

### آیا تورم باز خواهد گشت؟

آکسل آلفردوبر  
کارآفرین و مدیربانکی

پیش‌بینی‌های اغلب بانک‌ها، بانک‌های مرکزی و سایر موسسات مالی و پولی نشان می‌دهد، در آینده قابل پیش‌بینی، تورم مشکلی نخواهد بود. به عنوان مثال، صندوق بین‌المللی پول انتظار دارد که نرخ تورم جهانی تا پایان افق پیش‌بینی در سال ۲۰۲۵، آرام خواهد بود. اما بی‌شک کسانی که با پیش‌بینی‌های جاری همدلی دارند و به رشد آرام قیمت‌ها گوش فراداده‌اند، دیری نخواهد پایید که از خواب غفلت هراسان بیدار شوند.

حتی بدون فشار اضافی تورمی، نرخ‌های گزارش شده تورمی در پنج ماه نخست سال ۲۰۲۱ به میزان چشمگیری افزایش خواهد یافت. برای ماه مه ۲۰۲۱، یو بی اس (بانک سرمایه‌گذاری چندملیتی سوئیس و شرکت خدمات مالی سوئیس) پیش‌بینی می‌کند، تورم سال به سال در ایالات متحده به بیش از ۳ درصد و در منطقه یورو نزدیک ۲ درصد افزایش یابد. این افزایش عمدتا به علت پایین بودن پایه قیمت‌ها در نیمه نخست سال ۲۰۲۰ و ناشی از شروع قفل شدگی پاره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی در نتیجه کرونا بوده است بنابراین این نرخ‌های بالا نشانه فشار افزایشی تورمی نیست...

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

بورس تهران در هفدهمین روز اسفندماه سبزپوش شد

## بازگشت بورس به مدار رشد

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران دیروز برخلاف روزهای گذشته پر مدار صعودی حرکت کرد و بیش از ۵ هزار واحد افزایش یافت. هرچند شاخص کل با معیار هم‌وزن در این روز نزولی بود و نزدیک به ۹۲ واحد افت کرد. بر این اساس، شاخص کل با رشد ۵هزار...

کرونا چطور سبک زندگی ما را برای همیشه تغییر داد؟

# ۸ سکانس از دنیای پسا کرونا

همه به روزهای پساکرونا امید بسته‌اند؛ روزهایی که سرانجام ویروس کووید-۱۹ از زندگی‌مان رخت برپسته و بدون نگرانی از ابتلای کرونا می‌توانیم دوباره زندگی عادی‌مان را از سر بگیریم. اما سؤال این است که چقدر این اتفاق محتمل است؟ چقدر احتمال دارد که ما به سبک زندگی پیش از کرونا بازگردیم، با فراغ خاطر تفریح کنیم و آزادانه به سفر برویم؟ آیا شیوع کرونا سبک زندگی آدمی را برای همیشه تغییر داده است؟ آیا روزهای...

رئیس سازمان بورس در آیین افتتاح معاملات آتی نقره و حراج باز مطرح کرد

## مصائب سرمایه‌گذاری در رمزارزها

### مدیریت و کسب‌وکار



اعتراف مدیر اینستاگرام: پنهان کردن لایک‌ها ایده‌ای تفرقه‌آمیز است

- از الفبای کار آفرینی تا قوانین دست و پا گیر تولید
- چگونه توصیه‌های معتبر در حوزه کسب و کار پیدا کنیم؟
- اشتباهات رایج بلاگرها
- بازگشایی تمامی فروشگاه‌های اپل در آمریکا
- حذف خودکار تصاویر اقدام جدید واتس‌اپ
- بازار یابی در توئیتر با تکنیک‌های کاربردی

چقدر می‌توان به یک دهه آینده خوش‌بین بود؟

## ۳ دلیل «کونومیست» برای شکوفایی آینده

بهره بگیرد. همه چیز در راستای خواست و میل بشر پیش می‌رود. تصور کنید که انسان‌های امروزی حتی می‌توانند ظاهر پروتئین‌ها را ببینند. شکل آنها را می‌دانند. طبیعی است که هیچ چیزی در مورد آنها ناشناخته باقی نمی‌ماند. حتی دولت‌ها هم به پیشرفت علم ایمان آورده‌اند. آنها می‌دانند که این تکنولوژی می‌تواند کمک کند مثلا برنامه‌های‌شان در حوزه تغییرات اقلیمی اثربخش باشد. حتی چین هم به واسطه همین علم، وعده‌هایی برای آینده سبز داده و قرار شده است تا سال ۲۰۶۰ به سمت دنیای عاری از کربن پیش برود و حرکت کند.

دومین دلیل برای خوش‌بینی نسبت به آینده، سرمایه‌گذاری‌های کلان است. این روزها بیش از هر زمانی در حوزه فناوری سرمایه‌گذاری صورت می‌گیرد. برای مثال، نگاهی به ترکیب سرمایه‌گذاری در ایالات متحده آمریکا طی سال ۲۰۲۰ میلادی نشان می‌دهد که عمده سرمایه‌گذاری‌ها روانه همین شرکت‌های فناوری شده است. دیگر کمتر کسی به دنبال ساختمان‌سازی یا امور مربوط به زیرساخت‌هاست. همه می‌خواهند در عرصه تکنولوژی و فناوری قدم بردارند.

اما این روزها شرایط به طور کلی تغییر کرده و خورشید خوش‌بینی به آینده طلوع کرده است. سرعت ساخت واکسن کرونا نشان داد که می‌توان به این دنیا امیدوار بود. شرایطی که با شیوع ویروس کووید-۱۹ ایجاد شد و اتفاقاتی که رخ داد تا واکسن کرونا کشف و در سطح جهان توزیع شود، روی هم رفته، وضعیتی را ایجاد کرد که برای مردم جهان امیدبخش بود. حالا همه تصور می‌کنند که عصر جدیدی در حال شکوفایی است؛ عصری که قرار است در آن پیشرفت و نوآوری را تجربه کنیم. البته دهه ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ میلادی هم هرچند مملو از شکست‌های بشری بود، باز هم اتفاقات خوش‌بین‌کننده‌ای در بطن خود داشت. مثلا پیشرفت‌های زیادی در رابطه با درمان بیماری سرطان حاصل شد. اکنون این امید وجود دارد که عصر جدیدی برای نوآوری‌های بشری آغاز شود. اگر دولت‌ها هم به بهبود وضعیت فناوری‌ها کمک کنند، کاملا می‌توان به آینده روشن در یک دهه پیش رو امید داشت.

در تاریخ سرمایه‌داری، توسعه آنی و با سرعت فناوری، به یک هنجار همیشگی تبدیل شده است. قرن هجدهم با

چند صباحی است که وارد دهه جدیدی از سال‌های هزاره سوم میلادی شده‌ایم. دهه ۲۰ یعنی از سال‌های ۲۰۲۱ تا ۲۰۳۰. آیا می‌توان به این دهه خوش‌بین بود؟ دلایلی وجود دارد که نشان می‌دهد دهه پیش رو، دهه‌ای درخشان با پیشرفت‌های بزرگ است.

به گزارش «کونومیست»، یک دهه گذشته به گونه‌ای بود که اغلب افراد به ویژه برخی از اقتصاددان‌های بیچاره را درگیر می‌کرد و باعث می‌شد که کاملا با نوآوری و پیشرفت‌های فناوری سرگرم شوند. البته پیشرفت‌های تکنولوژیک نظیر تولید گوشی‌های تلفن همراه هوشمند و اوج گرفتن شبکه‌های اجتماعی به آن شکلی نبود که وضعیتی خیره‌کننده از نگاه اقتصاددان‌های جدی ایجاد کند. عواقب آنها به قدری زیاد بود که تحلیلگران، حضور آنها را پیشرفت تلقی نمی‌کردند. برخی دیگر از تکنولوژی‌ها مثل ماشین‌های بدون راننده هم کاملا تخیلی و سوزن‌ناز به نظر می‌آمدند و غیر کاربردی. به همین دلیل کاملا خام بودند و نمی‌شد از آنها بهره گرفت. برخی هم می‌گفتند که جهان دیگر کم آورده است و هیچ ایده جدیدی برای ارائه کردن به ما ندارد.

