

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

پایان عصر ترامپ به افت قیمت‌ها در بازارهای مالی منجر شد

## موج تازه ریزش قیمت‌ها

فرصت امروز: رخدادهای سیاسی آمریکا به کاهش قیمت‌ها در بازارهای مالی ایران منجر شده و قیمت دلار به کانال ۲۴ هزار تومان و قیمت سکه به کانال ۱۱ میلیون تومان رسیده است. موج تازه کاهش قیمت‌ها از اواخر...

۳

حضور شرکت‌های استارت‌آپی در بازار سهام با ورود تپسی به فرابورس کلید خورد

# استارت‌آپ‌ها در تالار شیشه‌ای

فرصت امروز: موضوع عرضه اولیه سهام استارت‌آپ‌های ایرانی از چند ماه قبل تاکنون بحث محافل استارت‌آپی و بورسی بوده و حالا با ورود تپسی به عنوان نخستین استارت‌آپ در فرابورس، روند حضور شرکت‌های استارت‌آپی در بازار سهام کلید خورده است. تقریباً از میانه‌های سال گذشته بود که بورس به پربازده‌ترین بازار سرمایه‌گذاری در ایران تبدیل شد و همه نگاه‌ها را به سمت خود جلب کرد، به طوری که شاخص کل بازار سهام در سال گذشته به بازدهی بیش از ۲۸۰ درصدی رسید و در میانه تابستان امسال قله ۲ میلیون واحدی را فتح کرد. هرچند رفته رفته از میانه‌های مردانماه، روند افت شاخص کل بورس آغاز شد و شاخص بازار سهام در آخرین گام روز شنبه بیستم دی ماه با افت ۲۴ هزار واحدی، کانال یک میلیون...

۲

بانک مرکزی از کاهش انتظارات تورمی با توقف رشد پول گزارش داد

## رشد صفر درصدی حجم پول در آذرماه

۴

### مدیریت و کسب‌وکار



سهام هیوندای در پی خبر احتمال همکاری با اپل ۲۰ درصد افزایش یافت

- ۸ نظریه مهم درباره ویژگی‌ها و نقش رهبر در سازمان‌ها
- ۳ حرفی که کارآفرینان هرگز به کارمندان خود نمی‌زنند
- حمایت پپسی از رستوران‌داران سیاه‌پوست
- ورود کی اف سی به جنگ کنسول‌های بازی
- ۷ اشتباه در بازاریابی
- بازاریابی در اینستاگرام و تعامل با مخاطب هدف

۱ تا ۸



## شاخص بورس در بیستمین روز زمستان به کانال ۱,۲ میلیون واحد عقبگرد کرد

## خواب زمستانی بورس

۵

رنگ آبی به رنگ‌بندی‌های کرونا اضافه شد

## ۱۹۲ شهر در وضعیت آبی کرونا

در استان مازندران و شهرهای ماسال، لنگرود و رودسر در استان گیلان و شهرهای کردکوی و بندر گز در استان گلستان هستند.

رئیس سپس به افزودن رنگ آبی به رنگ‌بندی‌های کرونا اشاره کرد و گفت: در سطح کشور ۴۱۱ شهر در وضعیت زرد داریم، ولی برخی شهرها میزان بستری‌شان از حد پایین شهرهای زرد پایین‌تر است؛ یعنی ۱۹۲ شهر داریم که میزان بستری بیمار در آنها از دو بیمار به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت هم کمتر شده است. برای این ۱۹۲ شهر رنگ جدیدی به رنگ‌ها اضافه کردیم تا اعمال محدودیت کمتری در آنها نسبت به شهرهای زرد داشته باشیم و تحت عنوان شهر آبی یاد می‌کنیم. در شهرهای آبی تقریباً تمام مشاغل با رعایت پروتکل‌ها که متعاقباً اعلام می‌شود آزاد هستند و می‌توانند فعال باشند.

سختگوی ستاد ملی مقابله با کرونا همچنین از حذف محدودیت تردد بین شهری در شهرهای زرد و آبی خبر داد و افزود: منع تردد شبانه همچنان برقرار است. به گفته رئیس، در شهرهای زرد و آبی منع تردد بین

و مکزیک نیز به همین صورت است. او از کاهش ۷۰ درصدی مرگ و میر ناشی از کرونا در ایران خبر داد و گفت: خوشبختانه در ایران روند بیماری به گونه‌ای است که ۸۰ درصد در بستری‌ها و ۷۰ درصد در مرگ و میر کاهش آمار داشتیم، اما باید بدانیم این نتیجه رعایت مردم و همکاری مسئولین بوده است. اکنون به جز استان‌های شمالی بقیه استان‌ها وضعیت مناسبی دارند که امیدواریم وضعیت مناسب تداوم داشته باشد. استان مازندران یکی از استان‌هایی است که بیشترین موارد ابتلا را در آنجا داریم و استان گلستان و گیلان هم نیاز به مراقبت بیشتری دارند.

به گفته وی، ۷ شهر قرمز، ۳۰ شهر نارنجی و ۴۱۱ شهر در وضعیت زرد هستند. همچنین از ۷ شهر قرمز ۵ شهر آمل، ساری، فریدونکنار، قائم شهر و نکا در استان مازندران هستند و دو شهر بندر گز و کردکوی در استان گلستان قرار دارند. برخی از شهرها نیاز به مراقبت بیشتری دارند که شامل شهرهای نور، نکا، قائم شهر، ساری، فریدونکنار، رامسر، جویبار، تنکابن و آمل

فرصت امروز: در تازه‌ترین تحولات کرونایی، رنگ آبی نیز به رنگ‌بندی شهرها اضافه شد و به این ترتیب، شهرها پس از گذر از وضعیت زرد به یکباره به وضعیت سفید نمی‌رسند و وضعیت جدیدی تحت عنوان رنگ آبی با کم‌خطر برای شهرها تعریف شده است که به معنای از بین رفتن کامل ویروس در آن منطقه نیست. این خبری بود که سخنگوی ستاد ملی مقابله با کرونا از جلسه روز گذشته این ستاد اعلام کرد و از افزایش شمار شهرهای در وضعیت قرمز به هفت شهر و همچنین قرار گرفتن ۱۹۲ شهر در وضعیت آبی کرونا خبر داد.

دکتر علیرضا رئیس روز شنبه با اشاره به برگزاری جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا، گفت: در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا موروی بر وضعیت بیماری در سطح دنیا و کشور داشتیم. ویروس کرونای انگلیسی تقریباً تمام کشورهای اروپایی را در نوردیده و آمریکا همچنان در مرگ و میر رکورد زده و مرگ بالای ۴ هزار نفر در روز را ثبت کرده است. در آلمان و انگلستان هم مرگ و میر از مرز هزار نفر عبور کرد و وضعیت در ایتالیا، اسپانیا

۲

۳۰۰ هزار نفر هستند. در فاز دوم، سایر گروه‌های پرخطر مانند سالمندان بالای ۶۵ سال هستند که به ترتیب از ۸۰ تا ۸۵ سال، ۷۵ تا ۸۰ سال، ۷۰ تا ۷۵ سال و... اولویت‌بندی می‌شوند و افرادی بین ۱۶ تا ۶۴ سال که بیماری زمینه‌ای دارند در این فاز هستند. فاز سوم نیز برای مراکز جمعیتی و افرادی است که ریسک کمتری نسبت به فاز دو دارند و نهایتاً فاز ۴ عموم مردم هستند. محل تامین واکسن هم از تولید داخل و واکسن‌هایی که خریداری می‌کنیم، خواهد بود.

معاون بهداشت وزارت بهداشت در پایان با بیان اینکه تهران و البرز در وضعیت زرد کرونا قرار دارند، گفت: استان‌های تهران و البرز پس از هفته‌ها به وضعیت زرد رسیده‌اند. همچنین مشاغل ممنوع در وضعیت نارنجی، اکنون در وضعیت زرد آزاد است. تردد بین شهری نیز آزاد است اما ممنوعیت تردد شبانه ۹ شب تا ۴ صبح همچنان برقرار است و خواهش می‌کنیم مردم رعایت کنند، چراکه اگر همکاری کاهش یابد، رنگ شهرها تغییر کرده و محدودیت‌ها مجدداً باز خواهد گشت.

شهری نداریم، اما منع تردد ۹ شب تا ۴ صبح برقرار است بنابراین با این رنگ‌بندی جدید ۷ شهر قرمز، ۳۰ شهر نارنجی، ۲۱۹ شهر زرد و ۱۹۲ شهر آبی داریم. او در ادامه به مصوبه دیگر ستاد ملی مقابله با کرونا در جلسه شنبه اشاره کرد و گفت: کلیات بحث سند ملی واکسناسیون کشور امروز مصوب شد. تهیه سند مبتنی بر این است که براساس شواهد علمی و بررسی‌هایی که انجام شد، کمیته‌های تخصصی این برنامه را تدوین کردند و براساس بار بیماری، میزان شیوع بیماری‌های پرخطر و زمینه‌های هر استان، شهر و شهرستان مشخص شده است و با طبقه‌بندی انجام شده تزریق واکسناسیون در ۴ فاز انجام می‌شود.

رئیس با اشاره به اولویت‌های اول تا چهارم دریافت واکسن کرونا ادامه داد: در فاز اول، کادر بهداشت و درمان که مستقیماً با بیماران کرونا سر و کار دارند، کسانی که در خانه‌های سالمندان کار می‌کنند و همچنین جانبازان شیعیایی، تنفسی و بالای ۵۰ درصد واکسن دریافت می‌کنند که این فاز تقریباً یک میلیون

روحانی در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا:

## مردم بدانند وسیله‌های برای آزمایش واکسن کرونا نیستند

فرهنگ جامعه ایجاد می‌شود. باید کاری کنیم زمان محدودیت‌های شدید را با همکاری با همدیگر به حداقل ممکن کاهش دهیم. روحانی یادآور شد: ما وقتی ناچاریم محدودیت‌های شدید را اعمال کنیم، مشکلات فراوانی در زندگی و اقتصاد و فرهنگ جامعه ایجاد می‌شود. پس باید کاری کنیم زمان محدودیت‌های شدید را با همکاری با همدیگر به حداقل ممکن کاهش دهیم. رئیس جمهور گفت: نکته دیگر که بسیار مهم است و در این جلسه درباره آن تصمیمات خوبی اتخاذ شد، مسئله واکسن است. یکی از مطالبات مردم این است که سریع‌تر بتوانیم واکسن مورد اطمینان را در اختیار مردم قرار دهیم و مرجع ما در واکسن سازمان بهداشت و درمان است. ما در داخل هم به دنبال این هستیم که هرچه سریع‌تر واکسن را به نتیجه برسانیم که البته اقدامات خوبی انجام گرفته است. در خارج هم علی‌رغم همه محدودیت‌ها و همه مشکلات دنبال این هستیم که بتوانیم واکسن مطمئنی را خریداری و وارد کشور کنیم.

وی افزود: ما برای خرید واکسن بیش از ۴۰ روز گرفتار نقل و انتقال بودیم. یکی از موارد و مثال‌های بسیار روشن جنابیتی که آمریکا علیه ملت ایران انجام داد، در تهیه واکسن کرونا بود. روحانی تصریح کرد: آمریکایی‌ها برای جابه‌جایی پول به حساب شرکتی جهت اینکه زمان نوبت‌مان، واکسن کوآکس را خریداری و وارد کشور کنیم مشکلات زیادی ایجاد کردند، اما دولت با همه این مشکلات اقدامات لازم را انجام داد. یعنی چه آنجایی که واکسن مشترک می‌خواهیم بسازیم چه واکسن بخواهیم بخریم و چه در داخل تولید کنیم، هر جا ارز و ریال نیاز بوده دولت بدون هیچ مضایقه‌ای علی‌رغم همه سختی‌ها در این زمینه با دست باز وارد شده است.

شدید، کسب و کارها فعالیت خود را ادامه خواهند داد. روحانی با بیان اینکه بسیار مهم است شرایطی که امروز به آن رسیدیم پایدار بماند و به شرایط گذشته در ماه‌های پایانی سال بازنگردیم، گفت: باید اقدامات پیشگیرانه را برای اینکه وارد موج چهارم نشویم و تا پایان سال مشکل نداشته باشیم، ادامه دهیم. ما برای موفق شدن در برابر این ویروس باید مجموعه کارهایی انجام دهیم که اگر هر یک از این مجموعه‌ها آسیب ببیند، ما را با خطر مواجه می‌کند. یعنی همانطور که ماسک‌زدن ضروری است، رعایت فاصله‌گذاری و دورهمی و اجتماعات هم به همان نسبت ضروری است. پس باید مراقبت کنیم که اجتماعاتی تشکیل نشود، هرچند که در روزهای اخیر شاهد جمعیت‌های بودیم و خیلی‌ها از این موضوع غلایه کردند.

رئیس جمهور یادآور شد: من یک مثالی دارم که البته آن را برای مسائل امنیتی مطرح می‌کنم، اما در موضوع سلامت هم می‌شود به آن اشاره کرد به خصوص که سلامت مردم نیز موضوعی به اهمیت همان امنیت است؛ آن مثال این بود که می‌گفتم اگر در این زنجیره اقدامات، یک حلقه سست یا ضعیف شود معنایش ضرب شدن همه اقدامات انجام‌شده تاکنون در صفر است. ضرب یک عدد در صفر برابر با صفر می‌شود و یعنی همه اقدامات، نتیجه صفر دارند. در موضوع رعایت پروتکل‌های بهداشتی هم همین است؛ همه اینها حلقه‌هایی را تشکیل می‌دهند که مانع گسترش این ویروس شوند و اگر هر یک از این حلقه‌ها ضعیف شود، کل مدیریت را از بین می‌برد.

رئیس جمهور با تأکید بر اینکه مجموعه اقدامات باید مورد مراعات و استمراز ما باشد، گفت: وقتی ناچاریم محدودیت‌های شدید را اعمال کنیم، مشکلات فراوانی در زندگی و اقتصاد و

پس از آنکه مقام معظم رهبری روز جمعه و در سالروز قیام ۱۹ دی از ممنوعیت ورود واکسن‌های آمریکایی و انگلیسی به کشور سخن گفتند، رئیس‌جمهوری نیز روز گذشته (شنبه) در ستاد ملی مقابله با کرونا با بیان اینکه اجازه ندادیم واکسن خارجی بر روی مردم ما آزمایش شود، گفت که مردم بدانند وسیله‌ای برای آزمایش واکسن نیستند.

حجت‌الاسلام و برای اولین حسن روحانی در جلسه شنبه ستاد ملی مقابله با کرونا با تأکید بر اینکه برای ساختن یا خرید واکسن هر ارز و هر ریالی نیاز باشد بلافاصله به هر قیمتی و برخلاف همه مشکلات، آن را تأمین خواهیم کرد، افزود: ما زودتر از این هم می‌توانستیم واکسن وارد کنیم و واکسن‌هایی در اختیار ما بود، اما واکسن‌ها متعلق به شرکت‌هایی بودند که می‌خواستند آن را روی مردم ما آزمایش کنند.

رئیس‌جمهور به همکاری مردم و رعایت پروتکل‌های بهداشتی جهت کاهش روند شیوع بیماری کرونا در کشور اشاره کرد و گفت: در مجموع آمار امروز نشان می‌دهد تلاش انجام گرفته در آذرماه شرایط مناسب‌تری به وجود آورد و ۸۰ درصد بستری‌ها و ۷۰ درصد فوتی‌ها کاهش یافته است. البته به آن نقطه مطلوب نرسیده‌ایم و برای رسیدن به نتیجه هنوز باید تلاش خود را ادامه دهیم، اما شرایط بسیار بهتر شده است.

او سپس با اشاره به افزودن رنگ آبی به رنگ‌بندی‌های کرونایی ادامه داد: همکاری مردم باعث شد امروز در مصوبات‌مان یک وضعیت جدید تصویب شود و آن وضعیت «شهرهای آبی» برای مناطق زردی بود که تعداد کرونای مثبت آن، ۲ تا ۱۰۰ هزار است و شرایط نزولی دارند. در این مناطق آبی تقریباً همه کسب و کارها فعالیت می‌کنند و در مناطق زرد هم با مراعات پروتکل‌های

لحظه یا در یک روز انجام شود. اگر بخواهیم به ۶۰ میلیون نفر واکسن بزنیم؛ یعنی در دو نوبت ۱۲۰ میلیون بار باید این واکسن تزریق شود. با توجه به مکان‌های مختلف و با شیوه‌هایی که داریم این تزریق زمانبر است. اگر روزی هزار نفر هم کار واکسن را انجام دهند با توجه به ۶۰ میلیون نفر حدود چند ماه زمان می‌برد که این موضوعات در سند امروز مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

رئیس‌جمهور تأکید کرد: اگر در روز به ۵۰۰ هزار نفر واکسن تزریق و این عدد ضرب در ۶۰ میلیون شود، تزریق واکسن ۲ ماه زمان می‌برد و اگر بخواهد دو برابر شود، زمان انجام آن هم دو برابر خواهد شد بنابراین تزریق واکسن و اجرای آن زمانبر است که همه این موارد در سند امروز مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. وی با اشاره به اینکه مردم شایعات را در زمینه واکسن‌ها قبول نکنند، گفت: شایعه می‌کنند فلان‌جا واکسن دارند، فلان‌جا واکسن عرضه شده است و مردم را با این شایعات درگیر می‌کنند. مردم به متخصصان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، قرارگاه عملیاتی و ستاد گوش بدهند و فریب افراد سوءاستفاده‌گر در این شرایط را نخورند.

روحانی در انتها گفت: خرید واکسن و تهیه آن هم جزو اولویت‌هایی است که انجام می‌شود و ان‌شاءالله در زمان آن با شرایطی که اعلام می‌شود، در اختیار مردم قرار خواهد گرفت؛ ضمن اینکه اگر واکسن آمد و تزریق آن شروع شد به معنای کنار گذاشتن پروتکل‌ها نیست. این پروتکل‌ها باید مدام ادامه پیدا کند، چراکه اگر خود واکسن حتی اثر ۱۰۰ درصدی داشته باشد که نسبت به آن مطمئن نیستیم، اثرگذاری آن زمان می‌برد و بعد از آن هم دوز بعدی باید تزریق شود.



## یادداشت

## اصل ۴۴ و درسی که از کرونا آموختیم

<div><div><span><span> </span></span></div><span>زانا مظفری</span></div>
کارشناس اقتصادی

کاهش ۵۰درصدی حضور کارمندان بخش‌های دولتی به دلیل شیوع گسترده ویروس کرونا در چند وقت اخیر نشان داد که بهره‌وری و اثربخشی نیروی کار سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی نه متوقف می‌شود و نه چندان تغییری می‌کند. به عبارت دیگر، کرونا به ما آموخت که اگر اغلب دستگاه‌های دولتی با نصف کارکنان خود هم فعالیت کنند، مشکل چندانی پیش نمی‌آید. اینجاست که به این نتیجه می‌رسیم که برخی از کارکنان که در استخدام بخش دولتی هستند، حضور و یا عدم حضورشان تفاوت چندانی ندارد. عدم بهره‌وری مناسب نیروی کار شاغل در بخش دولتی، یکی از دغدغه‌های اصلی دولت‌ها در جهان است. حال باید ببینیم که چرا نیروی کار شاغل در بخش دولتی نمی‌تواند کارایی لازم را داشته باشد؟ یا بهتر عنوان کنیم؛ چرا نیروی کار شاغل در بخش دولتی اثربخش نیستند؟

دلایل مختلف و متفاوتی را می‌توان برای این موضوع عنوان کرد. شاید اصلی‌ترین دلیل این پدیده این باشد که اصلا نیروی کار مازاد بر نیاز بخش دولتی استخدام شده است؛ سپس این سوال پیش می‌آید که چرا باید بخش دولتی نیروی کار مازاد بر نیاز استخدام کند؟ جواش بی‌ساده است؛ عامه مردم و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی به طور گسترده‌ای از دولت انتظار دارند که آنها را استخدام کند و علاقه‌مند هستند که در بخش دولتی فعالیت داشته باشند، چراکه می‌دانند سختی کار در بخش خصوصی قابل قیاس با بخش دولتی نیست و در اغلب بخش‌های دولتی بدون توجه به کارایی و بهره‌وری نیروی کار، حقوق و دستمزد مشخصی به آنها پرداخت خواهد شد؛ لذا تمام توان خود را برای استخدام شدن در ادارات دولتی به کار می‌بندند. این امر باعث می‌شود که فشار زیادی به دولت‌ها وارد شود تا برای شغل این افراد چاره‌ای بیندیشد و متأسفانه راهکار ساده این است که بدون توجه به نیاز خود استخدام می‌کند! ایجاد روحیه مدرک‌گرایی و عدم توجه به شایستگی‌های فنی، مهارت‌های افراد و کارایی آنها در به دست آوردن موقعیت‌های شغلی موجب تلاش افراد برای دستیابی به مدارک دانشگاهی به عنوان مجوزی جهت استخدام شده است. از طرف دیگر، کارکنانی که استخدام شده‌اند به طور موثر و کارآمد فعالیت نمی‌کنند و به طور مثال از ۸ ساعت کاری روزانه خود تنها ۴ ساعت کار مفید انجام می‌دهند.
کما اینکه این میزان کار مفید هم با شرایط موجود در ادارات کشور به دور از واقعیت است، چراکه میزان کار مفید شاید پایین‌تر هم باشد، اما اگر همین ساعت کار را هم در نظر بگیریم، یعنی برای هر دو شغل یک نفر دیگر لازم داریم که استخدام کنیم. پس کاری که باید یک نفر انجام می‌داد را اکنون دو نفره انجام می‌دهند.

اما قضیه در بخش خصوصی کاملا متفاوت است، زیرا در بخش خصوصی بهره‌وری و کارایی نیروی کار بسیار اهمیت دارد و حقوق و مزایای کارکنان براساس عملکرد آنان تعیین می‌شود. البته مجموعه عوامل دیگری هم در پایین بودن بهره‌وری کارکنان ادارات دولتی نقش دارد که از جمله آنها می‌توان به این موارد اشاره کرد: ضعف مدیریت، استخدام نیروی انسانی غیرمتخصص، عدم وجود سیستم ارزشیابی مناسب کارکنان، عدم وجود انگیزه کاری در کارکنان، حاکم بودن روحیه منفعت‌طلبی فردی، کم‌کاری، مشغله زیاد کاری مدیران و …

در این میان، خصوصی‌سازی در راستای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی در خردادماه ۱۳۸۴ توسط مقام معظم رهبری ابلاغ گردید. بندهای الف و ج این سیاست‌ها به صراحت به توسعه بخش خصوصی و غیردولتی در اقتصاد ایران اشاره دارد. خصوصی‌سازی می‌تواند کارایی و بهره‌وری را افزایش دهد، چراکه منافع شخصی سهامداران و صاحبان کسب و کار منجر به بهبود وضعیت فعالیت شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی خواهد شد. خصوصی‌سازی در بخش‌ها و شرکت‌های دولتی غالباً با بهبود کارایی و بهره‌وری همراه بوده است. مشاهدات نشان می‌دهد که بهبود کارایی در نهادهای خصوصی‌سازی شده کشورهای توسعه‌یافته بیشتر از کشورهای در حال توسعه بوده است. با بررسی‌های بیشتر می‌توان دریافت که عواملی مانند رقابت‌پذیری، مقررات‌زدایی و احترام به حقوق مالکیت تاثیر بسزایی در بازدهی شرکت‌های دولتی دارند. با مطالعه شواهد تحقیقاتی علمی که در کشور انجام شده است به این نکته پی می‌بریم که این سیاست‌ها از اهداف خود فاصله دارند و فضای لازم برای توسعه بخش خصوصی و غیردولتی فراهم نشده است و سیاست‌های کلی اصل ۴۴ نتوانسته به اهداف اجرایی خود برای توسعه بخش خصوصی واقعی دست یابد و تاکنون سهم بخش خصوصی در اقتصاد بسیار پایین برآورد شده است.

کاهش اندازه بخش عمومی و رشد بخش خصوصی، یکی از اهداف مهم سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی است. اجرای این سیاست در کوتاه مدت سبب افزایش درآمد دولت از محل فروش بنگاه‌های دولتی و کاهش کسری بودجه می‌شود و در بلندمدت به پیشرفت فناوری، افزایش کارایی و ایجاد بخش خصوصی قوی و تقویت آن می‌انجامد. خصوصی‌سازی با فراهم کردن فضای رقابت، بنگاه‌ها و واحدهای خصوصی را وادار می‌کند تا عملکرد کارتری در مقایسه با بخش دولتی داشته باشند. در نتیجه از مهمترین اهداف اجرایی برنامه خصوصی‌سازی، بهبود عملکرد بنگاه‌های اقتصادی واگذار شده به بخش غیردولتی است بنابراین کرونا با وجود همه مصائب و سختی‌هایی که داشت و زندگی ما را تحت‌الشعاع قرار داد، این نکته مثبت را به همراه داشت که ما یک بار دیگر به بهره‌وری و کارایی کارکنان بخش دولتی نگاه ویژه‌ای داشته باشیم و گام‌های موثری در راستای اجرای این برنامه برداریم. اصل ۴۴ قانون اساسی برداریم.

فرصت امروز

حضور شرکت‌های استارت‌آپی در بازار سهام با ورود تپسی به فرابورس کلید خورد

# استارت‌آپ‌ها در تالار شیشه‌ای



فرصت امروز؛ موضوع عرضه اولیه سهام استارت‌آپ‌های ایرانی از چند ماه قبل تاکنون بحث محافل استارت‌آپی و بورسی بوده و حالا با ورود تپسی به

عنوان نخستین استارت‌آپ در فرابورس، روند حضور شرکت‌های استارت‌آپی در بازار سهام کلید خورده است. تقریباً از میانه‌های سال گذشته بود که بورس به پربازده‌ترین بازار سرمایه‌گذاری در ایران تبدیل شد و همه نگاه‌ها را به سمت خود جلب کرد، به طوری که شاخص کل بازار سهام در سال گذشته به بازدهی بیش از ۲۸۰ درصدی رسید و در میانه تابستان امسال قله ۲ میلیون واحدی را فتح کرد. هرچند رفته رفته از میانه‌های مردادماه، روند افت شاخص کل بورس آغاز شد و شاخص بازار سهام در آخرین گام روز شنبه بیستم دی ماه با افت ۲۴ هزار واحدی، کلال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد را از دست داد و به رقم یک میلیون و ۲۸۵ هزار واحد رسید.

البته کلیت بازار سهام در سال ۹۹ نشان می‌دهد که بورس هنوز از سکه نینقنده است؛ کما اینکه در پنج ماه نخست امسال دست‌کم ۱۰۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی وارد بورس شده است. ارزش معاملات روزانه بورس در این مدت از مرز ۲۵ هزار میلیارد تومان عبور کرد درحالی که

این رقم در سال گذشته ۸ هزار میلیارد تومان بوده است، اما پس از افت بازار، نزدیک به ۲۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی از بازار سهام خارج شد و شاخص کل بیش از ۴۰ درصد افت را رقم زد.
با این حال، از نیمه پاییز و با برگزاری انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، اوضاع در بورس بار دیگر تغییر کرد و بورس به مدار رشد بازگشت. بررسی‌ها نشان می‌دهد در آبان ماه امسال ۲۱۷ هزار کد معاملاتی جدید وارد بورس شده که مجموع سهامداران بورسی را به ۲۱ میلیون و ۳۹۰ هزار نفر می‌رساند. همچنین از هفته آخر آبان ماه روزانه ۵۰۰ تا ۷۰۰ میلیارد تومان پول جدید به بازار سهام رفته است که همین مسئله، زمینه رشد شاخص کل بازار سهام در آذرماه تا کلال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد را فراهم کرد. شش‌ساخت بورس در همین مدت کوتاه بیش از ۲۵۰هزار واحد و ارزش کل بازار سهام بیش از ۱۲۰۰هزار میلیارد تومان افزایش یافت. همچنین ارزش معاملات روزانه که در زمان افت شاخص به ۶ تا ۱۰ هزار میلیارد تومان رسیده بود، به بیش از ۲۰ هزار

میلیارد تومان رسید و حتی در روز دهم آذرماه، ارزش معاملات روزانه بورس مرز ۲۴ هزار میلیارد تومان را رد کرد.
هرچند شاخص بورس در چند هفته گذشته از آغاز زمستان روند پرنوسانی را طی کرده است، اما با توجه به رکود بازارهای دیگر از جمله طلا، سکه و مسکن به نظر می‌رسد که همچنان بهترین گزینه سرمایه‌گذاری در بلندمدت است. در همین حال، استارت‌آپ‌ها نیز در راه تالار شیشه‌ای هستند و به تازگی تپسی به عنوان نخستین استارت‌آپ در فرابورس پذیرفته شده است. در نخستین روز آذرماه بود که مسعود خوانساری، رئیس اتاق بازرگانی تهران در توثیتی خبر از پذیرش تپسی در فرابورس داد و نوشت «تپسی یکی از استارت‌آپ‌هایی بوده که اتاق بازرگانی برای رفتن آن به بورس تلاش کرده است.» همچنین مدیرعامل تپسی در هفته نخست آذرماه از عرضه اولیه تپسی در فرابورس در زمستان خبر داد و گفت: «طبق روال عادی، پذیرش اولیه تپسی در فرابورس انجام شده است و در حال انجام مراحل انتقال شرکت از سهامی خاص به سهامی عام هستیم.»

به گفته منشی‌پور، «هدف اصلی تپسی از ورود به فرابورس، جذب سرمایه و استفاده از آن برای رشد بیشتر است. تپسی قصد دارد در کسب و کار اصلی خود و همچنین در موارد جانبی که برای ورود به آنها برنامه‌ریزی کرده است، به رشد حداکثری دست یابد. حضور در بازار سرمایه می‌تواند سوخت اصلی برای رشد را در اختیار این مجموعه قرار دهد. احتمالاً عرضه اولیه تپسی از محل سلب حق تقدم انجام می‌شود؛ به این معنا که سهامداران حق تقدم خود را واگذار می‌کنند. به این ترتیب پول به صورت مستقیم وارد شرکت و صرف افزایش سرمایه آن می‌شود.» همچنین مدیرکل دفتر تامین مالی و سرمایه‌گذاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از حضور ۴۰ شرکت دانش‌بنیان روی تابلوهای بورس خبر داد و گفت: «سه شرکت دانش‌بنیان مراحل پذیرش در فرابورس را پشت‌سر گذاشته‌اند و آماده درج در تابلوهای اول و دوم فرابورس هستند. این سه شرکت از بین ۲۰۰ شرکت دانش‌بنیان برای پذیرش در فرابورس آماده شدند.»

چرا! بورسی شدن استارت‌آپ‌ها اتفاق ویژه‌ای است؟

## نوآوری بر بستر بازار سرمایه

«مسئله مهم، نگاه عموم جامعه و مخاطبان در بازار سهام به کسب و کارهای فناوری‌محور و استارت‌آپ‌هاست. با توجه به حضور ۱۰ میلیونی خریداران سهم در بازار سهام و همچنین دارندگان چند ۱۰ میلیونی سهام عدالت، فرصت خوبی برای شرکت‌های بورسی فراهم شده تا از این نقدینگی به نفع توسعه خود استفاده کنند. برای استفاده کسب و کارهای استارت‌آپی از این فرصت، نباید از فرهنگ‌سازی و آموزش غفلت کرد. این مسیری است که باید در عرض ورود شرکت‌های استارت‌آپی به بازار سهام پیمود. ارکان مختلف بازار سهام، شرکت‌های استارت‌آپی و سایر ذی‌نفعان باید فرهنگ‌سازی برای شناساندن هرچه بیشتر این شرکت‌ها به مخاطبان در بازار سهام را دنبال کنند تا مردم آگاهانه سهام این شرکت‌ها را بخرند. باید درباره تفاوت‌های عمده شرکت‌های استارت‌آپی با سایر شرکت‌های بورسی اطلاع‌رسانی کرد. مردم باید بدانند در وهله اول، ارزش سهام این شرکت‌ها به روش‌های دیگری احصا و ارزش‌گذاری می‌شود و نوسان قیمت هم بروز می‌کند. بازار سهام این شرکت‌ها مثل همه بازارها، سود خاص خود و البته ریسک خاص خود را دارد.»

به اعتقاد مدیرعامل فراد، «بورس همانطور که برای صنایع مختلف و دیگر شرکت‌ها محلی برای تامین سرمایه بوده و هست، برای استارت‌آپ‌ها هم می‌تواند به عنوان منبع تامین سرمایه عمل کند. سوال این است که تامین سرمایه شرکت‌های استارت‌آپی از بازار سهام چگونه انجام می‌شود؟ آیا قصد شرکت‌ها، افزایش سرمایه و تامین سرمایه از محل بازار سهام است؟ در این شرایط این شرکت‌ها می‌توانند به عنوان شرکت مادر شرکت‌های استارت‌آپی سهام خود را در بازار عرضه کرده و سرمایه خود را افزایش دهند. این امکان برای آنها وجود دارد. پرسش دوم، مربوط به ترکیب سهامداران است. آیا منظور از عرضه سهام در بورس، تغییر در ترکیب سهامداران شرکت‌های استارت‌آپی و تامین سرمایه به این روش است؟ به نظر من چنین عرضه سهامی، هیچ‌گاه

منجر به تامین مالی نمی‌شود.» او درباره اینکه پس از تپسی، کدام مجموعه استارت‌آپی در بازار سهام پذیرفته می‌شود، پاسخ می‌دهد: «شرکت‌های مختلفی برای حضور در بازار سهام اعلام آمادگی کردند. به نظر می‌رسد مجموعه کافه بازار پس از تپسی از همه آماده‌تر است. مجموعه‌های دیگری مثل دیجی کالا، صبا ایده، فیلیمو و شیپور آمادگی حضور در بازار سهام را دارند. هرچند ممکن است هر کدام مسائل عملیاتی و غیرعملیاتی خاص خود را داشته باشند. باتوجه به استانداردهای بازار سهام در کشور و شرایط این شرکت‌ها در سودآوری و ارزش آفرینی، آمادگی حضور در بازار سهام در همه این مجموعه‌ها وجود دارد.»

