



نگاه

نیمی از جمعیت بیکار کشور دهه شصتی هستند

بازندگان بازار کار

متخصصان جمعیت‌شناسی در بحث‌های نسلی، یک نظریه مسود و وثوق میان خود دارند. آنها به این باور رسیده‌اند که اثرات یک نسل در تمامی سال‌های زندگی آنها قابل بررسی است و حتی پس از مرگ نیز هنوز اثرات آن در جوامع قابل رویت است؛ مساله‌ای که خیلی دقیق در مورد متولدان دهه ۶۰ در ایران، قابل رویت است.

دهه شصتی‌ها همیشه متهم ردیف اول مشکلات اقتصادی مانند بیکاری هستند؛ حتی اسحاق جهانگیری در همایش «روز جهانی آینده» هم گفته بود که «متولدین دهه ۶۰ در هر مقطعی وارد شدند با مشکل مواجه شدیم. از زمان ورود به دبستان تا دبیرستان و دانشگاه و الان هم بحث اشتغال و در آینده، موضوع سالمندی که باید مورد توجه جدی قرار گیرد.» البته معاون اول رئیس‌جمهور بعدها تلویحا در پیامی توثیق‌تری عذرخواهی کرد و نوشت: «جمله‌ای که از من منتشر شد تقطیع شده بود. عرضم این بود که دهه شصتی‌ها با ورود به هر مرحله از زندگی‌شان با مشکلات زیادی مواجه شدند، ناشی از آینده‌نگر نبودن مسئولان بود.»

با این‌همه، دهه شصتی‌ها نقش مهمی در شکل و شمایل اقتصاد و جامعه دارند. در حال حاضر، در بین متولدین دهه‌های مختلف، بیشترین سهم جمعیت کشور مربوط به متولدین این دهه است. مرکز آمار در اینفوگرافی سهم جمعیت دهه ۶۰ به همراه نرخ بیکاری، وضعیت مدرک تحصیلی، وضع زناشویی و تعداد فرزندان متولدین این دهه را به نمایش گذاشته است. در این اینفوگرافیک مشاهده می‌شود که ۱۹ درصد از زن‌های دهه شصتی و ۳۳ درصد از مردهای دهه شصتی هنوز ازدواج نکرده‌اند و ۱۹ درصد از زن‌های دهه شصتی که ازدواج کردند، هنوز فرزندی به دنیا نیاورده‌اند. همچنین مدرک تحصیلی بیشتر از ۶۰ درصد از دهه شصتی‌ها، دیپلم یا پایین‌تر از آن است. براساس این اینفوگرافیک تقریباً از هر دو خانوار، یک خانوار یک عضو دهه شصتی دارد.

مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون نیز در گزارشی که در آن از نتایج طرح سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۹۵ استفاده شده، وضعیت دهه شصتی‌ها را تحلیل کرده است، بنابراین افراد دهه ۶۰ در آن سال در گروه سنی ۲۶ تا ۳۵ سال بوده‌اند، بنابراین مجموع اطلاعات دو گروه سنی ۲۹-۳۵ ساله و ۳۴-۳۰ ساله از نتایج سرشماری استخراج و مبنای تنظیم قرار گرفته است.

همچنین از مجموع ۲۲ میلیون و ۹۵ هزار و ۹۸۸ نفر شاغلان کشور، تعداد ۷ میلیون و ۴۶۶ هزار و ۸۳۴ نفر دهه شصتی هستند و حدود ۲۳ درصد شاغلان کشور را جمعیت دهه ۶۰ تشکیل داده‌اند. در عین حال، از مجموع ۳ میلیون و ۲۵۸ هزار و ۲۰۱ نفر بیکار کشور، تعداد یک میلیون و ۲۳۴ هزار و ۷۱۵ نفر (۵۳٫۲ درصد) مربوط به جمعیت ۲۵ تا ۳۴ ساله است. از این‌رو می‌توان گفت، علی‌رغم آنکه بیش از یک‌سوم جمعیت شاغلین کشور را متولدین دهه ۶۰ تشکیل داده‌اند، اما آنها بیش از نیمی از جمعیت بیکار کشور را هم به خود اختصاص داده‌اند.

علاوه بر این، از مجموع ۱۶ میلیون و ۸۰۲ هزار و ۴۶ نفر جمعیت دهه ۶۰، ۹ میلیون و ۲۰۱ هزار و ۵۴۹ نفر (۵۴٫۸ درصد) در گروه جمعیت فعال، ۷ میلیون و ۵۰۳ هزار و ۱۹۷ نفر (۴۴٫۷ درصد) در گروه جمعیت غیرفعال قرار دارند. همچنین ۹۷ هزار و ۳۰۰ نفر (۵٫۵ درصد) وضعیت فعالیت خود را اظهار نکرده‌اند. در گروه فعالان، ۷ میلیون و ۴۶۶ هزار و ۸۳۴ نفر (۸۱٫۱ درصد) شاغل و یک میلیون و ۷۳۴ هزار و ۷۱۵ نفر (۱۸٫۹ درصد) بیکار هستند. در گروه غیرفعالان، ۹۶۶ هزار و ۶۶۹ نفر (۱۲٫۹ درصد) محصل، ۵ میلیون و ۷۷۹ هزار و ۲۸۹ نفر (۷۷٫۰ درصد) خانه‌دار و ۴۵ هزار و ۹۰۹ نفر (۵٫۶ درصد) دارای درآمد بدون کار هستند.

در گروه مردان از میان ۴۸۳ هزار و ۸۹۳ نفر جمعیت دهه ۶۰، ۸۷٫۶ درصد فعال، ۱۱٫۳ درصد غیرفعال و ۱٫۱ درصد وضع فعالیت خود را ذکر نکرده‌اند. همچنین از جمعیت فعال مرد ۸۴٫۳ درصد شاغل و ۱۵٫۷ درصد بیکار هستند. از مجموع ۹۶۱ هزار و ۲۶۰ نفر جمعیت غیرفعال مرد، بیشترین میزان با تعداد ۴۶۳ هزار و ۲۰۹ نفر (۴۸٫۲ درصد) در گروه محصلین قرار دارند. در گروه زنان نیز از میان ۸ میلیون و ۳۱۸ هزار و ۱۵۳ نفر جمعیت دهه ۶۰، ۲۱٫۳ درصد فعال و ۷۸٫۷ درصد غیرفعال و ۰٫۱ درصد وضع فعالیت خود را ذکر نکرده‌اند. از جمعیت فعال زنان نیز ۶۸ درصد شاغل و ۳۲ درصد بیکار هستند. از مجموع ۶ میلیون و ۵۴۱ هزار و ۹۳۷ نفر جمعیت غیرفعال زن هم بیشترین میزان با تعداد ۵ میلیون و ۷۴۸ هزار و ۱۷۵ نفر (۸۷٫۹ درصد) در گروه خانه‌دار قرار دارند.

اما در میان کلانشهرستان‌های کشور، کلانشهرستان تهران با یک میلیون و ۸۵۶ هزار و ۵۵۸ نفر و ارومیه با ۲۰۶ هزار و ۱۳۷ نفر دارای بیشترین و کمترین تعداد جمعیت دهه شصتی‌ها هستند. کلانشهرستان تهران همچنین بیشترین جمعیت فعال و بیشترین جمعیت دهه شصتی شاغل و بیکار را نسبت به سایر کلانشهرستان‌های کشور در خود جای داده است. پس از آن، کلانشهرستان‌های مشهد و اصفهان در رتبه‌های بعدی قرار دارند. این در حالی است که در گروه جمعیت غیرفعالان نیز کلانشهرستان تهران نسبت به سایر کلانشهرستان‌ها بیشترین محصلان، خانه‌داران و افراد دارای درآمد بدون کار را داشته است. در سوی دیگر، کلانشهرستان ارومیه کمترین جمعیت فعال و نیز کمترین جمعیت غیرفعال دهه شصتی را به خود اختصاص داده است.



نارند. در نتیجه، شاخص PPP برای مقایسه استانداردهای زندگی بین کشورها، روش مفیدتری محسوب می‌شود. به عنوان مثال، کوتاهی مو در نیویورک بسیار گران‌تر از لیما است؛ یا قیمت تاکسی برای یک مسافت مشخص در پاریس بسیار گران‌تر از تونس است و یک بلیت بازی کریکت در لندن بسیار بیشتر از لاهور هزینه دارد.

بنابراین نرخ برابری قدرت خرید، نرخ ارزی است که براساس آن، پول یک کشور به پول کشور دیگر برای خرید حجم مشخص کالاها و خدمات در هر دو کشور تبدیل می‌شود. اگر یک همبرگر در لندن معادل ۲ پوند و در نیویورک معادل ۴ دلار فروخته می‌شود، این به معنای یک نرخ ارز PPP یک پوند به دو دلار است. اگرچه نرخ ارز PPP در طول زمان نسبتاً پایدار است، اما عیبش این است که نسبت به روش اسمی، محاسبه آن دشوارتر است.

وضعیت تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۷

براساس آمارهای صندوق بین‌المللی پول، سرانه تولید ناخالص داخلی ایران به قیمت اسمی در سال ۲۰۱۷ معادل ۵ هزار و ۳۰۵ دلار بوده که با این رقم در بین ۱۹۱ کشور، رتبه ۹۸ را کسب کرده است. این در حالی است که کشورهای همانند ترکیه و عربستان وضعیت به مراتب بهتری داشته‌اند. به عنوان مثال، سرانه تولید ناخالص داخلی ترکیه در سال ۲۰۱۷ تقریباً دو برابر و در عربستان تقریباً چهار برابر ایران بوده است به همین ترتیب، رتبه در جایگاه ۶۷ و عربستان سعودی نیز در جایگاه ۴۰ در میان ۱۹۰ کشور قرار گرفته است.

همچنین سرانه تولید ناخالص داخلی ایران به روش PPP در سال ۲۰۱۷ معادل ۲۰ هزار و ۲۰۰ دلار بوده و در جایگاه شصت و هفتم در میان سایر کشورهای جهان قرار گرفته است. در عین حال، ترکیه با رقم ۲۶ هزار و دو مایلیون و عربستان با رقم ۵۴ هزار و ۷۷۷ دلار رتبه ۱۴ را کسب کرده است. جالب است که بدانید کشورهای توسعه‌یافته‌ای مانند آلمان و کره جنوبی سرانه تولید ناخالص داخلی آنها براساس برابری قدرت خرید کمتر از کشوری مثل عربستان بوده است.

از سوی دیگر، مقایسه سرانه تولید ناخالص داخلی کشورها به قیمت اسمی و سرانه تولید ناخالص داخلی براساس برابری قدرت خرید نشان می‌دهد میزان تفاوت این دو شاخص در کشورهای مختلف متفاوت است. به عنوان مثال، سرانه تولید ناخالص داخلی ۱۷۸ کشور از میان ۱۹۱ کشور، در روش PPP بالاتر از روش اسمی بوده و در ۱۳ کشور نیز سرانه به روش اسمی، سطح بالاتری داشته است. نکته جالب آنکه رقم به دست آمده در هر دو روش برای آمریکا، یکسان بوده است. همچنین ۳۰ کشور نیز براساس روش PPP تولید ناخالص داخلی‌شان پنج برابر بیشتر از روش اسمی شده است. سودان جنوبی هم بالاترین اختلاف را بین سرانه تولید ناخالص داخلی براساس دو روش برابری قدرت خرید و اسمی داشته است، چنانچه سرانه تولید ناخالص داخلی (PPP) سودان جنوبی، ۶۵٫۵ برابر بیشتر از سرانه تولید ناخالص داخلی (اسمی) بوده است. پس از سودان، مصر (۵۱٫۱ برابر)، میانمار (۴۰٫۹ برابر)، ازبکستان (۴۶ برابر) و آذربایجان (۴۰٫۲ برابر) قرار دارند. ایران هم هفتمین کشور دنیا است که اختلاف بالایی میان سرانه تولید ناخالص داخلی به روش PPP و روش اسمی آن وجود دارد (۳۸ برابر).

جالب اینجاست که کشورهایی که تفاوت قابل ملاحظه‌ای میان سرانه تولید ناخالص داخلی به روش اسمی و به روش برابری قدرت خرید آنها وجود دارد، عمدتاً کشورهای هستند که میزان بارانه پرداختی آنها به مصرف‌کنندگان نسبتاً بالاست. در واقع، بارانه‌هایی که در ایران پرداخت می‌شود تأثیر قابل توجهی در بالا رفتن میزان قدرت خرید مصرف‌کنندگان داشته، بی‌آنکه منجر به افزایش درآمد واقعی خانوار شود.

وضعیت تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۸

در ادامه این گزارش، رتبه ایران در جهان به لحاظ سه شاخص تولید ناخالص داخلی براساس قیمت‌های جاری، سرانه تولید ناخالص داخلی براساس قیمت‌های جاری و بر مبنای برابری قدرت خرید در سال ۲۰۱۸ سنجیده شده و با جایگاه ترکیه و عربستان مقایسه شده است. براساس برآوردهای صندوق بین‌المللی پول، در سال ۲۰۱۸، جایگاه پنج کشور برتر جهان به لحاظ ارزش تولید ناخالص داخلی تغییر نکرده است. بدین ترتیب کشورهای آمریکا، چین، ژاپن، آلمان و انگلستان همچنان بالاترین تولید ناخالص داخلی جهان را دارند. پنج کشور بعدی نیز همچنان

ایمان ولی‌پور  
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

یکی از مهمترین شاخص‌هایی که رکود یا رونق اقتصادی را در جوامع با آن محک می‌زنند، تولید ناخالص داخلی است. چندی پیش بود که صندوق بین‌المللی پول در تازه‌ترین گزارش خود براساس ارزش تولید ناخالص داخلی پیش‌بینی کرد ایران دست‌کم تا سه سال دیگر پانزدهمین اقتصاد بزرگ دنیا می‌شود. باورپذیری این برآورد اقتصادی از نگاه انسان ایرانی و مقایسه آن با حال و روز کنونی اقتصاد ایران تا اندازه‌ای عجیب و دور از ذهن به نظر می‌رسد، اما این غرابت، درست است، چراکه بسیاری از اقتصاددانان نیز معتقدند تولید ناخالص داخلی، معیار مناسبی برای مقایسه اقتصادهای دنیا نیست و در سنجش کیفیت زندگی در جوامع انسانی نارساست. در واقع، مقایسه کشورها تنها با توجه به تولید ناخالص داخلی نمی‌تواند تمام واقعیت اقتصادی یک کشور را نشان دهد و فاکتورهای دیگری همانند جمعیت و بهره‌وری نیز در ارزیابی میزان رفاه جوامع انسانی مؤثر و تأثیرگذار است. بنابراین سؤال این است که رسیدن به جایگاه پانزدهم اقتصاد جهانی برای اقتصاد ایرانی به چه معناست؟

از قدرت اقتصادی تا بزرگی اقتصاد

صندوق بین‌المللی پول هر ساله رتبه‌بندی کشورهای دنیا را براساس ارزش تولید ناخالص داخلی (GDP) انجام می‌دهد. در ارزیابی تولید ناخالص داخلی، قیمت تمام کالاها و خدماتی که طی یک سال در کشوری تولید شده محاسبه می‌شود، بدون آنکه میزان جمعیت کشورها در آن لحاظ شود. اینجاست که شاخصی دقیق‌تر به نام سرانه تولید ناخالص داخلی مطرح می‌شود و از تقسیم تولید ناخالص داخلی یک کشور بر جمعیت آن به‌دست می‌آید، بنابراین اینکه ایران در حال حاضر به لحاظ تولید ناخالص داخلی، هجدهمین اقتصاد بزرگ دنیا است و تا سه سال دیگر به پانزدهمین اقتصاد دنیا تبدیل می‌شود، بیشتر ناظر بر ابعاد و اندازه اقتصاد است؛ یعنی هر چقدر کشوری مقیاس بزرگتری داشته باشد، رتبه بالاتری خواهد داشت، اما این رتبه بالاتر لزوماً به معنای قدرت اقتصادی برتر نیست. از همین رو، وقتی ما در مورد GDP صحبت می‌کنیم، درباره بزرگی اقتصاد حرف می‌زنیم که با رفاه اقتصادی متفاوت است.

از سوی دیگر، اندازه اقتصاد تحت تأثیر جمعیت هم هست و کشورهایی که جمعیت بیشتری دارند، طبیعتاً اندازه اقتصاد بزرگتری دارند، زیرا هر چقدر جمعیت بیشتر باشد، میزان درآمد و تولید افراد آن کشور، اندازه اقتصاد را بزرگ می‌کند. به همین سبب، بر بهره نیست اگر انتظار داشته باشیم کشوری همانند هند رتبه خوبی در گزارش صندوق بین‌المللی پول داشته باشد، در نتیجه، این موضوع با برداشتی که عموم مردم از قدرت اقتصادی دارند، متفاوت است و قطعاً کشوری مثل ژاپن یا آلمان، قدرت اقتصادی بیشتری نسبت به هند دارد، بنابراین بهترین شاخص برای سنجش واقعیت اقتصادی کشورها، شاخص درآمد سرانه است که از تقسیم GDP دلاری بر تعداد جمعیت به دست می‌آید.

شاخصی به نام سرانه تولید ناخالص داخلی

سرانه تولید ناخالص داخلی، ارزش کل بازار برای تمامی کالاها و خدمات یک کشور در یک بازه زمانی مشخص و تقسیم بر جمعیت آن کشور است. هر کشور اطلاعات خود را براساس پول ملی خود گزارش می‌کند، اما برای مقایسه کشورها نیاز است که اطلاعات هر کشور به یک پول بین‌المللی تبدیل شود، بنابراین دو روش رایج برای تبدیل سرانه تولید ناخالص داخلی به یک ارز مشخص وجود دارد که عبارت است از «سرانه تولید ناخالص داخلی براساس نرخ اسمی» و «سرانه تولید ناخالص داخلی بر حسب برابری قدرت خرید» یا «PPP».

تخمین‌های سرانه تولید ناخالص داخلی معمولاً برای تعیین عملکرد اقتصادی یک کشور یا منطقه و همچنین مقایسه‌های بین‌المللی استفاده می‌شود. این مفهوم اصلی سرانه تولید ناخالص داخلی است. در روش اسمی، از نرخ ارز برای تبدیل استفاده می‌شود و این روش، تفاوت هزینه‌های زندگی یک کشور در مقایسه با کشوری دیگر را در نظر نمی‌گیرد. در روش اسمی، نوسانات نرخ ارز پول ملی یک کشور ممکن است رتبه یک کشور را از یک سال به سال بعد تغییر دهد، در حالی که آنها اغلب تأثیر قابل توجهی بر سطح استاندارد زندگی جمعیت کشور





## یادداشت

## بازار سرمایه گزینه اصلی سرمایه گذاری

عباس آرگون

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران

بازار سرمایه یکی از نهادهای مالی فعال در اقتصاد کشور است که با برنامه ریزی صحیح و اصولی و توسعه زیرساخت‌های لازم می‌تواند این بازار را به بهترین بازار برای جذب نقدینگی‌ها به خصوص جذب سرمایه‌های خرد و سرگردان در جامعه تبدیل کند. منابع جذب شده در بازار سرمایه می‌تواند به سمت بخش‌های تولیدی و مولد اقتصادی هدایت شود و به عنوان اهرمی برای توسعه سرمایه‌گذاری‌ها و ایجاد اشتغال پایدار ایفای نقش کند که در صورت تحقق این امر، موجبات تقویت بیش از پیش رشد اقتصادی کشور فراهم می‌شود.

