روزنامه مدیریتی - اقتصادی

# فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی

یکشنبه ۳ آذر ۱۳۹۸

Sun. 24 Nov 2019

۲۶ ربیع‌الاول ۱۴۴۱ - سال ششم

شماره ۱۴۳۶-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

اجرای اجباری طرح رمز دوم یک‌بار مصرف از ابتدای دی

## هر آنچه باید درباره رمز دوم پویا بدانید

رمز دوم پویا از ابتدای دی‌ماه اجباری می‌شود و همه بانک‌ها موظفند که این طرح را اجرا کنند، اما برای برخی مردم در این باره هنوز ابهاماتی وجود دارد...

۴

رضا راعی عضو هیات علمی دانشگاه تهران مطرح کرد

# چالش بزرگ قوانین بانکی

بانک‌ها پس از انقلاب همواره نقش موثری در تمام بخش‌های اقتصادی کشور داشته‌اند و به نوعی، جور تمام کم و کاستی‌های اقتصاد را کشیده‌اند. در نتیجه تمام فشار به دوش بازار پول بود، ساختار مالی بانک‌ها به‌شدت شکننده شد و شاهد موج گسترده‌ای از اصلاحات در ساختار مالی بانک‌ها در دوران اخیر بودیم. یکی از عمده دلایلی که بانک‌ها را با چالش روبه‌رو کرد، رقابت لجام‌گسیخته در پرداخت سود به سپرده‌ها بود که نهایتا منجر به افزایش بی‌حد و حصر پایه پولی شد. در همین زمینه، رضا راعی عضو هیات علمی دانشگاه تهران درخصوص قوانین بانکی ایران گفت: درخصوص مباحث بانکی و نظام مالی در ایران چند موضوع باید از هم...

۲

حجم زیادی از سود قاچاق سوخت صرف پولشویی می‌شود

## اثر اصلاح قیمت بنزین در پولشویی

۴

دکتر مجید قاسمی در «سیزدهمین همایش مدیریت استراتژیک» از «بنگاه‌سازی بانک‌ها» دفاع کرد

## از بانکداری تا بنگاهداری

۲

### یادداشت

## روند نگران‌کننده سرمایه‌گذاری

سجاد ابراهیمی

عضو هیأت‌علمی پژوهشکده پولی و بانکی

وضعیت سرمایه‌گذاری در ایران سال به سال وخیم‌تر می‌شود و با لحاظ نرخ استهلاک می‌توان گفت انباشت سرمایه کشور نه‌تنها رشدی نداشته، بلکه در حال کاهش است. اقتصاد کشور در سال‌های اخیر به سبب مشکلات تحریم با چالش‌هایی مواجه بوده است. نگاهی به مهم‌ترین شاخص فعالیت‌های اقتصادی یعنی رشد اقتصادی، این وضعیت را منعکس می‌کند؛ چنانچه متوسط رشد اقتصادی در هفت سال یعنی از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ تنها ۲درصد بوده است و طی این مدت اقتصاد ایران در کل فقط ۱۵درصد رشد کرده است، اما این شاخص روایتگر همه اتفاقات اقتصاد ایران نیست. وضعیت وخیم بخش حقیقی اقتصاد زمانی عیان می‌شود که نگاهی به وضعیت سرمایه‌گذاری در چند سال اخیر بیندازیم.

سرمایه یکی از عوامل تولید است که براساس تئوری‌های رشد می‌تواند تا حدود زیادی تفاوت در وضعیت توسعه‌یافتگی بین کشورها را توضیح دهد. یکی از دلایل رشد پایین کشورهای عقب‌افتاده...

۳

### مدیریت و کسب‌وکار


- ۶عادت بد فروش که بهره‌وری شما را نابود می‌کند
- همسویی فروش و بازاریابی در توفان
- چه‌وقت افراد را استخدام و چه موقع قراردادی کار کنیم؟
- ۹ اقدام در راستای ایجاد برندی موفق
- ایجاد برندی موفق با ۷ توصیه کاربردی
- ۵ نکته برای بهبود خدمات مشتریان

۸ تا ۱۶

گوگل به کسانی که در اندروید باگ کشف کنند، ۵/۱ میلیون دلار جایزه می‌دهد

اسحاق جهانگیری در ستاد تنظیم بازار اعلام کرد

## دولت از عمق جان اعتراض مردم را می‌شنود

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به حساسیت و اهمیت جلسات ستاد تنظیم بازار، گفت همه دستگاه‌ها باید از ستاد تنظیم بازار حمایت کنند تا مردم اطمینان یابند که از حقوق آنها با جدیت حمایت می‌شود.

به گزارش ایرنا، اسحاق جهانگیری صبح شنبه با حضور در محل وزارت صنعت، معدن و تجارت در جلسه ستاد تنظیم بازار شرکت کرد و ضمن ابراز امیدواری نسبت به حل مشکلات مردم گفت: به عنوان معاون اول رئیس جمهور خدمت ملت بزرگوار ایران عرض می‌کنم که همه تصمیمات دولت با نیّت تامین منافع مردم اتخاذ شده است و دولت از عمق جان اعتراض و صدای مردم را می‌شنود و برای آن احترام قائل است و تلاش خواهد کرد به آنچه مورد انتظار مردم است، جامه عمل بپوشاند.

به گفته جهانگیری، افزایش نقدینگی از اصلی‌ترین عوامل تشدید تورم است و بنابراین هزینه‌های دولت و دستگاه‌ها باید به شدت کاهش یابد. باید تمام تلاش خود را به خصوص در ماه‌های پایانی سال از طریق بودجه کشور صرف کنیم تا بار جدید بر نقدینگی کشور تحمیل نشود؛ این به صورت جدی هدف و در دستور دولت، سازمان برنامه و بودجه، بانک مرکزی و وزارت اقتصاد قرار گرفته و راهکار آن نیز کاهش شدید هزینه‌های دولت و دستگاه‌ها است.

معاون اول رئیس‌جمهور ادامه داد: کار اساسی دولت تلاش در راستای کنترل تورم به عنوان عامل اصلی ضعیف‌کردن قدرت خرید مردم است. این یک بخش از کلان اقتصاد است، مسئولان کلان اقتصاد، سازمان برنامه بودجه، بانک مرکزی و وزارت اقتصاد و دارایی باید راهکارهای اقتصادی پیشنهاد و اعمال کنند که عملا منجر به کاهش تورم شود.

**روند کاهنده تورم تا پایان سال باید تداوم داشته باشد**

جهانگیری با بیان اینکه نقدینگی جامعه یکی از اصلی‌ترین عوامل تشدید تورم است، گفت: برخی از دوستان اعداد و رقمی برای تورم از محل تصمیمات اخیر اعلام می‌کنند. انتظاری که جامعه و مسئولان رده‌بالای نظام دارند، تداوم روند کاهنده تورم در ماه‌های پایانی سال است. حتی با فرض اینکه از تصمیم اخیر، قرار باشد تاثیری بر تورم اتفاق بیفتد، اما روند کاهنده تورم که از اردیبهشت‌ماه ۹۸ شاهد بودیم، باید ادامه یابد.

به گفته وی، از اردیبهشت تاکنون روند کاهنده تورم به طور مداوم و ماهانه در کالا خیلی بیشتر و در خدمات ملایم‌تر بوده است که امیدواریم در ماه‌های پایانی سال نیز این روند اتفاق بیفتد.

او با بیان اینکه بانک مرکزی در بهترین شرایط خود از نظر ذخایر اسکناسی و ارزی کشور قرار دارد، گفت: سامانه نیما از نظر ارز در شرایطی است که می‌تواند کارهای جدی انجام دهد و به تقاضاها پاسخ دهد.

به گفته معاون اول رئیس‌جمهوری، بانک مرکزی از نظر اسکناسی هیچ زمان از چنین پشتوانه قوی برخوردار نبوده است؛ لذا باید روند نزولی شاخص‌هایی که بر قدرت خرید مردم، نرخ کالاها و خدمات تاثیرگذار است، تا پایان سال ادامه‌دار باشد.

**پرداختی حقوق‌بگیران دولتی نباید به تاخیر بیفتد**

جهانگیری با اشاره به تصمیم قطعی دولت مبنی بر اینکه حقوق هیچ فردی که مرتبط با بودجه دولت است، نباید عقب بیفتد، تاکید کرد: فرق نمی‌کند که این شخص، کارمند ریاست جمهوری یا قوه قضائیه یا بازرسی و یا کارمند واحدی دیگر باشد بنابراین باید حقوق افراد به موقع پرداخت شود و این جزو تصمیمات قطعی است.

او با بیان اینکه تصمیم دولت به دستگاه‌های ذی‌بط هم ابلاغ شده و تا الان مشکلی نبوده است، ابراز امیدواری کرد تا پایان سال مشکلی ایجاد نشود و اگر هم در جایی مشکلی به وجود آمده باید با پیگیری حل شود.

جهانگیری با اشاره به اینکه افزایش قیمت کالاها تا پایان سال ۹۸ در تمام دستگاه‌ها ممنوع است، گفت: دولت بارها اعلام کرده است که هیچ دستگاهی تا پایان سال ۹۸ اجازه ندارد هیچ کالا و خدماتی را افزایش قیمت دهد. البته ممکن است عده‌ای شایعه کنند که دولت یک هفته یا یک ماه آینده قصد دارد قیمت گازوئیل و یا گاز را اضافه کند، اما قیمت هیچ کدام از حامل‌های انرژی از گازوئیل گرفته تا برق و آب و مواردی که در اختیار دولت است، افزایش نخواهد یافت.

وی با اشاره به سخنان وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس ستاد تنظیم بازار مبنی بر لغو مجوزهای قبلی برای افزایش قیمت‌ها، افزود: دولت تا پایان سال هیچ تغییری در قیمت‌ها نخواهد داد و از سایر دوستان نیز انتظار داریم که افزایش قیمتی ندهند.

معاون اول رئیس‌جمهوری ادامه داد: ممکن است بخشی بخواهد تحت تاثیر افزایش قیمت بنزین یک درصدی افزایش قیمت بدهد که می‌توانید با آن بخش تفاهم کرده و به نوعی کمک کنید که این جلوگیری از درصد افزایش قیمت‌ها تا ماه‌های ابتدای سال جبران شود؛ این تصمیم را دولت به صورت مشترک با اصناف گرفته است که در آن اعدادی که تا آن روز برای افزایش قیمت‌ها اعمال نشده است، جبران و کمک شود.

**دولت از عمق جان اعتراض و صدای مردم را می‌شنود**

او به حساسیت و اهمیت جلسات ستاد تنظیم بازار اشاره کرد و گفت: همه دستگاه‌ها باید از ستاد تنظیم بازار حمایت کنند تا مردم اطمینان یابند که از حقوق آنها با جدیت حمایت می‌شود. به عنوان معاون اول رئیس‌جمهوری، خدمت ملت بزرگوار ایران عرض می‌کنم که همه تصمیمات دولت با نیّت تامین منافع مردم اتخاذ شده است و دولت از عمق جان اعتراض و صدای مردم را می‌شنود و برای آن احترام قائل است و تلاش خواهد کرد به آنچه مورد انتظار مردم است، جامه عمل بپوشاند.

معاون اول رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه ممکن است در تصمیمات اشتباهی رخ داده باشد، توجه به مطالبات مردم را وظیفه دولت دانست و افزود: اگر احساس کنیم جایی در تصمیم‌گیری اشتباه کرده‌ایم، حتماً اصلاح خواهیم کرد و همه ما وظیفه داریم که تلاش کنیم تا بخشی از آلام و دردهای مردم تسکین یابد و حتما در این راستا همه دوستان و فرزندان ملت در تمام دستگاه‌های مختلف در تلاش هستند تا به ملت بزرگ ایران خدمت کنند. جهانگیری با قدردانی از مسئولان ستاد تنظیم بازار که در هفته اخیر تلاش‌های مجدانه‌ای برای نظارت بر بازار داشته‌اند، خاطرنشان کرد: همه باید به این تلاش‌ها در جهت رفع دغدغه مردم در زمینه تغییر قیمت‌ها ادامه دهند. قطعا باید راهکارهای پیشنهادی برای مدیریت بهتر اوضاع در کارگروه‌های تخصصی مورد بررسی دقیق و تصمیم‌گیری مسئولانه قرار گیرد، با این هدف که هیچ بار و هزینه جدیدی به مردم تحمیل نشود. به گفته وی، در حمایت و نظارت بر بازار هر تصمیمی که نیاز به تایید دولت داشته باشد به فوریت در جلسه هیات وزیران مطرح و در مورد آن تصمیم‌گیری لازم انجام خواهد شد.

معاون اول رئیس‌جمهوری اضافه کرد: آمریکایی‌ها پس از بازگرداندن تحریم‌ها تاکید زیادی داشتند که ایرانی‌ها چهلمین سالروز پیروزی انقلاب اسلامی را نخواهند دید، اما نتوانستند به هدفشان جامه عمل بپوشانند. آنها پس از آنکه نتوانستند از طریق جنگ اقتصادی، اقتصاد کشور را به زانو درآورند، راهکارشان را تغییر داده و تلاش کردند با دخالت‌های بی‌جا و با همراهی برخی کشورهای منطقه بر ایران فشار وارد کنند.

نگاه

رضا راعی عضو هیات علمی دانشگاه تهران مطرح کرد

## چالش بزرگ قوانین بانکی

بانک‌هـا پس از انقلاب همـواره نقش موثـری در تمام بخش‌های اقتصادی کشور داشته‌اند و به نوعی، جور تمام کم و کاستی‌های اقتصاد را کشیده‌اند. در نتیجه تمام فشار به دوش بازار پول بود، ساختار مالی بانک‌ها به‌شدت شکننده شد و شاهد موج گسترده‌ای از اصلاحات در سـاختار مالی بانک‌ها در دوران اخیر بودیم. یکی از عمده دلایلی که بانک‌ها را با چالش روبه‌رو کرد، رقابت لجام‌گسیخته در پرداخت سود به سپرده‌ها بود که نهایتا منجر به افزایش بی‌حد و حصر پایه پولی شد.

در همیـن زمینـه، رضا راعی عضـو هیات علمی دانشـگاه تهران درخصوص قوانین بانکی ایران گفت: درخصوص مباحث بانکی و نظام مالی در ایران چند موضوع باید از هم جدا شـود. یکی بحث مقررات، یکی بحث وضعیت حاکم و دیگری نظرات کارشناسی است. باید گفت که لزوما مقررات موجود مطابق نظرات کارشناسـی نیست و طبیعتا وضع موجود مطابق با نظر کارشناسی نیست؛ این سه مبحث در کشور ما کاملا با هم متفاوت اسـت. وقتی به این موضوع اشـاره می‌کنیم به این معناسـت که در مقررات مشـکل جدی داریـم و در نظام مالی، مخصوصـا بازار پول مقرراتی وضع کردیم که صرف نظر از مطابقت با نظر کارشناسی لزوما خود این قوانین اجرا نمی‌شود.

او دربـاره مشـکل قوانین و مقـررات ادامه داد: اصـولا باید وظایف رگولاتور (قانون‌گذار) و سـوپروایزر (ناظر) از مجریان جدا شود، اما در ایران، دولت هم قانون‌گذار است و هم ناظر و هم نقش تصدیگری دارد. اجرای هر سه این اختیارات توسط دولت باعث بروز مشکل می‌شود و این تفکر بروز می‌کند که قوانین بد تنظیم شده یا متصدیان عملکرد بدی دارند. اما دلیل اصلی این موضوع این است که دولت در سه نقش مختلف فعال اسـت. دولت‌ها باید قانون‌گـذاری و نظارت را بپذیرند و مابقی را رها کنند. دولت باید توان خود را در رگولاتوری و سوپروایزری به کار گیرد، چراکه در بازارهای مالی در هر حوزه‌ای اگر ظالمانه‌ترین قوانین به‌طور عادلانه پیاده شـود منجر به توسـعه خواهد شـد و اگر عادلانه‌ترین قوانین درسـت پیاده نشود یا ظالمانه پیاده شود منجر به انحطاط خواهد شد.

این اقتصاددان درباره دلیل وضع محدودیت‌های بسیار در نظام بانکی کشـور گفت: قوانین را خوب وضع نمی‌کنیم و خوب اجرا نمی‌کنیم. وقتـی در این دو مورد ضعف داریم فکر می‌کنیم باید محدودیت‌ها را افزایش دهیم. در بنگاهداری هم همین است. اگر مبانی کارشناسی را ببینیم هیچ کجای دنیا قوانینی مبنی بر عدم بنگاهداری وضع نشده و بانک‌ها مجاز به بنگاهداری هستند، اما با شرایط مشخص و در نظر گرفتن ریسک‌های موجود بر سرمایه‌گذاری.

به گفته راعی، بانک‌ها می‌توانند بخشـی از منابع را براساس تقسیم سـرمایه به نسـبت‌های مشـخص در زمینه‌های مختلف بانکداری و سرمایه‌گذاری به کار گیرند. در بخش سرمایه‌گذاری هم ترکیب منابع باید به نحوی باشـد که هم صنعت را شامل شود و هم جغرافیا یعنی به منظور پوشش ریسک سرمایه‌گذاری و تقسیم منابع سرمایه‌ها را در یک بخش و در یک منطقه سرمایه‌گذاری نمی‌کنند و مدیریت ریسک را نیز لحاظ می‌کنند. بنابراین در دنیا این‌طور نیست که بانک‌ها اصلا نمی‌توانند در حوزه سـرمایه‌گذاری وارد شوند ولی سقف معینی برای این منظور لحاظ می‌شود.

عضو هیات علمی دانشـگاه تهران در پاسـخ به این سـوال که چرا ایـن حجـم از محدودیت در سـرمایه‌گذاری برای بانک‌هـا در ایران در نظر گرفته شـده، گفـت: در ابتدای امر بانک‌ها تمـام منابع را به سـمت زیرمجموعه‌های خودشـان آوردند و به‌طور گسترده اقدام به سـرمایه‌گذاری در دارایی ثابت و املاک و مسـتغلات کردند. سپس عکـس این موضوع را اجرایی کردیم و کلا بنگاهداری را ممنوع اعلام کردیم، درحالی که باید تعادل را در این بخش رعایت می‌کردیم.

به گفته وی، خروج بانک‌ها از سـرمایه‌گذاری زمانی کلید خورد که بازار مسکن در رکود بود. به بانک‌ها هم گفتیم باید مستغلات را عرضه کنید. عرضه بیشـتر و رکود منجر به تشدید رکود شد و بانکی که در ترازنامه پیش‌بینی کرده بود که ملکی را می‌فروشد A+b با این فشار باید می‌فروخت A-B و ترازنامه بانک‌ها با مشـکل روبه‌رو شد. از یک سو، ساختار صورت‌های مالی بانک‌ها خراب و از سوی دیگر، عمق رکود بازار مسکن تشدید شد.

وی درباره سـاختار ترازنامـه‌ای بانک‌ها هم گفت: یکی از مهم‌ترین مشـکلات بانک‌های ما، صورت‌های مالی نامناسب است. اگر بخواهیم در سطح بین‌المللی فعال باشیم این موضوع مشکلاتی را ایجاد می‌کند، چراکه بانک‌ها، ویترین اقتصاد کشور هستند. پنجره ورودی خارجی‌ها به کشور بانک است و هر شرکتی که بخواهد به عنوان سرمایه‌گذار ورود کند یا پروژه‌ای فاینانس کند در ابتدا بانکی که ضمانت‌کننده است را بررسـی می‌کند. با ایجاد محدودیت‌ها و فشارهایی که برای خروج از سرمایه‌گذاری‌ها ایجاد شده، ساختار مالی بانک‌ها را تخریب کردیم.

راعـی درخصـوص اینکه قانـون خـروج از بنگاهـداری چگونه بایـد پیاده می‌شـد، ادامه داد: اگر به صورت کارشناسـی و اصولی هدف‌گذاری می‌کردیم، مشکل خاصی گریبان بانک‌ها را نمی‌گرفت. مثـلا باید برای بانک‌ها ممنوعیت ورود به سـرمایه‌گذاری جدید را ابلاغ می‌کردیم. بعد از آن تا حد مشـخصی، حجم سرمایه‌گذاری‌ها را کاهش می‌دادیم، اما معتقدم که نباید سرمایه‌گذاری‌های بانک‌ها به صفر برسـد. مـا در قوانینی که پیاده‌سـازی می‌کنیم بانک‌ها را تنبیـه می‌کنیـم، در صورتی که باید مدیران بـه عنوان یک خبره مسائل بانکی پاسخگو باشند.

به گفته راعی، در دنیا بانک‌ها شرکت‌هایی تحت مدیریت خود دارند و سرمایه‌گذاری‌هایی می‌کنند. همچنین سرویس‌های متعددی دارند و تنوع خدمات دارند و اینکه بگوییم اصلا مجاز به سرمایه‌گذاری نیستند، درست نیست. معتقدم قوانین باید براساس اصول کارشناسی حرفه‌ای بانکداری بین‌المللی اسلامی باشد و قوانین وقتی بر این اصول تدوین شـد، نظارت براساس قانون انجام می‌شـود. وقتی این‌طور شد اجازه دهیم مدیران نظام بانکی سطح قابل قبولی از ریسک‌پذیری را داشته باشند، اما الان محدودیت‌ها و قوانین به شکلی است که بیشتر مدیران ریسک‌گریز شده‌اند.

او در پایـان درباره اینکه آیا با کنـار رفتن بانک‌ها بخش خصوصی توان بنگاه‌سازی خواهد داشت، گفت: بخش خصوصی ما نحیف است. بانک‌ها باید تحت هر شـرایطی اجازه سـرمایه‌گذاری داشته باشند و منجر به توسعه بخش خصوصی شوند. بخش خصوصی در قسمت‌های خـرد فعالند و خوب هم عملکرد دارند، امـا در بخش کلان، به دلیل رقابـت دولت با بخش خصوصی، تـوان ورود ندارند که منجر به عدم تمایل به سرمایه‌گذاری از سوی این بخش شده است.

دکتر مجید قاسمی در «سیزدهمین همایش مدیریت استراتژیک» از «بنگاه‌سازی بانک‌ها» دفاع کرد

# از بانکداری تا بنگاهداری

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

بنگاهداری بانک‌ها مناقشـه‌ای اسـت که در چند سـال گذشته از اقتصاددانـان گرفته تـا دولتمـردان، بسـیاری آن را نکوهش کرده و آفـت اقتصاد ایـران خوانده‌اند. مطالعات اما نشـان می‌دهد که در هیچ‌یـک از قوانیـن بانکداری دنیـا منعی برای بنگاهـداری بانک‌ها وجـود ندارد؛ به‌طـوری که بنگاهداری بانک‌ها واقعیتی اسـت که در اقتصادهای توسعه‌یافته هم به چشم می‌خورد و برخلاف اقتصاد ایران که محدودیت‌های بسـیاری برای نظام بانکی وضع شـده، بانک‌ها در جوامع غربی همانند سوئیس مجاز به بنگاهداری هستند. البته ریشه این مناقشـه نه به واقعیت بنگاهداری بانک‌هـا بلکه به قوانین بانکی کشـور برمی‌گردد. به عنوان مثال، در زمینه سـهامداری در بانک‌ها، قوانیـن بانکـی ایران می‌گوید در بخش حقیقـی ۵درصد و در بخش حقوقی ۳۳درصد می‌توانند سهامدار بانک باشند، حال آنکه در قوانین بانکداری کشـورهای توسـعه‌یافته یک شـخصیت حقیقی یا حقوقی می‌تواند ۱۰۰درصد سـهام یک بانک را در اختیار داشـته باشـد، اما هنگامی که این سهامدار از چارچوب‌های قانونی فراتر رفت، آنگاه با او سـخت برخورد می‌شود. مخلص کلام اینکه در ایران نیز به‌جای وضع محدودیت‌هـای روزافزون بر نظام بانکی می‌توان بر حسـن نظارت بر اجرای قوانین بانکی تمرکز کرد.

**پیدا و پنهان بنگاهداری بانک‌ها در اقتصاد ایران**

دکتر مجید قاسـمی ازجمله کسانی اسـت که از بنگاهداری بانک‌ها در اقتصاد ایران دفاع می‌کند و تجربیاتش در «گروه مالی پاسارگاد» را گواهی بر کارکردهای مثبت بنگاهداری از سوی بانک‌ها بیان می‌کند. او از آموزه‌های اقتصاد مقاومتی نیز بهره می‌برد و نقش بانک‌ها در پروسه توسـعه در ژاپن یا آلمان را الگویی متفاوت و جالب توجه برای اقتصاد ایران معرفی می‌کند.

او در «سـیزدهمین همایش مدیریت استراتژیک» که بیست و هشتم آبان‌ماه در سـالن اجلاس سران برگزار شـد، گریزی دوباره به موضوع بانکداری بانک‌ها زد و گفت: متاسفانه درباره واقعیت بنگاهداری بانک‌ها خلط مبحث شـده اسـت و این گزاره مطرح شـده کـه بانک‌ها نباید بنگاهداری کنند. البته این گزاره درسـت است، اما معنایش این نیست که یک بانک به سـراغ کارهایی که در سـطح کوچک و متوسط اقتصاد می‌گنجد، برود. این محدودیت برای بنگاهداری بانک‌ها باعث شـده تا نقش‌آفرینی آنها در توسعه اقتصادی متوقف شود.

مدیرعامل بانک پاسـارگاد، عدم توسـعه بازار سـرمایه بـرای تامین مالـی، تکالیف بانک‌ها بـرای تخصیص منابع بانکـی و کوچک‌مقیاس بودن بنگاه‌های اقتصادی کشـور را ازجمله چالش‌های توسعه اقتصادی برشـمرد و گفت: یکی از مشکلاتی که بانک‌ها دارند، عدم امکان نظارت بر مصرف تسهیلات توسط بنگاه‌هاست. بانک‌ها وقتی منابعی به بنگاه‌ها تخصیص می‌دهند متاسفانه هیچ راه دسترسی برای نظارت بر این منابع را ندارند. متاسف هستم که بگویم در برخی موارد، تسهیلاتی برای یک کار خوب اقتصادی ارائه شـده، اما این منابع در جایی غیرمرتبط با آن مصرف شده است.

قاسـمی در حوالی مهرماه و در گفت‌وگو با ایسـنا نیز از این موضوع انتقاد کرد و از تخصیص سـرمایه در گردشی به کارخانه‌ها خبر داد که نتیجه‌اش ماشـین یک میلیارد تومانی برای همسر کارخانه‌دار و خرید ویلا و... می‌شود.

**نقش‌آفرینی بانک‌ها در توسعه اقتصادی ژاپن**

او عـدم امکان نظارت بر مصرف تسـهیلات توسـط بنگاه‌ها را عاملی دانسـت که باعـث حجم بالای مطالبات غیرجاری و بالا رفتن ریسـک اعتباری بانک‌ها می‌شـود و ادامه داد: این نحوه اسـتفاده از منابع باعث شـده تا ریسک اعتباری بانک‌ها زیاد شود، بنابراین ما مشارکت بانک‌ها در بنگاه‌سازی را در این رابطه استنتاج کردیم که مزایای آن را می‌توان در امکان شکل‌گیری بنگاه‌های بزرگ‌مقیاس در کشور، تخصیص بهینه منابـع در بخش‌هـای اقتصادی هـدف در برنامه توسـعه ملی، کاهش ریسـک اعتبـاری بانک‌هـا و کاهش هزینه‌هـای تامین مالـی بنگاه‌ها جست‌وجو کرد.

قاسـمی سپس به تجربه ژاپن و نقشی که بانک‌ها در سرزمین آفتاب تابان در توسـعه اقتصادی بازی کردند، اشـاره کرد و گفت: نحوه رابطه بانک‌ها و بنگاه‌ها در ژاپن به عنوان یک الگو قابل مطالعه است. ژاپنی‌ها بعد از جنگ جهانی دوم تقریبا نزدیک به ۲ هزار و ۷۰۰ بانک کوچک و محلی داشتند که سودی برای اقتصادشان نداشت، بنابراین آنها را ادغام کردند و درنهایت ۷۸ بانک بزرگ پدید آوردند و تمام اقتصاد کشورشان را به این ۷۸ بانک سـپردند. آنها فرآیند توسـعه و بنگاه‌های اقتصادی را به بانک‌ها و بیمه‌ها سـپردند و این دو نهاد منبع حرکت عظیمی در این کشور شدند.

او از این واقعیت که بانک‌ها در ایران اجازه ندارند درباره بنگاه‌سـازی فکر کنند، انتقاد کرد و با اشـاره به بانک میتسوبیشـی ژاپن گفت: در ژاپن تمام حوزه‌ها از راه گرفته تا فولاد، بازرگانی و حتی مدیا به‌صورت هلدینگ تعریف شدند و بانک‌ها در مرکز آنها قرار گرفتند. توسعه آلمان هـم به همین ترتیب بوده اسـت و یک بانک در مرکـز تمام ایجادها و بنگاه‌سازی‌ها قرار داشته است.

قاسـمی با بیان اینکه ما در بانک پاسـارگاد نیز همین الگو را دنبال کردیم، ادامه داد: نقشـی که بانک‌ها در توسـعه اقتصـادی دارند قابل توجه است و بانک‌ها باید بنگاه‌سازی کنند و بنگاهداری امری جداست.

**دستاوردهای «گروه مالی پاسارگاد» از نگاه راهبردی**

وی سـپس بـه تجربیات و دسـتاوردهای گـروه مالی پاسـارگاد از نگاه راهبـردی پرداخت و گفت: برای تدویـن راهبردهای «گروه مالی پاسـارگاد» در حوزه اسناد راهبردی بر سند چشـم‌انداز، سیاست‌های کلی اقتصـاد مقاومتی و قانون احکام دائمی برنامه‌های توسـعه تمرکز کردیم. چهار نکته را می‌توان از این اسناد راهبردی استخراج کرد؛ یکی اینکه متکی بر دانش و فناوری باشـیم، عدالت‌بنیان باشـیم، درون‌زا و برون‌گرا باشیم و نهایتا پویا و پیشرو باشیم.

مدیرعامل بانک پاسـارگاد در بیان اهمیت سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، آن را کلیدی‌ترین سیاسـت حال حاضر اقتصاد ایران خواند و ادامه داد: سیاسـت‌های کلی اقتصاد مقاومتی به‌ویژه در شرایط تحریم، یکی از دستمایه‌ها و سرمایه‌های مهم فکری و در یک جمله، شعور ملی کشـور اسـت. این سیاست‌های کلی توسـط مجمع تشخیص مصلحت نظام نهایی شـد و سپس تقدیم مقام معظم رهبری شد و براساس اصل ۱۱۰ قانون اساسی، ایشان این سیاست‌های کلی را ابلاغ کردند.

قاسـمی مسئولیت خود در کمیسیون اقتصادی و مدیریت و بازرگانی مجمع تشـخیص مصلحت نظـام در هنگام تبیین سیاسـت‌های کلی اقتصاد مقاومتی را یادآور شـد و گفت: شهادت می‌دهم که از همه اهل تفکر، دانشگاه‌ها و دستگاه‌های اجرایی در نگارش این سند استفاده شد و بنابراین می‌توان آن را شعور ملی کشور تلقی کرد.

رئیس دانشگاه خاتم با اشاره به بند سیزدهم سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی که به مقابله با ضربه‌پذیری اقتصاد مربوط می‌شـود، گفت: ما در بحث اقتصاد مقاومتی تنها کشـوری نیسـتیم که این سیاست‌ها را در دسـتور کار قرار داده است. اغلب کشورها چه با چارچوب‌های تفکر اقتصـاد بازار آزاد و چه با چارچوب‌های تفکر اقتصاد دولتی و همینطور انواع مختلف اقتصاد تلفیقی و ترکیبی، اقتصاد مقاومتی را در چارچوب اقتصادشان تعریف کردند.

**پای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی روی زمین است**

او با بیان اینکه پای سیاسـت‌های کلی اقتصـاد مقاومتی روی زمین قـرار دارد، گفت: چیزی که می‌خواهم در اینجا مطرح کنم این اسـت که سیاسـت‌های اقتصـاد مقاومتی، سیاسـت‌های روی هوا نیسـت و سیاست‌های روی زمین است. نکته‌ای که مقام معظم رهبری در هنگام نهایی‌شدن سیاسـت‌های کلی اقتصاد مقاومتی روی آن تاکید داشتند، قابلیت اجرای این سیاسـت‌ها بود. تاکید ایشـان این بود که سیاست‌ها قابل اجرا باشـد و طوری نباشد که صرفا حرف‌هایی بزنیم که دسترسی به آنها سخت و غیرممکن باشد.

وی با اشـاره به اینکه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی به‌عنوان یک میثاق ملی و نقشـه راه حرکت فعالان اقتصادی نه‌تنها در سـطح ملی، بلکه در سـطح بنگاه‌های اقتصادی هم قابل اجرا و پیاده‌سـازی اسـت، اضافه کرد: ما در «گروه مالی پاسـارگاد» راهبردها را با الهام از ۲۲ بند سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی تدوین کردیم.

به گفته قاسـمی، در نقشـه «گروه مالی پاسـارگاد» بانک پاسارگاد در مرکز ایسـتاده اسـت، بالاتر از آن، هلدینگ پاسارگاد (پارس آریان) قرار دارد و پایین‌تر هم شـرکت میدکو حضور دارد. هم‌اکنون در بانک پاسـارگاد ۳ هزار و ۸۰۰ نفر مشـغول به کار هسـتند، به‌علاوه کسانی که از بیرون برای بانک پاسـارگاد خدمـات ارائه می‌کنند و حدود هزار نفری می‌شوند.

مدیرعامل بانک پاسـارگاد به عملکرد این بانک در سال گذشته اشاره کـرد و افزود: برای پذیرش عاملیـت تامین مالی و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط در سال ۹۷ مبلغ ۱۵ هزار و ۹۴۸ میلیارد ریال برای ۳ هـزار و ۵۲۹ بنگاه اختصاص داده شـد. در زمینه حمایت از تولید و رونق اقتصادی نیز به میزان ۲ هزار و ۱۹۷ فقره به مبلغ ۷ هزار و ۹۲۷ میلیارد ریال تسهیلات ارزان‌قیمت در سال گذشته اعطا شد. همچنین مبلغ ۲۱ هزار و ۷۵۶ میلیارد ریال در سال ۹۷ و مبلغ ۲۶ هزار میلیارد ریال در شـش ماهه امسال گشایش اعتبار اسناد داخلی صورت گرفت، یعنی عملکرد بانک پاسـارگاد در نیمه اول امسـال از کل سال گذشته هم بهتر بوده است.

به گفته قاسـمی، در زمینـه فعالیت‌هـای ارزی بین‌المللی نیز بانک پاسـارگاد در سال ۹۱ که اوج تحریم‌ها قبل از برجام بود، به اندازه یک و نیـم برابر پنج بانکی که مجاز به فعالیت بودند، توانسـت فعالیت‌های ارزی انجام دهد.

**۳۵ پروژه ۵ میلیارد دلاری در دست میدکو**

او در ادامه سـخنانش به هلدینگ میدکو اشـاره کرد و گفت: میدکو شـرکت مادر تخصصی توسعه معادن و صنایع معدنی است که ۱۵ هزار نفر اشـتغال مستقیم و ۱۵۰ هزار نفر اشـتغال غیرمستقیم ایجاد کرده است. به‌طور خلاصه بگویم ۳۵ پروژه به مبلغ ۵ میلیارد دلار در شرکت میدکو در دسـت است، بدون استفاده از منابع دولتی و فقط با استفاده از «گروه مالی پاسارگاد» و البته مشارکت مردمی.

به گفته وی، میدکو هم‌اکنون ۱۶ هزار نفر سـهامدار مسـتقیم و یک میلیون نفر سـهامدار غیرمسـتقیم دارد. هر بنگاهی هر چقدر متکی به تسهیلات باشد، ریسکش به سـمت مسائل اعتباری بیشتر خواهد بود، بنابراین بنگاه باید از محل تولید کالا و خدماتش و درآمدی که از فروش آن به دسـت می‌آورد، اداره شـود، نه با اختصاص منابع از بخش بانکی؛ چنانچه در همین شـرکت میدکو، هزار و ۲۰۰ شرکت به‌جای اینکه از بانک‌ها وام بگیرند، از خود میدکو در قبال خدماتی که در این ۳۵ پروژه ارائه داده‌اند، پول گرفتند.

مدیرعامل بانک پاسـارگاد سپس به بخش انرژی اشاره کرد و با اشاره به دو پروژه‌ای که در گسـترش بخش انرژی از سوی هلدینگ پاسارگاد صورت گرفته اسـت، گفت: خط لوله‌ای که هم‌اکنون به عراق گاز صادر می‌کند طی ۱۸ الی ۱۹ ماه توسط این هلدینگ اجرا شده و توانسته ارز به کشـور بیاورد. ۶۰۰ کیلومتر خط فشار قوی گاز، پنج ایستگاه تقویت فشـار گاز هر کدام به ارزش ۱۵۰ میلیون دلار و ارزش ۲میلیارد دلاری این پروژه که توسـط بخش خصصی یعنی «گروه مالی پاسارگاد» اجرا شده و تا به حال در کشور سابقه نداشته است.

به گفته قاسـمی، پروژه دوم در رابطه با اکتشـاف و توسعه میادینی اسـت که اخیرا در خوزسـتان کشف شـده و این برای اولین بار است که یک شـرکت داخلی بدون هیچ کمک خارجی، اکتشاف و استخراج میادین نفت رو به عهده گرفته است.

**شناسا، فناپ، خاتم و دیگران**

او در انتها به بیمه پاسـارگاد، شرکت شناسا، هلدینگ فناپ، موسسه رهیافت نوآور برتر پاسـارگاد و دانشـگاه خاتم اشـاره کرد و در معرفی آنها گفت: شـرکت بیمه پاسـارگاد اشـتغال‌زایی ۸۷ هزار نفری داشته اسـت که هزار و ۲۰۰ نفر کادر خود بیمه پاسارگاد و بقیه نمایندگی‌ها هسـتند. در هلدینـگ فناپ نیـز ۴ هزار و ۱۰۰ نفر از نخبگان کشـور حضور دارند و هم‌اینک ۹۶ و نیم درصد از تراکنش‌های بانک پاسـارگاد با داشـتن فناپ در بانکـداری مجازی انجام می‌شـود و نه در کارهای سـخت‌افزاری. همچنین در هلدینگ سـلامت و بهداشت قرار است ۷ هزار تخت بیمارسـتانی در هفت شـهر ساخته شود که عملیات ساخت یک بیمارسـتان در حال انجام است و پروژه‌های بعدی نیز به‌زودی زود شـروع خواهد شد. در بحث گفتمان‌سـازی نیز دانشگاه خاتم بیشترین همایش‌ها را در زمینه اقتصاد مقاومتی انجام داده اسـت. این دانشـگاه در لبه مرز دانش دنیا ایسـتاده و تحصیلات تکمیلی دانشجویانش را در دستور کار قرار داده است.

ادامه کاهش نرخ تورم در آبان ماه امسال

# ۱۵ بار گرانی بنزین با تورم چه کرد؟

دلالان و واسطه‌گران که در سال ۹۸ به دلیل ثبات و تعادل در اغلب بازارها، کمترین بازدهی را کسب کرده‌اند، همواره تلاش کرده‌اند که به بهانه مختلف، قیمت‌ها را جابه‌جا کرده و برای خود سودی به دست بیاورند. حالا هم افزایش قیمت بنزین بهانه خوبی برای آنها بوده تا از این فرصت، برای به حداکثر رساندن سود خود اقدام کنند.

این در حالی است که به اعتقاد اقتصاددانان، عامل کلیدی افزایش قیمت‌ها، افزایش در حجم پول و تغییر متغیرهای وابسته به آن است، ضمن اینکه در سال جاری و همینطور در سال آینده، تنگناهای مالی دولت می‌تواند چندین و چند برابر افزایش قیمت بنزین، تورم ایجاد کند.

به گزارش خبرآنلاین، در این میان، گروهی موج‌سوار و سوءاستفاده‌کننده به هر بهانه‌ای متوسل می‌شوند تا با ایجاد تلاطم در بازارهای مختلف، قیمت‌ها را بالا ببرند. این در شرایطی است که دولت بلافاصله بعد از تغییر قیمت بنزین، به بخش‌های مختلف اقتصادی اولتیماتوم داد که اجازه افزایش قیمت ندارند و حتی درخواستی برای گرانی کالاها نیز نداشته باشند.

**دولت می‌گوید قیمت‌ها تا شب عید تغییر نمی‌کند**

در همین خصوص، رضا رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت در هفته گذشته و در جلسه ستاد تنظیم بازار با تاکید بر اینکه هیچ افزایش قیمتی در کالاها نخواهیم داشت، گفت: باید با نصب بنر، متخلفین را به مردم معرفی کرد تا مردم از این طریق بدانند که این فرد در حق آنها اجحاف کرده است.

بر این اساس، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام کرده براساس مصوبه جلسه کارگروه تنظیم بازار در تاریخ ۲۴ آبان، هرگونه افزایش قیمت کالا و خدمات به خصوص به بهانه افزایش قیمت بنزین ممنوع خواهد بود.

همچنین معاون نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران از دو برابر شدن نظارت‌ها بر بازار خبر داد و گفت: در پی اصلاح قیمت بنزین، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران مکلف شده تا گشت‌های بازرسی را تشدید کند. به گفته عزیزالله افضلی، مقرر شده سازمان صمت با همکاری سازمان تعزیرات حکومتی، پلیس امنیت اقتصادی، بازرسی اتاق اصناف تهران و دستگاه‌های مرتبط دیگر از واحدهای صنفی بازرسی کند.

در این میان، آنطور که دولتمردان اعلام کرده‌اند، تصمیم دولت این است که تا پایان سال هیچ افزایش قیمتی نداشته باشیم. عباس قبادی، معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت چندی پیش اعلام کرد: برنامه‌ای برای افزایش قیمت کالاها نداریم و بر همین اساس اقلامی که مدیریت آنها در اختیار دولت است، تا شب عید نیز ثابت خواهد ماند.

معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت درخصوص شرایط بازار و کنترل قیمت‌ها گفت: در حال حاضر با توجه به بازرسی‌هایی که در بازار انجام می‌شود، شرایط خوبی حاکم بوده است و با توجه به فراوانی کالا و تکمیل‌بودن انبارهای ذخایر استراتژیک، با افزایش و یا تغییری در قیمت‌ها روبه‌رو نخواهیم شد.

