



فرارسیدن سال  
۱۴۰۰ شمسی و  
نوروز باستانی را  
تبریک می‌گوییم.



**گفت‌وگفت**

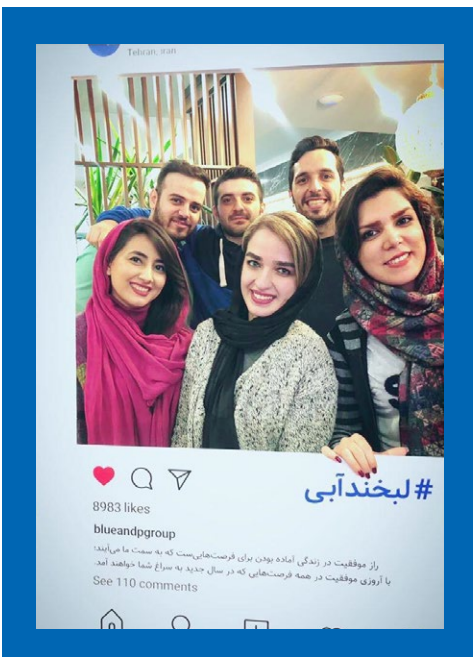
گفت‌وگو با مهندس نسیم مرتضی‌پور

## داستان ورود من به شرکت پارس تابلو

استقبال از نوروز با #لبخندآبی

تلاش خستگی‌ناپذیر با وجود سرما و برف

پروژه خط انتقال برق  
بلواندپی در ارمنستان



# همایون باد این سال و همه سال



محمد پارسا

طراوت بهاران، رویش جوانه‌های امید و شکفتن شکوفه‌های مهر، شوق زیستن را دوچندان می‌کند. صاحبان ذوق و اندیشه متأثر از بهار جان‌ها متفکرانه و خلاقانه ابتکار عمل را به دست گرفته و طرحی نو رقم می‌زنند. سال ۱۳۹۹ سالی سرشار از تلاش و جدیت به همراه تغییرات مثبت در گروه بلواندپی بود؛ خدای متعال را شاکرم که در سایه الطاف و عنایات او توانستیم با وجود همه فراز و نشیب‌ها گام‌های بلندی را در عرصه تولید، توسعه و نوآوری برداریم. در سالی که گذشت بدون شک حضور در جمع پیشگامان صادرات و کسب رتبه ۱۴۸ در بیست‌وسومین رتبه‌بندی سازمان مدیریت صنعتی ایران، گامی مهم در جهت پیشبرد اهداف مجموعه بوده است. اینک که بهاری دوباره مهمان خانه‌های ما گشته، یادمان باشد ما نیز هم‌پای یکدیگر اوج بگیریم تا آنچه آموخته ایم را با دیگران قسمت کنیم. من نیز در دعایی خاضعانه به درگاه مدبر هستی احسن الحال را برای شما خانواده بزرگ بلواندپی آرزومندم.

مؤسس گروه بلواندپی



سید زمان حسینی

## مبارک بادت این سال و همه سال همایون بادت این روز و همه روز

حلول سال جدید را خدمت همه مدیران، همکاران و خانواده محترم شما عزیزان تبریک عرض می‌نمایم و از ذات باری تعالی، سالی سرشار از موفقیت، سلامتی و عبور موفق از کرونا، همچنین انجام مطلوب برنامه‌های تدوین شده گروه مسئلت دارم. فرصت را غنیمت داشته و از همه عزیزانی که در سال ۱۳۹۹ اهتمام جدی در تولید، اجرای پروژه‌ها، شرکت در مناقصات داخلی و خارجی، بازاریابی، توسعه کسب‌وکار، استقرار ساختار و مکان جدید، موفقیت در اجرای پروژه‌های ملی و بین‌المللی و سایر امورات مالی، اداری و حقوقی داشته‌اند صمیمانه تقدیر و تشکر می‌کنم.

مدیرعامل گروه بلواندپی



در هر شماره  
مشتاق دریافت مطالب  
همکاران گرامی هستیم.



کامران طالبی

## چند لحظه آرامش

## معرفی کتاب "چگونه کتاب بخوانیم" (How to read a book)

کمک می‌کند تا بهتر کتاب بخوانیم و از کتابی که می‌خوانیم بهتر بهره ببریم.

