

فصلنامه

اقتصاد مردمی

سال دوم / شماره ۴ / بهار ۱۴۰۳

نشریه داخلی هلدینگ اقتصادی نیک اندیشان

در این شماره می خوانید:

زمان خوار از زمین خوار بدتر است!
قوانین معجزه گر
هشتر لحظاتی که زندگی نکرده ایم!
نظریه پنجره شکسته
بازارچه های مرزی
داستان مدیریت شیر و مورچه
و ...

میز
گفتگو



مصاحبه اختصاصی با سید علی رضا عبدالهی
مدیر دیجیتال مارکتینگ شرکت یاس نوین پارسه



سال ۱۴۰۳

جشن تولد پادشاهیت مردم

فهرست نامه

- ۲ سخن مدیر مسئول
- ۳ گروه اقتصاد مردمی
- ۴ نوسانات قیمت ها در قرارداد
- ۵ نکات طلایی برای تربیت فرزند صالح
- ۶ NLP چیست؟
- ۸ زمان خوار از زمین خوار بدتر است
- ۱۰ ضرب المثل های مدیریتی عجیب از سراسر دنیا
- ۱۱ باغبان یا نجار؟
- ۱۲ سرگذشت بیک
- ۱۴ رابطه خلاقیت و افزایش سن
- ۱۵ بی شرمانه زیستن
- ۱۶ خبرنگار نامه
- ۱۸ بازارچه های مرزی
- ۲۰ زنجیره مشارکت مردمی دیجیتال (زمرد)
- ۲۲ قوانین معجزه گر
- ۲۴ شورشی ها پیتزا سرو می کنند
- ۲۵ نظریه پنجره شکسته
- ۲۶ هنر، لحظاتی که زندگی نکرده ایم!
- ۲۸ اهمیت صادرات با نگاه فراملی
- ۳۰ فیشینگ و نحوه جلوگیری از آن
- ۳۳ داستان مدیریت شیر و مورچه
- ۳۴ میز گفتگو
- ۳۶ کانون ارزیابی و توسعه
- ۳۸ فریمورک بولزای
- ۴۰ شما هم برای ما بنویسید

نیک اندیشان بازرگان
پارسه



صاحب امتیاز :
هلدینگ نیک اندیشان بازرگان پارسه
مدیر مسئول :
دکتر میرمهیار میرصالح پور
گرافیک و صفحه آرایی :
فرهاد مقرب / چاپ پودات
ویراستاری :
دکتر احسان افسری / امید بهرامی / فرهاد مقرب
چاپ و صحافی : پودات
نشانی : تهران، خیابان انقلاب، قبل از خیابان ایرانشهر،
خیابان شهید موسوی، پلاک ۳۰
تلفن: ۸۸۸۱۴۵۶۶ (۰۲۱)



سخن مدیرمسئول



ما از مطالعه کردن (خواندن مجله تخصصی) اهدافی را دنبال می کنیم؛ ارتقاء توانمندی ها، ارتقای کیفیت کار، ارتقای سطح زندگی، بهبود رابطه، افزایش درآمد و ... می تواند از جمله اهداف ما از مطالعه کردن باشد. چه به شکل انفرادی و چه به شکل گروهی (کتابخوانی) می بایست اهداف ما از مطالعه روشن باشد و برای رسیدن به هدفی که داریم نیاز به یک مسیر دقیق، نقشه درست و شاید یک راهنما داشته باشیم که یکی از بهترین راهنماها کتاب است. همه ما با اولویت و اولویت بندی آشنا هستیم که ترجمه کلمه Priority است اما واژه Postreinrity نیز استفاده می شود که سخت است معادل فارسی برای آن گذاشت و شاید بهتر باشد آن را تعریف کنیم و سپس واژه ای برای آن انتخاب کنیم.

"هرکس باید فهرستی از کارهایی که نمی خواهد انجام دهد یا کارهایی که می خواهد کنار بگذارد داشته باشد" که شاید بد نباشد به آن بگوییم: ضد اولویت ها یا اولویت های معکوس.

برخی امور که باید در اولویت قرار بگیرند و منابع محدودمان (زمان، انرژی، پول، اعتبار اجتماعی و بهترین افرادمان) را به آن تخصیص دهیم، اما مسأله اینجاست که همه آنها محدودند. اینجاست که ما احتیاج داریم که ضد اولویت ها را مشخص کنیم تا منابع محدود ما آزاد شود برای اولویت هایمان. ما می بایست سعی کنیم کارهایی که ضد اولویت هستند را فهرست کنیم، کارهایی که باید متوقف شوند، کارهایی که هرگز شروع نکنیم و کارهایی که بصورت استراتژیک به تعویق بیاندازیم. این موارد لزوماً بد نیستند که اگر بد بودند اصلاً نیاز به تقسیم نبود. اما منظور شروع کارهای با اولویت بالاتر هستند. ما معمولاً اولویت ها را می نویسیم و جا برای برخی کارها نداریم.

بیایید با هم ضد اولویت ها را بنویسیم و حذف کنیم تا جا برای اولویت های جدی باز نماییم که می توانند به مطالعه، نوشتن یک مقاله یا خواندن یک کتاب سمت و سو دهند و بدانیم بدون ضد اولویت ها، اولویت ها معنادار نیستند. طبق گزارش ارسالی واحد روابط عمومی در این شماره رکورد ۴۰٪ افزایش ارسال مقالات را داشته ایم که نشان دهنده بلوغ سازمانی است. لذا بر خود لازم می دانم از همه افرادی که در تهیه مجله به هر نحوی مشارکت نموده و همچنین تیم روابط عمومی گروه کمال تشکر و قدردانی را داشته باشم و با توجه به زمان چاپ مجله که نیمه خرداد ماه است جمله ای از امام خمینی (ره) را به عنوان سخن پایانی در زمینه کتابخوانی ارائه نمایم.

«با اراده و عزم راسخ خود به طرف علم و عمل و کسب دانش و بینش حرکت نمایید که زندگی زیر چتر علوم و آگاهی آنقدر شیرین و انس با کتاب و قلم و اندوخته ها آنقدر خاطره آفرین و پایدار است که همه تلخی ها و ناکامی های دیگر را از یاد می برد»

موفق و سرافراز باشید/ میرمهیار میرصالح پور/

گروه اقتصاد مردمی / از مردم برای مردم



شرکت کرانه نیلگون افق

افزایش بهره وری در مزارع کشاورزی از طریق دانش های روز در امر کشاورزی و برگزاری رویداد در جهت انتشار



شرکت یاس نوین پارسه

پایدارسازی شغلی از طریق تکمیل زنجیره ارزش (جمع آوری، استانداردسازی، بسته بندی، برندینگ، بازاریابی و فروش)



شرکت بین المللی نگار نصر

شناسایی، آسیب شناسی و تکمیل زنجیره ارزش با محوریت اقتصاد دریا



شرکت رشد پایدار ایرانیان

افزایش بهره وری در دام سبک از طریق بهبود و استانداردسازی فرایند تولید بهینه





نوسانات قیمت‌ها در قرارداد

گردآورنده: میثم سیاوشی



در شرایط کنونی قراردادهای و تعهدات، تحت تأثیر شدید شرایط اقتصادی کشور قرار گرفته و افزایش روزافزون قیمت و عدم ثبات در بازار منجر به ضرر شدیدی به متعهد یا متعهدین قراردادی گردیده است که باید آن را جبران نمایند. با وجود این، گاه اجرای دقیق تعهد با توجه به گذشت زمان و تغییرات غیرقابل پیش‌بینی مقدور نمی‌باشد. چه بسا متعهد را دچار دشواری غیرقابل تحمل می‌کند و او را به ورطه سقوط اقتصادی می‌کشاند. حال سؤال این است که آیا تعهد این افراد با توجه به نوسانات شدید اقتصادی همچنان الزام‌آور است یا با توجه به تغییرات اوضاع و احوال می‌توان آنها را تغییر داد؟ هر چند در برخی محاکم این فرایند را تبدیل تعهد تلقی نموده و تعدیل آن را مجاز نمی‌دانند؛ به دلیل مزایای قابل توجه تعدیل قرارداد از جمله سازگاری با خواست طرفین و واقعیات تجاری در قراردادهای درازمدت، این ظرفیت بر فسخ قرارداد ترجیح دارد، اگر قرارداد متضمن تعهد بلندمدت باشد یا متضمن خرید ارزی باشد، بهتر است متعهد نوسانات قیمت‌ها را در قرارداد پیش‌بینی کند یا اصلاً ذکر شود مبلغ قرارداد مقطوع بوده و مشمول تعدیل نخواهد شد.

در نظام حقوقی ایران، اصل لزوم قراردادهای حاکم است و انعطاف و تفسیر شروط آن مگر به رأی داور، عملاً قابل پذیرش نیست. در هر حال بهتر است موضوع قابلیت یا عدم قابلیت تعدیل قیمت در قرارداد صراحتاً و به نحو شفاف تعیین تکلیف شود؛



نکات طلایی برای تربیت فرزند صالح

گردآورنده: محمد لطفی



رسول اکرم صلی الله علیه و آله می فرمایند: «به فرزندان خود احترام بگذارید و آنان را نیکو تربیت کنید.» همچنین امام علی علیه السلام می فرمایند: «حق فرزند بر پدرش این است که نام نیکو برای او برگزیند و به خوبی ادب و تربیتش کند و به وی قرآن بیاموزد.

تربیت فرزند به قدری مهم است که دین یکی از اهداف اصلی ازدواج را تربیت فرزندان صالح دانسته است. از نظر اسلام داشتن فرزند صالح یکی از بهترین اندوخته های دنیوی و اخروی انسان است. حتی در امر ازدواج باید توجه داشته باشید همسری که انتخاب می کنید مادر یا پدر آینده فرزندان شما است.

در حدیثی از پیامبر اکرم (ص) نقل شده است: هر کس فرزندش را ببوسد، خداوند عزوجل برای او ثواب می نویسد و هر کسی که او (فرزندش) را شاد کند، خداوند روز قیامت او را شاد خواهد کرد و هر کس قرآن به او بیاموزد، پدر و مادرش دعوت می شوند و دو لباس بر آنان پوشیده می شود که از نور آنها، چهره های بهشتیان نورانی می گردد.

در حدیث دیگری از پیامبر اکرم (ص) نقل شده است: وای بر فرزندان آخرزمان از پدرانشان؛ عرض شد: یا رسول الله، از پدران مشرک آنان؟ فرمودند: نه، بلکه از پدران مسلمانان که هیچ چیز از فرائض مذهبی را به کودکان خود نمی آموزند؛ و اگر فرزندان برخی از مسائل دینی را فراگیرند، آنان را از ادای این فریضه باز می دارند. آنان به این قانع اند که فرزندان شان متاع ناچیزی از دنیا به دست آورند. من از این قبیل پدران بیزارم.

معمولاً نفع کارفرما یا خریدار این است که قیمت به نحو مقطوع و ثابت ذکر شود؛ مثلاً در قرارداد درج شود که: «قیمت مندرج در این قرارداد به نحو مقطوع تعیین شده و نوسانات آتی به هر میزان که باشد تأثیری در مبلغ قرارداد نداشته و پیمانکار حق هر گونه ادعا را از خود سلب و ساقط نمود؛ در مقابل نفع فروشنده یا پیمانکار در پیش بینی امکان تغییر قیمت است، در قراردادهایی که مبلغ ارزی و پرداخت ریالی است فروشنده می تواند پرداخت های ریالی را به موجب قرارداد «علی الحساب» تلقی نماید؛ مثلاً در فرضی که شخص تعهد می کند کالایی را از خارج وارد و به خریدار بفروشد ممکن است در زمان فاصل قرارداد و دریافت وجه به ریال تا تأمین ارز لازم جهت واردات نرخ ارز افزایش زیادی داشته باشد و فروشنده متحمل زیان شود؛ لذا فروشنده می تواند در قرارداد چنین درج نماید که: مبلغ قرارداد یک میلیون یورو می باشد که خریدار ۷۰ درصد این مبلغ را همزمان با امضای قرارداد به صورت ریالی و علی الحساب پرداخت می نماید؛ در صورتی که در زمان تخصیص ارز توسط بانک مرکزی قیمت ریالی یورو افزایش یابد مابه التفاوت بر عهده خریدار است که باید ظرف سه روز به حساب فروشنده واریز نماید.»

در این خصوص پیشنهاد می گردد طرفین قرارداد از راهکارهای عملی بادقت نظر و بر مبنای تراضی طرفین در زمان انعقاد عقد استفاده نمایند و مصادیق را بررسی و در متن قرارداد اصلاح نمایند.

در غیر این صورت رویه حاکم بر دادگاه ها متفاوت از اراده طرفین تصمیم گیری می نماید و این ابهام، مسبب شرایط زیان آوری علیه یکی از طرفین می گردد.



NLP چیست؟

گردآورنده: فرهاد مقرب



وجود آورد. در این علم برنامه‌ریزی‌های شکل گرفته در ذهن، الگوهای رفتاری ما را تعیین می‌کنند. براین اساس NLP به ما کمک می‌کند تا مسائل حال حاضر خود را حل کنیم، همچنین به ما یاد می‌دهد که چگونه ذهنمان را برای موقعیت‌های دشوار پیشرو، برنامه‌ریزی کنیم و اینکه چطور از حداکثر ظرفیت مغز خود برای رشد و پیشرفت استفاده کنیم.

NLP مخفف سه واژه Neuro Linguistic Programming به معنای برنامه‌ریزی عصبی زبانی می‌باشد. مسئولیت برنامه‌ریزی در وجود ما برعهده قسمتی از فعالیت‌های ذهن به نام ضمیر ناخودآگاه می‌باشد. به طور خلاصه، تمامی اطلاعات دریافتی از حواس پنج‌گانه، در ضمیر ناخودآگاه یا همان بخش غیرارادی ذهن جای می‌گیرند. سپس ضمیر ناخودآگاه، کارپرداز این اطلاعات را انجام می‌دهد و نتیجه این پردازش، همان رفتارها، باورها، عادت‌ها و احساسات امروز ماست. ضمن آنکه این اطلاعات توسط یک‌زبان قابل‌فهم برای ذهن تفسیر شده‌اند. بر فرض اگر ما

قبل از اینکه بدانیم NLP چیست باید به این موضوع توجه داشته باشیم که بشر ذاتاً و فطرتاً تمایل به این دارد که در جنبه‌های مختلف زندگی به رشد و شکوفایی برسد و بتواند در طول زندگی خود نتایج و دستاوردهای بیشتری را کسب کند. تمایل به تغییر و تحول امری ذاتی است که خداوند در وجود بی‌نهایت انسان قرار داده است و تمامی منابع موردنیاز برای رسیدن به این اهداف و خواسته‌ها را نیز برای سیستم وجودی ما تعریف کرده است. زمانی انسان می‌تواند به این منابع بی‌نهایت دسترسی پیدا کند و توانمندی‌های خود را کشف کند که آگاهی و شناخت لازم را نسبت به اجزای وجودی‌اش به دست بیاورد، چراکه عدم شناخت درست مانع از دیدن منابع و به‌کارگیری صحیح آن‌ها می‌شود، هرچند منابع در دسترس و بی‌نهایت باشند.