**تورم در آبان ماه به کجا رسید؟**

در همین حال، آخرین آمار از وضعیت تورم ماهانه، از نزولی شدن میزان تورم حکایت دارد، به‌طوری که تورم در آبان ماه کاهش یافت و از ۴۲درصد در مهرماه به ۴۱٫۱درصد رسید. طبق گزارش مرکز آمار ایران از تغییر شاخص کالا و خدمات، نرخ تورم سالانه برای خانوارها به ۴۱٫۱درصد رسیده که نسبت به ماه قبل ۰٫۹درصد کاهش دارد.

نرخ تورم سالانه برای خانوارهای شهری نیز ۴۰٫۳درصد است که نسبت به ماه قبل یک درصد کاهش داشته است. همچنین این نرخ برای خانوارهای روستایی ۴۵٫۱درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۱٫۲ واحد درصد کاهش دارد. نرخ تورم نقطه‌ای در آبان هم به عدد ۲۷درصد رسیده است؛ یعنی خانوارهای کشور به طور میانگین ۲۷درصد بیشتر از آبان سال گذشته، برای خرید یک «مجموعه کالاها و خدمات یکسان» هزینه کرده‌اند.

نرخ تورم نقطه‌ای آبان در مقایسه با ماه قبل ۱٫۳ واحد درصد کاهش یافته است. نرخ تورم نقطه‌ای گروه‌های عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» و «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» هم به ترتیب ۲۸٫۸ و ۲۶٫۲درصد بوده و نرخ تورم نقطه‌ای هر دو گروه عمده در مقایسه با ماه قبل کاهش داشته است.

این در حالی است که نرخ تورم نقطه‌ای برای خانوارهای شهری ۲۷٫۰درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۱٫۳واحد درصد کاهش داشته است. همچنین این نرخ برای خانوارهای روستایی ۲۷٫۳درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۱٫۲ واحد درصد کاهش داشته است.

**موج‌سواری دلالان روی قیمت بنزین**

در این میان، دلالان که امسال به‌خاطر ثبات و تعادل بازارها، کمترین بازدهی را کسب کرده‌اند، تلاش کرده‌اند که به بهانه مختلف، کسب سود کنند. حالا نیز افزایش قیمت بنزین بهانه خوبی برای‌شان بوده تا برای به حداکثر رساندن سود خود اقدام کنند. در این میان، اقتصاددانان معتقدند، عامل کلیدی افزایش قیمت‌ها، افزایش در حجم پول و تغییر متغیرهای وابسته به آن است، به‌علاوه اینکه امسال و سال آینده، تنگناهای مالی دولت می‌تواند چندین برابر افزایش قیمت بنزین، تورم ایجاد کند.

به گفته مرتضی ایمانی‌راد، افزایش قیمت بنزین می‌تواند قیمت‌های نسبی را جابه‌جا کند، ولی خودش عامل افزایش قیمت‌ها نیست.

به باور این اقتصاددان، افزایش قیمت‌ها در برابر افزایش قیمت بنزین تنها یک مساله روانی است که اثرگذار هم هست، ولی اثر آن در کوتاه‌مدت است و در بلندمدت از بین می‌رود. ضمنا مطالعات هم نشان می‌دهد که افزایش سه برابری قیمت بنزین تنها کمتر از ۲۵درصد روی کرایه حمل اثر دارد.

**اثر مستقیم افزایش قیمت بنزین بر تورم**

در همین زمینه، گزارش موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت) نشان می‌دهد حداکثر اثر قیمت بنزین بر روی نرخ کالاها ۴درصد دیده شده است؛ عددی که چندی پیش نیز رئیس‌کل بانک مرکزی هم به آن اشاره کرد و گفت: محاسبات اداره بررسی‌های اقتصادی بانک مرکزی نشان می‌دهد که تاثیر افزایش امروز قیمت بنزین در تورم در حدود ۴ واحد درصد در سال خواهد بود.

همچنین معاون وزیر اقتصاد، هفته گذشته در نشست خبری سخنگوی دولت با حضور مسئولان مرتبط با اجرای طرح اصلاح قیمت بنزین گفت: اثر مستقیم این افزایش قیمت کمتر از ۲درصد است. نگرانی مردم ناشی از تجارب گذشته است و ربطی به این موضوع ندارد.

به گفته حسین مدرس‌خیابانی، پس از پیروزی انقلاب اسلامی ۱۵ بار قیمت بنزین از ۱۰تا ۴۰۰درصد افزایش یافته است که شش بار موجب کاهش تورم و سه بار هم موجب افزایش تورم شده و شش بار نیز نرخ تورم تغییری نکرده است.

قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت تاکید کرد: با کنترل‌هایی که انجام می‌دهیم، جلوی شوک حاصل از گرانی بنزین را می‌گیریم و پس از مدتی مردم مزایای حاصل از این طرح را می‌بینند. به اعتقاد وی، نقطه قوت اجرای طرح ستاد تنظیم بازار برای جلوگیری از افزایش قیمت‌ها، همکاری اصناف است.

به گفته وزیر راه و شهرسازی، شهرک‌های فرهنگیان در کشور تکرار می‌شوند

# ساخت ۱۷۰ هزار مسکن برای معلمان

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه اجرای پروژه ۱۷۰ هزار واحدی برای فرهنگیان، اقدام بزرگی است و همه دستگاه‌ها باید نقش خود را در اجرای این پروژه ایفا کنند، گفت این پروژه ظرف سه سال تکمیل می‌شود تا فرهنگیان مالک واحد مسکونی خود شوند و از این مزیت برخوردار باشند.

به گزارش ایسنا، تفاهم‌نامه همکاری احداث ۱۷۰ هزار واحد مسکونی برای فرهنگیان روز گذشته به امضای وزرای راه و شهرسازی و آموزش و پرورش رسید. آنطور که وزیر راه و شهرسازی اعلام کرده، شرایط این طرح همانند طرح اقدام ملی مسکن خواهد بود و قرار است ظرف سه سال این تعداد واحد توسط وزارت راه و شهرسازی احداث شود.

او درخصوص نحوه ثبت‌نام فرهنگیان در این طرح گفت: آن تعداد از معلمان که در طرح اقدام ملی تاکنون ثبت‌نام کرده‌اند در قالب این برنامه قرار می‌گیرند و در اولویت این برنامه هستند. تعدادی که مازاد بر آن افراد باشد از سوی وزارت آموزش و پرورش به ما معرفی خواهد شد که به واحدهای مدنظر افزوده می‌شود.

به گفته اسلامی، زمین‌های در اختیار آموزش و پرورش و همچنین زمین‌های وزارت راه و شهرسازی برای این برنامه اختصاص یافته است.

همچنین وزیر آموزش و پرورش با اشاره به اهمیت قشر معلم که به انسان‌سازی در کشور می‌پردازد، گفت: منزلت و معیشت معلمان مورد تاکید دولت قرار دارد بر همین اساس طرح رتبه‌بندی را در دستور کار قرار داده‌ایم همچنین بیمه معلمان را دنبال می‌کنیم. در خصوص مسکن فرهنگیان نیز ۱۷۰ هزار واحد را با همکاری وزارت راه و شهرسازی تعریف کرده‌ایم.

به گفته حاجی میرزایی، ۳۷۵ تعاونی مسکن داریم که در این راه به میدان خواهند آمد. امیدواریم که وزارت راه و شهرسازی و بانک‌های عامل نیز با تمامی توان به میدان بیایند. همچنین بازنشستگان آموزش و پرورش هم مشمول این طرح خواهند شد.

محمود محمودزاده، معاون وزیر راه و شهرسازی نیز در این نشست گفت: کارگروهی از طرف دو وزارتخانه برای پیگیری تامین ۱۷۰ هزار واحد برای فرهنگیان در نظر گرفته شده است.

وزیر راه و شهرسازی همچنین درباره ظرفیت‌های باقیمانده از استان‌هایی که تاکنون در طرح اقدام ملی ثبت‌نام کرده‌اند، گفت: تاکنون در ۱۰ استان ثبت‌نام صورت گرفته که در ۱۰ شهر تقاضا به اندازه پیش‌بینی ما نبوده است. به همین دلیل برنامه‌های را متناسب با وضعیت کنونی مدنظر قرار می‌دهیم.

اسلامی جامعه هدف طرح اقدام ملی مسکن را دهک‌های چهار تا هفت اعلام کرد و گفت: تامین مسکن دهک‌های یک تا سه توسط نهادهای حمایتی از جمله بهزیستی و کمیته امداد انجام می‌شود و طرح اقدام ملی مسکن به دهک‌های ۴ تا ۷ اختصاص دارد. دهک‌های ۸ تا ۱۰ نیز خودشان به حمدالله قادر به تامین مسکن خود هستند. برای مسکن ملی سه نوع تسهیلات در نظر گرفته‌ایم که پوشش خوبی دارد البته یادمان باشد که نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که خانه‌دار شویم و فشار هم تحمل نکنیم ما هم این دوره را طی کرده‌ایم. از خدا می‌خواهیم که وسایل آسایش برای همه هموطنان‌مان فراهم کند، اما توصیه بنده این است که مقداری جلوی برج را بگیریم که خرج‌مان بالا نرود و بتوانیم مسکن مناسب خود را تامین کنیم.

رشد درآمد سرانه با افزایش قیمت بنزین

# قیمت مسکن رو به افزایش است یا کاهش؟

با وجود افت معاملات نسبت به سال قبل، منحنی بازار مسکن نزولی نیست و علت کاهش معاملات در دو ماه گذشته، قرار داشتن در ماه‌های محرم و صفر بوده است.

بیت‌الله ستاریان با بیان اینکه تا انتهای امسال رکود در بخش مسکن نخواهیم داشت، گفت: با وجود کاهش معاملات نسبت به سال قبل، منحنی بازار مسکن رو به پایین نیست. اگر در مردادماه و شهریورماه معاملات افت کرد، به دلیل قرار داشتن در ماه‌های محرم و صفر بود که معمولا هر ساله در این بازه زمانی خرید و فروش کاهش می‌یابد.

به گفته این کارشناس بازار مسکن، پایین آمدن خرید و فروش منتهی به رکود می‌شود و اگر تدبیری در بخش کلان اقتصاد اندیشیده نشود تا اواخر امسال و اوایل سال آینده دچار رکود مسکن خواهیم شد. تا آن زمان احتمالا نوساناتی را شاهد خواهیم بود، بدین صورت که معاملات بالا و پایین می‌رود و این روند تا عید ادامه خواهد داشت.

او افزایش درآمد سرانه را در رونق بازار مسکن موثر دانست و گفت: اقداماتی مثل افزایش نرخ سوخت می‌تواند رکود بخش املاک را از بین ببرد؛ چراکه افزایش قیمت بنزین منجر به بالارفتن درآمد دولت می‌شود که در جامعه توزیع خواهد شد. وقتی انحصار را از بین می‌برید، GDP و درآمد سرانه افزایش می‌یابد. در آن صورت تقاضای موثر در بازار بالا می‌رود. افزایش تقاضای موثر نیز منجر به رونق خرید و فروش در بخش ملک خواهد شد.

ستاریان با بیان اینکه بخش مسکن نیمی از اقتصاد کشور را تشکیل می‌دهد، افزود: صنعت ساختمان، تمامی صنایع مرتبط را به حرکت درمی‌آورد که به ایجاد اشتغال و توزیع درآمد می‌انجامد.

وی درباره تاثیرگذاری طرح اقدام ملی بر بازار مسکن گفت: طرح‌هایی مثل مسکن ملی، مسکن اجتماعی، مسکن ویژه، مسکن مهر و این قبیل نام‌ها ذهن‌پرکن است ولی عملا محلی از اعراب ندارد. از ابتدای انقلاب اسلامی تاکنون دولت کلا ۷درصد در حوزه مسکن سهیم بوده و هرگز نتوانسته از این رقم فراتر برود؛ حتی در زمانی که مسکن مهر در حال انجام بود.

یادداشت

## روند نگران‌کننده سرمایه‌گذاری

سجاد ابراهیمی
عضو هیأت‌علمی پژوهشکده پولی و بانکی

وضعیت سرمایه‌گذاری در ایران سال به سال وخیم‌تر می‌شود و با لحاظ نرخ استهلاک می‌توان گفت انباشت سرمایه کشور نه‌تنها رشدی نداشته، بلکه در حال کاهش است. اقتصاد کشور در سال‌های اخیر به سبب مشکلات تحریم با چالش‌هایی مواجه بوده است. نگاهی به مهم‌ترین شاخص فعالیت‌های اقتصادی یعنی رشد اقتصادی، این وضعیت را منعکس می‌کند؛ چنانچه متوسط رشد اقتصادی در هفت سال یعنی از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ تنها ۲درصد بوده است و طی این مدت اقتصاد ایران در کل فقط ۱۵درصد رشد کرده است، اما این شاخص روایتگر همه اتفاقات اقتصاد ایران نیست. وضعیت وخیم بخش حقیقی اقتصاد زمانی عیان می‌شود که نگاهی به وضعیت سرمایه‌گذاری در چند سال اخیر بیندازیم.

سرمایه یکی از عوامل تولید است که براساس تئوری‌های رشد می‌تواند تا حدود زیادی تفاوت در وضعیت توسعه‌یافتگی بین کشورها را توضیح دهد. یکی از دلایل رشد پایین کشورهای عقب‌افتاده، رشد پایین سرمایه‌گذاری است. پایین بودن رشد سرمایه‌گذاری دلایل متفاوتی می‌تواند داشته باشد. اگرچه پایین بودن نرخ پس‌انداز به عنوان مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده نرخ سرمایه‌گذاری شناخته می‌شود، اما متغیرهای دیگری نیز بر این نرخ اثرگذار هستند.

اقتصاد کشور در یک دهه گذشته با روند کاهشی نرخ سرمایه‌گذاری روبه‌رو بوده است؛ نرخ سرمایه‌گذاری کل که در بازه سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۴ بالای ۳۰درصد بوده کاهش خود را به دلیل کاهش در نرخ سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات شروع کرده و این روند کاهشی بعد از سال ۱۳۹۰ تشدید شد، به طوری که در سال ۹۷ این نرخ به کمترین میزان خود در ۴۰ سال اخیر یعنی زیر ۲۰درصد رسید. کاهش نرخ سرمایه‌گذاری بر روی ماشین‌آلات در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰ را می‌توان زاده سیاست‌های ارزی کنترلی و رونق در واردات دانست، اما این روند با تحریم‌های بعد از سال ۹۰ تشدید شد به گونه‌ای که نرخ سرمایه‌گذاری در ماشین‌آلات را که دوره‌ای بالای ۱۵درصد بود به زیر ۱۰درصد رساند و در سال ۹۷ به ۷درصد رسید. نرخ سرمایه‌گذاری در ساختمان نیز در سال‌های بعد از ۹۰ به دلیل رکود بازار مسکن و البته کسادی سرمایه‌گذاری بر تولید کاهش محسوسی داشت و از حدود ۲۰درصد در سال ۸۹ به ۱۱درصد در سال ۹۷ رسید.

امسال نیز وضعیت سرمایه‌گذاری بدتر از سال گذشته بوده است. براساس آمار وزارت صمت، سرمایه‌گذاری واحدهای صنعتی و پروانه‌های بهره‌برداری واحدهای صنعتی در شش ماهه سال ۹۸ نسبت به مدت مشابه سال قبل به ترتیب ۱٫۸درصد و منفی ۳۷درصد رشد اسمی داشته‌اند. با لحاظ تورم بالای ۵۰درصد در این بخش، شدت کاهش سرمایه‌گذاری مشخص می‌شود. دلیل پایین‌بودن نرخ سرمایه‌گذاری و کاهش متوالی آن را می‌توان در چند عامل خلاصه کرد:

* نااطمینانی و ریسک بالای محیط اقتصادی: نااطمینانی ناشی از تحولات سیاسی ایران در عرصه بین‌المللی و تحریم، ریسک فعالیت‌های اقتصادی را بالا برده است. اگرچه سرمایه‌گذاری در صنایعی که ایران در آن مزیت نسبی دارد (همانند نفت و گاز و پتروشیمی) و همچنین سرمایه‌گذاری در صنایعی که بازار بزرگ ایران را نشانه گرفته می‌تواند بازدهی بالایی برای سرمایه‌گذاران به ارمغان بیاورد، ولی ریسک فعالیت در ایران به حدی بالاست که آن بازدهی‌ها هم نمی‌تواند ریسک را پوشش دهد و عملا نه‌تنها سرمایه‌گذار خارجی بلکه سرمایه‌گذار داخلی نیز تمایلی به سرمایه‌گذاری ندارد.

* محیط کسب و کار: فارغ از بحث ریسک‌های بین‌المللی اقتصاد ایران، محیط کسب و کار در ایران برای فعالیت تولیدی و خدماتی مناسب نیست. رتبه ایران در شاخص فضای کسب و کار خود نشان از مشکلات عدیده دارد. مشکلات ناشی از تامین مالی، انحصار در بازارها و عدم اجازه ورود به بازارها، فرآیندهای اداری پیچیده و لزوم گرفتن مجوزهای متعدد از جمله عواملی هستند که ایجاد و حفظ یک کسب و کار را دچار مشکل کرده‌اند و یکی از عواقب آن بی‌شک کاهش سرمایه‌گذاری خواهد بود.

* بیماری هلندی: از دیگر مشکلات اقتصاد ایران، بیماری هلندی است. به واسطه درآمدهای ارزی ناشی از صادرات نفت و فرآورده‌های آن، دولت‌ها در سالیان گذشته نرخ ارز را در حالی ثابت نگه داشته‌اند که تورم بالا در کشور باعث شده که نرخ حقیقی ارز کاهشی باشد. این‌چنین سیاستی محرک بخش واردات و کشنده بخش صادرات و تولید داخلی است. لذا یکی از عواملی که سرمایه‌گذاری در بخش تولیدی کشور در سال‌های اخیر صورت نگرفته این است که با ارزان نگه داشتن مصنوعی ارزهای خارجی عملا اقتصاد کشور به واردات اعتیاد پیدا کرده و راه پرپیچ و خم تولید و سرمایه‌گذاری در آن، راه مقرون به صرفه‌ای نیست.

* سیاست‌های مالیاتی: یکی از کارهایی که دولت‌ها در راستای بهبود وضعیت اقتصاد می‌توانند انجام دهند، هدایت پس‌اندازها به بخش‌های مولدی است که می‌تواند باعث رشد اقتصادی در این دوره و دوره‌های آتی شود. در این راستا، مهم‌ترین ابزاری که در اختیار دولت‌هاست، مالیات است. متاسفانه سیستم مالیاتی ما به‌گونه‌ای است که از هیچ‌یک از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در ایران از جمله خرید سهام، سپرده بانکی، خرید دارایی‌های ثابت مانند مسکن، خرید ارز و طلا، یا مالیات قابل توجهی نمی‌گیرد و یا اصلا مالیاتی نمی‌گیرد. تنها حالتی که دولت برای گرفتن مالیات از آن تمرکز دارد، مالیات از بخش تولیدی است. این سیستم مالیاتی در کنار نظام ارزی، پس‌اندازها را به نحوی هدایت می‌کند که از بخش‌های تولیدی و مولد خارج شده و به بخش‌های سفته‌بازی که مالیاتی در آن اخذ نمی‌شود، وارد شوند. سال‌ها و دهه‌ها پیش، دولت‌ها در کشورهای دیگر با وضع مالیات بر عایدی سرمایه، سیستم مالیاتی خود را به گونه‌ای طراحی کردند که مشوق سرمایه‌گذاری در بخش تولیدی باشد؛ نکته‌ای که هنوز در ایران به‌جایی نرسیده است.

تمامی این عوامل کاهنده سرمایه‌گذاری را می‌توان در این جمله خلاصه کرد که بخش تولید و رونق این بخش، اولویت سیاست‌گذاری‌ها نیست و سیاست‌گذاری‌های حمایتی بخش دولتی مانند ارائه تسهیلات ارزان نیز بیشتر جنبه مُسکن را دارند. با این حال، وضعیت سرمایه‌گذاری سال به سال وخیم‌تر می‌شود و با لحاظ نرخ استهلاک می‌توان گفت که انباشت سرمایه کشور نه‌تنها رشدی نداشته بلکه در حال کاهش است. با این روند حتی اگر وضعیت ریسک‌های محیط اقتصادی کشور نیز برطرف شود، به‌واسطه تضعیف انباشت سرمایه، روند تولید با مشکلات جدی مواجه خواهد بود.

## بانک نامه

### امکان شخصی‌سازی محدودیت برداشت از کارت‌های بانک پاسارگاد فراهم است

در سامانه بانکداری مجازی بانک پاسارگاد، مشتریان می‌توانند با اعمال محدودیت در برداشت از کارت‌های نقدی، ضمن ارتقای سطح امنیت، امکان مدیریت نقدینگی را نیز داشته باشند. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، مشتریان بانک پاسارگاد این امکان را دارند که از طریق منوی کارت (گزینه خدمات محدودیت‌های کارت)، جهت عملیات انتقال از کارت (از طریق اینترنت بانک و موبایل بانک)، خرید کالا و برداشت از کارت (از طریق دستگاه‌های خودپرداز)، سقف مبلغ موردنظر را در چارچوب قوانین بانک مرکزی، به صورت روزانه و یا ماهانه تعیین و محدود کنند. به این ترتیب علاوه بر افزایش سطح امنیت در صورت مفقودی کارت‌های نقدی، امکان مدیریت و کنترل برداشت‌های صورت گرفته از کارت، توسط فرد فراهم است. مشتریان می‌توانند از طریق گزینه نمایش محدودیت‌های کارت نیز نسبت به رؤیت سقف‌های تعیین‌شده برای هر یک از کارت‌های خود اقدام کنند. گفتنی است ورود به سامانه بانکداری مجازی بانک پاسارگاد از طریق نام کاربری و رمز عبور که قابل دریافت از کلیه شعبه‌های این بانک است، امکان‌پذیر است. لینک ورود به این سامانه نیز در سایت بانک پاسارگاد به نشانی https://www.bpi.ir در دسترس است. مشتریان می‌توانند از سایر خدمات ارائه‌شده در این سامانه در بخش‌های سپرده، کارت، کارت اعتباری، تسهیلات، چک و خدمات ارزی نیز بهره‌مند شوند. مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ آماده پاسخگویی به سؤالات هم‌میهنان عزیز است.

طلا گرمی ۴۱۸ هزار تومان شد

### چسبندگی بالای قیمت‌ها در بازار سکه

در نخستین روز هفته و در دومین روز از آذرماه، قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی به ۴ میلیون و ۱۵۶ هزار تومان رسید.

به گزارش خبرآنلاین، قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید روز گذشته با ۵ هزارتومان کاهش قیمت به ۴ میلیون و ۱۵۶ هزار تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۲۰ هزارتومان کاهش قیمت به ۴ میلیون و ۱۱۵ هزار تومان رسید. با این حال، قیمت نیم سکه و ربع سکه ثابت ماند، به‌طوری که قیمت هر قطعه نیم سکه ۲ میلیون و ۱۸۲ هزار تومان و هر قطعه ربع سکه یک میلیون و ۳۸۲ هزار تومان بود.

صرافان می‌گویند چسبندگی قیمت‌ها در بازار سکه بالاست و هرچند بازار مستعد کاهش قیمت است، اما با این حال، عقب‌نشینی قیمت‌ها با کندی صورت می‌گیرد. همچنین سکه گرمی به قیمت ۸۵۱ هزارتومان فروخته می‌شود و هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار ۴۱۸ هزار و ۸۰۰ تومان گزارش شده است. همچنین دلار در صرافی‌های بانکی به قیمت ۱۱ هزار و ۸۰۰ تومان فروخته شد. نرخ دلار که در روزهای گذشته رشد زیادی داشت و از رقم ۱۱ هزار و ۲۰۰ تومان تا رقم ۱۲ هزار و ۷۰۰ تومان در روز یکشنبه گذشته بالا رفته بود، از اواسط هفته گذشته، روندی معکوس یافت و قیمت‌ها شروع به عقب‌نشینی به سوی کانال ۱۱ هزار تومانی کردند. کارشناسان، افزایش نظارت و کنترل بانک مرکزی و افزایش عرضه ارز را از مهمترین دلایل افت قیمت دلار در روزهای اخیر می‌دانند.

### ابلاغ بخشنامه «رفع سوءاثر چک‌های مشمول مرور زمان»

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به شبکه بانکی، نحوه احراز عدم طرح دعوی کیفری و حقوقی علیه چک توسط دارنده درخصوص چک‌هایی که سه سال از تاریخ صدور گواهینامه عدم پرداخت آنها سپری شده است را برای اجرا ابلاغ کرد. بانک مرکزی اعلام کرد که طبق قانون اصلاح صدور چک، بانک‌ها باید در صورت احراز عدم دعوی کیفری و حقوقی علیه چک توسط دارنده درخصوص چک‌هایی که سه سال از تاریخ صدور گواهینامه عدم پرداخت آنها سپری شده است، نسبت به رفع سوءاثر چک‌های برگشتی با درج کد شش اقدام کنند. براساس این بخشنامه، تا زمان راه‌اندازی سامانه استعلام طرح دعاوی کیفری و حقوقی علیه چک از سوی قوه قضائیه، بانک مربوطه باید نسبت به مکاتبه با مرکز آمار و فناوری اطلاعات قوه قضائیه جهت اخذ استعلام و احراز عدم دعاوی کیفری و حقوقی درخصوص چک‌های مشمول مرور زمان سه سال اقدام کند.

بانک مرکزی:

### بانک‌ها سریع‌تر شعب آسیب‌دیده را راه‌اندازی کنند

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای از بانک‌ها خواست تا هرچه سریع‌تر نسبت به راه‌اندازی شعب آسیب‌دیده اقدام کنند. بنا بر اعلام بانک مرکزی، در پی تخریب تعداد زیادی از شعب و خودپردازهای بانک‌ها توسط اغتشاشگران، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در بخشنامه‌ای از همه بانک‌ها درخواست کرد برای تداوم خدمت‌رسانی به مردم، هرچه سریع‌تر نسبت به راه‌اندازی شعب و خودپردازهای بانک‌ها در نقاط مختلف کشور اقدام کنند. البته تاکنون آماری از طرف نهادهای رسمی درباره شمار شعب بانک‌های آسیب‌دیده منتشر نشده است. پیش از این بانک‌ها از مشتریان خود خواسته بودند تا برای انجام عملیات‌های بانکی به شعب همجوار بانک‌های آسیب‌دیده مراجعه کنند. همچنین شورای هماهنگی بانک‌های دولتی درباره خسارت به شعب بانک‌ها بیانیه‌ای صادر کرد و نوشت: «بزرگترین سرمایه نظام بانکی هر کشوری، اعتماد مردم آن کشور به این رکن مهم اقتصاد، به عنوان شریان حیاتی جمع‌آوری و تخصیص بهینه منابع در راستای توسعه کشور است. شبکه بانکی کشور افتخار دارد که با وجود تمامی محدودیت‌های بین‌المللی و چالش‌های اقتصادی و اجتماعی گوناگون، همواره تلاش خود را صرف افزایش ثروت و رفاه جامعه و گره‌گشایی از مشکلات ریز و درشت. سازمان‌ها، شرکت‌ها، اصناف و تمامی شهروندان سرافراز ایران نماید.» در ادامه این بیانیه آمده است: «شبکه بانکی کشور با وجود تحمل خساراتی سنگین از جمله آتش‌سوزی کامل، تخریب و آسیب‌دیدگی ساختمان‌های خودپردازها و اثاثیه و سرقت اموال، که ثروت عمومی کشور بوده و متعلق به تمامی آحاد مردم است از همان ابتدای امر، تمامی همت خود را مصروف عدم توقف خدمت‌گزاری به مشتریان نموده و اکنون نیز با بازسازی شعب، استقرار شعب سیار و انتقال برخی عملیات به شعب دیگر، با ظرفیت کامل در خدمت شهروندان سربلند سراسر کشور است. وظیفه خود می‌دانیم از پشتیبانی مسئولین محترم، صبوری مردم بزرگوار تلاش همکاران و همکاری تمامی ارکان نظام برای بهبود عملیات بانکداری، سپاس‌گزاری نموده و سربلندی کشور و توسعه اقتصادی آن را از خداوند بزرگ مسئلت نماییم.»

حجم زیادی از سود قاچاق سوخت صرف پولشویی می‌شود

# اثر اصلاح قیمت بنزین در پولشویی

قاچاق بنزین حداقل روزانه ۴۰ میلیارد تومان سود دارد. از طرفی دیگر ۱۲درصد از کل نقدینگی کشور، پول کثیف است. قاچاق سوخت، یکی از اصلی‌ترین راه‌های پولشویی در کشور به شمار می‌رود.

۴۰ میلیارد تومان، حداقل سود روزانه قاچاق سوخت در ایران است. ورود مجدد سود حاصل از این قاچاق به داخل کشور، در قالب کالاهای دیگر انجام می‌شود که بخش عمده‌ای از آن با هدف پولشویی است.

اختلاف بسیار زیاد قیمت سوخت در ایران با کشورهای همسایه، عامل اصلی روزانه حداقل ۱۰ میلیون لیتر قاچاق سوخت در کشور بوده است. حالا با اصلاح قیمت سوخت و سهمیه‌بندی آن، پیش‌بینی می‌شود که از حجم این قاچاق و به تبع آن پولشویی، کم شود.

**میزان قاچاق سوخت در ایران چقدر است؟**

آمارهای مختلفی از قاچاق سوخت در ایران وجود دارد. مهرماه گذشته، پایگاه اطلاع‌رسانی دولت میزان قاچاق سوخت (اعم از بنزین و گازوئیل) به خارج از کشور را ۲۰ تا ۴۰ میلیون لیتر در روز اعلام کرد. پیش از آن نیز یکی از نمایندگان عضو کمیسیون انرژی مجلس میزان قاچاق بنزین به خارج از کشور را ۱۰ تا ۲۰ میلیون لیتر در روز اعلام کرده بود.

کمی بعد از آن، در ۳۰ آبان ماه ۹۷ «عبدالله هندیانی»، معاون پیشگیری ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز گفت: «در سه ماه اخیر روزانه ۱۰ تا ۱۳ میلیون لیتر سوخت کشور، قاچاق شده است. بر این اساس در این سه ماه، حدود ۳ میلیارد لیتر سوخت قاچاق شده است.»

گفته می‌شود که قاچاق هر لیتر بنزین حداقل ۴ هزار تومان سود دارد. اگر رقم حداقلی قاچاق روزانه سوخت یعنی ۱۰ لیتر در نظر گرفته شود، قاچاق بنزین روزانه ۴۰ میلیارد تومان سود دارد. این رقم معادل هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان حداقل سود قاچاق بنزین در یک ماه و ۱۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان طی یک سال است. حجم زیادی از سود قاچاق سوخت، صرف پولشویی به اشکال مختلف می‌شود. «حمیدرضا صالحی» رئیس کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی ایران نیز دو هفته پیش گفته بود: «روزانه ۷ میلیون لیتر گازوئیل از مرزها قاچاق و خارج می‌شود و پولشویی‌هایی نیز اتفاق می‌افتد.» «محمد فاضلی» جامعه‌شناس نیز چندی پیش گفته بود: «قاچاق سوخت، فقط هدررفت منابع طبیعی و سرمایه‌های این کشور نیست، بلکه از آن بسیار فراتر می‌رود و نیروی محرکه شبکه‌ای از پولشویی، واردات، نابودی صنایع داخلی و فقیرتر شدن کارگر ایرانی است. قاچاق سوخت، بخشی از سوخت محرک نابودی اقتصاد، سیاست و جامعه ایرانی است. پول فراوان حاصل از آن پا به هر عرصه‌ای بگذارد، فساد می‌آفریند.»

**حجم پولشویی در ایران چقدر است؟**

براساس گزارش متخصصان داده‌کاوی و الگوهای پولشویی در نشست مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست‌جمهوری، حجم پول کثیف در اقتصاد ایران را نزدیک به ۱۲درصد از حجم نقدینگی کشور است. البته این محاسبه مربوط به فاصله سال‌های ۵۰ تا ۸۰است و برآورد می‌شود که طی سال‌های اخیر، به حجم پول‌های کثیف در اقتصاد کشور افزوده شده است.

حجم پول کثیف موجود در دنیا بین ۵۰۰ تا ۱۸۰۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود. این عدد معادل ۲ تا ۵درصد تولید ناخالص جهان است. همچنین از این حجم، ۴۷درصد در آمریکا، ۳۰درصد در اروپا و مابقی در سایر نقاط جهان جریان دارد.

گزارش‌های موسسات بین‌المللی نیز نشان می‌دهد که ایران در رتبه نخست پولشویی جهان قرار دارد. مؤسسه حکمرانی «بازل» مستقر در سوییس، که جرائم پولشویی و مبارزه با تروریسم را بررسی می‌کند، از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷، ایران را هر سال در میان ۱۴۶ کشور جهان در رتبه نخست پولشویی قرار می‌داد. در سال ۲۰۱۸ اما ایران و ۹ کشور دیگر را به دلیل کمبود اطلاعات از این رده‌بندی کنار گذاشت.

قاچاق کالا به داخل و خارج ایران، یکی از منابع اصلی پول کثیف و پولشویی در ایران به حساب می‌آید. در میان انواع کالا، قاچاق سوخت طی سال‌های اخیر نیز حجم بالایی از کل قاچاق کشور را به خود اختصاص داده است.

«محمد فاضلی» جامعه‌شناس مساله قاچاق سوخت، پولشویی و نابودی صنایع را در یادداشتی چنین توضیح داده بود: « تصور کنید ۱۰۰ هزار لیتر بنزین از ایران با نرخ هر لیتر یک هزار تومان به ترکیه قاچاق می‌شود. نرخ این سوخت در بازار ترکیه هر لیتر حدود ۸ تا ۹ هزار تومان است و دست‌کم هر لیتر آن برای قاچاقچیان ۵ تا ۶ هزار تومان سود دارد. هر ۱۰۰هزار لیتر بنزین، ۷۰۰ میلیون تومان پول و بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ میلیون تومان سود در اختیار قاچاقچی قرار می‌دهد. قاچاقچی سوخت برای انتقال این پول به ایران، آن را به منسوجات و پوشاک تبدیل می‌کند (به‌طور حتم به کالاهای دیگر هم می‌تواند تبدیل کند). ۷۰۰ میلیون تومان کالای ترکیه‌ای حتی اگر در ایران به نصف نرخ یعنی ۳۵۰ میلیون تومان هم فروخته شود، به این معناست که قاچاقچی ۱۰۰ میلیون تومان هزینه خرید سوخت در ایران را در بازگشت به ۳۵۰ میلیون تومان تبدیل کرده و کالای ترکیه‌ای را هم به نصف نرخ همان کالا در ترکیه در ایران به فروش رسانده است. این کار پولشویی نیز هست. قاچاق سوخت مقادیر بسیار زیادی پول در اختیار قاچاقچیان قرار می‌دهد تا از طریق واردات کالا، پولشویی و صنایع داخلی را نابود کنند.»

**کارشناسان درباره تاثیر قیمت بنزین روی پولشویی چه می‌گویند؟**

حالا که قیمت بنزین افزایش یافته و سهمیه‌بندی شده است، پیش‌بینی می‌شود که در میزان قاچاق سوخت و به تبع آن، پولشویی نیز تغییراتی ایجاد شود.

«عباس آرگون»، عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی تهران در این‌باره به ایرنا، می‌گوید: «افزایش قیمت بنزین، حاشیه سود قاچاق این کالا را پایین می‌آورد. به همین دلیل در درازمدت، می‌تواند باعث کاهش قاچاق سوخت شود.» آرگون ادامه می‌دهد: «پولشویی، یکی از اهداف و آثار قاچاق سوخت بوده است بنابراین با کاهش حاشیه سود این نوع قاچاق،این راه پولشویی نیز مسدود می‌شود.» اما «سیده فاطمه مقیمی»، عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی تهران دیدگاه دیگری دارد. مقیمی به ایرنا می‌گوید: «به نظر من در بحث افزایش قیمت بنزین، بیش از هر چیز معیشت خانواده‌ها اهمیت دارد. اثر اصلی در همین‌جاست.» مقیمی اضافه می‌کند: «آثار مثبتی که اصلاح نرخ بنزین می‌تواند روی مسائل دیگر از جمله قاچاق سوخت و پولشویی داشته باشد، بعد از مدیریت آثار منفی روی معیشت خانواده‌ها خود را نشان می‌دهد.»

اجرای اجباری طرح رمز دوم یک‌بار مصرف از ابتدای دی

# هر آنچه باید درباره رمز دوم پویا بدانید

رمز دوم پویا از ابتدای دی‌ماه اجباری می‌شود و همه بانک‌ها موظفند که این طرح را اجرا کنند، اما برای برخی مردم در این باره هنوز ابهاماتی وجود دارد.

به گزارش ایسنا، آنطور که بانک مرکزی اعلام کرده استفاده از رمز دوم پویا در تراکنش‌های بدون حضور کارت بانکی از ابتدای دی‌ماه اجباری می‌شود و در واقع رمز دوم‌های قدیمی برای این عملیات کاربرد ندارند، اما برخی بانک‌ها این موضوع را زودتر آغاز کرده‌اند.

تمامی عملیات بانکی که تاکنون از طریق رمز دوم یا همان رمز اینترنتی انجام می‌شد، از ابتدای دی‌ماه دیگر با رمز قبلی قابل انجام نیست و مشتریان بانک‌ها برای استفاده از این خدمات باید از رمز دوم پویا یا یک‌بار مصرف استفاده کنند.

رمز دوم پویا یا یک‌بار مصرف رمزهایی هستند که در جریان پرداخت‌های اینترنتی و سایر پرداخت‌های بدون حضور کارت، به عنوان رمز مشتری وارد می‌شوند و قرار است که با جایگزینی آنها به جای رمز دوم‌های ثابت، مدت زمان اعتبار هر رمز ۶۰ ثانیه باشد و پس از آن فاقد اعتبار است و باید رمز جدیدی دریافت شود.

در حال حاضر دو روش برای دریافت رمز دوم پویا وجود دارد که این دو روش شامل استفاده از اپلیکیشن‌های بانکی و پیامک می‌شود که انتخاب آن به عهده مشتری است، اما دریافت این رمز از هر دو روش نیازمند یک‌بار تایید اطلاعات هویتی است.

مشتریان بانکی برای فعال‌سازی رمز دوم پویا می‌توانند از سه طریق مراحل احراز هویت و تایید شماره تلفن همراه خود را انجام دهند که مورد اول مراجعه حضوری به شعبه، دوم خودپردازهای بانکی و سوم از طریق اینترنت‌بانک بانک‌هایی است که احراز هویت دو مرحله‌ای داشته باشند.

البته در خودپردازها و اینترنت‌بانک، مشتریان تنها می‌توانند شماره همراه خود را تایید کنند و برای تغییر شماره تلفن همراه نیاز است که به شعب بانکی مراجعه کنند.

براساس تاکید بانک مرکزی بانک‌ها اجازه دریافت هیچ‌گونه هزینه‌ای از مردم برای فعال‌سازی یا ارسال پیامک به آنها ندارند و این طرح برای مشتریان بانک هیچ هزینه‌ای نخواهد داشت، از سوی دیگر بانک‌ها باید هزینه ارسال پیامک به اپراتورها را پرداخت کنند و پیامک ارسال‌شده هزینه‌ای برای مشتریان نخواهد داشت که بانک مرکزی در حال رایزنی با اپراتورها برای کاهش قیمت ارسال پیامک است.

ایران اولین کشوری نیست که طرح رمز دوم پویا را ایجاد می‌کند، البته برخی کشورها این طرح را روی کد CVV۲ و برخی دیگر آن را شبیه به ایران بر بستر رمز اینترنتی اعمال می‌کنند، بانک مرکزی نیز برای اینکه بانک‌ها در ابزارهای خود کوچک‌ترین تغییر را داشته باشند و با توجه به اینکه مردم با سیستم رمز اینترنتی آشنایی بیشتری داشتند، این طرح را به جای CVV۲ روی همان رمز دوم اجرا کرده است.

البته گفته می‌شود که در برخی بانک‌ها ارائه این خدمات به مشتریان کمی با مشکل همراه است و کارمندان ترجیح می‌دهند مشتریان را به سمت استفاده از اپلیکیشن‌ها سوق دهند یا اینکه تا زمان اجرای طرح، آنها را از راه‌اندازی رمز دوم پویا دور نگه دارند که بانک مرکزی در این باره قرار است امروز نامه‌ای را با تاکید بر نظارت بر اجرای صحیح این طرح ارسال کند.

بانک مرکزی آخرین فرصت برای اجرای اجباری طرح رمز دوم یک‌بار مصرف را از ابتدای دی‌ماه اعلام کرده، اما هر کدام از بانک‌ها که این طرح را به صورت اجباری زودتر از قبل اجرا کنند، بانک مرکزی با آنها مخالفت نخواهد کرد.

در همین راستا برخی از بانک‌ها پیش از موعد اعلام‌شده، اجرای اجباری این طرح را اعلام کرده و با اطلاع‌رسانی پیامکی از مشتریان خود خواسته‌اند که برای فعال‌سازی رمز دوم پویا اقدام کنند.

طرح رمز دوم پویا فعلا برای کارت‌های برداشت و اعتباری انجام می‌شود و سایر کارت‌ها از جمله بن‌کارت‌ها و کارت‌های هدیه با روال سابق کارشان ادامه خواهد یافت.

براساس آمار پلیس فتا، در حال حاضر حدود ۸۰۰ پرونده در روز در این پلیس ثبت می‌شود که بخش قابل توجهی از آن مربوط به پرونده‌های فیشینگ است. بانک مرکزی نیز رقم تراکنش‌های بین‌بانکی و درون بانکی بدون حضور کارت را در طول روز حدود ۳۰ میلیون اعلام کرده است.

با احتمال پیشرفت جدید در توقف جنگ تجاری رخ داد

# پرش دوباره دلار

احتمال دیدار رؤسای جمهور آمریکا و چین برای کاهش تنش‌های تجاری به صعود نیرومند دلار در برابر ارزهای مختلف منجر شد.

به گزارش رویترز، در آخرین روز معاملات بازارهای ارز، فضای معاملات بار دیگر کاملا تحت تاثیر اخبار مربوط به جنگ تجاری آمریکا و چین قرار گرفت. قرار است ژی جین پینگ، رئیس‌جمهور چین با دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا در هفته‌های آینده دیدار و درخصوص راهکارهای برون‌رفت از بن‌بست فعلی گفت‌وگو کنند.

