

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

همه مشمولان از سال آینده ماهانه ۲۲ هزار تومان یارانه دریافت می‌کنند

## یارانه نقدی و یارانه معیشتی یکی شد

فرصت امروز: سرانجام طلسم یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی شکست و با تلفیق یارانه نقدی و کمک معیشتی، همه مشمولان هر دو یارانه از سال آینده...

۳

### یادداشت

#### بی‌وفایی ایرانی

محمدرضا مودودی  
سرپرست سابق سازمان توسعه تجارت

چین به دلیل ظرفیت‌های بالایی که امروز در اقتصاد جهان دارد، سرمایه‌گذاری بسیاری در خارج از مرزهایش انجام داده، به طوری که ارسال سرمایه از این کشور بیش از پذیرش سرمایه است. میزان جذب سرمایه خارجی چین در سال ۲۰۱۶ نزدیک به ۱۳۴ میلیارد دلار بوده اما این کشور بیش از ۱۸۳ میلیارد دلار در خارج از مرزهای خود سرمایه‌گذاری کرده است. به خوبی مشخص است که نگاه چینی‌ها گسترش جغرافیای سرمایه‌گذاری خارجی است تا از این طریق نفوذ خود را در جهان افزایش دهند. به همین دلیل امروز شاهد حضور آنها در کشورهای منطقه به خصوص مسیر جاده ابریشم هستیم، مجموعه کشورهایی که می‌توانند چین را به اروپا یا به آفریقا وصل کنند و براساس این خط‌سیر پیش بروند. این کشور بنابر همین دیدگاه سرمایه‌گذاری‌های خوبی در آفریقا صورت داده و برنامه بلندمدتی برای گسترش این فعالیت‌های خود دارد. چین کشور مهمی در مناسبات جهانی است که روابط اقتصادی خوبی نیز با ایران داشته است، چراکه بازار ایران...

۳

# مالیات‌ستانی از سود سپرده‌های بانکی رسماً منتفی شد

فرصت امروز: این هفته خبرهای مهمی در حوزه پولی و بانکی منتشر شد و شاید مهمترین آنها، منتفی شدن مالیات از سود سپرده‌های بانکی باشد. این خبر را محمدعلی دهقان دهنوی، معاون وزیر اقتصاد اعلام کرد و گفت که اخذ مالیات از سود سپرده‌ها و سهام، در لایحه اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم منتفی شده است، اما در حالی دریافت مالیات از سود سپرده‌های بانکی منتفی شده که جذب سپرده‌های بانکی در ماه‌های گذشته با رشد همراه بوده است، به‌طوری که تازه‌ترین آمارهای بانک مرکزی از افزایش...

۴

هر آنچه درباره الگوی خدمات اجتماعی «بانک زمان» باید بدانید

## سناریوهای اجرای «بانکداری زمان» در ایران

۲

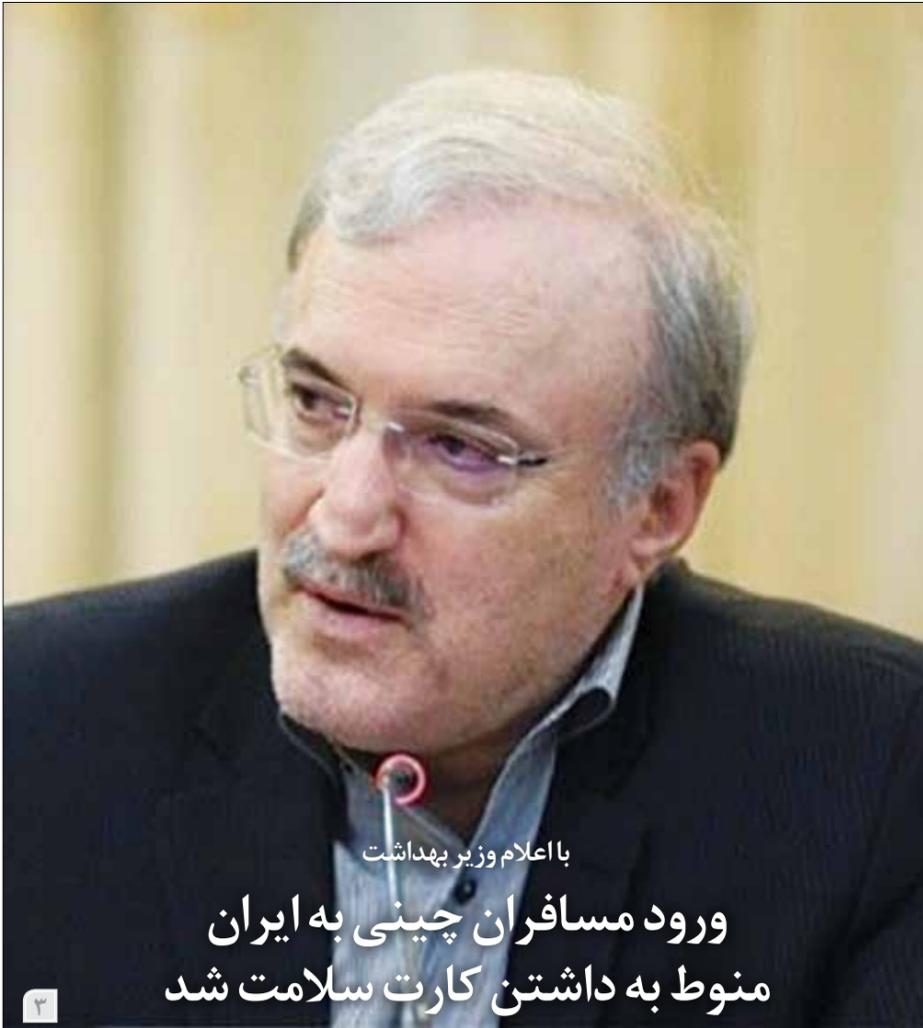
### مدیریت و کسب‌وکار



چرا بیل گیتس ثروتش را خرج امور خیریه می‌کند؟

- کارمندی که افسردگی دارد را چگونه مدیریت کنیم
- برندسازی شخصی به سبک کارآفرینان جوان
- چه مناطقی پیشگام‌های شهر آینده خواهند بود
- بازاربایی در شبکه‌های اجتماعی با ۳ ترند تازه
- ۴ اشتباه مالی رایج کارآفرینان تازه‌کار
- راهکارهای تعیین بودجه برای کسب و کارهای کوچک

۸ تا ۱۶



با اعلام وزیر بهداشت

## ورود مسافران چینی به ایران منوط به داشتن کارت سلامت شد

۳

روحانی در همایش استانداران و فرمانداران سراسر کشور:

### نگذاریم رابطه ایران با بانک‌های جهان را ترور کنند

روز یکشنبه ارائه شد آماری صرفاً اقتصادی بود، اما کاملاً از آن متوجه می‌شویم که این آمار به چه معناست.

روحانی در ادامه صحبت‌هایش با اشاره به آغاز مخالفت‌های برخی کشورها از جمله رژیم صهیونیستی و آمریکا با برجام از سال ۹۵ گفت: چرا عده‌ای تروریست جهانی مانند کاخ سفید و صهیونیسم و برخی ارتجاع عرب که آنها را همراهی می‌کنند شروع به تخریب کردند و تصمیم گرفتند که برجام را ترور کنند و چرا به سمت برجام تیراندازی کردند؟ چون در سال ۹۴ برجام اجرایی شد و در سال ۹۵ ایران بالاترین رشد اقتصادی را پیدا کرد و همه شرکت‌ها به ایران آمدند و سرمایه‌گذاری‌ها آغاز شد و تحرک بزرگی در کشور صورت گرفت و بسیاری از طرح‌هایی که متوقف شده بود، به حرکت درآمد.

وی با طرح این پرسش که چرا اسرائیل و ترامپ تصمیم گرفتند با کمک عربستان دست به دست هم بدهند تا برجام را ترور کنند، تصریح کرد: آنها (اسرائیل، ترامپ و عربستان) دیدند که برجام باعث رشد و حرکت ایران در منطقه و ارتقای جایگاه این کشور در کل منطقه شده است.

رئیس جمهور با اشاره به اقدام ایالات متحده آمریکا در به شهادت رساندن شهید پاسدار شهید قاسم سلیمانی، گفت: اینکه ترامپ ابتدا برجام را ترور می‌کند و سپس سردار عزیز ما سلیمانی را ترور می‌کند و سپس می‌خواهد رفاه و وحدت مردم و سپس آسایش آنها و انسجام ملی ما را ترور کند همه یک مسیر است؛ اینها می‌خواهند به دنیا بگویند که ایران یک جزیره تنها و منزوی است و می‌خواهند دور ایران را یک دیوار همیشگی بکشند و ما را از دنیا جدا کنند؛ در این شرایط ما نباید بگذاریم این‌گونه بسته شود و هر کسی در هر جا به ناروا و غلط ما را از دنیا، منطقه، دنیای اسلام و دوستان‌مان جدا می‌کند باید فردا پیش مردم پاسخگو باشد، ما باید مسئولیت‌پذیر و پاسخگو باشیم.

مگر می‌شود روابط بانکی ایران با دنیا قطع شود؟

وی با اشاره به برخی مخالفت‌ها در روند اجرای لویایح مربوط به FATF در کشور، تصریح کرد: نمی‌شود قانون و مقرراتی را که دولت آن را تصویب کرده و به عنوان لایحه به مجلس داده و مجلس نیز به عنوان نماینده ملت آن را تصویب کرده بین زمین و آسمان بماند و بعد روابط ما با دنیا دچار مشکل شود؛ مگر می‌شود روابط بانکی ایران با دنیا قطع شود و به هم بریزد؟ چه کسی در این کشور تصمیم می‌گیرد. روحانی ادامه داد: دولت به صورت لایحه قوانین مربوطه را تصویب کرده و مجلس نیز آنها را به تصویب رسانده و رهبری با صراحت می‌گویند که با لویایح دولت مشکلی ندارند؛ باید (مخالفتان FAFT) توضیح دهند و نمی‌شود با شعار و چهار تا حرف در فضای مجازی و حقیقی و رسانه‌ها منافع ملی را زیر پا بگذاریم.

رئیس جمهور با تأکید بر اینکه همه باید پای منافع ملی بایستیم، افزود: نباید بگذاریم تروریست‌های کاخ سفید موفق شوند؛ اینها دارند رابطه ایران را با بانک‌های جهان ترور می‌کنند و مسا باید حواس‌مان باشد؛ اینها در حال ترور اعتماد مردم به نظام هستند.

روحانی در پایان با بیان اینکه باید افزایش مشارکت و رقابت را یک وظیفه بدانیم، خاطرنشان کرد: باید در مردم نشاط را ایجاد کنیم و ۲۲ بهمن‌ماه بسیار خوب و ۱۳ اسفندماه باشکوهی داشته باشیم و ان‌شاءالله خدا از ما راضی باشد و بتوانیم از جمهوری و اسلامیت نظام حفاظت کنیم.

مجری قانون و انتخابات هستند، گفت: قانون اساسی احتیاط کرده و گفته که دستگاهی از کنار نظارت کند؛ یعنی عده‌ای گفتند که شما این بالا بایستید و نظارت کنید و ببینید که یک وقتی اینها (مجریان کشورها) خلاف نکنند؛ همین.

روحانی اضافه کرد: اگر می‌خواهید به اهداف‌مان برسیم مسلماً برای همه ما کشور و نتیجه انتخابات مهم است. باید پاسدار جمهوریت نیز باشیم؛ چراکه در قانون اساسی ما جمهوریت نیز وجود دارد و من می‌ترسم که روزی این کلمه جمهوریت نیز تبدیل به جرم شود. در قانون اساسی ما کلمه جمهوری، رئیس جمهوری و جمهوریت وجود دارد و ما باید پاسدار اسلامیت و جمهوریت باشیم.

وی با بیان اینکه همه باید از اسلام، جمهوریت، ایران و قانون اساسی‌مان به خوبی دفاع کنیم، ادامه داد: امروز روزی ساده در کشور ما نیست بلکه دو سال است که ما در شدیدترین و سخت‌ترین فشارهای اقتصادی، سیاسی و تبلیغاتی قرار گرفته‌ایم و همه می‌دانند شاید کشورهای مختلف اعم از دوستان و کسانی که رابطه خیلی خوبی با ما ندارند و چه کسانی که با ما دشمنی دارند که البته کشورهای محدود هستند همه فکر می‌کردند که ما چند ماه بیشتر نمی‌توانیم دوام بیاوریم.

#### به اندازه امروز مردم ما در فشار نبودند

وی خاطرنشان کرد: فشاری که امروز روی ملت ما وجود دارد از هر زمان دیگری بیشتر است؛ ما در گذشته تحریم داشتیم و با مشکلات مختلف نیز مواجه بوده‌ایم، اما به اندازه امروز مردم ما در فشار نبودند. امروز کار مردم و خدمتگزاران مردم در همه سطوح کاری قابل تقدیر است و جای سپاس دارد اینکه امروز مشاهده می‌کنیم در شرایط سخت فعلی در سال ۹۸ به جز یک ماه که با یک پرش در نرخ تورم مواجه بودیم یعنی آذرماه در ماه‌های دیگر مسیر کاهش تورمی را طی کرده‌ایم.

روحانی با اشاره به اجرای تصمیم شورای هماهنگی سران سه قوه درخصوص افزایش قیمت و سهمیه‌بندی بنزین در کشور از ماه آذر خاطرنشان کرد: من بارها در دولت گفته بودم که این اتفاق (افزایش نرخ تورم) فقط یک ماه خواهد بود و امروز بانک مرکزی و مرکز آمار اعلام کرده‌اند که تورم دی‌ماه کاهش یافته است؛ مرکز آمار اعلام کرد که تورم دی‌ماه ۰٫۸ درصد است و بانک مرکزی اعلام کرده تورم این ماه نزدیک به یک بوده است؛ بنابراین ما مجدداً به روند کاهش خود در نرخ تورم بازگشته‌ایم.

رئیس جمهور با بیان اینکه ان‌شاءالله در سال جاری رشد اقتصادی کشور بدون نفت منفی نخواهد بود، ادامه داد: خیلی مهم است ملتی که تحت فشارهای بسیار قرار گرفته در حال بازگرداندن شرایط به شرایط قابل قبول است؛ نمی‌خواهم بگویم که شرایط مطلوبی حاکم است و اتفاقاً در جلسه دیروز شورای هماهنگی اقتصادی بحث بسیار مهم و مفصلی مطرح شد و کارشناسان فراز و نشیب وضعیت ما از ابتدای انقلاب تا به امروز را گزارش کردند. براساس این آمار و ارقام که روز گذشته در جلسه روسای سه قوه مطرح شد نشان داده شد که در سال‌های اخیر در دو سال ۹۳ و ۹۵ وضع کشور خیلی خوب شده است. این سال‌ها وضعیت کاملاً متفاوت است و همه شاخص‌های کشور از جمله امید مردم، حضور آنها و نشاطشان افزایش یافته است. آماري که

ملت ما را تهدید کرد. روحانی با تأکید بر اینکه یکی از دلایل انقلاب مردم این بود که بر سرنوشت خود حاکم شوند، خاطرنشان کرد: در انقلاب اسلامی مشخص شد که دیگر آن گونه نیست که تهران تصمیم بگیرد بلکه مردم تصمیم‌گیر هستند و در پای صندوق حاضر می‌شوند و به آن کسی که می‌خواهند رأی می‌دهند.

رئیس جمهور بر لزوم وجود رقابت در انتخابات‌های مختلف تأکید کرد و گفت: اگر به شما بگویند وارد یک فروشگاه بزرگ شوید و یک جنس را انتخاب کنید در حالی که فقط یک جنس و یک مارک وجود دارد دیگر انتخاب لازم نیست و دیگر نیازی نیست که بزرگ خانواده به فروشگاه برود بلکه فرزند آن خانواده می‌تواند به فروشگاه برود و پس از پرداخت پول همان یک جنس موجود را خریداری کند.

روحانی با بیان اینکه انتخاب به معنای برگزیدن است، تصریح کرد: بسیار مهم است که مردم احساس کنند باید میان چند نمونه، یکی را برگزینند؛ در این صورت است که انتخابات معنا پیدا می‌کند. اگر در تمام حوزه‌های انتخابیه سلیقه‌ها و افکار مختلف و در جاهایی که چند مذهبی است و جاهایی که قومیت‌ها حضور دارند مذاهب و قومیت‌های مختلف حضور داشته باشند، مردم آن منطقه هر کسی را که بخواهند انتخاب می‌کنند.

رئیس جمهور تأکید کرد: شک نکنید قدرت ما با حضور مردم است و ما کسی و چیزی نیستیم؛ حتی اگر کشوری متصل به یک ابرقدرت بودیم، اگر روزی او به ما اخم می‌کرد ما را تنها می‌گذاشت، اما قدرتی که به صورت دائم برای یک ملت وجود دارد، حضور آن ملت است.

#### دی ماه سال ۹۶ جزو روزهای تلخ تاریخ ماست

روحانی با اشاره به اتفاقات دی‌ماه سال ۹۶ خاطرنشان کرد: دی ماه ۹۶ عده‌ای به خیابان‌ها آمدند و شلوغ کردند. حال ممکن است عده‌ای از آنها معترض و عده دیگر غیرمعترض باشند، اما دی‌ماه سال ۹۶ جزو روزهای تلخ تاریخ ماست و هیچ وقت فراموش نمی‌کنم که این سال بود که ترامپ را پررو کرد و به آمریکا قدرت داد تا در برابر ایران بایستند و دشمنان ما را تشویق کرد. در آن روزها عده‌ای با هدف دیگری به خیابان‌ها آمدند و نمی‌دانستند که در حال انجام چه کاری هستند، اما در برابر این حوادثی که پیش آمد و همچنین روزهای مختلف به مردم خود اتکا و افتخار کردیم.

وی ادامه داد: روزی که در سال ۹۶ و ۹۸ از مردم دعوت کردیم تا به خیابان‌ها بیایند و جواب دشمنان را بدهند آیا گفتیم که فقط فلان حزب بیاید و فلان حزب نیاید یا این که گفتیم همه بیایند و امروز روز ملی است و همه باید از کشور دفاع کنیم؟ آیا در آن زمان تقسیم می‌کردیم و می‌گفتیم که در این روز ملی فقط یک جناح به خیابان‌ها بیاید؟ آیا در ۲۲ بهمن همه مردم را به خیابان‌ها دعوت می‌کنیم و یا فقط از یک جناح دعوت می‌کنیم؟

روحانی با طرح این پرسش که اگر خدای نکرده روزی حمله دشمن باشد آیا جناح خاصی را دعوت می‌کنیم یا از همه مردم دعوت می‌کنیم که به مقابله با دشمن بروند؟ ادامه داد: در دوران دفاع مقدس آیا یک جناح خاص در میدان جنگ بود یا همه مردم در میدان جنگ بودند. یادمان نرود که در روز مشکل همه باید با همه باشیم و باید بگذاریم روز انتخابات نیز همه با هم باشیم.

رئیس جمهور با تأکید بر اینکه وزارت کشور، استانداران و فرمانداران

رئیس‌جمهور در همایش استانداران و فرمانداران سراسر کشور گفت نباید شعار منافع ملی زیر پا گذاشته شود و ترامپ و تروریست‌های کاخ سفید، رابطه ایران و بانک‌های جهان را قطع کنند. نمی‌شود لایحه دولت و مصوبه مجلس بین زمین و آسمان بماند و روابط بانکی با دنیا دچار مشکل شود.

به گزارش ایسنا، حسن روحانی صبح دوشنبه در همایش استانداران و فرمانداران سراسر کشور با تسلیت به مناسبت ایام فاطمیه، به اظهارات برخی درباره موضوع فراندوم اشاره کرد و گفت: برخی از کلمه فراندوم خوششان نمی‌آید؛ این در حالی است که پایه انتخابات ما از فراندوم شروع شده و نظام ما روی فراندوم بنا شده است و آن همه‌پرسی اول بود که تعیین کرد نظام ما جمهوری اسلامی است و همان همه‌پرسی به ما گفت که اسلامیت و جمهوریت را موردنظر قرار دهیم.

رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه همه باید پاسدار اسلامیت و جمهوریت نظام باشیم، گفت: پاسداری از جمهوریت یعنی پاسداری از ولایت عامه، نظر و خواست مردم؛ ما به همین رأی دادیم و نظام ما از دهم و یازدهم فروردین سال ۵۸ آغاز شد. اتفاقاً یکی از پایه‌های قانون اساسی ما نیز همه‌پرسی است و این قانون بعد از انتخابات اعضای خبرگان قانون اساسی مجدداً با فراندوم تبدیل به قانون اساسی شد، در بازنگری نیز مجدداً با همه‌پرسی و فراندوم تبدیل به قانون اساسی کشور شد.

#### برخی از کلمه فراندوم خوششان نمی‌آید

او با بیان اینکه اخیراً برخی نسبت به کلمه همه‌پرسی حساسیت پیدا کرده‌اند، اضافه کرد: برخی از حساسیت‌ها نه به اندازه وپروس کرونا اما خطرناک است و ما باید مواظب باشیم این بیماری سرایت نکند و نظر دیگری نسبت به این اصل مهم و اساسی که در کشور و قانون اساسی ما وجود دارد، پیدا نکنیم.

رئیس‌جمهور تصریح کرد: قانون اساسی پایه کار ماست و مشروعیت همه ما بدون استئنا از قانون اساسی است و مشروعیت قانون اساسی و همه قوانین و مقررات نیز از آرای مردم است.

روحانی با بیان اینکه ما از دوران مشروطه با مسئله آرای مردم، انتخابات و مجلس آشنا شدیم، خاطرنشان کرد: همه فداکاری‌ها در دوران مشروطه برای حاکمیت آرای مردم بود و حاکمیت ملی یکی از اهداف ملی مشروطه و انقلاب اسلامی ایران بود؛ مردم باید بر سرنوشت خود حاکم شوند و حاکمیت ما بر خود نیز به دستور خداست و کسی نمی‌تواند این حاکمیت که حاکمیت ملی است را نقض کند.

رئیس‌جمهور با بیان اینکه انقلاب مشروطه از مسیر خود منحرف شد و استبدادگران آمدند و مسلح شدند و انتخابات تبدیل به تشریفات انتصابات شد، تأکید کرد: بزرگترین خطر برای دموکراسی و حاکمیت ملی روزی است که انتخابات تبدیل به تشریفات شود و جای دیگری انتصاب کنند و مردم پای صندوق بروند و تشریفات انتخابات را انجام دهند؛ خدا نکند چنین روزی برای کشور ما پیش بیاید.

وی ادامه داد: یادمان است که در زمان رژیم گذشته در حوزه‌های انتخابیه عده‌ای کنديدی می‌شدند اما همه می‌دانستند که وکیل چه کسی است و هر شهرستان‌ها می‌گفتند فلانی از تهران تعیین شده است؛ مردم هم می‌دانستند که به هر کسی که رأی بدهند و هر کاری که می‌خواهند انجام دهند همان آقایانی که به قول آن زمان از تهران تعیین شده‌اند از صندوق‌ها خارج می‌شد و این خطر بزرگی بود که

## نگاه



از «اقتصاد غیرانتفاعی» تا «اقتصاد بازار»

**پایه‌های نظری «بانکداری زمان»**

«بانکداری زمان» برمنبای ایده «اقتصاد غیرانتفاعی» و تمایز آن از «اقتصاد بازار» شکل گرفته است. «اقتصاد بازار» مبتنی بر دارایی‌های فیزیکی، مالی، کالایی و فکری مردم است که می‌توان آن را برمبنای یک پایه پولی و در بازاری رقابتی معامله کرد. بر این‌ مبنا، افرادی که مالک و صاحب چنین دارایی‌هایی هستند، فرصت مشارکت در بازار را به‌دست می‌آورند و افرادی مانند فقرا، سالمندان و بی‌سوادان که دسترسی به چنین منابع و مهارت‌هایی ندارند از بازار مشارکت در بازار محروم می‌شوند، بنابراین «اقتصاد بازار» سازوکاری است که با آن محرومیت و تمایزات اجتماعی شکل گرفته و بازتولید می‌شوند. در مقابل، «اقتصاد غیرانتفاعی» مبتنی بر بخش‌های غیرپولی و اندازه‌گیری‌نشده اقتصاد و دربرگیرنده فعالیت‌های اقتصادی مهمی چون پرورش کودکان، خانه‌داری، مراقبت از بیماران و سالمندان، کمک به محرومان، حمایت از گروه‌های آسیب‌دیده و حفاظت از محیط‌زیست است. جایگاه این اقتصاد نیز خانواده، محله و اجتماع است که به‌مثابه بازاری برای تعاملات عاطفی و تعهدات اجتماعی و مدنی عمل می‌کند.

«اقتصاد غیرانتفاعی» تناسب چندانی با «اقتصاد بازار» ندارد، اما به اعتقاد صاحبنظران، چنانچه «اقتصاد غیرانتفاعی» به‌گونه‌ای مؤثر و در جهت رفاه انسانی کار کند، کالاها و خدمات اساسی، چنانچه تولید در سطح پایینی نیز قرار داشته باشد، برای بخش عمده‌ای از جمعیت تأمین می‌شود، چراکه بخش مهمی از فعالیت‌های بخش غیرانتفاعی درگیر عواطف، تعاملات و تعلقات انسانی است. با وجود این، همزمان با افزایش بهره‌برداری اقتصاد تجاری از منابع و ظرفیت‌های مردمی، اقتصاد غیرانتفاعی به‌شدت تحت فشار قرار گرفته است. همچنین الزامات مراقبت از کودکان، سالمندان و بیماران نیز در برخی موارد منابع شخصی خانواده‌ها و اجتماعات را تا میزان زیادی تحلیل برده است.

به اعتقاد ادگار کان، مشارکت در تولید، راهکاری است که می‌تواند عملکرد «اقتصاد غیرانتفاعی» را به سطحی برابر با «اقتصاد بازار» نزدیک سازد. در الگوی نظری کان، این مفهوم، سازه و چارچوبی طراحی‌شده برای تحقق چهار ارزش است؛ نخست، این مفهوم، نقش حمایت اجتماعی را در پایه‌ریزی هر چیزی در اقتصاد، اساسی می‌شمارد و برمبنای آن از مردم، مفهوم دارایی می‌سازد. حتی کسانی که به شکل غالب از بازار اشتغال تجاری کنار زده شده‌اند، نظیر سالمندان، جوانان، بی‌سوادان، ناتوانان و بیماران را به‌عنوان افرادی با ظرفیت مشارکت در نظر می‌گیرد.

دوم، این مفهوم مستلزم این است که کارهای غیررسمی و بی‌مزد، همانند مراقبت و نگهداری از اعضای ناتوان و سالمند خانواده، مهم و ارزشمند تلقی شوند. سوم، این مفهوم به‌معنای درک این واقعیت است که خدمات بدون وجود ارائه‌کنندگان خدمات و مردم به‌عنوان دریافت‌کنندگان آن نمی‌تواند شکل گیرد و چهارم آنکه این مفهوم با ارزش‌گذاری و سرمایه‌گذاری در پیوندنهای موجود میان خانواده‌ها، اجتماعات و مردم سروکار دارد. مشارکت در تولید، اصل جدایی‌ناپذیر رویکرد بانکداری زمان است. این رویکرد مدعی است محرومیت و انزوای اجتماعی را می‌توان به وسیله مشارکت در تولید و از طریق بازتعریف کار، قائل شدن ظرفیت مشارکت برای همه مردم و ارزش قائل شدن برای شبکه‌های اجتماعی مرفح کر. در همین چارچوب، ویژگی بارز و متمایز بانکداری زمان، استفاده از منابع و مهارت‌هایی است که قبلاً بدون استفاده بوده و ارزش‌نهادن برای کاری است که پیش از این بدون پاداش بوده است. با انجام این‌ کار، بانکداری زمان این باور که تنها کار مُزدی و افراد شاغل دارای ارزش و جایگاه هستند را به چالش کشید. در عوض، به مشارکت مردم به‌ویژه بانزانشنگان، سالمندان، بیگاران و معلولان در تبادل خدمات و حمایت متقابل از یکدیگر ارزش بخشید. این‌ امر با استفاده از اعتبارات زمانی به‌عنوان پول صورت می‌گیرد. در نتیجه، این رویکرد چارچوبی برای ایجاد و هدایت حمایت متقابل غیررسمی از طرف و در جهت افرادی که در غیر این صورت دسترسی به چنین تعاملاتی ندارند را فراهم می‌سازد.

همچنین همزمان با تکامل بانکداری زمان، الگوهای متفاوتی از این نوع بانکداری شکل گرفته است که می‌توان آنها را در قالب سه رویکرد کلی دسته‌بندی کرد؛ فرد به فرد، فرد به سازمان و سازمان به سازمان.

فرد به فرد: رویکرد فرد به فرد که بعضاً رویکرد «همسایه به همسایه» نیز نامیده می‌شود، نخستین و شناخته‌شده‌ترین مدل بانکداری زمان در جهان است که توسط ادگار کان در دهه ۱۹۸۰ ابداع شد. در این رویکرد، افراد بخشی از یک مرکز بانکی ثابت هستند که غالباً در یک سازمان دولتی یا مردم‌نهاد، مستقر شده و یک کارگزار آن را اداره می‌کند. در این بانک، اعضا اعتبارات زمانی خود را در قالب تعداد ساعت مبادله می‌کنند و کارگزار بانک نیز به تبادل اعتبارات رسیدگی می‌کند. هر واحد پولی در این مدل با هدف تبادل بین افراد شکل می‌گیرد و برحسب تعهدی که ذی‌نفعان به بازپرداخت آن دارند به گردش درمی‌آید.

فرد به سازمان: در رویکرد فرد به سازمان، افراد می‌توانند با مشارکت در برنامه‌ها و اهداف یک سازمان یا اجتماع، چه در بخش دولتی و چه غیردولتی (سازمان‌های اجتماعی و داوطلبانه) اعتبارات زمانی کسب کنند. در اینجا، سازمان خودش بانک است و برابر با زمان و تلاشی که در راستای اهدافش گذاشته شده است، اعتبار زمانی اختصاص می‌دهد. پیشگام این رویکرد بانک زمان «SPICE» در کشور ولز است. این بانک در قالب رویکرد فرد به سازمان، مدل شش مرحله‌ای ساده‌ای را توسعه داده که به‌نوبه خود موجب گسترش «شهروندی فعال» در ولز شده است. در رویکرد فرد به سازمان، اعتبارات زمانی بیشتر از چیزی است که فقط میان افراد مبادله شود. در این رویکرد، اعتبار زمانی، یک ارز گردشگی مکمل است که می‌تواند بخش وسیعی از مردم و سازمان‌ها را درگیر کند. همچنین این رویکرد، در خلاف رویکرد فرد به فرد که تنوعی از خدمات میان افراد مبادله می‌شود، در راستای ارائه یک نوع از خدمات عمومی با هزینه‌ای کمتر عمل می‌کند.