آیا کرونا آمار خودکشی را افزایش داد؟

### سایه کووید-۱۹ بر خودکشی

یک پژوهش مشابه و جامع مربوط به سال ۲۰۲۰ توسط ربرپرو و همکاران، چاپ شده در همان مجله نشان می‌دهد که دخالت‌های کنونی شامل خطوط تلفنی مددکاری، جلسات روانشناسی، دارو و بستری کردن با اینکه ممکن است برای تعدادی کارساز باشد، اما به نظر فقط ۹ درصد رفتار تمایل به خودکشی را در سطح کشور کاسته است. نگاهی به جزئیات بیشتر در اطلاعات آماری کشوری، تصویر پیچیده‌تری از کسانی که بیشتر در معرض خطر هستند (و چگونگی کمک‌رسانی به آنها) را نشان می‌دهد. در میان سفیدپوستان آمریکایی، مردان سنین ۴۵ و بالاتر، بیشتر احتمال دارد تا به خاطر خودکشی بمیزند، به دلیل اینکه بیشترین نرخ خودکشی در سفیدپوستان آمریکایی است. اطلاعات جمعیتی اینگونه به نظر می‌رسد که گویی خودکشی بیشتر افراد مسن را تحت تأثیر قرار می‌دهد، اما در بین سیاه‌پوستان آمریکایی، کسانی که بیشتر محتمل به مرگ ناشی از خودکشی هستند، مردان سنین ۲۵ تا ۲۴ ساله‌اند. با اینکه گروه سنی براد سفیدپوستان همچنان تغییر نکرده، اما شان جوم می‌گوید این بازه سنی برای سیاه‌پوستان در حال کمتر شدن است. در سال ۲۰۱۸، یک مطالعه در نشریه انجمن پزشکی اطفال آمریکا نشان داد که نرخ خودکشی در بین کودکان سیاه‌پوست ۵ تا ۱۱ ساله در بازه‌های ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۷ و ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۲ افزایش یافته است. در حال همین نرخ برای کودکان سفیدپوست کاهش یافته است. شان جوا اضافه می‌کند: «یکی از تصورات جالب‌برانگیز مردم این است که کودکان به خاطر خودکشی نمی‌میرند، اما اینطور نیست.» بزرگ‌ترین و دشوارترین مسئله این است که چرا و چه عواملی باعث می‌شود کسی خودکشی کند، در حالی که شخصی با شرایط و دستیار پرورسور روانشناسی در دانشگاه ایالتی فلوریداست. حتی

خودکشی ممکن است دشوارترین رفتار انسانی برای مطالعه باشد، چراکه نسبتا نادر است و اطلاعات مرگ و میر معمولا پیش از اینکه تعداد نمونه مورد بررسی بسیار کوچک شود تا الگوهای مشخصی را نمایان کند، می‌تواند به شاخص‌های گسترده‌ای مثل نژاد و جنسیت تقسیم شود. پژوهشگران ممکن است بتوانند با افرادی که اقدام به خودکشی کرده‌اند مصاحبه کنند، ولی این گروه از نظر دسته‌بندی با کسانی که به خاطر خودکشی مرده‌اند، می‌توانند در شاخه‌ای جداگانه قرار بگیرند. برای مثال، زنان در ایالات متحده بیشتر احتمال دارد که خودکشی کنند، اما از لحاظ آماری مردان بیشتری به دلیل خودکشی می‌میرند، یعنی کسانی که به خودکشی فکر می‌کنند، بیشتر از کسانی هستند که اقدام به خودکشی می‌کنند.

روش‌های جدید مطالعه رفتاری در موقعیت آزمایشی شامل دادن توانایی انتخاب خودکشی به شرکت‌کنندگان در شبیه‌سازهای واقعیت مجازی می‌شود که در عمل ایمن است. ما تا به امروز آنچه می‌دانیم از مصاحبه‌های عمیق روانشناسی با بازماندگان نزدیک و از آمارهای ملی گرفته شده است. این ارقام نشان می‌دهد که نرخ کلی خودکشی در دو دهه گذشته در ایالات متحده، ۲۰ درصد افزایش یافته است، اما حتی نتایج تحلیل و آنالیز پژوهشی ۵۰ ساله چاپ شده در بولتن روانشناسی ۲۰۱۷، نشان می‌دهد در زمانی که پزشک‌ها و عموم افراد می‌توانند از نشانه‌های خطر قریبالوقوع برای شخصی استفاده کنند (مثل تغییرات حالات روحی، صحبت‌ها یا سابقه آسیب زدن به خود). «هر عامل مخاطره‌آمیزی که فکر می‌کردیم منحصرا ممکن است مورد استفاده قرار بگیرد، فقط کمی شانس بیشتر موفقیت نسبت به پرتاب سکه دارد.» این گفته جسیکا ربرپرو، مولف این پژوهش و دستیار پرورسور روانشناسی در دانشگاه ایالتی فلوریداست. حتی

دولت‌ها هم راغب شده‌اند که پول بیشتری به دانشمندان بدهند تا پیشرفت حاصل شود. این اشتیاقی که سرمایه‌گذاران در حوزه فناوری دارند، بیش از این در کمتر عرصه‌ای مشاهده شده بود و این امر ما را به آینده خوش‌بین می‌کند. سومین موردی که ما را نسبت به آینده خوش‌بین می‌کند، این است که انسان‌های امروزی بیش از هر زمانی از تکنولوژی‌ها استقبال می‌کنند. این روزها حتی کارگران هم از ویدئو کنفرانس بهره می‌گیرند. همه به نوعی با فناوری‌های روز دنیا عجین و دوست شده‌اند. همه‌گیری کرونا هم باعث شد تا مردم تمایل بیشتری به بهره گرفتن از این فناوری‌ها نشان بدهند. یعنی شیوع ویروس کووید-۱۹ همچون یک کاتالیزور این روند را تسریع کرد. بخش خصوصی نیز از همه این تحولات آگاه است و می‌داند که می‌توان به آینده خوش‌بین بود. کافی است دولت‌ها هم کمی حمایت کنند تا این دوره بحرانی کرونا سپری شود و شاهد دهه‌ای غران باشیم. سال‌های ۲۰۲۱ تا ۲۰۳۰ میلادی می‌تواند سال‌های شکوفایی باشد، اگر سیاست‌های درستی در پیش گرفته شود.

هر دوی اینها باشد. خودکشی یک رفتار با چندین عامل است.» با اینکه این رفتار همچنان مسئله‌ای گیج‌کننده است، پژوهشگران شواهد محکمی درباره چند عامل مؤثر در اختیار دارند که می‌توان با کمک آن، از کسانی که در دوره همه‌گیری در حال تقلا هستند، محافظت کرد. افراد نباید از پرسیدن این سوال از دوستان و عزیزانش بترسند که آیا به خودکشی فکر می‌کنید؛ پرسیدن این سوال این ایده را در ذهن‌شان نمی‌پروراند. خودکشی با کمال تعجب اغلب یک امر یکباره و تکانشی است. بیشتر کسانی که تصمیم به خودکشی می‌گیرند در یک ساعت اقدام می‌کنند؛ نستادت می‌گوید تقریبا یک چهارم این افراد در همان پنج دقیقه اول اقدام به خودکشی می‌کنند. عدم دسترسی راحت به یک سلاح مهلک در این برهه زمانی، ریسک اقدام را به شدت کاهش می‌دهد. خودکشی با اسلحه گرم در ایالات متحده بیشترین نوع خودکشی است؛ خرید اسلحه گرم در طول سال گذشته نیز افزایش یافته است. اگر دسترسی به اسلحه را دشوار کنیم و حتی اجازه دسترسی عموم به اسلحه را کاملا محدود نماییم، می‌توانیم مانع خودکشی‌های بسیاری شویم. نهایتا اگر میزان دسترسی و هزینه در مان بیماری‌های ذهنی را بهبود دهیم، تأثیر بسزایی در آمار خودکشی خواهیم داشت. شان جو بلور دارد تا زمانی که واکسن کرونا، خطر آنی ویروس کرونا را کمتر کند و آمریکایی‌ها در مورد چیزهایی که از دست داده‌اند (سنت‌ها، جشن‌ها، مشاغل و عزیزان) نظرسنجی کنند، نمی‌توانیم تأثیر دقیق همه‌گیری بر خودکشی را مطالعه کنیم. «چیزی که در طول سال آتی و ۲۴ ماه آینده به آمریکا صدمه خواهد زد، تمامی این آندوهایی است که در حال رخ دادن است. این چیزی است که باید مراقب آن بود؛ اینکه ما هیچ آمادگی‌ای برای بحران سلامت روان و رفتار پس از همه‌گیری نداشته باشیم.»

همه روایت‌های کلان اقتصادی کامل نیستند

### نه سوسیالیسم و نه سرمایه‌داری

گار آلبروویتز مورخ و اقتصاددان سیاسی آمریکایی است که در سال‌های گذشته در دانشگاه‌های مختلفی تدریس کرده و با دیدگاه‌ها و نظریات خاص و منحصر به فردش توجه بسیاری از رسانه‌ها را معطوف خود کرده است. او در بهار ۱۹۳۶ در ویسکانسین آمریکا به دنیا آمد. برای تحصیلات دانشگاهی در همین ایالت ماند و به دانشگاه مدیسون رفت. سپس در سال ۱۹۵۹ در رشته تاریخ آمریکا فارغ‌التحصیل شد و پس از آن با ورود به برکلی توانست در سال ۱۹۶۰ کارشناسی ارشد اقتصاد را بگیرد. در نهایت برای دریافت دکتری اقتصاد سیاسی به مدرسه اقتصادی لندن رفت، اما پس از آن به کمبریج رفت تا زیر نظر جوان رابینسون تحصیل کند و نهایتاً با مشاوره او پایان‌نامه دکتری خود را بنویسد. او که سال‌های زیادی در دانشگاه مریلند تدریس کرده است، در حال حاضر ۸۵ سال سن دارد و «دیپلماسی اتمی: هیروشیما و پوتسدام» و «آمریکا، آن سوی سرمایه‌داری» از جمله آثار مهم او به شمار می‌آید.