NLP مجموعه‌ای از اصول، مهارت‌ها، تمرینات و تکنیک‌هایی است که می‌توان با استفاده از آنها، افکار، رفتار، عادت‌ها، هیجانات و باورهای انسان‌ها را مورد تحلیل قرارداد و تغییرات دلخواه را در آنها به



• برای رسیدن به هدف، ضمیر خودآگاه و ناخودآگاه باید همسو باشند.

این پیش فرض NLP اشاره به این موضوع می کند که ما توسط قدرت اندیشه و اراده (ضمیر خودآگاه) تصمیمی را می گیریم و به سمت هدف خود حرکت می کنیم، اما برای موفقیت حتماً باید ضمیر ناخودآگاه یا همان بخش احساسی وجودمان هم با این تصمیم موافق باشد وگرنه پس از مدتی دچار بی انگیزگی می شویم و هدف را رها می کنیم.

• منابع راه حل در همه افراد به اندازه کافی وجود دارد. بر اساس این پیش فرض NLP ریشه همه تغییرات هر شخص، در وجود خود اوست. تجربه، دانش، مهارت، آموخته ها و... همگی منابع نامحدودی را شکل می دهند که می توانند به موقع و در زمان مواجه شدن با مشکلات، مورد استفاده قرار گیرند. NLP بر این اعتقاد است که هیچ کس نمی تواند بر ما اثر بگذارد، مگر اینکه خودمان بخواهیم.

• ذهن و جسم بر یکدیگر اثر گذارند. (ریشه ۸۵٪ از دردها و بیماری های جسمی، ذهنی است)

این پیش فرض NLP بر این نکته تأکید دارد که ذهن و جسم کاملاً به هم پیوسته و مرتبط هستند. وقتی از لحاظ جسمی اوضاع خوبی نداریم و مثلاً شاید دچار سرماخوردگی شده باشیم، از لحاظ ذهنی هم به هم می ریزیم.

• شکست وجود ندارد و هر چیزی یک تجربه است. (راز طلایی نواغ)

باید باور کنید که شکست، هرگز وجود ندارد و هر عدم موفقیتی می تواند به عنوان تجربه ای ارزشمند در مسیر رشد تلقی شود. مسئله اصلی شکست نیست، مسئله اصلی زمان تسلیم شدن است.

شخصی هستیم که در ساعت مشخصی از شبانه روز به یکباره دچار ترس و دل شوره می شویم، این حالت ها به خاطر برنامه ریزی هایی است که در گذشته و در سیستم عصبی ما ایجاد شده است.

مثلاً وقتی کودک بودیم، یک روز پدر و مادر، ما را تنها گذاشته و از خانه خارج شده اند و دقیقاً در همان ساعت برق منزل هم رفته است و ما دچار ترس شده ایم. حالا امروز بدون اینکه آگاه باشیم، در همان ساعت مشخص (همان ساعتی که توسط ذهن، تفسیر به نگرانی شده است)، دچار ترس و دل شوره می شویم.

تکنیک های NLP عمل گرا هستند. این روش به جای تمرکز بر چرایی، بر چگونگی تمرکز می کند. چگونه می توانید به افکار و احساسات خود واکنش نشان دهید؟ در ادامه برخی از مهم ترین پیش فرض های NLP را با شما به اشتراک می گذاریم.

• نقشه، سرزمین نیست (این ره که تو می روی، به ترکستان است!)

این پیش فرض به ما می گوید که هر کدام از ما بر اساس یادگیری هایی که در گذشته داشته ایم، تصمیماتی را می گیریم و گمان می کنیم که اگر خوب برنامه ریزی کنیم حتماً به اهدافمان می رسیم، اما واقعیت چیز دیگری است.

• هر رفتاری دارای منظوری مفید و مثبت است. این پیش فرض NLP اشاره به این نکته دارد که تمامی رفتارها و عادت هایی که در حال حاضر داریم، به خاطر نیت های مفید و مثبتی است که در ضمیر ناخودآگاه ما وجود دارد، حتی اگر ما آن رفتار را نپسندیم. تکنیک های NLP به کشف منظورهای مفید و متقاعدسازی ضمیر ناخودآگاه در جهت تغییرات مورد نظر، کمک بسیاری می کنند.



زمان خوار از زمین خوار بدتر است!

گردآورنده: علی کوهی

چرا زمان خوار از زمین خوار بدتر است؟

زمین را می‌شود از زمین خوار پس گرفت؛ اما زمان خوار خودش هم بخواهد دیگر نمی‌تواند زمان را به شما برگرداند. زمین خواری جرم محسوب می‌شود و می‌توان زمین خوار را تحت پیگرد قانونی قرار داد، اما کسی به شکایت از زمان خوارها توجهی نمی‌کند.

زمین خواری را می‌توان فوری تشخیص داد و جلوی او را گرفت، اما زمان خوار جوری زمان می‌خورد که آب از آب تکان نمی‌خورد، زمین خوار منابع طبیعی و ملی را تصرف می‌کند؛ اما مستقیماً عمر و زندگی هیچ‌کس را تباہ نمی‌کند؛ ولی زمان خوار این کار را می‌کند.

زمین خواری کاری نیست که همه سراغش بروند و فقط عده خاصی این کار را می‌کنند، اما زمان خواری از هر کسی بر می‌آید و نمی‌توانید از هیچ‌کس آسوده‌خاطر باشید.

کسی از زمین خوار خوشش نمی‌آید و همه نفرینش می‌کنند،

اما بعضی‌ها زمان خوارها را خیلی دوست دارند و برایشان دست‌وپا می‌شکنند. زمین را می‌شود حصار کشید، می‌شود با تابلو و هشدار و اعلامیه و بخشنامه، محدوده ممنوعه را مشخص کرد، اما زمان... باید همیشه خودتان نگهبان زمانتان باشید و حواستان جمع باشد که در هر لحظه ممکن است زمان شما از سوی یک زمان خوار بزرگ و کهنه‌کار بلعیده شود.

کارهای زمان خوار:

برای این که دچار این کارها نشوید باید اولویت‌بندی داشته باشید؛ یعنی مشخص کنید که چه کارهایی ضروری‌تر و در زندگی شما مؤثرتر هستند؛ به ویژه کارهایی که فقط خودتان از عهده‌اش بر می‌آیید، پس تا وقتی که این کارها را انجام نداده‌اید سراغ کارهای دیگر نروید.

زمان خوارترین کارها، کارهایی هستند که نه تنها خودشان



نشان می‌دهد که زمان چه قدر لذیذ و خوش خوراک است! مکان‌های زمان خوار، جاهایی هستند که وقت شما در آنها بیش از جاهای دیگر هدر می‌رود و هیچ جوری نمی‌توانید استفاده‌ای از آن ببرید؛ البته این که آدم وقتش هدر برود یا نه خیلی به خود آدم بستگی دارد، می‌تواند کتابی همراه داشته باشد و مطالعه کند، می‌تواند با دیگران گفت‌وگو کند و از دانش و تجربه‌شان استفاده کند یا کارهای دیگر، اما به هر حال جاهایی هست که هیچ جور نمی‌توان در آن کار مفیدی انجام داد. مراقب باشید گرفتار چنین جاهایی نشوید. حداقل با پای خودتان به چنین جاهایی نروید.

از قبل درباره جایی که قصد دارید بروید بیندیشید و برای احتمال‌های مختلف و امکان هدر رفتن وقتتان آماده باشید. اگر نیاز است به وسایل لازم مجهز شوید. اگر از قدرت تمرکز بالایی برخوردار باشید می‌توانید در بدترین شرایط مکانی هم در ذهن خود معادله ریاضی حل کنید یا درس‌هایتان را مرور کنید.

آیا اشیاء هم زمان می‌خورند؟

جواب این سؤال را خودتان پیدا کنید. به وسایل خود نگاه کنید آیا به آنها می‌آید که زمان خوار باشند؟ بعضی از وسایل ممکن است به خاطر فرسودگی، سرعت شما را کند کنند و زمانتان را بخورند، اما بعضی وسایل هستند که انگار ساخته شده اند برای زمان خواری! امروزه اطراف ما پر است از این جور وسایل، می‌بینید؟

برای رهایی از این زمان خوارها باید قدرت نه گفتن به خودتان را افزایش بدهید. این اشیاء با قیافه‌ای حق به جانب و شبیه حیوان گرسنه‌ای که مدت هاست چیزی نخورده به شما نگاه می‌کنند. آنها با زبان بی‌زبانی از شما خواهش می‌کنند فقط چند لحظه‌ای روشنشان کنید. آنها منتظرند تا بی‌ارادگی شما را بینند تا اولین گاز را بزنند.

وقت شما را می‌گیرند و فایده‌ای ندارد؛ بلکه مجبور می‌شوید برای جبران آنها هزاران کار دیگر هم انجام دهید. همین‌طور کارهایی را که بیش از اندازه‌ای که ارزش دارند، زمان می‌خورید؛ مثلاً یک بازی ممکن است فایده‌هایی هم داشته باشد، اما معلوم نیست ارزش آن به اندازه وقتی باشد که به پایش می‌گذارید. البته یک کار زمان خوار دیگر هم هست که اصلاً کار نیست و آن بیکاری است. کارهایتان را فهرست کنید و از مهم‌ترین کار شروع کنید به انجام دادنشان، بیکار نمانید!

آدم‌های زمان خوار

بعضی آدم‌ها اشتباهی زیادی نسبت به زمان دارند؛ البته زمان دیگران. با کوچک‌ترین بهانه وارد زندگی و کار بقیه می‌شوند و آنها را به خود مشغول می‌کنند. آنها همیشه سر موقع می‌رسند؛ یعنی همان وقتی که نباید برسند؛ وقتی که برنامه‌ریزی کرده‌اید و می‌خواهید از وقتتان بهترین استفاده را بکنید از راه می‌رسند و زمان شما را به دندان می‌گیرند؛ البته حساب کسانی که به کمک شما نیاز دارند یا پدر و مادر فرق می‌کند. اما نسبت به بقیه، وقتی مشغول کار هستید، همه را زمان خوارهای بالقوه فرض کنید و اجازه ندهید سر صحبت را باز کنند.

با قاطعیت و سرسختی در رعایت نظم و زمان‌بندی‌تان، به دیگران نشان دهید که جز در وقت مناسب، چیزی از وقت گران‌بهای شما به آنها نمی‌رسد. بگذارید دیگران به نظم شما عادت کنند نه شما به بی‌نظمی دیگران!

وقتی با نگهداری زمان خود به موفقیت برسید همان کسانی که بدشان نمی‌آمد زمان شما را نوش جان کنند، تحسینتان خواهند کرد.

مکان‌های زمان خوار

شاید باور نکنید؛ اما حتی مکان‌ها زمان می‌خورند. این



ضرب المثل های مدیریت عجیب از سراسر دنیا

گردآورنده: دکتر احسان افسری

جامائیکا:

قبل از آنکه از رودخانه عبور کنی، به تمساح نگو «دهن گنده». تفسیر: تا وقتی به کسی نیاز داری، او را تحمل کن و با او مدارا کن.

روسی:

بشکه خالی بلندترین صدا را ایجاد می کند.

تفسیر: هیاهو و ادعای زیاد نشان از تهی بودن دارد.

اسپانیا:

برای پختن یک املت خوشمزه، حداقل باید یک تخم مرغ شکست.

تفسیر: بدون صرف هزینه به نتیجه مطلوب دست نخواهی یافت.

لاتین:

یک خرگوش احمق، برای لانه خود سه ورودی تعبیه می کند. تفسیر: اگر خواهان امنیت هستی، عقل حکم می کند که راه دخالت دیگران را در امور خودت بر آنها ببندی.

ژاپنی:

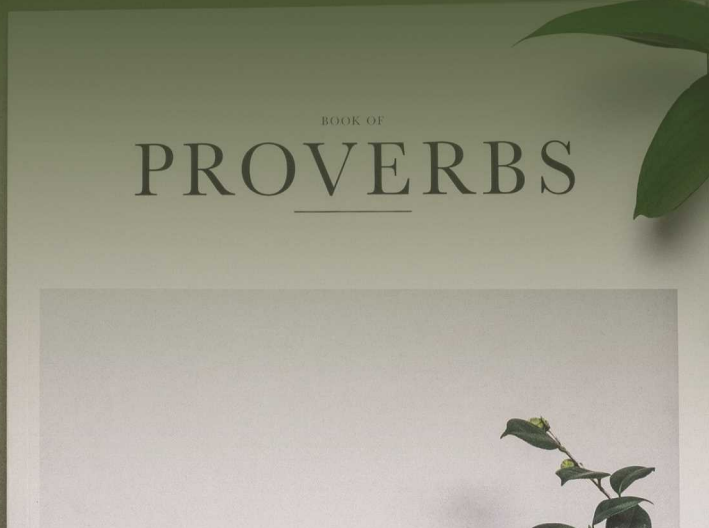
اگر می خواهی جای رئیس بنشینی پس هلش بده بره بالا. تفسیر: برای پیشرفت زیر آب کسی رونزن.

هائیتی:

اگر می خواهی جوجه های سر از تخم بیرون آورند، خودت روی تخم مرغ ها خواب. تفسیر: اگر به دنبال آن هستی که کارت را به بهترین شکل انجام دهی آن را به شخص دیگری غیر از خودت مسپار.

روسی:

هر که چاقوی بزرگی در دست دارد، لزوماً آشپز ماهری نیست. تفسیر: دسترسی به امکانات مطلوب ضامن موفقیت نیست.





باغبان یا نجار؟

برگرفته از کتاب علیه تربیت فرزند، آلسیون گوپنیک

گردآورنده: دکتر میرمهیار میرصالح‌پور

نجار قبل از اینکه شروع به ساختن چیزی کند باید نقشه همه چیز را بکشد. او پیش از اینکه یک صندلی بسازد دقیقاً می‌داند نتیجه کارش چه خواهد شد و اگر تجربه داشته باشد، خطایی رخ نخواهد داد. اما باغبان چطور؟ او همه تلاشش را می‌کند، به جزئی‌ترین نشانه‌ها توجه دارد و بهترین شرایط را برای رشد گیاهانش فراهم می‌کند؛ اما با وجود این نمی‌تواند تعیین کند که درختی که کاشته است چه شکلی خواهد شد.

