



گوهر آزمای خلیج فارس
دانش بنیان شد



موتور واگذاری های ایمپاسکو
روشن شد

صفحه ۴

صفحه ۴

مطالبات معوق، همکاری برخی فروشگاه ها را متوقف کرد

تاخیر در پرداخت؛ چالش تازه کالابرگ

صفحه ۲

منابع آبی همچنان در بحران

صفحه ۴

فعالان بازار طلای آنلاین در انتظار پایان بلاتکلیفی

صفحه ۲

وزیر راه:

جنگ امروز جنگ کریدورهاست

صفحه ۲

سرمقاله

محاصره دریایی؛ آزمون واقعی

حکمرانی و مدیریت کسب و کار

همین صفحه



حامد وثوقی

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی

در ادبیات مدیریت، سال ها تصور می شد که موفقیت یک بنگاه عمدتاً به کیفیت مدیران، سرمایه، فناوری و بازار وابسته است...

یادداشت

مدل CHENARI در مشاوره آموزشی

و شغلی

همین صفحه

دکتر حسین چناری

مدرس دانشگاه و مشاور امور آموزشی



فلسفه مدل مدل CHENARI بر این اصل استوار است که مشاوره آموزشی تنها معرفی یک دوره یا دانشگاه نیست...

یادداشت

قول ها هم تاریخ انقضا دارند

همین صفحه

راضیه حسینی

روزنامه نگار



افزایش اعتبار کالابرگ باید هرچه زودتر محقق شودآزاد عضو کمیسیون برنامه بودجه: «افزایش اعتبار کالابرگ برای خانوارهای کشور از ضروریات حمایت از معیشت مردم است...

قول ها هم تاریخ انقضا دارند

راضیه حسینی- روزنامه نگار

افزایش اعتبار کالابرگ باید هرچه زودتر محقق شود
آزاد عضو کمیسیون برنامه بودجه: «افزایش اعتبار کالابرگ برای خانوارهای کشور از ضروریات حمایت از معیشت مردم است و توسط برخی اعضای دولت مطرح شده اما باید به صورت جدی در دستور کار دولت قرار گیرد.»
یادش به خیر، بچه که بودیم دل خوشی مان شنیدن قول هایی از پدر و مادرمان بود. اصلاً همین که می گفتند ما کلی ذوق می کردیم، مثلاً هر سال تابستان قول می دادند یک دوچرخه برای مان بخرند. حتی از این هم ساده تر، می گفتند هر بار که بیست بگیریم برای مان یک بستنی می خردند. البته در این مورد نمی دانیم ما به قول مان عمل نمی کردیم یا آن ها. کنار فروشگاه خیلی بزرگ شدیم. همان روز فهمیدیم دیگر ذوق دوچرخه خریدن را نداریم. دیگر ذوق شنیدن قول ها را هم نداریم.
قول ها زمان دارند، تاریخ انقضا دارند، تمام که بشود دیگر حتی برآورده شدن شان هم ارزش ندارد. برای آدم ها می شوند یک خاطره ی دور، قولی که زمانی می ارزید و حالا دیگر به هیچ دردی نمی خورد. حالا دیگر بشود یا نشود به حال شان فرقی نمی کند.
آدم ها قول های تاریخ گذشته را کنار می گذارند، اما فراموش نمی کنند. هر وقت یادشان می افتند، به این فکر می کنند بعضی ها چه قدر خوب قول می دهند و چه قدر عالی یادشان می رود!

اصلاً صبر می کردیم هر تابستان بشود تا فقط بشنویم قرار است یک دوچرخه داشته باشیم. شب ها سوارش می شدیم، از آن رویان های رنگی رنگی که قدیم به دسته ی دوچرخه ها می زدند آویزانش می کردیم. چند تا شیرنگ هم برایش می خریدیم. از کوچه پس کوچه ها با سرعت رد می شدیم، برای بچه های دیگر که در حال دوچرخه سواری بودند دست تکان می دادیم و صبح ها از خواب بیدار می شدیم.

ما با همین قول ها بزرگ شدیم، یک روز که از کنار دوچرخه فروشی رد شدیم و عکس خودمان را در شیشه دیدیم، فهمیدیم دیگر برای آن دوچرخه ی رنگی و سید دار کنار فروشگاه خیلی بزرگ شدیم. همان روز فهمیدیم دیگر ذوق دوچرخه خریدن را نداریم. دیگر ذوق شنیدن قول ها را هم نداریم.

قول ها زمان دارند، تاریخ انقضا دارند، تمام که بشود دیگر حتی برآورده شدن شان هم ارزش ندارد. برای آدم ها می شوند یک خاطره ی دور، قولی که زمانی می ارزید و حالا دیگر به هیچ دردی نمی خورد. حالا دیگر بشود یا نشود به حال شان فرقی نمی کند.

آدم ها قول های تاریخ گذشته را کنار می گذارند، اما فراموش نمی کنند. هر وقت یادشان می افتند، به این فکر می کنند بعضی ها چه قدر خوب قول می دهند و چه قدر عالی یادشان می رود!

