم وجود دارد که ممکن است خارج از نرم معمول انجام بدهند ولی اینکه تولید خودرو به دلیل مشکلات مختلف کم و تقاضا زیاد شده وجود دارد. این عدم تعادل بین عرضه و تقاضا خودش یک عامل اصلی افزایش قیمت است در این دو مورد ما شکی نداریم که تولید خودرو کم شده و تقاضا زیاد شده است. همین را اگر در ترازو قرار دهیم، می‌تواند عاملی برای تعدیل قیمت باشد. گرمایی با بیان اینکه شرایط بازار خودرو مناسب نیست، اظهار کرد: باید تکلیف مشخص شود که قطعه‌ساز و خودروساز با چه قیمتی کارشان را انجام دهند و تولید داشته باشند و با چه قیمتی به دست مردم بدهند و چند ماهه تحویل دهند و چقدر مطمئن هستند که سال ۹۸ می‌توانند تولیدشان را به اندازه‌ای که تعهد کرده‌اند انجام دهند.

بیش از این افزایش پیدا کند بازار خرید و فروش خودرو از دست افشار متوسط و ضعیف جامعه خارج خواهد شد»، تصریح کرد: این وضعیتی خاص است که از طرفی قیمت ارز افزایش پیدا کرده و از طرف دیگر خودروها ارزبری‌های خاصی دارد که برای یک خودرو کمتر و برای خودرویی دیگر بیشتر است. قیمت مواد اولیه که عمده‌ترین آن فولاد و پلیمر است، علی‌رغم اینکه داخلی هم هستند افزایش قابل توجهی پیدا کرده است.

این عضو فراکسیون امید یادآور شد: اینکه از خودروساز و قطعه‌ساز انتظار داشته باشیم که محصولاتشان را با همان قیمت قبل عرضه کنند، غیرممکن است اما برای افزایش قیمت‌ها باید آنالیز وجود داشته باشد. نمی‌توانیم همین‌طور کیلویی بگوییم قیمت‌ها ۵۰ درصد افزایش پیدا کنند. قیمت هر خودرویی باید با آنالیز دقیق به طور واقعی تعیین شود.

وی با تأکید بر اینکه خودروسازان هزینه‌های اضافی دارند که باید آن را کم کنند، گفت: به عنوان مثال خودروسازان شرکت‌های اقماری دارند که حساب و کتاب‌شان خیلی مثل خود شرکت‌های خودروسازی دقیق نیست. در این شرکت‌ها نباید پول بدون حساب دقیق هزینه شود. ممکن است هزینه‌های جانبی هم وجود داشته باشد که قطعاً کسانی هستند که گفته می‌شود نیروی اضافی دارند و اخراج آن‌ها هم بیکاری ایجاد می‌کند اما با افزایش تولید می‌توانند این نیروها را به کار بگیرند.

نماینده مردم نیشابور عنوان کرد: باید همه چیز با حساب دقیق باشد. قرار نیست اگر صنعت خودروی ما بحرانی است فلان مدیرش به رقم خیلی بالایی حقوق بگیرد. اگر در خودروسازی بحران هست باید برای ایشان هم بحران باشد یعنی این بحران همه جا حس شود و این بحران فقط با افزایش قیمت‌ها برای مردم همراه نباشد.

وی افزود: بنده به لحاظ اینکه در موضوع هستم می‌گویم این

بحران خودروسازی‌ها باید نه تنها برای مردم بلکه توسط مدیران هم احساس شود

یک عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت باید همه چیز با حساب دقیق باشد قرار نیست اگر صنعت خودروی ما بحرانی است فلان مدیرش به رقم خیلی بالایی حقوق بگیرد. اگر در خودروسازی بحران هست باید برای ایشان هم بحران باشد یعنی این بحران همه جا حس شود و این بحران با افزایش قیمت‌ها فقط برای مردم نباشد. حمید گرمایی در گفت‌وگو با خبرنگار سیاسی این‌ها، درباره آخرین وضعیت بازار خودرو و اینکه خودروسازان مدت‌هاست که خودروهای مردم را حتی با اینکه پول آن را دریافت کرده‌اند تحویل نمی‌دهند، تأکید کرد: وقتی قراردادی بسته شده باید به آن قرارداد عمل شود. اگر بر فرض محال قیمت خودرو کاهش پیدا می‌کند، سازنده هیچ‌گاه پول گرفته را بر نمی‌گرداند.

وی با اشاره به قواعد تجارت اظهار کرد: اگرچه افزایش قیمت‌ها خیلی زیاد بوده ولی به قراردادی که بسته شده نمی‌توان عمل نکرد اگر قراردادی بسته شده باید به آن عمل کنند.

این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس در پاسخ به این سوال که «خودروسازان ادعا می‌کنند که قطعه‌ای برای ساخت خودرو ندارند و به این بهانه خودروها را تحویل نمی‌دهند حال اگر قطعه‌ای برای ساخت خودرو ندارند و نمی‌توانند خودرو بسازند پس چرا می‌خواهند قیمت‌ها را افزایش دهند؟»، گفت: البته این بحث وجود دارد که قطعه‌سازان نمی‌توانند با آن قیمت قبلی قطعات خودرو را تحویل دهد به این معنا که اگر قرار است قطعات خودرو را تحویل دهد باید با قیمت جدید تحویل بدهد. قطعه‌سازان با قیمت جدید افزایش یافته می‌توانند قطعات خودرو را تحویل دهند اما با آن قیمت‌های قبلی عملاً نمی‌توانند قطعه را بسازند و تحویل دهند.

این نماینده اصلاح‌طلب در واکنش به این موضوع که «اگر قیمت‌ها

## ضربات بی‌مهری به قطعه‌سازان متوجه خودروسازان خواهد شد

سرمایه در گردش قطعه‌سازان برای تحویل قطعات جدید خواهد بود. وی با اشاره به عدم تجاری‌سازی تعداد زیادی از خودروها به علت عدم تأمین قطعات یا به بهانه کمبود قطعات، گفت: بدون شک با اصلاح قیمت خودرو، تعداد قابل توجهی از خودروهایی که در کف کارخانجات دیو شده، تجاری شده و وارد بازار خواهد شد.

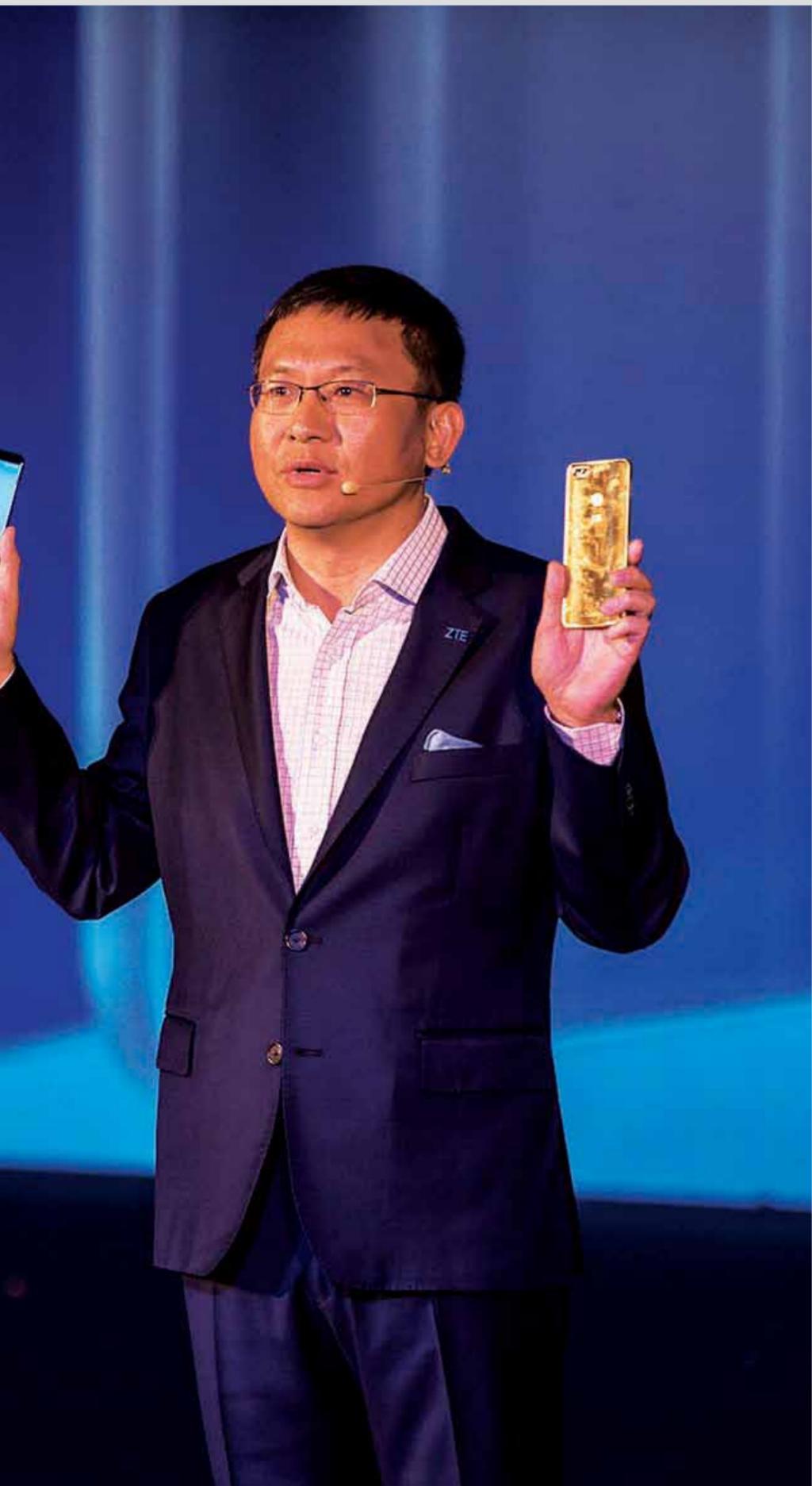
رعنایی تأکید کرد: هر رقمی که بابت افزایش قیمت خودرو محاسبه شود و ۶۰ تا ۸۰ درصد آن را هم به قطعه‌سازان پرداخت شود باز هم مربوط به پیش‌فروش‌های جدید خودروسازان می‌شود که قرار است در آینده نزدیک به فروش رسانده و تحویل مشتریان شود. این فعال در صنعت قطعه‌سازی اضافه کرد: ۲۰ هزار میلیارد تومان بدهی خودروسازان به قطعه‌سازان برای یک سال گذشته است که به امسال منتقل شده و تاکنون هیچ رقمی از آن پرداخت نشده است بنابراین در صورتی که وضعیت این مطالبات تعیین تکلیف نشود صنعت قطعه‌سازی قادر به ادامه فعالیت نخواهد بود.

رعنایی در ادامه به نقش داخلی سازی قطعات در رفع مشکل واردات و رشد تولید خودروسازان پرداخت و گفت: مشکل اصلی که همچنان دامنه صنعت خودرو و قطعه‌سازی را گرفته ناشی از آن است که در سالیان گذشته خودروسازان با بی‌مهری از قطعه‌سازان حمایت

هیچ خودروسازی نیست که قطعه‌ساز خود را حمایت نکند و هزینه‌های آن را تأمین نکرده باشد و فقط در ایران است که خودروسازان با اعمال برخی سیاست‌ها و اختصاص سؤرس‌های موازی، قطعه‌سازان را به سمت نابودی کشانده‌اند. به گزارش خبرنگار پرسشین خودرو، در حالی آمار مطالبات قطعه‌سازان هر روز بیشتر و بیشتر می‌شود که بنا به گفته یکی از فعالان این صنعت رقم‌هایی که امروز در خصوص مطالبات قطعه‌سازان اعلام می‌شود مربوط به مطالبات یک سال گذشته قطعه‌سازان است که به امسال منتقل شده است.

یک عضو انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی کشور همچنان معتقد است ۲۰ هزار میلیارد تومان بدهی خودروسازان به قطعه‌سازان موجب افزایش بحران نقدینگی و تعطیلی واحدهای قطعه‌سازی در کشور شده است.

احمدرضا رعنایی در گفت و گو با خبرنگار پرسشین خودرو، عنوان کرد: هر پیشنهاد اصلاح یا افزایش قیمتی که مورد موافقت سازمان حمایت و ستاد تنظیم بازار قرار گیرد مربوط به خودروهایی می‌شود که قرار است با قیمت‌های جدید پیش‌فروش شود تا امکان تأمین قطعات مورد نیاز خودروسازان فراهم شود و فقط کمکی برای تأمین



## ثبت بیش از ۲ هزار کسب و کار اینترنتی در خراسان رضوی

مدیر فناوری اطلاعات و شبکه دولت استانداری خراسان رضوی گفت در سال گذشته حدود ۲ هزار و ۲۰۰ کسب و کار اینترنتی در خراسان رضوی ثبت شده است. به گزارش مهر، حمیدرضا روحبخش ششمنه شب در حاشیه همایش حوزه فناوری اطلاعات اظهار کرد: پس از تعریف طرح توسعه کسب و کار و اشتغال پایدار در رسته فناوری اطلاعات از سال گذشته و پیرو هم‌افزایی انجام شده و سرمایه‌گذاری صورت گرفته در حوزه کسب و کارهای آنلاین و حمایت‌های بخش دولتی در استان رشد نسبی خوبی را در این حوزه شاهد بودیم. وی افزود: دنیای کسب و کارهای آنلاین و استارت‌آپ‌ها در استان در سال‌های اخیر تغییرات زیادی را شاهد بوده است و فقط در سال قبل حدود ۲۲۰۰ کسب و کار اینترنتی ثبت شده در استان داشتیم و از سال قبل تاکنون ۱۰۰۰ کسب و کار اینترنتی جدید ایجاد شده است.



### دریچه

## داشتن تفکر بچه‌گانه سبب موفقیت کارآفرینان زیادی شده است

که منطق انسان را در بر می‌گیرد همواره با هم در تضاد هستند. نیمکره چپ سعی می‌کند با آوردن دلایل منطقی فرد را از ریسک کردن دور کند. لیندلی می‌گوید داشتن تفکر ساده و بی‌ریا همانند کودکان به او کمک کرده تا کسب و کارش را رونق دهد، خصوصاً وقتی برای انجام کارهایش به دنبال راهکارهای سریع، بهتر و ارزان بوده است. وقتی همیشه به دنبال روش‌های متداول انجام یک کار هستید، فرصت‌های جدید را به خاطر دوری از خطر رها می‌کنید. پس عمل کردن با نیمکره چپ مغز را کنار بگذارید و با ریسک‌پذیری از فرصت‌های جدید بهره ببرید. البته باید بدانید داشتن چنین طرز تفکری در مرحله ایجاد اختلال مؤثر است نه وقتی یک ریسک کوچک می‌تواند تمام کسب و کارتان را به نابودی بکشد.

Ella's Kitchen، مؤسس استارت‌آپی موفق می‌گوید کنجکاوی، ریسک‌پذیری و طرز تفکر خلاقانه از خصوصیات کودکان است و هر کارآفرینی با داشتن این ویژگی‌ها به موفقیت دست می‌یابد. آیا تاکنون با خود فکر کرده‌اید چه چیزی سبب شده کارآفرینان بزرگی چون ایلان ماسک (Elon Musk)، شریل سندبرگ (Sheryl Sandberg) و ریچارد برنسون (Richard Branson) بتوانند کارهای فوق‌العاده و چالش‌برانگیز انجام دهند و بدون هیچ محدودیتی در مسیر موفقیت قرار گیرند؟ اگر نام تمام افرادی که توانسته‌اند با رقبای‌شان متمایز شوند را یادداشت کنید می‌بینید تمام آن‌ها در داشتن یک خصوصیت یعنی «تفکر خلاقانه» اشتراک دارند.

#### با مشکلات مواجه شوید

لیندلی یک روز صبح با دختر سه ساله‌اش با نام الا صحنه می‌خورد که ناگهان به این فکر افتاد غذای کودکان می‌تواند بهتر از این باشد. او نوع خاصی از غذای کودکان را در فرانسه دیده بود اما بسته‌بندی محصولات مختص والدین بود. لیندلی به این ایده رسید غذاها را در بسته‌بندی متفاوتی عرضه کند تا کودکان خودشان ترغیب شوند بدون کمک والدین غذا بخورند. از ایده لیندلی دریافتیم یک کارآفرین هیچ وقت نباید از مشکلاتی که در مسیر قرار دارد بترسد، چرا که اگر این مشکلات به درستی مدیریت شوند می‌توانند به یک ایده میلیون دلاری تبدیل شوند.

#### روحیه جنگجویی را در خود تقویت کنید

اغلب کارآفرینانی که به موفقیت‌های چشمگیر رسیده‌اند، افراد خیال‌پرداز هستند که باور

دارند می‌توانند به جایی برسند که تاکنون هیچ کس به آنجا نرسیده است. این افراد به احساس درونی خود اعتماد کرده و اکنون فرصتی فراهم شده تا ایده خود را عملی کنند. لیندلی می‌گوید سختی و مشکلات در مسیر کارآفرینی اجتناب‌ناپذیر است. هر کارآفرینی ممکن است به این فکر کند نمی‌تواند به اهدافش برسد اما نباید ناامید شود. کارآفرینان موفق در مسیر دستیابی به اهدافشان با مشکلات عدیده‌ای رو به رو بوده‌اند اما هیچ وقت تسلیم نشدند. پس همواره از شکست‌های خود درس بگیرید و طرز تفکر خلاقانه را به عادت روزانه خود تبدیل کنید.

بهترین راهکار برای آزاد کردن کودک درون، بازی با بچه‌های کوچک است. وارد بازی بچه‌ها شوید و با خلق و خوی آن‌ها آشنا شوید. این کار تأثیر چشمگیری روی زندگی شخصی و شغلی شما خواهد داشت.

منبع: [inc/ucan](http://inc/ucan)



#### پاول لیندلی (Paul Lindley)

کارآفرین سریالی و بنیان‌گذار شرکت Ella's Kitchen، کسب و کار خود را در سال ۲۰۱۳ به رقم ۱۰۴ میلیون دلار فروخت. این کارآفرین موفق با نام «پدر الا» معرفی می‌شود و در کتابی که منتشر کرده از تأثیرات فوق‌العاده تفکر خلاقانه خود سخن می‌گوید. او باور دارد هر فردی برای دستیابی به موفقیت باید به کودک درون خود اهمیت دهد. در ادامه به شما می‌گوییم طرز تفکر کودکان چگونه سبب موفقیت استارت‌آپ‌ها می‌شود.