بعضی از پدر و مادرها می‌خواهند برای فرزندشان نجار باشند. پسرمان باید دانشمند، دندانپزشک، داروساز و... شود و بعد لحظه‌لحظه زندگی کودکشان را هم مثل نجارها با خط کش، پرگار و گونیا اندازه می‌گیرند. ۲ ساعت درس، ۲۰ دقیقه تلویزیون و همینطور تا آخر، اما آنها نکته بزرگی را فراموش کرده‌اند: نجارها با چوب بی‌جان کار می‌کنند؛ ولی بچه‌ها نهال‌های زنده‌اند، برای بچه‌ها باید باغبان بود و یادمان نرود که مرغوب‌ترین میز و صندلی‌ها هم هیچ‌وقت شکوفه نخواهند داد.





سرگذشت پیک

برگرفته از خاطرات مدیرعامل پیک

گردآورنده: دکتر رضا مولا



فامیلی‌شان تحریریان بود؛ اما بعداً به رفوگران تغییر دادند؛ اصالتاً اهل اصفهان ولی ساکن تهران بودند. شغل پدرش فروش لوازم التحریر در بازار بود. او فرزند چهارم خانواده تحریریان و نورچشمی پدر بود. همین که دبستان را تمام کرد به حجره پدرش رفت و مشغول کار شد؛ شب‌ها درس می‌خواند و روزها کار می‌کرد. عاشق مکالمه به زبان انگلیسی بود و پشتکار زیادی در آن داشت؛ کلاس زبان می‌رفت و واقعاً در زبان انگلیسی پیشرفت کرده بود. از سربازی که آمد، ازدواج کرد و باز به حجره پدرش برگشت. اولین درخشش و کولاک او زمانی بود که یک محموله مداد از ژاپن به ایران رسید. همسرش ایده‌های مختلفی برای فروش بهتر می‌داد، برای مدادها منگوله‌های رنگی می‌ساخت که با همین کار سودشان چندبرابر شد و پس از آن علی‌اکبر به فکر تجارت افتاد. خانواده‌ای مذهبی و قانع به حقشان بودند، برای همین پدرش محافظه‌کار بود و بلندپروازی علی‌اکبر را که می‌دید، می‌گفت: «آخر تو کار دست من می‌دهی!» اما علی‌اکبر گوشش بدهکار این حرف‌ها نبود. او کارخانه «علی‌اکبر رفوگران و برادران» را تأسیس و عکس‌برگردان و برچسب آیه‌های قرآن را چاپ کردند. برچسب دعاها «وَإِنْ يَكَادُ» و طرح «فَاللَّهُ خَيْرٌ حَافِظًا» و «هُوَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ» در ایران غوغا کرد. از ماشین‌ها عروس تا ویتترین مغازه‌ها، جایی نبود که این برچسب‌ها نباشد. علی‌اکبر سرمایه‌ای دست‌وپا کرد و به فکر تولید قلم‌خودنویس افتاد؛ ولی هرچه تلاش کرد، موفق نشد.



در یک روز تابستانی، آقای به نام بهنام، به مغازه‌شان آمد و لای کاغذی که در دست داشت، سه عدد قلم بود. علی‌اکبر شروع به نوشتن با قلم کرد و دید چه چیز خوبی است! پدرش آمد و علی‌اکبر گفت: «آقا بهنام این قلم‌ها را آورده» پدر نگاهی به قلم کرد، شروع به نوشتن کرد و پرسید، «علی‌اکبر این‌ها چطوری جوهر می‌خورند؟» علی‌اکبر گفت: «این‌ها جوهر نمی‌خورند، خودکار هستند!» کلمه «خودکار» را برای اولین بار به کاربرد و درست همین‌جا بود که خودکار نام گرفت. یک روز نماینده همان شرکت خودکار فرانسوی به نام آقای لوک به ایران آمده بود و در بازار با علی‌اکبر می‌گشتند تا بازار را نشان بدهد. آقای لوک به علی‌اکبر گفت: «اگر نماینده این خودکار بودید، چقدر می‌فروختید؟» علی‌اکبر گفت: «سالی ۲ میلیون خودکار!» این عدد ۴ برابر میزان فروش لوازم‌التحریر در مغازه آن‌ها بود. فردای آن روز تلگرافی از فرانسه رسید و او نماینده فروش خودکار بیک شد. علی‌اکبر قول فروش ۲ میلیون خودکار را داده بود؛ ولی ۵ میلیون خودکار فروخت! مدتی بعد فکری به ذهن علی‌اکبر رسید و به پدرش گفت: «بیا خودمان کارخانه خودکار بیک را راه بیندازیم!» پدرش گفت: «باز به کله‌ات زده یک کار دیگر کنی؟» او جواب داد: «ما اگر تولید کنیم، هم به مملکت خودمان خدمت می‌کنیم و هم عده‌ای شاغل می‌شوند و نان می‌خورند.» بالاخره با همین حرف‌ها پدرش را راضی کرد. حالا راضی کردن آقای بیک در دسر بود؛ آقای بیک گفت: «به شرطی اجازه می‌دهم که بتوانی خودکاری مثل این خودکار را تولید کنی» و یک نمونه خودکار به علی‌اکبر داد. رفوگران خودکار را تولید و به فرانسه فرستاد!

فرانسه تلگراف رسید که علی‌اکبر سریعاً به پاریس برود. مدیر بیک به او گفت: «من به تو اجازه ساخت می‌دهم، فقط یک شرط دارد، به من بگو با چه موادی این خودکار را تولید کرده‌ای؟» با کمک پدرش یک قطعه زمین ۱۱ هزارمتری در تهران‌نو خریدند و کارخانه‌ای بنا کردند و ماشین‌آلات را از فرانسه به تهران آوردند. تعداد پرسنل در آغاز کار ۹۶ نفر بود، اما به تدریج کارمندان بیشتری استخدام شدند. آنها این‌گونه شروع به تولید خودکار بیک در ایران کردند و موفق شدند سالیانه دویست میلیون عدد خودکار بفروشند که نتیجه‌ای فوق‌العاده بود.

مداد سوسماری هم در آن زمان رو به ورشکستگی بود؛ کارخانه زیان‌ده مداد سوسماری را خریدند و در فروش مداد سوسماری هم رکورد زدند. در سال ۱۳۷۵ عطر بیک (عطر جوانی) را به خط تولیدشان اضافه کردند و باز هم رکورد زدند.

بیک رسماً افتتاح شد، خودکار آن‌قدر خوب بود که از



رابطه خلاقیت و افزایش سن

گردآورنده: فرهاد مقرب

افزایش سن، احتمال تصمیمات درست بالا می‌رود. در این سنین طبعاً کمتر در معرض احساسات منفی هستیم. اوج فعالیت فکری انسان در حدود ۶۵ تا ۷۰ سالگی اتفاق می‌افتد، زمانی که مغز با تمام قدرت شروع به کار می‌کند و از توانایی هر دو نیمکره و هماهنگی هر دو بخش بهتر استفاده می‌کند. باگذشت زمان، میزان میلین در مغز افزایش می‌یابد، ماده‌ای که عبور سریع سیگنال‌ها بین نورون‌ها را تسهیل می‌کند. به همین دلیل توانایی‌های فکری نسبت به میانگین ۳۰۰ درصد افزایش می‌یابد. واقعیت این است که بعد از ۶۰ سال یک فرد می‌تواند از دو نیمکره به طور هم‌زمان استفاده کند. این به شما امکان حل مشکلات و مسائل بسیار پیچیده‌تری را می‌دهد. پروفیسور مونچی اوری، از دانشگاه مونترال کانادا، معتقد است که مغز سالمندان راهی را انتخاب می‌کند که انرژی کمتری مصرف می‌کند، موارد غیرضروری را حذف می‌کند و تنها گزینه‌های مناسب

عده‌ای معتقدند که با افزایش سن خلاقیت کاهش می‌یابد و بر این اساس در جذب نیروهای جدید به دنبال نیروهای جوان هستند. احتمالاً با این موضوع در آگهی‌های استخدام روبرو شده‌اید. اما تحقیقات ژورنال پزشکی نیوانگلند داده‌های دیگری را نشان می‌دهد. همان‌طور که در تحقیقات مشخص است، خلاقیت طبیعی یا Natural Creativity با افزایش سن کاهش می‌یابد؛ اما پدیده خلاقیت تحت تأثیر مولفه‌های قدرتمند دیگری مثل دانش Knowledge، مهارت Skills، تجربه Experience و تکنیک‌های خلاقیت نیز هست که می‌تواند آن را نه تنها کاهشی بلکه باعث افزایش آن شود.

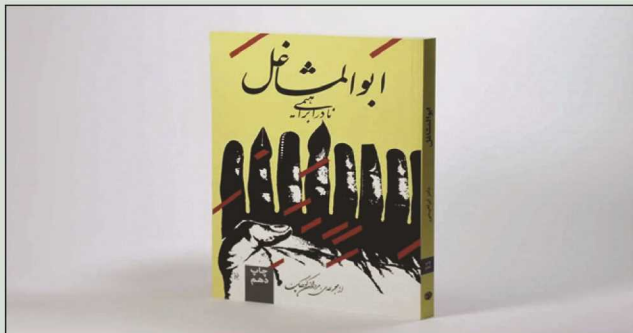
مغز افراد مسن بسیار کاربردی‌تر از آن چیزی است که معمولاً تصور می‌شود. در این سنین تعامل نیمکره چپ و راست مغز هماهنگ می‌شود، البته مغز دیگر مانند دوران جوانی سریع نیست اما انعطاف‌پذیرتر است؛ بنابراین با



بی‌شرمانه زیستن

برگرفته از کتاب ابوالمشاغل نادر ابراهیمی

گردآورنده: دکتر میر مهیار میر صالح پور



روزی در مجلس ختمی، مرد متین و موقری که در کنارم نشسته بود و قطره اشکی هم در چشمش داشت، آهسته به من گفت که آیا مرحوم را از نزدیک می‌شناختید؟ گفتم: خیر قربان! خویش دور بنده بود. حرفم را نشنید چرا که می‌خواست حرفش را بزند، گفت خدا رحمتش کند چه خوب آمد و چه خوب رفت.

آزارش به یک مورچه هم نرسید، زخمی هم به هیچ‌کس نزد، حرف تندی هم به هیچ‌کس نگفت، اسباب رنجش خاطر هیچ‌کس را فراهم نیاورد. هیچ‌کس از او هیچ گله و شکایتی نداشت. دوست و دشمن از او راضی بودند و به او احترام می‌گذاشتند. حقیقتاً چه خوب آمد و چه خوب رفت.

گفتم این به‌راستی بی‌شرمانه زیستن و بی‌شرمانه مردن است. با این صفات خالی از صفت، نمی‌آمد و نمی‌رفت خیلی آسوده‌تر بود. اگر آدم در طول هفتادسال عمر، آزارش به یک چاقوکش باج‌گیر نرسیده، پس گردن یک گران فروش متقلب زده و با چنگ و دندان به جنگ یک رباخوار کلاه بردار نرفته باشد، چگونه آدمی است و به چه درد این دنیا می‌خورد؟ آقای محترم، نیامدیم که بود و نبودمان هیچ تأثیری بر جامعه، بر تاریخ، بر زندگی و بر آینده نداشته باشد. در دانش مدیریت استراتژیک یک مفهوم جالب وجود دارد که می‌توان بدین صورت بیان کرد: شاید رمز موفقیت سخت باشد؛ اما رمز شکست آسان است و آن چیزی نیست جز، راضی نگه‌داشتن همه از خود.

را برای حل مشکل باقی می‌گذارد. مطالعه‌ای انجام شد که در آن گروه‌های سنی مختلف شرکت کردند. جوانان هنگام شرکت در آزمون‌ها گیج شده بودند، درحالی‌که افراد بالای ۶۰ سال تصمیمات درستی را می‌گرفتند.

• ویژگی‌های مغز یک فرد مسن:

۱. نورون‌های مغز نمی‌میرند. اما اگر درگیر کار ذهنی نباشند ارتباطات بین آنها به‌سادگی از بین می‌رود.
۲. حواس‌پرتی و فراموشی به دلیل فراوانی اطلاعات به وجود می‌آید؛ بنابراین، لازم نیست مغز خود را روی چیزهای بی‌اهمیت متمرکز کنید.
۳. از ۶۰ سالگی فرد هنگام تصمیم‌گیری مانند جوانان فقط از یک نیمکره مغز استفاده نمی‌کند؛ بلکه از هر دو استفاده می‌کند.

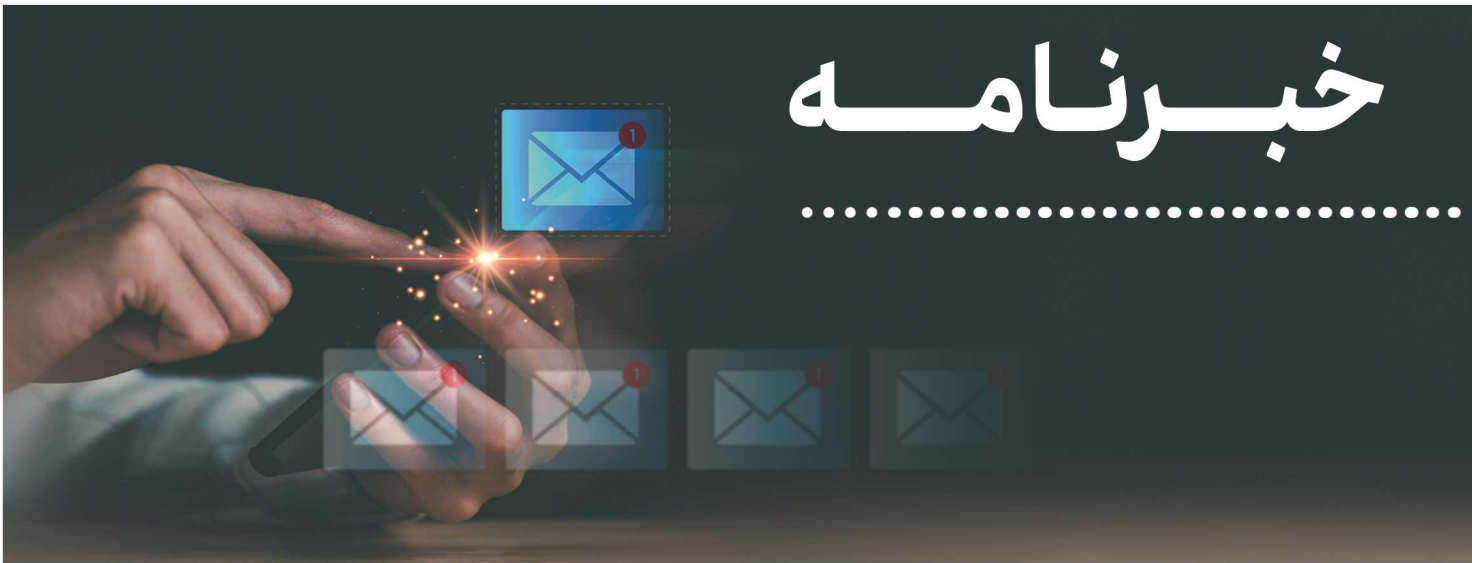
• نتیجه‌گیری:

اگر فردی سبک زندگی سالم داشته باشد، تحرک داشته باشد، فعالیت بدنی قابل‌قبولی داشته باشد و از نظر ذهنی کاملاً فعال باشد، توانایی‌های فکری نه‌تنها با افزایش سن کاهش نمی‌یابد؛ بلکه تحت‌تأثیر مولفه‌های قدرتمند پیش‌گفته رشد می‌کنند و در سن ۸۰ سالگی نیز به اوج خود می‌رسند. در نتیجه:

۱. از بالا رفتن سن نترسید. ۲. برای رشد فکری تلاش کنید. ۳. نقاشی بکشید ۴. به زندگی علاقه نشان دهید، با دوستان خود ملاقات و ارتباط برقرار کنید. ۵. برای آینده برنامه‌ریزی کنید و تا جایی که می‌توانید سفر کنید. ۶. رفتن به مغازه‌ها، کافه‌ها و نمایشگاه‌ها را فراموش نکنید. ۷. مثبت و باانگیزه و خیرخواه باشید و همیشه با این افکار زندگی کنید.