سازمان به سازمان: بانکداری زمان، ابزاری است که می‌تواند تبادل میان سازمان‌ها را به‌مثابه تبادل میان افراد تسهیل کند. تعداد اندکی از سازمان‌ها هستند که به‌طور کامل از ظرفیت کارکنان و دارایی‌هایی که در اختیارشان قرار دارد، استفاده می‌کنند. این رویکرد، می‌تواند شرایطی را فراهم سازد که سازمان‌ها بتوانند از این ظرفیت‌های مازاد یکدیگر، در راستای اهداف و مأموریت‌های سازمانی خود استفاده کنند. منافع و مزایای رویکرد سازمان به سازمان، زیاد است. برای نمونه، علاوه بر دسترسی به منابع و دارایی‌های انسانی و فیزیکی، این رویکرد کارکنان را از دانش، مهارت و خدمات‌گسترده و به اشتراک گذاشته شده توسط سایر سازمان‌ها بهره‌مند می‌سازد.

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramzof@yahoo.com

شاید بارها برای‌تان اتفاق افتاده باشد که برای کسی بابت کاری وقت گذاشته‌اید و کمکش کرده‌اید، اما زمانی که خودتان به کمک نیاز داشته‌اید، آن شخص یا در دسترس نبوده و یا توانایی کمک به شما را نداشته است. «بانک زمان» این مشکل را حل کرده است، اما چگونه؟ یک دانشجوی ایرانی که چند سال پیش برای ادامه تحصیل به سوئیس رفته بود، در خاطراتش گفته است: «نزدیک دانشگاه، خانهای اجاره کردم. صاحبخانه‌ام پیرزنی بود که با شغل معلمی، بانزانشسته شده بود. با طرح‌های بانزانشنگی در سوئیس، آشنایی چندانی نداشتم. فقط آنقدر می‌دانستم که بانزانشنگان در این کشور هیچ نگرانی برای معیشت و ادامه زندگی ندارند. تا اینکه یک روز از دانشگاه به خانه برگشتم و متوجه شدم صاحبخانه‌ام کاری پیدا کرده است؛ کار او مراقبت از یک پیرمرد هم‌سن و سال خودش بود. با تعجب پرسیدم: آیا برای پول این کار را پذیرفته‌است؟ پاسخش حیرت‌زده‌ام کرد. او گفت که برای پول، این کار را انجام نمی‌دهد، بلکه «زمان» خود را در «بانک زمان» سپرده‌گذاری می‌کند تا هر وقت که همانند این پیرمرد، توان حرکت و اداره زندگی نداشت، آن را از بانک بیرون بکشد و استفاده کند!»

دانشجوی ما سپس تعریف می‌کند که یک روز صاحبخانه‌اش، وقتی که مشغول تمیز کردن شیشه پنجره خانه‌اش بود، از چهارپایه به زمین می‌افتد و پایش می‌شکند: «هنگامی که برای عیادتش به بیمارستان رفتم، نه‌تنها نگران نبود، بلکه حسابی بشاش و شاداب بود، چراکه برای برداشت از «بانک زمان» درخواست داده بود و به فاصله چند ساعت بعد، وقتی که با پای گچ گرفته‌اش از بیمارستان به خانه برگشتم، داوطلبی را دیدیم که از سوی «بانک زمان» آمده بود تا به مدت یک ماه از او مراقبت کند.»

**گستره بانکداری زمان: از اروپا و آمریکا تا آسیا**

همانطور که از خاطره این دانشجوی ایرانی در سوئیس برمی‌آید، «بانک زمان» یک ارز مبتنی بر زمان است؛ شما یک ساعت به دیگران خدمات ارائه می‌دهید و در ازای آن، یک ساعت اعتبار زمانی دریافت می‌کنید. این اعتبار برای شما محفوظ می‌ماند و هر زمان که احتیاج به کمک داشتید، از آن برای دریافت خدمات استفاده می‌کنید.

هرچند خاستگاه دقیق مفهوم «بانک زمان» مشخص نیست، اما به نظر می‌رسد این ایده سابقه‌ای چندین و چند ساله در غرب دارد.

هر آنچه درباره الگوی خدمات اجتماعی «بانک زمان» باید بدانید

# سناریوهای اجرای «بانکداری زمان» در ایران



کان به دلارهای زمانی تغییر نام یافت. او همچنین در راستای توسعه الگوی «بانکداری زمان»، بانک TBUSA را در سال ۱۹۹۵ در آمریکا تأسیس کرد. در پی تلاش‌های کان، «بانکداری زمان» در سال‌های گذشته به شکل فراگیری در زمینه ارائه خدمات اجتماعی و فعالیت‌های مددکارانه نظیر مراقبت از سالمندان در آمریکا توسعه یافته است، تا جایی که در سال ۲۰۱۸، حدود ۱۲۰ «بانک زمان» در آمریکا در حال فعالیت بوده‌اند. همچنین نخستین «بانک زمان» در انگلستان، متأثر از الگوی دلار زمانی توسط مارتین سیمون در سال ۱۹۹۸ در روستای گالسترشر با نام «سهام عادلانه» تأسیس شد. اخیراً نیز دولت سوئیس یک طرح بانزانشنگی را در قالب الگوی «بانکداری زمان» به صورت پایلوت پیاده کرده است. در این طرح، جوانان و بزرگسالانی که از سالمندان مراقبت کنند، می‌توانند زمان صرف‌شده را در بانک ذخیره کرده و زمانی که سالمند شدند، آن را برای دریافت مراقبت هزینه کنند.

**۳ سناریوی اجرای بانکداری زمان در ایران**

هرچند «بانکداری زمان» الگویی است که در بخش غیردولتی و به صورت محلی و داوطلبانه شکل گرفته، اما در بسیاری از کشورها، دولت در اجرای آن پیشقدم شده است. اما سوالی که برای مخاطب ایرانی مطرح می‌شود، آن است که چشم‌انداز این الگوی حمایتی در ایران چگونه است؟ در همین زمینه، نهاد پژوهشی مجلس در تازه‌ترین گزارش خود، سناریوهای متفاوتی برای اجرای الگوی حمایتی «بانکداری زمان» در ایران پیشنهاد داده است. سناریوی نخست آن است که مسئولیت اجرای «بانکداری زمان» با توجه به ماهیت اجتماعی آن برعهده سازمان‌های مردم‌نهاد باشد و دولت در این زمینه در راستای وظایف ذاتی خود نظیر سیاست‌گذاری و نظارت عمل کند. سنناریوی دوم نیز آن است که نهادهای عمومی غیردولتی و مشخصاً شهرداری‌ها با مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد، اجرای این الگو را برعهده گیرند و دولت در این زمینه در راستای وظایف ذاتی خود عمل کند. سناریوی سوم هم این است که دولت می‌تواند مسئولیت اجرای این الگو را به صورت پایلوت برعهده گیرد و در ادامه و در صورت موفقیت از ظرفیت سازمان‌های مردن‌نهاد در این زمینه استفاده کند.

با اینکه جامعه ایران جامعه نسبتاً جوانی است و متولدین دهه ۶۰ به بعد در حال گذار به میانسالی و تا چندی بعد سالمندی هستند، در نتیجه توجه به الگوهای حمایتی همچون «بانکداری زمان» به عنوان ابتکاری اجتماعی می‌تواند در پیشبرد ظرفیت‌های جامعه در افزایش سرمایه‌های اجتماعی هرچه بیشتر به کار آید.

آنچه این دانشجو در سوئیس اشاره کرده، مربوط به طرحی است که در سال ۲۰۱۲ میلادی و در شهر اس‌تی‌گلن پیاده شد؛ یک طرح بانزانشنگی برای مراقبت از سالمندان که توسط وزارت تأمین اجتماعی فدرال سوئیس تدوین شده و در نظر دارد فرهنگ روستایی مراقبتی از یکدیگر را در شهرهای مدرن نیز فرهنگ‌سازی کند.

به زبان نظری، «بانک زمان» روشی برای ارائه و دریافت خدمات اجتماعی و حمایتی است که از زمان به عنوان یک واحد اعتباری استفاده می‌شود. در این سیستم بانکی، اعضا به میزان ساعتی که خدمات ارائه می‌دهند، اعتبارات زمانی دریافت می‌کنند و در آینده و به هنگام نیاز می‌توانند آن را برای دریافت کمک و خدمات از دیگر اعضای بانک هزینه کنند. البته ارزش انواع خدمات در این بانک، برابر است و صرفاً ساعت ارائه خدمت سنجیده می‌شود. یک ساعت کار کردن برابر با یک اعتبار زمانی یا یک دلار زمانی است. خدماتی که در «بانک‌های زمان» مبادله می‌شوند، برحسب دانش و مهارت تخصصی مورد نیاز، از خدمات ساده تا پیچیده متغیر هستند. این خدمات می‌تواند از مرآوده و دوستی تا مراقبت و پرستاری، متفاوت باشد.

این الگو در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته از آمریکا و اروپا گرفته تا ژاپن و کره جنوبی اجرا شده و برای ساخت شبکه‌های اجتماعی حمایتگر از گروه‌های آسیب‌پذیر و ازکارافتاده با استقبال مواجه شده است. برخی از آنها به صورت محلی و کوچک فعالیت می‌کنند و برخی دیگر با ساختاری گسترده و در سطوح ملی عمل می‌کنند.

**ایده «بانکداری زمان» چگونه شکل گرفت؟**

هرچند خاستگاه دقیق «بانک زمان» مبهم است، اما به نظر می‌رسد نخستین الگوی «بانک زمان» تحت عنوان «بانک کار داوطلبانه» توسط ترکو میزوشیما در سال ۱۹۷۳ در شهر اوزاکای ژاپن شکل گرفته است. به لحاظ تئوریک نیز «بانک زمان» ایده‌ای است که ادگار کان، حقوقدان آمریکایی در دهه ۱۹۸۰ برای استفاده از ظرفیت خودمراقبتی اجتماع و تشویق شهروندان، مفهوم‌پردازی کرده است. کان ابتدا برای پیاده‌سازی ایده‌اش و تسهیل تبادل خدمات اجتماعی برمبنای ساعت و زمان، از مفهوم اعتبارات خدماتی استفاده کرد و نخستین‌بار آن را در یکی از برنامه‌های اجتماعی موسسه غیرانتفاعی «گریس هیل» در «سنت لویس» (موسوم به MORE) مورد آزمون قرار داد. تجربیات او نشان داد که این الگو می‌تواند تأثیر معناداری در گسترش کیفیت و دامنه فعالیت اعضای شرکت‌کننده در برنامه داشته باشد. اعتبارات خدماتی بعدها توسط

از زمینه‌ها تا مزایای الگوی حمایتی «بانکداری زمان»

## شبکه‌ای از حمایت اجتماعی

ایفا کند؛ به‌ویژه در جوامعی که سیستم‌های رفاهی دولت تحت فشار هستند، «بانک‌های زمان» ظرفیت بالقوه‌ای برای کاهش هزینه‌های رفاهی دولت دارند و می‌توانند به‌عنوان سیستم‌های جایگزین با مکمل تأمین رفاه که وابستگی چندانی به دولت ندارند، به کار گرفته شوند.

مزایای بهداشتی و رفاهی: «بانکداری زمان» ظرفیت زیادی برای بهبود کیفیت زندگی و رفاه افراد جامعه به ویژه گروه‌های ازکارافتاده و سالمند دارد. گسترش ارتباطات میان‌نسلی و درون‌نسلی، یادگیری و افزایش مهارت‌ها، دسترسی آسان به خدمات بهداشتی، کاهش بستری شدن، کمک به استقلال و خودکفایی بیشتر برای سالمندان و احسان تنهایی کمتر، از مزایای قابل توجه «بانکداری زمان» برای این گروه است. همچنین افرادی که در این بانک‌ها مشارکت دارند، احساس قدرت و اعتماد بهنفس بیشتری می‌کنند، چراکه معتقدند خدمت مفیدی برای ارائه‌کردن دارند و می‌توانند به یکدیگر کمک کنند. درنتیجه، احساس شادی و رضایت بیشتری از زندگی در اجتماع‌شان دارند.

مزایای اجتماعی: «بانکداری زمان» روش مؤثری برای آشنایی با افراد جدید، کاهش انزوای اجتماعی، افزایش مشارکت اجتماعی، تقویت شبکه‌های اجتماعی و درنهایت، توسعه سرمایه اجتماعی است. بسیاری از این منافع ناشی از ماهیت متقابل فعالیت‌های «بانک زمان» و اصل راهنمای آن در پنداشتن مردم به‌عنوان دارایی است. این رویکرد مدعی است همه مردم، حتی آنهایی که به‌عنوان قشر محروم و آسیب‌پذیر شناخته می‌شوند، توانایی ارائه خدمات ارزشمندی برای مشارکت دارند. به‌نوعی، در رویکرد «بانکداری زمان»، وقت و زمان همه افراد به یک میزان ارزشمند است. بانکداری زمان، یک خیابان دوطرفه یا یک توافق متقابل است که اختلاف قدرت میان مردم را به حداقل می‌رساند. این رویکرد بر این فرض استوار است که بدبختان شیوه‌ای ساده و آسانی برای ایجاد اعتماد میان مردم است و مردم نیز به‌جای اینکه با نقص و کاستی تعریف شوند، همه به‌عنوان دارایی در نظر گرفته می‌شوند؛ به‌ویژه برای افراد و اجتماعاتی که به حاشیه رانده شده‌اند و در این فرآیند، ظرفیت‌های آنها تحت‌الشعاع مشکلات و نیازهای آنها قرار گرفته است، اهمیت بسزایی دارد. زیرا آنهایی که از لحاظ

## یادداشت

### بی‌وفایی ایرانی

<span>محمدذر ضامودودی</span>
<span>سرپرست سابق سازمان توسعه تجارت</span>

چین به دلیل ظرفیت‌های بالایی که امروز در اقتصاد جهان دارد، سرمایه‌گذاری بسیاری در خارج از مرزهایش انجام داده، به طوری که از سال سرمایه‌ز از این کشور بیش از پذیرش سرمایه است. میزان جذب سرمایه خارجی چین در سال ۲۰۱۶ نزدیک به ۱۳۴ میلیارد دلار بوده اما این کشور بیش از ۱۸۳ میلیارد دلار در خارج از مرزهای خود سرمایه‌گذاری کرده است. به خوبی مشخص است که نگاه چینی‌ها گسترش جغرافیای سرمایه‌گذاری خارجی است تا از این طریق نفوذ خود را در جهان افزایش دهند. به همین دلیل امروز شاهد حضور آنها در کشورهای منطقه به خصوص مسیر جاده ابریشم هستیم، مجموعه کشورهایی که می‌توانند چین را به اروپا یا به آفریقا وصل کنند و براساس این خط‌سیر پیش بروند. این کشور بنابر همین دیدگاه سرمایه‌گذاری‌های خوبی در آفریقا صورت داده و برنامه بلندمدتی برای گسترش این فعالیت‌های خود دارد. چین کشور مهمی در مناسبات جهانی است که روابط اقتصادی خوبی نیز با ایران داشته است، چراکه بازار ایران نیز جذابیت‌های بسیاری برای حضور و تجارت دوطرفه دارد. با وجود این اما امروز شاهد کاهش جذابیت ایران برای چین در عرصه اقتصادی هستیم.

یکی از نکات مهم در مدل سرمایه‌گذاری که برای همه کشورها اهمیت دارد، ضرب امنیت سرمایه‌گذاری است. از آنجا که چینی‌ها امروز براساس قواعد جهانی و اصول علمی پیش می‌روند، به‌خوبی توجه دارند که سرمایه‌گذاری در کشوری مانند ایران با چه ضرب امنیتی به لحاظ بازدهی و سودآوری باید انجام شود. از آنجا که کشورمان در طول ۴۰ سال گذشته به صورت مداوم با فشارهای متعدد خارجی مواجه بوده، به طوری که آنها تمایل ندارند تجارت خارجی ایران گسترش پیدا کند بنابراین ریسک سرمایه‌گذاری در ایران برای کشورهای خواهان حضور در بازار ما افزایش پیدا کرده است. در این مدت نیز سیاست خارجی ما متأسفانه به سمت تنش‌زدایی کامل حرکت نکرده است. بر همین اساس نیز اقتصاد ما دائم این تنش‌ها را تجربه کرده که اثرات بسیاری بر تجارت خارجی‌مان با جهان داشته است. از جمله آخرین این فشارها می‌توان به تحریم‌های اوایل دهه ۹۰ و تحریم‌هایی که بعد از خروج آمریکا از برجام در سال ۹۶ کلید خورد، اشاره کرد که اثرات جدی بر اقتصاد کشورمان بر جای گذاشته است.

آمریکا در فرآیند تحریم‌های خود با ایجاد مشکل در تولید، حمل‌ونقل و مبادله پول برای کشورمان به دنبال آن است تا کل تجارت خارجی کشور را به طور کامل قفل کند. براساس این تنش‌ها تمام روابط بانکی و تجاری ما متأثر شده است. برای چین که قصد سرمایه‌گذاری در ایران را دارد یکی از نکات مهم چگونگی برقراری روابط بانکی بدون ریسک است؛ اینکه این سرمایه‌گذاری چه ضرب امنیتی دارد؟ چشم‌انداز آن چیست؟ آیا این سرمایه‌گذاری در بلندمدت به نفع آنها است؟ در کل نگاه امروز چینی‌ها برای تجارت خارجی متناسب با قواعد بین‌المللی است. آنها با چشم‌دوختن بر همین قواعد در عرصه جهانی وارد شده و در کشورهای مختلف نفوذ می‌کنند. به طور مثال سرمایه‌گذاری آنها در بندر گوادور پاکستان؛ هرچند در این مورد هنوز نتوانسته‌اند به نتیجه منظر خود برسند اما چشم آنها به آینده این سرمایه‌گذاری است. چینی‌ها در حوزه معادن افغانستان نیز سرمایه‌گذاری‌هایی را صورت دادند اما به دلیل موانع امنیتی هنوز نتوانسته‌اند بهر بررداری لازم را داشته باشند. در هر صورت روابط تجاری چین در کشورهای منطقه به دلیل تنش‌های فزاینده سیاسی دچار اختلال شده است. به طوری که جذابیت حضور در این مناطق برای چین کاهش پیدا کرده است و به نظر می‌رسد در خصوص ایران نیز همین موضوع دخیل است.

ناباید از یاد برد که چین مهم‌ترین متحد و شریک تجاری ایران، به ویژه در دوران شرایط سخت بوده است. چینی‌ها در دوران‌های مختلف و شرایط نامساعد بین‌المللی در کنار ایران باقی ماندند و سعی آنها همواره بر این بوده است که روابطشان را با ایران کمرنگ نکنند. با وجود این به دنبال تحریم‌های تازه‌ای که آمریکا بر کشور ما اعمال کرده آنها در حال کم‌کردن فعالیت تجاری خود هستند که به بحث امنیت سرمایه و چگونگی نقل و انتقالات در این حوزه اشاره کرد. اما نکته مهم دیگر این است که امروز مدل تحریم‌ها مشابه دوره قبل نیست. به‌طور قطع اگر این مرحله بگذرد در مرحله بعد شرایط سخت‌تری را تجربه خواهیم کرد. هرچند این تحریم‌ها برای ما جدید بود اما اجزای این مدل برای آمریکایی‌ها نیز جدید بوده است بنابراین هرچه بگذرد راهمای دور زدن تحریم را بهتر می‌توان تشخیص داد. نباید از یاد برد که در جنگ نظامی هزینه بسیار بالاست اما در جنگ اقتصادی سوددهی بسیار بالاست. به همین دلیل در این جنگ هر شرکتی که کوچک‌ترین تخلفی از نظر آمریکایی‌ها داشته باشد باید جریمه‌های سنگینی بپردازد که این به سود آنهاست. تحریم‌ها شکل حرفه‌ای‌تری به خود گرفته است بنابراین مسیر تجارت با ایران برای کشورهایی که خواهان تجارت با ایران هستند نیز سخت‌تر شده و آنها با رویکردهای گذشته نمی‌توانند عمل کنند. این موضوع برای چین نیز دخیل است.

نکته دیگر اینکه چین در دور اول تحریم‌ها همیاری و کمک بسیاری به ایران کرد، اما هنگامی که برجام منعقد شد این گلایه را از ایران داشت که سیاسیون ما به اروپا بیشتر متمایل شدند. این موضوع سیگنالی است که چینی‌ها بودند و آنها متوجه شدند ایران، متحد مطمئنی برای شان نیست زیرا اگر شرایط همواره شود، ایران تمایل بیشتری به اروپا دارد. در همین راستا یک جمله رایکی از مسئولان چینی به هیأت‌های سیاسی ایرانی تاکید کرد: شما در مقطع برجام بنابر منافع ملی‌تان به سمت اروپا رفتید و به شرکای تاریخی‌تان پشت کردید بنابراین اجازه دهید که ما نیز امروز براساس منافع ملی‌مان تصمیم‌گیری کنیم.

سومین نکته مهم مؤثر بر کاهش حضور چینی‌ها در ایران افزایش تبلیغات منفی علیه کالاها و محصولات چینی در بازار است. تخریب کالا‌های چینی و تاکید بر عدم کیفیت آنها را به وضوح می‌توان در همه سطح شهر مشاهده کرد. در هر صورت اینکه ما تلاش داریم چین را به سمبل کالا‌های بنجل تبدیل کنیم نیز در تمایل آنها برای حضور در بازار کشورمان مؤثر است. ناگفته نماند که این چینی‌ها نیستند که در تجارت با ایران کالایی بی‌کیفیت را از سال می‌کنند بلکه تجار ما هستند که محصولات باکیفیت پایین و ارزان را وارد می‌کنند. حال آنکه در چین محصولات با درجات مختلف کیفیت وجود دارد. این کشور ۲ هزار و ۴۰۰ میلیارد دلار صادرات به تعداد بسیار زیادی از کشورهای دنیا دارد و ایران با سهم ۶ میلیارد دلار در برابر این عدد بسیار کوچک است. در صورتی که چینی‌ها کالایی بی‌کیفیت تولید و صادر کنند نمی‌توانند سهم مهمی در عرصه جهانی داشته باشند حال آنکه این‌گونه نیست. به جای انتقاد به کالا‌های چینی ما باید بیاوریم که حرمت به شرکای تجاری اهمیت بسیاری در حفظ آنها دارد.

**منبع: آینده‌نگر**

همه مضمولان از سال آینده ماهانه ۷۲ هزار تومان یارانه دریافت می‌کنند

# یارانه نقدی و یارانه معیشتی یکی شد



خواهند داشت و دولت در هر ماه به حساب آنها پرداخت انجام می‌دهد.

در این حالت منابع پرداختی بابت این رقم ۷۲ هزار تومانی نیز از مجموع درآمد اختصاص یافته به یارانه‌های نقدی و کمک‌های معیشتی تامین می‌شود؛ به نحوی که برای یارانه‌های نقدی تاکنون سالانه ۴۲ هزار میلیارد تومان مصوب می‌شد و از سوی دیگر کمک معیشتی از محل یارانه بنزین نیز حدود ۳۱ هزار میلیارد تومان در سال پیش‌بینی شده که قرار است حدود ۲ هزار میلیارد تومان آن برای افراد تحت پوشش کمیته امداد و بهزیستی کنار گذاشته شده و ۲۸ هزار میلیارد تومان باقی‌مانده بین ۷۸ میلیون نفر یارانه‌بگیر توزیع شود.

در این شرایط در مجموع ۴۲ هزار میلیاردی که برای یارانه نقدی پیش‌بینی شده و ۲۸ هزار میلیارد تومان ناشی از درآمد بنزین حدود ۷۰ هزار میلیارد تومان بابت پرداخت یارانه نقدی ۷۲ هزار تومانی در سال آینده اختصاص خواهد یافت و بین مردم توزیع می‌شود. اما با توجه به اینکه قرار بود فقط ۶۰ میلیون نفر یارانه معیشتی دریافت کنند و از سوی دیگر ۷۸ میلیون یارانه نقدی بگیرند، با مصوبه مجلس تمام ۷۸ میلیون نفر مبلغ یکسانی را دریافت خواهند کرد.

در همین زمینه، هادی قوامی، سخنگوی کمیسیون تلفیق دیروز در گفت‌وگو با خبرنگار ایرنا، به تشریح این مصوبه پرداخت و گفت: در این جلسه مقرر شد در تقسیم مبلغ مورد نظر برای طرح یارانه معیشتی که بالغ بر ۳۱ هزار میلیارد تومان می‌شود، تجدیدنظر صورت گرفته و ۸۰درصد از این مبلغ به صورت یکسان میان تمامی ۷۸ میلیون ایرانی که یارانه نقدی دریافت می‌کنند، توزیع شود و یارانه نقدی به ۷۲ هزار تومان برسد. او علت اتخاذ این تصمیم را نارضایتی‌های گسترده درخصوص نحوه بررسی حساب‌های افراد جهت تعلق یارانه معیشتی عنوان کرد و افزود: بر این اساس تمامی ۱۸ میلیون نفری که یارانه معیشتی دریافت نمی‌کنند در سال آینده به مانند تمامی ایرانیانی که ۴۵ هزار تومان یارانه نقدی را دریافت می‌کنند، مبلغ دریافتی یارانه‌های‌شان با افزایش ۲۷ هزار تومان به ۷۲ هزار تومان خواهد رسید. سخنگوی کمیسیون تلفیق مجلس همچنین درباره ۲۰درصد باقی‌مانده اعتبار طرح یارانه معیشتی میز گفت: مقرر شد ۲۰درصد از منابع این طرح نیز خانوارهای تحت پوشش بهزیستی و کمیته امداد که حدود ۷ میلیون نفر می‌شود تعلق بگیرد. در نتیجه این افراد حدود ۵۰ هزار تومان بیش‌تر از سایر یارانه‌گیران، یارانه دریافت خواهند کرد.

وی با اشاره به درآمدهای جدول ردیف ۱۴ لایحه بودجه سال آینده گفت: در مجموع جمع کل منابع حاصل از مواد در نظر گرفته شده در جدول ۱۴، رقم ۲۵۰

فرصت امروز: سرانجام طلسم یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی شکست و با تلفیق یارانه نقدی و کمک معیشتی، همه مضمولان هر دو یارانه از سال آینده ماهانه ۷۲ هزار تومان دریافت می‌کنند. این شاید مهم‌ترین مصوبه کمیسیون تلفیق بودجه مجلس باشد که این روها مشغول بررسی لایحه بودجه سال آینده است. با این مصوبه کمیسیون تلفیق مجلس، مبلغ یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی بالاخره پس از ۹ سال تغییر کرد و با یکی شدن با کمک معیشتی (یارانه بنزین)، مضمولان حالا یارانه نقدی ۷۲ هزار تومانی دریافت خواهند کرد.

با این مصوبه، یارانه نقدی از ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومان به ۷۲ هزار تومان در سال آینده افزایش پیدا می‌کند و این امر به معنای حذف پرداخت جداگانه یارانه معیشتی است که از آبان اسمال و با افزایش قیمت بنزین از سوی دولت دوازدهم به مضمولان پرداخت می‌شد. البته از همان ابتدای پیدایش یارانه معیشتی، اغلب اقتصاددانان با آن مخالفت کرده و آن را پولپاشی بر آتش بنزین تعبیر کرده بودند. با توجه به کاهش صادرات نفت ایران و دست بسته دولت و همین‌طور کسری بودجه سال آینده، منطق نیز حکم می‌کرد که یارانه معیشتی از گرده دولت برداشته شود. حالا کمیسیون تلفیق بودجه، این کار را انجام داده و یارانه نقدی و یارانه معیشتی با هم تلفیق شدند.

در حال حاضر، دو یارانه نقدی در ماه به افراد مشمول پرداخت می‌شود؛ یکی یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی که از آذرماه سال ۱۳۸۹ در هر ماه به حساب سرپرستان خانوار واریز می‌شود و دوم، یارانه معیشتی که با اصلاح قیمت بنزین از اواخر آبان‌ماه، دولت تصمیم گرفت تا درآمد ناشی از این تغییر قیمت را در قالب کمک‌های معیشتی و به صورت نقدی به خانوارها پرداخت کند. این یارانه مشکلات بسیاری نیز برای دولت به وجود آورده و پرووکراسی پیچیده‌ای برای شناسایی خانوارهای مشمول و در ادامه رسیدگی به اعتراض‌های خانوارهای مشمول شناخته‌شده صورت گرفته بود.

البته کمک معیشتی برخلاف یارانه نقدی به ازای هر نفر مبلغ مشخصی نبود و به تناسب اعضای خانوار پرداختی انجام می‌شود؛ به نحوی که برای خانوارهای تک‌نفره ۵۵ هزار تومان، دو نفره ۱۰۳ هزار تومان، سه نفره ۱۳۸ هزار تومان، چهار نفره ۱۷۲ هزار تومان و پنج نفره و بیشتر ۲۰۵ هزار تومان واریز انجام می‌شود.