واسیلی سربریاکوف، تحلیلگر معاملات ارزی در بانک «یو بی اس» گفت: «سیگنال‌های مختلفی در بازار دریافت شد، اما در نهایت میل دلار به افزایش بود. با توجه به چشم‌انداز اقتصاد جهانی فکر می‌کنم دلار ارزشی بیشتر از ارزش ذاتی خود دارد.»

چین و آمریکا درگیر یک جنگ تجاری طولانی‌مدت بوده‌اند که اکنون وارد شانزدهمین ماه خود شده است و از آن به عنوان یکی از اصلی‌ترین دلایل کاهش رشد اقتصادی جهان نام برده می‌شود تا جایی که بانک جهانی، زیان این جنگ برای اقتصاد جهانی طی دو سال آینده را حدود ۷۰۰ میلیارد دلار برآورد کرده است. دو طرف، طیف گسترده‌ای از محصولات وارداتی یکدیگر را مشمول تعرفه‌های اضافی کرده‌اند. میشل مک کارتنی، استراتژیست ارزی در موسسه «سی ام سی مارکتس» در این باره گفت: «مساله نگران‌کننده در مقطع فعلی این است که تا پایان سال، رشد اقتصادی در سطح جهان کاهشی خواهد بود و این مساله تاثیر مستقیمی بر روی نرخ‌های برابری ارزهای اروپایی در مقابل دلار خواهد داشت.»

ارزش بازار اوراق تامین مالی برای اولین‌بار به بیش از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان رسید

# رشد پاییزی بازار اوراق تامین مالی

بازار اوراق تامین مالی که در نیمه اول امسال تغییر چندانی در سمت عرضه نداشته، در مهرماه با رشد محسوس عرضه اوراق مواجه شده و ارزش بازار اوراق تامین مالی برای نخستین بار به بالاتر از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده است، به‌طوری که ارزش این بازار در پایان مهرماه امسال با رشد بیش از ۲۵درصدی (۲۲۳ هزار میلیارد ریالی) به رقم ۱۰۸۰ هزار میلیارد ریال رسیده است.

به گزارش سنا، هفت مرحله اسناد خزانه اسلامی جدید مربوط به قانون بودجه سال ۱۳۹۸ و اوراق منفعت دولتی، اوراق جدیدی بوده که در مهرماه به بازار وارد شده و رشد ارزش بازار را به دنبال داشته است. سهم اوراق شرکتی در رشد بازار اوراق تامین مالی طی مهرماه صفر بوده و البته در سایر ماه‌های سال ۱۳۹۸ نیز اوراق شرکتی سهم زیادی در رشد بازار اوراق تامین مالی نداشته است. مجموع افزایش ارزش بازار اوراق شرکتی در سال ۱۳۹۸ معادل ۳ هزار میلیارد ریال بوده که رقم بسیار ناچیزی است.

با توجه به آنکه ترکیب رشد محسوس بازار اوراق در مهرماه تنها به شکل افزایش اوراق دولتی بوده، سهم اوراق دولتی (شامل اسناد خزانه، سایر اوراق دولتی به جز اسناد خزانه و اوراق شهرداری) از مجموع اوراق موجود در بازار به ۸۵.۴درصد رسیده که در نوع خود بی‌سابقه محسوب می‌شود. همچنین با توجه به درج بیش از ۱۳۰ هزار میلیارد ریال اوراق جدید مربوط به بودجه سال ۱۳۹۸ بر روی تابلو و ورود احتمالی آنها به بازار معاملات در یک تا دو ماه آینده، انتظار رشد بیشتر ارزش بازار اوراق تامین مالی از ناحیه اوراق دولتی وجود دارد. انتظار می‌رود که تا پایان سال ۱۳۹۸، سهم اوراق دولتی به ۸۶.۷ درصد افزایش یابد.

با وجود رشد محسوس ارزش بازار اوراق تامین مالی در مهرماه باید توجه داشت که عدم رشد این بازار به تناسب سایر متغیرهای اقتصاد ایران از ابتدای سال ۱۳۹۷ سبب شده تا نسبت اندازه بازار تامین مالی به متغیرهایی مانند تولید ناخالص داخلی و میزان نقدینگی از ابتدای سال ۱۳۹۷ تاکنون کاهش یابد. ارزش حقیقی بازار اوراق تامین مالی به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۵ در پایان مهرماه حدود ۶۰۰ هزار میلیارد ریال بوده که این رقم گویای عدم رشد آن طی ۲۱ ماه اخیر است.

در سمت تقاضای اوراق نیز با توجه به ثبات نسبی ایجادشده در بازارهای مالی که به کاهش فرصت‌های سفته‌بازی همراه بوده و همچنین با در نظر گرفتن کاهش بازدهی بازار سهام در مهرماه، به نظر می‌رسد که میزان تقاضا برای اوراق تامین مالی به تدریج در حال افزایش است. ارزش معاملات اوراق تامین مالی در بورس و فرابورس طی مهرماه به بیش از ۹۲ هزار میلیارد ریال افزایش یافته که نسبت به ماه قبل ۸۴درصد رشد را نشان می‌دهد. در کنار ارزش معاملات، نسبت ارزش معاملات به ارزش بازار اوراق تامین مالی نیز طی مهرماه به شکل مشهودی افزایش یافته و به بالاترین مقدار طی سال ۱۳۹۸ رسیده است. به نظر می‌رسد که مجموع این ارقام، گویای تغییر محسوس طرف تقاضا در بازار اوراق تامین مالی است. شایان ذکر است که افزایش منابع جذب‌شده توسط صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت طی ماه‌های اخیر (به عنوان بازیگر اصلی سمت تقاضای اوراق) و همچنین ورود بخشی از سپرده‌های بانکی سررسیدشده طی شهریورماه به بازار اوراق (با توجه به جذابیت نسبی نرخ اوراق درآمد ثابت در مقابل نرخ سپرده بانکی) از مواردی است که منجر به افزایش تقاضا برای اوراق تامین مالی شده است.

برآیند تغییرات طرفین عرضه و تقاضا در بازار اوراق تامین مالی در مهرماه به شکلی بوده که با وجود افزایش محسوس میزان عرضه، میانگین نرخ بازدهی اوراق تامین مالی در مهرماه کاهش یافته است. به نظر می‌رسد که نرخ بازدهی حدودا ۲۱درصدی اوراق تامین مالی نسبت به سایر بازارهای اقتصاد ایران هنوز دارای جذابیت است.

محاسبه میانگین نرخ بازده اسناد خزانه اسلامی، که در حال حاضر تبدیل به اصلی‌ترین ابزار تامین مالی دولت از بازار سرمایه شده و سهمی ۵۱درصدی از مجموع بازار اوراق تامین مالی را در اختیار دارد، نشان می‌دهد که در حال حاضر، نرخ این اوراق در محدوده ۲۰,۶ درصد قرار گرفته که کمترین میزان از ابتدای سال تاکنون است. به نظر می‌رسد که روند نزولی نرخ بازده اسناد خزانه اسلامی از ابتدای شهریورماه و همزمان با موعد سررسید شدن سپرده‌های یکساله آغاز شده است.

محاسبه نرخ بازده حقیقی اوراق تامین مالی نیز نشان می‌دهد که با توجه به روند نزولی تورم در ماه‌های اخیر، این نرخ در ۵ ماه اخیر روند صعودی داشته و در حال حاضر از مقادیر منفی به محدوده صفر نزدیک شده است. به نظر می‌رسد که رشد محسوس نرخ حقیقی بازده اوراق تامین مالی نیز در افزایش تقاضا برای این اوراق موثر بوده است.

در زمینه چشم‌انداز بازار اوراق تامین مالی تا پایان سال، به نظر می‌رسد با توجه به محدودیت‌های فروش نفت و تنگنای درآمدی دولت، در ماه‌های آتی از یکسو تداوم عرضه‌های دولتی وجود داشته باشد و از سوی دیگر با توجه به شرایط فعلی اقتصاد ایران که نرخ سود ثابت در محدوده ۲۰ تا ۲۲ درصد را جذاب کرده، میزان تقاضای اوراق نیز افزایش یابد. همچنین تا پایان سال بیش از ۱۴۳ هزار میلیارد ریال اوراق دولتی سررسید خواهد شد که این مساله می‌تواند با عرضه اوراق دولتی جدید همراه شود. در مجموع انتظار می‌رود که نرخ بازدهی در بازار اوراق تامین مالی در ماه‌های آتی به صورت آرام افزایش یابد.

استقبال بورس تهران از ورود شرکت‌های شهرداری در بازار سرمایه

# شرکت‌های زیرمجموعه شهرداری تهران بورسی می‌شوند؟

مدیرعامل شرکت بورس تهران گفت جلسه مقدماتی ورود شرکت‌های زیرمجموعه شهرداری تهران به بورس انجام شده و مدیر سرمایه‌گذاری شهرداری، مذاکراتی را با شرکت بورس تهران برای ورود شرکت‌های مدنظر خود به بورس انجام داده است.

به گزارش ایرنا، در یکصد و هفتاد و سومین جلسه شورای اسلامی شهر تهران، طرح الزام شهرداری تهران به ارائه لایحه درخصوص عرضه سهام شرکت‌ها، سازمان‌ها و موسسات تابعه در بازار سرمایه با ۱۱ رأی موافق و ۹ رأی مخالف تصویب شد. این طرح به منظور تحقق شفافیت و استانداردسازی ساختار مالی، افزایش نظارت تخصصی بر عملکرد مالی واحدهای تابعه و چابک‌سازی ساختار شهرداری تهران تدوین شده است.

بهاره آروین، عضو هیات رئیسه شورای اسلامی شهر تهران در این زمینه گفت: این طرح شهرداری تهران را مکلف می‌کند تا حداکثر ظرف مدت سه ماه لایحه‌ای برای عرضه سهام شرکت‌های زیرمجموعه خود به شورای شهر تهران ارائه کند.

همچنین مجید فراهانی، رئیس کمیته بودجه و نظارت شورای اسلامی شهر تهران در این جلسه گفت: شرایط ورود در بورس سخت و ضابطه‌مند است و این امر کمک می‌کند تا شرکت‌های شهرداری تهران از لحاظ سودآوری، شفافیت مالی و بهره‌وری به سطحی از استانداردها برسد تا بتوان سهام آنها را در بورس عرضه کرد.

علی صحرایی، مدیرعامل شرکت بورس تهران نیز در همین زمینه به آخرین اقدامات صورت گرفته برای ورود شرکت‌های زیرمجموعه شهرداری تهران به بورس اشاره کرد و گفت: جلسه مقدماتی ورود شرکت‌های زیرمجموعه شهرداری به بورس برگزار شد و مدیر سرمایه‌گذاری شهرداری تهران با انجام مذاکراتی، مقدمات را برای ورود شرکت‌های زیرمجموعه این شهرداری به بورس فراهم کرده است.

او با بیان اینکه شرکت‌های سودآور و همچنین شرکت‌هایی که از چشم‌انداز مناسبی برای سودآوری برخوردارند، می‌توانند در بورس حضور پیدا کنند، ادامه داد: در صورتی که شرکت‌های مدنظر شهرداری از این ویژگی برخوردار باشند، می‌توانند همانند هر شرکت دیگری اقدامات لازم برای پذیرش در بورس را در دستور کار خود قرار دهند.

به گفته صحرایی، شرکت تولید تجهیزات علائم راهنمایی و رانندگی به دلیل سودآوری بالا ازجمله شرکت‌های موردنظر شهرداری تهران برای ورود به بورس است. مدیرعامل شرکت بورس تهران خاطرنشان کرد: ما از حضور این شرکت در بورس استقبال می‌کنیم و اکنون منتظر انجام اقدامات لازم از سوی شهرداری برای ورود این شرکت به بورس هستیم. همچنین در صورتی که شرکت‌های مدنظر شهرداری قابلیت ورود به بورس را نداشته باشند می‌توانند وارد مذاکره برای ورود آنها به فرابورس شوند.

صحرایی افزود: در وضعیت فعلی، شهرداری تهران، صورت‌های مالی مربوط به شرکت مدنظر را به بورس ارائه نکرده است که بتوانیم اعلام کنیم این شرکت‌ها باید به بورس یا فرابورس وارد شوند.

به گفته مدیرعامل شرکت بورس تهران، اکنون تامین مالی اوراق شهرداری‌ها در بورس تهران در حال انجام است. همچنین هر شرکتی که به بورس ورود پیدا می‌کند ضمن افزایش شفافیت، از اجرای حاکمیت شرکتی برخوردار می‌شود و باید دارای صورت‌های مالی حسابرسی شده باشند.

صحرایی با بیان اینکه با این اقدام فعالیت شرکت‌ها نظم پیدا می‌کند، گفت: مدیران شرکت‌ها برای جلوگیری از ضرر اموال مردم باید نهایت دقت را داشته باشند و دیگر اخذ تصمیمات لحظه‌ای و عجولانه از این شرکت‌ها دور می‌شود.

مدیرعامل شرکت مدیریت فناوری بورس اعلام کرد

# شبکه معاملات، ایزوله و بدون نیاز به اینترنت است

مدیرعامل شرکت مدیریت فناوری بورس با بیان اینکه در هفته گذشته با وجود برخی اختلالات در اتصال به اینترنت، انجام معاملات بورس با مشکلی رو به رو نبود، گفت هسته و شبکه معاملات همچنین شبکه کارگزاری‌ها روی یک بستر کاملا ایزوله از شبکه اینترنت قرار دارد، به این معنا که وابستگی به برقراری اینترنت برای استفاده از آن وجود ندارد.

به گزارش سنا، روح‌الله دهقان ادامه داد: در این شرایط، کاربرهایی که از طریق ایستگاه‌های معاملاتی کارگزاری‌ها برای انجام معاملات اقدام می‌کردند با مشکلی رو به رو نبودند، زیرا همواره هسته و شبکه معاملات همچنین شبکه کارگزاری‌ها روی یک بستر کاملا ایزوله از شبکه اینترنت قرار دارد.

به گفته وی، این شبکه‌ها از طریق ایستگاه‌های (نامک) وصل هستند و به این دلیل هیچ اختلالی در این سامانه‌ها وجود نداشته و به طور ۱۰۰درصدی سرویس ارائه می‌دهند. بر این اساس، پایداری ۱۰۰درصدی سامانه‌های بورسی در این دوره وجود داشت.

دهقان به وضعیت بخش دیگری از معامله‌گران که به طور برخط (آنلاین) معامله می‌کنند، اشاره کرد و گفت: این افراد از درگاه شرکت‌های نرم‌افزاری و کارگزاری‌ها به سامانه معاملات وصل می‌شوند؛ اگرچه به دلیل وجود اختلال در اینترنت ممکن بود آنها به سامانه‌ها دسترسی نداشته باشند، اما این عدم دسترسی مقدار قابل ملاحظه‌ای نبود.

مدیرعامل شرکت مدیریت فناوری بورس تاکید کرد: در مقایسه اگر آمار معاملات در روزهای ابتدایی هفته گذشته را با هفته قبل آن که معاملات در شرایط عادی در حال انجام بود، از نظر درصد تعداد معاملات و رقم معاملات بررسی کنیم، متوجه می‌شویم که رقم‌ها به یکدیگر بسیار نزدیک بودند. این موضوع نشان می‌دهد که اختلال در شبکه اینترنتی تاثیر چندانی بر معاملات برخط نگذاشته است.

وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران (سهامی خاص)
اداره کل راه آهن اصفهان

نوبت اول

آگهی دعوت به ارزیابی کیفی
فراخوان عمومی نخست و مناقصه شماره ۴۳/۹۸/۳

اداره کل راه آهن اصفهان در نظر دارد بنابر آئین نامه اجرائی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه گران واجد شرایط و شرکت در مناقصه به شرح زیر اقدام نماید.

۱- شرح مختصر موضوع مناقصه: عملیات نگهداری و تعمیر ساختمان و تاسیسات اداره کل راه آهن اصفهان
۲- مبلغ کل برآورد: ۴۱/۶۶۷/۳۸۳/۲۵۰ ریال بر اساس فهارس بها واحد نگهداری و تعمیر ساختمان و تاسیسات راه آهن در رشته های ابنیه، تاسیسات برقی و تاسیسات مکانیکی سال ۱۳۹۸
۳- مدت و محل اجرا: مدت اجرا ۱۲ ماه بوده و محل اجراء طبق اسناد مناقصه می باشد.
۴- داشتن گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکاری و گواهی صلاحیت پیمانکاری از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور با حداقل رتبه ۵ در رشته های تاسیسات برقی یا مکانیکی یا نیرو و مرتبط بودن موضوع فعالیت شرکت (مندرج در اساسنامه) با موضوع مناقصه فوق الزامی است.
۵- مهلت و نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه: متقاضیان می توانند حداکثر تا ساعت ۱۳ روز پنجشنبه مورخ ۹۸/۰۹/۰۷ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه را دریافت نمایند.
کلیه فرآیند برگزاری مناقصه بجز تحویل پاکات الف مربوط به تضامین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می پذیرد لذا لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه فوق و دریافت گواهی امضای الکترونیکی نسبت به اخذ آنها قدام نمایند.
۶- مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۳ روز دوشنبه مورخ ۹۸/۰۹/۱۸ طریق سامانه فوق
۷- قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.
۸- مدت اعتبار ضمانت های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه می باشد و به درخواست کارفرما به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می باشد.
● شایان ذکر است مناقصه عمومی بصورت یک مرحله ای و با ارزیابی کیفی فشرده انجام می پذیرد و پاکتهای مناقصه گرانی بازگشایی می گردد که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند.

تاریخ چاپ نوبت اول روز یکشنبه مورخ ۹۸/۹/۳
تاریخ چاپ نوبت دوم روز دوشنبه مورخ ۹۸/۹/۴

شناسه آگهی ۶۶۹۹۰۹

اداره کل راه آهن اصفهان

۹۶۵

## نماگر بازار سهام

رشد ۶۲۵ واحدی شاخص بورس در دومین روز آذرماه

### بورس رشد کرد

بورس تهران در نخستین روز هفته و دومین روز از آذرماه، هرچند با رشد قابل توجه شاخص همراه نبود، اما در مجموع، روند مثبتی طی شد و رشد ۶۲۵ واحدی شاخص را در پی داشت. به گزارش ایسنا، شاخص بورس روز گذشته با رشدی کمتر از هزار واحد از ۳۰۵ هزار و ۶۲۲ واحد به ۳۰۶ هزار و ۱۴۵ واحد رسید که افزایش ۶۲۵ واحدی داشته است. این در حالی است که شاخص بورس در ماه‌های گذشته افزایش قابل توجهی داشته و گاها در یک روز چند هزار واحد رشد کرده است. بر این اساس، رشد ۶۲۵ واحد، نوسان قابل توجهی نسبت به معاملات گذشته به شمار نمی‌رود. در بازار دیروز، بیشترین تاثیر منفی را پتروشیمی پردیس، فولاد مبارکه و صنایع مس ایران بر بازار داشتند. از سوی دیگر، پتروشیمی پارس و کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران بالاترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس تهران گذاشتند. در مجموع تا پایان معاملات روز شنبه، حجم سهام معامله‌شده حدود ۲ میلیارد و ۱۳۳ میلیون سهم بوده است. همچنین ارزش کل معاملات ۱۲۵۸ میلیارد تومان بوده که طی ۳۰۵ هزار و ۸۳۲ معامله انجام شده است. شاخص فرابورس نیز بیش از چهار واحد رشد داشت و بر روی کانال ۳ هزار و ۹۵۴ واحد ثابت ماند. همچنین در این بازار ۹۸۶ میلیون و ۲۵۱ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۲۰ هزار و ۵۴۲ میلیارد ریال داد و ستد شد. در بین تمامی نمادها، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، بیمه کوثر (کوثر)، گروه کاغذ صنایع پارس (چکاپا) و فرابورس ایران (فرابورس) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. در مقابل نیز پتروشیمی مارون (مارون) و پتروشیمی زاگرس (زاگرس) مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند.

در آبان ماه اتفاق افتاد

### رشد ۱۶درصدی حجم معاملات بورس کالا

تالارهای مختلف بورس کالای ایران در آبان ماه امسال شاهد معامله ۲ میلیون و ۴۵۳ هزار تن انواع کالا به ارزش بیش از ۱۰۸ هزار میلیارد ریال بود که نسبت به ماه قبل، رشد ۱۶درصدی را در حجم معاملات تجربه کرد.

به گزارش پایگاه خبری بورس کالای ایران، در این مدت، تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی بورس کالای ایران شاهد معامله افزون بر یک میلیون و ۶۳۴ هزار تن انواع کالا به ارزش بیش از ۶۳ هزار و ۷۳۵ میلیارد ریال در دو بخش داخلی و صادراتی بود. در این تالار بالغ بر ۵۴۴ هزار و ۴۰۷ تن انواع قیر، ۲۶۶ هزار و ۱۸۴ تن انواع مواد پلیمری و ۱۲۰ هزار و ۶۴۲ تن مواد شیمیایی معامله شد. از دیگر کالاهای معامله‌شده در این تالار می توان به دادوستد ۵۴۳ هزار و ۹۴۰ تن وکیوم باتوم، ۱۶ هزار و ۲۵۰ تن گوگرد، ۳ هزار و ۶۲ تن عایق رطوبتی، ۴ هزار تن کک، ۱۹۰ تن آرگون، ۴ هزار و ۶۹۲ تن روغن پایه، ۴ هزار تن سلاپس واکس و ۱۳۳ هزار تن لوب‌کات اشاره کرد. تالار محصولات صنعتی و معدنی بورس کالای ایران نیز طی آبان ماه میزبان معامله ۸۰۳ هزار و ۴۳۵ تن انواع کالا به ارزش ۴۳ هزار و ۹۶۵ میلیارد ریال بود. در این تالار ۷۵۶ هزار و ۳۴۴ تن انواع فولاد، ۱۱ هزار و ۲۲۵ تن انواع مس، ۵۱۰ تن کنسانتره مولیبدن، ۳۶ تن کنسانتره، ۱۶ هزار و ۲۲۰ تن آلومینیوم، ۴ هزار تن کک، ۱۰۰ تن شمش روی، ۱۵ هزار تن کنسانتره سنگ آهن و ۵۵ کیلو گرم شمش طلا از سوی مشتریان خریداری شد. همچنین بازار فرعی بورس کالای ایران نیز طی مدت مذکور معامله ۱۶ هزار و ۳۵۸ تن کالا را تجربه کرد.

در آخرین هفته آبان‌ماه رقم خورد

### معامله ۲۹ هزار میلیارد ریال انواع محصول در بورس کالای ایران

در هفته منتهی به ۳۰ آبان ماه، ۶۲۶ هزار و ۵۶۸ تن انواع کالا به ارزش بیش از ۲۹ هزار میلیارد ریال در بازار فیزیکی بورس کالای ایران مورد دادوستد قرار گرفت. به گزارش کالاخبر، طی هفته اخیر و در تالار محصولات صنعتی و معدنی ۲۱۵ هزار و ۲۳۹ تن انواع کالا به ارزش ۱۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال معامله شد. در این تالار ۱۹۸ هزار و ۳۹۷ تن فولاد، ۴ هزار و ۶۶۰ تن مس، ۵ هزار و ۲۰ تن آلومینیوم، ۱۵۰ تن کنسانتره مولیبدن، ۱۲ تن کنسانتره فلزات گرانبها، ۱۸ کیلوگرم شمش طلا، ۵ هزار تن کنسانتره سنگ آهن و ۲ هزار تن کک از سوی مشتریان خریداری شد. همچنین در هفته معاملاتی مذکور در دو بخش داخلی و صادراتی تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی ۳۹۶ هزار و ۲۵۹ تن انواع کالا به ارزش ۱۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال به فروش رسید. در این تالار ۱۲۷ هزار و ۸۱۵ تن قیر، ۱۲۶ هزار و ۵۰۰ تن وکیوم باتوم، ۸۵ هزار و ۲۹۹ تن مواد پلیمری، ۱۸ هزار تن لوب‌کات، ۳۲ هزار و ۴۰۸ تن مواد شیمیایی، ۲۵۰ تن عایق رطوبتی، ۳ هزار تن سلاپس واکس، یک هزار و ۳۵۷ تن روغن، ۶۰ تن آرگون و ۲ هزار و ۶۶۰ تن گوگرد معامله شد.

# تولید فرآورده‌های خام دامی از مرز ۱۵میلیون تن گذشت

رئیس سازمان دامپزشکی کشور گفت تولید فرآورده‌های خام دامی ایران با وجود شرایط تحریم‌ها که دامنه آن به ۴۰ سال می‌رسد، از مرز ۱۵ میلیون تن گذشت.

«علیرضا رفیعی‌پور» روز شنبه در نشست خبری با اشاره به توانمندی کشور در حوزه تولیدات فرآورده‌های خام دامی افزود: ایران اسلامی در ۴۰ سال گذشته با شرایط تحریم روبه‌رو بوده، اما توانسته در حوزه فرآورده‌های دام، طیور، آبزیان و زنبور عسل رتبه‌های یک تا دهم تولید دنیا را از آن خود سازد.

وی اظهار داشت: امسال در هشت ماهه گذشته در زمینه شیر و فرآورده‌های لبنی با وجود تحریم‌ها ۱۴ میلیون و ۷۱۷ هزار کیلوگرم صادرات انجام شد، در حالی که در مدت مشابه سال گذشته این رقم حدود ۳ میلیون و ۵۳۵ هزار کیلوگرم بود.

رفیعی‌پور اضافه کرد: صادرات تخم‌مرغ نطفه‌دار و ماکیان در این مدت به ۸ میلیون و ۶۰۷ هزار قطعه رسید، درحالی که سال گذشته حجم آن ۵ میلیون و ۷۸۷ هزار قطعه بود.

**معدوم‌سازی بیش از ۲ میلیون تن فرآورده خام دامی**

رئیس سازمان دامپزشکی کشور در حوزه نظارت بهداشتی تصریح کرد: هشت ماهه امسال در بازدیدی که از مراکز تولیدی، توزیعی، نگهداری و عرضه انجام شد، بالغ بر ۲میلیون و ۶۲۷ کیلوگرم فرآورده‌های خام دامی معدوم شد. وی اضافه کرد: ضبط ۵ میلیون و ۳۸۷ هزار کیلوگرم فرآورده خام دامی و خارج‌سازی آن از چرخه مصرف انسانی در مدت این گزارش از دیگر اقدامات بود.

رفیعی‌پور در بخش کشتار طیور گفت: کشتار حدود ۴۷۰ میلیون قطعه طیور در کشتارگاه‌ها در دوره هشت ماهه امسال انجام شد که حدود ۴ میلیون و ۲۰۰ هزار قطعه از دسترس انسانی خارج شدند.

وی گفت: همچنین در حوزه دامی میزان دام کشتارشده ( گوسفند و بز) بیش از ۴میلیون و ۳۹۲ هزار رأس دام بود که ۹ هزار و ۳۷۱ کیلوگرم گوشت غیرقابل مصرف تشخیص و از چرخه مصرف خارج شد.

**کاهش ۳۰درصدی کشتار دام مولد**

رئیس سازمان دامپزشکی کشور با بیان اینکه با واردات مشکل بازار گوشت حل شده، گفت: امسال به دلیل بارندگی‌ها، وجود علوفه مناسب، امکان چرای دام و نگهداری دام، کشتار دام مولد ( بره ماده) بین ۲۰ تا ۳۰درصد نسبت به سال گذشته کاهش یافته که این امر می‌تواند موجب افزایش تولید گوشت قرمز در سال آینده شود.

وی یادآور شد: سال گذشته بره نر و ماده گوشتی که وزن ۳۰ تا ۴۰ کیلوگرم داشت، کشتار می‌شد و با توجه به تولید مناسب دام در کشور به نظر می‌رسد در چهار ماه آینده میزان کشتار رشد جهشی پیدا کند به نحوی که بره‌های نر با وزن بالای ۴۰کیلوگرم و گوساله‌های وزن بالای ۲۰۰ کیلوگرم کشتار شوند.

# تغییر در روند ثبت گوشی مسافری

افرادی که دستگاه‌های سیم‌کارت‌خور را از خارج کشور خریداری کرده‌اند، برای استفاده از دستگاه خود بیشتر از ۳۰ روز، باید پس از پرداخت عوارض دستگاه در گمرک، نسبت به ثبت دستگاه اقدام کنند.

به گزارش ایسنا، پس از اجرای طرح رجیستری، برخی از فروشندگان سودجو در بازار به افزایش قیمت گوشی با این بهانه اقدام کردند، در صورتی که مسئولان بارها اظهار کردند رجیستری هزینه‌ای ندارد و نباید باعث افزایش قیمت شود. از طرفی در یک سال گذشته، موضوع افزایش نرخ ارز نیز با توجه به ماهیت وارداتی بودن گوشی‌ها، موجب افزایش دو تا سه برابری قیمت گوشی‌ها شد.

در عین حال، واردات گوشی‌های مسافری با هزینه پایین‌تر، موجب شد سودجویان که مسافر نبودند هم، از این امکان فراهم‌شده که با استفاده از کارت ملی، امکان واردات یک گوشی وجود داشت، استفاده کنند. در برهه‌ای شرایط این‌طور بود که قاچاقچی بارش را بدون ثبت سفارش به صورت قاچاق وارد کشور می‌کرد و با عنوان گوشی مسافری می‌توانست کد رجیستری بگیرد.

اما موضوع واردات گوشی مسافری توسط کسانی که واقعا مسافر نبودند و از اطلاعات مسافران سوءاستفاده کردند، به اینجا ختم نشد. اگرچه با اتصال سامانه‌های نیروی انتظامی و گمرک، دیگر فقط کارت ملی برای واردات گوشی مسافری کافی نیست و مسافر واقعی می‌تواند از این امکان استفاده کند، برخی با گرفتن اطلاعات مسافران، به واردات گوشی به اسم آنها اقدام کردند.

به همین دلیل پس از مدتی، این روند شکل صحیح‌تری به خود گرفت؛ همان‌طور که وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات اظهار کرد که موضوع وصل سیستم سامانه نیروی انتظامی به گمرک مطرح است که باید اتفاق می‌افتاد. قرار بود این اتصال برای مشخص شدن دقیق واردات گوشی از طریق مسافر صورت بگیرد، نه‌این‌که به اسم بار مسافر، بتوان خارج از روال‌های مورد تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت، گوشی وارد کرد.

از طرفی خرید و فروش اطلاعات مسافران حتی با رضایت ایشان، سوءاستفاده از واردات مسافری است و درصورتی‌که تلفن همراهی از خارج از کشور خریداری نشده و همراه مسافر وارد نشده باشد، شخص مسافر قانوناً مجاز نیست از طریق اطلاعات هویتی خود (شخصاً یا از طریق فروش اطلاعات خود به غیر) به ثبت تلفن همراه قاچاق اقدام کند و در صورت انجام، قطعاً مرتکب خلاف‌اظهاری به گمرک شده و مسئولیت حقوقی آن متوجه فرد مسافر خواهد بود.

**ثبت دستگاه صرفا در گمرک**

اما به‌تازگی در سامانه اطلاع‌رسانی همتا اعلام شده روند ثبت دستگاه‌های مسافری تغییر کرده است. بدین ترتیب مسافران سفرهای خارجی، باید دقت داشته باشند در صورتی که دستگاهی را از خارج کشور تهیه کرده‌اند و تمایل دارند بیشتر از ۳۰ روز از خدمات اپراتورهای داخل کشور، روی دستگاه خود استفاده کنند، باید نسبت به ثبت دستگاه خود اقدام کنند. برای ثبت دستگاه، ابتدا باید عوارض دستگاه در گمرک پرداخت شود. پس از ثبت اطلاعات در گمرک و پرداخت عوارض، صفحه ارسال اطلاعات به همتا نمایان می‌شود که با انتخاب گزینه ارسال اطلاعات به همتا اطلاعات برای سامانه همتا ارسال می‌شود و در صورت تأیید اطلاعات توسط سامانه همتا، پیامکی برای پرداخت تعرفه بابت خدمات همتا به شما ارسال می‌شود.

پس از پرداخت این هزینه در سامانه همتا، بلافاصله کد فعال‌سازی به شماره سیم‌کارت ثبت‌شده در گمرک پیامک می‌شود. البته فقط دستگاه‌هایی که اطلاعات آنها صحیح و کامل باشد ثبت می‌شوند. در صورتی که دستگاه را به صورت مسافری ثبت کرده‌اید و دستگاه‌تان قانونی شده ولی کد فعال‌سازی برای شما ارسال نشده است، با شماره همراهی که در گمرک ثبت کرده‌اید به سایت همتا مراجعه کنید.

## اخبار

### وجود ۱۰ میلیون تن ذخایر کالا در کشور

معاون بازرگانی داخلی وزارت صنعت گفت پس از افزایش قیمت بنزین با اعمال مدیریت‌های لازم، ۸۰درصد کالاها دارای ثبات کلی در کشور بوده است.

به گزارش وزارت صنعت، معدن و تجارت، «عباس قبادی» در جلسه ستاد تنظیم بازار کشور که با حضور معاون اول رئیس جمهوری و وزیران صنعت، دادگستری و تعاون برگزار شد، افزود: با توجه به اهمیت ویژه تنظیم بازار کشور در سال جاری و همچنین شرایط حاضر که موجب برگزاری روزانه جلسات ستاد تنظیم بازار شده است، از ابتدای امسال ۳۴ جلسه ستاد تنظیم بازار برگزار شده و این در حالی است که در سال ۹۷، در مجموع ۳۵ جلسه برگزار شده بود.

وی ادامه داد: در سال ۹۷، ستاد تنظیم بازار کشور در مجموع ۶۷۱ مصوبه داشت در حالی که از سال ۹۸، در این ستاد ۵۰۰ مصوبه گذرانده شده و بالای ۸۰درصد مصوبات هم اجرایی شده‌اند.

معاون وزیر صنعت اعلام کرد: سال گذشته بالغ بر ۲۱ میلیون تن کالای اساسی با ارز ۴۲۰۰ وارد کشور شده است و در هفت ماهه نخست امسال ۱۴ میلیون تن وارد و ذخیره شده است که ۱۰ میلیون تن ذخایر کالا تا قبل از شروع طرح افزایش قیمت بنزین بوده است.

وی افزود: بیش از ۲۰ هزار تن کالا در ایام محرم و اربعین عرضه شده و همچنین توزیع ۲۲۵ هزار تن کالای اساسی برای ماه رمضان انجام شده است و با توجه به اینکه در ایام نوروز سال گذشته ۶۰ هزارتن ذخیره میوه داشتیم، امسال نیز ذخیره‌سازی اقلام موردنظر آغاز شده است.

### تولید دارو ۳۱درصد افزایش یافت

در نیمه نخست امسال تولید ۱۹ قلم از ۳۱ مورد کالای منتخب صنعتی نسبت به مدت مشابه در سال گذشته افزایش داشته و تولید داروی انسانی نیز ۳۰.۹درصد بیشتر شده است.

به گزارش ایسنا، براساس جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ سیگار، داروی انسانی و سموم دفع آفات نباتی بیشترین افزایش تولید را به خود اختصاص داده‌اند، به‌طوری‌که در نیمه اول امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته تولید این سه محصول به ترتیب ۳۴.۶، ۳۰.۹ و ۲۶.۶ افزایش داشته است. در شش ماهه نخست امسال ۲۶ میلیارد و ۴۴۰ میلیون نخ سیگار، ۲۳ میلیارد و ۲۰۰ میلیون عدد داروی انسانی و ۱۹ هزار و ۸۰۰ تن سموم دفع آفات نباتی تولید شده است.

از طرف دیگر طبق آمارها بیشترین کاهش تولید مربوط به کامیون کشنده، کمباین و اتوبوس - مینی‌بوس - ون است که تولید آنها در نیمه اول امسال ۶۶.۱، ۶۴.۵ و ۵۸.۶ درصد کاهش یافته است؛ به‌طوری که در شش ماهه نخست سال گذشته ۶۲۳۴ دستگاه کامیون کشنده، ۵۳۳ دستگاه کمباین و ۲۱۹۳ دستگاه اتوبوس - مینی‌بوس - ون تولید شده، اما تولید این محصولات در شش ماهه اول امسال به ترتیب به ۲۱۱۳، ۱۸۹ و ۹۰۷ دستگاه رسیده است.

تولید وانت نیز افزایش یافت

در این میان اما تولید تراکتور و وانت در گروه ماشین‌آلات افزایشی بوده، به‌طوری‌که در نیمه اول امسال ۹۰۶۳ دستگاه تراکتور و ۲۸ هزار و ۴۰۰ دستگاه وانت تولید شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته به ترتیب ۲۴.۳ و ۴.۶درصد افزایش داشته است.

همچنین آمارها نشان می‌دهد که تولید لاستیک خودرو در این مدت ۱۱.۶درصد کاهش داشته و از ۱۰۰ هزار و ۹۰۰ تن در نیمه اول سال گذشته به ۸۹ هزار و ۲۰۰ تن در شش ماهه اول امسال رسیده است.

### افزایش ۴۰درصدی بازرسی‌های بازار در یک هفته

رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان گفت در هفته بعد از افزایش قیمت بنزین، تعداد بازرسی‌های بازرسان سازمان حمایت در سطح کشور، ۳۹.۶درصد افزایش یافته است.

به گزارش وزارت صنعت، معدن و تجارت، «عباس تابش» در جلسه ستاد تنظیم بازار کشور که با حضور معاون اول رئیس جمهوری، وزیران صنعت، دادگستری و کار برگزار شد، گفت: در این مدت تعداد پرونده‌های تشکیل شده ۴۵.۵درصد و همچنین ارزش ریالی پرونده‌های متشکله ۱۹۳.۴۴درصد با رشد مواجه بوده است.

وی ادامه داد: براساس اعلام بانک مرکزی اجرای طرح افزایش قیمت بنزین، ۴درصد تورم در پی خواهد داشت و مرکز پژوهش‌های بازرگانی تورم مستقیم را ۴.۱ تورم غیرمستقیم را ۱.۷ اعلام کرده است.

معاون وزیر صنعت افزود: طرح تشدید بازرسی در این راستا و در سطح استان‌ها در حال اجراست، از استان‌ها خواستیم از ابزار بورس استفاده کنند که بورس عامل افزایش قیمت‌ها نشود.

تابش خاطرنشان کرد: از سرمنشأ کالا روند قیمتی را مورد بازرسی و رصد قرار می‌دهیم؛ آمار نشان می‌دهد در هفت ماهه نخست امسال نسبت به مدت مشابه سال ۹۷ تعداد بازرسی‌ها ۱۲.۷درصد افزایش یافته است و تعداد پرونده‌های متشکله ۵۶.۶و ارزش ریالی پرونده‌ها ۷۳درصد افزایش داشته است.

وی اعلام کرد: روند قیمتی ۵۳ قلم از ۱۰۰ قلم کالای اساسی و موردنیاز مردم که مورد رصد روزانه است، کاهشی است؛ چنانچه افزایش ۱۶ مورد بالای ۵درصد و قیمت ۲۲ قلم ثابت بوده است.

رئیس سازمان حمایت تصریح کرد: با اجرای طرح افزایش قیمت بنزین، جو روانی روی کالا و خدمات تاثیری نداشته و مدیریت اعمال شده است. با توجه با ابلاغ عدم افزایش قیمت به ۹۶ انجمن و تشکل بخش خصوصی، خوشبختانه انجمن‌های مختلف صنفی و صنعتی کشور همکاری خوبی داشته‌اند که امیدوارم این روند تداوم داشته باشد.

# افزایش قیمت بنزین چقدر به کاهش آلودگی هوا کمک می‌کند؟

آلودگی هوا در کلانشهرها به ویژه تهران مساله غریبی نیست، بنابر گزارش‌های اعلام شـده، منابع متحرک با ۷۰درصد بیشترین سـهم را در آلودگی هوا دارند بر این اساس کارشناسان معتقدند کاهش تردد خودرو در سطح شهر می‌تواند یکی از بهترین راهکارها در کاهش آلودگی هوا باشـد که به نظر می‌رسد با افزایش قیمت بنزین در کشور این مهم خودبه‌خود محقق شود، البته دست یافتن به نتیجه قطعی به کار کارشناسی بیشتری نیاز دارد.

آلودگـی هوا با توجه به پیامدهـای زیان‌بار آن به یکی از ملموس‌ترین معضلات زیست محیطی شـهرهای بزرگ به ویژه تهران تبدیل شده است، به گزارش بانک جهانـی، تهران در میان ۲۶ شـهر بـزرگ دنیا به لحاظ ذرات معلـق کمتر از ۱۰ میکرون در رده ۱۲ قرار دارد، آلودگی هوا یکی از عوامل زیست محیطی خطرناک از جنبه بهداشـتی در ایران است که بیماری‌هایی مانند آسم، سرطان ریه، آلزایمر، پارکینسون و سکته را در پی دارد، علاوه بر این سالانه در تهران حدود ۴ هزار نفر بر اثر آلودگی هوا جان خود را از دست می‌دهند.

بیشترین مشکل آلودگی هوا در تهران، ذرات معلق آلاینده است که میزان تولید سـالانه آنها به ۸.۶ هزار تُن می‌رسـد و از این میزان سهم منابع متحرک ۷۰درصد است، در میان منابع متحرک، وسایل نقلیه سنگین بیشترین سهم را در انتشار ذرات معلق دارند و در میان وسایله نقلیه سنگین، اتوبوس‌های بخش خصوصی ۳۵درصد، اتوبوس‌های شهری تهران ۲۸درصد و در نهایت کامیون‌ها ۲۸درصد بیشترین میزان انتشار ذرات معلق را دارند.

البته دولت در سـال‌های اخیر توانست با به‌کارگیری استانداردهای سوخت یورو ۴، بهبود مدیریت ترافیک، بهبود حمل و نقل عمومی (BRTو مترو)، تعداد روزهای ناسـالم را کاهش دهد، آمارها نشان می‌دهد از ابتدای امسال تا به امروز؛ تهران ۲۵ روز هوای پاک، ۱۸۳ روز قابل قبول، ۳۸ روز ناسـالم برای گروه‌های حساس و یک روز ناسالم برای تمام گروه‌ها داشته است این در حالی است که در تمام طول سال ۹۷، تعـداد روزهـای پـاک ۲۸ روز، قابل قبول ۲۷۸ روز و ناسـالم برای گروه‌های حساس ۵۹ روز بوده و روز ناسالم برای تمام گروه‌ها ثبت نشده است.