خبرنامه



ایجاد مزرعه الگویی کشت پیاز در بردسیر کرمان

این مزرعه در بهمن ماه ۱۴۰۲ توسط مسئول استان ها در استان کرمان، شهرستان بردسیر انتخاب و مورد بررسی قرار گرفت و با توجه به مشارکت مردم و نیاز کشت الگویی منطقه تصمیماتی مبنی بر کشت محصول پیاز اتخاذ شد. این مزرعه در جهت ترویج الگوی بهره ور که یکی از رسالت‌های شرکت کرانه نیلگون افق می‌باشد، ایجاد شده است.



اولین مرحله برداشت از طرح زراعت چوب

اولین مرحله برداشت چوب مزرعه کرانه نیلگون افق با حضور معاون اجرایی شرکت و همچنین مدیریت مزرعه در خرداد ماه سال ۱۴۰۳ آغاز گردید. در این مرحله، ۴۰ الی ۵۰ تن از درختانی که به قطر مناسب رسیده اند برداشت شدند. لازم به ذکر است که این طرح با حدود ۷۰,۰۰۰ اصله نهال از سال ۱۳۹۷ برای اولین بار توسط شرکت کرانه نیلگون افق در شهرستان پلدشت شروع شد.



راه اندازی سامانه ضد تگرگ در مزرعه کرانه نیلگون افق

این سامانه با جلوگیری از تشکیل دانه های تگرگ، سبب جلوگیری یا کاهش بروز خسارت ناشی از وقوع تگرگ به باغات و زراعت ها می شود که در خرداد ماه سال ۱۴۰۳ در مزرعه کرانه نیلگون افق شهرستان پلدشت استان آذربایجان غربی راه اندازی گردید. طبق اعلام جهاد کشاورزی پلدشت، در سال ۱۴۰۳ به ۱۰۰۰ هکتار محصول خسارت وارد گردیده است. در سال جاری ، سامانه ضد تگرگ در محل باغ مزرعه پلدشت شرکت کرانه تامین و راه اندازی گردید تا در مواقع حساس، احتمال وقوع خسارت را کاهش دهد.



شرکت کرانه نیلگون افق

شرکت کرانه نیلگون افق



مشارکت در پرورش دام سبک، نژاد اصف

شرکت رشد پایدار ایرانیان باتوجه به هدف کلان خود که کمک به تولید ۳۰ هزار تن گوشت قرمز در کشور می باشد؛ اقدام به همکاری در پرورش و نگهداری دام نژاد اصف در قالب پروژه ی مشارکت مردمی در منطقه شاهرود به صورت کاملاً بسته و صنعتی نموده است. شایان ذکر است از مزیت های این دام میتوان به بازدهی شیر بالا، دوره شیرواری طولانی، سن بلوغ پایین، باروری مطلوب و سه بار زایش در دو سال اشاره کرد.



توسعه ۱۸۴۶ هکتار مزرعه چغندر علوفه ای

کمک به ایجاد ۱۸۴۶ هکتار مزرعه چغندر علوفه ای در قالب کشت بهاره سال ۱۴۰۳ در ۱۷ استان کشور با سه محوریت :
* برگزاری دوره آموزشی * توزیع بذر ارقام اصلاح شده * نظارت دوره ای در راستای بهبود عملکرد توسط شرکت رشد پایدار ایرانیان انجام شد، که این روند تا پایان سال ادامه و روند افزایشی را دارا خواهد بود.



۹۵۰ نفر ساعت آموزش برای ۴۷۵ نفر

شرکت رشد پایدار ایرانیان در راستای رسالت خود برای توسعه کشت چغندر علوفه ای در سطح کشور اقدام به برگزاری دوره های آموزشی کشت، فرآوری و مصرف چغندر علوفه ای در استان های خراسان شمالی، خراسان رضوی، قزوین، چهار محال و بختیاری، همدان و هرمزگان نموده است. در این راستا شرکت رشد پایدار ایرانیان ۴۷۵ نفر را به میزان ۹۵۰ نفر ساعت آموزش داده است.



اخذ تاییدیه مرکز توسعه مکانیزاسیون وزارت جهاد کشاورزی

شرکت رشد پایدار ایرانیان به منظور تکمیل زنجیره تولید تا مصرف انواع زائدات کشاورزی توسط دامداران اقدام به طراحی و ساخت انواع دستگاه های علوفه خرد کن نموده و در آخرین اقدام شرکت موفق به اخذ تاییدیه مرکز توسعه مکانیزاسیون وزارت جهاد کشاورزی برای دستگاه های علوفه خرد کن دوکاره و چهار کاره گردیده است.



شرکت در نمایشگاه بین المللی ماشین آلات کشاورزی

حضور شرکت رشد پایدار ایرانیان در بیستمین نمایشگاه تخصصی کشاورزی شیراز با هدف معرفی محصولات خود و ارائه انواع ماشین آلات علوفه خرد کن و بسته بندی به دامداران و کشاورزان حاضر در نمایشگاه انجام شد. در قالب برگزاری نمایشگاه جناب آقای دکتر میر صالح پور مدیرعامل محترم گروه اقتصاد مردمی، جناب آقای مهندس علیزاده نماینده شرکت تراکتورسازی تبریز و همچنین مسئولین استانی از غرفه شرکت رشد پایدار ایرانیان بازدید به عمل آوردند.





خبرنامه

شناسایی ظرفیت های آموزشی در جهت کمک به صادرات

طرح شناسایی ظرفیت های آموزشی با هدف کمک به صادرات محصولات منطقه ای در ابتدای سال ۱۴۰۳ توسط شرکت یاس نوین پارسه آغاز گردید. بازارچه های مرزی استان سیستان و بلوچستان به عنوان نقاط تجاری استراتژیک در امتداد مرزهای شرقی کشور، فرصت های بسیاری را برای تجارت و تبادلات اقتصادی فراملی فراهم می کنند. در این دوره های آموزشی کلیه امورات مربوط به بازرگانی خارجی و تجارت بین المللی بر اساس بافت و ظرفیت تدریس می گردند. علاقمندان می توانند با مراجعه به سایت شرکت یاس نوین پارسه و صفحه صادرات، نسبت به تکمیل فرم اقدام نمایند.

مدرسه کسب و کار یاس برگزار می کند:

اولین دوره توانمندسازی پبله وران مرزی

عناوین:

اصول اولیه قوانین و مقررات گمرکی
قوانین و مقررات حمل و نقل بین المللی
تنظیم قرارداد های تجاری بین المللی (فروش، نمایندگی، توزیع و قرارداد واگذاری)
ویژه پبله وران، مرز نشینان و علاقه مندان امور بازرگانی



شرکت یاس نوین پارسه

فعالیت کنشگران فراملی منطقه ای شرکت یاس نوین پارسه

طی بازدید مدیرعامل شرکت یاس نوین پارسه، جناب آقای دکتر جانی زاده، از استان خراسان رضوی در مورخه ۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۳، آقای ابراهیم بابایی به عنوان کنشگر منطقه ای نسبت به برنامه ریزی ها و سیاست های مردمی سازی در خصوص کنشگران منطقه ای، توجیح و آماده آموزش های حضوری شدند. دکتر جانی زاده در این خصوص افزودند؛ منتظر حضور افراد مستعد، توانمند و علاقمند در راستای خدمت به مردم بومی، محلی در مناطق کشور هستیم.



بازارچه های مرزی،

فرصتی جهت ارائه خدمات فراملی به مرزنشینان

فرصت های بسیاری را برای تجارت و تبادلات اقتصادی فراهم می کنند. این بازارچه ها علاوه بر تأمین کالا و خدمات برای مرزنشینان، به عنوان نقاط تجارت بین المللی نقش مهمی در تقویت روابط تجاری کشورها و همچنین توسعه اقتصاد منطقه ای دارند. همچنین، بازارچه های مرزی فرصتی استثنایی برای ارائه خدمات فراملی به مرزنشینان فراهم می کنند.

با توجه به رونق روزافزون تجارت و ترافیک مرزی در سراسر جهان، بازارچه های مرزی به عنوان نقاط اقتصادی مهم در نظام جهانی شناخته شده اند. این بازارچه ها نقش بسیار مهمی در ارائه خدمات فراملی به مرزنشینان دارند و به آن ها فرصتی مناسب برای دسترسی به کالاها و خدمات مورد نیاز خود می دهند. بازارچه های مرزی به عنوان نقاط تجاری استراتژیک در امتداد مرزهای کشورها،



به تأثیرگذاری بازارچه‌های مرزی در توسعه اقتصاد منطقه و کشور، دولت‌ها و سازمان‌های ذیربط باید به منظور حفظ و توسعه این بازارچه‌ها، سیاست‌گذاری مناسب را اعمال کنند. همچنین، نظارت دقیق بر عملکرد بازارچه‌های مرزی و تضمین کیفیت خدمات ارائه شده نقش بسیار مؤثری در جذب تجارت و سرمایه‌گذاران دارد.

با استفاده از بازارچه‌های مرزی محرومیت منطقه‌ای را نیز می‌توان کاست و زیرساخت‌های لازم برای توسعه منطقه را فراهم کرد. در نتیجه، بازارچه‌های مرزی به علاوه ارائه خدمات فروشگاه بیرونی (Duty Free)، به عنوان منابع درآمد زیرساخت‌ساز منطقه ذیربط نیز عمل می‌کنند. اخیراً شرکت یاس نوین پارسه با هدف آموزش و ساماندهی مرزنشینان در جهت کمک به بازارچه‌های مرزی دوره‌هایی را با مشارکت سازمان‌های مسئول برگزار می‌نماید که می‌تواند باعث توانمندسازی و آموزش پيله وران و مرزنشینان در حوزه‌های فراملی و صادرات گردد. این دوره‌های بازرگانی بصورت رایگان و در پایانه‌های مرکزی با همکاری سازمانهای مسئول برگزار می‌گردد. علاقمندان می‌توانند جهت استفاده از این ظرفیت آموزشی رایگان، از طریق سایت شرکت یاس نوین پارسه اقدام نمایند. گردآورنده: سید علیرضا عبدالمهی

برخی خدمات فراملی شامل خدمات مالی، بانکداری، حمل و نقل، گمرک و تجارت بین‌الملل هستند. بازارچه‌های مرزی به عنوان پل فراملی برای مرزنشینان می‌باشد. به علاوه، این بازارچه‌ها با ارائه خدمات فراملی، از رونق تجارت و تبادلات اقتصادی بین کشورها حمایت و در نتیجه به توسعه اقتصاد منطقه و کشور کمک می‌کنند.

با توجه به افزایش تجارت و تبادلات مرزی، دولت‌ها و سازمان‌های مختلف در سطح جهانی به دنبال توسعه بازارچه‌های مرزی هستند. در این راستا، ساخت و توسعه بازارچه‌های مرزی با هدف افزایش ظرفیت و کارآمدی در ارائه خدمات فراملی به مرزنشینان صورت می‌گیرد. با توجه به اینکه بازارچه‌های مرزی به عنوان نقطه قوت اقتصاد منطقه در نظام جهانی شناخته شده‌اند، سرمایه‌گذاران نیز به دنبال سرمایه‌گذاری در این بازارچه‌ها هستند.