**نویسنده کتاب "چگونه کتاب بخوانیم" کیست؟** مورتیمر آدلر فیلسوف و نویسنده‌ی امریکایی است. آدلر از نویسندگان و ویراستاران دانشنامه‌ی بریتانیکا بود و علاوه بر این کتاب‌های فراوانی نوشت، و به عنوان نویسنده، سردبیر و ویراستار

خواندن بعضی از کتاب‌ها مقدم بر بقیه کتاب‌هاست. **چگونه کتاب بخوانیم** هم از این دست است. احتمالاً برای شما هم پیش آمده که کتابی را خوانده‌اید، حتی موقع خواندن کتاب لذت هم بردید، اما وقتی خواستید درباره‌اش با کسی صحبت کنید چیزی از محتوای کتاب در ذهنتان نمانده. چطور کتاب بخوانیم به این مشکل، علت و راه‌حل‌اش می‌پردازد.



مجموعه‌های مهمی گردآوری کرد. مثل مجموعه ۵۴ جلدی «برترین آثار برجسته غرب». آدلر در تمام نوشته‌هایش سعی کرده برای مخاطبانی بنویسد که لزوماً تحصیلات دانشگاهی ندارند یا متخصص نیستند. "چگونه کتاب بخوانیم" را هم با همین هدف نوشت. در ویرایش‌های دوم به بعد کتاب، چالرز ون دورن نیز به مورتیمر آدلر پیوست و بخش‌هایی به کتاب اضافه شد. نسخه‌ای که امروز از "چگونه کتاب بخوانیم" در دستمان است نتیجه‌ی این ویرایش‌های چالرز ون دورن در کنار مورتیمر آدلر است.

کتاب *How to read a book* به فارسی با عنوان چگونه کتاب بخوانیم منتشر شده است.

### چرا کتاب "چگونه کتاب بخوانیم" را پیشنهاد می‌کنیم؟

کتاب خواندن نیاز به یادگیری دارد. هرچقدر زودتر این را بفهمیم، بهتر از کتاب‌هایی که می‌خوانیم استفاده می‌کنیم. "چگونه کتاب بخوانیم" در واقع همین کار را می‌کند و به ما نشان می‌دهد کتاب خواندن نیاز به یادگیری دارد. اگر کتاب نمی‌خوانیم یا اگر وقتی کتاب می‌خوانیم در ذهنتان نمی‌ماند شاید دلیلش این است که یاد نگرفته‌ایم چگونه کتاب بخوانیم. مورتیمر آدلر، نویسنده کتاب، به ما یاد می‌دهد چطور با خواندن یک کتاب به مسئله‌ی اصلی نویسنده برسیم. چطور کلیت کتاب را در چند جمله یا یک پاراگراف کوتاه نقل کنیم؟ چطور بخش‌های عمده و اصلی کتاب را بشناسیم و بتوانیم نشان بدهیم که چطور این بخش‌ها در قالب یک کل منسجم منظم شده‌اند؟ پاسخ به این پرسش‌ها

از خودمون پلاک داشته باشیم  
آدما مثل خونه‌ها آدرس دارن  
بعضیا ساده و سراستن  
مثلا نبش خیابون چهارم کوچه ۲۰  
بعضیام ظاهرا ساده ولی پیدا نکردنی‌ان  
انگار یه چیزی تو آدرس‌شون جا افتاده  
مثلاً اسم شهر  
و فقط نوشته شده  
خیابون امام‌خمینی پلاک یک  
اون خیابون رو که همه‌ی شهرها دارن  
بعضیا رو هم می‌شه پیدا کرد  
ولی پیچ‌درپیچ هستن  
کلافه می‌شی یا منصرف و نهایتاً خسته  
بعضیام مثل کوچه بُن‌بست  
پیداشون می‌کنی  
بهشون می‌رسی  
یه چایی هم کنارشون می‌خوری  
تهش باید برگردی عقب  
چون اون طرف‌شون به هیچ راهی باز نیست  
بعضی از آدمام هنوز از خودشون پلاک ندارن  
باید با پلاک بقیه پیداشون کرد  
خیابون و آدرس‌شون از خودشونه‌ها  
ولی باز هم تو آدرس‌شون  
نوشته روبروی پلاک ۲۲  
به این‌جور آدما اعتماد نکنیم و  
از خودمون پلاک داشته باشیم  
مراقب داشته‌هامون باشیم.





## گفت‌وگو با مهندس نسیم مرتضی‌پور و مرور نحوه آشنایی‌اش با مهندس محمد پارسا

# داستان ورود من به شرکت پارس‌تابلو

مذاکره خودم کنترل داشته باشم و به جای تخفیف روی قیمت، به محصول تخفیف بدهم. نکته‌ای که باز هم قدرت تحلیل و پیش‌بینی آقای مهندس پارسا رو برای من ثابت کرد.