در شرایط کنونی کشور به جهت جهش نرخ ارز و تنگنای مالی بنگاه‌ها، نیازمند بازار سرمایه قوی و کارا هستیم تا توان تجهیز منابع مالی بنگاه‌های اقتصادی را داشته باشد؛ بنگاه‌ها نیازمندی شدیدی به تامین منابع مالی دارند که در این زمینه به دلیل ظرفیت بالای بازار سرمایه در کشور از یک طرف با فراهم کردن شرایط مناسب برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی به بورس و بازار سرمایه و از طرف دیگر با توسعه بیشتر بازار بدهی با تنوع بخشی در ابزارهای مختلف تامین مالی در بورس می‌توان موجب توسعه بیشتر بازار و تامین مالی بنگاه‌ها شد. از این رو با توجه به مشکلات و تنگنایهای مختلف در تامین مالی بنگاه‌ها در شرایط حاضر در کشور و اتکا و تمرکز به بانک‌ها برای تامین مالی و عدم عنایت به بازار سرمایه، در صورتی که بازار سرمایه دارای ظرفیت بسیاری برای توسعه و ارتقای سهم خود در تامین مالی بنگاه‌ها دارد، ولی کشورمان یک کشور بانک پایه است و برای حرکت از بانک پایگی به سمت بورس پایگی و تبدیل بازار بورس و اوراق بهادار به عنوان گزینه اصلی سرمایه‌گذاری و محل جذب نقدینگی‌ها در کشور، نیازمند یکسری اقدامات متعدد در درون بازار سرمایه از یک سو و خارج از بازار سرمایه از سوی دیگر هستیم.

برای جذب نقدینگی به بازار سرمایه نیازمند چابکی بیشتر در بازار، کاهش بوروکراسی در بازار سرمایه و مقررات‌زایی و رفع قوانین مزاحم و مخل در این حوزه هستیم، تا بازاری کارا با شفافیتی بیشتر شاهد باشیم.

افزایش سهام شناور بنگاه‌ها، ارائه مجوزهای سریع‌تر برای افزایش سرمایه، سرعت بخشیدن به پذیرش و عرضه سهام شرکت‌ها در بورس و از بین بردن موانع ورود شرکت‌های جدید در بورس با هدف افزایش تعمیق بازار سرمایه از دیگر الزامات این بخش است.

جذب سرمایه در بازار سرمایه، همچنین نیازمند افزایش قدرت نقدشوندگی، تقویت تکنولوژی و فناوری اطلاعات و توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در بازار بورس و به روزرسانی سریع اطلاعات در جهت کاهش التهاب‌های بازار، برداشتن حجم مینا و دامنه نوسان، تسهیل در ارائه مجوزها، بهینه‌کردن نظارت و کاهش نظارت‌های غیر ضرور، اعتمادسازی و شفافیت در بازار سرمایه است.

شاخص بورس با رشد ۶۸۲ پله‌ای وارد کانال ۱۵۷ هزار واحدی شد

## همراهی کوچک‌ها با بزرگان بورس



با معاملاتی به ارزش ۲۲۴ میلیارد ریال رده پنجم را از آن خود ساخت. رشد فرابورس

ارزش معاملات بورس تهران به حدود ۴۳۰ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات رقم یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون سهم و اوراق مالی را تجربه کرد. آیفکس نیز با ۱۸.۴ واحد رشد همراه شد و به رقم ۱۹۶۵ واحدی رسید. ارزش معاملات فرابورس به رقم ۶۲۶ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات این بازار به رقم ۶۸۸ میلیارد تومان دست یافت. نمادهای میدکو (هلدینگ معدنی خاورمیانه)، کبهر (سنگ آهن گهرزمین)، زاگرس (پتروشیمی زاگرس) و ذوب (ذوب آهن) بیشترین سهم را در رشد آیفکس داشتند.

جز در محدود نمادهایی سبزرنگ شدند و در برخی از نمادهای این گروه شاهد صف خرید بودیم.

دو گروه فلزات اساسی و سرمایه‌گذاری‌ها در این روز از جمله گروه‌های پرمعامله بورس تهران بودند؛ به طوری که ارزش معاملات سهم‌های فلزی به بیش از ۵۱ میلیارد تومان رسید و ارزش معاملات سرمایه‌گذاری‌ها رقم ۳۴ میلیارد تومان را زد کرد. شرکت‌های سرمایه‌گذاری از جمله غدیر و صندوق بازتوسعه‌کننده روی شاخص بازار نیز تاثیرات بسزایی داشتند. در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز شاهد نوسان قیمت عمدتاً کمتر از ۲ درصد بودیم اکثر سهم این گروه توانستند با افزایش قیمت روبه‌رو شوند. خودرویی‌ها نیز شاهد معامله ۱۴۶ میلیون سهم به ارزش بیش از ۲۲ میلیارد تومان بودند.

براساس این گزارش، گروه فلزات اساسی در معاملات روز سه‌شنبه بورس صدرنشین شد و در این گروه ۱۵۳ میلیون سهم به ارزش ۵۱۹ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه سرمایه‌گذاری‌ها به ارزش ۳۵۳ میلیارد ریال و بانک به ارزش ۳۱۶ میلیارد ریال، به ترتیب جایگاه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص دادند. گروه شیمیایی با دادوستدی به ارزش ۲۵۵ میلیارد ریال در رده چهارم معاملات قرار گرفت و گروه خودرو نیز

باز بزرگان بازار سرمایه در چهارمین روز هفته شاهد رشد قیمت در بیشتر سهم‌ها بودند. از یک سو، بانکی‌ها ارزش معاملات قابل توجهی را در این روز به خود اختصاص دادند و از سوی دیگر، قندی‌ها نیز با رشد فزاینده قیمت‌ها روبه‌رو شدند.

به گزارش ایسنا، روز دوشنبه با انتشار خبرهایی درباره افزایش سرمایه برخی از نمادهای بانکی، این گروه با استقبال فعالان بازار سرمایه مواجه شدند و این گروه در همین روز گوی سبقت را در جذب نقدینگی ربود و توانست بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص دهد.

اما در روز سه‌شنبه نیز بانکی‌ها هرچند که نتوانستند که بیشترین ارزش معاملات را داشته باشند، اما پس از گروه فلزات اساسی و سرمایه‌گذاری‌ها با ارزش معاملات بیش از ۳۱ میلیارد تومان از گروه‌هایی بودند که بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند.

قندی‌ها نیز هم‌راستا با جریان کلی بازار رشد قیمت را تجربه کردند و توانستند یکدست سبز رنگ شوند. در کنار سهم‌های کوچک قندی، سیمانی‌ها اکثراً با کاهش قیمت مواجه شدند. در روزهای گذشته بازار سهام بیشتر بر پایه سهم‌های کوچک رشد کرد و روز سه‌شنبه نیز علی‌رغم رشد سهم‌های بزرگ شاهد افزایش قیمت در سهم‌های قندی چشمگیر بود. در چهارمین روز معاملاتی بورس تهران در این هفته نمادهایی در گروه فلزی، پتروشیمی، بانکی، بیشترین تاثیر را روی نوسانات بازار سهام داشتند؛ به طوری که صنایع مس ایران، فولاد خوزستان و بانک ملت هر کدام به ترتیب ۲.۴۸، ۱.۵۱ و ۴.۳ واحد تاثیر فزاینده روی شاخص‌ها داشتند. توسعه معادن و فلزات، پتروشیمی جم و نفت بهران نیز در طرف مقابل سعی کردند تا شاخص‌های بازار را به سمت پایین هدایت کنند.

در نتیجه معاملات و نوسانات قیمت‌ها در روز سه‌شنبه، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار ۶۸۲ واحد رشد کرد و به رقم ۱۵۷ هزار و ۳۸۷ رسید. همچنین شاخص کل هم وزن با ۱۱۱ واحد رشد رقم ۲۹ هزار و ۷۵۶ را تجربه کرد. شاخص آزاد شناور نیز ۱۱۲۷ افزایش یافت و عدد ۱۷۴ هزار و ۸۵۹ واحدی را تجربه کرد. شاخص‌های بازار اول و دوم هر کدام ۷۰۴ و ۴۱۰ واحد بالا رفتند.

## گروه فلزات اساسی صدرنشین شد

در گروه استخراج کانه‌های فلزی قیمت سهم‌ها اکثراً با روند فزاینده‌ای مواجه بود؛ به طوری که بیشتر سهم‌ها کمتر از یک درصد و تعداد کمی از آنها بیش از ۲ درصد رشد قیمت را تجربه کردند. در گروه فلزات اساسی نیز شاهد افزایش قیمت سهم‌ها بودیم به طوری که تابلوی این گروه به

همیمان یک انتخاب

16Mbps

ماهیهانه از ۱۰۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان

به همراه  
کد تخفیف  
snapp

۱۵۴۴

asiatech.ir

آسیاتک

asiatech

آگهی صورت  
طبقه بندی بستانکاران

صورت طبقه بندی بستانکاران شرکت ورشکسته بازرگانی تجارت پویا ایرانیان تهیه و تنظیم گردیده و در شعبه پنجم اداره تصفیه امور ورشکستگی تهران به نشانی تهران خیابان شهید قرنی مجتمع قضایی شهید بهشتی طبقه هفتم موجود است. اشخاص ذینفع می‌توانند به آن مراجعه نموده و چنانچه اعتراضی به صورت مذکور داشته باشند ظرف مدت ۲۰ روز از تاریخ انتشار آگهی اعتراض خود را به دفتر شعبه ۸۹ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید صدر تهران (دادگاه صادر کننده حکم توقف) تقدیم نمایند. بدیهی است پس از انقضای مدت مذکور تصمیم این اداره قطعی محسوب می‌گردد.

معاون قضایی اداره کل تصفیه امور ورشکستگی فوه قضاییه- حسین زاده

نوبت دوم

## آگهی مناقصه عمومی



- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی واقع در مشهد- بلوار خیام، تقاطع ارشاد
- موضوع مناقصه: خرید ۶۶۰۰ متر لوله پلی اتیلن ۱۶۰ میلیمتر (PE100-SDR 13.6)
- مدت قرارداد: دو ماه تقویمی
- مدت اعتبار پیشنهادها: از تاریخی که برای تسلیم آن در فراخوان ذکر شده تا مدت ۳ ماه می‌بایست معتبر باشد.
- مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار ۳۲۶.۷۰۰.۰۰۰/- ریال می‌باشد که می‌بایست براساس یکی از تضمین قابل قبول وفق آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۵۰۶۵۹/۱۲۳۴۰۲ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ تهیه گردد.
- مقتضیان می‌توانند از تاریخ ۹۷/۱۱/۳۰ الی ۹۷/۱۲/۰۶ ضمن واریز مبلغ ۱۴۰.۰۰۰/- ریال به حساب شماره ۱۰۴۰۱۰۴۰۲۱۷۴۵۳۱۶۰۱۰۴ بانک ملی جهت خرید و دریافت اسناد مناقصه به نشانی مشهد- کمربندی صد متری- میدان شهید فهمیده- مسیر کنارگذر آسایشگاه شهید فیاض بخش- امور تدارکات و عملیات کالا- اتاق ۲۰۴
- از فروشندگان ثبت شده در سامانه تدارکاتی کالای وزارت نفت (EP) دعوت به عمل می‌آید به منظور اعلام آمادگی کتبی و دریافت اسناد مناقصه به نشانی فوق مراجعه نمایند. ضمناً داشتن و ارائه گواهینامه تأیید ثبت در سامانه مذکور الزامی می‌باشد.
- آخرین مهلت بازگرداندن اسناد مناقصه: ساعت ۹ صبح مورخ ۹۷/۱۲/۱۵
- پیشنهادهای واصله در ساعت ۱۱:۰۰ صبح مورخ ۹۷/۱۲/۱۵ در کمیسیون مربوطه باز و خوانده می‌شود و حضور پیشنهاددهندگان و یا یک نفر نماینده مجاز آنها با همراه داشتن معرفینامه مهیور به مهر شرکت در جلسه افتتاح پاکت آزاد است. شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، در سایت WWW.nigc-khrz.ir امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۳۷۰۲۲۲۱۳ تماس بگیرید.

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

شماره مجوز ۱۳۹۷/۶۲۷۰

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۱/۳۰  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۱۵



## خارجی ها ۳۰۰ میلیون دلار صنایع دستی ایران را صادر کردند

معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان میراث فرهنگی، گفت: در ۹ ماهه امسال ۴۹۰ میلیون دلار صنایع دستی ایران به خارج کشور صادر شده است.

به گزارش ایسنا، «علی اصغر مونسان» در ادامه سفر خود به استان یزد با حضور در مراسم انتخاب میبد به عنوان شهر جهانی زیلو با بیان اینکه توسعه زیلوبافی دو بعد اقتصادی و فرهنگی دارد، اظهار کرد: در ۹ ماهه امسال ۱۹۰ میلیون دلار از مبادی گمرکی صادرات صنایع دستی انجام شده است.

وی صادرات ۳۰۰ میلیون دلار صنایع دستی توسط گردشگران خارجی را از دیگر دستاوردهای ۹ ماهه امسال دانست و افزود: طبق بررسی‌های انجام شده امسال بیش از ۶ میلیون گردشگر خارجی از کشورهای مختلف جهان در ایران حضور داشتند.

رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با بیان اینکه بخش گردشگری و صنایع دستی کشور توانسته به ازای هر نفر ۵۰ میلیون تومان یک فرصت شغلی پایدار ایجاد کرده است، گفت: در سال گذشته یکی از سازمان‌های اشتغال‌زای کشور میراث فرهنگی بوده است. معاون رئیس جمهور در بخش دیگری از سخنان خود به ظرفیت‌های فراوان استان یزد در حوزه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اشاره کرد و گفت: گردشگران داخلی و خارجی فراوانی به این استان در سال‌های اخیر آمده‌اند و امیدواریم با ثبت جهانی زیلو در شهرستان میبد شاهد حضور گردشگران بیشتری در این شهرستان و استان یزد باشیم.

رئیس سازمان میراث فرهنگی ادامه داد: هنر صنعت زیلوی میبد هنر غنی ایرانی اسلامی است و در این هنر خانواده‌های زیادی توانسته‌اند درآمدزایی کنند. مونسان در پایان سخنان خود خاطرنشان کرد: در حوزه صنایع دستی ۷۰ درصد فعالان و هنرمندان این صنعت را بانوان تشکیل می‌دهند و توانسته‌اند به خوبی در این حوزه فعالیت و نقش آفرینی کنند.

## ۶۵ هزار تن «جو» از آلمان آمد

مدیرکل پشتیبانی امور دام استان خوزستان با بیان اینکه ۶۵ هزار تن جو از آلمان به ایران وارد شد، گفت میزان واردات خوراک دام در سال جاری در مقایسه با سال قبل توسط شرکت پشتیبانی دام پنج برابر افزایش یافته است.

به گزارش تسنیم، هادی سلامات، مدیرکل پشتیبانی امور دام استان خوزستان روز گذشته در حاشیه بازدید از ورود محموله‌های بزرگ خوراک دام به کشور، اظهار کرد: حدود ۶۵ هزار تن جو از آلمان برای تنظیم بازار نهاده‌های دامی در بندر امام خمینی ماهشهر تخلیه شد. وی افزود: این کشتی در چند روز گذشته به کشور وارد شد، ولی به دلیل وسعت و بزرگی تخلیه آن چند روز به طول انجامید.

سلامات گفت: ما در مقایسه با سال گذشته بیش از پنج برابر افزایش واردات نهاده‌های دامی داشتیم و سال آینده نیز بیشتر از این میزان واردات انواع نهاده‌های دام شامل کنجاله سویا، جو و ذرت دامی به کشور وارد می‌شود. مدیرکل پشتیبانی امور دام استان خوزستان یادآور شد: هر کشتی روزانه ۸ هزار تن خوراک دام تخلیه می‌کند و در انبارهای این شرکت قرار می‌گیرد که بخشی از آن به‌طور مستقیم پس از تخلیه به آدرس دامداری‌ها و مرغداری‌ها منتقل می‌شود.

وی درباره قیمت این نهاده‌های دامی گفت: قیمت فروش جو و ذرت ۱۵۰۰ و کنجاله سویا ۲۶۰۰ تومان است.

سلامات تصریح کرد: در مقطعی مشکل حمل‌ونقل برای ما پیش آمد که چالش‌هایی در این ارتباط داشتیم، اما در حال حاضر مشکلی برای حمل‌ونقل نهاده‌ها نداریم.

مدیرکل پشتیبانی امور دام استان خوزستان خاطرنشان کرد: سیستم حمل‌ونقل نهاده‌ها به دو شکل روبروی و دوم اینکه پس از انبار شدن نهاده‌ها توسط شرکت‌های حمل‌ونقل ارسال می‌شود. وی در پایان گفت: ما به‌عنوان مسئول تنظیم بازار در بخش خوراک دام، کار خود را انجام می‌دهیم، اما برخی مشکلات وجود داشت که اکنون برطرف شده است و با کمک بخش خصوصی در این زمینه کار کردیم، اما جو روانی وجود داشت که به شرایط بازار دامن زده بود.

## ایران خواستار ایجاد توازن گردشگری با کشور ترکیه

رئیس انجمن دفاتر مسافرت هوایی و جهانگردی ایران بر ضرورت ایجاد توازن گردشگری بین ایران و ترکیه تأکید کرد.

به گزارش ایسنا و به نقل از توربویز، «حرم‌الله ربیعی» - رئیس انجمن دفاتر مسافرت هوایی و جهانگردی ایران - طی ملاقات خود با «فیروز باقلیکایا» - رئیس انجمن دفاتر مسافرتی ترکیه - بیان کرد: «ایران قصد دارد در زمینه میزان تبادل گردشگر با کشور ترکیه به توازن برسد». همچنین «ربیعی» و «باقلیکایا» توافقنامه‌ای مبنی بر توسعه همکاری در عرصه صنعت گردشگری امضا کردند.

حین مراسم عقد توافقنامه «باقلیکایا» بیان کرد: «هیچ‌گونه توازنی بین دو کشور در عرصه گردشگری وجود ندارد و برای موفقیت در این هدف به تلاش و کوشش نیاز داریم.»

ایران در دو ماهه اول سال جاری در صدر فهرست گردشگران ترکیه قرار داشت. بیش از ۳۵۰ هزار ایرانی طی این مدت از ترکیه دیدار کرده‌اند که ۱۱۷ درصد از کل گردشگران این کشور را به خود اختصاص می‌دهد. تعداد زیادی اصلاحات در ایران در رابطه تسهیل روند دریافت ویزا صورت گرفته است. برای مثال صدور مجوز ویزای ۳۰ روزه در فرودگاه‌های ایرانی برای شهروندان بیش از ۱۸۰ کشور و ارائه سیستم آنلاین رزرو هتل از جمله مواردی است که ایران سعی بر اجرای آن دارد. گزارشات حاکی از آن است که دریافت ویزا به صورت الکترونیکی از کنسولگری‌های ایران و با فرودگاه‌های بین‌المللی مقدور است. این گزارش می‌افزاید: با توجه به اینکه ایران مرکز اسلام شیعه است، یکی از اصلی‌ترین مراکز زیارتی مسلمانان محسوب می‌شود، بنابراین گردشگری مذهبی ایران با پیشرفت قابل توجهی رو به رو بوده و از این نقطه نظر شهر مشهد مهم‌ترین مکان ایران محسوب می‌شود؛ چراکه تعداد زیادی از گردشگران ایرانی و خارجی را که به رقمی بیش از ۴ میلیون نفر در سال می‌رسد جذب می‌کند.



گوشت و مرغ منجمد تنظیم بازار می‌کند، تنها با ثبت نام قبلی و احراز هویت افراد اقدام به فروش می‌کند.