جوالمردی در انتها درباره برنامه‌های اتاق تهران برای پیوستن هرچه بیشتر شرکت‌های استارت‌آپی به بورس می‌گوید: «کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال اتاق بازرگانی تهران، از همان بدو تاسیس برای افزایش اثرگذاری نوآوری و اقتصاد دیجیتال در تولید ناخالص داخلی کشور تلاش کرده است. اگر بخواهیم این هدف محقق شود باید چند کار را دنبال کنیم. کار نخست، مربوط به کسب و کارهای متقدم و صناعی است که سابقه طولانی در اقتصاد ایران دارند. سهم نوآوری در رشد اقتصادی کشور با کاهش هزینه تمام شده این صنایع محقق می‌شود. استفاده هرچه بیشتر از فرصت‌های نوآوری، به ماندگاری و تاب‌آوری بیشتر این کسب و کارها کمک می‌کند، آن هم در دنیایی که همه چیز در آن به طور مداوم در حال تغییر است. کار دوم نیز افزایش اثرگذاری کسب و کارهای نوآور در اقتصاد کشور و تلاش برای افزایش سهم آنهاست. این شرکت‌ها کمتر از یک دهه است که در ایران شکل گرفته‌اند، اما تا زمانی که وارد بازار سهام نشوند و روند ارزش‌گذاری را طی نکنند، نمی‌توان ابعاد اقتصادی‌شان را به دقت محاسبه کرد و در اقتصاد کشور هم به چشم نمی‌آیند.»



### دریچه

مصوبه‌ای که مانع کاهش نرخ ارز می‌شود

### تکلیف دلار ۴۲۰۰ تومانی در بودجه ۱۴۰۰

مجلس در حالی نرخ تسعیر ارز را به ۱۷۵۰۰ تومان به ازای هر دلار افزایش داد که کارشناسان این تصمیم را به منزله پاک کردن صورت‌مسئله در مدیریت بازار ارز کشور می‌دانند. به اعتقاد آنها، نرخ اعلامی مجلس موجب افزایش نرخ تورم، مانعی برای کاهش نرخ ارز در بازار آزاد و تهدیدی برای تولید داخلی و سطح معیشت طبقه متوسط و پایین است. در این زمینه، سید مرتضی افقه اقتصاددان و عضو هیأت علمی دانشگاه چمران، تغییر نرخ ارز از ۴۲۰۰ تومان به ۱۷۵۰۰ تومان برای محاسبه حقوق ورودی گمرک را عامل افزایش قیمت کالاهای وارداتی دانست و به این‌ناپلاس گفت: این تصمیم می‌تواند تورم بسیار بالایی را بر اقتصاد کشور تحمیل کند. ۷۵ تا ۸۰ درصد تولیدات صنعتی داخلی ما وابسته به واردات کالاهای اساسی و واسطه‌ای است و اگر رقم نهایی محاسبه افزایش یابد، با افزایش قیمت کالاهای وارداتی، تولید داخل نیز افزایش قیمت خواهد یافت.

به گفته او، با اینکه برخی افراد طرفدار افزایش نرخ ارز هستند، اما افزایش به این شکل تنها به صادرات مواد خام کمک می‌کند که نه تنها قابل تفاخر نیست بلکه منجر به تخلیه کشور از منابع طبیعی خود با ارزان‌ترین قیمت خواهد شد. از طرف دیگر، افزایش قیمت ارز موجب تورم کالاهای وارداتی و افزایش قیمت کالاهای تولید داخل خواهد شد و در نتیجه به نفع صنایع نخواهد بود.

افقه، این دیدگاه را که معتقد است به دلیل گران شدن کالاهای وارداتی، مردم به سمت خرید کالاهای داخلی گرایش پیدا می‌کنند، رد کرد و گفت: این ادعا به دو دلیل مردود است. نخست اینکه افزایش قیمت ارز، قیمت کالاهای داخلی را که ارزبر هستند افزایش داده و بنابراین تقاضای داخلی آنها نیز به ناچار کاهش می‌یابد. دوم، به دلیل تحریم‌های سه سال گذشته، قدرت خرید بسیاری از مردم به شدت کاهش یافته و بلکه این گروه به زیر خط فقر ریزش کرده‌اند، بنابراین تقاضای کالاهای داخلی آن‌گونه که عده‌ای ادعا می‌کنند، افزایش نمی‌یابد.

افقه درباره تأثیر حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی بر واردات کالاهای اساسی گفت: درست است که انتقادهای زیادی به ارز ۴۲۰۰ تومانی و بی‌تأثیر بودن آن بر قیمت کالاهای اساسی وارد می‌شود و آمارها نیز نشان می‌دهد کالاهای اساسی با وجود تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی افزایش قیمت داشتند، اما باید این نکته را در نظر گرفت که افزایش قیمت کالاهای اساسی الزاماً به معنای شکست تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی نیست.

این اقتصاددان با بیان اینکه بخشی از افزایش قیمت کالاهای اساسی و خدمات به دلیل تورم بوده، گفت: بنابراین همه افزایش قیمت کالاهای اساسی نمی‌تواند به دلیل بی‌اثر بودن تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی در کنترل قیمت‌ها باشد. درواقع تورم منجر به افزایش سطح دستمزدها، افزایش هزینه حمل‌ونقل و همچنین سایر خدمات دولتی و غیردولتی شده و این افزایش‌ها موجب افزایش قیمت کالاهای اساسی شده است. در واقع نرخ تورم ۴۰ درصدی، کالاهای اساسی را نیز متأثر کرده با این حال، حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی سبب افزایش شدیدتر قیمت کالاهای اساسی خواهد شد.

وی درباره توزیع رانت ارز ۴۲۰۰ تومانی که یکی از انتقادهای اساسی نسبت به این تخصیص ارزی را به‌دنبال داشته، گفت: سوءاستفاده از ارز ۴۲۰۰ تومانی توسط عده‌ای نباید موجب پاک کردن صورت‌مسئله و حذف این سهمیه ارزی باشد. در هر صورت مشخص است که افزایش نرخ ارز تخصیص یافته به کالاهای اساسی از ۴۲۰۰ تومان به ۱۷۵۰۰ تومان، قیمت این کالاها را که موردنیاز اکثریت جامعه و به ویژه طبقات متوسط و پایین است، افزایش خواهد داد و لطمه زیادی را به معیشت آنها وارد می‌کند.

افقه با بیان اینکه تعیین نرخ ارز ۱۷۵۰۰ تومانی توسط مجلس، فرصت کاهش نرخ ارز در بازار آزاد را از بین می‌برد، گفت: نرخ ارز نیز مانند سایر کالاها تحت تأثیر عوامل زیادی قرار دارد که در شرایطی کنونی کشور و محدودیت در درآمدهای ارزی و انتقال آن، وزن تحولات و رخدادهای سیاسی در تعیین نرخ ارز، بیش از هر متغیر دیگری است. افزایش نرخ ارز توسط مجلس موجب می‌شود حتی اگر تحریم‌ها رفع شده، FATF تصویب شود و دریافت‌های ارزی کشور عرضه ارز را افزایش دهد، قیمت آن کاهش نیابد.

این اقتصاددان افزود: در واقع دولت می‌توانست با افزایش درآمد ارزی و تسهیل نقل‌وانتقالات، با افزایش عرضه ارز در بازار، نرخ ارز را کاهش دهد، اما به‌نظر می‌رسد با رقمی که مجلس در نظر گرفته نمی‌توانیم این شرایط را متصور شویم که نرخ ارز از ۲۰ هزار تومان پایین‌تر بیاید. البته این پیش‌بینی میان‌مدت است و اثر روانی هر تحول مثبتی می‌تواند در کوتاه‌مدت نرخ ارز را کاهش دهد.

افقه درباره پیش‌بینی خود درباره آینده نرخ ارز گفت: به نظر می‌رسد تا استقرار ریاست جمهوری جدید آمریکا یعنی کمتر از دو هفته آینده، قیمت ارز همچنان تحت تأثیر متغیرهای سیاسی و اظهارنظرهای رد و بدل شده بین مقام‌های دو کشور و نیز تنش‌های ایجادشده در منطقه خواهد بود، با این حال برای سال آینده و در بلندمدت پیش‌بینی می‌شود نرخ ارز در نظر گرفته شده توسط مجلس در بودجه اجازه ندهد قیمت ارز، حتی اگر امکان کاهش آن وجود داشته باشد، پایین بیاید.

این اقتصاددان درباره رابطه نرخ ارز و نرخ تورم در ایران گفت: به نظر می‌رسد نرخ ارز با توجه به تأثیر گسترده و عمیقی که بر متغیرهای اقتصادی کشور دارد، یک متغیر فعال در تعیین نرخ تورم است، یعنی قیمت ارز، نرخ تورم را تحریک می‌کند و دلیل عمده افزایش نرخ تورم حداقل در شرایط کنونی کشور، افزایش نرخ ارز است. همچنین رابطه متقابلی نیز از طرف نرخ تورم وجود دارد، یعنی با افزایش تورم، زمینه برای افزایش دوباره نرخ ارز فراهم می‌شود. شواهد تجربی در ایران حداقل در سال‌های اخیر نشان می‌دهد این نرخ ارز است که نرخ تورم را تغییر می‌دهد. ما نمی‌توانیم روابط بین متغیرهای اقتصادی را در فضای تحلیل کنیم که مفروضات آن فراهم نیست و لازم است تحلیل اقتصادی در چارچوب ساختارهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و حتی مذهبی کشور انجام شود. تحلیل‌هایی که مجموعه این عوامل را نادیده گرفته و بی‌اعتنا به ساختار کشور بوده‌اند، تاکنون آسیب‌های بسیار زیادی را به اقتصاد ایران وارد کرده‌اند.

وی در انتها درباره اهمیت ساختارهای کشور در تحلیل‌های اقتصادی گفت: به عنوان نمونه در زمان بررسی دلایل افزایش نرخ تورم، افزایش نقدینگی را به‌عنوان یک علت شناسایی می‌کنیم، اما ریشه افزایش نقدینگی کجاست؟ در کشور ما نگرش‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و حتی فلسفی، ضدتوسعه هستند و دولت‌ها را به افزایش هزینه سونق می‌دهند تا جایی که هزینه‌ها از درآمدها پیشی می‌گیرند و این موضوع به کسری بودجه می‌انجامد.

# موج تازه ریزش قیمت‌ها



روز پنجشنبه به محدوده ۱۱میلیون و ۷۵۰ هزار تومان رسید. سپس به موازات روند کاهشی قیمت ارز در روز شنبه، سکه به ابتدای کانال ۱۱ میلیونی رسید و (تا لحظه تنظیم این گزارش) به نرخ ۱۱ میلیون و ۱۶۰ هزار تومان رسید. این یعنی سکه نسبت به روز پنجشنبه حدود ۶۰۰ هزار تومان کاهش قیمت داشت. به این ترتیب، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید ۱۱ میلیون و ۱۶۰ هزار تومان و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان قیمت خورد.

همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون تومان، ربع سکه ۴ میلیون تومان و سکه یک گرمی هم ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۱۰۶ هزار تومان و هر مثقال طلا به بهای ۴ میلیون و ۷۹۵ هزارتومان رسید. انس جهانی طلا نیز یک‌هزار و ۸۵۰ دلار و سنت فروخته شد.

ریزش شدید قیمت‌ها در بازار طلا و ارز موجب شده تا از صبح شنبه اکثر دارندگان طلا و ارز از ترس کاهش بیشتر قیمت‌ها نسبت به فروش طلا و ارز خود اقدام کنند. در نتیجه بازار ارز از صبح تنها شاهد حضور فروشندگان ارز بود و به گفته بازاری‌ها خریداری در بازار وجود نداشت، هرچند در صورت پایدار بودن جو کنونی در بازار ارز و سکه احتمالاً باید شاهد کاهش بیشتر قیمت‌ها نیز باشیم. به گفته فعالان بازار، به دلیل تحولات آمریکا و احتمال برداشته شدن تحریم‌ها، جو بازار کاملاً مثبت شده است و مردم امیدوار به کاهش بیشتر قیمت‌ها هستند به همین دلیل دیگر خرید جهانی برای ارز در بازار وجود ندارد.

در همین حال، گروهی از فعالان بازار معتقدند، کف قیمت دلار در همین هفته مشخص خواهد شد و پس از آن، بازیگران ارزی با آرامش بیشتری خریدهای خود را از سر خواهند گرفت. آنها معتقدند این افت قیمت ارز موقت است و به‌دنبال آن، خریدهای ارزی بیشتر خواهد شد. به اعتقاد آنها، بسیاری از خریداران منتظر مشخص شدن تکلیف ترامپ بودند و پس از یک نزول قیمتی، از آنجا که احتمال زیادی نمی‌دهند در

فرصت امروز: رخدادهای سیاسی آمریکا به کاهش قیمت‌ها در بازارهای مالی ایران منجر شده و قیمت دلار به کانال ۲۴ هزار تومان و قیمت سکه به کانال ۱۱ میلیون تومان رسیده است. موج تازه کاهش قیمت‌ها از اواخر هفته گذشته و به دنبال حمله هواداران ترامپ به ساختمان کنگره و سپس پذیرش تلویحی شکست از سوی دونالد ترامپ آغاز شد، به طوری که دلار چهارشنبه گذشته مرز ۲۶ هزار تومانی را از دست داد و روز پنجشنبه از ۲۵ هزار و ۵۰۰ تومانی عقب‌نشینی کرد؛ در ادامه این روند، قیمت دلار در روز شنبه به کانال ۲۴ هزار تومان وارد شد و سکه با کاهش ۶۰۰ هزار تومانی (نسبت به پنجشنبه) به ابتدای کانال ۱۱ میلیون تومان یعنی ۱۱ میلیون و ۱۶۰ هزار تومان رسید.

در جریان حوادث چهارشنبه گذشته در آمریکا که بزرگ‌ترین تهدید دموکراسی از زمان جنگ داخلی در این کشور اطلاق شده است، هواداران ترامپ بدون توجه به هشدارهای بین‌المللی به کرسی دموکراسی آمریکا یعنی ساختمان کنگره حمله کردند تا بلکه مانع از تأیید ریاست جمهوری جو بایدن شوند، هرچند کنگره نهایتاً پس از وقفه‌ای کوتاه به کار خود ادامه داد و این بار مصمم‌تر از همیشه مهر تأیید بر ریاست جمهوری بایدن زد. هرچند عصر پنجشنبه ترامپ در بیانیه‌ای به شکست خود مقابل بایدن در انتخابات اذعان کرد و حمله هوادارانش به ساختمان کنگره را محکوم کرد، اما آنچه در این روز در مقابل ساختمان کنگره آمریکا رخ داد، هیمنه دموکراسی آمریکایی را در چشم جهانیان شکست.

#### احتمال کاهش بیشتر قیمت‌ها وجود دارد

به دنبال این حوادث، قیمت دلار که روز چهارشنبه به کانال ۲۶ هزار تومان رسیده بود، روند کاهشی قیمت را آغاز کرد و در روز پنجشنبه به کانال ۲۵ هزار تومان و روز شنبه به کانال ۲۴ هزار تومان رسید. این سنگین‌ترین افت قیمت دلار از ابتدای آذرماه تاکنون بود و زمینه‌ساز ثبت کمترین قیمت دی ماه اسکناس آمریکایی شد.

در بازار سکه هم این فلز گرانبها مرز ۱۲میلیون تومانی را از دست داد

هزینه تهرانی‌ها برای خرید خانه ۸۳ درصد بیشتر شد

## وضعیت تورم مسکن در انتهای پاییز

علی‌رغم تلاش‌هایی که در چند ماه گذشته برای به ثبات رسیدن قیمت مسکن انجام شده است، شورخیزانه شاهد پروپاگاندای رسانه‌های برخی مسئولان و تریبون‌های‌شان هستیم که این بازار بسیار استراتژیک کشور را تحت تأثیر سخن‌هایی قرار داده است که این روزها توسط رسانه‌ها دنبال می‌شود.

او ادامه داد: وقتی صحبت از ثبات اقتصادی می‌کنیم به معنای این است که انگیزه سرمایه‌گذاری در یک صنعت رونق پیدا کند؛ به عنوان مثال، سرمایه‌گذار در حوزه مسکن ریسک سرمایه‌گذاری در حوزه تولید مسکن را بپذیرد. بازیگران اصلی در حوزه مصالح ساختمانی در حال به هم زدن نظم بازار هستند و امروز شاهد این هستیم که در شرایط بازار مسکن به هم‌ریختگی ایجاد می‌کنند.

به گفته پورحاجت، سخنان نسنجیده و غیرکارشناسی رئیس اتحادیه مشاوران املاک درخصوص تخفیف ۱۰ میلیون تومانی قیمت مسکن، باعث ایجاد تلاطم در بازار مسکن شد در حالی که باید آرامش را به این بازار تزریق کرد تا سرمایه‌گذاری برای تولید مسکن انجام شود. اگر تولیدی در حوزه مسکن نباشد، سونامی افزایش قیمت مسکن در کشور رخ خواهد داد. شرایط حال حاضر مسکن بی‌ثبات است که مرتبط با وضعیت اقتصادی کلان کشور است؛ اگر ثبات در اقتصاد نباشد، اقتصاد مسکن نیز بی‌ثبات خواهد بود.

این فعال حوزه مسکن درخصوص احتمال ایجاد رکود در آینده بازار مسکن گفت: رکود شاخصه‌های خودش را دارد؛ رکود را باید در تولید مورد سنجش قرار داد و نه در خرید و فروش‌ها. سنجش براساس خرید و فروش، یک اشتباه تاکتیکی است که توسط بسیاری از افراد به اصطلاح کارشناس در تریبون در دست دارند، انجام می‌شود. شاید تعداد معاملات در حوزه مسکن کاهش پیدا کرده باشد، اما اگر نظم بازار به هم زده نشود و اگر سرمایه‌ها از حوزه مسکن فراری داده نشوند، رکود رخ نخواهد داد. اینکه گفته شود بازار مسکن به سمت رکود خواهد رفت، بنده به این موضوع



### بانک نامه



چه کسانی یارانه ۱۰۰هزار تومانی می‌گیرند؟

### شروط چهارگانه برای دریافت یارانه سوم

بررسی‌ها نشان می‌دهد تنها ۵ میلیون نفر از جمعیت ایران هیچ یارانه و کمک هزینه ماهانه‌ای از دولت دریافت نمی‌کنند. به گزارش خبرآنلاین، طبق آخرین آمار جمعیت ایران در سال گذشته به حدود ۸۳ میلیون نفر رسید. بر این مینا با توجه به پرداخت یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی به ۷۸ میلیون ایرانی تنها ۵ میلیون نفر هیچ یارانه‌ای از دولت نمی‌گیرند. پرداخت یارانه ۴۵۵۰۰ تومانی در حالی صد و نوزدهمین ماه متوالی به حساب یارانه‌بگیران واریز می‌شود که دو یارانه دیگر نیز به واجدان شرایط پرداخت می‌شود. براساس تصمیمات اتخاذشده در شرایط فعلی خانوارهای منتخب و واجد شرایط سه یارانه متفاوت دریافت می‌کنند. یارانه ۴۵۵۰۰ تومانی به ۷۸ میلیون نفر از جمعیت ایران پرداخت می‌شود، این یارانه از سال ۱۳۸۹ تاکنون به یارانه‌بگیران پرداخت می‌شود و رقم آن تغییری نکرده است.

یارانه دوم نیز یارانه معیشتی است که به جمعیتی در حدود ۶۰ میلیون نفر در ایران پرداخت می‌شود. این یارانه از سال گذشته در پی افزایش قیمت بنزین به خانوارهای واجد شرایط پرداخت گردید. خانواده یک نفره ۵۵ هزار تومان، خانواده دو نفره ۱۰۳ هزار تومان، خانواده سه نفره ۱۲۸ هزار تومان، خانواده چهار نفره ۱۷۲ هزار تومان و خانواده پنج نفره و بیشتر ۲۰۵ هزار تومان یارانه معیشتی دریافت خواهند کرد.

یارانه سوم اما که در ماه گذشته به ۳۴ میلیون خانوار ایرانی پرداخته شده است یارانه‌ای است که طبق تصمیمات اتخاذشده تا پایان اسفند و به مدت چهار ماه پرداخت می‌گردد. نخستین مرحله از این یارانه در تاریخ ۲۷ آذر از سوی سازمان برنامه و بودجه به حساب خانواده‌های مشمول واریز شد. به این ترتیب پیش‌بینی می‌شود در ایام پایانی دی ماه دومین دوره واریز یارانه ۱۰۰ هزار تومانی به حساب به این دسته از افراد صورت گیرد.

معیارهای در نظر گرفته شده برای واجدین شرایط این یارانه کمی خاص تلقی می‌شود. براساس تصمیمات اتخاذشده، مقرر شده است افرادی که تحت پوشش بهزیستی و کمیته امداد هستند مشمول دریافت یارانه مذکور گردند. به این ترتیب از ۳۴ میلیون واجد شرایط شناسایی شده، ۹ میلیون نفر را کسانی تشکیل می‌دهند که تحت پوشش بهزیستی و کمیته امداد هستند، اما شناسایی ۲۵ میلیون فرد باقی‌مانده براساس شاخص‌های سه‌گانه و خاص صورت گرفته است بر این اساس کسانی که فاقد درآمد ثابت هستند و همچنین بیمه‌پرداز تلقی نمی‌شوند، مشمول دریافت این یارانه خواهند بود. در عین حال کسانی که مجموعه درآمد آنها از حداقل قانون کار کمتر باشد براساس شاخص‌های بانکی مورد شناسایی قرار گرفته باشند نیز در این فهرست قرار خواهند گرفت.

به این ترتیب ۳۴ میلیون ایرانی دارای شروط سه‌گانه مذکور بودند، به این معنا که درآمد ثابت نداشتند، بیمه‌پرداز نبودند و شاخص‌های بانکی و تراکنش‌های خرید آنها نشان می‌دهد که مجموعه درآمد آنها از حداقل قانون کار کمتر است. حداقل دریافتی قانون کار برابر با یک میلیون و ۹۱۰ هزار تومان است. این افراد سه دهک پایین جامعه را تشکیل می‌دهند. براساس اطلاعات منتشرشده، شناسایی افراد واجد شرایط از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی صورت می‌گیرد و منابع لازم از سوی سازمان برنامه و بودجه تخصیص داده می‌شود. مبلغ این یارانه برای هر نفر ۱۰۰ هزار تومان است.

#### ارزش یک تریلیون دلاری ارزش‌های دیجیتالی

### بیت‌کوین توقف‌ناپذیر جلو می‌رود

ارزش بیت‌کوین از ۴۰ هزار دلار عبور کرد. به گزارش سی‌ان بی‌سی، صعودهای پی در پی بیت‌کوین کماکان ادامه دارد و تقاضا برای خرید این رمزارز بیش از پیش شدت یافته است. برای نخستین بار در تاریخ ارزهای دیجیتالی اکنون ارزش آنها از یک تریلیون دلار گذشته است. از ماه مارس که ارزش بیت‌کوین ۲۸۵۰ دلار تاکنون ارزش این‌ ارز دیجیتالی محبوب بیش از ۹۰۰ درصد افزایش یافته است و با توجه به ورود بانک‌های مرکزی به عرصه راه‌اندازی ارز دیجیتالی و مقبولیت بیشتر رمزارزها در پرداخت‌های الکترونیکی انتظار می‌رود ارزش آنها بیش از پیش افزایش یابد.

سرگی نظروف، بنیانگذار موسسه چین لینک در این باره گفت: هرچه بیشتر می‌گذرد اطمینان مردم و معامله‌گران نسبت به ارزهای دیجیتالی بیشتر می‌شود و فناوری بلاک چین بیشتر و بیشتر وارد زندگی روزمره می‌شود. شاید به نظر برخی‌ها بازار ارزهای دیجیتالی یک تریلیون دلار ارزش نداشته باشد اما واقعیت این است که این بازار پتانسیل رسیدن به ارقام بسیار بالاتری را دارد.

به گفته بانک جی پی مورگان جریان سرمایه ورودی به بازار ارزهای دیجیتالی در ماه‌های پایانی سال قبل افزایش کاملاً محسوسی داشته است و این مسئله بدان معنا خواهد بود که پتانسیل رشد زیادی برای ارزهای دیجیتالی در سال ۲۰۲۱ متصور خواهد بود. بزرگ‌ترین بانک آمریکایی از احتمال رسیدن ارزش بیت‌کوین به ۱۴۶ هزار دلار در بلندمدت خبر داده است. در حال حاضر ارزش بازار بیت‌کوین ۵۷۵ میلیارد دلار برآورد می‌شود که در صورت تحقق قله پیش‌بینی شده جی پی مورگان، این میزان با رشد ۴۶ برابری به ۲.۷ تریلیون دلار خواهد رسید.
ارزهای دیجیتالی بیش از حد بوده و هر لحظه امکان ترکیدن حباب قیمتی آنها وجود دارد. به عقیده این دسته از معامله‌گران، ارزهای دیجیتالی هنوز وابستگی بسیار زیادی به بیت‌کوین دارند و اگر این ارز به هر دلیل دچار ریزش سنگین شود، حس‌رزن مشابهی برای سایر ارزها رقم خواهد خورد. در حال حاضر ۶۰ درصد کل بازار ارزهای دیجیتالی در اختیار بیت‌کوین و ۱۳ درصد در اختیار اتریوم است. بیت کوین ۱۲ سال پیش توسط گروه گمنامی از معامله‌گران بر بستر بلاک‌چین ایجاد شد و از سال ۲۰۰۹ معاملات اولیه آن شکل گرفت.



بانک مرکزی از کاهش انتظارات تورمی با توقف رشد پول گزارش داد

# رشد صفر درصدی حجم پول در آذرماه



بانک مرکزی صورت قانونی و الزام‌آور به خود گرفته است.»

این سخنان همتی در حالی است که بانک مرکزی در گزارشی به تحولات اقتصاد کلان و اقدامات ضدتورمی خود در آذرماه امسال پرداخت و اعلام کرد که رشد صفر درصدی پول نسبت به ماه گذشته (آبان ۱۳۹۹) و همچنین کاهش ۱۰٫۳ واحد درصدی رشد ۱۲ ماهه این متغیر در آذر سال جاری (۶۹٫۷ درصد) نسبت به رشد ۱۲ ماهه منتهی به آبان سال جاری (۸۰ درصد) از کاهش سیالیت سپرده‌ها و ماندگار شدن بیشتر آنها حکایت دارد و خود علامت دیگری از کاهش انتظارات تورمی است. به گفته بانک مرکزی، با کاهش التهاب‌ها در بازار ارز و تعدیل انتظارات تورمی و نمایان شدن آثار کلی آن بر نرخ تورم اقلام کالایی و همچنین تحولات کاهشی قیمت برخی از اقلام عمده دارایی‌ها نظیر قیمت خودرو و مسکن، در آذرماه نرخ تورم ماهانه نسبت به دو ماه گذشته کاهش قابل ملاحظه‌ای را تجربه کرد، انتظار می‌رود در ماه‌های پیش رو، حرکت به سمت تورم هدف (۲۲ درصدی) تقویت شود. براساس اطلاعات اولیه از حساب‌های ملی، تولید ناخالص داخلی کشور در نیمه نخست ۹۹ نسبت به رقم مشابه سال قبل به میزان ۱٫۳ درصد افزایش یافت. ضمن اینکه تولید ناخالص داخلی در بهار امسال ۲٫۹ درصد کاهش داشت، اما این رقم در تابستان به ۵٫۱ درصد افزایش یافت. رشد تولید ناخالص داخلی بدون نفت نیز که در بهار ۹۹ کاهش ۰٫۶ درصدی داشت، فصل تابستان به رشد ۳٫۲ درصد رسید و بر این اساس، رشد اقتصادی بدون نفت کشور در نیمه نخست امسال به حدود ۱٫۴ درصد رسید.

بانک مرکزی در ادامه گزارش خود نوشت: رشد چشمگیر گروه نفت (از کاهش ۱۶٫۸ درصدی در سه ماهه نخست، در سه ماهه دوم با افزایش ۲۲٫۲ درصدی روبه‌رو شد) و رشد قابل توجه گروه صنایع و معادن (از ۲٫۵ درصد در سه ماهه نخست به ۷٫۹ درصد در سه ماهه دوم بالغ شد) در کنار بهبود رشد گروه خدمات (از کاهش ۱٫۸ درصدی در سه ماهه نخست به ۱٫۴ درصد در سه ماهه دوم افزایش یافت) از مهمترین عوامل بهبود رشد

چک‌های جدید فعلا به بازار نمی‌آیند

## چک بر مدار صیاد

صادرکننده آن، امکان استعلام چک ثبت شده به نفع خود را از طریق برنامه‌های موبایلی داشته و پس از حصول اطمینان از تطبیق اطلاعات مندرج در فیزیک چک با اطلاعات ثبت شده در سامانه صیاد، می‌توانند اطلاعات چک را تایید یا رد کنند. همچنین چنانچه دریافت‌کننده چک متمایل به انتقال چک به شخص ثالث یا ذی‌نفع جدید باشد؛ پس از تایید چک، امکان انتقال چک به شخص ثالث برای او فراهم است. صادرکننده چک می‌تواند با در اختیار داشتن یکی از کارت‌های بانکی صادر شده از سوی بانکی که دسته چک وی را صادر کرده و با استفاده از سیم‌کارت متعلق به خود از طریق برنامهک موبایلی، با وارد کردن اطلاعات شناسه صیادی ۱۶ رقمی مندرج در برگه چک که قصد صدور آن را دارد، وارد منوی ثبت چک شده و اطلاعات چک صادره خود شامل تاریخ، مبلغ و مشخصات ذی نفع را وارد کند. گیرنده چک نیز می‌تواند با در اختیار داشتن هر یک از کارت‌های بانکی خود و سیم‌کارت به نام خود، از طریق برنامهک موبایلی، با وارد کردن اطلاعات شناسه صیادی ۱۶ رقمی مندرج در برگه چک دریافتی، وارد منوی تایید چک شده و اطلاعات چک ثبت شده به نفع خود را با اطلاعات مندرج در برگه چک تطبیق داده و مراتب تایید و با عدم تایید خود را اعلام کند.

اجرای قانون جدید چک از روز ۲۱ آذر بعد از چند سال انتظار برای تغییر این قانون بر کاربرد که ضعف‌های آن چالش‌های بسیاری را در فضای کسب و کار کشور رقم زده بود، شروع شد. قانونی که طبق آن تحولات بسیاری در صدور چک و اعتبارسنجی آن رخ خواهد داد و کارشناسان

اقتصادی در تابستان امسال محسوب می‌شود.

بانک مرکزی در ارتباط با مدیریت نقدینگی در بازار بین‌بانکی هم آورده است، به وسیله عملیات بازار باز (در قالب توافق بازخرید و خرید قطعی اوراق) و همچنین استفاده بانک‌ها از اعتبارگیری قاعده‌مند باعث بازگشت نرخ سود به دالان سیاستی شد. علاوه بر این روند نزولی نرخ که از اوایل آبان ماه شروع شده بود، در ابتدای آذرماه نیز ادامه داشت و در روزهای پایانی این ماه نرخ بازار در محدوده ۲۰درصد تثبیت شد.

بانک مرکزی ابراز امیدواری کرد که با افزایش سهم اوراق بدهی دولتی در ترازنامه بانک‌های دارای کمبود نقدینگی و گسترش استفاده از ابزارهای عملیات بازار باز، انضباط بیشتری در رابطه شبکه بانکی با بانک مرکزی حاکم شود. همچنین نرخ بازده اسناد خزانه اسلامی با سررسیدهای یک و دو ساله در آذرماه نسبت به ماه قبل کاهشی بود و به ترتیب از ۱۸٫۹۵ و ۲۰٫۸۳ درصد در آبان‌ماه به ۱۸٫۶۷ و ۲۰٫۳۶ درصد در آذرماه کاهش یافت بنابراین به دنبال تثبیت نرخ سود بازار بین بانکی، نرخ بازدهی اسناد خزانه نیز در آذرماه نوسان کمتری را تجربه کرد که حاکی از تعدیل انتظارات تورمی است.

براساس گزارش بانک مرکزی، رشد نقدینگی و پایه پولی در پایان آذر ۱۳۹۹ نسبت به پایان سال قبل به ترتیب به ۲۶٫۶ درصد و ۱۵٫۵ درصد رسید که نسبت به رشد این دو متغیر در دوره مشابه سال قبل (۲۰٫۲ درصد و ۱۸٫۳ درصد) به ترتیب ۶٫۴ درصد افزایش و ۲٫۸ درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین رشد ۱۲ماهه نقدینگی، حجم پول و پایه پولی در پایان آذر به ترتیب معادل ۲۸٫۳ درصد، ۶۹٫۷ درصد و ۲۹٫۷ درصد بود. تلاش‌های انجام شده برای کنترل پایه پولی موثر واقع شده که رشد ۱۵٫۵ درصدی این متغیر در ۹ ماهه امسال تحقق یافت، ضمن اینکه برای کنترل رشد نقدینگی، کنترل پایه پولی به مورد اجرا درآمد، تداوم رشد بالای نقدینگی سبب در پیش گرفتن سیاست احتیاطی اعمال محدودیت بر رشد ترازنامه بانک‌ها و موسسات اعتباری شد.