در جلسه‌ای که در اصفهان با حضور چندین شرکت برگزار شد، نمایندگان شرکت توزیع برق اصفهان که مامور برگزاری مناقصه بودند، شروع به مذاکره برای گرفتن تخفیف کردند. دقیقاً صحبتی که مهندس پارسا با من داشتند. همه شرکت‌ها برای دادن تخفیف مخالفت کردند و وقتی نوبت به من رسید، من گفتم که با کمال میل به شما تخفیف می‌دهم، به این صورت که به جای ۱۰۰ پست ۱۰۳ پست تحویل شما می‌شود. عذر سایر شرکت‌ها خواسته شد و مذاکرات مستقیم با من را شروع کردند. طبق گفته آقای پارسا، مناقصه با تحویل ۳ پست اضافه (البته بدون اینکه نوع پست‌ها برای طرف مذاکره‌کننده مشخص شود) به نفع شرکت پارس‌تابلو تمام شد. هدف من از نقل این خاطره این بود که در همه این سال‌ها، تمام صحبت‌های مهندس پارسا یک پیش‌بینی درست از آینده بوده و در زمان خود به واقعیت تبدیل شده‌اند. از افتخارات من در زندگی کاری، حضور و فعالیت در مجموعه تحت مدیریت ایشان است.

از آن زمان بود که من فهمیدم مهندس پارسا بسیار انسان آینده‌نگر و آگاهی هستند.

من در سال ۷۶ وارد شرکت پارس‌تابلو شدم و در زمینه تولید و فروش سلول‌های کمپکت ۲۰ کیلوواتی فلوکیت مشغول به کار شدم و در زمینه مناقصات هم مستقیماً با خود مهندس پارسا همکاری می‌کردم. در آن سال‌ها مناقصه‌ای در اصفهان برای ۱۰۰ پست فلوکیت در حال برگزاری بود و برای جلسه اصفهان همه قیمت‌ها و محصولات آماده بود. شب قبل از سفر من به اصفهان، آقای مهندس پارسا تماس گرفتند و توضیح دادند که اخلاق اصفهانی‌ها در کار اینه که دنبال تخفیف و قیمت نهایی هستند. پیشنهاد دادند که به خاطر پافشاری روی تخفیف، روی قدرت

آشنایی من با آقای مهندس محمد پارسا به سال ۷۴-۷۳ برمی‌گردد. من شرکت خودم رو داشتم و از طریق آقای مهندس مسعود پارسا با نیاز شرکت پارس‌تابلو به کلیدهای کمپکت آشنا شدم.

برای تامین کلیدهای کمپکتی که شرکت پارس‌تابلو برای پروژه‌ها نیاز داشت، از شرکت دلتا انگلیس دعوت به همکاری کردیم و فروشنده‌هایی از این شرکت برای مذاکرات با ما به ایران آمدند. توی جلساتی که به همراه آقای مهندس پارسا با شرکت انگلیسی داشتیم، ویژگی‌های شخصیتی ایشان که توانایی کنترل جلسه و پیش‌بینی آینده و قدرت چانه‌زنی خیلی خوبی داشتند، نظر من رو خیلی جلب کرد. نمایندگان شرکت دلتا حاضر به ارائه قیمت نبودند ولی در انتهای جلسه، آقای مهندس پارسا با تحلیل‌های خودشون تونستند قیمت واقعی رو اعلام کنند. البته جلسه با شرکت انگلیسی به نتیجه نرسید. هرچند با قیمت پیشنهادی مهندس پارسا این شرکت همچنان سود می‌کرد؛ اما شرکت انگلیسی با سیاست خاص خودش در بیزینس، حاضر نشدند که این معامله را انجام بدهند. در این جلسه انگلیسی‌ها از قدرت تحلیل مهندس پارسا بسیار شگفت‌زده بودند و اینکه چطور یک بیزینس‌من ایرانی انقدر توانایی بالایی در تحلیل و انجام معاملات دارد.



