





شاخص مدیران خرید در اسفند ۹۷ به سطح انبساط رسید

#### عبور اقتصاد از دوره انقباض

شامخ با همان شاخص مدیران خرید (PMI) مقیاسی است که اوایل هر ماه از سوی اتاق ایران و از طریق پاسخ بنگاه‌های نمونه در صنایع مختلف به سؤالات مشخص منتشر می‌شود و رونق یا رکود در فضای کسب‌وکار را نشان می‌دهد. در جریان استخراج این شاخص، اگر عدد شاخص بیش از ۵۰ درصد باشد، نشان می‌دهد که اقتصاد در حال توسعه است، درحالی‌که هر رقمی زیر ۵۰ درصد، از قرار داشتن اقتصاد در شرف انقباض و رکود حکایت دارد.

طبق گزارش اتاق ایران، شامخ اسفندماه سال ۹۷ برابر با ۵۵،۳۶ واحد بوده که هم نسبت به ماه قبل (معادل ۱۶،۲۲ درصد) بهبود داشته و هم به محدوده بالای ۵۰ واحد، یعنی وضعیت انبساط اقتصادی رسیده است که از حرکت خروج از رکود بنگاه‌های اقتصادی و پیش‌بینی رونق آنها در ماه‌های آتی خبر می‌دهد.

\* شامخ کل صنعت: عدد کل شامخ صنعت در اسفندماه برای اولین بار در شش ماه گذشته بیشتر از ۵۰ یعنی رقم ۵۵،۳۶ را ثبت کرده است. این عدد به مفهوم وضعیت رونق نسبی و رو به رشد صنعت در این ماه در مقایسه با ماه قبل است. صنایع تولید وسایل نقلیه و قطعات وابسته، تولید ماشین‌آلات، تولید محصولات لاستیک و پلاستیک، تولید محصولات شیمیایی، تولید چوب و مبلمان، تولید محصولات نساجی، تولید محصولات فلزی، تولید مواد غذایی و تولید محصولات پالایشگاهی به ترتیب بیشترین اثر را در بهبود شامخ در این ماه و سیر صعودی آن به عدد بالاتر از ۵۰ داشته‌اند.

\* شاخص تولید: عدد شامخ تولید روندی مشابه با عدد کلی شامخ طی این پنج دوره داشته است. پس از سه دوره روند نزولی، این شاخص، در دی، بهمن و اسفند روند افزایشی را ثبت کرده است و برای دومین بار این شاخص در چند گروه صنعتی رقم بیش‌تر از ۵۰ (۵۷،۲۳) را کسب کرده که نشان‌دهنده وضعیت مطلوب تولید در این گروه‌های صنعتی در اسفندماه است.

صنایع تولید چوب، کاغذ و مبلمان، تولید وسایل نقلیه و قطعات وابسته، تولید ماشین‌آلات، تولید محصولات لاستیک و پلاستیک، تولید محصولات شیمیایی، تولید مواد غذایی، تولید محصولات فلزی و تولید محصولات نساجی دارای عدد شامخ تولید بالاتر از ۵۰ هستند. در اسفندماه، صنایع تولید کانی غیرفلزی کمترین میزان شامخ تولید را در بین صنایع مختلف به ثبت رسانده است.

\* شاخص سفارشات جدید: شاخص سفارشات جدید در این ماه نیز روند صعودی خود را طی کرده و برای دومین بار عدد شامخ بزرگ‌تر از ۵۰ را (۶۶،۸۱) به ثبت رسانده است. با توجه به افزایش کلی تقاضا در ماه‌های انتهایی سال، روند افزایشی این شاخص در این ماه کاملاً منطقی به نظر می‌رسد. نکته قابل توجه این است که تمام صنایع منتخب در این ماه عدد شاخص سفارشات جدید بیشتر یا مساوی ۵۰ را به ثبت رسانده‌اند که در بین آنها صنعت تولید وسایل نقلیه و قطعات وابسته بیشترین مقدار یعنی عدد ۷۹،۱۷ و صنعت تولید پوشاک و چرم کمترین عدد یعنی عدد ۵۰ را به ثبت رسانده‌اند.

\* شاخص مدت‌زمان تحویل سفارش: عدد شامخ مدت‌زمان تحویل سفارش در این ماه پس از یک دوره نزولی، دوباره روند افزایشی را ثبت کرده و مانند دی‌ماه، به بالای ۵۰ یعنی ۵۰،۵۲ رسیده است، اما همچنان بیشترین عدد شامخ این شاخص متعلق به دی‌ماه با عدد ۵۲،۴۶ بوده است. در بین صنایع منتخب، صنعت تولید وسایل نقلیه و قطعات وابسته بیشترین مقدار عدد شامخ را برای این شاخص به ثبت رسانده که به معنای دیرتر رسیدن تولیدات این گروه به دست مشتریان در این ماه علی‌رغم افزایش قابل توجه تولید در این صنعت است.

\* شاخص موجودی مواد اولیه: پس از دو ماه روند کاهشی عدد شامخ موجودی مواد اولیه در ماه‌های دی و بهمن، در اسفندماه شامخ موجودی مواد اولیه روند افزایشی را ثبت کرده است، اما همچنان این عدد زیر ۵۰ یعنی ۳۹،۹۶ است. در اسفندماه، بیشترین عدد شامخ برای موجودی مواد اولیه نسبت به دوره‌های پیشین به ثبت رسیده است. صنایع تولید وسایل نقلیه و قطعات وابسته، تولید چوب، کاغذ و مبلمان و تولید کانی غیر فلزی بیشترین و صنعت تولید مواد غذایی کمترین میزان موجودی مواد اولیه در این ماه را به ثبت رسانده‌اند.

\* شاخص میزان استخدام: با توجه به اینکه عدد شامخ میزان استخدام در شش دوره گذشته همچنان کمتر از ۵۰ بوده است، اما این شاخص در اسفندماه بیشترین مقدار نسبت به ماه‌های گذشته یعنی عدد ۴۷،۱۷ را ثبت کرده است. در بین صنایع منتخب، صنایع نساجی بیشترین عدد میزان استخدام یعنی ۵۴،۵۵ را به ثبت رسانده و صنایع تولید وسایل نقلیه و قطعات وابسته کمترین مقدار میزان استخدام را ثبت کرده است.

\* شاخص قیمت خرید مواد اولیه: روند صعودی عدد شامخ قیمت خرید مواد اولیه که از آذرماه شروع شده بود، در این ماه نیز همچنان روند صعودی خود را حفظ کرد، اما این عدد از عدد شامخ مهرماه (۸۷،۵۷) کمتر و عدد ۸۱،۶۷ ثبت شده است. تمامی صنایع منتخب مانند ماه گذشته، عدد شامخ قیمت خرید مواد اولیه را عدد بالاتر از ۵۰ ثبت کرده‌اند که به معنای افزایش قیمت مواد اولیه نسبت به بهمن‌ماه است. صنعت تولید محصولات پالایشگاهی بیشترین و تولید محصولات فلزی کمترین میزان افزایش قیمت مواد اولیه را در این ماه تجربه کرده‌اند.

\* شاخص میزان صادرات کالا: پس از روند نزولی عدد شامخ صادرات کالا در دی‌ماه، نه‌تنها این عدد در اسفند روند صعودی خود را مشابه ماه گذشته تکرار کرد، بلکه بیشترین مقدار عدد شامخ را نیز در این ماه یعنی ۴۹،۳۳ نسبت به پنج دوره گذشته ثبت کرد. صنایع تولید ماشین‌آلات، تولید محصولات لاستیک و پلاستیک، تولید محصولات پالایشگاهی، تولید محصولات نساجی، تولید کانی غیر فلزی، تولید محصولات فلزی و تولید پوشاک و چرم بیشترین مقدار میزان صادرات کالا در این ماه (عدد شامخ بزرگ‌تر از ۵۰) و صنایع تولید مواد غذایی و تولید وسایل نقلیه و قطعات وابسته نیز کمترین مقدار صادرات را در این ماه به ثبت رسانده‌اند.

گزارش نهاد پژوهشی مجلس از وضعیت ایران در شاخص توسعه انسانی ۲۰۱۸

## کاهش ۲ پله‌ای رتبه ایران



از ۴/۲ در سال ۱۹۹۰ به عدد ۹/۸ در سال ۲۰۱۷ رسیده است. در زیرشاخص سال‌های قابل انتظار آموزش نیز روند به همین منوال است؛ در سال ۱۹۹۰ از عدد ۹/۲ سال به عدد ۱۴/۹ در سال ۲۰۱۷ ارتقا یافته است. البته شایان ذکر است که با وجود آنکه امتیاز زیرشاخص آموزش همواره رو به رشد بوده است اما به دلیل سرعت رشد سایر کشورها، رتبه کشورمان

در این زیرشاخص گاهی تنزل یافته است.

به همین اعتبار و با فرض ثبات منطق روندهای موجود در آینده، می‌توان انتظار داشت که تحریم‌های اخیر و به تبع آن، کاهش قابل توجه در فروش نفت ایران، به کاهش زیاد درآمد سرانه کشورمان در سال‌های نزدیک منتهی شود و این موضوع ضمن تضعیف رتبه ایران در شاخص درآمد سرانه، می‌تواند وضعیت کلی ایران در شاخص توسعه انسانی سال‌های آتی را نیز تنزل دهد. با این حال بعید است که این تنزل با شدت زیادی همراه باشد.

با وجود این، به نظر می‌رسد آثار شاخص درآمد سرانه از شاخص سلامت و آموزش متمایز باشد؛ دو شاخص مذکور، شاخصی برآیندی بوده و تحت تأثیر سیاست‌های متفاوتی قرار دارند، در حالی که به دلیل وابستگی شدید درآمد کشور به فروش نفت، درآمد سرانه به طور مستقیم متأثر از تغییرات در فروش نفت خواهد بود. از آنجا که شرایط تحریم کاهش فروش نفت را نشانه گرفته است، به نظر می‌رسد شاخص درآمد سرانه در سال‌های آتی کاهش یابد. با وجود این، تجربه تحریم سال ۲۰۱۱ نشان می‌دهد که کاهش مذکور نیز تأثیر چشمگیری بر شاخص کلی توسعه انسانی نداشته باشد؛ ازاین رو با فرض ثبات شاخص توسعه در کشورهای مختلف، احتمالاً کشور ایران، با تنزل چندرتبه‌ای (براساس روند گذشته حدود ۲ تا ۴ رتبه‌ای) روبه‌رو شود.

نرخ امید به زندگی: بعد سلامت شاخص توسعه انسانی براساس شاخص «امید به زندگی در بدو تولد» ارزیابی می‌شود. امید به زندگی متوسط سال‌هایی است که انتظار می‌رود فرد زندگی کند. بررسی روند شاخص امید به زندگی طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۷ نشان می‌دهد شاخص فوق طی این سال‌ها رشد مثبت داشته است و از ۶۳/۸ سال در ۱۹۹۰ به ۷۶/۲ سال در ۲۰۱۷ رسیده است که بیشترین افزایش امید به زندگی در بازه زمانی ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۵ بوده است و در این بازه زمانی شاخص توسعه انسانی نیز رشد قابل توجهی را تجربه کرده است.

بررسی شاخص‌های مختلف مرتبط با سلامت نشان می‌دهد که تغییرات شاخص امید به زندگی و نرخ رشد آن در سال‌های اخیر براساس قانون بازده نزولی، گذار اپیدمیولوژیکی (کاهش بیماری‌های واگیردار و افزایش بیماری‌های مزمن) و پیشرفت‌های صورت گرفته در حوزه سلامت و پزشکی قابل توجه است، اما این روند ممکن است در سال‌های آتی به دلیل تحریم‌های اعمال‌شده دستخوش تغییر شود.

|                   |        |            |               |
|-------------------|--------|------------|---------------|
| شاخص              | امتیاز | رتبه جهانی | رتبه منطقه‌ای |
| شاخص توسعه انسانی | ۰،۷۹۸  | ۶۰         | ۸             |
| آموزش             | ۰،۷۴۱  | ۶۳         | ۶             |
| درآمد             | ۰،۷۹۴  | ۶۲         | ۹             |
| سلامت             | ۰،۸۶۴  | ۶۱         | ۶             |

رتبه ایران در شاخص توسعه انسانی و زیرشاخص‌های آن

|                  |      |      |      |      |
|------------------|------|------|------|------|
| شاخص\سل          | ۱۹۹۶ | ۲۰۰۴ | ۲۰۱۲ | ۲۰۱۷ |
| شاخص توسعه\سلی۸۹ | ۷۴   | ۸۷   | ۵۸   | ۶۰   |
| آموزش            | ۸۹   | ۱۱۲  | ۶۱   | ۶۳   |
| درآمد            | ۵۸   | ۵۶   | ۶۷   | ۶۲   |
| ساخت             | ۹۳   | ۸۷   | ۶۷   | ۶۱   |

بوده است و از رشد ۱۲درصدی تا منفی ۵۸درصدی نوسان داشته است. تطبیق زمانی میان جهش‌های قابل توجه درآمد سرانه با وضعیت اقتصادی سیاسی کشور نشان می‌دهد که هر دو نرخ بیشینه و کمینه ناشی از افزایش صادرات و فروش نفت (پس از برجام) و کاهش صادرات و فروش نفت کشور (در نتیجه تحریم) بوده است.

به همین اعتبار و با فرض ثبات منطق روندهای موجود در آینده، می‌توان انتظار داشت که تحریم‌های اخیر و به تبع آن، کاهش قابل توجه در فروش نفت ایران، به کاهش زیاد درآمد سرانه کشورمان در سال‌های نزدیک منتهی شود و این موضوع ضمن تضعیف رتبه ایران در شاخص درآمد سرانه، می‌تواند وضعیت کلی ایران در شاخص توسعه انسانی سال‌های آتی را نیز تنزل دهد. با این حال بعید است که این تنزل با شدت زیادی همراه باشد.

با وجود این، به نظر می‌رسد آثار شاخص درآمد سرانه از شاخص سلامت و آموزش متمایز باشد؛ دو شاخص مذکور، شاخصی برآیندی بوده و تحت تأثیر سیاست‌های متفاوتی قرار دارند، در حالی که به دلیل وابستگی شدید درآمد کشور به فروش نفت، درآمد سرانه به طور مستقیم متأثر از تغییرات در فروش نفت خواهد بود. از آنجا که شرایط تحریم کاهش فروش نفت را نشانه گرفته است، به نظر می‌رسد شاخص درآمد سرانه در سال‌های آتی کاهش یابد. با وجود این، تجربه تحریم سال ۲۰۱۱ نشان می‌دهد که کاهش مذکور نیز تأثیر چشمگیری بر شاخص کلی توسعه انسانی نداشته باشد؛ ازاین رو با فرض ثبات شاخص توسعه در کشورهای مختلف، احتمالاً کشور ایران، با تنزل چندرتبه‌ای (براساس روند گذشته حدود ۲ تا ۴ رتبه‌ای) روبه‌رو شود.

نرخ امید به زندگی: بعد سلامت شاخص توسعه انسانی براساس شاخص «امید به زندگی در بدو تولد» ارزیابی می‌شود. امید به زندگی متوسط سال‌هایی است که انتظار می‌رود فرد زندگی کند. بررسی روند شاخص امید به زندگی طی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۷ نشان می‌دهد شاخص فوق طی این سال‌ها رشد مثبت داشته است و از ۶۳/۸ سال در ۱۹۹۰ به ۷۶/۲ سال در ۲۰۱۷ رسیده است که بیشترین افزایش امید به زندگی در بازه زمانی ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۵ بوده است و در این بازه زمانی شاخص توسعه انسانی نیز رشد قابل توجهی را تجربه کرده است.

بررسی شاخص‌های مختلف مرتبط با سلامت نشان می‌دهد که تغییرات شاخص امید به زندگی و نرخ رشد آن در سال‌های اخیر براساس قانون بازده نزولی، گذار اپیدمیولوژیکی (کاهش بیماری‌های واگیردار و افزایش بیماری‌های مزمن) و پیشرفت‌های صورت گرفته در حوزه سلامت و پزشکی قابل توجه است، اما این روند ممکن است در سال‌های آتی به دلیل تحریم‌های اعمال‌شده دستخوش تغییر شود.

ماهیت چندبعدی بیماری‌های غیرواگیر و نقش ریسک فاکتورهای مختلف رفتاری و زیستی باعث می‌شود که میزان مرگ و میر و ناتوانی ناشی از بیماری‌های غیرواگیر به دلایل مختلفی از جمله کاهش امنیت غذایی و کاهش دسترسی به مراقبت‌های پیشگیری و خدمات درمانی به ویژه داروها و تجهیزات مورد نیاز برای تشخیص به موقع و درمان بیماران مزمن (با توجه به تغییر الگوی بیماری‌ها و افزایش بار بیماری‌های مزمن) تحت تأثیر منفی تحریم‌ها قرار گیرد که در صورت عدم اجرای مداخلات به موقع و مناسب می‌تواند در سال‌های آتی باعث کاهش امید به زندگی و امید به زندگی سالم شود.

سال‌های آموزش و سال‌های قابل انتظار آموزش: ایران در هر دو زیرشاخص سال‌های آموزش و سال‌های قابل انتظار آموزش همواره روند روبه‌رشدی داشته است، به طوری که در زیرشاخص سال‌های آموزش

فرصت امروز: مرکز پژوهش‌های مجلس در یکی از تازه‌ترین گزارش‌هایش در سال پیش‌رو به بررسی موضوع «تیین وضعیت جمهوری اسلامی ایران در گزارش شاخص توسعه انسانی ۲۰۱۸» پرداخته است. شاخص توسعه انسانی برای نخستین بار در سال ۱۹۹۰ به مقایسه کشورها از منظر شاخص‌های سه‌گانه شامل سلامت (امید به زندگی)، آموزش (سال‌های آموزش و سال‌های قابل انتظار آموزش) و درآمد سرانه پرداخت و بدین ترتیب، حیات انسانی به جای ثروت اقتصادی صرف مورد تأکید قرار گرفت. این تغییر رویکرد به نوعی تغییر پارادایم در سیاست‌گذاری نیز به حساب می‌آید. در گزارش‌های مربوط به شاخص توسعه انسانی عموماً کشورها در چهار دسته قرار می‌گیرند: توسعه انسانی «نندک»، «متوسط»، «زیاد» و «بسیار زیاد». ایران در صدر دسته «زیاد» ایستاده است.

روند طولی رتبه و امتیاز ایران در شاخص توسعه انسانی

از سال ۱۹۹۰ تاکنون رتبه ایران رو به بهبود بوده و از رتبه ۸۹ در سال ۱۹۹۰ به رتبه ۶۰ در سال ۲۰۱۷ (گزارش ۲۰۱۸) ارتقا یافته است. در این بازه زمانی چند جهش قابل توجه وجود دارد؛ بهبود شش پله‌ای در سال ۱۹۹۱ و ۱۹۹۲، افت ۱۰ پله‌ای در سال ۲۰۰۰ و بهبود شش پله‌ای در سال ۲۰۰۱، بهبود ۱۷ پله‌ای در سال ۲۰۰۶ و بهبود هفت پله‌ای در سال ۲۰۱۲. بیشترین جهش در زیرشاخص سلامت نیز ۱۷ رتبه‌ای بوده است. زیرشاخص درآمد، ۱۰ رتبه و زیرشاخص آموزش نیز هشت رتبه ارتقا داشته است.

بررسی زیرشاخص‌ها نشان می‌دهد که مهمترین عامل در بهبود رتبه ایران در سال‌های آغازین به دلیل بهبود امید زندگی به دنبال راهاندازی سیستم شبکه‌های بهداشتی و کاهش مرگ و میر مادران و کودکان است و بهبود شاخص پایه سلامت و تا حدی ناشی از بهبود درآمد سرانه کشور در آن سال‌ها بوده است. از سویی تنزل ۱۴ رتبه‌ای ایران در بازه ۲۰۰۵-۱۹۹۹ در حالی صورت گرفته که دو زیرشاخص سلامت و درآمد به ترتیب رشد مثبت ۶ و ۳ رتبه‌ای داشته‌اند، اما زیرشاخص آموزش ۲۸ رتبه تنزل یافته است. به بیان دیگر در این بازه زمانی، آموزش تنها عامل تنزل رتبه جهانی ایران در شاخص توسعه انسانی بوده است. شایان ذکر است که حتی در سال‌های تضعیف رتبه ایران، امتیاز شاخص توسعه انسانی ایران روند آرام صعودی داشته است و کاهش رتبه ایران، به دلیل فزونی رشد دیگر کشورهای بوده است.

بهبود قابل توجه جایگاه ایران در سال ۲۰۰۶ (۲۰ صعود ۱۷ پله‌ای) بیش از همه ناشی از ارتقای جایگاه شاخص آموزش (نسبت به سایر کشورها) بوده است و اغلب تغییرات (مثبت یا منفی) وضعیت کشور در شاخص توسعه انسانی در همه سال‌های دهه اول قرن بیست و یکم در تناسبی آشکار با تغییرات وضعیت آموزش قرار داشته است.

رتبه جهانی ایران در شاخص توسعه انسانی ۶۰ و رتبه منطقه‌ای آن هشت است. در سال ۲۰۱۰ امتیاز شاخص توسعه انسانی جمهوری اسلامی ایران، ۰/۷۵۵ بوده که با متوسط رشد سالیانه (۰/۷۹) درصد تا سال ۲۰۱۷ به امتیاز ۰/۷۹۸ ارتقا یافته است. با این حال، جایگاه کشورمان بین سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۱۷ به میزان دو رتبه کاهش یافته است. در میان کشورهای منطقه، ترکیه با میزان متوسط رشد سالیانه ۱/۰۶درصد بیشترین رشد را بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷ داشته است و جایگاه این کشور بین سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۱۲ به میزان هشت رتبه ارتقا یافته است.

واکاو تغییرات ایران در شاخص‌های اصلی

درآمد سرانه: براساس آمارهای موجود، درآمد سرانه ایران از ۱۱۴۰ دلار در سال ۱۹۹۰ به ۱۹۱۳۰ دلار در سال ۲۰۱۷ رسیده است؛ بررسی نرخ رشد درآمد سرانه سالیانه حاکی از آن است این شاخص بسیار متغیر

#### یادداشت

### برای تعیین دقیق خسارت سیل در بخش کشاورزی زود است

|                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span>سیدرضا نورانی</span></div>                          |
| <div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span>رئیس اتحادیه ملی محصولات کشاورزی ایران</span></div> |

برای تعیین دقیق میزان خسارت سیل بر مزارع و باغات زود است، اما برآوردهای اولیه گویای اثرگذاری سیل بر نخلستان‌های استان خوزستان است. باتوجه به این مسئله احتمال کاهش تولید خرمای ایرانی بالاست با این حال باید تا کارشناسی دقیق میزان خسارت سیل بر بخش‌های مختلف صبر کرد.
وسعت سیل زیاد بوده و مساحت جغرافیایی وسیعی را درگیر کرده است. به همین دلیل تعیین خسارت باغ‌ها و مزارع و نخلستان‌ها به زمان نیاز دارد. استان خوزستان نخلستان‌های بزرگی را در بر می‌گیرد و سهم قابل توجهی در تولید خرمای کشور دارد. تا یک ماه آینده میزان دقیق خسارت‌های وارده به انواع باغ‌ها از جمله نخلستان‌ها مشخص می‌شود و با بررسی این اطلاعات می‌توان درباره وضعیت بازار انواع محصولات و میزان تولید اظهارنظر کرد.
در شرایط کنونی باید از اظهارنظرهای تخمینی درباره میزان خسارت‌های سیل بر بخش کشاورزی پرهیز کرد. به طور حتم تخمین‌ها با واقعیت متفاوت است. سیلاب در بعضی مناطق کشور نه همه شهر بلکه بخش‌هایی از شهرها و شهرستان‌ها را درگیر کرده و به مزارع و باغ‌های حومه شهرستان‌ها خسارت زده است. پیش‌بینی پیش از موقع و اظهار نظر براساس تخمین‌ها نه کارشناسی‌های دقیق درباره خسارت سیل در بخش کشاورزی به التهاب دامن می‌زند و منفی‌بافی است. هیچ‌کس بر این باور نبود که پس از یک دوره خشکسالی به ترسالی برسیم و اکنون زمان مدیریت صحیح این برکت آسمانی برای پر کردن منابع زیرزمینی و چاه‌هاست تا در آینده دچار کمبود نشویم. خودکفایی در تولید محصولات کشاورزی در دوره تحریم‌های ظالمانه یک الزام است و این سیاست را باید در مورد محصولات استراتژیک دنبال کرد تا برای تامین غذای مردم دست نیاز به سوی دیگران دراز نکنیم

مرکز آمار، رشد اقتصادی ۹ ماهه ۹۷ اعلام کرد

#### با نفت منفی ۳٫۸درصد

#### بدون نفت منفی ۱٫۹درصد

مرکز آمار ایران گزارش رشد ۹ ماهه نخست سال ۱۳۹۷ را منتشر و اعلام کرد رشد اقتصادی کشور در ۹ ماهه سال ۹۷ بدون احتساب نفت منفی ۱٫۹درصد و با احتساب نفت، منفی ۳٫۸درصد بوده است. گزارش مرکز آمار از رشد ۹ ماهه نخست سال ۱۳۹۷ حاکی از آن است که محصول ناخالص داخلی به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ در ۹ ماهه اول سال ۱۳۹۷ به رقم ۵۴۱۳۴۳۷ میلیارد ریال با نفت و ۲۵۲۳۰۰۴۳ میلیارد ریال بدون احتساب نفت رسیده است، در حالی که رقم مذکور در مدت مشابه سال قبل با نفت ۵۶۲۷۲۲۴ میلیارد ریال و بدون نفت ۴۳۸۷۵۵۲ میلیارد ریال بوده که نشان از رشد منفی ۳٫۸درصدی محصول ناخالص داخلی با نفت و منفی ۱۰٫۹درصدی محصول ناخالص داخلی بدون نفت در ۹ ماهه اول سال ۱۳۹۷ دارد.

نتایج مذکور حاکی از آن است که در ۹ ماهه نخست سال ۱۳۹۷، رشته فعالیت‌های گروه کشاورزی منفی ۲٫۱، گروه صنعت منفی ۷٫۹ و گروه خدمات ۰٫۶ درصد نسبت به دوره مشابه سال قبل رشد داشته است.

گفتنی است محاسبات فصلی در مرکز آمار ایران در قالب ۱۸ بخش اصلی متشکل از ۴۲ رشته فعالیت بر مبنای طبقه‌بندی ISIC.Rev۴ انجام می‌شود که بر این اساس گروه کشاورزی شامل زیربخش‌های زراعت و باغداری، دامداری، جنگل‌داری و ماهیگیری، گروه صنعت شامل زیربخش‌های استخراج نفت خام و گاز طبیعی، استخراج سایر معادن، صنعت، تأمین آب و برق و گاز طبیعی و ساختمان است و گروه خدمات شامل زیربخش‌های عمده و خرده‌فروشی، فعالیت‌های خدماتی مربوط به تأمین جا و غذا، حمل و نقل، انبارداری، پست، اطلاعات و ارتباطات، فعالیت‌های مالی و بیمه، مستغلات، کرایه و خدمات کسب و کار و دامپزشکی، اداره امور عمومی و خدمات شهری، آموزش، فعالیت‌های مربوط به سلامت انسان و مددکاری اجتماعی و سایر خدمات عمومی، اجتماعی، شخصی و خانگی است.