اما حالا با مصوبه کمیسیون تلفیق بودجه، از سال آینده دیگر دو یارانه نقدی و معیشتی به طور جداگانه پرداخت نخواهد شد، بلکه در مجموع همه ۷۸ میلیون نفری که در لیست یارانه‌بگیران قرار دارند به اعضای هر نفر ۷۲ هزار تومان دریافتی

پیش‌بینی سازمان ملل از وضعیت اقتصاد ایران:

## اقتصاد ایران توانسته خود را بازیابی کند

پرداخته است. این سازمان به تاثیر تحریم‌های یکجانبه آمریکا علیه اقتصاد ایران اشاره کرده و سهم مهمی از کاهش رشد اقتصادی کشور را به این تحریم‌ها داده است. با این وجود، برآوردهای سازمان ملل حاکی از آن است که اقتصاد ایران توانسته خود را بازیابی کند و هرچند برای بازگشت به جایگاه پیش از تحریم‌ها، به چند سال زمان نیاز خواهد بود اما در سال ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ بهبودی نسبی حاصل می‌شود.
سازمان ملل برآورد کرده که رشد اقتصادی ایران (با احتساب نفت) در سال ۲۰۱۹، به منفی ۷درصد رسیده‌اما در سال ۲۰۲۰، این عدد به منفی ۲۰٫۷درصد کاهش خواهد یافت و در سال ۲۰۲۱ نیز رشد به منفی ۱۰٫۲درصد کاهش خواهد یافت. تحلیل‌های سازمان ملل می‌گوید که رشد اقتصادی ایران در سال

با اعلام وزیر بهداشت

## ورود مسافران چینی به ایران منوط به داشتن کارت سلامت شد

ایجاد کرد و در سال ۲۰۱۲ در عربستان که مخزن آن نیز در شتر شناخته شده بود مرگ و میر ایجاد کرد و تقریبا در منطقه این ویروس به گونه‌های می‌چرخد. به گفته نمکی، اخیرا اعلام شد که نوع جدیدی از ویروس که یک ویروس کرونای جدید است بروز کرده که این ویروس در کشور چین و در ایالت‌های خاصی بروز داد. ما از همان ابتدا همه همکاران خود را بسیج کردیم و در مبادی ورودی به کشور نیروهایی را مستقر کردیم تا موارد مشکوک را به شدت زیر نظر قرار دهند. وزیر بهداشت خاطرنشان کرد: از امروز هم به وزارت امور خارجه اعلام کردیم که بحث اخذ ویزا را برای شهروندان کشور چین را مقید کنند به داشتن کارت تندرستی و عاری

بودن از ویروس کرونا. به هر حال همکاران ما اقداماتی را انجام می‌دهند و آموزش به عنوان رکن اصلی پیشگیری از این ویروس است. وی خاطرنشان کرد: ویروس کرونا به اندازه ویروس H۱N۱ قدرت کشندگی و بیماری‌زایی را تا به امروز نداشته است. هرچند این ویروس سرایت بالایی دارد اما کشندگی و بیماری‌زایی بودن آن کمتر است و تاکنون در کشور با همت همکاران و تلاش مردم مهار کردیم و تاکنون هیچ موردی از بیماری را نداشتیم و از مردم می‌خواهیم با شستن دست و پرهیز از رویوسی و دست دادن تا حد امکان و رعایت مسائل بهداشتی کمک کنند تا دچار گرفتاری جدیدی نشویم.



## نماگر بازار سهام



شاخص بورس ۲۳۵۵ واحد رشد کرد

## از صعود بورس تا نزول فرابورس

شاخص کل در سومین روز هفته ۲ هزار و ۳۵۵ واحد رشد داشت و در نهایت این شاخص به رقم ۴۲۰ هزار و ۶۶۸ واحد رسید. به گزارش ایرنا، در معاملات روز دوشنبه بیش از ۶ میلیارد و ۷۳۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۴ هزار و ۸۶۶ میلیارد ریال داد و ستد شد. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۹۰۱ واحد افزایش به ۱۳۸ هزار و ۲۳۴ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۶۰۱ واحد رشد به ۹۲ هزار و ۲۱۷ واحد رسیدند. شاخص آزاد شناور نیز با ۲ هزار و ۸۴۹ واحد افزایش به رقم ۵۰۴ هزار و ۱۶۲ واحد رسید، شاخص بازار اول یک هزار و ۶۴۸ واحد و شاخص بازار دوم ۵ هزار و ۷۵ واحد افزایش داشتند.

علاوه بر این در بین تمامی نمادها، نماد توسعه معادن و فلزات (ومعادن) با ۳۰۳ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۲۲۲ واحد، پارس سوپ (بسویچ) با ۱۹۹ واحد، انرژی خلیج فارس مبین (مبین) با ۱۱۷ واحد و معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با ۱۱۶ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند. در مقابل، نماد صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۱۹۶ واحد، گروه مینا (مینا) با ۱۸۲ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۱۰۸ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با ۹۴ واحد، خدمات انفورماتیک (رانفور) با ۹۳ واحد و نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۸۷ واحد هم بیشترین تأثیر منفی را بر معاملات بورس داشتند.

نمادهای سایپا، بانک ملت، بانک تجارت، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران، پالایش نفت اصفهان و بانک پارسیان از جمله نمادهای پربیننده بودند. گروه خودرو نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۸۱۸ میلیون و ۸۱۰ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۳ هزار و ۴۳۲ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۷ واحد افت داشت و بر روی کانال ۵ هزار و ۳۲۳ واحد ثابت ماند. همچنین در این بازار ۲ میلیارد و ۶۰۳ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۱۸ هزار و ۳۳۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. در بین تمامی نمادها، نماد صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، توریل (توکاریل)، بانک دی (دی)، نفت پاسارگاد (شپاس) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نماد پتروشیمی مارون (مارون)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، سنگ آهن گهرزمین (گکهر)، توسعه مولد نیروگاهی چهرم (بچهرم)، فرابورس ایران (فرابورس) و شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع) مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند.



شرکت‌های مادر تخصصی در لیست واگذاری به بخش خصوصی

## آسیب‌شناسی خصوصی سازی ایرانی

رئیس سازمان خصوصی سازی معتقد است با این کار مقاومت‌های موجود سراسر راه واگذاری‌ها را از بین خواهیم برد و حتی با این کار می‌توان برخی از شرکت‌های گروه سه واگذاری‌ها را نیز عرضه و واگذار کرد. اگر شرکت‌های بزرگ را به بورس ببریم، ۵۰ درصد سهام این شرکت‌ها را جهت کشف قیمت عرضه خواهیم کرد و ۵۰ درصد دیگر را نیز به سهام آزاد شناور اختصاص خواهیم داد.

صالح با تأکید بر اینکه نباید به بهانه حاکمیتی بودن یک شرکت، مقابل امر واگذاری‌ها و خصوصی سازی قرار گرفت و از واگذاری برخی شرکت‌ها ممانعت کرد، اظهار کرد که ضمن اینکه اگر به موضوع اهلیت در واگذاری‌ها نیز توجه کنیم، این موضوع یکی از موارد تضمین کننده موفقیت در امر خصوصی سازی به شمار خواهد آمد.

## بررسی واگذاری سهام در بورس و فرابورس

او با تأکید بر اینکه در صورت اقبال بازار سرمایه این آمادگی وجود دارد که نسبت به عرضه سهام شرکت‌های دولتی در بورس اقدام کنیم، افزود: در حال حاضر آگهی واگذاری سهام پنج شرکت دولتی توسط سازمان خصوصی سازی منتشر شده است که قصد داریم سهام آنها را تا پایان بهمن ماه در بورس و فرابورس عرضه کنیم.

رئیس کل سازمان خصوصی سازی همچنین درباره واگذاری سهام خصوصی سازی در بورس و فرابورس گفته که این امر نیازمند کارشناسی و بررسی دقیق است، چرا که نباید با این کار موجب شویم تا وضعیت بازار سرمایه منفی شود و واگذاری‌های این سازمان اثر منفی بر معاملات این بازار داشته باشد. در این راستا جلسات متعددی با سازمان بورس و اوراق بهادار داشته‌ایم و در این زمینه باید مدلی طراحی شود تا عرضه‌های سازمان خصوصی سازی به بهبود شرایط وضعیت معاملات بازار سرمایه منجر شود. از سوی دیگر اگر بخواهیم یک شرکت دولتی را بدون زیان‌ها و بدهی‌هایش به بخش خصوصی واگذار کنیم و این زیان‌ها را به شرکت مادر تخصصی و دولت منتقل کنیم کار درستی نیست، بلکه باید سازوکاری تعریف کنیم تا پیش از واگذاری‌ها، اصلاح ساختار و بهبود شرایط شرکت‌ها صورت گیرد و آنها را سودآور کند و پس از آن اقدام به واگذاری آنها کنیم. در این میان یکی دیگر از مشکلات موجود در راستای واگذاری‌ها این است که برخی افراد بات از دست دادن پست‌ها و منافع خود نگرانی دارند و از این جهت در امر واگذاری مقاومت و خصوصی سازی را با مانع مواجه می‌کنند.

## پرونده‌های باز خصوصی سازی همچنان روی میز

در همین حال، در شرایطی به انتهای سال نزدیک می‌شویم که هنوز پرونده واگذاری‌های مهم و پرچالش‌های از جمله هیپکو و همینطور سرخابی‌ها باز است. مسئولان سازمان خصوصی سازی معتقدند که بخش قابل توجهی از واگذاری‌های دولت طی سال‌های گذشته از طریق بازار سرمایه صورت گرفته است که این موضوع نشان می‌دهد سازمان خصوصی سازی و عرضه‌های دولتی، سهم زیادی در توسعه این بازار داشته است.

به گزارش ایسنا، آمارها حاکی از آن است که از سال ۱۳۸۰ تاکنون حدود ۱۶۰ هزار میلیارد تومان از سهام و دارایی‌های دولت واگذار شده که بخش قابل توجهی از این واگذاری‌ها از طریق بازار سرمایه صورت گرفته است. همچنین از مجموع واگذاری‌های انجام شده از سال ۸۰ تاکنون فقط ۴ درصد واگذاری‌ها یا چالش مواجه بوده است و مسئولان سازمان خصوصی سازی بر این باورند که تصور درستی از فعالیت‌های این سازمان در جامعه وجود ندارد و می‌گویند این موضوع از یک سو ظلم به سازمان خصوصی سازی و زحمت‌هایی است که طی این سال‌ها در راستای واگذاری‌های دولت کشیده شده و هم اینکه در مجموع به زیان واگذاری‌ها است.

در این راستا، علیرضا صالح، رئیس سازمان خصوصی سازی اعلام کرد که در چند ماه گذشته واگذاری‌های صورت گرفته توسط سازمان خصوصی سازی در سال‌های گذشته را آسیب‌شناسی کردیم تا بر این اساس بتوانیم با رفع مشکلات و موانع موجود، روند خصوصی سازی را با شتاب بیشتر و در مسیر درست‌تری دنبال کنیم. زمانی که روند خصوصی سازی را در کشور آسیب‌شناسی می‌کنیم متوجه این موضوع می‌شویم که در برخی موارد زنجیره تولید با واگذاری‌های صورت گرفته از میان رفته است. در این راستا راهکارهایی را دنبال می‌کنیم که به جای فروش یکی از شرکت‌ها، شرکت مادر تخصصی آن را در بازار سرمایه پذیرش و واگذار کنیم. به گفته وی، هم عرضه اولیه ۵۰ درصد سهام یک شرکت مادر تخصصی با حجم زیادی از دارایی‌ها، هم کشف قیمت صورت می‌گیرد و هم اینکه مردم را در مدیریت و ترکیب سهامداری این شرکت سهیم می‌کنیم. ضمن اینکه با عرضه سهام این شرکت در بورس، مدیران آن ملزم به ارائه گزارشات دوره‌ای می‌شوند که این کار به شفافیت بیشتر شرکت‌ها نیز کمک خواهد کرد. یکی دیگر از اقداماتی که برای سال آینده در راستای واگذاری‌ها مدنظر داریم این است که به جای واگذاری شرکت‌های زیرمجموعه، شرکت مادر تخصصی را واگذار کنیم.

فرصت امروز: سال ۹۸ رو به پایان است و به نظر می‌رسد سازمان خصوصی سازی قصد دارد برای سال آینده پرونده جدیدی را در حوزه واگذاری‌ها باز کند. در این راستا، اقداماتی از قبیل عرضه اولیه ۵۰ درصد سهام یک شرکت مادر تخصصی، واگذاری شرکت‌های مادر تخصصی به جای شرکت‌های زیرمجموعه و اصلاح ساختار و بهبود شرایط شرکت‌ها پیش از واگذاری‌ها در دستور کار سازمان خصوصی سازی قرار دارد.

از سوی دیگر، با نزدیک شدن به پایان سال، زمزمه‌ها درباره مبلغ و زمان واریز سود سهام عدالت بیشتر شده است. در ماه گذشته بود که رئیس سازمان خصوصی سازی از واریز سود سهام عدالت از اوایل اسفندماه به حساب مشمولین خبر داد و درباره رقم دقیق سودی که به حساب مشمولان پرداخت می‌شود، گفت: رقم دقیق آن در وضعیت کنونی مشخص نیست، در ابتدا باید سود موردنظر شرکت‌ها دریافت و در انتها به حساب دارندگان سهم پرداخت کرد، بنابراین باید تا بهمن ماه صبر کرد تا مشخص شود چه میزان سود به مردم تعلق می‌گیرد.

حالا با توجه به ورود به ماه بهمن و احتمال مشخص شدن میزان سود واریزی به حساب مشمولان سهام عدالت، علیرضا صالح دیروز اعلام کرد: میزان دقیق سود پرداختی سهام عدالت در اواخر بهمن مشخص می‌شود و از اوایل اسفند به حساب افراد واریز خواهد شد. به گفته صالح، میزان سود واریزی را به شکل دقیق نمی‌توان مشخص ساخت و هم‌اکنون در حال دریافت اطلاعات میزان نقدینگی از شرکت‌ها هستیم.

او با تأکید بر تفاوت میزان سود واریزی به حساب مشمولان سهام عدالت گفت: برخی از افراد دارای سهام یک میلیونی و برخی دیگر از سهام ۱۰۰ هزار تومانی برخوردارند، بنابراین میزان سود واریزی وابسته به میزان سود پرداخته شده از سوی شرکت‌ها به این سازمان است. البته به گفته رئیس سازمان خصوصی سازی، افراد تحت پوشش سازمان بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی (ره) دارای پرداختی کامل‌تری نسبت به دیگران هستند.

گفتنی است واریز سود سهام عدالت سال ۹۶ از اول آذرماه سال ۹۷ با واریز سود دو دهک پایین جامعه یعنی کمیته امداد امام خمینی (ره) و سازمان بهزیستی آغاز و سود آن به صورت یکجا به حساب این افراد واریز شد. جمع مبلغ واریزی سود سهام عدالت دو دهک پایین جامعه ۸۶۰ میلیارد تومان بود که برای هر نفر از مشمولین ۱۷۵ هزار تومان در نظر گرفته شده بود.

## شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی (سهامی خاص)



## آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای شماره ۲۰۹-۹۸ نوبت اول

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه عمومی دو مرحله ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار می‌نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشار مناقصات در سایت: روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱۱/۸

آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصات از سایت: ساعت ۱۹ روز پنجشنبه مورخ ۹۸/۱۱/۱۷

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۹ روز دوشنبه مورخ ۹۸/۱۱/۲۸

زمان بازگشایی پاکت های الف و ب: ساعت ۱۳/۳۰ (یک و نیم بعدازظهر) روز چهارشنبه مورخ ۹۸/۱۱/۳۰ خواهد بود.

تاریخ تشکیل جلسه افتتاح پاکت ج (پیشنهاد قیمت) پیشنهاددهندگان در جلسه گشایش پاکت الف و ب به اطلاع شرکت کنندگان در مناقصه خواهد رسید.

ردیف	موضوع مناقصه و شماره فراخوان	مبلغ کل تضمین شرکت در مناقصه (به ریال)	نوع اعتبار
1	خرید انواع کابل فشار متوسط آلومینیومی شماره فراخوان ۲۰۹۸۰۰۹۰۰۳۰۰۰۱۴	۵۹۰/۰۰۰/۰۰۰	عمرانی (سرمایه‌ای)

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های الف:

آدرس: ارومیه، خیابان سربازان گمنام (برق سابق) نرسیده به چهارراه مخابرات، تلفن ۳۱۱۰-۰۴۴ داخلی ۴۳۹۷

اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:

مرکز تماس: ۲۷۳۱۳۱۳۱-۲۱

دفتر ثبت نام: ۰۲۱-۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۰۲۱-۸۵۱۹۳۷۶۸

دفتر ثبت نام ارومیه: ۰۹۱۴۴۴۲۵۴۴-۹۱۴۴۲۲۲۲۱۱۳

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها در سایت سامانه [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) بخش نام /بروقابل تامین کننده / مناقصه گر موجود است.

ضمناً اسناد مناقصه در سایت‌های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر) و سایت شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی و سایت ملی مناقصات به ترتیب به آدرس‌های:

[WWW.TAVANIR.ORG.IR](http://www.tavanir.org.ir) و [WWW.WAEPD.IR](http://WWW.WAEPD.IR) و [les.Mporg.ir](http://les.Mporg.ir) قابل مشاهده است.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی شناسه آگهی: ۷۵۲۶۱۶ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۱۱/۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۱۱/۱۳

## آگهی فراخوان مناقصات عمومی دو مرحله ای با ارزیابی کیفی



نوبت دوم

شرکت توزیع نیروی برق شمال استان کرمان در نظر دارد اعلام و تجهیزات برقی مورد نیاز خود را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به شرح جدول پیوست از تولید کنندگان و یا تامین کنندگان واجد صلاحیت خریداری نماید.

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	مبلغ ضمانت نامه شرکت در فرایند ارجاع کار (ریال)	شماره فراخوان در سامانه ستاد
۹۸-۱۳۳	خرید انواع برقی آلات فلزی	۶۱,۷۳۵,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۰
۹۸-۱۳۴	خرید انواع پایه های برق	۲۱۴,۹۷۵,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۱
۹۸-۱۳۵	خرید انواع چراغ لاک پستی و لامپ بخار سدیم	۳۰,۳۰۴,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۲
۹۸-۱۳۶	خرید انواع سیم آلومینیوم و مس	۱۲۰,۶۱۷,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۳
۹۸-۱۳۷	خرید انواع کابل فشار ضعیف زمینی و خودنگهدار	۸۲,۸۰۷,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۴
۹۸-۱۳۸	خرید انواع برقی آلات الکتریکی	۳۴,۰۷۶,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۵
۹۸-۱۳۹	خرید سکسپور، برقگیر و کت اوت فیوز	۲۲,۲۱۳,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۶
۹۸-۱۴۰	خرید انواع مقره و اسپیسر	۳۲,۹۰۲,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۷
۹۸-۱۴۱	خرید تابلو توزیع ۱۰۰ آمپر	۸,۶۹۰,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۸
۹۸-۱۴۲	خرید انواع ترانسفورماتور	۵۱,۴۰۰,۰۰۰	۲۰۹۸۰۰۵۶۳۰۰۰۰۲۹

۱- پیشنهاد دهنده بایستی الزاماً تولید کننده و یا تامین کننده مجاز باشد.

۲- شرکت کنندگان در مناقصه الزاماً بایستی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) ثبت نام و نسبت به تهیه، تکمیل و ارسال اسناد از طریق سامانه مذکور اقدام نمایند.

۳- تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ستاد: از ساعت ۸:۰۰ روز یکشنبه به تاریخ ۱۳۹۸/۱۱/۰۶ میباشد.

۴- آخرین مهلت واریز وجه و دریافت اسناد مناقصه از سامانه: حداکثر تا ساعت ۱۹ روز یکشنبه به تاریخ ۱۳۹۸/۱۱/۱۳

۵- آخرین مهلت بازگشایی اسناد و پیشنهاد قیمت در سامانه ستاد و ارائه اصل ضمانت نامه شرکت در فرایند ارجاع کار: حداکثر تا ساعت ۸:۰۰ صبح روز شنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۲۶

۶- زمان و محل بازگشایی پاکت مناقصات: ساعت ۱۰:۰۰ صبح روز شنبه به تاریخ ۱۳۹۸/۱۱/۲۶ در محل سالن کنفرانس شرکت توزیع نیروی برق شمال استان کرمان

۷- شرکت توزیع نیروی برق شمال استان کرمان در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار می باشد.

۸- حضور پیشنهاد دهندگان در جلسه با ارائه معرفی نامه و کارت شناسایی بلامانع می باشد.

۹- اطلاعات تماس مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص مناقصات: کرمان- خیابان خواجهی کرمانی- خیابان توانیر- شرکت توزیع نیروی برق شمال استان کرمان- ساختمان شماره ۳- اداره تدارکات و قراردادها- تلفن ۰۴۴۲۲۲۲۰۰۰۳

۱۰- مناقصه به صورت دو مرحله ای می باشد و سایر اطلاعات و جزئیات و شرایط و الزامات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

۱۱- کلیه مراحل برگزاری مناقصات شماره از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد. اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام در سایت سامانه مذکور بخش ثبت نام /بروقابل تامین کننده / مناقصه گر موجود می باشد.

ضمناً این آگهی عیناً در سایت های اینترنتی به شرح زیر در دسترس می باشد.

سایت اینترنتی این شرکت به آدرس: [www.nked.co.ir](http://www.nked.co.ir) می باشدشبکه اطلاع رسانی معاملات توانیر به نشانی [www.tavanir.org.ir](http://www.tavanir.org.ir) می باشدپایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات [HTTP://iets.MPORG.IR](http://HTTP://iets.MPORG.IR) می باشد

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق شمال استان کرمان شناسه آگهی: ۲۰۳۰ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۱۱/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۱۱/۲۱

## اخبار



## صادرات قبل از مصوبه جدید مجلس هم از مالیات معاف بود

وزیر سابق بازرگانی با اشاره به مصوبه اخیر مجلس درباره معافیت‌های صادرات کالا و خدمات گفت صادرات در گذشته هم از هرگونه عوارض و مالیاتی معاف بود و مصوبه اخیر مجلس چندان تاثیرگذار نخواهد بودبه گزارش تسنیم، یحیی آل‌اسحاق وزیر اسبق بازرگانی و کارشناس مسائل اقتصادی در مصاحبه با رادیو اظهار کرد: ما در رابطه با صادرات سه حوزه داریم که اگر به درستی توجه شود سایر حمایت‌ها هم موثر عمل خواهند کرد. وی در توضیح این سه حوزه صادرات گفت: تولیدات کشور باید صادرات‌محور باشند که این موضوع یکی از ۲۴ اصل اقتصاد مقاومتی نیز محسوب می‌شود، واردات کالا و مواد و ماشین‌آلات نیز باید برای تولید و در جهت صادرات انجام شود. علاوه باید رویکرد درون‌زای برون‌نگر نیز داشته باشیم. وزیر اسبق بازرگانی تولید قابل رقابت در بازارهای منطقه‌ای و جهانی را ضروری خواند و تأکید کرد: تولیدکنندگان باید کالایی تولید کنند که از نظر قیمت و کیفیت و خدمات پس از فروش و بسته‌بندی در بازارهای جهانی قابل رقابت باشند. کارشناس مسائل اقتصادی ادامه داد: قوانین و مقررات صادرات در عین سادگی و روان بودن، باید باثبات نیز باشند، اما متأسفانه هر روز یک قانون و مقررات جدید وضع می‌شود و با یک بخشنامه زندگی صادرکننده بیچاره نابود می‌شود. وی همچنین لزوم پشتیبانی‌های حقوقی و ضمانتی را یادآور شد و گفت: صندوق و بیمه ضمانت باید صادرکنندگان را در کاهش ریسک صادراتی کمک و از آنها حمایت کنند و وزارت خارجه نیز صادرکنندگان را با ارائه اطلاعات اقتصادی و سیاسی یاری دهد. وزیر اسبق بازرگانی گفت: دانشگاه‌ها نیز باید ارائه آموزش‌های لازم و تربیت صادرکنندگان حرفه‌ای و الزامات صادرات را در دستور کار قرار دهند. وی توجه به سه مولفه علم، باور و عمل در هر حوزه‌ای به ویژه تقویت صادرات را از شروط موفقیت در این حوزه خواند و تصریح کرد: متأسفانه هنوز خیلی‌ها این موضوع را باور ندارند. آل اسحاق در پایان با اشاره به مصوبه اخیر مجلس درباره معافیت‌های صادرات کالا و خدمات اظهار داشت: صادرات در گذشته هم از هرگونه عوارض و مالیاتی معاف بود و مصوبه اخیر مجلس چندان تاثیرگذار نخواهد بود.

## تعطیلی ۱۸۰۰ واحد نساجی به دلیل قاچاق و واردات طی ۴ سال

دبیرکل انجمن نساجی ایران گفت ۹ هزار و ۸۰۰ واحد در صنعت نساجی کشور فعال بودند که به دلیل قاچاق و واردات بی‌رویه پوشاک از سال‌های ۹۲ تا ۹۶ هزار و ۸۰۰ واحد در این صنعت تعطیل شد. به گزارش خبرگزاری تسنیم، افسانه محرابی مدیرکل صنایع نساجی وزارت صمت در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری شبکه دو سیما با بیان اینکه حدود ۸۰ درصد پوشاک مصرفی کشور در داخل تولید می‌شود، افزود: برای ریسندگی الیاف پنبه اسمال ۱۲ واحد ساخته می‌شود که تاکنون هشت واحد به بهره‌برداری رسیده است و چهار واحد نیز تا پایان سال به چرخه تولید وارد می‌شود. وی گفت: در دو سال اخیر روند رو به رشد در صنعت نساجی به دلیل افزایش قیمت ارز و ممنوعیت واردات و حمایت از بخش تولید داشته‌ایم. محرابی افزود: اسمال ۶۰ هزار تن پنبه در داخل تولید می‌شود در حالی که به ۸۰ هزار تن پنبه نیاز داریم و نمی‌توانیم در واردات پنبه ممنوعیت داشته باشیم. وی گفت: در نرخ‌های پلی‌استر به واردات نیاز نداریم و در حال تکمیل دستورالعمل واردات پوشاک برای محدود کردن بیش از پیش قاچاق هستیم. دبیرکل صنایع نساجی وزارت صمت با بیان اینکه بر تأمین مواد اولیه و قیمت‌ها در چرخه تولید پوشاک نظارت داریم، افزود: شناسه‌دار کردن تولیدات پوشاک برای مقابله با قاچاق در حال انجام است و از تولیدکنندگان می‌خواهیم به این طرح بپیوندند. محرابی گفت: کارگروه نخ برای نظارت و مدیریت واردات ایجاد شده است و تعرفه‌های واردات نخ، تعرفه‌های خوبی است. حسین نیلفروش‌زاده، دبیرکل انجمن نساجی ایران نیز در این برنامه گفت: ۹ هزار و ۸۰۰ واحد در صنعت نساجی کشور فعال بودند که به دلیل قاچاق و واردات بی‌رویه پوشاک از سال‌های ۹۲ تا ۹۶ هزار و ۸۰۰ واحد در این صنعت تعطیل شد. وی افزود: در سال ۹۱ نیز اتفاقات ارزی افتاد اما پیامدهای آن شش ماه بیشتر طول نکشید. نیلفروش‌زاده گفت: قیمت تمام‌شده و کیفیت پنبه باید با صنایع مربوط به آن هماهنگ باشد. وی افزود: ۱۵۰ هزار تن پنبه نیاز صنایع نساجی است که اکنون ۶۰ تا ۶۵ هزار تن پنبه در داخل تولید می‌شود. دبیرکل انجمن نساجی ایران گفت: اگر محدودیت در واردات ایجاد شود برخی صنایع نساجی تعطیل می‌شوند. مجتبی صمیمی، کارشناس اقتصادی حوزه صنعت و تولید نیز در این برنامه با بیان اینکه واردات در زمان تولید، صنعت داخلی را نابود می‌کند، گفت: به واردات پنبه نیاز داریم اما روش و مدیریت واردات، مهم است. وی افزود: اردیبهشت اسمال از زبکستان پنبه با نرخ ۳۴ هزار تومان وارد شد و برخی صنایع نساجی با این قیمت پنبه را تهیه کردند اما با ادامه یافتن واردات پنبه از هند قیمت این محصول به ۲۸ هزار تومان کاهش یافت.

دبیر انجمن واردکنندگان تایلر گفت با اعمال تعرفه بالا برای واردات تایلر و همچنین عدم تأمین نیاز کشور توسط تولیدکنندگان، شاهد کمبود و افزایش قیمت بعضی از سایزهای تایلر سواری هستیم. سیدمحمد میرعابدینی دبیر انجمن واردکنندگان تایلر در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به مشکلات واردکنندگان تایلر سواری گفت: ارز تخصیص یافته به واردکنندگان تایلر سواری از نوع ارز نیمایی حاصل از صادرات است که این موضوع مشکلاتی برای واردکنندگان ایجاد می‌کند.

## افزایش قاچاق تایلر به علت شرایط سخت واردات

عابدینی در ادامه با بیان اینکه اعمال تعرفه ۴۰ درصدی بر واردات تایلر سواری باعث از بین رفتن صرفه اقتصادی برای واردکنندگان شده است، اظهار داشت: به طور کلی تاجر تا زمانی که تجارت برای او سودآور نباشد، اقدامی برای واردات نخواهد کرد.

دبیر انجمن واردکنندگان تایلر با تأکید بر اینکه در شرایط فعلی واردکنندگان امکان رقابت ندارند، عنوان کرد: با تصمیمات گرفته‌شده، قاچاق تایلر افزایش پیدا می‌کند، چراکه کمبود در برخی از سایزهای تایلر از ظرفیت تولیدکنندگان خارج است و آنها امکان پوشش بازار را ندارند.

## عدم تولید بعضی از سایزهای تایلر سواری در کشور

وی تصمیمات وزارت صمت را برخلاف حمایت از تولید داخلی دانست و گفت: رویه فعلی موجب افزایش تمایل به قاچاق خواهد شد، چراکه در حال حاضر رینگ‌های سواری مورد نیاز در کشور از سایز ۱۳ الی ۲۱ است، اما تولیدکنندگان بر رینگ‌های ۱۴، ۱۳ و ۱۵ متمرکز شدند و حتی در مورد همین سایزها نیز دچار کمبود هستیم.

میرعابدینی با بیان اینکه رینگ‌های سایز ۱۸ به بالا در کشور تولید نمی‌شوند، اظهار داشت: نه‌تنها کمبود در این سایزها مشهود است، بلکه حتی در تأمین ساده‌ترین سایز تایلر، یعنی سایز ۶۵-۱۳ که مختص پراید سواری است نیز مشکلاتی وجود دارد و افزایش قیمت این سایز نشان‌دهنده عدم تناسب عرضه و تقاضا است.

تعرفه ۴۰ درصدی واردات تایلر سواری اصلاح شود

## کمبود تایلر کامیونتی و نیشان‌باری به علت عدم تخصیص ارز دولتی

برای تولیدکنندگان داخلی کافی باشد. در حال حاضر این اختلاف قیمت نزدیک به ۷۰ الی ۸۰ درصد می‌شود و به معنای دیگر در حق مصرف‌کنندگان نهایی اجحاف شده و اکثر افراد توانایی خرید تایلر جدید را ندارند.

این مقام صنفی با اشاره به دیگر تبعات تعرفه ۴۰ درصدی واردات تایلر، گفت: با وجود این تعرفه بالا، عایدی دولت از طریق گمرک بسیار کاهش می‌یابد، چراکه به علت کاهش واردات و عدم انگیزه تجار برای واردات قانونی، قاچاق افزایش خواهد یافت و در این شرایط دیگر خبری از پرداخت مالیات و حقوق گمرکی نخواهد بود.