تهران دارای جمعیتی حدود ۸.۵ میلیون نفر ثابت است که با ورود ساکنان حومه شهر برای انجام امور شغلی این رقم در طول روز به بیش از ۱۲.۵ میلیون نفر افزایش می‌یابد، در طول روز بیش از ۱۷ میلیون رفت و آمد با وسایل نقلیه انجام می‌شود که فناوری بسیاری از آنها منسوخ شده است از سوی دیگر مساله توپوگرافی، آب و هوایی و موقعیت جغرافیایی شهر تهران است زیرا در ارتفاعات بالا نسبت به سطح دریا قرار دارد و توسط رشته کوه البرز احاطه شده است که این موضوع آلودگی هوا را تشـدید می‌کند چون کوه مانع خروج آلودگی از هوای شـهر می‌شود، در فصول سرد سال نیز بروز پدیده وارونگی دما بر میزان آلودگی هوا دامن می‌زند.

البته برخی کارشناسان معتقدند که باید تردد خودروها در سطح شهر کاهش یابد و یکی از راهکارها افزایش قیمت سـوخت است، هرچند دولت اواخر هفته گذشته اقدام به افزایش قیمت بنزین کرده که شـاید با هدف اصلی محیط زیسـتی نبوده اما خودبه‌خود این روند به کمک محیط زیسـت آمد به طوری که عیسی کلانتری معاون رئیس جمهوری و رئیس سازمان حفاظت محیط زیست اعلام کرد که اجرای سهمیه‌بندی بنزین نه‌تنها از حجم مصرف آن در کشور می‌کاهد بلکه این اقدام تاثیر مثبتی بر محیط زیست به ویژه کاهش آلودگی هوا در کلانشهرها دارد.

وی افزود: روزانه ۱۰۰ میلیون لیتر بنزین در ایران مصرف می‌شـود و بر همین اسـاس اینک صنعت خودرو از عمده‌ترین عوامل آلودگی زیست محیطی در سطح کشور است، در چنین شرایطی سهمیه‌بندی عمومی عرضه بنزین تاثیری چشمگیر در مدیریـت مصرف آن، کاهش آلودگی هـوا و ترافیک خودرویی و برخی دیگر از معضلات شهری دارد.

همچنین مسعود تجریشی معاون محیط زیست انسانی سازمان حفاظت محیط زیسـت در گفت‌وگو با خبرنگار علمی ایرنا، گفت: براسـاس منابع غیررسمی گفته می‌شود مصرف بنزین حدود ۲۰درصد کاهش یافته است حال باید ببینیم که سهم شهرهای مختلف در این میان چقدر است.

وی با اشاره به نقش خودروها در آلودگی هوا به ویژه در کلانشهرها افزود: براساس نتایج بررسـی‌های انجام‌شده مشخص شد که سهم گازوئیل در آلودگی هوا بیشتر از بنزین اسـت، در واقع سـهم خودروهای سنگین در آلودگی هوا حدود ۷۵درصد است، خودروهای سبک نیز نسبت به موتورسیکلت سهم کمتری دارد بنابراین سهم خودروهای بنزینی در آلودگی هوا نسـبت به خودروهای سنگین گازوئیلی خیلی زیاد نیست اما قطعا مساله افزایش قیمت بنزین که به کاهش تردد منجر شود نیز می‌تواند مصرف سوخت و ترافیک را کمتر و به کم شدن آلودگی هوا کمک کند.

# سوخت سرویس مدارس ماهانه تا ۱۲۰ لیتر شارژ می‌شود

وزیر آموزش و پرورش با تاکید بر اینکه نباید سـرویس‌های مدارس دریافتی خود از والدین را افزایش دهند، گفت براساس تصمیم‌گیری کارگروه سوخت قرار است براساس پیمایش سرویس‌های مدارس و پس از ثبت‌نام رانندگان در سامانه وزارت کشور، ماهانه تا سقف ۱۲۰ لیتر کارت سوخت رانندگان شارژ شود.

«محسـن حاجی میرزایی» روز شـنبه بعد از امضـای تفاهم‌نامه همکاری در حـوزه مسـکن بین وزارت راه و شهرسـازی و وزارت آمـوزش و پرورش که در ساختمان «دادمان» وزارت راه برگزار شد، در جمع خبرنگاران گفت: دولت تدبیر و امید تاکید داشـتند که برای معیشـت معلمان تلاش شـود و بر همین اساس طرح رتبه‌بندی معلمان به زودی در جلسـه هیات دولت به تصویب می‌رسـد و همچنیـن اقداماتی برای افزایش خدمات بیمه بـه معلمان بدون افزایش میزان پرداختی در نظر گرفته شده است.

وی به تفاهمنامه با وزارت راه برای سـاخت ۱۷۰ هزار واحد مسـکونی اشاره کرد و گفت: از مجموع فرهنگیان کشـور ۱۷۰ هزار نفر فاقد مسکن هستند و بر همین اسـاس با تلاش مشترک دو وزارتخانه راه و مسکن و آموزش و پرورش و با کلیه امکانات مشترک (زمین و ...) به میدان می‌آییم تا فرهنگیان فاقد مسکن صاحبخانه شوند.

وزیـر آموزش و پـرورش خبر داد کـه ۳۰۵ تعاونی مسـکن فرهنگیان ذیل تفاهمنامه امروز برای احداث و ساخت مسکن فرهنگیان پای کار می‌آید.

حاجی میرزایی در جمع خبرنگاران نیز در پاسخ به سوالی درخصوص وضعیت بودجـه ۹۹ آموزش و پـرورش، گفت: بودجه آموزش و پرورش از یک مشـکل مزمن سالیانه رنج می‌برد و معمولا برآورد درستی از هزینه‌های آموزش و پرورش نمی‌شود و بر همین اساس هرساله مطالبات محقق نشده زیادی باقی می‌ماند که به سال‌های بعد موکول می‌شود.

وی با ابراز امیدواری از اینکه بودجه سـال ۹۹ آموزش و پرورش واقع‌بینانه‌تر تدوین شـود، گفت: تلاش ما این اسـت کـه با پیگیری‌های انجام‌شـده برآورد هزینه‌های آموزش و پرورش واقعی باشـد و در سـال آینده با مشکلات کمتری واجه شـویم. وزیر آموزش و پرورش گفت: در تدویـن لایحه و ارقام بودجه ۹۹ آموزش‌و پرورش با کارشناسان سازمان برنامه‌و بودجه مذاکره و ارتباطات خوبی داریم و امیدواریم بتوانیم مشـکلات سـال‌های اخیر بودجه آموزش و پرورش را حل کنیم. حاجی میرزایی درخصوص سهمیه سوخت سرویس مدارس نیز گفت: براساس تصمیم‌گیری کارگروه سوخت قرار است براساس پیمایش سرویس‌های مدارس و پس از ثبت‌نام رانندگان سـرویس در سـامانه وزارت کشور، ماهانه تا سقف ۱۲۰ لیتر کارت سوخت رانندگان شارژ شود.

وزیر آموزش و پرورش خبر داد که این سهمیه از روز ۲۴ آبان که سهمیه‌بندی بنزیـن آغاز شـد، به رانندگان سـرویس مدارس تعلق می‌گیـرد و گفت: نباید سرویس‌های مدارس دریافتی خود را افزایش دهند.

وی همچنیـن دربـاره تبدیل وضعیـت معلمان حق‌التدریسـی، گفت: قانون اسـتخدام حق‌التدریسـی‌ها در مجلس تصویب شـد، دولت نیز آیین‌نامه آن را به تصویب رسـاند. شـیوه نامه موردنظر تنظیم شده و امروز به ادارات آموزش و پرورش ابلاغ می‌شود.

حاجـی میرزایی گفت: از امروز امکان تبدیل وضعیت حق‌التدریسـی‌ها وجود دارد، همچنین در آزمون اسـتخدامی که پنجشنبه هفته گذشته برگزار شد ۱۰ هزار نفر در وزارت آموزش و پرورش جذب خواهند شد.

وزیـر آموزش و پـرورش درخصوص اینکه آیـا در طرح مسـکن فرهنگیان، بازنشسـتگان و معلمان حق‌التحریری نیز شـرکت داده می‌شوند، گفت: تمامی بازنشسـتگان فاقد مسـکن و همچنین مجموعه معلمانی که با وزارت آموزش‌و پرورش همکاری دارند در این طرح مشارکت داده می‌شوند.

حاجـی میرزایی درباره جزییـات طرح رتبه‌بندی معلمان نیـز به خبرنگاران گفـت: این طرح پـس از تصویب در دولت، به زودی اجرا می‌شـود و زمان آغاز آن از ابتدای مهر ۹۸ اسـت، همه معلمانی که از مهر امسـال با وزارت آموزش و پرورش همکاری داشـته‌اند و دو سال سـابقه کار دارند در طرح رتبه‌بندی قرار داده می‌شوند.

وی گفت: براساس این طرح صلاحیت‌های حرفه‌ای معلمان رتبه‌بندی شده و بـه هر رتبه امتیاز خاصی تعلق می‌گیرد و معلمان از امتیازات متفاوتی برخوردار می‌شوند که نسبت به امتیاز کسب‌شده از امکانات متفاوتی بهره‌مند می‌شوند .

وزیر آموزش و پرورش گفت: این طرح در راسـتای بهبود معیشت فرهنگیان اجرایی خواهد شد.

# کمبود برخی از انواع لاستیک به دلیل فقدان برنامه‌ریزی وزارت صمت

در حالی که رانندگان خودروهای نیمه سـنگین از فقدان لاستیک ابراز گلایه می‌کنند، دسـت انـدرکاران می‌گویند ضعف برنامه‌ریـزی وزارت صمت موجب کمبود برخی انواع لاستیک شده است.

به گزارش خبرنگار مهر، حدود ۱۰ روز است که رانندگان خودروهای سنگین و نیمه سـنگین قدیمی‌تر خصوصا خاورها و مینی‌بوس‌ها از کمبود لاستیک در پایانه‌های بار گلایه‌مند هسـتند، بـا این حال برخی از کامیـون‌داران برندهای خارجی از جمله اسکانیا نیز این مشکل را گوشزد کرده‌اند.

یکی از مالکان کامیون اسـکانیا در گفت وگو با خبرنگار مهر، درباره مشـکل کمبود لاسـتیک گفت: به اتحادیه صنفـی رانندگان برای دریافت حواله مراجعه کردیم، که از صدور حواله برای لاستیک برند اروپایی خودداری کرد.

وی افزود: این در حالی اسـت که با مراجعه به فروشـگاه لاستیک سنگین در پایانه حمل و نقل، از وجود چنین برندهایی در فروشگاه مطمئن بودیم اما بدون حواله سهمیه لاستیک دولتی، امکان خرید این لاستیک‌ها وجود ندارد.

در همیـن خصوص داریـوش باقرجوان، مدیر طرح توزیع لاسـتیک سـهمیه‌ای خودروهای سـنگین در سـازمان راهـداری و حمل و نقل جاده‌ای در گفت وگو با خبرنگار مهر درباره کمبود لاستیک خودروهای سـنگین بین شـهری در برخی پایانه‌های حمل و نقل اظهار داشت: در حال حاضر در سـبد تامین مـا، برندهای مختلفی وجود دارد و احتمالا رانندگانی که از کمبود لاستیک ابراز نگرانی می‌کنند، احتمالا به دنبال برندهای خاصی هستند که برند موردنظر آنها موجود نبوده است وگرنه در حال حاضر لاسـتیک‌های مختلف خودروهای سنگین در سبدهای توزیع سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای موجود است.

وی بـا رد ایـن ادعا که تولیدکننـدگان داخلی از عرضه لاسـتیک خودداری می‌کننـد، افزود: توزیع لاسـتیک ایـن نوع خودروها از طریـق ادارات کل راه و شهرسـازی اسـتان‌ها و همـکاری انجمن‌ها صنفی اسـتانی رانـندگان حمل و نقل برون‌شـهری انجام می‌شـود که حواله را صادر کرده و در ادارات کل راه و شهرسـازی استان‌ها ثبت می‌شود و سـپس با مراجعه به پایانه‌ها، می‌توانند آن را دریافت کنند، اما ممکن اسـت برای سـایز یا برند خاصی از سـوی متقاضی درخواست صدور حواله شود که آن سایز یا برند خاص موجود نباشد.

کدام لاستیک‌ها کمیاب شده است؟

باقرجوان درباره سـایزهای لاستیک سنگین که در کشور کمبود داریم، گفت: تایرهای سـایز ۳۱۵ و ۳۸۵ را در کشـور مازاد داریم اما در زمینه لاستیک‌های سایز ۱۲۲۴، مینی‌بوسی و خاوری کمبود وجود دارد و در حال پیگیری از طریق وزارت صنعت، معدن و تجارت برای تأمین این کمبود هستیم.

وی علت کمبود برخی سایزها را واردات بیش از نیاز لاستیک‌های سایز ۳۱۵ و ۳۸۵ در برهه‌ای از زمان عنوان کرد و یادآور شد: وزارت صنعت باید برای واردات لاسـتیک خاوری سـریع‌تر اقدام کند؛ به خصوص که متقاضیان لاسـتیک‌های خاوری، ۱۲۲۴ و مینی‌بوسی بسیار زیاد هستند. به گفته او، مصرف لاستیک‌های ۱۲۲۴ در خودروهای سنگین کفی و تریلی بسیار بالاست.

## اخبار

جای خالی مرکز طراحی و توسعه در صنعت خودروی ایران

### صنعت خودروی ایران دور از خلاقیت در طراحی

ایجاد یک مرکز طراحی و توسـعه مشـترک خودرو در همکاری نزدیک خودروسـازان داخلی با بخش خصوصی و مشاوران خارجی می‌تواند راهکار مناسـبی برای یادگیـری تخصصی اجزای مختلف طراحی خودرو در این مرکز و کاهش هزینه و زمان طراحی خودرو برای خودروسازان ایرانی در جهت بهبود رقابت‌پذیری باشد.

طراحـی در دنیـای خودرو اهمیـت زیـادی دارد و به عنوان حرفـه‌ای کاملا تخصصـی از مرحله ایده تا سـاخت نمونه اولیه را شـامل می‌شـود. یکی از عوامل موفقیت شـرکت‌های مطرح خودروسازی در جهان، اسـتفاده از طراحی‌های منحصر به فرد و همکاری با طراحان سرشـناس است. طراحی خودرو یک کار گروهی و حاصل همکاری طراحان، مهندسان و حتی شرکت‌های مختلف است و لذا کار گروهی و جمع ایده‌های طراحان منفرد از اهمیت بالایی برخوردار اسـت. این نوع طراحی از مرحله ایده تا تولیـد، هزینه و زمان زیادی را به خود اختصاص می‌دهد. هزینه طراحی یک خودرو بسـته به اینکه بهبود طراحی‌های گذشته یا طراحی کامال جدید باشد، بین ۱۰۰ میلیون تا یک میلیارد دلار هزینه در بر داشـته و بین ۲ تا ۴ سـال طول می‌کشد. طراحی خـودرو مراحل مختلفی از ایده اولیه تا تولید را در بر می‌گیرد و اگرچه ممکن اسـت تفاوت‌هایی بین شرکت‌های مختلف داشته باشد.

بـا توجه به هزینه بالای نوآوری در طراحی خودرو، شـرکت‌های خودروسـازی با هدف افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و افزایش جذابیت محصولات، رویکرد پیشـین در زمینه انجام تمامی مراحل طراحی در داخل شـرکت را کنار گذاشـته‌اند و در سال‌های اخیر همکاری مشترک شرکت‌های خودروساز در زمینه طراحی، به‌دلیل صرفه اقتصادی و به اشـتراک‌گذاری توانمندی‌ها رواج یافته است. بـرای مثال، شـرکت‌های «تویوتا»، «بی‌ام‌و» و «پژو» شـرکتی در کشور چک راه‌اندازی کرده‌اند که به‌طور مشترک طراحی و ساخت موتور دیزل را انجام می‌دهد و آن را با قیمت رقابتی برای هر سـه خودروسـاز عرضه می‌کند؛ که این کار سـبب می‌شـود هزینه‌های توسعه کاهش یابد.

همچنین برون‌سـپاری بخش‌هایی یا تمامـی فرآیند طراحی و سـاخت نیز بسـیار معمول اسـت. این برون‌سـپاری معمولا بـه دلیل تخصص و یـا مهارت شـرکت‌ها در طراحی مدل‌های خـاص یا دلایلی نظیر زیبایی در طراحی، کارایی و ایمنی اتفاق می‌افتد. شـرکت‌هایی نظیر «برتـون»، «هولیـز»، «والمت» و «ولیام-کارمن» در زمینه طراحی و تولید خودرو به شرکت‌های خودروسـازی خدمات ارائـه می‌دهند. به عنوان مثال، شـرکت ایتالیایی «پینینفارینا» برای بیش از ۵۰ سال طراحی مدل‌هایی از خودروهای مرسـدس، فراری، مازراتی، آلفا رومئو، پژو و فیات را انجـام می‌دهـد. این شـرکت علاوه بر طراحی خـودرو برای برندهای مطرح جهانی، با شـرکت‌های خودروسـازی آسـیایی مانند شـرکت‌های کره‌ای هیوندای و دوو و شـرکت‌های چینی نظیر چری، جک و برلیانس نیز همکاری دارد. این شرکت تمامی مراحل طراحی و توسـعه خودرو نظیر طراحی اولیه (طرح اولیه و تصاویر)، مدل سه‌بعدی مجازی (مدل‌سازی مجازی، مطالعات امکان‌سـنجی، مطالعات آیرودینامیکی)، مدل فیزیکی (ماکت)، تست‌ها و آزمایش‌های مختلف (اسکن نوری، تونل باد، پایداری، مهندسی معکوس) و ساخت مدل نهایی را انجام می‌دهد.

مرکـز مطالعات بازرگانـی وزارت صنعت، معـدن، تجارت در گزارشـی به موضوع طراحی در صنعت خودروی کشور پرداخته و نوشـته است: «از ابتدای شـکل‌گیری صنعت خودرو در ایران تاکنـون یکـی از مهمترین ضعف‌هـا و حلقه‌هـای مفقوده این صنعت، نداشـتن توان طراحی خودرو و توسعه پلتفرم در داخل کشور بوده است. اولین تجربه موفق ایران در این زمینه، طراحی خودرو سـمند روی شاسـی پـژو ۴۱۰ و با مشـاوره طراحان و مهندسان انگلیسی، آلمانی، اتریشی و کره‌ای بوده است. طراحی ایـن خـودرو در دهه ۷۰ شمسـی حدود ۵۰۰ میلیـارد تومان (معادل ۵۰۰ میلیون دلار) هزینه داشته و بیش از شش سال به طول انجامیده اسـت. با توجه به اینکه پلتفرم این خودرو با پژو ۴۱۰ مشترک اسـت، این زمان و هزینه در مقیاس جهانی زیاد محسـوب می‌شـود. علاوه بر این پس از معرفی سمند در سال ۱۳۸۱، ایران خودرو عمدتا بر روی فیس‌لیفت محصولات موجود تمرکز کرده اسـت و پلتفرم جدیدی توسعه نیافته است. این در حالی است که عمر طراحی خودرو در جهان کاهش یافته است؛ بـرای مثال، در کشـور کره جنوبی عمر طراحـی خودرو حدود چهار سال است و پس از آن خودرو با چهره جدید یا بازطراحی ارائه می‌شود.»

در ادامه این گزارش نوشـته شـده: «در سـال‌های گذشـته طراحی و توسـعه توسط شرکت‌های داخلی نیز مورد توجه قرار گرفته است و در سـال ۱۳۹۶ نیز قراردادی بین ایران خودرو و ۱۰ شـرکت از کشـورهای مختلف از جمله، آلمان، ایتالیا، کره جنوبـی و بلژیـک به ارزش بیـش از ۲۵۰ میلیـون دلار جهت طراحی و توسـعه پلتفرم جدید منعقد شده است. در صورتی که این همکاری تداوم یابد و منجر به یادگیری طرف ایرانی و ایجاد توان طراحی بین شرکت‌های ایرانی همکار گردد و تحت‌الشعاع محدودیت‌های تحریم واقع نشـود، صنعت خودرو ایران می‌تواند توانایی طراحی و تولید کامل یک پلتفرم را کسـب کند. مسئله مهم در این نوع همکاری‌ها آن اسـت کـه اولا یادگیری به طور کامل انجام پذیرفته و طرف ایرانی درگیر، به نحوی فعالیت کند کـه از انتقال دانـش طراحی اطمینان حاصل شـود و در ثانی، بخـش خصوصی به عنـوان عنصر اصلی در ایـن زمینه فعالیت کـرده و در ارتباط با خودروسـازان، انباشـت دانـشِ چگونگی طراحی خودرو در کشور شکل گیرد.»

همچنیـن ایـن گـزارش پیشـنهاد داده اسـت: «ایجاد یک مرکز طراحی و توسـعه مشـترک خودرو در همـکاری نزدیک خودروسـازان داخلـی با بخـش خصوصی و مشـاوران خارجی می‌تواند راهکار مناسبی برای یادگیری تخصصی اجزای مختلف طراحـی خـودرو در این مرکز و کاهش هزینـه و زمان طراحی خودرو برای خودروسـازان ایرانـی در جهت بهبود رقابت‌پذیری باشد.»

## افتتاح نخستین مرکز رشد و کارآفرینی آموزش‌وپرورش کشور

نخستین مرکز رشد و کارآفرینی آموزش‌وپرورش کشور افتتاح شد. به گزارش ایسنا، با حضور رئیس سازمان آموزش‌وپرورش استثنائی کشور، مدیرکل دفتر آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کاردانش وزارت آموزش و پرورش و مدیرکل آموزش‌وپرورش خراسان رضوی نخستین مرکز رشد و کارآفرینی آموزش‌وپرورش کشور(مرکاپ) در مشهد مقدس افتتاح شد. نخستین مرکز رشد و کارآفرینی آموزش‌وپرورش کشور با زیربنایی بالغبر ۳۲۰ مترمربع و بااعتباری بالغبر ۵ میلیارد ریال در مشهد مقدس افتتاح شد. رئیس سازمان آموزش‌وپرورش استثنائی کشور در این مراسم اظهار کرد: تدوین نظام جامع مهارتی و کارآفرینی در آموزش‌وپرورش کشور یک ضرورت بسیار مهم است که ایده‌های بزرگی همچون ایجاد مرکز رشد و کارآفرینی آموزش‌وپرورش (مرکاپ)، تشکیل مجمع خیرین آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و اجرای طرح یکصد دبیرخانه و

دریچه

## انعقاد ۳۰ میلیارد تومان تفاهم‌نامه در حوزه رباتیک

معاون توسعه صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری، از حضور ۴۷۷ فناور در گردهمایی فناورانه حوزه رباتیک و اتوماسیون صنعتی خبر داد و گفت در این رویداد ۵۳ تفاهم‌نامه به ارزش ۳۰ میلیارد تومان به امضا رسید.

به گزارش صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری، سیاوش ملکی‌فر در مراسم اختتامیه گردهمایی فناورانه صنایع، شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های حوزه رباتیک و اتوماسیون صنعتی با بیان اینکه صندوق نوآوری و شکوفایی به منظور حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان ایجاد شده است و با سبدی از خدمات و تسهیلات درحال خدمت‌رسانی به این شرکت‌ها است، تصریح کرد: این خدمات از ارائه تسهیلات و ضمانت‌نامه‌ها به شرکت‌های دانش‌بنیان تا شراکت در سود و زیان سرمایه‌گذاری در طرح‌های فناورانه را شامل می‌شود.

وی افزود: هدف صندوق نوآوری و شکوفایی اتصال خدمات شرکت‌های دانش‌بنیان به متقاضیان فناوری است، در واقع این صندوق به دنبال آن است که شرکت‌های دانش‌بنیان را به شرکت‌های بزرگ و صنعتی و خریداران محصولات و خدمات آنها با هدف توسعه بازار و فروش شرکت‌های دانش‌بنیان متصل کند. وی با بیان اینکه برنامه صندوق نوآوری و شکوفایی بر توسعه صادرات محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان است، اظهار داشت: در داخل کشور نیز سعی کرده‌ایم با برپایی چنین رویدادهایی شرکت‌های دانش‌بنیان را به صنایع و شرکت‌های بزرگ داخلی وصل کنیم.

معاون توسعه صندوق نوآوری و شکوفایی در ادامه با بیان اینکه طرح فروش اقساطی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان در این صندوق آغاز شده است، گفت: مشتریان شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند تا ۸۰درصد سقف قرارداد با این شرکت‌ها را به صورت تسهیلات ۹درصد با بازپرداخت ۳۶ ماهه از صندوق نوآوری و شکوفایی مطالبه کنند.

وی همچنین به ارائه ضمانت‌نامه به شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرد و گفت: اگر این شرکت‌ها برای حضور در مناقصه‌ها نیازمند ضمانت‌نامه باشند، می‌توانند آن را با سپرده کمتر و نرخ ارزان‌تر از صندوق نوآوری و شکوفایی دریافت کنند. ملکی‌فر به دیگر تسهیلات صندوق نوآوری و شکوفایی به شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرد و گفت: اگر تیراژ تولید شرکت‌های دانش‌بنیان برای مشتریان‌شان کافی نباشد، این شرکت‌ها می‌توانند از تسهیلات تولید صنعتی این صندوق نیز استفاده کنند.

وی ادامه داد: همچنین اگر مشتری یک شرکت دانش‌بنیان استاندارد خاصی را مطالبه کرد، شرکت دانش‌بنیان می‌تواند از حمایت بلاعوض صندوق برای اخذ استاندارد مربوطه بهره‌مند شود.

ملکی‌فر در ادامه تعداد شرکت‌کنندگان در گردهمایی فناورانه حوزه رباتیک را ۴۷۷ نفر اعلام و اظهار داشت: ۳۰ رویداد ارائه نیاز فناورانه توسط موسسه شرکت برق حرارتی، برق منطقه‌ای، مدیریت منابع آب ایران و مهندسی آب و فاضلاب و دو نشست ارائه توانمندی نیز برگزار شد.

## وزارت نیرو با شرکت‌های دانش‌بنیان۱۰ میلیارد تومان تفاهم‌نامه امضا کرد

معاون تحقیقات و منابع انسانی وزارت نیرو، از انعقاد چندین قرارداد بین شرکت‌های دانش‌بنیان و وزارت نیرو به ارزش ۱۰ میلیارد تومان خبر داد.

به گزارش روز سه‌شنبه صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری، محمد صالح اولیا در آئین اختتامیه گردهمایی فناورانه صنایع، شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های حوزه رباتیک و اتوماسیون صنعتی با اشاره به انعقاد قرارداد ۱۰ میلیارد تومانی شرکت‌های دانش‌بنیان با وزارت نیرو افزود: به طور حتم ظرفیت تقویت همکاری با شرکت‌های دانش‌بنیان بسیار بیش از این مقدار است. وی با بیان اینکه، ساختار وزارت نیرو ساختاری خاص است چرا که هم ساختار شرکتی و هم دولت در آن نقش کلیدی دارد در عین حال گفت: البته بازار این حوزه یک بازار انحصاری است و همین ساختار، تعامل با شرکت‌های دانش‌بنیان را متفاوت می‌کند و ما باید کمک کنیم که این تعامل تسهیل شود.

اولیا اظهار کرد: وزارت نیرو به لحاظ دانش‌بنیان بودن از این جهت که مبتنی بر فناوری اداره می‌شود نسبت به سازمان‌های دولتی دیگر قوت بیشتری دارد، اما باید این قوت فناوری را افزایش یابد. وی با اشاره به اینکه براساس آمارها به لحاظ ساخت فناوری وزارت نیرو از وضعیتی نسبتا خوبی برخوردار است، ادامه داد: چراکه تولید تجهیزات برخی شرکت‌ها تا ۹۵ درصد در داخل انجام می‌شود و کمتر متکی به تکنولوژی وارداتی هستیم و از طرف دیگر بخش مهمی از این تجهیزات از طریق شرکت‌های دانش‌بنیان تامین می‌شود. معاون تحقیقات وزارت نیرو همچنین ابراز کرد: امروز فضای عمومی برای استفاده از شرکت‌های دانش‌بنیان آماده است و قطعا زمینه‌های زیادی نیز برای بهره‌برداری وجود دارد. وی در ادامه گفت: درآمد چهار شرکت اصلی وزارت نیرو حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان است که یک درصد از آنها باید به پژوهش اختصاص پیدا کند اما اینکه هزینه در کجا قرار گیرد بحث مفصلی‌تری است. اولیا ضمن تاکید بر ادامه همکاری‌ها میان شرکت‌های دانش‌بنیان و شرکت‌های زیرمجموعه وزارت نیرو اظهار کرد: براساس آماری که داریم سهم پژوهش‌ها در درآمدهای شرکت‌های زیرمجموعه وزارت نیرو سه دهم درصد است و این یعنی در هدف‌گذاری عمومی بسیار عقب هستیم و رسیدن به شاخص‌های بالاتر نیازمند کمک سازمان‌های مختلف مسئول در این حوزه است. وی یادآور شد: طبیعتا سهم شرکت‌های دانش‌بنیان در این میان مهم است و به همین دلیل نکته دیگری که دنبال آن هستیم ایجاد خط ویژه حمایتی از شرکت‌های دانش‌بنیان است، چراکه عمده مشکلات این شرکت‌ها مربوط به عقد قراردادها و پرداخت‌ها است. معاون تحقیقات وزارت نیرو در ادامه، از برنامه این سازمان به منظور تدوین یک برنامه برای هموارسازی مسیر و رفع مشکلات شرکت‌های این وزارتخانه به منظور عقد قرارداد با شرکت های دانش‌بنیان خبر داد.

وی همچنین تصریح کرد: اخیرا شرکتی تحت عنوان ساپکا در وزارت نیرو ایجاد شده است و ماموریت آن تامین قطعات شرکت‌های وزارت نیرو است که نگاه ویژه‌ای به شرکت‌های دانش‌بنیان دارد و این شرکت می‌تواند نقش واسطه‌ای و حمایتی بین کارفرما و شرکت‌های دانش‌بنیان را برقرار کند. اولیا در ادامه با اشاره به چالش‌های موجود در این حوزه، گفت: موضوع ریسک تولید موضوعی است که به آن برخورد کردیم که برای اولین بار پژوهشگاه نیرو ماموریتی خاصی را به عهده گرفته است که این ماموریت به تجربه بسیار خوبی در مدل همکاری بین پژوهشگاه، دانشگاه، شرکت‌های دانش‌بنیان و کارفرما رسید. معاون تحقیقات وزارت نیرو ادامه داد: یکی از مواردی که اخیرا انجام شد پروژه‌ای برای طراحی و ساخت پره‌های توربین بود که کارفرمای آن یکی از شرکت‌های وزارت نیرو بود و پژوهشگاه نیرو مدیریت این برنامه را به عهده گرفت و از همکاری اساتید دانشگاه استفاده کرد و یک شرکت دانش‌بنیان در این میان نقش محوری را در تولید پره‌های توربین به عهده گرفت و در نهایت کار به نتیجه رسید و این به عنوان یک مدل مهم اتفاق افتاد. وی همچنین با بیان اینکه، وزارت نیرو برای ارائه مدل‌های موفق، با فقدان تبادل نظر مواجه است، افزود: به طوری که بسیاری از دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های ما نتوانسته‌اند نقش خود را در این زمینه به خوبی ایفا کنند، لذا آنها باید پس از این وارد حوزه فناوری هم شده و این زنجیره را کامل کنند. اولیا ادامه داد: البته صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری نیز به لحاظ حمایتی، نقش ویژه خود را خواهد داشت. ما به دنبال این هستیم که شرکت‌ها و نهادهای واسطه‌ای که این پیوند را برقرار می‌کنند توسعه پیدا کنند. اولیا در ادامه اظهار کرد: وزارت نیرو در مرحله تهیه و طراحی اکوسیستم فناوری در این وزارتخانه است و بایستی پیشخوان خدمت را برای شرکت‌های دانش‌بنیان طراحی کنیم به این نحو که هر کسی بداند با چه نهادی باید تعامل داشته باشد و کدام خدمت را چگونه دریافت کند.

## گوگل به کسانی که در اندروید باگ کشف

پیکسل ۴ ایکس ال هم حضور دارد. تایتان ام درواقع تراش
پردازش‌های حساس و امنیتی خاصی نظیر Verified Boot
ویژه از صفحه قفل، تأمین امنیت پرداخت‌ها و... را برعهد
تا زمان اعلام این خبر، بیشتر جایزه شکار باگ گوگل
تصمیم گرفته است جایزه بسیار بیشتری برای پیداکردن
تا متخصصان بیش‌ازپیش به بررسی دقیق آنها ترغیب ش
آمار نشان می‌دهد گوگل به‌طور کلی در ۱۲ ماه اخیر،
و گروه‌های مختلف جایزه داده است؛ یعنی به‌طور میانگ
در سال ۲۰۱۹، بیشترین جایزه‌ای که گوگل به یکی
دلار آمریکا بود. گوگل از سال ۲۰۱۰ تاکنون به برخی

گوگل به‌طور مستقیم از کارشناسان حوزه فناوری می‌خواهد اندروید را به‌دقت بررسی کنند و اگر باگی در آن وجود دارد، پیدا کنند و جایزه بگیرند.

گوگل روز گذشته اطلاعیه جدیدی منتشر کرد و در آن، از راه‌اندازی برنامه شکار باگ (Bug Bounty) جدید برای پلتفرم اندروید خبر داد. براساس اعلام رسمی، اگر کسی بتواند تراشه امنیتی تایتان ام (Titan M) گوشی‌های سری پیکسل را هک و در نسخه‌های پیش‌نمایش مخصوص توسعه‌دهندگان سیستم‌عامل اندروید اکسپلویت پیدا کند، جایزه‌ای ۵/۱ میلیون دلاری دریافت خواهد کرد. البته اگر کاربر فقط نقص امنیتی تایتان ام را پیدا کند، حداکثر یک‌میلیون دلار دریافت خواهد کرد. هدف گوگل از پیداکردن نقص‌های امنیتی در نسخه‌های پیش‌نمایش اندروید این است که پیش از ساخت و توسعه کامل نسخه نهایی، باگ‌های مذکور را رفع کند تا گوشی‌های اندرویدی هنگام عرضه به بازار به‌طور پیش‌فرض نقص امنیتی نداشته باشند.

ماژول امنیتی تایتان ام سال گذشته همراه با گوشی پیکسل ۳ معرفی شد و در گوشی‌های گوگل پیکسل ۴ و

## دریافت کارت بازرگانی دانش‌بنیان با حمایت صندوق نوآوری و شکوفایی

رئیس مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان اتاق بازرگانی ایران گفت با تعاملات صورت گرفته شرکت‌های دانش‌بنیان متقاضی دریافت کارت بازرگانی، می‌توانند از تخفیف‌های ایجادشده از سوی صندوق نوآوری و شکوفایی و اتاق بازرگانی ایران بهره‌مند شوند.

افشین کلاهی روز شنبه در همایش ساختارهای حمایتی کسب و کارهای نوپا و شرکت دانش‌بنیان که به مناسبت هفته جهانی کارآفرینی در صندوق نوآوری و شکوفایی برگزار شد، افزود: اتاق بازرگانی صنایع معادن و کشاورزی ایران یک نهاد غیردولتی و مردم‌نهاد است که ۴۰ هزار عضو فعال اقتصادی کوچک و بزرگ دارد.

وی اظهار داشت: در زیرمجموعه اتاق بازرگانی ایران انجمن‌ها، تشکل‌ها و اتحادیه‌ها وجود دارد که مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان اتاق ایران نیز به عنوان یکی از این تشکل‌ها شکل گرفته است.

کلاهی با توصیه به اینکه شرکت‌های نوپا عضو تشکل‌های تخصصی و عضو اتاق بازرگانی شوند، گفت: ورود به تشکل‌ها می‌تواند شبکه‌سازی بین شرکت‌ها ایجاد کند و این شرکت‌ها می‌توانند با عضویت در این تشکل‌ها و اتاق برای خود بازار ایجاد کرده و همچنین سرمایه‌گذار پیدا کنند، تجربه نشان داده در حوزه‌هایی که کسب و کارهای نوپا قوی وارد شده‌اند، کسب و کارهای قدیمی را از رده خارج کرده‌اند.

وی ادامه داد: در مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان همواره سعی کردیم حافظ منافع شرکت‌های نوپا باشیم، در دوره قبلی روسای صندوق نوآوری و شکوفایی این مجمع همواره یکی از منتقدان عملکرد صندوق بوده است اما در دور جدید فعالیت صندوق نوآوری، فعالیت‌های کاربردی در حال انجام است.

رئیس مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان اتاق بازرگانی ایران گفت: ایجاد مرکز نوآوری و صندوق خطرپذیر در استان‌ها از سوی مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان در حال پیگیری است و شرط اول ورود شرکت‌ها به این مراکز واردشدن به اتاق بازرگانی است.

وی گفت: سعی داشته‌ایم شرکت‌های نوپا، صندوق نوآوری و شکوفایی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و اتاق بازرگانی رابطه تنگاتنگ داشته باشند که خوشبختانه اکنون تعامل برای ارائه خدمات به شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپا ایجاد شده است.

همایش ساختارهای حمایتی کسب و کارهای نوپا و شرکت دانش‌بنیان با همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی، دانشگاه آزاد اسلامی، سازمان کارآفرینان ایران و مجلس شورای اسلامی برگزار شد.

## استارت‌آپ ۷ هزار میلیارد تومانی در بورس قیمت‌گذاری شد

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیان اینکه تا چند سال گذشته کسی نمی‌دانست استارت‌آپ (کسب و کار نوپا) چیست، گفت در حال حاضر استارت‌آپی در کشور وجود دارد که ۷ هزار میلیارد تومان در بورس قیمت‌گذاری شده است. به گزارش ایرنا ، «سورنا ستاری» روز سه‌شنبه در یکصد و هفتاد و هفتمین جلسه شورای شهر تهران حضور یافت و به مدیریت شهری پیشنهاد کرد که مدیریت شهری باید به مثابه شتاب‌دهنده بزرگ استارت‌آپ‌ها (کسب و کارهای نوپا) باشد نه اینکه مانع آنها شود.

ستاری پس از سخنان خود، اظهارات اعضای شورای شهر تهران درخصوص کسب و کارهای نوین را شنید و در پاسخ به اعضای شورا اظهار داشت: از زمان آمدنم به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری مسائل دانش‌بنیان را به صورت ویژه دنبال کردیم. وی افزود: امروز در کشور موفقیت‌های زیادی در زمینه فناوری و نوآوری از جمله بایوتک، هوافضا، سلول‌های بنیادی و استارت‌آپ کسب کردیم.

به گفته ستاری، ۴هزار و ۶۰۰ شرکت استارت‌آپی هم‌اکنون در زمینه‌ها و فعالیت‌های مختلف در کشور فعال هستند.

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: ۶ هزار سال از تاریخ دانش در ایران می‌گذرد اما ما تنها ۱۰۰ سال است که فقط به نفت اکتفا کردیم و این موضوع باعث شده که فرهنگ کارآفرینی و نوآوری دیده نشود.

وی با بیان اینکه با فرهنگ بچه‌پولداری کارآفرینی درست نمی‌شود، تاکید کرد: تکیه به منابع زیرزمینی باید به فراموشی سپرده شود و روحیه کارآفرینی و نوآوری متبلور شود. ستاری خطاب به اعضای شورای شهر و نقطه نظرات آنان گفت: شما از اختیارات و پتانسیل در شورای شهر و شهرداری چندان استفاده نکردید و می‌توان گفت که شهر در دست شما نیست.

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: بیش از یک میلیون متر مربع فضای نوآوری در کشور ایجاد شده و حتی در چابهار پارک فوق‌العاده نوآوری راه‌اندازی کردیم که این موضوع نشان می‌دهد هر چقدر افراد محروم‌تر باشند، نوآوری در آن منطقه بیشتر و انگیزه برای کار افزایش می‌یابد.

وی افزود: سرمایه‌گذاری در بخش نوآوری مهم است و پژوهشی محصول می‌دهد که بخش خصوصی در آن سرمایه‌گذاری کند.

ستاری پس از آن در جمع خبرنگاران حضور یافته و اظهار داشت: با وضعیت کنونی اقتصاد نفتی باید به سمت کسب و کارهای نوین روی آوریم.

وی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه قطعی اینترنت در روزهای اخیر چقدر به استارت‌آپ‌ها خسارت زده است، اظهار داشت: حتما خسارت زده است اما ان‌شاءالله به زودی درست می‌شود.

# ...ب کنند، ۵/۱ میلیون دلار جایزه می‌دهد

...ه‌ای مجزا از تراشه اصلی سیستم است که به‌طور مستقل Ver...، رمزنگاری اطلاعات روی حافظه دستگاه، حفاظت ...ه دارد.

...کمی بیش از ۲۰۰ هزار دلار بود؛ ولی اکنون این شرکت ...نقص امنیتی در محصولات و سرویس‌هایش تعیین کند ...وند و مشکلات را پیدا کنند.

...حدودا ۵/۱ میلیون دلار در برنامه‌های شکار باگ به افراد ...ن ۳ هزار و ۸۰۰ دلار.

...از این افراد یا گروه‌ها اهدا کرد، معادل ۱۶۱ هزار و ۳۳۷ ...از افرادی که نقص‌هـای امنیتی مرورگر کروم را گزارش می‌دهند، مبلغی به‌عنوان پاداش اهدا می‌کند. این شـرکت در ژوئیه سـال گذشته، جایزه‌ای ۳۰ هزار دلاری برای برنامه شکار باگ در مرورگر کروم تعیین کرد.

افزایـش مبلـغ پـاداش گوگل در برنامه شـکار بـاگ اندروید در حالی اتفـاق می‌افتد که مدتـی پیش برخی شـرکت‌های خصوصی برای باگ‌های اندروید جایزه‌ای تا سـقف ۵/۲ میلیون دلار تعیین کردند. این خبر را که در سـپتامبر ۲۰۱۹ رسـانه ZDNet منتشر کرد، نشان داد برای نخسـتین‌بار در طول تاریخ، ارزش اکسپلویت‌های اندروید در بازارهای خصوصی بیشـتر از اکسـپلویت‌های کشف‌شـده در سیستم‌عامل iOS اسـت. در آن زمان، مدیرعامل یکی از شرکت‌های خصوصی اعلام کرد آنها به این دلیل پاداش را افزایش داده‌اند که امروزه هک‌کردن گوشـی‌های اندرویدی به‌کاری سخت‌تر تبدیل شده است؛ زیرا گوگل به‌طور منظم ویژگی‌های امنیتی جدیدی به سیستم‌عاملش اضافه می‌کند. این موضوع فقط مختص به خود گوگل نیست و برخی از شرکت‌ها نظیر سامسونگ که محصولات اندرویدی تولید می‌کنند، همواره در پی افزایش امنیت دستگاه‌های‌شان هستند.