با ابلاغ سازمان امور مالیاتی

### دستمزد سالانه کمتر از ۳۳ میلیون تومان از مالیات معاف شد

براساس بخشنامه جدید سازمان امور مالیاتی، سقف معافیت مالیاتی حقوق براساس قانون مالیات‌های مستقیم سالانه ۳۳ میلیون تومان است و بر این اساس، حقوق‌های کمتر از ۳۳ میلیون تومان در سال معاف از مالیات هستند.

محمدقاسم پناهی، رئیس کل امور مالیاتی کشور با ابلاغ بخشنامه‌ای میزان معافیت سالانه حقوق و همچنین نرخ مالیات بر درآمد حقوق سال ۱۳۹۸ را اعلام کرد. براساس این بخشنامه با استناد به مقررات بند (الف) تبصره شش قانون بودجه سال ۱۳۹۷ کل کشور مقرر شده است:

۱- سقف معافیت مالیاتی موضوع ماده ۸۴ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۶۶/۱۲/۴ و اصلاحات بعدی آن در سال ۱۳۹۸ سالانه مبلغ ۳۳ میلیون تومان است.

۲- نرخ مالیات بر کل درآمد کارکنان دولتی و غیردولتی اعم از حقوق و مزایای فوق‌العاده و کارانه مازاد بر معافیت مذکور تا یک و نیم برابر آن مشمول مالیات سالانه ۱۰درصد و نسبت به مازاد یک و نیم برابر تا دو و نیم برابر آن مشمول مالیات سالانه ۱۵درصد و نسبت به مازاد دو و نیم برابر تا چهار برابر آن مشمول مالیات سالانه ۲۰درصد و نسبت به مازاد چهار برابر تا شش برابر مشمول مالیات ۲۵درصد و نسبت به مازاد شش برابر ۳۵درصد است.

۳- حقوق اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها با رعایت ماده (۵) قانون اصلاح پارای از مقررات مربوط به اعضای هیأت علمی (آموزشی و پژوهشی) شاغل و بازنشسته دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی مصوب ۱۳۶۸/۱۲/۱۶ با اصلاحات و الحاقات بعدی، با رعایت معافیت‌های مقرر در قانون مالیات‌های مستقیم، در سال ۱۳۹۸ مشمول مالیات به نرخ ۱۰درصد خواهد بود.

مرز را نیز در میان همسایگان‌مان با جمهوری اسلامی ایران داریم.

جاسم با اشاره به امضای توافقاتی که دو کشور در عراق امضا کردند، اظهار کرد: مهم‌ترین بند این تفاهم معافیت از پرداخت هزینه بابت روادید میان ملت‌های دو کشور است که ما سریعاً نتایج این مصوبات را با افزایش تردد مردم دو کشور به‌ویژه تجار خواهیم دید. فضا هم‌اکنون برای ورود تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی به عراق آماده است.

این در حالی است که به گفته رضا رحمانی، وزیر صنعت، معدن و تجارت در سال گذشته بیشترین صادرات به عراق از سوی ایران بوده است که باید از همه ظرفیت‌ها برای حفظ و بهبود این وضعیت استفاده کنیم.

رحمانی با اشاره به رتبه صادرات ایران به عراق، حفظ این رتبه را سخت‌تر از به دست آوردنش دانست که به گفته او، کیفیت کالاهای صادراتی مهم‌ترین نقش را در این خصوص دارند.

او توضیح داد: در حوزه تشکل‌های صادراتی باید اقداماتی انجام گیرد که هر کالایی به هر شکلی صادر نشود، چراکه ممکن است کالای بی‌کیفیت موقتاً صادر شود، اما صادرات آن ادامه‌دار نخواهد بود و بر روی اعتبار دیگر کالاهای ایرانی نیز تأثیر منفی می‌گذارد.

##### حفظ بازار عراق برای حفظ منافع ملی

تجار ایرانی می‌دانند راه درازی برای یافتن یک بازار بین‌المللی باید طی کنند، اما یکی از مشتریان قدیمی و نزدیک به کشور ما آماده خرید اقلام موردنیاز خود است. اقلامی که به‌شدت روی کیفیت و کمیت آن نظارت خواهد داشت و تجار ایرانی با کوچک‌ترین خطایی نه‌تنها منافع و اعتبار خود را خدشه‌دار خواهند کرد که منافع ملی کشور را نیز به مخاطره خواهند انداخت. حفظ بازار عراق آن‌هم در شرایطی که محدوده تبادلات تجاری با دنیا هر روز تنگ‌تر از قبل می‌شود موضوعی است که دیگر نمی‌توان از کنار آن به‌سادگی گذشت. رئیس‌جمهور، وزیر صنعت، معدن و تجارت، وزیر اقتصاد و سایر اعضای کابینه نقش خود را در توسعه این بازار بازی کرده‌اند. حال نوبت فرزند درانه اقتصاد کشور؛ بخش خصوصی است که دست از اشکال‌تراشی و انتقاد برداشته و با رویکردی ملی به‌دقت برای حفظ و توسعه این بازار بزرگ اقدام کند. در کنار این رویکرد نیاز به بازنگری در عملکرد تجار و بازرگانان ایرانی نیز وجود دارد. حال زمان آن است که دولت با نظارت دقیق بر عملکرد این بخش از فعالان اقتصادی هرگونه خطا را به آنان گوشزد کرده و برای حفظ و توسعه بازار عراق نهایت حساسیت را به خرج دهد. تعهدات مالی، سرعت عمل، کیفیت، صداقت و عمل به تمامی تعهدات از سوی تجار ایرانی می‌تواند نگاه آسیب‌دیده عراق به بخش خصوصی را ترمیم کند.

و تجار ایرانی فراهم شد فرصتی مغتنم است. این فرصت اگر مانند بازار روسیه در زمان اختلاف با ترکیه از دست نرود فرصتی بسیار بزرگ بوده و می‌توان از آن به‌عنوان دریچه‌ای برای عرضه کالاهای ایرانی به سایر کشورها هم استفاده کرد.

به گفته سید محمدعلی حکیم، تحلیلگر و فعال سیاسی عراقی، فرصت واردات ۴۰ میلیارد دلاری در سال، برای اقتصاد ایران که دچار تحریم‌های ایالات‌متحده آمریکا شده است، پنجره مناسبی است تا بتواند از تنگنایهای تحریم‌ها عبور کند. مدیر خبرگزاری بین‌المللی النخیل عراق می‌گوید لئو هزینه روادید به مبلغ ۴۰ دلار باعث می‌شود اقتصاد دو کشور در بخش گردشگری هم به نهایت شکوفایی برسد زیرا سالانه ایران پذیرای یک‌میلیون و ۶۰۰ هزار گردشگر مذهبی عراقی است و در مقابل دست‌کم سالانه ۷ میلیون گردشگر و زائر ایرانی هم به عراق سفر می‌کنند.

بسیاری از موانعی که فعالان اقتصادی از آن به‌عنوان سدی برای دستیابی به هدف نام می‌برند در این سفر مرتفع شد.

فرهاد دژپسند، وزیر امور اقتصادی و دارایی کشور نیز در رفع موانع گمرکی با بیان اینکه باید موافقت‌نامه همکاری‌های گمرکی بین دو کشور مبادله شود، تأکید کرد: اگر در موضوع گمرک به توافق برسیم یک جهش بزرگی در روابط تجاری ایجاد خواهیم کرد.

وی خاطرنشان کرد: برای تسهیل روابط تجاری دو کشور ایران و عراق، حتی باید قوانین گمرکی را در روابط دو کشور ساده‌سازی کنیم.

نگاهی به بازار عراق نشان می‌دهد این بازار برای محصولات ایرانی بازاری مناسب و سهل‌الوصول است.نیازهای کشور عراق به کالا و خدمات تاکنون توسط کشورهای اسارات با سهم ۲۴٫۴٪، ترکیه ۱۸٫۱٪، چین ۱۶٫۶٪، ایران ۱۲٫۸٪، کره جنوبی ۲٫۸٪ و هند و آمریکا درمجموع نزدیک به ۵٪ تأمین شده است. ایران به‌عنوان بزرگ‌ترین کشور همسایه عراق سهم چهارم را در صادرات کالا به عراق به دست آورده است که هدف‌گذاری برای افزایش این سهم با سفر رئیس‌جمهوری به این کشور صورت گرفته است.

##### بازاری ۱۰۰درصد آماده برای دوران تحریم

بعد از سفر روحانی و هیات همراه به عراق مقامات عراقی هم به تهران آمدند تا روابط سیاسی و تجاری دو کشور را کاملاً تبیین کرده و برنامه‌های بخش خصوصی برای کسب سهم بیشتر از عراق را ببینند. عبدالمجید جاسم، وزیر تجارت عراق، سفر هیات عالی‌رتبه عراقی به ایران را پیامی آشکار مبنی بر اهمیت و علاقه وافر عراق بر توسعه روابط با جمهوری اسلامی ایران خواند و گفت: روابط بین دو کشور ریشه در هزاران سال دارد و طولانی‌ترین

کریدور گازی آذربایجان، اروپا را بی‌نیاز از انرژی ایران می‌کند

## ایران بازنده دیپلماسی گازی در اروپا

اروپا تبدیل کرده است. گزارش‌های بین‌المللی منتشرشده و شواهد موجود، حاکی از کاهش تولید و افزایش تقاضای گاز طبیعی در اروپاست. لذا، کشورهای اروپایی به دنبال تأمین انرژی مورد نیاز خود و افزایش منابع عرضه گاز طبیعی هستند. ازاین‌رو، اتحادیه‌ای اروپا پروژه کریدور جنوبی گاز را در سال ۲۰۱۵ طراحی و عملیاتی کرده و با مشارکت سه کشور جمهوری آذربایجان، گرجستان و ترکیه در حال اجرای مراحل پایانی این پروژه مهم گازی هستند. پروژه کریدور جنوبی گاز قرار است گاز استخراج شده از میدان فراساحلی شاه دنیز جمهوری آذربایجان را از طریق گرجستان و ترکیه در سال ۲۰۲۰ میلادی به سایر کشورهای هدف اروپایی انتقال دهد. حجم گاز انتقالی از میدان شاه دنیز به مقاصد مصرفی حدود ۱۶ میلیارد مترمکعب در سال خواهد بود که پس از اجرای سه پروژه در فاز اول عملیاتی خواهد شد. پروژه اول اجرای خط لوله قفقاز جنوبی و توسعه آن ( SCPP ) در گرجستان، پروژه دوم اجرای خط لوله ترانس آناتولی تاپ ۱ در ترکیه و پروژه سوم اجرای خط لوله ترانس آدریاتیک (TAP) در کشورهای یونان، آلبانی و ایتالیااست. در اواسط سال ۲۰۱۸ میلادی، عملیات اجرایی پروژه ترانس آناتولی به اتمام رسید و گاز مورد نیاز ترکیه از این خط لوله تحویل داده شد. اجرای این کریدور، برخلاف نظر روسیه و با حمایت کامل اتحادیه اروپا عملیاتی شده است و ضمن تنوع منابع گاز وارداتی اروپا، از وابستگی کامل کشورهای

موضوع تجارت بین‌الملل و تقویت صادرات غیرنفتی سال‌هاست به‌عنوان مهم‌ترین محور سخنرانی در همایش‌ها و سمینارها انتخاب می‌شود، اما درست در زمان عمل بخش خصوصی تنها به منافع خود می‌اندیشد.

به گزارش خبرآنلاین، نمایندگان بخش خصوصی و فعالان اقتصادی کشور که در اتاق بازرگانی گردهم آمده‌اند اغلب بر این نکته تأکید دارند که دولت باید از آنها در فعالیت‌های اقتصادی حمایت کرده و موانع را از سر راه آنها بردارد تا آنها وظیفه جایگزینی محصولات غیرنفتی به جای نفت را به خوبی انجام دهند.

موانع اما کم نیست از مالیات و عوارض گمرکی گرفته تا قوانین دست و پاگیر و … بخش خصوصی که می‌بایست متولی امر تولید، توزیع، صادرات و واردات کالا در کشور باشد درخواست‌های دیگری نیز از دولت دارد. گو اینکه به قول شیخ سخن سعدی؛ ابر و باد و مه و خورشید همه باید در کار باشند تا این بخش برای انجام وظیفه ذاتی خود که سود آن‌هم به جیب خودشان می‌رود تکانی بخورد.

پیش از برجام تمام تقصیرها به عهده تحریم‌ها بود و بعد از برجام خستگی ناشی از سال‌های تحریم فرصتی برای حفظ بازارهای بین‌المللی نگذاشت و تحریم‌ها دوباره بازگشت البته این بار با سلاح و گستره‌ای متفاوت. این بار بسیاری از کشورهای اروپایی و آسیایی با آن مخالف بوده و تجارت با ایران را برای خود فرصت می‌دانند، اما تاجران ایرانی همچنان در پیچ و خم پنهان کردن ارزهای خود بوده و با پشت کردن به فرصت‌های موجود تنها به مقابله با سامانه نیما پرداختند تا از امواج گرانی دلار ماهی بگردند.

انتقاد از دولت برای حمایت از بخش خصوصی به اینجا ختم نشد و این فرزند درانه اقتصاد کشور برای انجام وظایف ملی خود همچنان به انتقاد از زمین و زمان و سیاست و بازار انحصاری و نرخ ارز و سکه و … عدم حمایت بانک‌ها و نرخ سود سپرده و تسهیلات و … پرداخت.

ناگفته نماند اگر بخش خصوصی تاکنون نتوانسته است سهم شایسته‌ای در اقتصاد کشور داشته باشد به دلیل درآمدهای نفتی و اقتدار دولت‌ها از یکسو و سهم بالای دولت و شبه دولتی‌ها در اقتصاد از سوی دیگر بوده است. این دلایل و ده‌ها دلیل بیرونی دیگر سهم زیادی در کوچک و ضعیف ماندن بخش خصوصی داشته و دارند، اما نباید دلایل درونی این پس‌ماندگی را نادیده گرفت.

سال گذشته رئیس‌جمهور و هیات تجاری همراه در سفری به نزدیک‌ترین بازار محصولات ایران؛ عراق، تصمیم ایران برای حفظ و گسترش تجارت با عراق تا ۲۰ میلیارد دلار در سال را اعلام کرد. این مهم‌ترین بسترسازی دولت برای بخش خصوصی در شرایط فعلی است. اگرچه نباید برخی موانع را که دولت خود بر سر راه بخش خصوصی ایجاد کرده و آن‌هم شرکت‌های دولتی هستند نادیده گرفت، اما فرصت بزرگ دیگری که در شرایط خاص اقتصادی و سیاسی برای فعالان اقتصادی

در شرایطی که ایران به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان گاز در جهان و دومین دارنده بزرگ‌ترین ذخایر گاز شناخته می‌شود و پتانسیل بسیار بالایی برای فروش گاز و استفاده از منابع گاز به عنوان ابزار دیپلماسی دارد، در این زمینه نه‌تنها ضعیف عمل کرده است که از رقبای خود همیشه چندین قدم عقب‌تر بوده و این موضوع آسیب‌های بسیاری را به کشور و ثروت ملی ما وارد کرده است. هنوز خاطرات برداشت بیشتر گاز از سوی کشور قطر در خلیج فارس برای سال‌ها از خاطره مردم پاک نشده است که حالا کشور آذربایجان با ایجاد تاسیسات عظیم گازی و با کمک مهندسی کشورهای اروپایی و سرمایه‌گذاری خارجی به فکر برداشت گاز از میدانی در دریای خزر افتاده است؛ اقدامی که علاوه بر اینکه روسیه را به عنوان بزرگ‌ترین تأمین‌کننده گاز اروپا با چالش رو به رو می‌کند، به منابع درآمدی ایران به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده گاز به ترکیه هم صدمه خواهد زد و علاوه بر همه اینها دست ایران برای صادرات گاز به اروپا را در آینده هم خواهد بست و عملاً باعث از دست رفتن بازار اروپا در زمینه صادرات گاز برای کشورمان می‌شود.

در یک دهه اخیر، گسترش استفاده از گاز طبیعی در بخش صنعت و نیروگاهی کشورهای اروپایی و جایگزینی آن با زغال‌سنگ، افزایش منابع وارداتی گاز به طرق مختلف و کاهش وابستگی به گاز روسیه را به یکی از راهبردهای اساسی

سومین واگذاری هیکو کلید خورد

## تجربه تلخ خصوصی سازی در ایران



دلیل عدم بررسی و ارزیابی دقیق کارشناسی و واگذاری به افراد فاقد اهلیت و صلاحیت، دچار مشکلات حاد شده و این مشکلات در نهایت با اعتراض و تجمع کارگران بروز و نمود یافته است.
مجمع نیشکر هفت‌تپه از جمله این بنگاه‌هاست که اعتراضات شدید کارگری چند ماه قبل آن به شدت خبرساز شد؛ کارگران خواهان بازگشت مالکیت این شرکت از بخش خصوصی به دولت بودند.

واگذاری شرکت کشت و صنعت دامپروری مغان نیز سال گذشته حواشی زیادی را ایجاد کرد. منتقدان این واگذاری معتقد بودند سازمان خصوصی‌سازی این بنگاه را با قیمتی بسیار پایین‌تر از قیمت حقیقی واگذار کرده است؛ ماجرابی که در زمان واگذاری آلومینیوم المهدی نیز سر زبان‌ها افتاد و گفته می‌شد آلومینیوم المهدی ۸۳۰ میلیارد تومان زیر قیمت فروخته شده است.

به هر حال آنچه اهمیت دارد این است که نهادهای نظارتی باید به صورت جدی به حوزه خصوصی‌سازی ورود کرده و دولت را ملزم به ارائه ریز جزئیات واگذاری‌ها کنند تا از تکرار تجربیات تلخ گذشته جلوگیری شود.

البته نمایندگان مجلس شورای اسلامی در جلسه علنی خود در ۲۰ فروردین‌ماه امسال، با الحاق یک بند به ماده واحده طرح الحاق جز «ز» به بند ۵ ماده ۶ قانون اصلاح موادی از قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی موافقت کردند که براساس این بند الحاقی، وزارت اقتصاد (سازمان خصوصی‌سازی) مکلف شد دستورالعمل اجرایی روش انتخاب مشتریان استراتژیک و احراز و پایش اهلیت مدیریتی را در واگذاری‌ها رعایت کند و عدم رعایت این بند در خصوصی‌سازی‌ها در حکم تصرف غیرقانونی در اموال دولتی تلقی شد.

باید منتظر ماند و دید این مصوبه جدید تا چه اندازه می‌تواند واگذاری شرکت‌های دولتی را به مسیر صحیح خود بازگرداند.

به عنوان مدیرعامل جدید شرکت هیکو انتخاب شد، اما تغییر مدیریت شرکت نیز نتوانست گره مشکلات هیکو را باز کند و این شرکت کماکان با مشکلات و حاشیه‌های زیادی مواجه است؛ در همین راستا چندی پیش صادقان مدیرعامل هیکو گفته بود: در سال ۹۷ مشکلات در حوزه تأمین مواد اولیه و قراردادهای بروز کرد که این امر باعث شد بخشی از اهداف شرکت محقق نشود.

##### سومین واگذاری کلید خورد

سازمان خصوصی‌سازی با توجه به اختیار مالکانه ۶۰٫۷درصدی بر هیکو به تازگی اقدام به انتشار آگهی فراخوان عمومی برای شناسایی متقاضیان بالقوه خرید سهام هیکو کرده است. در بخشی از این فراخوان آمده است: «سازمان خصوصی‌سازی در نظر دارد به استناد اختیارات حاصل از وکالتنامه مأخوذه نسبت به عرضه و واگذاری معادل ۶۰٫۷۲درصد از سهام هیکو اقدام کند. این آگهی به منظور شناسایی متقاضیان بالقوه و تعیین قیمت پایه سهام قابل عرضه، منتشر شده و در مرحله بعدی، نسبت به عرضه سهام فوق به صورت رقابتی در بازار فرابورس و مطابق با مقررات آن بازار اقدام خواهد شد.» سیاست خصوصی‌سازی در ایران با این هدف اتخاذ شد که بنگاه‌های دولتی زیانده، سودده شوند و علاوه بر کمک به اقتصاد کشور، به اشتغال‌زایی بیشتر نیز منجر شوند، اما طی سنوات گذشته خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی به گونه‌ای انجام شده که شرکت‌های موفق و سودده به زمین زده شده‌اند و با تبدیل شدن به بنگاه‌های زیانده نه فقط اشتغال‌زایی آنها افزایش نیافته بلکه با تعدیل و اخراج نیرو هم دست و پنجه نرم کرده‌اند. برخی از نمایندگان مجلس در مصاحبه‌های خود با رسانه‌ها عنوان کرده‌اند که شرکت‌ها در فرآیند خصوصی‌سازی به عمد ورشکسته می‌شوند تا ارزان به مزایده گذاشته شوند.

نه فقط هیکو، بلکه بنگاه‌های اقتصادی زیادی طی این سال‌ها به

طی ۱۱ سال گذشته شرکت ۴۴ ساله هیکو که سالانه میلیاردها تومان سودآوری داشت و امروز حدود ۶۰۰ میلیارد تومان بدهی دارد، دو بار واگذار شده و قرار است برای بار سوم تغییر مالکیت دهد. به گزارش مهر، شرکت هیکو اراک که اولین و بزرگترین کارخانه تولید ماشین‌آلات راهسازی، کشاورزی و معدنی در ایران و خاورمیانه محسوب می‌شود در سال ۸۶ توسط سازمان خصوصی‌سازی به صورت مزایده به شرکتی تحت عنوان واگن‌سازی کوثر واگذار شد تا خصوصی‌سازی در ایران شکل جدی‌تری به خود بگیرد.

واگذاری هیکو به این شرکت، سرآغازی برای مشکلات و حاشیه‌های فراوان از جمله عقب‌افتادن اقساط و دستمزد کارگران بود؛ تا جایی که مجدد در سال ۹۵ شرکت هیکو از مالکیت واگن‌سازی کوثر خارج و به شرکت هیدرو اطلس واگذار شد.

با این حال مشکلات هیکو همچنان به قوت خود باقی ماند و در دی ماه سال ۹۶ اسدالله احمدپور از مدیریت هیکو استعفا داد که رئیس کل سازمان خصوصی‌سازی در واکنش به این استعفا گفته بود: سازمان خصوصی‌سازی در جایی که خریدار به تعهدات خود عمل نمی‌کند، با همان قاطعیت که از آنها در فرآیند واگذاری‌ها حمایت می‌کرده با همان قاطعیت نیز سهام واگذار شده را پس می‌گیرد. شرکت بزرگی مانند هیکو با قراردادهای ۵۰ دستگاه یا کمتر و بیشتر نمی‌تواند کار کند بلکه باید قراردادهای بزرگ در اختیار داشته باشد. در بحبوحه استعفای مدیرعامل و نبود تجهیزات برای تولید، کارگران نیز در اعتراض به حقوق معوقه و بلاتکلیفی شرکت، اقدام به تجمع طی چند روز و حتی بستن مسیر راه‌آهن شمال-جنوب در قاطع پل شهید بهشتی کردند تا از این طریق صدای خود را به گوش متولیان امر به ویژه مسئولان خصوصی‌سازی برسانند.

سرانجام اواخر خرداد سال ۹۷، در مراسمی با حضور رئیس کل سازمان خصوصی‌سازی و استاندار استان مرکزی، غلامرضا صادقیان

#### بانک‌نامه

عضو هیأت عامل بانک پاسارگاد در دیدار با استاندار لرستان:

##### بانک پاسارگاد با تمام توان در مناطق سیل‌زده امدادرسانی خواهد کرد

اسماعیل دوستی، عضو هیأت عامل بانک پاسارگاد در بازدید از مناطق سیل‌زده استان لرستان با سید موسی خادمی، استاندار لرستان دیدار کرد و از سوی بانک پاسارگاد برای امدادرسانی اعلام آمادگی کرد.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در این دیدار استاندار لرستان وضعیت مناطق سیل‌زده را تشریح کرد و از مسئولان بانک‌های کشور درخواست نمود که در عرصه کمک به مردم آسیب‌دیده از سیل حضور یابند. اسماعیل دوستی، عضو هیأت عامل و نماینده بانک پاسارگاد نیز در این دیدار آمادگی خود را برای امداد به مردم سیل‌زده و به‌ویژه همکاری در زمینه بازسازی مدارس، مراکز خدمات‌رسان عمومی و کمک‌های مستقیم به مردم اعلام کرد. دوستی از طرف مدیرعامل و مدیران ارشد بانک پاسارگاد از پلدختر و معمولان بازدید و تصریح کرد: خسارات وارده بسیار سنگین و غیرقابل تصور است، اما حضور نیروهای مردمی، سپاه و ارتش بسیار پررنگ است و مسئولان دولتی پای کار هستند ولی خسارات و نگرانی مردم به حدی زیاد است که تلاش وافر می‌طلبید.

پیش از این نیز بانک پاسارگاد، پیرو اطلاع‌رسانی‌های قبلی درخصوص همدلی و همراهی موثر این بانک با هموطنان آسیب‌دیده از سیل اخیر در مناطق مختلف، ضمن تداوم تمهید و تلاش برای تأمین و تحویل نیازهای ضروری و فوری هموطنان، رسالت و وظیفه اساسی و بنیادی بانک و گروه مالی پاسارگاد در این رابطه را مشارکت در ساخت و بازسازی تعداد زیادی از مدارس تخریب‌شده در اثر سیل اخیر اعلام کرده است.

##### بانک مرکزی درخواستی برای وام به صندوق بین‌المللی پول ارائه نکرده است

بانک مرکزی در اطلاعیه‌ای خبر ارائه درخواست برای وام به صندوق بین‌المللی پول را تکذیب کرد.

به گزارش بانک مرکزی، در پی انتشار اخباری مبنی بر درخواست دریافت وام از صندوق بین‌المللی پول، روابط عمومی این بانک اعلام کرد که هیچ‌گونه درخواستی از سوی بانک مرکزی به عنوان نهاد مسئول در ارتباط با صندوق بین‌المللی پول ارائه نشده است و کلیه اخبار مربوطه تکذیب می‌شود.

روابط عمومی بانک مرکزی همچنین تاکید کرد امسال رئیس کل بانک مرکزی نیز به علت مشغله کاری در اجلاس بهاره صندوق بین‌المللی پول شرکت نکرد و سفر خود به واشنگتن را دوشنبه پیش لغو کرد.