## سود ۵۰ درصدی قاچاقچیان در مقایسه با واردکنندگان

عابدینی با بیان اینکه مبارزه با قاچاق به صورت فعلی امکان‌پذیر نیست، اظهار داشت: تنها با اصلاح فرآیندهای پیش‌بینی‌شده می‌توان از این امر جلوگیری کرد، اما در شرایط فعلی سود کالای قاچاق ۵۰ درصد بالاتر از واردات رسمی است.

وی با اشاره به نحوه ورود تایلر قاچاق به کشور گفت: در حال حاضر ورود کالای قاچاق از طریق مبادی رسمی و به اصطلاح ته‌لنجی صورت می‌پذیرد که این امر نشان از عدم برخورد مناسب با پدیده مخرب قاچاق است.

دبیر انجمن واردکنندگان تایلر با اشاره به تخصیص ارز دولتی به تایلر سنگین، اظهار داشت: در بخش تایلر سنگین حدود شش ماه است که ارزی به واردکنندگان اختصاص پیدا نکرده است، بعضی می‌گویند که علت عدم تخصیص ارز به دلیل وجود تایلر مزاد نیاز در کشور است که این موضوع نیز صحیح نیست، چراکه در بعضی از سایزها به خصوص سایز ۱۶ کامیونتی و نیشان باری دچار کمبود و افزایش قیمت هستیم. عدم علاقه حضور برندهای معتبر تایلر در بازار ایران

وی در پاسخ به چرایی عدم ثبت اسناد فروش تایلرهای سایز سواری در سامانه جامع تجارت گفت: برای ثبت این اسناد اراده‌ای وجود ندارد چراکه این تایلرها با ارز نیمایی وارد می‌شوند، به عبارت دیگر کالاهایی که ارز دولتی به آن اختصاص پیدا می‌کند در سامانه ثبت می‌شوند.



## مصرف ۲.۵ میلیون تنی زغال سنگ کک در کشور

تولید و استخراج این کالا خواهیم بود چراکه سرمایه‌گذاری‌های زیادی در این خصوص انجام شده است. او با اشاره به زیانده بودن بخشی از معادن زغال سنگ کشور، گفت: این موضوع درست است اما شامل معادن جدید و نو نمی‌شود.

صدی درباره قیمت کنسانتزه زغال سنگ، گفت: قیمت این کالا در هر تن حدود ۹۰۰ هزار تومان است و در شرایط مطلوب به بیش از یک میلیون تن نیز خواهد رسید. او با تأکید بر اینکه هم‌اکنون نزدیک به ۶۰ درصد تولید زغال سنگ ایران توسط بخش خصوصی واقعی انجام می‌شود، ادامه داد: در مجموع شرایط امیدوارکننده‌ای برای سرمایه‌گذاری در این حوزه وجود دارد.

دبیر انجمن زغال‌سنگ ایران اعتقاد دارد که باید نیاز کشور به زغال سنگ را در داخل تولید کرد و اصلاً درست نیست که یک تا دو سال آینده بخواهیم نیمی از زغال سنگ مورد نیاز کشور را از خارج وارد کنیم.

به گفته صدی، در سال گذشته ۴۰۰ هزار تن زغال سنگ حرارتی صادر

شد و هم‌اکنون این میزان افزایش یافته است. او درباره عوارض صادراتی زغال سنگ، ادامه داد: خوشبختانه دولت برای بهبود شرایط معادن، عوارض صادراتی برای زغال سنگ در نظر نگرفته است و اینطور که مشخص است برنامه‌ای هم در این‌باره ندارد. دبیر انجمن زغال‌سنگ ایران گفت: تحریم‌ها فرصتی برای استفاده از پتانسیل‌ها و ذخایر داخلی کشورمان بود. این موضوع را باید یادآوری کرد که اکنون بهترین فرصت برای سرمایه‌گذاری در این صنعت است. خوشبختانه به تازگی نیز دولت درباره واردات تجهیزات زغال سنگ به ویژه تجهیزات ایمنی قول همکاری داده است. دبیر انجمن زغال‌سنگ ایران در پایان بیان کرد: اگر شرایط ایمنی در معادن زغال سنگ رعایت شود، انجام کار دقیق باشد و به سمت تولید فنی‌تر و با دانش جدید پیش برویم، زغال سنگ حوزه‌ای کاملاً اقتصادی در ایران است و این انجمن برای مشورت‌دهی و کمک به تولید هرچه بیشتر این محصول آمادگی کامل دارد.



شرکت آب و فاضلاب  
روستایی استان بوشهر

آگهی فراخوان عمومی شرکت در مناقسه  
(تجدید مناقسه)

نوبت دوم

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان بوشهر در نظر دارد تجدید مناقسه عمومی یک مرحله‌ای طبق تاریخ‌های اعلام شده در جدول زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید.

ردیف	شماره مناقسه	موضوع	بر آورد تقریبی (ریال)	تضمین (ریال)	نوع ضمانتنامه	دستگاه نظارت	حداقل شرایط مجاز برای دریافت اسناد	شماره ثبت فراخوان در سامانه
۱	۹۸-۰۱	انجام خدمات امور مشترکین روستاهای تحت پوشش شرکت آبشار استان بوشهر	۲۱/۱۳۱/۵۰۷/۲۸۵	۱/۰۵۶/۵۷۵/۳۶۴	بانکی	اداره در آمد و خدمات مشترکین	صلاحت پیمانکاری رتبه ۵ آب یا گواهینامه تعیین صلاحیت شرکتی خدماتی	۲۰۹۸۰۰۱۲۴۵۰۰۰۰۴۷

کلیه مراحل برگزاری مناقسه از دریافت اسناد مناقسه تا ارائه پیشنهاد مناقسه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد و لازم است مناقسه گران در صورت عدم عضویت قبلی، کلیه مراحل ثبت نام در سایت مذکور را جهت دریافت گواهی امضای الکترونیکی اقدام کرده و در مناقسه اعلام شده شرکت کنند.

– ارائه گواهی صلاحیت ایمنی از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی الزامی می‌باشد.

– محل دریافت اسناد مناقسه: مناقسه گران جهت دریافت اسناد مناقسه به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) مراجعه نمایند.

– مهلت زمانی دریافت اسناد مناقسه از سامانه ستاد:

مهلت دریافت اسناد از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی ستاد	از ساعت ۱۲ مورخ ۹۸/۱۱/۰۷ تا ساعت ۱۲ مورخ ۹۸/۱۱/۱۱
آخرین مهلت بازگشایی اسناد مناقسه به صورت الکترونیکی در سامانه ستاد	تا ساعت ۱۲ مورخ ۹۸/۱۱/۲۳
آخرین مهلت تحویل نسخه فیزیکی پاکت الف به دفتر حراست	تا ساعت ۱۲ مورخ ۹۸/۱۱/۲۳
تاریخ گشایش پاکات مناقسه	ساعت ۹ صبح مورخ ۹۸/۱۱/۲۶
مدت اعتبار پیشنهاد	۳ ماه پس از بازگشایی قیمت

– ضمناً مناقسه گران جهت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقسه به اداره در آمد و خدمات مشترکین و همچنین جهت ارائه پاکت الف (تضمین شرکت در مناقسه) در موعد مقرر به اداره حراست شرکت آب و فاضلاب روستایی استان بوشهر به آدرس بوشهر خیابان صفوی خیابان تنگستان مراجعه نمایند.

– برای کسب اطلاعات بیشتر به تارنمای [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) و <http://iets.mporg.ir> مراجعه نمایید. در ضمن هزینه کارمزد سامانه ستاد و درج آگهی بر عهده برنده مناقسه خواهد بود.

– اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه ۴۱۹۳۴-۰۲۱ می‌باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۸/۱۱/۱۷  
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۱۱/۱۸  
شناسه آگهی ۲۴۸۸۱۴

محمد کریم شفیعی شهردار اراک

## توانایی کاهش ۱۰ میلیونی قیمت خودرو را داریم

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو گفت ما قادر هستیم به طور میانگین برای هر خودرو تا ۱۰ میلیون تومان کاهش قیمت از مبدأ کارخانه به قیمت روز و بدون خروج از حاشیه بازار داشته باشیم که در این برهه سخت تحریم‌ها امیدواریم انجام شود و نتایج حاصل از آن عاید مردم شود.

به گزارش خبرخودرو، نشست خبری انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو با حضور روسا و اعضای هیات‌مدیره انجمن برگزار شد.

به گزارش خبرنگار خبرخودرو، مازیار بیگلو دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در این نشست ضمن اشاره به پیشنهاد انجمن مبنی بر آزادی واردات خودرو در خصوص بازنشر نادرست صحبت‌های وی در کانال‌های وهایی و صهیونیستی ایران اینترنشنال به جنگ روانی ناشی از تحریم‌ها اشاره کرد و اظهار داشت: آنچه که درخواست شده است کاملاً مطابق خواسته مردم بوده هرچند شاید منجر به ورود ضرر به خودروسازان و قطعه‌سازان شود.

وی با بیان اینکه بررسی‌های کارشناسی درخصوص پیشنهاد کاهش قیمت مواد اولیه در انجمن آغاز شده است، گفت: این موضوع ظرف هفته آینده به نتیجه نهایی می‌رسد و با طرح موضوع نزد وزیر صمت و مدیران دو شرکت بزرگ خودروساز موافقت آنها مبنی بر ارائه مواد اولیه به قیمت تمام‌شده به خودروسازان و قطعه‌سازان دارای اهلیت اعلام شد.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو با تاکید بر لزوم فروش مواد اولیه به قیمت ریال به سازندگان داخلی گفت: اقتصاد ما نباید وابسته به دلار باشد و این امر به تولید داخلی صدمه بزرگی می‌زند بنابراین ما مصر هستیم که قیمت مواد اولیه داخلی براساس واحد پولی ما ریال باشد.

بیگلو با اشاره به برآوردهای اولیه مبنی بر کاهش قیمت خودرو ادامه داد: ما قادر هستیم به طور میانگین برای هر خودرو تا ۱۰ میلیون تومان کاهش قیمت از مبدأ کارخانه به قیمت روز و بدون خروج از حاشیه بازار داشته باشیم که در این برهه سخت تحریم‌ها امیدواریم انجام شود و نتایج حاصل از آن عاید مردم شود.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو با اشاره به لزوم ایجاد بازار رقابتی و افزایش صادرات گفت: با قیمت‌های جهانی مواد اولیه و نرخ‌های ۲۵ درصدی سود بانکی و با وجود فشارهای مالیاتی و بیمه‌ای تولیدات ما رقابتی نخواهد شد. بیگلو با اشاره به جلب رضایت مشتری و لزوم کاهش قیمت خودرو گفت: قیمت بالای خودرو، اسقاط خودروهای فرسوده را با تاخیر مواجه کرده است به طوری که براساس برنامه ۱۴۰۴ در سال جاری می‌بایست ۳۰۰ هزار دستگاه اسقاط می‌شد و این در حالی است که ما به ۳ هزار دستگاه نیز نرسیده‌ایم.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در پایان درخصوص رقابت‌پذیر کردن قطعه‌سازان با هدف صادرات خاطر نشان کرد: اگر مواد اولیه رقابتی شود، تولیدات قطعه‌سازان نیز رقابتی خواهد شد.

## بهبود کیفیت در سایه هدف‌گذاری و حمایت از خودروسازان محقق می‌شود

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت ایران ضمن بیان اینکه کیفیت یک امر مقطعی و تصادفی نیست بر هدف‌گذاری خودروسازان بر افزایش کیفیت و حمایت مسئولان از این صنعت تاکید کرد.

جواد مرزبان در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص تاثیر تحریم‌ها و فقدان نقدینگی بر کیفیت خودروهای تولیدی همزمان با افزایش تیراژ تولید خودرو در کشور اظهار داشت: حفظ و افزایش کیفیت قطعات تولیدی نیازمند نظارت قطعه‌سازان و خودروسازان است و اگر این نظارت‌ها مستمر و کافی باشد بدون شک می‌توان کیفیت محصول نهایی را در حد مطلوب حفظ کرد.

وی همچنین مقوله کیفیت را یک موضوع کوتاه‌مدت دانست و افزود: ارتقای کیفیت‌ها می‌بایست به صورت مستمر و دائمی انجام شود یعنی به عبارت دیگر اگر بخواهیم کیفیت محصولات همواره حفظ و بهبود یابد نباید سرمایه‌گذاری‌های مالی و معنوی را فقط در یک مقطع زمانی خاص به سمت تولیدات باکیفیت هدایت کنیم.

این کارشناس صنعت خودرو درخصوص راهکارهای افزایش کیفیت بیان کرد: سیستم‌های کیفی کارخانجات، آموزش صحیح کارمندان و کارگران و ارائه مستندات علمی و درست تبعاً به رشد کیفیت محصول منجر خواهد شد.

مرزبان در ادامه گفت: کیفیت یک امر مرحله‌ای و تصادفی نیست بلکه می‌بایست کارخانه‌ها در این راستا حرکت کنند. البته اقدامات مثبتی در این زمینه در گذشته انجام شده اما باید ادامه یابد تا شاهد افت کیفیت نباشیم.

وی با اشاره به اعمال سیاست‌های بهبود کیفی از سوی سازمان‌های نظارتی تصریح کرد: سازمان‌هایی نظیر سازمان ملی استاندارد، شوروی رقابت و پلیس راهنمایی و رانندگی با همکاری افراد متخصص که ذی‌نفع نباشند نقش موثری در این حوزه دارند.

این عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت ایران در پایان درخصوص تعویق استانداردسازی محصولات خاطرنشان کرد: اجرای تصمیمات مبتنی بر ارتقای استانداردها می‌بایست به صورت مرحله‌ای، زمان‌بندی شده و با نظارت همراه باشد و دلایل خودروسازان در درخواست مهلت‌ها و تمدید مهلت‌ها از سوی سازمان استاندارد مدنظر قرار گیرد. آنچه که مهم است این است که اگر خودروسازان هدف خود را افزایش کیفیت قرار دهند و در این خصوص تحت حمایت باشند قطعاً شاهد پیشرفت و بهبود کیفیت‌ها خواهیم بود.



وجود مشکلات نقدینگی، زبان‌انباشته ۳۵ هزار میلیارد تومانی و همچنین خروج شرکای خارجی از صنعت خودرو خالی‌تر از گذشته شده است، این در شرایطی است که با تداوم وضعیت فعلی، چشم‌انداز روشنی برای توسعه محصول در خودروسازی‌های کشور دیده نمی‌شود. به گزارش پدال نیوز، بعد از امضای توافق نامه برجام و بازگشت شرکای بین‌المللی به خطوط تولید خودروسازان داخلی، این امید به وجود آمد که سبب محصولاتی تولیدکنندگان خودرو رنگ و بوی جدیدی به خود بگیرد. خودروسازان به دنبال این بودند که از رهگذر این توافق و بازگشت شرکای بین‌المللی خود، محصولات جدید با تکنولوژی روز در کنار محصولات قدیمی خود به بازار عرضه کنند. ایران خودرو و سایپا تا حدودی در این زمینه موفق عمل کردند و توانستند با کمک شرکای فرانسوی و چینی خودروهایی به سبب محصولاتی خود اضافه کنند. بخشی از این محصولات به صورت تولید مشترک به خطوط خودروسازان اضافه شد و قرار بود بخشی نیز به صورت تولید انبوه با داخلی‌سازی بالا در سبب محصولاتی خودروسازان حضور پیدا کنند. از میان محصولاتی که قرار بود به تولید انبوه برسند می‌توان به پژو ۲۰۰۸ و سیتروئن C۳ اشاره کرد. این دو خودرو عمری کوتاه در سبب محصولاتی ایران خودرو و سایپا داشتند. این در حالی است که طبق برنامه‌ریزی صورت‌گرفته قرار بود با تولید انبوه جایگاه ویژه‌ای در سبب محصولاتی این شرکت‌ها داشته باشند. عمر کوتاه محصولات جدید که با توافق برجام آغاز شده بود با خروج ایالات متحده آمریکا از برجام و ترک بازار ایران توسط شرکای بین‌المللی به پایان رسید.

بازگشت تحریم‌ها باعث شد که خودروسازان تمرکز خود را روی محصولاتی قرار دهند که پیش‌تر تولید می‌شد. حال در چنین وضعیتی این سوال مطرح است که با وجود مشکلات نقدینگی، زبان‌انباشته ۳۵ هزار میلیارد تومانی و همچنین خروج شرکای خارجی از خودروسازی کشور به واسطه تحریم، می‌توان توقع توسعه محصول از سوی خودروسازان را داشت؟ آنچه مشخص است تحقیق و توسعه به عنوان موتور تغییرات تکنولوژی و به دنبال آن توسعه محصول در شرکتهای بین‌المللی خودرو عمل می‌کند. این در شرایطی است که در صنعت خودرو ایران هزینه تحقیق و توسعه رقم ناچیزی را به خود اختصاص داده است. بر این اساس در شرایطی که صنعت خودروی جهانی سالانه حدود ۱۰۰ میلیارد در بخش تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری می‌کند در ایران رقمی حدود یک تا سه درصد گردش مالی خودروسازان صرف تحقیق و توسعه می‌شود و بیشتر بودجه‌های اختصاص‌یافته در قالب پروژه‌های توسعه محصول جدید به شرکتهای بزرگ مشاور طراحی خودرو و مجموعه‌های آن اختصاص می‌یابد.

در این زمینه چندی پیش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارشی اعلام کرده بود که دلیل عدم رشد شرکتهای طراحی و مهندسی داخلی به این واقعیت در صنعت خودروی کشور برمی‌گردد که نوعاً کار اصلی تحقیق و توسعه، توسط شرکتهای مهندسی خارجی انجام می‌شود و بودجه‌های اختصاص‌یافته به امر تحقیق و توسعه، توسط شرکتهای خودروساز، صرف هزینه‌های پرسنلی و خدمات نمونه‌سازی، اندازه‌گیری و تست محصول جدید و بخش‌های نظارتی داخلی (داخل شرکت) و نیز هزینه‌های انجام کار طراحی و توسعه محصول در خارج از کشور می‌شود.

### تجربه جهانی

اما همان‌طور که گفته شد توسعه محصول در شرکتهای جهانی خودروساز به هزینه‌کرد در بخش تحقیق و توسعه برمی‌گردد. به عنوان نمونه در قرن ۲۱ هیچ

## تخصیص سوخت براساس پیمایش به سواری‌های کرایه از ابتدای اسفندماه

مشکل از سه بخش از جمله وزارت نفت، وزارت کشور و سازمان راهداری بوده سامانه دریافت سوخت براساس پیمایش را راه‌اندازی کرده‌ایم. باقرجوان افزود: تاکنون ۶ هزار نفر از ۳۳ هزار نفر ثبت‌نام را در این سامانه انجام داده‌اند و از ماه آینده می‌توانند سوخت براساس پیمایش را دریافت کنند. او یادآور شد: براساس این طرح تمامی خودروهایی که فعالیت بیشتری داشته باشند می‌توانند سوخت بیشتری دریافت کنند و خودروهایی که فعالیت کمتری در این حوزه دارند بر طبق پیمایشی که انجام داده‌اند سوخت دریافت خواهند کرد.

مدیرکل دفتر حمل و نقل مسافر کشور افزود: در این بخش ناوگانی که به صورت کامل و در طول ماه فعال هستند سوخت بیشتری و یا مبالغ متفاوت هزینه‌های سوخت را دریافت خواهند کرد و افرادی که ترددی نداشته باشند از

مدیرکل دفتر حمل و نقل مسافر کشور گفت سوخت براساس پیمایش به تمامی سواری‌های کرایه‌ای از ابتدای اسفند تخصیص می‌یابد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از باشگاه خبرنگاران، داریوش باقرجوان مدیرکل دفتر حمل و نقل مسافر کشور برای دریافت سوخت سواری‌های کرایه‌ای که دارای پلاک‌های عمومی هستند اقدامات لازم را انجام داده‌ایم، گفت: سعی کرده‌ایم شماره شبای تمامی خودروها را در این بخش دریافت کنیم و در این زمینه کاستی‌هایی برای برخی از خودروهای لیزینگی و وکالت‌نامه‌ای وجود داشته است که سعی کرده‌ایم زمان مشخصی را برای دریافت شماره شبای این خودروها در دستور کار قرار دهیم.

مدیرکل دفتر حمل و نقل مسافر کشور افزود: براساس مصوبه کمیته‌ای که

تیراژ خودروهای سواری به آمار سال گذشته نزدیک شد

## عبور خودروسازی از یخبندان تولید

راه انداخت و همچنان ادامه دارد. این در حالی است که درباره سطح کیفی قطعات داخلی‌سازی شده و کلا قطعات تامینی (چه از داخل و چه از خارج) تردیدهایی وجود داشته و مشخص نیست آیا کیفیت و استاندارد آنطور که باید، رعایت شده یا نه. هرچه هست، طبق آمارهای منتشره در صورت‌های مالی خودروسازان، آنها توانسته‌اند در ۱۰ ماه امسال ۷۰۰ هزار و ۲۷۸ دستگاه انواع محصول سواری را به تولید برسانند. این آمار سبب شده تیراژ خودروهای سواری در مقایسه با ۱۰ ماه مشابه سال گذشته تنها ۵۸۰ دستگاه کمتر باشد. در این بین، ایران خودرو با توجه به آنکه بیشترین تیراژ را در ۱۰ ماه سال جاری به خود اختصاص داده، توانسته پس از چند ماه، لقب برترین‌ترین خودروساز کشور را از سایپا پس بگیرد. بر این اساس، ایران خودرویی‌ها با توجه به تیراژ ۳۰۹ هزار و ۸۳۲ دستگاهی‌شان در ۱۰ ماه امسال، با ۲۷/۷ درصد کاهش تولید نسبت به مدت مشابه سال گذشته مواجه شده‌اند. از آن سو اما سایپایی‌ها تا پایان دی امسال ۳۰۵ هزار و ۸۱۵ دستگاه انواع محصول سواری را به تولید رسانده‌اند که نشان از افزایش تیراژ ۱۷ درصدی تولید

نسبت به ۱۰ ماه سال گذشته دارد. پارس خودرو اما به‌عنوان زیرمجموعه سایپا و سومین خودروساز بزرگ کشور، تنها ۸۴ هزار و ۶۳۱ دستگاه محصول سواری را در ۱۰ ماه امسال تولید کرده که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، ۲۸ درصد افت را به دنبال داشته است. صورت‌های مالی خودروسازان اما حکایت از تداوم بهبود رشد ماهانه تولید آنها دارد. بر این اساس، ایران خودرویی‌ها توانسته‌اند در دی امسال ۵۱ هزار و ۶۵۲ دستگاه انواع محصول سواری را به تولید برسانند و در مقایسه با آذر حدود ۱۸ درصد افزایش تیراژ داشته باشند. سایپا نیز تیراژی ۳۷ هزار و ۴۰۲ دستگاهی در اولین ماه زمستان امسال داشته که در مقایسه با ماه قبل از آن، حدود ۲ درصد افزایش را به خود می‌بیند. از آن سو پارس خودرویی‌ها نیز ۱۱ هزار و ۸۹۱ دستگاه محصول سواری را در دی به تولید رسانده‌اند تا در مقایسه با آذر، حدود ۸ درصد افزایش تیراژ را تجربه کنند. در مجموع، تیراژ دی‌ماه خودروسازان ۱۰۰ هزار و ۹۴۶ دستگاه بوده که در مقایسه با ماه قبل از آن، ۵/۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد.



## برترین‌های «نانو و رسانه» معرفی می‌شود

برترین آثار رسانه‌ای تولیدشده در حوزه فناوری نانو معرفی می‌شود. آن هم در جشنواره «نانو و رسانه». ستاد ویژه توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری این رویداد را برگزار می‌کند؛ رویدادی که آموزش و ترویج این حوزه را دنبال می‌کند.

این جشنواره هر سال برگزار می‌شود. برای حضور در این دوره نیز علاقه‌مندان از ۵ بهمن‌ماه ۹۸ تا ۱۵ خردادماه ۹۹ مهلت برای ارسال آثار خود دارند و در آن آثار برتر در هر گروه از رسانه‌ها تقدیر می‌شود.

همچنین آثار برتر در سه محور ویژه نیز به صورت مستقل مورد تقدیر قرار می‌گیرند. «فناوری نانو در زندگی مردم»، «صادرات محصولات نانو» و «تقد و تحلیل» این محورهای ویژه هستند.



## دریچه



## چطور ارتباطات سازنده و موفق در محیط کار داشته باشیم؟

برای موفقیت در شغل خود باید رفتار مؤدبانه‌ای داشته باشید، چراکه رفتار غیر حرفه‌ای در محل کار تهدیدی برای شما خواهد بود. پس بسیار مهم است با آداب معاشرت در محل کار آشنا شوید تا بتوانید در شغل خود به موفقیت برسید.

شاید طی زمان، هنجارهای مربوط به رفتارهای فردی و حرفه‌ای دچار تغییر شود، اما آداب معاشرت در محیط کار همچنان ثابت باقی می‌ماند. در خیلی از کسب و کارها نیاز است ارتباط مستقیمی با مردم داشته باشیم و نحوه برخورد و معاشرت ما، تعیین‌کننده میزان رشد و موفقیت‌مان به نسبت رقیبان خواهد بود. در ادامه مقاله با آداب معاشرت در محل کار آشنا شوید.

### در معرفی افراد به یکدیگر کوتاهی نکنید

وقتی به عنوان واسطه در بین چند نفر قرار می‌گیرید، از معرفی آنها به یکدیگر غافل نشوید. حتی اگر آنها همدیگر را می‌شناسند، باز هم افراد را به هم معرفی کنید. این کار سبب می‌شود اطرافیان تان فکر کنند بدون توجه به جایگاهی که دارند، برای‌شان ارزش قائل هستید. از دست‌دادن غافل نشوید

دست‌دادن، حرکتی است که اعتماد به نفس، ادب و خلوص نیت شما را نشان می‌دهد و به روابط‌تان استحکام می‌بخشد. در محیط‌های کاری غیررسمی، کافی است سلامی خشک و خالی کنید و برای برقراری ارتباط با آنها سری تکان دهید، اما دست دادن تأثیر بسیار بیشتری دارد.

### از کلمات «لطفاً» و «متشکرم» استفاده کنید

استفاده از این واژه‌ها تأثیر فوق‌العاده‌ای در روابط‌تان خواهد داشت. حتی در محیط‌های کاری غیررسمی هم از این واژه‌ها استفاده کنید. ارسال ایمیل تشکر و قدردانی، کار رایجی است اما نباید از تأثیر یک پیام تشکر کاغذی غافل شوید.

### در بین کلام دیگران حرف نزنید

باید یاد بگیرید در محیط کار حرف دیگران را قطع نکنید. معمولاً بیشتر افراد تمایل ندارند صحبت دیگران را کامل بشنوند و می‌خواهند نظر خود را سریع‌تر بیان کنند، اما این از آداب معاشرت در محیط کار به دور است. کنترل این قضیه کمی سخت است، اما باید بدانید قطع کردن حرف دیگران کار درستی نیست و ممکن است شما را بی‌ادب جلوه دهد.

باید در محیط کار قاطع و باادب باشید و از پریدن در بین صحبت دیگران و تحمیل نظرات خود پرهیز کنید.

### از کلمات و واژگان غیررسمی استفاده نکنید

امروزه کمی خودمانی‌تر و غیررسمی‌تر حرف می‌زنیم، اما باید مراقب کلماتی که انتخاب می‌کنیم باشیم. ادبیات غیرمحترمانه در هر شرایطی غیرقابل قبول است اما نباید از آن در موقعیت‌های رسمی استفاده کنید.

### دقت زیادی روی ارتباطات نوشتاری صرف کنید

پیش از ارسال هر پیام متنی، آن را بازبینی کنید تا مطمئن شوید اشتباه و غلط‌آمیزی ندارد. امروزه برنامه‌های نگارشی زیادی وجود دارد، اما باز هم باید حواس‌تان به غلط‌های املائی باشد. البته به جز املائی کلمات، باید به لحن کلام‌تان هم توجه کنید.

### بدون اطلاع، وارد هیچ اتاقی نشوید

از ادب دور است در کار دیگران وقفه‌ای به وجود آورید. نباید بدون در زدن و با بساز بودن هر دری، وارد اتاق دیگری شوید. اگر فکر



## چرا بیل گیتس ثروتش را...

بیل گیتس اخیراً برای سخنرانی به دبیرس سال‌ها قبل خودش آنجا درس می‌خواند. وی آنها توضیح داد که چرا خیریه را به عنوان انتخاب کرده است.

مدیرعامل سابق مایکروسافت بحثش را شروع کرده و به این نکته اشاره کرد که وقت دارد چقدر می‌توانید غذا بخورید؟ در مورد می‌توانید بهترین خیاط دنیا را استخدام کر بخرد اما مگر چقدر لباس نیاز دارید یا می‌توانید یک راه دیگر استفاده از این دارایی برای رف

بیل گیتس یکی از معدود ثروتمندهای روی این کره خاکی است که بهترین راه برای خرج کردن سرمایه‌اش را نه برج و باروسازی، فخرفروشی به دیگران یا دیگر خرید لوازم لوکس بلکه کمک به خیریه‌ها می‌داند. دیگر تفاوت وی با بسیاری از ثروتمندان دنیا این است که تنها به بیان شعارهای فریبنده قناعت نکرده و مدت‌هاست که در عمل هم آن را به اثبات رسانده است.

به گزارش دیجیاتو، بنیانگذار مایکروسافت قبلاً در گفت‌وگو با CNBC گفته بود که انتخاب بهترین راه برای خرج کردن ثروتی هنگفت بسیار چالش‌برانگیز است. وی که سال‌های متمادی بر صدر لیست ثروتمندترین افراد دنیا قرار داشته، علی‌رغم صرف مبالغ سرسام‌آور برای مقاصد بشردوستانه، هنوز هم با در اختیار داشتن سرمایه خالص ۱۱۰.۶ میلیارد دلاری در میان نفرات برتر قرار دارد.

## صنعت زالو فناور می‌شود

علمی و فناوری ریاست جمهوری: با اشاره به برنامه‌های انجام‌گرفته در حوزه درمان با کمک زالو در این ستاد، گفت: برای حذف درمان‌های غیرعلمی در حوزه سلامت زالودرمانی، باید هماهنگی بین دستگاهی بیشتری انجام گیرد.