## مراکز نوآوری تخصصی دانشگاه مازندران افتتاح شد

مراکز نوآوری تخصصی در حوزه‌های شـیمی، برق و فیزیک و کارگاه عملی مکانیک و سـاخت برای تولید محصولات نوآورانه دانشـگاهیان توسـط معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری افتتاح شـد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسـانی بنیاد ملی نخبگان، سـورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با حضور در دانشگاه مازندران، دو مرکز تخصصی نوآوری و یک کارگاه عملی تولید نمونه محصول این دانشگاه را افتتاح کرد.

مرکـز نوآوری تخصصـی برق و فیزیک کاربـردی، مجموعه‌ای نوآور برای اسـتقرار تیم‌های خلاق دانشـگاهی و شامل ۴ فضا برای کارگاه‌های عملی تولید نمونه محصول اسـت. امروز همچنین یک کارگاه مکانیک و سـاخت در ابعادی حدود ۱۵۰ متر مربع بـرای تولید نمونه‌های اولیه محصولات نوآرانه و فناورانه دانشـگاهیان، در اختیار آنان قرار گرفت.

یادداشـت

## چرا اعتبار تسهیلات مشاغل خانگی استان امسال کاهش چشمگیری داشت؟

معاون اشـتغال و کارآفرینی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسـان رضوی گفت اعتبار تسـهیلات مشـاغل خانگی از ۶۴ میلیارد تومان در سـال گذشته به ۱۰ میلیارد تومان در سال جاری رسیده است.

محمد امین بابایی در گفت‌وگو با ایسـنا درخصوص پرداخت تسـهیلات در حوزه مشـاغل خانگی اظهار کرد: با توجه به کم بودن اعتبارات مشاغل خانگی این تسـهیلات تنها به پشتیبان‌های مشاغل خانگی تعلق گرفته و به مستقلان تسهیلاتی پرداخت نشده است.

وی ادامه داد: ما و اسـتانداری جهت افزایش اعتبار تسهیلات مشاغل خانگی با بانک مرکزی مکاتبه کرده‌ایم، وزارتخانه نیز پیگیر این قضیه است.

معاون اشـتغال و کارآفرینی اداره کل تعـاون، کار و رفاه اجتماعی خراسـان رضوی خاطرنشـان کرد: ما امسـال در سـه بخش صنعت، خدمـات میراث فرهنگی، گردشـگری و همچنیـن در حوزه فرهنگ و ارشـاد به ۹۸ طـرح با حـدود ۱۲۸۵ نفر افراد تحت پوشـش و به مبلغ ۵۳ میلیارد و ۳۶۰ میلیون ریال تسـهیلات را مصوب و به بانک ارسال کرده‌ایم، این مبلغ در واقع ۵۰درصد از اعتبار تسهیلات مشاغل خانگی برای استان ماست.

بابایی اضافه کرد: هشـت مورد از این تسـهیلات در حوزه فرهنگ و ارشاد و حدود ۴۵، ۴۶ مورد مربوط به بخش صنعت اسـت و باقی آنها در حوزه صنایع دستی بوده است.

وی بیان کرد: در اسـتان تاکنون شـهرداری‌ها ۲۰ بازار محلی برای مشاغل خانگـی راه‌اندازی کرده‌اند و در مشـهد هم همکاری‌های وجود داشـته اما ما انتظار داریم در مشـهد همکاری‌ها بیشـتر باشد تا از ظرفیت بیشتری استفاده کنیم.

معاون اشـتغال و کارآفرینی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسـان رضـوی درخصوص نظارت کیفی بر عملکرد مشـاغل خانگی تصریح کرد: خود پشـتیبان‌ها باید نظارت بر کیفیت را هم انجام دهند چراکه اگر محصول‌شـان کیفیت نداشته باشد امکان عرضه در بازار را نخواهد داشت.

بابایی اضافه کرد: در بخش مستقلان نظارتی نیست اما در بخش پشتیبان‌ها چون آنها باید مواد اولیه را تامین کنند و هم مسـائل مرتبط با بازار را پیگیری کنند یکی از وظایفی که دارند نظارت بر تولیدات است تا محصولات با کیفیت مدنظرشـان توزیع شـود و امکان عرضه به بازار را داشته باشد اما نهاد خاصی برای بررسی و نظارت بر کیفیت تولیدات مشاغل خانگی وجود ندارد.

وی درخصوص شناسنامه‌دار شدن کالاهای تولیدی در بخش مشاغل خانگی گفت: شناسـنامه دار کردن از مسائل رقابتی تولیدکننده‌ها است چراکه هرچه به سـمت برندسازی و شناسـنامه‌دارکردن کالاهای خود بروند به خصوص در حوزه صنایع دستی به نوعی اعتبار کارشان بالاتر می‌رود.

معاون اشـتغال و کارآفرینی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسـان رضـوی افزود: اجبـار قانونـی در زمینه شناسـنامه‌دارکردن وجود نـدارد اما تولیدکننده‌ها معمولا برای جلب اعتماد مشتریان به سمت شناسنامه‌دارکردن کالا حرکـت می‌کنند. یکی از مسـائل آموزشـی در دوره‌های توانمندسـازی شناسنامه‌دارکردن کالاها است چراکه قابل رصد باشد.

بابایی گفت: هرسـاله تعهد اشتغال با توجه به مبالغی که تعیین می‌شود در بخش‌های مختلف تقسیم می‌شود، به عنوان مثال در بخش تسهیلات روستایی قانون‌گذار ۱۰درصد اعتبارات اشـتغال روستایی را به مشاغل خانگی اختصاص داده است.

وی تصریـح کرد: ما در مشـاغل خانگی به دنبال یـک الگو به عنوان الگوی ملی مشـاغل خانگی هستیم که در آن مشـاغل خانگی را به عنوان زنجیره‌ای در نظـر می‌گیریم و از تولید تا بازار فروش را آموزش می‌دهیم سـپس آنهایی کـه آموزش دیده‌اند قابل رصد و ردگیری هسـتند که ما ببینیم چه مقدار در بازار تاثیرگذار بوده‌اند.

معاون اشـتغال و کارآفرینی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسـان رضـوی اضافـه کرد: در چهار، پنج سـال اخیر بالغ بر ۲۰ هزار مجوز مشـاغل خانگی صادر شده اما از ابتدای طرح حدود ۱۰۰ هزار مجوز صادر شده است.

بابایی اضافه کرد: من همیشه از مشاغل خانگی به عنوان یک ارتش خاموش اقتصادی یاد می‌کنم که اگر این ارتش به درسـتی مدیریت شـود ما می‌توانیم حتی در شرایط تحریم، بازار ایران را از دست چینی‌ها خارج کنیم.

وی ادامه داد: مشکل اصلی در این زمینه باوری است که باید تولیدکنندگان داشـته باشـند تا خیلی از کالاها را به جای اینکه در کارخانـه تولید کنند به سمت مشاغل خانگی هدایت کنند.

معاون اشـتغال و کارآفرینی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسـان رضـوی اضافه کرد: ما در طـرح نجات یکی از مصوباتی که در اسـتان تعیین کردیـم ایـن بود کـه واحدهـای صنعتی بررسـی کننـد که چه بخشـی از تولیدات‌شان قابلیت واگذاری به مشاغل خانگی را دارد. با این کار هزینه تولید هم پایین می‌آید.

بابایی درخصوص الگوی ملی مشـاغل خانگی تصریح کرد: در الگوی نوین ملی مشاغل خانگی در سال قبل به صورت آزمایشی در ۹ استان برای حدود ۹ هزار نفر این طرح انجام شـد که ۴۰۰۰ هزار نفر از آنها سهم استان خراسان رضوی بود و امسال وزارتخانه با جهاد دانشگاهی برای ساماندهی ۸۰ هزار نفر در یک موضوع در ۳۰ استان قرارداد بسته اسـت و همچنین تفاهم سـه‌جانبه‌ای با معاونت زنـان و امور خانواده ریاست جمهوری برای ۶۰۰۰ نفر بسته شد.

وی اضافه کرد: اولویت تسهیلات در استان کسانی هستند که در الگوی نوین ملی مشـاغل خانگی توانمند شده و توانسته‌اند پشتیبان تشکیل بدهند و افراد تحت پوشـش خود را شناسایی کنند که بدین صورت افراد آموزش‌های سخت را که مهارت‌های تولید اسـت می‌بینند و آموزش‌های نرم یا به عبارتی مدیریت کسب و کار را هم در دوره توانمندسازی فرا می‌گیرند.

معاون اشـتغال و کارآفرینی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسـان رضـوی اضافه کرد: کسـانی که در این حوزه کار می‌کننـد می‌توانند با هزینه کمتر افراد بیشـتری را تحت پوشش داشته باشند. در جلسه‌ای که در کارگروه اشـتغال داشتیم همکاران جهاد دانشگاهی اعلام کردند که ما به ازای هر ۱۰۰ میلیون تومان که شما تسهیلات پشتیبان بدهید ۴۰ تا ۵۰ نفر را تحت پوشش پشتیبان‌های خود قرار می‌دهیم.

وی درخصـوص صدور مجوز برای مشـاغل تولید غذای خانگی و شـیرینی خانگی بیان کرد: علی رغم اینکه غذا و شـیرینی خانگی در رشته‌های مشاغل خانگی وجود دارد؛ وزارت بهداشت هیچ‌گونه مجوزی در این زمینه صادر نکرده است.

بابایـی ادامه داد: این یکی از چالش‌های ماسـت، علی‌رغم اینکه مسـئولین وزارت بهداشـت در هنگام نوشتن قانون مشاغل خانگی این موارد را به عنوان مشـاغل خانگی پیشـنهاد دادند امـا اکنون در مرحله اجرا مجـوز آن را صادر نمی‌کنند.

وی با اشـاره به امکان کنترل و ساماندهی این رشته‌ها در مشاغل خانگی با انجام نظارت، افزود: ما به وزارت بهداشت می‌گوییم که هرگونه نظارتی مدنظر دارند، قرار دهیم تا این رشته‌ها در مشاغل خانگی فعال شوند اما تنها در تهران به یک سایت اجازه فعالیت در زمینه غذا خانگی داده‌اند و پس از آن هیچ‌گونه مجوزی صادر نشـده اسـت، در اسـتان هم علی رغم پیگیری‌های ما با صدور مجوز مخالفت کرده‌اند.

## نحوه افزایش تاثیر شرکت‌های دانش‌بنیان در تولید ناخالص ملی

دبیر کل سازمان ملی کارآفرینی ایران و ساختارهای حمایتی با اشـاره به نقـش شـرکت‌های دانش‌بنیـان در افزایش تولید ناخالص ملی، تاکید کرد: تا زمانی که شـرکت‌های دانش‌بنیان وارد چرخه اقتصادی نشـوند، نمی‌توانند تاثیری در جی‌دی‌پی داشته باشند.

به گزارش ایسنا، احسان جهانی دیروز در نشست ساختارهای حمایتی کسب و کارهای نوپا و شرکت‌های دانش‌بنیان با اشاره به عدم حضور بسـیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپا در این نشسـت، افزود: قطعی اینترنـت قبل از هر چیز ضربه بزرگی به شـرکت‌های دانش‌بنیان و فعالیت‌های دانش‌بنیان وارد خواهد کرد.

وی با اشاره به راه‌اندازی سازمان ملی کارآفرینی ایران در ذیل اتاق بازرگانی، افزود: هدف از راه‌اندازی این سـازمان ساماندهی اکوسیسـتم کارآفرینی در حوزه‌هـای مختلف معدن، تجارت و حوزه‌های دانش‌بنیان بوده اسـت و از این طریق تلاش می‌شود ارتباط میان شـرکت‌های دانش‌بنیان، کسـب و کارهای نوپا و بنگاه‌های صنعتی و اقتصادی ایجاد شود.

جهانی، اتاق بازرگانی را دارای ساختار خصوصی دانست که در آن ۲۰۴ تشکل در حوزه‌های مختلف عضو هستند و اظهار کرد: در سال‌های اخیر شرکت‌های دانش‌بنیان در تلاش هستند تا با وارد شدن در اکوسیسـتم کارآفرینی در افزایش تولید ناخالص ملی نیز موثر باشـند، ولی تا زمانی که شرکت‌های دانش‌بنیان و کسـب و کارهـای نوپا وارد چرخه اقتصادی کشـور نشـوند، نمی‌توانند تاثیـری در افزایش تولید ناخالص ملی (جی‌دی‌پی) داشته باشند.

دبیرکل سـازمان ملی کارآفرینی ایران، ساختارهای حمایتی هدایت کسب و کارهای نوپا به سمت تخصصی‌شدن را از اهداف این سـازمان نام برد و یادآور شـد: در این راستا از ظرفیت‌های اتاق بازرگانی استفاده می‌شود تا کسب و کارهای نوپا بتوانند در قالب بخش‌های تحقیق و توسـعه با بنگاه‌های بزرگ اقتصادی وارد همکاری شوند.

وی با اشـاره به راه‌اندازی کسـب و کارهای سنتی در کشور اظهار کرد: با راه‌اندازی شرکت‌های دانش‌بنیان سعی شده است تا نگرش اقتصادی جدیدی در بنگاه‌های سنتی شکل گیرد.

## دومین نشست سرمایه‌گذاری ۸ کشور اسلامی برگزار می‌شود

شـبکه تبادل فناوری گروه هشت (هشت کشور اسلامی در حال توسعه) با همکاری نهادهای مختلف علمی و پژوهشـی، دومین نشسـت سرمایه‌گذاری فناوریTIM را در تاریخ ۱۲ الی ۱۳ آذرماه سال جاری برگزار می‌کند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسـانی بنیاد ملی نخبـگان، میلاد صدر خانلو دبیر نشست سرمایه‌گذاری TIM و رئیس مرکز فن بازار ملی ایران با اعلام زمان برگزاری این نشسـت، اظهار کـرد: یکی از دغدغه‌های حوزه سـرمایه‌گذاری بین‌المللی، ایجاد زیرسـاخت‌های مالی و فنی شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور اسـت. در این نشست سعی داریم تا با استفاده از پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری کشـورهای در حال توسعه اسـلامی، علاوه بر ایجاد شبکه‌ای از صندوق‌های جسورانه این کشـورها، زمینه‌ای فراهم سازیم تا کشورهای عضو، فرصت‌ها و منابع سرمایه‌گذاری خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند.

وی افـزود: در دوره اول ایـن نشسـت کـه پیش از این برگزار شـد، چهار پنل تخصصی تشـکیل شـد کـه در آن، مدیـران صندوق‌های جسـورانه از کشورهای مختلف به بررسی موضوعات روز سرمایه‌گذاری پرداختند. از جمله دسـتاوردهای برگزاری اولین نشست سـرمایه‌گذاری، انعقاد تفاهم‌نامه میان شرکت شناسا و دو صندوق جسورانه از کشورهای ترکیه و مالزی و همچنین سـرمایه‌گذاری به مبلغ ۲۲ میلیون دلار توسط یکی از صندوق‌های جسورانه داخل کشور بود و امیدوار هستیم این دستاوردها در نشست پیش رو با ضریب بیشتر تکرار شود.

صـدر خانلو اضافه کـرد: از جمله اهداف برگزاری این نشسـت می‌توان به مواردی همچون «بررسـی فرصت‌هـای سـرمایه‌گذاری بین‌المللی»، «ایجاد شبکه سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی»، «تامین سرمایه مورد نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور» اشاره کرد.

دبیر نشست سرمایه‌گذاریTIM در مورد برنامه‌های نشست گفت: در این دوره علاوه بر پنل‌های تخصصی، بخش‌های متنوعی همچون ارائه فرصت‌های سـرمایه‌گذاری، داستان استارت‌آپی، معرفی استارت‌آپ‌های منتخب داخلی و خارجی و کارگاه آموزشی برگزار می‌شود.

رئیـس مرکز فن بازار ملی ایران در توضیـح پنل‌های تخصصی این رویداد افزود: سه پنل تخصصی با موضوعات سرمایه‌گذاری مشارکتی، پوشش ریسک سرمایه‌گذاری و تفریق سهام در این نشست برگزار می‌شود.

این رخداد در تاریخ ۱۲ الی ۱۳ آذرماه سـال ۹۸ در پارک فناوری پردیس با مشـارکت و حضور سـرمایه‌گذاران بیش از ۸ کشور جهان برگزار می‌گردد. علاقه‌مندان جهت کسـب اطلاعات بیشـتر می‌توانند به آدرس سایت .Tim d۸tten.org مراجعه کنند.

کارگاه برندینگ

## ایجاد برندی موفق با ۷ توصیه کاربردی

به قلم: آلیسا ساتارا
ترجمه: علی آل‌علی

ایجاد برندی قوی و تاثیرگذار یکی از ارزشـمندترین بخش‌های هر استراتژی کسب‌وکاری است. در دنیای امروز شما نیازمند برندی خاطره‌انگیز و در عین حال قابل اعتماد هستید. برخی افراد گمان می‌کنند فرآیند برندسازی کاری آسان است. با این حال همچنان ایجاد برندی معتبر و استاندارد دشواری‌های فراوانی دارد. به عنوان مثال مدیریت برندی که هم قابل اعتماد و همگام با برندهای محبوب باشد، بسیار دشـوار اسـت. یک برند موفق توانایی اقناع مشتریان به منظور پرداخت هزینه‌ای بیشتر برای کالایی مشخص فقط به این دلیل که تولید برندشان است، خواهد داشـت. درست به همین خاطر برندهای بزرگی نظیر گوگل و Bounty کنترل بسیار زیادی بر روی مشتریان‌شان دارند. همچنین سرمایه‌گذاری فراوان آنها برای حفظ جایگاه برندشان نیز در قالب همین نکته فهم‌پذیر خواهد بود. در سطح پیشرفته، قدرت برندها از محصولات با کیفیت و ایجاد برندشان به عنوان یکی از بخش‌های ضروری زندگی مشـتریان ناشی می‌شود. اگر کسب‌وکار شما توانایی ورود به زندگی فردی را داشـته باشد، شانس‌تان به منظور تبدیل وی به مشتری ثابت به شدت افزایش خواهد یافت. بی‌شک راه‌درازی برای تحول از یک استارتاپ ساده به برندی موفق وجود دارد. با این حال هفت توصیه این مقاله شما را در راستای طی راحت‌تر این مسیر راهنمایی خواهد کرد.

### اهمیت شناخت مخاطب

یکی از ویژگی‌های مهم هر برند موفقی شـناخت دقیق مخاطب‌اش است. در واقع شـما باید توانایی توصیف علایق و ترجیحات آنها را داشـته باشـید. در این زمینه به پرسـش‌های ذیل توجه کنید. به طـور معمول روزهای آنها چه شـکلی است؟ فروشـگاه لباس مورد علاقه‌شـان کدام است؟ کدام شبکه بازاریابی را بیشتر دنبال می‌کنند؟ توجه به پرسش‌های فوق شما را در راستای کسب‌درکی واضح‌تر از مخاطب‌تان راهنمایی خواهد کرد. در حقیقت شناخت دقیق مخاطب موجب سهولت در راستای بهبود رابطه میان‌تان به صورت قدم به قدم می‌شـود. بی‌تردید موفق‌ترین نمونه در این زمینه برند آمازون اسـت. آنها در طول ۲۰ سـال گذشته به طور مداوم مخاطب‌های خود را طبقه‌بندی کرده‌اند. هدف آنها از انجام چنین کارهایی آگاهی از دلیل محبوبیت‌شـان در میان طیف مختلف کاربران دنیای تجارت آنلاین است.

### فقط یکبار به هدف بزنید

لوکاس کورزمان، موسس برند Women's Best اظهارنظر جالبی دارد:«شما فقط یکبار باید به هدف بزنید». این جمله بدان معناسـت که شـما باید به طور مداوم المان‌های مختلف را امتحان نمایید تا در نهایت به ترکیب مطلوب برسید. درست مانند بسیاری از دستاوردهای دنیای کارآفرینی که از دل تلاش و زحمت مداوم بیرون می‌آید. در این میان برندسـازی نیز ماهیـت جداگانه‌ای ندارد. در همان حال که در تلاش برای ایجاد برندتان هستید، آن را از درون لنز آزمایش و خلاقیت بنگرید. این فرآیند ممکن است شامل امتحان شیوه تازه‌ای از بازاریابی و حتی فرمول‌های متفاوت برای جذب مخاطب نیز شـود به عبارت ساده، ایجاد برندی موفق و بزرگ از ایجاد تغییر تا زمان دستیابی به فرم مناسب ناشی می‌شود.

### برقراری رابطه با افراد تاثیرگذار

بی‌تردید شـما توانایی فعالیت پیرامون برندسـازی بدون حضور گسـترده در شبکه‌های اجتماعی را ندارید. در زمینه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی ارتباط با افراد تاثیرگذار بسیار مهم است. در این زمینه به نظر کورزمان پیگیری بازاریابی تاثیرگذاری برای برندسازی موفق بسـیار ضروری است. به این ترتیب کورزمان همیشه ۶۰ درصد از بودجه برندش را صرف بازاریابی به شیوه تاثیرگذاری می‌کند. بهترین راهکار در اینجا شروع کار با یک فرد تاثیرگذار در مقیاس محلی است. به این ترتیب پس از کسب اندکی تجربه به سراغ پروژه‌های بزرگ‌تر خواهید رفت.

### تعامل با مشتریان

هنگام تصمیم‌گیری‌هایی که بر روی مشتریان‌تان تاثیرگذار است، باید با آنها مشـورت نمایید. به این ترتیب تا جای ممکن آنها را در فرآیند تصمیم‌گیری شـریک نمایید. بهترین نمونه در این مورد برند Ben & Jerry اسـت. آنها مشتریان‌شـان را به ارائه نظرات گسـترده و مشـارکت در فرآیند انتخاب نام محصولات تشـویق می‌کنند. یکی دیگـر از راهکارهای موثـر در این زمینه نظرخواهـی و گردآوری پایگاه اطلاعاتی از مشـتریان اسـت. بـه این ترتیب در برخـی از موارد کـه زمان کافی برای نظرسـنجی وجود نـدارد، از پایگاه اطلاعاتی‌تان استفاده نمایید. به عنوام مثال هنگام انتخاب فردی تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی برای همکاری به سلیقه مشتریان‌تان توجه کنید. این کار به آسانی با مراجعه به داده‌های قبلی پیرامون مشتریان امکان‌پذیر خواهد بود.

### توسعه مداوم داستان برندمان

فرقی ندارد که شرکتی تازه تاسیس باشید یا برندی معتبر با ده‌ها سال سابقه فعالیت، در هر صورت شما باید به طور مداوم داستان برندتان را توسعه دهید. این فرآیند شامل آمیختن تکنیک‌های مختلف بازاریابی و برندسازی به یکدیگر می‌شـود. به این ترتیب ماحصل فعالیت‌تان داستانی اعجاب‌انگیز خواهد بود. مزیت توسعه مداوم داستان برندمان بازآفرینی رابطه میان ما و مشتریان است. در حقیقت داستان توسعه یافته توانایی ایجاد علاقه بیشتر در مشتریان نسبت به برندمان را دارد. با این حال توجه داشـته باشید که توسعه داستان برندتان گامی بسیار مهم و در عین حال حساس است. اگر در این میان خطایی انجام دهید، جبران آن هزینه و زمان بسیار زیادی را طلب می‌کند.

### تنظیم بادبان‌ها در جهت مناسب

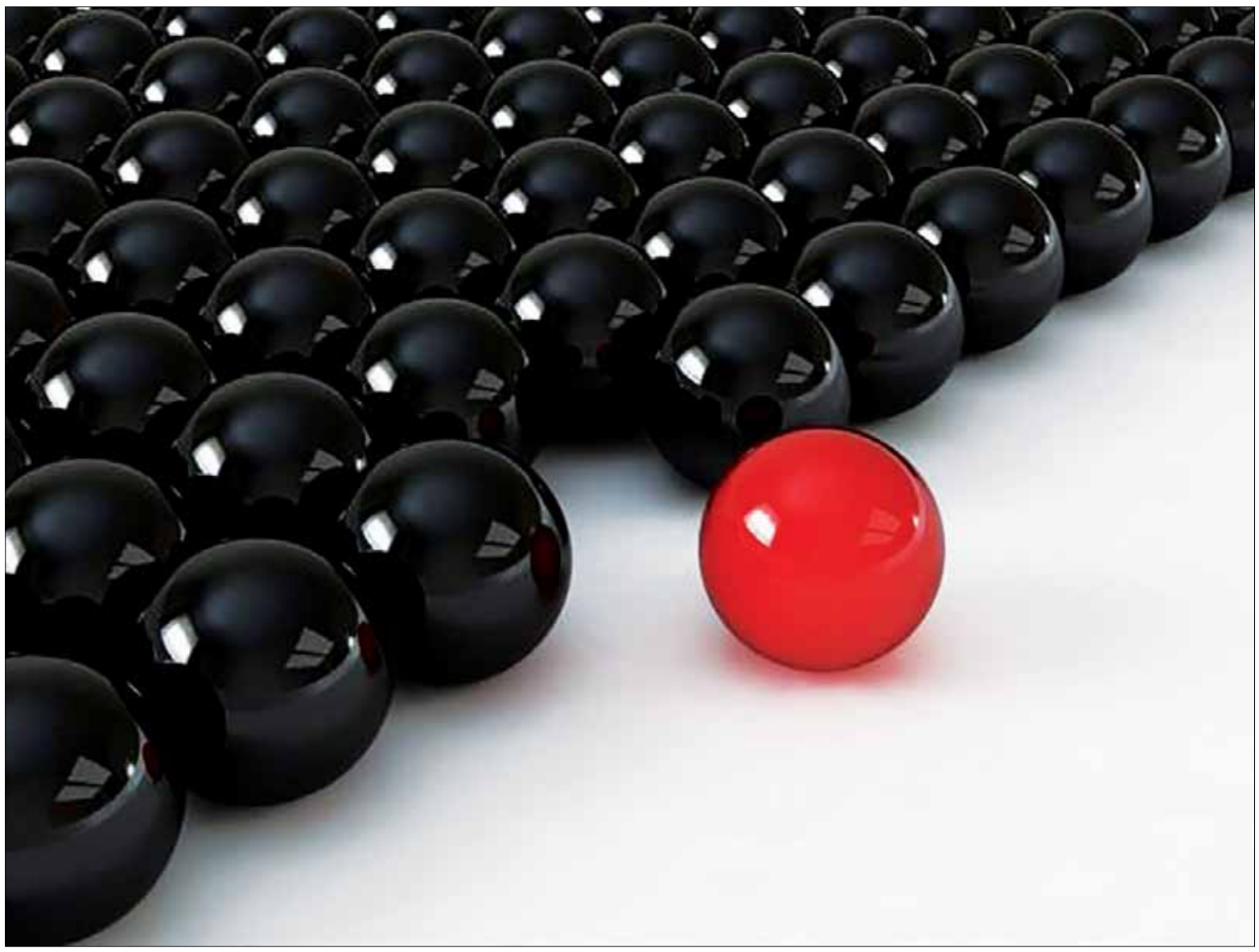
کورزمـان مهم‌ترین معیارش را در تعیین موفقیـت یک فرآیند تبلیغاتی میزان بازگشـت هزینه عنوان می‌کند. براین اسـاس وی بـر فرآیند طراحی همـه کمپین‌های برنـدش نظارت دارد. هـدف از این کار افزایش بازگشـت سرمایه‌گذاری بر روی کمپین‌ها عنوان شده است. بهترین راهکار برای تنظیم بادبان‌های تبلیغاتی‌تان در جهت موافق اطمینان از یک نکته مهم است. براین اساس باید مطمئن شوید که مخاطب فقط تبلیغ شما را مشاهده نمی‌کند، بلکه از آن انگیزه‌ای مشخص برای اقدام نیز دریافت خواهد کرد. به عنوان مثال اگر شما برندی در زمینه تولید کفش ورزشی هستید، کمپین شما باید مخاطب را ترغیب به انجام فعالیت ورزشی نماید. در این میان نیز اگر خوش‌شانس باشید، مخاطب از کفش‌های برند شما برای دستیابی به هدفش استفاده خواهد کرد.

### حضور در رخدادهای شخصی

در زندگی همه افراد رخدادهای شـخصی بی‌شماری وجود دارد که فرصت مناسـبی را برای حضور برندتـان فراهم می‌کند. به عنوان مثال اگر شـما در نمایشگاه ویژه کسب‌وکارتان حضور دارید، طراحی برنامه‌ای جذاب برای جلب مشتریان گامی موثر در راستای تاثیرگذاری و حضور در رخدادهای شخصی‌شان محسـوب می‌شود. بی‌شک چنین کارهایی تاثیر خود را به صورت آهسته‌تر بر روی مخاطب می‌گذارد. با این حال میزان تاثیرگذاری‌شان در صورت انجام آن به صورت مناسب بسیار بیشتر از اقدامات مشابه خواهد بود. ایجاد برندی قوی و تاثیرگذار فرایند بسـیار دشواری اسـت. در این راستا شما باید زمان، دقت و خلاقیت فراوانی را به خرج دهید. در این میان هفت توصیه این مقاله مقدمه‌ای مطلوب برای شروع ایجاد یک برند بادوام برای شرکت‌تان خواهد بود.

منبع: inc

# ۹ اقدام در راستای ایجاد برندی موفق



به قلم: سونیا گرگوری نویسنده حوزه برند و بازاریابی
مترجم: امیر آل‌علی

بدون تردید مهم‌ترین دارایی هر شـرکتی، نام تجاری آن محسـوب می‌شـود. به همین خاطر همـواره توجه ویژه‌ای به این بخش شـده و مدیران به دنبال راهکارهایی در راسـتای سـاخت و یا بهبود برند خود می‌باشـند. در این رابطه لازم اسـت تا در ابتدا نسبت به این مفهوم به درک درسـتی دست پیدا کنیم. درواقع برند در یک تعریف عام و جامع شامل هرچیزی می‌باشد که معرف محصولات یک شرکت باشد. در این رابطه نتایج آمارها حاکی از آن است که افراد تمایل دارند تا خریدهای خود را از برندهایی انجام دهند که کاملا شناخته شده و یا از آن تجربه خوبی به دسـت آورده باشند. به همین خاطر بسیار مهم است که برند شـما از قدرت کافی در راستای کسب شـهرت، برخوردار باشد. در این رابطه ذکر این نکته ضروری است که ایجاد یک برند و محبوب ساختن آن امری یک شبه نبوده، با این حال شما می‌توانید با اقداماتی این زمان را کوتاه‌تر نمایید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۹ اقدام ضروری برای ایجاد برندی قدرتمند، خواهیم پرداخت.

### مخاطب هدف را مشخص نمایید

درواقع شـما باید بدانید که اقدامات صورت گرفته در راسـتای تحت تاثیر قرار دادن کدام قشـر از چه جامعه‌ای می‌باشد. در غیر این صورت به علت عدم شناخت درست از ماهیت کار خود، احتمال خطا بسیار بالا خواهد بود. برای مثال در صورتی که محصول شما در رابطه با کودکان می‌باشـد، لازم اسـت تا از عبارات و اشـکالی در طراحی خود استفاده نماییـد که مخاطب هـدف بتواند با آن ارتبـط لازم را برقرار نماید. در این مورد شـفافیت پیام دیگر عامل تعیین‌کننده بوده و لازم اسـت به نحوی عمل نمایید که به جذب حداکثری منجر شـود. فراموش نکنید که از جمله اهداف هر شـرکتی ایجاد رابطه بلند مدت با مشتریان خود می باشـد. علت این امر هم به این خاطر اسـت که از دست دادن حتی یک مشـتری با توجه به بازار به شـدت رقابتی حـال حاضر، به معنای قدرتمندتر سـاختن سـایر برندهای فعال در حوزه کاری شـما خواهد بود. در این رابطه بدون شـک برند نقش کلیـدی ایفا کرده و می‌تواند به این خواسـته شـما جامه عمل بپوشاند. در بسیاری از موارد مشاهده شده است که برند قادر به ایجاد ارتباط عاطفی و تحت تاثیر قرار دادن احساسـات افراد نبوده و همین امر باعث می‌شـود تـا اقدامات صورت گرفتـه به نتیجه دلخواه نرسـد. علـت اصلی این امر نه بـه خاطر نوع طراحی برند بلکه به علت عدم پشتیبانی درست از آن می‌باشد. درواقع ایـن امر که در تبلیغات خود به خوبی نام تجاری را معرفی نکرده و آن را در تمامـی اقدامات خـود در معرض نمایش قـرار ندهید، در نهایت باعث خواهد شد تا مخاطب نتواند به درستی با آن ارتباط لازم را برقرار سـازد. در آخر توجه داشته باشید که امروزه با توجه به رشد تکنولوژی و اینترنت، لازم اسـت تا از این امکان رایگان برای ارتباط هرچه بهتر با مخاطبان هدف، اسـتفاده نمایید. این امر بدون شک بر روی هزینه‌های شما نیز تاثیر فوق‌العاده مثبتی خواهد داشت.

### ماموریت خود را بیان نمایید

بدون شـک شـما باید یک هدف اصلی را داشته باشید. در این رابطه توجه به این امر که هدف‌گذاری بر روی امری درست و ارزشمند باشد، از نکات حائز اهمیت محسـوب می‌شـود. با این حال تنها تعیین هدف کافـی نبوده و لازم اسـت تـا آن را به مانند یک شـعار در معرض دید همـگان قرار دهید. این امر در راسـتای کسـب اعتماد کـه الزام اولیه خرید خواهد بود، امری کاملا کلیدی محسوب می‌شود. برای مثال برند نایک شـعار فقط انجام بده را برای خود انتخاب کرده اسـت که بنا بر نظر بسـیاری از تحلیل‌گران بهترین انتخاب ممکن بوده اسـت. درواقع این شـعار بیانگر آن است که شـما با در اختیار داشتن وسایل ورزشی سـاخته شده این برند قادر خواهید بود تا به یک ورزشکار تبدیل شوید که این امر تمامی محدودیت‌های سـنی و جنسـیتی را کنار گذاشـته اسـت. به همین خاطر مخاطب در مواجه با آن به تفکری مثبت دست پیـدا خواهد کرد که خـود عاملی برای توجه به ایـن برند خوش ذوق و توانـا خواهد بـود. آرم نایک نیز برگرفته از خـدای پیروزی در یونان باستان است که با شعار آن در ارتباط بوده و این امر را القاء می‌کند که شـما با این محصولات به موفقیت و پیروزی دسـت پیدا خواهید کرد. به عنوان نکته پایانی ذکر این جمله بسـیار مهم است که باید به نحوی رفتـار نمایید که مخاطب حس کند که برای شـما از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشـد. بدون شـک در این رابطه هر برندی ممکن اسـت روشـی متفاوت را در پیش بگیرد که این امر بسیار مثبت بوده و نوآوری را شکل خواهد داد.

### تحقیقات کافی در زمینه برندینگ و اقدامات سایر شرکت‌ها داشته باشید

توجه داشته باشید که تقلید و کپی برداری از اقدامات سایر برندها به معنای مرگ تدریجی خواهد بود. درواقع شـما تنها زمانی می‌توانید به رشد قابل توجهی دست پیدا کنید که از آمارهای درست به یک نتیجه جدید و منحصر به فرد برسـید. بدون شک علم برندینگ در مرور زمان با تغییراتی مواجه می‌شود که ناشی از ورود موارد جدید می‌باشد. تحت این شـرایط در صورتی که مطالعه کافی در این رابطه نداشـته باشید، بدون شـک بازنده میدان خواهید بود. همچنین لازم اسـت تا اقدامات سـایر برندهای رقیب را نیـز تحت کنترل قرار دهید. این امر شـما را بـه درک درسـتی از تحرکات و اوضاع بازار خواهد رسـاند. در مواردی مشاهده شده است که برخی از شرکت‌ها اقدام به بررسی اقدامات سایر رقبـا کرده و با این اقـدام به نقاط ضعف و قوت آن‌هـا پی می‌برند که در برنامـه ریزی‌های آینده آن‌ها تاثیرگذار خواهد بود. بدون شـک این اطلاعات راهنمای عمل بسیار خوبی محسوب خواهند شد.

### ویژگی‌ها و مزایای خود را معرفی نمایید

همواره باید دلیلی وجود داشـته باشد تا افراد به سراغ برندهای دیگر نروند. این امر به معنای نقاط قوت شما در مقایسه با سایرین خواهد بود که یک مزیت رقابتی محسـوب می‌شود. برای مثال برند اپل همواره در تبلیغات خود در تلاش برای مقایسـه خود با سایر برندها است. این امر با تاکید بر توانایی‌های آن‌ها و ضعف‌های موجود در سایر برندها صورت گرفته و به خوبی مخاطب را به این باور خواهد رساند که آن‌ها بهترین گزینه موجود می‌باشـند. در این رابطه در تلاش باشـید تا ویژگی‌های خود را به عنصر منحصربه‌فرد خود تبدیل نمایید تا سایر برندها نتوانند اقدامات مشـابهی را صورت دهند. به عنـوان نکته پایانی در این بخش لازم اسـت تا توجه داشته باشـید که مزایای شما در طول زمان ارزش خود را از دسـت خواهد داد. به همین خاطر ضروری است تا همواره به دنبال موارد جدید باشید و خود را به وضعیت حال حاضر محدود نکنید.

### لگویی خلاقانه ایجاد نمایید

بدون شـک آرم شـرکت نخسـتین چیزی خواهد بود کـه در ذهن مخاطب نقش بسـته و به خاطر خواهد آمد. به همین خاطر بسیار مهم اسـت که در این رابطه اقدامی درسـت و حرفه را صورت دهید. در این رابطه رعایت چند نکته بسیار ضروری است:

۱- درک درسـت شعار و هدف شـرکت و تلاش برای ایجاد ارتباط متقابل ۲- توجه به علم رنگ شناسـی و ارتباط آن با نوع کسـب‌وکار. بـرای مثال آبی به عنوان نماد آرامش و قرمز به عنوان نماد جسـارت، معرفی می‌شوند. ۳- توجه داشته باشید که سادگی باعث درک آسان‌تر و بهتر خواهد شد.

### به دنبال راهی برای به شهرت رساندن برند خود باشید

در ایـن رابطـه هیـچ راهکار قطعـی و همگانی وجود نداشـته و هر شـرکتی لازم اسـت تا با توجه به توانایی و خلاقیت خود، اقدامات لازم را صورت دهد. با این حال ذکر نکاتی نظیر تبلیغات خلاقانه و حمایت از رویدادهای مختلف در این رابطه امری ضروری محسـوب می‌شـود. همواره توجه داشـته باشید که شما باید به دنبال شهرتی طولانی مدت باشید، به همین خاطر احتیاط کافی در راستای عدم اقدامات نادرست، امری ضروری به نظر می‌رسد.

### به برند خود شخصیت بدهید

در راسـتای ایجاد ارتباط موثر با سـایرین لازم اسـت تا آن‌ها را در معرض چیزی فراتر از یک نام قرار دهید. در این راسـتا ایجاد شخصیت انسـانی بـه این امر کمک شـایانی خواهد نمود. برای مثـال برخی از شـرکت‌ها اقدام به طراحی یک شـخصیت برای شرکت خود می‌کنند. با این حال بهتر اسـت تا این سیاست همراه با اقدامات شایسته انسانی باشد. برای مثال کمک به موسسات خیریه و حمایت از طرح‌های انسان دوستانه، مخاطب را درگیر یک رابطه احساسی با شما خواهد نمود.

### نام تجاری را در هر جنبه‌ای از کسب‌وکار خود ادغام نمایید

تمامی موارد موجود در شرکت باید معرف و مبلغ برند شما باشد. در این رابطه هیچ‌گونه استثنایی وجود نداشته و همگان باید نهایت تلاش خود را صورت دهند. برای مثال این امر که کارمندان شـما از محصولات تولیدی شرکت استفاده نکنند، بدون شک جامعه را با بی اعتمادی مواجه ساخته و باعث خواهد شد تا از یک فرصت خوب تبلیغاتی محروم بمانید. همچنین هر چیزی در شـرکت و نمایندگی‌های فروش باید حاوی برند شـما باشد. درواقع چشـمان مخاطب باید همواره در برابر آن قرار گیرد. این اقدام تنها مختص به فضای شـرکت نبوده و این سیاسـت که بتوانید وارد خانه‌های آن‌ها نیز شوید، خود نتیجه بسیار خوبی را ایجاد خواهد نمود. در این رابطه تکنولوژی و اینترنت می‌تواند کمک شایانی محسوب شود.