##### بدهی ۱۶۰ هزار میلیاردی بانک‌ها به بانک مرکزی سم مهلک اضافه‌برداشت

یک کارشناس بانکی معتقد است که دادن پول از سوی بانک مرکزی به بانک‌ها (اضافه‌برداشت) سم مهلک است و این موضوع نشان‌دهنده ضعف نظارتی بانک مرکزی است.

احمد حاتم‌ی یزد در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه نرخ سود بانکی مانند هر نرخ دیگری براساس عرضه و تقاضا تعیین می‌شود، اظهار کرد: در این زمینه عرضه‌کنندگان بانک‌ها و متقاضی هم مردم، صنایع، سیل‌زدگان، بخش کشاورزی و ... هستند و طبیعتاً اگر متقاضی زیاد باشد، نرخ نیز بالا می‌رود.

وی با بیان اینکه بانک‌ها در نهایت روشی برای دور زدن نرخ‌های دستوری سود بانکی پیدا می‌کنند، تصریح کرد: در حال حاضر نرخ سود تسهیلات بانکی ۱۸درصد است، اما همه بانک‌ها با راهکارهایی این نرخ را تا حدود ۲۲درصد افزایش می‌دهند.

این کارشناس بانکی با اشاره به نرخ سود سپرده ارائه‌شده از سوی بانک‌ها به سپرده‌گذاران نیز گفت: این دو با هم در ارتباط هستند و با توجه به اینکه بانک‌ها به دنبال جذب سپرده از مردم هستند، مقررات را زیر پا می‌گذارند و سوده‌های بالاتری را به مردم پرداخت می‌کنند.

حاتمی یزد با بیان اینکه معمولاً بانک‌های ضعیف‌تر نرخ سوده‌های بالاتری را به مشتریان می‌دهند، تصریح کرد: این بانک‌ها در نهایت قادر به پرداخت سوده‌های اعلام‌شده نیستند و برای تأمین وجوه تعهدات خود از جیب بانک مرکزی هزینه می‌کنند.

او با بیان اینکه مانده حساب بانک‌ها نزد بانک مرکزی منفی است، گفت: مجموع بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی در حال حاضر حدود ۱۶۰ هزار میلیارد تومان است که بیاتر کسری نقدینگی بانک‌هاست و نشان می‌دهد که درآمد بانک‌ها از محل تسهیلات، پاسخگوی پرداخت این سوده‌ها نیست. مدیرعامل اسبق بانک صادرات با بیان اینکه اگر بانک مرکزی به این بانک‌ها پول دهنده ورشکسته می‌شوند، گفت: دادن این پول از سوی بانک مرکزی سم مهلک و به معنای خلق پول است، چراکه بانک مرکزی باید برای پرداخت این پول‌ها، پول را خلق کند که در نهایت موجب تورم ۴۰درصدی سال گذشته و حتی تورم احتمالی امسال خواهد بود.

حاتمی یزد ضعف نظارت بانک مرکزی را دلیل اصلی این اتفاقات دانست و تصریح کرد: در هر جای دنیا اگر بانکی نتواند نقدینگی خود را مدیریت یا به پرداخت‌های خود عمل کند، بانک مرکزی فعالیت‌های آن را محدود می‌کند. بانک مرکزی در ایران نیز باید این بانک‌ها را وادار کند که به هر شکلی که می‌توانند چه از طریق مذاکره، چه از طریق تملیک وثایق و اقدامات قانونی، طلب‌های‌شان را وصول کنند.

این کارشناس بانکی تاکید کرد: بانک مرکزی اقدامات قاطعانه‌ای را انجام نداد، چراکه کمترین اقدامی که می‌توانست در این زمینه انجام دهد تغییر مدیریتی در این بانک‌ها بود، چراکه مدیر بانکی که نتواند کسری خود را جبران کرده و مجبور است این منابع کلان را از بانک مرکزی بگیرد، صلاحیت ندارد.

حاتمی یزد با بیان اینکه البته مانده حساب همه بانک‌ها با بانک مرکزی منفی نیست و چند بانک هم مثبت هستند، گفت: اگر بانکی درآمد داشته باشد و بتواند نرخ سود را از محل درآمد خود تأمین کند، هیچ مشکلی ندارد که نرخ سود بالاتری بدهد، اما اگر بانک این توانایی را ندارد، در واقع دارد خطا می‌کند و این خطا به ضرر مردم تمام می‌شود.

به گفته وی، ادغام این گونه بانک‌ها در یکدیگر مسأله‌ای را حل نمی‌کند بلکه بر بار مشکلات ایجادشده توسط آنها اضافه می‌کند، چراکه وقتی چند بانکی که وضع‌شان خوب نیست با هم ادغام شوند، بازم شرایط قبلی وجود دارد، بنابراین راهکار درست ابتدا اصلاح مدیریت و سپس اصلاح ساختار است.



## اخبار

### مزیت ایران در تولید چیست؟

معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت ظرفیت و پتانسیل‌های بسیار مناسبی در صنعت غذا، پوشاک، کیف و کفش در کشور وجود دارد.

به گزارش تسنیم، نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران گفت: برای رونق و افزایش توان تولید علاوه بر توجه به عرضه و تقاضا و برنامه‌های کوتاه، میان و بلندمدت باید از شعار و سخنرانی بگذریم و اقدام عملی انجام دهیم. حسین سلاح‌پوری افزود: برای رونق تولید باید دخالت در بازارها و مقررات فضای کسب و کار اصلاح شود.

وی گفت: تعداد زیادی از واحدهای تولیدی در استان‌های سیل‌زده خط تولید و انبارهای‌شان آسیب دیده که از وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌خواهیم از آنها حمایت کند. معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت هم گفت: برای رونق تولید باید فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری در زمینه‌های مختلف به سرمایه‌گذاران معرفی شود.

فرشاد مقیمی افزود: ظرفیت و پتانسیل‌های بسیار مناسبی در صنعت غذا، پوشاک، کیف و کفش در کشور وجود دارد.

وی گفت: برای رونق تولید باید تقسیم کار ملی صورت گیرد و علاوه بر قانون‌گذاری، مقررات جدید تدوین و بازنگری شود.

تجارت ایران و چین نصف شد

### افت ۶۵درصدی واردات کالاهای چینی

مبادلات تجاری ایران و چین در دو ماهه نخست سال جاری میلادی نسبت به مدت مشابه سال قبل نصف شده و به ۲.۴۷۱ میلیارد دلار رسیده است.

به گزارش تسنیم، جدیدترین آمار منتشرشده از سوی گمرک چین نشان می‌دهد مبادلات تجاری این کشور با ایران در دو ماهه نخست سال جاری میلادی افت ۴۹درصدی داشته و به ۳.۴۷۱ میلیارد دلار رسیده است. در ماه‌های ژانویه و فوریه سال میلادی گذشته ارزش تجارت ایران و چین ۶.۸ میلیارد دلار اعلام شده بود.

صادرات چین به ایران در این دوره و واردات از ایران کاهش داشته است. چین در ماه‌های ژانویه و فوریه امسال ۲.۳۲ میلیارد دلار کالا از ایران وارد کرده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل افت قابل توجه ۳۴درصدی داشته است. واردات چین از ایران در مدت مشابه سال قبل ۳.۵۱۵ میلیارد دلار اعلام شده بود.

صادرات چین به ایران در دو ماهه نخست امسال نیز ۶۵درصد افت داشته و به ۱،۱۵۱ میلیارد دلار رسیده است. در مدت مشابه سال قبل ۳،۲۸۵ میلیارد دلار کالای چینی به کشور واردات شده بود.

صادرات چین به ایران در این دوره و واردات از ایران کاهش داشته است.

صادرات چین به ایران در این دوره و واردات از ایران کاهش داشته است.

### ۲۵هزار واحد تولیدی کشور با کمتر از ۷۰درصد ظرفیت فعال هستند

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک گفت از مجموع واحدهای تولیدی مستقر در شهرک‌های صنعتی، ۱۲ هزار و ۵۳۳ واحد ظرفیت تولید ۵۰ تا ۵۰ درصد دارند و بیش از ۱۳ هزار واحد با ظرفیت کمتر از ۵۰درصد فعال هستند. به گزارش تسنیم، معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در گفت‌وگوی ویژه خبری افزود: ۴۳ هزار و ۴۵۸ واحد تولیدی در ۸۱۱ شهرک و نواحی صنعتی کشور به‌روانه بهره‌برداری دریافت کرده‌اند که در صورت فعالیت همه آنها ۸۷۶هزار نفر مشغول به کار می‌شوند. محمدعلی عزیزمحمدی گفت: با اقدامات صورت‌گرفته سال گذشته ۸۹۶ واحد تولیدی غیرفعال با اشتغال ۳۰ هزار و ۸۶۲ نفر به چرخه تولید بازگشتند.

وی افزود: پارسال ۲هزار و ۳۷۷ واحد صنعتی در شهرک‌های صنعتی کشور به بهره‌برداری رسید که ۳۹ هزار نفر در آنها مشغول به کار شدند. محمدعلی عزیزمحمدی گفت: از مجموع واحدهای تولیدی مستقر در شهرک‌های صنعتی ۶هزار و ۴۶۹ واحد با ظرفیت بالای ۷۰درصد فعالیت می‌کنند، ۱۲ هزار و ۵۳۳ واحد ظرفیت تولید ۵۰ تا ۷۰درصد دارند و بیش از ۱۳ هزار واحد با ظرفیت کمتر از ۵۰درصد فعال هستند.

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران افزود: با برنامه‌های پیش‌بینی‌شده، امسال بیش از ۱۹ هزار واحد صنعتی غیرفعال به چرخه تولید باز می‌گردند. عزیزمحمدی گفت: پارسال واحدهای صنعتی کوچک مستقر در شهرک‌های صنعتی ۳میلیارد و ۷۵۰ میلیون دلار به ۱۵ کشور همسایه صادرات داشتند. وی افزود: برای انتقال فناوری‌های نوین به واحدهای صنعتی با آلمان و کره جنوبی وارد مذاکره شده‌ایم. عزیزمحمدی گفت: ۳۰۰ شرکت دانش‌بنیان هم‌اکنون در شهرک‌های صنعتی کشور فعال هستند.

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران

معاون برنامه‌ریزی سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران

### اتحادیه قنادان: امسال شیرینی گران می‌شود

رئیس اتحادیه قنادان می‌گوید با توجه به افزایش ۳۴درصدی دستمزد و بالا رفتن قیمت مواداولیه قیمت شیرینی در سال ۹۸ افزایش می‌یابد؛ گرچه میزان این افزایش هنوز مشخص نیست ولی قیمت شیرینی در پنج سال گذشته رشد ۷۱ تا ۱۸ درصدی داشته است.

• علی بهره‌مند در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، با اشاره به افزایش قیمت برخی مواد اولیه در تولید شیرینی اظهار کرد: در سال جاری شاهد افزایش برخی مواد اولیه شیرینی از جمله آرد، روغن مایع، شکر و برخی اقلام دیگر بوده‌ایم و با توجه به افزایش دستمزد کارگران، قیمت تمام‌شده تولید شیرینی برای قنادان افزایش یافته است. رئیس اتحادیه قنادان گفت: با توجه به این افزایش قیمت‌ها و بخصوص افزایش ۳۴درصدی دستمزد و حقوق کارگران در سال جاری، قیمت اتحادیه برای شیرینی‌هایی که تا پیش از این براساس قیمت‌گذاری اتحادیه عرضه می‌شدند، افزایش خواهد یافت.

وی تأکید کرد: در حال حاضر هنوز هیچ تصمیمی درباره میزان افزایش قیمت شیرینی گرفته نشده و همکاران ما در حال آنالیز قیمت مواد اولیه و قیمت تمام‌شده شیرینی هستند.

در حال حاضر و براساس قیمت‌های مصوب سال ۹۷، هر کیلوگرم شیرینی برنجی معمولی ۱۸ هزار تومان، شیرینی تر و خامه‌ای درجه یک ۲۱ هزار و ۰۰۰تومان، شیرینی گل‌محمدی ۱۷ هزار و ۵۰۰، شیرینی زبان و پاپوونی ۱۸ هزار تومان و کیک یزدی ۱۳هزار تومان است.

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:

وزیر جهاد کشاورزی:



مصرف بنزین خودروهای داخلی بالاست

#### کیفیت باید افزایش یابد

مدیرعامل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت گفت ضرورت دارد صنعت خودروسازی نسبت به تغییر در کیفیت خودروها و مصرف خارج از استاندارد جهانی اقدام لازم را انجام دهد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از وزارت نفت، محسن دلاویز در نخستین نشست شورای مدیران این شرکت با اشاره به مصرف حداکثری بنزین در تعطیلات نوروز افزود: شرایط اقتصادی جامعه اقتضای کند که امسال به موضوع بهینه‌سازی مصرف انرژی توجه ویژه‌ای داشته باشیم. وی اظهار کرد: تا زمانی که اصلاح قیمت سوخت به صورت قانونی صورت نپذیرفته تک تک ما ایرانیان وظیفه داریم در ذیل سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف ابلاغی مقام معظم رهبری و قانون اصلاح الگوی مصرف مصوب مجلس شورای اسلامی، احساس مسئولیت بیشتری در مصرف صحیح انرژی در بخش‌های خانگی، حمل‌ونقل، صنایع و به ویژه صنعت خودروسازی کنیم.

مدیرعامل شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت با انتقاد از عملکرد خودروسازان درباره مصرف بالای سوخت در خودروهای داخلی گفت: ضرورت دارد صنعت خودروسازی نسبت به تغییر در کیفیت خودروها و مصرف خارج از استاندارد جهانی اقدام لازم را انجام دهد. دلاویز همچنین با اشاره به اتفاق‌های اخیر پیرامون سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و تحریم این نهاد انقلابی نظام مقدس جمهوری اسلامی از سوی آمریکا اظهار کرد: همه وجود ایران عزیز وابسته به سپاه پاسداران انقلاب اسلامی است و ما در هر جایگاهی که هستیم وظیفه داریم از سپاه حمایت کنیم.

#### تولید خودروسازان به اجرای تعهدات مالی دولت گره خورده

برای تداوم رشد تولید خودروسازان و تثبیت اوضاع بازار باید تزریق نقدینگی ادامه یابد البته این حمایت نمی‌تواند به طور دائم از سوی دولت باشد، اما تا دستیابی به نقطه تعادل قیمتی و جبران زیان خودروسازان و گردش مالی حاصل از فروش شرکت‌ها ضروری است.

یک کارشناس صنعت خودرو در گفت و گو با پرشین خودرو، با بیان این مطلب اظهار داشت: بدون ادامه پرداخت تسهیلات و کمک مالی دولت نباید انتظار داشت که در سال جدید تداوم تولید و تحویل تعهدات معوق خودروسازان عملی شود. شهرام آزادی در همین زمینه تاکید کرد: سال ۹۷ خودروسازان در تولید خودروهای با برند داخلی با کاهش جدی تولید مواجه شدند که به طور حتم دو چالش مهم افت نقدینگی و قیمت‌گذاری دستوری در این جریان نقش مهمی داشت.

وی گفت: باید پذیرفت که قیمت‌گذاری دستوری زیان بررگی را در سالیان اخیر به خصوص سال گذشته به خودروسازان تحمیل کرد که همین شرایط بخشی از علت مشکلات نقدینگی در صنعت خودرو است.

آزادی با توجه به مصوبه دولت در تخصیص ۱۱ هزار میلیارد تومان به صنعت خودرو، افزود: با توجه به بدهی معوق خودروسازان به قطعه‌سازان باید جایی که بدهی‌های گذشته پاس شود و قطعه‌سازان سرا باشند باید تسهیلات حمایتی دولت تا سقف حداقل ۱۱ هزار میلیارد تومان پرداخت شود، هرچند تاکنون بخشی از آن اختصاص یافته اما باقی آن برای تداوم تولید در یک ماه آینده ضروری است. ضعیف‌هایت علمی دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی همچنین به عوامل افزایش قیمت خودرو در سال گذشته پرداخت و به خبرنگار پرشین خودرو گفت: محدودیت‌ها و از سویی شرایطی که باعث افزایش ناگهانی نرخ ارز و بی‌ثباتی در بازار خبر شد، مهم‌ترین علت افزایش هزینه تولید و نهایتاً قیمت جریان قیمت‌گذاری تغییر کرد. آزادی خاطرنشان کرد: وابستگی ارزی تولیدات داخلی و از سویی کمبود نقدینگی ناشی از افزایش زیان شرکت‌ها مشکلاتی را برای تأمین قطعات در سال گذشته ایجاد کرد که منجر به کاهش تولید و افزایش حاشیه قیمت در بازار خودرو شد. وی گفت: برای تأمین نیاز بازار و منطقی شدن قیمت خودرو باید خودروسازان و قطعه‌سازان روی قطعاتی که در داخل تولید نمی‌شود سرمایه‌گذاری کنند و از تمام ظرفیت‌های موجود برای تولید و توسعه در این بخش استفاده کنند. این کارشناس صنعت خودرو در پایان تصریح کرد: هرچند در شرایط بحرانی ساخت تمام قطعات یک خودرو اصولی نیست، اما سرمایه‌گذاری در بخش تحقیق و توسعه امکان‌پذیر است و در شرایط کنونی چاره‌ای جز این نیست.

#### بازار خودرو ایران بحرانی‌تر از قبل خواهد شد!

بازار خودرو ایران در سال گذشته شرایطی بحرانی را پشت سر گذاشت، اما خودروسازان داخلی نظیر ایران خودرو برای جلوگیری از ورود دلالتان قصد اجرای طرح‌های فروش جدیدی را دارند که منجر به افزایش قیمت خودرو خواهد شد. در حال حاضر بسیاری از نمایشگاه‌داران خودرو از کم‌روفتی و کاهش تقاضا در بازار خبر می‌دهند. برخی از فعالان حوزه خودرو عنوان می‌کنند از اواسط اسفند ۹۷ تاکنون فروش نداشته‌اند و این در حالی است که کارشناسان بر این باورند به دلیل اجرای طرح‌های فروش فوری از سوی خودروسازان داخلی با هدف تنظیم بازار و کاهش قیمت در بازار، میزان خرید و فروش در بازار خودرو کاهش پیدا کرده است.

##### بحرانی‌تر شدن وضعیت بازار خودرو

از سویی در گذشته نیز خودروسازان انبوهی از محصولات خود را با هدف حذف دلالتان از بازار به فروش رسانده‌اند که انباشته شدن تقاضا باعث رشد قیمت‌ها شده، اما با صدور مجوز فروش فوری شرایط تغییر پیدا کرد. در حال حاضر برخی از فعالان این حوزه قیمت خودرو پراید ۱۱۱ را ۲۷ میلیون تومان اعلام می‌کنند، اما بسیاری از نمایشگاه‌داران خودرو نتوانسته‌اند هیچ یک از پرایدهای خود را به فروش برسانند. البته برخی از کارشناسان بر این باورند که در طول هفته آینده قیمت خودرو کاهش پیدا می‌کند؛ زیرا تحویل خودروهای ثبت نامی ایران خودرو و خودروهای فروش فوری سایپا شروع می‌شود. البته ایران خودرو قصد دارد طرح فروش فوری خودرو را در هفته آینده شروع کند که باید شاهد افزایش قیمت خودرو باشیم.

##### مروری بر بازار خودرو در سال گذشته

اقتصاد ایران در سال گذشته سختی را پشت سر گذاشت. خودروسازان داخلی از زیان‌های میلیاردی خود خبر می‌دهند، اما در نارضایتی افکار عمومی از صنعت خودرو تاثیرگذار بودند. پراید ۵۰ میلیون تومانی بسیاری از مردم را نسبت به وضعیت فعلی صنعت خودرو ایران ناامید کرد و این در حالی بود که بسیاری از مشتریان قیمت ۲۰ تا ۲۵ میلیون تومانی را نیز برای این خودرو مناسب نمی‌دانستند. هرچند خودروسازان با نارضایتی مردم نیز سالی پربوتق را تجربه کرده‌اند. شرایط بازار خودرو به گونه‌ای پیش رفت که فعالان بازار عنوان کردند ۶۰ تا ۹۰ درصد ثبت‌نام‌کنندگان، مصرف‌کننده نیستند و در نقش سرمایه‌گذار خودرو خریداری می‌کنند.



مبنای زمانی ترخیص خودروهای در گمرک مانده از تاریخ قبل از ۹۷،۱۰،۱۶ به ۹۷،۵،۱۶ تغییر کرد. در مورخه ۴ اسفند ۱۳۹۷ سایت تابناک اقتصادی طی مطلبی با عنوان «فرمان ترخیص ۱۳ هزار خودرو خاک‌خورده دست کیست؟» به بررسی وضعیت خودروهای دپوشده در گمرک پرداخت و طی مصاحبه‌ای با مهدی دادفر دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در مورد آخرین وضعیت ترخیص ۱۳ هزار خودرو پرسید. دادفر در آن مصاحبه عنوان کرد که با گذشت ۴۸ روز از ابلاغ مصوبه دولت هنوز هیچ اتفاقی در ترخیص این خودروها نیفتاده است و این مصوبه در پیچ و خم مراحل اداری گیر کرده است.

در مورخه ۱۲ اسفندماه ۱۳۹۷ مهدی میراشرفی، رئیس کل گمرک آخرین وضعیت خودروهای دپوشده در گمرک را تشریح کرده است. وی در حاشیه رونمایی از پنجره واحد شروع کسب و کار تصریح کرد: ترخیص خودروهای دپوشده در گمرک آهسته بوده و این مسیر به کندی طی می‌شود، به طوری که تاکنون از بین ۱۳ هزار خودروی دپوشده در گمرک تنها ۲۰۰ خودرو یعنی ۲درصد از کل خودروهای توقیف‌شده به کشور وارد شده‌اند.

با توجه به اینکه مهلت اجرای مصوبه دولت ۴ ماه از زمان ابلاغ است، حالا و در ۲۲ روز مانده به پایان اجرای این مصوبه ترخیص ۱۳ هزار خودرو از گمرک، خبرنگار تابناک اقتصادی یک بار دیگر پیگیر مجاری ترخیص این خودروها شده است.

مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در این رابطه به خبرنگار تابناک

در ۱۲ دی ماه ۱۳۹۷ خبری منتشر شد مبنی بر اینکه شورای عالی هماهنگی اقتصادی نیز مجوز ترخیص ۱۳ هزار خودرو را صادر کرده است. بر همین اساس دولت مصوبه‌ای را در تاریخ ۱۶ دی ماه ۱۳۹۷ ابلاغ کرد. متأسفانه در ۲۲ روز مانده به پایان مهلت چهار ماهه این مصوبه طبق آمار تنها ۲۰۰ دستگاه خودرو از گمرک ترخیص شده است. مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در گفت‌وگو با خبرنگار تابناک اقتصادی از آخرین وضعیت ترخیص ۱۳ هزار خودرو از گمرک گفت.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، در ۱۲ دی ماه ۱۳۹۷ خبری منتشر شد مبنی بر اینکه شورای عالی هماهنگی اقتصادی نیز مجوز ترخیص ۱۳ هزار خودرو را صادر کرده است. بر همین اساس دولت مصوبه‌ای را در تاریخ ۱۶ دی ماه ۱۳۹۷ از سوی اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس جمهور برای اجرا به وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت اقتصاد و نیز بانک مرکزی ابلاغ کرد. در حالی که همگان منتظر تهیه دستورالعمل اجرای این مصوبه توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت بودند رئیس کل بانک مرکزی در مورخه ۲۵ دی ماه ۱۳۹۷ طی خبری اعلام کرد با ترخیص خودروهای وارداتی که بعد از ۱۶مرداد ۹۷ وارد گمرکات کشور شده‌اند مخالفت کرده است. از این رو در مصوبه جدید تاریخ ترخیص خودروها تغییر کرد. در مصوبه جدید ذکر شد: عبارت «تا تاریخ ابلاغ این تصویب‌نامه» به عبارت «۱۳۹۷،۵،۱۶» اصلاح می‌شود.» بنابراین با مصوبه جدید هیات وزیران

## انتقاد پلیس راهور از دریافت عوارض ورود به طرح زوج و فرد

چندی پیش سازمان حمل و نقل و ترافیک نیز درباره پیامک‌های ارسالی به شهروندان با موضوع بدهی طرح ترافیک اطلاعیه‌ای صادر کرد با این عنوان که به اطلاع عموم شهروندان گرامی می‌رسانند، در چند روز گذشته پیامک‌هایی برای صاحبان برخی خودروها ارسال شده است که از بدهکار بودن خودرو بابت عوارض ورود به محدوده‌های طرح ترافیک و زوج یا فرد خبر می‌دهد.

شهروندان مطلع هستند که در سال ۱۳۹۷ در صورت تردد غیرمجاز در محدوده طرح ترافیک و زوج یا فرد علاوه بر جریمه راهنمایی و رانندگی، عوارض پرداخت نشده طرح ترافیک نیز به حساب بدهکاری خودرو ثبت می‌شود. البته دریافت این پیامک در این مرحله جنبه اطلاع‌رسانی داشته است و به معنای قطعی بودن بدهی یا جریمه خودرو نیست.

تسام دارندگان خودروها می‌توانند با شماره‌گیری #۳\*۲\*۱۳۷ و اعلام شماره پلاک خودرو، از میزان بدهی احتمالی آن بابت عوارض طرح ترافیک مطلع شوند.

همچنین از دارندگان خودروهای بدهکار دعوت می‌کنیم بعد از ثبت‌نام در سامانه اینترنتی «تهران من» به نشانی my.tehran.ir با شارژ و افزایش اعتبار خود نسبت به تسویه بدهی خودروی مربوطه اقدام کنند و چنانچه به هر دلیل

«مالک محترم خودروی ... شما در تاریخ... بدون پرداخت عوارض مربوطه وارد محدوده طرح شده‌اید و این عوارض به حساب بدهی شما در شهرداری منظور شد» شاید این پیامک در ماه‌های اخیر برای خیلی از شهروندان ارسال شده باشد و تصور شود که این پیامک مربوط به جرائم رانندگی و پلیس راهور است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، در ماه‌های اخیر بسیاری از شهروندان تهرانی این پیامک را دریافت کرده‌اند و برخی از آنها با تعجب از دریافت این پیامک پیش خود گفته‌اند، من که از فلان بزرگراه عبور نکرده‌ام... من که جریمه نشده ای تمام جرائم راهنمایی و رانندگی را پرداخته‌ام.