محمدحسن عصاره، ضمن تقدیر از اقدامات انجام‌گرفته برای توسعه آبیان (ماهی، میگو و...) به صورت اعم و گسترش پرورش زالو به صورت اخص، بیان داشت: در زمان پیروزی انقلاب اسلامی، کل تولید کشور در زمینه پرورش آبیان، عددی در حدود ۳۰ هزار تن بوده است، این در حالی است که این رقم در سال جاری، بالغ بر یک میلیون و دویست هزار تن بود.

در این نشست، توسعه حضور شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق در اکوسیستم پرورش زالو و فرآورده‌های درمانی مرتبط با آن، مورد بررسی قرار گرفت و بر حمایت ستاد برای رفع موانع حضور فعال شرکت‌ها در این عرصه تأکید شد.

صادرات فرآورده‌های صنعت پرورش زالو و مسائل مرتبط با آن از جمله دیگر محورهای این نشست بود.

نشست مشترک ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی و نمایندگان برخی مراکز اجرایی و علمی با محوریت تکثیر و فرآوری اصولی و منطبق با استانداردهای تاییدشده بهداشتی در حوزه صنعت پرورش زالو برگزار شد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری محمدحسن عصاره دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این نشست گفت: با توجه به تحقیقات صورت‌گرفته علمی و آکادمیک، مباحث درمانی مرتبط با زالو نه فقط در ایران که در دیگر کشورها نیز مورد توجه روزافزون قرار دارد.

به گفته عصاره: برخلاف بسیاری دیگر از روش‌های این حوزه از درمان، با توجه به تماس این موجود (زالو) با خون انسان، تمامی فرآیندهای درمان با کمک زالو اعم از تولید، تکثیر و مباحث مرتبط با نظارت بر روند درمانی باید با حساسیت و دقت بالا مورد واکاوی و بازبینی قرار گیرد. دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت



## داده‌های شبکه برق کشور با محصول بومی پردازش می‌شود

جریان نول و THD ولتاژ و جریان برای کلید اصلی اندازه‌گیری و ثبت می‌شوند. وی همچنین اضافه کرد: همچنین علاوه بر ثبت دمای محیط، ثبت دمای ترانس برای نظارت بر تأثیر بارهای هارمونیک از امکانات این سیستم است. تمامی رکوردها در حافظه داخلی ذخیره شده و به سامانه اینترنتی نگهداری اطلاعات منتقل می‌شوند. با استفاده از پارامترهای اندازه‌گیری شده و به کمک سامانه ارسال و ثبت اطلاعات از طریق شبکه دیتای اپراتورهای همراه، امکان بارگیری آنلاین پست و مانیتورینگ داده‌ها برای محاسبات کاهش تلفات، بالانس بار، پروفایل بار، خازن‌گذاری و ... مهیا می‌شود. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «مشهد تدبیر» بیان کرد: در دسته Power Analyzer، مدل‌های مختلفی طراحی و تولید می‌شود که هر کدام عملکرد و کاربرد خاصی خود را دارد. وی به دیگر محصول

تولیدشده این شرکت به نام FTU اشاره کرد و گفت: مدل W۶۰۱ یک سیستم میکروکمپیوتر کنترل کلید است که عملکرد sectionlizer را دارد و می‌تواند به کلیدهای اتومات هوایی در شبکه ولتاژ وصل شود.



جمع‌آوری و پردازش اطلاعات یکی از ارکان توسعه و بهینه‌سازی سیستم‌ها، خطوط انتقال نیرو، توزیع و مصرف برق، گاز و آب است.

شرکت دانش‌بنیان «مشهد تدبیر» توانسته با به‌کارگیری توان و دانش بومی

دستگاه‌های اندازه‌گیری و ثبت اطلاعات جریان الکتریکی را طراحی و تولید کند. مهدی موسوی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «مشهد تدبیر» درباره فعالیت این شرکت گفت: سیستم‌های جمع‌آوری اطلاعات شبکه برق این شرکت در مدل‌های مختلف با قابلیت‌های متفاوت در طول سال‌های گذشته در بسیاری از نقاط کشور نصب شده است. این فعال فناور درباره دستگاه «Power Analyzer مدل W۱۰۲۰» گفت: W۱۰۲۰ یک پاورآنالایزر بر قدرت است که توانایی اندازه‌گیری و ثبت پارامترهای الکتریکی کلید اصلی (Circuit Breaker) و ۴ فیدر (Feeder) متصل را دارد که همراه

با مازول‌های W۱۰۲۴ امکان توسعه تا ۱۶ فیدر فراهم می‌شود. علاوه بر پارامترهای ولتاژ، جریان، جریان نول، ضریب قدرت، توان‌های اکتیو، راکتیو و ظاهری برای کلید اصلی و همه فیدها، هارمونیک‌های ۲ تا ۱۶ ولتاژ و جریان،

## دستگاه تشخیص سریع بیماری های عفونی ساخته شد

محققان گروه مهندسی پزشکی دانشگاه علم و صنعت موفق به ساخت دستگاهی براساس روش های نوین تشخیص پزشکی شدند که توانایی سنجش دقیق و سریع بیماری ها را براساس روش های پیشرفته سلولی و مولکولی دارد. این محققان در این پروژه از دستگاه ساخته شده برای تشخیص نوعی بیماری قارچی استفاده کردند. برای انجام تست های تشخیصی در روش های آزمایشگاهی متداول معمولاً از چندین دستگاه به منظور مراحل شامل مرحله جداسازی پلاسما و مخلوط سازی مواد بیوشیمیایی استفاده می شود. اما با استفاده از فناوری میکروفلوئید تمام این مراحل را می توان روی یک تراشه انجام داد. با این کار علاوه بر افزایش سرعت انجام تست ها از مقادیر کمتر نمونه های سیالات بیولوژیک کمتری استفاده می شود که خود هزینه ها را نیز کاهش می دهد.



### یادداشت



## آیا افراد باهوش حتما پولدار می شوند؟

در حالی است که از نظر بسیاری هوش بالا در رقم زدن آینده های درخشان بیشترین تاثیر را دارد، مطالعات نشان داده تاثیر شخصیت روی موفقیت افراد بیش از سطح بهره هوشی یا IQ است. هرچند بسیاری تصور می کنند فرزندشان به خاطر بهره هوشی بالا حتما آینده ای درخشان خواهد داشت، اما براساس مطالعات «جیمز ژوزف هکمن»، اقتصاددان آمریکایی و برنده نوبل ۲۰۰۰ هوش تنها یک تا دو درصد روی موفقیت افراد تاثیر دارد. مطالعه ای که هکمن و همکارانش در «آکادمی ملی علوم» منتشر کرده اند، نشان می دهد موفقیت مالی برخلاف تصور عامه نه به سطح هوش بلکه به ویژگی های شخصیتی از جمله تلاش، پشتکار و انضباط شخصی وابسته است. هکمن و همکارانش برای بررسی تاثیر این فاکتورها به بررسی چهار مجموعه داده پرداخته اند که شامل نمرات IQ، نتایج تست ها، سطح نمرات و ارزیابی شخصیتی هزاران نفر در آمریکا، بریتانیا و هلند می شود. در برخی از این مجموعه ها سطح درآمد، سوابق جنایی، حجم توده بدنی و میزان رضایت از زندگی افراد طی چندین دهه ثبت شده است. بررسی ها نشان داد که نمرات و نتایج آزمون های پیشرفت تحصیلی به مراتب بهتر از نمرات خام IQ موفقیت یا عدم موفقیت فرد در آینده را نشان داده اند، چراکه افراد برای کسب نمره بالا نه تنها به هوش بلکه به تلاش، عادات مطالعه مطلوب و در مجموع وظیفه شناسی نیز داشته اند که هکمن از آنها به عنوان «مهارت های غیرشناختی» نام می برد. وی بر این باور است که برای رسیدن به موفقیت باید در کنار توانایی های ذاتی برخی مهارت ها را نیز فرا گرفت. شاید افزایش بهره هوشی دشوار باشد، اما وظیفه شناسی مهارتی اکتسابی است که می توان در کودکی آن

را در وجود افراد نهادینه کرد. بسیاری از افراد به خاطر فقدان مهارت هایی که به بهره هوشی خاصی هم نیاز ندارد، از دستیابی به مشاغل سطح بالا باز می مانند. این افراد علی رغم IQ مطلوب در مهارت های ارتباطی نظیر نحوه آماده شدن برای مصاحبه شغلی، برقراری ارتباط با کارفرما یا شبکه سازی باز می مانند. آموزش ویژگی های شخصیتی به کودکان در مدرسه چندان کار ساده ای نیست، چراکه معلوم نیست کدام ویژگی شخصیتی بهتر است و حتی بعید نیست مواردی که امروز درست تلقی می شوند، در آینده ارزش چندانی نداشته یا حتی نادرست به شمار بروند. محققان شخصیت شناسی پیشنهاد کرده اند که میانه روی بهترین انتخاب است؛ به عبارت دیگر نباید اینقدر درون گرا باشیم که یک کلمه حرف از دهان مان بیرون نیاید و نه آنقدر برونگرا باشیم که اطرافیان لحظه ای از حرف زدن ما در امان نباشند. «جان هامفریس» دیگر نویسنده این مقاله امیدوار است نتیجه این مطالعه به تغییر نگرش نادرست نسبت به مفهوم پیچیده توانایی کمک کند. هکمن هم هدف نهایی از این مطالعات را نشان دادن نقش مهارت های غیرشناختی در موفقیت های مالی عنوان می کند. مطالعه دیگری که ژورنال Nature Human Behaviour به چاپ رسیده با بررسی شرایط هزار شهروند نیوزیلندی طی سه دهه بر نقش پررنگ آموزش مهارت های رفتاری و شناختی در موفقیت صحت گذاشته است. براساس این پژوهش نتایج از آزمون های زبان، مهارت های رفتاری و توانایی های شناختی که در سه سالگی از کودکان گرفته شده به خوبی احتمال موفقیت، ارتکاب جرم یا حتی ابتلای افراد به بیماری های مزمن در بزرگسالی را پیش بینی می کنند. منبع: getpocket/digiato

## بخش بندی مشتریان براساس ارزش مشتری

یکی از وظایف کلیدی داده یابی، بخش بندی مشتریان براساس ارزش هاست. انجام چنین کاری توسط مشتریان برحسب کمک آنها در سودزایی متمایز می کند و می تواند برای اولویت بندی مشتریان نیز به کار رود. در نتیجه، این یکی از مهم ترین انواع بخش بندی است، زیرا می تواند برای تشخیص مشتریان بسیار ارزشمند به کار رفته و در طول زمان ارزش ها را دنبال کنند. در کل مشتریان با ارزش باید سطح بالایی از خدمات را طی هر مبادله با مالک برند دریافت کنند. از آنجایی که مشتریان و حامیان ارزشمند، سهم مهمی از درآمد کمپانی یا سازمان خود را اختصاص می دهند، مالک برند باید از طریق پیشنهادات و سوسه انگیز و مزایای متعدد نوعی وفاداری با این مشتریان ایجاد کند. در همان زمان، این مورد می تواند به عنوان راهکاری تدافعی و از طریق قرار دادن موانع احساسی و منطقی به منظور جلوگیری از به دام افتادن مشتری در تور رقبا کمک کننده باشد. این بخش های مرتبط با مشتری باید به خوبی نظارت شود و در صورت مشاهده هر نشانی از خطر استراتژی های فروش حفاظتی استفاده شود. برای مثال، یک کمپانی بیمه می تواند تصمیم بگیرد تا مشتریان خود را براساس درآمدشان بخش بندی کند. شاخص ارزشی که قبلا محاسبه شده و در پایگاه داده قابل دسترسی است. در این مثال، کمپانی بیمه می تواند مشتری را براساس رتبه و با توجه به درآمد بخش بندی کند و

در نهایت گروه هایی با اندازه های یکسان تشکیل دهد. مشتریان کمک منفی یا خنثی در درآمد می توانند متمایز شده و به دو گروه تقسیم شوند. مشتریانی که برای کمپانی ضرر دارند رتبه ۱۰ را می گیرند و مشتریانی خنثی رتبه ۹ و به همین ترتیب مشتریان دیگر می توانند به هشت گروه دیگر تقسیم شوند. کمک درآمدی متناسب با هر درآمد با اندازه آن ارتباطی ندارد. بالعکس، ارزش ها از بالا تا پایین بخش کاهش می یابد، با این تخمین که هر بخش تقریباً مشتریان برابری دارد. ۱۰ درصد بالایی مشتریانی که ارزش بالاتری دارند و در گروه یک قرار می گیرند، حدود ۶۰ درصد درآمد کمپانی بیمه را تضمین می کنند. به طور مشابه، گروه دوم بخش بزرگی از درآمد را به خود اختصاص می دهند. قانون «پارتو» در این مثال صدق می کند، چراکه گروه های ۱ و ۲ حدود ۸۰ درصد درآمد را تضمین می کنند. ماهیتا، این مشتریان برای کمپانی بسیار حیاتی هستند و باید بر آنها تمرکز شود. یک راه، ایجاد و بهبود مکالمه با مشتریان و گوش دادن به نیاز و خواسته های آنهاست. این امر موجب می شود که بر سودزایی کمپانی تأثیری مثبت ایجاد شود. ویژگی های مشتریان سودزایی بالقوه ای است که در این مثال باید هدف کمپانی اکتساب این دسته باشد. منبع: hormnd

## زمینه آشنایی پژوهشگران با مدل سازی منطقه ای اقیانوسی فراهم شد

عملیات میدانی در دریا دشواری و هزینه های بالایی دارد. به همین دلیل مدل سازی کامپیوتری پدیده های اقیانوسی در این حوزه اهمیت زیادی دارد. با توجه به این موضوع با حمایت گروه توسعه فناوری های دریایی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری کارگاه آموزشی در ارتباط بین این دو بخش، صنعت و دانش بر بستر تجاری سازی تقویت شود. وی در ادامه گفت: بیش از ۳۰۰ شرکت دانش بنیان با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در جشنواره اینوماین ۲ ثبت نام کرده اند. این شرکت ها، نیازهای مجموعه های بزرگ را رصد می کنند تا با تزریق دانش به این شرکت ها، به توسعه فناوری در حوزه معدن کمک کنند. رویداد اینوماین ۲ با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، به ویژه ستاد توسعه فناوری های لیزر، فوتونیک، مواد پیشرفته و ساخت این معاونت در حال برگزاری است، اختتامیه این رویداد بعد از ظهر روز هفتم بهمن خواهد بود.

میرعابدی با اشاره به دیگر جزئیات این رویداد، اضافه کرد: شرکت های دانش بنیانی که از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به عنوان دانش بنیان پذیرفته شده اند، در این رویداد به کمک صنعت خواهند آمد و سعی شده است تا ارتباط بین این دو بخش، یعنی صنعت و دانش بر بستر تجاری سازی تقویت شود. وی در ادامه گفت: بیش از ۳۰۰ شرکت دانش بنیان با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در جشنواره اینوماین ۲ ثبت نام کرده اند. این شرکت ها، نیازهای مجموعه های بزرگ را رصد می کنند تا با تزریق دانش به این شرکت ها، به توسعه فناوری در حوزه معدن کمک کنند. رویداد اینوماین ۲ با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، به ویژه ستاد توسعه فناوری های لیزر، فوتونیک، مواد پیشرفته و ساخت این معاونت در حال برگزاری است، اختتامیه این رویداد بعد از ظهر روز هفتم بهمن خواهد بود.



## خرج امور خیریه می کند؟

استان «لیک ساید» رفته بود؛ آموزشگاهی که طی گفت و گو با دانش آموزان این مدرسه به بهترین راه برای خرج کردن ثروت هنگفتش با شیوخی درباره خریدن غذاهای رنگارنگ تندی بالای ۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ دلار پول در جیب لباس هم همین استدلال وجود دارد. شما ده و مرغوب ترین پارچه را از چهار گوشه دنیا وانیل بپوشید؟ به ارث گذاشتن آن برای فرزندان

است، اما از نظر گیتس دو دستی تقدیم کردن این حجم عظیم از سرمایه به فرزندانش اصلا ایده خوبی نیست. به گفته گیتس همین مسائل باعث شد او و همسرش ملیندا به این نتیجه برسند که بهترین راه برای استفاده از ثروتشان صرف آن برای امور خیریه است. این دو از زمان تاسیس بنیاد خیریه خود در سال ۲۰۰۰ تاکنون بالغ بر ۵۰۱ میلیارد دلار را در سراسر دنیا با هدف کاهش فقر، نابرابری و مقابله با بیماری ها هزینه کرده اند. در حال حاضر برنارد آرنو، مدیرعامل LVMH به لطف افزایش ۰.۷ درصدی ارزش سهامش ثروتمندترین فرد دنیاست و پس از وی جف بزوس و بیل گیتس در جایگاه های دوم و سوم قرار دارند. تردیدی نیست که اگر مدیرعامل سابق مایکروسافت به امور بشردوستانه روی نمی آورد، به این زودی ها کسی نمی توانست او را از صدر فهرست ثروتمندترین افراد دنیا پایین بکشد.

## «اینوماین ۲» میزبان بیش از ۳۰۰ شرکت دانش بنیان شد

به گفته دبیر اجرایی رویداد اینوماین ۲، با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بیش از ۳۰۰ شرکت دانش بنیان در این جشنواره ثبت نام کرده اند و نیازهای فناورانه بخش معدن را بررسی خواهند کرد. سید محمد مهدی میرعابدی، دبیر اجرایی جشنواره اینوماین ۲ در این باره گفت: از طرح های مختلفی که به این جشنواره ارسال شد، بیش از ۸۰ طرح پذیرفته شد تا در داوری نهایی مورد قضاوت قرار گیرند. در نهایت ۱۰ ایده برتر نیز پذیرفته خواهند شد که برای توسعه و تجاری سازی آنها با شتاب دهنده های مختلف همکاری خواهد شد. دبیر اجرایی این رویداد ضمن اشاره به دیگر جزئیات جشنواره اینوماین ۲ بیان داشت: در بخش ارائه نیازهای فناورانه این جشنواره، شرکت های بزرگ نیازهای فناورانه خود را به شرکت کنندگان عرضه می کنند. کارشناسان متخصص هر حوزه و شرکت های دانش بنیان نیز با بررسی این نیازها، پاسخ های فناورانه خود را به این نیازها عرضه می کنند.



## کارگاه برندینگ

BRAND

## چه مناطقی پیشگام‌های شهر آینده خواهند بود

به قلم: لوک دار مل نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب‌وکار مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک تاکنون شهرهای آینده را تنها در فیلم‌ها مشاهده کرده‌اید. اگرچه ممکن است تحقق آن را به ۱۰۰ سال آینده بدانید، با این حال برای عملی‌شدن این رویا، مدت‌زمان زیادی باقی نمانده است. تاکنون نظریات مختلفی ارائه شده و افرادی نظیر ران هرون، معمار انگلیسی مفاهیمی نظیر شهر متحرک را مطرح کرده‌اند، با این حال یکپارچه شدن همه چیز در یک مکان، بدون شک چالش اصلی خواهد بود. اگرچه نگاه‌ها نسبت به شهر هوشمند متفاوت است، با این حال وجود چند ویژگی نظیر بالاترین سطح تکنولوژی، همگام‌بودن کامل با محیط زیست، استفاده از انرژی‌های پاک و تجدید پذیر از جمله مواردی محسوب می‌شود که شاکله اصلی چنین شهرهایی را شکل خواهد داد. بدون شک آگاهی با مواردی که به زودی به عنوان شهر آینده معرفی می‌شود، جذابیت بالایی را به همراه خواهد داشت. در همین راستا به بررسی پنج طرح موجود خواهیم پرداخت.

### ۱- Woven City زاپن

ژاپن یک کشور پیشرفته محسوب می‌شود که برندهای آن در تمامی جهان شناخته شده است. معروف‌ترین آن نیز توپوتا است که به عنوان برترین برند خودروسازی جهان معرفی می‌شود. برترین بودن ذللیلی برای انجام طرح‌های نوآورانه خواهد بود. به همین خاطر نیز مدیران این شرکت در مراسم CES ۲۰۲۰ از طرح خود صحبت کردند که مورد توجه بسیاری قرار گرفت. معنای آن شهر بافته شده بوده و قرار است تا سال دیگر از آن رونمایی شود، با این حال هنوز مشخص نیست که ۲۰۰۰ نفری که قرار است در این شهر زندگی کنند، از چه قشر و با اقصاری خواهند بود. در نهایت در این شهر علی‌رغم تمام تکنولوژی‌ها قرار است تا بیش از هر چیزی بر روی خودران‌بودن تمام خودروها تمرکز شود. درواقع احداث این شهر نوعی اقدام تبلیغاتی نیز محسوب می‌شود. طراحی آن نیز برعهده بارک اینگلز، معمار دانمارکی گذاشته شده که طرح‌های جهانی نظیر خانه لگو را انجام داده است و یک چهره کاملا شناخته‌شده است.

### ۲- Belmont آمریکا

بیل گیتس برای طرح‌های بزرگ و آینده‌نگرانه خود مشهور است. وی پس از اعلام بازنشستگی از مدیریت مایکروسافت چنین اقداماتی را با جدیت پیگیری می‌کند. شهر هوشمند آبالت آریزونا نیز یکی از این موارد محسوب می‌شود که با سرمایه شخصی ۸۰میلیون دلاری، مراحل اولیه آن در حال انجام است. وی هدف از این طرح را کمک به برطرف‌شدن برخی از مشکلات جهانی عنوان کرده است. جمعیت تخمینی آن نیز بالغ بر ۱۹۰ هزار نفر پیش‌بینی شده است. در این شهر قرار است تا تمامی نیازها مورد توجه قرار گیرد که این امر به معنای احداث مدارس و دانشگاه‌ها نیز خواهد بود. با توجه به نظرات جالب آقای گیتس در زمینه آموزش، بدون شک باید شاهد انتقالی در این عرصه باشیم، با این حال برای این شهر در راستای حمایت از شرکت مایکروسافت، قوانینی طرح شده است که سیستم‌ها تنها با ویندوز قابل استفاده خواهند بود.

### ۳- Neom عربستان سعودی

نکته جالب طرح شهر آینده عربستان این است که بر روی کنترل نژادی نیز فعالیت‌هایی انجام خواهد شد تا تمامی افراد این شهر از سلامت کافی برخوردار باشند. در این شهر تمام مصداق‌های هوشمندبودن رعایت خواهد شد و برنامه‌ریزی برای اختصاص بودجه ۵۰۰ میلیارد دلاری خود به خوبی بزرگی ابعاد این پروژه را به اثبات می‌رساند. به همین خاطر عربستان را باید میزبان نخستین شهر آینده با جمعیتی میلیونی دانست. جالب است بدانید که وال استریت ژورنال از این طرح به عنوان رویایی بیش از حد بلندپروازانه یاد کرده است. به همین خاطر هنوز اطمینان لازم از به نتیجه رسیدن آن وجود ندارد.

### ۴- Forest City مالزی

نخستین موردی که قرار است در شهر آینده مالزی مشاهده کنید، ادغام‌شدن طبیعت در همه چیز خواهد بود. درواقع حتی در ساختمان برج‌ها نیز شاهد پوشش گیاهی فوق‌العاده زیاد هستید. به نحوی که از فاصله دور تشخیص آن با یک درخت سخت خواهد شد. درواقع طبیعت دوست‌ترین شهر آینده را باید متعلق به کشور مالزی دانست. همچنین قرار است که در این شهر هیچ خودرو پارک‌شده در کنار خیابان به چشم نخورد و میزان اتلاف هر چیزی به عدد باورنکردنی صفر برسد. برای مثال در این شهر حتی یک درصد اتلاف غذایی وجود نخواهد داشت. در این راستا طرح‌های بسیاری وجود دارد که افراد در بالاترین سطح سلامت باشند. در نهایت سرعت در انجام کارها، بسیار بالا بوده و در چند دقیقه اقداماتی که به ساعت‌ها زمان نیاز دارد، انجام داده خواهد شد، با این حال برای انمام این پروژه سال ۲۰۳۵ اعلام شده است که زمان نسبتا زیادی محسوب می‌شود.

### ۵- Sidewalk Labs کانادا

یکی از زیرمجموعه‌های شرکت آلفابت به نام سایداواک لیز، طرحی برای ساخت شهر آینده در کانادا ارائه کرده که قرار است در شهر تورنتو به اجرا گذاشته شود. در این شهر خیابان‌ها متحرک بوده و این امر باعث افزایش سرعت تردد و کاهش خستگی خواهد شد. درواقع تاکید اصلی در این شهر بر روی حمل ونقل است، با این حال از همین الان با توجه به این امر که گوگل در پشت صحنه اجرای این طرح قرار دارد، نگران امنیت حریم شخصی خود هستند. به همین خاطر به نظر می‌رسد که باید شاهد برنامه مدیران نیز شرکت برای اعتمادسازی باشیم. با توجه به این امر که در رابطه با طرح فوق هنوز اختلاف‌نظرهایی وجود دارد، اطلاعات بیشتری از آن منتشر نشده است.

منبع: digitaltrends

بررسی ۶ کار آفرین موفق در زمینه برندسازی شخصی

# برندسازی شخصی به سبک کار آفرینان جوان



میزان اعتبار موسس‌شان است. استیون در این زمینه اعتبار قابل توجهی در میان سلبریتی‌ها دارد. به همین خاطر میزان مراجعه‌کنندگان وی در طول سال‌های اخیر به طور مداوم افزایش یافته است.

شیوه فعالیت استیون دورن در زمینه تعامل با سلبریتی‌ها در نوع خود منحصر به فرد است. وی اغلب مشاوره‌های خود را به صورت حضور ارائه و سپس گزارش مشاوره را در رسانه‌اش بارگذاری می‌کند. البته در این میان اغلب نامی از طرف مقابل به طور مستقیم برده نمی‌شود، با این حال حدس زدن نام سلبریتی موردنظر برای افراد آشنا با حوزه فعالیت وی چندان دشوار نخواهد بود. رسانه وی به طور ایده‌آل براساس برندسازی شخصی موفق وی بنا شده است. به این ترتیب اگر شما نیز علاقه‌مند به فعالیت در حوزه برندسازی شخصی هستید، باید از نحوه فعالیت استیون در سطح کلان تقلید کنید.

### ۵. کابلی اسمیتلی: برلی و بیرج

بسیاری از افراد با کابلی اسمیت آشنایی دارند. وی در صنعت پوشاک و مد شهرت بسیار زیادی دارد. او در سال ۲۰۰۸ پس از چند سال فعالیت در زمینه طراحی لباس به سراغ تولید لباس‌های ارگانیک برای کودکان رفت. این امر با توجه به اهمیت استفاده از الیاف طبیعی برای طراحی و دوخت لباس کودکان موجب افزایش شهرت وی شد. از آن زمان تا به حال وی در زمینه‌های مختلفی فعالیت داشته است. نقطه اشتراک تمام فعالیت‌های وی تلاش برای تولید محصولات سالم و بدون ضرر برای کودکان است. به این ترتیب وی شهرت عمده برند شخصی‌اش را در پیوند با تلاش برای ایجاد لحظات خوش و تاثیرگذاری بر روی کودکان همهانگ کرده است.

کابلی در سال ۲۰۱۳ آکادمی دیتروید را تاسیس کرد. این آکادمی در زمینه کمک به آموزش کودکان فعالیت دارد. بسیاری از مهد کودک‌های دیتروید و سایر شهرهای مهم ایالت متحده با استفاده از مشاوره‌های این موسسه اداره می‌شود. در حقیقت این آکادمی به نوعی در زمینه بهبود کیفیت آموزش کودکان به پژوهش و مطالعه مشغول است. اعتبار تمام فعالیت‌های موسسه برلی و بیرج و آکادمی دیتروید به دلیل فعالیت گسترده کابلی و شهرت برند شخصی‌اش است. این امر به خوبی اهمیت برندسازی شخصی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف را نشان می‌دهد. بسیاری از برندها هنوز هم درگیر شک و تردیدهای گسترده در زمینه سرمایه‌گذاری برای برندسازی شخصی مدیران ارشدشان هستند. با توجه به تجربه موفق کابلی دیگر نیازی به سرمایه‌گذاری برندها نیست، بلکه خود کارآفرینان باید اقدام به ایجاد برند شخصی کنند.

### ۶. تمپل نایور: مشاور مذاکره و فروش

بسیاری از افراد فرآیند مذاکره و فروش را یکی می‌دانند، با این حال از نقطه نظر فنی میان این دو فرایند تفاوت‌های بسیار زیادی وجود دارد. برندها و کارآفرینان موفق همیشه توانایی جلب نظر مخاطب هدف و سپس پیشبرد مناسب فرایند مذاکره و در نهایت فروش را دارند. نکته مهم در این میان عدم آگاهی و توجه بسیاری از برندها به این امر است. بنابراین زمینه اصلی فعالیت تمپل نایور کاملا مشخص است. او به عنوان یک مشاور حرفه‌ای در زمینه مذاکره و فروش تجاری فعالیت دارد. اگرچه تمپل یک کار آفرین جوان محسوب می‌شود، اما مهارت فوق‌العاده‌ای در زمینه اقناع دیگران از خود نشان داده است. همین امر موجب افزایش توجه برندهای بزرگ و کارآفرینان دیگر به وی شده است.

برخی از رسانه‌های مطرح در این مقاله نیز در زمینه ارائه مشاوره‌های تاثیرگذار و سلبریتی‌ها و برندهای بزرگ فعالیت دارند، با این حال تفاوت اصلی کار تمپل ماهیت غیررسانه‌ای کسب و کارش است. به این ترتیب وی با تکیه بر دستاوردهای برندسازی شخصی موفق‌اش در طول یک دهه اخیر موفق به جلب نظر بسیاری از برندها شده است. نکته مهم دیگر در زمینه اعتبار وی مربوط به آمار بالای رضایت مشتریان وی از مشاوره‌هایش است. به این ترتیب در آینده نیز باید منتظر موفقیت ادامه‌دار وی در عرصه کسب و کار باشیم. مزیت اصلی مشاوره‌های تمپل تمرکز بر روی کسب و کار برند مورد نظر و ارائه توصیه‌های شخصی‌سازی‌شده است. به همین خاطر تاثیرگذاری توصیه‌ای و نکات مدنظر وی بسیار بیشتر از سایر موسسه‌های مشابه است.