خبرخوان

عضو سابق شورای عالی بورس:

سود و زیان، طبیعت بورس است

عضو سابق شورای عالی بورس گفت سود و زیان، طبیعت بورس است اما گروهی که در زمان روند صعودی شاخص و قیمت‌ها وارد بازار شدند، در اکت شاخص زیان فاحشی دیدند و این باعث شد تا بسیاری از این افراد با زیان‌های سنگین از این بازار خارج شوند. به گزارش فرابورس ایران، مصطفی حقیقی میهنانداری با اشاره به روند فرسایشی این روزهای بازار افزود: تعداد زیادی از سهامداران جدید بازار سرمایه با عرضه‌های اولیه وارد بازار شدند، اما در این بازار می‌مانند، شرایط اخیر بازار بهتر از چند ماه گذشته و اواخر تابستان است. او با اشاره به اینکه استقبال مردم و ورود نقدینگی قابل توجه، باعث رشد هیجانی شاخص کل و قیمت سهام در ماه‌های ابتدایی سال شد، گفت: بسیاری از افراد در آن دوران خانه، خودرو، طلا و بسیاری از دارایی‌های خود را برای ورود به بازار فروختند که برای این گروه‌ها گرفتاری‌هایی ایجاد شد و بسیاری از این افراد دچار زیان شدند. حقیقی میهنانداری افزود: وقایع یادشده به دلیل رفتار اشتباه گروه‌های تازه وارد بود، زیرا ذات و ماهیت بازار سرمایه، سود و زیان است، سودهای اولیه و ابتدایی سال به مذاق این افراد شیرین بود، اما تحمل زیان را نداشتند و در بدترین شرایط از بازار خارج شدند.

وی خاطرنشان کرد: این گروه هیجان‌زده و بی‌تجربه سهام خود را در بالاترین قیمت خرید کردند و در پایین‌ترین قیمت فروختند که به دلیل بی‌تجربگی و ناآگاهی این افراد بود. اصل فعالیت در بورس این است که در صف فروش و پایین‌ترین قیمت بخرید و در صف خرید و بالاترین قیمت بفروشید. به گفته حقیقی میهنانداری، هنوز هم باقی مانده این گروه در بازار با ریزش بازار بی‌دلیل اقدام به فروش‌های بی‌منطق و به دور از تحلیل می‌کنند و این رفتار در یک ماه و نیم گذشته همچنان تکرار می‌شود.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه هنوز بازار سرمایه مطلوبیت بالایی دارد، گفت: آذرمه فروش برخی صنایع و سهام سه برابر بیشتر از مشابه سال گذشته بود، در شرایط امروز صنعت پتروشیمی گروه بسیار ارزنده‌ای است، صنعت فولاد شرایط بسیار خوبی دارد، در این بازار و با وجود چنین صنایع، چرا باید شاخص ریزش داشته باشد، به جرأت مهمترین عامل آن عملکرد نسنجیده مشتری‌های جدید در بازار سرمایه است. وی به افراد تازه‌وارد پیشنهاد داد: چنانچه اطلاعات کافی ندارند به سیدگردان‌ها و صندوق‌ها مراجعه کنند، زیرا در این تشکیلات کارشناسان با تحلیل و بررسی بهترین سهام را خریداری و در زمان ریزش بازار هم افت کمتری دارند. حقیقی میهنانداری با اشاره به اینکه بازار سرمایه یک بازار تخصصی است، گفت: روزانه ابزارهای جدید وارد این بازار شده و تخصصی‌تر می‌شود، در این شرایط باید هنگام با بازار سرمایه اطلاعات خود را افزایش داد یا به وسیله تشکیلات تخصصی مانند صندوق‌ها و سبدها وارد بازار شویم تا ریسک‌های خود را پوشش دهیم.

عضو سابق شورای عالی بورس در زمینه قیمت‌گذاری دستوری فولاد از سوی وزیر صنعت و حواشی پیرامون این موضوع گفت: هفته گذشته این نامه از سوی وزیر صنعت منتشر شد، اما واکنش درست بورس کالا این بود که بر این امر تمکین نکرد، ذات بورس بر معاملات آزاد و براساس عرضه و تقاضاست و چنانچه این دخالت‌ها اجرایی شود، ماهیت بازار سرمایه زیر سوال می‌رود.

وی تأکید کرد: بازاری که قیمت‌گذاری دستوری داشته باشد، امکان رقابت ندارد و بازاری که رقابت در آن نباشد، بورس نیست، رقابت در نهایت به نفع صنایع و تولیدکنندگان است. وقتی قیمت‌ها ثابت شود گروهی منتفع و گروهی متضرر می‌شوند، الان هم همه مراجع ذی‌ربط به این تصمیم اعتراض کرده‌اند.

حقیقی میهنانداری ضمن تأکید بر اینکه باید در بازار سرمایه نظارت باشد تا خطایی شکل نگیرد، گفت: چنین تصمیم‌هایی مشکلاتی برای صنایع ایجاد می‌کند. ذات بورس بر رقابت و معاملات شفاف است که چنانچه این ویژگی‌ها را از بورس بگیرند، دیگر مردم به این بازار اعتماد نمی‌کنند.

شاخص بورس در بیستمین روز زمستان به کانال ۱،۲ میلیون واحد عقب‌گرد کرد

خواب زمستانی بورس



محصولات بورس کالاست، زیرا محصولات نهایی در برخی موارد با نرخ آزاد به دست مردم می‌رسد.

همچنین انتظار می‌رود مسئولان در اخذ تصمیمات خود سهامداران که حالا تعداد آنها با در نظر گرفتن مشمولان سهام عدالت به بیش از ۵۰ میلیون نفر رسیده است را هم در نظر بگیرند. ارزش واقعی سهام عدالت از زمان آزادسازی این سهام تاکنون، تحت تاثیر نوسانات بازار کاهشی بوده، به طوری که در اوایل مرداد شاهد این بودیم که ارزش واقعی سهام عدالت به ارزش اولیه حدود ۵۰۰ تومان به ۳۰ میلیون تومان هم رسیده بود در حالی که این مبلغ تا ۱۰ میلیون تومان هم کاهش یافت.

در این راستا روند کاهشی ارزش سهام عدالت در هفته گذشته ادامه داشت و با تصمیم جدید وزیر صمت، این روند شدت هم گرفت. به طوری که ارزش واقعی سهام عدالت با ارزش اولیه ۵۲۲ هزار تومانی در روز شنبه (۱۳ دی ماه) ۱۱ میلیون و ۱۴۰ هزار تومان بود که این رقم در روز چهارشنبه (۱۷ دی ماه) تا ۱۰ میلیون و ۶۲۰ هزار تومان کاهش یافت. یکی از دلایل این کاهش، تاثیر تصمیم اخیر بر روند کاهشی سهم فولاد و تاثیر روند کاهشی سهم فولاد به عنوان سهم لیدر، بر دیگر سهام‌هاست؛ سهام‌هایی که در پرتوی سبک سهام عدالت جا خوش کرده‌اند و روند حرکت آنها سرمایه سهام عدالتی‌ها را که اکثراً از اقشار ضعیف جامعه هستند را بالا و پایین می‌کند.

در نهایت باید گفت سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه تاکنون به حد کافی به آتش دخالت‌های گاه و بیگاه که تعادل این بازار را برهم زده، سوخته‌اند و روا نیست نقشه جدیدی از هم به بهانه کنترل قیمت‌ها برای بورس کشیده شود. طی روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه، ارزش بازار سرمایه ۲۴۰ هزار میلیارد تومان افت کرد، زیرا بازار از تبعات قیمت‌گذاری دستوری نگران است که دامنه آن به سایر حوزه‌ها از جمله پتروشیمی نیز کشیده شود.

چشمگیری قیمت شمش فولاد دوباره وزارت صمت را بر آن داشت تا تصمیم جدیدی در مورد قیمت فولاد در بورس کالا بگیرد.

نرخ جهانی فولاد ۴۶۰ دلار و در CIS (کشورهای مستقل همسود) ۱۳ دلار بود و در بورس کالا ۱۰ دلار عرضه می‌شد، در حال حاضر قیمت در CIS به ۸۵۰ دلار رسیده که رقمی چشمگیری است و به همین دلیل علیرضا رزم حسینی، وزیر صمت روز دوشنبه اعلام کرد که قیمت پایه شمش فولادی در بورس کالا، براساس ۷۰ درصد قیمت CIS خواهد بود. البته او اشاره‌ای به قیمت‌های جهانی نکرد و دلیل این تصمیم را به گردن شرایط جنگی در کشور انداخت. رزم حسینی گفت که کشور در شرایط جنگی قرار دارد و در شرایط جنگی باید فولاد و پتروشیمی قیمت‌گذاری انجام شوند.

آنچه در این میان اهمیت ویژه‌ای دارد و شاید حتی مهم‌تر از تعیین قیمت برای فولاد باشد، نادیده گرفتن سهامداران و از بین رفتن اعتماد آنان است و اثر این تصمیم روی بازار سرمایه، بیش از واقعیت است. اگر در بازار سرمایه اتفاقی رخ دهد و سود شرکتی ۲۰ درصد کاهش یابد، قیمت سهام بیش از ۲۰ درصد و تا ۵۰ درصد کاهش پیدا می‌کند، زیرا عدم اطمینان ایجاد می‌شود. در مورد فولاد نیز قضا همین است. وقتی چنین تصمیماتی اخذ می‌شود، سهامدار باور ندارد مسئول کشور به دنبال سرمایه‌گذاری است و فضای نااطمینان سرمایه‌گذاری ایجاد می‌شود؛ به طوری که از زمان مطرح شدن این صحبت‌ها، سهم فولاد ۱۵ درصد کاهش داشته است!

در تصمیم و اصرار بر قیمت‌گذاری دستوری فولاد داستان بی‌اعتمادی سرمایه‌گذار است و سهامدار نگران بالاتر رفتن ریسک سرمایه‌گذاری است، زیرا احتمال می‌دهد نرخ همه چیز کنترل و دستوری شود. در این میان اما کارخانه‌های پروفیل هستند که سود اصلی را از قیمت‌گذاری دستوری فولاد در بورس کالا می‌برند، زیرا می‌توانند مواد اولیه را با نرخ پایین بخرند و آنچه تولید می‌کنند را با نرخ آزاد بفروشند. پس اگر قرار است مواد اولیه برخی کارخانه‌ها و محصولات با نرخ پایین‌تر از نرخ جهانی عرضه شود، انتظار می‌رود قیمت محصولاتی که تولید می‌شود نیز پایین‌تر از نرخ جهانی باشد. در واقع اگر قرار است قیمت فولاد کنترل شود، باید محصول به طور کلی، با توجه به اصرار وزارت صمت بر کنترل قیمتی محصولات در بورس کالا و از سوی دیگر عدم کنترل قیمتی محصولات نهایی و بی‌بهره ماندن مردم از قیمت‌های به نسبت پایین‌تر انتظار می‌رود و روش برای این صنعت اعمال شود. نخست عرضه همه محصولات از ابتدای زنجیره تامین تا انتهای آن به منظور حذف رانت و دیگری آزادسازی نرخ

فرصت امروز: شاخص بورس تهران با گذشت ۲۰ روز از شروع زمستان همچنان روند پرنوسانی دارد و هنوز نتوانسته همبای آذرمه به مدار رشد بازگردد. شاخص کل در بیستمین روز دی ماه نیز بیش از ۲۴ هزار واحد افت کرد و کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد را از دست داد. سیگنال‌های بورسی حکایت از آن دارد که شاخص بورس درست در روزهایی که باید در مدار صعودی قرار می‌گرفت، روند نزولی داشته است. کاهش ریسک سیاسی کشور، گزارش‌های مطلوب شرکت‌ها و پایان عصر ترامپ و افزایش احتمال لغو تحریم‌ها همگی عواملی هستند که می‌توانست در مثبت شدن بورس موثر واقع شوند اما این اتفاق رخ نداد. کارشناسان دلایل مختلفی را در مورد روند نزولی بورس تهران بیان می‌کنند: از نامشخص بودن وضعیت FATF گرفته تا شک و تردید سهامداران از سیاست‌های آمریکا با روی کار آمدن بایدن و تبعات قیمت‌گذاری دستوری از جمله دلایلی است که از سوی کارشناسان گفته می‌شود.

در این بین، برخی از کارشناسان بازار سرمایه، مهمترین دلیل عقب‌نشینی بورس را دستورالعمل جدید وزارت صمت می‌دانند و می‌گویند، با توجه به اصرار وزارت صمت مبنی بر اینکه قیمت پایه محصولات فولادی باید ۷۰ درصد قیمت جهانی باشد، بازار با شوک منفی روبه‌رو شده است بنابراین مقصر ریزش اخیر شاخص بورس وزارت صمت است زیرا آنها با دستورالعمل‌هایی که ارائه دادند عملاً بازار را به عقب راندند، سهامداران را ترساندند و منافع بیش از ۵۰ میلیون سهامدار بورسی را به بازی گرفتند. تبعات قیمت‌گذاری دستوری وزارت صمت در حالی است که جمعی از فعالان بازار سرمایه نیز در نامه‌ای به رئیس سازمان بورس از ابلاغیه وزارت صمت درباره قیمت‌گذاری دستوری فولاد در بورس کالا انتقاد کردند. در واقع، کشمکش‌های نه چندان جدید وزارت صمت و بورسی‌ها بر سر قیمت‌گذاری دستوری فولاد در بورس کالا در حالی بالا گرفته که این امر موجب از بین رفتن سرمایه و اعتماد سهامداران بورسی شده است؛ مخصوصاً که پای سهامداران عدالت هم به بازار سرمایه باز شده و هر تصمیمی می‌تواند روند حرکت بازار سرمایه را تغییر دهد و میزان سرمایه سرمایه‌گذاران این بازار که با احتساب مشمولان سهام عدالت به بیش از ۵۰ میلیون نفر می‌رسد را دستخوش تغییر کند.

به گزارش ایسنا، وزارت صمت حدود دو ماه قبل قانونی تصویب کرد مبنی بر اینکه قیمت فروش شمش فولادی در بورس کالا باید ۸۰ درصد CIS (کشورهای مستقل همسود) باشد. در واقع هدف این وزارتخانه از تصمیمی می‌تواند روند حرکت بازار سرمایه را تغییر دهد و میزان سرمایه سرمایه‌گذاران این بازار که با احتساب مشمولان سهام عدالت به بیش از ۵۰ میلیون نفر می‌رسد را دستخوش تغییر کند. به گزارش ایسنا، وزارت صمت حدود دو ماه قبل قانونی تصویب کرد مبنی بر اینکه قیمت فروش شمش فولادی در بورس کالا باید ۸۰ درصد CIS (کشورهای مستقل همسود) باشد. در واقع هدف این وزارتخانه از تصمیمی می‌تواند روند حرکت بازار سرمایه را تغییر دهد و میزان سرمایه سرمایه‌گذاران این بازار که با احتساب مشمولان سهام عدالت به بیش از ۵۰ میلیون نفر می‌رسد را دستخوش تغییر کند. به گزارش ایسنا، وزارت صمت حدود دو ماه قبل قانونی تصویب کرد مبنی بر اینکه قیمت فروش شمش فولادی در بورس کالا باید ۸۰ درصد CIS (کشورهای مستقل همسود) باشد. در واقع هدف این وزارتخانه از تصمیمی می‌تواند روند حرکت بازار سرمایه را تغییر دهد و میزان سرمایه سرمایه‌گذاران این بازار که با احتساب مشمولان سهام عدالت به بیش از ۵۰ میلیون نفر می‌رسد را دستخوش تغییر کند.

**آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله‌ای**  
همراه با ارزیابی کیفی به صورت فشرده

شماره ۹۹/۵۹ - ۹۹/۶۰ - ۹۹/۶۱ - ۹۹/۶۲

شرکت توزیع نیروی برق استان همدان در نظر دارد قلام به شرح ذیل را از طریق مناقصه عمومی و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (به ترتیب اولویت) به شرح زیر اعلام نماید:

مذمت ۵ روزانه از تاریخ انتشار آگهی با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی اینترنتی [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir). نسبت به واریز مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهر شماره ۰۰۷۰۵۴۲۷۹۳۰۰۲ نزد بانک صادرات شعبه مهدیه همدان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان همدان و خریداسنادمناقصه اقدام نمایند.

ردیف	شرح	تعداد	شماره مناقصه	آخرین مهلت تحویل پاکت	تاریخ جلسه بازگشایی پاکت	مبلغ ضمانت نامه بانکی (ریال)	توضیحات
۱	لوازم برق آلات کلل خودنگهدار	عدد ۱۱۸۰۴۰	۹۹/۵۹	۹۹/۱۱/۱۴	۹۹/۱۱/۲۰	۱۰,۷۱۵,۱۶۰,۰۰۰	سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه
۲	جعبه اتصالات کلل خودنگهدار	عدد ۴۰۰	۹۹/۶۰	۹۹/۱۱/۱۴	۹۹/۱۱/۲۰	۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه
۳	کلل سسی تک رشته ۱۵۶۰۶ میلی متر مربع	متر ۱۶۰۰۰	۹۹/۶۱	۹۹/۱۱/۱۴	۹۹/۱۱/۲۰	۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	اسناد مناقصه
۴	کلیدفوز هوایی کلل خودنگهدار ۱۶۰ امپرو و ۲۵۰ امپرو	عدد ۳۸۰	۹۹/۶۲	۹۹/۱۱/۱۴	۹۹/۱۱/۲۰	۳۹۰,۰۰۰,۰۰۰	اسناد مناقصه

توضیحات:  
۱- به پیشنهادات فاقد امضاء، مندرج و مشخص و پیشنهاتی که بعد از نقض مدت فراخوان و خارج از سامانه ستادواصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.  
۲- به پیشنهادات فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر، ضمانت نامه مخدوش کمتر از مبلغ مقررچک شخصی و شرکتی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.  
۳- اسناد در سایت ذیل قابل دسترسی می باشد. لذا جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۰۸۱-۲۸۲۷۴۳۲۳ تماس حاصل فرمایید.  
نشانی سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir)  
در صورت عدم ثبت نام و عضویت مناقصه گران در سامانه ستاد، ضروری است مراحل ثبت نام و عضویت در سامانه مذکور انجام ونسبت به دریافت گواهی امضا الکترونیکی از دفتر منتخب استاندار رسمی اقدام گردد. بدیهی است در صورت عدم اخذگواهی امضا الکترونیکی، امکان واریزه سامانه ستاد و شرکت در مناقصه فوق وجود نخواهد داشت.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۰/۲۰  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۰/۲۱

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان همدان

**آگهی مناقصه عمومی**  
شماره مناقصه: ۱۰۲۴۰۰

شرکت گاز استان همدان

شرکت گاز استان همدان در نظر دارد مناقصه جدول اول را بین همکاران واجد شرایط با مشخصات و شرایط ذکر شده به شرح مناقصه عمومی و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (به ترتیب اولویت) به شرح زیر اعلام نماید:

مذمت ۵ روزانه از تاریخ انتشار آگهی با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی اینترنتی [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir). نسبت به واریز مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهر شماره ۰۰۷۰۵۴۲۷۹۳۰۰۲ نزد بانک صادرات شعبه مهدیه همدان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان همدان و خریداسنادمناقصه اقدام نمایند.

ردیف	شرح	تعداد	شماره مناقصه	آخرین مهلت تحویل پاکت	تاریخ جلسه بازگشایی پاکت	مبلغ ضمانت نامه بانکی (ریال)	توضیحات
۱	لوازم برق آلات کلل خودنگهدار	عدد ۱۱۸۰۴۰	۹۹/۵۹	۹۹/۱۱/۱۴	۹۹/۱۱/۲۰	۱۰,۷۱۵,۱۶۰,۰۰۰	سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه
۲	جعبه اتصالات کلل خودنگهدار	عدد ۴۰۰	۹۹/۶۰	۹۹/۱۱/۱۴	۹۹/۱۱/۲۰	۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه
۳	کلل سسی تک رشته ۱۵۶۰۶ میلی متر مربع	متر ۱۶۰۰۰	۹۹/۶۱	۹۹/۱۱/۱۴	۹۹/۱۱/۲۰	۲۶۰,۰۰۰,۰۰۰	اسناد مناقصه
۴	کلیدفوز هوایی کلل خودنگهدار ۱۶۰ امپرو و ۲۵۰ امپرو	عدد ۳۸۰	۹۹/۶۲	۹۹/۱۱/۱۴	۹۹/۱۱/۲۰	۳۹۰,۰۰۰,۰۰۰	اسناد مناقصه

توضیحات:  
۱- به پیشنهادات فاقد امضاء، مندرج و مشخص و پیشنهاتی که بعد از نقض مدت فراخوان و خارج از سامانه ستادواصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.  
۲- به پیشنهادات فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر، ضمانت نامه مخدوش کمتر از مبلغ مقررچک شخصی و شرکتی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.  
۳- اسناد در سایت ذیل قابل دسترسی می باشد. لذا جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۰۸۱-۲۸۲۷۴۳۲۳ تماس حاصل فرمایید.  
نشانی سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir)  
در صورت عدم ثبت نام و عضویت مناقصه گران در سامانه ستاد، ضروری است مراحل ثبت نام و عضویت در سامانه مذکور انجام ونسبت به دریافت گواهی امضا الکترونیکی از دفتر منتخب استاندار رسمی اقدام گردد. بدیهی است در صورت عدم اخذگواهی امضا الکترونیکی، امکان واریزه سامانه ستاد و شرکت در مناقصه فوق وجود نخواهد داشت.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۰/۲۰  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۰/۲۱





## احتمال افزایش مهلت رفع تعهد ارزی برای صادرکنندگان فرش

رئیس مرکز ملی فرش ایران یکی از مشکلات اساسی در صادرات فرش دستباف را موضوع رفع تعهد ارزی عنوان کرد و گفت ما به دنبال این هستیم که مهلت رفع تعهد ارزی را از یک سال به سه تا پنج سال افزایش دهیم.

فرحناز رافع در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه صادرات فرش دستباف در سال جاری تا پایان آبان ماه تغییر زیادی نداشته و تقریباً مانند سال گذشته بوده، اظهار کرد: حتی برخلاف اینکه انتظار می‌رود به دلیل شیوع ویروس کرونا شاهد کاهش صادرات فرش بوده باشیم، صادرات فرش دستباف به لحاظ وزنی حدود ۲۰ درصد رشد داشته، اما با توجه به بالارفتن نرخ دلار، به لحاظ ارزشی تغییر چندانی نداشته است.

به گفته وی اوایل سال جاری افت شدیدی در صادرات فرش دستباف اتفاق افتاد، اما در ماه‌های اخیر این آمار افزایشی بوده است. رافع همچنین با بیان اینکه یکی از مشکلات اساسی در صادرات فرش دستباف، موضوع رفع تعهد ارزی است که تأثیر زیادی بر صادرات فرش داشته، تصریح کرد: ما به دنبال این هستیم که مهلت رفع تعهد ارزی را از یک سال به سه تا پنج سال افزایش دهیم چراکه فروش فرش دستباف زمانبر است و به محض ورود به یک کشور خارجی فروش نمی‌رود بنابراین به دنبال این هستیم که سنوات بازگشت ارز در این بخش افزایش پیدا کند.

این مقام مسئول در ادامه در پاسخ به اینکه آیا راه حلی برای جلوگیری از حضور دلالتان و سود پایین قالببافان در این صنعت پیش‌بینی شده، تصریح کرد: سیاست مرکز ملی فرش ایجاد کارگاه‌های متمرکز و غیرمتمرکز و همچنین ایجاد استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان است تا قالببافان بتوانند خودشان محصولات خود را در استارت‌آپ‌ها و به صورت اینترنتی عرضه کنند و اقداماتی در این زمینه در دست انجام است.

گفتنی است که صادرات فرش در هشت ماهه ابتدای سال ۱۳۹۸ کمتر از ۵۰ میلیون دلار بوده که نسبت به متوسط ۵۰۰ میلیون دلاری صادرات فرش در دو دهه گذشته، حدود یک دهم شده بود و به گفته رئیس هیأت مدیره انجمن علمی فرش ایران خروج آمریکا از برجام و اعمال تحریم‌ها و همچنین برخی خودتحریمی‌ها در داخل عامل این کاهش بوده است.

## افزایش قیمت شکر در بازار آزاد

دبیرکل اتحادیه بنکداران مواد غذایی از افزایش قیمت شکر در بازار آزاد خبر داد.

قاسمعلی حسینی در گفت و گو با ایسنا، با بیان اینکه شکر از ابتدای سال چندین بار با افزایش قیمت مواجه شده است، گفت: به دنبال شایعه افزایش قیمت شکر با نرخ مصوب دولتی، بازار آزاد قیمت شکر را ۱۵ درصد افزایش داده و قیمت آن در یک روز رکورد زد. دبیرکل اتحادیه بنکداران مواد غذایی اضافه کرد: ابتدای سال قیمت شکر ۶۲۰۰ تومان بود که به ۶۶۵۰ تومان رسید و با انتشار این خبر افزایش قیمت شکر دولتی، در بازار آزاد شکر ۸۰۰۰ تومانی برای بنکداری‌ها به ۹۴۰۰ تومان رسیده است.

به گفته وی با افزایش قیمت شکر به صورت عمده قیمت آن برای مصرف‌کننده با احتساب هزینه‌های دیگر از جمله حمل و نقل، انبارداری و ... قطعاً بیشتر خواهد شد.

وی با اشاره به اینکه فروش شکر با قیمت ۹۴۰۰ تومان در بازار مصداق بارز گرانفروشی است در حالی که قیمت مصوب آن درب کارخانه ۶۶۵۰تومان است، گفت: علت افزایش قیمت شکر مشخص نیست و مسئولان مربوطه باید پاسخگو باشند. اگر قیمت‌گذاری شکر آزاد شده است قیمت مصوب شکر معنایی ندارد. اگر شکر همچنان دارای قیمت مصوب است پس بایستی جلوی این گرانفروشی‌ها گرفته شود.

## ۱۳۰۰ تن میوه شب عید یارانه‌ای

### خریداری می‌شود

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان، گفت برای خرید ۹۰۰ تن پرتقال و ۴۰۰ تن سیب شب عید به ۱۶ میلیارد تومان تسهیلات نیاز است.

محمد دره وزمی دبروز (۱۵دی ماه) در جلسه ستاد تنظیم بازار درخصوص تأمین میوه شب عید، اظهار کرد: امسال با همان یارانه سال گذشته میوه دو برابر و نیم افزایش قیمت داشته است.

وی با اشاره به اینکه پرتقال یارانه‌ای شب عید هزار و ۳۰۰ تومان از قیمت بازار ارزان‌تر است، افزود: سال گذشته هزار و ۱۰۰ تن سیب و هزار و ۷۰۰ تن پرتقال خریداری کردیم اما امسال این میزان را کاهش دادیم.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان، ذکر کرد: تنظیم بازار به معنای کاهش قیمت میوه‌ها از بازار نیست، هدف از تنظیم بازار کنترل بازار است.

به گفته دره وزمی ممکن است قیمت تمام شده پرتقال و سیب شب عید تا ۱۳ هزار تومان برسد. وی به تأمین مالی برای تسهیلات میوه شب عید اشاره کرد و افزود: بانک‌های کشاورزی، ملی و صندوق حمایت جهت همکاری اعلام آمادگی کرده‌اند.

پیمان اسکندری، مدیر سازمان تعاون روستایی کردستان، گفت: سال گذشته هزار و ۱۲۰ تن پرتقال و ۶۰۰ تن سیب وارد استان شد که پرتقال را از اتحادیه باغداران مازندران و سیب را از آذربایجان غربی خریداری کردیم.

وی با اشاره به اختلاف قیمت میوه امسال با سال گذشته، ذکر کرد: سال گذشته قیمت هر کیلو پرتقال ۴ هزار و ۵۰۰ تومان و سیب ۵ هزار تومان بود اما امسال به طور میانگین برای هر کیلو پرتقال باید ۱۰ هزار و ۵۰۰ تومان برای خرید پرداخت کنیم.

مدیر سازمان تعاون روستایی کردستان با اشاره به خرید هزار و ۳۰۰ تن میوه شب عید در استان کردستان، بیان کرد: امسال برای خرید ۹۰۰ تن پرتقال و ۴۰۰ تن سیب باید ۱۳ میلیارد تومان اختصاص یابد که با هزینه‌های جانبی از جمله نگهداری در سردخانه حدود ۱۶ میلیارد تومان تسهیلات لازم است.

بسیاری از فعالان اقتصادی در میان کشمکش‌های وزارت اقتصاد و صمت، معتقدند قیمت فولاد بر ارزان شدن اقلام مهمی چون خودرو تأثیر دارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، از حدود دو هفته قبل شاهد افزایش قیمت فولاد در کشور بودیم که واکنش نمایندگان مجلس را به همراه داشت. نمایندگان مردم معترض به این افزایش قیمت بودند و بر وعده وزیر صمت مبنی بر کاهش قیمت فولاد به زیر ۱۰ هزار تومان اشاره داشتند. علیرضا رزم حسینی، وزیر صمت مدتی قبل با ارائه شیوه‌نامه جدید ساماندهی بازار فولاد، وعده کاهش قیمت این محصول به زیر ۱۰ هزار تومان را داده بود و تأکید داشت که قیمت تمام شده فولاد بسیار کمتر از مقدار فعلی است.

افزایش قیمت ناگهانی فولاد باعث شد تا وزیر صمت جلسه‌ای ویژه تشکیل دهد تا با حضور تمام معاونت‌های مرتبط و نمایندگان بورس کالا برای این موضوع تصمیم‌گیری شود اما در نهایت نماینده بورس کالا اظهارات وزیر صمت را خلاف قانون خواند، او تأکید داشت که در بورس کالا تنها از وزارت اقتصاد و شورای عالی بورس دستور می‌گیرند و تصمیمات این جلسه را حتی در صورت ابلاغ اجرایی نخواهند کرد.

### قهر بورسی‌ها از وزارت صمت!

تلخ‌زبانی‌های نماینده بورس کالا و دلخوری وزیر صمت و معاونان وزارتخانه در نهایت باعث شد تا بورسی‌ها از جلسه تصمیم‌گیری برای فولاد اخراج شوند. وزیر صنعت در این جلسه گفت: با هماهنگی‌هایی که با سازمان بازرسی کشور صورت گرفته، تصمیم بر این شد که قیمت‌گذاری بر روی شمش فولاد تماماً برعهده وزارت صمت و نهادهای زیر نظر این

ارزانی خودرو و لوازم خانگی در گروهی قیمت فولاد

# کشمکش وزارتخانه‌ها ادامه دارد!



وزارتخانه قرار بگیرد. وزیر صمت بیان کرد: هدف ما برای تمام این تلاش‌ها، حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده است همچنین جلسات متعددی با نمایندگان بورس کالا، کمیته فولاد و سازمان حمایت برای رسیدن به این مهم برگزار خواهیم کرد.

رزم حسینی تصریح کرد: اگر قیمت فولاد افزایش پیدا کند، وزارت اقتصاد و بورس کالا باید در مقابل گرانی‌های ناشی از آن در مقابل مردم پاسخگو باشند.

### تأثیر قیمت فولاد بر ارزش سهام عدالت

این صحبت‌ها در نهایت واکنش رئیس سازمان بورس را به همراه داشت؛ حسن قالیباف اصل گفت: متأسفانه برخی از گرانی‌ها را به غلط به گردن وزارت اقتصاد می‌اندازند. با قیمت‌گذاری دستوری و اعمال فشار نمی‌توان مشکل بازار فولاد را حل کرد. اغلب سهامداران شرکت‌های فولادی مسئولان سهام عدالت هستند که به بازار سرمایه اعتماد و اقدام به سرمایه‌گذاری در این بازار کرده‌اند.

او با اشاره به اینکه بالغ بر ۶۰ میلیون نفر جمعیت سهامداران این شرکت‌ها هستند، اظهار کرد: هر تصمیمی درخصوص متغیرهای اقتصادی و قیمت‌ها در سودآوری شرکت‌ها اثرگذار است و از این رو باید در این حوزه نهایت دقت انجام شود.

هر دو وزارتخانه سنگ مردم را به سینه می‌زنند و دیگری را عامل آسیب اقتصادی به مردم می‌دانند. وزارت صمتی‌ها تأکید دارند که با توجه به سوبسیدهای ویژه‌ای که در اختیار شرکت‌های فولادی قرار می‌گیرد نباید فولاد با قیمت‌های بالا و خارج از بورس فروخته شود. فولادی‌ها سال‌هاست

که انرژی رایگان، سنگ آهن ارزاقیمت، وام‌های ارزی با شرایط مطلوب بوده و وارد سامانه شده است. وی به تولید داخل لاستیک اشاره کرد و ادامه داد: ۸ هزار و ۵۷۴ حلقه لاستیک سنگین و نیمه سنگین به استان اختصاص داده که حدوداً ۳۶ درصد آن مربوط به لاستیک تولید داخل و ۶۴ درصد مابقی در سامانه تخصیص بوده که با ارز نیامی در حال توزیع است. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان کردستان، درخصوص افزایش قیمت تخم مرغ گفت: قیمت تنظیم بازار تخم مرغ کیلویی ۱۶ هزار و ۹۰۰ تومان است و شانه‌های ۲۲ هزار تومان باید به دست مصرف‌کننده برسد که متأسفانه اینچنین نیست.

وی با اشاره به اینکه ۷ هزار تن تخم مرغ در استان تولید می‌شود، ذکر کرد: تخم مرغ در استان به اندازه مصرف مردم تولید نمی‌شود. دره وزمی با اشاره به اینکه مصرف سرانه استان در روز ۱۱ کیلوگرم به ازای هر نفر است، افزود: مصرف میزان سرانه تخم مرغ استان در روز ۴۸ تن است.