#### کودک درون‌تان را آزاد بگذارید

بچه‌ها علاقه زیادی به بازی کردن، آزمایش کردن، شکست خوردن و یادگیری از اشتباهات‌شان دارند. آن‌ها شجاعت بالایی دارند و با شور و اشتیاق فراوان از این موضوع استقبال می‌کنند. کودکان به سراغ چیزهایی می‌روند که اطمینانی به آن ندارند و گاهی سوالاتی می‌پرسند که هیچ کس برای سوالات آن‌ها جواب ندارد. به گفته لیندلی، نه تنها این خصوصیات سبب دستیابی به موفقیت می‌شود بلکه از اصلی‌ترین ویژگی‌های یک کارآفرین به حساب می‌آید. حتماً می‌دانید اختراع دوربین‌های چاپ فوری عکس از مهم‌ترین اختراعات دست بشر در قرن بیستم است که با کنجکاوی دختر بچه سه ساله یک فیزیکدان کشف شد. او روزی از پدر خود سؤال کرد چرا نمی‌تواند همان لحظه عکس‌هایی که گرفته می‌شود را ببیند. این سؤال جرقه‌ای در ذهن فیزیکدان مشهور ایجاد کرد تا مهم‌ترین اختراع تاریخ جهان را انجام دهد.

#### افکاری ساده در ذهن بیروارزاید

بیشتر دانشجویان وقتی فارغ‌التحصیل می‌شوند، تمام خلاقیت خود را کنار می‌گذارند. نیمکره راست مغز مرتبط با خلاقیت است و نیمکره چپ

## جوانان، نیازمند ایده‌های بهتری برای استارت‌آپ‌ها هستند

ایده هستند، از این رو پارک زمین‌های را فراهم می‌کند تا محصول خود را تجاری‌سازی کنند. رئیس پارک علم و فناوری استان زنجان افزود: طی رویدادهای استارت‌آپی که در استان برگزار می‌شود، معمولاً جوانان ما به خاطر اینکه کمتر از استان خارج شده‌اند، ایده‌های

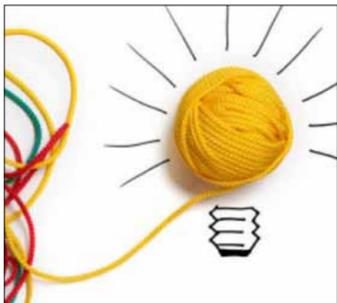
چندان خوبی ندارند. در همین راستا، پارک شریایی را فراهم می‌کند تا جوانان بتوانند از توانمندی چهره‌های برجسته کشوری در علوم روز نظیر نانو برای ایده‌یابی بهره بگیرند. وی با بیان اینکه هفت مرکز رشد در استان زنجان وجود دارد، افزود: مرکز رشد دانشگاه زنجان در سال ۸۸ افتتاح شده و ۲۲ واحد فناوری دارد. همچنین مرکز رشد دانشگاه آزاد در سال ۹۳ راه‌اندازی شده و ۱۰ واحد فناوری دارد. مرکز رشد جهاددانشگاهی نیز که ۱۳ ماه از افتتاحش می‌گذرد، ۱۸ واحد فناوری دارد.

مرادخانسی ادامه داد: مرکز رشد دانشگاه علوم‌پایه که از سال ۸۲ ایجاد شده است، ۵۵ واحد فناوری در آن مستقر است. مرکز رشد دانشگاه علوم‌پزشکی نیز ۹۶ ماه از افتتاحش می‌گذرد و ۹ واحد فناوری دارد.

رئیس پارک علم و فناوری استان زنجان گفت جوانان ما، نیازمند ایده‌های بهتری برای استارت‌آپ‌ها هستند.

به گزارش ایسنا، داوود مرادخانی روز گذشته در جلسه بررسی مسائل پارک علم و فناوری، با اشاره به اینکه مهم‌ترین خروجی پارک‌ها، شرکت‌های فناوری و دانش‌بنیان و تولیدات آن‌ها است، اظهار کرد: در پارک‌های علم و فناوری، مهارت و باور به جوانان تزریق و هرچه این پارک بیشتر توسعه یابد، به همان میزان آمار شرکت‌های دانش‌بنیان بالا می‌رود و به افزایش تولید ثروت منتج می‌شود. وی با اشاره به اینکه در پارک علم و فناوری، فقط شرکت‌هایی مستقر می‌شوند که ایده‌های‌شان تجاری شده و دست‌شان در جیب خودشان باشد، ادامه داد: اگر فردی صاحب ایده باشد ولی موفق به تجاری‌سازی نشده باشد، در مراکز رشد پارک مستقر شده و زمینه ورود وی به پارک فراهم می‌شود.

مرادخانی تصریح کرد: برخی از شرکت‌ها در مراکز کار مشترک با پارک فعالیت می‌کنند؛ در واقع این شرکت‌ها محصول ندارند و صرفاً صاحب



## رویکرد دانشگاه مبتنی بر کارآفرینی و استفاده از فناوری‌های نوین است

بین‌المللی قدم‌های محکمی بردارد. بنیادنی ادامه داد: در استان سیستان و بلوچستان ۷۰ مرکز آموزش عالی داشته و حدود ۱۱۰ هزار دانشجو در مقاطع کاردانی، کارشناسی، کارشناسی

ارشد و دکترا مشغول به تحصیل هستند. وی با اشاره به ظرفیت عظیم علمی در سیستان و بلوچستان خاطرنشان کرد: ۲۰۰۰ عضو هیات علمی در استان داشته و بیش از ۶۰ درصد دانشجویان ما بومی هستند که مجموعه اینها سرمایه‌ای برای نظام جمهوری اسلامی به شمار می‌رود. بنیادنی خاطرنشان کرد: تبدیل دانش به محصول و ایجاد کسب و کارهای نوآورانه از اولویت‌های دانشگاه‌های نسل سوم و کارآفرین به شمار می‌رود که دانشگاه‌های برتر نیز طی چندسال گذشته فعالیت‌های خود را در این مسیر قرار داده‌اند.

رئیس دانشگاه سیستان و بلوچستان تصریح کرد: دانشگاه‌ها باید با پژوهش تقاضامحور و تجاری‌سازی فناوری زیربنای اقتصاد مقاومتی به سمت دانشگاه‌های کارآفرین با سرعت بیشتری حرکت کنند.

رئیس دانشگاه سیستان و بلوچستان گفت امروز مسئولیت اجتماعی دانشگاه مبتنی بر رویکرد کارآفرینی و استفاده از فناوری‌های نوین در همه رشته‌های دانشگاهی است.

دکتر علیرضا بندانی در گفت و گو با ایسنا، ضمن بیان این مطلب اظهار کرد: دانشگاه سیستان و بلوچستان متناسب با همین نیاز در صدد است که ماموریت‌ها و فعالیت‌های خود را تغییر دهد تا به عنوان دانشگاه کارآفرین و با مسئولیت جدید کارآفرینی را انجام دهد و بتواند ارتباط نزدیکی با جامعه و صنعت برقرار و با عبور از مدل‌های قدیمی، مدل جدیدی برای فعالیت خود ترسیم و توجه جدی به نیازهای اجتماعی و اقتصادی جامعه کند.

وی دانشگاه سیستان و بلوچستان را به عنوان قطب علمی و پژوهشی در منطقه جنوب شرق کشور معرفی کرد و اظهار کرد: این دانشگاه به دلیل برخورداری از امکانات و اساتید مجرب تنها به جایگاه آموزشی خود در استان بسنده نکرده و تلاش کرده است با توجه به پتانسیل‌ها و نیازهای منطقه همواره خدمات ارزشمندی را در راستای توسعه استان ارائه و در بحث





## آیین نامه کاهش موانع مشاغل مجازی ابلاغ شد

برای حمایت از کسب و کارهای مبتنی بر فضای مجازی و کاهش موانع این نوع مشاغل، دستورالعمل «تشکیل و نحوه عمل کارگروه کاهش موانع کسب و کارهای مجازی از طریق سامانه‌های و کاهش شکایت دستگاه‌ها به ظرفیت آنها»، به دستگاه‌های مربوطه ابلاغ شد.

به گزارش مهر، براساس این شیوه‌نامه، کارگروه کاهش موانع کسب و کارهای مجازی با عضویت نماینده معاونت حقوقی ریاست جمهوری به عنوان رئیس کارگروه و نمایندگان وزارتخانه‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات - تعاون، کار و رفاه اجتماعی - صنعت، معدن و تجارت - فرهنگ و ارشاد اسلامی - امور اقتصادی و دارایی و همچنین معاونت علمی ریاست جمهوری در معاونت حقوقی ریاست جمهوری تشکیل می‌شود.

### یادداشت



## ۶ اصل استخدام آسان بعد از اخراج

### ۳. سعی کنید هر طور شده از محل کار قبلی خود توصیه‌نامه‌ای دریافت کنید

این مسئله ممکن است در اوایل اخراج کمی سخت به نظر آید اما عملی است. شاید شما فکر کنید همه در حال صحبت کردن درباره اخراج‌تان باشند اما این مسئله بعد از مدتی فراموش خواهد شد.

بهرتر است سراغ مدیر مستقیم خود یا کسی که موجب اخراج‌تان شده نروید. به یکی از همکاران خوب‌تان بسپارید که با استفاده از لینک‌های مشکل را حل کرده یا حداقل شرایط را بسنجد.

پس از این اتفاق بهتر است درخواست خود را با ادبیاتی بسیار ساده مطرح کنید. البته ممکن است با واسطه قرار دادن یک فرد موجب شوید که موقعیت کاری وی نیز به خطر بیفتد. پس مراقب باشید که دوست‌تان فراتر از حد معقول از شما طرفداری نکند.

### ۴. تلاش کنید به نحوی درست دلیل اخراج‌تان را توضیح دهید

شاید این مسئله مهمترین نکته در مصاحبه‌های بعدی شما به شمار آید. شک نکنید که در تمامی مصاحبه‌ها از شما خواهند پرسید که چرا محل کار قبلی‌تان را ترک گفته‌اید. بهترین کار این است که بدون قضاوت کردن رؤسای قبلی، به طور صریح و قاطع بگویید که تغییر شرایط کاری موجب شده که کارتان را ترک کنید. سپس می‌توان شرایط کاری مناسب، ارزش‌ها، آرزوها و دستاوردهایی که در آینده خود را می‌بینید مطرح کرده و عنوان کنید که به دنبال رسیدن به آن هستید تا موفقی‌تان را تضمین کنید. این مسئله می‌تواند به ساخت کاراکتر قدرتمند و هدفمند از شما در ذهن کارفرمایان کمک کند.

### ۵. به شغل‌های موقت فکر کنید تا در زمان مناسب به کار مورد علاقه‌تان برسید

اگر نمی‌دانید که دوست دارید کلاً حرفه خود را عوض کنید یا در همان شغل قبلی باقی بمانید، بهتر است قدری تحمل کرده و زمان را سپری کنید. بهتر است سراغ شغل‌های موقت بروید. این مسئله موجب می‌شود که زمان کافی برای انتخاب شغل و تمرکز روی حرفه مورد علاقه‌تان پیدا کنید. بدون آنکه مجبور باشید تعهدات کاری زیادی را برعهده بگیرید.

این مسئله می‌تواند روند و پروسه مصاحبه‌های پی در پی را قابل تحمل کرده و رزومه شما را پرتز از قبل کند.

### ۶. روابط خود با دیگران را بهبود بخشید

اگر روابط کاری زیادی با همکاران یا افراد هم‌حرفه خود دارید، به یاد داشته باشید که به احتمال قوی دوباره به آنها برخورد خواهید کرد. پس می‌توانید با تماس یا توجه به آنها شرایط را طوری رقم بزنید که ارتباط مثبت‌تان با آنها حفظ شود.

شاید یک عذرخواهی مستقیم بتواند سوءتفاهمات را به راحتی حل کند. قدردانی و قدرشناسی هم می‌تواند راهکاری باشد که در تفرکات به وجود آمده پیرامون شما تاثیر مثبت بگذارد.

همه ما می‌دانیم که از دست دادن شغل می‌تواند اتفاق بسیار بدی باشد اما شما با بهره گرفتن از اصول استخدام آسان بعد از اخراج می‌توانید شدت ضربه وارده را کاهش داده و در مسیر مثبت برای استخدام در شغل مورد علاقه‌تان قدم بردارید.

منبع: [fastcompany/digiato](http://fastcompany/digiato)

اخراج از محل کار جزو اتفاقاتی است که امکان دارد بارها رخ دهد. بسیاری از بزرگان دنیای تکنولوژی و مدیریت بارها از شغل‌هایشان اخراج شده‌اند. «استیو جابز» بنیانگذار اپل حتی از سمت مدیرعاملی شرکت خود نیز اخراج شد اما پس از آن دوباره استخدام آسان را تجربه کرد.

پس با اخراج از شغل‌تان، آسمان آنچنان هم به زمین نیامده و دنیا به پایان نخواهد رسید. در این مواقع تنها کافی است ذهن‌تان را آرام کنید و با آرامش به دنبال راه حل یا شغل جدید بروید. خوشبختانه روانشناسان و کارشناسان کارایی، تحقیقات بسیاری انجام داده‌اند و نکات خاصی برای کمک به اخراجی‌ها، یافته‌اند. مطمئن باشید که شما هم با دانستن ۶ اصل استخدام آسان می‌توانید توانایی‌ها و مهارت‌های منحصر به فرد خود را یافته و با اعتماد به نفس کامل سراغ شغل جدید و مورد علاقه خود بروید.

نفس عمیق بکشید. حتی اگر بخواهیم در همین پاراگراف، وردی جادویی برای پیدا کردن کار دلخواه‌تان به شما بدهیم، اگر استرس داشته باشید نمی‌توانید ورد را به درستی بخوانید. البته قرار نیست با گفتن راهکارهای عجیب و غریب بخواهیم ذهن‌تان را معشوش کنیم.

حتی اگر به بدترین شکل ممکن اخراج شده باشید، هنوز می‌توانید نکات خوب را ببینید و امیدوار باشید. برای مثال شما توانسته‌اید با کار در شرکت قبلی، رزومه خوبی برای خود فراهم کنید. این مسئله مطمئناً برای پیدا کردن شغل بعدی به کمک‌تان خواهد آمد.

حال که آرام شدید می‌توانید شش اصل استخدام آسان بعد از اخراج را مطالعه کرده و روند بازگشت به کار را با سرعت بیشتری طی کنید:

### ۱. مطمئن باشید که شما تنها نیستید

شاید فکر کنید دیگر هیچ ارگانی شما را بعد از اخراج‌تان قبول نخواهد کرد و هیچ کارفرمایی مایل به استخدام نیروهای کنار گذاشته شده نیست. این مسئله کاملاً اشتباه است. با اینکه اخراج شدن می‌تواند بدترین راه برای پایان کار یک فرد باشد اما پیش از این برای بسیاری از افراد رخ داده و بسیاری از کارفرمایان با آن آشنا هستند.

بسیاری از افراد که پروسه‌های عجیبی را در اخراج خود تجربه کرده‌اند، به راحتی توانسته‌اند که کار یا حرفه جدیدی انتخاب کرده و در آن موفق شوند، پس به یاد بسپارید شما تنها کسی نیستید که رها شدن از شغل‌تان را تجربه کرده‌اید.

### ۲. آرامش‌تان را حفظ کرده و برای پیدا کردن شغل مناسب عجله نکنید

وقتی فهمیدید تنها کسی نیستید که این وضعیت را تجربه می‌کنید، بهتر است آرامش خود را حفظ کنید. اگر شما در بهترین حالت خود نباشید، قادر نیستید اثر خوبی از خود برجای بگذارید. حتی ممکن است چیزهایی بگویید و از گفتن آنها پشیمان شوید یا تصمیمات غلطی بگیرید.

پس بهتر است که چند روز یا چند هفته را به آرامی بگذرانید و ۵ مرحله عزاداری را سپری کرده تا بتوانید اعتماد به نفس‌تان را دوباره به دست آورده و شغل دلخواه خود را پیدا کنید.

# شرکت ZTE هم به شمار تولیدکنندگان موبایل تاشو پیوست

کمپانی ZTE در سال ۲۰۱۷ میلادی از گوشی Axon M با دو صفحه نمایش ۵.۲ اینچی رونمایی کرد که این نمایشگرها با لولا به هم متصل بودند. البته مفهوم و تکنولوژی به کار رفته برای موبایل تاشو با موبایل قدیمی این شرکت تفاوت زیادی پیدا کرده است. به همین دلیل کمپانی چینی یاد شده پتنت جدیدی برای موبایل تاشو ثبت کرده و به نظر می‌رسد قصد دارد با تولید چنین محصولی از دیگر تولیدکنندگان عقب نیفتد.

به گزارش دیجیاتو، همانطور که می‌دانید تا به حال مشخص شده که هر کدام از شرکت‌های سامسونگ، هوآوی و ال جی قصد دارند که موبایل تاشو متفاوتی در سال میلادی آینده عرضه کنند. اکنون با ثبت شدن پتنتی جدید از این شرکت درباره موبایل تاشو، به نظر می‌رسد ZTE هم قصد دارد سراغ تولید چنین محصولی برود. پتنت مذکور سال گذشته در سازمان مالکیت معنوی ملی چین یا CNIPA ثبت شده است. براساس پتنت لو رفته، گوشی‌های یادشده شباهت زیادی به طرح‌هایی دارند که ماه گذشته توسط سامسونگ معرفی شده بودند و همانند همین محصولات، از یک نمایشگر خارجی در بدنه جلویی بهره می‌برند. در بدنه پشتی آنها نیز یک دوربین دوگانه و حسگر اثر انگشت قرار گرفته است.

در این پتنت به سباز نمایشگرهای استفاده شده در موبایل تاشو ZTE اشاره نشده اما بزرگی صفحه نمایش استفاده شده در تبلت، دو برابر نمایشگر خارجی خواهد بود. البته برخلاف طرح‌های لو رفته از موبایل سامسونگ، این دو نمایشگر، کشیدگی و بلندی یکسانی دارند.

در سه ماهه اول سال ۲۰۱۸ میلادی، ZTE موفق شده بود که به چهارمین تولیدکننده موبایل در ایالات متحده بدل شود اما با توجه به تحریم این شرکت بنابر گزارشات مبنی بر جاسوسی برای دولت چین، موتورولا موفق شد این جایگاه را در سه ماهه دوم و سوم از آن خود کند. به همین دلیل احتمال دارد که موبایل تاشو ZTE هیچ‌گاه در بازار آمریکا عرضه نشود.



## بازار نزولی بیت کوین، سرمایه‌گذاران را وحشتزده کرده است

یادداشت جی‌پی‌مورگان به این نکته اشاره می‌کند که در طول این دوره رکود، سایر ارزهای دیجیتال نیز از آسیب‌های بزرگ در امان نمانده‌اند. به علاوه، عدم سودآوری ماینرها در زمستان‌های دارای‌های رمزنگاری شده، همچنان ادامه دارد.