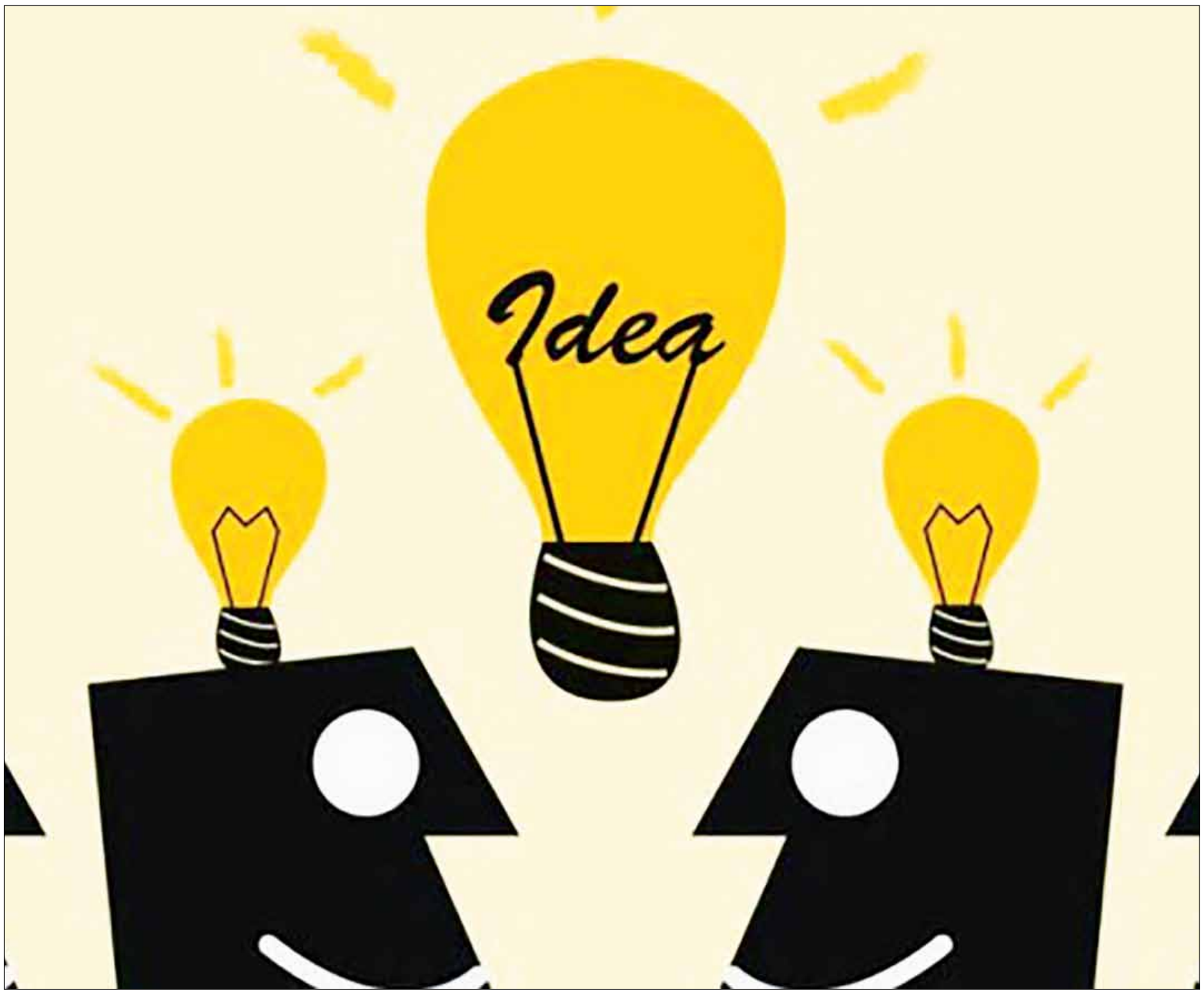
### در اقدامات خود ثابت قدم باشید

هر اقدامی نیازمند زمان مخصوص به خود می‌باشـد. به همین خاطر در صورتی که بخواهید عجولانه تصمیم بگیرید، بدون شـک تلاش‌های خود را بی‌ثمر خواهید ساخت. در این رابطه در اختیار داشتن مشاورانی با تجربه، به پخته‌تر شـدن سیاسـت‌ها کمک خواهد نمود. با این حال فراموش نکنید که هیچ‌کس بهتر از شما قادر به شناخت و ارزیابی برند شـکل گرفته نبوده و در این رابطه نباید همه چیز را به سایرین محول نمـود. در ایـن رابطه تغییر مـداوم نام تجاری یک اقدام کاملا اشـتباه محسـوب می‌شود. درواقع این امر باعث خواهد شد تا مخاطب نتواند به ارتباطی قوی و عمیق با برند شـما دست پیدا کند. با این حال این امر تنها زمانی توجیه کافی خواهد داشت که فعالیت شما به شدت افزایش پیدا کرده و دیگر برند سابق پاسخگوی نیازهای جدید نباشد.

در نهایت توصیه می‌شـود تا از صدا و نظرات مشـتریان غافل نشده و به آن به خوبی بها دهید. این امر نه تنها احترام و توجه شـما را نشـان خواهد داد، بلکه ممکن اسـت در مواردی راهکارهای جالبی را نیز برای شما به همراه داشته باشد.

منبع: freshsparks

# چگونگی خلق فرهنگ کار ایده‌آل برای بازاریاب‌های خلاق




مترجم: مریم امیری خواه

بازاریابی صنعتی است که به آمیزه‌ای از ذهن‌های خلاق و تحلیل‌گر نیاز دارد. بازاریاب موفق باید معنای داده‌های سخت را درک کند و بتواند آن‌ها را به راهکارهایی خلاقانه برای حل مسئله تبدیل کند.

در عین حال بسیاری از افراد خلاق، مانند نویسندگان و طراحان، بهترین کارشان را تحت شرایطی خاص ارائه می‌دهند. وارد کردن فشار بیش از حد باعث می‌شود که ماهی لغزنده خلاقیت از بین دست‌ها فرار کند. برخی نیاز دارند که آزادانه با همکارانشان گفت‌وگو و همکاری کنند، حال آن که عده‌ای ترجیح می‌دهند که شاهکار خود را دور از همه در خلوت بیافرینند. در هر حال اگر می‌خواهید بازاریاب‌های خلاقتان بهترین کار خود را ارائه دهند، باید فرهنگ کار مناسب را برای‌شان ایجاد کنید. برای این منظور لازم است که محیط کاری مناسب را فراهم کنید، خط‌مشی‌های برانگیزنده‌ی خلاقیت را به کار ببندید و مزایایی را در اختیارشان بگذارید که از خستگی مفرط جلوگیری کند.

**تعیین نیازهای گروه**

فرض نکنید که تمام عوامل موثر برای عملکرد بهینه‌ی گروه بازاریابی را نپرسیده می‌دانید. به خواندن مقالات اینترنتی مرتبط با فرهنگ کار اکتفا نکنید، چرا که هر فردی برای ارائه بهترین کار خلاقانه خود به شرایطی خاص و متفاوت نیاز دارد. نخستین گام برای ایجاد فرهنگ کاری ایده‌آل این است که نیازها و شرایط دلخواه کارکنان‌تان را بشناسید.

کار را با تحت نظر گرفتن عادت‌های کاری آن‌ها و تعامل‌شان با فرهنگ/ محیط فعلی شروع کنید.

عادت‌های کارکنان هنگام کار کردن چیست؟ عادت‌های آن‌ها را تجزیه و تحلیل کنید تا راهی را برای کمک کردن به آن‌ها پیدا کنید. شاید بعضی کارکنان از شنیدن سر و صدای بلند یا گفت‌وگوهای بلند اطرافیان متنفراند، به همین دلیل هدفون روی گوش‌شان می‌گذارند تا شاید این صداهای آزاردهنده را نشنوند. کارکنان‌تان هنگام استراحت چه کاری انجام می‌دهند؟ آیا چون به هوای تازه نیاز دارند، از هر فرصتی برای بیرون رفتن و قدم زدن در هوای آزاد استفاده میکنند؟ هنگام صرف یک فنجان قهوه با همکاران‌شان درد و دل می‌کنند؟ تنقلات می‌خورند؟ با گوشی‌شان بازی می‌کنند؟

پس از آن که به خوبی متوجه عادت‌های فعلی کارکنان‌تان شدید، از آن‌ها درباره تغییرهای دلخواه‌شان نظرسنجی کنید. این پاسخ‌ها چشمه‌های‌تان را به روی مشکلات موجود در فرهنگ کار یا موانعی که باید از سر راه برداشته شود، باز می‌کند. البته ممکن است این پاسخ‌ها قدری اغراق‌آمیز باشد؛ شاید بسیاری از کارکنان خود را مستحق دریافت مزایایی ویژه بدانند، که اعطای آن‌ها نه تنها کمکی به بهره‌وری یا خلاقیت نمی‌کند، بلکه به آن آسیب نیز می‌زند.

**مناسب کردن محیط کار**

داشتن محیط کار مناسب تفاوت چشم‌گیری را در بهره‌وری و کارایی کارکنان ایجاد می‌کند. نکته مهم برقراری تعادل مناسب بین خواسته‌ای تمام کارکنان است. برخی ترجیح می‌دهند که هنگام کار کردن تنها باشند، حال آن که عده‌ای بهترین عملکرد را در کنار همکاران دیگر ارائه میدهند.

در هر حال زیباتر و حرفه‌ای‌تر کردن محیط کار، نقطه شروع مناسبی است. بهترین تلاش خود را با توجه به میزان بودجه و اجاره بها برای بهبود محلی بکنید که کارکنان بخش اعظم روز خود را در آن می‌گذارنند. حتی اگر از نظر مالی در مضیقه هستید، باز هم می‌توانید کارهای زیادی برای بهبود فضای شرکت انجام دهید. همان طور که برای تغییر چیدمان و نوسازی خانه‌تان برنامه می‌ریزید، می‌توانید پارکت را جایگزین کفپوش‌های کهنه بکنید، از کارکنانی که دوست دارند، در این تغییر سهیم باشند، در ساعت غیراداری کمک بگیرید و دفتر کارتان را به محلی دلنشین و دوست داشتنی تبدیل کنید. مطمئن باشید اگر کارکنان محیط کارشان را دوست داشته باشند، بهتر کار خواهند کرد.

البته برای داشتن محیط کار مناسب باید کاری بیشتر از زیباسازی آن انجام دهید. تصمیم بگیرید که آیا می‌خواهید فضایی باز داشته باشید، نیاز به اتاقک‌های بیشتر دارید یا این که باید هر دو مورد را مدنظر قرار دهید. اگر فضای لازم را در اختیار دارید، می‌توانید شرکت را به بخش‌هایی کوچک‌تر با طراحی‌های متفاوت تقسیم کنید. مبل و صندلی‌های راحت را در یک بخش قرار دهید، بخش دیگری را به اتاقک‌های مجزا و یک بخش را به میزهای کار باز اختصاص دهید تا مطابق میل همه کارکنان عمل کرده باشید. به خاطر داشته باشید که خلاقیت باعث نمیشود که حتماً همه کارمندان‌تان به طراحی باز علاقه داشته باشند. سعی کنید خواسته واقعی آن‌ها را برآورده کنید یا امکان انتخاب از میان گزینه‌های متعدد را فراهم کنید.

**پیشگیری از خستگی مفرط، ترغیب خلاقیت**

فرهنگ سازمانی باید متمرکز بر تامین خواسته‌های بازاریابان باشد تا آن‌ها همچنان خلاق و موفق باقی بمانند. به ویژه اگر کارمندان‌تان باید حجم بالایی از محتوا را هر روز تولید کنند یا این که دائماً تحت فشار هستند، باید راه‌هایی را برای جلوگیری از خستگی مفرط آن‌ها پیدا کنید.

زمان‌های استراحت بیشتر یا طولانی‌تری را برای کارکنان در نظر بگیرید، آن‌ها را به صرف غذا مهمان کنید، تشویق‌شان کنید که در فضای آزاد قدم بزنند یا کار مفرح و لذت‌بخش دیگری را انجام بدهند که ذهن‌شان را باز می‌کند و به آن استراحت می‌دهد. اگر کارکنان‌تان به ورزش یا فعالیتی، مانند تنیس روی میز یا بازی‌های ویدئویی علاقه دارند، امکانات مربوط به آن را در اتاق استراحت قرار دهید تا آن‌ها بتوانند هر طور که دوست دارند، از وقت استراحت‌شان استفاده کنند.

البته جلوگیری از خستگی مفرط فقط به مفرح ساختن محل کار محدود نمی‌شود، بلکه باید علل این خستگی و راهکارهای پیشگیری از آن را نیز پیدا کنید. برخی کارمندان از این که یک کار را باید هر روز تکرار کنند، خسته می‌شوند و عده‌ای پس از ساعت‌ها کار روی یک پروژه بزرگ از پا درمی‌آیند. خط‌مشی‌های شرکت یا بخش تحت نظر خود را به گونه‌ای تعریف کنید که کارکنان دچار خستگی مفرط نشوند. آن انعطافی را که از خستگی مفرط جلوگیری می‌کند، در اختیار کارکنان‌تان قرار دهید.

**مزایای مورد نیاز**

اگر می‌خواهید کارمندانی خلاق استخدام کنید و آن‌ها را نگه دارید، باید مزایای قابل توجهی را به آن‌ها اعطا کنید. از مزایای محبوب این روزها می‌توان به امکان دورکاری، ساعت کاری منعطف، مرخصی بیشتر و مشوقهای بیشتر برای خلق کارهای فوق‌العاده اشاره کرد.

البته مراقب باشید که اعطای هر مزیتی، عواقبی را نیز به دنبال خواهد داشت. برای مثال اگر یکی از کارمندان می‌خواهد که سگش را سر کار بیاورد، ممکن است دیگری این کار را به دلایلی، مانند داشتن حساسیت دوست نداشته باشد. منابع متعدد نشان داده است که وجود سگ در محل کار بهره‌وری را افزایش می‌دهد، اما از طرفی کارمندی که به سگ حساسیت دارد، نمی‌خواهد در دفتری که سگ در آن پرسه می‌زند، کار کند؛ در این شرایط یا باید با درخواست کارمند اول مخالفت کنید، یا راهکاری برای حساسیت دومی پیدا کنید. برای مثال می‌توانید اتاق جدایی را برای کارمند دوم در نظر بگیرید که ورود سگ به آن ممنوع است یا این که فیلترهای تصفیه هوا و جاروبرقی‌های مخصوصی را خریداری کنید که از پخش شدن مو و شوره پوست و موی سگ و به تبع آن بروز حساسیت جلوگیری می‌کند.

پس از تعریف هر امتیاز باید وضعیت و خط‌مشی‌های شرکت را در نظر بگیرید و آن را مدتی به صورت آزمایشی امتحان کنید. اگر اعطاء این امتیاز نتیجه مطلوب را به دست نداد، آن را متوقف کنید. برای مثال اگر دورکاری را مجاز دانسته‌اید، اما متوجه شده‌اید که دورکاری کیفیت کار را پایین می‌آورد، امکان دورکاری را حذف کنید. بسیاری از کارکنان به شما ثابت خواهند کرد که مستحق دریافت این مزایا بوده‌اند و همچنان کاری ایده‌آل ارائه می‌دهند.

**مدیرانی که کارکنان‌شان را درک می‌کنند**

هیچ چیز بدتر از مدیر یا رئیسی نیست که کارکنانش را درک نمی‌کند. مدیران نقش مهمی در فرهنگ سازمانی، به ویژه در تعامل با کارمندان خلاق دارند و با رفتار خود می‌توانند به خلاقیت پر و بال دهند یا آن را سرکوب کنند.

افرادی که مدیریت بازاریاب‌های خلاق را به عهده دارند، باید تک تک فرآیندهای خلاقانه بازاریابی و نیازهای بازاریابی موفق را بشناسند تا بتوانند از کارکنان خود حمایت کنند و برای تامین نیازها و خواسته‌های آن‌ها تلاش کنند. ممکن است کارمندی برای متمرکز شدن بر کارش نیاز به نظارت بیشتر داشته باشد، حال آن که دیگری با نظارت کمتر بهتر میتواند ایده‌های خود را پرورش دهد و اگر احساس کند که مدیرش دائماً او را تحت نظر دارد، برآشفته و معذب می‌شود.

راهکار معین و پاسخ مشخصی برای چگونگی ایجاد فرهنگ سازمانی مناسب برای بازاریابان خلاق وجود ندارد. هر بازاریاب خلاقی شیوه کار خاص خود را دارد، بنابراین بهترین رویکرد این است که منعطف باشید. گزینه‌های مختلف را در اختیار کارکنان‌تان قرار دهید تا ایشان بتوانند فرهنگ و محیط دلخواه خود را انتخاب کنند. این انعطاف‌پذیری باید در شیوه مدیریت، محل کار و راهکارهای جلوگیری از خستگی مفرط پیاده شود.

منبع: marketinginsidergroup

## ایستگاه بازاریابی

خدمات مشتریان ضعیف مسئول به سرانجام نرسیدن ۵۵درصد از معاملات بالقوه است

### ۵ نکته برای بهبود خدمات مشتریان

مترجم: مریم امیری خواه

یکشنبه گذشته هنگامی که از دریاچه به خانه برمی‌گشتم، تصادف کردم.

تصادف همواره سخت و پرتنش است. افزایش ترشح آدرنالین واکنش ستیزگریز را برمی‌انگیزد و زمینه را برای جر و بحثی آتشین آماده می‌کند. همراه داشتن دو بچه در ماشین و باقی ماندن همسرم در ویلا شرایط را وخیم‌تر می‌کرد. سه خودرو در این تصادف به هم خورده بودند و هر راننده‌ای که از کنارمان می‌گذشت، به خاطر این شلوغی فریادی بر سرمان می‌زد و به راهش ادامه می‌داد.

خدا رو شکر هیچ‌کس صدمه‌ای ندیده بود و فقط ماشین‌ها و البته غرور من آسیب دیده بود. هنگامی که به تعمیرگاه رسیدم و جان را ملاقات کردم، تمام نگرانی و استرسم ناپدید شد.

جان مسئول پذیرش تعمیرگاه و بنابراین اولین فردی بود که مشتریان مضطرب و نگران با او روبرو می‌شدند. جان خدمات مشتریانی افسان‌های ارائه می‌داد که حتی به خاطر آن از او تقدیر هم شده بود. ظرف چند دقیقه کاملاً آرام شدم، خودم را جمع و جور کردم و توانستم که عاقلانه تصمیم بگیرم.

الان که از دور به ماجرا نگاه میکنم، پنج نکته کلیدی را در رفتار جان تشخیص می‌دهم که رعایت آن‌ها می‌تواند خدمات مشتریان هر شرکتی را ارتقاء دهد.

**نکته‌های کلیدی برای ارائه خدمات مشتریان افسانه‌ای**

۱.همدردی: اولین سوال جان از من این بود که «بچه‌ها چطورند؟» این سوال به من یادآوری کرد که خوشبختانه کسی صدمه ندیده است و مسلماً جان سالم به در بردن از این تصادف وحشتناک بسیار مهم بود. به علاوه این احوال‌پرسی مهربانانه باعث شد، حس کنم که جان واقعاً به من و خانواده‌ام اهمیت می‌دهد و صرفاً به فکر کسب‌وکار خودش نیست.

۲.آرامش: آرامش جان علیرغم آشوب و هرج و مرج پیرامونش واقعاً ستودنی بود. لحن صدای او همواره آرام و اطمینان‌بخش بود. این آرامش باعث شد، احساس کنم که به جای درستی آمده‌ام و کار را به کاردان سپرده‌ام.

۳.احترام:

هنگامی که به تعمیرگاه رسیدم، آشفته و پریشان بودم و از همه توقع داشتم که به من کمک کنند، با این وجود رفتار جان با من کاملاً محترمانه بود. جان من را محترمانه با القاب رسمی طرف خطاب قرار می‌داد و به هیچ‌وجه صحبت‌های طولانی و بی‌هدف من را قطع نمی‌کرد.

۴.گوش دادن فعال: گوش دادن فعال یکی از تکنیک‌های ارتباط موثر است که در مشاوره، آموزش و حل تعارض به کار برده می‌شود. لازمه گوش دادن فعال این است که شنونده تمرکز کامل داشته باشد، موضوع را درک کند، واکنش مناسب نشان دهد و گفته‌های مخاطبش را به خاطر بسپارد. جان با چنان دقت سرشار از همدردی و احترامی به من گوش می‌کرد، که احساس کردم کاملاً من را درک میکند.

۵.برنامه‌ریزی: جان هر روز با چنین مشکلاتی روبرو می‌شود و به خوبی می‌داند که چطور باید در این شرایط عمل کند. جان پس از آن که اعلام کرد که نمی‌توانم با این خودرو به راهم ادامه بدهم، به سرعت با شرکت کرایه ماشینی که طرف قراردادشان بود، تماس گرفت و یک ماشین تمیز و مرتب را برای من کرایه کرد. همکارانش نیز صندلی‌های ماشین کودک را به ماشین جدید منتقل کردند. این کمک و مهربانی برای من باورنکردنی بود، اما برای جان صرفاً بخشی از کار روزمره معمولش بود که در برنامه‌ریزی عالی و بی‌نقص او ریشه داشت.

**اختیار دادن به کارکنان خط مقدم**

در مقام صاحب یک کسب‌وکار باید از این پنج نکته کلیدی آگاهی داشته باشید، اما واقعیت این است که آشنایی کارکنان خط مقدم با این نکات و آموزش دیدن آن‌ها در این زمینه، برای ارائه خدمات مشتریانی بی‌نقص بسیار مهمتر است. بهترین راه‌ها برای قدرت دادن به کارکنان خط مقدم به گونه‌ای که بتوانند در شرایط بحرانی رفتاری مناسب با مشتریان داشته باشند، به شرح زیر است:

•ابزار لازم کارکنان را در اختیارشان قرار بدهید: کارکنان در شرایط بحرانی باید از قدرت، اختیار، راهنمایی و مهارت‌های ضروری برای اتخاذ تصمیم‌های مناسب برخوردار باشند.

•رضایتمندی کارکنان را افزایش دهید: نارضایتی مشتریان گاهی بازتابی از نارضایتی کارکنان از شرایط شغلی‌شان است.

•مهارت‌های حل تعارض را به کارکنان‌تان آموزش دهید: زمانی که موضوع آموزش برخورد با مشتریان «مشکل‌ساز» مطرح می‌شود، عموماً قواعدی کلی مانند «همواره حق با مشتری است.» به پرسنل خدمات مشتریان آموزش داده می‌شود. اما واقعیت این است که این جملات کلیشه‌ای و پیش پا افتاده در شرایط بحرانی راهگشا نیست، و کارکنان بیش از این قواعد کلی به ابزار ضروری برای مدیریت شرایط نیاز دارند.

آموزش مهارت‌های حل تعارض ابزار قدرتمندی است که به کارکنان یاد می‌دهد، به جای شعله‌ورتر کردن آتش جر و بحث با عصبانیت، بتوانند مشتریان برافروخته‌شان را آرام کنند و آب روی آتش بریزند.

بر اساس نتایج یک گزارش، ۵۵درصد مشتریان به دلیل داشتن تجربه‌ای ناخوشایند از خدمات مشتریان از معامله صرف نظر می‌کنند.

این آمار بیانگر درآمد کلانی است که به دلیل ضعف در خدمات مشتریان به باد می‌رود و هیچ‌گاه به دست نمی‌آید. به علاوه این نتیجه نشان دهنده نیاز مبرمی است که برای آموزش و اختیاردهی به کارکنان خط مقدم وجود دارد. حتماً موافق هستید که بدترین چیز بعد از شکست در فروش، شکست در فروش به دلیل خدمات مشتریان نامناسب است.

منبع: inc

رهبری

## ۴نکته برای تبدیل شدن به یک رهبر عالی از زبان یک مدیرعامل موفق

مترجم:نیماجوادی

من اخیرا متوجه شـدم که در آخریـن رده‌بندی گلس دور (Glassdoor) در میان مدیران عامل کسب‌وکارهای کوچک و متوسط آمریکایی در رتبه دوم قرار دارم.

این رده‌بندی بر اساس نظرات و بازخوردهای کارمندان بیش از ۷۷۰ هزار شـرکت انجام شـده بود و واقعا برای من افتخار بزرگی است. ولی این رده‌بندی، به نظر من، کمی گمراه‌کننده است. من بهترین و برترین مدیرعامل نیست؛ من رهبر بهترین تیم هستم و همین باعث آسان‌تر شدن کارم می‌شود.

وظیفه مدیرعامل قطعا تیم و هدف محور اسـت. مدیرعامل باید پس از تعیین مسـیر حرکت شـرکت، بر حفظ پایداری و توسـعه و تقویت ارزش‌های اصلی تمرکز کند. سپس نوبت به انتخاب برترین و ماهرترین افراد و کنار رفتن از سـر راه آن‌ها خواهد رسـید. در نهایت، راز موفقیت کسـب و کار من، تیم من است.

البته خلق و رهبری یک شـرکت موفـق تیم محور چندان ساده نیست. شما باید به چهار نکته کلید توجه داشته باشید. پیشرفت در این زمینه‌ها شما را به رهبری بهتر تبدیل خواهد کرد، رهبـری که کارمنـدان، چه در زندگـی حرفه‌ای و چه در زندگـی شـخصی، از او به عنوان یک الگو و سرمشـق یاد می‌کنند.

**۱. ارزش‌ها و چشم اندازها**

تمام رهبران باید به این سوال پاسخ دهند: می‌خواهم رهبر چه شـرکتی باشـم و چرا؟ به خوبی فکر کنید. اهداف شـما چیست؟

تعریف چشم‌انداز شرکت و ارزش‌های اصلی آن باعث شکل گیری وظایـف و فعالیت‌های روزانه شـما و کارمندان شـما خواهد شد.

تیم‌های موفق به این دانش مشـترک وابسته هستند. آن‌ها بـرای تصمیم‌گیـری در زمان بحـران و تردید بـه ارزش‌ها و چشـم‌اندازهای شـرکت مراجعه خواهند کرد. به همین دلیل بایـد ارزش‌ها و چشـم‌اندازهای خود را بلافاصلـه و در اولین مراحل بنا کنید و آن‌ها را با تیم و کارمندان خود به اشـتراک بگذارید و دائما به دنبال تقویت آن‌ها باشید.

درک عمیق این مسـئله که چه کسـی هستید و چه هدفی دارید باعث تسهیل کار شما خواهد شد. شما می‌توانید افرادی با ارزش‌های مشـترک و مشـابه به تیم خود اضافه کنید و با کمک آن‌ها به سمت پیشرفت و موفقیت گام بردارید.

**۲. پایداری و شفافیت**

مدیـران عامل بیش از هر چیزی باید صـادق، خالص و در مسـیر حرکـت و ارزش‌های خود پایدار باشـند. آن‌ها باید به رفتار خود دقت کنند و انتظارات خود از تمام اعضای تیم را با آن‌ها در میان بگذارند.

در شـرکت من، ارزش‌هایی که چندین سـال پیش تعیین کردیم باعث حفظ شـرکت در دوران سـخت و بحرانی شدند. استراتژی‌های تجاری دائما تغییر خواهند کرد ولی من همواره به ارزش‌های اصلی شـرکتم پایبند خواهم بود. به این ترتیب هرگـز نقش بازی نخواهم کـرد و هرگز کاری که با ارزش‌ها و اصول اخلاقی من سازگار نباشند را انجام نخواهم داد.

رهبران باید همواره و با خیالی آسوده شخصیت واقعی خود را بروز دهند و از این کار ترسی نداشته باشند، زیرا تنها به این ترتیب به شـرکتی صادق، اصیل و موفق دسـت پیدا خواهید کرد. به قول گاندی: «شـادی زمانـی به وجود خواهد آمد که اندیشه، سخن و کردار شما با یکدیگر هارمونی داشته باشند.»

کارمنـدان بهترین عملکرد را هنگام ارائه خواهند کرد که از وظایف خود اطلاع داشته باشند. هیچ چیز به اندازه گفتن یک حرف و انجام عملی کاملا مخالف و متضاد باعث دوری شما از کارمندان و ایجاد فرهنگی مسموم نخواهد شد.

**۳. تمرکز جامع و ایجاد ظرفیت**

مدیران برتر همواره کارمندان خود را در اولیت قرار خواهند داد و بـه آن‌ها در سـاخت و پرورش ظرفیت‌هایشـان کمک خواهند کرد تا بهترین عملکرد را ارائه کنند.

این فقط محدود به اتفاقات درون دفتر نمی‌شود. من دوست دارم کـه کارمندانم در تمام جنبه‌های زندگی خود پیشـرفت کننـد. به این ترتیب فرد سـالم‌تر و شـادتر خواهد بود و در نتیجه عملکرد بهتری ارائه خواهد کرد.

اکثـر رهبران به آخرین مرحلـه توجه دارند: عملکرد کاری. ولی قرار دادن تمام تمرکز بر هدف باعث خسـتگی و ناامیدی افراد خواهد شد. رهبران بزرگ به دنبال اهداف بزرگ هستند. آن‌ها با ایجاد استانداردهای بالا باعث پیشرفت افراد می‌شوند و نسبت به وظایف و اعمال خود احساس مسئولیت می‌کنند.

**۴. رشد شخصی**

رهبری، زمانی که درکـی از خود و اهداف خود ندارید، کار بسیار دشواری اسـت. برنامه‌های رهبری به شما در شناسایی بهتریـن روش رهبری کمـک خواهند کرد. ایـن برنامه‌های همچنیـن در طراحـی سیسـتم‌های موثـر و کارآمد جهت دستیابی به اهداف خاص نیز مفید خواهند بود.

چنانچـه از خواسـته‌ها و ارزش‌های اساسـی خود اطلاعی نداریـد، اینجا نقطه اغاز خوبی اسـت، زیرا شـما بدون درک ارزش‌های خود قادر به ایجاد ارزش برای شرکت نیز نخواهید بود.

به علاوه، توجه به رشـد شـخصی شما را به یک الگو تبدیل خواهد کرد. بخشـی از مدیریت تیم‌های شـاد و موثر شـامل افزایش توقع، چه از خود و چه از تیم، می‌شود.

هـر توقعی که از کارمندان خود داریـد، باید از خودتان نیز همان توقع را داشـته باشـید. اسـتانداردهای من قابل تغییر نیستند و من با این استانداردها زندگی می‌کنم. من در شرکت حضور دارم و مانند سـایر کارمنـدان کار می‌کنم و به اهدافم متعهد هستم.

منبع: inc

# چه‌وقت افراد را استخدام کرده و چه موقع با آنها قراردادی کار کنیم؟

مترجم:علی‌اکبری

از آنجایی که هر کسـب و کار بالاخره اولین نیروی خود را اسـتخدام کرده و دسـت به کار ایجاد تیم تمام وقت خود می‌شود، برقراری توازن میان افزودن نیروهای جدید و متعهد بودن به این افراد تازه وارد بسیار مهم اسـت. گاهی اوقات شما نیازمند فردی هستید که در یک پروژه با مـدت زمانی محدود به کمک‌تان بیاید. گاهی اوقات، ممکن اسـت آن پروژه راه را برای نقشـی تمام وقت هموار کند. حفظ این توازن تنها از نقطـه نظر اخلاقی و فرهنگی مهم نیسـت، بلکه از نقطه نظر اقتصادی نیز حائز اهمیت است.

خب، چه موقع باید نیروی تمام وقت استخدام کنیم؟

۱. برای اموری که ایجاد سود کرده و یا مسئولیت را کاهش می‌دهند. شرکت‌های جدید بیشتر به سـودآوری فکر می‌کنند؛ چرا که ممکن اسـت پیشرفت کندی داشته باشـند و هزینه‌های زیادی قابلیت حذف نداشته باشند. اگر فکر می‌کنید که میزان سودآوری حاصل از استخدام نیروی مدنظرتان، هزینه‌های استخدام‌اش را پوشش می‌دهد و به رشد شـرکت‌تان کمک می‌کند، اسـتخدام تمام وقت او معنادار اسـت. شما می‌توانید پیش از انجام رویه‌های اسـتخدامی فرد مورد نظر را از لحاظ میزان کارایی مورد آزمون قرار داده و تناسـب وی با فرهنگ‌سـازمانی شرکت‌تان را بسنجید.

۲.زمانی که مناسب‌ترین گزینه را پیدا می‌کنید.

اسـتخدام تمام وقت زمانی معنا پیـدا می‌کند که اهداف و نقش‌های مشـخص و روشنی داشته باشید، پس شما می‌توانید فردی را که با آن نقش تناسـب داشته باشـد را پیدا کرده و خودتان یا شخص دیگری از اعضای تیم به او کمک کنید. این کار زمانی آسان است که از راهنمایی مایکل گربر پیروی کرده و فهرسـتی از مشخصات هر شغلی که ممکن است شرکت‌تان در آینده بدان احتیاج پیدا کند، داشته باشید.

اگر تا الان این کار را نکرده‌اید، سـریعا دسـت به کار شوید. این کار موجب منظم شـدن اوضاع و تفکری شـفاف پیرامون افراد مورد نیاز و گزینه‌های استخدامی می‌شود. هنگامی که شما فردی را برای موقعیت مشـخصی اسـتخدام می‌کنید، احتمالا تا الان افراد حاضر در شـرکت آن مسـئولیت را بـه عنوان اضافه کار انجام می‌داده‌اند. علی‌رغم قسـم احساسـی داستان، استرس داشتن یک تیمی که منتظر ورود یک عضو جدید است، نشانه خوبی است.

افزون بر این، بر حسـب تجربه می‌توان گفت که نیروهای استخدامی در مقایسه با نیروهای‌قراردادی، تعهد و فداکاری بیشتری دارند. خانواده و دوسـتان آنها به کاری که انجام می‌دهید علاقه‌مند شده و علایق‌تان را تبلیغ هم می‌کنند. این افراد منبع بسـیار خوبی برای یافتن نیروهای استخدامی جدید هستند.

چه موقع باید جذب نیروی قراردادی را مدنظر داشـته باشید؟ نیروی قراردادی زمانی مناسـب اسـت که پروژه ای با زمان محدود در اختیار داشـته باشـید. افزون بر این، در شـرایط زیر بایسـتی جـذب نیروی قراردادی را مدنظر داشته باشید:

**۱. اگر ناامید و یا تحت فشار هستید**

غالبا در شـرایط استرسـی انتظارات خود را افزایش نمی‌دهیم، اما از جنبه سـطح آموزش و آگاهی‌مان افت می‌کنیم. اگر به فکر اسـتخدام نیروی تمام وقت هسـتید، باید اسـتراتژیک و بلندمدت فکر کنید. اما جذب نیروی قراردادی برای مقابله با مسـائل گذرا، گزینه خوبی است. حـال اگر این فرد خـود را در جایگاه موقتی‌اش ثابت کند، می‌توانید به اسـتخدام تمام وقت او فکر کنید. اجازه ندهید که فشـار شما را از کار بیندازد. کمک بگیرید و به یاد داشته باشید که همیشه از لحاظ آماری، تصمیم‌گیری هوشمندانه‌تر از تصمیم نگرفتن است.

**۲. اگر کاندیدای خوبی را برای شرکت‌تان یافته‌اید و هنوز برای او نقشی تعیین نکرده‌اید**

همـه ما تصادفا با افراد جالب توجه برخورد می‌کنیم و حس می‌کنیم که باید این فرد را در تیم خود داشـته باشـیم. اما ممکن است که این افراد در حال حاضر در شرکت دیگری مشغول باشند و یا شاید خودتان به تازگی افرادی را استخدام کرده و برای یک نیروی جدید جای خالی نداشـته باشـید. به جای «حفظ تماس با این فرد»، به این فکر کنید کـه می‌توانیـد او را برای همکاری در پـروژه‌ای خاص جذب کرده تا او هم بتواند به تعهدات فعلی خود عمل کند. این کار امکان بررسی نحوه همکاری او با شـما و تیم‌تان را فراهم کرده و نشـان می‌دهد که آیا این فرد ادای یک نیروی حرفه‌ای را درمی‌آورد یا نه.

**۳. اگر بخواهید برروی محصول، خدمات و دپارتمان جدیدی تمرکز کنید**

اگـر هرکس بدانـد که یک آینـده تمام وقت مشـروط بـه مراحل مشخص اسـت، انگیزه بیشـتری برای کار و نتیجه‌گیری وجود خواهد داشـت. آن دسـته از نیروهای قراردادی‌ای که به دنبال کار تمام وقت هسـتند می‌توانند از این فرصت استفاده کرده و نقش خود را مبتنی بر عملکردشان تعریف نمایند. با ایجاد این رشد مشروط به عملکرد، دیگر اعضای تیم متوجه می‌شـوند که این حرکت در جهت رشد هوشمندانه بوده و صرفا افزایش ابعاد شرکت نیست.

**۴. اگر به مهارت‌های ویژه نیاز داشته و یا با یک پروژه نهایی طرف هستید**

اگر پـروژه‌ای را در حوزه فناوری آغاز نموده‌اید که به مهارت‌های ویژه و حرفه‌ای نیازمند است، ممکن است پیدا کردن افرادی با مهارت مناسب و جذب آنها برای استخدام تمام وقت دشوار باشد. نقش‌های قراردادی موجب افزایش توان تیم‌تان می‌شود و این توان افزونه به لطف جذب مهارت‌هایی اسـت که به خاطر بازار داغ و بالابودن تقاضا به سـختی یافت می‌شـوند. پس اگر پروژه پیش‌رویتان، یک پروژه تکنولوژیک است، افرادی را بصورت قـراردادی جذب نمایید تـا بتوانید پروژه مذکور را ظرف مدت مشـخص تحویل دهید. توجه داشـته باشید که جذب نیروی قراردادی، راه مناسبی بـرای ارزیابی میزان مهـارت در طول یک پروژه اسـت، پس اگر نیازهای پیوسته‌ای دارید، گزینه‌ی پیش‌رویتان استخدام تمام وقت آنان است.

اگر به داشـتن نیروهای تمام وقت عـادت دارید، باید بدانید که همه متخصصان ایجاد یک فضای کاری مرکب را با آینده بلند مدت مسـاعد می‌دانند. این مساله فقط به خاطر آمار و فناوری نیست. رویکرد ترکیبی نیروهـای قراردادی و تمـام وقت، در تمامی شـرکت‌ها نتایج خوبی را حاصل می‌کند.

**از رشد خود انتظار سود داشته باشید**

من به مدتی طولانی صاحب کسب و کار بوده‌ام و به خوبی چالش‌های جذب نیروهای جدید را می‌شناسـم. همیشه محاسبه هزینه‌های کوتاه مدت آسـان‌تر از محاسبه منافع بلند مدت اسـت. اما زمانی که به فکر جذب نیروهای جدید می‌افتید، به خاطر داشته باشید که سلامت مالی کلید رشـد هر شرکت اسـت و گاهی اوقات بایستی بهترین تصمیمات استخدامی خویش را بر مبنای سیگنال‌های مالی ناشی از منحنی رشد خود اتخاذ کنید، چرا که این سـیگنال‌ها با طرح‌های میان مدت و بلند مدت شرکت‌تان در ارتباط هستند.

بـرای همـه ما پیش می‌آید که در تفسـیر این پیش‌بینی‌ها اشـتباه کنیم، اما توجه داشته باشید که این اشتباهات بخشی کلیدی از فرایند یادگیـری بوده و مـا را بـرای تصمیم‌گیری در موقعیت مشـابه آماده می‌کنند. اگر سـلامت مالی شرکت‌تان در اولویت باشد، هرگونه نیروی جدیدی که استخدام کنید شما را به سوی موفقیت سوق خواهد داد.

منبع: entrepreneur

۸ عادت برای مدیریت موفقیت‌آمیز بحران

# همسویی فروش و بازاریابی در توفان

مترجم: مریم امیری‌خواه

امروزه به نظر می‌رسد که هر شرکتی یا در میانه بحران گرفتار است یا عنقریب دچار گردباد بحران خواهد شد. بنابراین بحران دیر و زود دارد، اما سوخت و سوز ندارد، شکی نیست که هر شرکتی بحران را تجربه خواهد کرد، مهم این است که چه زمانی و چگونه به آن واکنش نشان خواهید داد. به علاوه بحران همسویی ظریف بین بخش‌های فروش و بازاریابی را نیز به بوته آزمایش خواهد گذاشت.

بحران و اعتبار امروزه از قابلیت تعریف سازمان، سردرگم کردن طرفداران، ایجاد اختلال در ارزش سهام، سودآوری و پیشتازی سازمان در بازار برخوردار است. هیچ شرکتی از تندباد بحران در امان نیست. هر ماه یک برند ملی تاثیر بالقوه بحران را به نمایش می‌گذارد.

در این بخش با ۸ مهارتی آشنا می‌شوید که باید قبل از روبه‌رو شدن با بحران خود را به آنها مجهز کنید تا از این گردباد بی‌امان به سلامت خارج شوید.

**۱ـ از قبل برنامه‌ریزی کنید**

یکی از باارزش‌ترین کارهایی که در هر سازمان می‌توان قبل از روبه‌رو شدن با بحران انجام داد، این است که گروه بحران را پیشاپیش انتخاب کنید. این گروه باید نماینده جنبه‌های مختلفی از عملکرد کسب و کارتان باشد. نمی‌توانید ۱۵ نفر را در گروه بحران جای دهید، چون این گروه باید تصمیم بگیرد و به سرعت نیز تصمیم بگیرد. از طرفی گروه بحران نباید آنقدر کوچک باشد که جنبه‌هایی از کسب و کار از دید آن پنهان ماند و نتواند کلیت موضوع را ببیند.

البته گروه بحران رویه‌های موجود در خصوص مسئولیت‌های سخنگو را تکمیل می‌کند. بسیار مهم است که فرهنگ و خط‌مشی‌های سازمان در ارتباط با فردی که با مردم صحبت می‌کند، قبل از وقوع بحران مشخص شود. اصول اساسی باید از ابتدا تعریف شود.

مدت‌ها قبل از وقوع بحران باید حسن نیت خود در قبال اجتماع و خدماتی را که به آن انجام می‌دهید، در نظر بگیرید، این شعر معروف سعدی را از یاد نبرید:

تو نیکی میکن و در دجله انداز  که ایزد در بیابانت دهد باز

برای مثال مک دونالد برندی است که حسن نیت خود را از مدت‌ها قبل با انجام خدمات انسان‌دوستانه اثبات کرده بود. در سال ۱۹۹۲ در جریان شورش‌های لس‌آنجلس ۵۳ نفر جان باختند، ۲۵۰۰ نفر زخمی شدند و ۲میلیارد دلار خسارت، شامل ویرانی ۱۲۰۰ ساختمان، وارد شد. رستوران‌های مک دونالد در قلب این تخریب واقع بودند، اما هیچ کدام آسیبی ندیدند. چون مک دونالد برندی بود که مردم مهم بودن آن را در جامعه خود باور کرده بودند.

**۲ـ بحران را در زمان وقوع آن بشناسید**

بحران در بسیاری از موارد بدون نشانه هشدار در شکل‌های گوناگون از هیات مدیره خودسر و متمرد گرفته تا بلایای طبیعی، از وقایع غمبار جنایی تا فراخوانی محصول در سطح ملی رخ می‌دهد. بحران گاهی اوقات به صورت واقعه‌ای شروع می‌شود که قابلیت تبدیل شدن به یک بحران شدید را دارد. گاهی اوقات نیز بحران به صورت تمام عیار شروع می‌شود و هدف ما این است که از تبدیل شدن آن به یک فاجعه جلوگیری کنیم.

برخی معتقدند که آتش این بحران‌ها را دشمنان و رقبای باانگیزه شعله‌ور می‌کنند. این مخالفان بی‌رحم شرکت‌ها، گروه‌ها یا افرادی هستند که به نحوی مقابل شما قرار گرفته‌اند. اگر شما یک شرکت نفتی بزرگ باشید، شکی نیست که می‌توانید فعالان محیط زیست را در میان دشمنان باانگیزه خود پیدا کنید. این دشمنان گاهی قابل انتظار و گاهی غیرقابل پیش‌بینی هستند. هر شرکتی می‌تواند دشمنان سرسخت خود را در بین رقبایش بیابد. ممکن است این رقبا آشنایان قدیمی شما در بازار باشند یا مزاحمانی باشند که به تازگی وارد این صنعت شده‌اند. اگر مالک فروشگاه زنجیره‌ای یا کسب و کاری باشید که خواربار را به خانه‌ها تحویل می‌دهد و آمازون وارد حیطه فعالیت شما شود، بحران بازار فروش برای شما شروع خواهد شد.