اگر به سایت سوم توزیع‌کننده این محصولات به نام مستر قصاب مراجعه کنید با عنوان عدم موجودی در زیر گوشت تنظیم بازاری مواجه خواهید شد.

بنابر این گزارش اما قیمت هر کیلوگرم مرغ منجمد تنظیم بازاری ۸۹۰۰ تومان، مرغ گرم ۱۰۵۰۰ تومان و گوشت منجمد برزیلی ۲۸ هزار تومان و گوشت گرم وارداتی از ۳۷۵۰۰ تومان به فروش می‌رسد.

قیمت هر کیلوگرم مرغ در بازار (آزاد) ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۱۵۰۰۰ تومان، هر کیلوگرم گوشت گرم گوسفندی به صورت شقه از حدود ۸۵ هزار تومان و گوشت گوساله بیشتر از ۷۵ هزار تومان به فروش می‌رسد.

گوشت تنظیم بازاری، موجودی آنها در کمتر از دو ساعت تمام شد و متقاضیان برای خرید این محصولات با عنوان عدم موجودی و تأمین مواجه شدند.

اما سایت‌های عرضه‌کننده گوشت تنظیم بازاری به تازگی دست به انجام کارهای متفاوت برای عرضه این محصولات تنظیم بازار زده‌اند، به طوری که یک فروشگاه اینترنتی، از چند روز قبل تقاضای مشتریان را ثبت می‌کند.

در تماس صورت‌گرفته با فروشگاه اینترنتی «به‌روز رسان» اینطور اعلام شد که تا دوم اسفند رزرو انجام شده و تا آن موقع ثبت‌نام جدیدی نخواهیم داشت.

بنابر این گزارش سایت دیگری نیز با عنوان یخچال که اقدام به فروش

فروش گوشت در دو سایت عرضه‌کننده گوشت تنظیم بازاری به دلیل تقاضای بالای متقاضیان ثبت‌نامی شد و سایت دیگر توزیع‌کننده نیز اعلام عدم موجودی کرده است.

به گزارش خبرنگار تسنیم، بعد از افزایش قیمت گوشت و مرغ در بازار، شرکت پشتیبانی امور دام عرضه مرغ و گوشت تنظیم بازار را در برخی مراکز عرضه منتخب مانند میادین میوه و تره‌بار و فروشگاه‌های زنجیره‌ای آغاز کرد؛ این امر خود موجب ایجاد صف‌های طولانی برای خرید این محصولات شد که متعاقب آن این شرکت تصمیم گرفت که عرضه این محصولات تنظیم بازاری را به صورت اینترنتی در کنار فروش فیزیکی در فضای مجازی انجام دهد.

بنابر این گزارش با آغاز فعالیت فروشگاه‌های اینترنتی عرضه‌کننده

## افزایش ۳۰ درصدی تولید زیتون نسبت به سال گذشته

زرد و رقم روغنی و ۴۰ درصد ارقام خارجی هستند که در باغات کشت شده‌اند. پریچهر با اشاره به اینکه ایران در سال ۲۰۱۸ به طور رسمی عضو شورای بین‌المللی زیتون شده است، گفت: در راستای توسعه همکاری با این نهاد بین‌المللی و انتقال دانش و تجربیات آن، امسال با حضور دو کارشناس اسپانیایی یک کارگاه آموزشی چهار روزه در قزوین برای محققان زیتون، باغداران و مدیران به صورت علمی و عملی برگزار شد. وی از معرفی آزمایشگاه موسسه ملی استاندارد، آزمایشگاه سازمان غذا و دارو و ایستگاه تحقیقات رودبار به شورای بین‌المللی زیتون خبر داد و اظهار داشت: آزمایشگاه‌ها در حال گذراندن مراحل اخذ مرجعیت بین‌المللی برای انجام آزمایش‌های مربوط به کنترل کیفیت روغن زیتون هستند و در ارزیابی حسی روغن زیتون برای تعیین کیفیت، ایستگاه تحقیقات رودبار مراحل اخذ مرجع بین‌المللی شدن را طی می‌کند.

سیاست‌های وزارت جهاد کشاورزی، امسال باغداران به سمت افزایش تولید روغن رفتند و میزان تولید زیتون کنسروی کمتر شد. پریچهر با اشاره به اینکه مصرف روغن زیتون در ایران به حدود ۱۸۰ گرم برای هر نفر رسیده است، خاطرنشان کرد: سرانه مصرف این محصول در کشورهای اروپایی تا ۱۱ کیلوگرم است. وی درباره میزان تولید دانه زیتون در سال جاری نیز اعلام کرد: امسال بیش از ۱۰۰ هزار تن تولید میوه زیتون داشتیم که بیش از میزان پیش‌بینی ۹۰ هزار تنی ما بود.

پریچهر، تولید روغن زیتون را از سیاست‌ها و برنامه‌های مهم وزارت جهاد کشاورزی برای تأمین روغن باکیفیت و مورد نیاز کشور مطرح کرد و افزود: امسال در پی افزایش تولید روغن زیتون، واردات این محصول ۲ هزار تن کاهش داشته است.

وی با بیان اینکه ۴۵ درصد دانه زیتون تولیدی کشور به روغن و مابقی به کنسرو تبدیل شده است، تصریح کرد: در راستای

مجری طرح زیتون گفت تولید روغن زیتون در کشور امسال بیش از ۳۰ درصد نسبت به سال ۹۶ افزایش یافته است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، سید رحمت‌الله پریچهر مجری طرح زیتون معاونت باغبانی گفت: امسال با مجموعه اقدامات انجام شده و استقبال باغداران، تولید روغن زیتون به ۷۱۰۰ تن رسید و این در حالی است که در سال ۹۶ حدود ۵۲۰۰ تن روغن زیتون تولید شد.

پریچهر، تولید روغن زیتون را از سیاست‌ها و برنامه‌های مهم وزارت جهاد کشاورزی برای تأمین روغن باکیفیت و مورد نیاز کشور مطرح کرد و افزود: امسال در پی افزایش تولید روغن زیتون، واردات این محصول ۲ هزار تن کاهش داشته است.

وی با بیان اینکه ۴۵ درصد دانه زیتون تولیدی کشور به روغن و مابقی به کنسرو تبدیل شده است، تصریح کرد: در راستای

تولید تخم‌مرغ به یک میلیون تن می‌رسد

## احتمال وضع عوارض برای صادرات تخم‌مرغ

هدف صادر شود.

این مقام مسئول به وضع عوارض برای صادرات تخم‌مرغ اشاره کرد و گفت: با توجه به درخواست مرعداران برای صادرات مازاد تولید تخم‌مرغ، اتحادیه پیشنهادی مبنی بر دریافت عوارض را ارائه کرده، اما تاکنون ستاد تنظیم بازار نظر خود را در این باره اعلام نکرده است. نبی‌پور در پایان با اشاره به اینکه ممنوعیت صادرات تخم‌مرغ در دستور کار شده است، تصریح کرد: با توجه به آنکه نمی‌توانیم اجازه دهیم مازاد تولید تخم‌مرغ خراب و دور ریخته شود، از این رو پیشنهاد وضع عوارض بر صادرات را به ستاد تنظیم بازار داده‌ایم که در صورت موافقت صادرکنندگان به ازای دریافت یک کیلو تخم‌مرغ باید میزان مشخصی عوارض پرداخت کنند.

نبی‌پور با انتقاد از این مسئله که خبری از توزیع نهاده‌های دامی با نرخ مصوب نیست، بیان کرد: بارهایی که یک ماه پیش از خریداری، مبلغش واریز شده، هنوز بین مرعداران توزیع نشده است.

رئیس هیات مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران ادامه داد: روزانه ۲ هزار و ۷۰۰ تا ۲ هزار و ۸۰۰ تن تخم‌مرغ در کشور تولید می‌شود که بخشی از این میزان به سبب مازاد باید به بازارهای هدف صادر شود که متأسفانه وزارت صمت، صادرات تخم‌مرغ را ممنوع اعلام کرده است.

به گفته وی، طبق اظهارات معاون امور تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی سال آینده یک میلیون تن تخم‌مرغ در کشور تولید خواهد شد که حداقل ۱۵۰ تا ۲۰۰ هزار تن از این میزان باید به بازارهای

رئیس هیات مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران گفت سال آینده یک میلیون تن تخم‌مرغ در کشور تولید خواهد شد که حداقل ۱۵۰ هزار تن از این میزان باید صادر شود.

ناصر نبی‌پور در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات نرخ تخم‌مرغ در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون متوسط نرخ هر کیلو تخم‌مرغ درب مرغداری ۶ هزار و ۴۰۰ تا ۶ هزار و ۵۰۰ تومان است که با قیمت تمام‌شده خود ۲ هزار تومان فاصله دارد.

وی با اشاره به اینکه بازار نهاده‌های دامی همچنان آشفته است، افزود: در شرایط کنونی مرعداران هر کیلو ذرت را با نرخ یک هزار و ۵۰۰ و کنجاله سویا را ۳ هزار و ۵۵۰ تومان از بازار آزاد خریداری می‌کنند که این امر بر افزایش هزینه‌های تولید دامن می‌زند.

## اخبار

## میزان مصرف روزانه بنزین در کشور اعلام شد

در سال ۱۳۹۷ میانگین مصرف بنزین روزانه ۸۷ میلیون لیتر و میانگین تولید در بهمن‌ماه سال ۱۳۹۷، روزانه ۱۰۳ میلیون لیتر بوده است که این ارقام به گفته معاون وزیر نفت، نشان‌دهنده فاصله مطلوب تولید و مصرف است و به پایداری تولید و ذخیره‌سازی بنزین در کشور انجامیده است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» علیرضا صادق آبادی - معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران - مقدار ارزش افزوده ایجادشده از محل ساخت پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس برای کشور را سالانه ۸۰۰ میلیون دلار اعلام کرد و گفت: ارزش افزوده ایجادشده از محل راه‌اندازی فازهای سه‌گانه این پالایشگاه امنیت انرژی کشور را تضمین می‌کند. وی با تأکید بر اینکه با راه‌اندازی فاز سوم این پالایشگاه دیگر واردکننده بنزین نیستیم، افزود: تا مهرماه اسفند ایران همواره واردکننده بنزین بود، اما با راه‌اندازی پالایشگاه ستاره خلیج فارس برای نخستین‌بار در سال ۹۷ دیگر واردکننده بنزین نیستیم که البته مواردی همچون سهمیه‌بندی بنزین در سال‌های گذشته، توسعه ناوگان حمل‌ونقل عمومی، متنوع‌سازی سبد سوخت و توسعه صنعت سی‌ان‌جی از عوامل موثر در به صفر رساندن واردات بنزین بوده است.

## راه‌اندازی نشدن ستاره روزانه ۶.۵ میلیارد دلار هزینه به کشور تحمیل می‌کرد

وی با اشاره به اینکه در صورت نبود پالایشگاه ستاره خلیج فارس امروز مجبور بودیم روزانه ۳۶ میلیون لیتر بنزین وارد کنیم و این مقدار روزانه ۱۸ میلیون دلار و سالانه ۶.۵ میلیارد دلار هزینه به کشور تحمیل می‌کرد، گفت: اگر پالایشگاه ستاره خلیج فارس راه‌اندازی نمی‌شد، امروز همچنان واردکننده بنزین بودیم، افزون بر آن، هزینه‌های زیادی از محل برداشت کمتر از میدان مشترک گازی پارس جنوبی، اجاره کشتی‌های بزرگ برای نگهداری میعانات گازی و تحویل سوخت مایع به مصرف‌کنندگان بر کشور تحمیل می‌شد. مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ادامه داد: با دریافت فرآورده‌های تولید پالایشگاه میعانات گازی ستاره خلیج‌فارس، ذخایر بنزین کشور در وضع مطلوبی قرار گرفته و امکان صادرات بنزین نیز فراهم شده است. صادق آبادی، با اشاره به جبران کمبود خوراک پتروشیمی‌ها از محل تولیدات پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس گفت: با بهبود فناوری در فازهای موجود پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس و راه‌اندازی فاز چهارم، می‌توانیم برداشت بیشتری از میدان مشترک پارس جنوبی داشته باشیم و ظرفیت پالایشی روزانه بیش از ۵۰۰ هزار بشکه میعانات گازی در این پالایشگاه محقق خواهد شد. وی افزود: افزایش ظرفیت تولید پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس با راه‌اندازی فاز چهارم این پالایشگاه و رفع گلوگاه‌های فازهای یکم تا سوم این پالایشگاه و نیز اجرای پروژه‌های کاهش نفت‌کوره در پالایشگاه‌هایی نظیر اصفهان، بندرعباس، تبریز و ... به‌منظور ایجاد ارزش افزوده از مهم‌ترین اولویت‌ها و برنامه‌های کوتاه‌مدت صنعت پالایش ایران است که البته پروژه‌های کاهش نفت‌کوره دارای پیچیدگی‌های بسیاری است و به منابع مالی نیاز دارد.

## فروش دپروز سایپا ۲ ساعته تمام شد

طرح فروش فوری هشت محصول سایپا دو ساعته به اتمام رسید. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، براساس اعلام شرکت خودروسازی سایپا روز گذشته طرح فروش فوری هشت محصول این شرکت رأس ساعت ۱۰ صبح آغاز شده ظرف دو ساعت ظرفیت فروش فوری این هشت محصول به اتمام رسید. در این طرح خودروهای تیبیا، ۲، سایپا ۱۳۱، سایپا ۱۳۲، سایپا ۱۵۱، کوئیک دستی، نیسان دوگانه‌سوز و نیسان تک‌سوز فروش فوری شده است. براساس اعلام شرکت سایپا با توافقات به عمل آمده با وزارت صنعت ۲۰ درصد از حجم تولید روزانه این شرکت با قیمت اعلامی سازمان حمایت به فروش می‌رسد. در این طرح فروش هر مشتری با کد ملی و کد پستی می‌توانست یک خودرو خریداری کند. البته کد ملی فرد نیز کنترل می‌شود تا طی دو یا سه سال اخیر خودرویی خریداری نکرده باشد.

## زبان‌های انحصار در صنعت خودرو چیست؟

دبیر کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی سیاست دولت و نظام را حمایت از بخش خصوصی دانست و اظهار داشت حمایت از بخش خصوصی در راستای توسعه همه‌جانبه تولید و اشتغال از سیاست‌های مهم نظام و دولت است.

ولی داداشی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، افزود: در فضای انحصاری قطعا شاهد کاهش رقابت‌پذیری تولیدکنندگان و به تبع آن کاهش کیفیت محصولات خواهیم بود لذا از آنجا که کیفیت و کمیت در صنعت بزرگ خودروسازی حائز اهمیت است باید به موضوع جلوگیری از انحصار در این صنعت توجه ویژه داشت. نماینده مردم آستارا در مجلس شورای اسلامی اذعان داشت: با توجه به اینکه در فضای انحصاری از تمام ظرفیت‌های بخش خصوصی استفاده نمی‌شود، لذا یکی دیگر از مضرات انحصار از بین رفتن سرمایه‌هایی است که در راستای توسعه بخش‌های تولیدی و صنعتی به کار گرفته شده است. وی تصریح کرد: در واقع در فضای انحصاری متحمل دو زیان می‌شویم نخست کاهش کیفیت که به دلیل عدم رقابت‌پذیری فضای انحصار به وجود می‌آید و سپس از بین رفتن سرمایه‌های به کار گرفته شده و در خطر افتادن موقعیت اشتغال‌زایی که به واسطه فعالیت این واحدهای صنعتی به وجود آمده است همچنین باید این نکته را در نظر داشت که ایجاد انحصار اصولا کار غیرمنطقی است که باید به‌جدا با آن مقابله شود. دبیر کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی خاطر نشان کرد: حمایت از بخش خصوصی امری لازم‌الاجرا و ضروری است زیرا علاوه بر تأمین نیاز داخل فرصت‌های شغلی زیادی ایجاد می‌شود که به مخاطره افتادن آنها عواقب جبران‌ناپذیری به همراه خواهد داشت، لذا باید شرایط را به گونه‌ای فراهم ساخت تا شرکت‌های قطعه‌ساز در فضای امن اقتصادی، تولیداتی رقابت‌پذیر در زمینه‌های کیفیت، کمیت و قیمت را عرضه کنند زیرا معتقدیم تنها در فضای رقابتی است که شاهد رشد کیفیت قطعات و در مقابل، کاهش قیمت نهایی محصولات خواهیم بود.

## آزادسازی قیمت هم مانع از رشد قیمتی خودرو در بازار نشد



از کارشناسان بخش تقاضا می‌تواند به‌عنوان نقطه تعدیل قیمت‌ها شناخته شود.

## چالش فرمول آزادسازی

پیش‌تر زمانی که موج سرمایه‌های سرگردان به همراه تحریم‌ها به ساحل شرکت‌های خودروساز رسید، وزارت صنعت، معدن و تجارت در دوره محمد شریعتمداری تلاش کرد تا با پیش‌فروش محصولات دو خودروساز بزرگ کشور، حباب قیمتی بازار را از بین ببرد و سرمایه‌های سرگردان را به‌جای بازار به سمت خطوط تولید خودروسازان هدایت کند. ایده مدیریت وقت وزارت صمت موثر واقع نشد و تعهد تحویل یک میلیون دستگاه خودرو به ثبت‌نام‌کنندگان را روی دست دو خودروساز باقی گذاشت. با روی کار آمدن رضا رحمانی به‌عنوان وزیر صنعت، ساز آزادسازی قیمت خودرو در وزارتخانه کوچک شد. رحمانی به‌دنبال این بود پیاده‌سازی فرمول قیمت کارخانه ۵۰ درصد زیر قیمت حاشیه بازار، طرف عرضه را تحریک کند و زمینه را برای افزایش عرضه خودروسازان فراهم کند. تحلیل وزارتخانه این بود که با تعیین قیمت کارخانه براساس حاشیه بازار سه اتفاق به صورت هم‌زمان می‌افتد. اول طرف عرضه تحریک می‌شود، دوم دلان و واسطه‌ها از بازار خارج شده و تنها تقاضای اصلی و مصرف‌کننده واقعی در بازار باقی می‌ماند و در ادامه قیمت محصولات در بازار روند نزولی در پیش می‌گیرد تا به یک نقطه تعادلی برسد.

## نقدینگی تزریقی باید به زنجیره تامین و قطعه‌سازی برسد

دست خودروساز می‌رسد با توجه به سلاقی کاری‌ای که در سیستم مدیریتی خودروسازان وجود دارد این پول به اهداف اصلی‌ای که برای ترمیم زنجیره تامین خودرو نیاز است تعلق نمی‌گیرد. در حال حاضر قطعه‌سازان که بخش خصوصی بوده و از حمایت‌های دولتی جدی برخوردار نیستند وضعیت خوبی ندارند.

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت افزود: خودروسازان و قطعه‌سازان رده اول که در تجربه‌های قبلی بسیار علاقه‌مند به واردات قطعات از کشورهایی مثل چین بودند مجدداً این پول و نقدینگی را دریافت می‌کنند و به جای اینکه این نقدینگی را وارد چرخه تولید کنند آن را وارد چرخه تجارت می‌کنند، درحالی‌که نباید به این شکل باشد. در مساله تزریق نقدینگی که توسط دولت انجام می‌شود باید بتوانیم نقدینگی مورد نظر را به قطعه‌سازان و زنجیره تامین خودروسازان تخصیص دهیم که در حال حاضر حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان طلب دارند.