گفته می‌شود به استناد تبصره ۶ ماده ۴۲ از فصل نهم قانون مالیات بر ارزش افزوده مبنای محاسبه مبلغ عوارض سالیانه خودروهای سواری تولید داخل، قیمت فروش کارخانه و برای خودروهای وارداتی، مجموع ارزش گمرکی و حقوق ورودی است که همه ساله براساس آخرین مدل خودروها توسط سازمان امور مالیاتی کشور به شهرداری‌ها ابلاغ می‌شود، به استناد بند(و) ماده (۴۶) قانون مالیات بر ارزش افزوده، پرداخت عوارض سالیانه پس از موعد مقرر به ازای هر ماه تأخیر موجب تعلق جریمه‌ای معادل ۲درصد می‌شود.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، در ماه‌های اخیر بسیاری از شهروندان تهرانی این پیامک را دریافت کرده‌اند و برخی از آنها با تعجب از دریافت این پیامک پیش خود گفته‌اند، من که از فلان بزرگراه عبور نکرده‌ام... من که جریمه نشده ای تمام جرائم راهنمایی و رانندگی را پرداخته‌ام. گفته می‌شود به استناد تبصره ۶ ماده ۴۲ از فصل نهم قانون مالیات بر ارزش افزوده مبنای محاسبه مبلغ عوارض سالیانه خودروهای سواری تولید داخل، قیمت فروش کارخانه و برای خودروهای وارداتی، مجموع ارزش گمرکی و حقوق ورودی است که همه ساله براساس آخرین مدل خودروها توسط سازمان امور مالیاتی کشور به شهرداری‌ها ابلاغ می‌شود، به استناد بند(و) ماده (۴۶) قانون مالیات بر ارزش افزوده، پرداخت عوارض سالیانه پس از موعد مقرر به ازای هر ماه تأخیر موجب تعلق جریمه‌ای معادل ۲درصد می‌شود.

بازار قطعات یدکی خودرو از خردادماه سال گذشته که خبر دیو حدود ۳۰ هزار کانتینر قطعه یدکی در گمرکات خوزستان، هرمزگان و بوشهر مطرح شد با اوضاع جدیدی روبه‌رو شد به طوری سخنگوی اتحادیه قطعات یدکی در گفت‌وگوی با خبرنگار پرشین خودرو ضمن هشدار نسبت به تبعات این اتفاق بر کمبود بازار خواستار ترخیص سریع این میزان قطعات از گمرکات شد.

افزایش دو برابری نرخ دلار، افزایش عوارض گمرکی و هزینه حمل و نقل

تصور می‌کنند اشتباهی رخ داده است، درخواست خود را در بخش «پشتیبانی» سامانه تهران من به ثبت برسانند تا در اسرع وقت برای بررسی مجدد و بازنگری اقدام شود. شهروندانی که نیاز به توضیحات بیشتری در این خصوص دارند نیز می‌توانند با شماره ۱۳۷ داخلی ۵ تماس بگیرند و سوالات خود را با کارشناسان مربوطه مطرح کنند.

این در حالی است که محسن پورسیدآقای معاون حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران نیز اعلام کرده بود براساس مصوبه شورای شهر اگر خودرویی در روز مخالف پلاک خود، وارد محدوده زوج و فرد شود مالک آن باید عوارض پرداخت کند چرا که در ماده ۸ مصوبه شورا ذکر شده که شهرداری باید نسبت به وصول عوارض خود اقدام کند و پلیس هم باید جداگانه جریمه خود را دریافت کند. بر این اساس اگر شهروندی با خودروی خود در محدوده طرح ترافیک یا در محدوده زوج و فرد (مخالف روز پلاک خود) تردد کند، باید عوارض آن را بپردازد.

محمد علیخانی، رئیس کمیسیون عمران و حمل و نقل شورای اسلامی شهر تهران نیز درباره پرداخت عوارض زوج و فرد در گفت و گو با خبرنگاران دریافت عوارض از این محدوده‌ها را قانونی ندانسته است.

## سایه گرانی و بی کیفیت‌ها همچنان بازار قطعه یدکی را تهدید می کند

بازار اعمال شده و با نظارت دولت اجرایی شود. در حالی به دلیل مشکلات ناشی از تحریم‌ها و تولید و واردات، مصوبه الزام نصب کد رهگیری ۱۶ قلم قطعه پرمصرف می‌رود که دست فراموشی سپرده شود که به گفته کارشناسان و عرضه‌کنندگان بازار قطعه یدکی، در صورت افزایش نظارت گمرک بر این روند می‌توان مانع ورود قطعات بی کیفیت به بازار شد در غیر این صورت شاهد افزایش ۵۲۰درصدی قطعات یدکی بی کیفیت بوده و سهم قطعات فاقد کیفیت به ۴۰درصد در بازار خواهد رسید. همزمان با چنین شرایطی در بازار قطعه یدکی بود که با موافقت دولت با خواست خودروسازان و فروش خودرو در حاشیه بازار، اخباری مبنی بر تاثیر قیمت خودرو بر بازار قطعه یدکی منتشر شد. این موضوع در بهمن ماه سال ۹۷ با طرح اصلاح قیمت قطعه‌سازان و موافقت خودروسازان با افزایش ۷۰درصدی قیمت قطعات شدت گرفت و موجب برخی واکنش‌ها درخصوص تاثیر قیمت قطعه یدکی در بازار شد، اما هرگونه تاثیر این طرح بر قیمت قطعه یدکی در بازار تکذیب شد و تا روزهای پایانی سال تنها دغدغه بازار کمبود بود و نوسانی در قیمت‌ها رخ نداد.



## ایران و فیلیپین میزبان یک زیست‌بوم نوآوری بر پایه همکاری مشترک

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری کشورمان و وزیر علوم و فناوری کشور فیلیپین با امضای تفاهم‌نامه همکاری مشترک علمی و فناوریانه، زمینه توسعه همکاری‌های علمی، پژوهشی و فناوری دو کشور در حوزه فناوری‌های پیشرفته را فراهم کردند. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری کشورمان و وزیر علوم و فناوری کشور فیلیپین با امضای تفاهم‌نامه همکاری مشترک علمی و فناوریانه، زمینه توسعه همکاری‌های علمی، پژوهشی و فناوری دو کشور در حوزه فناوری‌های پیشرفته را فراهم کردند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری، هیأت عالی‌رتبه علمی و فناوری فیلیپین مهمان سسورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری بود تا ضمن بحث و گفت‌وگو درباره توانمندی‌های علمی زمینه‌های همکاری دوجانبه را بررسی و این همکاری را در حوزه‌های گوناگون توسعه دهند.



### دریچه

## استارت‌آپ‌ها چگونه باید جلسات کاری پربازدهی داشته باشند؟

بیشتر استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا هر روز جلساتی ۱۰ تا ۱۵ دقیقه‌ای برگزار می‌کنند که تمام افراد تیم را در جریان پیشرفت کار خود قرار دهند. لازم است استارت‌آپ‌ها، بهره‌وری جلسات کاری را بالا ببرند.

جلسات کاری در تمام کسب و کارها برپا می‌شوند و افراد تیم به طور مرتب دور هم جمع می‌شوند که در جریان روند کار قرار بگیرند. گاهی اطلاعات مفیدی در جلسات کاری رد و بدل می‌شود، اما گاهی به جز وقت تلف کردن، هیچ نکته مثبتی ندارند. با این حال، جلسات کاری با هدف برقراری ارتباط، خلاقیت و برنامه‌ریزی برپا می‌شوند و تمام کسب و کارها به آن نیاز دارند. جلسات در استارت‌آپ‌ها، برای توفان فکری (بیان نقطه نظرات شخصی در مورد موضوعی خاص بدون ارزیابی یا قضاوت از جانب دیگران) و ساخت تیم و اتخاذ تصمیمات گروهی برگزار می‌شوند و تأثیر بسیار زیادی روی پیشرفت و ارتقای استراتژی کسب و کار می‌گذارند. پس کیفیت جلسات کاری بسیار مهم است. در ادامه مقاله، شش تکنیک را معرفی می‌کنیم که به صاحبان استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند جلسات کاری خود را با کیفیت بیشتری برگزار کنند.

#### تمام جلسات، هدف مشخص و روشنی داشته باشند

مدیران ارشد اجرایی بیش از دو روز در هفته را به شرکت در جلسات کاری اختصاص می‌دهند در حالی که تحقیقات و نظرسنجی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد خیلی از این جلسات بی‌هدف برگزار می‌شود و حضور کارمندان نیز در آنها ضرورتی ندارد، لازم به ذکر است، جلسات کاری در استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای کوچک نباید بدون هماهنگی قبلی و فقط با ارسال یک ایمیل یا پیام برپا شوند. حتی جلساتی که توجیهی برای برنامه‌ریزی ندارند باید کنسل شوند. برگزار کردن جلساتی بدون برنامه‌ریزی که اصلاً مشخص نیست چه انتظاری از شرکت‌کنندگان آن می‌رود فقط وقت تلف کردن محسوب می‌شود و فایده دیگری ندارد.

#### جلسات باید با زمان‌بندی دقیق برگزار شوند

صاحبان استارت‌آپ‌ها باید مدت زمان جلسه را براساس رسیدن به نتیجه موردنظر مشخص کنند. اگر فکر می‌کنید تنها نیم ساعت برای بررسی یک موضوع کفایت می‌کند، مدت‌زمان جلسه را یک ساعت تعیین نکنید؛ زیرا نیم ساعت اضافی به صحبت درباره موضوعات بی‌فایده و خارج از بحث تعلق می‌گیرد. گاهی جلسات برای ارزیابی تیم و شناخت دقیق‌تر افراد برپا می‌شود که در این صورت نیز مدت زمان جلسات باید حداکثر سه ساعت باشد.

#### افراد مناسب در جلسات شرکت کنند

حضور افراد مناسب در جلسات کاری به کیفیت جلسه می‌افزاید. وقتی موضوع جلسه مشخص باشد و افراد مناسب نیز حاضر شده باشند قطعاً کیفیت جلسه بهتر خواهد شد. بدون شک، جلسات شلوغی که افراد ناکارآمد و غیرمرتبط در آن حضور دارند نه‌تنها به لحاظ کیفی مطلوب نیستند بلکه به موضوع مورد بحث نیز پرداخته نخواهد شد.

## ۳۶ سرفصل مشاوره رایگان در اختیار دانش‌بنیان‌ها قرار گرفت

مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، خدمات مشاوره رایگان در سرفصل‌های بیمه‌ای و مالیاتی، عمومی و مدیریت، حقوقی و مالکیت فکری، ارزیابی و توسعه محصول، توسعه و بازار فروش، صادرات و واردات و توسعه فنی ارائه می‌کند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در سرفصل مشاوره بیمه‌ای و مالیاتی محورهای مشاوره بیمه تأمین اجتماعی، مشاوره مالیاتی، هیات‌های حل اختلاف بیمه تأمین اجتماعی و هیات‌های حل اختلاف مالیاتی مطرح شده است.

توسعه کسب و کار با مشاوره‌های مدیریتی در بخش مشاوره عمومی و مدیریت نیز محورهایی از جمله مشاوره ارجاع کار و معاملات دولتی (مناقصات)، مشاوره استراتژی و توسعه کسب و کار، مشاوره استقرار در مراکز رشد و پارک‌ها، مشاوره استقرار در فضاهای صنعتی و نیمه صنعتی استان تهران و مشاوره روابط عمومی و مدیریت

ارتباط با مشتری مطرح می‌شود.

همچنین موضوعاتی از جمله مشاوره روش‌های مذاکره با سرمایه‌گذار، مشاوره مدیریت و ساختار سازمانی، مشاوره منابع انسانی و آسیب‌شناسی،

مشاوره ورود به بورس و فرابورس و مشاوره تأمین مالی و سرمایه‌پذیری از دیگر موضوعاتی است که در حوزه مشاوره عمومی و مدیریت مورد توجه قرار گرفته است.

در بخش حقوقی و مالکیت فکری محورهایی از جمله مشاوره حقوقی (قراردادها و دعاوی)، مشاوره ثبت اختراع بین‌المللی، مشاوره ثبت علائم تجاری، مشاوره جست‌وجو، تحلیل و استفاده از محتوای پتنت، مشاوره تخصصی قانون کار، مشاوره حقوق بین‌الملل و مشاوره حقوقی تبادل فناوری مورد تأکید است.

در دسته ارزیابی و توسعه محصول نیز مشاوره طراحی صنعتی و بسته‌بندی محصولات، مشاوره قیمت‌گذاری محصول و مشاوره اخذ پروانه بهداشتی ساخت مطرح شده است.



منبع: forbes/ucan

## فیس‌بوک سال قبل ۲۰ میلیون دلار برای امنیت زاکربرگ خرج کرد

به نظر می‌رسد تأمین امنیت زاکربرگ هزینه بسیاری بالایی می‌طلبد چرا که در گزارش فیس‌بوک که دیروز برای کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا فرستاده شده، این رقم ۲۰ میلیون دلار عنوان شده است. به گزارش دیجیاتو، همانطور که می‌دانید بنیانگذار و مدیرعامل شبکه اجتماعی فیس‌بوک همانند بسیاری از همتایانش در صنعت تکنولوژی (نظیر جک دورسی، لری پیج و استیو جابز) حقوق سمبلیکی دریافت می‌کند و سالانه تنها یک دلار به حسابش ریخته می‌شود.

البته در این گزارش نوشته شده که فیس‌بوک سال گذشته ۲۲.۶ میلیون دلار برای مارک زاکربرگ خرج کرده که تقریباً تمامی آن برای تأمین امنیت وی بوده است. جالب اینجاست که سال قبل، فیس‌بوک مجبور بوده ۱۰ میلیون دلار برای امنیت مدیرعاملش هزینه کند و این رقم طی یک سال دو برابر شده است.

در آن زمان نیز صرف ۱۰ میلیون دلار برای تأمین امنیت زاکربرگ، هزینه گزافی محسوب می‌شده چراکه برای مثال «جف بزوس» مدیرعامل آمازون و ثروتمندترین فرد تاریخ، تنها ۱.۶ میلیون دلار برای امنیت خود هزینه کرده. شرکت‌های دیگر نیز مبالغ بسیار کمتری برای حفظ امنیت مدیرعامل‌شان هزینه کرده‌اند.

گزارش فیس‌بوک نشان می‌دهد که ۲.۶ میلیون دلار هزینه پرواز با جت خصوصی زاکربرگ شده است. در حالی که این مبلغ در سال میلادی گذشته نیز تنها ۱.۵ میلیون دلار بوده و طی یک سال، این رقم نیز بیش از یک میلیون دلار افزایش یافته. البته این ۲.۶ میلیون دلار هزینه‌های تیم محافظان، تدارک، نصب و نگهداری سیستم‌های مختلف امنیتی را نیز شامل می‌شود.

گفتنی است ۲.۹ میلیون دلار نیز برای تأمین امنیت شریل سندبرگ مدیر عملیاتی این کمپانی هزینه شده. بد نیست بدانید شریل سندبرگ یک معاون مولی به حساب نمی‌آید چراکه تا به حال دو کتاب نوشته و همواره سمینارهایی درباره مسائل مختلف نظیر نقش زنان در کسب‌وکار را برگزار می‌کند. این رقم نسبت به سال گذشته تنها ۳۰۰ هزار دلار افزایش یافته است.

## ضعف‌های مشهود بازاریابی در حوزه‌های مختلف

چاره‌ای جز ورود علمی و تخصصی به مباحث متنوع بازار از جمله بازاریابی تولیدمحور نداشته و باید در دریای متلاطم رقابت اصول بازاریابی نوین را از ابتدای چرخه تولید، توزیع و فروش مدیریت کسب

و کارشان مدنظر قرار دهند تا بتوانند وارد فضا صادراتی و رقابت بین‌المللی شوند.

دکتر رستم‌زاده آذربایجان غربی را به لحاظ قرار گرفتن در موقعیت خاص جغرافیایی و همسایگی با کشورهای همسایه یکی از پتانسیل‌های توسعه بازارهای جدید در کشورهای خارجی برای کسب و کارهای منطقه‌ای و ملی و محصولات تولیدی در دو سطح عنوان کرد و افزود: گروه پژوهشی مدیریت کسب و کار واحد با بهره‌گیری از توان علمی اعضای متخصص در حوزه‌های

تحلیل بازاریابی، مدیریت، حقوق بازار و فضای حقوقی تجارت و کسب و کارها و ... می‌تواند به صورت علمی خلأ بازاریابی کسب و کارها و صنایع استان و حتی کشور را برطرف کند.

در عرصه رقابت در فضای اقتصادی حاکم بر کسب و کارها چه در داخل و خارج کشور، تولید محصول باکیفیت متناسب با نیاز و ذائقه بازار و مصرف‌کنندگان یکی از ضروریات امر است که مدیران

کسب و کارها محاب به توجه جدی به آنها هستند. دکتر امین رستم‌زاده، سرپرست جهاد دانشگاهی آذربایجان غربی بازاریابی را حلقه رابط بین تولیدکننده و مصرف‌کننده عنوان کرد و افزود: بازاریابی به عنوان علمی نوپا در اقتصاد کشور و مباحث مدیریت کسب و کارها می‌تواند فواید متقابل هم برای حمایت از تولیدکنندگان برای ایجاد و توسعه بازارهای جدید برای کسب و کارها و هم برای مصرف‌کنندگان جهت پاسخ ملموس به نیازهای در حال تغییر خریداران و مخاطبان و مشتریان کسب و کارها داشته باشد.

عضو گروه پژوهشی مدیریت کسب و کار واحد ادامه داد: کسب و کارها و در مجموع صنایع کشور برای خروج از رکود اقتصادی حاکم





## بازیگران اصلی زیست بوم حمل و نقل ریلی زیر یک سقف می آیند

کمیته ریلی ستاد توسعه فناوری های فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در تلاش است تا حلقه ارتباط موثر میان بازیگران زیست بوم حمل و نقل ریلی را در کشور ایجاد کند. کمیته ریلی ستاد توسعه فناوری های فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در تلاش است تا حلقه ارتباط موثر میان بازیگران زیست بوم حمل و نقل ریلی را در کشور ایجاد کند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، کمیته ریلی ستاد توسعه فناوری های فضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی، یکی از مهم ترین اهداف خود برای شکل گیری زیست بوم ریلی در کشور را برقراری ارتباط موثر بین بازیگران عرصه ریلی و گرد هم آوردن افراد موثر و ذی نفع در این عرصه قرار داده است.



### یادداشت

## ۱۵ نقل قول تاثیر گذار از استیو ورنیاک و ایلان ماسک

ایلان ماسک در سال ۱۹۷۱ میلادی در آفریقای جنوبی متولد شد و بعد از فروش استارت آپش به نام Zip۲ به شرکت Compaq، در اواخر دهه ۲۰ زندگی اش به یک مولتی میلیونر بدل شد. او با اینکه درآمد زیادی از کسب و کار قبلی اش به دست آورده بود، باز تصمیم گرفت به راه خود ادامه داده و متوقف نشود. در سال ۱۹۹۹ میلادی، ماسک سعی کرد با تاسیس X.com و فراهم کردن سرمایه چندین میلیون دلاری، شرکتی در حوزه بانکداری اینترنتی به راه اندازد و به نوعی این بخش مهم از اقتصاد را دگرگون کند. سال بعد X.com شرکتی را خریداری کرد که به تاسیس PayPal منتهی شد و در اکتبر سال ۲۰۰۲ میلادی، eBay با پرداخت ۱.۵ میلیارد دلار در قالب سهام، PayPal را خریداری کرد. ثروت ماسک باز هم بیشتر شد. شاید اگر هر شخص دیگری جای او بود، سریعاً یکی از جزایر باهاماس را می خرید و آن را به امپراتوری شخصی خود بدل می کرد، اما ماسک ترجیح داد تا یک کمپانی جدید بسازد.

به همین دلیل او تسلا، اسپیس اکس و بورینگ کمپانی را تاسیس کرد تا تمامی قله های تکنولوژی نظیر تولید ماشین های برقی، باتری هایی با ظرفیت باورنکردنی، سفر به ماه و مریخ، توریست فضایی یا ساخت تونل های مخصوص قطارهای هایپرلوپ زیر شهرهای شلوغ را فتح کند.

به نظر می رسد که تلاش های وی می تواند به تغییر دنیا بینجامد. حال با هم ۱۰ نقل قول الهام بخش ایلان ماسک درباره موفقیت و خوشبختی را مرور می کنیم؛

- وقتی شما برای چیزی اهمیت کافی قائل باشید، حتی اگر شرایط به نفع تان هم نباشد باز هم آن را انجام خواهید داد.
- اگر شما روزی از خواب بیدار شدید و فکر کردید که آینده بهتری انتظار تان را می کشد، روز خوبی خواهید داشت.
- وقتی هنری فورد ماشین های ارزان و معتبر را ساخت، برخی می گفتند اسب چه ایرادی داشت [که آن را اختراع کردی]؟ او یک قمار بزرگ کرد و جوابش را گرفت.
- صبور بودن مهمترین ویژگی فرد موفق است. شما نباید تا وقتی مجبور نشده اید، از هدف تان منصرف شوید.
- ایرادی ندارد که تمامی تخم مرغ ها در یک سبد بگذارید. فقط روی یک کار تمرکز کنید! تا زمانی که می توانید سرنوشت آن سبد را کنترل کنید.

• اگر شما چند صد سال به گذشته سفر کنید، چیزهایی که برای ما عادی است، برای آنها شبیه جادو بوده. مثلاً اینکه بتواند در فاصله بسیار دور با فرد دیگری صحبت کنید. برای هم تصویری بفرستید یا پرواز کنید.

- ما تمام هدف های خود را محقق می کنیم. خدا را شاهد می گیرم ما آنها را به واقعیت بدل می کنیم.
- اولین قدم این است که امکان پذیر بودن آن را اثبات کرد. پس از آن باید درصد احتمال را بررسی کرد.
- از نظر من این امکان وجود دارد که آدم های معمولی انتخاب کنند که زندگی خارق العاده ای داشته باشند.
- من می توانم یا نظاره گر انجام یک اتفاق باشم یا اینکه در آن سهیم شوم.

منبع: storypick-inc/digiato

## رونق تولیدات حوزه هوشناسی با کمک شرکت های دانش بنیان

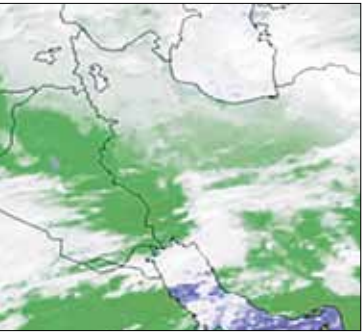
کارآمدی پیش بینی های آب و هوایی را به نحو چشمگیری بهبود دهند، لذا نخست لازم است تا در به روی این کسب و کارها گشوده شود.

ستاری، به نقش کسب و کارهای دانش بنیان در تأمین و رونق تولید تجهیزات و نرم افزارهای تشخیصی و تحلیلی اشاره کرد و ادامه داد: نطفه های نوپا و فعال این حوزه، می توانند روی بستر گسترده هوشناسی بازار خود را پیدا کنند، در نتیجه حوزه رادارهای هوشناسی و با همکاری و تعامل با فعالان دانش بنیان و استارت آپ ها و پژوهشگران می تواند به یک نتیجه مطلوب برسد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، همکاری تعدادی از شرکت های دانش بنیان و ارائه خدمات نرم افزاری و سخت افزاری حوزه آب و هوا را از نخستین گام های شناخت ظرفیت این کسب و کارها دانست و گفت: در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به خوبی توانمندی شرکت های دانش بنیان در حوزه های گوناگون رصد می شود تا با پویایی و چابکی، پای تعداد بیشتری از این کسب و کارها به میدان پیش بینی، تحلیل و خدمات حوزه آب و هوا باز شود.

پیش بینی آینده آب و هوای کشور و شناخت تحولات اقلیمی با زلف نوآوری و فناوری گره خورده است. ستارنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری از شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها به عنوان شاهراه ورود نوآوری و فناوری به حوزه پیش بینی آب و هوا گفت و ادامه داد: راه و رسم فعالیت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای تولید فناوریانه و ارتقای فناوری کشور، حمایت نرم افزاری و زیرساختی از دانش بنیان و استارت آپی است. بنابراین رفع نیازهای فناوریانه را به کمک حمایت از شرکت های دانش بنیان دنبال می کنیم.

ستاری از پروژه های مرز دانش و قراردادهای موفق دانش بنیان ها با صنعت گفت و ادامه داد: حوزه هوشناسی و پیش بینی آب و هوا، نیازمند تجهیزات و محصولات کارآمد است، شرکت های دانش بنیان توانمند و آماده اند تا تجهیزات این حوزه را داخلی سازی، فناوری های لازم را بومی و خدمات سخت افزاری یا نرم افزاری را بر مبنای دانش فنی روز دنیا ارائه کند. به گفته رئیس ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان، شرکت های دانش بنیان و استارت آپی بنیان نهاده شده توسط جوانان خلاق می تواند



## رونق تولید با فراهم شدن امکان معرفی نماینده حقوقی بنگاه های خصوصی در دادگاه

در دادگاه، توسط مدیرعامل یا وکیل دادگستری باید انجام شود. این در حالی است که بنگاه های دولتی از این موضوع مستثنی شده اند و می توانند صرفاً از طریق معرفی نماینده حقوقی، امور خود را در دادگاه پیگیری کنند و اجباری به گرفتن وکیل ندارند.

در همین راستا، بهمن طاهرخانی عضو کمیسیون حقوقی و قضایی مجلس شورای اسلامی در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس ضمن تأکید بر اصلاح قوانین حوزه تولید درخصوص تمهیداتی که باید در عرصه رونق تولید اندیشیده شود، اظهار داشت: شعار رونق تولید برای سال ۱۳۹۸ و این نام گذاری تأکیدی دوباره بر مسئله تولید محسوب می شود. بنابراین، بوروکراسی حاکم بر سیستم اداری کشور باید محدود شود و بر

این اساس، قوانین و موضوعات مربوط به تولید در بخش بنگاه های اقتصادی، صنایع تولیدی کوچک و بزرگ باید در راستای رونق و روان سازی تولید بازنگری شود.

یکی از راهکارهای بهبود فضای کسب و کار و رونق تولید، کاهش هزینه های فعالیت های اقتصادی مولد از طریق فراهم سازی امکان معرفی نماینده حقوقی در دادگاه ها برای پیگیری دعاوی بنگاه های اقتصادی بخش خصوصی به جای گرفتن وکیل توسط آنهاست.

به گزارش خبرگزاری فارس، رونق تولید مستلزم بهبود فضای کسب و کار است. در همین راستا، باید هزینه های فعالیت های اقتصادی مولد تا حد ممکن کاهش پیدا کند. مطابق شاخص سهولت فضای کسب و کار، اجرای قراردادهای یکی از مولفه های این فضاست که هر چه هزینه آن بالا باشد، فضای کسب و کار نیز برای فعالیت اقتصادی مناسب نخواهد بود. یکی از اقسام هزینه ها که اجرای قراردادها را خدشه دار کرده است، هزینه ای است که بنگاه ها و

فعالان اقتصادی بخش خصوصی برای پیگیری دعاوی و امور حقوقی خود در دادگاه، به وکلا پرداخت می کنند. در حال حاضر، وکالت برای بنگاه های خصوصی به نوعی اجباری بوده و پیگیری دعاوی مربوطه



## تغییرات صنعت تبلیغات، فرصت‌های کسب‌وکاری جدید ایجاد می‌کند

صنعت تبلیغات هم مانند بسیاری دیگر از آلمان‌های مهم دنیای کسب‌وکار، تغییرات اساسی را تجربه می‌کند که بازاریابان و مدیران باید با آن هماهنگ شوند.