شهریار حنیفی، مدیر توسعه بازرگانی سازمان جهاد کشاورزی کردستان گفت: در سطح استان ۱۳ واحد مرغداری تخم‌گذار وجود دارد

که از این میزان ۷ واحد در حال حاضر فعال است و چهار واحد آن به طور میانگین ۶.۵ تا هفت تن تولید می‌کنند و سه واحد دیگر در انتظار تسهیلات هستند.

حنیفی بیان کرد: قیمت هر کیلو تخم مرغ از ۱۲ هزار به ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان افزایش پیدا کرد و در حال حاضر با هماهنگی‌های لازم از استان‌های قم و آذربایجان شرقی به عنوان استان‌های معین ۱۰ تن تخم مرغ به کردستان وارد شده است.

وی خاطرنشان کرد: قیمت هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۱۹ هزار و ۵۰۰ تومان و برای مصرف‌کننده ۲۲ هزار و ۵۰۰ تومان بوده که شانه‌ای ۴۸ هزار تومان است.

حنیفی قیمت مرغ در مرغداری را ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان و برای مصرف‌کننده ۲۲ هزار و ۵۰۰ تومان عنوان کرد.

سنپری، رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان، گفت: از ابتدای سال جاری ۲۱ هزار تن جو، ۸۲ هزار و ۳۳۶ تن ذرت و ۴۵ هزار تن کنجاله سویا در استان توزیع شده است.

## کاهش جزئی مجوز برای ورود ماشین‌آلات مشمول معافیت گمرکی

گمرکی به ارزش ۶۸ میلیون و ۱۸۰ هزار دلار صادر شده که به لحاظ تعداد نسبت به صدور ۶۳۴ فقره در مدت مشابه سال گذشته ۱۱.۸ درصد کاهش داشته است.

در این میان بیشترین ماشین‌آلات مشمول معافیت گمرکی (۲۸۹) در استان یزد بوده و در استان سیستان و بلوچستان و همچنین مناطق آزاد اروند و قشم و منطقه ویژه اقتصادی هیچ مجوزی برای ماشین‌آلات مشمول معافیت گمرکی صادر نشده است.

البته طبق اعلام سازمان صمت استان تهران، این سازمان از واحدهای تولیدی دارای مجوز صنعتی که از معافیت گمرکی ماشین‌آلات استفاده کرده‌اند بازرسی می‌کند و در صورت عدم استقرار ماشین‌آلاتی که از معافیت گمرکی استفاده کرده‌اند، در محل مجاز موضوع پروانه صنعتی عملکرد واحد صنعتی، به عنوان قاچاق محسوب می‌شود.

تجهیزات خطوط تولید خود را از گمرک ترخیص کنند. البته براساس تعهدی که متقاضی ارائه می‌کند، باید ماشین‌آلات و مواد اولیه وارداتی را در محل واحد صنعتی موضوع پروانه نصب کنند.

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صمت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که در هشت ماهه امسال ۲۴۳۰ فقره مجوز برای ماشین‌آلات و ۳۴۷ ماشین‌آلات مستعمل مشمول معافیت گمرکی به ارزش ۱۱۴۲ میلیون و ۷۶۰ هزار دلار و ۱۰۰ میلیون و ۶۹۰ هزار دلار صادر شده که به ترتیب نسبت به مدت مشابه سال قبل به لحاظ تعداد ۹.۵ درصد کاهش و ۲.۴ درصد افزایش داشته است. یعنی در مدت مشابه پارسال به ترتیب ۲۶۸۵ فقره مجوز برای ماشین‌آلات و ۳۳۹ فقره برای ماشین‌آلات مستعمل مشمول معافیت گمرکی صادر شده است.

همچنین در این مدت ۵۵۹ فقره مجوز مواد اولیه مشمول معافیت

آمارهای منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) حاکی از صدور ۲۴۲۰ فقره مجوز برای ماشین‌آلات مشمول معافیت گمرکی در هشت ماهه امسال است که نسبت به سال گذشته با کاهش ۹.۵ درصدی مواجه بوده است.

به گزارش ایسنا، این در حالی است که اخیراً دبیر انجمن سازندگان تجهیزات صنعتی ایران (ستصما) گفت که در حال حاضر بسیاری از شرکت‌ها براساس یکی از بندهای قانون امور گمرکی و بدون پرداخت حقوق ورودی و مالیات بر ارزش افزوده، ماشین‌آلاتی که در داخل ساخته می‌شود را هم به کشور وارد می‌کنند.

براساس ماده ۱۱۹ قانون امور گمرکی و تفاهم‌نامه بین گمرک و وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت)، واحدهای تولیدی مجاز می‌توانند در صورت تأیید عدم ساخت داخل از معافیت حقوق ورودی ماشین‌آلات استفاده کرده و در حداقل زمان ممکن ماشین‌آلات و





### اصلاح قیمت مواد اولیه مقدم بر اصلاح قیمت خودرو است

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت نخست باید قیمت مواد اولیه ورودی به کارخانجات خودروسازی اصلاح شود و سپس به سراغ رفع مشکلات داخلی این صنعت برویم.

لطفالله سیاه کلی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو درخصوص کنترل نرخ مواد اولیه با هدف کاهش قیمت خودرو اظهار داشت: این امر در حوزه فولاد قابلیت اجرایی دارد، همانطور که اکنون اصلاح زنجیره فولاد در دستور کار کمیسیون قرار گرفته زیرا ورق‌های فولادی، گران‌تر از قیمت واقعی به فروش می‌رسند اما درخصوص سایر مواد به آسانی امکان‌پذیر نیست.

وی افزود: فولاد باید از تولید به مصرف شود به ویژه اگر در حوزه صنعت خودروسازی، لوازم خانگی و در صنعت ساختمان فولاد به قیمت تولید فروخته شود، بهای این کالاها کاهش قابل توجهی خواهد داشت. نماینده مردم قزوین در مجلس شورای اسلامی گفت: ابتدا باید قیمت مواد اولیه ورودی به خودروسازی‌ها، مسکن‌سازان و تولیدکنندگان لوازم خانگی را اصلاح کرده و سپس به سراغ این صنایع برویم تا مشکلات داخلی آنها را نیز مرتفع کنیم.

سیاه کلی درخصوص قابلیت اجرایی اظهارات قطعه‌سازان مینی بر دستوری شدن نرخ مواد اولیه اعم از فولاد، پتروشیمی، مس و آلومینیوم همانند قیمت خودرو بیان کرد: عملیاتی کردن این موضوع در بخش‌هایی غیر از فولاد، نیازمند ورود به حوزه معادن و بررسی بیشتر است.

وی درخصوص آزادسازی قیمت خودرو و مصوبه اخیر شورای رقابت گفت: در حوزه خودرو می‌بایست تأمل و دقت بیشتری داشت زیرا به محض اعلام آزادسازی، قیمت خودرو در بازار افزایش یافت.

ایمن نماینده مجلس با تأکید بر اینکه قیمت خودرو باید واقعی شود، افزود: در تصویب این مصوبه، بررسی‌های کارشناسی انجام نشده، ضمن اینکه نباید با خودرو این گونه بازی کرد زیرا تصمیمات عجولانه قطعاً خسارتی را به بار می‌آورد.

سیاه کلی درخصوص اهمیت رفع موانع تولید و افزایش تیراژ و همچنین ورود مراجع متعدد از جمله وزارت صمت، شورای رقابت و مجلس به ارائه طرح‌های متعدد مینی بر تغییر شیوه‌های قیمت‌گذاری تصریح کرد: مشکلات صنعت خودرو چندوجهی است که حضور دولت در خودروسازی، هزینه‌های سربار منجر به افزایش قیمت، بی‌توجهی به کیفیت و وضعیت نامناسب قطعه‌سازان به شکل یک مجموعه و زنجیره مسائلی است که شرکت‌های خودروسازی را دربر گرفته است.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در پایان خاطر نشان کرد: نمی‌توان با یک نسخه تمامی این مشکلات را مرتفع کرد، همانطور که مجلس به این حوزه ورود کرده و دولت نیز باید همکاری کند تا بتوانیم قیمت خودرو را واقعی کنیم.

### چالش نوسازی تاکسی و بیمه ۲ مشکل عمده رانندگان تاکسی

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی شهری کشور ضمن رد ادعای سازمان تاکسیرانی تهران مبنی بر بیمه ۳ هزار تاکسیران تا پایان دی ماه گفت بیمه رانندگان تاکسی به صورت کشوری در حال پیگیری است. مرتضی ضامنی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، عنوان کرد: به دنبال توافقات انجام شده میان سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور و سازمان تأمین اجتماعی در سال گذشته مقرر شد ساماندهی در حوزه بیمه رانندگان صورت بگیرد و این موضوع به صورت کشوری در حال پیگیری است.

وی ادامه داد: براساس توافقات صورت گرفته مقرر شد سازمان تأمین اجتماعی فهرستی از رانندگان که در حال بهره‌مندی از پاره‌ه دولتی هستند و تحت عنوان بیمه رانندگان بیمه می‌شوند را در اختیار مجموعه وزارت کشور قرار دهد تا اطلاعات آنها پالایش شود. پس از پایش‌های صورت گرفته مشخص شد بیش از ۵۰ درصد افرادی که به عنوان راننده از بیمه رانندگان استفاده کرده‌اند مشخصات آنها در هیچ یک از بانک‌های اطلاعاتی حوزه حمل و نقل عمومی موجود نبود و اصلاً فعالیتی در این حوزه نداشتند و دلیل آن عدم به روز رسانی فهرست رانندگان مشمول بیمه از سال ۹۲ به بعد توسط سازمان تأمین اجتماعی بود. فلذا قرار شد سازمان تأمین اجتماعی با حذف افرادی که راننده تاکسی نیستند اما از بیمه رانندگان استفاده می‌کنند، امکان جذب رانندگان فعال و برخوردار از بیمه تأمین اجتماعی با پاره‌ه دولتی را فراهم کند.

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی شهری کشور افزود: بدین ترتیب فهرست رانندگان فعال در حوزه تاکسیرانی توسط مجموعه وزارت کشور تهیه شد و قرار شد در گام اول تعداد ۷ هزار نفر از افرادی که ذی حق نیستند از این لیست حذف شوند و ۷ هزار راننده فعال و ذی حق جایگزین شوند. علی‌رغم اینکه این امر از جانب وزارت کشور اجرایی شد و بیش از یک ماه است که در اختیار سازمان تأمین اجتماعی قرار داده شده است اما اقدامی در این زمینه صورت نگرفته است.

ضامنی ابراز امیدواری کرد: از سازمان تأمین اجتماعی تقاضا داریم در تسریع روند بیمه رانندگان نهایت همکاری را داشته باشند تا این موضوع هرچه سریع‌تر اجرایی شود، چراکه با ساماندهی این بخش قاعدتاً با حفظ سقف اعتباری که دولت هزینه می‌کند، می‌توانیم تمام رانندگان را بیمه کنیم و بیمه تأمین اجتماعی را که قانونگذار در قالب قانون مشخص کرده به چه افرادی تعلق می‌گیرد را به صورت هدفمند در اختیار رانندگان قرار دهیم.

وی با تأکید بر حل مشکل بیمه تاکسیرانان عنوان کرد: رانندگان علاوه بر مشکل بیمه با چالش‌های ناشی از معیشت، تورم در جامعه و کرونا نیز مواجه هستند اما بیمه موضوع بسیار مهمی برای رانندگان است که در صورت رفع آن یکی از مشکلات بنیادی تاکسیرانان حل خواهد شد.

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی شهری کشور چالش نوسازی تاکسی را از دیگر مشکلات رانندگان برشمرد و تشریح کرد: متأسفانه علی‌رغم اینکه قیمت خودرو در گذشته ثابت بود و حداقل قیمت‌ها تا یک سال مداوم داشت، اما در حال حاضر با افزایش هر سه ماه یکبار قیمت خودرو مواجه هستیم و قیمت خودرو نسبت به سال ۹۵ که زمان آغاز طرح نوسازی تاکسی‌ها بوده حدود ۲۰۰ درصد افزایش یافته است. از یک طرف تورم و افزایش قیمت خودرو و از سوی دیگر کاهش درآمد تاکسیرانان به دلیل کرونا توان رانندگان را در این بخش را محدود کرده است. ضمن اینکه فرآیند تغییر قیمت خود زمانبر است و این موضوع در طرح نوسازی وقفه ایجاد می‌کند و بانک‌ها نیز در زمینه ارائه تسهیلات همکاری لازم را ندارند.



خودروسازهای داخلی هم کمک می‌کند.

#### شورای رقابت انحصار ایجاد کرده است

این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: در حال حاضر شورای رقابت با نظام قیمت‌گذاری خود انحصار ایجاد کرده و فضای رقابتی را دچار مشکل کرده است و می‌گوید بازار انحصار دارد. وقتی در این شرایط سرمایه‌گذاری خارجی قصد کند که برای سرمایه‌گذاری به ایران بیاید وقتی ببیند که قیمت‌گذاری توسط ارگانی انجام می‌شود که ممکن است به زیانش منجر شود به کشور وارد نمی‌شود. البته اگر قرار باشد به سرمایه‌گذاران اجازه ورود دهیم و یا قیمت آزاد شود، این موضوع باید با نظرات صورت گیرد و هدفمند باشد تا بازار خودروی کشور در اختیار خارجی‌ها قرار نگیرد. برای این مسئله نیز می‌توان از تجربه کشورهای دیگر همچون چین، هند و ترکیه استفاده کرد.

شورای رقابت با نظام قیمت‌گذاری خود انحصار ایجاد کرده و فضای رقابتی را دچار مشکل کرده است و می‌گوید بازار انحصار دارد.

مدنی گفت: در حال حاضر ۶۰ درصد تولیدات خودروی ترکیه صادر می‌شود؛ ترکیه ۶۰۰ هزار خودرو صادر می‌کند اما ۳۰۰ هزار خودرو هم وارد می‌کند، این رد و بدل شدن کالا با کشورهای جهان هم بهبود کیفیت رخ می‌دهد و هم فضای رقابتی ایجاد می‌شود و هم انحصار از بین می‌رود. وی افزود: در کشور ما عملاً دولت و مشخصاً شورای رقابت انحصار ایجاد کرده‌اند و هیچ رقیبی نمی‌تواند با این قیمت‌ها نه خودرو وارد کند و نه در کشور تولید کند. انحصاری که نه منفعتی برای تولیدکننده و نه برای مصرف‌کننده دارد و نه حتی سودی به جیب دولت می‌رود؛ فقط دلال سود می‌برد، از این رو صحبت‌هایی که در مورد انحصار می‌شود آدرس غلطی است که مسئولان می‌دهند.

## خرید فیلتر دوده یا اتوبوس نو، راهکار چیست؟

خودروهای دیزل بدون هیچ‌گونه پالایشی وارد حلق مردم شود. از دلایل مخالفت با نصب فیلتر جاذب دوده برای اتوبوس‌ها می‌توان به اظهارات محمد علیخانی – رئیس کمیسیون حمل و نقل شورای شهر تهران اشاره کرد که دارا نبودن فیلتر دوده از کارایی لازم و باز شدن فیلترها از اتوبوس‌هایی که بر آنها نصب شده بودند را از جمله این دلایل خواند و گفت که بهتر است به جای فیلتر دوده، اتوبوس نو بخریم. در حالی‌که براساس گزارش شرکت کنترل کیفیت هوای تهران روزی ۱۱ مرگ زودرس به‌دلیل آلودگی هوا در تهران اتفاق می‌افتد. این روزها برخی اعضای شورای شهر دوباره بر ضرورت نصب فیلتر دوده روی اتوبوس‌ها تأکید کرده‌اند ولی هیچ اشاره‌ای به نقش شورای شهر در این زمینه نمی‌شود. سید آرش حسینی میلانی – رئیس کمیته محیط زیست شورای شهر تهران – ضمن تأکید بر نقش اتوبوس‌ها و مینی‌بوس‌ها در انتشار ذرات معلق کمتر از ۲.۵ میکرون گفته است که قانون هوای پاک نصب فیلتر دوده بر اتوبوس‌ها را الزامی کرده و مطالعات شرکت کنترل کیفیت هوای تهران نیز نصب فیلتر دوده را راهکاری برشمرده که بیشترین بازدهی نسبت به هزینه‌ها را دارد. همچنین زهرا صدر اعظم نوری – رئیس کمیسیون سلامت، محیط زیست و خدمات شهری شورای شهر تهران – با اشاره به فرسوده و دیزلی بودن عمده اتوبوس‌های تهران و نبود امکان نوسازی آنها به دلایل متعددی از جمله تحریم‌ها، بر ضرورت اتخاذ راهکارهایی برای کاهش آلودگی اتوبوس و مینی‌بوس‌ها تأکید کرد. یوسف رشیدی – کارشناس آلودگی هوا– ضمن تأکید بر تأثیر

در حالی‌که آلودگی هوای کلانشهرهایی مانند تهران به یکی از دغدغه‌های مسئولان و شهروندان تبدیل شده و یکی از راهکارهای ارائه شده طی سال‌های اخیر برای کاهش انتشار آلاینده‌ها نصب فیلتر جاذب دوده روی اتوبوس‌ها بوده است، اما شورای شهر تهران سال ۹۷ به خرید فیلتر دوده از محل اوراق مشارکت رأی نداد البته با تشدید آلودگی هوای پایتخت طی روزهای اخیر برخی از اعضای شورا بر ضرورت نصب فیلتر دوده تأکید کرده‌اند. یک کارشناس آلودگی هوا نیز معتقد است: تردیدی درباره تأثیر نصب فیلتر جاذب دوده بر کاهش آلودگی ناشی از خودروهای دیزلی وجود ندارد، اما لازم است دستگاه‌ها این طرح را به‌درستی اجرا کنند.

به گزارش شعار سال، شورای شهر تهران سال ۹۷ یعنی یک سال پس از تصویب قانون هوای پاک در پی مخالفت با یکی از بندهای لایحه انتشار ۳۰۰۰ میلیارد تومان اوراق مشارکت برای توسعه حمل و نقل در مورد تخصیص بخشی از اوراق مشارکت به خرید فیلتر دوده به اختصاص بخشی از اوراق مشارکت به خرید فیلتر دوده رأی منفی داد و موضوع «نصب فیلتر جاذب دوده روی اتوبوس‌ها» از ردیف این اعتبار حذف شد. براساس اطلاعات سیاه انتشارشهر تهران خودروهای دیزلی شامل اتوبوس‌ها، مینی‌بوس‌ها و کامیون‌ها حدود ۳۵ درصد در انتشار ذرات معلق کمتر از ۲.۵ میکرون سهم دارد. از این سهم حدود ۲۰ درصد متعلق به اتوبوس‌های واحد، اتوبوس‌های سرویس و مینی‌بوس‌ها است که عدم نصب فیلتر جاذب دوده روی اتوبوس‌ها به عنوان منابع آلاینده متحرک باعث می‌شود که خروجی

«تارا» تبلور توان تخصصی صنعت خودرو است

## پتانسیل بالای صادراتی محصول جدید ایران خودرو

کردن کالا به جای باز پس دادن دلارهای بلوکه‌شده است، از حمله به سوی واردات و هدر دادن سرمایه‌گذاری‌های داخلی پرهیز کنند و اجازه واردکردن ضربه به این صنعت را ندهند.

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان با بیان اینکه تحریم‌ها موجب شد تا بسیاری از قطعاتی که تا پیش از این داخلی‌سازی آنها منطبق اقتصادی نداشت، داخلی‌سازی شود، تصریح کرد: قطعات الکترونیکی مانند آی‌سی‌یو و کیسه‌هوا در دسته این قطعات قرار می‌گیرند که در حال حاضر داخلی‌سازی شده‌اند. داخلی‌سازی این قطعات خلق دانش فنی است که به تمامی صنایع کشور کمک می‌کند.

به اعتقاد محبی‌نژاد، مجموع تمامی این اتفاقات، سطح صنعت خودروی ایران را از نظر توان تکنولوژیک و استقلال به حدی رسانده است که در صورت برداشته شدن تحریم‌ها اگر این توان به درستی مدیریت شود، صنعت خودرو را به یکباره در سطح جهان ارتقای جدی خواهد داد. ایران پس از تحریم‌ها به عنوان یکی از کشورهای طراح و سازنده خودرو در جهان مطرح می‌شود که حتی توان صادرات تکنولوژی را داراست و این بدان معناست که می‌تواند برای بازار هدف ۵۰۰ میلیون نفری کشورهای همسایه، بازار بزرگی برای صادرات فراهم کند.

مقام مسئول اسبق در صنعت خودرو معتقد است در حال حاضر شورای رقابت با نظام قیمت‌گذاری خود انحصار ایجاد و فضای رقابتی را دچار مشکل کرده است و می‌گوید بازار انحصار دارد.

سعید مدنی در پاسخ به این پرسش که آیا سیاست واردات خودرو در شرایط فعلی سیاست درستی است؟ اظهار داشت: واردات خودرو از قبل هم وجود داشته است و حدود ۱۰ درصد از فروش خودرو را دربر می‌گرفت. به نظر من با توجه به شرایطی که در صنعت خودروسازی کشور داریم واردات لازم است؛ زیرا برخی از خودروها هستند که مشتری خاص خود را دارند و ما آنها را تولید نمی‌کنیم از این رو نیاز است که وارد شود. این کارشناس صنعت خودرو افزود: دغدغه فعلی ما در شرایط حاضر واردات خودرو نیست بلکه روشن کردن تکلیف صنعت خودروسازی کشور است و مسائلی که دارد را حل کنیم تا به مسائل جنبی همچون واردات خودرو و نظایر آن برسیم. اگر واردات و مونتاژ خودرو در داخل توسط سرمایه‌گذار خارجی انجام شود، در مورد واردات دیگر نگرانی خاصی وجود نخواهد داشت. اگر واردات با اصول انجام شود چه به صورت خودروی کامل و چه به صورت سی کی دی، زبانی برای صنعت خودروسازی کشور نخواهد داشت. وی ادامه داد: تا سال ۹۶ واردات خودرو توسط اشخاص حقیقی و حقوقی انجام می‌شد و مشکل خاصی نبود و فقط مسئله خدمات پس از فروش مطرح بود. از آن زمان که مشکلاتی در وزارت صمت به وجود آمد به جای حل کردن مسئله صورت مسئله را پاک کردند یعنی واردات ممنوع شد و این ممنوعیت همزمان با افزایش نرخ ارز بود و قیمت خودروهای داخلی و خارجی موجود در بازار به صورت سرسام‌آور بالا رفت.

#### شروط واردات خودرو

مدنی گفت: واردات خودرو به صنعت خودروی کشور کمک می‌کند و





## سهام هیوندای در پی خبر احتمال هم

نویسنده: مهدی هنرمند / با انتشار خبر همکاری اپل و هیوندای به منظور تولید خودروی الکتریکی، سهام غول کره‌ای صنعت خودرو بیش از ۲۰ درصد افزایش یافته است.

به گزارش زومیت، بعد از مدت‌ها گمانه‌زنی و انبوهی از شایعات مبنی بر تلاش اپل برای ورود به صنعت خودرو و ساخت اولین اتومبیل خودران، هیوندای رسماً تأیید کرد که غول دنیای فناوری مذاکرات اولیه را با این شرکت به منظور تولید Apple Car آغاز کرده است؛ خبر مهمی که به سرعت به تیترا اصلی رسانه‌ها تبدیل شد. به گزارش TechCrunch، هیوندای موتور گزارش‌های یادشده را بی‌اهمیت جلوه داده است و ادعا می‌کند مذاکره در مراحل اولیه قرار دارد و هنوز تصمیم مشخصی گرفته نشده است، اما خبر احتمال همکاری هر چند آزمایشی با اپل، کافی بود تا در معاملات روز

جمعه، سهام شرکت هیوندای بیش از ۲۰ درصد اولین بار براساس مصاحبه تعدادی از صاحب‌خبرگزاری Korea Economy Daily. رسماً به بلومبرگ تأیید شد. در مستندات بیانیه هم‌حال مذاکره است؛ اما چون گفت‌وگو در مراحل تازه گرفته نشده است. این غول خودروساز دوم این موضوع را تأیید کرده است. در گذر اتومبیل اپل می‌تواند از سال ۲۰۲۴ آغاز شود توسعه وسایل نقلیه را به سیستم‌های خود که می‌توانند با یک وسیله نقلیه ادغام شود

## شرکت‌های خلاق رشد اقتصادی را برای استان‌ها به همراه دارند

مهم اقتصاد نیز حوزه صنایع نرم و خلاق است. به گفته وی، شرکت‌های خلاق در حوزه‌هایی مانند کسب و کارهای دیجیتال و فضای مجازی، بازی، اسباب بازی و سرگرمی، صنایع دستی، گردشگری و میراث فرهنگی، صنایع



دیجاری و شنیداری، طراحی، یادگیری، چاپ و نشر، گیاهان دارویی و طب سنتی، هنرهای تجسمی و نمایشی، فعالیت می‌کنند. همه این حوزه‌ها از این ظرفیت برخوردار است که باعث رشد و شکوفایی در بسیاری از شهرها و مناطق کشور شود.

وی که خود یکی از امضاکنندگان طرح حمایت از «جهش تولید» دانش‌بنیان است در ادامه افزود: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری می‌تواند با توجه به اشرفی که به حوزه شرکت‌های خلاق دارد، مستندات این حوزه را به نمایندگان عرضه کند و مجلس نیز بی‌شک تلاش خواهد کرد تا بسترهای قانونی لازم را برای حمایت از شرکت‌های خلاق فراهم کند. می‌توان نام شرکت‌های خلاق را در قانون حمایت از «جهش تولید» دانش‌بنیان نیز گنجانده و این شرکت‌ها را نیز از این مشوق‌های حمایتی بهره‌مند ساخت.

یک نماینده مجلس شورای اسلامی تأکید کرد که حمایت از شرکت‌های خلاق باید روان و در اسرع وقت انجام شود. عزت‌الله اکبری تالارپشتی، منتخب دور یازدهم مجلس شورای اسلامی از حوزه انتخابیه تهران، ری، شمیرانات، اسلامشهر و پردیس گفت: در هر حوزه‌ای اگر طالب انجام پهنه امور هستیم، باید زمینه ورود بخش خصوصی را فراهم کنیم. بخش خصوصی نیز به معنای مردم، ایرانیان داخل و خارج کشور و جوانان نخبه و با استعداد ایران اسلامی است.

این نماینده مجلس شورای اسلامی ضمن تبیین بسترهای موردنیاز برای رشد بخش خصوصی در حوزه تولید و صنعت گفت: در حال حاضر در دنیا جنگ مشوق‌ها است. یعنی هر کشوری سعی می‌کند مشوق‌های بیشتری به بخش خصوصی تولیدکنندگان و صنعتگران ارائه دهد و با کاهش مقررات دست و پاگیر و افزایش زمینه تسهیل کسب و کار، شرایط را برای تولید بیشتر فراهم کند. اکبری تالارپشتی در ادامه گفت: در کشور ما نیز اگر می‌خواهیم که رشد و جهش اقتصادی داشته باشیم، باید میزان مشوق‌های شرکت‌های فناوری را افزایش دهیم. یکی از حوزه‌های

## ۲۰ دانش‌بنیان ایرانی به ارمنستان می‌روند تا فضای کار اشتراکی میان ۲ کشور ایجاد شود

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ۲۰ شرکت دانش‌بنیان ایرانی برای توسعه روابط تجاری و فناورانه میان دو کشور به ارمنستان سفر می‌کنند. ۲۱ تا ۲۴ بهمن‌ماه سال جاری فرصتی فراهم شده است تا شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه‌های مختلف فناورانه به ارمنستان سفر و در نشست‌های تجاری و فناورانه با شرکت‌های ارمنی در ایروان مذاکره کنند. این نشست‌ها در شکل‌گیری فضای کار اشتراکی میان شرکت‌های ایرانی و ارمنی نقش موثری دارند. «بازدید از نمایشگاه دائمی محصولات دانش‌بنیان که به همت کارگزاری مرکز صادرات ایران در ارمنستان راه‌اندازی شده است» و «بازدید از پارک‌های علم و فناوری این کشور» از جمله برنامه‌های این سفر ۴ روزه است.



### دریچه

## تجهیزات دانش‌بنیان برای سنجش آلاینده‌های محیطی ساخته شد تا به بهبود کیفیت هوا کمک کند

نورپور با اشاره به تولید ایستگاه‌های شهری سنجش آلودگی هوا گفت: این دستگاه جایگزین بسیار کارآمدی برای ایستگاه‌های شهری است که بسیار گرانقیمت هستند و واردات تجهیزات و و نگهداری‌شان، هزینه‌های بسیار هنگفتی در پی دارد. با این تجهیز ایران‌ساخت، می‌توان به شکلی کارآمدتر، ارزان‌تر، چابک‌تر و مطابق با استانداردهای روز جهانی، آلودگی هوا و ذرات معلق را سنجید.

مدیرعامل فن پایا از به‌روزرسانی و تولید بومی محصولاتی مانند تصفیه هوای خانگی و صنعتی با استفاده از فناوری‌های پیشرفته چون فیلترهای نانو گفت و ادامه داد: عمده‌ترین مشتریان این تولیدات، دانشگاه‌ها، کارخانه‌ها، صنایع گاز، پتروشیمی، سازمان محیط زیست، شهرداری‌ها و پژوهشگاه‌ها هستند.

نورپور با اشاره به کار موفق در کاهش آلاینده‌های شهری، افزود: در حوزه کاهش آلاینده‌های شهری، دستگاه فیلتراسیون هوادهای صنعتی را به نتیجه رساندیم. این دستگاه آلاینده‌های خروجی را با کارایی بالای ۹۰ درصد جذب می‌کند و به شکلی کارآمد می‌تواند باعث کاهش آلودگی هوای ناشی از صنایع و کارخانه‌ها شود.

### کمک به اشتغال و کاهش ارزبری

این فعال فناوری از ارائه راهکارها و نرم‌افزارهای پایا آلاینده‌ها به صنایع گفت و ادامه داد: پس از سنجش آلودگی صنایع، خدمات مشاوره، ارزیابی و سازوکارهای کاهش آلودگی را ارائه می‌کنیم.

وی با اشاره به مزیت‌های قیمتی قابل توجه محصول ایران‌ساخت نسبت به نمونه‌های وارداتی، گفت: به طور مثال دستگاه سنجش آلودگی هوا که در تهران نصب شده‌اند، هر کدام به طور میانگین بیش از ۲۰ میلیارد ریال هزینه اقلام مصرفی، تعمیر و نگهداری نیاز دارند اما نمونه ایران‌ساخت این دستگاه، یک دهم نمونه مشابه هزینه‌بر است ضمن آنکه کارایی بالاتری ارائه می‌کند.

این فعال فناوری همچنین بیان کرد: همچنین نمونه خارجی دستگاه گازسنج دودکش با هزینه ۲۵ میلیارد ریالی بدون خدمات پشتیبانی و از مبادی غیررسمی عرضه می‌شود. در حالی که نمونه مشابهی که در کشور تولید کردیم، با کیفیتی به مراتب بالاتر و روزآمدتر، با یک سوم هزینه نمونه مشابه عرضه می‌شود. تولید این محصولات ضمن کاهش ارزبری، کمک به بومی‌سازی بسیاری از مواد اولیه و صنایع وابسته، زمینه اشتغال مستقیم ۴۰ نفر از دانش‌آموختگان را به طور مستقیم و صدها نفر به طور غیرمستقیم در پی داشته است.

کاهش آلاینده‌ها، سنجش و کاهش میزان ذرات معلق موجود در هوا همگی به تجهیزاتی نیاز دارند که توسط یک شرکت دانش‌بنیان تولید شده است. علیرضا نورپور، مدیرعامل شرکت فن پایا با بیان اینکه فعالان فناور این شرکت در مسیر سنجش و کاهش آلاینده‌های محیطی و کنترل کیفیت هوا گام برمی‌دارند، گفت: نخستین دستاورد دانش‌بنیان این شرکت یعنی دستگاه غبارسنج دودکش، برای اندازه‌گیری و کمک به ارائه راهکارهای کاهش آلودگی کارخانه‌ها کمک می‌کند. با شناخت دقیق از کارکرد نمونه‌های خارجی این دستگاه، موفق شدیم غبارسنج ایران ساخت را تولید و بخش قابل توجهی از نیاز صنایع، آزمایشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی را تأمین کنیم.

علیرضا نورپور با بیان اینکه شرکت‌ها، آزمایشگاه‌ها، پژوهشگاه‌های پایش و حتی کارخانجات می‌توانند میزان آلودگی را بسنجند، ادامه داد: به کمک این دستگاه و با سنجش دقیق میزان آلودگی به بخش‌های گوناگون صنعت از جمله کارخانه‌ها، می‌توانیم راهکارها، خدمات و راهبردهای کاهش میزان آلودگی را ارائه کنیم و در مسیر کاهش آلودگی هوا گام برداریم.

به گفته این فعال فناور، محصولات از تنوع بالایی برخوردارند و بسیاری به جمع محصولات دانش‌بنیان پیوسته‌اند و برخی دیگر در آستانه دانش‌بنیان شدن هستند. از مهمترین ویژگی آنها سنجش میزان آلاینده‌ها به صورت لحظه‌ای و با دقتی بالا است.

وی با اشاره به اینکه غبارها و ذرات معلق کارخانه‌ها نقش مهمی در میزان آلودگی هوا ایفا می‌کنند، ادامه داد: میزان آلاینده تولیدی کارخانه‌ها می‌بایست به صورت دوره‌ای پایش شود. دستگاه گازسنج دودکش قابل حمل می‌تواند غلظت گازهای آلاینده خروجی از این دودکش‌ها را با دقتی بالا بسنجد. این میزان با تحلیل‌ها و مطالعات بعدی، به اصلاح منشأ تولید آلاینده و در نهایت کاهش آلودگی هوا منجر می‌شود.