خلخالی افزود: تخصیص نقدینگی تزریق‌شده برای خرید نهاده‌های تولید و گشایش آل سی جهت خریدهای خارجی امری درست و مثبت است. بسیاری از تولیدکنندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو که برخی از مواد اولیه مورد نیاز را که در داخل کشور قابل تولید نبود از خارج وارد می‌کردند، اکنون به دلیل اینکه قادر به واردات مواد

آشفتنگی‌های اخیر بازار خودرو، تردیدهایی در زمینه موثر بودن فرمول موردنظر وزارت صنعت، معدن و تجارت در ارتباط با بازگرداندن ثبات به بازار خودرو ایجاد کرده است. به گزارش پدال نیوز، پیش از این رضا رحمانی، وزیر صمت وعده داده بود که با آزادسازی قیمت‌ها، تولید روند صعودی به خود خواهد گرفت و به‌دنبال آن قیمت‌ها نیز به واسطه تعادل‌سازی در عرضه و تقاضا کاهش می‌یابد. وعده رضا رحمانی در شرایطی بسیاری از منتقدان خود را چشم‌انتظار عملی شدن وعده‌ها مبنی بر ثبات بازار و همچنین کاهش قیمت‌ها گذاشت که حالا با افزایش بی‌حساب و کتاب قیمت‌ها امکان هر نوع خریدی از مشتریان گرفته شده است. در این بین به‌نظر می‌رسد تنها دلان و واسطه‌گران بیشترین سود را از سیاست‌های خودرویی وزارت صنعت بردهند و طبق معمول تنها وعده و وعیدهای غیرعملی برای مشتریان و منتقدان خودرو مانده است.

## وعده‌های توخالی؟

به این ترتیب در شرایطی با وجود ماه‌ها برنامه‌ریزی و جلسات کارشناسی در وزارت صنعت یک‌بار دیگر دلان و واسطه‌گران فاتح بازار خودرو شدند که به‌نظر می‌رسد وزارت صنعت باید هرچه زودتر تمهیداتی در این زمینه بیندیشد. آنچه مشخص است افزایش تولید و عرضه خودرو به بازار می‌تواند تا حدودی متوقف‌کننده روند صعودی قیمت‌ها باشد، حال آنکه آمار تولید ۱۰ ماهه امی‌ها در این زمینه را به ناامیدی تبدیل کرد؛ به‌طوری‌که طبق آمارهای وزارت صنعت، معدن و تجارت تولید

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت اعلام کرد که تزریق نقدینگی به خودروسازی کشور ضروری است، اما این موضوع باید به صورت هدفمند انجام شود و باید نقدینگی مورد نظر را به قطعه‌سازان و زنجیره تامین خودروسازان که در حال حاضر حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان طلب دارند و برای خرید نهاده‌های تولید و گشایش آل سی تخصیص دهیم. ابوالفضل خلخالی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو درخصوص ضرورت افزایش تولید خودروسازان اظهار داشت: به منظور تحویل سریع و انجام حداکثری تعهدات خودروسازان، افزایش تیراژ خودروسازان ضرورت دارد.

وی درخصوص ملزومات افزایش تیراژ و تزریق نقدینگی به عنوان یکی از ابزارهای افزایش تیراژ خودرو گفت: تزریق و افزایش نقدینگی می‌تواند در افزایش تیراژ بسیار موثر باشد و این امر ضروری است، اما این موضوع باید به صورت هدفمند انجام گیرد و نقدینگی مورد نظر لزوماً فقط به خودروساز به عنوان یک عضو از زنجیره تامین خودرو تزریق نشود و به دست بخش‌های اصلی زنجیره تامین که تأمین‌کنندگان قطعات خودرو هستند برسد تا وضعیت آسیب‌دیده زنجیره تامین خودروساز ترمیم شود. وی افزود: در گذشته نیز این تجربه را داشته‌ایم؛ وقتی پول به

## قیمت نهایی تولید خودرو چگونه کاهش می‌یابد؟

نهایی کاهش یابد زیرا در سایه افزایش تولید، قیمت نهایی روی هر محصول سرشکن و در نهایت محصولات با قیمت‌های کمتری به دست مصرف‌کننده خواهد رسید. عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت اذعان داشت: همکاری مناسب بانک‌ها و ارائه تسهیلات به خودروسازان عامل دیگری است که باید به آن توجه داشت که در این راستا بانک‌ها باید با کنار گذاشتن اهداف تجاری، امکانات بیشتری را نسبت به گذشته و بدون بوروکراسی‌های اداری در اختیار بخش‌های تولیدی قرار دهند تا در سایه همکاری‌های بیشتر، نقدینگی مورد نیاز خودروسازان تأمین شود. وی گفت: باید قوانین مجلس و دولت به گونه‌ای وضع شود تا فرآیند تولید آسوده‌تر شود تا با روان شدن آن، تولیدکنندگان قادر به برنامه‌ریزی برای تولید اقتصادی باشند.

## شبکه نوآوری تهران جهشی در سهم اقتصاد دانش بنیان ایجاد می کند

شبکه نوآوری تهران به منظور تعامل و هم افزایی میان عناصر زیست بوم نوآوری کشورمان ایجاد شده است که در نظر دارد سهم اقتصاد دانش بنیان در کشور را با جهش مواجه کند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، زیست بوم نوآوری و فناوری در ایران که عناصری مانند استارت آپ ها، شرکت های دانش بنیان و فناوری، سرمایه گذاران، صندوق های خطر پذیر، پارک های علم و فناوری، مراکز رشد و ... را شامل می شود در سالیان اخیر در ایران به خوبی شکل گرفته است، اما تعامل و هم افزایی میان این عناصر مانند حلقه های مفقوده بود که فرآیند دستیابی به نتایج را کند می کرد.



### دریچه

## ۵ کاری که شما با انجام دادن شان روحیه گروه تان را از بین می برید

کنید که اعضای گروه خود را با استراحت دادن به آنها، تا زمانی که بخشی از کارشان را در زمان مقرر خود انجام دهند راضی نگه دارید.

### ۳. در مقابل فشارها تسلیم نشوید

به عنوان یک مدیر اجرایی یا رهبر یک گروه، شما وظیفه دارید تا مطمئن شوید که تمامی کارکنان روی کار متمرکز بوده و بهره ور هستند. این بدان معنا است که شما اغلب اوقات تحت فشار هستید، تمامی بارها را به دوش می کشید و نمی گذارید تا این فشارها روی اعضای گروه تان تاثیر بگذارد. این موضوع همچنین مشکلاتی را بر بهره روری شما و دیدگاه دیگران نسبت به شما به همراه دارد. شما ممکن است که از آن آگاه نباشید، اما نگاه کارکنان هر زمان که از در وارد می شوید یا درباره پروژه بعدی تان حرف می زنید، به شما است. این بدان معنا است که شما نه تنها مسئولیت بزرگی را به عنوان رهبر گروه به عهده دارید بلکه باید هنگام این کار آرامش خود را نیز حفظ کنید. از دست دادن کنترل و تسلیم شدن در مقابل فشارها می تواند اثرات پایداری را روی گروه و شرکت تان داشته باشد.

اگر شما بی دلیل بر سر کارکنان تان داد زده و یا در محل کارتان بد رفتار کنید، ممکن است که به دفتر مدیر عامل فراخوانده شوید. همانند یک حرفه ای رفتار کنید و لبخند بزنید؛ دقیقا همان گونه که در رزومه خود می نویسید، رفتار کنید. اگر این گونه رفتار کنید، شما به کارکنان و اعضای گروه خود برای انجام کار خود به بهترین نحو ممکن (بدون توجه به نتیجه کار)، انگیزه می دهید.

### ۴. از زیر مسئولیت های خود شانه خالی نکنید

بسیاری از مدیران تمایل دارند تا گروه شان را برای یک پروژه ناموفق مقصر بدانند. این را به یاد داشته باشید که شما رهبر گروه خود هستید و دستورات شما با قاطعیت انجام می شوند. این به بدان معنا است که قدرت موفقیت و شکست از آن شما است و اعضای گروه تان به هیچ عنوان از دستورات شما سرپیچی نمی کنند. اگر شکست خوردید، بدین معناست که کل گروه شکست خورده است و شما نیز عضوی از گروه هستید. یک رهبر گروه خوب، مسئولیت اکثر خطاهای ناشی از مدیریت خود را به عهده می گیرد و با عواقب آن رو در رو می شود. مدیران عامل با مدیرانی که اشتباهات گروه شان را به عهده می گیرند نسبت به کسانی که تمامی اشتباهات را به گردن اعضای گروه خود می اندازند، بیشتر مدارا می کنند و روبه رو شدن با اعضای گروه تان پس از مقصر جلوه دادن آنها می تواند اثرات مخربی در همکاری های آینده شما داشته باشد. شما باید هر کاری را که می توانید برای پذیرفتن مسئولیت پروژه های خود انجام دهید.

### ۵. لجباز و یک دنده نباشید

پذیرای ایده های جدید بودن همان چیزی است که شما را تبدیل به یک رهبر می کند. حتی اگر تجربه شما از تجربه تمامی اعضای گروه تان نیز بیشتر باشد، هنوز هم می توانید چیزهای جدیدی از ذهن های جوان و روشن فکر بیاموزید. این بدان معنا است که شما باید گوش شنوا داشته باشید حتی اگر در ابتدا سخنان یک فرد بچه و بی ارزش به نظر برسند.

ایده های جدید در دنیای شرکت ها بسیار دشوار به دست می آیند و اگر به اعضای گروه خود شانس برای حرف زدن بدهید، تبدیل به رهبر موردعلاقه آنها خواهید شد. اگر بدون مشورت با اعضای گروه تان ایده های خود را به کار بگیرید، ممکن است که روش شما پروژه را به پایان برساند و یا ممکن است که با روش شما آن پروژه شکست بخورد. در این شرایط اگر پروژه شما شکست بخورد چه کسی جز شما و غرورتان را می توانید سرزنش کنید؟ ارزش خود را بالاتر ببرید و با افراد اطراف خود مشورت کنید.

ایجاد انگیزه در یک گروه و هماهنگی عملکرد آنها حتی برای رهبران زبردست، کاری بسیار دشوار است. شکلی که اعضای گروه و کارکنان تان شما را می بینند و درک می کنند، از طریق کیفیت کار آنها قابل تشخیص است.

منبع: [RightMixMarketing/ucan](http://RightMixMarketing/ucan)

# آمازون در ۲ سال گذشته هیچ مالیاتی در آمریکا پرداخت نکرده است

آمازون در سال ۲۰۱۸ تقریبا هیچ مالیاتی پرداخت نکرده و به نظر می رسد این روند برای غول تجارت الکترونیک، عادی است.

به گزارش زومیت، مسئله مالیات یکی از مهم ترین نگرانی های کسب و کارها در سرتاسر جهان محسوب می شود. در قوانین کشورهای مختلف نیز شرایط و قوانین متعددی برای پرداخت مالیات وجود دارد که برخی اوقات، توسط افراد و کسب و کارها، اصطلاحا دور زده می شود. آمازون، یکی از بزرگ ترین شرکت های جهان محسوب می شود که طبق اخبار و شایعات، احتمالا در سال های متمادی خود را از پرداخت مالیات معاف کرده است.

مؤسسه تحقیقات سیاست های اقتصادی و مالیاتی آمریکا ITEP در گزارش جدید خود، وضعیت مالیاتی آمازون را بررسی کرد. طبق آمار، شرکت مذکور، سال ۲۰۱۸ را با سود ۱۱.۲ میلیارد دلاری یعنی حدود دو برابر سال قبل میلادی به پایان رساند. در حالی که رقم پرداختی مالیات توسط آنها، صفر دلار گزارش می شود.

قانون رسمی ایالات متحده از سال ۲۰۱۸ در بحث مالیات، رقم ۲۱ درصد را به عنوان وظیفه قانونی به کسب و کارها اعلام می کند. گزارش های رسمی منتشر شده از سوی آمازون نشان می دهد این شرکت در سال گذشته تخفیف فدرال ۱۲۹ میلیون دلاری دریافت کرده است. با یک محاسبه ساده به این نتیجه می رسیم که درصد مالیات برای غول تجارت الکترونیکی، حتی حدود منفی یک درصد می شود.

آمازون در گزارش های رسمی خود پیرامون پرداخت مالیات در سال ۲۰۱۸، از فاکتورهایی به عنوان تخفیف های مالیاتی نام می برد که با وجود عدم شفافیت، گویی به خاطر دلایل مختلف به این کسب و کار میلیارد دلاری اهدا شده اند. البته، ۲۰۱۸ اولین سالی نبود که آمازون مالیاتی به دولت فدرال پرداخت نکرد. آنها در سال ۲۰۱۷ نیز با وجود درآمد ۵.۶ میلیارد دلاری، هیچ مالیاتی پرداخت نکردند.

# ama

## ضرورت حضور زنان در شورای عالی فضای مجازی

است که تکنولوژی مخصوصا فضای مجازی ممکن است مشکلاتی ایجاد کند، اما جدا از معایبی که وجود دارد، این فضا فرصت هایی را در اختیار کاربران مخصوصا کارآفرینان و مشاغل خانگی قرار می دهد که بی انتهایست و بهره برداری از آن می تواند اقتصاد یک کسب و کار را متحول کند.

رئیس هیات مدیره شبکه علمی ایران به اهمیت فضای دیجیتال در جهت رشد و رونق کسب و کار در مناطق محروم و مخصوصا زنان کارآفرین اشاره کرد و اظهار داشت: حضور فعال زنان شایغل و کارآفرین در لایه های مدیریتی و تصمیم گیری، مخصوصا کسب و کارهای دیجیتال و در دسترس بودن امکانات سایبری در خانه ها و مدارس، این ضرورت را ایجاد می کند تا پیش نهاد کنیم از حضور زنان نیز در تشکیل شورای عالی فضای مجازی، به عنوان یک نهاد تصمیم گیر در سیاست گذاری های



کلان کشور استفاده شود. طبیعتا با توجه به جایگاه زنان کشور هم از نگاه کارآفرینی و هم از نگاه وظایف تربیتی، اجتماعی و مدیریتی که در خانواده دارند، حضور زنان می تواند اهداف شورا را پر بارتر از قبل کند.

رئیس هیات مدیره شبکه علمی ایران معتقد است باید در شورای عالی فضای مجازی از حضور زنان بهره برد و آنها را در تصمیم گیری ها سهیم کرد و نباید در خصوص فضای مجازی، سلیقه ای برخورد شود.

به گزارش ایرنا، «سادینا آباتی» در اجلاس بانوان برند آفرین با محوریت برندهای بین المللی که در سالن همایش های صدا و سیما برگزار شد، با بیان اینکه کارآفرینان و صاحبان بنگاه های اقتصادی با استفاده از فرصت های فضای مجازی می توانند بهره روری شان را افزایش بدهند و به اقتصاد مطلوب نزدیک تر شوند، گفت: سال ها قبل شاید فضای مجازی فناوری، تحمیلی و لوکس شناخته می شد ولی اکنون ثابت شده که برای ساختن دنیای فاقد مرز و در روند توسعه جهانی، فضای مجازی بهترین ابزار است، اما متأسفانه به دلیل شناخت اندک سیاست گذاران از این فضا، شاهد برخورد سلیقه ای و بروز محدودیت های

هستیم که با آموزش صحیح می توان آن را به فرصتی بی نظیر تبدیل کرد. وی با اشاره به اینکه معایب شبکه های اجتماعی مخصوصا نقض حریم خصوصی افراد در آن بر کسی پوشیده نیست، افزود: این یک امر بدیهی

## شهرداری به دنبال تعامل تاثیر گذار با استارت آپ ها است

در شهر یکی از مواردی است که در دستور کار جدی شهرداری تهران قرار دارد.

او نیروهای شاغل در حوزه ICT را نیز به عنوان شاخصی جهانی

در حوزه شهرهای هوشمند عنوان کرد و همچنین با اشاره به راه اندازی پورتال های [data.tehran.ir](http://data.tehran.ir) و [api.tehran.ir](http://api.tehran.ir) با هدف دسترسی کسب و کارها، متخصصان و عموم شهروندان به داده های شهر توضیح داد: از جمله شاخص های مهم در بعد حکمروایی هوشمند، مباحث مربوط به داده های باز و شفافیت است و میزان دسترسی باز به داده های شهر یکی از شاخص های جدی شهرهای هوشمند است.

فرجود همچنین با اشاره به راه اندازی سامانه نوآوری و مشارکت شهرداری (باهم) به آدرس [baham.tehran.ir](http://baham.tehran.ir) گفت: این

پورتال با محوریت مشارکت شهروندان و دیگر بازیگران هوشمندسازی شهر راه اندازی شده است. در واقع با این کار، فضای ارائه مسئله و راهکار به طور همزمان در این سامانه فراهم است.

مدیرعامل سازمان فاوای شهرداری تهران در اختتامیه یازدهمین جشنواره وب و موبایل ایران، ارائه سرویس های بهتر برای شهروندان و کمک به رونق کسب و کارهای نوآورانه را از رویکردهای مهم مدیریت شهری در دوره جدید معرفی کرد.

به نقل از روابط عمومی سازمان فاوای شهرداری تهران، محمد فرجود در این مراسم که در پژوهشگاه نیرو برگزار شد، ارائه سرویس های بهتر به شهروندان و کمک به بهبود فضای کسب و کارهای نوآورانه را دو نقش جدی و پررنگی توصیف کرد که در دوره فعلی مدیریت شهری تعریف شده و گفت: ما مأموریت ویژه ای در زمینه هوشمندسازی تهران برای خود تعریف کرده ایم و قصد داریم ارتباط تاثیر گذارتر و پر بارتری با نقش آفرینان زیست بوم نوآوری و شرکت های دانش بنیان داشته باشیم.

فرجود با ابراز امیدواری درباره رشد کسب و کارهای نوآور در شهر تهران، تعداد این شرکت ها و ارتباط مدیریت شهری با آنها را از شاخص های مهم شهر هوشمند دانست و گفت: تسهیل شرایط فعالیت شرکت های نوآور





## شتاب حضور شرکت‌های دانش بنیان در تولید واکسن



مصطفی قانعی، دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، درباره فعالیت بخش خصوصی در حوزه واکسن، بیان کرد: در ۴۰ سال گذشته در این حوزه دستاوردهایی خوب به دست آورده‌ایم. یکی از این دستاوردها ورود بخش خصوصی به این عرصه بود که این اتفاق از سه سال پیش شتاب گرفته است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی افزود: در کشور جوانان متخصص و توانمندی در حوزه واکسن وجود دارند که اگر بتوانیم به نحوی مناسب از این توانایی‌ها استفاده کنیم، می‌توانیم به یکی از پیشگامان عرصه واکسن دنیا تبدیل شویم.

### یادداشت



## کارآفرینان موفق از تجربه روزهای سخت بوت استرپ می‌گویند

او نامه‌ای را به همراه دو بلیت برای کاخ سفید فرستاد و منتظر پاسخ ماند. دو هفته بعد شخصی از کاخ سفید با او تماس گرفت و گفت رئیس جمهور نیکسون و بانوی اول نمی‌توانند در این رویداد حضور پیدا کنند. ویلدروتر بلافاصله استراتژی خود را تغییر داد و پرسید آیا معاون رئیس جمهور می‌تواند در رویداد شرکت کند؟ شخصی که تماس گرفته بود بار دیگر پاسخ منفی داد. آخرین سؤال ویلدروتر این بود که آیا در ازای بلیت‌هایی که فرستاده‌ایم می‌توانیم انتظار کمک مالی داشته باشیم؟ شخصی که تماس گرفته بود مدتی مکث کرد و گفت: «بله البته».