این امر نشان می‌دهد که سقوط قیمت رمزارزها، به نقطه‌ای رسیده است که استخراج آن‌ها برای برخی از ماینرها صرفه اقتصادی ندارد و آن‌ها ترجیح می‌دهند دستگاه‌های خود را خاموش کنند.

اما برخی از فعالین داخل بازار معتقدند که تحلیلیگران به علت تمرکز بیش‌ازحد بر هزینه‌های استخراج، چشم‌انداز اصلی بازار را از دست داده‌اند. برای مثال بری سیلبرت، بنیان‌گذار صندوق سرمایه‌گذاری Digital Currency Group معتقد است که هزینه‌های استخراج کابوی با استخراج، معیار مناسبی برای ارزش‌گذاری کلاس آرایبی دیجیتال نیستند. او می‌گوید:

شما باید تصمیمات سرمایه‌گذاری یک ماینر را از هزینه‌های عملیاتی که او برای استخراج بیت‌کوین متحمل می‌شود، متمایز بدانید.

کاهش حجم معاملات بیت کوین و ادامه رکود بازار ارزهای دیجیتال، بسیاری از سرمایه‌گذاران این حوزه را به تأمل واداشته است.

به گزارش زومیت، تحقیقات و ارزیابی‌های تیم تحلیلیگران جی‌پی‌مورگان (JPM)، از جمله نیکلاس پنیگرتزولوگلو استراتژیست بازار جهانی، حاکی از آن است که مؤسسات و نهادهای سرمایه‌گذاری، از طولانی شدن دوران بی‌رونقی بازار دارایی‌های دیجیتال ترسیده‌اند.

روز ۱۴ دسامبر تیم جی‌پی‌مورگان در یادداشت تحقیقی خود نوشت: به نظر می‌رسد که مشارکت و حضور مؤسسات مالی در بخش تجارت و معاملات بیت کوین بسیار کم‌رنگ‌تر شده است. ما شاهد کاهش چشمگیر متریک‌های جریان کلیدی هستیم. به گفته پنیگرتزولوگلو، حجم معاملات ارزهای رمزنگاری‌شده، همچنان مسیر نزولی را طی می‌کند و هم‌زمان، علاقه تجار و سرمایه‌گذاران به بیت‌کوین نیز در حال کاهش است. این روند، آثار جانبی بسیار مخربی را در سراسر بازار به وجود می‌آورد. JPM: آلت‌کوین‌ها به‌شدت در حال آسینند



## ۵۰ واحد فناور در انتظار مکانی برای فعالیت هستند

تزریق این باور در جوانان هستیم تا بتوانیم شاهد افزایش تولید ثروت به واسطه به‌کارگیری علمی که خروجی شرکت‌های دانش‌بنیان بوده است، باشیم.

مرداخانی با یادآوری اینکه پارک علم و فناوری استان، پذیرای شرکت‌هایی است که توانسته‌اند ایده‌های خود را تجاری کرده و هزینه‌های‌شان را از جیب خودشان پرداخت کنند، ادامه داد: پارک علم و فناوری تلاش می‌کند تا در کنار همه این فعالیت‌ها به مهم‌ترین رویکرد خود که کمک به تجاری‌سازی محصولات است که توسط شرکت‌های صاحب ایده تولید شده است، بپردازد.

رئیس پارک علم و فناوری استان زنجان در ادامه با اشاره به اینکه ایده‌پردازی یکی از دغدغه‌های اصلی جوانانی است که در رویدادهای کارآفرینی شرکت می‌کنند، اظهار کرد: امروز باید زمینه‌ای را فراهم کنیم تا جوانان خلاق استان بتوانند از تجربیات



داوود مرداخانی با بیان اینکه در حال حاضر بالغ بر ۵۰ واحد متقاضی داریم که هنوز مکانی ندارند و این مهم به یکی از دغدغه‌های پارک علم و فناوری در استان تبدیل شده است که امیدواریم در کم‌ترین زمان ممکن شاهد رفع این مشکل باشیم، افزود امروز جوانان فعال در عرصه علم و دانش به زیرساخت‌های اساسی نیاز دارند که بی‌شک با فراهم کردن این زیرساخت‌ها می‌توان علم را به سمت خلق ثروت سوق داد.

به گزارش مهر، وی با اشاره به اینکه امروز رویدادهای استارت‌آپی زمینه خوبی را برای خلق ثروت از ایده‌های ناب علمی جوانان فراهم کرده است، تصریح کرد: به اعتقاد ما این ایده‌ها کافی نبوده و جوانان، نیازمند ایده‌های بهتری برای رویدادهای کارآفرینی (استارت‌آپ‌ها) هستند تا بتوان خروجی بهتری از این رویدادها که همان تولید شرکت فناور و دانش‌بنیان است، به دست آورد. رئیس پاک علم و فناوری استان زنجان با

تاکید بر اینکه اگر خواهان افزایش تعداد کیفی و کمی شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور در استان هستیم، باید زمینه‌ای را فراهم کنیم که جوانان بتوانند در پارک‌های علم و فناوری، مهارت و باور را توأمان کسب کنند و امروز نیازمند

چهره‌های برجسته کشوری در علوم روز به‌ویژه علمی چون نانو استفاده کنند؛ چرا که مهم‌ترین دغدغه جوانان در خصوص ایده‌پردازی، کم‌تجربگی آنان به واسطه حضور کم‌رنگ در خارج از استان بوده است.

**کارگاه برندینگ**

**چگونه ویدئوهای لایو بهتری داشته باشیم؟**

بیش از هر زمان دیگری، امروزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی به معنای در لحظه زندگی کردن است. پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، فیس‌بوک و یوتیوب امکان بارگذاری ویدئوهای لایو را فراهم کرده‌اند تا کاربران بتوانند در لحظه آن چیزی که در حال وقوع است را به اشتراک بگذارند. به اشتراک‌گذاری ویدئوهای زنده روشی عالی برای تعامل نزدیک‌تر با مخاطبان است و می‌تواند در ایجاد فرصت‌های جدید برای کسب و کار موثر باشد. افراد می‌توانند از طریق این ویدئوها بفهمند که یک کسب و کار یا افراد شاغل در آن در لحظه مشغول انجام چه کاری هستند. البته به اشتراک‌گذاری ویدئوهای لایو به سادگی باز کردن اینستاگرام و فشردن دکمه لایو نیست. اگر ندانید که باید چگونه از این قابلیت استفاده کنید قطعا وجهه کسب و کار خود را تخریب خواهید کرد و پیامی غیرشفاف و غیرمربط را به گوش مشتریان و مشتریان بالقوه می‌رسانید. با توجه به اهمیت ویدئوهای لایو در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، این مقاله به بررسی این موضوع اختصاص دارد که چگونه می‌توانیم ویدئوهای لایو بهتری داشته باشیم. اگر می‌خواهید به صورتی موثر و استراتژیک از قابلیت لایو اینستاگرام یا سایر سرویس‌ها بهره ببرید، این مقاله را از دست ندهید.

**۱- از قبل برنامه‌ریزی کنید**

قبل از اینکه تصمیم بگیرید لایو بگذارید، باید برای آن برنامه‌ای از پیش تعیین شده داشته باشید. تحقیقات خود را به صورت حرفه‌ای انجام دهید. زمانی لایو بگذارید که می‌دانید کاربران تان بیشتر فعال هستند. همچنین روزها یا ساعتی قبل از ارائه ویدئوی لایو، کاربران را در جریان برگزاری آن بگذارید و به آن‌ها بگویید که در این ویدئوی لایو قرار است در مورد چه مسائلی بحث شود. در طول لایو به یاد داشته باشید که شما در یک گفت‌وگوی دو سویه قرار دارید. باید در لحظه به کامنت‌های مخاطبان پاسخ دهید. همچنین لایو را به صورت ناگهانی به پایان نبرید و اگر می‌خواهید آن را قطع کنید، حتما به کاربران اطلاع دهید.

**۲- چیزی ارزشمند را به مخاطبان خود ارائه دهید**

شما برای جلب توجه مخاطبان به لایو خود باید با دوستان، خانواده و سلبریتی‌هایی که مخاطبان دنبال می‌کنند رقابت کنید. بنابراین باید طی فقط چند ثانیه توجه مخاطب را جلب کنید و کاری کنید که او تماشای لایو شما را به تماشای لایو سلبریتی مورد علاقه‌اش ترجیح دهد. تجربه‌ای را به مخاطب خود بدهید که او در هیچ جای دیگری نمی‌تواند به دست آورد. به وقت مخاطبان تان احترام بگذارید.

**۳- لایو یوتیوب را فراموش نکنید**

یوتیوب بعد از گوگل دومین موتور جستجوی بزرگ جهان است و وقتی نوبت به نرخ تبدیل می‌رسد، این پلتفرم می‌تواند عملکرد بسیار بهتری نسبت به سایر پلتفرم‌های اجتماعی داشته باشد. همچنین هزینه تبلیغات ویدئویی در یوتیوب نیز نسبتا مقرون به صرفه است. نرخ تبدیل بالا و مقرون به صرفه بودن هزینه تبلیغاتی دقیقا مواردی هستند که یک کمپین بازاریابی ویدئوی لایو موفق را تعریف می‌کنند.

**۴- بازنشر دهید و بزرگ‌نمایی کنید**

تحویل دادن پیام به مخاطب هدف از طریق ویدئوی زنده فقط قدم اول است. برای ادامه این جریان، ویدئوی خود را در پلتفرم‌های مختلف به همراه تبلیغات هدف‌گذاری شده به اشتراک بگذارید. با این کار می‌توانید مطمئن شوید که ویدئو توسط مخاطبان هدف دیده شده است و آن‌ها به شیوه‌ای خلاقانه و پویا پیام شما را دریافت می‌کنند. اینستاگرام این قابلیت را دارد که بتوانید بعد از پایان یافتن ویدئوی لایو، آن را برای مدتی ذخیره کنید تا کاربرانی که فرصت تماشای نسخه زنده را نداشته‌اند بتوانند آن را بعدا ببینند.

**۵- چیزی را ارائه دهید که ارزشش را داشته باشد**

موفق‌ترین ویدئوهای لایو یکی از این دو چیز را به یادبیدکنندگان خود ارائه می‌دهند: یک رونمایی بزرگ یا نشان دادن آن چیزی که در پشت صحنه می‌گذرد. وقتی برند شما لحظات خوشحالی و هیجان‌زدگی مشتریان را به اشتراک می‌گذارد، بازدیدکنندگان قطعا تمایل‌شان به بازدید از ویدئوهای لایو آینده بیشتر می‌شود.

**۶- هماهنگی و پیوستگی داشته باشید**

هماهنگی در ویدئوهای لایو می‌تواند برای شهرت برندتان مفید باشد و به ساخت یک رابطه خوب با مشتریان نیز کمک کند. هر کمپین ویدئویی باید با تصویر برند هماهنگ باشد و حاوی گرافیک‌ها و صداهایی باشد که مخاطبان از طریق آن‌ها سریع‌تر بتوانند برند را شناسایی کنند. همچنین پیوستگی و داشتن یک جدول زمان‌بندی منظم برای ارائه ویدئوهای زنده نیز می‌تواند باعث ایجاد وفاداری در مخاطبان و مشتریان شود. زیرا افراد می‌دانند که شما در آن روز به خصوص قرار است چیزی ارزشمند را به آن‌ها ارائه دهید.

**۷- نقش خود را بشناسید**

لایو دادن مانند یک بازی است. شما باید نقشه‌ای که در گفت‌وگو با مخاطبان زنده برعهده دارید را بشناسید. شما باید بدانید که مخاطبان از شما انتظار دارند چه چیزی باشید. آیا آن‌ها از شما می‌خواهند که سرگرم‌کننده حرف بزیند یا اطلاعاتی در مورد محصول یا سرویس را به آن‌ها ارائه دهید؟ شناختن نقش خود به عنوان کسی که قرار است لایو را اجرا کند بسیار مهم است. اگر نقش درستی را انتخاب نکنید، نخواهید توانست مخاطبان را حفظ کنید.

**۸- برای مشاهده ادامه لایو یک دلیل به مخاطبان بدهید**

قوی شروع کنید و برای اینکه مخاطبان را تا پایان یا خود همراه داشته باشید یک دلیل قانع‌کننده به آن‌ها بدهید. وقتی کاربران به قید لایو شما اضافه می‌شوند، آن‌ها فقط طی چند ثانیه تصمیم می‌گیرند که آیا لایو شما ارزش دیدن دارد یا نه. برای پشتیبانی از این، شما قطعا می‌خواهید تمدد تماشای آن‌ها را افزایش یاید، بنابراین با ارائه یک محتوای تعاملگر که به آن‌ها کمک کنید که تا پایان با شما همراه بمانند، وقتی به خاطر محتوای خوب لایو تان شناخته شوید، افراد هرگز ویدئوهای لایو بعدی شما را از دست نخواهند داد.

**۹- فقط نشان دهید و چیزی نگویید**

محتوای لایو تان نباید بیش از حد تبلیغاتی باشد. در عوض، از فرصت ویدئوهای لایو برای تعامل با مخاطبان و تقویت ارتباط استفاده کنید. راه حلی را به مخاطبان ارائه دهید که به دنبال هستند. به آن‌ها در مورد موضوعی خاص آموزش دهید یا یک اطلاعات منحصر به فرد را از طریق لایو با آن‌ها به اشتراک بگذارید.

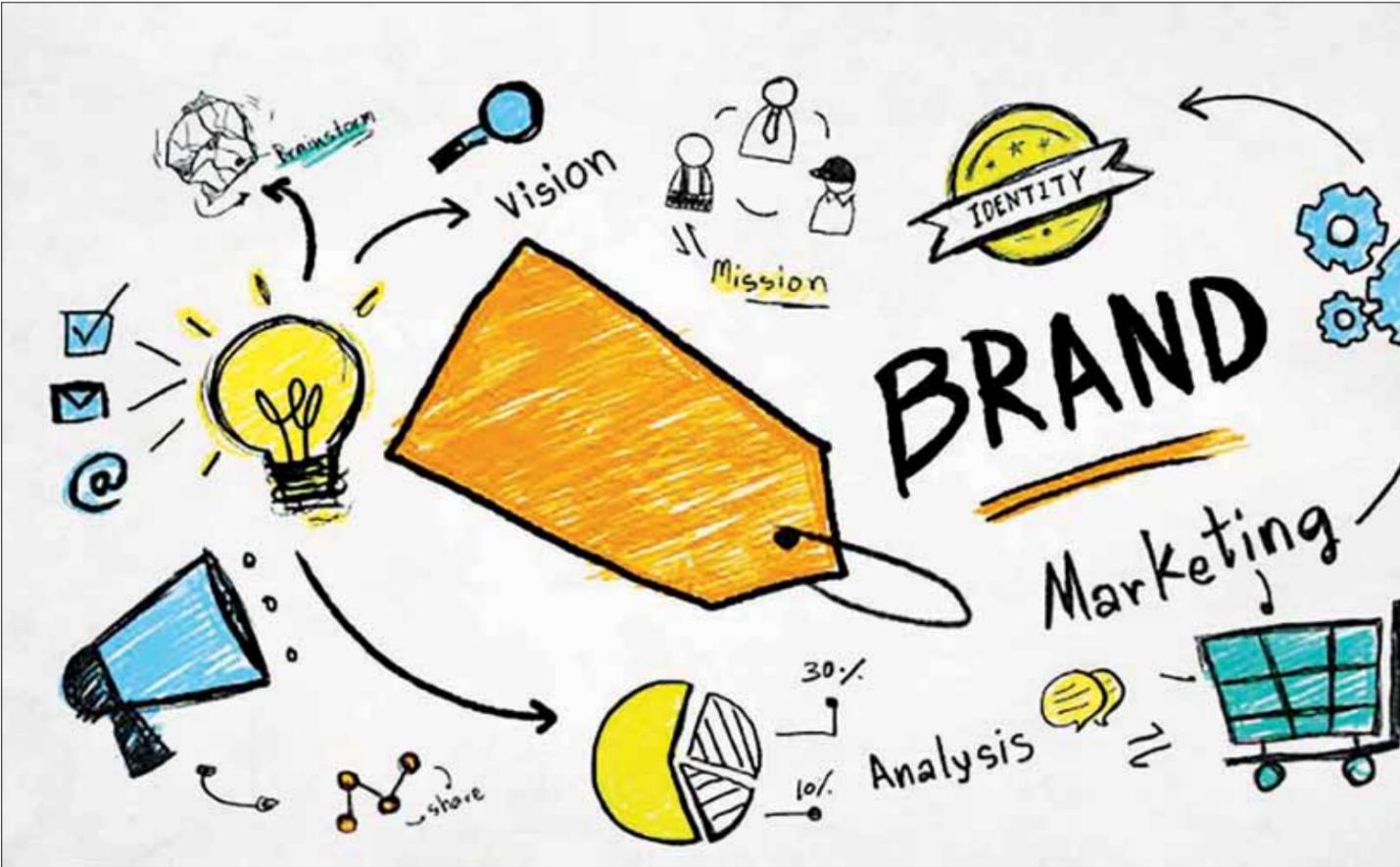
**۱۰- در لحظه بازخوردها را دریافت کنید**

صدای مشتری در ایجاد وفاداری به برند بسیار اهمیت دارد. از طریق روش‌های متعددی می‌توانید از نظرات و ایده‌های بازدیدکنندگان آگاه شوید. وقتی تجربیات برند را در فضای زنده به اشتراک می‌گذارید، فوریت بازخوردهای مشتریان می‌تواند بسیار قدرتمند باشد. فضاهای شبکه‌های اجتماعی و انتشار بازخوردها می‌تواند سسر و صدای زیادی در مورد برند شما ایجاد کند و باعث شود افراد بیشتری با برندتان آشنا شوند. همچنین می‌توانید از طریق ویدئوهای زنده بازخوردهای مشتریان را دریافت کنید و براساس این بازخوردها اصلاحات و تغییرات لازم را به وجود بیاورید.

منبع: daartagency

# اهمیت زبان برندها در بازاریابی و تبلیغات

چه کلماتی را باید در صفحات برندمان در شبکه‌های اجتماعی فراموش کنیم؟



• بدترین: در اینجا هم توصیه فوق را تکرار می‌کنم. اگر قصد بیان بدترین بودن چیزی را دارید، از صحت آن اطمینان حاصل کنید. در غیر این صورت اقدام شما فقط تلاش برای تخریب ناموفق یک برند دیگر جلوه خواهد کرد.