محاصره دریایی؛ آزمون واقعی حکمرانی و مدیریت کسب و کار

حامد وثوقی، دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران

در ادبیات مدیریت، سال ها تصور می شد که موفقیت یک بنگاه عمدتاً به کیفیت مدیران، سرمایه، فناوری و بازار وابسته است. اما تجربه بحران های ژئوپلیتیک نشان داده است که هیچ سازمانی در خلأ فعالیت نمی کند. محیط حکمرانی، سیاست خارجی، قوانین، بوروکراسی و امنیت، به همان اندازه که تصمیم های مدیرعامل بر سرنوشت یک شرکت اثر می گذارند، می توانند مسیر یک اقتصاد را تغییر دهند.

اگر تنش های اخیر منطقه ای و احتمال تشدید محدودیت های دریایی علیه ایران را از همین منظر نگاه کنیم، مسئله فقط کاهش صادرات یا افزایش هزینه حمل و نقل نیست؛ بلکه با اختلال در «نظام تصمیم گیری کسب و کار» مواجه هستیم.

در نگاه سیستمی، کسب و کار از مجموعه ای از عناصر به هم پیوسته تشکیل شده است؛ بازار، فناوری، منابع انسانی، سازماندهی، قوانین، زنجیره تأمین و سرمایه گذاری، شبکه ای واحد را شکل می دهند. هنگامی که یکی از این اجزا دچار اختلال می شود، آثار آن به سرعت به سایر اجزا سرایت می کند. درست مانند بدن انسان که اختلال در عملکرد قلب، تنها قلب را درگیر نمی کند، بلکه کل بدن را تحت تأثیر قرار می دهد.

محاصره یا محدودیت دریایی، حتی اگر مستقیماً منوجه همه کالاها نباشد، نخستین ضربه را به قابلیت پیش بینی وارد می کند. در اقتصاد، گاهی «عدم قطعیت» از خود تحریم یا محدودیت پرهزینه تر است. سرمایه گذار زمانی تصمیم به توسعه می گیرد که بتواند آینده را تا حدی پیش بینی کند. وقتی زمان ورود مواد اولیه، هزینه بیمه، نرخ حمل و نقل یا مسیر صادرات نامعلوم باشد، بسیاری از تصمیم های سرمایه گذاری به تعویق می افتند.

در چنین شرایطی، مدیران بنگاه ها معمولاً تلاش می کنند با تغییر تأمین کنندگان، افزایش موجودی انبار، تنوع بخشی به بازارها یا اصلاح زنجیره تأمین، بخشی از ریسک را کنترل کنند. اما این اقدامات زمانی مؤثر است که محیط حکمرانی نیز همسو عمل کند. اگر سیاست گذاری اقتصادی، مقررات تجاری، فرآیندهای گمرکی، سیاست ارزی و هماهنگی بین دستگاه ها با سرعت بحران تطبیق پیدا نکند، توان مدیریتی بنگاه ها به تنهایی کافی نخواهد بود.

به بیان دیگر، بحران های ژئوپلیتیک بیش از آنکه آزمون

فلسفه مدل
مدل CHENARI بر این اصل استوار است که مشاوره آموزشی تنها معرفی یک دوره یا دانشگاه نیست، بلکه فرآیندی نظام مند برای کشف توانمندی ها، طراحی مسیر رشد، توانمندسازی و همراهی مخاطب تا دستیابی به موفقیت آموزشی و شغلی است.
مدل (CHENARI Educational Counseling Model) از هفت مرحله تشکیل شده است که نام آن از حروف واژه CHENARI گرفته شده است.

از این منظر، پاسخ مؤثر نیز نمی تواند تک بعدی باشد. همان گونه که مشکل شبکه ای است، راه حل نیز باید شبکه ای باشد. هماهنگی میان سیاست خارجی، سیاست های اقتصادی، نظام بانکی، دستگاه های اجرایی، گمرک، بخش خصوصی و نهادهای تنظیم گر، اهمیت بیشتری از صدور بخشنامه های متعدد دارد. در شرایط بحران، سرعت، هماهنگی و کیفیت تصمیم گیری، خود به یک مزیت رقابتی تبدیل می شود.

تجربه بسیاری از کشورها نیز نشان می دهد که بنگاه های اقتصادی بیش از هر چیز به «قابلیت پیش بینی» نیاز دارند. حتی اگر شرایط دشوار باشد، وجود قواعد روشن و تصمیم های هماهنگ، امکان برنامه ریزی را حفظ می کند. اما اگر هر روز متغیری جدید وارد معادله شود، هزینه مدیریت عدم قطعیت به مراتب بیشتر از هزینه خود بحران خواهد بود. در نهایت، شاید مهم ترین درس مدیریت از چنین شرایطی این باشد که نباید اقتصاد را صرفاً مجموعه ای از شرکت ها و بازارها دانست. اقتصاد، یک سیستم پیچیده است که کیفیت عملکرد آن، حاصل تعامل میان مدیریت بنگاه ها و کیفیت حکمرانی است. هر اندازه این دو نظام تصمیم گیری هماهنگ تر باشند، ظرفیت کشور برای عبور از بحران نیز افزایش خواهد یافت.