ویلدروتر می‌دانست ایده خوب و قانع‌کننده‌ای دارد به همین دلیل بعد از شنیدن اولین پاسخ منفی دلسرد نشد. فن مذاکره او جایگزین خوبی برای ایده اولیه پیدا کرد و نتیجه این بود که پول قابل توجهی به مراسم خیریه اهدا شد.

### ۳- ناامیدی را با فرصت‌های جدید جایگزین کنید

جولیا هارتز، مدیرعامل استارت‌آپ Eventbrite پیش از اینکه تغییر و تحول بزرگی در زندگی خود ایجاد کند، شغلی مرتبط با رسانه و تلویزیون داشت. او سپس تصمیم گرفت به نامزدش در سان‌فرانسیسکو ملحق شود و برای استخدام در چند موقعیت شغلی درخواست داد. یکی از استارت‌آپ‌هایی که برای آنها درخواست استخدام فرستاده بود، شغلی با درآمد بسیار پایین به او پیشنهاد داد و باعث شد هارتز دلسرد شود و مدتی دنبال کار نگردد. به گفته خودش این بهترین اتفاق بود که در زندگی‌اش رخ داد زیرا در وقفه‌ای که ایجاد شده بود، او و همسرش کسب‌وکار خودشان را راه‌اندازی کردند. آنها تمام پس‌انداز خود را خرج ایده جدید کردند و در گوشه‌ای از انبار عمومی هارتز مستقل شدند. استارت‌آپ مدتی بعد اولین سرمایه خود را جذب کرد و رونق گرفت. هارتز ناامیدی خود از پیشنهاد دستمزد پایینی که گرفته بود را به ایده ساخت پلتفرم پرگزارش رویداد تبدیل کرد.

### ۴- اعتماد به نفس تأثیر زیادی روی موفقیت می‌گذارد

فردای روزی که جاش جیمز، استارت‌آپ خود به‌نام Omniture را به ادوینی با قیمت ۱۸ میلیارد دلار فروخت، نمی‌دانست بعد از این باید چه کاری انجام دهد. او می‌دانست چگونه باید استارت‌آپ ساخت و چگونه باید از داده‌ها برای موفقیت سازمان‌ها استفاده کرد، اما بعد از فروختن استارت‌آپ خود دیگر نمی‌دانست باید چه کار کند. همه او را به مرخصی رفتن تشویق می‌کردند اما تنها یک روز از تعطیلات نگذشته بود که نتوانست ایده قدیمی که داشت را از سرش بیرون کند و استارت‌آپ جدیدی به‌نام Domo را راه‌اندازی کرد. جیمز پول کافی بعد از فروش استارت‌آپ پیشین خود داشت و نیازی نبود کسب‌وکار جدید را از گاراژ آغاز کند. او هر چیزی که لازم بود را خریداری کرد و سپس با چشم‌انداز خود تطبیق داد. او به خودش و ایده‌اش اطمینان داشت و می‌گفت:

اگر قرار است یک نفر به اوج موفقیت برسد چرا آن یک نفر من نباشم؟

### ۵- روی موضوعات اصلی تمرکز کنید

فردریک کرسنت، هم‌بنیان‌گذار و رئیس عملیات استارت‌آپ Okta استارت‌آپ خود را با فرض گرفتن لوازم اداری از شرکت Jawbone آغاز کرد، اما این موضوع برای‌شان هیچ اهمیتی نداشت زیرا روی کارهای اصلی شرکت تمرکز کرده بودند. او می‌گوید: چندین سال پویستری را بالای میز کارم گذاشته بودم که روی آن نوشته شده بود: «کارهای اصلی را همیشه به‌عنوان کارهای اصلی در نظر بگیرید». امروز هم این پوستر را در گاراژم گذاشته‌ام تا به من یادآوری کند. مهم نیست کارم را از گاراژ، حیاط خانه، گوشه انبار یا کامپیوتر منزلم آغاز می‌کنم؛ مهم این است که کارهای اصلی را برای خودم تعریف کنم و تمام تلاشم را برای عملی کردن ایده‌هایم بگذارم.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

## دانش‌بنیان‌ها بر اساس اولویت‌ها تقویت شوند

برخی از شرکت‌های خارجی از کشور، جایگزین آنها شوند، افزود: شاید در بخشی از زمینه‌ها این امر ممکن باشد، اما واقعیت این است که در اقتصاد امروز هیچ کشوری نیست که خودش به‌تنهایی بتواند صرفاً صد



تمام صنایع را تولید کرده و فناوری پیشرفته آنها را داشته باشد. ما باید در زمینه‌هایی که اولویت اقتصادی‌مان تعیین می‌کند، به دنبال تقویت دانش‌بنیان‌ها باشیم و گرچه ورود به تمام حوزه‌ها و سرمایه‌گذاری روی تمام حوزه‌ها نه تنها اثربخش نیست، بلکه باعث اتلاف سرمایه نیز می‌شود. به گفته نایب‌رئیس مجمع تشکلات دانش‌بنیان ایران، در حال حاضر در دنیا نیز می‌بینیم که یک کشور در زمینه تولیدات الکترونیکی بسیار قدرتمند است، کشور دیگر در حوزه تولید هواپیما؛ این‌گونه نیست که یک کشور خاص در تمام زمینه‌ها تولیدکننده باشد، بلکه نهایتاً سه یا چهار اولویت تعیین شده و تمرکز کشور روی آنها خواهد بود؛ مابقی احتیاجات نیز از بازارهای جهانی خریداری می‌شود.

نایب‌رئیس مجمع تشکلات دانش‌بنیان ایران با اشاره به اثرات تحریم‌ها بر اقتصاد دانش‌بنیان، گفت با توجه به تحریم‌ها مشکلات متعددی فرآوری شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد که عدم امکان وارد کردن مواد اولیه موردنیاز برای تولید و نیز مشکلات به وجود آمده پیرامون صادرات و نیز تبادل ارز از جمله مهم‌ترین این مسائل هستند.

به گزارش ایسنا، عبدالرضا نوروزی اظهار کرد: در عصر حاضر، پایدارترین رشد اقتصادی در جهان مربوط به اقتصادهای دانایی‌محور است و در این بین موتور محرک این اقتصادها شرکت‌های کوچک دانش‌بنیان هستند. وی با یادآوری اینکه تحریم‌ها گاهی می‌تواند برای شرکت‌های دانش‌بنیان یک فرصت نیز تلقی شود، افزود: در مواقع ممنوعیت واردات یک کالا، شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند اقدام به انتقال فناوری و تولید آن در کشور کنند. البته برای تحقق این امر حمایت همه‌جانبه دولت و خصوصاً معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری موردنیاز است. نوروزی با اشاره به تصور موجود که شرکت‌های ایرانی می‌توانند با خروج



## ثروت آفرینان بزرگ الگو می‌شوند

داشته باشیم و مشکلات میلیون‌ها نفر کاهش می‌یافت؛ بر این اساس بحث کارآفرینی بسیار مهم است. وی یادآور شد: جریان گفتمان‌سازی کارآفرینی به تازگی در کشور آغاز شده، اما از نداشتن حوزه تخصصی



در موضوع کارآفرینان بزرگ انطور که در جهان مرسوم است، رنج می‌بریم و شاهدیم به صنایع کوچک و متوسط بیشتر رسیدگی شده است. دبیر مجمع کارآفرینان ایران ادامه داد: در کشورهای مانند ژاپن، آلمان، ترکیه و کره جنوبی سرمایه‌گذاری اصلی‌شان روی کارآفرینان بزرگ بخش خصوصی بوده و اقتصاد کشور را در اختیار آنان قرار داده‌اند، به طوری که این افراد نیز به ایجاد شرکت‌های بزرگ خانوادگی اقدام کرده‌اند و امروز برخی از آنها حدود ۵۰۰ هزار نفر پرسنل دارند. وی اظهار داشت: متأسفانه تاکنون در کشور به اسطوره‌ها و پیشران‌های اقتصادی توجهی نشده و تحقق این مهم نیازمند عنایت ویژه مسئولان، مردم و کارآفرینان است؛ زیرا کارآفرینان بزرگ به مثابه لکوموتیو اقتصاد جامعه‌اند.

دبیر مجمع کارآفرینان ایران گفت آیین‌نامه حمایت و رتبه‌بندی کارآفرینان بزرگ کشور با هدف الگوسازی از این ثروت‌آفرینان تدوین شد. «حمیدرضا غزنوی» در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، با یادآوری فرارسیدن روز ملی «کارآفرینی و اقتصاد مقاومتی» افزود: در کشور نیازمند فرهنگ‌سازی بیشتر در زمینه کارآفرینی هستیم؛ زیرا جوانان به حد کفایت کارآفرینان را نمی‌شناسند. وی بیان داشت: کارآفرینانی در کشور داریم که همه پول و سرمایه خود را در مسیر تولید آورده و خرج کرده‌اند و ۱۰ ها هزار پرسنل دارند. غزنوی به طور نمونه یکی از کارآفرینان نمونه کشور در عرصه محصولات لبنی یاد کرد که ۱۷ هزار نفر پرسنل دارد و با احتساب متوسط چهار نفر بُعد خانوار در کشور، می‌توان گفت حدود ۶۸ هزار نفر را تحت پوشش خود دارد. این مقام صنفی تأکید کرد: اگر فقط هزار نفر کارآفرین همچون شخص یادشده تربیت، هدایت و حمایت کرده بودیم می‌توانستیم جمعیتی نزدیک به ۶۸ میلیون نفر را تحت پوشش

کارگاه برندینگ



نام و لوگو کمتر از آنچه فکر می کنید اهمیت دارد

برند و لوگو کسبوکار در طول زمان تغییر خواهد کرد، بنابراین نگرانی زیادی بابت کامل بودن آن قبل از شروع کسبوکار تان نداشته باشید. شاید غیرمعمول به نظر برسد به عنوان متخصصی در زمینه برندینگ نباید خیلی به نام و لوگو خود اهمیت بدهید. شرکت شما در طول زمان تکامل پیدا می کند و براساس سلیقه مصرف کننده تغییر خواهد کرد. در بسیاری از مواقع، ممکن است وضعیتی پیش بیاید که مجبور شوید برند جدیدی انتخاب کنید، بنابراین، از وسواس زیاد درباره برند و لوگو خود خودداری کنید. در هفته گذشته، بازسازی برند تعداد زیادی از شرکت های فناوری را شاهد بودیم.

برند شما تغییر خواهد کرد

اخیرا برند Slidely به Promo.com تغییر برند داده است. این پلتفرم ایجاد آثار دیداری به عنوان سرویس ساخت ویدئو در سال ۲۰۱۶ آغاز به کار کرد و با رشد کسبوکار و افزایش محبوبیت واژه Promo بر سر زبان ها افتاد. Promo.com ابتدا آدرس وبسایت شرکت بود، اما با شهرت این واژه این شرکت تصمیم گرفت نام دامنه خود را ثبت کند و اکنون نام شرکت را به Promo.com تغییر داده است. این موضوع ثابت می کند کسبوکار شما تغییر خواهد کرد و همواره انعطاف پذیری امری ضروری است؛ به ویژه زمانی که مصرف کنندگان به یک نام توجه می کنند.

تام مور (Tom More)، مؤسس و مدیرعامل این شرکت می گوید:

همان طور که برنامه ها و چشم اندازهای ما تکامل یافته و شفاف شده، کسبوکار ما با اهداف مهم و اساسی مان همسو شده است. مشتریان ما فقط برای ویرایش ویدئوهای خود از پلتفرم ما استفاده نمی کنند؛ بلکه هدف اصلی آنها پیشرفت است. تمام تلاش های مان باعث شد اکنون مشتریان بسیاری ما را انتخاب کنند و این موضوع باعث پیشرفت کسبوکار ما شده است.

تغییر برند اتفاق ثابتی است که در بسیاری از مواقع، می توان آن را به عنوان روش در نظر گرفت. هیچ شرکتی نمی تواند برای ۱۰۰ سال بدون تطبیق با شرایط و تغییر اهداف مسیرش را ادامه دهد. به همین دلیل لازم است پس از مدتی کسبوکارتان را با انتظارات مشتریان تطبیق دهید و راه حل های جدیدی برای آنها ارائه کنید.

لوگو شما تغییر خواهد کرد

هفته گذشته، Slack لوگو جدید خود را اعلام کرد. بدون شک کاربران در ۲۴ ساعت اول از این موضوع ناراحت شدند که نماد هشتگی را از دست دادند که به خوبی می شناختند. با وجود این، Slack لوگو جدیدی معرفی کرد که کوچک و زیبا و مربوط با آینده است. اکنون، آنها شرکت بزرگ با نیازهای بزرگ هستند. لوگو جدید آنها با هدف محسوس پذیری بیشتر طراحی شده است.

لوگو ابتدایی آنها از ۱۱ رنگ تشکیل شده بود و هر رنگ با زاویه ۱۸ درجه در کنار سایر رنگها قرار گرفته بود. این شرکت براساس نیازها و هدف های جدیدش تصمیم گرفت لوگو جدیدی ایجاد کند؛ به ویژه زمانی که بسیاری از شرکت ها از لوگو مشابه آنها استفاده می کردند، ایجاد تغییری ضروری به نظر می رسید. به همین دلیل، این شرکت تصمیم گرفت برند خود را بازسازی کند، نه به این دلیل که لوگو قبلی بد بود بلکه به این دلیل که تأثیر کافی را مانند سابق نداشت.

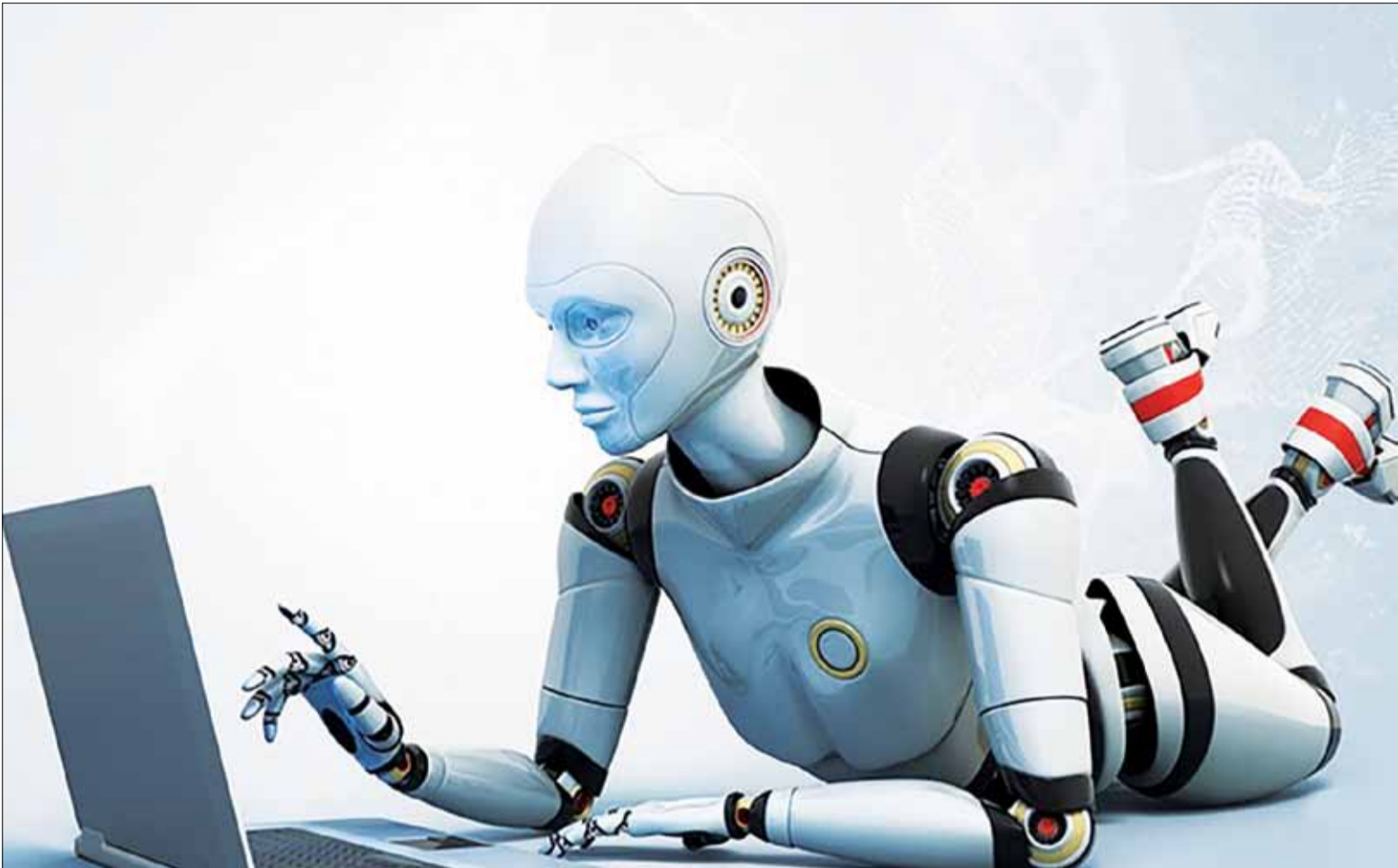
Uber و اینستاگرام لوگو خود را عوض می کنند و بعد از چند روز، کسی دیگر به لوگوهای آنان علاقه ندارد، اما همچنان از آنها استفاده می کنیم. همین موضوع نیز برای Slack صادق است. دانستن همه این مطالب باعث می شود در مسیر کسبوکارتان، نام و لوگو خود را تغییر دهید. تأثیر کسبوکار و میزان بهروردی و احساس مصرف کننده به آن در طول زمان شکل می گیرد و نیازی نیست در ابتدا همه چیز کامل باشد.

منبع: INC/zoomit



ارتقای تجربه تعامل مشتریان و برندگان با استفاده از هوش مصنوعی

هوش مصنوعی چه نقشی در فعالیت برندها بازی می کند؟



عین حال که اطلاعات مهمی را برای شرکت گردآوری می کند، به حریم خصوصی کاربران نیز احترام می گذارد. متأسفانه امروزه تفکیک میان دستیابی به اطلاعات مورد نیاز شرکت ها و حفظ حریم خصوصی کاربران بسیار دشوار شده است. به همین دلیل برخی از برندها بدون هیچ نیت منفی به جای تحلیل اطلاعات مورد نیازشان اقدام به نقض حریم خصوصی کاربران می کنند. اگر به دنبال استفاده تمربخش از فناوری هوش مصنوعی هستیم، باید در زمینه حفظ حریم خصوصی کاربران آموزش های لازم را دیده باشیم.

۴. در صنعت سرگرمی: روبات های فروش بلیت هوشمند

ظهور اینترنت تقریباً تمام زندگی ما را دستخوش تغییر و تحول کرده است. به این ترتیب در زمینه سرگرمی دسترسی ما به بلیت رویدادهای مختلف ساده تر از هر زمان دیگری شده است. شرکت هایی نظیر StubHub و Craigslist به طور تخصصی در این زمینه مشغول فعالیت هستند. فرآیند فعالیت آنها خرید عمده بلیت های رویدادهای سرگرمی مختلف و فروش آنها به طور تخصصی در بازارهای خرد است. به عنوان مثال، طرفدارهای کنسرت موسیقی راک به سادگی و با عضویت در روبات های هوشمند Craigslist امکان مشاهده و خرید سریع بلیت های مورد پسندشان را خواهند داشت.