بازارچه‌های مرزی، فضای مناسبی را برای رشد و توسعه صنایع و خدمات فراملی فراهم می‌کنند. با استفاده از فضای مناسب بازارچه‌های مرزی، کسب و کارهای فعال در حوزه خدمات فراملی قادر به رشد و گسترش خود هستند. همچنین، با توجه به نوآوری و پذیرش فناوری در بازارچه‌های مرزی، امکان استفاده از خدمات آنلاین و الکترونیکی در این حوزه نیز فراهم شده است. با توجه





زمرود

زنجیره مشارکت مردمی دیجیتال آینده موفق اشتغال شماست



zomorod.nikparseh.com

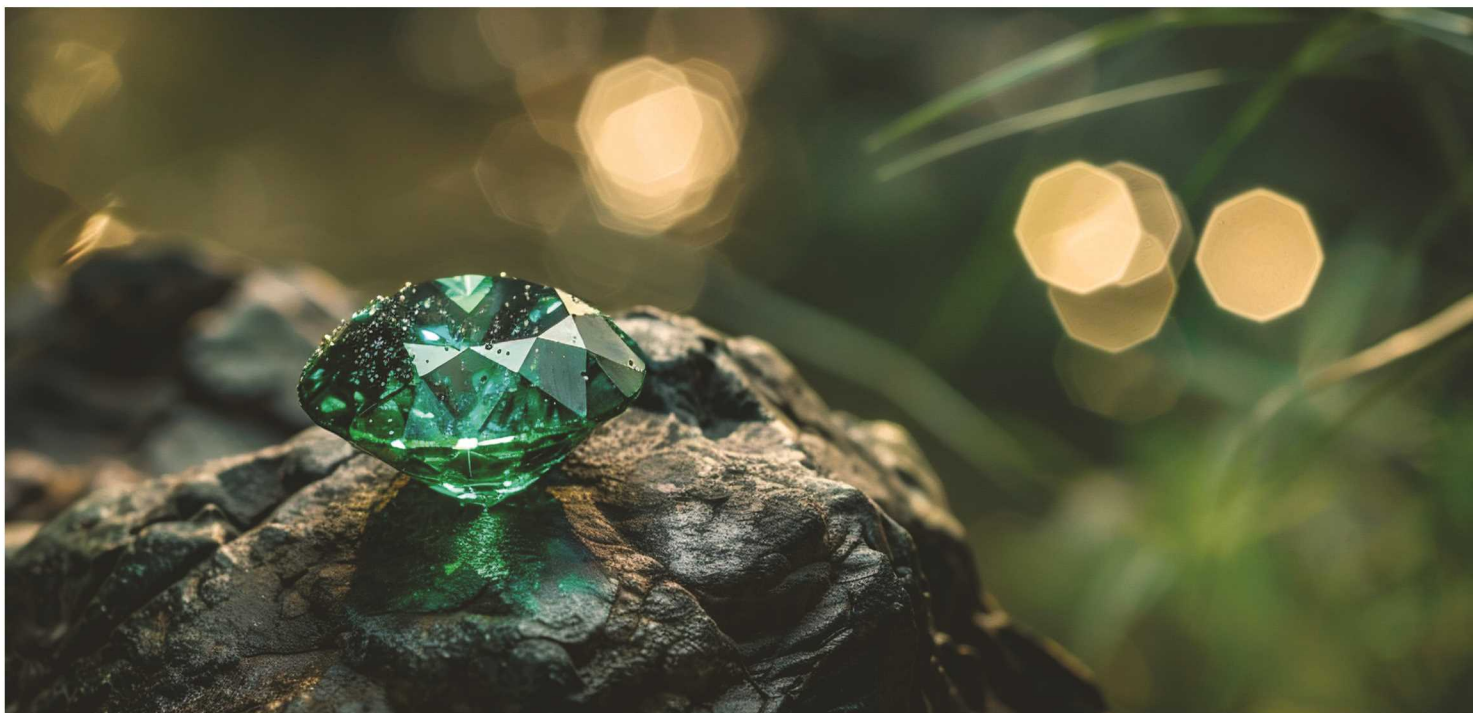
گردآورنده: معاونت دیجیتال مارکتینگ

مقام معظم رهبری در بیانات خود در ابتدای سال ۱۴۰۳، این سال را به عنوان سال جهش تولید با مشارکت مردم نامگذاری کردند. آنچه در سال جاری مورد نظر معظم له قرار گرفته و انتظار نیز می رود تمامی حوزه های تدبیرپردازی، سیاستگذاری، قانون گذاری، و اجرایی تمام اهتمام خود را به آن مصروف کنند، توجه به اهمیت مردمی سازی در حوزه های مختلف است.

حوزه دیجیتال یکی از حوزه های مهم در دنیای امروز می باشد. می توان گفت برای گسترش مشارکت مردم، نیازمند هسته های آموزشی مردم محور در بستر دیجیتال هستیم که با ایجاد زنجیره مشارکت مردمی دیجیتال، با قابلیت خلق ارزش قابل توجه در عرصه های مختلف پدید خواهد آمد. همچنین عدم استفاده مؤثر از ظرفیت های مشارکت مردمی در حوزه های کاری یکی از خلأهای اساسی کشور است.

همچنین اهمیت ثبت تجارب آحاد مردم در امر ثبت تجارب و نشر الگوهای مرتبط با حوزه های کاری گروه اقتصاد مردمی، رشد روزافزون فن آوری ها و ضرورت فرهنگ سازی در بستر دیجیتال به منظور مشارکت مردمی، از ضروریات کسب و کارهای امروزی می باشد. در واقع زنجیره مشارکت مردمی دیجیتال، کارخانه تبدیل مشارکت مردم به محتوای دیجیتال با طراحی تعیین الگوی انتشار در بستر دیجیتال می باشد.

به منظور مشارکت، افراد می بایست در مرحله اول از طریق سایت زمرود درخواست خود را ثبت کنند. در مرحله بعد با شناسایی آموزشیاران، از طریق مشاوره آن ها را در مسیر تولید محتوا قرار می دهیم. سپس با ارسال و تأیید سرفصل ها، پیش تولید با انعقاد قرارداد و تعیین الگو مشارکت شروع می شود. در مرحله بعد تدوین و تولید محتوای دیجیتال با توجه به نوع محتوا (دوره های آموزشی، فیلم های مستند، پادکست های صوتی، محتوای متنی) صورت می گیرد.



در نهایت با تعیین الگوی انتشار، پرداخت مالی به مشارکت‌کنندگان و آموزشیاران مردمی انجام خواهد شد. با توجه به رسالت گروه اقتصاد مردمی، افراد با توجه به حوزه‌های ذیل می‌توانند درخواست مشارکت و همکاری داشته باشند :

کسب و کار کوچک :

کسب و کار خانگی / دیجیتال / عشایری و روستایی / کسب و کار نوپا

صنایع : کشاورزی و صنایع وابسته / دامپروری و صنایع وابسته / گیاهان دارویی و صنایع وابسته / پوشاک و صنایع وابسته / صنایع دستی و صنایع وابسته / دریا و صنایع وابسته / فناوری دیجیتال و حوزه‌های وابسته

فردی و سازمانی :

توسعه فردی / توسعه سازمانی / پادکست صوتی



زنجیره مشارکت مردمی دیجیتال



قوانین معجزه‌گر

گردآورنده: فرهاد مقرب

• قانون ۵ ثانیه:

قانون ۵ ثانیه از مل رابینز، یک قانون خیلی ساده است. این قانون می‌گوید اگر ایده‌ای برای انجام هدفی به ذهنتان رسید، باید ظرف مدت ۵ ثانیه به طور فیزیکی کاری برای آن انجام دهید وگرنه مغزتان ایده شما را از بین خواهد برد. وقتی شمارش معکوس را انجام می‌دهید، ذهنتان روی ایده متمرکز و از افکار منفی و ناامیدکننده دور می‌شود.

• قانون ۲ دقیقه:

قانون دو دقیقه از دیوید آلن به ما توصیه می‌کند: هر کاری که کمتر از دو دقیقه انجامش طول می‌کشد، همان موقع انجام دهید! مثلاً: اتاقمان به‌هم‌ریخته است و آن را در لیست کارهای مهم نوشته‌ایم درحالی‌که انجام دادن آن در نهایت دو دقیقه زمان می‌برد.

انسان به‌صورت ناخودآگاه در برابر قوانین از خود مقاومت نشان می‌دهد، قبل از شروع هر کاری چه در زمان حال و چه در آینده، به‌خاطر داشته باشید که باید همه‌ی تلاش خود را برای آن کار انجام دهید. شناخت و آگاهی از قوانین هر فعالیت، سهم به‌سزایی در رشد و موفقیت آن فعالیت دارد. یکی از مهم‌ترین مسائلی که در رابطه با موفقیت وجود دارد، شناخت قانون‌های موفقیت است. بر اساس سخن معروفی از گری واینرچاک، «شما نمی‌توانید بر اساس دیدگاه دیگران، زندگی کنید.» موفقیت برای هر فرد، معنای منحصر به خودش را دارد؛ بنابراین، شما باید تعریف خودتان را از موفقیت تعیین کنید و بر اساس آن، راهکارهایی را در پیش بگیرید که شما را به موفقیت نزدیک می‌کند. اگر قرار است موفق شوید، باید راه خودتان را مشخص کنید. در ادامه به برخی از قوانین طلایی موفقیت اشاره خواهیم کرد.



• قانون ۵ ساعته:

قانون پنج ساعته توسط مایکل سیمون طراحی شد، مفهوم این قانون بسیار ساده است و این قانون می‌گوید: فرقی ندارد که افراد موفق چقدر سرشان شلوغ باشد. آن‌ها حداقل یک ساعت در روز یا ۵ ساعت در هفته به یادگیری و تمرین می‌پردازند و این کار را در کل زندگی‌شان انجام می‌دهند. مؤلفه‌های قانون ۵ ساعت شامل این ۳ بخش است: مطالعه (Read)، تأمل / تفکر (Reflect) و آزمایش (Experiment).

• قانون ۱۰/۱۰:

این قانون می‌گوید اگر هر روز ده دقیقه این عادت‌ها رو تکرار کنید در مدت ده ماه به شخصی تبدیل خواهید شد که هیچ وقت نبودید:

- هر روز ده دقیقه برای هدف‌ها هر چند کوچک قدم بردارید.
- هر روز ده دقیقه کتاب بخوانید.
- هر روز ده دقیقه قبل از شروع روز برنامه‌هایتان را مرور کنید.
- هر روز ده دقیقه قبل از کارها، اطراف و محیط کار یا درس خودتان را مرتب کنید.
- هر روز ده دقیقه شکرگزاری کنید.
- هر شب ده دقیقه قبل از خواب اتفاقات آن روز را مرور کنید.

• قانون ۲۱/۹۰:

عادت‌های ما بخش زیادی از زندگی ما را می‌سازند، جوری که خیلی از کارهایی که در روزمره بدون فکر و به صورت ناخودآگاه انجام‌شان می‌دهیم را عادت‌های ما تشکیل می‌دهند. این قانون برگرفته از تحقیقات جراح پلاستیک

مشهور "ماکسول مالتز" است که می‌گوید: بیست و یک روز زمان می‌برد که یک عادت جدید را بسازی و ۹۰ روز طول می‌کشد که آن عادت، سبک زندگی‌ات را عوض کند. قانون ۲۱/۹۰ می‌گوید اگر می‌خواهید یک عادت مثبت جدید به زندگی خود اضافه کنید و یا یک عادت بد را از زندگی خود حذف کنید، فقط باید ۲۱ روز متوالی آن کار را انجام دهید تا برایتان تبدیل به یک عادت شود و برای ریشه‌کردن این عادت در زندگی باید ۹۰ روز دیگر آن کار را ادامه دهید، به این شکل بعد از گذشت مدت زمان، آن عادت جزئی از سبک زندگی شما خواهد شد.

• قانون ۵/۲۵:

قانون ۵/۲۵ که یکی از توصیه‌های بسیار معروف وارن بافت محسوب می‌شود، به این نکته اشاره دارد که چگونه می‌توان در بین برنامه‌های متعدد خود در زندگی، بهترین شیوه به دست آوردن آنها را پیاده سازی کرد. این قانون می‌گوید: بیست و پنج مورد از مهم‌ترین اهداف زندگی خود را که می‌خواهید به آن‌ها برسید را یادداشت کنید و ۵ مورد از آنهایی که مهم‌تر و با اولویت بیشتر هستند را انتخاب کنید و به بیست مورد دیگر فکر نکنید.

جمع‌بندی:

وقتی یادگیری به یک عادت در زندگی ما تبدیل شود، موفق‌تر عمل خواهیم کرد. با استفاده از قوانین بیان شده که بخشی از نظریه‌ها و قانون‌های موفقیت در سطح جهان است، می‌توان در مسیر زندگی و رسیدن به اهداف با بهره‌وری بهتر حرکت کرد.



شورشی‌ها پیتزا سرو می‌کنند

از کتاب استعدادهای شورشی، فرانچسکو کینو

گردآورنده: دکتر میر مهیار میر صالح پور

بی درنگ از پسر کوچک‌تر پرسید شما چه دوست دارید بخورید؟ پسر کوچک هم بی معطلی گفت: پیتزا. خب مسئله این بود که در چنین رستورانی اصلاً پیتزا سرو نمی‌شود.

اما پیشخدمت کار عجیبی کرد همان جا با بهترین پیتزا فروشی شهر تماس گرفت و پیتزا سفارش داد. کمی بعد پیتزا به رستوران رسید و پیشخدمت آن را به میز خانواده رساند؛ و این کاری بود که در رستوران سطح بالایی مثل رستوران آن‌ها، غیرقابل تصور بود! شاید برای مدیر رستوران وجود چنین پیشخدمتی اصلاً اذیت‌کننده باشد و ترجیح بدهد عذرش را بخواهد، اما پدر، مادر و بچه‌ها

آخر هفته بود و زوجی با دو پسر بچه کوچکشان برای شام به یکی از بهترین رستوران‌های شهر مدنا رفتند. مدنا شهری در ایتالیا است که به خاطر رستوران‌ها و سرآشپه‌های منحصر به فردش از مشهورترین منطقه‌های گردشگری است. این رستوران‌ها معمولاً با غذاهای کلاسیک (غیر فست‌فودی) ایتالیایی از مهمانان پذیرایی می‌کنند.

پدر یکی از منوهای محبوب رستوران را که شامل ۱۰ نوع از بهترین غذاها بود انتخاب کرد. پیشخدمت که برای گرفتن سفارش به سر میز خانواده آمده بود، قبل از اینکه میز را ترک کند متوجه نکته ای شد. او متوجه شد که پسر بچه‌ها از سفارش پدر خوشحال نیستند و برای همین



پنجره شکسته

گردآورنده: دکتر میر مهیار میر صالح پور



هنگامی که شیشه پنجره خانه‌ای شکسته شده باشد، در صورتی که پس از مدتی پنجره ترمیم نشود، به تدریج رهگذران با تصور اینکه ساختمان خالی از سکنه است اقدام به شکستن شیشه‌های پنجره‌های دیگر خواهند کرد و به مرور زمان بر سرعت شکستن پنجره‌ها نیز افزوده خواهد شد. کاربرد نظریه در علم مدیریت به این مفهوم است که:

۱- در صورت بروز کوچک‌ترین مشکل و نقطه ضعف در یک سازمان، مدیر بایستی آن را رفع نماید.

۲- در صورت عدم رفع توسط مدیر، ممکن است کارکنان و ارباب رجوع از همان ضعف حداکثر سوء استفاده را نمایند و هزینه‌های بیشتری به مدیر و سازمان بزنند.

۳- نتیجه افزوده شدن ضعف و به عبارتی افزایش تعداد پنجره‌های شکسته است.

۴- پنجره شکسته در نهایت می‌تواند به فروپاشی و اضمحلال مدیریت ختم شود.

هیچگاه حرکت متفاوت و محبت‌آمیز پیش‌خدمت را فراموش نمی‌کنند.

اغلب ما عادت داریم تا به این فکر کنیم که چه کاری را باید انجام دهیم؟ چه کاری وظیفه من است؟ به جای آنکه به این فکر کنیم که چه کاری را می‌توان انجام داد.