#### دیپلماسی اتمی: هیروشیما و پوتسدام

در سال ۱۹۶۵ انتشارات سایمن اند شوستر، کتابی از گار آلبروویتز تحت عنوان «دیپلماسی اتمی: هیروشیما و پوتسدام» منتشر کرد که تأثیری شگرف بر مباحث و استدلال‌های پیرامون چرایی حمله اتمی ایالات متحده آمریکا علیه ژاپن در جنگ جهانی دوم گذاشت. آلبروویتز در کتابش دیپلماسی را علت اصلی ایالات متحده آمریکا برای حمله اتمی علیه ژاپن مطرح می‌کند و این عقیده را به چالش می‌کشد که ایالات متحده از بمب اتمی صرفاً به دلایل نظامی استفاده کرد تا جنگ را هرچه سریع‌تر به پایان برساند و جان میلیون‌ها انسان را نجات دهد.

از زمان انتشار این کتاب، بحث‌ها و جدل‌ها به دو جریان مجزا تبدیل شد. برخی از نویسندگان از نگاه آلبروویتز حمایت کردند، در حالی که برخی دیگر رویکردی کاملاً انتقادی به دیدگاه او داشته‌اند. آلبروویتز مدعی است که ژاپن در تابستان سال ۱۹۴۵ قبل از حمله اتمی نیز شکست را پذیرفته بود. در واقع، مقامات و دولتمردان ژاپنی بعد از آنکه تشخیص دادند ادامه جنگ بی‌فایده است، تلاش داشتند تا راهی برای پایان جنگ بیابند، اما در ۱۲ و ۱۳ ژوئیه ۱۹۴۵، ایالات متحده تمامی راه‌های تماش و گفت‌وگو را بسته بود که این امر نشان می‌داد امپراتور ژاپن تلاش داشت تا به جنگ پایان دهد و بدین منظور حتی هیأتی را برای مذاکره به مسکو فرستاده بود.

در این میان، آلبروویتز پرسش‌هایی مطرح می‌کند: چرا هری ترومن تصمیم گرفت تا در اوایل ماه آگوست از بمب اتمی علیه ژاپن استفاده کند؟ چرا حمله‌ای که قرار بود در ۹ نوامبر علیه شهر کیوشیو ژاپن به اجرا درآید، سه ماه زودتر علیه هیروشیما و ناکاراکی به وقوع پیوست؟ چرا ایالات متحده انگیزه لازم برای بررسی عزم جدی ژاپن برای خاتمه جنگ را در خود نمی‌دید؟ چرا ترومن منتظر ورود شوروی به جنگ علیه ژاپن نماند؟ آلبروویتز معتقد است که تأثیر ورود شوروی به جنگ علیه ژاپن و تغییر در تسلیم شدن بدون قید و شرط این کشور سرانجام ژاپن را از ادامه جنگ بازداشت. حالا این پرسش که چرا ترومن از گزینه‌های دیگری به غیر از حمله اتمی استفاده نکرد، خود جای بحث دارد. از نظر آلبروویتز، پاسخ به این پرسش مبرهن است، چراکه وقتی بمب اتمی موجود است، طبیعتاً ایالات متحده ترجیح می‌دهد جنگ را بدون مذاکره دینگران و بدون به خطر افتادن جان مردم کشورش به پایان برساند.

بنابراین ورود شوروی به جنگ برای نجات جان مردم آمریکا عملاً لازم نبود. در نتیجه به جای استفاده از ابزار نظامی پرهزینه برای خاتمه جنگ، بمب اتمی تبدیل شد به اهرم دیپلماتیک ایالات متحده برای کشیدن ترمز استالین در اروپای شرقی در دوران بعد از جنگ. آلبروویتز نتیجه می‌گیرد که این امر در واقع شروع دوره «دیپلماسی اتمی» بود که دوران ابتدایی جنگ سرد بین ایالات متحده و شوروی را شکل می‌داد.

#### آمریکا، آن سوی سرمایه‌داری

تمرکز آلبروویتز در زمینه اقتصاد سیاسی هم بر ایجاد جایگزین‌هایی نظری و عملی هم بر سرمایه‌داری شرکتی رایج در جهان است و هم بر سوسیالیسم سنتی دولتی. به نظر آلبروویتز، معماری هر دوی این نظام‌ها مشکلی در قدرت تمرکز یافته دارند و نمی‌توانند به درستی از آزادی، برابری، پایداری زیست محیطی و دموکراسی مشارکتی واقعی دفاع کنند. او با به چالش کشیدن هر دو نظریه اصلاح و انقلاب، بر مدلی مبتنی بر بازسازی تکاملی نهادهای اقتصادی، جمع‌ها و ملت به عنوان کل تأکید می‌کند. او در کتاب‌هایی نظیر «آمریکا، آن سوی سرمایه‌داری» یک مدل نظام‌مند یکپارچه از مجامع متخالف‌المصالح ارائه می‌کند که مبتنی بر دموکراتیک‌سازی مالکیت نهادهای اقتصادی در تمامی سطوح، تمرکززدایی منطقه‌ای از قدرت اقتصادی و سیاسی و ساختن اشکال مختلف ثروت‌آفرینی جمعی و فرهنگ دموکراسی مشارکتی است.

این مدل شامل اشکال گوناگون مالکیت دموکراتیک می‌شود که می‌تواند در بین آنها به تعاون جمعی کارگران در مدیریت مالکیت بنگاه‌های تولیدی و مالکیت شهری بر موسسات، خدمات و بانک‌های عمومی اشاره کرد. به نظر آلبروویتز، تعاونی‌ها و دیگر سازوکارهای اقتصادی آزمایشی می‌توانند در جوامع پایدار و مستحکم به خوبی شکوفا شوند و ثمره بدهند. به این ترتیب، گار آلبروویتز در مسیر جالبی از تاریخ اندیشه سیاسی قرار می‌گیرد که به نوعی به دنبال جمع‌بندی دوگانه‌های قرن نوزدهمی و بیستمی است.

آلبروویتز، کتاب «آمریکا، آن سوی سرمایه‌داری» را در سال ۲۰۰۴ منتشر کرد. این کتاب که در آغاز رکود بزرگ منتشر شد، به طرز شگفت‌آوری گزارشی بسیار جالب از ناراضی‌ن روزافزون از وضعیت موجود اقتصاد سیاسی است. این وضعیت ناسامان روی مشکلات ساختاری دیرپایی استوار شده است که در نظام اقتصادی و سیاسی آمریکا وجود دارند و بخشی از ذات معاری نظام‌مند سرمایه‌داری هستند. به گفته خود آلبروویتز، این کتاب ادعا می‌کند که اگر ایالات متحده دوباره بخواهد به ارزش‌های بزرگ تاریخی خود یعنی برابری، آزادی و دموکراسی معنادار بازگردد، باید به دنبال ایجاد تغییری در سطح نظام خود و به شکلی بنیادین و اردیگال باشد، زیرا نظام اقتصادی و سیاسی موجود نمی‌تواند به هیچ وجه این ارزش‌ها را احیا و ایجاد کند.



به نظر می‌رسد دنیا چاره‌ای جز اجرای این سیاست ندارد و حل کردن مشکلات ناشی از اجرای این طرح‌ها هم به زمانی موقوف می‌شود که از شدت بحران و مشکلات ناشی از آن کاسته شده باشد. مطالعات تاریخی نشان داده بعد از وقوع بیماری‌های همه‌گیر، نرخ بهره بانکی در کشورهای صنعتی برای دوره طولانی در سطح نزدیک به صفر باقی می‌ماند و حتی ۲۰ سال بعد از همه‌گیری نرخ بهره بانکی در کشورهای صنعتی تا سقف ۱.۵ درصد کمتر از میزانی است که در صورت عدم وجود همه‌گیری در این کشورها دیده می‌شد.

#### بدهی شرکت‌ها همچنان افزایش می‌یابد

در سال گذشته دولت‌ها برای حمایت از کسب و کارها و شرکتها اقدام به ارائه وام‌های کم‌بهره کردند و این سیاست باعث افزایش بدهی‌های شرکتی در کشورهای صنعتی شد. آمارها نشان می‌دهد در نیمه اول سال ۲۰۲۰ شرکت‌های فعال در حوزه‌های غیرمالی ۳.۳۶ هزار میلیارد دلار استقراض کردند. حال این مبلغ بدهی را در کنار افت درآمد شرکت‌ها در نتیجه قرنطینه‌های طولانی و تعطیلی فعالیت‌های اقتصادی قرار دهید. در این شرایط باید منتظر موج بزرگی از ورشکستگی‌های شرکتی در سال ۲۰۲۱ باشیم. شرکت‌هایی که توانایی بازپرداخت بدهی‌های خود را ندارند و لاجرم از فعالیت اقتصادی خارج می‌شوند و خروج آنها آسیب بزرگی به اقتصاد وارد خواهد کرد. نگرانی دیگر این است که برخی از دولت‌ها برای جلوگیری از ورشکستگی شرکت‌ها، ارائه کمک‌های مالی را به آنها ادامه می‌دهند و اجرای این سیاست باعث ایجاد شرکت‌های زامبی می‌شود که امکان بقا در بازار آزاد را ندارند و وابسته به دریافت حمایت‌های مالی دولتی هستند. بی‌توجهی به این مسئله باعث می‌شود تا راندمان اقتصاد کاهش پیدا کند.