نکته هیجان انگیز در مورد سایت های فروش بلیت هوشمند درخواست عضویت کاربران است. به این ترتیب کاربران در فرم عضویت سرگرمی های مورد علاقه شان را درج می کنند. به این ترتیب به هنگام عرضه بلیت ها به صورت کاملاً هوشمند هر بلیت در اختیار دامنه مشخصی از اعضای سایت قرار می گیرد. مزیت این شیوه فروش ساده و سریع تر بلیت هاست. در واقع، چنین سیستمی به طور قابل توجهی اتلاف وقت کاربران را کاهش می دهد. بدون تردید برای همه ما پیش آمده که در جستجوی بلیت رویداد مورد نظرمان با پیام «تمام بلیت ها فروخته شد» مواجه شویم. دست اندر کاران صنعت سرگرمی امیدوارند با استفاده از تکنولوژی یکپارچه هوش مصنوعی، علاوه بر افزایش حداکثری سودشان، مهر پایانی بر چنین نارضایتی های مشتریان بزنند.

۵. برای هتل های لوکس: آمارهای تازه نیازمند هوش مصنوعی جدید است

به منظور فهم بهتر سلیقه و نیازهای مشتریان، دست اندر کاران صنعت میزبانی از مسافرها باید تکنیک های تازه ای برای فهم خواسته مشتریان به کار بندند. برند دورچستر یکی از بزرگان عرصه هتلداری محسوب می شود. آنها برای فهم بهتر نیازمندی های مشتریان شان سیستم هوشمند جمع آوری اطلاعات دورچستر را راه اندازی کرده اند. این سیستم با نظرسنجی های ساده و کوتاه از مسافرها بهترین جامعه آماری و اطلاعات تحلیل شده را در اختیار مدیران هتل قرار می دهد. نکته مهم درخصوص توانایی سیستم دورچستر قابلیت تحلیل داده بیش از ۷۵۰۰ مسافر در ۲۸ هتل مختلف این برند آن هم در عرض کمتر از ۳۰ دقیقه است. به این ترتیب آمار مورد نیاز دورچستر برای خدمت رسانی بهتر در کمترین زمان ممکن فراهم می شود. توجه داشته باشید که در این مدل از تحلیل اطلاعات عامل انسانی دخالت ندارد. به این ترتیب چالش «ظرات و سلیقه شخصین نیز به طور کامل منتفی خواهد بود.

در مثال های فوق فراهم ساختن تجربه بهتر از برندگان برای مشتریان به خوبی مورد بررسی قرار گرفت. نکته مشترک میان اغلب پنج صنعت مورد بررسی تأکید روی شخصی سازی هرچه بیشتر است. در عصر کنونی شخصی سازی اطلاعات و محصولات برای مشتریان بدون استفاده از هوش مصنوعی عملاً غیرممکن است. به همین دلیل تمام راه ها در عرصه کسبوکار مدرن به توانایی هوش مصنوعی ختم می شود. در نتیجه، به عنوان یک برند بزرگ با کوچک باید جدی تر از هر زمان دیگری استفاده از هوش مصنوعی را مهم تلقی کنیم. مزیت اصلی نسخه یکپارچه هوش مصنوعی امکان کار با آن بدون نیاز به تخصص بالا در زمینه برنامه نویسی یا کامپیوتر است. بنابراین دیگر بهانه ناشاینی با چنین فناوری برای ما وجود نخواهد داشت.

منبع: allbusiness

هوش مصنوعی یکپارچه و تجربه مشتریان از برندها

امروزه با توسعه فناوری هوش مصنوعی شرکت ها توانایی ارتقای کیفیت تجربه مشتریان شان از طریق جمع آوری اطلاعات بیشتر و کشف نیازهای واقعی شان را یافته اند. بسیاری از برندهای علاقه مند به حوزه «تجربه مشتریان از برندها» جهت گیری آشکاری به سوی استفاده از فناوری هوش مصنوعی برای ارتقای کیفیت سرویس های شان داشته اند. در ادامه این مقاله برای نمایش عملی تأثیر هوش مصنوعی پیشرفته (یکپارچه) روی خلق تجربه منحصر به فرد مشتریان از برندها به سراغ پنج صنعت مختلف خواهیم رفت. به این ترتیب اهمیت و تأثیر مفهوم تجربه مشتریان از برندها بهتر از هر زمان دیگری آشکار خواهد شد.

۱. در خرده فروشی: شخصی سازی و دستیابی به مشتریان یک در صد ادله های بازاریابی بیانگر اهمیت یک درصد بالایی مشتریان خرده فروشی ها نسبت به بقیه خریدار هاست. به این ترتیب یک درصد برتر معادل ۱۸ برابر مشتریان عادی برای برندها ارزش دارند. در این میان بهترین راهکار برای حفظ افزایش سطح رضایت این یک درصد ارزشمند شخصی سازی هرچه بیشتر تمام زمینه هاست. منظور من از اینجا شخصی سازی در حالت بسیار شدید آن است. به این ترتیب تمام اجزای برند ما باید به گونه ای متناسب با سلیقه مشتریان شخصی سازی شود. درست در همینجا ابزارهای تحلیل هوشمند سلیقه کاربران وارد بازی می شود. کارکرد اصلی این ابزارها تشخیص تفاوت های میان کاربران مختلف خرده فروشی هاست. به این ترتیب در زمینه ارسال لیست تخفیف های آخر هفته و همینطور پیشنهادهای ویژه برای هر کاربر به گونه ای منحصر به فرد عمل خواهد شد. اگر در زمینه خرده فروشی فعالیت دارید، باید شخصی سازی هرچه بیشتر محتوای بازاریابی تان را مد نظر داشته باشید. همچنین توجه بیشتر به یک درصد بالای مشتریان از اهمیت بالایی برخوردار خواهد بود.

۲. در صنعت بانکداری جهانی: خلق اعتماد و وفاداری

بانک سلطنتی اسکاتلند (RBS) مدیریت حساب های ۱۷ میلیون مشتری از هشت منطقه مختلف جغرافیایی را برعهده دارد. یکی از استراتژی های برتر این بانک در زمینه جلب رضایت سپرده گذاران تأمین وام های کوتاه مدت و طراحی کارت های اعتباری زیباست. به این ترتیب برای مدت ها کارت های اعتباری این بانک در میان مشتریان از محبوبیت بالایی برخوردار بود. نکته منفی تعامل میان این بانک و مشتریانش در زمینه کاغذبازی های مرسوم بانکی بود. به این ترتیب شمار بسیار بالایی از سپرده گذاران نسبت به لزوم ارائه مدارک مختلف و مراجعه به شعبه ها برای پر کردن فرم های مختلف اعتراض داشتند. در نتیجه رویکرد بانک سلطنتی اسکاتلند در یک دهه اخیر کاملاً تغییر کرد. اکنون جای کاغذبازی های مرسوم را هوش مصنوعی گرفته است. به این ترتیب سپرده گذاران از تحلیل صورت ضرورت از طریق روبات های هوشمند ارتباطی بانک اقدام به تکمیل فرم های مورد نیاز خواهند کرد. نکته جالب درخصوص هوش مصنوعی بانک سلطنتی اسکاتلند توانایی آن در زمینه پیشبرد مکالمات پیچیده است. به این ترتیب دیگر خبری از هوش مصنوعی سطحی نیست.

۳. در صنعت هاپیمایی: اطلاعات نوین برگرفته از هوش مصنوعی و انقلاب در تعامل با مشتریان

ایرکانادا در طول سال به طور میانگین ۴۵ میلیون مسافر را جا به جا می کند. نکته جالب زرزو صندلی پرواز این شرکت به شیوه آنلاین یا با استفاده از اپ موبایلی اش است. به این ترتیب آنها خدمات شان را با سهولت بیشتری به مشتریان عرضه می کنند. همچنین تحول شگرفی در زمینه ارتباط ایرکانادا با تکنولوژی های نوین پدید آمده است. ایرکانادا برای بهبود سرویس دهی آنلاین خود از ابزارهای خود کار و سیستم تحلیل اطلاعات هوشمند استفاده می کند. به این ترتیب کاربران عضو سایت و اپ موبایلی ایرکانادا براساس نوع فعالیت های قبلی شان با پیشنهادهای ویژه شخصی سازی شده مواجه می شوند. این نکته از آنجایی اهمیت دارد که بسیاری از ما برای یافتن بلیت پروازهای دارای تخفیف عادت به جستجوی صفحات مختلف داریم. در این میان ایرکانادا با کمک هوش مصنوعی به راحتی پیشنهادهای تخفیف دار مناسب را در اختیار مشتریان مناسب قرار می دهد. نحوه کار سیستم هوشمند ایرکانادا در

به قلم: آستون غفوری فر و میشل اوانس

ترجمه: علی اعلی



**چگونه می توانیم در میان شرکت‌های متعدد،****برترین باشیم؟**

شرایط کسب و کار و بازارهای کنونی به گونه‌ای است که اگر نتوانید خودتان را از دیگران متمایز کنید یا موقعیت برجسته‌ای داشته باشید نمی‌توانید امیدوار باشید که در کسب و کار خود موفق شوید.

زیرا، وجه تمایز یا جایگاه برجسته شما با دیگران موجب خواهد شد تا مشتریان بیشتری را در بازار به دست آورید. از طرفی اگر هم به طور موقت از طریق روش‌های مختلف بتوانید فروش خود را بالا ببرید یا موفق باشید این موفقیت موقتی است و شما نمی‌توانید امیدوار باشید که برای همیشه این موقعیت را حفظ خواهید کرد، بنابراین در هر موقعیتی که هستید باید به فکر این باشید که موقعیت خود را ارتقا دهید و به جایگاه بهتر برسید. عالی و برجسته بودن جزو ایده‌آل‌های هر شرکتی است، اما از چه راه‌هایی می‌توان برای رسیدن به این ایده‌آل و جایگاه برجسته استفاده کرد؟

**۱- کسب نتایج عالی**

هر موفقیتی یک نتیجه‌ای دارد، بنابراین در بازار نیز باید بتوانید نتایج عالی کسب کنید. اگر شما نتوانید نتایج خوبی در بازار و جذب مشتریان کسب کنید هرگز نمی‌توانید به این نتیجه برسید که عالی هستید و موقعیت خوبی دارید. اگر کار شما خوب است پس باید نتایج عالی هم برای شما داشته باشد. اگر شما یک تیم موفق تشکیل داده‌اید پس باید بتوانید در یک مسابقه برند شوید و این نشان می‌دهد که شما عالی هستید.

اگر نتوانید در مسابقات ورزشی برنده باشید یعنی دیگران عالی‌تر و بهتر از شما عمل کرده‌اند. هیچ وقت سعی نکنید خودتان را به خوب‌بودن قانع کنید. تجربه شرکت‌های بزرگ نشان داده است که اکتفا به خوب بودن می‌تواند حتی شما را به موقعیت‌های پایین‌تر سوق دهد چراکه تلاشی برای بهبودی اوضاع و بالاتر رفتن موقعیت خود نمی‌کنید، بنابراین یکی از رمزهای اصلی برای حفظ موقعیت در بازار این است که همواره تلاش کنید موقعیت خود را بالاتر ببرید و در فعالیت خود به یک جایگاه برجسته برسید. پس همیشه به دنبال عالی بودن باشید حتی اگر بسیار خوب هستید. برای رسیدن به این موقعیت برجسته و عالی باید نکاتی را همواره مد نظر داشته باشید.

**۲- تفاوت داشتن**

باید تلاش کنید با دیگران متفاوت باشید. امروزه یکی از ملاک‌های عالی و موفق بودن به ویژه در کسب و کار و بازاریابی این است که شما متفاوت از بقیه باشید. محصول یا خدماتی متفاوت یا با شرایط متفاوت ارائه دهید تا مشتریان و مخاطبان به سمت محصول شما ترغیب شوند و محصول یا خدمات شما را به رقیبان‌تان ترجیح دهند. این وجه تمایز یکی از موضوعات مهم در کسب موقعیت عالی در بازار است.

**۳- منحصر به فرد بودن**

از نظر مشاوره بازاریابی، گاهی فقط متفاوت بودن نمی‌تواند شما را به جایگاه عالی برساند. بلکه باید منحصر به فرد باشید، در رفتار، ارائه خدمات، ارائه محصولات، تبلیغات، طراحی سایت، ارتباط با مشتریان و تأمین‌کنندگان مالی باید این منحصر بودن وجود داشته باشد.

**۴- مستقل بودن**

در اینکه افراد عالی و کارکنان حرفه‌ای و متخصص می‌توانند موجب عملکرد عالی باشند هیچ شکی نیست. بسیاری از شرکت‌های موفق دنیا با عملکرد عالی نیز ممکن است برای عملکرد عالی خود وابسته به کارکنان‌شان باشند، اما برای اینکه یک شرکت بتواند برای همیشه عالی باقی بماند باید عملکرد خود را به کارکنان خود وابسته نکند بلکه مستقل عمل کند. یک شرکت درجه یک باید بتواند نسل‌هایی از افراد کارآمد و حرفه‌ای تربیت کند و در شرکت خود به کار گیرد. که در صورت عدم حضور برخی از آنها بتواند با همان کیفیت به کار خود ادامه دهد.

منبع: qmpmarketing

**۱۰ توصیه رابرت هرج واک که برای کسب موفقیت باید مورد توجه جدی قرار داد**

دوام داشته باشد. درواقع اعداد به مانند یک پازل هستند که با کنار هم قرار دادن آنها می‌توانید به درک درستی از وضعیت کسب‌وکار خود دست پیدا کنید. از جمله این اعداد می‌توان به درآمدها، هزینه و... اشاره کرد که لازم است حتی موارد کوچک را نیز مکتوب کرده و نزد خود نگه دارید. در این رابطه استفاده از یک تیم حسابداری و مشاوره مالی می‌تواند کمک شایانی محسوب شود.

**۴- فراموش نکنید که اعتماد به نفس برای کسب موفقیت امری حیاتی است**

رابرت هرج واک هیچ‌گاه از انجام کارهای جدید شانه خالی نکرده و همین امر باعث شده است تا وی در عرصه‌های مختلفی حضور موفق داشته باشد. در این زمینه وی همواره توصیه می‌کند که در برابر اقدامات جدید نباید بیش از حد محتاطانه عمل کرد و لازم است تا از همان ابتدای کار، حضوری قدرتمند را داشته باشید. درواقع بدون اعتماد به نفس حتی یک قدم هم نمی‌توان برداشت.

**۵- این باور را در خود تقویت کنید که هر کسی ممکن است دروغ بگوید**

بیش از حد آرزومانی‌بودن به شما ضربه خواهد زد. علت این امر به این خاطر است که این دیدگاه باعث خواهد شد تا انتظارات شما در حد بسیار بالایی قرار گیرد که این امر بدون شک افراد را تحت فشار بالایی قرار خواهد داد. این میزان از استرس در درازمدت زمینه نارضایتی‌های شغلی را نیز به همراه خواهد داشت. به همین خاطر توصیه می‌شود تا تصورات خود در رابطه با سایرین را در حدی معقول نگه داشته و اشتباه افراد را پایان کار تصور نکنید. در نهایت بسیاری از دروغ‌های افراد ممکن است در نهایت به نفع شما باشد و دانستن همه چیز همواره بهترین حالت ممکن نیست.

**۶- از تکنولوژی‌های روز استفاده کنید**

اگرچه برخی از مدیران همواره نسبت به تغییرات در بازار خود با دید منفی می‌نگرند، با این حال رابرت هرج واک از جمله افرادی است که این تغییرات را ابزاری می‌داند که نحوه استفاده افراد از آن معیار بد و یا خوب بودن آنها خواهد بود. برای مثال وی از جمله نخستین کارآفرینانی بود که ایده استفاده تجاری از دو شبکه اجتماعی اینستاگرام و اسپسچت را مطرح کرد و همین امر باعث شد تا قبل از هجوم برندهای مختلف، بتواند به نتایج فوق‌العاده‌ای دست پیدا کند. در نهایت این امر که مشتریان خوب خود را شناسایی کرده و برنامه‌ای برای حفظ آنها داشته باشید، از دیگر اقدامات هوشمندانه محسوب می‌شود که آینده شرکت را تضمین خواهد کرد.

**۷- برای کمک درخواست کنید**

این امر یک واقعیت غیرقابل‌انکار است که هر فردی به کمک سایرین نیاز خواهد داشت. درواقع این امر نه‌تنها نشانه ضعف شما نخواهد بود، بلکه به خوبی تمایل شما برای بهبود اوضاع را نشان خواهد داد. برای مثال این امر که حتی از کارمند خود برای کمک به خود استفاده کنید، در نهایت باعث خواهد شد تا این امر به فرهنگي در شرکت شما تبدیل

به قلم: بیپلاپ گوش نویسنده حوزه موفقیت، تکنولوژی و کسب‌وکار

مترجم: امیرآل‌علی

رابرت هرج واک از جمله بزرگترین تاجران صنعت کامپیوتر و بنیان‌گذار شرکت herjavecgroup است که در زمینه امنیت اینترنت فعالیت دارد.

وی همچنین به عنوان مجری برنامه محبوب شسارک تنک نیز فعالیت می‌کند. این برنامه افراد ایده‌پرداز را در برابر سرمایه‌گذار و کارآفرین برتر قرار می‌دهد تا در صورتی که موفق به جلب نظر هر یک از آنها شدند، بتوانند با آنها همکاری کرده و ایده خود را عملی سازند. با توجه به توضیحات ارائه‌شده، وی از جمله موفق‌ترین میلیاردرهای خودساخته جهان محسوب می‌شود که نظرات وی در زمینه موفقیت، می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای هر فردی محسوب شود. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۰ نکته برای کسب موفقیت از نگاه وی، خواهیم پرداخت.

**۱- به خود و کسب‌وکاری که مشغول آن هستید ایمان داشته باشید**

ایده تمامی افراد بزرگ در ابتدا مورد تمسخر قرار گرفته شده است. درواقع این عبارت که رویاهایت غیرممکن است، برای این دسته از افراد جمله بسیار آشنا و تکراری محسوب می‌شود. با این حال در این رابطه توجه داشته باشید که تنها چند درصد از مردم جهان موفق می‌شوند تا به شهرت و ثروت فوق‌العاده دست پیدا کنند. به همین خاطر نیز نباید صحبت‌های افرادی که خود موفق نشده‌اند تا به جایگاه بالایی دست پیدا کنند، به مانعی در مسیر تحقق خواسته‌های شما تبدیل شود. به همین خاطر نیز لازم است تا شجاعت کافی را داشته باشید و ضمن برنامه‌ریزی درست، به قابلیت‌ها و درستی کسب و کاری که انتخاب کرده‌اید، باور داشته باشید. در نهایت نیز فراموش نکنید که هیچ‌چیز یک شبه اتفاق نخواهد افتاد.

**۲- قبل از ریسک‌کردن، اقدام مورد نظر خود را مورد ارزیابی و آزمایش قرار دهید**

بدون شک هر اقدامی با ریسک همراه خواهد بود و به هر میزانی که اقدام شما بزرگ‌تر باشد، این میزان نیز افزایش پیدا خواهد کرد. با این حال نباید اجازه دهید که ریسک از محدوده‌ای مشخص فراتر رود. درواقع نباید فراموش کنید که در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، یک اشتباه می‌تواند جایگاه شرکت در بازار جهانی را به شدت تغییر دهد. به همین خاطر منطقی است که قبل از اقدامات خود آن را مورد بررسی و آزمایش قرار داده و از نتایج احتمالی آن اطمینان حاصل کنید. در نهایت ارتباط مستقیم با بازار هدف و جلوگیری از خرج‌های بیهوده، می‌تواند شما را در برابر بسیاری از خطرهای احتمالی، حفظ کند.