**راهکارها و تجهیزاتی کارآمد برای کاهش آلودگی**

این فعال فناور از تنوع در سبد محصولات کاهش آلودگی هوا و محیط‌های بسته گفت و ادامه داد: علاوه بر تولید بومی دستگاه‌های گازسنج و غبارسنج محیطی که مولفه‌های زیست محیطی را سنجش و تحلیل می‌کنند، توانستیم دستگاه سنجش ذرات معلق را که به دو روش آنلاین و نقلی این سنجش را انجام می‌دهد در کشور تولید کنیم. از این تجهیز دانش‌بنیان برای سنجش آلودگی، بررسی تأثیر آن روی محیط زیست و موجودات زنده استفاده می‌شود و در شکل‌های قابل حمل و ایستگاهی با هزینه‌ای بسیار پایین‌تر از نمونه خارجی به بازار عرضه شده است.

## آمازون برای ناوگان هوایی خود ۱۱ فروند هواپیما خریداری کرد

شرکت هواپیمایی وست‌جت (WestJet) تعلق دارند و در سال ۲۰۲۲ وارد ناوگان آمازون خواهند شد. آمازون با خریدن هواپیمای اختصاصی می‌تواند سفارش‌ها را به گونه‌ای که مشتریان در سراسر ایالات متحده آمریکا انتظار دارند، به آنها تحویل بدهد. سارا رودر، قائم‌مقام واحد حمل‌ونقل هوایی آمازون، می‌گوید این شرکت امروزه مجموعه‌ای از هواپیماهای اجارهای و اختصاصی «در ناوگان روبه‌رشدش» دارد تا «عملیات را بهتر مدیریت کند».

در سال گذشته میلادی، تعداد هواپیماهای ناوگان هوایی آمازون به ۷۰ فروند رسید. آمازون می‌گوید مردم در دوران دنیاگیری ویروس کرونا بیش‌ازپیش به خرید آنلاین متکی شدند و همین موضوع آن را مجاب کرد تا ناوگان هوایی تحویل سفارش خود را گسترش دهد.

آمازون از خریداری ۱۱ فروند هواپیما برای تحویل سفارش در ایالات متحده خبر داد. هواپیماهای جدید آمازون در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ وارد ناوگان این شرکت می‌شوند.

به گزارش زومیت، آمازون ناوگان بسیار بزرگی برای تحویل سفارش به مشتری دارد. براساس گزارش CNET، غول خرید اینترنتی با انتشار یک بیانیه مطبوعاتی از خریداری ۱۱ فروند هواپیما خبر داده است. این هواپیماها به ناوگان تحویل سفارش آمازون اضافه می‌شوند.

چهار هواپیما بوئینگ ۷۳۷-۸۰۰ که متعلق به شرکت هواپیمایی وست‌جت (WestJet) هستند، قرار است در سال ۲۰۲۱ به واحد باربری هوایی آمازون ایر (Amazon Air) اضافه شوند. هفت هواپیمای دیگر به

## نیاز صنایع به شرکت‌های دانش‌بنیان رسید و بیش از ۳۰ میلیارد تومان قرارداد منعقد شد

محصولات دانش‌بنیان را فراهم می‌کنند. بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان سرگرم امور فنی و اجرایی هستند و در زمینه بازاریابی چندان توانمند نیستند. این شرکت، این خلأ را پر می‌کند و تلاش دارد تا بازار گسترده‌تری برای محصولات و خدمات دانش‌بنیان و فناورانه ایجاد کند و در این زمینه از حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز برخوردار بوده‌ایم.

این فعال دانش‌بنیان در ادامه گفت: یکی از طرح‌های شرکت این است که از مجموع محصولات دانش‌بنیان موجود، یک کارخانه جدید خلق کند. برای مثال ممکن است یک شرکت دانش‌بنیان، دستگاه‌های CNC تولید کند و یک شرکت دیگر، بخش دیگری از خط تولید را فراهم کند. این شرکت دانش‌بنیان، با جمع‌آوری این محصولات و دستگاه‌های تولیدشده، یک کارخانه جدید خلق می‌کند.



خرم‌نژاد ضمن تأکید بر اهمیت کار بروکرها، بیان کرد: کارگزاران تبادل فناوری در کشور، خدمات بسیار مهمی عرضه می‌کنند و این خدمات نیازمند حمایت بیشتر است.

شرکت دانش‌بنیان موفق شد بیش از ۳۰ میلیارد تومان عرضه و تقاضا در زمینه فناوری انجام دهد.

محمد خرم‌نژاد، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان توسعه مبادلات فناورانه ایرانیان گفت: کار این شرکت دانش‌بنیان خدمات‌دهی به دیگر شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور است. این شرکت به عنوان یک کارگزار تبادل فناوری، نیازهای فناورانه را شناسایی می‌کند و با استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان به آنها پاسخ‌های فناورانه را می‌دهد.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان توسعه مبادلات فناورانه ایرانیان ادامه داد: این شرکت موفق شد در سال گذشته با ایجاد ارتباط بین صنایع و شرکت‌های بزرگ و شرکت‌های فناور و دانش‌بنیان، بیش از ۳۰ میلیارد تومان، بهم‌رسانی در حوزه فناوری ایجاد کند. یعنی ارزش قراردادهای فروش و عرضه محصولات و خدمات فناورانه‌ای که این شرکت منعقد کرد به بیش از ۳۰ میلیارد تومان رسید. خرم‌نژاد ضمن توضیح کار بروکرها، افزود: شرکت‌های دانش‌بنیان بروکر به عنوان کارگزار تبادل فناوری عمل می‌کنند و زمینه تبادل بهتر فناوری و



## شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های خلاق توانمند می‌شوند

وبینار «تهیه صورت‌های مالی» ویژه شرکت‌های خلاق برگزار می‌شود. با توجه به راهبرد جدید ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، برای اجرای برنامه‌های هدفمند توانمندسازی شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های خلاق یک برنامه آموزشی و جدید برای استفاده هرچه بیشتر شرکت‌های خلاق تهیه شده است. در این برنامه، آموزش‌ها بیشتر روی توانمندسازی شرکت‌ها و مسائل مهمی همچون تهیه صورت‌های مالی، آشنایی با مسائل مهم حوزه تجارت، اصول تعامل با مشتری و آموزش‌های مدیریتی متمرکز هستند. این برنامه هدفمند باعث می‌شود تا این شرکت‌ها بتوانند به عنوان شرکت‌های خلاق، توانمند و مستقل به رشد خود ادامه دهند.



### یادداشت



## ۳ شرکتی که با ساخت دستگاه اکسیژن‌ساز به یاری بیماران کرونایی آمدند کدامند

این شرکت با تولید انواع مختلف این دستگاه‌ها کار خود را آغاز کرد و در روزهای شیوع کرونا با شتاب دادن به تولید محصولاتش، به یاری کادر درمانی کشور و بیماران شتافت. دستگاه‌های تنفسی و اکسیژن‌سازهای خانگی و بیمارستانی از جمله محصولات این شرکت است. این دستگاه‌ها برای بیماران که مشکلات تنفسی دارند در بیمارستان‌ها و منازل مورد استفاده قرار می‌گیرد. **۲. تولید کمپرسورهای صنعتی و تجهیزات جانبی هوای فشرده** گروه صنعتی هواپار هم دیگر مجموعه فناوری است که به این حوزه ورود کرده است. این شرکت از سال ۷۷ تاکنون به تولید کمپرسورهای صنعتی و تجهیزات جانبی هوای فشرده مشغول است. گروه صنعتی هواپار برای مبارزه با بحران کرونا و با توجه به نیاز مبرم مراکز درمانی و بیمارستانی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور به تجهیزات تولیدکننده اکسیژن موردنیاز بیماران، اقدام به تولید و ارسال پکیج‌های اکسیژن‌ساز به درمانگاه‌ها و بیمارستان‌ها کرده است. **۳. تولید گازهای طبی** شرکت عصر صنعت آتیین هم از سال ۸۹ برای ارتقای کمی و کیفی محصولات حوزه پزشکی و سلامت به طور بسیار تخصصی فعالیت خود را آغاز کرد. یکی از حوزه‌های فعالیت این شرکت، تولید گازهای طبی (اکسیژن) است. این محصولات در روزهای شیوع کرونا به یاری بیماران آمده و نیاز کشور در حوزه اکسیژن را تامین کرده است. دستگاهی با نمایش لحظه‌ای همه عملیات‌ها، مجهز به آگزوزهای صداگیر و قابلیت کنترل اندروید.

دستگاه‌های اکسیژن‌ساز یکی از تجهیزات موردنیاز بیماران کرونایی است؛ نیازی که با تلاش ۳ شرکت دانش‌بنیان رفع شد و هوا در ریه بیماران جریان یافت. بیماری کرونا با عوارض زیادی برای بیماران همراه است، اما یکی از پیامدهای خطرناک و سخت آن، درگیری‌های ریوی و تنگی نفس است. اتفاقی که بیماران را با لحظات سخت و طاقت‌فرسایی مواجه می‌کند در این شرایط، استفاده از دستگاه‌های اکسیژن‌ساز تنها راهی است که می‌تواند حیات را به بیماران بازگرداند و جانی تازه به آنها دهد. در روزهای اوج واگیری کرونا همه کشورها در تلاش بودند تا بتوانند نیاز بیماران، کادر درمانی و جامعه را تامین کنند. دارو، تجهیزات پزشکی، دستکش، ماسک و ... از جمله این نیازها است. زیست‌بوم فناوری و نوآوری ایران هم در بحبوحه این بیماری دست به کار شد تا بتواند کشور را در حوزه تامین این نیازها خودکفا کند. ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با حمایت از این شرکت‌ها روند تولید این محصولات حیاتی را شتاب داد. بر همین اساس این شرکت‌ها برای تولید دستگاه‌های اکسیژن‌ساز به میدان آمدند و با افزایش و سرعت دادن به خط تولید خود، روند بهبود بیماران کرونایی را شتاب دادند؛ کاری که به خودکفایی کشور در این زمینه منجر شد. در ادامه با فعالیت این شرکت‌ها آشنا می‌شویم.

### ۱. اکسیژن‌ساز خانگی

شرکت والادرامان امیرکبیر یکی از شرکت‌هایی است که در روزهای اوج‌گیری کرونا و افزایش تعداد بیماران بستری شده در بیمارستان‌ها تلاش کرد تا به نیاز آنها در حوزه تامین دستگاه اکسیژن‌ساز پاسخ دهد.

۱۵ هزار مترمربع به زیست‌بوم نوآوری پیوست

## ستاری: کارخانه‌های نوآوری شهر را هوشمند می‌کند

تفاهم‌نامه راهاندازی کارخانه نوآوری «آریا» با حضور معاون علمی و فناوری امضا شد تا فضای تازه‌ای برای رونق کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها و صنایع خلاق ایجاد شود. سورتا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با بیان اینکه کارخانه‌های نوآوری یک ابتکار جدید در راستای توسعه زیست‌بوم نوآوری است و با اشاره به ادامه مستمر برنامه توسعه فضاهای نوآوری گفت: فضاهای نوآوری با سرمایه‌گذاری و حمایت جدی که به ویژه از سوی دولت انجام شده به طور چشمگیری گسترش یافته است، اما وجه بارز کارخانه‌های نوآوری در این است که به دست بخش خصوصی توسعه می‌یابند و فضاهای لازم را برای تبدیل نوآوری به کسب و کار فراهم می‌کنند.

ستاری ورود بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در حوزه نوآوری را گامی روبه جلو در توسعه پایدار دانست و گفت: کارخانه‌های آلاینده، مونتاژکار و سنتی امروز جای خود را به نوآوری، طراحی و توسعه مرزهای فناوری داده‌اند. جای تریبک و قدردانی است که بخش خصوصی چنین فضای درخور توجهی را به رونق و گسترش زیست‌بوم نوآوری اختصاص داده است.

رئیس بنیاد ملی نخبگان، از رسیدن فضای فعالیت جوانان به بیش از ۳۰ هزار مترمربع با اجرایی شدن کارخانه نوآوری آریا گفت و ادامه داد: با ایجاد این کارخانه نوآوری، چند هزار جوان خلاق و دانش‌آموخته فضایی برای کار و بسط دادن ایده‌های نوآورانه خود پیدا می‌کنند و با کسب‌وکارهای خود ضمن ایجاد ارزش افزوده و اشتغال، به یاری حل مشکلاتی از جامعه می‌آیند.

### کارخانه‌های نوآوری و شهر هوشمند

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری از نزدیک شدن تهران به شهر هوشمند



## سنگاری با اپل ۲۰ درصد افزایش یافت

ایجادشده به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا می‌تواند معرفی Apple Car را تا سال ۲۰۲۵ یا حتی بیشتر به تأخیر بیندازد.

هیوندای برند تجاری اتومبیل الکتریکی خود را با نام Ioniq در اگوست سال ۲۰۲۰ (مرداد - شهریور ۱۳۹۹) راه‌اندازی کرد و در چشم‌اندازی چهارساله، قصد دارد سه خودروی الکتریکی را به‌عنوان بخشی از استراتژی دستیابی به فروش یک میلیون دستگاه وسیله نقلیه الکتریکی و کسب سهم ۱۰ درصدی بازار EV، تا سال ۲۰۲۵ به بازار عرضه کند. هیوندای در شرکت مبتنی بر سیستم‌های خودران Aptiv سرمایه‌گذاری مشترکی انجام داده است تا سیستم‌های خودران آماده برای تولید سطح ۴ و سطح ۵ را تا سال ۲۰۲۲ در اختیار رباتیک‌ها، اپراتورهای ناوگان حمل‌ونقل و خودروسازان قرار دهد.

مد افزایش باید. گزارش‌های یادشده، برای نظران نزدیک به زنجیره تأمین و به وسیله نه‌ای و در نهایت، با بیابانه رسمی هیوندای یون‌دای آمده است که این شرکت با اپل در حل اولیه قرار دارد، هیچ تصمیمی در این کره‌ای در اطلاعیه‌ای به CNBC برای بار شته، روبرتو پیش‌بینی کرده بود که تولید ، اما این احتمال وجود دارد که اپل دامنه دران و کیت‌های سخت‌افزاری محدود کند ند. البته اعتقاد بر این است که محدودیت

## چرا دانش‌بنیان‌ها نمی‌توانند به رفع آلودگی هوا کمک کنند

رئیس مرکز فناوری‌های راهبردی معاونت علمی با تاکید بر اینکه مدل کسب و کار فناوران در حوزه آلودگی هوا تعریف نشده است، گفت اگر مدل کاری آنها مشخص شود شاهد بروز فناوری در این عرصه خواهیم بود.

به گزارش مهر، دکتر اسماعیل قادری‌فر در خصوص اهمیت موضوع آلودگی هوا و رفع این مشکل توسط شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها و حوزه‌های فناوری به خبرنگار مهر اظهار کرد: موضوع آلودگی هوا و ورود دانش‌بنیان‌ها به این حوزه، یکی از حلقه‌های مفقوده در حوزه نوآوری به شمار می‌رود. رئیس مرکز فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری با بیان اینکه از یک طرف با معضل روزافزون افزایش آلاینده‌های زیست محیطی مواجه هستیم و از طرف دیگر فرصت‌ها برای ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به این عرصه همواره وجود داشته است، بیان کرد: اما همانطور که شاهد هستیم حلقه‌های اتصال بین این فناوران و دستگاه‌های مسئول و متولی به خوبی تشکیل نشده است. قادری‌فر با تاکید بر اینکه دستگاه‌های متولی و اجرایی به نوعی وظایف خود را به دیگران پاس کاری می‌کنند، گفت: ما هم هنوز در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان نتوانستیم انسجام و تمرکز بی

وجود بیاوریم تا به عنوان مثال شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه آلودگی هوا ورود پیدا کنند وی با تاکید بر اهمیت ورود خودروهای برقی و برقی‌سازی وسایل نقلیه از جمله موتورسیکلت‌ها گفت: گزارش‌ها نگاه بر این است که موتورسیکلت‌ها سهم بسیار زیادی در آلودگی‌های شهر تهران دارند، اما هنوز به صورت جدی به این عرصه ورود نشده که بتوان از موتورسیکلت‌های برقی استفاده کرد.

به گفته وی، شاید یکی از دلایل عدم توفیق در این عرصه این است که بازارسازی مناسب و مدل کسب و کاری مناسبی را برای شرکت‌های دانش‌بنیان، واحدهای فناور و استارت‌آپ‌ها در این عرصه راه‌اندازی نکرده‌ایم؛ ما سعی داریم این کار را انجام دهیم و اگر این اتفاق بیفتد طبیعتاً شرکت‌هایی توانمند ظهور و بروز جدی‌تری در رفع آلودگی هوا داشته باشند. وی با اشاره به برخی اقدامات در زمینه کاهش آلودگی هوا با فناوری و نوآوری، گفت: در سال‌های گذشته برخی اقدامات برای کاهش آلودگی هوا همچون استفاده از کاتالیست‌های خودرو، بهینه‌سازی موتورخانه‌ها و ... توسط برخی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها انجام شده و از طریق معاونت علمی هم شاهد حمایت‌هایی بوده‌ایم.



## بوئینگ به دلیل ادعای دروغ درباره هواپیمای ۷۳۷ مکس بیش از ۲.۵ میلیارد دلار جریمه شد

وزارت دادگستری ایالات متحده می‌گوید بوئینگ به اداره فدرال هوانوردی درباره هواپیمای ۷۳۷ مکس دروغ گفته است و به دلیل تلاش برای فریب آژانس دولتی، باید جریمه‌ای سنگین بپردازد.

به گزارش زومیت، نهادهای فدرال ایالات متحده که ماه‌ها است روی دو حادثه سقوط یک مدل هواپیمای بوئینگ تحقیق می‌کنند، سرانجام به نتیجه‌ای مشخص رسیدند. پنجشنبه گذشته وزارت دادگستری ایالات متحده بیانیه‌ای منتشر کرد که براساس آن، بوئینگ به دلیل توطئه برای فریب دادن آژانس دولتی که در حال ارزیابی جت مسافربری بوئینگ ۷۳۷ مکس (Max ۷۳۷ Boeing) بوده است، باید جریمه سنگینی بپردازد. مطابق گزارش Ars Technica و به نقل از بیانیه وزارت دادگستری آمریکا، بوئینگ به «انتشار بیانیه‌های گمراه‌کننده، بیان نیمی از حقایق» و همچنین غفلت‌های صورت‌گرفته توسط کارمندان متهم شده است. گروه ارزیابی هواپیمای در سازمان فدرال هوانوردی می‌گوید بوئینگ پذیرفته است که به خاطر اشتباهاتش بیش از ۲.۵ میلیارد دلار جریمه بپردازد.

پرونده این جریمه سنگین، بخشی از توافقی است که موارد متعددی را شامل می‌شود. براساس اطلاعات رسمی، بوئینگ باید ۲۴۳ میلیون دلار به عنوان جریمه کیفری، ۵۰۰ میلیون دلار برای خانواده‌های ۳۴۶ قربانی سقوط ۷۳۷ مکس و ۱.۷۷ میلیارد دلار به‌عنوان غرامت به مشتریان خطوط هوایی بوئینگ بپردازد.

مشکلات بوئینگ با هواپیمای پرفروش ۷۳۷ مکس از اکتبر ۲۰۱۸ (مهر و آبان ۱۳۹۷) آغاز شد؛ وقتی که پرواز ۶۱۰ لاین ایر (Lion Air) در دریای جاوه سقوط کرد و تمامی ۱۸۹ سرنشین آن به کام مرگ کشانده شدند. در ماه مارس سال بعد میلادی (اسفند ۱۳۹۷ و فروردین ۱۳۹۸) پرواز ۳۰۲ اتیوپیایی ایرلاینز (Ethiopian Airlines) پس از برخاستن از اتیوپی سقوط کرد و ۱۵۷ نفر کشته شدند. هر دو سقوط بوئینگ ۷۳۷ مکس به یک دلیل رخ دادند: نقص در سامانه افزایش مشخصه مانورپذیری هواپیمای MCAS). وقتی بوئینگ هواپیمای ۷۳۷ را طراحی کرد، تصمیم گرفت از موتورهای توربوفاصل بزرگ‌تر از نمونه‌های به‌کاررفته در ۷۳۷ استفاده کند.





## کارگاه برندینگ

## حمایت پیسی از رستوران داران سیاه پوست

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات  
ترجمه: علی آل علی

پیسی در تازه‌ترین اقدام بازاریابی‌اش از کمپین بین‌المللی خود در راستای حمایت از رستوران‌های دارای صاحب سیاه‌پوست رونمایی کرده است. مسئله تبعیض‌نژادی در ایالات متحده یکی از موضوعات بحث‌برانگیز است. اکنون پیسی با تمام توان در راستای حمایت از سیاه‌پوستان گام برداشته است. کمک‌های پیسی در قالب معرفی رستوران‌های دارای صاحبان سیاه‌پوست و همچنین تضمین فروش مداوم نوشابه‌هایش به آنها صورت می‌گیرد و این امر نقش مهمی در عبور چنین رستوران‌هایی از شرایط سخت کرونایی خواهد داشت. همکاری پیسی با لیگ‌های ورزشی امر تازه‌ای نیست. پیسی برای کمپین تازه‌اش قصد سرمایه‌گذاری بر روی شبکه‌های اجتماعی و تبلیغاتی تلویزیونی را دارد. اغلب تبلیغات تلویزیونی پیسی به عنوان میان برنامه‌های کوتاه در زمان استراحت مسابقه‌های مهم به نمایش درمی‌آید. با این حساب شمار بالایی از مخاطب‌های جهانی ویدئوی موردنظر را مشاهده خواهند کرد.

رستوران‌ها در طول دوران کرونا سختی‌های بسیار زیادی را متحمل شده‌اند. یکی از برنامه‌های پیسی برای حمایت از کارآفرینان سیاه‌پوست در حوزه رستوران‌داری مربوط به فروش نوشابه‌های مختلف و دریافت هزینه پس از ۸ هفته است. این امر موجب کاهش دغدغه‌های مالی کسب و کارها و امکان تمرکز بهتر بر روی عبور از شرایط بحرانی می‌شود. این اقدام بازاریابی پیسی از همین حالا مورد استقبال گسترده‌ای در میان کاربران قرار گرفته است.

منبع: marketingdive.com

## ورود کی اف سی به جنگ کنسول‌های بازی

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات  
ترجمه: علی آل علی

برند کی اف سی شهرت بسیار زیادی در عرصه فست فود دارد. منوی این برند در بازارهای مختلف محبوبیت بسیار زیادی دارد. همین امر موجب کسب سود فراوان از سوی کی اف سی و راه‌اندازی شعبه‌های مختلف در سراسر دنیا شده است. وقتی از صنعت گیم صحبت می‌کنیم، به طور معمول انتظار مشاهده نام کی اف سی در این میان را نداریم. صنعت گیم در طول سال‌های اخیر به طور مداوم توسعه پیدا کرده است. فقدان ارتباط میان صنعت گیم و فست فود در نگاه نخست بسیار واضح است. نکته مهم در این میان تمایل اغلب گیمرها برای صرف وعده‌هایی غذایی در قالب فست فود است بنابراین حوزه گیم و فست فود نوعی زنجیره فروش را شکل می‌دهد، با این حال باز هم حضور کی اف سی در زمینه طراحی کنسول عجیب به نظر می‌رسد.

بسیاری از کارشناس‌های عرصه کسب و کار و حتی گیمرهای مطرح ادعای کی اف سی برای ورود به عرصه تولید کنسول را نوعی حقه بازاریابی ارزیابی کردند. با این حال در طول ماه‌های اخیر ادعای موردنظر هرچه بیشتر رنگ واقعیت به خود گرفته است. نکته جالب درخصوص کنسول کی اف سی طراحی‌اش به صورت سید مرغ سوخاری است بنابراین المان‌های مشابه برای کی اف سی در این طراحی رعایت شده است. کاربران امکان قرار دادن تکه‌های مرغ در بخشی از کنسول برای گرم نگه داشتن را می‌دهد. بدون شک طراحی کنسول کی اف سی نکات عجیب بسیار زیادی به همراه دارد. هنوز هم بسیاری از گیمرها نسبت به این کنسول به مثابه شعاری تبلیغاتی نگاه می‌کنند بنابراین باید منتظر اخبار بیشتری در این رابطه باشیم.

منبع: marketingdive.com



## ۷ اشتباه در بازاریابی که می‌تواند کسب و کار شما را نابود کند



## برای اجرا

شما باید یک برنامه بازاریابی طراحی کنید و مطمئن شوید که تمامی جوانب آن را سنجیده‌اید. شما می‌توانید با یک جست‌وجوی ساده در گوگل، انواع مختلفی از قالب‌ها را پیدا کنید، اما برخی از بهترین موارد در ادامه جمع‌آوری شده‌اند:

• برنامه شما باید از یک چارچوب زمانی و تقویم رویدادها برخوردار باشد. چرا؟! به این دلیل که با این کار، انتظارات بیهوده را کنار گذاشته و درک می‌کنید که این برنامه، نتایج فوری به همراه نخواهد داشت؛ در عوض روی هدف نهایی متمرکز می‌مانید. شما باید مدیران اجرایی را قانع کنید که این برنامه به زمان نیاز دارد.

• شما باید تمامی ابتکارات بازاریابی را بخش‌بندی کنید. روی مسئله بازگشت سرمایه تمرکز کنید و میزان رشد آن در آینده را نشان دهید. بهتر است که سه حالت بد، متوسط و خوب را برای آن در نظر بگیرید.

• یک طرح احتمالی را نیز در نظر بگیرید. گاهی اوقات، حتی بهترین ایده‌ها هم منحرف می‌شوند. یک شرایط پیش‌بینی نشده می‌تواند تلاش‌های کمپین شما را نابود کند بنابراین باید یک برنامه پشتیبان را نیز در اختیار داشته باشید تا در صورت نیاز، آن را اعمال کنید.

اگر طرح مشخصی را طراحی نکرده و انتظارات معقول را برای آن در نظر نگیرید، ممکن است که شرایط شغلی خود را به خطر بیندازید و از آن بدتر، کسب و کار خود را آماده نکرده‌اید. علاوه بر این، استراتژی‌های لازم برای برداشتن قدم بعدی و دسترسی به مراحل بالاتر را نیز در اختیار ندارید.

## ۷. عدم شناخت کافی از هسته مرکزی مدل کسب و کار

در آغاز تمامی بازاریاب‌ها باید از آیت‌های زیر مطلع باشند:

- ارزش مشتری شما به طور متوسط چقدر است؟
- طول عمر میانگین مشتری چقدر است؟
- سود عایدی از هر مشتری چقدر است؟
- هزینه هدف شما برای به دست آوردن مشتری جدید چقدر است؟ راه گریز شما چیست؟

- فصل‌های پردرآمد و کم‌درآمد کدام‌ها هستند؟

- چه اهدافی را برای رشد در نظر دارید؟

- بودجه شما چقدر است؟ این بودجه تا چه میزان انعطاف‌پذیر است؟
- وجه تمایز مشتری خوب از بد چیست؟

- کانال‌های بازاریابی شما کدام‌ها هستند؟ هزینه‌ای که از هر کانال تحمیل می‌شود و بازگشت هر کدام از آنها چقدر است؟
- قیل از اینکه بخواهید یک استراتژی مناسب برای یک نام تجاری مشخص را آغاز کنید، باید از هسته مرکزی مدل کسب و کار آگاه باشید. منظور از این امر، آمارها و پیچیدگی‌های خاص کسب و کار است. در غیر این صورت نمی‌توانید یک تصمیم هوشمندانه را برای کانال‌های بازاریابی منتخب خود اتخاذ کنید.

قبل از اینکه استراتژی‌ها حتی روی کاغذ پیاده شوند، باید درک درستی از این آیت‌های هسته‌ای داشته باشید. علاوه بر این، بهتر است که اطلاعات بازاریابی کلی مثل شخصیت کسب و کار خود را نیز بشناسید. ارزش آن چقدر است؟ مشتری‌های اصلی شما چه کسانی هستند؟ وجود تمایز شما و رقیبان‌تان چیست؟ پیشنهاد فروش منحصر به فرد شما چیست؟ خودتان را با این اطلاعات مجهز کنید و استراتژی بازاریابی را طراحی کنید که با مدل کسب و کار همخوانی داشته باشد. بدین ترتیب می‌توانید پتانسیل خلاقانه و درآمد خود را افزایش دهید. بسیاری از کسب و کارها درک درستی از این آمارها ندارند. بدون شناخت کافی از این آمارها، نمی‌توانید هزینه‌های بازاریابی را به درستی تفکیک کنید.

انجام دادن هر کدام از این اشتباهات بسیار آسان است، به راحتی می‌توان در دام آنها گرفتار شد، اما خبر خوب این است که می‌توانید مرتکب این اشتباهات نشوید. با برنامه‌ریزی مناسب، علت‌یابی و ارائه راه حل‌های خلاقانه، می‌توانید مسیر کمپین‌های بازاریابی خود را بدون هیچ‌گونه خطا، سپری کنید. به یاد داشته باشید که از آخرین گرایشات بازار مطلع باشید، آمار را به درستی درک کنید، برنامه‌ریزی کنید و با خودتان صادق باشید.

منبع: Entrepreneur/ucan

## ۳. توقف زود هنگام برنامه‌ها

متأسفانه باید بگوییم که بازاریابی به زمان و پول نیاز دارد بنابراین اگر می‌خواهید که از تاثیر و کارآمدی کمپین‌های خود اطمینان حاصل کنید، باید مقدار زیادی از هر دو عامل پول و زمان را سرمایه‌گذاری کنید.

برای مثال، بهینه‌سازی موتور جست‌وجو یا سئو، زمانبر است. تلاش‌های شما در زمینه بهبود سئو باید حداقل ۴ ماه ادامه داشته باشد تا اینکه بتوانید شاهد نتایج آن باشید. تعداد زیادی از کمپین‌های بازاریابی، شرکت‌ها، کسب و کارها و ... در حال تلاشند تا نتایج خوبی را در گوگل به دست بیاورند، بنابراین نمی‌توانید انتظار داشته باشید که با یک حرکت ساده، ریزالت اول گوگل باشید. پس از ارزیابی وضعیت موجود، ماه‌ها به بررسی استراتژی‌های گوناگون می‌پردازید تا گزینه موردنظر خود را پیدا کنید.

فرقی نمی‌کند که در چه حوزه‌ای فعالیت می‌کنید، قبل از نهایی شدن قرارداد با نمایندگی‌های فروش، باید درک درستی از چارچوب زمانی آنها داشته باشید.

جان لینکون، مدیرعامل Ignite Visibility در تجربیات خود در این زمینه می‌گوید: «یکی از ارباب رجوع‌های ما در سال جاری، نسبت به سال‌های گذشته، یک میلیون دلار سود بیشتر را به دست آورد. او سه سال است که از مشتری‌های سنوی ماست و هر سال، ما برای او سودآوری داشته‌ایم. ما در شش ماه اول همکاری خود، زمان زیادی را برای پاک‌سازی و ترمیم وب‌سایت او صرف کرده بودیم. اگر او در آن شش ماه که هیچ سودی را به دست نیاورده بود، برنامه خود را کنسل می‌کرد، بدون شک، تا به حال نمی‌توانست به چنین ثروتی دست پیدا کند. او می‌دانست که این برنامه‌ها زمانبر هستند و در حال حاضر، از مزایای آن بهره می‌برد.»

۴. به‌کارگیری توصیه‌های افراد نامناسب و ارائه خدمات ضعیف همه ما هدف قدرت متقاعدسازی قرار می‌گیریم. برخی دیگر که تاثیرپذیرتر از دیگران هستند، اغلب در دام ترندهای به اصطلاح زیرکانه نمایندگی‌های فروش قرار می‌گیرند. در پروسه‌های تصمیم‌گیری از تحلیل‌های خودتان استفاده کنید و از افراد فرصت‌طلب فاصله بگیرید. تنها یک جست‌وجوی ساده در گوگل می‌تواند اطلاعات جامعی را درباره بیشترین خدماتی که ارائه می‌شود، در اختیار شما قرار خواهد داد. بررسی‌های به عمل آمده، به ویژه بررسی‌های بد را ارزیابی کنید. تنها به اسناد اجتماعی که در وب‌سایت شرکت دارید، اکتفا نکنید. در عوض، تلاش کنید تا اسناد اجتماعی را با استفاده از تماس با افرادی که آنها را فراهم کرده‌اند، معتبر کنید. به دنبال آمار تثبیت شده باشید؛ این آمار به شما نشان می‌دهد که چطور این خدمات می‌توانند برای سازمان شما مفید باشند. در نهایت، عملکرد رقیبان را نیز درباره خدماتی که مدنظر قرار داده‌اید، در نظر گرفته و همین پروسه بررسی را بار دیگر تکرار کنید. این احتمال وجود دارد که توصیه‌ای که توسط نمایندگی‌های فروش به شما ارائه شده، دقیقاً همانی باشد که یک شرکت دیگر با یک شهرت بهتر، آن را اعمال می‌کند.

در هر صورت، باید عملکرد فروشنده‌های خود را تحت نظر داشته باشید.

## ۵. نادیده گرفتن آمارهای بد

فراموش نکنید که تمامی مسائل را در کنار هم در نظر بگیرید؛ نه اینکه تنها به بررسی مواردی برنامه‌ها خبر می‌دهند، روند آن را واقع‌بین باشید، برخی از ایده‌های شما کارآمد نخواهد بود. گاهی اوقات، کمپین بازاریابی که فکر می‌کردید می‌تواند شما را به مرحله بعد ارتقا دهد، با شکست مواجه می‌شود.