این پیش‌خدمت هم خیلی راحت مانند اغلب پیش‌خدمت‌هایی توانست بگوید ما اینجا پیتزاندازیم. اما به جای آنچه باید و وظیفه‌اش بود، آن کاری را که می‌توانست انجام دهد، انجام داد.

معمولاً سه چیز ذهن ما را محدود می‌کند:

- قواعد برآمده از دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها

- سنت‌های برگرفته از تجربیات پیشینیان

- اراده یا اعتماد به نفس ناکافی برای شکستن قواعد یا سنت‌ها

هر از چندگاهی می‌توان این‌گونه اندیشید که چه کار می‌توان کرد که همان نتیجه مورد نظر را داشته باشد؛ اما لزوماً همان مسیری که سنت‌ها و قواعد می‌گویند را طی نکنیم؟ این‌گونه پنجره‌های جدید پیشروی ما باز می‌شود.



هنر

لحظاتی که زندگی نکرده ایم!

نویسنده: شاهین بهروزی

هم کلاسی هایمان لذت می بردیم و در دلمان می گفتیم کاش ما هم بلد بودیم. یک سری از بچه های کلاس بودند که بسیار خط خوشی داشتند و همیشه سرمشق های خوشنویسی کتاب فارسی را از خود کتاب بهتر می نوشتند و با دیدنشان می گفتیم، کاش خط ما هم زیبا بود.

همیشه جایگاه بچه هایی که عضو گروه سرود بودند آرزوی همه ی بچه های مدرسه بود. حسرت بودن در گروه تئاتر مدرسه و اجرا برای بچه ها، اولیا و مربیان به دل خیلی از بچه ها ماند.

در دبیرستان دوستانمان که به هنرستان رفته بودند بعضی هایشان نوازنده بودند و وقتی می دیدیم که موسیقی بلدند، حسرت می خوردیم که چرا ما بلد نیستیم.

بله، هنر با تمام مهم نبودنش تنها درسی بود که کلمه کاش را در دلمان متبلور می کرد.

دیر بود؛ اما بالاخره فهمیدیم که هنر با قلب آدم ها کار دارد. جلوتر که رفتیم، دیدیم که با شنیدن یک موسیقی زیبا حال

هنر تجربه زیستی را به شما می دهد که شاید هیچ وقت نتوانسته اید و یا هرگز نتوانید تجربه کنید.

از کودکی کلمه هنر، در ذهنمان به اندازه زنگ نقاشی، درسی که همیشه ۲۰ می گرفتیم، کوچک شده است.

به خاطر دارم که در دبستان، سال های سال معلم هنر مدرسه ی ما همان آقای ناظمی بود که با حفظ سمت معاونت آموزش مدرسه گاهی اوقات معلم تربیت بدنی ما هم بود. در دبیرستان هم دوستانی که به قصد تحصیل در رشته هنر از ما جدا شدند و به هنرستان رفتند، از نظر ما که ریاضی فیزیک می خواندیم، آنهایی بودند که توانایی درک حساب دیفرانسیل و انتگرال را نداشتند و به اصطلاح شاگرد تنبل های کلاس بودند. سال ها طول کشید که بدانیم اشتباه می کردیم. هم آقای معاون که معلم هنر ما می شد و هم مایی که دوستان هنرستانی مان را شاگرد تنبل می شماردیم.

ولی جالب است همان روزهایی که در دبستان خیال می کردیم هنر فقط برای ۲۰ گرفتن است، از دیدن نقاشی های زیبای



و هوایمان عوض می شود.

دیدن یک نقاشی زیبا چشمان را نوازش می دهد.

شنیدن یک صدای زیبا به ذهنمان آرامش می دهد.

خواندن یک شعر از جهان دوروبرمان جدایمان می کند.

دیدن یک انیمیشن هیچگاه جزو عمرمان حساب نمی شود.

گاهی اوقات دیدن یک فیلم به گریه می اندازدمان و در نهایت

می بینیم چقدر حالمان خوب شده.

گاهی اوقات یک مجسمه ی بی جان با ما صحبت می کند.

فکرش را هم نمی کردیم که یک کتاب ما را به جایی که حتی

ندیده ایم ببرد.

و تجربیات بسیاری که همه در خاطراتمان نمونه هایش را داریم

مگر هنر همان درس ۲۰ بیار کم اهمیت مدرسه نبود؟!

مگر شاگرد تنبل ها به هنرستان نمی رفتند؟!

پس چه شد که این قدر در تسخیر قلب ما توانا شده است.

بگذارید شما را با یک جمله طلایی آشنا کنم:

هنر، تجربه ی یک زندگی تجربه نشده را برای ما

به ارمغان می آورد. قطعاً ما آن قدر عمر نمی کنیم که

بتوانیم هر چیزی را تجربه کنیم.

مواردی هستند که در زمان زیست ما رخ نمی دهند.

محدودیت های مکانی حتماً به ما اجازه نمی دهد تا برخی از

موارد را ببینیم و تجربه کنیم. اتفاقاتی هستند که پیش از

تولد ما رخ داده اند و ما هرگز نمی توانیم به آنان دست بیاوریم.

اما هنر فرصت زندگی در هر زمان و هر مکان را به ما می دهد

شما با دیدن دیوارنگاره های غار آلتامیرا در می یابید که بر

غارنشینان چه می گذشت.

شما تجربه حضور در جنگ جهانی دوم را با دیدن فیلم ستیغ

هکسا (مل گپسون) به دست می آوردید.

غصه ی مردمان مادرید وقتی کشورشان توسط فرانسوی ها

اشغال می شود را با دیدن تابلو سوم ماه می (فرانسیسکو گویا)

حس می کنید.

با دیدن مجسمه های میکل آنژ با فرهنگ و داستان های مردم

ایتالیا آشنا می شوید.

با دیدن کلیسای سنت مارتین با دوره ی رومانسک و شیوه ی

زیست و عقاید مردم انگلستان آشنا می شوید.

و تجربیات دیگر که به دلایل بسیاری از جمله، محدودیت های

زمانی، محدودیت های مکانی، شیوه زیست و... از شما سلب

شده است؛ اما هنر تماماً این تجربیات را در اختیار شما

می گذارد و به شما اجازه می دهد از جایی و زمانی که هستید

فراتر بروید و لحظاتی را زندگی کنید که شاید هیچگاه تصور

نمی کردید.

چگونه می توانستید داستان پیامبران را بدانید اگر قرآنی یا

بهتر است بگویم کتابی نبود؟!

چگونه می توانستید زندگی کردن در دوران صفوی را تجربه

کنید اگر عالی قاپویی و چهل ستونی و... نبود؟!

چگونه می توانستید زندگی کمال الملک را تجربه کنید اگر

فیلم کمال الملک استاد علی حاتمی نبود؟!

چگونه می توانستید احساس یک جوان عاشق را که در قرن

هفتم می زیست درک کنید اگر غزلیات سعدی نبود؟!

چگونه می توانستید تاریخ پر بار علم کشورمان را به جهان

نشان دهیم، اگر مجسمه های دانشمندان ایرانی در مقابل

سازمان ملل نبود؟!

چگونه می توانستید غم پدری که فرزند رشیدش را غرق در

خون می بیند درک کنید اگر شاهنامه ی فردوسی نبود؟!

این خاصیت هنر است که به زندگی شما بعد ببخشد.

تجربیات شما را از حصار دیده ها و شنیده هایتان به یک دنیای

بدون مرز تبدیل کند و در نهایت از شما انسان دیگری بسازد.



اهمیت صادرات بانگاه فراملی

گردآورنده: یوسف فیاضی

در بازار جهانی، صادرات نقشی مهم در رشد و سودآوری شرکتها ایفا می‌کند. امروزه، برای شرکت‌های چند ملیتی بزرگ، دیگر صادرات مزیت محسوب نمی‌شود. علت این امر کاهش موانع موجود برای تجارت، پیشرفت ارتباطات از راه دور، حمل‌ونقل، فناوری‌های پردازش داده و افزایش مسافرت‌های جهانی است. در واقع، در دهه‌های اخیر، شمار زیادی از شرکت‌های متوسط به صادرکنندگانی فعال و پویا در بازار جهانی تبدیل شده‌اند. همچنین صادرات به یکی از ابتکارات راهبردی مهم در رشد بسیاری از شرکت‌های کوچک و متوسط تبدیل شده است. بدون موفقیت در صادرات، بسیاری از کارخانه‌ها نمی‌توانند در بازار داخلی اشباع شده به حیات خود ادامه دهند.

داشته باشند و وارد مرحله یادگیری در فرآیند بین‌المللی‌سازی شوند. از سوی دیگر، با راهکارهای فروششان صادرات کارآمدی ایجاد کنند که با بازار خارج تناسب داشته باشد. به هر حال، مهم‌ترین عامل عملکرد صادراتی در یک شرکت، استراتژی بازاریابی صادرات آن است. محققان دریافته‌اند که تناسب بین استراتژی بازاریابی صادرات یک شرکت و ویژگی‌های بازار خارجی تعیین‌کننده عملکرد نهایی صادرات است.

موفقیت در بازاریابی صادرات برای شرکت‌های کوچک و متوسط به هیچ‌وجه ساده نیست. بسیاری از شرکت‌ها در بین‌المللی‌سازی موفق هستند، اما می‌توان به نمونه‌های عدیده‌ای از شکست در بازاریابی صادرات اشاره کرد.

شرکت‌ها برای آن که در فرآیند بین‌المللی‌سازی در بازاریابی صادراتی موفقیتی به دست آورند باید از آمادگی خود برای صادرات، ارزیابی دقیقی



* فرصت‌ها

- افزایش تقاضا به‌ویژه از بازار صادرات
- وجود بخش‌هایی که در بازار صادراتی منابع کمی دارند
- فرصت برای بهره‌گیری از مهارت‌ها و منابع موجود در بازار صادرات
- از بین رفتن موانع تجارت و بازارهای خارجی جذاب
- فرصت برای افزایش مقیاس عملیات خارجی شرکت
- امکان بهره‌گیری از رابطه با شریک خارجی و مقامات حکومتی

* تهدیدها

- رقابت شدید در بازار خارجی
- کاهش رشد بازار
- افزایش قدرت چانه‌زنی در کسب و کارها یا حکومت‌های خارجی
- تغییر در نیاز مشتریان هدف
- قوانین جدید و هزینه بر حکومتی
- ورود احتمالی رقبای قدرتمند در بازار خارجی
- تغییرات سریع فناوری در صنعت
- پس از اینکه چنین تحلیلی را انجام دادید شرکت باید به دنبال منطبق کردن استراتژی‌های بازاریابی خود باشد؛ به نحوی که روی توانایی‌های خود تکیه کند، ضعف‌های خود را از بین ببرد، از فرصت‌ها بهره‌گیرد و از تهدیدات اجتناب ورزد، به عبارت دیگر شرکت باید نقاط قوت‌ش را زمانی با فرصت‌های بازار همسو کند که استراتژی بازاریابی خود را با بازار هدف مطابقت می‌دهد. هرگاه تناسب خوبی بین استراتژی بازاریابی صادرات و محیط داخلی و خارجی شرکت به دست آوردیم آنگاه عملکرد صادرات بهبود می‌یابد.

باتوجه به اینکه اهمیت استراتژی بازاریابی صادرات منجر به عملکرد صادراتی یک شرکت می‌شود، این نکته اهمیت دارد که باید فرآیند نظام‌مندی برای توسعه استراتژی بازاریابی صادرات شرکت در نظر گرفته شود که با محیط داخلی و خارجی شرکت تناسب داشته باشد. صادرات می‌بایست کارآمد باشد. از این رو، صادرکننده باید از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها قبل از تصمیم‌گیری درباره میزان تناسب استراتژی بازاریابی با بازار صادراتی، تحلیلی جامع داشته باشد. در ادامه به طور خاص، نمونه‌هایی از نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدها در بازار خارجی مطرح خواهد شد:

* نقاط قوت

- محصولی کاملاً متمایز
- توانایی‌هایی متمایز در صنعت
- مبنایی جذاب برای مشتریان
- سرمایه ذهنی
- توانایی‌های بازاریابی خلاقانه
- مدیریت کیفیت
- هم‌پیمانی جدی با شرکای خارجی

* نقاط ضعف

- نداشتن توانایی‌های متمایز
- هزینه‌های زیاد و تمایز کم
- مبانی برندی و خریداران ضعیف
- شبکه توزیع ضعیف
- منابع محدود مالی
- نداشتن پرسنل توانمند
- نداشتن بینش راهبردی



فیشینگ و نحوه جلوگیری از آن

یک راهنمای کامل برای کاربران

گردآورنده: هادی پولادوند



در دنیای دیجیتال امروزی، حملات فیشینگ یکی از شایع ترین و خطرناک ترین تهدیدات امنیتی هستند. فیشینگ روشی است که کلاهبرداران از آن برای دسترسی به اطلاعات حساس مانند رمزهای عبور، اطلاعات بانکی و سایر داده های شخصی استفاده می کنند.

فیشینگ چیست؟

فیشینگ نوعی کلاهبرداری اینترنتی است که هدف آن سرقت اطلاعات حساس کاربران از طریق جلب اعتماد آن ها به یک منبع جعلی است. این حملات معمولاً از طریق ایمیل ها، پیام های متنی، تماس های تلفنی یا وبسایت های جعلی صورت می گیرند. کلاهبرداران تلاش می کنند کاربران را فریب دهند تا اطلاعات شخصی خود را فاش کنند یا بر روی لینک های مخرب کلیک کنند.



انواع حملات فیشینگ

۱- فیشینگ ایمیلی:

فرستنده را با دقت بررسی کنید. ایمیل‌های رسمی از دامنه‌های معتبر ارسال می‌شوند.

- محتوای ایمیل: به دنبال اشتباهات نگارشی، زبان غیرعادی یا درخواست‌های فوری باشید. این موارد معمولاً نشانه‌های یک ایمیل فیشینگ هستند.

- لینک‌ها و پیوست‌ها: هرگز بر روی لینک‌ها یا پیوست‌های ناشناخته کلیک نکنید. قبل از کلیک، با نگاه داشتن ماوس بر روی لینک، آدرس کامل آن را بررسی کنید.

۲- استفاده از احراز هویت دو مرحله‌ای با فعال‌سازی این ویژگی، برای ورود به حساب‌های خود علاوه بر رمز عبور، به یک کد اضافی نیاز خواهید داشت که از طریق پیامک یا اپلیکیشن دریافت می‌کنید. این کار امنیت حساب‌های شما را به طور چشمگیری افزایش می‌دهد.