• نیاز: بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب اقدام به بیان نیازمندی آنها به محصول مورد نظر می‌کنند. همچنین در مورد ویدئوهای برندها در شبکه‌های اجتماعی همیشه عبارت «شما نیازمند مشاهده این محتوا هستید» در ذیل آنها درج شده است. کاربرد وسیع این عبارت در میان برندها در بلندمدت مخاطب را نسبت به هر گونه محتوای تولیدی برندها بی‌تفاوت خواهد کرد. اگر قصد استفاده از چنین عبارتی را دارید، فقط باید در صورت اطمینان آن را به کار ببرید. نتیجه اینکه باید از جملات حاوی عبارت «نیاز» بسیار کم استفاده کنیم.

• فقط: برندها به هنگام تولید محتوای آموزشی علاقه زیادی به بیان عبارت «فقط این ویدئو/ تصویر به کارتان می‌آید» دارند. واقعیت این است که شمار بسیار زیادی از محتوای آموزشی مفید دیگر نیز در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. به این ترتیب استفاده از قید انحصار برای محتوای مان بیشتر نوعی خود بزرگبینی مسخره خواهد بود. توصیه من عدم استفاده از چنین عبارتهایی به طور کلی است. به این ترتیب برند شما جلوه حرفه‌ای‌تری به خود خواهد گرفت.

**۴. توصیفات مسخره برای بخش‌های سایت**

آخرین دسته از عبارتهایی که باید دورشان خط قرمز بکشیم، پسوندهای مسخره برای توصیف بخش‌های مختلف سایت یا وبلاگ‌مان است. به نمونه‌های ذیل توجه کنید:

- توسعه شبکه‌های اجتماعی به شیوه نینجایی
- راک استار بازاریابی
- غول بازاریابی محتوایی
- هکر شبکه‌های اجتماعی
- هکر توسعه برندها
- قهرمان برندسازی جهانی

چنین عبارتهای توصیفی اگرچه در نگاه نخست بسیار جذاب و خنده‌دار به نظر می‌رسند، اما به طور مشخص جلوه حرفه‌ای کسب‌وکار ما را هدف قرار می‌دهند. همانطور که ششو کران، موسس و مدیرعامل برند Xair، بیان می‌کند، عبارتهای توصیفی بیش از حد غیرواقعی که جنبه شوخی دارند، محتوای اصلی را به مخاطب منتقل نمی‌کنند. به ویژه در سایت‌ها مخاطب دچار سردرگمی شدیدی خواهد شد. به این ترتیب میزان بازدید مطالب ما کاهش چشمگیری خواهد یافت.

براساس پژوهشی از سوی آژانس دیجیتال مدیا، ۷۲درصد از افراد فعال در زمینه بازاریابی عنوان کرده‌اند که از عبارتهای مسخره برای بیان جایگاه حرفه‌ای‌شان حراج از صنعت بازاریابی استفاده نمی‌کنند. به این ترتیب در پاسخ به پرسش افراد بسیاری از دست‌اندرکاران حوزه بازاریابی فقط اشاره‌ای کوتاه به «فعالیت در عرصه بازاریابی» می‌کنند. به این ترتیب دیگر نیازی به بیان جایگاه دقیق‌مان (که از قضا شاید بسیار تخصصی و سخت‌فهم برای مخاطب باشد) نخواهد بود. همیشه به یاد داشته باشید که به هنگام تعامل با مخاطب نباید اطلاعات سخت و پیچیده به وی ارائه کنیم. در غیر این صورت شاید اولین و آخرین دیدار ما با مخاطب رقم بخورد. برندهای موفق در زمینه بازاریابی و تبلیغات همیشه از زبان ساده‌ای سود می‌برند. این مطلب در مورد سریال‌های جذاب نیز صدق می‌کند. به این ترتیب در سریال‌های مشهور هیچ‌گاه شاهد کاربرد واژگان و عبارتهای سخت و دشوار نیستیم. به همین دلیل اغلب افراد متن اصلی این سریال‌ها را متوجه شده و در دسته طرفداران آن قرار می‌گیرند.

در تعیین هر استراتژی آنلاینی برای شبکه‌های اجتماعی انتخاب زبان مناسب حرف اول را می‌زند. توجه داشته باشید که زبان مورد استفاده ما محور اصلی ارتباط برندمان با مخاطب است. در صورت کاربرد زبان اشتباه جای جبران چندانی برای ما باقی نخواهد ماند، به همین خاطر باید نهایت دقت را به هنگام کاربرد واژگان به خرج داد.

منبع: hootsuite

کسب‌وکار و بیش از اندازه محلی محتوای بسیاری از برندها را دچار نقصان شدیدی کرده است. به این ترتیب شمار قابل توجهی از کاربران به هنگام مشاهده مطالب برندها در شبکه‌های اجتماعی منظور اصلی آنها را متوجه نمی‌شوند. ادامه این روند موجب دلسردی و ریزش شدید مخاطب‌های صفحه برندمان در شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

پروفسور جنیفر چمن، استاد مدرسه کسب‌وکار دانشگاه کالیفرنیا-برکلی، در مصاحبه با مجله فوربس پیرامون معمای عبارتهای بی‌معنی اینگونه اظهار نظر کرده است: «هر دم به طور معمول از عبارتهای خاص خودشان استفاده می‌کنند. این امر ضرری ندارد، چراکه همه ما متوجه آن می‌شویم. با این حال در مورد برندها ماجرا فرق دارد. در صورت کاربرد عبارتهای تخصصی یا ساخته برندها، مخاطب در فهم پیام اصلی دچار مشکلات فراوانی می‌شود.»

برخی از مشهورترین عبارتهای بی‌معنی و نامفهوم برای مخاطب عبارتند از:

• به طور معمول وقتی بازاریاب‌ها قصد بیان محبوبیت یک محصول یا محتوای خاصی را دارند، از عبارت Viral استفاده می‌کنند. این عبارت به معنای شهرت و گستردگی بالایی هر چیز است. متأسفانه بسیاری از بازاریاب‌ها نسبت به ناآگاهی شمار کثیری از کاربران پیرامون این واژه اطلاع کافی ندارند. به همین دلیل روز به روز کاربرد آن در میان بازاریاب‌ها افزایش پیدا می‌کند. اگر قصد حذف این عبارت از پیام‌های تان برای مخاطب را ندارید، حداقل معنای دقیق آن را در داخل متن به محاطب یادآور شوید.

• بندویث (Bandwith) عبارتی تخصصی برای اشاره به میزان پهنای باند است. برای بسیاری از افراد پهنای باند به سرعت ذهن را به سوی حوزه اینترنت سوق می‌دهد. با این حال در عرصه بازاریابی پهنای باند به معنای میزان توان جذاب مخاطب از نسوی محتوایی خاص است. به این ترتیب به نظر هیچ ضرورتی برای استفاده از این عبارت در پیام‌مان برای مخاطب یافت نمی‌شود. به این ترتیب توصیه من به شما فراموشی کامل آن است. در هر صورت مقصود اصلی ما از نگارش پیام برای مخاطب جلب نظرش است. در صورت کاربرد وسیع واژگان تخصصی این فرآیند هرگز به صورت مطلوب رخ نخواهد داد.

• وقتی بازاریاب‌ها قصد اشاره به نسل متولد بین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ را دارند، از عبارت Millennial (نسل هشتم) استفاده می‌کنند. برای افراد عادی اشاره به نسل هشتم معنای خاصی را تداعی نمی‌کند. به این ترتیب شناسن مطلب حاوی چنین عبارتی برای دیده نشدن از سوی مخاطب بسیار بالا خواهد بود. عبارتی که معمولا به جای نسل هشتم به کار می‌رود، نسل زد (Gen Z) است. اگرچه این عبارت شیوایی و رسایی بیشتری دارد، اما باز هم تا حدی برای مخاطب عادی سخت فهم می‌نماید.

**۳. عبارتهای اغراق آمیز را فراموش کنید**

چارلی بروکر، نویسنده و خبرنگار خبرگزاری گاردین، در بیان دلیل استفاده از عبارتهای اغراق آمیز اظهار نظر جالبی دارد: «ما در زندگی روزمره‌مان هم علاقه زیادی به اغراق داریم. متأسفانه در حوزه بازاریابی و تبلیغات نیز عنصر اغراق به یکی از پایه‌های بنیادی بدل شده است. وقتی یک برند در بیان موضوعی اغراق به خرج می‌دهد، دریافت مخاطب از آن بسیار نامطلوب خواهد بود. همچنین مخاطب حس اعتماد خود به برند مورد نظر را هم از دست می‌دهد.»

اگر به دنبال تداوم اقتدار و جلوه مطلوب برندتان نزد مخاطب هستید، فکر استفاده از عبارتهای متن‌های اغراق آمیز را به کلی فراموش کنید. یکی از راهکارهای ساده برای فهم اغراق آمیز یک متن پرسش در مورد صحت دقیق آن است. به این ترتیب اگر متن شما کاملا دقیق و مبتنی بر واقعیت نیست، باید آن را اصلاح کنید. برخی از عبارتهای همیشه کلیشه‌ای در مورد اغراق به شرح ذیل هستند:

• بهترین/ عالی‌ترین: آیا شما واقعا توان اثبات اینکه محصول پیشنهادی شما بهترین نمونه بازار است، خواهید داشت؟ استفاده از چنین عبارتهای گنگی همیشه برندها را دچار مشکل می‌کند. تلاش شما باید استفاده از کلمات دقیق و قابل اندازه‌گیری ساده باشد.

آیا شما تا به حال به چابلوسی یا طرح کامنت‌های طنز در ذیل مطالب برندها در شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اید؟ به طور معمول، حتی کامنت‌های کوتاه کاربران در ذیل پست‌های برندها نیز تاثیر شگرفی روی جلوه آنها در دید سایر کاربران دارد.

نکته مهم در خصوص فعالیت برندها در شبکه‌های اجتماعی رخ دادن اشتباهات است. باید پذیرفت که هیچ کس، حتی یک بازاریاب، کامل نیست. به منظور پیشگیری از بروز اشتباه و فاجعه بازاریابی و برندسازی در شبکه‌های اجتماعی در این مقاله ما به بررسی کلمات نامناسب مورد استفاده کاربران پرداخته‌ایم. به منظور سهولت خوانندگان این کلمات در چهار دسته‌بندی کلی قرار گرفته‌اند. در بخش‌های بعد به بررسی هر کدام از این چهار مورد خواهیم پرداخت.

**چه عبارتهایی را باید در اکانت‌مان به دست فراموشی بسپاریم؟**

**۱. زبان جذابی که برای مخاطب کسل‌کننده است**

همه ما در دوران جوانی موسیقی‌های خاصی را گوش می‌دادیم. به طور معمول والدین ما میانه چندان مناسبی با چنین موسیقی‌هایی نداشتند. گاهی اوقات در شبکه‌های اجتماعی برندها اقدام به استفاده از نوع ویژه‌ای از زبان می‌کنند که فقط به نظر خودشان جذاب است. اگر بخواهیم این احساس را به خوبی منتقل کنیم، باید به خاطرهای نفرت‌انگیز اشاره کنیم. بر این اساس، زبان لوس بسیاری از برندها مانند بازجویی والدین‌مان پیرامون موسیقی‌های راک دهه ۸۰ و ۹۰ مورد علاقه‌مان است. هر دو این تجربه‌ها برای ما به عنوان مخاطب اصلی زجرآور محسوب می‌شود. استفاده از زبان خاص برای برندمان فقط در صورتی مجاز است که با ماهیت کلی و صدای اصلی ما هماهنگی لازم را داشته باشد. در غیر این صورت تلاشی نافرجام برای بهبود وضعیت برندمان خواهد بود.

نکته مهم درخصوص استفاده از زبانی خاص برای تعامل با مخاطب، گزینش محتوا و المان‌های جذاب از نسوی کاربران است، نه شرکت‌ها. متأسفانه بسیاری از شرکت‌ها خود را در جایگاه تعیین تکلیف مخاطب‌شان قرار می‌دهند. به همین دلیل نتیجه کار مطابقت چندانی با سلیقه کاربران شبکه‌های اجتماعی ندارد.

اگر به دنبال موفقیت‌فرآیند بازاریابی و برندسازی‌مان هستیم، باید چند جمله و عبارت‌های کوتاه‌گو را به کلی فراموش کنیم. به عنوان مثال، به عبارتهای ذیل توجه کنید:

• امروزه بسیاری از افراد و برندها در شبکه‌های اجتماعی از عبارت «حتی نمی‌توانم آن را توصیف کنم» به منظور بیان هیجان‌شان استفاده می‌کنند. نکته مهم درخصوص استفاده برندها از این کلمه بیان ناتوانی‌شان است. وقتی یک برند توان تعامل و برقراری ارتباط کلامی با مخاطب خود را ندارد، عدم توجه کاربران به محتوا و به تبع آن محصول‌اتش چندان دور از ذهن نخواهد بود.

• یکی از اصطلاحاتی که برای بیان میزان جذابیت یک محصول یا فرد به کار می‌رود، Chill (به معنای سسطح بالای هیجان که باعث یخ‌زدگی ما می‌شود) است. ابتدا این عبارت در انگلیسی مورد استفاده وسیع قرار گرفت. سپس در اغلب زبان‌ها به همان صورت کاربرد یافت. اگر به ابتدای مقاله توجه کرده باشید، تاکید من روی تعیین المان جذاب از نسوی مخاطب است. به این ترتیب کاربرد چنین واژگانی از سوی یک برند تاثیر منفی روی ارزیابی کاربران از شخصیتش دارد.

• چند ماهی است که عبارت گوجی بسیار مورد استفاده کاربران در شبکه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. در وهله نخست ذهن همه ما به سوی برند مشهور گوجی در زمینه مد و پوشاک می‌رود. بسا این حال منظور جوانان از این واژه تفاوت مفهومی شدیدی با دریافت ما دارد. نسل جوان برای اشاره به سطح جذابیت و خوبی یک محصول یا فرد از این عبارت استفاده می‌کنند. به عنوان یک برند به دلیل ابهام نهفته در عبارت گوجی باید تا جای ممکن از کاربردش اجتناب به عمل آورد. در غیر این صورت مخاطب‌مان دچار سرگیجه خواهد شد.

**۲. معنای عبارتهای بی‌معنی**

به عنوان یک بازاریاب، وظیفه ما اطمینان از روشنی و وضوح پیام برندمان است. متأسفانه، کاربرد عبارتهای تخصصی، رایج در میان اهالی

## ایستگاه بازاریابی



## در برنامه‌ریزی‌های بازاریابی از مشتریان سالخورده و مسن غافل نباشید!

در بسیاری از متن‌هایی که با موضوع مصرف‌کننده و بازاریابی به آن پرداخته شده است همیشه این مطلب مورد تأکید قرار می‌گیرد که به اطلاعات جمعیت‌شناختی مشتریان و مصرف‌کنندگان خود دقت کنید. این اطلاعات شامل: سن، جنس، قومیت، تحصیلات، وضعیت اقتصادی، وضعیت اجتماعی و فرهنگ است. شاید بتوان گفت در میان همگی این اطلاعات، اطلاعات مربوط به سن مشتریان، بیشتر از همه برای بازاریابی مهم باشد. زیرا کالایی که ما تولید می‌کنیم به درد همه گروه‌های سنی نمی‌خورد. پس بهتر است دقیقاً بدانیم که با چه گروه سنی سر و کار داریم تا بتوانیم کالای مناسب و در عین حال تبلیغات و بازاریابی مناسبی نیز برای آن انتخاب کنیم.

از میان گروه‌های سنی مختلف می‌توان به جرأت گفت که مصرف‌کنندگان سالخورده شاید در بسیاری از مواقع مورد غفلت قرار گیرند. علت این نادیده گرفته شدن این است که افراد مسن در اغلب اوقات، درآمد کمتری داشته و رفتار متفاوت‌تری نسبت به مصرف‌کننده‌های جوان‌تر دارند. بنابراین، تمرکز اکثر شرکت‌های بازاریابی روی مصرف‌کننده‌ها و مشتریان جوان است و مصرف‌کننده‌های مسن‌تر خود را که شاید تعداد آنها هم خیلی کمتر از جوان‌ترها نباشد فراموش می‌کنند.

با این حال، شرکت‌هایی که حقوق مصرف‌کنندگان و مشتریان را در رأس امور و برنامه‌های خود قرار می‌دهند همیشه به افشار و طیف‌های مختلف مشتریان خود توجه دارند. به همین دلیل است که برخی از برندها می‌توانند در میان سایر برندها یک سر و گردن بالاتر بایستند و مشتریان زیادی را در بازار به سوی خود جلب کنند.

زیرا آنها حقوق مصرف‌کنندگان را در اولویت فعالیت‌های خود قرار داده‌اند و تلاش کرده‌اند تا نیازهای افراد مختلف را در نظر بگیرند. از آنجایی که ممکن است اغلب بازاریابان به مشتری‌های مسن‌تر خود چندان توجهی نداشته باشند سعی شده است در این مقاله به تکنیک‌های ارائه خدمات به این گروه سنی پرداخته شود.

## ۱- در نظر گرفتن نقص‌های جسمی مختلف این مصرف‌کنندگان

افراد مسن، غالباً توانایی‌های جسمانی خود را کم کم از دست داده‌اند. توانایی بینایی، چشایی، حرکتی در آنها ضعیف شده است بنابراین، برای این دسته از مشتریان خود باید تسهیلات ویژه‌ای مانند حمل و نقل رایگان اجناس خریداری شده، خدمات پس از فروش ویژه، ارائه خدمات تعمیر و نصب کالاهای خریداری شده در منزل آنها در نظر بگیرید.

## ۲- فرصت کافی برای خرید

باید به فروشنده‌های خود یادآوری کنید که افراد سالخورده را هنگام خرید وادار به عجله برای تصمیم‌گیری نکنند. این افراد از آنجایی که توانایی‌های جسمانی مانند بینایی و حرکتی ضعیفی دارند؛ به سرعت افراد جوان‌تر نمی‌توانند اطلاعاتی مانند ویژگی‌های محصول، قیمت و مشخصات آن را از روی کالا بخوانند و به سرعت مورد پردازش قرار دهند به همین دلیل نیاز به زمان بیشتری دارند. بهتر است زمانی که با مشتریان سالخورده مواجه می‌شوید به آنها زمان کافی برای انتخاب و تصمیم‌گیری بدهید و در مقابل آنها صبورانه و خوش برخورد رفتار کنید تا احساس راحتی داشته باشند و بتوانند نیاز خود را تأمین کنند.