تلاش کنید که بدون تعصب و کاملاً بی‌طرفانه به ارزیابی تحلیل‌ها بپردازید. اگر آمارها از عدم موفقیت برنامه‌ها خبر می‌دهند، روند آن را متوقف کنید. برای مثال، اگر روی یک آگهی اینترنتی، ۲۰۰۰ دلار هزینه کرده‌اید، اما درآمد برآورد شده را از آن دریافت نمی‌کنید، پس به اطلاع همه برسانید که این حرکت موفقیت‌آمیز نبوده است و باید از آن عبور کرد. به بیان دیگر، اخبار بد را نیز با آغوش باز بپذیرا باشید و سعی نکنید که شرایط بد را خوب جلوه دهید. واقع‌بین بودن به شما کمک می‌کند که منابع خود را بار دیگر و به درستی استفاده کنید تا در درازمدت، شاهد سودآوری آن باشید.

## ۶. عدم تعیین یک برنامه بازاریابی مشخص و آماده کردن آن

گاهی اوقات در میان بازاریاب‌ها افرادی وجود دارند که فکر می‌کنند با تغییر شکل آمار و ارقام می‌توانند اوضاع را بهتر کنند. این افراد اغلب شناسایی می‌شوند و در نهایت اخراج خواهند شد، البته فراموش نکنید که هزینه‌های زیادی را نیز به شرکتی که در آن فعالیت می‌کنند، تحمیل خواهند کرد. شرکت‌های دیگری نیز وجود دارند که از امتحان کردن چیزهای جدید و اعمال تغییر و تحول در کسب و کارشان واهمه دارند؛ اینگونه از شرکت‌ها در نهایت با رقیبانی روبه‌رو می‌شوند که نه تنها از آنها پیشی می‌گیرند، بلکه به طور کل آنها را نابود می‌کنند.

استراتژی‌های بازاریابی، دقیقاً همان چیزی است که یک کسب و کار را بزرگ می‌کند و یا اینکه آن را از بین می‌برد. در ادامه با ۷ اشتباه در بازاریابی آشنا می‌شوید که منجر به سقوط کسب و کارها می‌شود.

## ۱. عدم برنامه‌ریزی برای مطلع شدن از گرایش‌های جدید بازار

چشم‌انداز بازاریابی دائماً دچار تغییر و تحول می‌شود. بخشی از وظیفه یک بازاریاب خوب این است که از جدیدترین گرایشات بازار صنعت حوزه فعالیتی خود آگاه شود. این احتمال وجود دارد که تمرکز کردن روی دانش و اطلاعات فعلی و نادیده گرفتن مطالعات جدید انجام شده و ابزارهای به‌روز، آسان‌تر باشد؛ با این حال نباید فراموش کنید که این دستورالعمل شما را به موفقیت نمی‌رساند. به بیان ساده‌تر، بخشی از وظیفه شما به عنوان یک بازاریاب این است که نوآورانه عمل کنید.

اولین گام این است که برای مثال، هر فصل سال را با تحلیل‌های جدید مربوط به رقیبان آغاز کنید. رقیبان شما دقیقاً چه کارهایی را با موفقیت انجام می‌دهند که شما از آنها بی‌بهره‌اید؟ آیا رقیبان شما از برنامه بازاریابی محتوای با کیفیت‌تر استفاده می‌کنند؟ آیا تبلیغات محلی در فیس‌بوک، چیزی است که آنها را به موفقیت رسانده؟ رقیبان خود را به درستی بشناسید و از کانال‌های پربازده آنها به نفع خودتان استفاده کنید.

در مرحله بعد، با فروشنده‌های خود صحبت کنید. پیشنهاد می‌کنیم که دو بار در سال را برای جلسه‌های بازاریابی اختصاص دهید. تمامی فروشنده‌های فعلی و کسانی که تمایل به دریافت نمایندگی شما را دارند، دعوت کرده و از آنها بخواهید که در عرض ۳۰ دقیقه، تازه‌های روز را به اطلاع شما برسانند. علاوه بر این، جلساتی را نیز با همکاران بازاریاب خود، ترتیب دهید؛ فرقی نمی‌کند که در چه زمینه‌ای بازاریابی می‌کنند، از آنها بخواهید که در جلسات شرکت کنند.

تحقیق را نیز فراموش نکنید. از وب‌سایت‌های بازاریابی دیدن کنید و از این‌کار، یک عادت برای خود بسازید. با تحقیق کردن می‌توانید از اطلاعاتی که ارائه می‌دهند، برخوردار شوید.

در طول این پروسه‌ها، لیست بزرگی از ایده‌ها را به دست می‌آورید. هر سال باید بخشی از بودجه خود را به امتحان کردن برخی از ایده‌های بازاریابی ارائه شده اختصاص دهید.

## ۲. عدم به‌کارگیری حداقل یک ترند نوآورانه برای رشد

یک ترند خوب برای رشد می‌تواند کسب و کار شما را به راحتی، به مرحله بعدی رشد برساند. به بیان ساده‌تر، ترندهای رشد در واقع روش‌های استفاده خلاقانه‌تر از تکنولوژی و ابزارها برای ایجاد نام تجاری هستند. اگر یک استراتژی خوب به درستی انجام شود، می‌تواند کسب و کار شما را از یک استارت‌آپ سردرگم به یک نام بزرگ تجاری برساند اما متأسفانه، بسیاری از بازاریاب‌ها حتی حاضر به امتحان کردن این روش نیستند

اغلب این مشکل را با زمان و خلاقیت توجیه می‌کنند. احتمالاً با خود فکر می‌کنید که آنقدر سرتان شلوغ است که نمی‌توانید به تحلیل‌ها نگاهی بیندازید، به کانال‌های بازاریابی نگاه کنید و تلاش‌های کمپین‌های خود را ارزیابی کنید و یا اینکه برای خلق روش‌های خلاقانه در استفاده از تکنولوژی به منظور بهبود پروسه‌های بازاریابی، وقت کافی نداشته‌اید.

حتماً برای این کارها، زمان کافی را اختصاص دهید. در اتاق خود را ببندید، کامپیوتر را کنار بگذارید و به راه‌های مختلفی فکر کنید که از طریق آن می‌توانید به مردمی که در بازار هدف شما هستند، دسترسی داشته باشید. اگر این روش برای شما کارآمد نیست، یک جلسه جریان مغزی را با هوشمندترین کارمندان خود ترتیب دهید؛ این احتمال وجود دارد که آنها بتوانند ایده‌هایی را مطرح کرده و یا اینکه گرهی را از کار شما باز کنند.



چالش‌های بازاریابی در اینستاگرام

# بازاریابی در اینستاگرام و مسئله تعامل با مخاطب هدف



به قلم: استیسی مک لاکان کارشناس بازاریابی  
ترجمه: علی اعلی

استفاده از اینستاگرام برای اهداف کاری امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها در سراسر دنیا از اینستاگرام برای بازاریابی و تبلیغات استفاده می‌کنند. برخی از برندها حتی خدمات پشتیبانی از مشتریان و مسائل مربوط به خدمات پس از فروش را نیز در اینستاگرام دنبال می‌کنند. اگر شما نیز تجربه بازاریابی در این فضا را داشته باشید، به خوبی از اهمیت تعامل نزدیک با مخاطب هدف آگاهی دارید. بسیاری از برندها توانایی ارتباط با مشتریان به صورت‌های گوناگون را دارند. این امر به طور معمول در محیط کسب و کار رو در رو بهتر روی می‌دهد. بنابراین شاید برخی از برندها در زمینه تعامل با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی اندکی مشکل داشته باشند. این امر طبیعی محسوب می‌شود. امروزه هیچ برندی بدون مشکل در زمینه بازاریابی نیست.

کسب و کارها برای رقابت موثر با هم باید تعامل بهینه با مخاطب هدف را یاد بگیرند. اگر این امر مورد توجه کافی آنها قرار نداشته باشد، وضعیت بازاریابی‌شان به شدت دشوار خواهد شد. برخی از برندها برای فعالیت بهتر در این زمینه به دنبال استفاده از توصیه‌های کاربردی و حتی همکاری با موسسه‌های بازاریابی بزرگ هستند. بدون تردید تعامل با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی، در اینجا اینستاگرام، مهم است. این امر تفاوت میان برندهای موفق و بازنده را تعیین می‌کند، با این حال صرف هزینه‌های گزاف برای تعامل بهینه با مخاطب هدف همیشه ایده مناسبی نیست. در ادامه برخی از نکات مهم در این زمینه را بررسی خواهیم کرد. این امر به بازاریاب‌ها و کسب و کاری تازه تاسیس فرصت ارزیابی شرایط به صورت بهینه در کنار صرفه‌جویی در هزینه‌ها را می‌دهد.

## شناخت مخاطب هدف

آشنایی با مخاطب هدف گام اصلی در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها بدون هیچ مقدمه‌ای وارد حوزه بازاریابی می‌شوند. شاید این امر در نگاه نخست همراه با ایراد نباشد، اما دست‌کم وضعیت برندها را به شدت دشوار خواهد کرد. وقتی یک برند محتوای بازاریابی تولید می‌کند، کاربران با انتظارات خاصی به سراغ آن محتوا می‌آیند بنابراین برند موردنظر باید آمادگی هرگونه واکنشی از سوی مخاطب هدف را داشته باشد. اگر یک برند توانایی تولید محتوای جذاب برای مخاطب هدف را از دست بدهد، به سرعت با پدیده ریزش مخاطب مواجه خواهد شد.

بدون شک، تحلیل‌های بسیار زیادی در زمینه دلایل ریزش مخاطب هدف برندها در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، اما یکی از مهمترین دلایل مربوط به شناخت نادرست مشتریان از سوی بازاریاب‌هاست. تمام مشتریان دارای سلیقه‌های یکسان نیستند بنابراین فعالیت بازاریابی برندها باید دارای تفاوت‌های محسوسی با هم باشد. در غیر این صورت در بلندمدت با مشکلات عمیقی در زمینه تعامل با مخاطب هدف مواجه خواهند شد. این امر شاید در ابتدا بسیار سخت باشد، اما با اندکی تمرین شخصی‌سازی محتوای بازاریابی برای دامنه گوناگون مخاطب هدف ساده خواهد شد.

یکی از برندهای موفق در زمینه بازاریابی همراه با شناخت دقیق سلیقه مخاطب هدف Fashion Brand Company است. این برند در قالب یک صفحه اینستاگرامی اقدام به رونمایی از مدل‌های مختلف لباس برای مخاطب هدف می‌کند. نکته جالب اینکه در این میان به سلیقه دامنه وسیعی از افراد احترام گذاشته می‌شود.

## کسب جلوه منحصر به فرد

حضور در شبکه‌های اجتماعی به معنای تقلید صرف از دیگران و تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف نیست. این شیوه در اغلب اوقات با شکست همراه می‌شود بنابراین کسب و کارها باید به دنبال راهکارهای منحصر به فرد برای بازاریابی در اینستاگرام باشند. امروزه برندهای مشهور دارای تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای در زمینه بازاریابی هستند. همین امر آنها را بدل به گزینه‌هایی جذاب برای مخاطب هدف می‌کند. اگر برندها دارای شباهت بالایی به هم باشند، فرآیند انتخاب از سوی مخاطب هدف بسیار سخت خواهد شد.

شباهت بیش از اندازه برندها به هم در برخی از موارد موجب بروز مشکلات عمیق در زمینه توسعه کسب و کار می‌شود. اغلب اوقات برندهای کوچک و تازه تاسیس درگیر چنین مشکلاتی می‌شوند بنابراین برندها باید برنامه‌ای مشخص برای غلبه بر چنین چالش‌هایی داشته باشند.

امروزه هر برند دارای دامنه متنوعی از ارزش‌ها و شعارهای کاری است. نکته جالب اینکه اغلب برندها در زمینه انتخاب شعارها نسبت به ایجاد تمایز با رقیب‌شان توجه می‌کنند بنابراین در حوزه بازاریابی استفاده از چنین شعارهایی برای ایجاد تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف ضروری خواهد بود این امر فرآیند بازاریابی را بدل به نمایش تعهدات برند در حوزه عمل خواهد کرد. امروزه مشتریان دیگر حوصله تماشای تبلیغات سنتی با شعارهای توخالی را ندارند. بنابراین زمان دست زدن به

عمل در حوزه بازاریابی فرا رسیده است. همین امر حوزه بازاریابی را به دیگر بخش‌ها نظیر فروش و همچنین خدمات مشتریان نزدیک می‌کند.

## به اشتراک‌گذاری تصاویر جذاب

اینستاگرام به عنوان یک شبکه اجتماعی دارای امکانات بسیار زیادی است. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به تولید محتوای مختلف در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. مهمترین مسئله در مورد اینستاگرام ضرورت توجه به محتوای بصری است. اگر برندها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، به سرعت با مشکل مواجه خواهند شد.

اینستاگرام به عنوان یک پلتفرم عکس‌محور نیاز به شخصی‌سازی ایده‌های بازاریابی دارد بنابراین بازنشر محتوای بازاریابی توپیت در فضای اینستاگرام ایده جذابی نخواهد بود. برخی از برندها به دلیل ناتوانی برای ثبت و به اشتراک‌گذاری محتوای جذاب بصری به طور مداوم با مشکل تعامل با مخاطب هدف مواجه هستند. یکی از نکات مهم در این میان توجه به میزان تعامل نزدیک با مخاطب هدف است. این امر موجب بهبود تعامل برندها با مخاطب هدف می‌شود. هرچه یک تصویر جذابیت بیشتری برای کاربران داشته باشد، تمایل آنها برای بازنشر و همچنین درج کامنت بیشتر خواهد شد. با این حساب پیش از تولید محتوا باید به زیبایی‌های بصری‌اش توجه نماییم.

## بارگذاری تصاویر ترکیبی

استفاده از تصاویر متعدد برای بازاریابی ایده جذابی است. شاید تنها نکته منفی در این میان امکان شلوغی بیش از اندازه پست برند باشد. یکی از ایده‌های مناسب در این میان تلاش برای بازاریابی براساس تولید محتوای بازاریابی ترکیبی است. منظور ما در این بخش از محتوای ترکیبی استفاده از قالب‌های ترکیب عکس‌های مختلف است. این امر موجب نمایش شمار بالایی از تصاویر در قالب یک پست خواهد شد.

برخی از کسب و کارها در بازه‌های زمانی مشخص یا مناسبت‌های خاص اقدام به قدرانی از مشتریان می‌کنند. درج تصاویر مختلف مشتریان در قالب یک عکس ترکیبی بهترین ایده برای اجرای این هدف خواهد بود. این امر موجب جای گرفتن تمام افراد در تصویر و همچنین ایجاد ویژگی منحصر به فرد خواهد شد بنابراین دیگر نیازی برای بارگذاری پست‌های جداگانه نخواهد بود. اینستاگرام دارای ابزار مشخصی برای ترکیب تصاویر است بنابراین در این راستا نیازی به استفاده از نرم‌افزارهای ویرایش عکس نخواهد بود.

## بارگذاری محتوای ویدئویی

محتوای ویدئویی در طول سال‌های اخیر جذابیت بسیار زیادی برای کاربران داشته است. بخشی از جذابیت موردنظر به دلیل ماهیت فعالیت برندها و همچنین بهبود سرعت اینترنت در نقاط مختلف جهان است. بدون تردید اینستاگرام در ابتدا یک پلتفرم عکس‌محور بود، اما به مرور زمان جزییات تازه‌ای به این پلتفرم اضافه شد. اکنون امکان بارگذاری ویدئوهای جذاب در قالب پست یا IGTV وجود دارد بنابراین بازاریاب‌ها با انتخاب مدت زمانی ویدئوی موردنظرشان امکان بارگذاری‌اش در اینستاگرام را خواهند داشت.

اینستاگرام تا مدت‌ها فقط از ویدئوهای کوتاه و ۶۰ ثانیه‌ای پشتیبانی می‌کرد. با این حال رونمایی از IGTV موجب تغییرات رویکرد شد. بر این اساس اکنون اینستاگرام دسترسی به ویدئوهای بلند را نیز فراهم کرده است. این امر نوعی اقدام رقابتی در مواجهه با یوتیوب محسوب می‌شود. استفاده از نرم‌افزارهای ویرایش ویدئو برای بارگذاری محتوا امری ضروری است. برخی از برندها در این راستا از اپ‌های ساده موبایلی استفاده می‌کنند. بدون تردید گاهی اوقات استفاده از چنین اپ‌هایی کاربردی خواهد بود، اما در سایر موارد باید به دنبال راهکارهایی حرفه‌ای‌تر باشیم. این امر شامل استفاده از نرم‌افزارهای حرفه‌ای ویرایش ویدئو است. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری اساسی بر روی مخاطب هدف فراهم می‌شود.

## نگارش کپشن‌های تاثیرگذار

اینستاگرام به طور معمول یک پلتفرم عکس‌محور محسوب می‌شود. بارگذاری ویدئو در این میان نوآوری مهمی است، با این حساب صحبت از اهمیت فرمت متن در اینستاگرام و به طور کلی عرصه بازاریابی عجیب خواهد بود. بسیاری از برندها دیگر به دنبال استفاده از محتوای متنی نیستند. این امر به معنای ضرورت استفاده از ایده‌های تازه برای بازاریابی است. مهمترین مسئله در این میان ضرورت بازنگری در الگوی بازاریابی برندهاست.

اینستاگرام به عنوان یک پلتفرم عکس‌محور هنوز هم اهمیت زیادی برای محتوای متنی قائل است. این امر در بخش کپشن به طور کامل نمود پیدا می‌کند. اگر یک برند در زمینه بازاریابی توانایی نگارش کپشن‌های جذاب را نداشته باشد، به سرعت با مشکلات اساسی مواجه خواهد شد. این امر در زمینه بازاریابی همراه با مفهوم ناتوانی برای بیان پیام اصلی همراه است.

بسیاری از برندها برای بیان یک مفهوم کوتاه و مختصر در عمل چندین سطر کپشن طراحی می‌کنند. این امر همیشه موجب ناامیدی کاربران می‌شود. امروزه کمتر کاربری حوصله کافی برای مطالعه یک متن طولانی را دارد بنابراین کپشن‌های باید تا جای ممکن کوتاه باشد. این امر موجب تقویت انگیزه کاربران برای مطالعه کپشن موردنظر خواهد شد.

برند نایک در زمینه طراحی شعارهای تبلیغاتی و همچنین نگارش کپشن در اینستاگرام مهارت بالایی دارد. شعار تبلیغاتی «فقط انجامش بده» برای دهه‌های متمادی نظر مشتریان در بازارهای مختلف را جلب کرده است. این امر در مورد حوزه بازاریابی اینستاگرام نایک نیز صحت دارد. نایک برای بیان مفاهیم پیچیده و احساسی از جملات کوتاه و گاهی اوقات یک اموجی استفاده می‌کند. نکته جالب اینکه اغلب اوقات کپشن‌های کوتاه این برند تاثیرگذاری مناسبی به همراه دارد بنابراین نیازی برای نگرانی نیست.

## تولید محتوای قابل ذخیره‌سازی

تولید محتوا در اینستاگرام اغلب برای مدت ۲ هفته دوام دارد. سپس برندها نیاز به تولید محتوای تازه خواهند داشت. این امر در مورد اغلب کمپین‌های بازاریابی نیز صادق پیدا می‌کند. برخی از کاربران در اینستاگرام اقدام به ذخیره‌سازی برخی از پست‌ها می‌کنند. اگر شما نیز علاقه‌مند به ذخیره شدن پست‌های برندان از سوی کاربران دارید، باید به امری فراتر از تولید محتوای صرف فکر کنید. این امر شامل تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس ایده‌های نوآورانه و در عین حال مطابق با سلیقه‌شان است.

بدون تردید افزایش چشمگیر کیفیت محتوای بازاریابی در طول مدت زمانی کوتاه روی نمی‌دهد بنابراین برندها باید در عمل ایده‌های مختلف را مدنظر قرار دهند. در غیر این صورت مشکلات فراوانی پیش روی آنها قرار خواهد گرفت. مشتریان با مشاهده بهبود کیفیت محتوای بازاریابی برندها تمایل بیشتری برای ذخیره‌سازی پست‌های‌شان نشان خواهند داد. این امر به لطف آپدیت سال گذشته اینستاگرام امکان‌پذیر شده است.

## استفاده از ویژگی لایو

بارگذاری محتوای زنده یکی از شیوه‌های جذاب بازاریابی است. بسیاری از کاربران نسبت به مشاهده محتوای زنده ر اینستاگرام تمایل بالایی نشان می‌دهند. دلیل این امر امکان تعامل نزدیک با برندها و همچنین امکان طرح پرسش‌های مختلف به صورت مستقیم است. همچنین جذابیت‌های مهمان هر برنامه نیز در میزان استقبال کاربران نقش دارد.

اگر برندها قصد بارگذاری ویدئوی لایو را دارند، باید ابتدا به نکات مختلف در این حوزه نگاه کنید. برخی از برندها در این حوزه نیاز به بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف به صورت ویژه دارند. اگر کسب و کار شما تازه تاسیس است، باید پیش از هر نکته دیگری به جذابیت‌های مهمان برنامه توجه نشان دهید. دلیل این امر فقدان سابقه درخشان در زمینه بازاریابی برای برندهای تازه‌کار است. بنابراین مهمان جذاب برنامه نقش مهمی در جلب نظر مخاطب هدف خواهد داشت.

اطلاعات‌رسانی نسبت به زمان برگزاری ویدئوی لایو اهمیت بالایی دارد. برخی از برندها به طور مداوم در زمینه تعامل با مخاطب هدف دچار مشکل می‌شوند. دلیل این امر ناتوانی برای اطلاع‌رسانی درست به مخاطب هدف است. استفاده از گزینه تبلیغاتی اینستاگرام در چنین موقعیت‌هایی ضروری خواهد بود. به این ترتیب کاربران علاقه‌مند به بردتان نسبت به وضعیت بازاریابی‌تان آگاهی پیدا خواهند کرد. این امر دست‌کم موجب حضور برخی از کاربران علاقه‌مند به موضوع لایو موردنظر خواهد شد. این نکته کیفیت برنامه بازاریابی برند را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

## تولید محتوای بحث‌برانگیز

وقتی از یک موضوع بحث‌برانگیز در حوزه بازاریابی صحبت می‌کنیم، بسیاری از برندها موضع‌گیری محافظه‌کارانه‌ای دارند. بدون تردید هدف اصلی در این بخش ترویج محتوای توهین‌آمیز یا انتشار محتوای حساسیت‌برانگیز نیست. نکته مهم شناخت نکات مهم برای مخاطب هدف است. اگر این نکات مدنظر بازاریاب‌ها قرار داشته باشد، فرآیند تعامل با مخاطب هدف بسیار ساده‌تر از هر زمانی خواهد شد.

ایده‌های بحث‌برانگیز همیشه موجب تعامل کاربران با برند موردنظر می‌شود. این امر در صورت ارائه پاسخ‌های مناسب از سوی تیم بازاریابی برند بدل به یک مزیت رقابتی برای کسب و کار می‌گردد. امروزه بسیاری از برندها با همین شیوه موفق به جلب نظر مخاطب هدف می‌شوند. این امر در زمینه دسترسی به محتوای تولیدی کاربران نیز اهمیت بسیار زیادی دارد.

استفاده از رویدادهای مهم برای جلب نظر مخاطب هدف ایده تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها در عمل از ایده‌های بازاریابی مختلف استفاده می‌کنند. یکی از رویدادهای مهم کریسمس است. اعطای هدیه‌های مختلف به مشتریان همیشه ایده جذابی است. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای ترغیب کاربران به سوی تعامل، هرچند اندک، با برند

است. هدیه‌های موردنظر در ادامه مسیر تاثیرگذاری مطلوب را به همراه خواهد داشت.

## بازنشر محتوای تولیدی کاربران

محتوای تولیدی کاربران (UGC) اهمیت بسیار زیادی برای مخاطب هدف دارد. این امر به معنای تمایل کاربران برای مشاهده بازنشر محتوای‌شان از سوی برندهاست. اگر یک کسب و کار به این نکته مهم توجه لازم را نداشته باشد، به سرعت با مشکلات بازاریاب گسترده مواجه خواهد شد. یکی از مشکلات اساسی در این میان فاصله روزافزون میان برند و مخاطب هدف است بنابراین برندها باید در مدت زمانی اندک نسبت به بهبود شرایط بازاریابی برندان اقدام نمایند.

اگر کسب و کار شما دارای محتوای تولیدی فراوانی پیرامون خود نیست، باید ارزیابی مجددی در کمپین‌های‌تان صورت دهید. دعوت از مخاطب هدف برای تولید محتوا پیرامون کسب و کار بسیار مهم است بنابراین برندها باید این نکته را به خوبی در خاطر داشته باشند. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی پیش روی آنها قرار خواهد گرفت. برخی از برندها هرگز درخواست تولید محتوا از سوی مخاطب هدف را طرح نمی‌کنند. این امر به هر دلیلی که روی دهد، در نهایت جذابیت برند برای مخاطب هدف را تحت تاثیر قرار می‌دهد بنابراین برندها باید نسبت به بهبود وضعیت بازاریابی‌شان اقدام نمایند. در غیر این صورت انتظار دریافت محتوای جذاب بیش از اندازه رویایی خواهد بود.

## طراحی استیکر و فیلترهای مختلف

امروزه برخی از برندها نسبت به طراحی فیلترهای مخصوص برای کاربران اقدام می‌کنند. این امر جذابیت‌های بسیار زیادی برای مخاطب هدف دارد. یکی از فعالیت‌های محبوب در میان کاربران استفاده از فیلترهای جذاب است. توجه این امر موجب تحول وضعیت بازاریابی برندها می‌شود. بر این اساس تیم بازاریابی هر برند باید نسبت به طراحی فیلترهای جذاب براساس سطح نیاز کسب و کار اقدام نماید. در غیر این صورت بخش قابل توجهی از جذابیتش برای کاربران اینستاگرام از بین خواهد رفت.

امروزه طراحی استیکر و فیلترهای جذاب کار چندان دشواری نیست. ویدئوهای آموزشی بسیار زیادی در این رابطه در دسترس کسب و کارها قرار دارد بنابراین برندها در صورت تمایل امکان استفاده از این گزینه را خواهند داشت. نکته مهم اینکه تقلید از تجربه موفق برندهای بزرگ در این بخش ایده جذابی خواهد بود. با این حال باید نسبت به تغییر دست‌کم اندک در ایده اصلی دیگر برندها اقدام کرد.

## پاسخگویی به پرسش‌ها و کامنت‌ها

وقتی کاربران از یک برند پرسشی را طرح می‌کنند، انتظار دریافت پاسخ دارند. همچنین برخی از کامنت‌های مهم نیز باید در کمترین زمان ممکن پاسخ داده شود. در غیر این صورت کاربران دیگر تمایلی برای درج کامنت در ذیل محتوای برند موردنظر نخواهند داشت.

بدون تردید پاسخگویی به تمام نظرات و پرسش‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی کار سختی است. برخی از برندها به طور مداوم در این زمینه با شکست مواجه می‌شوند بنابراین تلاش برای یافتن راهکاری سریع و ساده ضروری خواهد بود. این امر شامل تلاش برای بازاریابی براساس استفاده از دستیارهای دارای هوش مصنوعی است.

استفاده از دستیارهای بازاریابی در طول چند سال اخیر رواج بسیار زیادی یافته است بنابراین برندها باید نسبت به ساده‌سازی فرآیند بازاریابی با استفاده از چنین دستیارهایی اقدام نمایند. این امر در زمان و هزینه تیم‌های بازاریابی صرفه‌جویی قابل توجهی خواهد کرد.

نکته مهم در خصوص عملکرد دستیارهای دارای هوش مصنوعی مربوط به دقت بالای‌شان است. این امر احتمال بروز هرگونه اشتباهی را به شدت کاهش می‌دهد. همچنین کاربران نیز دیگر بازخوردهای منفی نسبت به پاسخ‌های اشتباه دستیارهای موردنظر نخواهند داشت. چنین دستیارهایی از چند سال قبل در قالب ربات‌های فیس‌بوک شروع به فعالیت کرده‌اند بنابراین استفاده از آنها برای بازاریابی بهتر امری ضروری خواهد بود.

کاربران در زمینه درج کامنت در ذیل پست برندها وسواس فراوانی دارند. این امر موجب انتظار بالای آنها در مورد واکنش برندها می‌شود. اگر یک برند پاسخ مناسبی به کامنت کاربران ندهد، در بلندمدت تعداد کامنت‌ها به شدت ریزش خواهد کرد. این امر در اغلب موارد مشکلات بسیار گسترده‌ای به همراه دارد. بنابراین پاسخگویی به کامنت‌های برخی از کاربران وجه تعاملی برندان را به خوبی نشان خواهد داد.

امروزه بازاریابی در اینستاگرام امر تخصصی است. بسیاری از بازاریاب‌ها و برندها نیاز به راهنمایی‌های کاربردی برای موفقیت در این حوزه دارند. استفاده از توصیه‌های مندرج در این مقاله شروع مناسبی برای فعالیت برندها و تیم‌های بازاریابی خواهد بود.

منبع: [blog.hootsuite.com](http://blog.hootsuite.com)



## ۳ حرفی که کارآفرینان خوب هرگز به کارمندان خود نمی‌زنند

بیان یک‌سری اظهارات به ظاهر بی‌ضرر، می‌تواند به روحیه تیم و روابط متقابل صدمه وارد کند. فراموش نکنید، زمانی که یک کارآفرین با کارمند خود صحبت می‌کند، یک عدم تعادل پر قدرت در میان است.

هر کلمه و نوع بیان، حاوی مفهوم‌های پنهان و متنوع است که می‌تواند احساس ناراحتی و عدم امنیت را در افراد ایجاد کند؛ مدیران می‌توانند با نحوه درست برقراری ارتباط، این عدم تعادل قدرت را کاهش دهند.

اما این احتمال وجود دارد که نتیجه این تعامل، همیشه برای کارمند و رابطه شما خوشایند نباشد. ممکن است که کارمند شما تضعیف شده و اعتماد آنها زیر سوال برود.

در ادامه می‌خوانید که کدام عبارات‌ها در این زمینه نقش اساسی دارند:

### سرکوب کردن

سرکوب کردن یا کوچک شمردن اصلا ایده خوبی نیست؛ حتی اگر این روش را با دوستان خود پیش بگیرید. در صورت تمایل، می‌توانید از این روش با افراد همسطح خود استفاده کنید، اما در روابط بین کارمند و رئیس، هرگز پیشنهاد نمی‌شود. شاید مدیران بر این باور باشند که کمی طعنه، کنایه و یا حتی شوخی و شیرین‌زبانی بتواند روابط صمیمانه‌تری را ایجاد کند، اما در حقیقت، تأثیرات عکس خواهد داشت.

زمانی که باید بازخوردهای منفی را انتقال دهید، از نیت خود مطمئن شوید؛ به یاد داشته باشید که نباید تمام احساسات خود را به صورت یکجا و روی یک نفر خالی کنید. این کارها حتما باید در جای دیگر و در زمان دیگری انجام شوند.

قطعا می‌توان بازخوردهای منفی را بدون توهین یا سرکوب کردن مخاطب انجام داد. زمانی که بازخوردها را انتقال می‌دهید، به بهترین بازدهی که در زمان رفع مشکل خواهید داشت، فکر کنید. شاید نام روش ساندویچ را شنیده باشید؛ بازخورد منفی را همانند ساندویچ، بین دو مکمل مختلف بیچید؛ البته این رویکرد، مشکلاتی را نیز به همراه دارد. این احتمال وجود دارد که برداشت نادرستی از مکمل‌ها صورت بگیرد و در نتیجه، ایده را به طور کل منحل کند؛ علاوه بر اینکه، ممکن است کارمند شما، این مکمل‌ها را ساختگی و مصنوعی تلقی کند.

با تسمای این اوصاف، ساندویچ مکمل می‌تواند کارساز باشد؛ فراموش نکنید که مکمل‌های راهگشای شما نباید تضادفی باشند. از آنها برای ایجاد محتوای متنی پیرامون بازخورد منفی استفاده کنید.

برای مثال، مشخص کنید که دلیل بیان بازخورد منفی این است که باور دارید، کارمند شما توانایی‌هایی بیش از این دارد. فراموش نکنید که زمانی فردی را مؤاخذ می‌کنید که به بهتر بودن او باور دارید؛ در غیر این صورت، به سرعت برای شخص موردنظر جایگزین تعیین می‌کنید.

رندی پواش در *The Last Lecture*، از احساس خود درباره سرزنش مری فوتبال خود نوشته است، او بیان کرده که این اظهارات او را دلسرد کرده بود، اما دستیار مری به او گفت: «این چیز خوبی است. وقتی اشتباه می‌کنی و کسی حرفی به تو نمی‌زند، به این معنا است که از تو ناامید شده‌اند.»

محتوای متنی شما باید احساس شراکت را ایجاد کند: «در این قضیه با هم شریکیم. من اینجا هستم تا برای پیشرفت به تو کمک کنم؛ با انجام دادن یک سری از کارهای مشخص، پیشرفت خواهی کرد.»

### شوخی درباره اخراج کارمندان خود

هیچ‌گاه پیرامون اخراج یکی از کارمندان خود شوخی نکنید. این تنها برای شما یک شوخی است، اما کارمندان شما در شرایط خود با مسائل بی‌شماری روبه‌رو هستند و عدم تعادل قدرت میان شما باعث می‌شود که حتی بیان این کلمات، باعث ایجاد فشار و استرس شود.

مدیران اغلب بر این باورند که شوخی کردن با کارمندان، احساس صمیمیت و اطمینان را ایجاد می‌کند، اما شوخی کردن درباره مشکلات زندگی افراد، یک شوخی بد خواهد بود.

### نه!

قطعا تمام مدیران می‌توانند از واژه «نه» استفاده کنند، اما حواس‌تان را جمع کنید که به سرعت از این کلمه استفاده نکنید. پاسخ منفی به درخواست کارمندان، اشتباه نیست، اما قبل از آن، حرف‌های او را بشنوید و درک کنید.