۳- نرم‌افزارهای امنیتی - نصب آنتی‌ویروس معتبر: آنتی‌ویروس‌های شما می‌توانند بسیاری از حملات فیشینگ را شناسایی و مسدود کنند.

- به‌روزرسانی منظم نرم‌افزارها: مطمئن شوید که سیستم‌عامل و نرم‌افزارهای شما به‌روز هستند. به‌روزرسانی‌ها اغلب شامل وصله‌های امنیتی مهمی هستند.

۴- بررسی امنیت وبسایت‌ها - وجود قفل سبزرنگ (https): قبل از وارد کردن اطلاعات حساس در یک وبسایت، مطمئن شوید که آدرس آن با «https» شروع می‌شود. این نشان

یکی از رایج‌ترین روش‌هاست. مهاجمان ایمیل‌هایی را ارسال می‌کنند که به نظر می‌رسد از یک منبع معتبر مانند بانک، شبکه اجتماعی یا شرکت بزرگ ارسال شده باشد. این ایمیل‌ها حاوی لینک‌ها یا فایل‌های مخربی هستند که کاربران را به وبسایت‌های جعلی هدایت می‌کنند.

۲- فیشینگ تلفنی (ویشینگ): در این روش، کلاهبرداران از طریق تماس تلفنی سعی می‌کنند اطلاعات حساس کاربران را به دست آورند. آن‌ها ممکن است خود را به عنوان نماینده بانک یا شرکت‌های خدماتی معرفی کنند.

۳- فیشینگ پیامکی (اس‌ام‌اس فیشینگ یا اسمیشینگ):

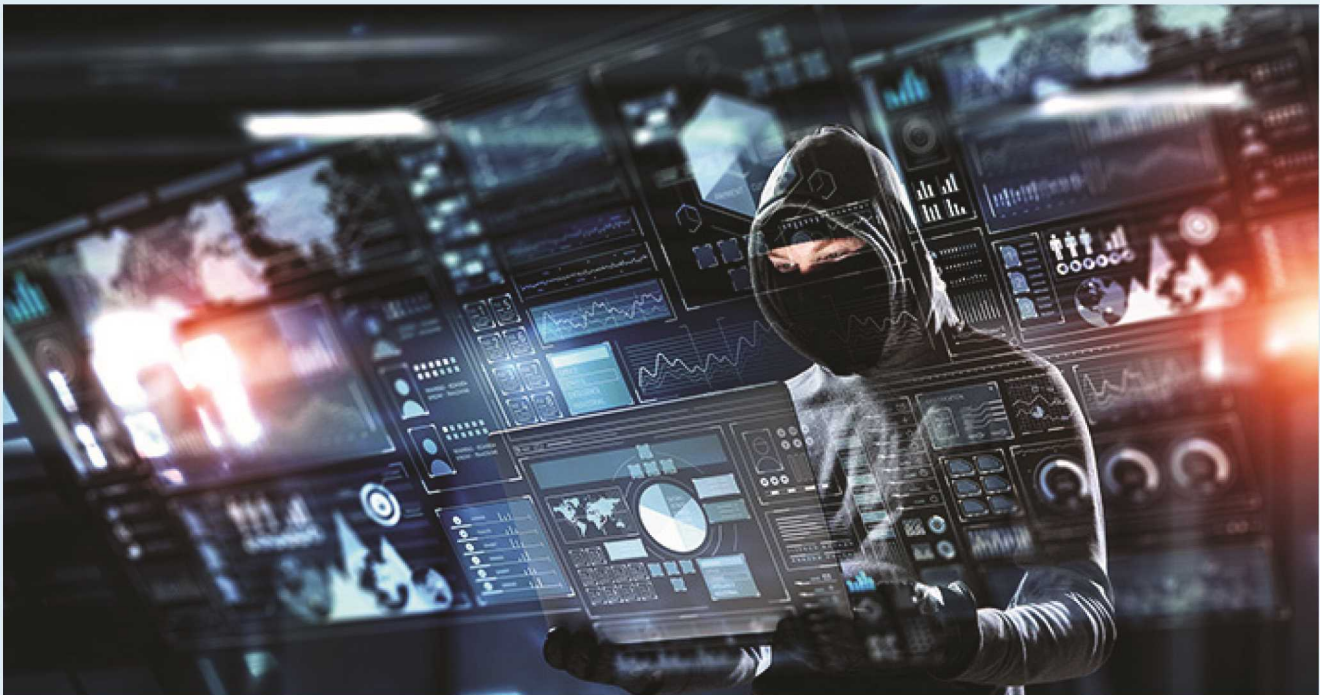
کلاهبرداران پیام‌های متنی حاوی لینک‌های مخرب ارسال می‌کنند. این پیام‌ها معمولاً حاوی درخواست‌هایی مبنی بر ورود به یک حساب کاربری یا انجام یک تراکنش فوری هستند.

۴- وبسایت‌های جعلی: کلاهبرداران وبسایت‌هایی شبیه به سایت‌های معتبر طراحی می‌کنند و کاربران را تشویق به وارد کردن اطلاعات حساس خود می‌کنند.

نحوه جلوگیری از فیشینگ

۱- شناسایی ایمیل‌های مشکوک

- بررسی فرستنده ایمیل: همیشه آدرس ایمیل



می‌دهد که ارتباط شما با وبسایت رمزگذاری شده است.

- خدمات ایمیل با فیلترهای قوی: از سرویس‌های ایمیلی استفاده کنید که دارای فیلترهای قوی ضد اسپم و فیشینگ هستند.

- دقت در آدرس وبسایت: کلاهبرداران ممکن است از آدرس‌های مشابه با یک تفاوت جزئی استفاده کنند. همیشه آدرس وبسایت را با دقت بررسی کنید.

۵- آموزش و آگاهی

- آگاهی از روش‌های فیشینگ: با مطالعه مقالات و منابع معتبر، با جدیدترین روش‌های فیشینگ آشنا شوید.

- آموزش خانواده و دوستان: اطمینان حاصل کنید که خانواده و دوستان شما نیز از این تهدیدات آگاه هستند و می‌دانند چگونه از خود محافظت کنند.

۶. استفاده از ابزارهای ضد فیشینگ

- افزونه‌های مرورگر: افزونه‌های ضد فیشینگ می‌توانند به شما در شناسایی وبسایت‌ها و ایمیل‌های مشکوک کمک کنند.

جمع‌بندی

فیشینگ یکی از روش‌های متداول کلاهبرداری آنلاین است که می‌تواند آسیب‌های جدی به اطلاعات شخصی و مالی کاربران وارد کند. با شناخت انواع فیشینگ و رعایت نکات امنیتی می‌توان به طور مؤثری از خود در برابر این حملات محافظت کرد. در نهایت، آگاهی و هوشیاری کاربران نقش اساسی در مقابله با تهدیدات فیشینگ دارد. با رعایت این نکات ساده، می‌توانید امنیت خود را در دنیای دیجیتال به طور چشمگیری افزایش دهید و از اطلاعات حساس خود محافظت کنید.



داستان مدیریتی



جلسات متعددی که وقت او را می‌گرفت دوست نداشت شیر به این نتیجه رسید که فردی را به‌عنوان مدیر داخلی واحدی که مورچه در آن کار می‌کرد، به کار گمارد. این پست به ملخ داده شد. اولین کار ملخ خریداری یک فرش و صندلی برای کارش بود.

ملخ همچنین به کامپیوتر و کارمند نیاز داشت که آنها را از اداره قبلی خودش آورد تا به او در تهیه و کنترل بودجه و بهینه‌سازی برنامه‌ها کمک کند. محیطی که مورچه در آن کار می‌کرد، حال به مکانی فاقد شور و نشاط تبدیل شده بود. دیگر هیچ‌کس نمی‌خندید و همه غمگین و نگران بودند. با مطالعه گزارش‌های رسیده شیر متوجه شد که تولیدات مورچه کمتر از قبل شده است.

بنابراین، شیر یک جغد با پرستیژ را به‌عنوان مشاور عالی استخدام کرد و به او مأموریت داد تا امور را بررسی کرده، مشکلات را مشخص و راه‌حل ارائه نماید. جغد سه ماه وقت صرف کرد و گزارشی در چند جلد تهیه نمود و در آخر نتیجه گرفت که مشکلات پیش‌آمده ناشی از وجود تعداد زیاد کارمند است و باید تعدیل نیرو صورت گیرد و بنابراین، شیر دستور داد که مورچه را اخراج نمایند؛ زیرا مورچه دیگر انگیزه‌ای برای کار نداشت.

داستان مدیریت شیر و مورچه

گردآورنده: حسین فلاحیان

مورچه کوچکی بود که هر روز صبح زود سرکار حاضر می‌شد و بلافاصله کار خود را شروع می‌کرد. مورچه خیلی کار می‌کرد و تولید زیادی داشت و از کارش راضی بود. سلطان جنگل (شیر) از فعالیت مورچه که بدون رئیس کار می‌کرد، متعجب بود. شیر فکر می‌کرد اگر مورچه می‌تواند بدون نظارت این‌همه تولید داشته باشد، به طور مسلم اگر رئیسی داشته باشد، تولید بیشتری خواهد داشت. بنابراین، شیر یک سوسک را که تجربه ریاست داشت و به نوشتن گزارشات خوب مشهور بود، به‌عنوان رئیس مورچه استخدام کرد. سوسک در اولین اقدام خود برای کنترل مورچه ساعت ورود و خروج نصب کرد. سوسک همچنین به همکاری نیاز داشت که گزارشات او را بنویسد و تایپ کند. سوسک بدین منظور و همچنین برای بایگانی و پاسخگویی به تلفن‌ها یک عنکبوت استخدام کرد.

شیر از گزارش‌های سوسک راضی بود و از او خواست که از نموداری برای تجزیه و تحلیل نرخ و روند رشد تولیدی که توسط مورچه صورت می‌گیرد، استفاده کند. تا شیر بتواند این نمودارها را در گزارش به مجمع مدیران جنگل به کاربرد. سوسک برای انجام امور یک کامپیوتر و پرینتر لیزری خریداری کرد. سوسک برای اداره واحد تکنولوژی اطلاعات یک زنبور نیز استخدام کرد.

مورچه که زمانی بسیار فعال بود و در محیط کارش احساس آرامش می‌کرد، کاغذبازی‌های اداری و



میز گفتگو



- لطفا خودتان را به اختصار معرفی کنید : سلام، من سید علیرضا عبدالهی متولد ۲۵ شهریور ۱۳۶۸ در تهران هستم. مدرک تحصیلی کاردانی در رشته الکترونیک و کارشناسی در رشته مترجمی زبان انگلیسی را دارا می باشم.
- سوابق کاری و زمان پیوستن خود به شرکت یاس نوین پارسه را شرح دهید. پس از سپری کردن دوران سربازی، چند سالی در شرکت مهندسی الکترونیک مشغول به فعالیت بودم. سپس همزمان با ادامه تحصیل در رشته مترجمی زبان انگلیسی، در دارالترجمه و موسسات آموزش زبان انگلیسی مشغول به کار بودم. با توجه به علاقه و تجربیات بنده به حوزه های تجارت الکترونیک و آموزش، در مرداد ماه سال ۱۳۹۸ از طریق یکی از آشنایان به آقای دکتر میرصالح پور معرفی و بعد از انجام مصاحبه، در شرکت یاس نوین پارسه در حوزه های دیجیتال مارکتینگ و بازرگانی کار خود را شروع کردم. از آخر ماه سال ۱۴۰۱ هم در خدمت آقای دکتر جانی زاده مدیرعامل شرکت یاس نوین پارسه هستم.
- کار مدیر دیجیتال مارکتینگ چیست؟ مدیر دیجیتال مارکتینگ فردی است که مسئولیت اجرا و تولیدات محتوا، ارتباطات و تبلیغات را بر عهده دارد. این فرد با استفاده از ابزارها، تکنیک ها و کانال های ارتباطی مختلف مارکتینگ، سعی در توسعه نام برند، جذب مشتری و کاربر جدید، افزایش فروش و بهبود تجربه کاربران را دارد.
- اگر در واحد دیجیتال مارکتینگ نبودید، دوست داشتید در کدام واحد فعالیت کنید؟ وظیفه خود می دانم که در هر بخشی که بتوانم کمکی به سازمان کرده باشم؛ خدمت گزاری نمایم. به نظرم باتوجه به بازخوردهایی که از همکاران گرفته ام، می توانم در حوزه های بازرگانی خارجی، تعاملات سازمانی و ارتباط با مشتریان فعالیت داشته باشم.