## ۳- توجه به تبلیغات برای این افراد

سعی کنید در زمان تبلیغ محصول یا خدمات خود برای این افراد، حتماً ویژگی‌های این گروه را مد نظر قرار دهید. نوشته‌های تبلیغاتی خود را با فونت‌های بزرگ‌تر بنویسید و از رنگی انتخاب کنید که به راحتی برای آنها قابل دیدن و تشخیص باشد. همچنین افراد مسن، بسیار کمتر از جوان‌ترها از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. در حالی که امروزه طیف وسیعی از تبلیغات از طریق شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود. اگر شما می‌خواهید تبدیل به برندی شوید که شرایط همه مشتریان خود را در نظر می‌گیرد باید سعی کنید از کانال‌های دیگر مانند رادیو، تلویزیون و روزنامه و مجله که بیشتر توسط این افراد مورد استفاده قرار می‌گیرد، آگهی تبلیغاتی خود را به آگاهی آنها برسانید.

از نظر مشاوره بازاریابی رعایت کردن این اصول در برابر مشتریان سالخورده، نه تنها رضایت مشتریان سالخورده شما را افزایش می‌دهد بلکه به طور غیرمستقیم می‌تواند بهترین تبلیغ برای برند شما باشد چرا که مشتری‌مداری را در اولویت برنامه‌های شما خواهند دید.

منبع: qmpmarketing

## چرا برای جذب کاربران موبایل نیاز به محتوای بصری عمودی داریم؟



دنیای بازاریابی در دستان محتوای عمودی

به قلم: واپرت کاتای بازاریاب بصری ووبلاگ‌نویس  
ترجمه:علی آل‌علی

یک دهه پیش هیچ‌کس سخنی از محتوای بصری عمودی به میان نمی‌آورد. با این حال ورود گوشی‌های هوشمند تغییر شگرف در این ماجرا پدید آورد. پس از معرفی گوشی‌های هوشمند اهمیت محتوای عمودی افزایش چشمگیری یافت.

امروزه گوشی‌های هوشمند در دست اغلب افراد پیدا می‌شود. به همین دلیل در زمینه بازاریابی و تبلیغات گوشی‌های هوشمند یکی از مهم‌ترین گزینه‌ها به حساب می‌آید. به تبع اهمیت‌یابی گوشی‌های هوشمند، محتوای بصری عمودی نیز توجه بیشتری را به خود جلب کرده است. پیوستگی میان مفهوم محتوای بصری عمودی و گوشی‌های هوشمند به اندازه‌ای است که به هنگام استفاده از عبارت محتوای بصری عمودی همیشه پس از آن کلمه گوشی‌های هوشمند را نیز به کار می‌بریم.

## چرا عمودی؟

پیش از آنکه روی موضوع مقاله بیش از حد متمرکز شویم، باید محتوای بصری عمودی را تعریف کنیم. بر این اساس محتوای بصری عمودی نوعی از محتوای تصویری است که به راحتی در صفحه‌های مستطیل شکل مانند گوشی‌های هوشمند قابل مشاهده و مطالعه باشد.

بر اساس پژوهش موسسه Mary Meeker، ۲۹ درصد از آمریکایی‌ها زمان فراغت خود را به تماشای آنلاین ویدئو در گوشی‌های هوشمندشان اختصاص می‌دهند.

بسیاری از کاربران استفاده از گوشی‌های هوشمند به صورت عمودی را کاملاً عادی و طبیعی قلمداد می‌کنند. اگرچه در این میان برای تماشای برخی ویدئوها و اجرای بازی‌های خاص باید حالت گوشی را به افقی تغییر دهیم.

همانطور که در ابتدای این مقاله اشاره شد، برای موفقیت در عرصه بازاریابی باید به پلتفرم گوشی‌ها هوشمند توجه ویژه‌ای داشته باشیم. یکی از ضرورت‌های این کار آگاهی کامل از رفتار حداقل نیمی از مخاطب‌های هدف‌مان به هنگام کار با گوشی‌های هوشمند است.

## محتوای عمودی چگونه خلق شدند؟

آیا روزهای نخست معرفی پینترست را به یاد دارید؟ مارس ۲۰۱۰ نخستین روز خلق محتوای عمودی محسوب می‌شود.

اگر به دنیای محتوای آنلاین امروزی نگاه کنیم، محتوای عمودی به طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد. یکی از نقطه عطف‌های استفاده از این فرمت محتوایی را اسنپ چت ارائه کرد. بعدها نیز اینستاگرام با تقلید از ایده آنها محتوای عمودی را بیش از پیش مهم ساخت.

اسنپ چت علاوه بر ایجاد تحول در مفهوم محتوای عمودی نخستین تبلیغ در قالب این فرمت را نیز ارائه کرد. ۳۷ یا بازدیدهای ویدئوهای عمودی ایده خلاقانه آنها بود. اینستاگرام در اینجا نیز دنباله رو اسنپ چت است. به این ترتیب اکنون چند ماهی از ارائه سرویس IGTV از سوی اینستاگرام می‌گذرد. این سرویس به طور کامل با تقلید از الگوی اسنپ چت طراحی شده است.

## محتوای عمودی چگونه شناخته می‌شوند؟

یکی از راهکارهای ساده برای فهم تفاوت میان محتوای عمودی با سایر فرمت‌ها توجه به میزان اشغال صفحه از سوی آنهاست. بر این اساس یک تصویر یا ویدئوی عمودی تمام یا بیشتر صفحه دستگاه هوشمند ما را پوشش می‌دهد. چنین نکته‌ای برای محتوای افقی دقیقاً برعکس است. شاید بسیاری از شما پست‌های عمودی و افقی زیادی را در شبکه‌های

اجتماعی، به ویژه اینستاگرام، مشاهده کرده باشید. در اینستاگرام محتوای عمودی از نظر طولی بسیار بلندتر از سایر نمونه‌های افقی هستند.

حال پس از شناخت وجه تمایز محتوای عمودی باید به سراغ شیوه استفاده از آن برای جذب و تعامل هرچه بیشتر با مخاطب هدف رفت. در حالی که برای این مسئله پاسخ واحدی وجود ندارد، اجازه دهید به سراغ سه نمونه از برترین انواع محتوای عمودی برویم.

## ۱. اینفوگرافی‌ها

اینفوگرافی‌ها شاید قدیمی‌ترین نوع محتوای عمودی قلمداد شود. در اصل، این نوع محتوا برای کاربران موبایل طراحی نشده بود. با این حال اینفوگرافی‌ها برای فرمت گوشی‌های هوشمند بسیار عالی هستند. به منظور استفاده بهینه و موفقیت‌آمیز از اینفوگرافی‌ها باید به نکاتی چند توجه داشت:

- مطمئن شوید که اینفوگرافی‌های شما دارای برجسب رسمی بردناتان باشد. همچنین محتوای اینفوگرافی‌ها باید به طور کامل در راستای ارائه

اطلاعات کاربردی کسب‌وکارمان به مخاطب تنظیم شود.

- از اینفوگرافی‌ها برای بیان داستان‌های مرتبط با کسب‌وکارتان استفاده کنید.

- از کارایی اطلاعات اینفوگرافی‌تان برای مخاطب اطمینان حاصل کنید.

محتوای ارزشمند برای همیشه در یاد مخاطب باقی خواهد ماند.

- هنگام به‌روز رسانی سایت یا وبلاگ‌تان به فکر تولید اینفوگرافی‌ها به

عنوان محتوای جذاب باشید.

- فرآیند به اشتراک‌گذاری محتوای خود را بسیار ساده قرار دهید. این

کار به شما در راستای توسعه هرچه بیشتر اینفوگرافی‌های‌تان کمک خواهد کرد.

اجازه دهید توجه شما را به یک مطالعه در مورد موسسه سیکو جلب

کنم. براساس پژوهش آن‌امینگاه موجه مدیا، برند سیکو موفق به افزایش

جذب مخاطب آنلاین خود در کمپین‌های بازاریابی‌اش تا ۹۴۵ درصد شده

است. این موفقیت به طور کامل به خاطر استفاده از اینفوگرافی‌های جذاب

است.

## ۲. استوری‌ها

یکی دیگر از راهکارهای مناسب در اینجا تلاش برای انتشار استوری در اسنپ چت و اینستاگرام است. در اینستاگرام به طور روزانه ۴۰۰ میلیون نفر از استوری‌های مختلف بازدید می‌کنند. به همین دلیل شانس مشاهده محتوای ما در این سرویس بسیار بالا خواهد بود. مزیت اصلی سرویس استوری عدم نیاز به اعمال تنظیمات خاص برای تولید محتوای عمودی است. بر این اساس محتوای تولیدی شما به طور پیش‌فرض عمودی خواهد بود.

به منظور استفاده مناسب از استوری‌ها به نکات ذیل توجه داشته باشید:

- استفاده از استیکرها به شما در انتقال مفاهیم و افزایش جذابیت بصری

مطلب‌تان کمک خواهد کرد.

- شخصی‌سازی استیکرها به شما فرصت تولید استیکرهای ویژه بردناتان

و استفاده از آنها در صفحه رسمی برند را خواهد داد.

- توجه به بخش منشن دیگر کاربران سطح تعامل برند ما با سایر

شرکت‌ها را افزایش خواهد داد. به این ترتیب فقط باید دیگر برندها یا افراد

مشهور را در محتوای مناسب منشن کنیم.

امروزه بسیاری از برندها سرویس استوری را بخشی جدایی‌ناپذیر

از استراتژی بازاریابی خود قلمداد می‌کنند. در این زمینه بیشترین

طرفدارهای بخش استوری در اختیار نشنال جنوگرافیک، نایک و

Victoria's Secret است.

## ۳. ویدئو و سرویس بخش زنده

اگرچه هنوز هم یوتیوب محبوب‌ترین پلتفرم تماشای ویدئو در میان کاربران اینترنتی است، این پلتفرم همچنان از ضعف نمایش ویدئوهای عمودی برای مخاطب رنج می‌برد.

به منظور ایجاد ویدئوهای مناسب برای فرمت گوشی‌های هوشمند شما

نیاز به ضبط و نمایش محتوای عمودی دارید. فیس‌بوک و اینستاگرام

بیشترین تلاش‌ها را در راستای سازگاری با این نکته انجام داده‌اند. به

ویژه پس از معرفی سرویس IGTV شمار کاربران علاقه‌مند به تماشای

ویدئو در اینستاگرام به سرعت افزایش یافته است. همچنین اسنپ چت

نیز با بازدید روزانه ۱۰ میلیون کاربر از ویدئوهای مختلفش پلتفرم میزبان

مناسبی برای کمپین‌های بازاریابی و تبلیغاتی به حساب می‌آید.

در اینجا به ذکر چند نکته کاربردی پیرامون محتوای ویدئویی عمودی

خواهیم پرداخت. نکات ذیل را به خاطر داشته باشید:

- در ویدئوهای خود به جای تمرکز روی کالا یا سرویس‌تان به بیان

داستانی جذاب بپردازید.

- همیشه مراقب ۱۰ ثانیه نخست ویدئوی خود باشید. بیشترین میزان

تأثیرگذاری روی مخاطب در این زمان صورت می‌گیرد. در حقیقت از هر

پنج کاربر فقط یکی در صورت عدم علاقه به ۱۰ ثانیه نخست یک ویدئو

آن را تا انتها تماشا می‌کند. به این ترتیب کار شما برای جلب نظر مخاطب

بسیار دشوار و پیچیده خواهد بود.

- سرمایه‌گذاری روی محتوای اصیل به معنای تلاش برای تولید محتوا

به جای کپی از سایر منابع است. به در صورت ویدئو برند ما باید داستان

ویژه کسب‌وکارمان را بیان کند، نه ایده‌های دیگر برندها را.

- خلاق باشید. استفاده از آمارهای ماهانه فیس‌بوک و اینستاگرام برای بهبود

وضعیت بردنمان یکی از نکات مهم محسوب می‌شود. این آمارهای رسمی در

انتهای هر هفته، ماه و سال برای کاربران قابل دسترس خواهد بود.

یکی از بهترین مثال‌ها در اینجا برند کوکا کولاست. این برند در

شبکه‌های اجتماعی به طور مداوم محتوای تولیدی کاربران خود را بازنشر

می‌دهد. به این ترتیب صحنه‌هایی زیبا از نوشیدن کوکا در صفحه این برند

قابل مشاهده است. همچنین بیان شیوه تأثیرگذاری محصولات کوکاکولا

روی زندگی مشتریان از دیگر العان‌های مورد تأکید شرکت به هنگام

بازنشر محتوای تولیدی کاربران است. برند شما نیز با انتشار محتوای

ارسالی از سوی کاربران توان جلب نظر طیف وسیع‌تری از کاربران را

خواهد داشت.

## نتیجه‌گیری

تلاش برای تولید و نمایش محتوای عمودی (فیلم و عکس) یکی از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر فعالیت در دنیای مدرن است. در حقیقت برای کاربران گوشی‌های هوشمند فقط این نوع محتوا قابل مشاهده با کیفیت و مطالعه دقیق است. همیشه توجه داشته باشید که حداقل نیمی از مخاطب‌های هدف شما از گوشی‌های هوشمند یا تبلت برای دسترسی به محتوای بردناتان استفاده می‌کنند. بازاریاب‌های موفق همیشه نسبت به سهولت دسترسی و مشاهده نیمی از مخاطب‌های خود حساسیت به خرج می‌دهند. اگر شما نیز برای زمان مخاطب ارزش قائل هستید، همین شیوه را سرلوحه کارتان قرار دهید.

به عنوان نکته پایانی، اگر به جز سه مورد مذکور انواع دیگری از فرمت‌های بصری عمودی را می‌شناسید، با معرفی آن به دیگران در قالب مقاله یا یادداشتی کوتاه علاوه بر اطلاع‌رسانی، فرآیند جذب مخاطب بردناتان را نیز تسریع نمایید.

منبع: contentmarketinginstitute

## معرفی تجارت جدیدی به نام B2I

محصولات و خدمات جدید برندها با سرعت زیادی به سمت شخصی سازی شدن برای هر مشتری تغییر می کنند و تجارت B2B و BYC به زودی کنار گذاشته می شوند.

پیشرفت سریع تکنولوژی باعث شده است محصولات شخصی سازی شده و تجربه مشتری به مزایای رقابتی جدید تبدیل شده و جنبه های قدیمی کسب و کار فراموش شوند. همان طور که می دانید اغلب کسب و کارها به سه دسته B2B یعنی تجارت با سایر کسب و کارها و B2C یعنی تجار با مشتری و C2C یعنی تجارت مستقیم مصرف کنندگان با یکدیگر تقسیم بندی می شوند، اما در نظر گرفتن یک شخص تنها به عنوان یک مشتری صحیح نیست. زمانی که صاحب کسب و کار مشتری را تنها به چشم خریدار کالا می بیند یعنی اهمیتی برای شخصیت او قائل نیست و لیست خرید او بیش از هر چیز دیگری اهمیت دارد.

این موضوع در مورد تجارت B2B نیز صادق است. بسیاری از کسب و کارها در معاملات خود عواملی که باعث تمایز انسان ها می شود یعنی قضاوت و اعتماد را نادیده می گیرند. اگر چنین چیزی درست بود همه معاملات تجاری باید تنها براساس قیمت انجام می گرفت. به عبارتی تفاوت میان تجارت B2B و BYC دیگر مانند گذشته برای کسب و کارها مفید نیست و باید به نوع جدیدی از تجارت یعنی B2I فکر کرد. I از ابتدای کلمه individual به معنای شخص یا فرد گرفته شده است. این روزها دلیل اصلی موفقیت و شکست کسب و کارها توانی شان در ساخت و نگهداری روابط با افراد است. یک کسب و کار برای رسیدن به موفقیت باید اعتماد مشتری را جلب کند یا محکوم به شکست خواهد بود.

این واقعیت نوعی برگشت به دنیای غیرصنعتی و زمانی را نشان می دهد که اغلب محصولات براساس علاقه مندی مشتری طراحی می شد. به عنوان مثال در گذشته بسیاری از مغازه های لباس فروشی خودشان تولید کننده اجناس یعنی لباس ها بودند. خیاط با هر مشتری قرار ملاقات جداگانه داشت تا در مورد سبزه، پارچه، مدل مورد نظر و سایر جزئیات اطلاعات کسب کند، اما تولید انبوه و خرده فروشی همه چیز را تغییر داده است. شخصی سازی اجناس براساس سلیقه مشتری از بین رفت و این روزها مردم لباس هایی را خریداری می کنند که برای بسیاری از افراد قابل استفاده است.

اما کسب و کارها بار دیگر به سمت شخصی سازی کردن هر محصول برای هر مشتری می روند. این یعنی باید استانداردهای محصولات و خدمات خود را مانند خیاطها به طور پیوسته تغییر دهند. کسب و کارها فاقد از صنعتی که دارند به سمت تولید محصولات شخصی سازی شده برای هر فرد در کمترین زمان حرکت می کنند. به عنوان مثال شرکت هایی مانند آدیداس و ویژگی های جدیدی را به خرید آنلاین اضافه کرده اند که مشتری می تواند درخواست های خود را عنوان کرده تا محصولی براساس سلیقه شخصی او ساخته شود.

در تجارت B2B نیز اتفاقات مشابهی رخ داده است و بسیاری از کسب و کارها طرح و رنگ مورد نظر خود را به کارگاه های تولیدی سفارش می دهند. یا بسیاری از شرکت های بیمه کارمندان و نیروی کار کسب و کارها را براساس نیاز منابع انسانی بیمه می کنند. در نتیجه مشتری ها از سایر کسب و کارها نیز انتظار ارائه خدمات مشابه دارند. تحقیقات Salesforce روی بیش از ۶۷ هزار مشتری و کسب و کار نشان می دهد ۸۴ درصد مشتری ها و ۸۲ درصد کسب و کارها ترجیح می دهند به عنوان یک فرد خاص در نظر گرفته شوند نه تنها یک عدد.

شرکت آمازون نیز در حوزه کار آنلاین خود به سمت شخصی سازی کردن خدمات حرکت می کند. به این صورت که با استفاده از یادگیری ماشین محصولات موردعلاقه کاربر را به او نشان می دهد و فرآیند خوندن نقد سایر مشتری ها را تسهیل می کند. از طرفی نتیجه تحقیقات دیگری نشان داده است ۷۴ درصد مشتری ها حاضر هستند بهای بیشتری پرداخت کنند تا تجربه بهتری داشته باشند. خدماتی که یک کسب و کار بعد از فروش محصول یا خدمات ارائه می دهد به اندازه خود محصول یا خدمات ارزش دارد.

چسباندن برجسب مشتری به افراد به معنای نادیده گرفتن شخصیت آن ها و اهمیت ندادن به علاقه مندی های شان در تولید محصول و خدمات است.