امروزه، بیش از هر زمان دیگری اهمیت خلاقیت و نوآوری در کسب‌وکارها به چشم می‌خورد. خلاقیت، دیگر تنها به‌معنای عنصری در هنر محسوب نمی‌شود. به بیان دیگر، هر بخش کسب‌وکار، از مدیریت عامل تا بازاریابی و حتی علوم داده، برای پیشرفت نیاز به خلاقیت دارند. شرکت‌ها امروز بیش از هر زمان به افرادی نیاز دارند که نوآوری داشته باشند، در حل مسائل حرفه‌ای عمل کنند و راهکارهای بهینه توسعه دهند. همه آن موارد، خلاقیت را در صدر مهارت‌های مورد نیاز قرار می‌دهد.

در نتیجه افزایش شدید نیاز به خلاقیت، این عنصر، امروز بیش از همیشه به ابزارها، داده‌ها و سیستم‌های صحیح وابسته شده است. به‌علاوه، ماجراجویی در دنیای خلاقیت، نیاز به ذهنیتی آرام دارد که در شرایط کمبود ابزارها، قابل دسترسی نیست. از مجموعه ابزارهای مهمی که توسط اکثر طراحان، افراد خلاق و تولیدکننده‌های محتوا مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌توان به Adobe Creative Cloud اشاره کرد که ابزارهای مورد نیاز را به‌صورت یکجا به آنها ارائه می‌کند. مجموعه ارائه‌شده، نمونه‌ای بارز از قابلیت‌های مورد نیاز برای ارائه بهترین تجربه کاربری به مشتریان است.

ادوبی سال‌ها در تولید ابزارهای خلاقانه و مخصوص طراحی، فعالیت کرده است. در دوران کنونی نیز که تولید محتوا به ترکیبی از داده و روش نمایش خلاقانه آن تعبیر می‌شود، این شرکت تلاش می‌کند تا سهم خود را از بازار، افزایش دهد. آنها با راهکارهای جدید، تلاش می‌کنند تا فضایی مناسب را برای تولید، عرضه و اشتراک محتوا (خصوصاً در تبلیغات) در اختیار شرکت‌ها و افراد قرار دهند.

به هر حال، استفاده از ابزارهای ادوبی برای تولید و اشتراک محتوای تبلیغاتی، راهکار مشترک بسیاری از شرکت‌های کوچک و بزرگ جهان است؛ البته، در برخی مناطق، دسترسی آسان به آن ابزارها امکان‌پذیر نیست و شاید سرمایه مورد نیاز نیز در اختیار سازمان نباشد. به هر حال، هدف از مثال زدن ادوبی و ابزارها آن بود که شرکت‌ها و افراد، باید ابزارهایی مناسب را برای فعالیت‌های تبلیغاتی در دنیای امروز انتخاب کنند که در ادامه، به شرایط و دلایل آن می‌پردازیم.

### انتخاب ابزار مناسب

همکاری شرکت‌های مایکروسافت، SAP و ادوبی، سرویسی به‌نام Open Data Initiative را ایجاد کرده است که کاربران با استفاده از آن، می‌توانند داده‌های خود را در پلتفرم‌های مختلف آن شرکت‌ها به اشتراک بگذارند. همین رویکرد ساده، تا چند وقت پیش یکی از چالش‌های اصلی شرکت‌ها در تولید محتوا بود. بن‌اشنایدر، مدیر محصول بخش IT شرکت آندر آرمور، درباره استفاده از ابزارهای هماهنگ در بازاریابی و تولید محتوا می‌گوید:

ما به منبعی ثابت و واحد برای داده‌ها و اطلاعات نیاز داشتیم. هدف آن بود که محلی مشترک ایجاد شود تا هر فرد، به نیاز مورد نظر خود به‌راحتی دست پیدا کند. استفاده از Adobe Experience Manager، مقدار زیادی در زمان مورد نیاز تیم‌ها برای بارگذاری فایل‌ها و موارد دیگر، صرفه‌جویی کرد. شرکت سبلفورس نیز سرمایه‌گذاری روی مدیریت محتوا را شروع کرده است. آنها سرمایه‌گذاری و دستاوردهای موفق در حوزه CRM داشته‌اند و امروز، تصمیم به تغییر جهت گرفته‌اند. به هر حال، CRM نیز در دنیای فناوری دوران خاص خود را داشت که به‌مرور رو به پایان می‌رود.

### هوشمندی کاربردی

استفاده از ابزارهای بهینه برای افزایش اتوماسیون و هوشمندی فرآیندها در کسب‌وکار، نقطه قوت مهم دیگر کسب‌وکارها محسوب می‌شود. امروزه، فرآیندهای بسیاری حتی در بحث‌های بازاریابی نیز به خودکارسازی دارند که ابزارهای متنوع و کاربردی زیادی نیز برای آنها عرضه شده است. فرآیندهای محتوایی، از تولید و مشارکت نیروها گرفته تا عرضه و بهینه‌سازی، نیاز به مدیریت و بعضاً اتوماسیون دارند. محتوای تولید و مدیریت شده، تجربه کاربری یکپارچه‌ای را در تمامی حوزه‌ها و موقعیت‌ها برای کاربران ایجاد می‌کند.

سبلفورس قصد دارد تا با همکاری Sitescore، مدیریت دستی کنونی را بهبود ببخشد و هر چه بیشتر، به راهکارهای ادوبی نزدیک شود. به هر حال، همه شرکت‌های بزرگ تلاش می‌کنند تا فرآیندهای مدیریت و اتوماسیون داده و محتوا را بهبود ببخشند. امروزه همه می‌دانیم که محتوا بدون داده، تنها ظاهری جذاب دارد و داده، بدون (طراحی) محتوا، تنها تعدادی عدد بی‌معنی می‌شود.

### بهره‌برداری از تغییرات

هر زمان که تغییری اساسی در نحوه تولید محتوا، تبلیغات، هدف‌گیری و ارتباط با مشتریان در بازار رخ دهد، فرصت‌های مناسبی برای کسب درآمد و حتی راه‌اندازی کسب‌وکار نیز ایجاد می‌شود؛ البته، قطعاً نمی‌توان با تأسیس استارت‌آپ یا گروه‌های کوچک، به‌سرعت با شرکت‌های بزرگی همچون ادوبی و سبلفورس رقابت کرد. به هر حال، صنعت تبلیغات هم مانند سنسو که ۲۵ سال پیش ظهور پیدا کرد، تغییرات چشمگیری را پیش رو دارد و می‌توان به در نظر گرفتن آنها، فرصت‌های آتی را شکار کرد.

فرصت اصلی دنیای کسب‌وکار در بهره‌برداری از تغییرات دنیای تبلیغات، در رقابت با شرکت‌های بزرگ نهفته نیست. در عوض، تیم‌های کوچک باید بتوانند راهکارهایی بهینه را برای خودش پیاده کنند تا به‌مرور، شاید آنها را به سرویس یا خدماتی جامع توسعه دهند. نکته اساسی در این مسیر، درک تغییرات فرآیند تولید محتوا در جهان امروز است که نیازها به ابزارها را نیز تغییر خواهد داد.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit



داده است؟ اگر چنین است، این افزایش چقدر بوده است؟ آیا هزینه‌ای که برای کمپین شده است، ارزش داشته است؟ براساس اطلاعاتی که در حین کمپین تبلیغات بازاریابی به دست می‌آید، شرکت می‌تواند چیزهای بیشتری را درخصوص مشتریان خود به دست آورد. براساس این اطلاعات، شرکت می‌تواند تا برای تبلیغات بازاریابی خود در کمپین‌های آینده خود برنامه‌ریزی بهتری داشته باشد.

### تبلیغات بازاریابی خود را به صورت قانونی انجام دهید

برای آنکه تبلیغات بازاریابی به صورت قانونی انجام شوند، پاره‌ای از قوانین و مقررات دولتی وجود دارند که باید به آنها توجه شود. برخی از قوانین مربوط به تبلیغات بازاریابی در کشور آمریکا به شرح زیر هستند:

- بالابردن قیمت یک محصول برای جبران هزینه‌های آیت‌های بازاریابی که به آنها «رایگان» گفته می‌شود، ممنوع است.

- دریافت پول از افراد برای ورود به بحث و گفت‌وگو ممنوع است.

- در برخی از ایالت‌ها استفاده از مواد تبلیغاتی مانند الکلی، تنباکو و برخی از مواد دیگر ممنوع است.

در نهایت، ضروری است تا در اجرای تبلیغات بازاریابی، آشنایی و آگاهی کافی درخصوص قوانین کشور برای این موضوع داشته باشید.

### یادگیری تبلیغات بازاریابی

استراتژی‌های مربوط به تبلیغات بازاریابی، بخشی اصلی از برنامه‌های آموزشی در زمینه بازاریابی هستند. در کلاس‌های بازاریابی متخصصانی تربیت می‌شوند که در زمینه‌های مالی، طراحی، برندسازی و روابط مشتری، دانش لازم را کسب کرده‌اند. تمامی موارد مذکور برای انجام تبلیغات بازاریابی به صورت موفق ضروری و بسیار مهم است.

بسیاری از برنامه‌های مربوط به تبلیغات بازاریابی حول مجموعه‌ای از کلاس‌های اصلی تنظیم می‌شوند که در آنها اصول بنیادین برای کسب و کار ارائه می‌شود. برخی از این کلاس‌ها عبارتند از: امور مالی شرکتی، تجزیه و تحلیل کسب و کار و روابط با مشتری. همچنین دانشجویان در این کلاس‌ها کار با بعضی از نرم‌افزارها را نیز می‌آموزند. بعضی از این نرم‌افزارها عبارتند از:

- Adobe InDesign برای نمایش‌های تبلیغات بازاریابی به صورت

بصری

- SalesForce که ابزاری برای مدیریت مشتریان است

- اپلیکیشن‌های پیشرفته Microsoft Office Suits

در دوره‌های دیگری که در سطح پیشرفته برای تبلیغات بازاریابی برگزار می‌شوند، تجارب بازاریابی ارائه شده و به بحث گذاشته می‌شوند. در این کلاس‌ها مطالعات موردی ارائه شده و براساس آنها اصول اصلی به دانشجویان گفته می‌شود. دانشجویان علاقه‌مند به استراتژی‌های تبلیغات بازاریابی در این کلاس‌ها مثال‌های موفق از دنیای بازاریابی در کمپین‌های واقعی مشاهده می‌کنند و براساس آنها طرح‌های بازاریابی خود را شبیه‌سازی می‌کنند. آنها در انجام این کار، از مواد تبلیغاتی اصلی هم استفاده می‌کنند.

دانشجویانی که از این کلاس‌ها به خوبی فارغ‌التحصیل می‌شوند، دارای تجاربی ارزشمند و اعتبارنامه‌هایی خواهند بود که از نظر کارفرمایان جذاب و ارزشمند محسوب می‌شوند. درج این کلاس‌ها در رزومه بسیار خوب است. علاوه بر این، باید به این نکته هم توجه کرد که تحصیلات است که به متخصصان بازاریابی یاد می‌دهد تا چگونه در موقعیت‌های شغلی خود موفق شده و در آینده بتوانند به شکلی عالی در زمینه‌های فعالیت خود کار کرده و به موفقیت دست پیدا کنند.

روشی آسان برای ارائه تخفیف به مشتریان به حساب بیاید. صاحبان کسب و کار می‌توانند از این تبلیغات بازاریابی استفاده کنند تا وفاداری به برند را در میان مشتریان خود به وجود بیاورند و آنها را ترغیب به خرید کنند. همچنین یک شرکت می‌تواند محصولات خود را به شرکت دیگری بدهد تا تبلیغات بازاریابی از طریق او انجام شده و محصولات به مشتریان شرکت دوم هم ارائه شود.

### مردم تبلیغات بازاریابی را به خاطر می‌سپارند

تبلیغات بازاریابی نه تنها افراد را به خرید یک محصول خاص ترغیب می‌کند، بلکه احتمال آنکه مشتریان اطلاعات بیشتری درخصوص شرکت را هم به خاطر بسپارند، افزایش می‌دهد. براساس آمارها، ۷۶درصد از افرادی که از تبلیغات بازاریابی استفاده کرده‌اند، خود تبلیغ، شرکتی که تبلیغ را انجام داده و حتی برخی از اطلاعات تماس خاص مانند شماره تلفن‌ها و آدرس‌های ایمیل‌های مربوط به کمپین تبلیغات بازاریابی را هم به خاطر سپرده‌اند.

### استفاده از تبلیغات بازاریابی

کمپین‌های بازاریابی تبلیغات، همواره باید یک هدف را مد نظر داشته باشند. بعضی از تبلیغات بازاریابی با هدف جذب مشتریان جدید انجام می‌شوند و بعضی دیگر قصد دارند تا مشتریان قدیمی را حفظ کرده و به گونه‌ای عمل کنند تا این مشتریان خرید خود را تکرار کنند و مجدداً منافعی برای شرکت کسب شود. فارغ از اینکه چه هدفی از تبلیغات بازاریابی دنبال می‌شود، شرکت باید هدفی روشن از این کار داشته باشد تا بتواند قبل از شروع به کار، براساس آن اندازه‌گیری‌هایی را انجام دهد. کمپین‌های تبلیغات بازاریابی باید ابتدا مشتریان هدف و بهترین شکل دستیابی به آنها را تعیین کنند. مشتریان مختلف، به تبلیغات بازاریابی مختلف به خوبی پاسخ می‌دهند. شاید بعضی از مشتریان تمایل داشته باشند تا کوین دریافت کنند. بعضی دیگر از مشتریان دوست دارند تا تبلیغات بازاریابی را درون فروشگاه ببینند و شاید این روش در بعضی از موارد، مؤثرتر باشد.

در مثال فست‌فود که در بالا به آن اشاره کردیم، صاحبان فست‌فود تصمیم گرفتند تا تبلیغات بازاریابی را در داخل رستوران خود نیز انجام داده و وعده‌ای ویژه به مشتریان خود پیشنهاد دهند. این کمپین دو مولفه اصلی داشت: اول اینکه رستوران در ازای خرید غذا، یک نوشیدنی رایگان به مشتری می‌داد و دریافت این نوشیدنی رایگان، بستگی به خریدهای دیگر مشتری (یعنی دو تکه پیتزا) داشت. ایده‌ای که در ذهن صاحبان رستوران بود و باعث شده بود که این‌گونه تبلیغ کنند، این بود که مشتریان دوست دارند تا در ازای پولی که پرداخت می‌کنند، چیزهای بیشتری را به دست آورند.

اگر مردم چیزی درخصوص یک مزیت ندانند، آن‌وقت این مزیت چیزی را عاید شرکت نمی‌کند. مثلاً در مثال فست‌فود اگر مردم خبردار نشوند که می‌توانند نوشیدنی رایگان دریافت کنند، به سمت آن جذب نمی‌شوند، بنابراین رستوران مذکور این پیشنهاد ویژه را در تبلیغات بازاریابی خود گنجانده مواد تبلیغات بازاریابی، چه در تبلیغات تلویزیونی نشان داده شوند و چه در پست‌های مستقیم به آگاهی مشتریان برسند، در هر حال آگاهی افراد را نسبت به خود افزایش می‌دهند. همچنین این‌گونه تبلیغات بازاریابی و پیشنهادات، محتوای تبلیغ را نیز جذاب‌تر می‌کنند و بازدیدکنندگان بیشتری تهییج می‌شوند تا تبلیغات را مشاهده کرده و در آن درگیر شوند.

در پایان هر یک از تبلیغات بازاریابی، شرکت باید اثربخشی آن کمپین را مورد ارزیابی قرار دهد. آیا تبلیغات بازاریابی اساساً تعداد مشتریان را افزایش

### تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

تبلیغات بازاریابی، استفاده از هر پیشنهاد خاص به منظور بالابردن تمایل مشتریان و نفوذ بر روی تصمیمات خرید آنها است. تبلیغات بازاریابی کمک می‌کند تا یک محصول خاص یا یک شرکت در بین رقبای خود در جایگاهی بالاتر بایستد.

مواد تبلیغاتی می‌توانند شامل بازاریابی مستقیم مانند پست یا ایمیل باشند که در آنها کوین‌هایی هم به مشتری داده شود. همچنین می‌توان فرصتی را در اختیار مشتریان قرار داد تا از طریق آن بتوانند با شرکت در پروسه تعامل قرار گیرند. می‌توان نمونه‌هایی از محصولات را به صورت رایگان در اختیار مشتریان قرار داد تا حسی بهتر به آنها پیدا کرده و برای خرید محصول تحریک شوند. تبلیغات بازاریابی در تعاملات حضوری بین مشتریان و فروشندگان نیز نقشی اساسی ایفا می‌کند و مشتریان را ترغیب به خرید محصولات دیگر نیز می‌کنند.

در نهایت، هدف از کمپین‌های تبلیغات بازاریابی، افزایش آگاهی مشتریان نسبت به محصولات و افزایش میزان درخواست این محصولات از سوی مشتریان است. تبلیغات بازاریابی هم برای مشتریان جدید و هم برای مشتریان قدیمی دارای مزیت‌هایی نیز است. این تبلیغات توجهیات و دلایلی را برای مشتریان جدید ایجاد می‌کند تا آنها را قانع کند که محصول را بخرند. از طرفی باعث می‌شود تا مشتریان قدیمی به مشتریانی وفادار تبدیل شوند و یا وفاداری آنها بیشتر شود.

### چه کسی از تبلیغات بازاریابی استفاده می‌کند؟

هر شرکتی که بتواند مزایایی بیشتر را برای مشتریان فراهم کند، می‌تواند از تکنیک‌های تبلیغات بازاریابی بهره ببرد. خرده‌فروشان و ارائه‌دهندگان خدمات که در بیرون از فروشگاه خود به تبلیغات می‌پردازند، می‌توانند از تبلیغات بازاریابی استفاده کنند تا مشتریان بیشتری را به سمت خود جذب کرده و کسب و کار خود را بیش از پیش رونق بخشند. یک تبلیغ تلویزیونی برای یک فست‌فود را در نظر بگیرید. یکی از این فست‌فودها در تبلیغات بازاریابی تلویزیونی خود به مشتریان خود پیشنهاد می‌کند که اگر دو تکه پیتزا بخرند، یک نوشیدنی رایگان دریافت می‌کنند. صاحبان فست‌فود در تبلیغات بازاریابی خود در تلویزیون بر روی واژه «اضافی» تأکید می‌کنند که همان نوشیدنی رایگان است. آنها امید دارند تا با این کار افراد بیشتری از رستوران آنها بازدید کنند. شاید این افراد بدون این تبلیغ اصلاً به این رستوران سر نزنند.

بعضی از شرکت‌هایی که تمایل دارند تا محصولاتی را بفروشند که فروش آنها به تنهایی سخت است، می‌توانند از تبلیغات نقطه فروش استفاده کنند تا مشتریانی که قبلاً یک محصول مشخصی را خریداری کرده‌اند، به خرید محصولات دیگر و مرتبط با آن هم ترغیب شوند. فرض کنید یک مغازه که گوشی‌های تلفن می‌فروشد، بخواهد تا وسایلی مانند شارژر و هدفون نیز بفروشد. این فروشگاه می‌تواند به مشتریان خود پیشنهاد کند که اگر یک گوشی تلفن را خریداری کنند و در همان روز بخواهند تا یک وسیله دیگر هم از او بخرند، به آنها تخفیف داده خواهد شد. با توجه به اینکه مشتری، قبلاً یک خرید بزرگ‌تر مانند تلفن را از این فروشگاه انجام داده، با این تبلیغات بازاریابی بیشتر برای خرید سایر وسایل جانبی تحریک خواهد شد.

شرکت‌هایی که محصولات شرکت‌های دیگر را هم بازاریابی می‌کنند، می‌توانند از تبلیغات بازاریابی کنند. تبلیغات شرکت‌به‌شرکت می‌تواند

### ایستگاه بازاریابی

### ۱۱ نکته برای حرفه‌ای بودن

### در لینکدین

به قلم: حسام رنجبر

با تخصصی‌شدن بیشتر کسب و کارها وجود افراد حرفه‌ای در همه کسب و کارها الزامی است. بیشتر کارفرمایان برای پیدا کردن فردی متخصص در کسب و کار خود به شبکه اجتماعی لینکدین مراجعه می‌کنند تا بتوانند فردی مطمئن و متخصص را در کسب و کار خود داشته باشند به همین دلیل داشتن یک حساب لینکدین برای افراد متخصص و حرفه‌ای بسیار لازم است در این مقاله قصد داریم که به نکاتی درباره یک حساب کاربری حرفه‌ای در لینکدین اشاره کنیم.

#### به‌روز باشید

پروفایل یا حساب کاربری خود را نسبت به موقعیت شغلی که در حال حاضر دارید تکمیل کنید و با دقت زیادی روی آن وقت بگذارید زیرا پروفایل شما از مهم‌ترین بخش‌های هویت حرفه‌ای شما است.

#### تصویر شما هویت شماست

عکس پروفایل شما باید با تم کلی شبکه اجتماعی که در آن فعالیت می‌کنید یکسان باشد. لینکدین شبکه اجتماعی است که تم رسمی در آن حاکم است و به عنوان مثال فضای دوستانه‌ای مانند اینستاگرام در آن حاکم نیست، پس عکسی که شما برای پروفایل خود باید انتخاب کنید نه باید زیاد دوستانه باشد نه باید مانند عکس شناسنامه یا پاسپورت شما رسمی باشد.

#### سنو

یکی از شبکه‌های اجتماعی که تاثیر خوبی بر سنو وب‌سایت شما می‌گذارد لینکدین است اگر شما هم وب‌سایت و یا کسب و کاری دارد که در آن مطالب تخصصی تولید می‌کنید پیشنهاد می‌کنم که حتما لینک مطالب‌تان را در لینکدین خود قرار دهید زیرا می‌توانید امتیاز بیشتری از بک‌لینک‌هایی که از لینکدین دریافت می‌کنید به دست بیاورید. شبکه اجتماعی لینکدین جایی است که همه به دنبال مطالب تخصصی هستند تا مطالب روزمره و پیش پا افتاده.

#### انتخاب کلمات کلیدی

یکی از نکاتی که افراد کمتری به آن توجه می‌کنند این است که مهارت‌هایی که شما در لینکدین به حساب کاربری خود اضافه می‌کنید به عنوان کلمات کلیدی برای پروفایل شما محسوب می‌شود و افراد براساس این کلمات وارد پروفایل شما می‌شوند. پس این بهترین گزینه است تا شما با حوصله به انتخاب مهارت‌های خود بپردازید همچنین شما می‌توانید تا ۵۰ مهارت را به حساب کاربری خود اضافه کنید، اما استفاده زیاد از این کار باعث تخریب و نابودی پروفایل شما می‌شود.

#### رقبای خود را ارزیابی کنید

یکی از کارهایی که شما می‌توانید برای تقویت حساب کاربری خودتان انجام دهید دیدن پروفایل‌های رقیبان و یا کسانی است که زمینه کاری‌شان با شما یکسان است و به پروفایل این افراد دقت کنید ببینید چه چیزی باعث شده است که شما به پروفایل آنها سر بزنید به مهارت‌های آنها نگاه کنید شاید شما هم کلمه‌ای را برای اضافه کردن در پروفایل خود از یاد برده‌اید.

#### موفقیت خود را قید کنید

در لینکدین خود شما می‌توانید موفقیت‌هایی که در شغل‌های قبلی‌تان شما دلیل آن بوده‌اید را قید کنید، این کار باعث می‌شود تا افراد برای انتخاب شما رغبت بیشتری داشته باشند البته این کار را شما می‌توانید در رزومه خود استفاده کنید.

#### برای پروفایل خود url مخصوص خودتان را داشته باشید

داشتن یک url مخصوص برای پروفایل‌تان می‌تواند به شما کمک کند تا حرفه‌ای به نظر برسید و از لحاظ سنو هم برای شما بسیار مهم است زیرا اگر شخصی اسم شما را جست و جو کند حساب لینکدین شما برای او نمایش داده می‌شود.

#### عکس کاور خود را فراموش نکنید

سعی کنید عکسی که برای کاور پروفایل خود انتخاب می‌کنید به موضوع کاری شما ربط داشته باشد در واقع کاور شما می‌تواند به خوبی نشان‌دهنده روحیه شما باشد و مهر تاییدی باشد برای کسانی که پروفایل شما را مشاهده می‌کنند. پروفایل‌هایی که عکسی برای کاور خود انتخاب نکرده‌اند معنای پوچی و خالی بودن را به مخاطب القا می‌کنند.

#### تجربه کاری

نوشتن و یا قید کردن تحصیلات شما بسیار خوب است ولی اگر شما تجربه کار کردن در کسب و کاری را دارید نیازی نیست که فقط به نوشتن کلی تحصیلات خود بپردازید چون افراد شما را با تجربه کاری که در حال حاضر دارید و پست شغلی که در آن هستید قضاوت می‌کنند.

#### پیام آشنایی

اگر به تازگی با شخصی در لینکدین آشنا شده‌اید و قرار است برای اولین بار برای او پیامی بفرستید از پیام‌های آماده استفاده نکنید سعی کنید از پیام‌هایی با نوشتار و سبک خودتان استفاده کنید و همچنین سعی کنید که از جملات محبت‌انگیز بیهوده استفاده نکنید .

#### گروه کاری داشته باشید

در لینکدین مانند مسنجرهایی مثل تلگرام و واتس‌اپ می‌توانید گروه‌های کاری داشته باشید و کسانی را که در پست شغلی شما هستند و یا ارتباطی با شغل شما را دارند در آن اضافه کنید این کار علاوه بر هم صحبتی و آشنا شدن با نظرات دیگران می‌تواند به دایره ارتباطی شما وسعت ببخشد و باعث دیده‌شدن حساب کاربری شما شود.

منبع: blogad

# چگونه کمپین ایمیلی برندمان را ارزیابی کنیم؟



هدف منحصر به فردی نهفته است. با این حال یک امر بدیهی در این میان وجود دارد: نرخ باز کردن ایمیل از سوی مخاطب به معنای موفقیت ما در عرصه بازاریابی نیست. امروزه بسیاری از کاربران پس از مطالعه تنها یک خط از ایمیل آن را حذف می‌کنند، بنابراین ارزیابی کمپین بازاریابی براساس میزان باز شدن ایمیل‌ها بی‌دقتی محض خواهد بود.

#### ارزیابی از طریق نرخ لغو اشتراک

#### بلیر توماس: مدیرعامل برند eMerchanBroker

از نظر من راهکار مناسب برای ارزیابی موفقیت کمپین بازاریابی بررسی نرخ لغو اشتراک و واکنش کاربران است. به عنوان مثال، اگر شما با موج لغو اشتراک کاربران در خبرنامه برنداتان پس از یک کمپین مشخص مواجه هستید، پیام دریافتی بسیار روشن خواهد بود. نیاز به تغییر شیوه بازاریابی در چنین موقعیتی به طور کامل احساس می‌شود. ما می‌توانیم برداشت‌های مختلفی از رفتارهای گوناگون کاربران داشته باشیم. با این حال لغو اشتراک در خبرنامه پیام کاملا رسایی پیرامون کیفیت پایین محتوای ایمیل‌مان است.