دلیل پاسخ منفی خود را توضیح دهید. می‌توانید با توضیح دادن تصمیمات خود، از شرایط موجود یک فرصت یادگیری برای اعضای تیم ایجاد کنید. در این صورت، شما را بهتر درک می‌کنند و در آینده، تصمیم‌های بهتری را اتخاذ می‌کنند.

این سه بیان یا نحوه صحبت کردن، از بدترین چیزهایی است که یک مدیر به کارمند خود می‌گوید: سرکوب کردن، شوخی درباره از دست دادن شغل و پاسخ منفی به درخواست‌ها، بدون توضیح یا درک مخاطب. این عوامل می‌توانند به رابطه مدیر با کارمندان و ماهیت کل مجموعه، آسیب برساند.

شما می‌توانید با اجتناب از این عبارات‌ها و سایر اظهارات مشابه و دقت بیشتر روی هر تعامل، از آسیب‌های احتمالی بکاهید. قبل از شروع هر مکالمه یا ارسال ایمیل، لحظه‌ای صبر کنید و به یاد بیاورید که می‌خواهید چه چیزی را کسب کنید. از خودتان بپرسید «بهترین پتانسیل بازده من چیست؟» سپس بهترین کلمات را برای اعمال خواسته خود انتخاب کنید.

منبع: [inc/ucan](#)



# ۸ نظریه مهم درباره ویژگی‌ها و نقش رهبر در سازمان‌ها



از همین امروز آگاه شوید.

### ۵. نظریه رفتاری

نظریه رهبری رفتاری بر این باور استوار است که رهبران بزرگ از ابتدا رهبر متولد نشده‌اند، بلکه این‌گونه تربیت شده‌اند. از این جهت، نظریه رفتاری کاملا در مقابل نظریه مرد بزرگ قرار دارد. این نظریه رهبری که ریشه در رفتارگرایی دارد، بر رفتار رهبران تمرکز می‌کند، نه بر کیفیت‌های ذهنی یا حالات درونی‌شان. براساس این نظریه، آدم‌ها از طریق آموزش و مشاهده می‌توانند رهبر بودن را یاد بگیرند.

### ۶. نظریه مشارکت

طبق نظریه رهبری مشارکت، سبک رهبری ایده‌آل همان سبکی است که نظرات سایر آدم‌ها را در تصمیمات و اقدامات خود مدنظر قرار می‌دهد. این قبیل رهبران اعضای گروه خود را به مشارکت و کمک ترغیب می‌کنند و به اعضای گروه کمک می‌کنند تا احساس ارتباط و تعهد بیشتری با فرایند تصمیم‌گیری پیدا کنند. با وجود این، مجازات‌ها و مشارکت، رهبر اختیار دارد مشارکت سایرین را بپذیرد یا نپذیرد.

### ۷. نظریه مدیریت

نظریه مدیریت که با عنوان نظریه مبادله‌ای نیز شناخته می‌شود، بر نقش نظارت، سازماندهی و عملکرد گروهی تمرکز دارد. این‌گونه نظریه‌های رهبری بر پایه سیستم پاداش و مجازات استوار هستند. نظریه مدیریت معمولا در کسب و کارها استفاده می‌شوند؛ هنگامی که یک کارمند در وظیفه خود موفق عمل می‌کند، پاداش دریافت می‌کند و هنگامی که دچار اشتباه و شکست می‌شود، مؤاخذ و مجازات خواهد شد.

### ۸. نظریه ارتباطی

نظریه ارتباطی که به نظریه تحولی نیز مشهور است، بر ارتباطات تشکیل شده میان رهبران و پیروان تمرکز دارد. رهبران تحول‌گرا از طریق کمک به اعضای گروه خود در درک اهمیت و فایده جمعی وظایف سازمانی به آنها انگیزه و الهام می‌بخشند.

این رهبران بر عملکرد اعضای گروه خود تمرکز می‌کنند، ولی هم‌زمان می‌خواهند هر یک از آنها توان بالقوه خود را به نمایش بگذارند. رهبرانی که از این سبک پیروی می‌کنند، معمولا استانداردهای بالای اخلاقی و ارزشی را به اجرا می‌گذارند.

با وجود اینکه تمام سبک‌های رهبری به دنبال ایجاد فضای ایده‌آل برای رهبران و همچنین پیروان‌شان هستند، در عمل ممکن است چنین نتیجه‌ای به دست نیاید؛ از این رو، شما به عنوان کارمند باید بدانید مثلا وقتی رئیس‌تان از شما کار غیراخلاقی یا غیرقانونی می‌خواهد چه باید کنید؟

### سخن آخر

راه‌های مختلفی برای تفکر درخصوص سبک‌های رهبری وجود دارند؛ از تمرکز بر ویژگی‌های شخصیتی رهبران بزرگ گرفته تا تأکید بر جنبه‌های موقعیتی جهت کمک به تعیین سبک رهبری بر پیروان.

رهبری نیز مانند سایر مقوله‌ها، موضوعی به شدت چندوجهی است و از ترکیب عوامل مختلفی تشکیل شده است؛ بررسی این عوامل کمک می‌کند به پاسخی برای این سوال برسیم که چرا برخی آدم‌ها به رهبرانی بزرگ تبدیل می‌شوند. آگاهی از ۵ ویژگی مهم رهبری کارپژمانتیک در هر سازمان و کسب و کار کمک‌تان می‌کند به طور بالقوه بتوانید مهارت‌های رهبری‌تان را بهبود ببخشید.

منبع: [verywellmind/bazdeh](#)

با بدون ویژگی رهبری متولد می‌شوند. این نظریه‌ها رهبری را از دیدگاه طبیعت (در برابر تربیت) توضیح می‌دادند.

شاید این ادعا که شخصیت‌تان می‌تواند واقعا در چگونگی اداره کسب و کارتان تأثیر داشته باشد، برگرفته از نظریه مرد بزرگ باشد.

### ۲. نظریه ویژگی شخصیتی

نظریه ویژگی شخصیتی که از برخی جهات شبیه نظریه مرد بزرگ است، بر این فرض استوار است که آدم‌ها برخی کیفیت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی خاص را به ارث می‌برند و همین ویژگی‌ها باعث می‌شوند آنها برای رهبری مناسب‌تر از دیگران باشند. نظریه ویژگی شخصیتی غالبا یک شخصیت یا ویژگی‌های رفتاری خاص را که در میان رهبران مشترک هستند، شناسایی می‌کند. برای مثال، ویژگی‌های شخصیتی از قبیل برونگرایی، اعتماد به نفس و شجاعت همگی جزو ویژگی‌هایی هستند که به طور بالقوه می‌توانند در رهبران بزرگ یافت شوند.

اگر ویژگی‌های شخصیتی خاص نقش کلیدی در رهبری ایفا می‌کنند، پس چرا برخی آدم‌ها دارای چنین کیفیت‌هایی هستند، ولی رهبر نیستند؟ این سوال یکی از چالش‌هایی است که در استفاده از نظریه ویژگی شخصیتی برای توضیح رهبری با آن مواجه می‌شویم.

آدم‌های زیادی وجود دارند که دارای ویژگی‌های شخصیتی مخصوص رهبران هستند؛ با این حال، این آدم‌ها هرگز به دنبال رسیدن به جایگاه رهبری نبوده‌اند. همچنین، برخی دیگر از آدم‌ها نیز وجود دارند که علی‌رغم فقدان ویژگی‌های شخصیتی کلیدی مربوط به رهبری موثر، توانسته‌اند به مقام رهبری دست پیدا کنند.

### ۳. نظریه اقتضایی

نظریه رهبری اقتضایی بر متغیرهای خاص محیطی تمرکز دارد که ممکن است تعیین‌کننده سبک خاصی از رهبری باشند که بیش از همه برای یک موقعیت خاص مناسب است. براساس این نظریه، همه سبک‌های رهبری برای موقعیت‌های مختلف مناسب نیستند. دو پژوهشگر در مبحث رهبری به نام‌های وایت و هاجسون معتقدند رهبری واقعی و تأثیرگذار فقط به کیفیت‌های یک رهبر مربوط نمی‌شود، بلکه به هم‌زمان شدن تعادل درست میان رفتارها، نیازها و متن جامعه بستگی دارد. رهبران خوب قادر هستند نیازهای پیروان‌شان را ارزیابی کنند، موقعیت کلی را نیز به خوبی بررسی کنند و سپس رفتارهای خود را براساس آنها تطبیق دهند. موفقیت یک رهبر به شماری از متغیرها از قبیل سبک رهبری، کیفیت‌های پیروان و جنبه‌های مختلف یک موقعیت خاص بستگی دارد.

### ۴. نظریه رهبری موقعیتی

نظریه موقعیتی بر این فرض استوار است که رهبران بهترین اقدامات خود را براساس متغیرهای موقعیتی انتخاب می‌کنند. سبک‌های رهبری مختلف ممکن است برای برخی انواع تصمیم‌گیری مناسب‌تر باشند. برای مثال، در موقعیتی که رهبر از تمام اعضای گروه خود آگاه‌تر و باتجربه‌تر است، سبک رهبری استبدادی ممکن است از سایر سبک‌ها مناسب‌تر باشد. در سایر موارد که هر یک از اعضای گروه به تنهایی یک متخصص ماهر است، سبک دموکراتیک ممکن است از سایر سبک‌ها موثرتر باشد.

به این ترتیب، یک رهبر باید آنچنان ماهر باشد تا بتواند بهترین سبک رهبری را برای پیروان خود انتخاب کند بنابراین اگر شما نیز می‌خواهید به چنین جایگاهی برسید، بهتر است از ۷ راه برای پرورش مهارت رهبری‌تان

چه عاملی باعث می‌شود برخی آدم‌ها در نقش رهبری به موفقیت برسند؟ نظریه رهبری به دنبال توضیح چگونگی و چرایی رهبر شدن برخی آدم‌های خاص هستند. چنین نظریه‌هایی غالبا بر ویژگی‌های رهبران تمرکز دارند، ولی برخی از این نظریه‌ها نیز تلاش می‌کنند رفتارهایی را شناسایی کنند که آدم‌ها از طریق آنها می‌توانند توانایی‌های رهبری‌شان را در موقعیت‌های مختلف بهبود ببخشند.

مباحث اولیه درخصوص روانشناسی رهبری غالبا نشان می‌دادند چنین مهارت‌هایی صرفا جزو قابلیت‌هایی هستند که آدم‌ها با آنها زاده می‌شوند. به عبارت دیگر، این نظریه‌ها نشان می‌دادند برخی از آدم‌ها صرفا «رهبر متولد می‌شوند.» برخی نظریه‌های جدیدتر نیز نشان می‌دادند، دارا بودن برخی ویژگی‌های خاص ممکن است به آدم‌ها کمک کند بتوانند به طور طبیعی دیگران را رهبری کنند، ولی تجربه و متغیرهای موقعیتی نیز نقش مهمی ایفا می‌کنند.

### نگاهی دقیق‌تر به نظریه‌های رهبری

با افزایش محبوبیت مباحث مربوط به روانشناسی رهبری طی ۱۰۰ سال گذشته، جهت توضیح دقیق چگونگی و چرایی رهبر شدن برخی آدم‌های خاص، شماری از نظریه‌های رهبری مختلف مطرح شده‌اند.

چه عاملی باعث می‌شود یک فرد به رهبری بزرگ تبدیل شود؟ آیا برخی ویژگی‌های شخصیتی خاص باعث می‌شوند برخی آدم‌ها برای نقش رهبری مناسب‌تر باشند یا آیا ویژگی‌های موقعیتی باعث می‌شوند شرایط برای به رهبری رسیدن برخی آدم‌ها مهیا شوند؟ وقتی نگاهی به رهبران اطراف‌مان می‌اندازیم – خواه یک کارفرما در محیط کار یا رئیس جمهور کشور – ممکن است با تعجب از خودمان بپرسیم دقیقا چرا این افراد توانسته‌اند به این جایگاه برسند؟

آدم‌ها در سراسر تاریخ بشریت همواره به رهبری علاقه‌مند بوده‌اند، ولی تقریبا به تازگی شماری از نظریه‌های رسمی درخصوص رهبری مطرح شده‌اند. علاقه به رهبری در طول سال‌های اولیه قرن بیستم افزایش یافت. نخستین نظریه‌های رهبری معمولا بر کیفیت‌های متمایزکننده میان رهبران و پیروان تمرکز داشتند؛ در حالی که نظریه‌های جدیدتر به سایر متغیرها نظیر عوامل موقعیتی و سطح مهارت توجه کرده‌اند. با اینکه نظریه‌های رهبری مختلفی تاکنون مطرح شده‌اند، بیشتر آنها را می‌توان در هشت دسته عمده طبقه‌بندی کرد.

### ۱. نظریه مرد بزرگ

آیا تاکنون شنیده‌اید فردی را این‌گونه توصیف کنند: «زاده شده برای رهبری؟» براساس این نظریه، رهبران بزرگ صرفا با ویژگی‌های ذاتی لازم برای یک رهبر، از جمله کاریزما، اعتماد به نفس، هوش و مهارت‌های اجتماعی متولد می‌شوند؛ همین مسئله باعث می‌شود برخی آدم‌ها را «ذاتا رهبر» بشناسیم.

نظریه مرد بزرگ بر این فرض استوار شده است که ظرفیت رهبری مسئله‌ای ذاتی است – و رهبران بزرگ این‌گونه زاده شده‌اند، نه اینکه این‌گونه تربیت شده باشند. این نظریه‌ها غالبا رهبران بزرگ را به شکل قهرمانان و اسطوره‌هایی به تصویر می‌کشند که مقدر شده است در موعدی خاص به رهبری برسند. اصطلاح «مرد بزرگ» به این دلیل انتخاب شده بود که در آن زمان، رهبری، در درجه نخست، به عنوان یک کیفیت مذکر شناخته می‌شد – به خصوص، در مورد رهبری نظامی.

چنین نظریه‌هایی بر این باور بودند که آدم‌ها واقعا نمی‌توانند روش تبدیل شدن به یک رهبر قدرتمند را بیاموزند. آدم‌ها یا با ویژگی رهبری



در دیدار مدیران آب و برق با نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی عنوان شد؛

## برنامه ریزی برای تقویت آبرسانی به تبریز



خط زربنه رود به منظور ذخیره آب جهت انتقال به کلانشهر تبریز پس از اخذ موافقت مقامات ارشد استان مدیریت و کاهش داده شد. وی افزود: نسبت به آگاه سازی مشترکین از طریق فضای مجازی و رسانه ها در خصوص کاهش و مدیریت مصرف اقدام گردید. وی ضمن تاکید بر رسالت شرکت آب و فاضلاب در توزیع آب شرب همشهریان و جلوگیری از کوچکترین وقفه در امر خدمات رسانی به مواردی از اقدامات انجام یافته بشرح زیر اشاره کرد: امضا تفاهم نامه تحویل ۴ حلقه چاه متروکه با شهرداری تبریز، اخذ مجوز حفز ۲۰ حلقه چاه که تاکنون ۱۰ حلقه حفز گردیده و ۶ حلقه آن تجهیز گردیده است، احیای ۵ حلقه چاه متروکه و غیرقابل استفاده (چاههای ۱ خسروشاه-۷۹ هروی- ۳۴ زرتق - باغ معروف - جمشید یک، نیرورسانی و خرید برق برای ۷ حلقه چاه (چاههای جمشید یک- میرزاهمدی - اتوبورانی- ۶- پارک - ائل گلی مادر - ۱- خاوران - ۲- خاوران)، تجهیز و راه اندازی و بهره برداری از ۵ حلقه چاه جدید و برنامه ریزی برای تجهیز ۴ حلقه چاه دیگر تا ۹۹/۰۴/۲۸ و ۳ حلقه چاه تا مورخه ۹۹/۰۵/۰۵ جمعا ۱۲ حلقه چاه، مدیریت فشار

آذربایجان شرقی - فلاح: نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی در دیدار مدیران عامل صنعت آب و برق استان، از وزیر نیرو بابت ابتکار افتتاح پروژه های صنعت آب و برق در قالب پویش #الف\_ب\_ایران قدرانی کرد. حجت الاسلام والمسلمین "سیدمحمد آل هاشم" نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی در جمع مدیران عامل صنعت آب و برق استان ضمن قدرانی از وزیر نیرو، پویش #بهره\_فته\_الف\_ب\_ایران را برای مردم دالگرم کننده و امیدبخش توصیف کرد. وی افزود: هر آدم منصفی با نگرش به اقدامات انجام یافته در این چند سال پس از انقلاب اسلامی گواهی می دهد که در حوزه خدمت رسانی از جمله آب و برق، خدمات وسیعی در اختیار مردم در اقصی نقاط کشور قرار گرفته است. وی همچنین به برخی چالش های موجود در حوزه آب و برق اشاره کرد و از مدیران حاضر خواست پیش بینی های لازم را برای ایام اوج مصرف آب و برق و گاز به عمل آورند تا مشکلی برای مردم در این ایام پیش نیاید. وی درعین حال از مردم خواست با مدیریت مصرف آب، برق و انرژی مسئولان ذریبط را در انجام وظایف محوله یاری کنند. در این جلسه رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی ضمن تشکر بابت فراهم شدن دیدار با نماینده ولی فقیه در استان و حضور در جلسه، از عملکرد این شرکت و اقدامات انجام یافته در تابستان اخیر و خدمات رسانی به همشهریان، گزارشی را در چند فصل ارائه کردوی اظهار کرد: از تمام ظرفیت چاههای مسیر خط زربنه رود برای استفاده شهرداری موجود در مسیر فوق بکارگیری نموده و چاههای متروکه و بلااستفاده سنوات قبل، به منظور هدایت بیشتر از خط انتقال زربنه رود به سمت شهر تبریز در مدار قرار گرفت. وی گفت: همچنین آب تحویلی به صنایع در طول مسیر

شبکه توزیع برای کاهش مصرف آب، تشکیل جلسات هماهنگی مدیریت توزیع در ستاد شرکت و تبریز به تعداد ۸ جلسه با شرکت مدیران و مسئولین بهره برداری مناطق و همکاران ذریبط در ستاد شرکت و تبریز، پخش پیام های صرفه جویی در مصرف آب از طریق صداوسیما - فضای مجازی و روزنامه ها، نصب بنرهای مدیریت مصرف در محل های متعلق به شرکت آبفا و مناطق و واحدهای تابعه، مصاحبه با رسانه ها در خصوص رعایت مدیریت مصرف، مدیریت توزیع آب و تلاش شبانه روزی همکاران در جهت توزیع عادلانه آب (بدون قطعی طولانی) با توجه به قطعی های برق و کاهش تحویل آب از زربنه رود، تهیه ۷ دستگاه تانکر کم حجم و توزیع در مناطق مرتفع تبریز و پخش آب به روستاهای اطراف و مراکز حساس با تانکرهای شرکت آبفا، تشکیل کنفرانس ویژه برای مدیریت شبکه آب مناطق مرتفع، برنامه ریزی و اجرای زمانبندی قطع آب مناطق مختلف به منظور توزیع عادلانه آب، افزایش ظرفیت پمپاژ ایستگاه پمپاژ آناختان با افزایش قدرت برق و تهیه و نصب تجهیزات الکتروپمپ جدید، برنامه ریزی برای احداث دو باب ایستگاه پمپاژ آب به مناطق محله امام زاده - نیلوران، اقدام برای اخذ مجوز لوله گذاری عرض اتوبان پاسداران به صورت پایب چکنینگ برای آبرسانی به قسمت مرتفع احمد آباد، اقدام برای اصلاح قسمتی از شبکه توزیع آب، احداث خط آبرسانی چاههای جدید، توسعه شبکه آب برای رفع کمبود فشار آب تعدادی از کوچه ها در مرکز شهر و مناطق مرتفع شهر. لازم به ذکر است در این جلسه لوح اسب و قدرانی وزیر نیرو و نمایان وی و از طرف شورای هماهنگی صنعت آب و برق استان به نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز اهدا شد.

مدیرعامل سازمان بهسازی و نوسازی اطراف حرم :

### بهسازی بافت تاریخی محرک توسعه است



بیت ابنتالله بروجردی یکی از همین بناهای مذهبی و سیاسی است که ارزش تاریخی دارد افزود: مسجد سلماسی نیز که در همین محور قرارگرفته است تاریخچه صوفی دارد و اصل بنا نیز مربوط به دوره قاجار است. وی به دیگر بناهای بااهمیت این محور ۴ کیلومتری اشاره کرد و گفت: بناهای تاریخی مانند آب انبار لب چال، خانه های تاریخی که در محور قرار دارند، پامنار، محله درخت پیر و سایر محله های تاریخی، گذر

قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل سازمان بهسازی و نوسازی اطراف حرم با اشاره بهسازی محور ۴ کیلومتری حرم مطهر تا چهل اختران از وجود بخش عمده ای از پلاک های تاریخی و بااهمیت مذهبی در این مسیر خبر داد و گفت: بهسازی این مسیر برای مردم محرک توسعه است. علیرضا خاکی در گفت و گو با وابط عمومی شهرداری قم، با اشاره به تاکید سازمان بهسازی و نوسازی بر حراست از پلاک های هویت بخش تاریخی و مذهبی اطراف حرم اظهار داشت: علاوه بر اماکن مذهبی مانند حرم مطهر حضرت معصومه (س) و مسجد جمکران، اماکن مذهبی زیادی مانند آرامگاه امامزادگان و بیت النور در قم وجود دارد که بهسازی آنها می تواند میزان رضایت گردشگر مذهبی را بالا ببرد. مدیرعامل سازمان بهسازی و نوسازی اطراف حرم با اشاره به محور ۴ کیلومتر حرم مطهر تا چهل اختران به عنوان یک محور فرهنگی در شهر قم افزود: در این محور عناصر تاریخی و مذهبی با ارزش فرهنگی بسیار بالا قرار دارند. وی بایبان اینکه

آسیدحسین، خانه شاکری و بسیاری دیگر از اماکن و ابنیه بااهمیت تاریخی در همین محور قرار دارند. خاکی بایبان اینکه این خط ظرفیت هایی است که برای زائر جذاب است، تصریح کرد: حضور زائر در این محور که هدف اصلی ما است می تواند یکی از محورهای اصلی توسعه بافت باشد، چرا که برای ساکنین بومی فرصت های اقتصادی و انگیزه بهسازی ایجاد می کند. مدیرعامل سازمان بهسازی و نوسازی اطراف حرم بایبان اینکه با همین بهسازی صورت گرفته بعضی از مغازه های تعطیل اقدام به نوسازی ملک خود کردند تاکید کرد: تعدادی از اهالی هم اقدام به بهسازی خانه ها کرده و محورهای فرعی مطابق طرح ما را با هزینه خودشان کامل کردند. وی با تاکید بر اهمیت بهسازی این محور در جذب زائر افزود: در حال حاضر به واسطه شیوع ویروس کرونا توانستیم حضور زائر را در این منطقه پررنگ تر کنیم اما در شرایط عادی با تبلیغات گسترده می توانیم شاهد ماندگاری بیشتر زائر در قم به واسطه بهسازی این محور شویم.

مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان خبر داد:

### رونق مجدد خطوط کشتیرانی رو رو در بندرگاه انزلی



برای ورود کامیون ها با بار و راننده به کشتی فراهم شده است، ادغان داشت: امیدواریم با هماهنگی سایر نهادهای ادارات کل استانی مقدمات کار برای جذب بیشتر کامیون ها حامل کالاهای صادراتی از ایران به کشورهای حاشیه دریای خزر فراهم شده و تلاش داریم از این ظرفیت به نحو شایسته ای بهره گیریم. وی با بیان اینکه این کشتی ابتدا به بندر کوریک قزاقستان و سپس به بندر آستاراخان و علیا در روسیه عزیمت خواهد کرد، گفت: به همین منظور به دنبال آن هستیم که مسیر کالاهای قزاقستان در روسیه از ایران بگذرد. ابایی با اشاره به اینکه در صدد هستیم حضور این کشتی را به طور منظم در انزلی راه اندازی شود یادآور شد. در آینده ای نزدیک باید بتوانیم از کشتی های مجزا برای حمل بار به صورت مستقیم به کشور های روسیه و قزاقستان

رشت - خبرنگار فرصت امروز: سومین جلسه رسیدگی به شکایات شرکت گاز استان گیلان به ریاست مدیرعامل شرکت و با حضور اعضای کمیته و رؤسای ادارات گاز شهرستان ها از طریق ارتباط ویدئویی برگزار شد. روابط عمومی گاز گیلان - حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در جلسه کمیته رسیدگی به شکایات شرکت گفت: بنا بر پیش بینی سازمان هوشناسی زمستان پر بارشی در پیش رو داریم که به امید خدا با همت و تلاش پرسنل شرکت گاز و همراهی همه مردم و ادارات و سازمان های دولتی همانند سال های گذشته با موفقیت از آن عبور خواهیم کرد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان اهمیت ویژه موضوع رسیدگی به درخواست ها و شکایات مشترکین، اظهار داشت: از این پس در جلسات رسیدگی به شکایات با هدف هماهنگی و پاسخگویی هر چه بهتر، کلیه رؤسای ادارات گاز شهرستان ها از طریق ارتباط ویدئویی حضور خواهند داشت وی با ضروری برشمردن اطلاع رسانی گسترده مبادی ارتباطی شرکت، بیان کرد: بر اساس برنامه ریزی های صورت گرفته پوستر مبادی ارتباطی شرکت برای کلیه ادارات گاز ارسال شده و روسا موظفند با بارش این پوستر ها به ادارات و فرمانداری ها نسبت اطلاع رسانی در حوزه شهرستان خود اقدام نمایند. حسین اکبر در همین راستا افزود: کلیه خدمات مورد نیاز به صورت مجازی از طریق سایت و نرم افزار موبایلی در دسترس مشترکین محترم می باشد، لذا خواهشمند است حتی الامکان از مراجعه به ادارات گاز خودداری فرمایند.

مدیر کل بهزیستی گلستان:

### شناسایی ۲۰۰ کودک کار و خیابانی در گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بهزیستی گلستان از شناسایی ۲۰۰ کودک کار خیابانی و بازمانده از تحصیل در گلستان خبر داد و گفت: دلیل آمار بالای استان از این حیث مهاجرت است. سید مهدی حسینی ظفر پنج شنبه در کارگروه تخصصی اجتماعی، فرهنگی، سلامت، زنان و خانواده استان گلستان اظهار کرد: اسماً بالغ بر ۲۰۰ کودک خیابانی کار و بازمانده از تحصیل در استان شناسایی شده است که از این حیث گلستان رتبه بالایی در کشور دارد وی افزود: در سال ۹۵ در استان گلستان ۱۲۵ کودک کار و خیابانی شناسایی شده است و این آمار در سال گذشته به ۱۸۲ نفر رسید و اسماً هم شاهد افزایش این شاخص آماری هستیم. مدیرکل بهزیستی گلستان با بیان اینکه مهاجرت عامل اصلی آمار بالای کودکان کار و خیابانی در استان است، ادامه داد: ۱۱ دستگاه اجرایی متولی کودکان کار و خیابانی هستند و باید همزمان با بهزیستی خدمات ارائه کنند تا بتوانیم آسیب های اجتماعی کودکان کار و خیابانی را کاهش دهیم وی یادآور شد: آموزش های مراقبتی و پیشگیری از خشونت، آزار و جلوگیری از مصرف مواد مخدر، ارجاع کودکان کار به مراکز درمانی و توانبخشی فراهم شدن شرایط تحصیل و تامین سبد معیشتی، روان کوی، پراخت هزینه درمانی و مسکن برای خانواده های کودکان کار و خیابانی از جمله برنامه های بهزیستی در کاهش آسیب های این حوزه است. حسینی تصریح کرد: در سال ۹۸ بررسی های ما نشان داد که ۸۶ درصد از کودکان کار و خیابانی اتباع خارجی و ۱۴ درصد ایرانی بودند و همچنین ۹۰ درصد این کودکان کار و خیابانی پسر و ۱۰ درصد دختر هستند.

### جذب ۱۸۰ سرمایه گذار در شهرک های صنعتی قزوین

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین گفت: از ابتدای سالجاری تا پایان نیمه دوم دیماه، ۱۸۰ سرمایه گذار داخلی و خارجی در شهرکها و نواحی صنعتی تابعه استان جذب شدند. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین، "حمیدرضا قزوین" در برنامه تلوینویژ "رودرو" با اعلام این خبر اظهار کرد: در سال "جهش تولید" و در راستای جذب سرمایه گذار، ایجاد رونق اقتصادی، توسعه تولیدات ایرانی و اشتغال پایدار جوانان، این شرکت از ابتدای سالجاری تاکنون موفق به جذب ۱۸۰ متقاضی سرمایه گذاری در شهرکها و نواحی صنعتی استان شده که این میزان در مدت مشابه سال گذشته ۸۹ قرارداد بوده که رشد دو برابری در تعداد جذب سرمایه گذاران صنعتی داشته ایم که بیش از ۶۰ درصد سرمایه گذاران با توجه به رضایت سرمایه گذاری گذشته و حمایت های استانی طرح توسعه خود را در استان اجرامی کنند. وی میزان مساحت زمین صنعتی واگزار شده را ۱۴۴ هکتار عنوان کرد و یادآور شد میزان سرمایه گذاری قراردادهای منعقد شده بیش از ۳۹ هزار میلیارد ریال می باشد که با راه اندازی این طرح های صنعتی زمینه امید به اشتغال و اشتغال پایدار هفت هزار نفر فراهم خواهد شد. رئیس هیئت مدیره شرکت شهرک های صنعتی استان با بیان اینکه طی سال های اخیر با وجود تنگناهای مالی موجود در کشور و تحریم ها با رشد سرمایه گذاری از حیث تعداد و میزان در شهرک های صنعتی استان قزوین روبه رو بوده ایم، افزود: بر همین اساس و با سرمایه گذاری های انجام شده طی سال های اخیر، ۳۵ درصد اشتغال ایجاد شده در شهرک های صنعتی استان مربوط به دولت یازدهم و دوازدهم بوده است.

### اخبار

در بازدید معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه از بندر امیرآباد :

### اقدامات زیرساختی و توسعه حمل و نقل چندوجهی بندر امیرآباد را بین بنادر حاشیه دریای خزر متمایز کرده است



ساری - دهقان: سیدرسول مهاجر معاون دیپلماسی اقتصادی وزیر امور خارجه در سفر یک روزه خود به مازندران و گفتگو با نماینده عالی دولت و فعالان بخش خصوصی، از ظرفیت ها و پتانسیل های اداره کل بنادر و دریانوردی امیرآباد بازدید کرد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی امیرآباد، سیدرسول مهاجر عصر روز (۱۷ دیماه ۹۹) در ادامه سفر یک روزه خود به مازندران به همراه حسن خیرنیاپور معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری، بخشی مدیر کل دفتر جذب سرمایه گذاری خارجی، عبدالله مهاجر رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی و امیری رییس دفتر نمایندگی وزارت امور خارجه استان مازندران در بازدید از محوطه ها و سرمایه گذاری های انجام شده در بندر امیرآباد با مدیر کل و معاونین این بندر دیدار کرد. سیدرسول مهاجر با بیان اینکه یکی از مهم ترین وظایف وزارت امور خارجه، تسهیل فرآیند توسعه و گسترش مناسبات اقتصادی و بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور می باشد گفت: فراهم ساختن بستر مناسب برای مشارکت بیشتر بازرگانان و شرکت های تولیدی و اقتصادی و استفاده از ظرفیت ها و توانمندی های بزرگترین بندر شمال کشور باعث رونق و افزایش مناسبات اقتصادی با کشورهای همسایه حوزه دریای خزر می باشد و این موضوع یکی از کلیدی ترین برنامه های اقتصادی کشور در این منطقه است. شد. سعیدی پور تاکید کرد تاکنون حدود ۱۴۵۰ میلیارد تومان سرمایه گذاری توسط بخش خصوصی در حوزه های مختلف خدماتی و تولیدی در منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد به انجام رسیده که شامل تولید کاغذ، آز، انرژی و در بخش خدماتی ساخت و بهره برداری از انبارهای سفید، سیلو و مخازن نگهداری سوخت و روغن خوراکی می باشد و در حال حاضر نیز ۵۵۰ میلیارد تومان سرمایه گذاری توسط بخش خصوصی در دست اقدام است که با مجوز سازمان بنادر به انعقاد قرارداد منتج خواهد شد. مدیر کل بنادر و دریانوردی امیرآباد در ادامه این بازدید خواستار حمایت همه جانبه دستگاه دیپلماسی در حوزه اقتصادی بین کشورها شد که از طریق آن می توان علاوه بر رونق تولید داخلی، محصولات کشاورزی و معنی و صنایع دستی کشور و منطقه را به کشورهای همسایه شمالی معرفی و سهم خود را در بازار CIS افزایش دهیم.