از این گذشته فراموش نکنید که بحران گاهی به صورت مثبت شروع می‌شود. ادغام و مالکیت می‌تواند آغازگر بحران باشد. گروه‌های مختلف بسته به اینکه در کدام طرف معامله قرار دارند و منافع‌شان در کجا قرار می‌گیرد، واکنش نشان می‌دهند.

**۳ ـ از همان ابتدای بحران ارتباطی منظم برقرار کنید**

ارتباط برقرار کردن و اطلاع‌رسانی درباره بحران جزو ضروریات چند ساعت نخست پس از بحران است، البته سعی کنید در مراحل اولیه قول‌هایی ندهید که بعد نتوانید به آنها عمل کنید. با تمام سهامداران همدردی کنید و شرایط را به آنها توضیح دهید.

اجازه ندهید که خلأ ایجاد شود. از یاد نبرید که عصر امروز عصر رسانه‌هایی است که به سرعت برق و باد خلأیی را که شما به وجود آورده‌اید، پر خواهند کرد و اخبار جایگزین و قابل قبولی را که به نظرشان درست می‌آید و به روایت‌شان از این بحران جذابیت می‌دهد، به سمع و نظر مخاطبین خواهند رساند. در چنین شرایطی علاوه بر اطلاع‌رسانی صحیح باید اخبار اشتباه را نیز از ذهن مخاطبین پاک کنید. بحران اولیه غالباً بحرانی ناشی از اطلاع‌رسانی اشتباه را در پی دارد که نتیجه کوتاهی شما در خبررسانی و ارتباط با مخاطبین است. گاهی اوقات احساس اینکه اتفاق ناخوشایندی در حال وقوع است، به بحران دامن می‌زند. این باورها و تصورهای اشتباه به واقعیتی تبدیل می‌شود که باید آن را مدیریت کنید. ارتباط برقرار نکردن پس از بحران زمینه را برای بروز بحران دیگری فراهم می‌کند.

مدت کوتاهی پس از وقوع بحران باید با مخاطبین خود ارتباط برقرار کنید و این ارتباط منظم را ادامه دهید. یکی از اهداف نهایی مدیریت بحران این است که بحران جنبه جنسی نداشته باشد و جذابیت خود را برای مخاطبین از دست بدهد. برای رسیدن به این هدف لازم است که واقعیت‌ها را هر چقدر هم که تلخ باشد، بیان کنید و اخبار مربوط به پیشرفت بحران را دائماً به‌روز کنید. کوتاهی در اطلاع‌رسانی یا بالعکس زیاده‌روی در آن عواقب ناخوشایندی را به دنبال دارد و حدس و گمانه‌ای که در غیاب حقیقت و قبل از هر گونه اقدام زده می‌شود، می‌تواند به فاجعه منجر شود.

**نکته‌ای درباره رسانه‌های اجتماعی**

مدیریت بحران نیاز به کنترل و بازداری دارد، حال آنکه روال رسانه‌های اجتماعی کاملاً متفاوت با این پرهیز و خودداری است. مقابله با حجم، سرعت و سموم اطلاعات اشتباه در عرصه رسانه‌های اجتماعی بسیار دشوار است. چون حجم بالایی از اطلاعات با سرعت زیاد منتشر می‌شود، ذهن‌ها را مسموم می‌کند و رسوایی را مقدم بر واقعیت جلوه می‌دهد، شرکت‌ها ظرف یک چشم به هم زدن خود را در میانه گرداب ناکامی گرفتار می‌بینند.

به علاوه پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و رفتارهای کاربران، به ویژه در میان کارکنان برند درگیر در حال تغییر است. مهم نیست که چه سمتی در سازمان دارید یا توئیت منتشرشده چقدر قدیمی است، این بحران برای شما به معنای از دست دادن کار، حرفه و اعتبار و آبروی‌تان خواهد بود. حال آنکه چنین سطح تشدید شده‌ای از حساسیت نسبت به بروز خطر در چند سال پیش وجود نداشت.

**۴ـ همسو کردن پیام‌ها و تجهیز کارکنان**

بحران با انحراف از عملکردهای عادی همراه است و این بی‌نظمی و پریشانی برای هیچ‌کس به اندازه مشتریانی شدید نیست که می‌خواهند از پرسنل خدمات مشتریان و فروش مستقیم جواب بگیرند.

راهکار معینی وجود ندارد که به وسیله آن بتوان فروشندگان را برای صحبت با مشتریان درباره بحران آماده کرد. اگر فروشندگان در پاسخ مشتریان به گفتن اینکه نمی‌توانند درباره بحران صحبت کنند، اکتفا کنند، مشکلات متعددی پیش خواهد آمد. از طرفی اگر اطلاعات بیش از حد یا بالعکس ناقص، یا از همه بدتر اشتباهی را در اختیار مشتریان قرار دهند، شرایط وخیم‌تر و پیچیده‌تر خواهد شد. برای آنکه بتوانید تمام کارکنان را با یکدیگر هم‌داستان کنید تا برای پاسخگویی به مشتریان آماده باشند به یک پیام برای عموم مشتریان و به یک پیام برای مهمترین مشتریان نیاز دارید. این پیام‌ها بیانیه‌های عمومی گسترده‌ای است که حس اعتماد را در مشتریان القا می‌کند. چیزی به عنوان اسناد داخلی وجود ندارد که داخلی و محرمانه باقی بماند، به ویژه در دوران بحران محرمانه نگه داشتن اسناد بسیار مشکل است.

یک بیانیه یک صفحه‌ای کافی است و بهتر است، آن را به جای انتشار از دفتر مدیرعامل، توسط سرنخ‌های فروش یا مدیران فروش توزیع کنید. به این ترتیب پیام با اتکا به روابط قابل اطمینان به طور مستقیم‌تر پخش می‌شود.

مضمون پیام باید این باشد که ما همواره اطلاعات جدید را به محض وصول در اختیارتان قرار می‌دهیم، چرا که روابط‌مان با مشتریان برای‌مان بسیار مهم و باارزش است.

**۵ـ گوش شنوا داشته باشید**

در محیطی که هرچند ساعت یکبار باید اخبار جدید را در اختیار جراید قرار دهید، خود را با وضعیت بازار به روز کنید یا موقعیت دور از انتظاری را پیش‌بینی کنید که حل کردن آنها ماه‌ها زمان می‌برد، شاید وسوسه شوید که به رابطه‌های یک‌سویه اکتفا کنید، اما چنین تصمیمی اعتماد را خدشه‌دار می‌سازد و کارایی مدیریت بحران را تضعیف می‌کند.

مشتریان باید احساس کنند که رابطه شما با ایشان دوطرفه است. این رابطه دوطرفه اعصاب آنها را آرام می‌کند و شرکت نیز متوجه سوالات بی‌پاسخی می‌شود که در ذهن مشتریان شکل گرفته است. آگاهی از این چشم‌انداز خارجی بسیار مفید است. مسلماً آنچه شما از داخل حس می‌کنید و می‌بینید، با آنچه مشتریان از خارج می‌بینند و حس می‌کنند، تفاوت دارد.

نظرات مشتریان را می‌توانید به صورت حضوری، از طریق مکالمه تلفنی، کانال‌های اطلاع‌رسانی، ایمیل یا رسانه‌های اجتماعی بشنوید. برای نمونه به مثالی از شرکت هواپیمایی Southwest توجه کنید.

یکی از هواپیماهای این شرکت به تازگی مجبور شده بود که به دلیل از دست دادن یک موتور فرود اضطراری داشته باشد. همان طور که خلبانان با برج مراقبت در ارتباط بودند، تیم کارکشته رسانه‌های اجتماعی اطلاعات را همزمان از طریق رسانه‌های اجتماعی از مسافرین دریافت می‌کرد. حال آنکه بسیاری از شرکت‌ها بررسی نظرات در رسانه‌های اجتماعی را به بعد موکول می‌کنند و حتی آن را لازم و حیاتی نمی‌دانند، اما واقعیت این است که گوش شنوا داشتن در دوران بحران بسیار مهم است.

صرف نظر از نوع ابزاری که استفاده می‌کنید، این نگرشتان است که اهمیت فراوانی دارد. چنانچه اطلاعات را صادقانه و به طور مستمر در اختیار مشتریان قرار دهید، روابط‌تان با آنها خدشه‌دار نخواهد شد. به علاوه مشتریان بهترین خط مستقیم برای سنجش و ارزیابی شیوه مدیریت بحران شما هستند. چنانچه تعداد قابل توجهی از توزیع‌کنندگان سوال یکسانی دارند، گروه بحران باید پاسخی را برای این پرسش مهم پیدا کند.

**۶ـ آن چیزی را که کمکی به بهبود شرایط نمی‌کند، متوقف کنید**

شرکت‌ها باید برای نشان دادن واکنش‌های مناسب آماده باشند. در این شرایط غالباً لازم است که بخش بازاریابی ابتکار عمل را در دوران بحران در دست بگیرد. آیا زمانی که شرکت‌تان نفت داخل دریا می‌ریزد، تبلیغ کردن برای شرکت را متوقف می‌کنید؟ آیا هنگامی که محصولات‌تان به مصرف‌کنندگان آسیب می‌زند، لحن کلام‌تان را در حساب‌های رسانه‌های اجتماعی از بی‌ادبانه به محترمانه تغییر می‌دهید؟ جواب هر دو سوال مثبت است.

غالباً توصیه می‌شود که بازاریابی را در میانه بحران متوقف کنید تا حساس به نظر برسید و همچنین منابع حیاتی را هدر ندهید. بحران مانند یک گردباد همه چیز را در سر راه خود می‌بلعد. حتی اگر بحران شرکت‌هایی، مانند بخش‌های صنعتی را که مستقیماً با مشتریان در ارتباط نیستند، هدف بگیرد، باز هم این فاجعه پیش می‌آید. بحران هر چیزی را که در سر راه آن قرار بگیرد، حتی اگر نقشی در بحران نداشته باشد، نابود می‌کند. نظارت دقیق بر موقعیت و برند موجب می‌شود که منابع به نحوی مسئولانه تخصیص داده شود. چنانچه هواپیمای‌تان را با دست خودتان نابود نکنید، عمر بحران کوتاه‌تر خواهد شد.

**۷ـ بیشینه‌سازی یادگیری**

شرکت‌های قوی اجازه می‌دهند که بحران مانند یک کاتالیزور برای ایجاد تغییرات عملکردی مثبت عمل کند. رهبری ضعیف شکست شرکت و از هم پاشیدن آن را در پی خواهد داشت. برخی مدیران در مواجهه با بحران سعی می‌کنند که شتابزده و مستقیم به حالت عادی اولیه برگردند، اما بهترین شرکت‌ها می‌دانند که با سربلند بیرون آمدن از این بحران، حالت نرمال و عادی جدیدی را شروع خواهند کرد. این مدیران مدبر سعی می‌کنند که از تجربیات خود درس بگیرند و از تکرار آنها و روبه‌رو شدن با پیامدهای شدیدتر جلوگیری کنند.

هدف یک شرکت در زمان بحران باید این باشد که کسب و کار را با حداکثر سرعت ممکن به حالت معمول برگرداند. مطمئناً در این راه باید هزینه کلانی را که برای آن برنامه‌ریزی نکرده‌اند، به وکلا، شرکت‌های ارتباطی و بازرسان پرداخت کنند. این هزینه‌هایی است که بحران آنها را به شرکت تحمیل می‌کند، اما اگر به این هزینه‌ها به چشم شهریه کلاس‌های تجربه و درس از بحران نگاه کنید، نهایت بهره را از این آموزش خواهید برد.

**۸ـ به دقت تشخیص دهید و به درستی عمل کنید**

بحران‌ها غالباً به درستی تشخیص داده نمی‌شوند. بحران تقریباً همواره به صورت ناسازگاری و نه مشکلات ارتباطی پدیدار می‌شود. چون این موضوعات و مشکلات در رسانه‌ها فاش می‌شود، برخی رهبران بحران را به صورت مشکل ارتباطی تشخیص می‌دهند و برای حل چنین مشکلی دست به کار می‌شوند، اما لازم است بدانید که برای حل بحران‌ها باید تصمیمات عملکردی اتخاذ کنید و یک پانسمان سردستی کفایت نمی‌کند. شاید بیانیه غرّایی ایراد کنید یا اخبار را به درستی منتشر کنید، اما این کارها کارخانه متلاشی شده را سرپا نمی‌کند یا نقص‌هایی را که منجر به فراخوانی محصول شده، اصلاح نمی‌کند.

مدیریت بحران مجموعه‌ای از تصمیم‌های سنجیده است که شرکت برای تعدیل تاثیر و عوارض گسترده‌تر وقایع پیش رو اتخاذ می‌کند. این تصمیمات فقط به ارتباط مربوط نمی‌شود. مدیریت بحران معطوف به ایجاد فرصتی است که شرکت را بهتر و روابط با مشتریان مهم را قوی‌تر می‌کند، عملکرد را بهبود می‌دهد و حتی همسویی و وابستگی‌های مثبت بین فروش و بازاریابی را استحکام می‌بخشد تا به این ترتیب آینده روشن‌تری برای سازمان رقم زده شود.

منبع: forbes

# ۱۰ کارآفرین موفق از رازهای رسیدن به ثروت بیشتر می‌گویند

مترجم: امید گوهری

از تغییرات ذهنیت تا صرفه‌جویی، هر کسی می‌تواند از راهنمایی‌های این افراد موفق استفاده کند.

اغلب مردم یک حقیقت تلخ را پنهان می‌کنند: آنها به پول بیشتری نیاز دارند. این ۱۰ کارآفرین و مشاور موفق از اوراکلز (Oracles) استراتژی‌های آزموده خود در خروج از ورشکستگی و دستیابی به ثروت بسیار را با دیگران به اشتراک می‌گذارند.

**۱.بر ایجاد تمرکز کنید و نه پس‌انداز**

زمان کمتری را صرف فکر کردن به شیوهٔ پس‌انداز پول و بیشتر به روش‌های تولید آن و شیوه‌های بهبود استعدادهای‌تان فکر کنید. با سخت‌تر کارکردن، در حقیقت زمان کمتری را برای خود صرف می‌کنید و نمی‌خواهید حتی یک لحظه تمرکزتان بر روی کار را از دست بدهید. با تمرکز بر روی کسب درآمد بیشتر، پول ذخیره کنید. -تیم دراپر (Tim Draper) سرمایه‌گذار خطرپذیر، مؤسس مجموعه دراپر و دی.اف.جی و نویسنده «چگونه قهرمان یک استارتاپ باشیم.»

**۲.پول بیشتری می‌خواهید؟ کار کنید**

اولاً شما باید «دست از تظاهر بردارید تا بتوانید پول ایجاد کنید». تظاهر، اتلاف وقت و انرژی است. مردم متوجه آن می‌شوند و در عین حال قدرت شما برای پیشرفت در زندگی تحلیل می‌رود. هدف ثروتمند-بودن است و نه ثروتمند به‌نظر رسیدن. با مردم روراست باشید و با خود صادقانه رفتار کنید.

ثانیاً هدف خود را بشناسید. میشلانجلو (Michelangelo) می‌گوید «خطر بزرگ برای اکثر ما در تعریف هدف بزرگ و کم‌آوردن در نیل به آن هدف نیست؛ بلکه در هدف بسیار کوچک تعریف‌کردن و رسیدن به آن حد است.» شما می‌توانید بیش از آنچه تصور می‌کنید به‌دست آورید، بنابراین هدف‌تان را بزرگ تعریف کنید. مسئلهٔ مهم این است که آن هدف را روزانه چندین بار بنویسید و همیشه آن را جلوی چشم و در ذهنتان داشته باشید.

در ادامه، نسبت به رسیدن به هدف‌تان بی‌رحم باشید. هیچ چیز نخرید، هیچ جا نروید، هیچ زمانی را با تماشای تلویزیون هدر ندهید. سخت کار کنید و برای تلاش دیگران ارزش قائل باشید. بیش از حد انتظار کار کنید. زیاده‌خواهی را در خود ریشه‌کن کنید. نسبت به اعمالتان مسئول باشید. هیچ‌کس به شما بدهکار نیست؛ اگر هدف‌تان را می‌خواهید، دیگران را کنار بزنید و به آن برسید. هیچ میانبری وجود ندارد، فقط سخت‌کوشی و انضباط.- مت مید (Matt Mead)، مؤسس و مدیرعامل ایپک دیتا و برندلینک، زیرمجموعه‌های هلدینگ مید.

**۳.عادات پولی بد خود را ترک کنید**

شیوه تفکرتان نسبت به وام را تغییر دهید و دست از هزینه‌کردن برای کسب پول بردارید. از پرداخت سود برای پول بپرهیزید، مگر اینکه از آن پول سود بیشتری کسب کرده باشید. افراد باهوش در مسائل مالی، ممکن است وامی با سود ۳درصد بگیرند و با سرمایه‌گذاری بر روی آن پول، ۷درصد سود به دست بیاورند. در نتیجه آنها ۴درصد سود کرده‌اند.

دست از منفعل‌بودن بردارید و فعالانه عمل کنید. اتفاقات پیش‌بینی‌نشده‌ای در زندگی می‌افتند، در نتیجه ۱۰درصد از داشته‌های خود را برای موارد ضروری کنار بگذارید. هدف‌تان کنار گذاشتن پول به اندازه هزینه ۳ ماه از زندگی‌تان باشد. وقتی برای اتفاقاتی از قبیل هزینه درمان و یا تعمیر خودرو پول کنار گذاشته باشید، استرس کمتری خواهید داشت؛ در عین حال دیگر مجبور نخواهید بود در شرایط ضروری از دیگران پولی قرض بگیرید؛ حتی احتمال بروز مشکل در زندگی مشترک خود را نیز کاهش می‌دهید! -امی نوواکوویچ (Amy Novakovich)، هم‌بنیانگذار و مدیرعامل شرکت مدیریت ثروت نووا که به کسب‌وکارها، قهرمانان و به شرکت‌های سرگرمی خدمات ارائه می‌دهد؛ مجری برنامه ثروت نووا.

**۴.ارزش خود را بشناسید**

برای پیشرفت مالی، ابتدا به خود بها دهید. با شناخت ارزش خود که با مجموع دارایی شما ارتباط دارد، شروع کنید. هرچه ارزش کمتری برای خود قائل باشید، احتمال بیشتری دارد که پول خود را هدر بدهید.

به خودتان اجازه دهید نوای قلب‌تان را دنبال کنید. به خاطر درآمد بیشتر به دنبال کاری که دوست ندارید، نروید؛ اگر زندگی‌تان برای‌تان الهام‌بخش نباشد، احتمال بیشتری وجود دارد که برای رسیدن به رضایت کوتاه‌مدت و جبران عدم‌رضایت شغلی‌تان، هزینه کنید.

یک حساب پس‌انداز خودکار ایجاد کنید و هر فصل مقداری که کنار می‌گذارید را افزایش دهید. پیشنهاد من این است که حداقل ۱۰درصد از درآمد خود را در یک حساب، دست‌نخورده نگاه دارید.

بیاموزید در برابر برنامه‌هایی که با اهداف مالی‌تان همسو نیستند، بگویید «ممنون، نه، متشکرم». این کار در قبال خانواده بسیار سخت اما ضروری است. اگر فشار انسانی که از دیگران وارد می‌شود را محترمانه رد کنید، به اهداف درونی ارزشمند خود نزدیکتر خواهید شد و در نتیجه ارزش خود و ثروت‌تان را افزایش می‌دهید. -لوئیس ماکر (Lewis Mocker)، هم‌بنیانگذار شرکت ثروت بی‌نهایت؛ سرمایه‌گذاری، تجارت و تولید ثروت را با دروس رایگان شرکت ثروت بی‌نهایت بیاموزید.

**۵.اجاره مجدد منزل‌تان را امتحان کنید**

توصیه اول من به دانشجویان، خانواده‌های جوان، افراد مجرد و هر کس که به‌دنبال ثروتمندشدن است، اجاره کردن یک خانه و اجاره مجدد بخشی از آن به دیگران است. حتی به‌عنوان یک پروژه منفرد، این کار راه‌حلی مناسب برای کاهش هزینه‌هاست. مقدار بیشتری از درآمدتان باقی می‌ماند و از پول دیگران سرمایه‌ای برای خود ایجاد می‌کنید.

اگر یک خانه دوبلکس می‌خرید، یک بخش از آن را برای خود و بخش دیگر را به مستأجر بدهید. با این روش و مادامی که مستأجرتان قسط خانه را می‌پردازد، شما به رایگان در آن خانه ساکن هستید. اگر در محل‌های پررفت‌وآمد و پرطرفدار مانند Airbnb، VRBO و HomeAway خانه می‌خرید، می‌توانید آن را به صورت کوتاه‌مدت اجاره دهید.

این استراتژی، روشی برای ورود به سرمایه‌گذاری در املاک است، که در گذشته نیز وجود داشت. برای مثال نهاد املاک فدرال وامی را در اختیار افراد می‌گذارد که نسبت به دیگر وام‌ها در دسترس‌تر است. قسط این وام می‌تواند حداقل ۳,۵ درصد باشد. برای تبدیل‌شدن به یک سرمایه‌گذار، اجاره مجدد خانه روشی فوق‌العاده است. -رایان دوسی (Ryan Dossey)، بنیانگذار با شرکت پورتر تماس بگیرید و شریک شرکت املاک استواردشیپ؛ ۲۴ساله است و نزدیک ۵۰ ملک اجاره‌ای در ایالات مرکزی و شمالی دارد.

**۶.معاملات روزانه انجام دهید، دوره‌گرد شوید، برون‌سپاری کنید**

اولا معاملات روزانه در بازار بورس را در نظر بگیرید؛ روشی بسیار مناسب برای کسب درآمد اضافی یا شغلی تمام‌وقت. این روش گزینه ساده‌ای برای «سریع ثروتمندشدن» نیست، اما با کسب مهارت و کمک راهنما می‌توانید درآمد بسیاری داشته باشید. بهترین شاگرد من همواره درآمد روزانه ۵۰۰ تا ۲۰۰۰ دلاری کسب می‌کند. همیشه سود نمی‌کنید، اما می‌توانید راه‌های کاهش مخاطرات را بیاموزید. اگر در این معاملات مهارت پیدا کنید، دیگر با سایر کارهای‌تان هم‌پوشانی زمانی پیدا نمی‌کند. معاملات روزانه تنها ۳۰ تا ۹۰ دقیقه از وقت من را می‌گیرند.

ثانیاً، روش زندگی دوره‌گردی دیجیتال را در نظر بگیرید. من این متن را از بالی می‌نویسم، جایی‌که هزینه‌های زندگی در آن به مراتب کمتر از آمریکاست. اگر شما حداقل ۳۳۰ روز در سال خارج از کشور کار کنید، ممکن است استثنائات مربوط به درآمد خارجی شامل حال‌تان شود؛ یعنی برای ۱۱۰۰۰۰ دلار درآمد اولیه، مالیاتی پرداخت نکنید.

اگر از نظر تجاری شدنی است، کارهای‌تان را به مردم اروپای شرقی برون‌سپاری کنید. وب‌سایت‌هایی مانند Upwork معدنی ارزشمند از نیروهای توانمند دورکار است. به دلیل هزینه‌های کم زندگی در این کشورها، شما می‌توانید با حقوقی به مراتب کمتر از آنچه در آمریکا باید بپردازید، نیروهای فوق‌العاده توانمند را پیدا کنید. حدود نیمی از اعضای تیم من خارج از آمریکا ساکن هستند. -کامرون فوس (Cameron Fous)، دانشجوی انصرافی دانشگاه، دوره‌گرد دیجیتالی، مؤسس FOUS۴Trading و مجری #TheProfile برای IKNK؛ کامرون را در یوتیوب و اینستاگرام دنبال کنید.

**۷.یک دوره آموزشی آنلاین بسازید**

فروختن دانش، تجربه و یا مهارت‌ها به عنوان دوره‌های آموزشی آنلاین، گزینه‌ای پولساز است که معمولا نادیده گرفته می‌شود. شما احتمالاً چیزی را بلد هستید که دیگران حاضرند برای آموختن آن پول پرداخت کنند.

شاید شما یک مدیر اجرایی فصلی باشید. توصیه‌های شما قطعاً برای کسانی‌که می‌خواهند به این حوزه وارد شوند، مفید است. شاید شما یک بنگاه کسب‌وکار مانند آرایشگاه مو، شرکت طراحی دکوراسیون خارج منزل و یا نانوایی داشته و یا مسئول فیزیوتراپی باشید. می‌توانید به دیگران بیاموزید که چگونه کار شما را انجام دهند. احتمالاً شما یک تفریح دارید، مانند تنیس، عکاسی، آشپزی، جمع‌آوری تمبر و یا رقص باله اسب (بله، چنین چیزی هم وجود دارد!). اگر چنین است، بنابراین برای شما راهی برای کسب درآمد وجود دارد.

به‌جای اینکه تمام زمان آزاد خود را وقف یک کار پاره‌وقت مانند رانندگی در اوبر یا مشغول‌شدن در کار دوم کنید، یک دوره آموزشی آنلاین بسازید تا حتی هنگام خواب نیز برای‌تان درآمدزا باشد. به کمک فناوری، بازاریابی خودکار و تولید محتوا با اشاره و کلیک، می‌توانید جریانی از منبع درآمد ثانویه برای خود ایجاد کنید. -کنی رویتر (Kenny Rueter)، مدیرعامل و هم‌بنیانگذار شرکت کجابی.

**۸.در مورد تفریحات خود صحبت کنید**

اینترنت بهترین روش تولید ثروت در طول تاریخ است. این فضا شرایطی را مهیا می‌کند تا بتوانیم با استفاده از تفریحات و مهارت‌های‌مان کسب درآمد کنیم؛ چیزی که تا ۲۰ سال پیش وجود نداشت. روش‌های نامحدودی جهت کسب درآمد آنلاین وجود دارند، اما من به گزینه موردعلاقه‌ام اشاره می‌کنم «تولیدکننده درآمد از راهِ تفریح.»

ایده کار بسیار ساده است؛ محتوایی مربوط به تفریح خود تولید و به پیوست آن پیشنهادهایی را مطرح کنید. برادرزاده من عاشق اسب است، درنتیجه در مورد شیوه‌های نگهداری و آموزش اسب مقاله می‌نویسد. از آمازون محصولاتی مربوط با اسب پیدا می‌کند و با تبلیغ آنها به پیوست حساب کاربری‌اش، از آمازون کمیسیون دریافت می‌کند. او حین دوران مدرسه‌اش از این طریق به طور پیوسته ماهانه ۱۰۰۰ دلار کسب می‌کند. اگر توانایی نگارش ندارید، نگران نباشید، می‌توانید از طریق خدماتی مانند Fiverr، از دیگران برای مقاله‌نویسی کمک بگیرید. - گای شیتریت (Guy Sheetrit)، مدیرعامل Over The Top SEO، ارائه‌دهنده خدمات و روش‌های بازاریابی سئو به شرکت‌های تبلیغات اینترنتی، محلی و ۵۰۰ شرکت برتر مجله Fortune.

**۹.محصولاتی را توسعه دهید که مردم به آنها نیاز دارند**

محصولات فوق‌العاده‌ای توسعه دهید و بر بهبود آنها تمرکز کنید. وقتی تمرکز شما بر توسعه محصولی باشد که برای سرمایه‌گذار و مشتری بهترین است، قطعاً اشتباه نخواهید کرد. مردم می‌توانند اهداف شما را حس کنند و در نتیجه با کسانی معامله می‌کنند که قابل‌اعتماد و قابل‌باور باشند. من یک خط تولید روغن را توسعه دادم چون می‌دانستم مردم به دنبال روغن خالص، مناسب جهت کاربردهای درمانی و عاری از افزودنی‌های مصنوعی هستند. آن محصول بدون نیاز به تبلیغات، به راحتی فروش رفت.

وقتی محصولات باکیفیت تولید می‌کنید، مدل کسب‌وکار خود را محدود نکنید تا بتوانید آن را تغییر و با خلاقیت خود آن را توسعه دهید. در نتیجه می‌توانید همیشه با استفاده از مزایا و خصیصه‌های مثبت خود، در کسب‌وکارتان پیشگام باشید. هر موقع بخواهید می‌توانید درآمد کسب کنید. می‌توانید به سرعت چیزی را تولید کنید. اگر چیزی به درستی کار نمی‌کند، می‌توانید آن را اصلاح کنید. تمام این مسائل باعث می‌شوند کسب‌وکارتان به‌طور نامحدود رشد کند.

درآمد موردنظرتان را مشخص کنید. اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت داشته باشید و اگر می‌خواهید در مقطعی کسب‌وکارتان را واگذار کنید، برای آن برنامه‌ریزی کنید. همواره کمترین میزان ریسک را که با بیشترین بازگشت سرمایه همراه است، انتخاب کنید. هرگز پولی که همسو با پیشرفت کسب‌وکارتان نیست را خرج نکنید. هر یک دلاری باید برای‌تان سود به همراه بیاورد. از تمام سدها و مشکلات صرف‌نظر کنید تا به اهداف‌تان برسید. -مارینا رز (Marina Rose، QDNA، مؤسس و توسعه‌دهنده شتاب‌دهنده DNA کوانتومی، روشی انقلابی در توسعه کوانتوم‌ها با کاربرد در سلامتی، زندگی و کسب‌وکار؛ مارینا را در فیس‌بوک دنبال کنید.

**۱۰. امور مالی خود را یادداشت و بررسی کنید**

مدیریت انتخاب‌های‌تان می‌تواند منجر به پیشرفت‌تان شود. عادات روزانه و شیوه‌های خرج‌کردن خود را بررسی کنید. اگر هر روز ۲۰ دلار هزینه ناهار خود می‌کنید، غذای آماده به همراه ببرید. به جای استفاده از خودروی شخصی با وسایط حمل‌ونقل عمومی به سر کار بروید. به تدریج می‌توانید خود را با عادات جدید وفق دهید و پول بیشتری پس‌انداز کنید.

جمله «پس‌اندازکردن یک دلار مانند کسب یک دلار است» برای مدیران‌عامل و یا کارآفرینان که مشکل نقدینگی دارند مفهومی عمیق در بر دارد. اگر صاحب یک کسب‌وکار هستید، امور مالی خود را بررسی کنید تا مسیر پیشرفت‌تان قابل‌مطالعه باشد. درک مناسب از میزان اعتبارتان بسیار مهم است، مخصوصاً اگر قصد رشد و توسعه داشته باشید.

هیچ میانبری وجود ندارد. موفقیت نیازمند تلاش بسیار، سختکوشی، ریسک‌پذیری، اعتمادبه‌نفس، انضباط و شجاعت است. -ولادیمیر نینوف (Vladimir Ninov)، هم‌بنیانگذار و مدیر تبلیغات Webcoin، پلتفرم نقل و انتقال رسانه‌ای فرد به فرد که در حوزه بازاریابی بین‌الملل دیجیتال سرآمد است.

پیام نویسنده: هر شکل از سرمایه‌گذاری مخاطراتی به همراه دارد، در نتیجه امکان از دست‌دادن پول نیز محتمل است. پیش از ورود به سرمایه‌گذاری، از رهنمودهای افراد کارکشته در این حوزه استفاده کنید.

**منبع: entrepreneur**

# ۶عادت بد فروش که بهره‌وری شما را نابود می‌کند

مترجم: مریم امیری‌خواه

عادت‌ها رفتارهایی هستند که بر تصمیم‌های ما درباره چگونگی صرف وقت و انرژی اثر می‌گذارند. بسیاری از این عادت‌ها ناخودآگاه هستند. عادت‌های فروش نیز به همین گونه‌اند. ما دانش و تجربیاتی را به مرور زمان کسب می‌کنیم که بر نگرش‌ها و توانایی‌های‌مان به گونه‌ای تأثیر می‌گذارد که بتوانیم خطوط فروش، اولویت‌ها و فرآیندهای مرتبط را به نحوی مؤثر مدیریت کنیم.

مهم نیست که یک فروشنده کارکشته هستید یا یک فروشنده مبتدی، در هر حال سازمان‌دهی عادت‌ها، چه بد، چه خوب نخستین گام برای تشخیص این موضوع است که چرا کارهای خاصی را انجام می‌دهید و از بعضی کارها با تمام قوا دوری می‌کنید.

من با هزاران تن از رهبران و مدیران فروشی صحبت کرده‌ام که باور دارند عملکرد ضعیف نمایندگان فروش‌شان از عادت‌های بدشان نشأت می‌گیرد و واقعیت این است که حق با آنها است. اگر دقیق‌تر به موضوع نگاه کنیم، متوجه می‌شویم که نبود بهره‌وری در عادت‌های بد فروش ریشه دارد، سؤال اینجا است که این عادت‌های بد کدامند و از چه نقطه‌ای نابودی بهره‌وری و عملکرد را شروع می‌کنند؟ در این مقاله با شش عادت بد فروش و عادت‌های سالمی که باید جایگزین آنها شود، آشنا می‌شوید.

**عادت بد فروش شماره۱: کوتاهی در مشتری‌یابی**

مطمئن‌ترین راه برای شکست در فروش کوتاهی در مشتری‌یابی است.

البته درک می‌کنیم که هیچ کس مشتری‌یابی را دوست ندارد، اما باید بپذیرید که مشتری‌یابی بخش مهمی از مسئولیت‌های روزانه فروشندگان است و برای موفقیت فروش حیاتی است. یکی از آشناترین داستان‌ها این است که فروشنده خط لوله فروش خود را با چند فرصت بزرگ پر می‌کند، روی به سرانجام رسیدن یک یا دو مورد از آنها حساب باز می‌کند و بعد راحت به پشتی صندلی‌اش تکیه می‌دهد و در کمال آسودگی خاطر منتظر می‌ماند.

اگر قراردادی بسته شود، عالی است؛ اما بعد از آن خط لوله فروش‌تان چه وضعی خواهد داشت؟ آیا همچنان پر است؟

بیایید به این شکل به قضیه نگاه کنیم که پس از این قرارداد بزرگترین و امیدبخش‌ترین مشتری‌تان را از دست داده‌اید. چطور می‌خواهید این جای خالی را پر کنید؟

زمانی که فروشندگان قراردادهای آماده زیادی را در دست دارند، دیدشان محدود می‌شود و به جز فروش لحظه‌ای به هیچ چیز مهم دیگری فکر نمی‌کنند.

اگر می‌خواهید دچار کسادی نشوید، خط لوله فروش‌تان باید همیشه پر و آماده باشد.

به همین دلیل است که مشتری‌یابی فرآیندی مستمر است و کاری است که باید هر روز آن را انجام دهید. اگر در مشتری‌یابی تنبلی کنید، این خطر وجود دارد که خط فروش‌تان خالی شود و هیچ دستاویزی برای ادامه نداشته باشید.

**عادت جایگزین**

زمان مشخصی را در هفته به مشتری‌یابی اختصاص دهید.

هرچه مشتری‌یابی بیشتر با برنامه کاری روزانه یا هفتگی‌تان عجین شود، احتمال نهادینه شدن آن و تبدیل شدنش به عادت بیشتر می‌شود.

به علاوه مشتری‌یابی یک فرصت عالی برای یادگیری است. طی این فرآیند با ناحیه‌هایی که تا به حال از نظرتان دور مانده بود، آشنا می‌شوید و روش بهبود آنها را فرا می‌گیرید، همچنین متوجه می‌شوید که برای حفظ جریان و جذب دائم مشتری به چه تعداد فرصت کوچک، متوسط و بزرگ در خط لوله فروش نیاز دارید.

**عادت بد شماره ۲: دنبال نکردن یک فرآیند فروش مشترک و مستند**

بارها از زبان فروشندگان مختلف شنیده‌ام که: «این معامله متفاوت است. این فرصت منحصر به فرد است و باید شیوه خاص خودم را برای آن تعریف کنم.»

درست است که برخی نمایندگان فروش با دنبال کردن متد شخصی‌شان به موفقیت می‌رسند، اما زمانی که با یک تیم همکاری می‌کنید، اتخاذ روش انفرادی یک عادت بد است.

در چنین شرایطی نه‌تنها روش غیرمستندی را به کار می‌گیرید که مانع بالفعل شدن توانایی‌های‌تان می‌شود، سوءتفاهم، بی‌دقتی و بی‌حساب و کتاب عمل کردن را نیز به گروه تحمیل می‌کنید. اگر تمام نمایندگان فروش از برنامه مدونی که مسیر و تمام مراحل به وضوح در آن مشخص شده، پیروی نکنند، این خطر وجود دارد که فروشندگان دقیقاً ندانند که در هر مرحله از فروش چه کاری را باید انجام دهند. به این ترتیب احتمال دارد که حتی بی‌نقص‌ترین برنامه مشتری‌یابی نیز به دلیل عدم سازماندهی یا جذب بدون قید و شرط مشتریان در نبود اطلاعات لازم از مسیر درست خارج شود.

**عادت جایگزین**

فرآیند فروش مشخص و تعریف شده‌ای را با مجموعه‌ای از مراحل تکرارپذیر که تمام اعضای گروه امکان اجرایی کردن آن را داشته باشند، به کار بگیرید. استفاده از یک چارچوب و زبان مشترک برای تبادل نظر درباره خط لوله فروش و فرآیند فروش شرط اصلی یک کار گروهی مؤثر و پربازده است. فرآیند فروش مستند و مشخص به کار نظم می‌دهد، پیش‌بینی درآمد را ممکن می‌کند و ارتباط با همکاران را بهبود می‌بخشد. به علاوه با پیاده کردن یک فرآیند مشخص می‌توانید مطمئن باشید که هر فردی بر فعالیت‌های خاصی متمرکز شده است که بیشترین عایدی را تولید می‌کند. در نبود یک فرآیند تعریف شده متوجه نمی‌شوید که دلیل موفقیت یا شکست در یک معامله چه بوده و چطور می‌توانید روش‌تان را اصلاح کنید. به علاوه با اتخاذ یک فرآیند فروش مستند به شیوه مؤثرتر و آسان‌تری می‌توانید تیم فروش‌تان را گسترش بدهید یا فروشندگان جدید را راهنمایی کنید.

**عادت بد شماره ۳: نپرسیدن سؤالات درست**

شکی نیست که پرسیدن سؤال درست یکی از مهم‌ترین بخش‌ها در فرآیند فروش و یک هنر است. با سؤال پرسیدن می‌توانید اطلاعاتی حیاتی را درباره مشتری‌یابی و فرصت پیش رو به دست بیاورید. با این توصیف وقتی فروشندگانی را می‌بینیم که سؤالاتی حفظ شده را بدون فکر برای مشتری‌یابی یا پیشبرد اهداف شرکت می‌پرسند، واقعاً شگفت‌زده می‌شوم.

شاید حفظ کردن چند سؤال و پشت سر هم قطار کردن آنها آسان‌تر باشد، اما مطمئن باشید که هیچ کمکی به برقراری ارتباط با مشتریان بالقوه و ایجاد اعتبار نمی‌کند. از این گذشته اگر عادت به پرسیدن سؤال در لحظه نداشته باشید، نمی‌توانید گفت‌وگوی جذابی با مشتری داشته باشید که او را به استفاده از محصولات یا خدمات‌تان ترغیب کند.

پرسیدن سؤالات تکراری می‌تواند راهکار مناسبی برای شروع گفت‌وگو باشد، اما آنقدر هوشمندانه نیست که فرصت فروش را برای‌تان ایجاد کند.

**عادت جایگزین**

به پرسیدن سؤالاتی که از قبل حفظ و تمرین کرده‌اید، اکتفا نکنید و با پرسیدن سؤالات چالش‌برانگیز به قلب انگیزه‌های شخصی و حرفه‌ای مشتری و دیدگاه و نقطه نظر صنعتی او راه پیدا کنید. آماده‌سازی و تحقیق مرحله نخست برای ایجاد کردن عادت پرسیدن سؤالات مناسب است. هدف از پرسیدن سؤال این است که چگونگی و چرایی استفاده مشتریان از خدمات یا محصولات‌تان را متوجه شوید. سؤالاتی را که باید برای رسیدن به این اطلاعات بپرسید، تعریف کنید. پاسخ‌هایی که دریافت می‌کنید، بیانگر مناسب بودن سؤالات و راهنمای شما برای مرحله بعدی است. پرسیدن سؤالات مناسب شما را در موقعیت برتری قرار می‌دهد و تصویری از یک مشاور مورداعتماد را به نمایش می‌گذارد که تحقیقاتش را انجام داده و سؤالات باارزش و تفکربرانگیزی را مطرح می‌کند.

**عادت بد شماره ۴: فروش به هر فردی که سر راه‌تان قرار می‌گیرد**

اگر سعی کنید که محصول‌تان را به همه بفروشید، احتمالاً هیچ مشتری‌ای جذب نخواهید کرد.

واقعاً وسوسه‌برانگیز است که به هر کسی که سر راه‌تان قرار می‌گیرد، بند کنید، به ویژه اگر عادت بد شماره ۱، یعنی تنبلی در مشتری‌یابی را هم داشته باشید. هرچه زمان بیشتری را برای جذب مشتریان اشتباه صرف کنید، به همان نسبت وقت کمتری برای جذب مشتریان واقعی خواهید داشت. اگر فردی مشتری واقعی شما نیست، دست کشیدن از او نباید باعث نگرانی‌تان شود. اگر به مناسب نبودن این سرنخ توجه نکنید، فقط وقت خودتان، آنها و تیم‌تان را تلف خواهید کرد، حال آن که در این مدت می‌توانستید روی سرنخ بسیار باارزش‌تری کار کنید.

**عادت جایگزین**

شخصیت ایده‌آل خریداران واقعی شرکت را تشخیص دهید و سپس فقط بر روی سرنخ‌هایی کار کنید که با این شخصیت هماهنگی دارد. برای این منظور لازم است که خودتان را با به‌روزترین تغییرات صنعتی و وجهه اجتماعی خریداران ایده‌آل هماهنگ کنید.