#### هم‌ترازی معیارهای جذب مخاطب

#### سویتا پاتل: مدیر ارشد موسسه بازاریابی استار تاپ سیلیکون ولی

یکی از اطلاعات مهم برای برندها نرخ جلب نظر مخاطب از طریق ایمیل است، من در طول سال‌های فعالیتیم کسب‌وکارهای کوچک زیادی را با نرخ باز شدن ایمیل بالا مشاهده کرده‌ام. با این حال وقتی نوبت به تعامل با محتوای ایمیل می‌شود، بسیاری از برندها آماری نزدیک به صفر دارند. اگر ما کمپین بازاریابی موفقی داشته باشیم، تمام معیارهای جذب مخاطب‌مان باید هم‌ترازی معناداری داشته باشند. در غیر این صورت یک جای کار دچار مشکل است. درست به همین دلیل اغلب کارشناس‌های بازاریابی به جای نرخ باز شدن ایمیل‌ها بر روی فرآیندهایی نظیر کلیک بر روی لینک‌های داخل ایمیل تاکید دارند.

#### اهمیت نتایج کامل

#### جارد اتچیسون: مدیرعامل برند WPForms

به منظور دریافت بیشترین بازگشت سرمایه از کمپین‌های بازاریابی باید تعداد افرادی که تمام انتظارات ما از کمپین را برآورده کرده‌اند، اندازه‌گیری کرد. منظور من در اینجا اندازه‌گیری شمار کاربران کاملا علاقه‌مند به کمپین‌مان است. به راستی این امر چگونه قابل ارزیابی است؟ راهکار در تعریف یک نمونه ایده‌آل از کاربران است. بر این اساس کاربرانی که تمام مراحل مطالعه ایمیل، کلیک بر روی لینک جانبی و خرید یا عضویت در سایت را انجام می‌دهند، معیار موفقیت کمپین محسوب خواهند شد. اجازه دهید برای فهم بهتر این مطلب به یک مثال متوسل شویم. هدف یک برند فهم چرایی کاهش شمار مخاطب‌های خبرنامه‌اش است. در این راستی آنها ایمیل‌هایی مبنی بر درخواست شرح مشکل خبرنامه ارسال می‌کنند. موفقیت این طرح در گرو شمار افراد پاسخگو به پرسش‌ش ماست. بدون تردید بسیاری از کاربران ایمیل ما را پس از چند خط مطالعه رها خواهند کرد. به همین دلیل ارزیابی صرف نرخ مطالعه پیام قابل اطمینان نیست.

#### اندازه‌گیری تولید در آآمد

#### جوئل متیو: کارشناس ارشد موسسه Fortness Consulting

بدون تردید دنیای کسب‌وکار با همه تفاوت‌ها دارای یک نقطه اشتراک است، البته این نقطه اشتراک نیز خود محصول تنوع نیازها و سلیقه مخاطب است؛ هر مشتری اهدافی متمایز با دیگران دارد. کمپین‌های بازاریابی به منظور ارزیابی وضعیت کمپین‌ها با معیارهای متنوعی مواجه هستند. با این حال به نظر من باید یک معیار اساسی‌تر از بقیه وجود داشته باشد. چگونه می‌توان این معیار

#### نگارنده: انجمن کارآفرینان جوان

ترجمه:علی آلاعی

بازاریابی ایمیلی همیشه به خاطر درصد بالای بازگشت سرمایه‌اش مورد ستایش قرار گرفته است. به همین خاطر توجه بیش از اندازه برندها به مقوله بازاریابی ایمیلی چندان تعجب‌آور نیست. موفقیت در دنیای بازاریابی بستگی به توانایی یک برند در ارزیابی صحیح نتایج کمپین‌اش دارد. برخی از برندها به دلیل ناتوانی در ارزیابی صحیح دستاوردهای خود دچار چالش‌های عمده‌ای می‌شوند. در این مقاله به منظور آگاهی‌بخشی پیرامون شیوه‌های درست ارزیابی موفقیت بازاریابی ایمیلی توصیه‌های برخی از کارآفرینان انجمن کارآفرینان جوان گردآوری شده است. به عنوان یک پرسش اصلی، کارآفرینان این مقاله در پی پاسخ به سوال ذیل هستند: بهترین راهکار برای کسب‌وکارهای کوچک به منظور ارزیابی بازگشت سرمایه‌شان در کمپین ایمیلی کدام است؟

#### ارزش بی‌پایان مشتریان

#### کریس جورج: عضو انجمن تجارت (SUBTA)

به عنوان یک کسب‌وکار، ما باید به خوبی از ارزش بی‌پایان مشتریان‌مان آگاهی داشته باشیم. به محض فهم این مسئله مهم امکان ارزیابی درست هر کمپینی فراهم می‌شود. در حقیقت، فهم ارزش بسیار بالای مشتریان در کسب‌وکارمان در تمام زمینه‌ها ضروری است. مزیت این آگاهی امکان ارزیابی بهتر نتایج کمپین‌های مختلف است. وقتی ما برای زمان مشتریان ارزش بالایی قائل هستیم، محتوای بی‌کیفیت به آنها ارائه نخواهیم کرد. در نتیجه واکنش مخاطب نیز به محتوای کمپین‌مان مثبت خواهد بود.

#### میانگین کلیک کاربران بر روی لینک‌های جانبی

#### سید بلخی: مدیرعامل موسسه WPBeginner

بی‌تردید هر برندی در تلاش برای فهم میزان رضایت مخاطب هدفش از محتوای ایمیل‌هاست. یک شیوه سنتی برای این کار طرح پرسش‌های متعدد است. بااین حال در دنیای امروز کمتر کسی حوصله و وقت کافی برای پاسخگویی به چنین پرسش‌هایی را دارد. به همین خاطر راهکار دیگری مورد نظر اغلب برندها قرار می‌گیرد. بر این اساس علاقه برندها به هدایت کاربران به لینک‌های جانبی فرصت مناسبی برای ارزیابی میزان تاثیرگذاری کمپین‌ها فراهم می‌آورد. خوشبختانه امروزه ابزارهای کمکی بازاریابی به سادگی نرخ کلیک کاربران بر روی لینک‌های جانبی ایمیل‌ها را اندازه‌گیری می‌کند. این معیار اطلاعات مطمئن‌تری در زمینه موفقیت کمپین‌ها در اختیار ما قرار می‌دهد.

#### اهمیت ترغیب مخاطب

#### راشل پیدر: رئیس برند Message Outpost

هدف اصلی شرکت ما به هنگام تعامل با مشتریان ترغیب آنها به عملی خاص است. خرید یا حداقل مشاهده محصولات از جمله مهم‌ترین اهداف هر برندی در راستای ترغیب مخاطب به حساب می‌آید. با توجه به چنین هدف‌هایی، ارزیابی وضعیت کمپین بازاریابی از طریق نرخ خرید کاربران یا مشاهده محصولات بسیار ساده خواهد بود. نکته جالب اینکه چنین کاری نیازمند فعالیت پیچیده‌ای نیست.

#### نرخ مشاهده ایمیل هیچ معنایی ندارد

#### توماس اسمیل: رئیس موسسه Fortness Consulting

در دنیای واقعی هیچ معیار مطمئن و یگانه‌ای برای ارزیابی وضعیت کمپین‌های بازاریابی وجود ندارد. امروزه تنوع بسیار زیادی در زمینه‌های مختلف کسب‌وکار وجود دارد. به همین دلیل پرورش یک معیار واحد برای کارایی در تمام صنایع بیش از اندازه خوش‌بینانه است. بی‌تردد در پشت ارسال هر ایمیلی

۵ سخنرانی بر تر همایش های تد پیرامون مدیریت بهتر

## چگونه مدیر و رهبر تجاری بهتری باشیم؟



**جیم وایت هارست: «آنچه از ترم همه دانسته‌ه‌ایم در زمینه مدیریت و رهبری یاد گرفتیم»**

جیم وایت‌هارست، مدیر سابق خطوط هوایی دل‌یا ایر است. یکی از ابداع‌های خلاقانه وی در زمینه رهبری تجاری بحث سنتی مدیریت بالا به پایین است. همچنین او نظریه‌های متنوعی در زمینه همکاری اساسی در سازمان‌ها دارد. همه ما عادت به مشاهده نظریه‌پردازهایی به میزان وفاداری بالا به ایده‌های‌شان داریم. با این حال جیم اکنون سرسخت‌ترین منتقد نظریه‌های قبلی خود است. ماحرا از آنجایی شروع شد که جیم از خطوط هوایی دلتا به شرکت نرم‌افزاری رد هت نقل مکان کرد. به گفته جیم، روزهای نخست فعالیت در رد هت برای او بسیار شوک‌آور بود، چرا که تمام ایده‌های وی در مورد مدیریت و رهبری تجاری در شرکت رد هت کاملاً برعکس اجرا می‌شد. به این ترتیب شیوه مدیریت بالا به پایین هیچ جایگاهی در سازمان رد هت نداشت. مدیران درست مانند سایر کارمندان مشغول کار بودند و هیچ تفاوت فاحشی بین آنها وجود نداشت. این امر در همان روزهای نخست جیم را به وحشت انداخت.

واکنش جیم در برابر فرهنگ متفاوت شرکت رد هت کاملاً تهاجمی نبود. بر این اساس وی به مشاهده نتایج فرهنگ مورد نظر پرداخت. در عین ناباوری جیم چنین شیوه مدیریتی را سودمند یافت. به این ترتیب او تمام ایده‌های قبلی خود در مورد کسب‌وکار را تغییر داد. نکته مهمی که جیم به هنگام کار در رد هت یاد گرفت، ضرورت انتقادپذیری و آمادگی بالا برای تغییر در مدیران است. فقط به این ترتیب آنها در برابر تغییرات سریع دنیای کسب‌وکار جان سالم به در می‌برند. همچنین به عنوان یک مدیر کارآمد باید توانایی مناسبی در زمینه ارائه اطلاعات مناسب در زمان درست به افراد نیازمند آن اطلاعات داشته باشیم. این افراد هم کارمندان شرکت و هم مشتریان هستند.

**یوس موریوکس: «چطور قوانین بیش از اندازه در محیط کار مانع کارآمدی می‌شود»**

به طور معمول ما مدیران را افراد خالق قوانین در شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف قلمداد می‌کنیم. به عقیده ما افزایش تولید و بهره‌وری در کنار دستیابی سازمان به موفقیت‌های بیشتر فقط از طریق وضع قوانین تازه امکان‌پذیر خواهد بود. در نهایت نیز مسئولیت مستقیم نتیجه‌بخشی یا شکست شرکت به عهده مدیران خواهد بود.

یوس موریوکس دقیقاً با نوع نگاه فوق مخالف است. به عقیده وی، قوانین بیش از اندازه به جای کمک به پیشرفت باعث کاهش بهره‌وری شرکت‌ها می‌شود. تلقی مدیران به عنوان افراد واضع قانون ناشی از فرهنگ سنتی و غلط مدیریت از بالا به پایین شرکت‌هاست. به این ترتیب توصیه محوری موریوکس تلاش برای افزایش سطح همکاری و همکاری در شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف است. به این ترتیب ما توانایی استفاده از ایده‌های مختلف را خواهیم داشت. همچنین در مواقع حساس معمولاً تصمیم‌گیری جمعی نتیجه‌بخشی بهتری در پی دارد.

بنا بر استدلال موریوکس، وقتی قوانین و ساختارهای یک سازمان بیش از اندازه زیاد می‌شوند، افراد توانایی تحرک و ایده‌پردازی مناسب را از دست خواهند داد. به همین دلیل هدف اصلی ما باید کاهش محدودیت‌ها و قوانین سخت‌گیرانه در محیط کاری باشد. یک مدیر و رهبر تجاری موفق به خوبی توانایی ایجاد توازن بین قوانین ضروری و حوزه آزادی عمل کارمندان را دارد.

منبع: businessnewsdaily

می‌کنیم افراد موفق از سیاره‌ای دیگر آمده‌اند. به همین دلیل بسیاری از مردم خود را به هیچ‌وجه با آنها مقایسه نمی‌کنند. همین امر باعث ایجاد شکاف بیشتر بین کارآفرینان معمولی و موفق می‌شود. ایده اصلی آدام گرانت در این میان تاکید بر روی هویت کاملاً انسانی و در برخی موارد معمولی افراد موفق است. استدلال وی بر روی توانایی تقلید موفقیت مشابه کارآفرینان برتر از سوی هر فردی تاکید می‌کند.

به گفته آدام، متفکران اصیل معمولاً مجموعه‌ای از نگرانی‌ها، تردیدها و ناامیدی‌ها در مورد ایده‌های تجاری‌شان دارند. شمار زیادی از ایده‌های آنها نیز به دلیل تردیدهای بیش از اندازه هیچ‌وقت به مرحله اجرا نمی‌رسد. همانطور که مشاهده می‌کنید، افراد موفق هم شباهت بسیار زیادی به ما دارند. پس تمایز میان ما و افراد موفق چیست؟ به عقیده آدام، افراد موفق مهارت یافتن راهکارهای خلاقانه برای پاسخگویی به مشکلات را دارند. فرقی ندارد این مشکل در زمینه داخلی شرکت یا زندگی روزمره مشتریان باشد. در هر صورت کارآفرینان موفق راهکارهای کاملاً تازه و کاربردی برای چنین مشکلاتی خواهند یافت. به این ترتیب کارآفرینانی که تفاوت چندان فاحشی با ما ندارند، به موفقیت‌های بزرگ در زمینه کسب‌وکار دست می‌یابند.

اگر ما نیز به دنبال دستیابی به موفقیت در حوزه کسب وکارمان هستیم، باید اندکی خلاقیت بیشتر به خرج دهیم. موفقیت در کسب‌وکار نیازمند فرمول پیچیده و عجیبی نیست. مشکل بسیاری از افراد تلاش برای دستیابی به موفقیت از طریق راهکارهای بیش از اندازه دشوار است. وقتی عقیده‌ای مبنی بر سادگی دستیابی به موفقیت تجاری در ذهن ما شکل بگیرد، راه موفقیت برای ما هموار می‌شود.

**درو دادلی: «مدیریت روزانه»**

در این سخنرانی مراسم تد، درو دادلی به بحث مهمی می‌پردازد. به عقیده او، ما مدیریت را بدل به یک حرفه کاملاً تخصصی کرده‌ایم. کاربرد این حرفه نیز فقط به برخی از زمان‌های خاص در طول روز محدود شده است. بنا بر استدلال درو، چنین نگرشی به حوزه مدیریت باعث پدیداری شکست‌های پیاپی می‌شود. توصیه راهبردی دادلی به ما تغییر زاویه دید است. به این ترتیب مدیریت را باید در متن زندگی روزانه مورد استفاده قرار داد. علم، مهارت یا فن مدیریت (فرقی ندارد آن را چه می‌نامیم) فقط ویژه موارد منحصر به فرد در کسب‌وکار نیست. وقتی ما خود را مدیران روزانه بدانیم، کم‌کم توانایی تاثیرگذاری بر روی افراد کنارمان را به دست می‌آوریم. چنین توانایی به ما در زمینه بهبود وضعیت شغلی‌مان در سطح فردی و شرکت‌مان در مقیاسی کلی کمک خواهد کرد. شاید در نگاه نخست تلاش برای مدیریت و رهبری دیگران ایده‌ای بی‌نهایت دشوار به نظر می‌رسد. به هر حال اگر دیگران مدیریت و به ویژه رهبری را ما قبول نکنند، چه؟ پاسخ دادلی در اینجا به فرهنگ مدیریت روزانه اشاره دارد. در حقیقت به عنوان مدیر یک شرکت هدف اصلی ما باید القای فرهنگ مدیریت و رهبری به تمام اعضای شرکت باشد. به این ترتیب تمام افراد توانایی مدیریت بهینه جایگاه شغلی فردی و شرکت‌شان را خواهند داشت. گام نخست برای تقویت روحیه مدیریت و رهبری در افراد تفکر انتقادی نسبت به اوضاع پیرامون است، بنابراین باید زمان مشخصی از روز را به تفکر انتقادی نسبت به شرایط و وضعیت جاری خود و برندمان اختصاص دهیم. فقط در این صورت توانایی ارتقای فرهنگ مدیریت و رهبری موفق را در شرکت‌مان خواهیم داشت.

به قلم: آدام اوز‌بالک‌و کارفرین و کارشناس مدیریت سازمانی

ترجمه: علی آل‌علی

مدیریت همیشه راحت نیست. آگاهی از بهترین شیوه برای تقویت انگیزه تیم تحت‌نظرمان، نظارت بر شیوه انجام کارها و تلاش برای افزایش عملکرد کلی سازمان وقت و انرژی زیادی از یک مدیر می‌گیرد. نکته مهم در این میان ناتوانی دریافتن راهکار مناسب برای هر مشکل آن هم در کمترین زمان ممکن است. به طور کلی، مفهوم مدیریت در حوزه کسب‌وکار به ترکیب انگیزه و اعتماد به نفس همراه با موفقیت در دستیابی به موفقیت اشاره دارد. با این حال در محیط کسب‌وکار جدید چنین تعریفی از مدیریت چندان قابل قبول نیست. به راستی چه چیزی یک فرد را بدل به مدیری موفق می‌کند؟ همچنین چگونه امکان توسعه مهارت‌های مدیریتی وجود دارد؟

در این مقاله هدف اصلی من بررسی نحوه ارتقای مهارت‌های مدیریتی و راهکارهای بدل شدن به مدیری بهتر است. بهترین راهکار برای آگاهی از شیوه‌های ارتقای سطح مدیریت رجوع به توصیه‌های افراد حرفه‌ای است. به همین دلیل در ادامه به بررسی پنج سخنرانی برتر همایش‌های تد در زمینه رهبری بهتر و کارآمد خواهیم پرداخت.

**روزلیند تورس: «چه چیزهایی برای مدیر بزرگ بودن، لازم است»**

در این سخنرانی مراسم تد خانم روزلیند تورس، کارشناس مدیریت کسب‌وکار، به بحث پیرامون لازم و مهارت‌های مورد نیاز برای مدیریت موفق می‌پردازد. باتوجه به گفته‌های تورس، توانایی پذیرش تغییرات در راه، ساخت تیم کسب‌وکار دارای افرادی با مهارت‌های متنوع و ایده‌های گوناگون در مورد امور تجاری، تقویت انگیزه تخریب سنت‌های قدیمی و جست‌وجوی سویه‌های تازه برای بهبود وضعیت شرکت و تقویت مهارت نگاه انتقادی برای هر مدیر بزرگی ضروری است. در حقیقت به عنوان مدیر یک کسب‌وکار باید کاری فراتر از انتقال تجربه‌مان به کارمندان انجام دهیم. در شیوه سنتی مدیریت کسب‌وکار تمرکز اصلی بر روی انتقال تجربیات و مهارت‌های مدیران به کارمندان قرار داشت. با این حال اکنون مدیران نیازمند به‌روز رسانی مداوم اطلاعات‌شان و تقویت مهارت‌هایی مانند نگاه انتقادی در تیم شرکت‌شان هستند. پیشنهاد تورس در اینجا توجه مدیران به سه پرسش اساسی است. به هنگام پاسخگویی به این سه پرسش باید از شیوه تفکر انتقادی استفاده کرد، بنابراین پاسخ‌های ما نباید مبتنی بر کلیشه‌های قدیمی یا توصیه‌های رایج دیگران باشد. موفقیت در کسب‌وکار به طور کامل قابل تقلید نیست، بنابراین باید به دنبال راهکار ویژه خودمان باشیم. به سه پرسش ذیل توجه کنید:

- تمرکز عمده من برای پیش‌بینی تغییرات در راه بر روی کدام بخش از کسب‌وکار است؟
- تنوع شیوه‌های اندازه‌گیری عملکرد بازاریابی برند من چقدر است؟
- آیا من به اندازه کافی برای فراموشی گذشته شجاعت دارم؟
- آدام گرانت: «عادت‌های شگفتی‌آور متفکران اصیل»**

آدام گرانت، روانشناس سازمانی، به دسته‌بندی شخصیت متفکران اصیل در زمینه کسب‌وکار پرداخته است. ایده این طرح جالب به عنوان نقطه اتصال علم روانشناسی و حوزه کسب‌وکار پس از شکست آدام در زمینه سرمایه‌گذاری بر روی موسسه واری پارکر صورت پدیدار گشت. همه ما گاهی اوقات گمان

### رهبری

### آیا گوش دادن به موسیقی در حین کار

خوب است؟

سوت بزن و کار کن؛ این بخشی از شعری است که در کارتون سفیدبرفی و هفت کوتوله خوانده می‌شود. جالب است بدانید که علم هم تا حدودی با این ایده موافق است و به طور مثال آنطور که در برخی تحقیقات علمی آمده گوش‌دادن به موسیقی در حین کار با ترندیل انسان را ترغیب می‌کند که با پشتکار بیشتری به دودین ادامه دهد.

سوال اینجاست: آیا موسیقی زمینه را برای بهره‌وری بیشتر در کارهای ذهنی آماده می‌کند؟ در چه کارهایی می‌توان با گوش‌دادن به موسیقی چنین نتیجه‌ای را به دست آورد؟

**موسیقی + کار = پیچیده است!**

این پرسش اندکی ساده به نظر می‌رسد و در نتیجه جای تعجب نخواهد بود که بگوییم هیچ‌کس تابه‌حال پاسخ قانع‌کننده‌ای به آن نداده است، اما گروهی از محققان که گوش دادن به آثار موزارت حین کار را بررسی کرده‌اند دریافتند که گوش‌دادن به سونات‌های موزارت پیش از فعالیت‌های ذهنی، استدلال‌های فضایی(توانایی تصور اشیاء به صورت سه بعدی و استدلال کردن در مورد آنها با در اختیار داشتن اطلاعات اندک) قوی‌تری را برای افراد به ارمغان می‌آورد. البته دانشمندان اشاره کرده‌اند که این فرآیند افراد را باهوش‌تر نکرده. در هر حال نتیجه تحقیق جالب است، اما گوش دادن به موسیقی حین کار چطور؟ یا موسیقی‌های دارای ریتم تندتر؟

پاسخ‌دادن به این سوال کمی دشوار است هرچند که مطالعات زیادی در رابطه با گوش‌دادن به موسیقی در حین کار انجام شده‌اند و نتایج متفاوتی را هم در بر داشتند. علت متفاوت بودن نتایج هم آنطور که در یک پژوهش گفته شد، می‌تواند این باشد که اثر موسیقی روی عملکرد انسان در کار پیچیده است. این اثر در واقع نه خوب است و نه بد؛ کاری که انجام می‌شود، نوع موسیقی که شنیده می‌شود و شخصیت فردی که کار را انجام می‌دهد همگی روی این مساله تاثیر دارند.

دانشمندان برای بررسی این فرضیه از ۱۴۲ دانشجو درخواست کردند که دو کار را انجام دهند؛ یکی از وظایف ساده و یکی دیگر پیچیده بود. وظیفه ساده محول شده به دانشجویان این بود که فهرستی از کلمات را جست‌وجو کنند و آنهایی که حرف A داشتند را خط بزنند، اما کار پیچیده‌تر این بود که کلمات دوتایی را مطالعه کنند و در محیط آزمون آنها را به خاطر بیاورند.

سوژه‌ها این کارها را یا در سکوت یا حین پخش موسیقی متن (ساده یا پیچیده) انجام دادند که موسیقی پیچیده‌تر سبک بیس داشت و بخش‌هایی از آن با طبل نواخته می‌شد.

اضافه کنیم که پیش از این تحقیق دانشمندان شخصیت افراد را هم مورد بررسی قرار دادند. در واقع تک تک سوژه‌ها از نظر اینکه چقدر از محرک‌های بیرونی لذت می‌برند مورد ارزیابی قرار گرفتند. برای این منظور آنها یک آزمون ۲۸ سوالی را انجام دادند و از آنها خواسته شد نظر‌شان را در رابطه با سولاتی مانند اینها پاسخ دهند:

- نسبت به مردم دیگر به محرک‌های بیشتری برای تمرکز در

کار نیاز دارم

- به ندرت در کارم هیجان‌زده می‌شوم

نتایج بسیار عجیب و برخلاف پیش‌بینی‌های صورت گرفته بودند. در واقع محققان دریافتند افرادی حین کار تحت تاثیر محرک‌های بیرونی قرار می‌گیرند (مثلاً افرادی که حین تماشای تلویزیونی گوش‌ی خود را چک می‌کنند) کمتر می‌توانند حین کار کردن به موسیقی گوش دهند. در واقع این افراد بیشتر از دیگران تمایل داشتند که حین کار به موسیقی گوش دهند، اما در زمان انجام کارهای پیچیده بهترین عملکرد را در سکوت از خود به نمایش می‌گذاشتند. از آنسو همانای آنها که کمتر تحت تاثیر محرک‌های بیرونی قرار می‌گرفتند بهترین عملکرد را حین پخش موسیقی از خود به نمایش می‌گذاشتند.

این واقعیت در مورد کارهای ساده‌ای که به داوطلبان محول شده بود هم صدق می‌کرد. افرادی که منتظر دریافت محرک‌های بیرونی بودند بهترین عملکرد را زمانی از خود به نمایش می‌گذاشتند که هیچ موزیکی پخش نمی‌شد یا موسیقی متن ساده‌ای در پس‌زمینه شنیده می‌شد. در عین حال آنهایی که دیرتر از کار خسته می‌شدند بهترین عملکرد را با پخش موسیقی پیچیده از خود به نمایش می‌گذاشتند.

این نتایج نشان می‌دهند افرادی که به دنبال محرک‌های بیرونی هستند، در زمان انجام فعالیت‌های متعدد توجه‌شان از مساله اصلی پرت می‌شود (مثلاً کار کردن و گوش دادن به موسیقی) اما چنانچه آنها را صرفاً با یک وظیفه تنها بگذارید به شدت جذب آن می‌شوند. در عین حال افرادی که در سمت دیگر این طیف قرار دارند از عوامل محرک بیرونی سود می‌برند و می‌توانند ذهن خود را معطوف به کارشان کنند.