#### الگوی رشد اقتصادی به شکل K خواهد بود

هرچند اغلب کارشناسان از الگوهای رشد V یا U شکل صحبت می‌کنند ولی اخیراً صندوق بین‌المللی پول در مورد الگوی «K شکل» صحبت کرده است. الگویی که براساس آن، فاصله طبقاتی افزایش می‌یابد و مشاغل کم درآمد در بخش خدمات و مشاغل کم نیاز به حضور مردم دارند و در ماه‌های اولیه شیوع کرونا تعطیل شده بودند، امکان رشد چندانی در پساکرونا نخواهند داشت. در مقابل رشد بازارهای مالی باعث می‌شود تا سرمایه ثروتمندانی که در این بازارها فعال هستند با سرعت رشد کنند. حتی نرخ رشد ثروت در این بازارها از نرخ رشد بازار کار هم بیشتر خواهد بود و این نشان می‌دهد که ثروتمندان، ثروتمندتر خواهند شد و فقرا فقیرتر. با شیوع کرونا زنان نیز بیش از مردان با افت درآمد روبه‌رو شدند و اغلب زنان مسئولیت‌های اضافی برای حمایت از فرزندان در حوزه تحصیل متحمل شدند. آمارها نشان می‌دهد در سال ۲۰۲۰ مشارکت اقتصادی زنان به کمترین سطح از دهه ۱۹۸۰ تاکنون رسیده است.

#### وقتی ربات‌ها جای انسان‌ها را می‌گیرند

شیوع کرونا نگرانی‌های تازه‌ای را برای فعالان اقتصادی ایجاد کرد. از یک طرف صاحبان مشاغل به این فکر افتادند که در صورت وقوع بحران‌های دیگر چگونه می‌توانند کمترین آسیب را متحمل شوند و به همین دلیل سرمایه‌گذاری در استفاده از ربات‌ها و توسعه اتوماسیون بیشتر شد. به دنبال این مسئله بسیاری از کارگران، شغل خود را از دست دادند و ربات‌ها جایگزین آنها شدند. مطالعات نشان می‌دهد در تمامی بحران‌های اقتصادی ما شاهد توسعه اتوماسیون در شرکت‌ها و صنایع مختلف بودیم ولی در جریان شیوع کرونا سرعت به کارگیری ماشین‌ها در بخش پذیرش هتل‌ها، تهیه غذا در رستوران‌ها و حتی ارائه غذا به مشتریان افزایش پیدا کرد. از طرف دیگر خریدهای آنلاین جایگزین مراکز خرید شد و کارایی مراکز

پس‌انداز برای زنان تنها ابزار حفظ سرمایه نیست

## چگونگی پس‌انداز در زنان ایرانی

دو سال پیش، مسئولان صنف طلا و جواهر ایران، میزان طلای ذخیره شده در خانه‌های ایرانی را ۲۰۰ تن تخمین زدند و گفتند زنان نقش مهمی در این روند ایفا می‌کنند. خرید طلا از روش‌های سنتی زنان ایرانی برای حفظ سرمایه است، هرچند این روزها با توجه به تغییر نقش آفرینی زنان در جامعه و خانواده، مدل‌های پس‌انداز آنان هم تغییر کرده است. پژوهشگران در یک مطالعه با عنوان «گونه‌های پس‌انداز و پیامدهای توسعه‌های آن در میان زنان شهر تهران» بررسی کردند که زنان ایرانی چگونه پس‌انداز می‌کنند و چگونه پس‌انداز خود را مصرف می‌کنند؟

یافته‌های این مطالعه که از بررسی زنان تهرانی به عنوان جامعه

خریدی که برای راه‌اندازی آنها هزینه هنگفتی شده بود، از بین رفت. هرچند حضور ربات‌ها باعث افزایش نرخ بیکاری کارگران می‌شود، ولی زمینه را برای افزایش راندمان تولید و بهره‌وری اقتصاد فراهم می‌کند. آمارها نشان می‌دهد کشورهای آسیایی در این زمینه پیشگام هستند و کره جنوبی در صدر این فهرست است. ژاپن، آلمان، ایتالیا و چین نیز در رتبه‌های بعدی ایستاده‌اند.

#### دورکاری، روش تازه کار در دنیا می‌شود

در این سال دورکاری به یک روش تازه برای کار کردن تبدیل شد و بررسی‌ها در آمریکا نشان داد هرچه سطح شغلی بالاتر باشد و هرچه شرکت بزرگ‌تر و توسعه یافته باشد، دورکاری در آن شرکت بیشتر است. طبق این مطالعه دوسوم تولید ناخالص داخلی آمریکا در فصل دوم سال ۲۰۲۰ توسط افرادی انجام شد که از خانه کار می‌کردند. بسیاری از شرکت‌ها به کارمندان خود گفته بودند تا انتهای سال ۲۰۲۰ دورکاری را برگزینند و بسیاری از شرکت‌های فعال در دنیای تکنولوژی مانند فیس‌بوک و گوگل این سیاست کاری را برای همیشه دنبال خواهند کرد. دورکاری و تبدیل شدن آن به روش تازه‌ای برای اشتغال، نیازهای تازه‌ای را نیز به همراه آورد مانند تغییر طراحی خانه‌ها و ایجاد یک دفتر کاری منسجم در داخل خانه. همچنین تمایل برای زندگی در مراکز شهرها (به دلیل نزدیکی به محل کار) کم شد و قیمت آنها تنزل یافت؛ در مقابل، خانه‌هایی که دور از مراکز شهرها ساخته شدند با استقبال روبه‌رو شدند.

#### هنجارهای تازه گردشگری ایجاد می‌شود

گردشگری با شیوع کرونا ضربه سختی خورد و تعداد برخی از انواع سفر تقریباً به صفر رسید. آمارهای اتحادیه بین‌المللی توریسم نشان می‌دهد در ۱۰ ماه ابتدای سال ۲۰۲۰ شمار سفرها ۷۲ درصد نسبت به سال قبل کم شد. موسسه مک‌کنزی تخمین زده که یک‌چهارم این حوزه کسب‌وکار با رونق گرفتن جلسات آنلاین برای همیشه از بین رفت. با تعلیق اقامت‌ها در رویدادهای بزرگ مثل جشنواره‌ها و کنسرت‌ها، صنعت گردشگری و صنایع وابسته به آن با اختلال شدیدی مواجه شد. حتی وقتی که فعالیت‌های گردشگری دوباره شروع شوند، ممکن است که شکل گردشگری به آن صورتی که قبلاً بوده‌اند نباشد. پس اینکه واکنش‌ناپذیر نتواند کرونا را ریشه‌کن کند، مسافران ممکن است الزاماتی را هم برای داشتن مجوزهای بهداشتی از کسب‌وکارها بخواهند. این یعنی هنجارهای تازه گردشگری در دنیا ایجاد می‌شود.

سوال این است که آیا در سال جاری می‌توانیم شاهد احیای سفر باشیم؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد حتی بعد از تزریق واکسن و از سرگیری فعالیت‌های اقتصادی نمی‌توان انتظار احیای کامل صنعت سفر تا سال ۲۰۲۴ را داشت. از یک طرف بخشی از سفرهای کاری برای همیشه متوقف خواهد شد و از طرف دیگر بخش دیگری از سفرهای تفریحی به دلیل شرایط اقتصادی و نگرانی از احتمال ابتلا به ویروس‌های مختلف، کاهش پیدا می‌کند.

#### اقتصاد جهانی سبز و سبزتر می‌شود

تا پیش از شیوع کرونا، بحث بر سر جایگزینی انرژی‌های پاک به‌جای سوخت‌های فسیلی در گرفته بود، اما وقتی که در سال ۲۰۲۰ مردم در خانه‌های‌شان ماندند و نیاز به دورکاری و برق بیش‌ازپیش حس شد، سیاست‌گذاران به این نتیجه رسیدند که نیاز به انرژی پاک برق خیلی بیشتر از گذشته است. در کشوری مثل بریتانیا اعلام شد که تا سال ۲۰۳۵ استفاده از خودروهای دیزلی و بنزینی ممنوع خواهد شد و جو بایدن نیز در برنامه‌های خود در انتخابات آمریکا به شدت از سوخت‌های پاک حمایت کرد. انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۱ سرمایه‌گذاری در انرژی‌های سبز برای تولید نیرو در دنیا بیشتر شود و تولید وسایل نقلیه‌ای که با انرژی‌های پاک کار می‌کنند هم افزایش پیدا خواهد کرد.

اماری به دست آمده نشان می‌دهد زنان از روش‌های مختلف نظیر وام و پس‌انداز معکوس در صندوق‌های خانوادگی استفاده می‌کنند. استقلال مالی برای زنان این فرصت را فراهم کرده تا در جایگاه تصمیم‌گیری قرار بگیرند. آنها پس‌انداز را راهی می‌دانند که به آنها کمک می‌کند به عنوان یک موجود دارای کرامت، طرح زندگی مطلوبی بریزند و آن را اجرا کنند. امری که به استقلال و آزادی آنان استعمار می‌بخشد و از داشتن حق شخصی و اعمال اراده آزاد به ویژه در خانواده حمایت می‌کند. پیشرفت و حل مشکلات خانواده، برنامه‌ریزی عقلایی و افزایش فرهنگ صرفه‌جویی از دیگر پیامدهای توسعه پس‌انداز زنان است.