امروز بیش از هر زمان دیگری روشن است که تاب آوری اقتصادی، فقط در کارخانه ها، شرکت ها یا بنادر ساخته نمی شود؛ بلکه در کیفیت حکمرانی، انسجام تصمیم ها و توانایی مدیریت هم زمان متغیرهای به هم پیوسته شکل می گیرد. در دنیای پیچیده امروز، مزیت کشورها نه صرفاً در منابع طبیعی یا ظرفیت تولید، بلکه در توان اداره یک شبکه پیچیده از تصمیم ها در شرایط عدم قطعیت است؛ همان نقطه ای که مدیریت کسب و کار و مدیریت حکمرانی به یکدیگر می رسند.

امروز بیش از هر زمان دیگری روشن است که تاب آوری اقتصادی، فقط در کارخانه ها، شرکت ها یا بنادر ساخته نمی شود؛ بلکه در کیفیت حکمرانی، انسجام تصمیم ها و توانایی مدیریت هم زمان متغیرهای به هم پیوسته شکل می گیرد. در دنیای پیچیده امروز، مزیت کشورها نه صرفاً در منابع طبیعی یا ظرفیت تولید، بلکه در توان اداره یک شبکه پیچیده از تصمیم ها در شرایط عدم قطعیت است؛ همان نقطه ای که مدیریت کسب و کار و مدیریت حکمرانی به یکدیگر می رسند.

امروز بیش از هر زمان دیگری روشن است که تاب آوری اقتصادی، فقط در کارخانه ها، شرکت ها یا بنادر ساخته نمی شود؛ بلکه در کیفیت حکمرانی، انسجام تصمیم ها و توانایی مدیریت هم زمان متغیرهای به هم پیوسته شکل می گیرد. در دنیای پیچیده امروز، مزیت کشورها نه صرفاً در منابع طبیعی یا ظرفیت تولید، بلکه در توان اداره یک شبکه پیچیده از تصمیم ها در شرایط عدم قطعیت است؛ همان نقطه ای که مدیریت کسب و کار و مدیریت حکمرانی به یکدیگر می رسند.



عصر اقتصاد علت ورود قیمت دلار به کانال ۱۹۰ هزار تومان را واکاوی کرد

دلار و شگفتی یک رکورد تازه

صفحه ۳

مدل CHENARI در مشاوره آموزشی و شغلی

دکتر حسین چناری - مدرس دانشگاه و مشاور امور آموزشی

توانمندسازی
بسیاری از مشاوران بعد از ثبت نام ارتباط را قطع می کنند.
در مدل CHENARI تازه اینجا کار آغاز می شود.
فعالیت ها: • کوچینگ • انگیزش • رفع مشکلات • معرفی منابع • آموزش مهارت های نرم • تقویت اعتماد به نفس
I
Improve
بهبود مستمر
آخرین مرحله، ارزیابی نتایج است.
مشاور باید بررسی کند: آیا فرد موفق شده است؟ آیا از انتخاب خود رضایت دارد؟ آیا نیاز به اصلاح مسیر دارد؟
• آیا باید آموزش جدیدی دریافت کند؟
CONNECT
HEAR
EVALUATE
NAVIGATE
ADVISE
REINFORCE
IMPROVE
تفاوت مدل CHENARI با مدل های سنتی
مشاوره سنتی
معرفی دوره
ثبت نام
نگاه کوتاه مدت
تمرکز بر آموزش
فروش خدمات
تصمیم گیری توسط مشاور
پایان ارتباط پس از ثبت نام
مدل CHENARI - طراحی مسیر آموزشی - همراهی تا موفقیت
توسعه بلندمدت
تمرکز بر شایستگی
ارزش آفرینی برای مخاطب
تصمیم گیری مشترک با مخاطب
ارتباط مستمر و ارزیابی نتایج
اصول طلایی مدل CHENARI
۱. اعتماد قبل از آموزش. ۲. نیازسنجی قبیل از پیشنهاد. ۳. تحلیل قبل از تصمیم. ۴. طراحی مسیر اختصاصی برای هر فرد. ۵. همراهی تا رسیدن به نتیجه. ۶. ارزیابی و بهبود مستمر. ۷. اخلاق حرفه ای و صداقت در ارائه مشاوره.
کاربردهای مدل CHENARI
این مدل در حوزه های زیر قابل استفاده است:
• مشاوره تحصیلی مدارس • مشاوره انتخاب رشته • مشاوره راهکار باید:
• مشاوره MBA و DBA
• مشاوره مهاجرت تحصیلی • مشاوره آموزش های بین المللی • مراکز مشاوره آموزشی خصوصی
ه واحدهای جذب دانشجو در دانشگاه ها و کالج ها
• آموزش مشاوران آموزشی
تهیه و تنظیم : دکتر حسین چناری
تلفن مشاوره : ۰۹۱۲۱۹۸۰۰۴