همزمان با شرکت ملی نفت ایران

### طرح واکسیناسیون کارکنان نفت و گاز مسجدسلیمان در برابر هیپاتیت B عملیاتی شد

اهواز - شبنم قفاوند: مرحله ی نخست انجام طرح واکسیناسیون کارکنان شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان مسجسدسلیمان در برابر ویروس هیپاتیت B عملیاتی شد و در حال انجام است. در مرحله ی نخست این طرح که به صورت سراسری در سطح کشور توسط سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت و در شهر مسجدسلیمان به همت واحد سلامت کار بهداشت و درمان صنعت نفت مسجدسلیمان در حال انجام است، تاکنون تعداد ۵۰۰ نفر از پرسنل ستادی و عملیاتی این شرکت تحت پوشش این طرح قرار گرفته و واکنس ویروس هیپاتیت نوع B به آنها تزریق شد. لازم به ذکر است که جمعیت هدف این طرح، کلیه ی شاغلین با هر نوع وضعیت شغلی شامل: رسمی، قراردادی، پیمانکاری و غیره که دارای سن بین ۳۲ تا ۶۵ سال هستند می باشد. افزون بر آن و در همین راستا، تزریق واکنس هیپاتیت B به خانواده کارکنان صنعت نفت مسجدسلیمان کارکنان در کلیتیک خانواده واقع در درمناگه میدان انجام می شود. اضافه می نماید، نوبت دوم طرح سراسری واکسیناسیون کارکنان صنعت نفت در بهمن ماه سال جاری و نوبت سوم آن ۶ ماه دیگر برگزار می شود. شایان ذکر است که هیپاتیت B یک بیماری ناشی از اختلال در کبد است که بر اثر ویروس هیپاتیت ایجاد می شود. پیشگیری از این بیماری با واکسن امکان پذیر است. این واکنس در ۳ مرحله تزریق می شود و حتی در دوران بارداری و شیردهی نیز واکنس این بیماری قابل تزریق است. واکنس به مدت حدود ۱۰ سال بدون نیاز به آزمایش، قادر به ایجاد ایمنی در برابر ویروس خواهد بود.

### خود تحریمی موثر تر از تحریم

اصفهان - خبرنگار فرصت امروز: علی احمدیان رئیس هیات مدیره ذوب آهن اصفهان اظهار داشت: تحریم های ظالمانه آمریکا علیه کشورمان موجب دشواری عملی در امر تامین ارز مورد نیاز کشور از محل فروش نفت کاهش چشمگیری پیدا کند که چالش ها و بحران های خود را به دنبال داشت اما صنعت فولاد و پتروشیمی در این برهه به یاری دولت آمدند وی افزود: این یاری به اندازه ای بود که رئیس جمهور در سخنان خود از صنایع فولاد و پتروشیمی به عنوان خط مقدم جنگ اقتصادی نام برد که به موقع ارز خود را برگردانده اند و اگر دولت افتخار می کند که در برابر آمریکا، تحریم و فشار خارجی ایستاده است، حاصل این کمک و تلاش است.

### مدیرعامل گاز گیلان: درخواست ها و شکایات مردم، زمینه رفع مشکلات و بهبود مستمر خدمات رسانی را سازد



رشت - خبرنگار فرصت امروز: سومین جلسه رسیدگی به شکایات شرکت گاز استان گیلان به ریاست مدیرعامل شرکت و با حضور اعضای کمیته و رؤسای ادارات گاز شهرستان ها از طریق ارتباط ویدئویی برگزار شد. روابط عمومی گاز گیلان - حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در جلسه کمیته رسیدگی به شکایات شرکت گفت: بنا بر پیش بینی سازمان هوشناسی زمستان پر بارشی در پیش رو داریم که به امید خدا با همت و تلاش پرسنل شرکت گاز و همراهی همه مردم و ادارات و سازمان های دولتی همانند سال های گذشته با موفقیت از آن عبور خواهیم کرد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان اهمیت ویژه موضوع رسیدگی به درخواست ها و شکایات مشترکین، اظهار داشت: از این پس در جلسات رسیدگی به شکایات با هدف هماهنگی و پاسخگویی هر چه بهتر، کلیه رؤسای ادارات گاز شهرستان ها از طریق ارتباط ویدئویی حضور خواهند داشت وی با ضروری برشمردن اطلاع رسانی گسترده مبادی ارتباطی شرکت، بیان کرد: بر اساس برنامه ریزی های صورت گرفته پوستر مبادی ارتباطی شرکت برای کلیه ادارات گاز ارسال شده و روسا موظفند با بارش این پوستر ها به ادارات و فرمانداری ها نسبت اطلاع رسانی در حوزه شهرستان خود اقدام نمایند. حسین اکبر در همین راستا افزود: کلیه خدمات مورد نیاز به صورت مجازی از طریق سایت و نرم افزار موبایلی در دسترس مشترکین محترم می باشد، لذا خواهشمند است حتی الامکان از مراجعه به ادارات گاز خودداری فرمایند.

### سرپرستان جدید آب و فاضلاب کلپیر و هوراند معرفی شدند



فاضلاب استان در این شهرستان، تاکید کرد. در این جلسه سلمانی سرپرست جدید آبفا کلپیر به تشریح برنامه های خود در این شهرستان و همچنین پایبندی خود در به ثمر نشستن اهداف شرکت آب و فاضلاب در کلپیر پرداخت. بر اساس اعلام روابط عمومی آبفا استان و با حضور عباسپور قائم مقام مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی در این جلسه عباسپور، قائم مقام مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی، از زحمات دادگر در زمان تصدی مدیریت آبفا کلپیر تقدیر و تشکر و ابراز امیدواری کرد که انتصاب سلمانی مایه خیر و برکت برای شهرستان کلپیر باشد. خانی معاون بهره برداری و توسعه آب استان نیز ضمن ابراز خرسندی از اقدامات دادگر در مدت حضور وی در سمت مدیریت آبفا کلپیر و با خاطرنشان کردن شایستگی های سرپرست جدید، به پیگیری برنامه های شرکت آب و

آذربایجان شرقی - فلاح: طی حکمی از سوی مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی نادر سلمانی به عنوان سرپرست جدید آبفا کلپیر معرفی شد. با حضور عباسپور، قائم مقام مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی و خانی معاون بهره برداری و توسعه آب استان سرپرست در دفتر حاجی پور فرماندار شهرستان کلپیر، نادر سلمانی بر اساس حکم صادره از سوی مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی به عنوان سرپرست جدید آبفا کلپیر معرفی شد. در این جلسه عباسپور، قائم مقام مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی، از زحمات دادگر در زمان تصدی مدیریت آبفا کلپیر تقدیر و تشکر و ابراز امیدواری کرد که انتصاب سلمانی مایه خیر و برکت برای شهرستان کلپیر باشد. خانی معاون بهره برداری و توسعه آب استان نیز ضمن ابراز خرسندی از اقدامات دادگر در مدت حضور وی در سمت مدیریت آبفا کلپیر و با خاطرنشان کردن شایستگی های سرپرست جدید، به پیگیری برنامه های شرکت آب و

استان به عنوان سرپرست جدید آبفا شهرستان هوراند معرفی شد. در این جلسه عباسپور قائم مقام مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی از زحمات سلمانی در مدت ۱۴ ماهه سرپرستی آبفا هوراند تشکر و معرفی قلی بان به عنوان سرپرست آبفا هوراند را به وی و کارکنان شرکت آب و فاضلاب این شهرستان تبریک گفت. وی افزود: پذیرش مسئولیت خطیر مدیریت در هر حوزه ای به معنای همت بالا در به ثمر نشاندن اهداف عالیه شرکت و عمل به آن با وجدان کاری والا می باشد. عباسپور در ادامه اضافه کرد: امیدواریم این امر با حضور قلی بان به ثمر نشسته و مایه خیر و برکت برای همه باشد. خانی معاون بهره برداری شهرستان آذربایجان شرقی نیز در این جلسه با بیان رسالت بزرگ شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی ابراز امیدواری کرد: این تحول در آبفا هوراند موجب پیشبرد اهداف آبفا شهرستان و رفاه حال همشهریان منطقه باشد. در این جلسه قلی بان سرپرست جدید آبفا هوراند نیز به بیان برنامه های خود در این شهرستان پرداخت.



# چرا کارمندان اپل و گوگل بهره‌وری بالاتری دارند؟



تحقیقات شرکت مشاوره «Bain&Company» نشان می‌دهد که کارمندان شرکت‌هایی مانند اپل، نتفلیکس، گوگل و دل نسبت به بقیه کمپانی‌ها ۴۰ درصد کارایی و بهره‌وری بیشتری دارند، اما سوال مهم این است که چرا کارمندان این شرکت‌ها عملکرد بهتری دارند؟

ممکن است اینطور به نظر برسد که در چنین شرکت‌هایی نیروهای بسیار متخصص و توانمند مشغول فعالیت هستند و طبیعی است که کارایی بالاتری داشته باشند، اما سخت در اشتباه هستید چون اینطور نیست.

«مایکل مانکینز» یکی از مدیران شرکت Bain&Company می‌گوید:

«تحقیقات اخیر ما نشان می‌دهد تنها ۱۶ درصد کارمندان شرکت‌های بزرگ، افرادی حرفه‌ای و متخصص هستند. آمارها نشان می‌دهد در سایر شرکت‌ها نیز ۱۵ درصد نیروها، در کار خودشان متخصص هستند. در نتیجه تفاوت چشمگیری بین نیروهای شرکت‌های بزرگ و سایر کمپانی‌ها وجود ندارد.»

عملکرد شرکت‌های بزرگ از برخی جهات با سایر شرکت‌ها متفاوت است و همین تفاوت‌ها باعث می‌شود که نیروی انسانی در یک محیط کاری بهره‌وری بالاتر و در محیط کاری دیگر کارایی کمتری داشته باشد.

## مدیریت منابع انسانی

بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که سه مولفه اصلی باعث افزایش

بهره‌وری نیروی انسانی می‌شود: زمان، استعداد و انرژی. شرکت‌های بزرگ و مطرح با همین مولفه‌ها و سازماندهی درست کارها به افزایش ۴۰ درصدی مجموعه کاری خود کمک می‌کنند. در نتیجه حاشیه سود ۳۰ تا ۵۰ درصد بیشتری را در بازار از آن خود می‌کنند. مانکینز می‌گوید: «کارمندان شرکت‌های بزرگ عموماً تا ساعت ۱۰ صبح حجم زیادی از کارهای مربوطه را انجام داده‌اند؛ حال آنکه در برخی شرکت‌ها در این ساعت روز تکلیف خیلی از کارها روشن نیست. در نتیجه کارمندان در چنین مجموعه‌هایی عموماً کارهای بیشتری را نسبت به کارمندان بقیه شرکت‌ها انجام می‌دهند. همین روند کاری باعث می‌شود در طول یک سال تفاوت چشمگیری بین حجم کار انجام شده توسط این کارمندان و سایرین به صورت محسوس وجود داشته باشد.»

## تیم‌سازی درست نیروهای انسانی

یکی دیگر از رویکردهای شرکت‌های موفق آن است که نیروهای فعال و توانمند خود را به صورت درستی مدیریت کرده و در بخش‌های مختلف از وجود آنها به درستی استفاده می‌کنند. معمولاً هر شرکتی تعدادی نیروی بااستعداد و توانمند دارد که می‌توانند نقش‌های حیاتی و مهم را برعهده بگیرند. مانکینز با مثالی از چگونگی عملکرد اپل و مایکروسافت در اوایل دهه ۲۰۰۰، موضوع مدیریت بر مسئولیت‌های نیروهای توانمند را شفاف‌تر می‌کند. او می‌گوید:

«اپل برای توسعه iOS ۱۰ در مدت زمانی کمتر از دو سال به ۶۰۰ مهندس نیاز داشت. حال آنکه مایکروسافت در مدت ۵ سال برای توسعه ویستا، از ۱۰ هزار نیروی متخصص کمک گرفت. تفاوت روش مدیریت بر نیروی انسانی و تیم‌سازی دو شرکت کاملاً مشهود است.»

اپل در تیم‌سازی فقط از نیروهای متخصص کمک گرفت. عملکرد تیم را مورد بررسی قرار می‌داد و پاداش‌هایی برای کل اعضا گروه کاری در نظر می‌گرفت. عملکرد هیچ فردی به صورت مجزا در نظر گرفته نمی‌شد و همه اعضا در واقع یک تیم کاری بودند.

مایکروسافت عملکرد اعضای گروه‌های کاری را به صورت تک به تک مورد بررسی قرار می‌داد؛ هرچند در نهایت این روش را برای همیشه کنار گذاشت. وقتی در تیم کاری اعضای بسیاری ضعیفی به کار گرفته شوند، عملکرد کل گروه تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد.

## تعاملات و جلسات غیرسازنده‌ای که زمان و انرژی کارکنان را

### هدر می‌دهد

مانکینز معتقد است ۲۵ درصد زمان مفید در سازمان‌ها و شرکت‌ها صرف موضوعات بی‌بهره و بی‌اهمیت می‌شود که تاثیری روی بهره‌وری هم ندارند. تحقیقات منتشرشده از سوی «هاروارد بیزینس» نشان می‌دهد که هر سال شرکت‌ها بیش از ۳ تریلیون دلار هزینه صرف کارهای

بی‌بهره می‌کنند. مدیریت هزینه‌ها از موضوعات مهمی است که برخی مجموعه‌های کاری به آن بی‌توجهی می‌کنند. در نتفلیکس تنها سیاست این است که همه چیز به نفع نتفلیکس باشد و همواره سعی دارد از اتلاف وقت و انرژی به هر شکلی جلوگیری کند. همین نوع نگاه و انتقال آن به کارمندان باعث می‌شود که آنها نیز بازدهی بیشتری داشته باشند.

## مدیران الهام‌بخش

مانکینز معتقد است که یک کارمند متعهد در حدود ۴۴ درصد بهره‌وری بیشتری نسبت به یک کارمند راضی دارد، اما کارمندی که در محیطی الهام‌بخش کار می‌کند در حدود ۱۲۵ درصد بازدهی بیشتری نسبت به نیروی کار راضی خواهد داشت.

مدیران الهام‌بخش می‌توانند با آموزش‌های لازم به کارمندان کمک کنند تا به صورت موثرتری به کار ادامه دهند. چنین مدیرانی می‌توانند گروه‌های کاری را به تکاپو و حرکت دربرآورند و درآمد سالانه شرکت‌ها را با همین رویکرد افزایش بدهند.

استعدادهای فردی در جای خود عالی هستند، اما به تنهایی نمی‌توانند به موفقیت شرکت‌ها کمک کنند. شرکت‌هایی که عملکرد خوبی از خود نشان می‌دهند عموماً به جای تمرکز روی تک افراد، روی پرورش گروه‌های کاری تمرکز می‌کنند.

منبع: fastcompany/digiato

## آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو مینی یوس تیپ ۸۹۸ ۶۰ مدل ۱۳۷۱ به شماره موتور ۸۰۴۰۰۵۲۰۰۶۱۸۷ و شماره شناسی ۶۰۹۰۳۹۷۵۰ و شماره انتظامی ع ۱۷ ۴۴۹ ایران ۳۳ به نام رضا گلرخسار با کد ملی ۰۰۳۱۸۰۸۴۰۹ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

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

**آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی**

برابر رای شماره ۸۰۲۵۷۹۹ سال ۹۷، ۴۴۳۲ موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تنکابن تصرفات مالکانه بلاعارض مالکیت متقاضی مجتبی طاهریان به شماره کد ملی ۲۲۱۹۶۷۲۰۲۶ صادره از تنکابن فرزند رحیمعلی ششدانگ یک قطعه زمین مشجر و مشتمل بر ایتبار به مساحت ۳۹۴ مترمربع دارای پلاک ۲۸۰ فرعی از پلاک ۲۰ اصلی بخش ۲ واقع در قریه خشکبور خریداری شده از مالک رسمی لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود تا در صورتی که انشأخاس نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض بر ثبت خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م الف: ۱۳۹۹۰۸۰۱۳

تاریخ انتشارنوبت اول: ۱۳۹۹، ۱۰، ۰۷ تاریخ انتشارنوبت دوم: ۱۳۹۹، ۱۰، ۲۱

هادی ملاحسینی سوپرست ثبت اسناد و املاک تنکابن

## پیش نویس آگهی فقدان سند مالکیت

آقای سید محرم علوی اصالتاً با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۱۱۴۱۱ مورخ ۹۹/۱۰/۰۳ دفتر اسناد رسمی شماره ۱۳۱۲ تهران طی دستور مورخ ۹۹/۱۰/۱۴ با اعلام اینکه سند مالکیت کاداستری ششدانگ یک دستگاه آپارتمان بمساحت ۵۷/۶۲ متر مربع واقع در طبقه همکف قطعه اول تفکیکی به شماره ۱۴۰۲ فرعی از ۳۹۲۷- اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲۰۱ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۳ تهران ذیل ثبت شماره ۲۱۷۳۲۷ صفحه ۹۷ دفتر جلد ۱۴۷۰ املاک طی شماره چایی ۱۱۸۶۷۲ بنام آقای سید محرم علوی ثبت و صادر و تسلیم گردیده است که بعلت جابجایی مفقود گردیده تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل سند معامله ارائه نگردد طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۶۵۴۷ م الف

مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران شناسه آگهی ۱۰۷۴۵۸۸

## پیش نویس آگهی فقدان سند مالکیت

آقای سید محرم علوی اصالتاً و کالتاً طبق و کالتنامه شماره ۲۸۷۰ مورخ ۹۱/۰۳/۰۴ دفتر ۱۴۹۹ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۱۱۴۲۷ مورخ ۹۹/۱۰/۰۳ دفتر اسناد رسمی شماره ۱۳۱۲ تهران طی دستور مورخ ۹۹/۱۰/۱۴ با اعلام اینکه اسناد مالکیت کاداستری ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۲۵۲ متر مربع به شماره ۱۵۲۳ فرعی از ۳۷۴۱- اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۲۷۴ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۳ تهران طی شماره چایی ۲۵۸۲۷۸ و ۲۵۸۲۷۹ بنام آقای سید محرم علوی و خانم مقبول ملکی هر یک نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ ثبت و صادر و تسلیم گردیده و حسب گواهی دفتر املاک این اداره مورد ثبت تفکیک اعیانی شده ولیکن نسبت به قطعات تفکیکی تاکنون سند مالکیت صادر نگردیده است که بعلت جابجایی مفقود گردیده، تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی میشود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۶۵۴۶ م الف

مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران شناسه آگهی ۱۰۷۴۵۸۱

## پیش نویس آگهی فقدان سند مالکیت

آقای سید محرم علوی اصالتاً با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۱۱۴۰۹ مورخ ۹۹/۱۰/۰۳ دفتر اسناد رسمی شماره ۱۳۱۲ تهران طی دستور مورخ ۹۹/۱۰/۱۴ با اعلام اینکه سند مالکیت کاداستری ششدانگ یک دستگاه آپارتمان بمساحت ۶۴/۱۹ متر مربع که مقدار ۳/۰۸ متر آن بنای پیشرفته در فضای کوچی ۱۰/۲۰ متری است واقع در طبقه ۳ قطعه ۴ تفکیکی به شماره ۱۷۵۴ فرعی از ۳۹۲۷- اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲۰۱ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۳ تهران ذیل ثبت شماره ۲۱۷۳۲۸ صفحه ۱۰۰ دفتر جلد ۱۴۷۰ املاک طی شماره چایی ۱۱۸۶۷۱ بنام آقای سید محرم علوی ثبت و صادر و تسلیم گردیده است که بعلت جابجایی مفقود گردیده تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۶۵۴۵ م الف

مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران شناسه آگهی ۱۰۷۴۵۳۷







## اصول بازاریابی در روزهای کرونایی

به قلم: وسلی کریمیسن کارشناس حوزه بازاریابی / مترجم: امیر آل علی

امسال جهان عجیب‌ترین بحران تاریخ را سپری کرده است. در واقع در هیچ زمانی، مشابه ویروس کرونا وجود نداشته و این امر بدون شک وضعیت جدیدی را به وجود آورده که بسیاری از مدیران را به حالت سردرگمی درآورده است. با این حال اگر اکنون اقدامی را انجام ندهید، کسب و کاری که برای ایجاد آن سال‌ها تلاش کرده‌اید را طی تنها چند هفته از دست خواهید داد. در این راستا شما زمان زیادی را نداشته و حتی یک انتخاب اشتباه نیز می‌تواند به وخامت بیشتر اوضاع منجر شود. در این راستا تلاش شده است تا چند نکته معرفی شود که باعث خواهد شد تا در شرایطی که رقبای شما در حال ضررهای سنگین هستند، سودآوری غیرقابل باوری را داشته باشید.

### ۱- نیاز جدید مشتری را بیابید

مهمترین اقدام در زمینه بازاریابی تولید محتوا است، با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که در شرایط بحران کرونا، سلیقه مشتری چه تفاوت‌هایی را پیدا کرده است؟ برای مثال اکنون پوشش اخبار مرتبط با این موضوع، به مراتب مهمتر از اخبار حوزه کاری شده است. به همین خاطر لازم است تا پوشش کاملی را داشته باشید. همچنین مخاطب تمایل دارد تا نسبت به اقدامات شما در شرایط حال حاضر، آگاه شود. برای مثال نحوه حفاظت از کارمندان در برابر این ویروس، اقدامات انجام شده در راستای ضدعفونی کردن محصولات و مطالب آموزشی برای کاهش احتمال بیماری از جمله موارد کاملا ضروری محسوب می‌شود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که کرونا در بین افرادی که زمینه بیماری دارند و یا به تازگی به یک بیماری دیگری دچار شده‌اند، شانس نفوذ به مراتب بالاتری را دارد. به همین خاطر شما باید این نکته را همواره یادآوری کرده و از جدیدترین دستاوردهای محققان نظیر وضعیت واکسن‌ها، غافل نشوید. در واقع اکنون بیشتر محتوای شما باید با توجه به ویروس کرونا باشد و یا در آنها اشاره‌ای به این موضوع شود.

### ۲- فروش را فراموش کنید

ممکن است کمی عجیب به نظر برسد، با این حال اگر اکنون به فروش توجه داشته باشید، همه چیز را از دست خواهید داد. در این راستا توجه داشته باشید که فشار مالی به وجود آمده، تنها برای پوشش و کارها نبوده و افراد نیز درگیر آن هستند. به همین خاطر طبیعی است که تمایل برای خرید بسیار کم‌رنگ باشد. در این رابطه اقدامی که باید انجام دهید این است که محصولات را پیش‌فروش نمایید. اگرچه این امر باعث خواهد شد تا سود شرکت به واسطه قیمت کمتری که ارائه می‌دهید، کاهش پیدا کند، با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که چنین اقدامی کمک خواهد کرد تا جذب سرمایه داشته باشید. این امر زمینه عدم متوقف شدن اقدامات را به همراه خواهد داشت. در واقع اولویت اول شما باید این باشد که با بدهی و هزینه‌های بیش از حد مواجه نشوید. در واقع شما باید در ابتدا به حفظ سودآوری تمرکز نمایید و پس از آن برای افزایش آن تلاش نمایید. این امر شما را وارد یک مسیر بدون ریسک خواهد کرد. در کنار این موضوع فراموش نکنید که ممکن است تمایل به خرید وجود داشته باشد ولی اکنون بستری برای استفاده شکل نگیرد. مثال بارز این امر را می‌توان در صنعت گردشگری مشاهده کرد. در واقع اکنون شرایط ایداً برای برگزاری تورها مساعد نیست، با این حال این امر به معنای عدم تمایل افراد نبوده و می‌توانید تورهای آینده را از امروز، پیش‌فروش نمایید. در این راستا تنوع بخشیدن به شیوه‌ها نیز از جمله اقدامات موثر محسوب می‌شود. در نهایت بنا بر هرم مازلو، نیازهای اساسی انسان شامل موارد فیزیولوژیک نظیر غذا و سلامت است. به همین خاطر این حوزه‌ها حتی در شرایط حال حاضر نیز با بحران مواجه نشده‌اند. در واقع ایداً نباید برند خود را با حوزه‌های دیگر مقایسه کنید. بدون شک هر کسب و کار، شرایط خاص خودش را دارد، با این حال اگر خواهان شروع یک کسب و کار در شرایط سخت حال حاضر هستید، توجه به این هرم می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد.

### ۳- همه چیز را به اینترنت محدود کنید

اکنون زمان آن است که هزینه‌های خود را به حداقل برسانید. اگر دفتر شرکت اجاره‌ای است، آن را تحویل داده و کارها را به صورت دور کاری انجام دهید. توجه بیشتر به اینترنت با توجه به این امر که وارد یک دهه جدید شده‌ایم، حتی در دوران پساکرونا هم بسیار کاربردی بوده و باعث خواهد شد تا در موقعیت بسیار خوبی قرار بگیرید. در این راستا فراموش نکنید که شرایط جهان به نحوی است که با مردم در قرنطینه به سر می‌برند و یا محدودیت‌های شدیدی وجود دارد تا از رفت و آمدهای غیرضروری جلوگیری شود. تحت این شرایط میزان استفاده افراد از اینترنت نیز چندین برابر شده است. به همین خاطر اگر در این زمینه حرفه‌ای عمل نمایید، بدون شک حتی شانس قرار گرفتن در موقعیتی را خواهید داشت که تاکنون مشابه آن را تجربه نکرده‌اید. در این راستا تنها کافی است تا نمونه‌های موجود از برندهایی را مشاهده کنید که در شرایط حال حاضر، سودهای بسیاری را داشته‌اند. وجه مشترک تمامی آنها، حضور فعال در بستر اینترنت است. همچنین لازم است تا از شرایط حال حاضر به عنوان فرصتی جهت شناخت بیشتر مشتریان استفاده کنید.

منبع: [allbusiness.com](http://allbusiness.com)



# فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| یکشنبه | ۲۱ دی ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۰۳ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۲۱۷۳۲۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه: [WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS](http://WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS)

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



## message in a bottle



## قرنطینه با این ۴ روش، کیفیت رابطه شما را مورد آزمایش قرار می‌دهد

دفعه اتفاق غیرقابل پیش‌بینی هم افتاد، شریک زندگی شما مسئول احساسات شما نیست و وظیفه ندارد که شما را شاد می‌کند یا ۲۴ ساعت شبانه‌روز را پیش شما باشد.

مسئول همه چیز، خود ما هستیم.

علاوه بر این، همین وابستگی، به انعکاس احساسات ما نیز ختم می‌شود. ما به شریک زندگی خود نگاه می‌کنیم و انتظار داریم او دقیقا متوجه احساسات ما بشود یا احساسات اضطراب یا ناامیدی خودمان را به او نیز منعکس می‌کنیم و او را به خاطر احساسی که داریم، سرزنش می‌کنیم.

حالا این چیزها نمک زندگی است و کمش مشکلی ندارد، اما باید توجه کنید که واقعیت شما با واقعیت شریک شما فرق دارد و نباید از آن غافل شوید. راه حلش هم پاک کردن صورت مسئله و فرار از مشکلات نیست، بلکه باید درباره احساسات‌تان با شریک‌تان صحبت کنید و نیازهای خود را خیلی صریح بیان کنید. در اینجا واکنش دو طرف امتحان می‌شود.

### ۴. کیفیت ارتباطات‌تان سنجیده می‌شود

ارتباطات، همه چیز یک رابطه است، اما ارتباطات ضعیف بین دو عاشق، همیشه از همان ابتدا، مخصوصا در دوران ماه عسل مشخص نیست. معمولا، کیفیت واقعی ارتباطات در سختی‌ها و بدبختی‌ها آشکار می‌شود. در طول قرنطینه، احساسات انسان فوران می‌کند و کسی دیگر به روتین همیشگی‌اش پایبند نیست. این یعنی کیفیت ارتباط که اساس یک رابطه است، آزمایش می‌شود.

آینا رابطه شما پایدار خواهد بود یا از هم می‌پاشد؟ امکانش هست که در سبک‌های ارتباطی، ثبات کاملی وجود داشته باشد و بتوان با آن آینده رابطه را پیدا کرد. قرنطینه، مشکلات پنهان رابطه را ترمیم می‌کند، آیا قرنطینه شما را از هم جدا می‌کند یا باعث می‌شود به یکدیگر نزدیک‌تر شوید؟

### این همیشه تلاشی دو طرفه است

اگر هر دو طرف مایل به یادگیری باشند، مشکلات را راهی برای رشد و توسعه می‌بینند، چه با هم و چه به تنهایی. گاهی اوقات لحظات دشوار، رابطه‌ای قدرتمند، پیوندی ناگسسته‌ی یا یک عشق بی‌چون و چررا را به ارمغان می‌آورد.

اگرچه زمان دشواری است، اما به زودی برمی‌گردید، به گذشته نگاه می‌کنید و اگر توانستید از آزمون قرنطینه سربلند بیرون بیایید، توانایی انجام هر کاری را دارید.

منبع: [GoalCast/ucan](http://GoalCast/ucan)

خاص و عمیق است.

### ۲. ناملایمات زندگی، ما را وادار به سوال و پرسش از خودمان می‌کند

همه ما همیشه به خودمان می‌گوییم که زندگی ثبات دارد؛ می‌دانیم که چه کسی هستیم، هویتی ثابت داریم و می‌توانیم به آن تکیه کنیم. با هر اختلال بزرگی در ثبات زندگی، مثل مرگ یکی از عزیزان، از دست دادن شغل، یا یک بیماری همه‌گیر جهانی، ناگهان همه هویت خود را زیر سوال می‌بریم. صورت‌های مختلف زندگی که آنها را بخشی از خود پذیرفته بودیم، دیگر آنقدرها هم قابل‌اعتماد نیست و ما شروع به زیر سوال بردن کل کائنات می‌کنیم.

در طول قرنطینه، ما مجبوریم با چهره‌های زندگی خود که تا حالا از آنها بی‌خبر بودیم، رو به رو شویم. با زمان زیادی که برای فکر کردن به خودمان و عادت‌های‌مان داریم، ممکن است از خود بپرسیم که دقیقا کجای زندگی هستیم. آیا من از کار، انتخاب‌ها و حتی شریک زندگی‌ام راضی‌ام؟

این چیزی نیست که از آن بترسیم. هیچ رابطه‌ای زوری نیست. اینکه هر از گاهی چک کنید تا ببینید آیا این شخص، همان شریکی است که واقعا می‌خواهید، کار بسیار درستی است. زیر سوال بردن یک رابطه، نشانه رابطه‌ای بی‌سرانجام و بد نیست.

این کار، حقیقت قلب را آزادانه و صادقانه جست‌وجو می‌کند. آیا این کار شما را به شریک زندگی‌تان نزدیک‌تر می‌کند یا از او دور می‌شوید؟ طبیعی است که این دوره، بازتابنده زمانی است که با شریک زندگی‌تان سپری کردید.

### ۳. وابستگی، ریسک انعکاس احساسات را به همراه دارد

یک رابطه متعادل، رابطه‌ای است که در آن هر دو طرف زندگی تأمینی دارند، احساس استقلال می‌کنند و تصمیم می‌گیرند در کنار یکدیگر پیشرفت کنند و پشتیبان هم باشند. با این حال، این کار اصلا آسان نیست و باید همیشه برای جلوگیری از مشکلات وابستگی و انعکاس، آماده باشیم. اگر نتوانیم روابط اجتماعی خود را با دوستان‌مان حفظ کنیم و روتین زندگی‌مان بهم بخورد، ممکن است فقط برای برآورده کردن نیازهای‌مان، به رابطه روی بیاوریم.

بسا اینکه این اصلا چیز بدی نیست و همین که رابطه شما می‌تواند تا این حد از شما حمایت کند و به شما قوت قلب ببخشد، عالی است، اما باید حواس‌تان باشد که از رابطه‌تان انتظارات غیرواقعی نداشته باشید. حتی اگر یک

واقعیت زندگی طی چند ماه متحول‌کننده و سرنوشت‌ساز، به کل تغییر کرده است. این واقعیت جدید، روابط را نیز تغییر داده است. برخی از زوج‌ها به دلیل قوانین سفت و سخت قرنطینه، نمی‌توانند یکدیگر را ببینند. برخی دیگر نیز با یکدیگر زندگی می‌کنند و این قرنطینه را با هم شریک هستند.

و نتایج هم ترکیبی است: به همان میزان که آمار تولد نوزادان در دوران کرونا افزایش یافته، به همان اندازه هم آمار طلاق زوج‌ها بالا رفته. این طور که معلوم است، آمار طلاق در چین پس از قرنطینه به اوج خود رسیده است. به همان میزان هم تا سال ۲۰۳۳ با نسل جدیدی از کودکانی که در دوران قرنطینه به دنیا آمده‌اند روبه‌رو خواهیم شد. قرنطینه، آزمون بسیار بزرگی برای روابط است. آیا رابطه شما پایدار خواهد ماند؟ پایداری رابطه‌تان به این بستگی دارد که بتوانید این ۴ چالش اصلی را پشت سر بگذارید.

### ۱. تنش، همیشه وجود دارد

بسیاری از روابط با وجود غنی، مفید و دوست‌داشتنی بودن، محدودیت‌هایی دارند. مثلا ممکن است از قهوه خوردن با یکی از دوستان‌تان بسیار لذت ببرید، اما او را با خود به عنوان همسفرتان به یک مسافرت طولانی نبرید. هیچ‌گاه یک هم‌اتاقی بهترین دوست‌تان نمی‌شود. هیچ دو رابطه‌ای یکسان نیست، چراکه هر فردی، خصوصیات منحصر به فرد خودش را دارد و رابطه‌اش با شما نیز منحصر به فرد است.

یکی از شوخی‌های رسانه‌ای که این روزها زیاد به چشم می‌خورد، این است که بعد از قرنطینه، همه برای زندگی مشترک به این فکر می‌کنند که آیا می‌توانند با طرف مقابل در قرنطینه بمانند یا نه. با اینکه این فقط یک شوخی است، اما حقیقت است. تعداد افرادی که حاضرم همراه آنها در قرنطینه بمانیم (اگر اصلا کسی باشد)، انگشت‌شمار است، چراکه پیدا کردن فردی که زندگی با او همراه با دعوا و درگیری نباشد، بسیار کم است.

در نتیجه، هماهنگی رابطه شما آزمایش می‌شود. اگر بین شما مشکلی وجود داشته باشد، نیازی به نگرانی نیست. اما اگر این مشکلات، بخش‌هایی از رابطه که تا حالا مخفی بوده را آشکار کنند، در این صورت باید کمی حواس‌تان را جمع کنید.

اگر شما بتوانید در این موقعیت پراسترس هماهنگی خود را با یکدیگر حفظ کنید و نزدیکی، صمیمیت و احساس باهم بودن را گسترش دهید، یعنی رابطه شما