**۳- اعداد را جدی بگیرید**

هیچ کسب‌وکاری بدون توجه به اعداد خود نمی‌تواند برای مدت طولانی

شود که نتیجه آن کاهش مشکلات و سرعت‌بخشی به انجام کارها خواهد بود. با نگاهی به زندگی رابرت هرج واک نیز به این نکته پی خواهید برد که وی هیچ‌گاه برای کمک گرفتن از سایرین حتی در زندگی شخصی خود احساس شرم نکرده و همواره کمک‌گیرنده و کمک‌رسان به سایرین محسوب می‌شود. وی انگیزه اصلی حضور در برنامه شسارک تنک را نیز کمک‌رسانی به افرادی می‌داند که ایده‌های خوبی را در ذهن خود داشته یا این حال شرایط برای عملی ساختن آن را در اختیار ندارند.

**۸- در بهترین حالت هم نمی‌توانید تعادلی کامل میان کار و****زندگی شخصی خود ایجاد کنید**

اگرچه مقالات متعددی در رابطه با نحوه ایجاد تعادل میان کار و زندگی به چاپ رسیده است و افراد بی‌شماری در این زمینه سخنرانی می‌کنند. با این حال واقعیت این است که کار و زندگی شخصی مهم‌ترین بخش‌های زندگی هر فردی محسوب می‌شود و این امر که هر یک با مشکلی مواجه شود، به طور طبیعی باعث خواهد شد تا نیاز به توجه بیشتر به آن وجود داشته باشد. به همین خاطر نمی‌توان اقدامات در این رابطه را امری مطلق تلقی کرد. در نهایت نیز بهتر است تا از تعادل ساعتی در این رابطه فاصله گرفته و کیفیت حضور خود را افزایش دهید. بدون شک با این اقدام مدیریت این امر به شکلی ساده‌تر انجام خواهد شد و فرد را تحت فشار بیش از حد قرار نخواهد داد.

**۹- آستانه تحمل خود را افزایش دهید**

هیچ موفقیتی به آسانی به دست نخواهد آمد. با ایسن حال از جمله اشتباهات بزرگ عامه مردم این است که زندگی افراد موفق را تنها هنگامی مورد توجه خود قرار می‌دهند که آنها مسیر سخت خود را طی کرده و به بخشی از اهداف خود در زندگی دست پیدا کرده‌اند. همین امر نیز باعث می‌شود تا تصور کنند که موفقیت آنها امری ساده بوده است. با این حال این امر خصوصاً برای میلیاردرهای خودساخته متفاوت بوده و در صورتی که تمایل دارید تا زندگی خود را دست‌خوش تغییری اساسی کنید، لازم است تا آستانه تحمل خود در برابر سختی‌ها را افزایش داده و تا زمان رسیدن به اهداف خود، دست از تلاش برندارید. در این رابطه حفظ امید و انگیزه به مانند فانوسی در تاریکی خواهد بود که باعث می‌شود تا همواره در مسیر منتهی به هدف خود گام بردارید.

**۱۰- قبل از هر کاری آمادگی آن را در خود تقویت کنید**

اگرچه لازم است تا در انجام کارها سرعت کافی را داشته باشید، با این حال این امر تنها در رابطه با زمان اقدام شما بوده و در زمینه انتخاب قدم بعدی خود لازم است تا کاملاً صبورانه و با فکر عمل کنید. درواقع یک انتخاب نادرست به معنای هزینه فرصت از دست رفته خواهد بود و انرژی زیادی را نیز از شما خواهد گرفت. در نهایت توجه داشته باشید که سخت‌ترین اقدام شما، قدم اول خواهد بود و پس از آن شما می‌توانید خود شاهد جلو رفتن بسیاری از مسائل باشید.

منبع: knowstartup



# چرا شرکتهای فناوری به استخدام اقتصاددانان روی آوردهاند؟



کارشناسان اقتصادی در چه زمینه‌هایی و چقدر به حل مشکلات شرکتهای فناوری کمک می‌کنند؟ استقبال شرکتهای مطرح جهان از تشکیل تیم‌های اقتصادی توجیه‌پذیر است؟

مدتی پیش، مدیر عملیات یکی از شرکتهای چندمیلیارد دلاری در جلسه‌ای غیررسمی با مایکل لوکا، استادیار مدیریت کسب‌وکار دانشکده بازرگانی دانشگاه هاروارد، از برنامه زود هنگام خود برای استخدام تیمی از اقتصاددانان صحبت کرده بود. در گذشته نیز این مدیر تجربه همکاری با کارشناسان اقتصادی را داشت و از نتایج کسب‌شده بسیار راضی به‌نظر می‌رسید. سؤال‌های او از لوکا این بود: «چگونه می‌توان از دانش و مهارت اقتصاددانان در بخش‌های بیشتری از کسب‌وکار استفاده کرد؟» «اگر شرکت بخواهد تیمی از اقتصاددانان با مرتبه علمی دکترا استخدام کند، چگونه باید دست‌به‌کار شود؟»

این جریان را به‌عنوان مثالی از دنیای واقعی به‌یاد داشته باشیم. به‌نظر می‌رسد تعداد اقتصاددانان مشغول به کار در بخش فناوری رو به افزایش است. به همین ترتیب، شرکتهای فناوری هم به‌دنبال مشاورانی هستند که در استخدام اقتصاددانان آنها را یاری کنند. برای نمونه، شرکت آمازون بی‌سروصدا بیش از ۱۵۰ دکترای اقتصاد استخدام کرده که در بین آنها هم استادان دانشگاهی دیده می‌شود و هم کارشناسان تازه‌کار. هر یک از این متخصصان روی مشکلات خاصی در سراسر شرکت کار می‌کنند. پروژه‌های خاص اقتصاددانان، تقریباً همه زمینه‌ها را پوشش می‌دهد؛ از انتخاب‌های طراحی گرفته تا برآورد تقاضای محصولات آمازون.

با تمام اینها، آمازون، تنها شرکتی نیست که در استخدام دکترهای اقتصاد رویکرد تهاجمی در پیش گرفته است. از مدت‌ها پیش، شرکتهای مطرح فناوری در سطوح مختلف، از گوگل و مایکروسافت و فیس‌بوک تا اوبر و Airbnb، تیم‌های قدرتمندی متشکل از اقتصاددانان برجسته در اختیار گرفته‌اند و حتی شرکتهای دیگر نیز با گروه‌های کوچک‌تر کارشناسان اقتصادی همکاری می‌کنند.

مایکل لوکا و سایر محققین دانشگاه هاروارد، با هدف کمک به تشکیل اجتماعات اقتصاددانان فناوری (آکادمیک و کاربردی)، مطالعات زیادی در زمینه مسائل شرکتهای تکنولوژی انجام داده‌اند. آنها نتایج تحقیقات خود را در قالب مقاله‌ای در نشریه *Economic Perspectives* منتشر کرده‌اند. در این مقاله، اقدامات اقتصاددانان در بخش فناوری و نیز راه‌های مرتبط‌سازی مجموعه ابزارهای اقتصاددانان با بخش فناوری بررسی شده است. مقاله مذکور از افقی دیگر نیز بر عصری مرکزی متمرکز است: عنصر آموزش دکترای اقتصاد پیش از ظهور و اوج گرفتن شرکتهای فناوری که اکنون، کاربردهای آنها در این بخش درخور توجه است.

اولین حوزه‌ای که علم اقتصاد در طول دهه‌ها سال ابزار کارآمدی در آن توسعه داده، «جست‌وجوی روابط تجربی» است. این ابزار تمرکز بر تکنیک‌هایی است که کمک می‌کنند بفهمیم کدام همبستگی‌ها از روابط علت‌ومعلولی ناشی می‌شوند و کدام نه. ما همیشه به این ابزار نیاز پیدا می‌کنیم: آیا اوبر اکسپرس پول (uber Express Pool) با کل پایه کاربری اوبر رشد می‌کند یا به‌سادگی مشتریان سایر محصولات اوبر را به‌خود جذب می‌کند؟ eBay باید در گوگل تبلیغات کند یا این اقدام افرادی را فراری می‌دهد که از جست‌وجوی ارگانیک به این وب‌سایت وارد می‌شوند؟ کاربران آفریقای آمریکا بای Airbnb به‌خاطر نژادشان رد می‌شوند؟

این سؤالات فقط چند نمونه از سؤالات بی‌شماری هستند که شرکتهای فناوری با آن مواجه‌اند. بسیاری از شرکتهای برای درک

میزان روابط علت‌ومعلولی سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی می‌کنند، درحالی‌که اقتصاددانان مسئول پاسخ‌دادن به این سؤالات هستند. البته، شکی نیست که کشف روابط علی در همه بخش‌ها بسیار اهمیت دارد. با وجود این، از آنجا که بخش فناوری حوزه‌ای با داده‌های بسیار زیاد است و امکان آزمایش نیز در آن وجود دارد، نیاز به تکمیل شواهد با داده نیز بسیار پررنگ‌تر می‌شود. این تجزیه‌وتحلیل‌ها تأثیر عظیمی بر شرکتهای مرتبط خواهند گذاشت؛ همان‌طور که تجزیه‌وتحلیل تبلیغاتی eBay نشان داد این شرکت با تبلیغات ناگهانی درآمد در گوگل، میلیون‌ها دلار خود را هدر داده است.

افزون بر جست‌وجوی روابط تجربی، اقتصاددانان از دهه‌ها سال پیش روی طراحی بازارها و انگیزه‌ها مطالعه کرده‌اند و این کار که قدمتی بیشتر از عصر اینترنت دارد، حالا کاربردهای جدیدی در اقتصاد دیجیتال پیدا کرده است. درست در زمانی که بازارهای آنلاین، از اوبر و Airbnb گرفته تا تیندر و Paktor و حتی مزایده‌های تبلیغاتی، به بخش مهمی از اقتصاد دیجیتال تبدیل می‌شوند، اقتصاددانان مهم‌ترین نقش را در کمک به شکل‌دادن به این بازارها ایفا کردند. به‌عنوان مثال، در حوزه تبلیغات آنلاین، تحقیقات اقتصادی به‌دقت نقش جست‌وجوی جست‌وجوی مصرف‌کننده را در شکل‌دهی و طراحی مزایده‌ها تحلیل و بررسی می‌کرد. سوزان اتی، استاد اقتصاد دانشگاه استنفورد، در همکاری با شرکت مایکروسافت، از همین ایده‌ها استفاده کرد تا کیفیت تبلیغات بینگ را ارتقا دهد. بهره‌گیری از نظریه اقتصادی در طراحی بازارها ممکن است تأثیر چشمگیری بر سودآوری شرکتهای بگذارد. وقتی مایکل استروسکی و مایکل شوارتز متوجه شدند قیمت زرو یا هو پای‌ن‌تر از ترخی است که از لحاظ نظریه اقتصادی بیشترین سودآوری را ارائه می‌کند، آزمایش‌هایی در زمینه تغییر قیمت زرو انجام دادند. این آزمایش‌ها به یاهو کمک کرد سودآوری خود را میلیون‌ها دلار افزایش دهد.

اگر بخش تکنولوژی را به‌دقت تماشا کنیم، از تأثیرات شگفت‌انگیزهای اقتصادی واقعا هیجان‌زده می‌شویم. در دو سال گذشته، نشستی در زمینه «اقتصاد فناوری» برگزار شد که انجمن ملی اقتصاددانان کسب‌وکار (National Association of Business Economists) حامی مالی این برنامه بود. این نشست بر اهمیت حضور و اقدامات عملی اقتصاددانان فناوری تأکید می‌کرد و نتایج مثبت شرکتهایی را شرح می‌داد که در فرآیندهای تصمیم‌گیری خود از ذهنیت اقتصاددان کمک می‌گیرند.

نکته مهم یا به‌عبارت دیگر، بزرگ‌ترین مشکلی که شرکتهای فناوری با آن مواجه‌اند، این است که اغلب‌شان نمی‌دانند چگونه باید تیم اقتصادی تشکیل بدهند. مایکل لوکا، استاد دانشگاه هاروارد تأکید می‌کند طیف نقش‌هایی که اقتصاددانان برعهده دارند، بسیار متفاوت است، ولی شرکتهای فناوری می‌توانند کارشان را با پاسخ به پرسش‌هایی آغاز کنند که در ادامه، به آنها اشاره می‌کنیم. این سؤالات نشان می‌دهند اقتصاددانان در چه بخش‌هایی از شرکت ارزش آفرینی بیشتری می‌کنند.

**۵ سؤالی که شرکتهای فناوری به کمک اقتصاددانان پاسخ می‌دهند**  
در زمینه رشد کاربر، سودآوری، عدالت و نظیر آن، چه اهدافی دنبال می‌کنید و طراحی پلتفرم شما چگونه بر این اهداف تأثیر می‌گذارد؟ اگر پلتفرم شما بر مبنای تطبیق کاربران یا کسب‌وکار عمل می‌کند، در این صورت کارشناسان اقتصادی طراحی بازار به براساس تصمیمات صحیح کمک می‌کنند. برخی از شرکتهایی که براساس تطبیق کاربران کار می‌کنند، عبارتند از: بازارگاه‌ها (Airbnb) و تیندر و

پلتفرم‌های بررسی (تریپ ادوایز و AngiesList). برخی از شرکتهای کارشان را به‌عنوان خرده‌فروشی یا فروشندگان سنتی آغاز کرده‌اند و به فروش محصولات خود مشغول بوده‌اند و بعدها به پلتفرم تبدیل شده‌اند. سؤالات مهمی که این شرکتهای، از خرده‌فروشان آنلاین گرفته تا سرویس‌های مالی، با آن مواجه‌اند، این است: «باید به سایر شرکتهای اجازه بدهند که محصولات و خدمات خود را در کنار محصولات و خدمات شرکت اصلی به مشتریان پایه بفروشند یا خیر؟» «باید فقط به محصولات و خدماتی اجازه فروش بدهند که مکمل محصولات و خدمات خود این شرکتهای محسوب می‌شوند؟»

این سؤالات حتی در زمینه کالاها و محصولات رقیب مستقیم نیز وجود دارد. دیگر پروژه‌های مرتبط با طراحی بازار شامل اصلاح ساختار قیمت‌گذاری یا طراحی پلتفرم مرور و بررسی است. برای مثال، محققان هاروارد در سلسله‌مطالعات‌شان تبعیض‌نازادی گسترده‌ای در Airbnb شناسایی کردند. آنها مجموعه‌ای از راهکارهای طراحی بازار را به این شرکت پیشنهاد دادند که نرخ تبعیض را در این پلتفرم کاهش می‌داد و به رشد آن نیز آسیبی نمی‌زد. Airbnb در نهایت، با بسیاری از تغییرات پیشنهادی موافقت کرد و تیم تمام‌وقت داخلی تشکیل داد تا تبعیضات را شناسایی کند و کاهش دهد. همان‌طور که پیش از این توضیح دادیم، سوزان اتی، مایکل استروسکی، مایکل شوارتز و سایر دانشمندان اقتصادی نیز به طراحی مزایده‌های تبلیغاتی کمک کرده و طرح اصلی این اکوسیستم‌ها را شکل داده‌اند.

اقتصاد به مقیاس (صرفه به مقیاس) برای شرکت یا مشتریان یا تأمین‌کنندگان شما اهمیت دارد؟ پاسخ مثبت به این معنا است که بخت یا احتمال خرید و ادغام با معاملات انحصاری برای شرکت‌تان یا شرکتهای رقیب وجود دارد و ممکن است محیط استراتژیک را تغییر دهد. اصول اقتصادی کمک می‌کند بفهمید ساختارهای صنعت چقدر پایدار است یا اینکه معاملات خاص در چه سطحی بر سودآوری کسب‌وکاران تأثیر می‌گذارد. به‌علاوه، اصول اقتصادی می‌توانند کمک کنند واکنش رگولاتورها به تغییرات ساختاری صنعت را چه میزان پیش‌بینی کنید. به‌عنوان نمونه، مدل‌سازی اقتصادی تعیین می‌کند آیا یک بازار می‌تواند چندین رقیب (مثل آیفون و اندروید) را تاب بیاورد یا فقط یک شرکت حاکم و غالب وجود خواهد داشت؛ چنانکه در بسیاری از کشورهای کوچک‌تر، گوگل ۹۰ درصد سهم بازار جست‌وجو را در دست دارد.

شرکت‌تان چگونه تحت‌تأثیر جهان قرار می‌گیرد؟ می‌توانید ارزش آفرینی کسب‌وکاران را به‌خوبی درک کنید و آن را برای ذی‌نفعان توضیح دهید؟ در مسیر کسب‌وکار، عواقب و پیامدهای منفی و ناخواسته‌ای وجود دارد که باید آنها را پیش‌بینی کنید و به‌حدالقدر برسانید؟ شرکت‌تان برای موفقیت بلندمدت به تغییرات رگولاتوری و قانونی نیاز دارد یا در برابر معرفی قوانین جدیدی آسیب‌پذیر هستید که احتمالاً محدودیت‌های بیشتری برای کسب‌وکاران به‌همراه دارند؟ سازمان‌های صنعتی و اقتصاددانان بخش نیروی کار می‌توانند میزان تأثیرپذیری پلتفرم شما در اقتصاد کلان را اندازه‌گیری کنند.

اقتصاد می‌تواند شیوه‌های مدیریت و تصمیم‌گیری‌تان را بهبود دهد؟ کارشناسان اقتصادی انگیزه‌ها را مطالعه و بررسی می‌کنند و شرکتهای فناوری در زمینه طراحی انگیزه‌ها و مشوق‌ها با مشکلات مهم و جالبی روبه‌رو هستند؛ از تنظیم ساختار دستمزد برای تیم فروش گرفته تا انتخاب بازاری که باید به آن وارد شوند. افزون بر این، انتخاب معیارهایی که در نتایج آزمون A/B ارزیابی می‌شوند، کار مهندسان نوآوری را تا حد زیادی تحت‌تأثیر قرار می‌دهد؛ زیرا همین معیارها

مشخص می‌کنند مهندسان باید چه پارامتر یا فاکتوری را انتخاب و پیگیری کنند.

برای نمونه، اغلب اوقات باید سرعت اندازه‌گیری (معیارهای کوتاه‌مدت) را در مقابل معیارهایی سبک‌وسنگین کنیم که برای سنجش اهداف واقعی شرکت به‌کار می‌روند و غالباً بین چند هفته تا چند ماه طول می‌کشند. این فرآیند می‌تواند دلالت‌های زیادی داشته باشد. در حوزه ایمیل مارکتینگ (بازاریابی ایمیلی)، بهینه‌سازی نتایج کوتاه‌مدت به این معنا است که مصرف‌کنندگان ایمیل‌های تبلیغاتی یک شرکت را باز کنند. شرکت به‌منظور ترغیب مصرف‌کنندگان، ممکن است عناوین خیره‌کننده‌ای برای ایمیل‌ها انتخاب کند، اما این اقدام در نهایت به خرید منجر نمی‌شود.

درباره دارایی‌هایی که در قالب «داده» در اختیار دارید، چگونه فکر می‌کنید؟ برای اغلب شرکتهای فناوری داده‌های دارایی‌های استراتژیک و بسیار مهم محسوب می‌شوند و در این بخش، با تصمیمات اقتصادی زیادی سروکار داریم. به‌عنوان مثال، تصمیم‌گیری درباره خرید یا به‌دست‌آوردن و حفظ داده یا محصولات و مشارکت‌هایی که امکان دستیابی به انواع داده‌ها را فراهم می‌کنند یا اینکه آیا شرکت باید داده‌ها را به‌عنوان خط جدیدی از کسب‌وکار بفروشد. از مدل‌های اقتصادی برای ارزیابی داده‌ها، از جمله تأثیر آن بر استراتژی رقابتی، می‌توانیم استفاده کنیم.