## حمل و نقل ریلی



رئیس مرکز ملی فضای مجازی:

مصوبه مجلس بر قیمت اینترنت  
تاثیر گذار است

رئیس مرکز ملی فضای مجازی گفت مصوبه مجلس درباره افزایش ۱۰ درصدی مالیات اپراتورها حتما روی قیمت بسته‌های اینترنت تاثیر خواهد داشت. ابوالحسن فیروزآبادی در حاشیه بازدید از مرکز مانیٹورینگ همراه اول درباره مصوبه مجلس مبنی بر افزایش ۱۰ درصدی مالیات اپراتورها به دولت گفت: این مصوبه حتما بر قیمت بسته‌های اینترنت تاثیرگذار خواهد بود. مهدی اخوان بهابادی، مدیرعامل همراه اول نیز در این باره گفت: اظهارنظر درباره این موضوع هنوز زود است.

گفتنی است مجلس شورای اسلامی مصوبه‌ای را به تصویب رساند که به واسطه آن اپراتورها باید حق‌السهم خود به دولت را ۱۰ درصد افزایش بدهند. در این مدت بارها درباره تاثیر این مصوبه بر گران شدن بسته‌های اینترنتی صحبت شد و صاحبانظران این حوزه و البته وزیر ارتباطات تاکید کردند این افزایش مالیات ۱۰۰ درصد قیمت‌های بسته‌های اینترنت را افزایش خواهد داد.

زمان اخذ مالیات از خانه‌های خالی اعلام شد

موضع دولت درباره اخذ مالیات از  
اینفلوئنسرها

رئیس سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه موافق اخذ مالیات از اینفلوئنسرها هستیم، گفت اجرای مالیات خانه‌های خالی عملا در بودجه ۱۴۰۰ دیده می‌شود، با این قانون که امسال در مجلس تکرار شد و نوع قانون که نوشته شده، باید ۴ ماه در سال خانه خالی باشد که مشمول مالیات شود.

امیدعلی پارسا درباره ساز و کار اخذ مالیات از اینفلوئنسرهای فضای مجازی با بیش از ۵۰۰ هزار دنبال‌کننده گفت: اخذ مالیات از اینفلوئنسرهای فضای مجازی پیشنهاد نمایندگان مجلس است و دولت این پیشنهاد را نداده اما این موضوعات از جمله احراز هویت مالکان صفحات اینستاگرامی یا اینکه نحوه اخذ مالیات از صفحات طرفداران یک شخص (fan page) که نسبت به انجام تبلیغات اقدام می‌کنند، مورد بحث است، در آیین‌نامه اجرایی باید این موضوعات به گونه‌ای تنظیم شود که قابل اجرا باشد.

او با بیان اینکه اخذ مالیات از اینفلوئنسرها ایده خوبی است، اما اجرایی کردن آن به گونه‌ای که انصاف و کارایی رعایت شود، باید در آیین‌نامه به دقت دیده شود، ادامه داد: موافق این ایده هستیم چراکه فرقی نمی‌کند که منشأ درآمد چه باشد، از حدی بالاتر از حداقل معیشت باشد باید مشمول مالیات شود.

رئیس سازمان امور مالیاتی با اشاره به آخرین اقدامات در بحث اخذ مالیات از خانه‌های خالی و موضوعاتی مبنی بر مبهم بودن دیتاهای ارائه شده از سوی وزارت راه و شهرسازی گفت: طبق قانون و تقسیم کاری که انجام شده، شناسایی و تشخیص خانه‌های خالی برعهده وزارت راه و شهرسازی است و سازمان امور مالیاتی براساس نتیجه کار وزارت راه و شهرسازی، قانون مالیات را به اجرا می‌رساند.

به گفته پارسا، با کلاس چک اطلاعات مختلف یک واحد خالی تشخیص داده می‌شود. سازمان امور مالیاتی مجری لیستی است که وزارت راه و شهرسازی آن را به عنوان خانه‌های خالی ارائه می‌دهد. وی با بیان اینکه اجرای مالیات خانه‌های خالی عملا در بودجه ۱۴۰۰ دیده می‌شود، گفت: با این قانون که امسال در مجلس تکرار شد و نوع قانون که نوشته شده، باید ۴ ماه در سال خانه خالی باشد که مشمول مالیات شود.

رئیس سازمان امور مالیاتی در پاسخ به این سوال که اولین مالیات از خانه خالی چه زمانی اخذ می‌شود، گفت: با توجه به قانون، عملا وصول مالیات از خانه‌های خالی از مردادماه سال ۱۴۰۰ آغاز می‌شود.

سخنگوی بودجه ۱۴۰۰ تشریح کرد

## جزئیات افزایش حقوق کارکنان و بازنشستگان

افزایش ۲۵ درصدی حقوق کارکنان و بازنشستگان در شرایطی در مجلس مصوب شد که دررفتی‌های بالای ۱۰ میلیون تومان مشمول این ۲۵ درصد نشده و فقط به میزان ثابت ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان افزایش حقوق دارند. مرگان خالو، سخنگوی بودجه ۱۴۰۰ با اشاره به آنچه در تبصره ۱۲ لایحه بودجه سال آینده از سوی دولت برای افزایش حقوق کارکنان پیش‌بینی شده بود، گفت که پیشنهاد دولت افزایش ضریب حقوق گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر در دستگاه‌های اجرایی با ۲۵ درصد بود و حداقل پرداختی ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان پیش‌بینی شد که این موضوع برای بازنشستگان نیز عمومیت داشت. او با اشاره به تغییراتی که در جریان بررسی بودجه در کمیسیون تلفیق برای افزایش حقوق مصوب شده، افزود: در نهایت آنچه که مصوب شده به نحوی است که افزایش حقوق کارکنان و بازنشستگان بیش از ۲۵ درصد نیست و نسبت به آخرین حکم کارگزینی آنها در سال ۱۳۹۹ اعمال می‌شود، اما این ۲۵ درصد مشمول تمامی کارکنان و بازنشستگان نمی‌شود. خالو با بیان اینکه میزان افزایش حقوق هیچ فردی نسبت به سال جاری نباید بیش از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان باشد، توضیح داد: در این شرایط حقوق‌های بالای ۱۰ میلیون تومان به هیچ عنوان مشمول افزایش ۲۵ درصدی حقوق نشده و فقط رقم ثابت ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان به آنها اختصاص پیدا می‌کند. با مصوبه مجلس نیز در هر صورت حداقل دریافتی در سال آینده ۳ میلیون و ۵۰۰ خواهد بود.

وی درباره پاداش پایان خدمت کارکنان نیز گفت که با مصوبه مجلس در ازای هر سال خدمت حداکثر ۲۰ سال و تا سقف ۴۷۲ میلیون تومان تعیین شده است.

این مقام مسئول در سازمان برنامه و بودجه یادآور شد که در هر حال آنچه که توسط شورای نگهبان تایید و به عنوان قانون ابلاغ شود لازم‌الاجرا خواهد بود. این تغییرات درحالی اعمال می‌شود که پیش از این در سال ۱۳۹۸ هم افزایش حقوقی که مجلس مصوب کرد بدون ضریب و با رقم ثابت ۴۰۰ هزار تومان بود که مدت‌ها مورد بحث قرار داشت. حالا این موضوع مطرح است که با حذف درصد افزایش حقوق برای دریافتی بالای ۱۰ میلیون تومان تا چه حد پرداختی متناسب با سوابق، تحصیلات جایگاه کاری و وضعیت کارکنان و بازنشستگان اعمال شده و مبنای تعیین این رقم ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان چیست؟

اعداد و ارقام بودجه سال آینده باعث انتشار پول پر قدرت می‌شود

## کنایه همتی به بودجه مصوب مجلس



نیز پاسخگویی بیشتر بانک مرکزی است، اعداد و ارقام بودجه مصوب و تبصره‌های متعدد آن دربرگیرنده احکامی برای تکلیف به بانک مرکزی و سیستم بانکی است که نتیجه آن می‌تواند انتشار پول پر قدرت و رشد نقدینگی باشد. کنترل نقدینگی و تورم، مهمترین هدف بانک مرکزی است. باتوجه به امکان تشدید رشد نقدینگی از ناحیه بودجه کشور، یکی از راه‌های کنترل رشد نقدینگی نیز تشدید کنترل ترانزنامه بانک‌ها است و این شاید در تناقض با تکالیف بودجه و همچنین برنامه خروج از رکود قرار گیرد. بانک مرکزی این انتظار را هم دارد که دولت و مجلس در مسیر کنترل نقدینگی و تورم پشتیبان بانک مرکزی باشند.»