منبع: digiato



### برگزاری جلسه تحلیل سیل استان گلستان با حضور مدیران پژوهشکده حفاظت خاک و آبخیزداری کشور

**گزرگان- خبرنگار فرصت امروز-** در این جلسه مدیران پژوهشکده حفاظت خاک و آبخیزداری کشور، مدیران اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان، اساتید دانشگاه علوم کشاورزی، رئیس مرکز، معاون پژوهشی و همکاران بخش تحقیقات جنگلها، مراتع و آبخیزداری مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی گلستان حضور داشتند. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان در این جلسه که با حضور دکتر گرشاسبی، دکتر غریب رضا و دکتر مصطفای ا پژوهشکده حفاظت خاک و آبخیزداری کشور و در دفتر مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان برگزار شد ابتدا دکتر فرجی رئیس مرکز ضمن خوش آمد به حاضران در جلسه و همکاران پژوهشکده، به سبیل حادث شده در استان و تبعات آن اشاره کردند این جلسه باهدف پیگیری و ارایه راهکار در خصوص مدیریت سیلاب و لغزش ها بر گزار شد.دکتر گرشاسبی مشاور معاونت آب و خاک وزارت جهاد کشاورزی ضمن اشاره به پیشینه تحقیقات انجام شده در استان، اهداف وافق این نشست را برای گروه بیان کرد.مهندس لطفی معاونت فنی و آبخیزداری منابع طبیعی استان، معاون پژوهشی، محققان بخش تحقیقات جنگلها، مراتع و آبخیزداری مرکز، اساتید دانشگاه و تیم پژوهشگران پژوهشکده ضمن ارایه گزارش و موارد مختلف سبیل اخیر از جمله: گزارشی از مطالعات انجام شده در حوزه آبخیزداری، مسیرهای حرکت سیلاب های استان، رودها، تالاب ها، سطح رودها در مسیر حرکت تا دریا و سدهای استان همراه با اطلاعات کامل و ...، نقطه نظر، دیدگاه ها و پیشنهادات خود را بیان نمودند و در انتها دیدگاه نهایی و جمع بندی جلسه را دکتر گرشاسبی ارایه و موارد مورد نظر برای پیگیری اعلام شد.

**مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان:**

#### برخی از محورهای گلستان در معرض رانش زمین قرار دارند

**گزرگان- خبرنگار فرصت امروز-** مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان از رانش زمین در برخی از محورهای استان خبر داد و گفت: "متأسفانه به دلیل وجود سیلاب در استان و اشباع شدن خاک برخی از محورهای استان گلستان در معرض رانش زمین قرار دارند."به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان به نقل از فارس- ابوطالب قزلسفلو در گفت و گو با خبرنگار فارس اظهار کرد: "محورهای گلستان همچنان در معرض تهدید رانش زمین قرار دارند و چشمه‌ها در حال بر شدن هستند و شهروندان از تردد غیر ضروری در این محورها خودداری کنند." وی تصریح کرد: "با توجه به بارندگی‌های کم‌سابقه‌ای که در اواخر سال ۱۳۹۷ و اوایل سال ۱۳۹۸ در گلستان به ویژه شرق استان اتفاق افتاد ایستگاه هواشناسی «توسک‌چال» شهرستان مینودشت با بارندگی بیش از ۲۵۰ میلیمتر بیشترین بارندگی را به خود اختصاص داد."مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان با بیان اینکه شدت بارش باران در عرصه‌های جنگلی استان گلستان مشکلاتی را ایجاد کرده است،ابراز کرد: "متأسفانه در جنگل‌های بکر استان گلستان رانش‌های اتفاق افتاد همچنین در عرصه‌های جنگلی که در شبگاه‌ها تنه دراز داشتند در اثر اشباع شدن خاک و پرآب شدن چشمه‌ها در جنگل رانش اتفاق افتاد."قزلسفلو اظهار کرد: "متأسفانه در شهرستان‌های شرق استان گلستان همچون آزادشهر، رامیان، مینودشت، گلبداغ، گالیکش و مراوه‌تپه لغزش‌های متعددی اتفاق افتاد به طوری‌که برخی روستاها نیز آسیب دیدند."وی تصریح کرد: "منابع طبیعی استان گلستان اعلام آمادگی می‌کند که عرصه‌های منابع طبیعی که امکان و قابلیت جابه جایی برای اسکان مردم سیل‌زده استان را دارد و ساخت و ساز در آن محل مناسب است را در اختیار بنیاد مسکن قرار می‌دهد."

**شهردار قدس خبر داد:**

#### اهتمام مجموعه شهرداری در توجه به بهسازی معابر سطح شهر

**شهر قدس- خبرنگار فرصت امروز-** مسعود مختاری شهردار قدس، با اشاره به اهتمام این مجموعه در توجه به بهسازی معابر سطح شهر، از اجرای ۲۲۵ هزار متر مربع آسفالت، اجرای ۲۵ هزار متر جدولگذاری و ۲۶ هزار متر مربع پیاده روسازی در سال گذشته خبر داد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شورای اسلامی و شهرداری قدس، مسعود مختاری با بیان اینکه بهسازی معابر سطح شهر در اولویت اقدامات شهرداری قرار دارد، بیان داشت: این شهرداری در سال گذشته پیوسته و بدون توقف پروژه‌های مختلفی را جهت اجرا در نقاط مختلف شهر با اولویت نقاط کمتر برخوردار در دست اقدام داشته که در این میان به اجرای پروژه‌های عمرانی، آسفالت‌ریزی و ترمیم و لکه گیری روکش آسفالت، پیاده‌روسازی و جدول گذاری در معابر و شریان‌های اصلی شهر به شکل ویژه‌ای توجه کرده است. شهردار قدس، ساماندهی و ارتقای کیفیت آسفالت معابر سطح شهر را یکی از معیارهای حائز اهمیت در ارزیابی عملکرد شهرداری بر شمرده و اظهار داشت: ارتقای کیفیت آسفالت و روکش معابر و خیابانهای اصلی و فرعی شهرها به عنوان یکی از معیارهای اثر گذار بر کیفیت زندگی شهروندان و از مسائل دخیل بر رضایتمندی عملکرد شهرداری ها محسوب می شود که با ارتقا و ساماندهی در این زمینه به عنوان یکی از ضرورت های اجتناب ناپذیر و اساسی شهر می توان در راستای تحقق حقوق شهروندی و پاسخ به مطالبات اصلی شهروندان اقدام کرد. وی با اشاره به اجرای ۲۲۵ هزار متر مربع زیرسازی و آسفالت معابر سطح شهر با صرف ۲۹ هزار و ۶۰۰ تن آسفالت در سال گذشته، خاطر نشان کرد: این شهرداری در ادامه بهبود و بهسازی کیفیت معابر شهری و در راستای سهولت تردد خودروها، تسهیل در رفت و آمد و به منظور رفع مشکلات شهروندان در زمینه کیفیت آسفالت معابر شهری، اجرای عملیات آسفالت ریزی، بهسازی و لکه گیری آسفالت معابر سطح شهر را با جدیت در دستور کار خود قرار داد و طی یک اقدام جهادی، ۲۲۵ هزار متر مربع از معابر شهر را آسفالت ریزی کرد.

#### کنترل پروژه های گازرسانی در سطح استان ایلام با حضور پیمانکاران

**ایلام-هدی منصوری-** در راستای نیل به اهداف شرکت ملی گاز و خدمت رسانی به مردم شریف استان جلسه کنترل پروژه با حضور مدیرعامل، روسای واحدهای مرتبط، کارشناسان و پیمانکاران در سالن کنفرانس برگزار گردید. مهندس عباس شمس الهیی ضمن خوش آمد گویی، نکاتی در خصوص چگونگی مدیریت پروژه ها و راهکارهای فنی به پیمانکاران یادآور شد. وی همچنین بر افزایش آگاهی پیمانکاران از قوانین و مقررات کار تأکید نمود و گفت : باید سطح تعاملات با پیمانکاران را در چهار چوب قانون و مقررات افزایش داد، در رفع مواقع تلاش نمود تا ضمن جلوگیری از ایجاد اختلاف و مشکلات و تعطیلی و توقف پروژه ها با ارائه خدمات مطلوب به مردم ، رضایت نسبی آنان را بدست آوریم.در این راستا نیز پیمانکاران گزارشی از فعالیت خود و مشکلات و موانع پیش رو از قبیل مشکلات فنی و مالی و معارضین ارائه دادند و خواستار رفع این مشکلات شدند و پایان جلسه کارشناسان امور مهندسی ، بهره برداری ، قراردادهای و حقوقی نقطه نظرات و پیشنهادات خود را در جهت پیشبرد پروژه ها ارائه نمودند و همچنین به ابهامات پیمانکاران در خصوص بعضی از قوانین و مقررات مربوط به سازمان مدیریت و برنامه ریزی و وزارت نفت پاسخ دادند.

**توسط مدیر عامل بیمه سلامت ایران صورت گرفت؛**

#### تقدیر از رییس مرکز آموزشی درمانی شهدای خلیج فارس

**بوشهر- خبرنگار فرصت امروز-** به گزارش روابط عمومی مرکز آموزشی درمانی شهدای خلیج فارس دکتر عاطفه اسفندیاری رییس بیمارستان آموزشی درمانی شهدای خلیج فارس به دلیل اقدامات موثر در ارائه خدمات بهینه به بیمه شدگان و مدیریت هزینه های بیمه ای بیمارستان و همراهی با اهداف سازمان بیمه سلامت ا سوی مدیر عامل بیمه سلامت ایران تقدیر شد.

متن تقدیر مدیر عامل سازمان بیمه سلامت ایران به شرح ذیل می باشد:

سرکار خانم دکتر عاطفه اسفندیاری

رییس محترم بیمارستان شهدای خلیج فارس بوشهر

با سلام و تحیت

میل به آرزوهای بزرگ ملی نیازمند عزم راسخ و اراده استوار ایرانیانی است که با سعی مخلصانه خویش گام در جهت عزم این مرزوبوم بر می دارند.بدون تردید پیشرفت و توسعه پایدار امروز عرصه نظام سلامت، مرون تلاش و زحمات همکاری متعهدودلسوز است. بر این اساس لازم می داند مراتب سپاس و قدردانی خود را به دلیل اقدامات موثر جنابعالی در ارائه خدمات بهینه به بیمه شدگان و مدیریت هزینه های بیمه ای بیمارستان و همی راهی با اهداف سازمان بیمه سلامت ایران، تقدیم نماید. جزه سعادت و سربلندی سر کار عالی را بخداوند متعال مسئلت می نماید.

طاهر موهبتی

رییس هیات مدیره و مدیر عامل

### مدیر کل راه و شهرسازی استان مرکزی از ادامه عملیات تقاطع غیر همسطح سنجان به محض انجام تملک های لازم توسط شهرداری خبر داد

**اراک- مینور رستمی-** به گزارش اداره ارتباطات واطلاع رسانی اداره کل راه و شهرسازی استان مرکزی ، مهندس احمد مرزبان در بازدید از تقاطع غیرهمسطح سنجان گفت : به منظور حذف یکی از نقاط پر حادثه استان ، قرارداد احداث این تقاطع با اعتباری بالغ بر ۱۰ میلیارد و دویست میلیون تومان در سال ۹۳ با شرکت بالاست منعقد گردیده است. طول کل پل ۶۰۴ متر و طول عرشه ۳۹۴ متر است. این پل دارای ۱۳ دهانه ۲۴ متری و ۲ دهانه ۴۰ متری جهت دوربر گردانها می باشد. مرزبان اضافه کرد: ۵ فونداسیون و ۴ پایه این پل انجام شده و حدود ۱۰۰ متر از دیوار غربی رمپ شمالی نیز به اتمام رسیده است. مدیر کل راه و شهرسازی گفت : به منظور عبور و مرور و کنترل ترافیک بهتر این منطقه کنارگذر سنجان احداث گردیده که امیدواریم بعد از تملکی که به عهده شهرداری کلاشهر اراک می باشد هر چه سریعتر ادامه عملیات ساخت پل صورت پذیرد. این مقام مسئول همچنین افزود: اعتبار این پروژه که از محل سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور است در سال ۹۷ به میزان شش و نیم میلیارد تومان بود و با توجه به سفر مقام عالی وزارت مقرر است در سال ۹۸ نیز به همین میزان اعتبار در نظر گرفته شود.



**اصفهان - قاسم اسد-** هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت دام، طیور، دامپزشکی و آزیان از ۲۷ فروردین‌ماه در اصفهان آغاز می‌شود تا این شهر به مدت چهار روز میزبان معتبرترین رویداد نمایشگاهی دام و طیور کشور باشد. به گزارش اداره رسانه شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، این نمایشگاه که تا ۳۰ فروردین‌ماه در محل برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی استان واقع در پل شهرستان برپا خواهد بود، شرایطی را فراهم خواهد آورد تا ۱۱۳ شرکت توانمندی‌ها و دستاوردهای خود را در معرض بازدید متخصصان این عرصه قرار دهند.در نمایشگاه اسسال،شرکت‌های فعال در زمینه‌های دامپروری (دام، طیور و آزیان)، داروهای دامپزشکی، آزمایشگاه و تجهیزات، خوراک دام و افزودنی‌ها، مکمل‌های دام و طیور و تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی و کشتارگاهی حضور خواهند داشت و محصولات، کالاها و خدمات خود را در ۸۵۰۰ مترمربع فضای نمایشگاهی به نمایش می‌گذارند. در کنار شرکت‌های فعال حاضر در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت دام، طیور، دامپزشکی و

**شهردار ارومیه در دیدار سفیر ترکیه:**

## ضرورت برگزاری جشنواره های مشترک فرهنگی بین ارومیه و شهرهای ترکیه



حضرت پور ادامه داد: همچنین می‌خواهیم جهت ارتباط نزدیک بین ملت دو کشور و آشنایی مردم بافرهنگهای یکدیگر به تأثیر بسزایی در

**ارومیه-رونق-** در این دیدار محمد حضرت پور اظهار کرد: کشور دوست و برادر ترکیه و برادران ترک ما همیشه نشان داده اند که همواره در کنار ملت ایران و دولت جمهوری اسلامی هستند. وی افزود: از مواضع دولت ترکیه و به ویژه وزیر امور خارجه این کشور در راستای محکومیت مواضع ترامپ و آمریکا در خصوص سیاه پالسداران انقلاب اسلامی بسیار سپاسگزاریم و قدردانی خود را اعلام می‌داریم، چرا که سپاه نیرویی مردمی بوده و مربوط به حاکمیت جمهوری اسلامی است و اینگونه برخوردها:ا سوی آمریکا امری مردود است. شهردار ارومیه گفت: شهرداری ارومیه خارج از عرف دیپلماتیک و سیاسی، خواهان تسریع در صادرات میوه و محصولات کشاورزی به ترکیه و کشورهای اروپایی است و در این راستا از سفیر ترکیه انتظار داریم.

**مدیرعامل برق منطقه ای خوزستان:**

## خطر آبگرفتگی پست های مهزیار و حمیدیه برطرف شد



های حساس در شرایط کنونی بود که باید از آن مراقبت می کردیم. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان ادامه داد:وقتی شهروستان حمیدیه در معرض سیلاب قرار گرفت به تبع آن پست برق هم در

**اهواز- شبنم قجاوند-** عملیات خاکریزی و سیلد بندی پست های ۴۰۰ کیلو ولت مهزیار و ۱۲۲ کیلو ولت حمیدیه شرکت برق منطقه ای خوزستان برای مقابله با سیل به اتمام رسید و پست ها در وضعیت پایداری قرار گرفتند.مدیرعامل این شرکت اظهار داشت: پست ۴۰۰ کیلو ولت مهزیار یکی از پست های مهم انتقال نیرو و تامین کننده برق بخش مهمی از غرب شهر اهواز بوده است. محمود دشت بزرگ با بیان اینکه در چند روز گذشته پست مهزیار در خطر ورود سیلاب قرار داشت، بیان کرد: بعد از آنکه نقشه های حرکت سیلاب مشخص کرد که پست در معرض خطر است اقدام به خاکریزی و سیلد بندی پست کردیم و با اقدامات انجام شده خطر ورود سیلاب به پست برطرف شد. وی افزود: پست برق ۱۲۲ کیلو ولت حمیدیه نیز برق این شهرستان را تامین می کرد و یکی از پست

## نفرات بر تر سومین دوره مسابقات بین‌المللی قرآن طلاب علوم دینی شدند



تفسیر قرآن کریم، ترتیل و تفسیر قرآن کریم و خطابه قرآنی به رقابت با یکدیگر پرداختند و در هر رشته سه نفر حائز رتبه‌های برتر شدند. در رشته خطابه قرآنی این دور از مسابقات عمر سفرانی از سوریه، عبدالکامل از روسیه و محمد صاحب علی الانباری از عراق به ترتیب مقام اول تا سوم را به دست آوردند. روح الله آقایی از ایران،

### رشد جمعیت در کرج ۲ برابر میانگین کشوری است

فرهنگی شکل گرفته است. شهردار کرج گفت: روز فرهنگی کرج با برگزاری جشنواره لاله‌ها مقارن شده است که لاله نشانگر ایثار، شهادت، دوستی و مجاهدات و ایثار ۵ هزار و ۲۵۰ شهید گلگون کفن البرزی است که جان خود را دادند تا امروز ما در امنیت کامل باشیم. کمالی زاده عنوان کرد: شهر کرج در حال حاضر مسیر توسعه را می‌پیماید و در حوزه پروژه‌های عمرانی قدم‌های نیاز سنجی های منطقه انجام می شود افزود: شستشو و رنگ آمیزی آلمان ها و مبلمان شهری، آذین بندی و نورپردازی میادین و ابنیه، جداره های شهری، حف زوائد و موانع فیزیکی و پاکسازی محلات و مبادی ورودی شهر، تسلیج و پاکسازی زمین های بایر توسط نواحی سه گانه، مرمت کفپوش پیاده رو ها از برنامه های این منطقه در حوزه معاونت خدمات شهری است.عطایی بیان داشت: حوزه فضای سبز منطقه نیز باز پیرایی بوستان ها، درختکاری، گلکاری در میادین و پارک ها، رسیدگی

**با برگزاری هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت دام و طیور و دامپزشکی؛**

## معتبر ترین رویدادنمایشگاهی دام و طیور کشور در اصفهان برگزار می‌شود

ایتالیا و آلمان در این نمایشگاه از جمله جذابیت‌های ویژه هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت دام، طیور، دامپزشکی و آزیان اصفهان به شمار می‌رود. این رویداد نمایشگاهی در حالی برگزار می‌شود که هدف خود را بر معرفی محصولات و تولیدات شرکت‌های دام و طیور متمرکز کرده و نمایشگاهی با اهمیت در این صنعت محسوب می‌شود. شرکت‌های ملی و بین‌المللی حاضر در این نمایشگاه، راهکارها و نوآوری‌های خود را در رنجزیره «از علوفه تا غذا» ارائه خواهند کرد. هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت دام، طیور و دامپزشکی اصفهان جایگاهی ایده‌آل برای تولیدکنندگان فعال در این صنعت محسوب می‌شود تا ضمانت و کیفیتی که مصرف‌کنندگان خواستار آن هستند را ارائه دهند و ارتباطی مستقیم با بازارهای بین‌المللی برقرار کنند. بر اساس این گزارش، علاقمندان به بازدید از این نمایشگاه می‌توانند از ساعت ۱۶ تا ۲۲ روزهای ۲۷ تا ۳۰ فروردین‌ماه ۱۳۹۸ به محل برپایی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان واقع در پل شهرستان مراجعه کنند.

توسعه شهرهای مرزی دارد، همایش ها و جشنواره های مشترک بین ارومیه و شهرهای ترکیه برگزار شودوی تصریح کرد: ارومیه در حوزه گردشگری توانمندی های فوق العاده ای دارد که باید از این ظرفیت برای جذب شهروندان ترکیه به این شهر اقدام شود. حضرت پور با انتقاد از نگرش خریدمحور در سفرهای مرزی بین دو کشور تأکید کرد: بسیار ضروری است مردم دو کشور به ویژه در مناطق مرزی از این نگرش عبور کرده و مسافرت‌ها حول محور آثار تاریخی، طبیعی و گردشگری باشد. وی با تشکر از مراتب قدردانی سفیر ترکیه به خاطر نظیف و پاکیزگی شهر، خاطر‌نشان کرد: تلاش برای رسیدن به عدالت در مدیریت شهری را پیگیری می‌کنیم و در تمامی محلات ارومیه اقدامات برای توسعه پایدار را برنامه ریزی کرده ایم.

خطر آبگرفتگی قرار داشت به همین علت با قید فوریت عملیات خاکریزی و سیلد بندی این پست هم انجام گرفت و خطر آبگرفتگی آن از بین رفته. دشت بزرگ با بیان اینکه قبلا نیز دو پست آهو دشت در شوش و شمال غرب در اهواز نیز کارهای استحکام بخشی آنها انجام شده بود، تصریح کرد: در حال حاضر عملیات خاکریزی و سیلد بندی در پست های میلاد آبادان و شیرین شهر شروع شده است. وی با تشکر از همکاری مردم و شرکت هایی که به برق منطقه ای خوزستان در این بحران کمک کردند، گفت: از شرکت های توزیع نیروی برق خوزستان و اهواز و شرکت های برق منطقه ای کرمان، فارس، اصفهان ، هرمزگان ، باختر و تهران و به ویژه مردم محلی که در عملیات مقابله ای با سیلاب همکاری کردند کمال تقدیر و تشکر را دارم.

## سید مهدی مشرف از افغانستان و محمد السید موسی از لبنان نیز افرادی بودند که در رشته ترتیل و تفسیر قرآن کریم حائز نمرات برتر شده و صاحب مقام شدند در بخش حفظ و تفسیر قرآن کریم

نیز به ترتیب محمد خاکپور از ایران، احمد محمد طاهر از چاد و محمد مهدی از الجزایر حائز مقام برتر شدند. سلمان اصل غولیش از ایران، محمدکریم محسنی از افغانستان و صدیق ملیانا از اندونزی نیز به ترتیب ۳ نفر برتر در رشته قرائت تحقیق و تفسیر قرآن کریم شناخته شدند. گفتنی است این افراد در مراسم اختتامیه سومین دوره بین‌المللی مسابقات بین‌المللی قرآن کریم طلاب علوم دینی از ۲۱ فروردین ماه با حضور ۵۶ نماینده از ۳۵ کشور مسلمان جهان آغاز شد که پس از دو روز رقابت، تعداد ۱۲ نفر به عنوان نفرات برتر شناخته شدند.



### تشریح برنامه های فصل بهار در منطقه یک شهرداری رشت

به وضعیت سرویس های بهداشتی و... را به صورت مداوم در سطح منطقه انجام خواهد داد.مدیر منطقه یک شهرداری رشت با تأکید بر اینکه باید طی سال جاری آسیبها و نواقص جبران شود، ادامه داد: مردم از ما انتظار دارند که در شهر پیشرفت و بهبود مشاهده کنند و رضایت شهروندان از عملکرد مدیریت شهری با رفع کاستی ها میتواند موفقیت مدیریت شهری را تضمین کند.عطایی ادامه داد: کارها و امورات جاری و عمرانی شهرداری با سرعت و دقت لازم با حمایت نمایندگان مردم در شورای اسلامی شهر و همکاری پرسنل خدم شهرداری در حال انجام می باشد.وی در پایان خاطر نشان کرد: در تلاش هستیم که با شیوه های نوین مدیریتی بخصوص شیوه های نوین تأمین مالی پروژه های عمرانی قدمهای مؤثری در عمران و آبادانی شهر بسر داریم زبیرا اعتقاد داریم شایستگی مردم دریافت خدمات مطلوبتر می باشد.



#### مزایده مال منقول در مرحله اول

پرونده کلاسه ۹۷۱۹۰۲ صادره له سمانه مسلم، نژاد علیه علی تبریزی به خواسته مهریه مبلغ ۲۰۰ عدد سکه اصل خواسته که پس از توقیف مال طی مراحل قانونی و ارجاع به کارشناس رسمی دادگستری ارزش خودرویی توقیفی را به مبلغ ۲۵ میلیون تومان ارزیابی گردیده که سپس مقرر گردید در تاریخ ۹۸/۲/۲۳ از ساعت ۱۲ الی ۱۳ در محل اجرای احکام مدنی خانواده دادگستری شهریار و از طریق مزایده بفروش برسد طالبین می توانند شروز جلوتر از تاریخ مزایده با اطلاع و هماهنگی این اجرا از اموال بازدید نموده و در صورت تمایل در تاریخ یاد شده در مراسم مزایده شرکت نمایند مزایده از قیمت پایه کارشناسی شروع و هر کسی بالاترین قیمت را پیشنهاد نماید بعنوان برنده مزایده شناخته شده و ۱۰ درصد از کل مبلغ فروش فی المجلس از خریدار اخذ و باقی و پس از گذشت یک هفته و عدم وصول هرگونه اعتراضی از خریدار اخذ و کلیه اموال به وی تحویل خواهد شد اموال توقیفی به شرح زیر می باشد. یکدستگاه خودروی پراید ۱۳۱ به شماره انتظامی ۵۷۴ ط ۹۴ ایران ۲۱ به رنگ سفید مدل ۹۱ درب جلو سمت راست صافکاری بدون رنگ گلگیر جلو چپ رنگ دارای خط و خش جزئی دارای سیستم صوتی که به مبلغ ۴۴ میلیون تومان ارزیابی می گردد. ارزش خودروی توقیفی ۲۵ میلیون تومان می باشد و چنانچه روز مزایده مصادف با روز تعطیل گردید مزایده در فردای همان روز وساعت انجام خواهد شد.

مدیر اجرای احکام مدنی دادگستری شهریار { ۵۲۶۹ }

#### اجرائیه

محکوم له سید اکبر حسینی – محکوم علیه مرتضی صنوبری مجهول امکان – محکوم به: بموجب دادنامه ۹۹۰ مورخ ۹۶/۹/۲۹ شورای حل اختلاف شهریار حوزه ۶ که وفق دادنامه همان مرجع قطعیت حاصل کرده است محکوم علیه به پرداخت ۶۳ میلیون ریال بابت اصل خواسته و ۱ میلیون و ۲۰۰ هزار ریال بابت هزینه دادرسی و خسارت تأخیر تأدیه از تاریخ صدور چک لغایت وصول آن در حق خواهان و پرداخت مبلغ نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت محکوم می گردد. محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه ۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز مفاد آنرا بموقع اجرا بگذارد/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد/ مالی معرفی کند که اجرا حکم و اس تیفاء محکوم به از آن میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاد اجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت داری خود را صریحا اعلام نماید/ علاوه برموارد بالا به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی توجه و به آن عمل نماید.