- به نظر شما چه شاخصه‌هایی را رعایت کرده اید که به عنوان کارمند نمونه‌ی ۳ ماهه نخست سال ۱۴۰۳ انتخاب شدید؟ اول از همه این را بگویم که واقعا از اینکه به عنوان کارمند نمونه انتخاب شده‌ام، بسیار خوشحال و خرسندم و بابت این موضوع از مدیران عامل کمال تشکر را دارم. به نظرم برای کارمند نمونه شدن، باید فکر کنید که در شرکت خودتان کار می‌کنید. بدین شکل شما روزانه به فکر توسعه کسب و کار خود هستید. پس لازمه اول شدن، تمرکز روی موضوع است. شما در این حالت تمام ظرفیت ذهنی و جسمی خود را در جهت ارتقا و رشد خود انجام خواهید داد. باید سختکوش باشید. کار خود را دوست داشته باشید. برای ثانیه به ثانیه حضور در محل کار برنامه داشته باشید. از تجربه انسان‌های موفق جهت پیشبرد اهداف کاری خود استفاده کنید. رفتار سازمانی را سرلوحه‌ی کار خود قرار دهید و با افراد بهترین تعامل را داشته باشید. یک دفترچه یادگیری داشته باشید و روزانه یک مطلب تخصصی یاد بگیرید. اجازه ندهید به شما کاری بگویند تا انجام دهید، شما باید بصورت خودجوش برنامه‌های خود را پیش ببرید. از روی عادت و تکرار کار نکنید و در آخر اینکه برای اول شدن کار نکنید برای بهتر شدن کار کنید.
- قبول دارید که از نگاه دوستان کمی استرسی هستید؟ چرا؟ بله به نظرم گاهی اوقات دچار استرس می‌شوم. این موضوع بخاطر این است که بنده فردی دغدغه‌مند هستم و این موضوع گاهی اوقات بیشتر از حد معمول است.
- بهترین اتفاق سه ماهه ابتدای امسال برای شما چه بود؟ در سه ماه نخست سال ۱۴۰۳ با توکل به خدا، اتفاقات بسیار خوب کاری و شخصی برای من افتاد. انتخاب اینجانب به عنوان کارمند نمونه و ازدواج، دو مورد از بهترین اتفاق‌های زندگی من در این مدت می‌باشد.
- آخرین کتابی که خوانده اید چیست؟ و کی مطالعه کردید؟ قدرت عادت / در سال ۱۴۰۳ مطالعه کرده‌ام.
- تجربه شخصی و دیدگاه شما درباره‌ی نشست‌های کتابخوانی گروه چیست؟ به جرات برگزاری نشست‌های کتابخوانی یکی از بهترین نوآوری‌های آموزشی در گروه اقتصاد مردمی است. برای بنده به عنوان عضوی از گروه اقتصاد مردمی، باعث افتخار بود که فرصتی برای ارائه کتاب شیوه‌گرگ داشتم. رویداد کتابخوانی به عنوان یک ایده، روش یا راهکار برای بهبود فعالیت‌های شخصی و کاری کارکنان، می‌تواند بسیار اثربخش باشد.
- از نظر شما چه موانعی برای رشد و توسعه فردی یک کارمند وجود دارد؟ راه حل شما برای مقابله با آن چیست؟ به نظرم موانع رشد فردی کارکنان را می‌توان در موضوعات مختلف برشمرد. مهارت‌های ارتباطی ضعیف / عدم مشارکت در امور سازمانی / کمال‌گرایی / انجام کارها بصورت انفرادی / برنامه‌ریزی‌های بیش از حد / نگرش‌های منفی / عدم دریافت پاداش و تشویق / داشتن شک و تردید افراد به خود و مقایسه خود با دیگران بخشی از موانع رشد فردی کارکنان می‌باشند. در مورد قسمت دوم سوال، به نظرم موارد گفته شده در سوال پنجم می‌تواند مثمرتر باشد.
- یک جمله‌ی طلایی بگویید: اولین لازمه تغییر، پذیرش است.
- صحبت‌های پایانی خود را بفرمایید: به نظرم یکی از راه‌های موفقیت این است که انسان خود را با دیگران مقایسه نکند. تلاش و پیگیری لازمه‌ی رسیدن به اهداف دنیوی و اخروی می‌باشد. در پایان از همکاران در تیم دیجیتال مارکتینگ و بازرگانی، مدیران گرامی علی‌الخصوص آقای دکتر میرصالح پور که همانند پدر و آقای دکتر جانی زاده و مهندس عموزاد که همانند برادر در کنار بنده بوده‌اند و به اینجانب فرصت رشد و توسعه فردی داده‌اند، تشکر می‌نمایم.



کانون ارزیابی و توسعه

گردآورنده: مهدی خلیلی

مراحل انجام کانون ارزیابی

• گام اول - طراحی مدل شایستگی های مدیریتی

تعاریف متعددی از شایستگی وجود دارد؛ تعریف دقیق تر شایستگی، ترکیبی از نظریات صدها کارشناس منابع انسانی است که در سال ۱۹۹۵ در همایشی تحت عنوان شایستگی ها تعریف گردید. به ترکیبی از دانش، مهارت ها و خصوصیات فردی گفته می شود که اثری قابل ملاحظه در موفقیت شغلی فرد دارند. ترکیب این ویژگی ها باعث می شود فرد، استانداردهای کاری را اخذ کرده و از طریق آموزش، رشد و توسعه دهد.

مراحل طراحی مدل شایستگی ها:

۱. تشکیل تیم و منشور پروژه
۲. شناخت زمینه و فرهنگ سازمانی کارفرما، مرور مستندات استراتژیک و گزارش های عملکردی مدیران (در صورت وجود)
۳. مصاحبه های نیمه ساخت یافته به صورت انفرادی، گروهی با برخی از مدیران ارشد و خبرگان و افراد دارای عملکرد برجسته (شاغل و یا بازنشسته) قابل دسترس که توسط کارفرما معرفی می گردند.
۴. استخراج مدل شایستگی توسط مشاور
۵. ارائه مدل شایستگی، تبادل نظر و نهایی سازی مدل با تیم مدیران منتخب شرکت

خروجی گام یک: مدل شایستگی

در فضای رقابتی عصر حاضر و با توجه به چالش پیش روی سازمان ها در افزایش نیاز به مدیران توانمند و شایسته، سازمان ها نیازمند عبور از نظام های ارزیابی، انتخاب و توسعه سنتی هستند و می بایست با بهره گیری از شیوه های نوین و روش های اثر بخش و کارا در جذب، نگهداشت و توسعه قابلیت های کارکنان بتوانند شایستگی های سرمایه های انسانی مستعد خود را شناسایی کنند و به توسعه آنها بپردازند.

به این ترتیب، سازمان ها می توانند از وجود نیروهای جایگزین شایسته برای پست های مورد نیاز مدیریتی خود در آینده اطمینان حاصل نمایند.

کانون ارزیابی بر خلاف آن چه ممکن است از نام آنها برداشت شود، یک مکان خاص نیست، بلکه ترکیبی ساختار یافته از تکنیکهای ارزیابی است که به کار برده می شود. تا امکان ارزیابی کلی و دقیق از هر شرکت کننده را فراهم کند.

مراکز ارزیابی و توسعه به عنوان ابزاری نظام یافته و دقیق برای شناسایی رفتار به منظور جذب، انتخاب، ارتقاء و توسعه در محیط کار به طور وسیع به رسمیت شناخته می شوند.

از طریق ارزیابی گروهی از شرکت کنندگان (داوطلبان) توسط تیم ارزیابان با استفاده از تمرینات و آزمون های متنوع انجام می گردد. از این رویکرد برای سنجش شایستگی های افراد، جهت جذب، ارتقاء، آموزش، توسعه شایستگی ها، کار راهه شغلی، جانشین پروری و... استفاده می شود.



• گام دوم باز طراحی ابزارهای ارزیابی شایستگی های منتخب و طرح اجرایی کانون

این گام شامل اقدامات و فعالیت های لازم برای طراحی ابزارهای ارزیابی متناسب با مدل شایستگی است.

۱. انتخاب ابزارهای مناسب برای ارزیابی شایستگیهای منتخب
۲. تعیین ماتریس ابزار شایستگی ها
۳. باز طراحی و آماده سازی ابزارها و تمرین های ارزیابی
۴. طراحی و آماده سازی سایر تمهیدات لازم برای مرحله ی اجرای کانون ارزیابی

۵. طراحی های معطوف به تعریف چارچوب محتوای گزارش های بازخورد و تدوین چارچوب گزارشات بازخورد فردی

۶. برگزاری دوره آموزشی تربیت ارزیاب داخلی

۷. انتخاب و توجیه ارزیابان و آموزش ابزارها و شرایط کارفرما و ارزیابی شوندگان

خروجی گام دوم: ماتریس ابزار شایستگی مصادیق مدل شایستگی ها و طیف امتیازات

خروجی گام سوم: گزارشات بازخورد فردی نفرات ارزیابی شده برای مدیریت تصمیم گیر

برخی از مهمترین فعالیت های روز کانون عبارتند از :

۱. برگزاری جلسه آمادگی ارزیابی شوندگان
۲. حضور شرکت کنندگان در ابزارها و تمرین های مورد نظر به صورت انفرادی و یا گروهی
۳. خروج شرکت کنندگان از کانون ارزیابی
۴. برگزاری جلسه پایانی جمع بندی روز کانون ارزیابی؛ این جلسه به صورت نشست پایانی روز کانون ارزیابی و برای جمع بندی فعالیت ها و همفکری تیم ارزیابان در خصوص اجماع نظر ارزیابان، تجمیع ارزیابی ها و کلیات تحلیل نتایج هر فرد است.
۵. شیوه ی برگزاری کانون ارزیابی به طراحی کانون و ابزارهای ارزیابی وابسته است.
۶. در روز برگزاری کانون ارزیابی برای دو گروه ۴-۶ نفره در هر روز تعداد ۸-۱۰ نفر برنامه ریزی گردد.

گام چهارم : ارائه بازخورد شفاهی گزارش فردی ، برگزاری کارگاه آشنایی با برنامه توسعه فردی

این مرحله از فرایند ارائه نتایج ارزیابی مشتمل بر اقدامات و فعالیتهای زیر است:

۱. تدوین و ارائه گزارش بازخورد سازمانی به مدیران منتخب شرکت
۲. برنامه ریزی و ارائه نتایج بازخورد فردی به صورت شفاهی به ارزیابی شوندگان به منظور ایجاد شناخت بیشتر در فرد و جلب مشارکت در توسعه شایستگی های خود
۳. برنامه ریزی و برگزاری کارگاه تدوین برنامه توسعه

خروجی گام چهارم: گزارش بازخورد سازمانی

• گام سوم اجرای کانون ارزیابی، تدوین و ارائه گزارشات بازخورد فردی به مدیریت تصمیم گیر

در این مرحله تعدادی از مدیران و کارشناسان کلیدی از طرف سازمان برای ارزیابی معرفی می گردد. این مرحله از فرایند ارزیابی مشتمل بر اقدامات و فعالیت های زیر است :

۱. برنامه ریزی و سازماندهی اجرای روزهای کانون
۲. آموزش و توجیه ارزیابی شوندگان
۳. گروه بندی افراد در برنامه ارزیابی اعم از ارزیابی شوندگان تیم اجرایی و ارزیابان
۴. جمع بندی نتایج ارزیابی هر فرد و تشکیل پرونده امتیازات
۵. تدوین گزارش بازخورد فردی



فریمورک بولزای

« رشد انفجاری فروش »

● با استفاده از فریمورک بولزای رشد انفجاری جذب و حفظ مشتری انجام می شود.

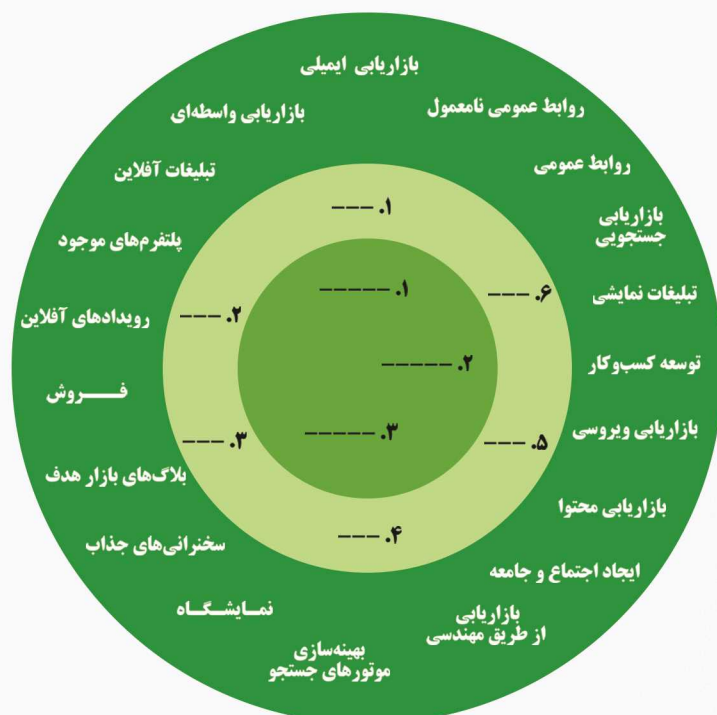
گردآورنده: واحد دیجیتال مارکتینگ شرکت رشد پایدار ایرانیان



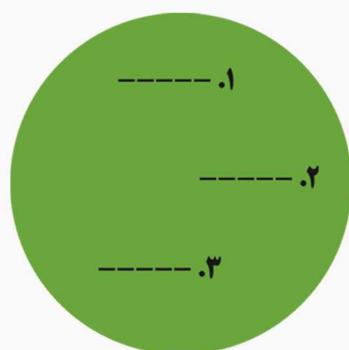
موارد به دقت بررسی شود



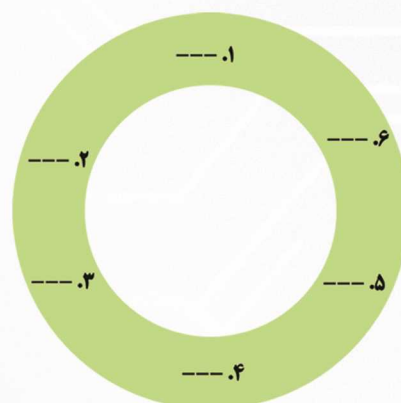
جهت کسب اطلاعات بیشتر QRcode بالا را باز نمایید



ابتدا ۹ عنوان (کانال جذب) از موارد موجود را انتخاب نموده و با بررسی های دقیق ۳ عنوان برجسته را در مرکز دایره و ۶ عنوان باقی مانده را در دایره میانی قرار می دهیم. اگر به مواردی که در مرکز دایره نوشته شده است دست یافتیم و به هدف مورد نظر رسیدیم آن کانال جذب را ادامه می دهیم و اگر به هدف مورد نظر نرسیدیم و این کانال جذب برای ما مناسب نبود؛ آن را با یکی از ۶ کانال جذب در دایره میانی جابجا می کنیم.



۳ اولویت اول بهترین و مناسب ترین کانال جذب



۶ اولویت دوم در دایره میانی



شما هم برای ما بنویسید

جهت اشتراک مقالات خود و آگاهی از محورهای نوشتاری، از طریق راه های ارتباطی با روابط عمومی گروه اقتصاد مردمی ارتباط حاصل فرمایید.



۰۲۱-۸۸۸۱۴۵۶۶



۵۰۰۰۴۰۰۱۸۸۰۳۱۰ (سامانه پیامکی)



www.nikparseh.com



info@nikparseh.com



تهران، خیابان انقلاب، قبل از خیابان ایرانشهر،
خیابان شهید موسوی، پلاک ۳۰





خدمت‌رسانی به شهدا

حمایت و تجلیل مردم از شهید رئیسی معنایش حمایت از شعارهای انقلاب است.
مقام معظم رهبری (مدّ ظله العالی)

مسئله‌ی تولید، مسئله‌ی مهمی است و به همین جهت امسال هم روی مسئله‌ی تولید تکیه می‌کنم و توقع دارم، انتظار دارم که ان شاءالله یک جهشی در کار تولید اتفاق بیفتد امسال، و بجد اعتقاد دارم که این جهش بدون مشارکت مردم و بدون حضور مردم اتفاق نخواهد افتاد. اگر ما بخواهیم جهش تولید داشته باشیم، بایستی اقتصاد را مردمی کنیم، باید پای مردم را به عرصه‌ی تولید به نحو محسوسی باز کنیم و موانع حضور مردم را برطرف کنیم.

مقام معظم رهبری (مدّ ظله العالی)



گروه اقتصادی نیک اندیشان بازرگان پارسه