## بالاخره پرونده بودجه در مجلس بسته شد

پس از مدت‌ها کشمکش بالاخره تکلیف لایحه بودجه سال آینده مشخص شد و مجلس کار بررسی این لایحه را در آخرین روزهای سال به پایان رساند. بودجه‌ای که از زمان تقدیم به مجلس با مخالفت‌ها و گمانه‌زنی‌های فراوان در مورد رد آن توسط مجلس یازدهم همراه بود و در جریان بررسی آن اظهارنظرهای فراوانی از سوی موافقان و منتقدان مطرح شد. بررسی لایحه بودجه به ماجرای پرچنجال در مجلس تبدیل شد و پس از بررسی دو ماهه لایحه در کمیسیون تلفیق، نمایندگان در صحن علنی نسبت به رد آن اقدام کردند. پس از رد لایحه در صحن علنی مجلس، لایحه به دولت عودت داده شد و سرانجام با اصلاحات صورت گرفته بار دیگر اصلاحیه بودجه در دستور کار نمایندگان مردم قرار گرفت. موضوع تعیین میزان افزایش حقوق کارمندان دولت، مسئله اعمال معافیت‌های مالیاتی برای قضات و کارانه پزشکان و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها، موضوع دریافت مالیات از اینفلوئنسرهای اینستاگرامی و همچنین موضوع ارز ۴۲۰۰ تومانی از بحث‌برانگیزترین موضوعات در جریان بررسی لایحه بودجه بود. براساس مصوبه مجلس مقرر است اقداماتی برای حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی در دستور کار قرار گیرد. همچنین جرائم رانندگی به میزان ۵ درصد در سال آینده افزایش خواهد یافت، سهم صندوق توسعه ملی از صادرات روزانه نفت از ۲۰ درصد به ۲۸ درصد افزایش یافت و اجازه انتشار ۳۵ هزار میلیارد ریال اوراق مالی اسلامی برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های نفت صادر شد.

تعیین عوارض گمرکی گوشی‌های وارداتی بالای ۶۰۰ دلار به میزان ۱۲ درصد نیز از دیگر مصوباتی بود که به گفته کارشناسان زمینه افزایش قیمت گوشی را در بازار فراهم می‌آورد. همچنین نمایندگان در جریان بررسی بخش هزینه‌های لایحه بودجه ۱۴۰۰، ممنوعیت کشت برنج در سال ۱۴۰۰ را لغو کردند که این امر با مخالفت اغلب کارشناسان روبه‌رو شد چراکه بحران ناشی از بی‌آبی را تشدید خواهد کرد. نهایتا سقف درآمد‌های دولت در سال ۱۴۰۰ مبلغ ۱۰ میلیون و ۵۸ هزار و ۶۳۹ میلیارد و ۲۷۲ میلیون تعیین شد.

پولی از بورس وارد بازار مسکن نمی‌شود

## مسکن در خواب زمستانی

وارد بازار مسکن شود. از طرف دیگر مردم برخی کالاها را با ارز گران قیمت خریداری کرده‌اند و حالا که نرخ ارز مقداری پایین آمده حاضر نیستند جنس خود را با قیمت‌های پایین‌تر تبدیل به پول کنند.

او با بیان اینکه عدم وجود نقدینگی در همه بخش‌ها باعث رکود بخش مسکن شده است، گفت: برخی سیاست‌های دولت و سفارش به نخریدن هم متقاضیان را دچار سردرگمی کرد. تیرماه سال گذشته وزیر راه و شهرسازی از متقاضیان خواست که مسکن خریداری نکنند تا قیمت‌ها پایین بیاید، اما از آن زمان تاکنون قیمت‌ها حدود ۱۱۰ درصد بالا رفته است.

آسویار درباره پیش‌بینی از بازار مسکن در سال آینده نیز گفت: در سال ۱۴۰۰ مسکن احتمالا از تورم نهاده‌های ساختمانی تاثیر می‌گیرد. هنوز نرخ مصالح ساختمانی در واحدهای در حال ساخت به عنوان محصولات آینده بازار مسکن بروز نیافته است. یعنی کسانی که زمین، عوارض و نهاده‌های ساختمانی را گران خریدند هنوز واحدهای‌شان تکمیل نشده و در صورتی که وارد بازار شود با قیمت‌های فعلی عرضه نخواهد شد. آهن در نیمه دوم سال جاری و سیمان در یک ماه گذشته شرایط ملتهبی را سپری کردند و به تبع آن ممکن است محصولاتتی که پایه سیمانی و آهنی دارند بعد از عید افزایش قیمت داشته باشند. وی با بیان این ادعا که کاهش قیمت مسکن بعید به نظر می‌رسد، تاکید کرد: رکود تومی بازار مسکن در سال آینده ادامه می‌یابد. بعضی آقایان به

فرصت امروز: لایحه بودجه ۸۵۴ هزار میلیارد تومانی دولت با افزایش ۶.۵ درصدی به حدود ۹۱۰ هزار میلیارد تومان در مجلس افزایش یافت و راهی شورای نگهبان شد. از جمله مصوبات پرسروصدای نمایندگان، افزایش ۱۰ درصدی حق‌السهم پرداختی شرکت‌های اینترنتی به خزانه دولت است. با وجود اینکه برخی نمایندگان گفتند که با این مصوبه قرار نیست قیمت بسته‌های اینترنتی افزایش یابد و اپراتورها حق گران کردن تعرفه‌های اینترنت در سال آینده را ندارند، اما این مصوبه در افکار عمومی و شبکه‌های اجتماعی به گران شدن اینترنت تعبیر شده است.

معافیت‌های مالیاتی برای قضات، پزشکان و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها، موضوع دریافت مالیات از اینفلوئنسرهای اینستاگرامی و ارز ۴۲۰۰ تومانی از دیگر مصوبات جنجالی مجلس بود. همچنین حدود ۱۵۰ هزار میلیارد برای همسان‌سازی حقوق بازنشستگان لحاظ شد که ۹۰ هزار میلیارد تومان متعلق به بازنشستگان تأمین اجتماعی و ۶۰ هزار میلیارد تومان مربوط به بازنشستگان کشوری و لشکری است. از سوی دیگر، مدل افزایش حقوق پلکانی معکوس در کمیسیون تلفیق تصویب شد و در صحن علنی مجلس نیز رأی آورد تا سقف افزایش حقوق‌ها در سال آتی ۲.۵ میلیون تومان باشد. این تغییر و تحولات بودجه در صحن بهارستان البته اعتراض دولتمردان را هم در پی داشت و رئیس کل بانک مرکزی در یادداشتی اینستاگرامی، کنایه‌ای به بودجه مصوب مجلس زد و گفت که این بودجه احکامی دارد که موجب انتشار پول پر قدرت می‌شود.

## انتقاد همتی از تغییرات بودجه در بهارستان

سرانجام پس از رفت و برگشت‌های متوالی و تأیید ورد کلیات بودجه، فرآیند بررسی جزئیات لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ در مجلس شورای اسلامی به پایان رسید و به شورای نگهبان ارسال شد. آخرین بودجه دولت دوازدهم و اولین تجربه بودجه‌ای مجلس یازدهم خالی از هیاهو و جنجال نبود و تقریبا در اکثر روزها شاهد مصوبات پرسروصدای نمایندگان و اعتراض دولتمردان بودیم. تا جایی که رئیس کل بانک مرکزی دیروز در یادداشتی اینستاگرامی، توضیحاتی درباره احکام بودجه سال آینده ارائه داد و بر پشتیبانی مجلس و دولت از بانک مرکزی در مسیر کنترل نقدینگی و تورم تاکید کرد.

عبدالنصر همتی، احکام بودجه را باعث انتشار پول پر قدرت دانست و نوشت: «از اینکه بودجه سال ۱۴۰۰ کشور با تفاهم نسبی دولت و مجلس تعیین تکلیف و به تصویب نهایی رسید، جای شکر دارد. فارغ از محاسن و ایراداتی که می‌توان به محتوای بودجه گرفت، یک نکته مشخص شد: همه دولت‌ها و مجالس علی‌رغم انتقاد از رشد نقدینگی و تورم حتی با پرچم اصلاح ساختاری بودجه، نهایتا به بودجه‌ای با توان رشد بالای نقدینگی رضایت می‌دهند.»

به گفته همتی، «درحالی که مجلس محترم همزمان در صدد تصویب طرحی برای اصلاح ساختار اداره بانک مرکزی با هدف تقویت استقلال و رکود تومی خواهد شد.

طبق گزارش بانک مرکزی از تحولات مسکن پایتخت در بهمن ماه، متوسط قیمت مسکن تهران ۲۸.۳ میلیون تومان بوده که نسبت به دی ماه ۳.۷ درصد و نسبت به بهمن ماه پارسال ۹.۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد. همچنین تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به ۳۹۱۷ هزار واحد مسکونی رسید که نسبت به دی ماه قبل رشدی ۱۱ درصدی و نسبت به بهمن ماه سال گذشته کاهش ۷۰ درصدی داشت.

در این زمینه، یک کارشناس بازار مسکن با بیان اینکه به دلیل ریزش سهام، در حال حاضر سرمایه‌ای از بورس وارد بازار مسکن نمی‌شود، گفت: رکود بخش مسکن در سال آینده ادامه می‌یابد، اما با این تفاوت که به دلیل اثرگذاری تورم مصالح ساختمانی بر واحدهای جدید، این بازار دچار رکود تومی خواهد شد.