مطالعات موردی و داستان‌های موفقیت شرکت را درباره مشتریان خاص مرور کنید تا برداشت بهتری از مشتری بالقوه، چگونگی و چرایی استفاده از خدمات شرکت و نتایج احتمالی داشته باشید. زمانی که خودتان را به این اطلاعات مجهز می‌کنید، می‌توانید به نحوی مؤثر و متمرکز به یافتن مشتری مناسب بپردازید و به این ترتیب بهره‌وری خود را افزایش دهید.

**عادت بد شماره ۵: ارتباط نداشتن با بخش‌های دیگر**

ارتباط برقرار نکردن برای هر رابطه‌ای مضر است، اما زمانی که در یک واحد تجاری فعالیت می‌کنید، ضعف ارتباطی پیامدهای منفی بسیاری را به بار می‌آورد که دامنه آن از روابط داخلی فراتر می‌رود و رابطه‌تان با مشتریان را نیز تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. ضعف ارتباطی عادتی است که به فاجعه ختم می‌شود. اگر تیم فروش و تیم بازاریابی و رضایت مشتری با هم هم‌داستان نباشند، مشتری درمانده باید به حرف کدام بخش گوش کند؟

ارتباط نداشتن گروه‌های مختلف با یکدیگر محیطی سرشار از آشفتگی، سردرگمی، نفرت و بی‌اعتمادی را ایجاد می‌کند.

**عادت جایگزین**

با همکاران خود معاشرت کنید؛ یک روز ناهار همگی با هم به رستوران بروید، تیم فوتبال تشکیل دهید و در مناسبت‌های مختلف با هم باشید. هدف این است که گروه‌های مختلف در کنار هم جمع شوند تا بتوانند به شناخت عمیق‌تری از هم دست پیدا کنند.

آشنا شدن با همکاران به این معنا نیست که حتماً به دوستان صمیمی یکدیگر تبدیل شوید، فقط قرار است که با یکدیگر معاشرت کنید و بیشتر با هم ارتباط داشته باشید.

برای مثال فرض کنید، در روزی که با هم به رستوران رفته بودید، متوجه می‌شوید که همکارتان در واحد رضایت مشتری کارش را از صبح زود شروع می‌کند، چون بعدازظهرها داوطلبانه در یک خیریه کار می‌کند. حال اگر شما درخواست‌های‌تان را در ساعات پایانی روز کاری ارسال می‌کرده‌اید، اما جوابی نمی‌گرفته‌اید و فکر می‌کرده‌اید که واحد رضایتمندی مشتری شما را نادیده می‌گیرد، متوجه می‌شوید که در اشتباه بوده‌اید. پس از این که متوجه اشتباه خودتان شدید، می‌توانید برنامه‌ریزی کنید تا مشکلی در گردش کار پیش نیاید و هر دو از همکاری با هم رضایت داشته باشید.

**عادت بد شماره ۶: اولویت قائل نشدن برای آموزش و یادگیری**

بارها از فروشندگان شنیده‌ام که «من برای آموزش وقت ندارم؛ خودم همه چیز را بلدم؛ همین کاری که انجام می‌دهم، عالی است و نیازی به آموزش ندارم.» همین فروشندگان زمانی که نمره پایینی در ارزیابی می‌گیرند، فروش‌شان از رونق می‌افتد و می‌بینند که همکاران و رقبای‌شان چطور با بهره‌گیری از جدیدترین و پیشرفته‌ترین ابزارها و دستگاه‌ها و پیاده کردن بهترین شگردهای فروش از آنها سبقت می‌گیرند، شگفت‌زده می‌شوند و البته که حق غافلگیر شدن ندارند. آموزش رشد و بهبود را به ارمغان می‌آورد. اگر برای آموزش اهمیت قائل نشوید، ایده‌های جدید یاد نمی‌گیرید، طرز فکرتان را تغییر نمی‌دهید و به روش‌های جدید برای افزایش فروش فکر نمی‌کنید. در نتیجه در همین وضع موجود باقی می‌مانید و درجا می‌زنید که مسلماً خوب نیست.

**عادت جایگزین**

برنامه مستمری را برای رشد حرفه‌ای و شخصی خودتان در نظر بگیرید و به آن پایبند باشید. به «دانش‌آموز مادام‌العمری» تبدیل شوید که انگیزه بالایش برای افزایش اطلاعات و رشد و بهبود خود نیروی محرکه‌اش در زندگی است. این کار چندان هم سخت نیست، کافی است هر هفته یک یا دو مقاله جدید مطالعه کنید یا به پادکست جدیدی گوش کنید، نکته جدیدی را از آنها یاد بگیرید و آن را در روش فروش خودتان به کار ببندید. دوره‌های آموزشی مجازی با مدرک معتبر نیز فرصتی ایده‌آل برای افزایش اعتماد به نفس و صلاحیت‌های‌تان است.

مغز عضله‌ای است که باید مرتب آن را به کار بگیرید. اگر آموزش و یادگیری را برای خودتان به یک عادت تبدیل کنید، به زودی ثمره آن را برداشت خواهید کرد و این بار از افزایش بهره‌وری، خلاقیت و رضایت شغلی شگفت‌زده خواهید شد.

**غلبه بر عادت‌های بد و جایگزینی آنها با عادت‌های خوب**

این شش عادت بد ناخواسته عملکرد فروش و بازدهی‌تان را کاهش می‌دهند. اگر شما نیز چنین عادت‌هایی دارید، خودتان را سرزنش نکنید؛ چون این عادت‌ها به مرور زمان و بدون آن که متوجه شوید، ایجاد می‌شوند. مهم این است که بعد از مطلع شدن از این عادت‌های اشتباه، دیگر در این راه قدم برندارید و این عادت‌ها را کنار بگذارید. هرچه عادت‌های بدتان را زودتر تشخیص دهید، سریع‌تر می‌توانید بر آنها غلبه کنید و عادت‌هایی سالم و مفید را جایگزین‌شان کنید. همین دلیل برای آن که متقاعدتان کند وقت و انرژی خود را صرف شناخت کارهای معمول‌تان بکنید، کافی است. این عادت‌های خاص چطور در شما شکل گرفته است و چرا آنها را ادامه می‌دهید؟ برای این که عادت‌های سودمند فروش در شما نهادینه شود، هر هفته زمانی را به مشتری‌یابی اختصاص دهید، فرآیند فروش مشترک و مستندی را دنبال کنید، سؤال‌هایی مناسب را برای پرسیدن از مشتریان طراحی کنید، مشخصات و ویژگی‌های خریداران ایده‌آل را مرتباً مرور کنید، با همکاران خود در واحدهای مختلف ارتباط برقرار کنید و آموزش و یادگیری مستمر را از یاد نبرید. به گفته جیم ریون: «انگیزه آن چیزی است که باعث می‌شود، کاری را شروع کنید. عادت آن چیزی است که موجب می‌شود، همان مسیر را ادامه بدهید.»

شما چه عادت‌های بدی دارید که فروش‌تان را کاهش می‌دهد؟ چطور می‌توانید این عادت‌ها را ترک کنید؟

منبع: impactbnd


## ابلاغ اجرائیه

کلاسه پرونده دادرسی : ۸۹۱/۴/۹۷ محکوم له : غلامرضا بابایی با وکالت مهدی تادری -- محکوم علیه : علی داد هاشملو مجهول المکان - محکوم به : بموجب دادنامه شماره ۳۷۹ مورخ ۹۸/۴/۱۸ شورای حل اختلاف شهریار شعبه ۶ محکوم علیه محکوم به پرداخت ۷۰ میلیون ریال بابت اصل خواسته و مبلغ ۹۶۵۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی خسارت تاخیر نادیه از تاریخ صدور چک لغایت وصول آن و حق الوکاله طبق تعرفه در حق محکوم له و پرداخت نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت می باشد . محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه: ۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز مفاد آنرا بموقع اجرا بگذارد ۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد ۳/ مالی معرفی کند که اجرا حکم و استیفاء محکوم به از آن میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاد اجرائیه ندانند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت اجرا تسلیم کند. ۴/ علاوه برمبلغ بالا که قسمتی از ماده ۳۲ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آیین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ توجه نموده و به آن عمل نمایند.

تاجیک / قاضی شورا | ۷۱۸۱ |

## ابلاغ اجرائیه

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی --بدینوسیله به مژگان جنائی فرزند حسن بنشانی شهریار اندیشه فاز۱ پلاک ۱۷ واحد۶ ابلاغ می شود محمد جواد ابراهیمی ساری جهت وصول طلب خود به مبلغ ۱۶۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به موجب سند رهنی شماره ۲۵۱۴۰ تنظیمی دفترخانه شماره ۱۰۱۷ تهران علیه شما اجرائیه صادر نموده . پرونده اجرائی بکلاسه ۹۸۰۱۳۶۲ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور مربوطه آدرس شما بشرح متن سند فوق شناخته نشده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمی باشدلذا طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه یک مرتبه در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمائید مورد وثیقه مندرج در سند رهنی فوق با تقاضای بستانکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و از حاصل فروش آن طلب بستانکار و حقوق دولتی استیفاء خواهد شد.

کفیل اداره ثبت اسناد و املاک شهریار | ۷۱۸۳ |

## اجرائیه

مشخصات محکوم له:محسن جعفری--آدرس:شهرقدس خیابان عوارضی خ.مشتج جنوبی پ۷۲ مشخصات محکوم علیه:اشرف سیدی اکرامی --آدرس:مجهول المکان

محکوم به:بموجب دادنامه شماره ۲۰۱۰مورخ ۹۸/۴/۲۲ حوزه۸ شورای حل اختلاف قدس قطعیت حاصل کرده است حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ سه میلیون تومان بابت اصل خواسته در حق خواهان صادر و اعلام میشماید.ونیم عشر دولتی در حق صندوق دولت

شعبه ۸ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۹۷

## دادنامه

شماره پرونده:۸۶۶/۸/۹۷ ش دادنامه: ۱۱۸ مرجع رسیدگی:حوزه ۸ شورای حل اختلاف قدس

خواهان: حسن جعفری با وکالت حمیدتقی خالی شهرقدس خ ۲۵ متری انقلاب نبش کوچه شهید سرزایی ساختمان نصیری پ ۲ ط ۳

خوانده:اشرف سیدی اکرامی

خواسته:مطالبه وجه از بابت اجور معوقه ومطالبه تاخیر در تخلیه و قبوض مصرفی

رای شورا

در خصوص دادخواست خواهان حسن جعفری با وکالت حمیدتقی خالی به طرفیت اشرف سیدی اکرامی به خواسته مطالبه اجور معوقه و مطالبه تاخیر در تاخیه و قبوض مصرفی با این توضیح که خواهان اعلام داشته است حسب قرارداد اجاره مورخ ۹۸/۳/۲۸ خوانده مستاجر ایشان بوده و از تاریخ ۹۷/۴/۱ تا تاریخ ۹۷/۱۰/۱ به مدت ۶ ماه از پرداخت اجاره بها متدرج در قراردادبه میزان ماهیانه سیصدهزار تومان و از پرداخت خسارت تاخیر در تخلیه به میزان هفتصدهزار تومان و قبوض مصرفی استنکاف نموده است علیهذا شورا نظر به ارائه قرارداد اجاره از سوی موجر و توجهها بحضور به خوانده در جلسه شعبه و عدم دفاع موثر ازخود در جلسه ادعای خواهان را محمول بر صحت تلقی و مستندا به ماده ۵۱۵و۱۹۸و۵۱۹ از قانون آ.د.م خوانده را با توجه به مقوم بودن خواسته خواهان به پرداخت دو میلیون تومان در حق خواهان ازبابت اصل خواسته و مبلغ هفتادونه هزارتومان هزینه دادرسی و و پرداخت حق الوکاله وکیل طبق تعرفه محکوم مینماید. رای صادره غیابی وظرف مدت بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در همین حوزه و سپس ظرف بیست روز پس ازابلاغ واقعی قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم عمومی شهرستان قدس میباشد و همچنین نسبت به قبوض مصرفی با توجه به عدم ارائه مستندات به استناد ماده ۸۴و۸۹ ق.آ.د.م رد دعوی خواهان صادر میگردد.این رای صادره حضوری ظرف مدت ۲۰روز پس از ابلاغ قابل تجدیدنظرخواهی در محاکم عمومی شهرستان قدس میباشد

علی غلامی چمنی قاضی شعبه ۸ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۹۶

## آگهی حصر وراثت

آقای خدیجه شیردل بشماره شناسنامه ۱۲ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۴۵۲/۶/۹۸ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان ستارمرشدی بشناسنامه ۱۶۷۸درتاریخ۹۸/۲/۲۸ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:

خدیجه شیردل ش ش ۱۲ ت ت ۱۳۳۸ از شبستر (همسر)

علیرضا مرشدی ش ش ۴۱۸ ت ت ۱۳۵۵ از شبستر(فرزند)

مهتاز مرشدی ش ش ۴۰۱۹۹ ت ت ۱۳۶۰ از تهران (فرزند)

مهدی مرشدی ش ش ۲۲۱۱۵ ت ت ۱۳۶۳ از تهران (فرزند)

لیلامرشدی ش ش ۷۹۴۷۰ ت ت ۱۳۶۵ از تهران (فرزند)

و مرحوم ورثه دیگری ندارد/بنک بانکهام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد وبا وضبنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف۱۵۹۵

## آگهی مزایده (نوبت اول)

درپرونده کلاسه ۹۷۱۰۵۸ اجرا محکوم علیه علیرضا حیدری محکوم است به فروش ملک در حق محکوم له رضا حیدری با وکالت خانم آرزو خبری و پرداخت هزینه های اجرایی که با عنایت به توقیف اموال محکوم علیه پس از طی مراحل قانونی و ارجاع به کارشناسی قیمت اموال توقیفی برآورد شده و سپس مقرر گردید . در روزچهارشنبه تاریخ ۹۸/۰۹/۱۳ ازساعت ۹ الی ۱۰ در محل اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان قدس واقع در بلوار شهید کلهر جنب بهشت فاطمه (س) اموال توقیفی از طریق مزایده بفروش برسد لذا طالبین میتوانند پنج روز زودتر از تاریخ مزایده با اطلاع و هماهنگی این اجرا از اموال توقیفی بازدید نموده و در صورت تمایل از تاریخ یادشده در مراسم مزایده شرکت نمایند مزایده ازقیمت پایه کارشناسی شروع و هرکس بالاترین را بپیشنهاد نماید بعنوان برنده مزایده شناخته شده و ۱۰٪ کل مبلغ فروش فی المجلس از خرید و الباقی پس ازگذشت یک هفته و عدم وصول هرگونه اعتراض ازخریدار اخذ و کلیه اموال به وی اموال توقیفی منقول و غیرمنقول به شرح ذیل میباشد.

ششدانگ عرصه و اعیان یکباب مغازه واقع در حوزه ثبتی شهرقدس و به نشانی شهرقدس میدان ساعت بلوار بهاران نبش بهار ۴ پلاک ۴ طبقه همکف

۱-ملک فوق الذکر واقع در طبقه همکف به مساحت ۱۰۳/۶ متر مربع در همکف و۴۳/۷ متر مربع به عنوان بالکن ملک تفکیک نشده و سند ندار دو دارای صلح قطعی میباشد.قدمت بالغ بر ۵سال میباشد. جمع کل ارزیابی ملک مبلغ ۵/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال وبدون در نظر گرفتن هرگونه بدهی به شهرداری و سایر مراجع مربوطه جهت صدور پایانکار و سند میباشد.

آقازاده – مدیر اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان قدس م الف ۱۶۰۲

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

## آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره۳۹۵۴۰۳۱۸۰۲۲۰۰۱۳۹۸۶۰ مورخ ۱۳۹۸/۰۷/۰۶و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حسین ساعتی فرزند قلی بشماره شناسنامه ۶ صادره از ماسال در شنددانگ یک قطعه زمین به مساحت ۲۲۲/۹۳ متر مربع مشتمل بر یکباب خانه به مساحت ۱۱۹/۵۱ متر مربع پلاک ۲۵۸۲ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۲۲ و ۱۲۱ متصل به هم فرعی از ۲ اصلی واقع در قریه لوجه سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی محمد رضایی لوجه سرایی محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۸/۰۸/۱۸

تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۸/۰۹/۰۳

۹۱۳۷۲۰ ارمان کاظمی – رئیس ثبت اسناد و املاک

## آگهی فقدان سند

شماره:۲۷۲۴

تاریخ:۹۸/۶/۲۵

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی نظر به اینکه به استناد مفاد رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۲۲۰۰۳۳۵۳مورخ ۹۸ /۸/۱ هیات رسیدگی به اسناد عادی مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک رباط کریم بر حسب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مبنی بر تایید انتقال عادی و تصرفات مالکانه متقاضی اسلام خالقی دیلمده فرزند محبت به شماره شناسنامه ۳۱۷ صادره از خلخال نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۰۸ مترمربع مفروز و مجزی شده از پلاک ــــ فرعی مفروز از قطعه ــــ تفکیکی از ۱۵۴ اصلی واقع در حوزه ثبتی شهرستان رباط کریم از مالکیت رسمی محمد علی شهرابی محرز گردیده لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتیکه شخص یا اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید اخذ نمایند تا به دادگاه صالحه احاله و اقدامات موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه گردد بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد و درهر حال صدور سند مالکیت جدید مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار اولین آگهی: ۹۸/۸/۱۸

تاریخ انتشار دومین آگهی: ۹۸/۹/۳

احمد رحیمی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رباط کریم

## آگهی مزایده اموال منقول مرحله اول

در پرونده کلاسه ۹۷۰۹۲۹ اجرای احکام مدنی متمرکز دادگستری تاکستان مطابق دادنامه صادره از شعبه ۱ دادگاه عمومی و حقوقی شهرستان تاکستان به شماره دادنامه ۹۷۰۹۹۷۲۸۳۳۴۰۰۱۰۰۰ محکوم علیه نمایندگی بیمه سومر- آقای جمشید محمدی محکوم است به پرداخت مبلغ ۱۵/۳۷۹/۰۱۰ ریال و حق بیمه از تاریخ ۹۶/۱۲/۰۷ الی ۹۷/۰۱/۱۵ و مجددا از تاریخ ۹۶/۱۲/۲۸ الی ۹۷/۰۱/۲۵ در حق محکوم له آقای جواد محمدخانلو فرزند علی و پرداخت نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت

شخص ثالث آقای فرامرز رحمانی فرزند حسین جهت استیفای محکومیت محکوم علیه تقاضای مزایده و فروش شامل اموال غیرمنقول به شرح و میزان کارشناسی ذیل را نموده است که این اجرا قصد دارد در مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۹ ساعت صبح ۰۹:۰۰ ساعت ۱۰ صبح در محل اجرای احکام مدنی متمرکز دادگستری تاکستان از طریق مزایده عمومی اموال ذیل را بفروش برساند. طالبین و خریداران می توانند همه روز تا پنج روز قبل از زمان مزایده از اموال مورد مزایده با هماهنگی این اجرا بازدید و در زمان مزایده حضورا شرکت نمایند و خریدار می بایست ۱۰ ٪ مبلغ پیشنهادی خود را نقدا پرداخت و مابقی را ظرف مهلت یک ماه بحساب سپرده دادگستری واریز نماید و پس از تایید مزایده توسط دادگاه محترم صادرکننده حکم اموال به خریدار منتقل خواهد شد و در صورت عدم تایید مزایده مبلغ ۱۰ ٪ واریزی به خریدار مسترد خواهد شد و در صورتی که خریدار مابقی وجه مزایده را در زمان مقرر بحساب سپرده واریز ننماید و با اعلام انصراف نماید مبلغ ۱۰ ٪ پیشنهادی خریدار پس از کسر هزینه ی مزایده به نفع صندوق دولت ضبط و خریدار حق هیچگونه اعتراضی را نخواهد داشت. مراسم مزایده با رعایت مواد قانون اجرای احکام مدنی اجراء خواهد شد. اموال مزایده شامل: « ارزیابی میوه خشک توقیف شده تعداد ۶ کارتون ۷ کیلوگرمی موز خشک وریفه ای واقع در تاکستان - خیابان شهید بهشتی « ارزش هر کیلوگرم موز خشک مزبور ۸۵۰/۰۰۰ ریال و ارزش کل محموله توقیفی ۲۲۱ کیلوگرم) « مبلغ ۳۵/۷۰۰/۰۰۰ ریال (سی و پنج میلیون و هفتصد هزار ریال) تعیین و ارزیابی شده است.

مدیر دفتر اجرای احکام مدنی تاکستان - رحمانی

۹۵۷

## آگهی مزایده اموال غیرمنقول مرحله اول

در پرونده کلاسه ۹۷۰۶۷۳ اجرای احکام مدنی متمرکز دادگستری تاکستان مطابق دادنامه صادره از شعبه ۲ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان تاکستان به شماره دادنامه ۹۷۰۹۹۷۲۸۳۴۰۰۲۹۷ محکوم علیه آقای عباس رحمانی فرزند حسین محکوم است به پرداخت مبلغ پانصد و هفتاد میلیون ریال بابت اصل خواسته به علاوه هزینه دادرسی به مبلغ نوزده میلیون و چهارصد و ده هزار ریال و حق الوکاله وکیل به مبلغ سیزده میلیون و ششصد و هشتاد هزار ریال و ناخیر تادیه از تاریخ ۱۳۹۶/۱۱/۱۰ در حق محکوم له آقای جواد محمدخانلو فرزند علی و پرداخت نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت شخص ثالث آقای فرامرز رحمانی فرزند حسین جهت استیفای محکومیت محکوم علیه تقاضای مزایده و فروش شامل اموال غیرمنقول به شرح و میزان کارشناسی ذیل را نموده است که این اجرا قصد دارد در مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۹ ساعت صبح ۰۹:۰۰ ساعت ۱۰ صبح در محل اجرای احکام مدنی متمرکز دادگستری تاکستان از طریق مزایده عمومی اموال ذیل را بفروش برساند. طالبین و خریداران می توانند همه روز تا پنج روز قبل از زمان مزایده از اموال مورد مزایده با هماهنگی این اجرا بازدید و در زمان مزایده حضورا شرکت نمایند و خریدار می بایست ۱۰ ٪ مبلغ پیشنهادی خود را نقدا پرداخت و مابقی را ظرف مهلت یک ماه بحساب سپرده دادگستری واریز نماید و پس از تایید مزایده توسط دادگاه محترم صادرکننده حکم اموال به خریدار منتقل خواهد شد و در صورت عدم تایید مزایده مبلغ ۱۰ ٪ واریزی به خریدار مسترد خواهد

## درنـــگ

# قدرت و تأثیر بازخورد منفی در کارمندان

مترجم: اشکان کوشش

مطمئن هستم که اکثر شما این را شنیده‌اید که، بهترین آموزگار شما آخرین اشتباه شماست. شکست‌خوردن روش بسیار مهمی برای یادگیری و پیشرفت است، اما اکثر مدیران از دادن بازخوردهای منفی هراس و اکثر کارمندان نیز از شنیدن آنها نفرت دارند. گرچه ممکن است بسیار سخت باشد، اما تنها راهی که کارمندان شما می‌توانند در محیط شرکت آموزش ببینند و پیشـرفت کنند، این اسـت که بدانند چه حیطه‌هایی از کار نیازمند بهبود است. در واقع اهمیت بازخورد منفی در جهت رشد و پیشرفت، اصلی مهم و اساسی است. هر نوع بازخوردی می‌تواند مؤثر باشد و طبیعتاً از عدم‌وجود هرگونه بازخورد به طور کامل بهتر است. ارائه‌ندادن این بازخوردها به طور مداوم، به این معناست که احتمالاً تنها چهار نفر از ۱۰ نفر کارمند شرکت همواره بازده مناسبی خواهند داشت. بنابراین چرا مدیران در ارائه بازخوردها در قدم اول، با سختی مواجه می‌شوند؟

علت اصلی مربوط به چگونگی اعلام این بازخوردهاست و عموماً به عنوان یک فرصت برای اصلاح جهت‌دار به کار گرفته نمی‌شود؛ در این شرایط افراد حالت تدافعی پیدا می‌کنند و در نتیجه از هرگونه پیشرفت باز می‌مانند.

همه به کمی برخورد سخت نیاز دارند و ارائه صحیح آن می‌تواند کارمندان را بیشتر به فعالیت وادارد. حال از کجا باید شـروع کرد؟ یک منبع عالی، کتاب مدیر یک‌دقیقه‌ای (The One Minute Manager)، نوشـته دکتر کن بلانچارد (Ken Blanchard) و اسپنسر جانسون (Spencer Johnson) است. در این کتاب، قسمت بسیار مهمی راجع به انتقاد یک‌دقیقه‌ای وجود دارد که در آن نکاتی کلیدی در جهت ارائه موفق بازخورد منفی بیان می‌شود.

مراحلی که در این کتاب بیان شده‌اند، به این ترتیب هستند:

- ساعت‌ها و حتی روزها برای ارائه انتقادها صبر نکنید و در اسرع وقت آنها را با کارمندان در میان بگذارید.
- در اشاره به اشتباهی که کارمندان مرتکب شده‌اند، مستقیم و رک باشید.
- فراموش نکنید که کارمندان باید بتوانند احساس خود را نسبت به اشتباهی که انجام داده‌اند، در میان بگذارند. کاملاً قابل‌قبول است که چندین دقیقه در سکوت سپری شود.
- بگذارید احساس شما را در این زمینه حس کنند. زمانی که انتقاد کردن به اتمام می‌رسد، کل ماجرا به پایان رسیده است. این مطلب را نباید دوباره به میان آورد. ریسورسـفول منیجر (Resourceful Manager) همچنین اطلاعات و آمارهایی را در قالب نمودار مشخص کرده است که به ارائه انتقادات منفی در جهت تشویق و بهبود عملکرد کارمندان کمک می‌کند.

به تعدادی از این آمارهای جالب اشاره می‌کنیم:

- تعداد کارمندان فعال مدیرانی که به کارمندان خود بازخورد می‌دهند، ۳۰درصد بیشتر است.
- ۷۴درصد از کارمندان از بازخوردهایی که می‌شنوند متعجب نمی‌شوند.
- ۵۷درصد از کارمندان از بازخوردهای منفی/سازنده استقبال می‌کنند.
- ۹۰درصد کارمندان نسل هزاره خواهان بازخورد مکرر و صادقانه هستند.

منبع: impactbnd

## مدرسه مدیریت

# رئیسان جهنمی این‌گونه به ۶ کارآفرین کمک کردند تا کسب‌وکار خود را رشد دهند

مترجم: علی اکبری

گاهی اوقات در دنیای کسب‌وکار باارزش‌ترین درس‌ها را باید از بدترین معلمان آموخت. ما از شش کارآفرین پرسیدیم، بهترین چیزی که از یک رئیس بد آموختید، چه بوده است؟

**۱- مشارکت عمومی**

«یکی از رئیسـان اسبق، به‌شدت رویکرد سلسـله‌مراتبی داشت و از همکاری و مشارکت پشتیبانی نمی‌کرد. همه افراد مستقیما به خود او گزارش می‌دادند و جلسات درون‌دپارتمانی کاملا ممنوع بود. این بدان معنا بود که تنها رئیس‌مان به نمایه کلی دسترسی داشت و ما فرصت‌های موجود برای همکاری و مشارکت را از دست می‌دادیم. امروزه یکی از اولویت‌های اساسی شرکت‌مان برگزاری جلسات تیمی مرتب است، که این جلسات میزان هماهنگی و مشارکت اعضای تیم را افزایش داده و برهم‌کنش‌های روزمره را بهبود می‌بخشد.» - ملیسا بیگز بردلی، موسس و مدیرعامل شرکت Indagare

**۲- آسیب‌پذیر باشید**

«از بروز احساسات خود واهمه نداشته باشید! من در شرکت مک‌کینزی برای کسی کار می‌کردم که شخصیت فوق‌العاده‌ای داشت اما به واقع مدیری افتضاح بود چرا که احساساتش را سرکوب می‌کرد. بعد از شکست در یکی از جلسات با مشتریان، دیگر تیم از موقعیت خود هیچ اطلاعی نداشت. این اتفاق پر از کشمکش، تعجب‌آور و ناامیدکننده بود. نشان دادن احساسات می‌تواند به بروز احساس از طرف دیگر اعضای تیم کمک کرده و در نهایت به ایجاد اعتماد منتج شود و به کارمندان ثابت کند که تنها نیستند. این رویه نسبت به خونسرد بودن پیام واضح‌تری را مخابره می‌کند» - لئو وانگ، موسس و مدیرعامل Buffy

**۳- کمک بخواهید**

«من برای شـخصی کار می‌کردم که هرگز به کارمندان باسـابقه کمک نمی‌کرد حتی اگر کار خودش هم تمام شـده بود. - وی خیلی راحت وسـایلش را جمع می‌کرد و محل کارش را ترک می‌نمود. اکنون هرگاه که کار خودم سـبک باشد از کارمندانم می‌پرسم که آیا به کمک نیاز دارند یا نه. این کار موجب ایجاد فرهنگ سازمانی‌ای شد که روحیه کار تیمی را تقویت کرده و نمود سلسله‌مراتبی آن را کاهش داد.» - آدام تیچانر، موسس و مدیرعامل Camp No Counselors

**۴- همچون یک گروه حرکت کنید**

«هنگامی که مدیر پرسـتاری بودم، رئیسـی داشـتم که هیچ تجربه‌ای در امر مدیریت بهداشت نداشت. او می‌خواست رویه‌های جلوگیری از لخته خون را تغییر دهد. من می‌دانستم که این کار اشتباه است، اما او پافشاری کرد. در نهایت این تغییر با شکست مواجه شد. این اتفاق اهمیت آزادی بیان کارمندان را برای من آشکار کرد. وظیفه ما در شرکت Extend Fertility جمع‌آوری بازخوردهای مشـتریان بود. نتایج بین کارمندان به اشـتراک گذاشـته شـده و ما با هم طرح‌هایی برنامه‌ریزی می‌کنیم تا نتایج منفی را به حداقل برسانیم. کسانی که بهترین راه حل را در اختیار دارند همان پزشکانی هستند که هر روز با مریض‌ها برخورد دارند.» - ایلانا ادیسون، مدیرعامل شرکت Extend Fertility

**۵- به تیم خود اعتماد کنید**

من برای خانمی کار می‌کردم مدتی بعد از مشغول به کار شدنم به تیم ما پیوست. هر بار که از جایم بلند می‌شدم از من می‌پرسید که کجا می‌خواهم بروم، حال فرقی نداشت که قصد دستشویی رفتن داشته باشم یا اینکه بخواهم صفحات مدنظرم را پرینت کنم. او از این می‌ترسید که کنترل کافی را روی زمان و کار من داشته باشد. دیدن این رفتار در جایگاه یک فرد بزرگسال واقعا ناامیدکننده بود، خصوصا که من از سال‌ها قبل در این کار تجربه داشتم. روش رهبری من استرس کمتری ایجاد می‌کند. مادامی که اعضای تیمم اعتماد مرا داشته باشند من هم کاری به کار آنان ندارم. - دنیس لی، موسس و مدیرعامل Alala

**۶- به زمان دیگران احترام بگذارید**

من در اوایل دوران حرفه‌ای‌ام برای یک مدیر پروژه کار می‌کردم که عادت داشـت کار را در دقایق پایانی بررسـی کند و همیشه هم نتیجه این بررسی‌ها کوهی از اطلاعات و درخواست‌های جدید بود. این اتفاق در پایان ساعات کاری و یا از آن بدتر هنگامی که در منزل بودم، واقع می‌شد. من در این شرایط روحیه خود را از دست داده بودم، بهره‌وری کافی نداشتم و احترام لازم را دریافت نمی‌کردم. من در فضای شغلی حال حاضرم در مورد بررسی‌های شغلی هوشیار هستم و از همین رو تیمم بدون ایجاد کوچکترین مشـکلی می‌تواند بازخوردهایم را در کار خود تاثیر دهد. - کریسـتن آر. موری، صاحب و سرپرست معماری شرکت Olson Kundig

منبع: entrepreneur


فرصت امروز

روزنامـه مدیریتـی - اقتصـادی

| یکشنبه | ۳ آذر ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۳۶ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

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

دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲

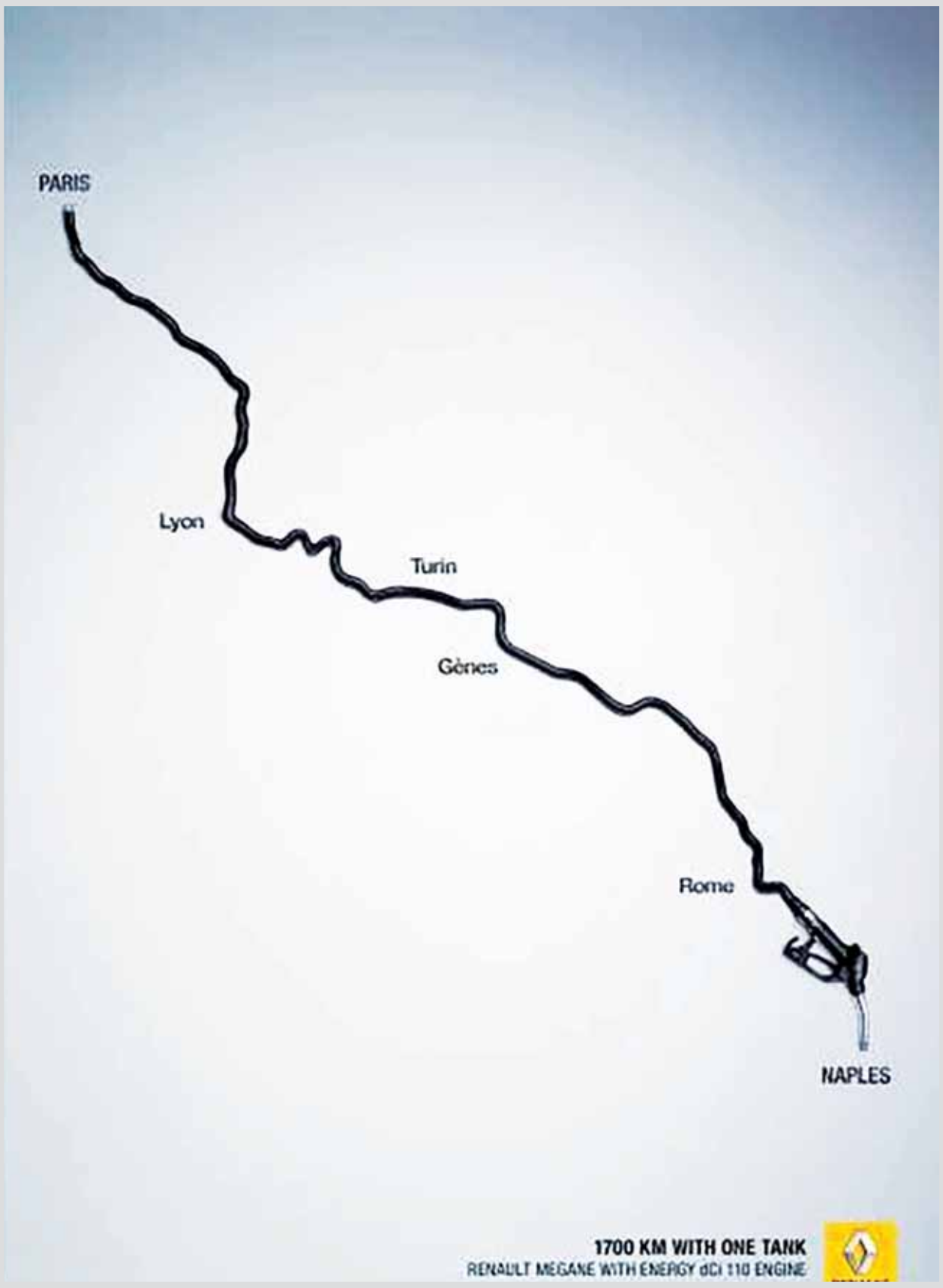
سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM


## تبلیغـات خلاق




## مسیر موفقیـت

# ۶ عادت افراد توقف‌ناپذیر

به قلم: دیپ پاتر نویسنده حوزه موفقیت

مترجم: امیر آل‌علی

افـراد باروحیه مانند جنگجویانی هسـتند که در صحنه نبرد همـواره پیروزمندانـه ظاهر می‌شـوند. درواقع آن‌ها از طریـق یک نور از درون هدایت شـده و به سـمت جلو سـوق داده می‌شـوند. آن‌ها به خوبی یـاد گرفته‌اند که از استعدادهای خود در راستای اهدافی که مشخص کرده‌اند استفاده کرده و در این راه هیچ‌گاه روحیه خود را از دست نمی‌دهند. بدون شک افراد زیادی علاقه دارند تا به یکی از این افراد تبدیل شـوند که در این رابطه آشنایی با ویژگی و عادات آن‌ها می‌تواند گامی سـودمند محسـوب شود. در همین راسـتا و در ادامه به بررسـی ۶ عادت این دسته از افراد موفق خواهیم پرداخت.

**۱- آن‌ها به خودباوری رسیده‌اند**

با نگاهی به افرادی که با شکسـت مواجه شده و دست از رویاهـای خود می‌کشـند، به این نکتـه پی خواهید بـرد که تقریبا تمامـی آن‌ها از اعتماد بـه نفس پایینی برخوردارند. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا حتی در بهترین شـرایط ممکن نیز در مقاطعی با شکسـت و توقف مواجه شوید. با این حال نباید این تصور را در خود شکل دهید که افراد با اعتماد به نفس مطلوب هیچ‌گاه با شکست مواجه نمی‌شوند. درواقع این نحوه واکنش آن‌ها نسبت به این مقوله است که اجازه نمی‌دهند تا شکست به سـدی در برابر آن‌ها تبدیل شـود. مثال بارز این امر مخترع بزرگ توماس ادیسـون اسـت که پس از هزاران بار تلاش در آخر موفق به کشـف ریسمان مناسب برای چراغ شـد. به همین خاطر لازم است تا اعتماد به نفس خود را افزایش داده و به خودباوری برسـید تا بتوانید در سـخت‌ترین شـرایط نیز با قدرت و حفـظ روحیه رو به جلو گام بردارید.

**۲- آن‌ها از چشم‌اندازی واضح برخوردارند**

هر مسـیر موفقیت با یک چشـم‌انداز شـروع می‌شـود. علـت ایـن امر به این خاطر اسـت که افراد بایـد آینده و نقطـه پایانی خود را بدانند تا امکان تلاش فوق‌العاده وجود داشته باشد. بدون شک بدون این امر تلاش افراد با کندی محسوسـی مواجه خواهد شد. در رابطه با چشم‌انداز توجه داشته باشید که این امر تنها نباید بیانگر هدف نهایی شما باشـد. بلکه لازم اسـت تا مسـیر و نحوه انجام کار نیز به خوبی مشـخص شود. نکته آخر در این رابطه این است که چشم‌انداز شـما باید امکان اعمال تغییرات را داشته باشد. علت این امر به این خاطر اسـت که همـواره این احتمال وجـود دارد که در مسـیر با مواردی جدید مواجه شـده و به اصطلاح پخته‌تر شـوید که بدون شک بر روی نگرش و اهداف شما نیز تاثیرگذار خواهد بود.

**۳- آن‌ها عمل‌گرا هستند**

این دسته از افراد هیچ‌گاه اقدامات خود را تا دستیابی به یک نتیجه مشخص، متوقف نمی‌کنند. همین امر هم باعث می‌شود تا در رقابت با سایرین که ممکن است هنوز درگیر تردیدهای خود باشند، فرصت‌ها را در اختیار خود درآورند. این امر که جسـارت انجام کارهای جدید و بزرگ را داشته باشید، بدون شک از جمله ویژگی‌هایی خواهد بود که شما را در مسـیر تبدیل شـدن به یک فـرد توقف‌ناپذیر، یاری خواهـد کرد. بـا این حال این امر به معنـای عدم احتیاط نبـوده و تنها به این امر اشـاره دارد کـه فرصت‌ها منتظر شما نخواهند ماند.

**۴- آن‌ها از توفان‌ها عبور می‌کنند**

از جملـه دلایل مهمی که انگیـزه کارآفرینی در افراد را شکل می‌دهد، توجه ثروت و خوشبختی کارآفرینان است. با این حال توجه داشـته باشـید که این امر هیچ گاه ساده نبوده و همه این افراد تجربه و لحظات بسـیار سـختی را داشـته‌اند. توجه داشته باشید که هوش و استعداد زیاد در صورتی که با اسـتمرار و مقاومت همراه نباشـد، منجر به تلف شـدن آن خواهد شد. به همین خاطر ضروری است تا این باور را در خود شکل دهید که لحظات سختی را تجربه خواهید کرد و این شـرایط کاملا گذرا اسـت. با این حال سـرعت گذر از این شـرایط کاملا مرتبط با نحوه عملکرد شـما خواهد بود. توجه داشته باشید که پایداری یک هنر است که از دل سختی‌ها بیرون خواهد آمد. به همین خاطر لازم است تا از آن‌ها فراری نباشید.

**۵- آن‌ها تعادل‌گرا هستند**

از جملـه دلایـل مهمـی که باعث می‌شـود تـا افراد با خسـتگی و ناامیدی مواجه شـوند، در ارتباط مسـتقیم با مسـائل زندگی شخصی آن‌ها است. توجه داشته باشید که موفقیت واقعی را تنها زمانی می‌توانید به دسـت آورید که در هـر دو جنبه با موفقیت عمل کنیـد. نکته دیگر آن‌که از اسـتراحت دادن به خـود طفره نرفتـه و در زمان‌هایی که با فشـار بیش از حد مواجه هسـتید، توصیه می‌شود تا بـرای بازیابی آرامش و انرژی خـود زمان بگذارید. این امر در نهایت به شـما کمک خواهد کرد تا با تعادل بیشـتری زندگی خود را مدیریت کنید.

**۶- آن‌ها از نیروی انگیزش درونی برخوردار هستند**

با نگاهی به افرادی که نمی‌توانند موفقیت چشمگیری را به دست آورند، به این نکته پی خواهید برد که آن‌ها برای عملکرد خود وابسـته به نظر دیگران هستند. بدون شک با چنین روحیه‌ای شـما قادر به حرکـت رو به جلو نخواهید بود و در مقطعی به شـدت شکسـت خواهید خورد. توجه داشـته باشید که افراد ممکن اسـت به بهانه‌های متنوعی اقدام به تشویق شما نمایند که در تمامی موارد این امر به نفع شـما نخواهد بود. با این حال این امر از جانب خودتان بـدون هیچ گونه نکته منفی بـوده و نتایج بی‌نظیری را به همراه خواهد داشت.

منبع: entrepreneur