در سطحی فراتر از سؤالاتی که درباره چگونگی استفاده از داده‌ها برای بهبود طراحی پلتفرم وجود دارد، حضور و همکاری اقتصاددانان در پاسخ به این پرسش نیز اهمیت دارد: «چگونه باید از داده‌ها استفاده کنیم تا تأثیر مثبتی بر جهان بگذارند؟» برای نمونه، داده‌های تکنولوژی در تنظیم سیاست‌ها کارایی دارند و مکمل داده‌های استاندارد دولتی هستند. همچنین، داده‌های فناوری می‌توانند برای توسعه بسته‌های تحلیلی ارزشمند به‌کار گرفته شوند یا به‌طور کلی، به تولید محصولات جدید منجر شوند. به‌عبارت دیگر، متمرکز شدن پلتفرم‌های آنلاین روی محصولات رویکرد بسیار معقولانه‌ای است، اما این پلتفرم‌ها برای جامعه به‌نوعی جهانی کوچک‌تر نیز هستند؛ چراکه عرصه آزمون سؤالات اجتماعی گسترده‌تری فراهم می‌کنند. شما با حضور در چنین مباحثاتی، به‌ویژه وقتی از بخش منحصربه‌فردی برخوردارید، با واقعیات جدیدی روبه‌رو می‌شوید و چشم‌انداز و افق فکری خاص شرکت‌تان را بهتر درک می‌کنید.

سیاست‌گذاران با بهره‌گیری از داده‌های پلتفرم یلپ (Yelp)، به مسائلی نظیر حداقل دستمزدها پی می‌برند. با این حال، این حرکت به شرکت یلپ هم کمک می‌کند داده‌های خود را بهتر درک کند و جایگاه مؤثرتری در سیاست‌های گسترده‌تر به‌دست آورد. در این صورت، یلپ با اقداماتی بهتر در راهی بهتر قدم برمی‌دارد. بسیاری از شرکتهای فناوری از داده‌های خاصی برخوردارند که به‌همین شیوه به درک و بهبود جهان اطراف کمک می‌کنند. برخی از شرکتهای نیز مانند گوگل (گوگل ترندز) و زیلو، مجموعه داده‌های رایگانی ارائه کرده‌اند که در دسترس محققان سراسر جهان قرار دارند یا API‌های طراحی کرده‌اند که محققان می‌توانند با پرداخت هزینه کمتر به آنها دسترسی داشته باشند.

شرکتهایی که به‌دنبال تشکیل یا مقیاس‌دهی تیم اقتصاددانان خود هستند، بهتر است به پرسش‌های ذکرشده پاسخ دهند. در این صورت، آنها متوجه می‌شوند ابزارهای اقتصادی چه تأثیری بر مشکلات شرکت در سطوح وسیع خواهد گذاشت.

منبع: HBR/zoomit



### ۱۰ توصیه‌ای که شما را در وبلاگ‌نویسی موفق می‌کند

در فضای اینترنت هزاران وبلاگ آموزشی، هنری، تفریحی و خلاقانه وجود دارد؛ شاید تصور کنید وبلاگ‌نویسی کار سختی است. چطور می‌توانیم وبلاگی داشته باشیم که توجه همگان را به خود جلب کند؟ چطور باید خوانندگان وبلاگ را جذب کنیم تا دوباره به صفحات ما سر بزنند؟ چطور باید مخاطبان وبلاگ را افزایش دهیم؟ برای ساخت وبلاگ و وبلاگ‌نویسی نکات و ترفندهای زیادی وجود دارد که به رونق کسب و کار شما کمک می‌کند. در ادامه با ما همراه باشید تا چند نکته مهم را برای موفقیت در وبلاگ‌نویسی معرفی کنیم.

#### پلتفرم مناسبی برای وبلاگ‌نویسی انتخاب کنید

در اولین قدم باید یک پلتفرم برای وبلاگ‌نویسی انتخاب کنید. می‌توانید از پلتفرم‌هایی چون وردپرس، تامبلر، تاپی پد و بلاگر استفاده کنید که به صورت رایگان در اختیار وبلاگ‌نویسان هستند. تمام این پلتفرم‌ها، تم‌های آماده زیادی دارند که می‌توانید آنها را برای اهداف خود شخصی‌سازی کنید و در مسیر وبلاگ‌نویسی قدم بردارید.

#### وبلاگ و سایت‌تان یکپارچه باشد

وبلاگ و محتوایی که در آن درج می‌کنید، باید با وب‌سایت موردنظرتان هماهنگ و یکپارچه باشد تا بهینه‌سازی موتورهای جست و جو به خوبی انجام گیرد و محتوای وبلاگ توسط موتورهای جست و جو بالا بیاید. سئو یا بهینه‌سازی موتورهای جست و جو، به محتوای وبلاگ‌تان وابسته است. اگر نمی‌توانید وبلاگی یکپارچه داشته باشید یا یک توسعه‌دهنده وب برای مدیریت آن استخدام کنید، به سراغ یک پلتفرم وبلاگ رایگان بروید و در میان محتوای خود، لینک‌هایی از وب‌سایت اصلی را بگنجانید.

#### یک موضوع خاص برای وبلاگ انتخاب کنید

وقتی به دنبال انتخاب موضوع وبلاگ هستید، سعی کنید موضوعی انتخاب کنید که خوانندگان و موتورهای جست و جو تمایل بیشتری به آن دارند؛ موضوعی که مورد علاقه هر دو طرف باشد. نباید مطالب وبلاگ‌تان خیلی عمومی باشد. روی یک موضوع خاص متمرکز شوید و روی آن تأکید زیادی کنید. جایگاه خود را پیدا کنید و سعی کنید از موضوع اصلی منحرف نشوید.

#### دوباره هر آنچه دوست دارید، بنویسید

یکی از نکاتی که در وبلاگ‌نویسی باید به آن توجه کنید این است که دوباره چیزی که به آن علاقه دارید بنویسید، در غیر این صورت، هیچ رغبتی به نوشتن نخواهید داشت. اگر علاقه و اشتیاق لازم را نداشته باشید، محتوای خوب و جذب‌کننده‌ای تولید نخواهد شد، پس به دنبال موضوعی باشید که با آن احساس صمیمیت دارید و تنها در مورد آن بنویسید. برای مثال، اگر موزه‌دار هستید، موضوع وبلاگ‌تان درباره موزه‌داری، موزه‌های بزرگ دنیا و وسایل عتیقه باشد. اگر در حوزه تئاتر مشغول هستید، درباره تئاتر بنویسید و برنامه‌های خود را با دیگران به اشتراک بگذارید.

#### مطالب ارزشمند را در وبلاگ‌تان درج کنید

اگر محتوای مورد علاقه مخاطبان را منتشر نکنید، هیچ موفقیتی در زمینه وبلاگ‌نویسی نصیب‌تان نخواهد شد. مطالبی را در اختیار مخاطبان قرار دهید که به آن علاقه دارند و در جست و جوهای اینترنتی خود به دنبال آن هستند. انتشار مطالب ارزشمند از جمله نکاتی است که باید در تولید محتوا به آن توجه کنید. اگر محتوای تولیدی شما به قدر کافی برای مخاطب جذاب نباشد، دیگر تمایلی به دنبال کردن وبلاگ شما نخواهد داشت. در مورد مطالبی که ارائه می‌کنید، خوب فکر کنید و چیزی منتشر کنید که خوانندگان به دنبال آن هستند.

#### وبلاگ را تبلیغ کنید

نباید انتظار داشته باشید یک وبلاگ بسازید و بدون هیچ تبلیغ و بازاریابی، مخاطبان زیادی به دست آورد. باید برای معرفی و تبلیغ وبلاگ، تمام تلاش خود را به کار بگیرید و از راه‌های مختلف به دنبال جذب مخاطبان بیشتر باشید. می‌توانید با بلاگ‌ها وارد رابطه شوید و از آنها بخواهید شما را معرفی کنند یا با درج نظرات ارزشمند در دیگر وبلاگ‌ها، توجه مخاطبان و سایر بلاگ‌ها را جلب کنید. می‌توانید برای شناساندن وبلاگ خود به سراغ موتورهای جست و جو هم بروید و دوباره موضوعاتی بنویسید که مورد توجه مخاطبان است. از هر روشی می‌توانید استفاده کنید، مهم این است برای تبلیغ وبلاگ خود وقت بگذارید. هیچ بهانه‌ای برای تبلیغ نکردن وبلاگ‌تان، قابل قبول نیست.

#### مخاطبان را به تعامل تشویق کنید

مخاطبان وبلاگ‌تان را تشویق کنید با شما و دیگر خوانندگان، تعامل برقرار کنند و در بخش‌های مختلف وبلاگ مشارکت داشته باشند. از مخاطبان خود درخواست کنید نظرات‌شان را درباره مقالات مختلف بیان کنند. اگر امکان دارد، آنها را به مشارکت و تعامل بیشتر مجاب کنید. سوالات و نظرات آنها را دریافت کنید و پاسخ‌شان را بدهید. معمولاً افراد تمایل دارند نظرات خود را با دیگران مطرح کنند و با هم درباره یک موضوع، تعامل داشته باشند. سعی کنید رفتار دوستانه‌ای با آنها داشته باشید و هیچ وقت از برقراری ارتباط با دیگران نترسید.

#### امکان درج نظر برای مخاطبان را فراهم کنید

باید امکانی فراهم کنید تا نظر دادن برای خوانندگان وبلاگ آسان شود. معمولاً مخاطبان به دلایل زیادی، برای درج نظر در وبلاگ رغبت ندارند. برای مثال، ثبت‌نام و لاگین در وبلاگ، دشوار و زمان‌بر است یا در مورد موضوعاتی می‌نویسید که مخاطبان تمایل ندارند درباره آن صحبت کنند. کامنت گذاشتن را برای مخاطبان آسان کنید و پخش مربوط به نظرات را در دسترس آنها قرار دهید. در مورد موضوعاتی بنویسید که مردم تمایل دارند درباره آن نظر بدهند. وقتی مخاطبان بتوانند در وبلاگ شما با دیگران تعامل برقرار کنند، قطعاً دوباره به وبلاگ‌تان سر می‌زنند.

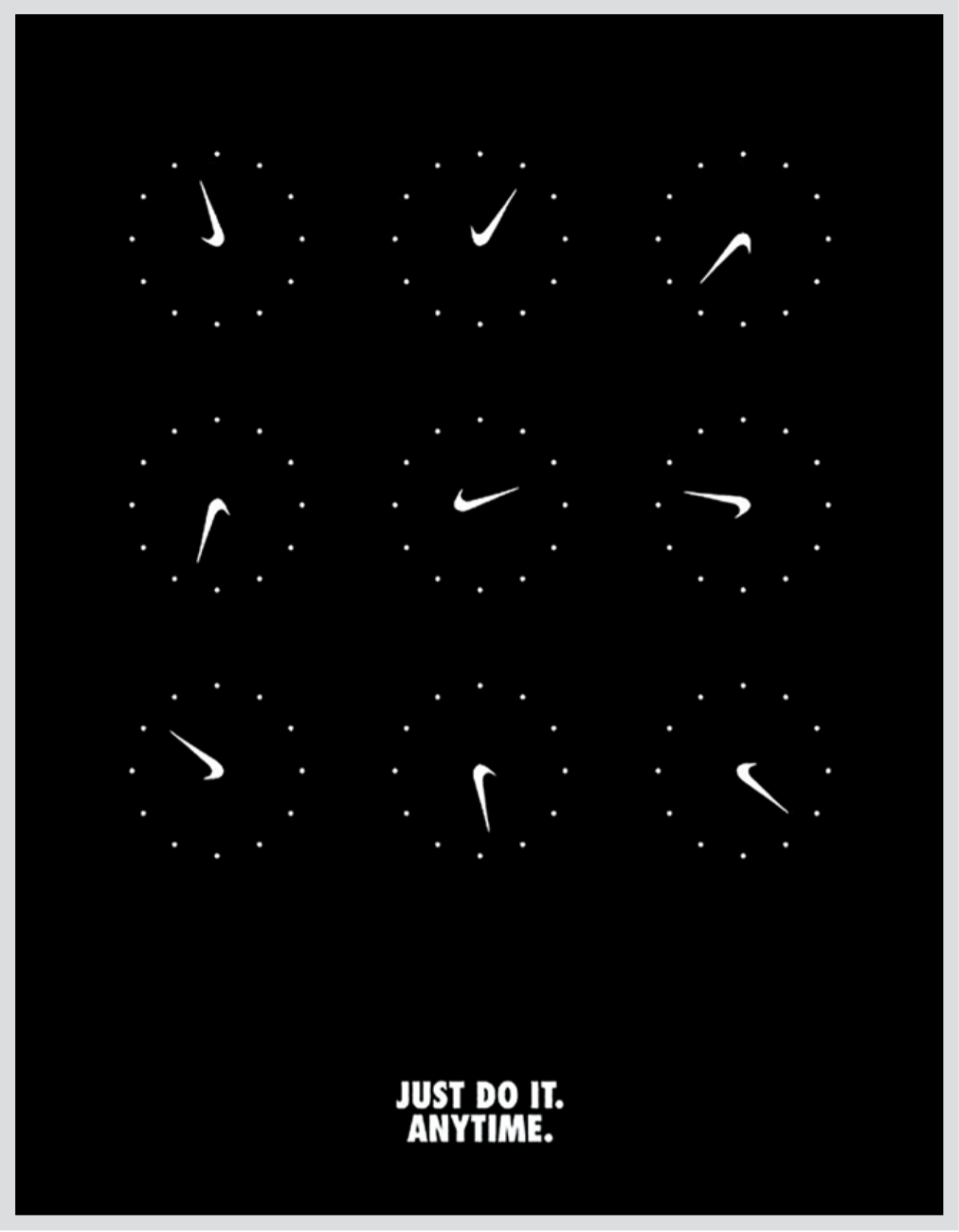
#### به نظرات و پیام‌های منفی توجه نکنید

شاید در وبلاگ خود، پیام منفی و ناخوشایندی از جانب مخاطبان دریافت کنید. نباید بگذارید این پیام‌ها باعث ناامیدی‌تان شود و شما را از وبلاگ‌نویسی دور کند. کامنت‌های منفی را به آسانی حذف کنید یا خیلی محترمانه به آنها پاسخ دهید. خود را برای نظرات منفی آماده کنید و در مقابل آنها رفتار صحیحی نشان دهید.

#### اعتماد به نفس داشته باشید

شاید وبلاگ شما به جایی برسد که هر ماه بیش از هزار مخاطب داشته باشید، در این شرایط اعتماد به نفس خود را برای نوشتن از دست ندهید. باید با این ترس و اضطراب مقابله کنید. قطعاً دلیل خاصی وجود دارد که شما مخاطبان زیادی دارید، پس به توانایی‌های خود اعتماد کنید و به نوشتن مطالب جذاب ادامه دهید.

منبع: Theguardian/ucan



## چگونه در هنگام کار در منزل متمرکز بمانیم؟

مدیریت زمان بشود، برنامه زمانی درهم برهمی داشت. زمان مشخصی برای کار خود نداشت و معمولاً در طول روز کارهای شخصی را انجام می‌داد و به این دلیل که کارهای شخصی او هیچ حد و مرزی نداشت، کارهای حرفه‌ای‌اش نیز زمان مشخصی نداشتند. او می‌گوید در هر زمانی از شبانه روز برای چک کردن ایمیل‌های کاریش استرس داشت و هیچ‌وقت احساس استراحت و راحتی نمی‌کرد.

تغییر بزرگ در زندگی او زمانی رخ داد که ساعات کار برای خود در منزل تعیین کرد. این ساعات برای او از ۹ صبح تا ۴بعد از ظهر بود. او همچنین کارهای مجاز و غیرمجاز در این ساعات را برای خود مشخص کرد. برای انجام این کار او از خود می‌پرسید که اگر مشغول کار در یک دفتر بود می‌توانست آن کار را انجام دهد یا خیر؟ اگر پاسخ خیر بود می‌دانست که آن فعالیت را باید قیبل و یا بعد از ساعات اداری خود انجام دهد. کارهای منزل و وقت‌گذراندن با دوستان همه باید بعد از زمان کار انجام می‌شدند. البته او در زمان ناهار می‌توانست تماس تلفنی با دوستانش برقرار کند و یا اگر اتفاقات اضطراری مانند خرابی ماشین می‌افتاد در طول روز می‌توانست به آنها رسیدگی کند، اما این کارها جزو استثناها محسوب می‌شدند نه قوانین. با تعیین کردن این مرزها بین ساعات اداری و شخصی او نه‌تنها زمان مشخصی برای انجام کارهای حرفه‌ای‌اش قرار داد بلکه می‌توانست بدون استرس و با راحتی زمان استراحت خود را سپری کند.

#### روز خود را برای موفقیت سازماندهی کنید

بازدهی کار خود در منزل را با برنامه‌ریزی متفاوت از یک روز کاری معمول به حداکثر برسانید. برای مثال اگر هفته‌ای یک بار در منزل کار می‌کنید، آن را به روز بدون جلسه تبدیل کنید. اگر نمی‌توانید به طور کامل این کارها را انجام دهید، حداکثر نصف روز را برای کار متمرکز ذخیره کنید. زمانی که مناسب‌تر برای شما است را انتخاب کنید.

سپس یک یا دو کار کلیدی که قصد انجام آن در این زمان را دارید تعیین کنید. این وظایف و کارها می‌توانند نیاز به یک و یا دو ساعت کار بی‌وقفه و یا تفکر خلاقانه و

استراتژیک که در محیط دفتر می‌توانید به آنها دست یابید داشته باشند. نگاه نکردن به پیام‌ها و ایمیل‌ها نیز می‌تواند صحبت کنید. به خانواده، دوستان و آشنایان خود توضیح همکاران خود اطلاع دهید تا از جواب دیر به هنگام شما نگران نشوند.

#### حد و مرز را با دیگران تعیین کنید

برای پایدار کردن تلاش‌های خود با اشخاصی که زمان کاری شما در منزل را به عنوان زمان بیکاری می‌دانند صحبت کنید. به خانواده، دوستان و آشنایان خود توضیح دهید که این ساعات زمان کار شما است و قادر به انجام مسائل غیرکاری در آن ساعات نیستید. اگر همسر شما در منزل است این امر را به او نیز توضیح دهید. به طور معمول اگر برنامه‌ای برای خود تعیین کنید و مطابق آن پیش بروید دیگران نیز محدودیت‌های شما را درک کرده و از برنامه شما پیروی خواهند کرد.

در بعضی از روزها ممکن است مهمان ناخوانده به منزل شما بیاید، در این‌صورت با احترام شرایط را توضیح دهید. اگر همسایه‌تان به منزل شما آمد، گفت‌ و گوی چند دقیقه‌ای با او داشته باشید و با او همانند همکاری که سر میز شما آمده است رفتار کنید اما به آنها پیشنهاد داخل آمدن و صرف چایی و داشتن صحبت طولانی نکنید. می‌توانید زمان ملاقات بعد از کار با آنها تنظیم کنید.

اگر نیاز به انجام مسائل غیرکاری پیش آمد، براساس کارهای باقیمانده زمانی برای آن را تعیین کنید. برای مثال اگر خانواده‌تان از شما درخواست کار کرد، زمان انجام آن را در هنگام وقت ناهار خود بگذارید و براساس آن زمان عمل کنید و اگر وقت نداشتید این امر را برای آنها توضیح دهید.

در هنگام توضیح محدودیت‌های خود به دیگران نیاز به معذرت‌خواهی زیاد نیست. برای کار خود در منزل به اندازه کار در یک اداره احترام داشته باشید. اگر به برنامه خود پایدار باشید دیگران نیز انتظارات دیگری از شما نخواهند داشت و در این صورت زمان برای کار متمرکز بیشتری خواهید داشت.

منبع: Hbr/ucan