گفت‌وگو با حامد قاسمی  
مدیر برند گروه بلواندپی

## ری‌برند، چرا و در کجا؟



**نیاز به تغییرات  
در استراتژی و  
هویت برندها،  
نشان از  
زنده بودن،  
رشد و پویایی  
این برندها  
است.**

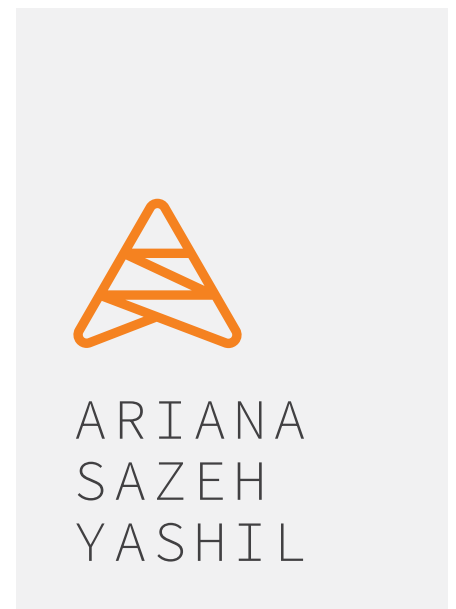
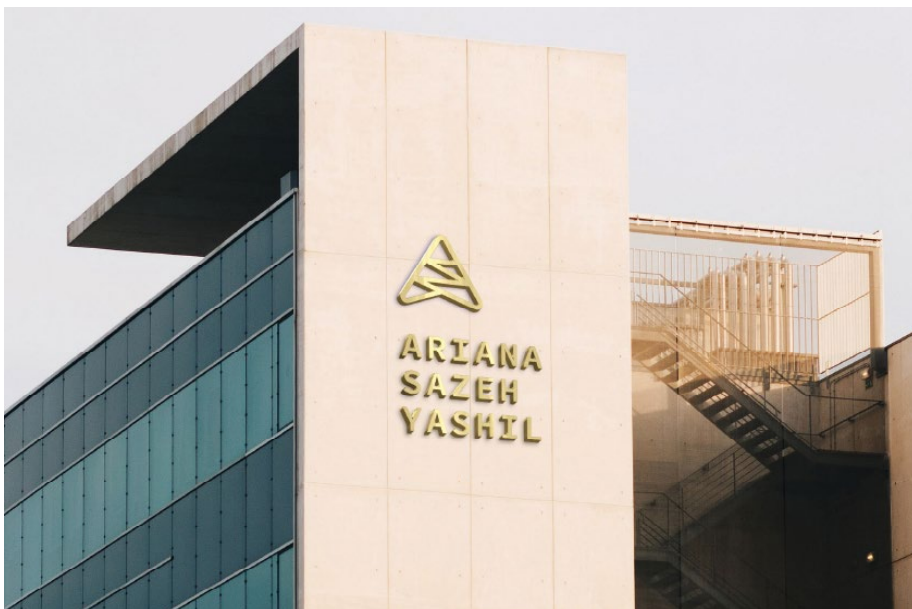
پیمانکاری و پروژه محدود نمی‌کنیم. یا مثالی دیگر؛ شرکت «پارس‌تابلو» است که در سال گذشته فعالیت‌های تابلوسازی را به طور کامل به شرکت «پارس‌تابلو صنعت» منتقل و هویت خودش را به عنوان یک شرکت پیمانکاری مهندسی و توسعه (GC) تغییر داده است و این احساس نیاز وجود دارد که این برند نیز نیاز اساسی به چهره و پوششی متناسب با تعاریف جدید خود دارد که البته هم‌اکنون داریم روی آن‌ها کار می‌کنیم.

خوشبختانه در گروه ما این نیاز و این تغییرات در نگاه مدیریت کلان وجود دارد. نیاز به تغییرات در استراتژی و هویت برندها، نشان از زنده بودن، رشد و پویایی این برندها است. در حال حاضر تعدادی از این تغییرات در شرکت‌های زیرمجموعه انجام شده برای مثال شرکت‌های رانیر، سودا آریا و آریانا سازه یاشیل می‌توان نام برد و برخی دیگر هم در حال طراحی هویت جدید برایشان هستیم. از این مهمتر حفظ سمت و سو و استاندارد برای برندهای جدید است که در گروه متولد می‌شوند و امیدوارم بتوانیم حداکثر هارمونی و هماهنگی را با الگوها و گایدلاین‌های برندینگ گروه بلواندپی ایجاد کنیم.