سعید آسویار در گفت و گو با ایسنا، ادامه داد: یکی از علل رکود مسکن برگزاری انتخاباتی بود که بسیاری از فعالان اقتصادی به آن امید داشتند، اما بعد متوجه شدند که با تغییر اقرار در آمریکا تفاوتی در بازار داخلی مسکن ما ایجاد نخواهد کرد. علت دیگر رکود، انتخابات آینده کشور خودمان است. ما انتخابات ریاست جمهوری و شورای شهر را پیش رو داریم که یکی از منظر تغییر قوانین اقتصادی و بالادستی حوزه مسکن و دیگری از منظر تغییر قوانین شهری مهم است.

به گفته وی، بی‌تحریکی بازارهای موازی هم به تشدید رکود بازار مسکن منجر شده است. در حقیقت پولی از بازار بورس یا طلا خارج نمی‌شود که

## یادداشت

## آیا تورم باز خواهد گشت؟

آکسل آلفرد ویر

کارآفرین و مدیر بانکی

پیش‌بینی‌های اغلب بانک‌ها، بانک‌های مرکزی و سایر موسسات مالی و پولی نشان می‌دهد، در آینده قابل پیش‌بینی، تورم مشکلی نخواهد بود. به عنوان مثال، صندوق بین‌المللی پول انتظار دارد که نرخ تورم جهانی تا پایان آقی پیش‌بینی در سال ۲۰۲۵، آرام خواهد بود. اما بی‌شک کسانی که با پیش‌بینی‌های جاری همدلی دارند و به رشد آرام قیمت‌ها گوش فراده‌اند، دیری نخواهد پایید که از خواب غفلت هراسان بیدار شوند.

حتی بدون فشار اضافی تورمی، نرخ‌های گزارش شده تورمی در پنج ماه نخست سال ۲۰۲۱ به میزان چشمگیری افزایش خواهد یافت. برای ماه مه ۲۰۲۱، یو پی اس (بانک سرمایه‌گذاری چندملیتی سوئیس و شرکت خدمات مالی سوئیس) پیش‌بینی می‌کند، تورم سال به سال در ایالات متحده به بیش از ۳ درصد و در منطقه یورو نزدیک ۲ درصد افزایش یابد. این افزایش عمدتاً به علت پایین بودن پایه قیمت‌ها در نیمه نخست سال ۲۰۲۰ و ناشی از شروع قفل شدگی پاره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی در نتیجه کرونا بوده است بنابراین این نرخ‌های بالا نشانه فشار افزایشی تورمی نیست، گرچه هر افزایشی بیشتر از این سطوح، نشانی از هشدار خواهد بود.

خیلی‌ها معتقدند که بحران کرونا، ضدتورمی است، چون اقداماتی که برای کاهش واگیری عمومی صورت گرفته، بر تقاضای کل بیش از عرضه کل، اثر منفی داشته است. در نخستین ماه‌های بحران، وضعیت چنین بوده است. مثلاً در آوریل ۲۰۲۰، قیمت‌های نفت به صفر رسید یا حتی زیر صفر افتاد، اما نگاه گسترده‌تر به عرضه و تقاضا، تصویر دقیق‌تری را آشکار می‌سازد. به ویژه این واگیری، تقاضا را از بخش خدماتی به بخش کالایی منتقل کرد و قیمت‌های پاره‌ای از کالاها، به علت تنگنای تولیدی از حمل و نقل بسیار گران‌تر شدند. در محاسبه قیمت مصرف‌کننده به نرخ جاری، افزایش قیمت‌های کالاها با افت قیمت‌های خدماتی مثل مسافرت هوایی تا اندازه‌ای جبران شده است، اما در عمل، محدودیت‌های ناشی از واگیری عمومی منجر به کاهش شدید مصرف بسیاری از خدمات شده است، مثلاً مردم، بسیار کمتر از گذشته از هواپیما استفاده می‌کنند. اکنون سبد کالای مصرفی حقیقی بسیاری از مردم، خیلی گران‌تر از سیدی است که مقامات آمارگیری برای محاسبه تورم به کار می‌گیرند. در نتیجه، نرخ‌های حقیقی تورم موجود، اکثراً بیش از ارقام رسمی گزارش شده است.

هر زمان که دولت‌ها محدودیت‌های جابه‌جایی و فعالیت‌ها را بردارند، اگر ظرفیت عرضه در بخش خدمات در نتیجه بستن دائمی رستوران‌ها و هتل‌ها و یا مثلاً اخراج کارکنان خطوط هوایی، برای پاسخگویی به تقاضا برای خدمات کافی نباشد، تورم خدماتی نیز افزایش خواهد یافت.

گسترش بی‌سابقه پولی و مالی برای رویارویی با کووید۱۹-، ریسک تورم بیشتری را نیز ممکن است به همراه داشته باشد. براساس تخمین یو پی اس، در سال ۲۰۲۰، مجموع کسر بودجه دولت‌ها بالغ بر ۱۱ درصد جی دی پی جهانی بوده است، یعنی بیش از سه برابر میانگین ۱۰ سال گذشته. در سال گذشته، ترازنامه بانک‌های مرکزی حتی بیش از این مقدار افزایش یافت و به ۱۳ درصد جی دی پی جهانی رسید.

بدین ترتیب کسری بودجه دولت‌ها در سال ۲۰۲۰ با انتشار پول جدید به صورت غیرمستقیم تأمین مالی شد، اما این روش تنها زمانی مفید خواهد بود که پس‌اندازکنندگان و سرمایه‌گذاران تمایل داشته باشند پول و اوراق قرضه دولتی خود را در نرخ بهره صفر یا منفی نگه دارند. اگر در مورد امنیت چنین سرمایه‌گذاری تردیدی به وجود آید، پس‌اندازکنندگان و سرمایه‌گذاران دارای‌های پولی و اوراق قرضه دولتی خود را به دارای‌های دیگر تبدیل خواهند کرد، در نتیجه، پول در جریان کشور تضعیف شده و منجر به قیمت‌های بالاتری برای کالاها مصرفی خواهد شد.

تجربیات قبلی از بدهی‌های سنگین دولتی نشان می‌دهد که غالباً این بدهی‌های زیاد به تورم بالا ختم شده است. تورمی که ناشی از بی‌اعتمادی باشد، به سرعت پدید می‌آید و گسترش می‌یابد و در پاره‌ای از مواقع حتی در هنگام کم‌اشغالی و بدون اینکه ماریج افزایش سطح قیمت‌ها و به دنبال آن افزایش دستمزدها و در پی آن افزایش قیمت‌ها و... تحقق یابد، ظاهر می‌شود. گرچه سیاست پولی انبساطی پس از بحران مالی جهانی سال ۲۰۰۸ منجر به افزایش تورم نشده، ولی هیچ تضمینی نیست که این بار نیز رشد قیمت‌ها در سطح پایینی باقی بماند. پس از ۲۰۰۸، نقدینگی ایجادشده عمدتاً به سوی بازار مالی سرزیر شده، اما این بار انبساط ترازنامه‌های بانک‌های مرکزی از طریق کسری مالی بی‌سابقه و رشد سریع بدهی در بسیاری از کشورها، جریان بزرگ پولی را به سوی اقتصاد حقیقی نشانه رفته است. افزون بر آن، سیاست‌های پولی برای مقابله با واگیری عمومی بسیار سریع‌تر و عظیم‌تر از بحران قبلی وارد عمل شده است.

تغییرات جمعیتی و افزایش سیاست‌های حمایتی به همراه عوامل دیگر می‌تواند منجر به تورم بیشتر در درازمدت شود. گرچه این عوامل ساختاری احتمالاً در کوتاه مدت سبب افزایش رشد قیمت‌ها نخواهند شد، اما می‌تواند آن را تسهیل کند. افزایش سریع نرخ تورم اثرات مخربی را در پی دارد. برای محدود کردن آن بانک‌های مرکزی باید نرخ‌های بهره را بالا ببرند، بالا بردن نرخ‌های بهره برای دولت‌های بسیار بدهکار، شرکت‌ها و خانوارهای وام‌دار، مشکلات مالی به بار خواهد آورد. سوابق تاریخی نشان می‌دهد که غالباً بانک‌های مرکزی قادر نیستند در مقابل فشار دولت‌ها برای تأمین مالی بودجه، مقاومت کنند. پیامد آن، غالباً نرخ‌های بسیار بالای تورم به همراه از دست رفتن مقدار زیادی از ارزش حقیقی پاره‌ای از دارای‌ها (مثل دارای‌های پولی و اوراق قرضه دولتی) و ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی خواهد بود.

در ماه‌های اخیر، قیمت کالاها، هزینه‌های حمل و نقل بین‌المللی، سهام و بیت‌کوین افزایش شدید یافت و ارزش دلار به مقدار چشمگیری کاهش داشت. اینها می‌تواند نشانه‌هایی برای افزایش قیمت‌ها برای مصرف‌کنندگان در منطقه دلار باشد. از آنجایی که نرخ‌های تورم همبستگی زیادی با تورم بین‌المللی دارند، تورم بالا در منطقه دلار، باعث شتاب قیمت‌ها در سراسر جهان می‌شود.