منبع: forbes

است. او در سال ۲۰۰۷ موسسه FEED را با همکاری الن گوستافسن تاسیس کرد. این موسسه با همکاری سازمان غذایی سازمان ملل متحد برنامه‌های متنوعی در سراسر دنیا پیاده می‌کند. هدف اصلی از فعالیت این برند ارائه سبک زندگی متفاوت برای مردم سراسر دنیاست. به این ترتیب میزان سلامت و توانایی آنها در زمینه زندگی بهتر افزایش خواهد یافت. نکته جالب درباره فعالیت این موسسه تعیین سبک زندگی متفاوت برای هر گروه از مردم است. بدون تردید مردم ساکن در ایالات متحده و مردم ساکن در آسیا نیازمند سبک زندگی متفاوتی هستند. ایراد بسیاری از برندهای فعال در زمینه سبک زندگی عدم توجه به تفاوت میان افراد مختلف است. به این ترتیب آنها در عمل توانایی چندانى برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهند داشت.

یکی از فعالیت‌های مهم موسسه FEED تلاش برای ارائه تغذیه سالم به کودکان در کشورهای فقیر است. به این ترتیب آنها سالانه مبلغ قابل توجهی از کمک‌های بشردوستانه مردم سراسر دنیا را در کشورهای فقیر دنیا توزیع می‌کنند. این امر موجب تقدیر برخی از شرکت‌ها و کشورها از این موسسه نیز شده است. نکته مهم در ایسن میان تلاش موفق لورن بوش برای ایجاد برندی جذاب پیرامون خودش است. امروزه بسیاری از مردم موسسه FEED را بیشتر با نام لورن می‌شناسند. به این ترتیب وی در تلاش برای تغییر زمینه اصلی فعالیتش موفق به ایجاد یک برند شخصی جذاب شده است.

نکته مهم درخصوص فعالیت لورن بوش استفاده مناسب از اینستاگرام برای توسعه برند شخصی‌اش است. وی در اینستاگرام گزارش مفصلى از برنامه‌های موسسه‌اش در کنار تصاویر مربوط به نحوه کمک‌رسانی به کودکان را منتشر می‌کند. این امر نقش مهمی در بهبود جلب نظر کاربران اینستاگرام به فعالیت وی و همچنین جذب کمک بشردوستانه دارد. هر کار آفرینی در دنیای کنونی باید توانایی استفاده پهنه‌ای از اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی در راستای دستیابی به اهداف‌شان را داشته باشند در غیر این صورت دسترسی به اهدافمان دشوار خواهد شد.

### ۳. الکسا هیر شفلد: پست بدون کاغذ

موسسه پست بدون کاغذ در سال ۲۰۰۹ از سوی الکسا هیرشفلد و برادرش جیمز تاسیس شد. این موسسه در یک نوع سامانه پستی آنلاین محسوب می‌شود. هدف اصلی الکسا در زمینه راه‌اندازی یک سامانه جدید و آنلاین پست کاهش میزان استفاده از کاغذ در سطح جهانی است. به این ترتیب شعار اصلی این موسسه به خوبی در فرآیند فعالیتش نمایان است. بسیاری از مردم به دلیل علاقه به فعالیت‌های زیست‌محیطی اقدام به استفاده از خدمات این موسسه می‌کنند.

الکسا و برادرش در زمینه توسعه موسسه پست بدون کاغذ دشواری‌های بسیار زیادی را تجربه کرده‌اند. یکی از انتقادات اصلی به الکسا سن پایین‌اش و ایده‌های بسیار جاه‌طلبانه بود. به این ترتیب اغلب کارآفرینان حرفه‌ای انتظار شکست وی در مدت‌زمانی کوتاه را داشتند، با این حال الکسا به این زودی‌ها تسلیم نشد. وی در طول این سال‌ها به طور مداوم بر دامنه فعالیت موسسه‌اش افزوده است. یکی از نکات جالب درباره وی حضور در مراسم‌های مختلف و سخنرانی در آنهاست. به این ترتیب وی برند شخصی‌اش را نیز در کنار سایر وجوه کسب و کارش توسعه داده است.

اکانت رسمی موسسه پست بدون کاغذ و الکسا در توئیتر به طور قابل ملاحظه‌ای مدنظر سلبریتی‌ها قرار دارد. به این ترتیب الکسا با انتخاب شعارهای مناسب و سخنرانی تاثیرگذار در مراسم‌های مهم موفق به جلب توجه دامنه وسیعی از مخاطب‌ها و سلبریتی‌ها به برند شخصی و موسسه‌اش شده است.

### ۴. استیون دورن: رسانه XYZ

استیون دورن در زمینه کار آفرینی، مشاوره کسب و کار، فعالیت رسانه‌ای و موسیقی تجربه فعالیت دارد. همین امر وی را در زمینه راه‌اندازی رسانه XYZ یاری کرده است. دامنه وسیع مهارت‌های استیون همیشه در مواقع بحرانی به کمکش آمده است. رسانه وی به طور کلی در زمینه ارائه مشاوره‌های کاربردی و توسعه فعالیت سلبریتی‌ها و برندها فعالیت دارد. این امر با کمک وی به چند صد ورزشکار و ستاره دنیای هنر همراه بوده است. به همین خاطر اکنون رسانه وی در میان بسیاری از سلبریتی‌ها دارای شهرت است. وقتی ما رسانه‌ای در زمینه مشاوره به افراد موفق و سلبریتی‌ها مواجه هستیم، باید به دنبال دلیل موفقیت آن نیز باشیم. یکی از دلایل اصلی اعتماد سلبریتی‌ها به رسانه‌های فعال در زمینه مشاوره

ترجمه:علی آل‌علی

به قلم:استفانی بریز (کارشناس کسب و کار)

اکتون نسل کارآفرینان به طور کلی تغییر کرده است. دیگر خبری از سلطه بی‌چون و چرای برخی از کارآفرینان یا به سن گذاشته و میانسال نیست. در عوض بسیاری از کارآفرینان جوان در کسب و کارهای مختلف موفق به ارائه عملکرد مطلوب شده‌اند. اگرچه بسیاری از کارآفرینان جوان موفق به جلب اعتماد کارشناس‌های بزرگ کسب و کار شده‌اند، اما هنوز بسیاری از مردم و برندهای بزرگ نسبت به نسل جوان به چشم تردید می‌نگرند. این دسته از افراد هنوز هم نسل جوان را افرادی وابسته به دستگاه‌های هوشمند، تیل و بی‌حوصله قلمداد می‌کنند. این تصور سنتی از نسل جوان دیگر باید جای خود را به تصویری تازه و عمیق‌تر بدهد.

نکته جالب اینکه بسیاری از برندهای بزرگ نیز هنوز درک درستی از نسل جوان ندارند. این امر موجب تصور نسل Z به عنوان افرادی به شدت تحت تاثیر جوهای تبلیغاتی می‌شود. بدون تردید برخی از افراد به شدت تحت تاثیر تبلیغات هستند، اما نسل جوان ابزارهای بسیار بیشتری برای نادیده‌نگاری تبلیغات دارد.

امروزه ما با نسل تازه‌ای از کارآفرینان در حوزه‌های مختلف کسب و کار مواجه هستیم. این نسل توانایی بسیار زیادی برای نوآوری و تغییر شیوه‌های سنتی کسب و کار دارد. در بسیاری از مواقع افراد به دلیل وابستگی به یک نوع فعالیت کاری تا مدت‌ها نسبت به تغییرش در تردید خواهند بود، با این حال برای نسل جوان تغییر یک ضرورت محسوب می‌شود، بنابراین آنها ایجاد تغییرات در نحوه فعالیت کاری شرکت را امری غیرممکن تصور نمی‌کنند. مزیت اصلی نسل جوان در برابر سایر کارآفرینان فعال در حوزه کسب و کار دسترسی و آگاهی بیشتر نسبت به فناوری‌های دیجیتال است. به این ترتیب آنها فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای کاملا مدرن و تازه را خواهند داشت.

وقتی از دنیای کسب و کار و کارآفرینی صحبت می‌کنیم، بی‌توجهی به اهمیت برندسازی امکان‌ناپذیر خواهد بود. این امر چالش مهمی برای بسیاری از کارآفرینان محسوب می‌شود. متأسفانه برخی از افراد فقط به افزایش تولید و ارائه خدمات بهتر توجه دارند. به همین خاطر در عمل به برندسازی نخواهند پرداخت. برند در حقیقت نمای ظاهری هر شرکت را شکل می‌دهد. در حوزه کسب و کار بسیاری از کارآفرینان علاوه بر تاکید بر برند به طور کلی در تلاش برای برندسازی شخصی نیز هستند. به این ترتیب امروزه ما با کارآفرینان دارای برند شخصی مواجه هستیم. در این زمینه کارآفرینان جوان مهارت و استعداد بیشتری را دارند. در این مقاله برخی از کارآفرینان جوان و موفق در زمینه برندسازی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

### ۱.سارا استنو: رسانه استنو

سارا استنو یکی از کارآفرینان موفق در زمینه رسانه است. بدون تردید بسیاری از افراد در اروپا و آمریکای شمالی با ویدئوهای وی در شبکه‌های اجتماعی مختلف آشنایی دارند. رسانه وی در طول چند سال اخیر توجه بسیاری از افراد را به خود جلب کرده است. نکته جالب اینکه وی نمونه برجسته برندسازی شخصی براساس راه‌اندازی یک رسانه دیجیتال محسوب می‌شود. شهرت اصلی سارا استنو به خاطر ویدئوهای انگیزشی قدرتمندش است. او در طول سال‌های متمادی حضور در عرصه رسانه هزاران نفر را تحت تاثیر قرار داده است. براساس آخرین آمار فیس‌بوک ویدئوهای وی تا به حال ۳۰۰ میلیون بازدید در این پلتفرم داشته است.

بسیاری از افراد در زمینه تولید ویدئوهای انگیزشی فعالیت دارند، با این حال ما نام اغلب آنها را حتی نشنیده‌ایم. این امر به دلیل فعالیت کلیشه‌ای اغلب مری‌های انگیزشی است. سارا استنو در این میان استراتژی متفاوتی را مورد استفاده قرار داد. به این ترتیب بسیاری از افراد به طور مداوم رسانه وی را چک می‌کنند.

استراتژی سارا استنو در رسانه‌ای جلب همکاری مری‌های انگیزشی مختلف به منظور تولید محتوای تخصصی در هر بخش است. او در طول سال‌های فعالیتش حتی با مری‌های انگیزشی بزرگی نظیر جی شتی نیز همکاری داشته است. این همکاری حتی موجب تولید مجموعه پادکست‌های مشترک از سوی آنها نیز شده است.

### ۲. لورن بوش: موسسه FEED

لورن بوش مدت نسبتا زیادی در زمینه طراحی مد و پوشاک فعالیت داشته

## ایستگاه بازاریابی

## نحوه استفاده از هایلایت اینستاگرام برای صفحات تجاری

به قلم: رنو شمار ما مدیر بخش بازاریابی  
مترجم: امیر آل علی

از زمانی که اینستاگرام گزینه‌ای را برای حفظ استوری‌ها به نام هایلایت ایجاد کرد، یک ترفان جدی شکل گرفت. در واقع این امر که هیچ محتوایی نابود نشود، بدون شک بسیار مهم بوده و باعث شده است تا استوری حتی بیشتر از پست‌ها کاربرد داشته باشد، با این حال سوالی که مطرح است این است که برندها و افراد فعال در حوزه‌های مختلف کسب‌کار چگونه می‌توانند از این ویژگی استفاده کنند؟ در همین راستا به بررسی مواردی خواهیم پرداخت که می‌تواند ایده بسیار خوبی در رابطه با استفاده مناسب از قابلیت هایلایت استوری باشد.

## ۱- ایجاد مجموعه‌ای برای محصولات

شما می‌توانید یک گالری تصویر از محصولات مختلف را با استفاده از این بخش ایجاد کنید. بدون شک اختصاص چندین پست صرفاً برای تصویر محصول، مخاطب را خسته خواهد کرد، با این حال این امر برای بخش استوری کاملاً متفاوت بوده و عدم نیاز به لایک و نمایش سریع، مخاطب را خسته نمی‌کند. همچنین توجه داشته باشید که با گذر از ۱۰۰ عکس، شما می‌توانید یک هایلایت دیگر را نیز ایجاد کرده و عملاً با هیچ محدودیتی مواجه نخواهید بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که افراد تمایل دارند تا بیشترین تصاویر در رابطه با محصولات را مشاهده کنند. به همین خاطر توصیه می‌شود تا برای هر یک از آنها یک هایلایت جداگانه ایجاد کنید. برای مثال اگر در زمینه تولید خودرو فعال هستید، برای هر مدل و یا هر سال یک بخش جداگانه داشته باشید. این نظم کاری، ارتباط راحت‌تر مخاطب با صفحه شما را نیز به وجود خواهد آورد.

## ۲- نمایش بهتر تصاویر

یک راهکار دیگر این است که محصولات را براساس نوع تقسیم‌بندی کرده و در معرض نمایش قرار دهید. برای مثال اگر در زمینه پوشاک فعال هستید، می‌توانید هایلایت‌های خود را برای شلوارها، پیراهن‌ها، دستکش‌ها، اکسسوری‌ها و... اختصاص دهید. در نهایت توجه داشته باشید که در تهیه عکس‌ها صرفاً به استفاده از مدل‌ها بسنده نکرده و با افراد عادی نیز همکاری داشته باشید. علت این امر به این خاطر است که اکثر افراد جهان، از ویژگی‌های بدنی مدل‌ها برخوردار نبوده و این امر باعث می‌شود تا تصاویر شما به نوعی غیرواقعی به نظر برسد.

## ۳- پاسخ به سوالات

این امر که سوالات و پاسخ‌های خود را در یک هایلایت قرار دهید، باعث خواهد شد تا افراد پس از مطالعه آنها از مطرح کردن موارد تکراری خودداری کنند. همچنین این اقدام شما نوعی توجه به مخاطب نیز محسوب می‌شود. در این رابطه ابزارهایی در بخش استوری برای سوال کردن افراد وجود دارد که با استفاده از آنها قادر خواهید بود تا نسبت به موارد بهتر آگاهی پیدا کرده و عملکرد بهتری را داشته باشید.

## ۴- ترفندهای آموزشی

در نحوه استفاده از محصولات، انواع راهکارها وجود دارد که به افزایش سرعت و کیفیت کار کمک خواهد کرد. برای مثال معرفی سریع‌ترین شیوه‌های تا کردن لباس و یا نکاتی که در هنگام شست‌وشوی انواع پارچه باید رعایت شود، از جمله این موارد محسوب شده و می‌تواند یکی از بخش‌های کاملاً جذاب شما باشد. در واقع مخاطب بالاترین حد استقبال را از مطالبی خواهد داشت که آموزشی بوده و شما می‌توانید یک هایلایت را به آن اختصاص دهید. در نهایت فراموش نکنید که برای افزایش تعامل خود، می‌توانید از مخاطبان نیز بخواهید تا ترفندهای خود را با شما به اشتراک بگذارند. تحت این شرایط ذکر آیدی صفحات الزامی بوده و در غیر این صورت با نارضایتی شدیدی مواجه خواهید شد.

## ۵- اتفاقات روزمره

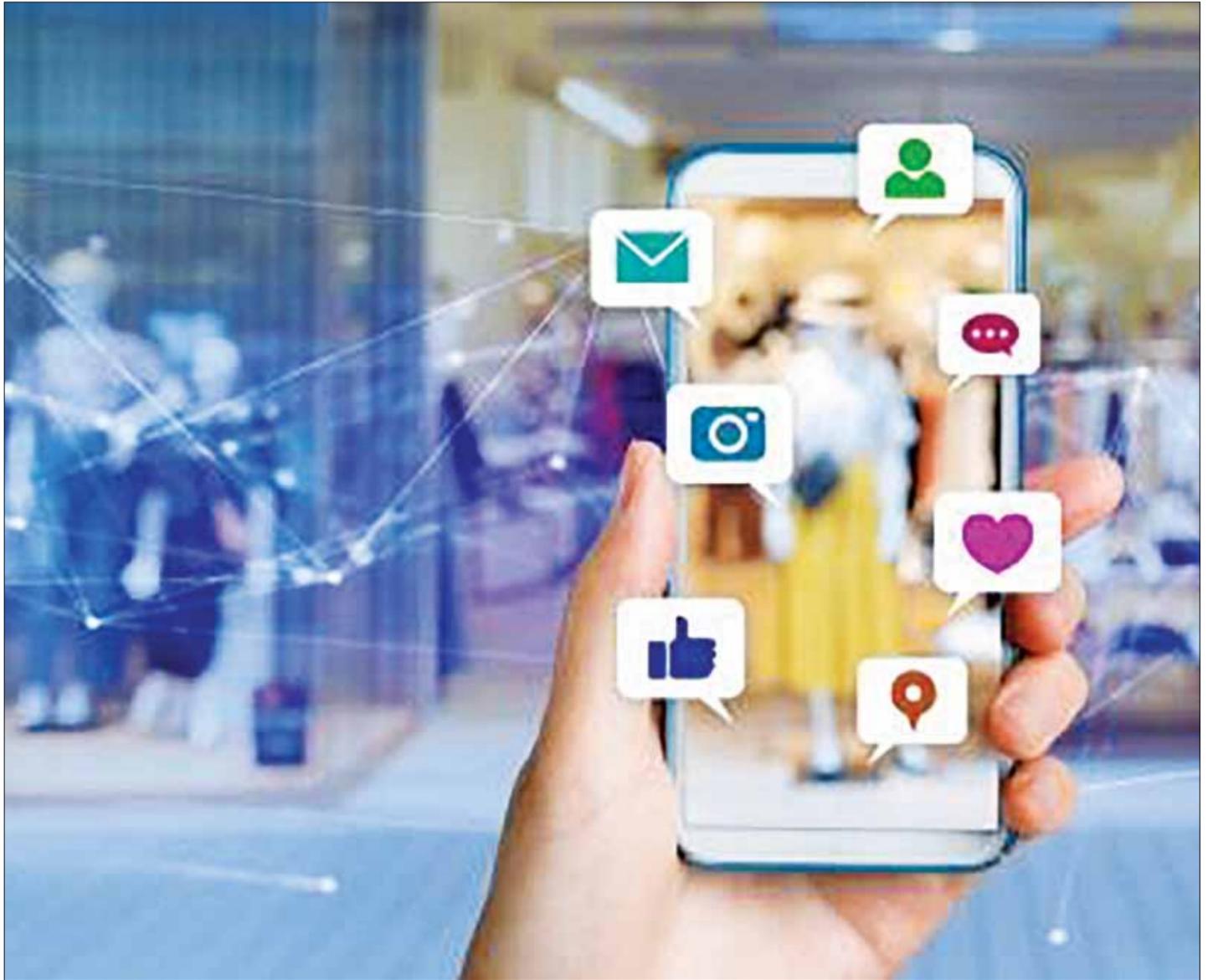
بسیاری از مطالب هستند که ارتباط مستقیم را با حوزه کاری شما نداشته و اصل‌های مهم محسوب نمی‌شوند، با این حال نمایش آنها خالی از لطف نیز نخواهد بود. در واقع مخاطب تمایل دارد تا در کنار مطالب اصلی، اطلاعات بیشتری را در رابطه با شما به دست آورد. به همین خاطر اختصاص یک هایلایت به اتفاق روزانه می‌تواند کاملاً سودمند باشد. برای مثال می‌توانید تعدادی از تصاویر نمایندگی‌های فروش خود را به نمایش گذاشته و شرایطی را فراهم آورید که ارتباط شما با افراد به چیزی فراتر از یک رابطه اقتصادی تبدیل شود. همچنین از این بخش برای نمایش پشت صحنه نیز می‌توانید استفاده کنید.

## ۶- ایجاد چالش، سوال و مسابقه

بدون شک ایجاد چالش‌ها و مسابقات بهترین راهکار برای درگیر کردن افراد محسوب می‌شود، با این حال در صورتی که حمایت‌های لازم انجام نشود، بدون شک با بهترین نتیجه ممکن مواجه نخواهید شد. به همین خاطر نیز ضروری است تا اقدامات مخاطبان خود را به نمایش درآورید. برای این موضوع هایلایت‌کردن استوری‌ها گزینه مناسبی بوده و به ماندگار شدن کمک خواهد کرد. برای مثال عکاسی با محصول، یکی از ساده‌ترین و رایج‌ترین موارد محسوب می‌شود. همچنین می‌توانید در کنار نمایش سوالات مخاطبان، خودتان نیز در این رابطه اقدام کرده و با این کار سطح اطلاعات افراد را افزایش دهید. در واقع این بخش باید کاملاً سرگرم‌کننده و مرتبط با حوزه کاری شما باشد.

در آخر توجه داشته باشید که از بخش استوری برای نمایش ویدئوهای چند ثانیه‌ای نیز می‌توان استفاده کرد. به همین خاطر خود را صرفاً به عکس و متن محدود نکنید.

منبع: business2community



به قلم: استفانی ولز موس برند Formidable Forms

ترجمه: علی آل علی

دنیا بازاریابی هر ساله دستخوش تغییر و تحول بسیار زیادی می‌شود. افزایش تعداد برندهای درگیر در زمینه بازاریابی یکی از ویژگی‌های اصلی دنیای کنونی است بنابراین هر برند باید برنامه و استراتژی منحصر به فردی برای جلب توجه مخاطب هدف داشته باشد. برخی از برندها به دلیل عدم توجه به تغییر و تحولات حوزه بازاریابی با مشکلات مالی بسیار زیادی مواجه می‌شوند. یکی از نکات مهم برای هر روز نگه داشتن فعالیت بازاریابی برند مربوط به ترندهای تازه است. ما باید توانایی شناسایی ترندهای تازه و استفاده بهموقع از آنها را داشته باشیم. در غیر این صورت استفاده دیر هنگام از ترندها نه تنها تأثیر مطلوبی برای ما نخواهد داشت، بلکه موجب بدبینی هرچه بیشتر مخاطب هدف به برند ما نیز می‌شود.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها در پلتفرم‌های اجتماعی مختلف فعالیت دارند. دلیل این امر با نگاهی ساده به آمار حضور مردم در چنین شبکه‌هایی قابل فهم است. به عنوان مثال، براساس گزارش موسسه Statista اکنون بیش از ۷۹ درصد کل جمعیت ایالات متحده در دست کم یک شبکه اجتماعی عضویت دارند. این امر برای بازاریاب‌ها به معنای امکان دسترسی به مخاطب هدف به شیوه‌ای مستقیم و گسترده است. اگر یک برند شیوه فعالیت در فضای شبکه‌های اجتماعی را بلد نباشد، امکان کسب موفقیت را نخواهد داشت. در این میان هرچه تعداد فالوورهای ما بیشتر باشد، بروز اشتباهات و ناآگاهی از اصول بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی پیامد منفی بیشتری خواهد داشت.

همانطور که اشاره شد، استفاده از ترندهای تازه در بازاریابی اهمیت بالایی دارد. در این مقاله به منظور بهبود عملکرد تیم‌های بازاریابی و برندها به بررسی سه ترند تازه و داغ در حوزه بازاریابی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی خواهیم پرداخت.

## ایجاد انجمن‌های آنلاین

استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان مردم در طول سال‌های اخیر افزایش بسیار زیادی پیدا کرده است. امروزه به طور میانگین هر کاربر شش ساعت از زمان خود در طول روز را در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کند. این رقم برای افرادی با دامنه سنی پایین تا ۱۰ ساعت نیز افزایش پیدا می‌کند. به راستی چرا ما علاقه بالایی به حضور در شبکه‌های اجتماعی داریم؟ در این فضا چه نکات تازه و تأثیربخشی وجود دارد؟ بدون شک برخی از ما با مشاهده تصاویر مربوط به مسابقات ورزشی یا دیگر زمینه‌های مورد علاقه‌مان دیگر نباید انگیزه‌ای برای حضور در پلتفرم‌های اجتماعی در طول روز داشته باشیم. نکته مهم در این میان پاسخگویی به دلیل حضور مداوم کاربران در شبکه‌های اجتماعی است.

مزیت اصلی شبکه‌های اجتماعی در ایجاد فضایی برای تولید پست از سوی برندها یا رسانه‌های کوچک و بزرگ نیست، بلکه فراهم‌سازی محیطی مناسب به منظور ارتباط میان افرادی در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف مدنظر است. اگر شبکه‌های اجتماعی وجود نداشتند، امکان برقراری ارتباط نزدیک میان میلیون‌ها انسان در نقاط مختلف جهان از بین می‌رفت. همین امر بر جذابیت‌های شبکه‌های اجتماعی افزوده است.

وقتی ما تقریباً تمام پست‌های مورد علاقه‌مان در حوزه‌های مختلف را مورد بررسی قرار داده‌ایم، انگیزه اصلی‌مان برای حضور دوباره در این فضا گفت‌وگو با دوستان‌مان خواهد بود. نکته جالب اینکه شاید برخی از دوستان‌مان با فاصله جغرافیایی بسیار وسیع نسبت به ما زندگی کنند. با این حال شبکه‌های اجتماعی امکان چنین ارتباطی را فراهم ساخته است. امسال یکی از ترندهای تازه در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی ایجاد انجمن‌های ویژه مشتریان برندها است. به این ترتیب ما فرصت تعامل سازنده و بهتر با مخاطب هدف برندها را خواهیم داشت. مشتریان در طول سال‌های اخیر به طور مداوم علاقه بیشتری به ارتباط نزدیک با برندها و دیگر مشتریان آنها پیدا کرده‌اند. به همین خاطر پاسخگویی درست و صحیح ما به این نیاز اهمیت بالایی دارد. خوشبختانه امروزه اغلب شبکه‌های اجتماعی امکان ایجاد گروه یا انجمن‌های بزرگ را فراهم ساخته‌اند. به این ترتیب با ایجاد انجمن ویژه برندها فرصت مناسب برای پاسخگویی به خواست مشتریان و همچنین گردآوری مجموعه اطلاعات کاربردی از آنها فراهم خواهد شد. به هر حال مشتریان ما در قالب انجمن علاقه بیشتری به پاسخگویی به پرسش‌ها و نظرسنجی‌های ما خواهند داشت. این امر اهمیت حیاتی برای برند ما دارد. بسیاری از برندها نسبت به اهمیت ایجاد انجمن برای مشتریان آگاهی ندارند. به همین خاطر نحوه فعالیت‌شان در شبکه‌های اجتماعی بیشتر حالت سنتی و کلیشه‌ای خواهد داشت.

## ایجاد جلوه‌های انسانی از برندها

برندها به طور مداوم در تلاش برای جلب توجه مخاطب هدف‌شان هستند. در این مسیر راهکارهای بسیار متنوع و جالبی پیش روی برندها قرار دارد، اما گاهی اوقات تیم‌های بازاریابی علی‌رغم دسترسی به بودجه کلان توانایی تولید محتوای جذاب و جلب توجه مخاطب هدف را ندارند. در چنین شرایطی بسیاری از برندها دچار بحران‌های بزرگی می‌شوند. از نقطه نظر برندسازی وقوع چنین مشکلی به دلیل عدم تلاش تیم‌های بازاریابی در راستای ایجاد جلوه‌های انسانی از برند موردنظر رومی می‌دهد. به این ترتیب برندها در زمینه تعامل سازنده با مخاطب هدف با چالش‌های عمده‌ای مواجه می‌شوند.

محتوای برند ما باید برای مخاطب هدف باورپذیر و جذاب باشد. راهکار مدنظر در این بخش تمرکز بر روی ایجاد جلوه‌های انسانی از برندها است. یکی از اشتباهات اصلی برندها در زمینه بازاریابی فاصله گرفتن از روند عادی زندگی مشتریان است. به این ترتیب برندها در عمل بسیار دور از متن زندگی مشتریان به تصویر کشیده می‌شود. این امر توجه مخاطب را به میزان بسیار اندکی به خود جلب می‌کند. نکته مهم در این خصوص فعالیت شبیه به هم اغلب برندهاست. این امر موجب سخت‌تر شدن فرآیند تصمیم‌گیری برای مشتریان می‌شود. وقتی برند ما تفاوت معناداری با سایر برندها داشته باشد، فرآیند تصمیم‌گیری برای مخاطب هدف نیز بسیار راحت‌تر می‌شود.

امروزه فناوری‌های روباتیک و شبیه‌سازی پیشرفت بسیار زیادی کرده است. این امر در حوزه بازاریابی نباید ما را نسبت به اهمیت ایجاد جلوه انسانی مردد سازد. امروزه برندهای بزرگ همگی در زمینه ایجاد جلوه‌های انسانی تخصص دارند. همین نکته آنها را با دیگر رقبای‌شان متفاوت می‌سازد، بنابراین توصیه من در این بخش استفاده از ترند ایجاد جلوه‌های

انسانی برای برندها به هنگام تدوین استراتژی بازاریابی و برندسازی است. نتیجه مستقیم این امر بهبود توانایی برندها در زمینه تعامل با مخاطب هدف خواهد بود.

## خرید مستقیم در شبکه‌های اجتماعی

یکی از اهداف اصلی بازاریاب‌ها خلق تجربه‌های ماندگار و لذت‌بخش برای مشتریان است. این امر شامل تلاش برای بهبود رابط کاربری سایت رسمی برند، تولید محتوای جذاب در وبلاگ و توجه به حضور در شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه آنها می‌شود. بخش قابل توجهی از انتظارات برندها از تیم‌های بازاریابی افزایش شناسش محصولات با استفاده از ترغیب مشتریان است. شاید این امر تا چند سال پیش بخشی از وظیفه برندها محسوب نمی‌شد، اما اکنون با افزایش فشار رقابت در حوزه کسب و کار دامنه وظایف بازاریاب‌ها نیز گسترش یافته است.

اغلب شبکه‌های اجتماعی قابلیت خرید مستقیم را دارا هستند. این امر برای برندها فرصت طلایی در راستای بهبود تجربه خرید مشتریان است. بسیاری از مشتریان با مشاهده پست‌های تبلیغاتی و بازاریابی مربوط به محصولات برندها مایل به خرید آنها می‌شوند، اما حوصله مراجعه به سایت رسمی برند موردنظر و سفارش آن محصول را ندارند. شبکه‌های اجتماعی با شناسایی دقیق این نیاز کاربران اقدام به رونمایی از بخش خرید مستقیم کرده‌اند. به این ترتیب کاربران با مشاهده پست‌های مربوط به محصولات مختلف امکان سفارش مستقیم آن را خواهند داشت. پلتفرم برتر برای فروش آنلاین محصولات اینستاگرام است. برندها به سادگی و با ایجاد یک حساب کاربری پشتیبان در این پلتفرم امکان ایجاد فهرست فروش را خواهند داشت. به این ترتیب با بارگذاری پست تبلیغاتی امکان درج قیمت و فروش مستقیم فراهم می‌شود.