واژه **ری‌برند** به معنای بازنگری و باز طراحی هویت برند در میان بسیاری از برندهای دنیا شناخته شده است و بسیاری از آنها را می‌شناسیم. فاکتورهای زیادی در نیاز به ری‌برند مورد توجه قرار می‌گیرد که از آنها می‌توان هماهنگی با ترندها و مبانی برند که معمولاً در طول زمان همگام با پیشرفت تکنولوژی و علم در حال تغییر است، اشاره کرد. اما مهم‌ترین وجهه و دلیل نیاز برندهای بزرگ به ری‌برند، تغییرات هویتی در ذات فعالیت و جوهره برند است.

در سال‌های اخیر گروه بلواندپی تغییرات بسیاری کرده است. این مسیر سال‌ها پیش از یک کارخانه تابلوسازی آغاز شده، چند سال قبل به حوزه پیمانکاری ورود کرده و الان متشکل از چندین هلدینگ و شرکت‌هایی است که در زمینه‌های بسیار متفاوتی از خدمات کسب‌وکار تا پروژه‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر (VC) را شامل می‌شود.

این تغییرات در هویت و جوهره فعالیت هر شرکت، لزوم تغییرات و به‌روزرسانی برندها را به دنبال خواهد داشت. برای مثال ما تا سال گذشته، گروه بلواندپی را صرفاً یک گروه پیمانکاری می‌شناختیم ولی از سال جدید، معرفی گروه را به بحث



دریای شورانگیز چشمانت چه زیباست!  
آنجا که باید دل به دریا زد، همین‌جاست

در من طلوع آبی آن چشم روشن  
یادآور صبح خیال‌انگیز دریاست

گل کرده باغی از ستاره در نگاهت  
آنک چراغانی که در چشم تو برپاست

بیهوده می‌کوشی که راز عاشقی را  
از من بپوشانی که در چشم تو پیداست

ما هر دُوان خاموشی خاموشیم، اما  
چشمان ما را در خموشی گفت‌وگوهاست

دیروزمان را با غروری پوچ کشتیم  
امروز هم زان سان، بولی آینده ما راست

دور از نوازشهای دست مهربانت  
دستان من در انزوای خویش تنهاست

بگذار دستت راز دستم را بداند  
بی هیچ پروایی که دست عشق با ماست

حسین منزوی



معرفی یک اپیزود از  
**پادکست  
هلی‌تالک**

این اپیزود از پادکست هلی‌تالک از ابزارها و تکنیک‌های مدیریت زمان می‌گه تا کمک‌تون کنه مدیریت بهتری روی ذهن و زمان‌تون داشته باشید.

برای این‌که شنونده هلی‌تالک باشید لازم نیست که جزء قشر خاصی باشید و یا شغل خاصی داشته باشید اما گوش دادن به آن فارغ از این‌که در چه سن و سالی هستید و یا صاحب چه شغل و مرتبه اجتماعی هستید باعث قرار گرفتن شما در مسیر درست می‌شود.

<https://podtail.com/en/podcast/hellitalk/episode-7-time-mind-management/>



نوروز  
سیمنا بینا

<https://rj.app/m/wqMLAPEj>



بی‌تفاوتی و بی‌کنشی را توجیه می‌کنند، چرا که ما در قبال زندگی هر فرد در اجتماع به قدر توان خود مسئولیم.

• **پیشنهاد سوم:** امسال کتاب‌های غیردرسی و غیر از رشته تخصصی‌مان، بیشتر بخوانیم.

• **پیشنهاد چهارم:** عادت‌هایی که به تقلید از دیگران و بدون دلیل در زندگی ما وجود دارند را حذف کنیم.



**بال‌های  
خیال**

مهرداد مولوی

آغاز سال جدید بهانه‌ای است برای برنامه‌ریزی سال نو. چند پیشنهاد از جانب من، که شاید به زندگی بهتر در سال پیش‌رو کمک کند:

• **پیشنهاد اول:** امسال برخی جملات را بیشتر به کار بگیریم، این جملات عبارتند از: نمی‌دانم، اطلاع ندارم، و بلد نیستم؛ باید بیشتر فکر کنم و باید در این زمینه مطالعه کنم.

این‌ها باعث می‌شوند که راجع به هر چیزی اظهار نظر نکنیم و چقدر در زندگی به این نگفتن‌ها احتیاج داریم.

• **پیشنهاد دوم:** امسال برخی جملات را از دایره زبان خود خارج کنیم، مانند: آب از آب تکان نخواهد خورد، ما نه سر پیازیم نه ته پیاز، سنگ بزرگ علامت نزدن است!

اصولا تمام تکیه‌کلام‌ها و جملاتی که بی‌عملی،

• کارتون‌نویست: نازنین جمشیدی

**تماشا**