برای داشتن کسب و کاری که بتواند تجربه خوبی را برای مشتری رقم بزند، رهبران کسب و کار باید در نحوه استفاده از داده های مربوط به کاربران تجدید نظر کنند. این یعنی باید شناخت بهتری از شخصیت افراد داشت و به لیست خرید آن ها اکتفا نکرد. با این حال بسیاری از شرکت ها هنوز هم به داده جمع آوری شده از تعامل با کاربران اهمیت نمی دهند. در صورتی که هر بخش از کسب و کار داده های مفیدی از ارتباط با کاربران دارد و تنها کافی است به روشی درست از آن ها استفاده کند.

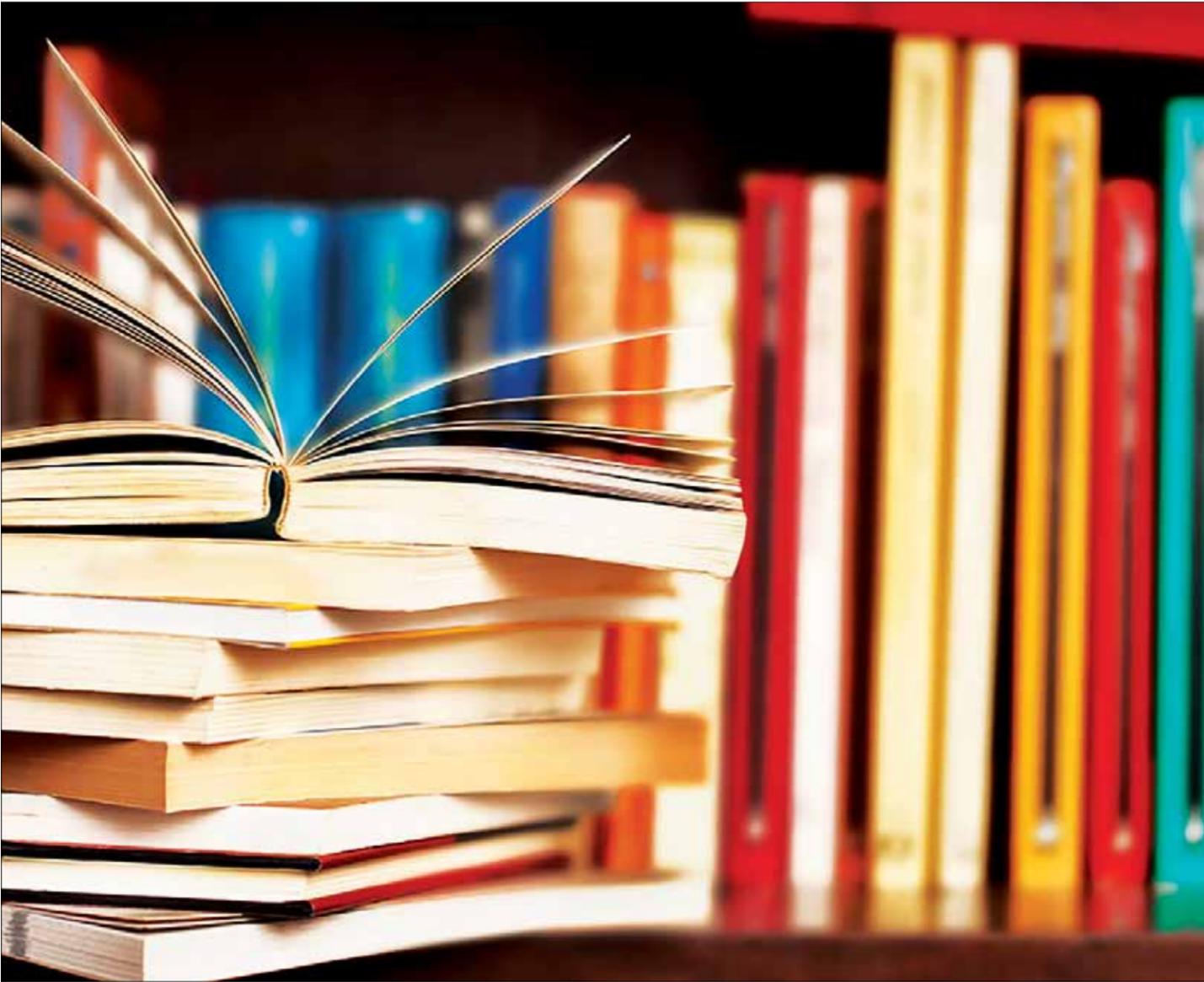
کسب و کارها ترجیح می دهند برای شناخت بیشتر مشتری ها از داده های جمع آوری شده از سایر منابع استفاده کنند و این کار اشتباه است. داده های جمع آوری شده از هر بخش کسب و کار باید توسط سایر بخش ها قابل مشاهده و استفاده باشد. ناگفته نماند جمع آوری داده نیز باید با روشی درست باشد و به حریم خصوصی کاربران احترام گذاشته شود.

با این حال داده به تنهایی برای بهبود تجربه مشتری کافی نیست. هوش مصنوعی باید وجود داشته باشد که این داده ها را تحلیل کرده و نیازهای مشتری را پیش بینی کند. به عنوان مثال یک خیاط مجازی باید سایز، پارچه مورد علاقه، شیوه لباس پوشیدن و سایر جزئیات همه مشتری ها را بداند تا بتواند بهترین پیشنهاد را به هر مشتری ارائه دهد.

یا تصور کنید شخصی به دلیل موفقیت شغلی خود به یک شهر زیاد مسافرت می کند و هر بار در هتل یکسانی اقامت دارد. صاحب این هتل می داند چگونه باید از اطلاعات جمع آوری شده در راستای خدمات بهتر استفاده کند در نتیجه اتاق مسافر مورد نظر را براساس سلیقه او شخصی سازی می کند. به این صورت که عکس های خانوادگی او را در قاب عکس های دیجیتال در اتاق می دهد، دما و نور اتاق را براساس سلیقه مشتری تنظیم می کند، غذای مورد علاقه او را با روشی که دوست دارد پخته شود در منوی غذا درج می کند، بعد از روشن شدن تلویزیون فیلمی از هنرپیشه مورد علاقه او را که تا به حال مشاهده نکرده برای پخش پیشنهاد می دهد، مدل ماشینیه که قصد دارد بخرد را به عنوان ماشین اجاره ای معرفی می کند و همچنین خوردن داروهای مسافر در زمان مشخص را به او یادآوری می کند.

انجام این کارها بازاریابی نیست بلکه استفاده از هوش مصنوعی و استفاده از داده های جمع آوری شده از مشتری ها برای بهبود تجربه خرید و شخصی سازی خدمات نام دارد.

منبع: STRATEGY – BUSINESS/zoomit



کار خود ادامه داده است. به عقیده وی شرایط سخت باعث می شود تا شما بتوانید به راهکارهای خلاقانه ای دست پیدا کنید که سایرین ترجیح خواهند داد تا آن ها را به شیوه رایج و کم ریسک خود انجام دهند. اگرچه برای بسیاری از افراد شکست نقطه پایان و یک اتفاق وحشتناک محسوب می شود، با این حال پس از مطالعه این کتاب شما به نگرشی دست پیدا خواهید کرد که واکنش شما را نسبت به این واقعیت طبیعی کاملاً متحول خواهد ساخت. جالب است بدانید که وی امپراتوری ۶ میلیارد دلاری خود را با تنها ۴۰ دلار آغاز کرده و تاکنون جوایز متعددی را از سوی نهادهای مختلف دریافت کرده است. به همین خاطر راهکارهای وی کاملاً کارساز، واقع بینانه و عملی محسوب می شود.

#### ۶- زن میلیون دلاری به قلم: جولیا پیمسلور

همواره کارآفرینی برای زنان امری غیرمعمول تصور می شود. در واقع با مقایسه تعداد کارآفرینان مرد و زن نیز به درستی این گفته پی خواهید برد. با این حال واقعیت این است که هیچ معیار درستی برای برتری مردان در این زمینه وجود نداشته و بسیاری از موانع ناشی از نگرش جامعه و محدودیت های ذهنی است. در این رابطه جولیا پیمسلور در کتاب خود به صورت اختصاصی به زنان پرداخته و راهکارهایی را برای تحقق رویای کارآفرینی برای آن ها، ارائه می دهد. نکته قوت دیگر این کتاب استفاده از نظرات و گفته های کارآفرینان زن برتر جهان است که آن را به یک کتاب جامع و مفید تبدیل ساخته است.

#### ۷- پرواز بهترین تصمیم اقدام برای حرکت رو به جلو به قلم: پت فلین

بسیاری از افراد در رابطه با نحوه به اجرا گذاشتن ایده های خود با مشکلاتی جدی مواجه هستند. همین امر نیز باعث می شود تا آن ها تا پایان عمر در حسرت آرزوهای خود باشند. این امر در حالی است که شما در صورت آشنایی با روش انجام این کار، قادر به محقق ساختن ایده های خود خواهید بود. با این حال فراموش نکنید که بهتر است تا در ابتدا روی ایده خود کار کرده و آن را از حالت خاصی درآورید. در غیر این صورت زمان شما صرف کاری خواهد شد که نتیجه دلخواه شما را به همراه نخواهد داشت. در واقع این کتاب به شما تمام آن چیزی را که برای شروع کار کارآفرینی نیاز خواهید داشت، به طور کامل در اختیارتان قرار می دهد.

#### ۸- کارآفرینان جوان به قلم: آدام تورن

امروزه با توجه به شرایط مطلوب برای آموزش، کارآفرینی دیگر محدودیت سنی نداشته و همین امر باعث می شود تا در جهان با تعدادی از کارآفرینان بسیار جوان مواجه شویم. اگرچه این پدیده کاملاً نوپا محسوب می شود، با این حال لازم است تا نسبت به آن توجه ویژه ای داشته باشید. در همین راستا شما می توانید کودکان خود را از همان سنین اولیه در مسیر تبدیل شدن به یک کارآفرین قرار دهید. بدون شک فردی که از همان ابتدای جوانی درگیر این مسئله باشد، از شانس بیشتری برای موفقیت در این عرصه برخوردار خواهد بود. این کتاب به صورت گام به گام اقدامات مهم برای تقویت روحیه کارآفرینی در کودکان و نوجوانان را شرح می دهد. به همین خاطر در حال حاضر بزرگترین مرجع در این رابطه محسوب می شود.

منبع: thebalancesmb

عملکرد متفاوتی را تجربه خواهید کرد. مزیت اصلی این کتاب این است که نویسنده آن آقای واینرچاک، مدیرعامل شرکت VaynerX بوده و از جمله پیشگامان امر بازاریابی محسوب می شود. وی در این کتاب بسیاری از تجربه های خود در کنار تجربیات برتر سایر مدیران را به اشتراک گذاشته است.

#### ۳- لاین سرعت میلیونرها به قلم: ام. جی. دی مارکو

در این کتاب نویسنده که خود از جمله میلیونرهای موفق جهان محسوب می شود، یک تئوری بسیار جالب را مطرح کرده است. در واقع وی عقیده دارد که مردم در سه لاین زندگی می کنند. در این تقسیم بندی پیاده روها برای افراد فقیر، لاین معمولی برای قشر متوسط و لاین سرعت برای افراد متمول جامعه اختصاص دارد. افراد فقیر هیچ گاه برای خود برنامه مشخصی را نداشته و این امر باعث می شود تا برای آن ها امکان رشد فراهم نشود. با این حال قشر متوسط جامعه همواره بر طبق اصول و قواعد رایج عمل کرده، درس خوانده و برنامه ای برای دوران بازنشستگی خود دارند. اگرچه این افسراد در وضعیت به مراتب بهتری از دسته اول قرار دارند، با این حال رشد آن ها نیز محدود به سطح خاصی خواهد بود. این امر در حالی است که ریسک پذیرها مجوز ورود به لاین سرعت را پیدا خواهند کرد. همین ریسک آن ها باعث می شود تا به افراد خاص جامعه تبدیل شده و رشدی بی نظیر را تجربه کنند. بدون شک افرادی که در لاین سرعت قرار دارند، نه تنها زودتر به مقاصد خود دست پیدا می کنند، بلکه درگیر مشکلاتی نظیر ترافیک نخواهند شد. بدون شک نخستین گام در راستای تبدیل شدن به یک کارآفرین، تغییر نگرش و طرز فکر شما است که این کتاب به بهترین شکل آن را انجام خواهد داد.

#### ۴- کارآفرینی دورنگرا به قلم: بت بولو

همه ما با این جمله روان شناسانه آشنا هستیم که افراد از دو گونه درون و بروننگرا تشکیل شده اند. اگرچه در نگاه اول افراد بروننگرا از صلاحیت بیش تری برای امر کارآفرینی برخوردار هستند، با این حال نویسنده با ارائه دلایلی منطقی اثبات می کند که دورنگراها از قابلیت های بیش تری برای تبدیل شدن به یک کارآفرین افسانه ای بهره مند هستند. در این رابطه دورنگرایی تنها شامل عدم ارتباط کافی با محیط پیرامون نیست و در واقع به این امر نیز اشاره دارد که لازم است تا نگاه ویژه ای به خود داشته باشید. بدون شک این امر که همواره به خود به دید یک منتقد نگاه کنید، باعث خواهد شد تا به علت این امر که شما صادق ترین فرد با خودتان خواهید بود، به نتایج به مراتب بهتری دست پیدا کنید. در نهایت بت بولو در کتاب خود به ارائه راهکارهایی می پردازد که به افراد برای دورنگرایی بیش تر کمک خواهد کرد.

#### ۵- قدرت شکست به قلم: دیموند جان

دیموند جان یک کارآفرین، سرمایه گذار، نویسنده و مجری معروف در شبکه های تلویزیونی است. در این کتاب نویسنده در تلاش است تا به مخاطبان خود نشان دهد که چگونه می توان از دل محدودیت ها به ایده های فوق العاده دست پیدا کرد. با توجه به این امر که نویسنده این کتاب خود انواع شکست ها را تجربه کرده و در سخت ترین شرایط ممکن به

به قلم: امیلی دلبریج نویسنده حوزه مدیریت و کسب و کار مترجم: امیر اعلی

با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال، معرفی موارد برتر از جمله مواردی است که در هر حوزه ای برای مخاطبان جذابیت بالایی را به همراه خواهد داشت. در زمینه کسب و کار نیز به علت این امر که مطالعه و افزایش سطح دانش، از جمله مهم ترین موارد محسوب می شود. با این حال با توجه به وجود تعداد بی شماری کتاب و عدم وجود وقت کافی برای مطالعه همه آن ها، بسیار ضروری است تا در ابتدا نسبت به برترین های موجود آگاهی داشته باشید. در واقع این دسته از کتاب ها موارد کاملاً ضروری محسوب می شوند که باید در اولویت افراد قرار گیرند. اگرچه هیچ فردی نمی تواند صرفاً با مطالعه کتاب خود را یک مدیر و یا کارآفرین موفق تلقی نماید، با این حال این امر به افزایش سطح کاری و پیشرفت سریع شما کمک خواهد کرد. در همین راستا و در ادامه به بررسی هشت کتاب برتر سال جاری برای مدیران و کارآفرینان، خواهیم پرداخت.

#### ۱- استارت آپ ۱۰۰ دلاری

##### به قلم: کریس گیلبو

نویسنده در این کتاب به تحقیقات و مصاحبه های متعددی با کارآفرینان مختلف پرداخته است که استارت آپ خود را با سرمایه ای بسیار کم آغاز کرده و در مدت کوتاهی موفق شده اند تا به دستاوردی بزرگ دست پیدا کنند. در واقع این شرکت ها رویکردی متفاوت نسبت به نگاه رایج داشته و منتظر شرایط ایده آل و مهیا شدن همه چیز نمی مانند. همین امر نیز باعث می شود تا آن ها شروعی کوچک ولی اراده ای بزرگ داشته باشند. همچنین این کتاب مثال های متعددی را از شرکت هایی بیان می کند که با هزینه های هنگفت کار خود را آغاز کرده و نتوانسته اند تا به جایگاه مورد نیاز خود دست پیدا کنند. به همین خاطر نباید امکانات مالی را ضامن موفقیت خود تلقی کرد. از دیگر مزیت های این کتاب این است که تنها به توصیف و بیان مصاحبه ها و مثال ها بسنده نکرده و از آمارها و جداول بی شماری نیز برخوردار است که به درک بهتر موضوعات کمکی شایان می کند. در آخر این کتاب به شما کمک خواهد کرد تا به این واقعیت دست پیدا کنید که امر کارآفرینی، اقدامی نیست که تنها افرادی خاص و با در اختیار داشتن امکاناتی مطلوب، قادر به انجام آن باشند. در واقع اشتیاق در این زمینه اصل نخست محسوب می شود.