رئیس حوزه ۲ شورای حل اختلاف شهریار { ۵۲۶۸ }

#### حضرورائت

سعید ناصری دارای شناسنامه شماره ۵۱ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۸/۹۸ از این دادگاه در خواست گواهی حضر ورائت نموده و چنین توضیح داده شده که شادروان محمد باقر ناصری به شناسنامه ۹۳ در تاریخ ۹۷/۱۲/۸ اقامتگاه دائمی خود بدروند زندگی گفته ورته حین الفوت آنمرحوم منحصر است به/۱/ محسن ناصری ۹۰ ۱۳۵۰ پسر/۲/ سعید ناصری ۵۱ ۱۳۵۷ پسر ۳/ فاطمه ناصری ۲۴۰ ۱۳۵۲ دختر ۴/ اقدس زینلی ۲۶ ۱۳۲۴ همسر اینک با انجام تشریفات مقدماتی در خواست ممیزور را دریک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد و با وصیتنامه از متوفی نژاد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یکماه به دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

دبیر شعبه ۵ شورای حل اختلاف شهریار { ۵۲۷۱ }



سازمان آگهی ها ۸۸۹۳۶۶۵۱



## آگهی مناقصه عمومی



شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان



شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان

#### نوبت اول

|    |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                     |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱۲ | توسعه مشترکین روستایی در ناحیه یک بندرعباس شامل (احداث ۳ دستگاه پست هوایی، ۲۲۰ متر شبکه ضعیف هوایی و احداث ۷۹۵ متر شبکه فشار متوسط هوایی)                                                                                                          | مبلغ برآوردی: ۴,۳۳۵,۶۲۴,۵۸۱ ریال<br>مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱۳۱,۷۸۲,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان انجام کار: ۲ ماه<br>پیش پرداخت: ۱۰ درصد |
| ۱۳ | تامین برق مسکن مهر ممناز حائل جنوب بندر خمیر شامل (احداث یک دستگاه پست زمینی ۱۰۰۰ کاوا کم تلفات ۳۵ متر شبکه فشار متوسط زمینی و احداث ۷۱۴ متر شبکه فشار ضعیف زمینی) از محل اعتبارات (زیرو ساخت مسکن مهر شماره پروژه ۲۷۹۷۲۰۴۱۱)                      | مبلغ برآوردی: ۴,۲۱۱,۴۱۸,۰۵۰ ریال<br>مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۲۱۰,۵۷۱,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان انجام کار: ۲ ماه<br>پیش پرداخت: ۱۰ درصد |
| ۱۴ | توسعه و نگهداری شبکه روستایی واقع در ناحیه یک بندرعباس شامل (اصلاح ۲ دستگاه پست هوایی، ۱۷۰۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی و احداث ۳۵۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ با شماره طرح ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳)    | مبلغ برآوردی: ۲,۸۰۶,۸۷۴,۳۰۰ ریال<br>مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱۴۰,۳۴۴,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان انجام کار: ۳ ماه<br>پیش پرداخت: ۱۵ درصد |
| ۱۵ | توسعه و نگهداری شبکه روستایی واقع در ناحیه رودان شامل (احداث و اصلاح ۱۰۰۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ با شماره طرح ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳)                                                           | مبلغ برآوردی: ۷,۷۸۶,۲۱۸,۸۱۶ ریال<br>مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۳۸۹,۴۱۱,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان انجام کار: ۳ ماه<br>پیش پرداخت: ۱۵ درصد |
| ۱۶ | توسعه و نگهداری شبکه برق روستایی واقع در ناحیه بستک شامل (اصلاح ۲ دستگاه پست هوایی، احداث ۱۰۶۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی و احداث ۱۳۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ با شماره طرح ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳) | مبلغ برآوردی: ۴,۱۱۸,۱۰۲,۹۳۰ ریال<br>مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۲۰۵,۹۰۶,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان انجام کار: ۳ ماه<br>پیش پرداخت: ۱۵ درصد |
| ۱۷ | توسعه و نگهداری شبکه برق روستایی واقع در ناحیه خمیر شامل (اصلاح ۴ دستگاه پست هوایی، احداث ۱۷۰۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی و احداث ۱۷۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ با شماره طرح ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳) | مبلغ برآوردی: ۴,۳۲۴,۶۸۵,۴۷۵ ریال<br>مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۲۱۶,۲۳۵,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان انجام کار: ۳ ماه<br>پیش پرداخت: ۱۵ درصد |
| ۱۸ | احداث شبکه بین مزارع شهرستان بندرعباس در روستاهای: تخت، بالولی، حسنلنگی پایین، خورچاه، چاهستان، شهرو و شهر کهنه شامل (احداث ۲۴۵۹ متر شبکه فشار متوسط هوایی) از محل اعتبارات عمرانی (اعتبارات بین مزارع طرح شماره ۱۲۸ ح ۱۳۰۱۰۱۵)                    | مبلغ برآوردی: ۲,۶۱۲,۸۱۹,۵۶۰ ریال<br>مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱۳۰,۶۴۱,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان انجام کار: ۳ ماه<br>پیش پرداخت: ندارد   |

لذا کلیه پیمانکاران که دارای تجربه، تخصص و تجهیزات لازم بوده؛ می توانند پس از تاریخ درج آگهی نوبت دوم در روزنامه به مدت پنج روز جهت خرید اسناد مناقصه به مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (<http://www.setadiran.ir>) و آریز مبلغ خرید اسناد ( به صورت الکترونیکی از طریق سایت <http://www.setadiran.ir> به حساب شماره ۰۶۴۱۷۰۰۹۵۴۱۷۰۰ نزد بانک ملی شعبه دارایی بندرعباس ، اقدام نمایند. آدرس دستگاه مناقصه گز: بندرعباس – بلوار جمهوری اسلامی – جنب شهرک مسکونی زیتون (نیروگاه قدیم) شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان تلفن: ۳۳۵۱۲۳۴۴-۰۷۶، فاکس: ۰۷۶-۳۳۵۱۲۳۳۶

- در صورت داشتن سوالات فنی یا شماره تلفن: ۰۷۶۳۳۵۱۲۳۳۸ تماس بگیرید.  
- کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت تا ارائه پیشنهاد قیمت از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار می گردد، لازم است در صورت عدم عضویت قبلی، شرکتها در سامانه فوق ثبتنام نمایند. ثبت شماره تلفن، فکس و ایمیل از سوی شرکت کنندگان در سامانه الزامی است.  
- دستگاه نظارت: معاونت برنامه ریزی و مهندسی  
- به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهای که بعد از انقضا مدت مقرر در آگهی واصل می شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده مناقصه می باشد.

- محل بازگشایی پاکات: دفتر امور تدارکات

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۷/۱/۲۶ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۷/۱/۲۷

شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان در نظر دارد فعالیتهای مشروحه ذیل را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید:

| ردیف | موضوع                                                                                                                                                                                                                                                      | شماره مناقصه |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| ۱    | اصلاح شبکه روستایی واقع در ناحیه لنکه و چارک شامل ( احداث و اصلاح ۳۴۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ مطابق موافقت نامه ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳)                                                                  | ۸۱-۹۷ تجدید  |
| ۲    | اصلاح شبکه روستایی واقع در ناحیه پارسبان شامل (اصلاح ۲ دستگاه پست هوایی، احداث ۱۰۰۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی و احداث ۳۰۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ با شماره طرح ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳)                    | ۸۴-۹۷ تجدید  |
| ۳    | تامین برق روستای میخان از توابع شهرستان بشارگرد شامل ( احداث ۴۰۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی، ۲۳۵ متر شبکه فشار ضعیف هوایی و احداث ۲ دستگاه پست هوایی) از محل اعتبارات عوارض برق (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق)توانیر در سال ۹۷ با شماره طرح (۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳) | ۹۴-۹۷ تجدید  |
| ۴    | توسعه مشترکین روستایی در قشم فاز سه شامل ( احداث ۱۵۰۸ متر شبکه فشار ضعیف هوایی، ۱۱۱۶ متر شبکه فشار متوسط هوایی و احداث ۸ دستگاه پست هوایی) از محل اعتبارات عوارض برق (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق)توانیر در سال ۹۷ با شماره طرح (۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳)            | ۹۶-۹۷ تجدید  |
| ۵    | اصلاح شبکه روستایی واقع در ناحیه بشارگرد شامل ( احداث و اصلاح ۳۰۰۰۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ با شماره طرح ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳)                                                                           | ۱۰۵-۹۷ تجدید |
| ۶    | تامین برق روستای گلمان از توابع شهرستان رودان شامل (احداث ۶۰۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی، ۲۵۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی و احداث ۱۵۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ با شماره طرح ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳)          | ۱۰۶-۹۷ تجدید |
| ۷    | توسعه مشترکین روستایی در رودان شامل (احداث ۱۳۷۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی، ۱۱۴۳ متر شبکه فشار متوسط هوایی و احداث ۶ دستگاه پست هوایی)                                                                                                                       | ۱۰۷-۹۷ تجدید |
| ۸    | توسعه مشترکین روستایی برق پارسبان شامل (احداث ۱۰۷۶ متر شبکه فشار ضعیف هوایی، ۱۲۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی و احداث ۲ دستگاه پست هوایی)                                                                                                                     | ۱۱۱-۹۷ تجدید |
| ۹    | توسعه مشترکین روستایی برق حاجی آباد شامل (احداث ۱۶۷۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی، ۷۹۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی و احداث ۵ دستگاه پست هوایی)                                                                                                                   | ۱۱۲-۹۷ تجدید |
| ۱۰   | اصلاح شبکه روستایی واقع در ناحیه سه بندرعباس و رضوان شامل ( احداث و اصلاح ۱۳۰۰۰۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی، احداث و اصلاح ۱۷۰۰۰۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۷ با شماره طرح ۱۳۰۱۰۱۵۰۳۳)              | ۱۱۴-۹۷ تجدید |
| ۱۱   | توسعه مشترکین روستایی در رضوان شامل (احداث ۶ دستگاه پست هوایی، ۱۱۲۰ متر شبکه فشار ضعیف هوایی و احداث ۶۶۰ متر شبکه فشار متوسط هوایی)                                                                                                                        | ۱۲۰-۹۷ تجدید |



#### مدیران ناخدای برند

|                                   |
|-----------------------------------|
| <div>به قلم: پژمان پاکدامن</div>  |
| <div>کارشناس ارشد بازاریابی</div> |

برند در آنچه عرف بازار و صنعت است برای شرکت‌های بزرگ مطرح و غالب شده است در حالی که شرکت‌های کوچک و متوسط بخش مهمی از اقتصاد کشور را تشکیل می‌دهند. امروزه تمامی عرصه‌ها از جمله علم، آموزش، کسب و کار و صنعت در معرض تحولات عمیق و پایدار قرار دارند، اما جدیدترین و چالش‌برانگیزترین پارادایم امروز در عرصه مدیریت سازمان‌ها حسن شهرت است. در این مقاله سعی خواهد شد به شناسایی و مفهوم‌پردازی فرایند برندسازی کارآفرینانه در کسب و کار کوچک و متوسط (SME) بپردازیم.

شرکت‌های کوچک و متوسط SME دارای ویژگی منحصر به فردی هستند که نمی‌توان بازاریابی ویژه شرکت‌های بزرگ را برای‌شان به کار برد. عملیات روزانه سازمان، نحوه سیستم مدیریت و فرهنگ آن باید حامی برندسازی باشد تا یک سازمان بتواند در فرآیند برندسازی رشد چشمگیری داشته باشد. شرکت‌های کوچک و متوسط SME یا حتی شرکت‌های تازه‌تاسیس در ابتدا هیچ هویتی در ذهن مخاطبان ایجاد نکرده‌اند و شرکت شهرتی نمی‌تواند به دست آورد. همچنین برای ساختن برند هیچ ساختار درون‌سازمانی به وجود نیامده است، از لحاظ منابع مالی هم این شرکت‌ها منابع محدودی دارند و دانش دقیق برندسازی را ندارند، پس می‌توان گفت شرکت‌های کوچک و متوسط SME عمدتاً فروش را بیشتر هدف قرار داده‌اند و نگاه ویژه‌ای به بازاریابی ندارند و با توجه به محدود بودن منابع عمدتاً فروش‌محور هستند. نکته مهمی که در این شرکت‌ها به چشم می‌خورد در اکثر این شرکت‌ها مدیر شرکت، مالک شرکت نیز هست و دیدگاه فردی نسبت به مقوله برندسازی بر تصمیمات کلی شرکت در این حوزه اثرگذار است.

البته که شرکت‌های کوچک و متوسط SME نسبت به شرکت‌های بزرگ مزیت‌هایی دارند از جمله سرعت و انعطاف بیشتر در عکس‌العمل نسبت به تغییرات بازار، داشتن دید باز نسبت به فرصت‌های به وجود آمده و استفاده از آنها، شرکت‌های کوچک و متوسط SME نباید در زمینه برندسازی خود را با نگاه‌های بزرگ و بین‌المللی مقایسه کنند، آنها باید با پافشاری روی خلافت، نوآوری و انجام فعالیت‌های برندسازی غیرمرسوم به توسعه برند خود بپردازند. در حقیقت آگاهانه به برندسازی نمی‌پردازند، بنابراین شکلی طبیعی از برند در آنها ایجاد می‌شود که دربر دارنده تداعیاتی از شخص کارآفرین و شرکت است. برندسازی شرکتی فرآیند برنامه‌ریزی و اجرایی است که به منظور ایجاد و حفظ و تداوم تصویر مطلوب یک شرکت و همچنین تداوم‌داشتن شهرت و اعتبار یک سازمان با ارسال علائم به تمام ذی‌نفعان که به وسیله مدیریت رفتار، ارتباطات و نهادهای سازمانی صورت می‌پذیرد. برند شرکت مجموعه‌ای از تداعیات جهت ابراز ویژگی‌ها و شخصیت سازمان است به طوری که بتواند وعده ارزش و تمایز را به ذی‌نفعان ارائه کند و برندسازی برای شرکت‌های کوچک و متوسط SME می‌تواند یک مزیت رقابتی محسوب شود.

در واقع می‌توانیم بگوییم برندسازی یکی از تکنیک‌های هسته‌ای در فرآیند بازاریابی است که منجر به سازگاری، ماندگاری کسب و کار با محیط خارجی که مشتریان بخش جدانشدنی از آن تلقی می‌شوند می‌گردد. یک کسب و کار به واسطه برندسازی قادر است دارایی‌های مبتنی بر بازار خود را ایجاد و پرورش و نوسازی کند. هنگامی که سازمان دارایی‌های قابل مشاهده توسط مشتریان خلق کند، می‌تواند دارایی برند خود را افزایش دهد و در عوض سود قابل ملاحظه‌ای برای کسب و کار خود به ارمغان آورد. از سوی دیگر برندسازی نه‌تنها برای کارآفرین و کسب و کار بلکه برای مشتریان و ذی‌نفعان نیز ارزش‌های متفاوت بسیاری به همراه خواهد داشت.

محصولات و خدماتی که ذیل یک برند متمایز به بازار عرضه می‌شوند با کارآمدی (بهره‌وری) بیشتری نیازهای مشتریان را پوشش خواهند داد. بدین ترتیب مشتریان با وفاداری خود به برندهای قوی و شناخته‌شده از محصولات و خدماتی که رضایت آنها را تامین نمی‌کند پرهیز خواهند کرد. یک برند قوی فضای امن برای مشتریان است و در واقع برندهای توانا می‌توانند به مشتریان در تجسم درک بهتری از محصول یا خدمت کمک کند.

نقش مدیریت برند در کسب و کارهای کوچک و متوسط SME

برندها خاصیتی انسانی دارند و از شخصیت بهره‌مند هستند و می‌توانند رابطه با ذی‌نفعان ایجاد کنند. یکی از ویژگی‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط SME اهمیت ویژه مدیرمالک در شکل‌گیری برند است. در بسیاری از کسب و کارهای کوچک و متوسط SME به نقش کارآفرین در برندسازی توجه نشده است. در این شرکت‌ها مدیر، مالک کسب و کار تنها کسی است که عمده فعالیت‌های بازاریابی را پیاده‌سازی می‌کند. ممکن است اندکی از فعالیت خود را معطوف به برندسازی کرده و یا در بسیاری از مواقع حتی درک درستی از مدیریت برند به عنوان یک عملکرد سازمانی ندارد. در حالی که فرد کارآفرین می‌تواند نقش بسیار مهمی در برندسازی و اکتساب شناخت کافی در این حوزه ایفا کند و می‌تواند در کسب و کارهای کوچک و متوسط SME حتی هویت فرد کارآفرین به عنوان برندی برای شرکت تلقی شود.

فرآیند برندسازی در کسب و کارهای کوچک و متوسط SMEتحت تاثیر سه عامل عمده به شرح ذیل است:

۱. تاثیرگذاری فرد کارآفرین شامل اشتیاق، تعصبات و منطق و تجسم شخصیت او از برند

۲. تاثیرگذاری بازار شامل ماهیت محصول، رقابت و گرایشات بازاریابی کسب و کار

۳. تاثیرگذاری ساختارهای شرکت شامل میزان درک و آگاهی از مدیریت و اهداف برند

در این فرآیند برندسازی موفقیت به شدت تحت تاثیر میزان خلاقیت فرد کارآفرین در بازاریابی و میزان بودجه در دسترس است. بسیاری از شرکت‌های بزرگ دنیا مانند مایکروسافت، گپ، استارباکس، دل و ... تماماً در ابتدا کسب و کار کوچکی بودند که از همان ابتدا با رویکردی خلاقانه، برند خود را ساخته و پرورش داده‌اند. این شرکت‌های معروف نمونه بارزی از برندسازی کارآفرینانه هستند.

اگر به فرآیند برندسازی به عنوان مزیت رقابتی در کسب و کارهای کوچک و متوسط SME توجه شود، می‌توان با درک منسجم از فرآیند برندسازی یک برنامه دقیق جهت پیاده‌سازی و درگیر کردن تمام بخش‌های کسب و کار در ساخت آن تدوین کرد. برای اجرای فرآیند برندسازی باید به مراحل ذیل توجه و تاکید داشت:

• در اولین مرحله از فرآیند برندسازی مهمترین کار تمرکز بر عناصر مکمل برند از جمله لوگو و نام تجاری است در این صورت می‌توان فعالیت‌های بازاریابی و آتی شرکت را حول یک برند/ نام شرکتی، متمرکز کرد. با چنین رویکردی توجهات مصرف‌کنندگان به سوی نام شرکت سوق داده می‌شود و از تداخل و تعارض با سایر رقبا ممانعت به عمل می‌آید.

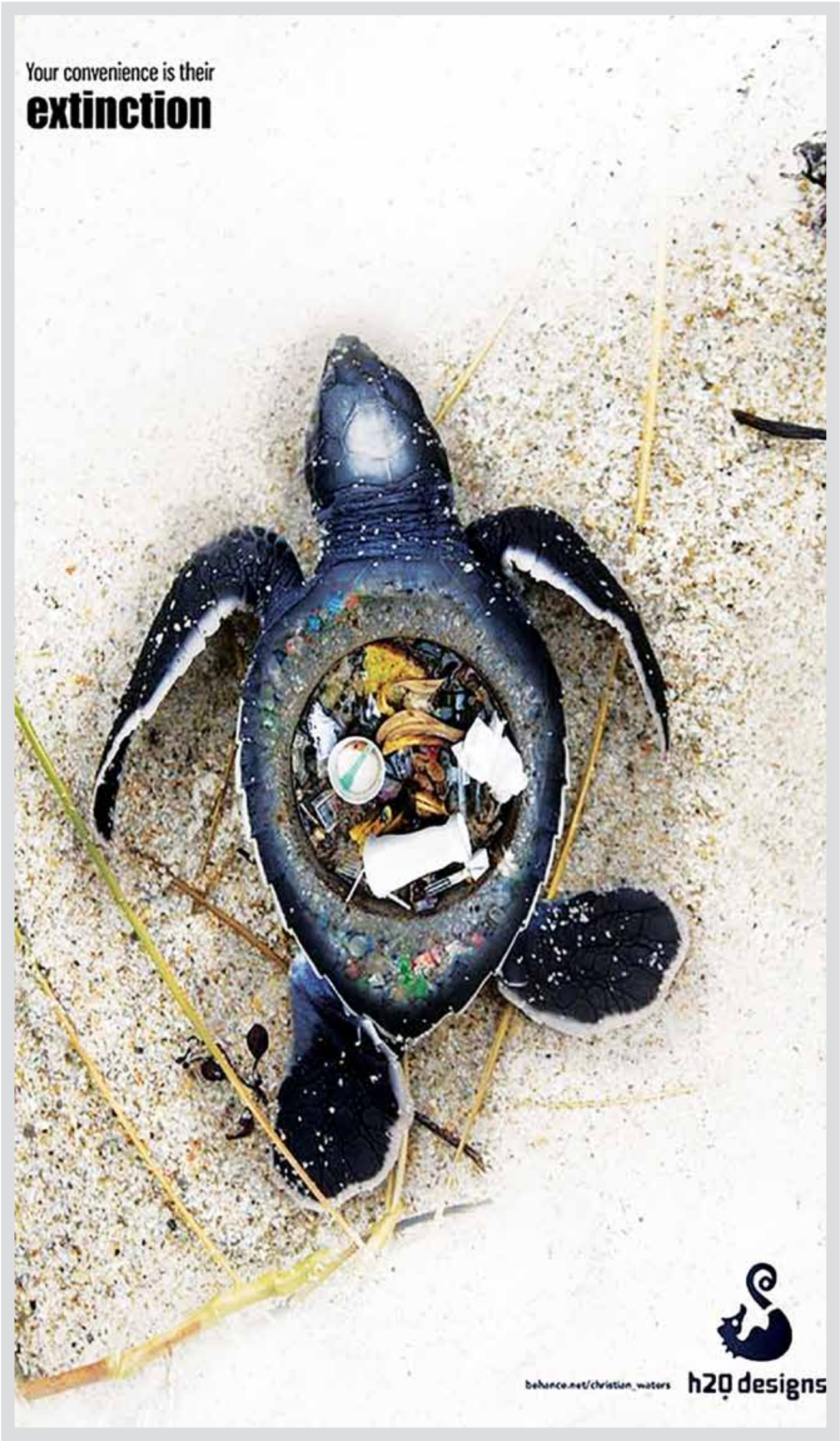
• مرحله دوم تمرکز بر طراحی برنامه بازاریابی خلاقانه جهت شکل دادن تصویری منحصر به فرد از برند در ذهن مشتریان است. در واقع شرکت می‌تواند نام تجاری خود را در تمام فعالیت‌های ترفیعی از جمله بسته‌بندی و تبلیغات به کار گیرد و با این عمل زمینه‌ساز طراحی برنامه‌های بازاریابی آتی شرکت جهت گسترش برند می‌شود.

• مرحله سوم ایجاد یک مجموعه یکپارچه از عناصر آمیخته برند که منجر به افزایش آگاهی مشتریان از برند و ایجاد تصویری مثبت از آن می‌شود.

• مرحله چهارم طراحی استراتژی‌های مناسب به منظور جذب مشتریان است به همین منظور اغلب کسب و کارهای کوچک و متوسط SME باید فعالیت‌های خود را با ایجاد شبکه‌های ارتباطی و بازاریابی دهان به دهان نمایند تا بتوانند تصویری منحصر به فرد، قوی و خوشایند از برند خود در میان مشتریان به جا بگذارند.

• مرحله آخر مدیر مالک SME هم می‌تواند با برقراری ارتباط با سایر ذی‌نفعان و حضور در موقعیت‌های مختلف به طور عمده زمینه کلی بازار را به برند خود معطوف کند. بنابراین در کسب و کارهای کوچک و متوسط SME کارآفرین با توجه به شرایط محیط کسب و کار خود اهتمام به پیاده‌سازی فرآیند برندسازی می‌نماید تا بتواند برند مربوط را در ذهن مشتریان تداعی نماید و ضمن تامین ارزش مورد انتظار مشتری، تقویت و توسعه جایگاه برند و ایجاد مزیت رقابتی ماندگار، پایایی و مانایی کسب و کار خود را در محیط هرچه بیشتر حفظ کند.

منبع: brandabout



## چرا یادداشت‌برداری با قلم و کاغذ از لپتاپ بهتر است؟

گفته‌شده کاملاً‌گوش دهند، به آنها فکر کنند و جملات یا عبارات کوتاه‌تری بنویسند. در نتیجه یادداشت‌های آنها کوتاه‌تر بود اما نکات مهمتری در آنها به چشم می‌خورد. بدین ترتیب این افراد با خواندن نوشته‌های خود، راحت‌تر و سریع‌تر، مباحث را به یاد می‌آورند.

پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که انسان نمی‌تواند در حین نوشتن ایمیل یا حرف زدن، به صحبت‌های شخص دیگری گوش کند. این مسئله هم در دقت یادداشت‌برداری تاثیر می‌گذارد چرا که گروهی که از لپتاپ استفاده می‌کنند، به علت سرعت تایپ بیشتر، می‌تواند مولتی تسک کنند و کار دیگری انجام دهند.

حال اگر این اتفاقات هم رخ ندهد، فرد مجبور می‌شود بیشتر از قبل یادداشت بردارد، در صورتی که از قلم و کاغذ استفاده می‌کرد، مجبور بود به صحبت‌ها با دقت بیشتری گوش کند و جزئیات مهمتری را برای نوشتن انتخاب کند.

منبع: digiato

اینجاست که باز هم گروهی که با کاغذ و قلم یادداشت‌برداری کرده بودند عملکرد بهتری از خود بر جای گذاشتند، اما سوال اینجاست که چرا یادداشت‌برداری با قلم و کاغذ از لپتاپ بهتر است؟

مشخصاً کسانی که از لپتاپ استفاده می‌کنند، نمی‌توانند روی مباحث ارائه‌شده تمرکز بیشتری داشته باشند. آنها در حین کلاس، به کارهای دیگری نظیر چک کردن ایمیل و پیغام‌های خود می‌پردازند. در حالی که گروه دیگر می‌توانستند با تمرکز بیشتری به مباحث ارائه‌شده گوش کنند.

جالب اینجاست گروهی که از لپتاپ استفاده می‌کردند سرعت بیشتری در نت‌برداری داشتند و یادداشت‌های دقیق‌تری ثبت کرده بودند. با این وجود، بیشتر وقت آنها صرف درست تایپ کردن شده است.

از سوی دیگر، کسانی که از کاغذ و قلم استفاده می‌کردند، یادداشت‌های کمتری نوشته بودند اما مجبور بودند به حرف‌های

تکنولوژی نحوه کار و فعالیت انسان مدرن را دگرگون کرده؛ به نوعی که لپتاپ، تلفن هوشمند و اپلیکیشن‌ها جای قلم و کاغذ را گرفته‌اند. حال محققان متوجه شده‌اند که یادداشت‌برداری با کاغذ و قلم از نت‌برداری با لپتاپ بسیار بهتر و کارآمدتر است، براساس این تحقیقات، یادداشت‌هایی که با کاغذ و قلم نوشته می‌شود بهتر در ذهن می‌ماند.

برای این تحقیقات، فعالیت چندین دانشجو در کلاس درس تحت نظر قرار گرفته شد. برخی از آنها با لپتاپ یادداشت‌برداری می‌کردند، اما گروه دیگر، سراغ روش قدیمی رفته بودند و از کاغذ و قلم استفاده می‌کردند.

سپس از هر دو گروه راجع به درس سوالاتی پرسیده شد، مشخص شد که گروه دوم بهتر می‌توانستند مباحث کلاس را به خاطر داشته باشند.

پس از این پرسش‌ها در سناریویی دیگر، به هر دو گروه اجازه داشته شد که به یادداشت‌های‌شان نگاهی بیندازند. جالب