فروش مستقیم از طریق شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در بهبود وضعیت برندها دارد. این بخش فروش برندهای مختلف در صنعت‌های گوناگون را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. اگرچه اکنون تقریباً مدت‌زمان زیادی از معرفی این بخش می‌گذرد، اما استفاده از آن در قالب ترندی تازه همچنان امکان‌پذیر است. نکته مهم در این میان غافلگیری کاربران با ارائه محتوای مرتبط با سلیقه‌شان است. به این ترتیب تمایل آنها برای مشاهده سایر پست‌های ما و افزایش تمایل‌شان برای خرید مستقیم بیشتر می‌شود. اشتباه برخی از برندها تاکید صرف بر روی محتوای تبلیغاتی و تلاش برای فروش بدون توجه به ماهیت فعالیت‌شان است. این امر در بلندمدت موجب دلزدگی مخاطب از برند ما خواهد شد. هدف اصلی از حضور در شبکه‌های اجتماعی نه فروش بیشتر، بلکه دستیابی به رابطه‌ای عمیق‌تر با آنهاست، بنابراین باید میان فعالیت‌های‌مان برای افزایش میزان فروش و تلاش در زمینه تعامل نزدیک با مخاطب هدف تعادل ایجاد کنیم.

امروزه شبکه‌های اجتماعی مهم‌ترین عامل در موفقیت کسب و کارها محسوب می‌شود. بسیاری از فرآیندهای سنتی بازاریابی اکنون در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌شود. بنابراین ما باید آمادگی لازم برای حضور موفق در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را داشته باشیم. استفاده از ترندهای مورد بحث در این مقاله کمک مناسبی در زمینه شروع بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی خواهد بود.

منبع: forbes

چگونه از اشتباهات مدیریت مالی پرهیز کنیم؟

## ۴ اشتباه مالی رایج کار آفرینان تازه کار



رهبری

<b>راهکارهای تعیین بودجه برای کسب و کارهای کوچک</b>
<p>به قلم: ایوان ویدجا یا کارشنس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com</p> <p>ترجمه: علی آل علی</p>

بسیاری از کسب و کارها در طول دوران فعالیت‌شان هیچ‌گاه به سوی اجرای پروژه‌های مستقل نمی‌روند. این امر موجب فعالیت آنها در سطح حاشیه‌ای کسب و کار می‌شود. ما به طور معمول نام برندهای کوچک را زیاد نمی‌شنویم. این امر به دلیل سطح فعالیت خرد آنها نیست، بلکه عدم اجرای طرح‌های جذاب و مستقل عامل اصلی این وضعیت است. برخی از کسب و کارهای کوچک پس از چند سال فعالیت عادی و به دور از هرگونه طرح نوآورانه اقدام به برنامه‌ریزی برای ایجاد تحول در وضعیت‌شان می‌کنند. این امر نشانه‌های امیدوارکننده‌ای به همراه دارد. نخستین نیاز برندها در این وضعیت تعیین بودجه مناسب برای پروژه‌شان است. امروزه هیچ پروژه‌ای بدون برنامه‌ریزی دقیق و تعیین بودجه امکان کسب موفقیت ندارد بنابراین عدم توجه به این نکته در عمل به معنای پذیرش شکست احتمالی برندمان خواهد بود. در ادامه برخی از نکات مهم در زمینه تعیین بودجه برای پروژه‌های کسب و کارهای کوچک مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

#### ۱.جداسازی حساب مالی کسب و کار و شخصی

وقتی ما مشغول کار بر روی یک پروژه هستیم، باید حساب مالی جداگانه‌ای برای فعالیت‌های کاری و زندگی شخصی ما داشته باشیم. بسیاری از مشکلات شرکت‌های کوچک به دلیل یکی بودن این حساب‌هاست. به این ترتیب آگاهی از میزان بودجه باقی‌مانده برای پروژه موردنظر بسیار دشوار خواهد بود. ما به عنوان یک کارآفرین باید به زندگی شخصی و حرفه‌ای‌مان به یک اندازه توجه داشته باشیم. این امر با ایجاد حساب‌های جداگانه برای هر کدام به صورت تاثیرگذارتر دنبال خواهد شد.

برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های کاری بدون آگاهی از میزان هزینه باقی‌مانده در حساب شرکت غیرممکن است. برنامه‌های هر برند باید مطابق میزان بودجه در دسترس‌اش باشد. در غیر این صورت احتمال تمام‌شدن بودجه در میانه راه وجود خواهد داشت. بی‌تردید پروژه‌های ناتمام همیشه برای برندها درس‌ساز خواهد بود بنابراین باید وسعت پروژه برندمان را آگاهی از وضعیت مالی سهاماندهی کنیم.

#### ۲.مذاکره با سرمایه‌گذارها و افراد تاثیرگذار

تعیین بودجه مناسب و فعالیت براساس آن بهترین اقدام ممکن برای کسب و کارهای کوچک محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان احتمال مواجهه با رویدادهای غیرمنتظره در طول فعالیت برندمان است. به این ترتیب شاید نیاز به بودجه بیشتری پیدا کنیم. در این شرایط مذاکره با سایر افراد اهمیت پیدا می‌کند. منظور من از افراد دیگر سرمایه‌گذارها یا نمایندگان بانک است. به این ترتیب شاید ما امکان فراهم‌سازی بودجه بیشتری داشته باشیم. نکته مهم در این میان توجه به توانایی برندمان در زمینه بازپرداخت قرض‌های دریافتی است. متأسفانه بسیاری از برندها به دلیل بی‌توجهی به این نکته در آینده با مشکلات مالی کلان رو به رو می‌شوند.

یکی از نکات مهم در زمینه مذاکره با دیگران عدم تایید نخستین پیشنهادشان است. این امر امکان گفت‌وگوی بیشتر برای دستیابی به معامله بهتر را افزایش می‌دهد.

#### ۳.نیازهای غیرضروری را فراموش کنید

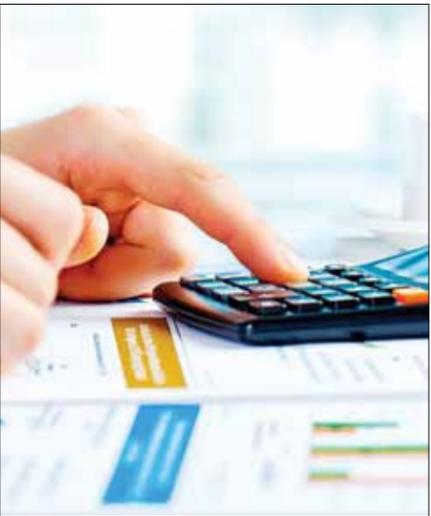
اگر شما با بودجه محدودی مواجه هستید، باید کار از خانه را مدنظر قرار دهید. بسیاری از کسب و کارها نیاز چندانی به دفتر ندارند. به این ترتیب مدیریت امور از خانه بهترین گزینه برای برندها خواهد بود. در این شرایط صرفه‌جویی قابل ملاحظه‌ای در فعالیت برندها روی می‌دهد. بسیاری از کسب و کارهای کوچک برای پیشبرد پروژه‌های مهم‌شان نیازمند منابع مالی هستند. با صرفه‌جویی حداکثری در هزینه‌های جاری بخش قابل توجهی از بودجه مورد نیازمان تأمین خواهد شد. به این ترتیب شاید دیگر نیازی به استفاده از وام و انواع قرض‌های دیگر نباشد.

یکی از اشتباهات اصلی برندهای کوچک در زمینه تعیین بودجه تمرکز بر روی نکات لوکس و غیرضروری مدیریت برند مانند دفتر کار مجلل یا لوازم تخصصی در دفتر است. با کاهش چنین توجهات بی‌دلیلی امکان تمرکز بیشتر بر روی نکات اساسی و ضروری کسب و کار فراهم خواهد شد.

#### جمع بندی نهایی

تعیین بودجه برای کسب و کارهای کوچک فرآیند بسیار دشواری محسوب می‌شود. اغلب برندها در این وضعیت دچار اشتباه‌های بسیار زیادی می‌شوند. به این ترتیب شانس مدیریت بهینه کسب و کار و پیشبرد اهداف‌شان را از دست می‌دهند. در این مقاله با بررسی سه نکته ساده در زمینه تعیین بودجه امکان جلوگیری از بروز چنین اشتباهاتی مورد بررسی قرار گرفت.

منبع: noobpreneur



به قلم: ایندیا نا لی کارشناس کسب و کار و امور مالی

ترجمه: علی آل‌علی

فعالیت در حوزه کسب و کار از نظر اقتصادی بار زیادی بر شرکت‌ها و کارآفرینان تحمیل می‌کند. همه افراد به یک اندازه توانایی مدیریت امور مالی را ندارند. امروزه بسیاری از کسب و کارها به دلیل ناتوانی در زمینه مدیریت مالی مناسب فعالیت‌های‌شان با شکست و در مراحل پیشرفته ورشکستگی مواجه می‌شوند. موفقیت در حوزه کسب و کار بدون استفاده از ابزارهای مناسب امکان‌ناپذیر است. امروزه هر کارآفرینی برای حضور موفق در دنیای کسب و کار باید مهارت‌های متعددی داشته باشد. یکی از مهارت‌های اساسی توانایی مدیریت مالی برند است. فعالیت کسب و کارهای کوچک و برندها در اقتصاد ملی و بین‌المللی نقش مهمی ایفا می‌کند. به همین خاطر در بحث‌های اقتصادی برای برندهای محلی و کوچک بحث‌های ویژه‌ای وجود دارد.

براساس گزارش موسسه اینوستوپدیا یکی از دلایل اصلی ورشکستگی کسب و کارها نداشتن برنامه یا روند مدیریت مالی تاثیرگذار است. صرف نظر از ضرورت طراحی برنامه مالی مناسب برای فعالیت برند باید به اشتباه‌های کارآفرینان در زمینه تصمیم‌گیری‌های مالی نیز توجه داشته باشیم. کارآفرینان با تجربه به طور معمول خطاهای کمتری در زمینه کارآفرینی انجام می‌دهند. این امر به دلیل مهارت و سابقه بیشتر آنها در حوزه کارآفرینی است بنابراین هدف اصلی ما در این مقاله بررسی مشکلات کارآفرینان جوان و تازه‌کار است. این دسته از فعال‌های دنیای کسب و کار تمایل بیشتری برای ریسک‌پذیری و فعالیت بدون برنامه دارند. به همین خاطر بیشتر شکست‌های مالی متوجه آنهاست.

اگر کسب و کارهای تازه‌کار توانایی مدیریت ریسک‌های پیش روی‌شان به طور تاثیرگذار را داشته باشند، احتمال کسب موفقیت بیشتر در سال‌های آینده فراهم می‌شود. یکی از تهدیدات مالی اساسی کسب و کارهای کوچک امکان ورشکستگی در همان سال اولیه شروع به کار است. اگر شما به عنوان یک کارآفرین تازه‌کار در حوزه کسب و کار فعالیت دارید، احتمال بروز اشتباه از سوی شما بسیار بالاست. خوشبختانه امروزه مشاورهای حرفه‌ای مالی آماده کمک‌رسانی به کسب و کارها هستند. شاید پرداخت هزینه‌های مالی سنگین برای کسب مشاوره چنین ارزش‌هایی برای برندهای کوچک بیش از حد سنگین باشد. به همین خاطر در مقاله کنونی ما به بررسی چهار اشتباه مالی کارآفرینان تازه‌کار خواهیم پرداخت. این اشتباهات در اغلب کسب و کارها روی می‌دهد بنابراین اختصاص به فعالیت یا کسب و کار منحصر به فردی ندارد.

#### ۱.توجه بیش از حد به شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی یکی از ابزارهای قدرتمند بازاریابی و تبلیغات در دنیای امروز محسوب می‌شود. اغلب برندها فعالیت چشمگیری در پلتفرم‌های آنلاین مانند اینستاگرام و فیس‌بوک دارند. اگرچه شبکه‌های اجتماعی در اوج شهرت و محبوبیت قرار دارند، اما همچنان باید نسبت به اهمیت مدیریت سئو به شیوه سنتی توجه داشته باشیم. گوگل به عنوان موتور جست‌وجوی اصلی بسیاری از کاربران آنلاین روزانه ۳.۵ میلیارد نتیجه جست‌وجو در اختیار کاربران قرار می‌دهد. یکی از تکنیک‌های طلایی مدیریت مالی عدم سرمایه‌گذاری صرف بر روی یک حوزه خاص است. در مورد حضور در دنیای آنلاین هیچ برندی نباید تمام تمرکزش را بر روی شبکه‌های اجتماعی قرار دهد. مدیریت سئو به شیوه سنتی هنوز هم اهمیت دارد.

جلب ترافیک بیشتر به سایت رسمی برند یکی از اهداف قدیمی و همچنان مهم برای برندها در زمینه مدیریت سئو محسوب می‌شود. بسیاری از برندها نسبت به اهمیت رتبه برتر سایت برنشان در جست‌وجوهای گوگل بی‌توجه هستند. این امر موجب شناخت هرچه کمتر کاربران از برند موردنظر خواهد شد. به این ترتیب در عمل سرمایه‌گذاری آنها بر روی شبکه‌های اجتماعی نیز تا حد زیادی بی‌فایده خواهد بود. ما باید در زمینه بازاریابی و تبلیغات به گونه‌ای

متوازن عمل کنیم. در غیر این صورت هزینه‌های ما بی‌فایده خواهد بود.

وقتی صحبت از مدیریت سئو می‌شود، باید یک فرآیند بلندمدت را مدنظر داشته باشیم. اشتباه بسیاری از برندها تلاش برای دستیابی به نتایج دلخواه در مدت‌زمان کوتاه است. این امر تقریباً غیرممکن است بنابراین ما باید برنامه‌ای دقیق و مناسب برای پیشبرد اهداف‌مان در مدت‌زمانی طولانی داشته باشیم. در غیر این صورت تلاش‌های ما فقط در بازه‌های زمانی کوتاه نتیجه‌بخش خواهند بود. همچنین باید به اهمیت مدیریت سئو در افزایش بازدید کاربران از اکانت رسمی برندمان در شبکه‌های اجتماعی نیز توجه داشته باشیم. بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی از طریق جست‌وجوی برندها در گوگل اقدام به بازدید از اکانت آنها می‌کنند. به این ترتیب با بی‌توجهی به مدیریت سئو بخش قابل توجهی از شانس ما برای بازاریابی بهتر کاهش خواهد یافت.

صرف نظر از بحث مدیریت سئو باید به طراحی سایت به گونه‌ای جذاب نیز توجه داشت. صفحه نخست یک سایت برای مخاطب اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه الگوریتم گوگل در زمینه طبقه‌بندی سایت‌ها معیارهای متعددی را مدنظر قرار می‌دهد. یکی از معیارهای موردنظر میزان رضایت کاربران در زمینه بازدید قبلی از سایت‌مان است. این امر با میانگین زمان حضور کاربران در سایت‌ها سنجیده می‌شود بنابراین ترک سریع یک سایت نشانه عدم رضایت کاربران از طراحی سایت یا محتوای آن خواهد بود. در هر دو شرایط رتبه سایت موردنظر افت قابل توجهی خواهد داشت.

#### ۲.استخدام افراد نامناسب

شروع یک کسب و کار موفق بدون استفاد از افراد حرفه‌ای و کاربلد امکان‌ناپذیر است. برندهای بزرگ همیشه بر استعداد و توانایی کارمندان‌شان تکیه دارند. این امر پیشرفت مداوم و دستیابی به اهداف را امکان‌پذیر می‌کند. هزینه استخدام افراد نامناسب برای برند بسیار بیشتر از پرداخت حقوق و مزایا بدون دریافت نتیجه دلخواه است. یک گروه از کارمندان در جایگاه نامناسب علاوه بر ناتوانی در زمینه ارائه عملکرد مناسب از نظر روحی نیز دچار مشکل می‌شوند بنابراین استخدام افراد نامناسب فقط معطوف به عدم توانایی آنها یا سطح پایین مهارت‌شان نیست. گاهی اوقات برندها از نیروی کار حرفه‌ای در بخش‌های غیرمرتبط با تخصص آنها استفاده می‌کنند. در این شرایط کاهش کیفیت کاری آنها امری طبیعی خواهد بود.

براساس مطالعه موسسه The Balance میانگین هزینه استخدام کارمندان نامناسب برای برندها نزدیک به ۴ هزار دلار است. بدون شک برای یک کسب و کار تازه تأسیس این مقدار هزینه بسیار زیاد است بنابراین با پرهیز از استخدام کارمندان نامناسب در کسب و کارمان امکان فعالیت بهتر برای ما فراهم خواهد شد. یکی از نکات مهم در این میان استفاده از فرآیندهای استخدامی مناسب است. منظور من در اینجا استفاده از مصاحبه‌های استخدامی با حضور مدیران ارشد شرکت است. به این ترتیب ما پیش از استخدام افراد به اموری فراتر از نکات مندرج در رزومه‌شان توجه خواهیم کرد. در فرآیند گفت‌وگو امکان فهم نکات مهم در زمینه روحیه افراد و میزان انطباق‌شان با شرایط شرکت فراهم می‌شود. به این ترتیب ما توانایی ایجاد گروه‌های کارمندان با ویژگی‌های موردنیاز شرکت را خواهیم داشت.

مزیت اصلی استفاده از جلسه‌های استخدامی، علاوه بر یافتن نیروی کار مناسب شرکت، کاهش هزینه‌های ناشی از استخدام افراد نامناسب است. به این ترتیب شرکت ما در ابتدای راه کسب و کار عملکرد متوازن و بهتری از خود ارائه خواهد کرد.

#### ۳.برندسازی غیرتاثیرگذار

برندسازی یکی از بخش‌های مهم فرآیند بازاریابی هر شرکتی محسوب می‌شود. امروزه اغلب شرکت‌ها نیازمند چهره‌ای جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف هستند. در این زمینه هیچ‌چیز به اندازه برندسازی به کسب و کارها کمک نمی‌کند. سالانه هزینه‌های بسیار زیادی از سوی شرکت‌های مختلف در این

زمینه انجام می‌شود. نکته جالب اینکه اغلب فرآیندهای برندسازی با ناکامی مواجه می‌شوند. برندسازی در حالت ایده آل باید موجب جلب توجه مخاطب هدف شود. این امر نیازمند هزینه مالی نسبتاً سنگینی برای شرکت‌های تازه تأسیس است بنابراین ناکامی در دستیابی به اهداف در این زمینه بار سنگینی بر روی دوش کسب و کارها خواهد بود.

توصیه من در این بخش تلاش برای ایجاد تیم‌های برندسازی تاثیرگذار است. این امر به فرآیند برندسازی ما هویت و جایگاه منحصر به فردی می‌دهد. اشتباه بسیاری از کارآفرینان پیگیری فرآیند برندسازی در قالب زیرمجموعه سایر فعالیت‌هاست. به این ترتیب برندسازی هیچ‌گاه هویت مستقلی پیدا نمی‌کند. این امر بیانگر اهمیت کمتر برندسازی در نگاه کارآفرینان است. توصیه من تلاش برای بهبود وضعی از طریق توجه بیشتر به برندسازی و در صورت امکان تشکیل تیم برندسازی در شرکت است.

فرآیند برندسازی دارای پیچیدگی‌های زیادی نیست. متأسفانه امروزه برخی از کارآفرینان بی‌جهت این فرآیند را دشوار می‌کنند. هدف اصلی در اینجا دسترسی به مخاطب هدف است. در این راستا باید هویت برندمان را به خوبی تعریف کنیم. این امر شامل بیان دلیل حضورمان در عرصه کسب و کار می‌شود. همچنین انتخاب ارزش‌های مناسب برای برندمان کمک شایانی به جلب توجه مخاطب هدف می‌کند. به این ترتیب برند ما توجه بیشتری از مخاطب هدف جلب خواهد کرد.

گام نهایی در زمینه برندسازی که از همه اهمیت بیشتری دارد، انتخاب نام مناسب است. بسیاری از برندها نسبت به این امر توجه کافی ندارند. به همین خاطر هرگز نام مناسبی برای برنشان انتخاب نمی‌کنند. یک نام جذاب همیشه در ذهن مخاطب هدف باقی خواهد ماند. به عنوان تمرینی مناسب به نام برندهای مطرح نگاه کنید. این نام‌ها توانایی جلب توجه مخاطب را دارد. همچنین آنها تا مدت‌زمان زیادی در یاد افراد باقی خواهد ماند. یک نام مطلوب باید چنین کارکرد و توانایی داشته باشد در غیر این صورت به سرعت از ذهن مخاطب هدف پاک می‌شود.

#### ۴.فقدان بودجه اضطراری

هر قدر کم که فعالیت برند ما دقیق و مناسب باشد، بازمحتمال وقوع خطا و مواجهه با شکست وجود خواهد داشت. بسیاری از شرکت‌ها در سال‌های اولیه فعالیت‌شان با مشکلات مالی و شکست‌های متعدد مواجه می‌شوند. متأسفانه اغلب برندها در همان سال‌های اولیه ورشکست و از بازار کسب و کار خارج می‌شوند. این امر ناشی از عدم برنامه‌ریزی مالی مناسب برای مواجهه با مشکلات مالی احتمالی است. به این ترتیب برند ما توانایی مدیریت مالی به منظور ادامه حضور در دنیای کسب و کار را از دست می‌دهد.

مواجهه با بحران مالی برای هر برندی رخ می‌دهد. نکته مهم در این میان برنامه‌ریزی و آمادگی برای مواجه‌شدن با چنین بحران‌هایی است. برندهای بزرگ همیشه بودجه اضطراری برای مواجهه با چنین بحران‌هایی دارند. به این ترتیب توانایی آنها برای مدیریت بحران با کسب و کارهای کوچک قابل مقایسه نیست. نکته مهم در اینجا تلاش برای تهیه بودجه‌هایی کلان مانند کسب و کارهای بزرگ نیست، بلکه پس‌انداز مقدار مشخصی از درآمد برند به منظور عدم مواجهه با ورشکستگی است. بحران‌های مالی مربوط به برندهای کوچک به طور معمول دامنه وسیعی ندارند. به همین خاطر با مقدار اندکی از بودجه اضطراری نیز امکان مدیریت آنها وجود خواهد داشت.

روزها و ماه‌های نخست حضور در دنیای کارآفرینی نگرانی و فشار خاص خود را دارد. بحث مدیریت مالی اغلب برای تمام کارآفرینان دشوار است. به همین خاطر در این مقاله به بررسی چهار اشتباه اصلی کارآفرینان تازه‌کار در این زمینه پرداختیم. توجه به این نکات و تلاش برای پرهیز از اشتباهات مشابه نقش انکارناپذیری در بهبود کیفیت و عملکرد برندها خواهد داشت.

منبع: volusion

## افتتاح ۸۶ پروژه گازرسانی در گلستان

**گرگان - خبرنگار فرصت امروز:** مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان گفت: ۸۶ پروژه گازرسانی استان گلستان در دهه مبارک فجر افتتاح و بهره برداری خواهد رسید. محمدرحیم رحیمی در نشست خبری با اصحاب رسانه استان گلستان، اظهار داشت: ۸۶ پروژه گازرسانی شامل هفت روستا، ۷۲ پروژه صنعتی و هفت پروژه عمرانی در گلستان افتتاح و پنج پروژه گازرسانی در روستاهای استان گلستان زنی خواهد شد. وی افزود: هزینه پروژه‌های گازرسانی قابل افتتاح و کلنگ زنی در استان ۵۴۵ میلیارد و ۹۰۰ میلیون ریال بوده تا ۱۶ هزار و ۸۰۰ متر مکعب گاز طبیعی را جایگزین سوخت‌های فسیلی دیگر کند. رحیمی ادامه داد: با احتساب پروژه‌های قابل افتتاح شرکت گاز استان گلستان در دهه مبارک فجر، ۲۳ درصد شهرهای استان شامل ۳۳ شهر، ۸۷۶ صنایع عمده و ۶۵ جایگاه CNG در صد روستاهای استان شامل ۸۸۰ روستا را نعمت گاز بهره مند خواهند شد. وی اضافه کرد: گازرسانی به هفت روستای گلستان ۸۱۲ خانوار را از نعمت گاز بهره مند می‌کند و با کلنگ زنی برای گازرسانی به پنج روستای استان هم ۵۱۶ خانوار در آینده می‌توانند از گاز استفاده کنند. مدیرعامل شرکت گاز گلستان با اشاره به لزوم صرفه جویی در مصرف گاز گفت: اگر هر مشترک خانگی فقط دو درجه در مصرف گاز صرفه جویی می‌کرد میزان مصرف از ۱۰ میلیون متر مکعب به ۹ میلیون متر مکعب کاهش پیدا می‌کرد.

مدیرعامل آب و فاضلاب هرمزگان:

## آبرسانی به ۳۹ روستای سیل زده با تانکر انجام می شود

**بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز:** مدیرعامل آب و فاضلاب هرمزگان به تشریح آخرین وضعیت آبرسانی به مناطق سیل زده جاسک پرداخت. به گزارش روابط عمومی آب و فاضلاب هرمزگان، امین قصمی گفت: از زمان فعالیت سامانه پارشی به شیوه قبیل و وقوع سیل در شرق هرمزگان، آب ۳۳۵ روستا در شهرستان‌های جاسک و مشاگرد قطع شد که آب ۲۶۶ روستا در همان مقطع وصل و آب ۳۹ روستا معادل ۱۰ هزار نفر جمعیت به دلیل از دسترس خارج شدن منابع تولید آب و تخریب ۱۰۰ درصدی چاه‌های تامین آب، همچنان با قطعی آب مواجه هستند. وی با اشاره به وضعیت آب شهر جاسک گفت: وضعیت توزیع آب شهر جاسک از جمعه گذشته به حالت عادی برگشته و مشکلی از این بابت وجود ندارد. مدیرعامل آب و فاضلاب هرمزگان ادامه داد: خسارت‌های وارد شده در این بخش نیز در دست بررسی است. وی با بیان اینکه تلاش برای وارد مدار کردن منابع آبی در حال انجام است، ادامه داد: تا زمان رفع کامل مشکل، آبرسانی انجام می‌شود که از این تعداد ۹ تانکر به ۳۰ روستای سیل زده جاسک که منابع آبی آنها از مجتمع سدج و گاریک تامین می‌شد، اختصاص یافته است. قصمی همچنین از توزیع آب بسته بندی در مناطقی که مسیر دسترسی آنها از بین رفته است خبر داد و گفت: با بارگشایی مسیرها روند آبرسانی مطلوب تر خواهد شد. مدیرعامل آب و فاضلاب هرمزگان همچنین به خرابی بیش از ۴۰۰ کیلومتر شبکه توزیع و انتقال آب روستایی اشاره کرد و گفت: عمده این خسارت‌ها در مسیر رودخانه ها رخ داده است. وی میزان برآورد اولیه خسارت وارد شده به شبکه‌های توزیع و انتقال در بخش آب روستایی را حداقل ۱۰۰ میلیارد تومان عنوان کرد و گفت: مجموع خسارت‌های وارد شده بیشتر است که پس از برآورد نهایی اعلام خواهد شد.



همزمان با دهه مبارک فجر

## ۱۰۴ طرح شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین به بهره برداری می رسد

**قزوین - خبرنگار فرصت امروز:** با تلاش و کوشش مضاعف کارکنان شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین و به منظور خدمات رسانی بیشتر به مردم شریف استان، همزمان با ایام ۱۰۰ دهه مبارک فجر و در سال حمایت از رونق تولید ۱۰۲ طرح سرمایه‌ای با اعتباری بالغ بر ۲۳۰ میلیارد و ۲۴۵ میلیون ریال و ۲ طرح نیروگاهی با هزینه ای معادل ۲۴۰ میلیارد ریال در شهرستانهای (قزوین، اوج، البرز، تاکستان، بوئین زهرا، آبیک و شهر محمدیه) به بهره برداری می‌رسد. این پروژه‌ها در قالب توسعه و احداث، نیرورسانی، اصلاح و بهینه‌سازی، برق رسانی روستایی، روشنائی معابر، رفع ضعف ولتاژ و... می‌باشند. پروژه‌های مذکور در شهرستان قزوین ۳۸، تاکستان ۱۰، آبیک ۵، اوج ۸، البرز ۱۸، بوئین زهرا ۱۶، محمدیه ۹ پروژه به بهره برداری خواهد رسید. نمایان ذکر است لیست و مشخصات کامل پروژه‌های مذکور در سایت این شرکت به نشانی [www.Qazvin-ed.co.ir](http://www.Qazvin-ed.co.ir) در دسترس علاقمندان میباشد. خواهشمند است دستور فرمایید نسبت به انتشار خبر مذکور در آن نشریه اقدام لازم را بعمل آورند.



رئیس دانشگاه آزاد اسلامی استان همدان:

## هدف دانشگاه آزاد تربیت دانشجوی متخصص و مهارتی است

**همدان - خبرنگار فرصت امروز:** رئیس دانشگاه آزاد اسلامی استان همدان سال شروع بکار دانشگاه را از سال ۶۶ عنوان کرد و گفت: دانشگاه آزاد اسلامی از سال ۶۶ تا کنون بیش از ۱۰۰ هزار دانشجوی فارغ التحصیل داشته‌ها و مقاطع مختلف داشته است. مرتضی قائمی در ادامه افزود: در حال حاضر ۵۲۱ رشته در استان همدان فعال می‌باشد که از این تعداد ۲۴ رشته دکتری، ۱۱۵ رشته ارشد و ملتی کارشناسی و کارفانی است. هزار نفر پرسنل دارد از این تعداد ۴۰۰ نفر هیات علمی و ۶۰۰ نفر کارمند هستند. ۱۶ دانشیار و ۴ یا ۳ پرونده استاد تمامی دارد. وی یکی از اهداف دانشگاه آزاد اسلامی را تربیت دانشجوی متخصص و مهارتی در حوزه‌های مختلف بیان کرد و گفت: با توجه به سیاست‌گذاری



دانشگاه در سال گذشته بویژه در یک سال اخیر حوزه پژوهشی و فعالیت‌های مرکز رشد دانشگاه آزاد اسلامی همدان را نیز هادی استن متمرکز شده و بر این اساس تشویق می‌پذیرد. به عنوان مثال در شهر ملایر با توجه به اینکه میل و منبت این جهانی شده است، در دانشگاه آزاد اسلامی ملایر سرای نوآوری میل و منبت راه اندازی شده است و توانسته با کثر مستفکران این حوزه ارتباط برقرار کند و برای رفع مشکلات میل و منبت و پذیرش این برنامه هادی داشته باشد. قائمی مهارت افزایی دانشجویان را در توسعه اشتغال زایی موثر دانست و گفت: با این تکنیک توانایی دانشگاه به مردم در جهت توسعه استان ثابت می‌شود و سردرگمی پژوهشگران دانشگاه در حوزه موضوعات پژوهشی برطرف می‌شود. در همین راستا دانشگاه توانسته است ۳۰۰ موضوع را بر پایه نیاز استان به دانشجویان برای ارائه پایان نامه و مقالات علمی ارائه دهد. حدود ۱۰۰ دوره مهارتی در رشته‌های مختلف همزمان با ترم جدید در دانشگاه شروع بکار میکنند. رئیس دانشگاه آزاد اسلامی بیان کرد: ثبت نام رشته‌های بدون آزمون شروع شده و تا اواخر آستانه اعلام نادره و دانشجویان امکان تحصیل هم زمان دو رشته برای دانشجویان فراهم شده است.