#### ۲- تحت فشار قرارش به قلم: گری واینرچاک

ایجاد یک نام تجاری برای کارآفرینان بسیار مهم است. در این رابطه نویسنده این کتاب خود در زمینه بازاریابی شبکه های اجتماعی و حوزه برند، دارای دانش فوق العاده ای است. در زمینه بازاریابی و مدیریت برند، مرزهای کسب و کارها کنار رفته و عملاً تفاوتی نمی کند که در چه حوزه ای مشغول به فعالیت هستید. شما باید در رابطه با نحوه استفاده درست از شبکه های اجتماعی برای اهداف تجاری خود و برندسازی حرفه ای، اطلاعات کافی را داشته باشید که این کتاب شما را در این زمینه یاری خواهد کرد. امروزه تعداد بی شماری از افراد در شبکه های اجتماعی مختلف حضور دارند که یک مکان ایده آل را نه تنها برای تبلیغات، بلکه حتی برای فروش مستقیم نیز ایجاد کرده است. با این حال در صورتی که نسبت به اصول و راهکارهای این امر آشنایی کافی را نداشته باشید، بدانید که





## ۳۸ درصد گاز طبیعی خراسان رضوی در بخش نیروگاهی مصرف شد



**مشهد -** صابر ابراهیم بای -مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی گفت: در مدت زمان ۹ ماهه نخت سال ۹۷، سه میلیارد و ۲۲۶ میلیون مترمکعب گاز تحویل بخش نیروگاهی شده که این رقم معادل ۲۸ درصد مصرف گاز استان در این مدت است. سیدحمید فانی با اعلام این خبر اظهار کرد: در این مدت شش نیروگاه بزرگ تولید برق استان، سه میلیارد و ۲۲۶ میلیون مترمکعب گاز مصرف کرده اند که به ترتیب نیروگاه نیشابور با ۹۵۱ میلیون مترمکعب و شمس با ۴۱۱ میلیون مترمکعب بیشترین و کمترین آمار مصرف این بخش را به خود اختصاص داده اند. وی افزود: همچنین نیروگاه فروردی با ۸۱۵ میلیون مترمکعب، شریعتی ۵۲۴، طوس ۵۲۰ و نیروگاه مشهد با ۴۶۵ میلیون مترمکعب به ترتیب در رده های بعدی قرار دارند. مدیرعامل شرکت گاز استان تصریح کرد: در مدت زمان ۹ ماهه سال گذشته، سه میلیارد و ۱۶۹ میلیون مترمکعب گاز تحویل نیروگاههای استان شده است. این رقم نشان دهنده رشد ۵ درصدی گازسانی به این بخش در سال جاری است. فانی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به آغاز فصل زمستان گفت: تا ماههای گذشته، تمام پیش بینی های لازم برای تامین حداکثری انرژی گرمایشی گاز مشترکین اندیشیده شده است.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قم:

## خدمات رسانی به مردم به صورت الکترونیکی آرایه می شود



**قم- خبرنگار فرصت امروز-** مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قم در جلسه کارگروه "میز خدمت" از آرایه خدمت رسانی الکترونیکی به مردم از ابتدای دی ماه خبر داد. مهندس مهدی آهنین پنجه بر لزوم خدمت رسانی سریع و به موقع به مردم تأکید کرد و افزود: شرکت توزیع نیروی برق استان قم از ابتدای دی ماه ۹۷ کلیه خدمات شناسنامه دار و مورد تأکید شرکت توانیر را از طریق پورتال این شرکت به نشانی [www.qepd.co.ir](http://www.qepd.co.ir) آرایه خواهد کرد. وی در ادامه یادآور شد: شرکت توزیع برق استان قم طبق برنامه و بر اساس دستورالعمل های ابلاغی وزارت نیرو و شرکت توانیر از ابتدای تیرماه اسامی با استقرار "میز خدمت حضوری" اقدام کرد و با رفع نواقص و تامین زیرساخت های لازم از ابتدای دی ماه جاری، آرایه کلیه خدمات به صورت غیر حضوری و از طریق پورتال این شرکت فراهم شده است. آهنین پنجه با بیان این مطلب که در فاز نخست آرایه خدمات از طریق میز خدمت حضوری، بهیشتن قابل قبولی را شاهد بودیم، افزود: در فاز دوم آرایه خدمات غیر حضوری نیز امیدواریم با اقبال عموم مردم مواجه شویم. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قم در ادامه به تعامل و نقش همکاری دفاتر آرایه خدمات پیشخوان دولت و دیگر مراکز ارتباطی در جهت الکترونیکی شدن فعالیتها در کنار سامانه آرایه خدمات غیر حضوری این شرکت (۲۱۲۱) اشاره و تصریح کرد: برای استقبال عموم مردم به استفاده از میز خدمت غیر حضوری و انجام الکترونیکی درخواستها ی مردمی و کاهش مراجعات ارباب رجوع نیاز به اطلاع رسانی و فرهنگ سازی است.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان:

## تقویت سلامتی کارکنان از اهمیت خاصی برخوردار است

**گرگان - خبرنگار فرصت امروز-** مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان از تقویت سلامتی کارکنان شرکت خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان علی اکبر نصیری در مراسم اختتامیه دوازدهمین دوره مسابقات والیبال برادران وزارت نیرو که با حضور مدیران عامل صنعت آب و برق استان و مدیران کل دستگاههای اجرایی و مسئولین وزارت نیرو در گرگان برگزار شد گفت: یکی از سرمایه های هر سازمان، نیروی انسانی است و سلامت این نیروی انسانی از اهمیت خاصی برخوردار است. وی ادامه داد: امیدوارم که شرکت توزیع نیروی برق میزبان خوبی جهت برگزاری دوازدهمین دوره مسابقات والیبال برادران وزارت نیرو شده باشند. نصیری گفت: ۱۷۸ نفر از ورزشکاران در قالب ۱۶ تیم شرکت های تابعه وزارت نیرو در گرگان به رقابت پرداختند و نهایت تیم شرکت توزیع نیروی برق گلستان که بعنوان میزبان این مسابقات بود برنده این دوره مسابقات گردید. رئیس شورای ورزش صنعت آب و برق گلستان در پایان از کلیه روسا و اعضای کارگروهها که از هیچ تلاشی جهت هر چه باشکوه تر برگزار شدن این مسابقات دریغ ننموده اند تشکر ویژه نمود.

## جلسه شورای مدیران مخابرات منطقه گلستان برگزار شد

**گرگان - خبرنگار فرصت امروز-** جلسه شورای مدیران با حضور مدیران منطقه مخابرات گلستان، معاونین و مدیران پیرامون اهداف برنامه های شرکت برگزار شد. در این جلسه مهندس شهرداری مدیر منطقه با بیان اولویت بندی اهداف اساسی مخابرات منطقه گفت: فرایند اهداف و مخابرات نسبت به گذشته متفاوت بوده و آرایه خدمات و سرویس بهتر با پشتیبانی قوی به مشتریان جزء اولویت های اصلی شرکت است. مدیرمخابرات منطقه گلستان بحث ارتقاء و پشتیبانی سرویس را از موضوعات مهم شرکت دانست و گفت: باید در این حوزه همکاری جذب مشتری، رضایت مشتری و توسعه مشتری را در دستور کار خود قرار دهند تا بتوانیم در این زمینه ماهر موفق عمل کنیم. وی یکی از رزمهای موفقیت مخابرات منطقه گلستان را واحد فضای همدلی و همپنری از هر گونه حاشیه سازی میان کارکنان دانست و اظهار داشت موفقیت هر سازمانی مدیون تلاش تک تک کارکنان آن مجموعه بوده و همه کارکنان از نیروی خدماتی گرفته تا مدیران در آن نقش دارند. مهندس شهرداری خاطر نشان کرد باید برنامه ریزی ویژه ای در خصوص اهداف و سیاست های شرکت داشته باشیم و جهت تامین خدمت برجسته به مردم با جدیت اقدام نماییم تا بتوانیم در این مدت شاهد رشد و شکوفایی مخابرات منطقه در تمامی حوزه ها باشیم. وی تخصصی های راهبردی برای رسیدن به اهداف مورد نظر را، مدیریت زمان، توانمندسازی و بروز بودن در حوزه های کاری، تمرکز کاری، وجدان کاری، نظارت بر کار، تفکر و عقلانیت، برنامه ریزی کنترل و هدایت ذهن بر افکار مثبت و عنوان نمود و خاطر نشان کرد با متمرکز شدن روی این شاخص ها می توانیم موفقیت لازم را بدست بیاوریم.

خدمتی دیگر از شرکت آبفا استان کرمان

## کمیت و کیفیت آب شرب شهر کهنوج به زودی ارتقاء می یابد



**کرمان - خبرنگار فرصت امروز-** با اجرای ۱۴۵ کیلومتر خط انتقال از دشت رضا آباد به شهر کهنوج، کمیت و کیفیت آب شرب این شهر ارتقاء می یابد. محمد طاهری رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان کرمان گفت: به منظور رفع کمبود آب در قسمتی از شهر کهنوج و ارتقاء کیفیت آب این شهر، سه حلقه چاه در دشت رضا آباد حفر شده که از آب با کیفیت عالی برخوردار می باشد. وی افزود: برای انتقال آب چاههای مذکور به شهر کهنوج به زودی عملیات اجرایی ۱۴۵ کیلومتر خط انتقال آغاز می شود و با اجرای این خط انتقال و رساندن آب از دشت رضا آباد به شهر کهنوج، علاوه بر رفع مشکل کمبود آب در برخی از نقاط شهر که با آن مواجه هستند، کیفیت آب شرب این شهر نیز ارتقاء می یابد.

کمالی زاده شهردار کرج:

## با تجهیزات و آمادگی کامل به استقبال زمستان می رویم



**کرج- خبرنگار فرصت امروز-** شهردار کرج گفت: مجموعه مدیریت شهری با آمادگی کامل و استفاده از تجهیزات سبک و سنگین به استقبال زمستان می رود. علی اصغر کمالی زاده در آیین مانور عملیات زمستانی شهرداری کرج، اظهار کرد: شهروندان در امر خدمات رسانی کنار مجموعه مدیریت شهری باشند تا شاهد زمستانی بی دغدغه ای باشیم. شهردار کرج با اشاره به نقش اطلاع رسانی در کاهش آسیب های زمان بحران، گفت: اطلاع رسانی های پیشگیرانه به کاهش آسیب در مواقع بحران کمک می کند. وی ادامه داد: در گذشته بعد از بارش برف با استفاده از هزاران تن نمک شوره ایی درست می کردیم که نتیجه ی آن وارد شدن خسارت های فراوان به پل ها و فضای سبز بود. امروز باید با بهره مندی از شیوه های نوین، استفاده از روش های آسیب زا به حداقل رساند. کمالی زاده با بیان اینکه ۱۳ هزار و ۵۰۰ هکتار محدوده مساحت کرج است که این میزان ماشین آلات نمی تواند کمک شایانی در مواقع بحرانی کند، گفت: امیدواریم با همکاری سایر کارکنان بتوانیم در هنگام وقوع بحران، خسارت های وارده را تا حد امکان کاهش دهیم. شهردار کرج گفت: وظایف کلیه معاونت ها، مناطق، سازمان ها و در قیل، حین و بعد از بارش ها اعلام شده است و همه موظفیم بر اساس تکالیف تعیین شده اقدام کنیم.

## کارگاه آموزشی خانواده و فضای مجازی و "توانمند سازی زنان"

### در حوزه فناوری اطلاعات در اراک برگزار شد

**اراک- مینو رستمی -** کارگاه آموزشی « خانواده و فضای مجازی » و « توانمند سازی زنان در حوزه فناوری اطلاعات » توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و همکاری مخابرات منطقه مرکزی در اراک برگزار شد. به گزارش اداره روابط عمومی منطقه مرکزی، این دو کارگاه آموزشی در راستای اجرای دو طرح ملی «خانواده و فضای مجازی» و «نقش فناوری اطلاعات در توان افزایی زنان» با رویکرد کارآفرینی و اشتغال، که از سال گذشته در سه سطح مراکز استان، شهرستان ها و روستاها آغاز و در سال ۹۷ نیز ادامه یافته است، برگزار شد. ارتقای دانش و آگاهی زنان در استفاده از فناوری های ارتباطاتی و اطلاعاتی به عنوان رکن اصلی خانواده، از مهمترین اهداف برگزاری این کارگاه های آموزشی است که با حضور و استقبال خوب بانوان شاغل در سازمان ها و ادارات استان مرکزی و عموم بانوان علاقه مند در سطح شهر اراک، در مخابرات منطقه مرکزی برگزار شد. گفتنی است، کارگاه آموزشی نیم روزه " خانواده و فضای مجازی" و " توانمندسازی زنان در حوزه فناوری اطلاعات" با مشارکت و همکاری مخابرات منطقه مرکزی در اراک برگزار شد.

## در بین شرکت های زیر مجموعه صنعت آب و فاضلاب کشور؛

# طرح پژوهشی شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی بعنوان طرح برتر انتخاب شد



**تبریز - ماهان فلاح-** انتخاب طرح پژوهشی «طراحی، ساخت و بهره برداری از سیستم حذف فلزات سنگین به روش کلوئیداسیون پلاسمایی با ظرفیت ۱۰ لیتر بر ثانیه» به عنوان طرح پژوهشی برتر مجموعه صنعت آب و فاضلاب کشور در سال ۱۳۹۷ انتخاب شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، بر اساس ارزیابی بعمل آمده توسط کمیته داوری شرکت مهندسی آب و شرکت کشور، طرح پژوهشی «طراحی، ساخت و بهره برداری از سیستم حذف فلزات سنگین به روش کلوئیداسیون پلاسمایی با ظرفیت ۱۰ لیتر بر ثانیه» به عنوان طرح پژوهشی برتر مجموعه صنعت آب و فاضلاب کشور در سال ۱۳۹۷ انتخاب و در مراسم گرامیداشت هفته پژوهش وزارت نیرو با اهداء لوح به علیرضا ایمانلو رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی توسط وزیر نیرو تقدیر شد. مهمترین محورهایی که در انتخاب طرح پژوهشی برتر در سال جاری مورد توجه قرار گرفته است، عبارتند از:

**پیام مهندس سید عبدالله موسوی؛**

## به مناسبت اول دیماه سالروز تاسیس شرکت ملی حفاری ایران



**اهواز - شبنم قیچاوند-** مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران در پیامی سی و نهمین سالگرد تاسیس شرکت را به مجموعه کارکنان سختکوش این شرکت تبریک گفت. در پیام مهندس سید عبدالله موسوی آمده است:

اول دیماه روز پلنداشت و تکریم فرمان تاریخی بنیانگذار جمهوری اسلامی است که استقلال صنعت راهبردی حفاری در کشور را فراهم آورد. امروز سختکوشان صنعت حفاری افتخار می کنند که در چهار دهه گذشته با دانش و توان فنی و غلبه بر محدودیت ها توانستند شرکت ملی حفاری ایران را به یکی از نهادهای استقلال و خودیابوری کشور مبدل و با تکیه بر توان متخصصان داخلی و بومی سازی این صنعت راهبردی به عنوان بازی توانمند صنعت نفت در تحقق برنامه های حفر و تکمیل چاه های نفت و گاز گام بردارند. بی تردید کسب این موفقیت ها مرهون سختکوشی و کار مضاعف مجموعه کارکنان شرکت اعم از نیروهای صف و ستادی به خصوص کارکنان عملیاتی است که در سخت ترین شرایط اقلیمی در جای جای مناطق نفتخیز خشکی و دریاپی مهبان اسلامی برای پیشبرد اهداف اقتصادی و سربلندی کشور تلاش می کنند. اینجانب با ابراز خرسندی از حضور

استاندار اصفهان:

## ذوب آهن اصفهان، پیشگام و پیشران صنعت کشور است



**اصفهان - قاسم اسد-** مهندس منصور یزدی زاده مدیر عامل، دکتر بهرام سبحانی رییس هیات مدیره، معاونین و تعدادی از مدیران ذوب آهن اصفهان با دکتر عباس رضایی استاندار اصفهان دیدار و گفتگو کردند. مهندس یزدی زاده در این دیدار با تشریح دستورالعمل های شرکت، گفت: ذوب آهن در راستای تولید اقتصادی و محصولاتی با ارزش افزوده بیشتر، تولید ریل UIC6۰ و سایر مقاطع این محصول استراتژیک، ششم مورد نیاز ریل و تیر آهن بال پهن را برنامه ریزی نمود که در سال جاری موفق شد این محصولات را تولید و با بازار عرضه نماید. مدیر عامل ذوب آهن اصفهان، تامین مواد اولیه را بزرگترین چالش فراروی این شرکت دانست و افزود: امیدواریم با تامین پایدار مواد اولیه، تولید ذوب آهن را به ظرفیت اسمی برسانیم. وی با بیان این که تحقق منویات مقام معظم رهبری در حمایت از تولید ملی دیدار با تأکید و اعلام آمادگی برای رفع مشکلات و تنشاهای پیش روی

واحدهای تولیدی استان به ویژه ذوب آهن اصفهان، گفت: مشکل آب استان، مسئله بااهمیتی است که همه ما باید هماهنگ برنامه ریزی شده و با جدیت از بروز بحران جلوگیری کنیم. وی، ذوب آهن اصفهان را پیشگام و پیشران صنعت کشور خواند و افزود: این شرکت بر صنعت کشور حق بزرگی دارد و همه باید در جهت اعتدالی نام ذوب آهن و توسعه آن تلاش کنیم. استاندار اصفهان شرط موفقیت در حرکت به سمت اهداف برنامه ریزی شده را همدلی و همراهی مسئولین عنوان کرد و گفت: با توجه به شرایط کنونی استان و هم چنین مشکلاتی که تحریم های ظالمانه برای ما به وجود آورده است، باید دست در دست و به اتفاق هم بر کمبود ها و مشکلات فابری اییم. دکتر رضایی با بیان این که دست خدا با جماعت است، تأکید کرد: اگر برای خدا و تامین منافع ملی کار کنیم بی گمان خداوند یاری ما خواهد کرد.

## ۱۱۰ میلیون تومان وام برای ساخت واحد مسکونی در بافت های فرسوده بوشهر پرداخت می شود



**بوشهر - خبرنگار فرصت امروز :** مدیرعامل شرکت بازآفرینی شهری ایران در جلسه ستاد بازآفرینی محلات هدف استان بوشهر با بیان اینکه برنامه بازآفرینی شهری ۱۰ ماه قبل در کشور تدوین و عملیات اجرایی آن آغاز شد اظهار داشت: در اجرای این طرح بهسازی، بازسازی، توسعه و بازسازیها تا ۲۷۰۰ محله در بافت فرسوده و ناکارآمد شهری مورد هدف قرار گرفت. هوشنگ عشایری به بیان اینکه برای بازآفرینی شهرها در استان ها سالانه ۲۷۰۰ محله مورد هدف قرار گرفته است افزود: بهسازی و بازسازی ۲ هزار و ۷۰۰ محله در بافت های فرسوده در دو برنامه ششم و هفتم برنامه ریزی شده که در سال نخست ساخت ۱۰۰ هزار واحد مسکونی در بافت های فرسوده شهری استان ها هدف گذاری شده است. مدیرعامل شرکت بازآفرینی شهری ایران با اشاره به اینکه بازآفرینی شهری ۲۷۰۰ محله در بافت های فرسوده در سال نخست نیازمند ۲۵ هزار میلیارد تومان اعتبار است خاطر نشان کرد: از این میزان اعتبار ۱۰ هزار میلیارد تومان بخش خصوصی، ۷ هزار میلیارد تومان شهرداری ها و ۸ هزار میلیارد تومان هم دولت تامین می کند. عشایری با اشاره به کسری بودجه ۸۰۰۰ میلیارد

## برگزاری دومین جشنواره «اولین واژه آب» در مدرسه روستای شهردکلا قائمشهر

**ساری - دهقان -** دومین جشنواره اولین واژه آب در مدرسه شهید رحیمی روستای شهردکلا شهرستان قائمشهر برگزار شد. به گزارش نقل اداره روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب روستایی مازندران، هر ساله جشنواره اولین واژه آب برای دانش آموزان پایه اول ابتدایی پس از آموزش اولین واژه که «آب» است به صورت نمادین در برخی از مدارس روستایی استان برگزار می شود تا ضمن بیان اهمیت آب در زندگی، مدیریت مصرف از همان ابتدا برای دانش آموزان فرهنگ سازی شود و در جامعه گسترش یابد. در این مراسم مهندس مصطفی زمانی مدیر امور آبخیز شهرستانهای قائمشهر و سیرمغز ضمن تبریک به دانش آموزان برای یادگیری اولین

واژه ها و خواندن و نوشتن با تأکید بر اهمیت جایگاه آب در چرخه حیات و ضرورت مدیریت مصرف به بحران کمبود آب پرداخت و از آنها خواست با صرفه جویی در مصرف آب به خانواده ها هم هشدار دهند. در پایان به آثار برتر نقاشی در زمینه روشهای کاهش مصرف آب و صرفه جویی جوایز و لوحهای تقدیری اهداء شد.

## مرکز آموزش فنی و حرفه ای ازنا دستگاه برتر طرح برگزاری اوقات فراغت



**خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز** در جلسه شورای اداری شهرستان ازنا که با حضور کیانپور نماینده محترم شهرستان های دورود و ازنا، مدیر کل کمیته امداد امام خمینی (ره) استان و اعضای شورای اداری شهرستان برگزار شد، محمدی نژاد فرماندار ازنا با اهداء لوحی از مرکز آموزش فنی و حرفه ای شهرستان به عنوان دستگاه برتر در طرح برگزاری اوقات فراغت تقدیر کرد. متن لوح تقدیر به شرح ذیل است: جناب آقای صادق مریزان ریاست محترم اداره فنی و حرفه ای شهرستان ازنا با اهداء سلام و تحیت گام نهادن در وادی خدمت به افراد

بعمل آمده در خصوص عملکرد سال ۹۷ در راستای برگزاری و اجرای کلاسهای اوقات فراغت به منظور جلوگیری از هجمه های فرهنگی و انحرافات اجتماعی و افزایش نشاط اجتماعی و تقویت استعداد های جوانان و نوجوانان در سطوح مختلف، بدینوسیله بر خود لازم می دانم از تلاش و همکاری صمیمانه جنابعالی و همکاران آن مجموعه به عنوان دستگاه برتر در اجرای برنا مه های اوقات فراغت تقدیر و تشکر نمایم. امید است که همچنان در ظل عنایت خداوند متعال در مسیر توسعه فرهنگی و اجتماعی شهرستان و سیاست های دولت تدبیر و امید بیش از از پیش موفق پیروز و سربلند باشید.



لطفا با میمون شروع کنید!

طاهره منبری شریف / کارشناس ارشد MBA

هر سازمانی نیاز به نوآوری دارد. مهم نیست جایی که شما هستید سازمانی غیرانتفاعی یا نهادی دولتی است، حقیقت ساده این است که هر مدل کسب و کاری در نهایت با شکست مواجه می‌شود، زیرا شرایط در طول زمان تغییر می‌کنند.

حقیقت این است که نوآوری تنها یک مسیر خاص ندارد. هر کسی باید راه خودش را پیدا کند. اگر کسی با به کارگیری یک استراتژی خاص موفق می‌شود، دلیل بر این نیست که آن استراتژی برای مشکل شما نیز کارآمد خواهد بود بنابراین بهترین توصیه این است که تا می‌توانید راه‌های زیادی را برای خود پیدا کنید.

در ادامه، چهار حقیقت بسیار مهم درباره نوآوری را مطرح می‌کنیم که احتمالا به ندرت چیزی درباره‌اش شنیده‌اید:

۱- موفقیت‌تان اغلب مانعی برای شما خواهد بود

مدیران در اکثر موارد مسئول نوآوری نیستند. آنها مسئول مدیریت عملیات‌ها هستند، یعنی درگیر استخدام و توانمندسازی کارمندان قوی، بهینه‌سازی شیوه‌ها و فرآیندها، کاهش خطاها و اشتباه‌ها می‌شوند. به طور کلی مدیران سعی نمی‌کنند روش بهتری ایجاد کنند، آنها سعی می‌کنند کارها را یکنواخت و کارآمد انجام دهند.

مدیریت یک عملیات باکیفیت، کار آسانی نیست و به استعداد، تعهد و مهارت نیاز دارد بنابراین قبل از اینکه چنین کاری را انجام داده باشید، سریع در موردش قضاوت نکنید. با این حال مدیران باید بدانند اجرای عملیات‌های کارآمد، نیاز به استانداردهایی و کنترل برای رسیدن به نتایج قابل‌پیش‌بینی دارند. از سوی دیگر نوآوری مستلزم آزمایش است، یعنی چیزهای زیادی آزمایش و اکثر آنها با شکست مواجه می‌شوند.

به همین خاطر است که اغلب اوقات موفقیت به شکست منجر می‌شود. آنچه که اکنون باعث موفقیت‌تان در محیط رقابتی می‌شود، وقتی همه چیز تغییر کند، احتمالا تبدیل به مانعی برای موفقیت‌تان خواهد شد بنابراین باید تعادلی سالم برقرار کنید و تا جایی که می‌توانید از زمان حال استفاده کنید و در عین حال فضا را برای ایجاد و سازندگی در آینده، باز کنید.

۲- به دنبال یک نمونه واقعا نوآورانه بگردید

مدیران عملیاتی خوب، یاد می‌گیرند بازارهای بزرگ قابل‌بررسی را شناسایی کنند. بازارهای بزرگ تر به شما کمک می‌کنند کسب و کار خود را مقیاس‌بندی و در عملیات‌ها سرمایه‌گذاری کنید تا بتوانید کارایی بیشتری ایجاد کنید. کارایی‌های بیشتر به حاشیه‌های سود بالاتر منجر می‌شوند، در این صورت می‌توانید حتی در بهبودها و ایجاد چرخه‌های سالم و خوب نیز سرمایه‌گذاری کنید.

با این حال وقتی سعی می‌کنید واقعا کار جدید و متفاوتی انجام دهید، تلاش برای مقیاس‌بندی خیلی سریع باعث می‌شود کسب و کارتان حتی قبل از شروع از بین برود. یک محصول واقعا نوآورانه، غیرقابل‌پیش‌بینی است زیرا طبیعتا به خوبی درک نشده است.

نوآوری، هرگز یک رویداد واحد نیست. بلکه فرآیندی طولانی شامل کشف، مهندسی و تحول است.

۳- کار خود را با میمون شروع کنید!

اصلا اشتباه نکنید. نوآوری در مورد ایده نیست، بلکه در مورد حل مشکلات است. حقیقت این است که هیچ کس توجهی به ایده‌های شما ندارد، افراد فقط به مشکلاتی که می‌توانید برای آنها حل کنید توجه می‌کنند. دلیل اینکه اکثر افراد نمی‌توانند نوآور باشند این نیست که آنها هیچ ایده‌ای ندارند، بلکه به این خاطر است که آنها استقامت لازم را برای حل مشکلی واقعا دشوار را ندارند.

در شرکت گوگل X که غول فناوری است ایده این است که اگر می‌خواهید میمون روی یک چهارپایه بایستد و شعر بخواند، باید کار خود را با آموزش میمون شروع کنید، نه با ساخت چهارپایه. چون آموزش میمون کار سختی است ولی یک چهارپایه را هر کسی می‌تواند بسازد.

مشکل این است که اکثر افراد کار را با چهارپایه شروع می‌کنند، چون این تنها کاری است که بلد هستند و با ساخت آن می‌توانند پیشرفت اولیه در جدول زمانی خود داشته باشند. متأسفانه ساخت یک چهارپایه شما را به جایی نمی‌رساند. اگر نتوانید میمون را آموزش دهید با ساخت چهارپایه در واقع وقت خود را تلف کرده‌اید.

۴- گاهی دنیا هنوز آماده نیست

وقتی «الکساندر فلمینگ» اولین بار کشف جدید یعنی پنی‌سیلین را رونمایی کرد، هیچ‌کس واقعا متوجه آن نشد. ما همیشه فکر می‌کنیم که کار بزرگ بعدی، مشهود و واضح خواهد بود ولی در واقع هر چیز جدید و بزرگی، در ابتدا انگار اصلا وجود ندارد.

وقتی چیزی واقعا قدرت تغییر دنیا را دارد، دنیا برای آن آماده نیست و قبل از اینکه آن چیز بتواند تاثیر خود را بگذارد، نیاز به ایجاد حمایت، ایجاد کشش بین یک حوزه یا صنعت خاص و ترکیب با سایر نوآوری‌ها دارد.

ما مشرتی شده‌ایم و همیشه فکر می‌کنیم که کسی مثل «استیو جابز» باید روی صحنه برود و اعلام کند که دنیا تغییر کرده است و همه فقط باید با او همراهی کنند. در واقع چنین امری هرگز رخ نمی‌دهد، چون نوآوری هرگز رویداد واحدی نیست، بلکه فرآیندی طولانی شامل کشف، مهندسی و تحول است که معمولا حدود ۳۰ سال به طول می‌انجامد.

نوآوران بزرگ، فقط افراد صاحب ایده نیستند. آنها افرادی هستند که پیگیر ایده خود می‌شوند و سرزنش‌های مردم را تحمل می‌کنند. در نهایت اگر خوش‌شانس باشند واقعا دنیا را تغییر می‌دهند.

منبع: medium/modirinfo



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

دوشنبه | ۳ دی ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۲۶ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

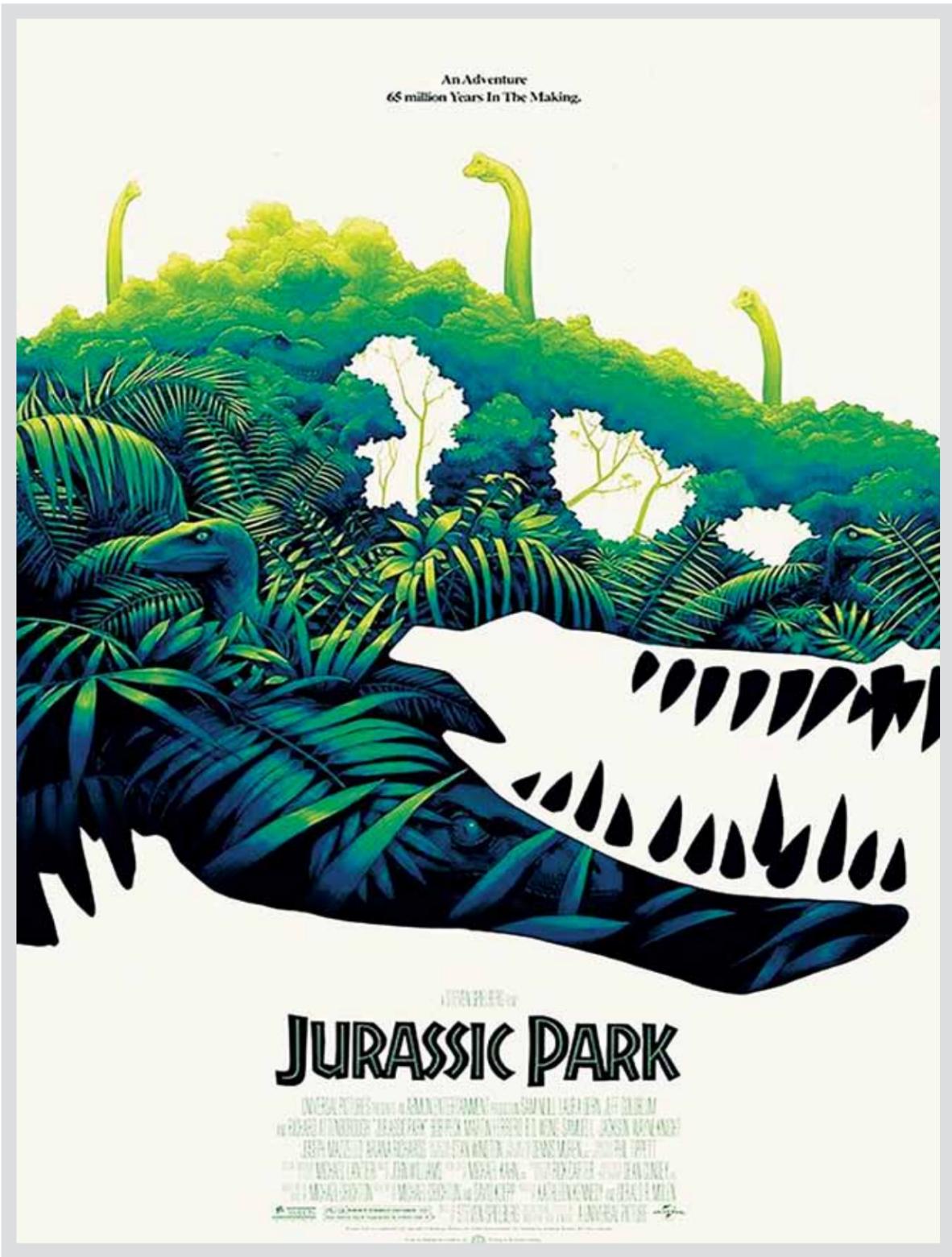
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

چطور مانع خستگی شغلی شویم و در محل کار شادتر باشیم؟

**ارتباط و تعامل بهتری برقرار کنید**  
دکتر اما سهپالا وقتی به دنبال تحقیقاتی برای تألیف کتاب «چطور به کمک علم شادمانی، سریع‌تر به موفقیت دست یابیم» بود، دریافت تقریبا بیشتر نیروی کار، دچار فرسودگی شغلی هستند. براساس گزارش سازمان گالوپ، مدیریت بهتر منجر به تعهد و تعامل بیشتر کارمندان می‌شود. دکتر ماسلج نیز می‌گوید بیشتر پیش‌نیازهای لازم برای دوری از فرسودگی شغلی، به سازمان و شرکت وابسته است.

اگر مدیر یک شرکت هستید، به تیم کاری برای دستیابی به اهداف پاداش بدهید. برای استراحت کارمندان برنامه‌ریزی کنید و به هر کارمند وظیفه‌ای محول کنید که هم‌راستا با تخصص اوست؛ بدین ترتیب اعتماد به نفس بیشتری برای انجام آن وظیفه خواهید داشت. باید بتوانید اعضای تیم را به ارتباط با یکدیگر تشویق کنید.

اگر در تیم مدیریتی نیستید، باز هم می‌توانید راهی برای بهبود ارتباطات خود پیدا کنید. یک شبکه ارتباطات حرفه‌ای در اطراف خود تشکیل دهید. هر روز گامی برای نزدیک شدن به اهداف‌تان بردارید و بدانید کنترل اقدامات خود را در دست دارید. بدون توجه به اینکه چه اتفاقی می‌افتد، می‌توانید انتخاب کنید چه واکنشی از خود نشان دهید.

منبع: inc/ucan

ناراحتی کنید. نیاز نیست شما هم به دنبال پیاده‌روی سه ساعته باشید، اما کمی استراحت به شما کمک می‌کند تا تعادل میان کار و زندگی را بهتر حفظ کنید.

به صدای درونی خود گوش کنید

شما واکنش بدن‌تان را نسبت به کاری که در حال انجام آن هستید، احساس می‌کنید. هر چقدر سعی کنید این احساس را نادیده بگیرید یا آن را بخشی از استرس روزمره خود تلقی کنید، چیزی تغییر نمی‌کند، اما اگر به صدای درونی خود گوش دهید و روی آنچه در حال رخ دادن است تمرکز کنید، به احتمال زیاد می‌توانید در مسیر درست قرار بگیرید.

داشتن یادداشت صوتی روزانه روی گوشی موبایل، کمک زیادی به شما می‌کند. هر روز صبح به طور خصوصی، هر آنچه در اطراف‌تان می‌گذرد را با صدای خود ضبط کنید. در نتیجه متوجه می‌شوید چه وقتی از عبارت‌های منفی استفاده کنید و در نهایت خود را بهتر درک می‌کنید و تصمیمات هوشمندانه‌تری اتخاذ می‌کنید.

با زبان دیگری حرف بزنید

آیا تمام کلماتی که به زبان می‌آورید و افکاری که از ذهن‌تان گذر می‌کند، مثبت و انگیزه‌بخش هستند؟ جدیدترین مطالعات حاکی از آن است، جملات منفی چون «نه»، «نمی‌توانم انجام دهم»، «موفق نمی‌شوم» سبب می‌شود مغز هورمون استرس بیشتری ترشح کند. حتی واژه‌های منفی نیز می‌تواند روی زندگی ما تأثیر منفی بگذارد.

زمانی که متوجه می‌شوید تمرکزتان روی افکار و جملات منفی است، از طریق یک راه حل کاملا معکوس، نگرش خود را تغییر دهید. برای مثال، جمله «من به قدر کافی قوی/باهوش/خوب نیستم که بتوانم این کار را انجام دهم»، این جمله را بگویید: «من تمام تلاشم را می‌کنم و کنترل کارها را به دست می‌گیرم.» حتی بهتر است از راه حل دیگری در کنار جمله مثبت تأییدی، استفاده کنید.

خستگی، استرس، اختلافات و ناامیدی از کار، باعث می‌شود بهره‌وری‌تان در طولانی‌مدت کاهش یابد و سلامت جسمی و روحی‌تان نیز تحت تأثیر قرار گیرد.

براساس گزارش سازمان گالوپ از وضعیت محل کار جهانی که صنایع ۱۵۵ کشور مختلف را مورد بررسی قرار داده است، فقط ۱۵ درصد از کارمندان، تعهد به کار دارند. آیا این آمار به خستگی شغلی مربوط است؟

نبود تعهد شغلی و عدم تعادل میان کار و زندگی، رابطه مستقیمی با هم دارند و نقطه مشترک هر دو، ناکارآمدی کارمندان است.

فرسودگی از منظر روانشناسان این‌چنین تعریف می‌شود: «خستگی، ناامیدی و بی‌میلی ناشی از استرس طولانی‌مدت یا کار بیش از حد.» براساس گزارش کتابخانه پزشکی ملی آمریکا، فرسودگی و افسردگی بالینی علائم یکسانی دارند. کارشناسان با تأکید روی اختلال فرسودگی شغلی، به کارمندان پیشنهاد می‌دهند از استراتژی‌های زیر استفاده کنند:

**برنامه استراحت منظمی برای خود تدوین کنید**  
چارلز دیکنز، نویسنده کتاب سرود کریسمس، عادات سخت‌گیرانه‌ای در هنگام نوشتن برای خود اتخاذ کرده بود. او کار خود را هر روز صبح ساعت ۹ آغاز می‌کرد و تا دو بعدازظهر به اتمام می‌رساند؛ همان ساعتی که اقدام به پیاده‌روی سه ساعته در حومه شهر لندن می‌کرد. این طور گفته می‌شود که پیاده‌روی او الهام‌بخش تصاویر بی‌نظیری بود که در داستان‌های خود به تصویر می‌کشید.

شما هم لیستی از دو تا چهار کار مهم‌تر برای خود تهیه کنید و روی آن‌ها متمرکز شوید. بعد از هر ۹۰ دقیقه کار کمی به خود استراحت دهید. برنامه منظم کار و استراحت، کارایی شما را نسبت به زمانی که روی چند پروژه مختلف کار می‌کنید و تنها زمانی به سراغ استراحت می‌روید که دیگر هیچ انرژی‌ای نداشته باشید، بالاتر می‌برد.

نباید به خاطر استراحت منظم و پی در پی احساس