**جذب دانشجوی پزشکی از مهر ماه ۹۹**  
قائمی یکی از موفقیت‌های دانشگاه آزاد اسلامی استان همدان را اخذ موفقیت اصولی رشته پزشکی دانست و گفت: از ابتدای مهرماه سال ۹۹ دانشجویان رشته پزشکی در دانشگاه آزاد اسلامی استان همدان مشغول به تحصیل خواهند شد و علاوه بر رشته پزشکی رشته‌های اتاق عمل، مامایی، روانشناسی بالینی و... در استان همدان تدریس می‌شود. وی ادامه داد: هنرستان بهاری برای اولین بار در غرب کشور در قالب آموزشگاه سما شروع به کار میکند و در جذب بهاران استان موثر است. در دانشگاه آزاد اسلامی استان همدان بیش از ۱۵۰ آزمایشگاه فعال وجود دارد که برخی از آنها به لحاظ تجهیزات منحصر بفرد هستند. استادیوم دانشجویان می‌توانند از طریق سیستم همزمان از تجهیزات داخل آزمایشگاه‌ها برداشت هزینه اندک استفاده کنند. قائمی افزود: مراکز تحقیقاتی دانشگاه آزاد اسلامی به تازگی فعال شده است و در زمینه حرکت‌های اصلاحی، بیومکانیک طراحی بازیهای کامپیوتری، انرژی و معماری فعالیت میکنند و توانسته دوره‌های مورد نیاز واکسن تب کریمه کونگو و کیت تشخیص پاپیلوما انسانی را اختراع کند. ۳ مجله تخصصی با نامهای عرفیات، بیومکانیک و هفت حصار در دانشگاه آزاد اسلامی به صورت منظم چاپ میشوند. وی طرح‌های برون دانشگاهی را یکی از راه‌های ارتباط دانشگاه با صنعت دانست و گفت: دانشگاه آزاد اسلامی با اکثر ادارات استان تقاضای نامه‌های ارضا کرده است. به عنوان مثال اصناف، فنی و حرفه‌ای و...

استادیوم دانشجویان طرح‌های متعدد را از بخش‌های مختلف برای حل مشکلات داخل استان میگیرند تا با توان علمی خود در توسعه استان سهم مهمی داشته باشند. قائمی در پایان گفت: تربیت دانشجوی متخصص و متمیز از اهداف دانشگاه آزاد اسلامی است. برای رسیدن به این هدف برنامه‌های فرهنگی خوبی در دانشگاه اجرا میشود. مانند: اردوهای راهیان نور، اردوهای جهادی، یادواره شهدا و بحث برنامه‌های حیات طیبه

در کارگاه آموزشی «مدیریت برند و برندسازی» تصریح شد:

## لازمه برند شدن، متفاوت بودن است

**اصفهان - قاسم اسد:** در کارگاه آموزشی مدیریت برند و برندسازی که به همت مرکز توسعه سرمایه‌انسانی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد، متفاوت بودن شرط برند شدن عنوان شد. به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان محمود استقلال، مشاور عالی صادرات اتاق بازرگانی ایران مهم‌ترین ابزار شکار فرصت‌ها را داشتن برند دانست و افزود: امروز هر هنر اصلی کسب و کارها امروزه فرصت‌ها بوده و برند به معنای قالبی برای شکار فرصت‌هاست. با بیان اینکه لزوماً کیفیت و قیمت مناسب شرط فروش خوب نیست، تصریح کرد: برای مشتری امروز ارزش محصول، یعنی نسبت منافع به هزینه‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. استقلال با بیان اینکه ارزش توسط برند برای مشتری ایجاد می‌شود تأکید کرد: لزوماً برند شدن به واسطه داشتن کیفیت نبوده و شرط برند شدن، متفاوت بودن است. این مدرس دانشگاه افزود: برند به واسطه ارزشی که برای صاحبان کسب و کار ایجاد می‌کند، از اهمیت زیادی برخوردار است. وی توجیه به اینکه قرار است ارزش محصول در ذهن چه کسی ارتقا یابد نیز بسیار مهم است. وی در ادامه به ارائه نکاتی در خصوص فرایند برندسازی، اصول توسعه برند و جنبه‌ها و راهکارهای ساخت برند قدرتمند پرداخت.

رئیس روابط عمومی شرکت گاز خراسان رضوی:

## مصرف درست گاز طبیعی به معنای منع استفاده نیست

**مشهد- صابر ابراهیمی:** رئیس روابط عمومی شرکت گاز خراسان رضوی گفت: تأکید بر مصرف بهینه و صحیح گاز طبیعی به معنای استفاده نکردن از وسایل گرمایشی همانند بخاری و... نیست، بلکه به معنای مدیریت درست مصرف است. حسن خیراندیش با اعلام این مطلب اظهار کرد: در پی بردود هوا با ملد گرمی جریان هوای سرد در اکثر نقاط استان، مصرف گاز طبیعی در روز سه‌شنبه ۲۴ دی ماه امسال به ۵۵ میلیون مترمکعب رسید که این رقم در نوع خود یک رکورد تاریخی جدید محسوب می‌شود. وی با اشاره به لزوم مصرف صحیح و بهینه گاز طبیعی توسط شهروندان در روزهای سرد افزود: مصرف بهینه و درست به معنای ریاضت و سختی، یا خاموش کردن وسایل گرمایشی نیست، بلکه رعایت دمای رفاه، بکارگیری سیستم گرمایشی استاندارد و مناسب با فضای محیط، زیاده نکردن شعله بخاری، خاموش کردن وسایل گرمایشی اتاق‌های بدون استفاده، درزبندی پنجره‌ها و استفاده از پوشش گرم در منزل از نکات ساده و مورد تأکید است که سهم بالایی در مدیریت مصرف این نعمت الهی دارد. سخنگوی شرکت گاز استان ادامه داد: وجود هرگونه ترک در دودکش بخاری یا دیگر وسایل گرمایشی نیز می‌تواند مقدار زیادی از انرژی را هدر دهد. دودکش بخاری، آبگرمکن و... را سالی یک بار بررسی کنید و اگر شکستگی در آن مشاهده کردید فوراً آن را تعویض کنید. خیراندیش گفت: دمای آبگرمکن هم باید روی ۶۰ درجه سانتی‌گراد حدی کمتر تنظیم شود. آبگرمکن‌های قدیمی و آنهایی که برچسب مصرف انرژی‌شان در رده C یا پایین‌تر است، سوخت زیادی را هدر می‌دهند. به گفته این مقام مسئول، نصب غیر اصولی وسایل گازسوز، مسدود بودن مسیر دودکش، نداشتن کلاک H شکل، عدم تأمین اکسیژن مورد نیاز وسایل گاز سوز، استفاده از وسایل غیر گرمایشی نظیر اجاق گاز و پلوپز برای گرمایش و استفاده نکردن از شیلنگ و بست استاندارد از عوامل بروز حوادث مربوط به گاز طبیعی است که باید مورد توجه جدی شهروندان قرار گیرد. وی یادآور شد: مرکز ارتباطات مردمی شرکت گاز خراسان رضوی با شماره ۳۷۰۲۰۷۰۴ آماده شنیدن انتقادات و پیشنهادات شهروندان در حوزه‌های مختلف گاز طبیعی است.



# یک هزار و ۳۶۳ روستا از خدمات شرکت آذربایجان شرقی بهره مند هستند

مدیرعامل این شرکت:



**تبریز - ماهان فلاح:** مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی آذربایجان شرقی جمعیت تحت پوشش این شرکت را ۸۹۹ هزار و ۳۸۱ نفر در قالب ۲۱ شهرستان عنوان کرد. مهندس علیرضا ایمانلو، اظهار کرد: تعداد یک هزار و ۳۶۳ روستا نیز در سطح استان از خدمات شرکت آبفا آذربایجان شرقی بهره مند هستند. وی تعداد روستاهایی که فاقد شبکه هستند ولی آبرسانی به آنها بصورت سیار انجام می‌شود نیز ۲۷ روستا اعلام کرد و گفت: در حال حاضر تعداد ۱۰۴ مجتمع نیز در سطح استان خدمات رسانی دارند که در این میان مجتمع آبرسانی شهید لشگری کلیدر با پوشش آبرسانی به ۹۶ روستا، بزرگترین مجتمع آبرسانی استان محسوب می‌شود. ایمانلو همچنین تعداد کل مشترکان شرکت آب و فاضلاب روستایی را ۳۱۲ هزار و ۶۶۹ مشترک اعلام کرد و افزود: از این میزان ۲۹۹ هزار و ۵۸۸ مشترک، خانگی و تعداد ۱۴ هزار و ۷۱ مشترک هم غیر خانگی هستند. وی ادامه داد: شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی از یک هزار و ۲۴۵ منبع مختلف در سطح استان، آب استحصال و برای یک هزار و ۳۶۳ روستا تأمین آب می‌کند. وی سهم منابع آب را ۸۰ درصد مربوط به چاه، چشمه، قنات، رودخانه و چاه های اجاره‌ای از کشاورزان و اشخاص، ۱۱ درصد از شرکت آب

تقاضای مدیر عامل توزیع نیروی برق مازندران:

## مشترکین ۲۰ درصد کمتر مصرف کنند



توزیع نیروی برق مازندران با بیان اینکه این اقدام توسط وزارتخانه‌های نفت و نیرو

**ساری - دهقان:** مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران گفت: با توجه به بردود و سرمایه‌ها و افزایش بی‌سابقه مصرف گاز و انواع انرژی در کشور و محدودیت تأمین سوخت نیروگاه‌ها خواهشمند است به‌منظور پیشگیری از قطع برق مشترکین حتی المقدور نسبت به کاهش حداقل ۲۰ درصد مصرف برق و گاز خود از امروز تا دوهفته آینده همکاری کنید.

رضا غفاری با بیان اینکه مشترکین مازندران تا دو هفته آینده ۲۰ درصد کمتر مصرف کنند، اظهار کرد: با مصرف صحیح برق می‌توان در مصرف گاز نیز صرفه جویی کرد چراکه بخش عمده سوخت نیروگاه‌های کشور از گاز طبیعی تأمین می‌شود. وی با اشاره به اینکه به مشترکان خوش مصرف برق و گاز پاداش پرداخت می‌شود، تصریح کرد: پاداش توسط شرکت‌های برق و گاز به مشترکانی که نسبت به کاهش مصرف خود اقدام می‌کنند، پرداخت خواهد شد. مدیرعامل شرکت

## نشست کمیته پدافند غیر عامل شرکت توزیع برق بوشهر برگزار شد

کارشناسان مربوطه صورت پذیرد. وی ادامه داد: برای اجرا طرح فہام و کنترلهای هوشمند و همچنین قبض سبز راهکارهای مورد نیاز در نشست کمیته پدافند غیر عامل شرکت برق ارائه شد. وی افزود: در ارتباط با مراقبت‌های ویژه از مرکز دیسپاچینگ نیز مقرر شد ساز و کارهای لازم پیش‌بینی شود. مدیر کل مدیریت بحران و پدافند غیر عامل شرکت توزیع نیروی برق گفت: در ارتباط با استفاده از دیزل ژنراتورهای اضطراری برق در شرایط بحرانی ساز و کار لازم برای استفاده از این منبع تأمین انرژی انجام شده است. علیرضا خیامی: در ارتباط با زیرساخت‌های مورد نیاز ارائه خدمات راه دور به مشترکان و لزوم تقویت و کنترل ایمنی بسترهای خدمات رسانی در این حوزه مطالبی بیان نمودند.



و دیسپاچینگ برای شرایط بحرانی بایستی پیش بینی لازم با حضور

**بوشهر - خبرنگار فرصت امروز:** نشست کمیته پدافند غیر عامل شرکت توزیع برق بوشهر برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر، نشست کمیته پدافند غیر عامل شرکت توزیع نیروی برق بوشهر با حضور مدیر کل بحران و پدافند غیر عامل شرکت توزیع نیروی برق گردید. مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق در این رابطه اظهار داشت: با توجه به ضرورت حفظ آمادگی کامل جهت مقابله با هرگونه شرایط غیر عادی لازم است دیزل ژنراتور دستگاه‌ها و اجرائی و نهادهای خدمات رسانی سرویس و آماده در مدار قرار گرفتن باشند. ادرشیر مذکوری بیان کرد: در ارتباط با تمهیدات سایبری در زمینه تأمین انرژی برق ضمن حفظ آمادگی کارکنان فناوری اطلاعات

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان در اولین جشنواره نظام پیشنهادات شرکت:

## نظام پیشنهادات موجب تقویت روحیه مثبت اندیشی کارکنان است

که نظر همکاران در یک کانال خوب و سازنده قرار گیرد تا از این ظرفیت به درستی استفاده شود زیرا بی تفاوتی کارکنان نسبت به مجموعه عامل سقوط است و با حضور افراد جدید در تصمیم‌سازیها تفکرات جدیدی به سیستم وارد خواهد شد. سید رضا پورشمیان معاون برنامه ریزی و منابع انسانی شرکت آب و فاضلاب استان گیلان با اشاره به اینکه وی‌وکر، معاونت برنامه ریزی از دو اصل سرچشمه می‌گیرد افزود: همسویی و تعامل با ارکان شرکت آب و فاضلاب روحیه مشارکتی در بین کارکنان از اصول برنامه‌های این حوزه است. وی همچنین اظهار داشت: در تحقیقات و پژوهش نیز نگاه به سمت پروژه‌های کارگامی است و استفاده از توانمندی همکاران و مراکز علمی و اساتید مجرب و حمایت از شرکت‌های دانش بنیان در دستور کار می‌باشد. معاون برنامه ریزی شرکت آب و فاضلاب استان گیلان یادآور شد: منابع انسانی محور توسعه است و افتخاراتی که کسب شده حاصل زحمات تمامی کارکنان است و امیدواریم با مشارکت حداکثری کارکنان در ارائه پیشنهادات، نظام پیشنهادهای به جایگاه اصلی خود برسد.

**رشت - زینب قلیپور:** اولین جشنواره نظام پیشنهادات با حضور جمعی از کارکنان این شرکت با هدف تشریح فعالیت‌های این حوزه و تجلیل از پیشنهادات برگزیده به همت معاونت برنامه ریزی و منابع انسانی شرکت آب و فاضلاب استان گیلان برگزار شد. سیدمحسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان با اشاره به اینکه انتقاد باید به شیوه درست بیان شود تا اعتماد به نفس کارکنان حفظ شود تصریح کرد: مجموعه شرکت همچون یک تیم است که همیشه در معرض فضاوت است و شرکنی موفق خواهد بود که انتقادات و پیشنهادات باعث افزایش توان و انرژی کارکنان شرکت مجموعه گردد. وی با بیان اینکه مشارکت همکاران در ارائه پیشنهادات موثر نشان دهنده توانمندی شرکت است اظهار داشت: باید از این پتانسیل استفاده مطلوب داشت و با تعریف و تشریح کار و تلاشی که در مجموعه انجام می‌شود روحیه مثبت اندیشی کارکنان را تقویت نمود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گیلان با تأکید بر اینکه اتفاقات خوب و موثر شرکت باید اطلاع رسانی گردد تصریح کرد: هدف از برگزاری این



افزود: دشمن و بخصوص آمریکا علیه نظام هراقدامی می‌توانست انجام داد، از جنگ اطلاعاتی، فرهنگی و نیابتی گرفته تا هرکاری که نظام ما را درگیر کند، اما این نظامی که متوسل به اهل بیت است در چهلمین سال انقلاب خود به

معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار آذربایجان شرقی:

## هزاران نفر از مردم استان با رهبر معظم انقلاب دیدار می‌کنند



مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان :

## از ابتدای سال جاری تاکنون ۱۳۴ کیلومتر مدار خط به شبکه برق منطقه ای خوزستان اضافه شد

و مورد بهره برداری قرار گرفت. وزیر انرژی سرمایه‌گذاری این پروژه را ۳۰۷ میلیارد ریال اعلام کرد. مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان افزود: تأمین ۲۶ مگاواتی برق موقت شرکت نفت مناطق نفت خیز جنوب و بازرگانی گاز پازنسان، احداث خطوط خروجی ایثار جهت بارگیری از پست در زمان برقداری، ایجاد رنگ بین پست های انتقال ایثار، امیدیه ۱، کرتیج، جازبان و آقاجاری و تغییر تغذیه پست ۱۲۲ کیلو ولت آقاجاری از ترمین ترانزیت ایثار بهره برداری از احداث ورود و خروج خط ۱۲۲ کیلو ولت جازبان - کرتیج بوده است.



مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان :

**اهواز - شبنم قچاوند:** مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با بیان اینکه عملیات احداث ورود و خروج یک مدار از خط ۱۳۲ کیلو ولت جازبان - کرتیج به پایان رسید، تصریح کرد: با انجام این پروژه از ابتدای سال جاری تاکنون ۱۳۴ کیلومتر مدار خط به بخش انتقال و فوق توزیع شبکه تحت نظارت این شرکت افزوده شد. محمود دشت بزرگ در خصوص عملیات احداث ورود و خروج یک مدار از خط ۱۳۲ کیلو ولت جازبان - کرتیج، اظهار داشت: این عملیات در پست ایثار به طول ۲۸ کیلومتر مدار به پایان رسید







### حذف این عادت‌ها در افزایش بهره‌وری رهبران کاری موثر است

ترک عادت برای هیچ‌کس آسان نیست، اما این عادت‌ها می‌توانند آینده شغلی و کسب و کار شما را تخریب کنند. حتی عنوان بهترین رهبران کاری نیز نمی‌تواند از گسترش این عادت‌های بد جلوگیری کند. شما به عنوان کسی که مدیریت یک کسب و کار را به عهده دارید، می‌توانید از همین امروز نسبت به کنار گذاشتن این عادت‌ها که ما بیان می‌کنیم، اقدام کنید:

#### کار کردن بی‌وقفه

شاید در ظاهر به نظر برسد که شما سخت کار می‌کنید، اما نتیجه مطالعات گوناگون نشان می‌دهد که کار کردن بی‌وقفه، بدون زمان‌های استراحت، باعث کاهش بهره‌وری شما می‌شود. در عوض می‌توانید زمان‌های استراحت موثری را در طول روزهای کاری برای خود برنامه‌ریزی کنید تا بالاترین بازده را داشته باشید. بعد از اینکه مدت‌زمانی را به صورت متمرکز کار کرده‌اید، مدت کوتاهی را به خود استراحت دهید. برخی معتقدند که ۵۲ دقیقه کار بی‌وقفه، به ۱۷ دقیقه استراحت نیاز دارد. برای مثال، بعد از این ۵۲ دقیقه از میز خود فاصله بگیرید و دور دفتر خود کمی راه بروید، به همکاران خود سر بزنید، یک فنجان چای بنوشید و دوباره پشت میز خود بنشینید.

#### عدم استراحت و خواب کافی

همه ما می‌دانیم که خواب کافی برای حفظ سلامتی، امری حیاتی است، با این حال بسیاری از افراد، این روزها به بی‌خوابی عادت کرده‌اند. در این میان رهبران کاری نیز وجود دارند که گاهی اوقات، در دفتر کار خود به خواب می‌روند. داشتن خواب کافی نیز همانند زمان‌های استراحت، برای افزایش بهره‌وری در درازمدت، ضروری است. بنابراین، به جای اینکه تمام طول شب را برای به پایان رساندن پروژه‌های خود، بیدار بمانید، به رختخواب رفته و به آرامی بخوابید.

#### نادیده‌گرفتن بازخوردهای کارکنان

رهبر خوب بودن به این معناست که بتوانید بازخوردهای کارکنان خود را به راه حل‌های موثر و مثبت تبدیل کنید؛ فرقی نمی‌کند که این بازخوردها تا چه اندازه مفید یا غیرمفید هستند، در هر صورت باید آنها را جدی بگیرید. شما مجبور نیستید که تمامی پیشنهادات آنها را اعمال کنید، اما تحت هر شرایطی باید بازخوردهای آنها را جدی بگیرید و اجازه دهید که حرف‌های آنها شنیده شود. اگر در انجام این امر سهل‌انگاری کنید، به مرور روابط شما با کارکنان تیره و تار خواهد شد. این یکی از مهم‌ترین عادت‌های اشتباهی است که باید هرچه زودتر کنار بگذارید.

#### هدر دادن وقت با انجام کارهای غیر ضروری

اگر تمام روز را به مرتب کردن میز، چک کردن ایمیل‌ها، برنامه‌ریزی برای افزایش بهره‌وری و یا حتی به‌کارگیری ابزار/اپلیکیشن/سیستمی که می‌تواند زندگی شما را تغییر دهد، بردازید؛ احتمالاً احساس می‌کنید که بهره‌وری بالایی داشته‌اید، اما به یاد داشته باشید که این کارها در عمل به معنای «بهره‌وری بی‌بهره» شناخته می‌شوند. همه ما می‌دانیم که اینباکس ایمیل و میز کار به مرتب شدن نیاز دارند، اما از این کارها به عنوان پنهان‌های برای اجتناب از وظایفی که باید به سرانجام برسانید، استفاده نکنید.

#### عدم واگذاری برخی کارها به دیگران

گاهی اوقات باید زمان گذشته و نگاه دقیقی به جریان کار ببندازید و از خود پرسید: «آیا به اندازه کافی، کار را به دیگران واگذار می‌کنید؟» اگر نه، دلیل آن چیست؟ اگر به دنبال ریشه این دلیل باشیم، احتمالاً به این نتیجه می‌رسیم که احتمالاً به کارکنان خود اعتماد ندارید. برای رفع این مشکل، هرچه سریع‌تر اقدام کنید.

#### عدم سرمایه‌گذاری برای تکنولوژیکی کردن محیط کار

گاهی اوقات، حجم گسترده فرآیندهای اتوماسیون و تکنولوژی در محیط کار می‌تواند خسته‌کننده باشد، با این حال نمی‌توان نیاز به آنها را نادیده گرفت. باید به این فکر کنید که چه چیزی می‌تواند تاثیر بهتری در کسب و کار داشته باشد و منابع خود را برای به‌کارگیری ابزارهایی سرمایه‌گذاری کنید که می‌تواند روند کار را آسان‌تر کند. فراموش نکنید که هیچ‌وقت برای ترک عادت‌های اشتباه دیر نیست؛ از همین حالا شروع کنید.

منبع: [inc/ucan](http://inc/ucan)

### بهترین عادت‌های روزمره از زبان مدیر کمپانی موفق Burn Boot Camp

برخی عادت‌های روزانه برای افراد موفق و پولدار مشترک است، پس ما هم می‌توانیم این عادت‌ها را در زندگی خود به وجود آوریم. در ادامه با یوکن همراه باشید تا عادات روزمره را از زبان مدیر میلیون Burn Boot Camp بشنویم. افراد موفق معمولاً رفتارهای مشابه دیگران ندارند، بلکه آنها برخی عادت‌ها را در زندگی خود به وجود آورده و همیشه رعایت می‌کنند. دوان کلاین (Devan Kline)، مؤسس و مدیرعامل کمپانی Burn Boot Camp است؛ کمپانی که در حوزه تناسب اندام فعالیت دارد و سرمایه آن در سال ۲۰۱۵ میلادی در حدود ۴۵ میلیون دلار بوده است. مؤسس میلیون Burn Boot Camp از تعدادی عادت روزمره خود پرده برداشته که برای دستیابی به موفقیت نیاز است. البته نباید از تمام عادت افراد موفق تقلید کرد، اما دانستن این عادت‌ها به ما کمک می‌کند تا از آنها الهام بگیریم.

#### صبح زود و با حالت سپاسگزاری از خواب بیدار شوید

یکی از مواردی که به افراد موفق کمک می‌کند تا از دیگران پیشی بگیرند، صبح زود بیدار شدن است. علاوه بر آن، تجسم ثروتمندبودن از راهایی است که شما را به درآمد و استقلال مالی می‌رساند. باید بدانید ثروت از درون شما نشأت می‌گیرد. پس همان ابتدای صبح با حالت سپاسگزاری و قدردان بودن، از رختخواب بلند شوید. شاید داشتن یک خانواده خوب، شغل پردرآمد، سلامت و... به چشم‌تان نیاید، اما سپاسگزاری از این نعمت‌ها، سبب نشاط و سرحالی‌تان خواهد شد.

#### فقط انرژی مثبت دریافت کنید

به جای اینکه به موسیقی غمگین گوش دهید و به سراغ فیلم‌های تأسفانگیز بروید، روحیه خود را با تماشای سریال‌های انرژی‌بخش بالا ببرید. به یادکست‌های الهام‌بخش گوش دهید و روز خود را با محتوای مثبت شروع کنید. وقتی شما در حال تماشای مضامین منفی و بی‌فایده هستید، مشتریان در حال خرید کردن از رقیبان‌تان هستند.

#### ضربان قلب‌تان را بالا ببرید

انرژی و هیجان از درون شما نشأت می‌گیرد. با انجام ورزش‌های سنگین اول صبح، ضربان قلب و متابولیسم بدن‌تان را افزایش دهید. یادتان باشد تصمیمات مهم زندگی را وقتی بگیرید که مغز و بدن‌تان بیشترین انرژی ممکن را دارد.

#### به اهداف خود رسیدگی کنید

هر روز به دنبال تحقق اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت‌تان باشید و تلاش کنید آنها را ارتقا دهید. می‌توانید هر روز سرنوشت خود را متحول کنید. یادتان باشد تصمیمات و اهداف شما، نشان‌دهنده شخصیت‌تان هستند.

#### برای خانواده‌تان وقت بگذارید

خانواده مهم‌ترین تأثیر را روی زندگی ما دارند. پس لازم است ساعاتی از روز را به خانواده اختصاص دهیم. مدت این زمان اهمیت ندارد، بلکه مهم تمرکز شماست که نشان از اهمیت خانواده در ذهن‌تان دارد.

#### برای روز بعد برنامه‌ریزی کنید

قبل از پایان روز، دستاوردهایی که برای روز بعد پیش‌بینی می‌کنید را بنویسید. نتایج مورد انتظار‌تان را به گونه‌ای بنویسید که به شما انرژی دهند. با این روش خواب خوبی دارید و برای انجام مسئولیت‌های‌تان اشتیاق کافی خواهید داشت. حقیقت این است، نوشتن کمک می‌کند تا ضمیر خودآگاه و ناخودآگاه شما به طور هم‌زمان روی اهداف‌تان تمرکز کنند.

#### حوزه تمرکز خود را مشخص کنید

برخی کارها هستند که تنها شما توانایی انجام آنها را دارید. پس تمرکز کامل خود را روی این کارها بگذارید و برای به‌کارگیری مهارت‌های‌تان در این بخش تلاش کنید.

منبع: [inc/ucan](http://inc/ucan)



## آگهی فراخوان ارزیابی کیفی



نوبت دوم

**شرکت نفت فلات قاره ایران** در نظر دارد نسبت به انجام ارزیابی کیفی جهت خرید/تامین کالای مورد نیاز خود از طریق مناقصه عمومی دو مرحله‌ای اقدام نماید. بدینوسیله از شرکت‌هایی که سابقه و توانایی ارائه پیشنهاد را دارند جهت شرکت در فراخوان ارزیابی کیفی دعوت بعمل می‌آید.

۱- شماره مناقصه: FLS-۹۸۴۰۱۲۴-FL/MK

۲- موضوع مناقصه: «فنس و سیم خاردار»

۳- آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی ۵ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم

۴- آخرین مهلت ارائه پیشنهادات مناقضیان ۱۴ روز از تاریخ آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی می‌باشد.

۵- توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی شرکت در فرآیند ارجاع کار به مبلغ ۲۸۰/۲۵۰/۰۰۰ ریال (دویست و هشتاد میلیون و دویست و پنجاه هزار ریال) با اعتبار ۳ ماهه و قابل تمدید برای یک دوره مشابه در صورت کسب حداقل امتیاز قابل قبول / یا واریز نقدی مبلغ مذکور.

۶- مناقضیان می‌توانند مدارک ارزیابی کیفی را در روز آگهی نوبت اول از سایت اینترنتی این شرکت به نشانی [WWW.IOOC.CO.IR](http://WWW.IOOC.CO.IR) بخش مناقصات تهیه نمایند.

۷- مناقضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با کارشناس پرونده به شماره ۲۳۹۴۲۶۶۱-۰۲۱ تماس حاصل نمایند.

۸- محل ارسال پیشنهادات: تهران، خیابان ولیعصر (عج)، بالاتر از مسجد بلال، نرسیده به تقاطع مدرس، خیابان خاکزاد، پلاک ۱۲، طبقه ۹، اتاق ۱۶-۹، کمیسیون مناقصات.

۹- مناقصه گرانی که از ابتدای سال ۱۳۹۷ در مناقصات مشابه (در حدود مناقصه حاضر) توسط شرکت نفت فلات قاره ایران ارزیابی و حداقل امتیاز لازم را کسب نموده‌اند نیازی به ارائه مجدد مدارک نداشته و صرف تکمیل جداول ارزیابی و اعلام آمادگی کتبی آنها در موعد مقرر جهت شرکت در مناقصه کفایت می‌کند.

- تکمیل جداول ارزیابی الزامی می‌باشد. عدم تکمیل جداول منجر به رد کیفی پیشنهاددهندگان می‌گردد.

روابط عمومی شرکت نفت فلات قاره ایران

شماره مجوز ۶۵۴۱-۱۳۹۸

۵۳



سازمان آگهی‌ها

۸۶۰۷۳۱۴۳