وجود تعداد زیادی تخمین‌های پایین برای ریسک افزایش نرخ تورم و پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه بر پایه مدل‌سازی، چیزی از نگرانی من نمی‌کاهد. سیاست‌سازان پولی و مالی و همچنین پس‌اندازکنندگان پولی و سرمایه‌گذاران در اوراق قرضه دولتی، نمی‌توانند به خود اجازه دهند که غافلگیر شوند. در سال ۲۰۱۴، رئیس وقت فدرال رزرو، آلن گرین اسپتین، ترازنامه فدرال رزرو را انبساطی از اقلام آتش‌زا نامید و پیش‌بینی کرد که سرانجام تورم باید افزایش یابد و من نیز معتقدم این واگیری عمومی همچون زدن فندکی است برای برافروختن آتش تورم.

\* آکسل آلفرد ویر، کارآفرین، اقتصاددان، بانکدار و مدیر ارشد اجرایی آلمانی-سوئیس است که ریاست هیأت مدیره بانک یو پی اس و ریاست دوپچه بانک را در کارنامه کاری دارد.

رئیس سازمان بورس در آیین افتتاح معاملات آتی نقره و حراج باز مطرح کرد

# مصائب سرمایه‌گذاری در رمزارزها



به طور اختصاصی به ارائه خدمات و حتی به طراحی ابزارهای لازم برای پوشش ریسک و نیز ارائه طرح برای تأمین مالی بپردازند، افزود: موضوع نظارت در سازمان بورس، اقدامی اساسی و مهم است. گزارشاتی از این اقدامات در خصوص پیگیری‌ها و شکایات وجود دارد. هرچند که اداره دیده‌بان بازار از گزارش‌های مردمی در این خصوص استقبال می‌کند و حتی این روش گزارش‌دهی را مکمل نظارت سازمانی می‌داند. در مجموع باید گفت که فضای بازار برای سرمایه‌گذاران آرام است اما برای متخلفان جایی وجود ندارد.

او سپس تشکیل کانون سهامداران خرد (حقیقی) را جزو برنامه‌های خود عنوان کرد و گفت: بررسی درخصوص این طرح در حال انجام است. در این کانون هیأت موسسی بی‌طرف شامل افراد صاحب نام در حوزه بازارسرمایه در حال شکل‌گیری هستند.

وی در ادامه به بازدهی بیشتر بازار سرمایه نسبت به بازارهای موازی در دوره‌های ۱۰ ساله اشاره کرد و ادامه داد: سرمایه‌گذاران باید آگاه باشند که به جز برخورداری از مزایای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه می‌توانند از این طریق به بخش تولید و اشتغال و در نهایت اقتصاد کشور کمک و پاری‌رسانی کنند. این در حالی است که سرمایه‌گذاری در رمزارزها ضمن اینکه که اقدامی غیرقانونی است و ممکن است به از دست دادن سرمایه‌شان منتهی شود و سرمایه‌گذاری مبهم است، همچنین به خروج سرمایه از کشور و ضرر به اقتصاد منجر شود.

به اعتقاد رئیس سازمان بورس، بازار سرمایه هوشمند است و از طرفی نسبت به دیگر بازارها واکنش سریع‌تری نشان می‌دهد، بر این اساس به افرادی که قصد دارند به این بازار وارد شوند توصیه می‌کنم درگیر هیجانات، فضاهای غیررسمی سیگنال‌دهی نشوند. همه دارای خود را وارد این بازار نکنند و برای مدیریت دارایی و کنترل ریسک خود از روش‌های غیرمستقیم در این بازار برای سرمایه‌گذاری استفاده کنند. همچنین از دولت و دستگاه‌های اجرایی می‌خواهم برای رسیدن به اهداف بازار سرمایه برای ایجاد نگاه بلندمدت و ایجاد شفافیت در آفق دید سرمایه‌گذاران و عدم تغییر در قوانین صنایع مختلف پاری‌رسان باشند. فعالان بورسی نیز برای حضور بیشتر مردم در بازار همراهی کنند.

و مدیریت می‌شود؛ به این ترتیب سود سهامداران مربوطه با اطمینان پرداخت خواهد شد.

دهقان دهنوی با بیان اینکه امروز ۶۲ میلیون سهامدار در بازار سرمایه حضور دارند که چشم‌امیدشان به این بازار است، گفت: مقامات سیاسی نمی‌توانند به این بازاری بی‌توجه باشند، با این حال توصیه می‌کنم که در این بازار از ادبیات سیاسی دوری کنیم و با واژگان علمی و تخصصی در این بازار به ارائه نظرات بپردازیم. این بازار مسیر و جایگاهی اختصاصی دارد و گاهی صحبت‌هایی هرچند از سر دلسوزی ممکن است به اعتماد مردم آسیب وارد کند.

وی با اشاره به اینکه همه باید به سمت تقویت اعتماد و حاکم شدن آرامش در بازار سرمایه پیش رویم، اضافه کرد: در این مسیر ضروری است سهامداران با کمک متخصصان، تحلیلگران و ابزارهای مدیریت ریسک به مدیریت سرمایه خود بپردازند.

رئیس سازمان بورس همچنین اهداف وزارت صمت را در همین راستا دانست و ادامه داد: در این زمینه قول‌هایی از این وزارتخانه برای همکاری‌های بیشتر گرفتیم. در نظر داشته باشید که با ایجاد شفافیت در بازار سرمایه، مسیر سرمایه‌گذاری در این بازار با توجه به محدودیت‌های موجود در سال‌های قبل فراهم می‌شود. نهادهای مربوط به صنایع باید به سرمایه‌گذاران آفق بلندمدت بدهند، زیرا سرمایه‌گذاران باید بدانند که چه مکانیسم و فرمولی برای ۱۰ سال آینده صنایع مختلف وجود خواهد داشت که قابل تغییر نبوده و سرمایه‌گذاران می‌توانند براساس آن سرمایه‌گذاری خود را به طور بلندمدت انجام دهند.

به گفته وی بازار سرمایه باید در همه ابعاد مانند میزان ورود شرکت‌ها به بازار، توسعه نهادهای مالی به لحاظ کمی و کیفی و همچنین سرمایه‌گذاران توسعه بیشتری پیدا کند. به طور مثال بورس کالای کشور می‌تواند در مدیریت ریسک تمام صنایعی که با ریسک قیمت کالایی مواجهند، پاری‌رسانی کند، هرچند که این شرکت مسیر رو به رشدی در این زمینه و پوشش تعداد کالاها موجود در این زمینه را داشته است.

تشکیل کانون سهامداران خرد در حال انجام است

دهقان دهنوی با اشاره به اینکه تعداد نهادهای مالی حاضر در بازار سرمایه باید افزایش پیدا کنند و هر کدام باید بتوانند در صنایع مختلف

فرصت امروز؛ پس از ریزش‌های ادامه‌دار بازار سرمایه در چند هفته گذشته بسیاری از سهامداران از این بازار خارج شدند و به سمت بازار ارزهای دیجیتال شتافتند. این کوچ دسته جمعی از بازار سرمایه به بازار رمزارزها در حالی است که این بازار از پیچیدگی و ریسک بیشتری نسبت به بازار سهام برخوردار است. در همین حال، موج گسترده‌ای از گرایش سرمایه‌گذاران به خصوص سرمایه‌گذاران خرد به فعالیت در بازار خرید و فروش رمزارزها به ویژه بیت‌کوین شکل گرفته و حتی بسیاری از خانم‌ها در مراسم ازدواج خود به جای سکه، بیت‌کوین را مهر خود قرار می‌دهند. از سوی دیگر، کارشناسان هشدار می‌دهند که اتفاقی که در ماه‌های گذشته در بازار سرمایه رخ داد و بخش زیادی از مردم در بورس ضرر کردند، حالا در بازار رمزارزها به شکلی دیگر در حال تکرار است. از آنجا که بازار رمزارزها علاوه بر ریسک زیاد و پیش‌بینی‌پذیری کم، چندین و چند برابر بازار سرمایه پیچیده و تخصصی است، این موضوع باعث می‌شود افرادی که دانش کافی و لازم را ندارند، با ورود به این بازار، دارایی خود را به آسانی هرچه تمام‌تر از دست بدهند. این موضوع در صحبت‌های دیروز رئیس سازمان بورس نیز منعکس شد و محمدعلی دهقان دهنوی در آیین افتتاح رسمی معاملات آتی نقره و حراج باز، از شهروندان خواست به جای سرمایه‌گذاری در رمزارزها در بورس سرمایه‌گذاری کنند.

به جای رمزارزها در بورس سرمایه‌گذاری کنید

رئیس سازمان بورس در مراسم افتتاح معاملات قرارداد آتی نقره و حراج باز سنگ آهن در بورس کالای ایران که ظهر یکشنبه با حضور نمایندگان مجلس و مدیران وزارت صنعت، معدن و تجارت برگزار شد، از رواج خرید و فروش رمزارز در کشور انتقاد کرد و گفت: مردم به جای اینکه دارای اقتصادی هشدار می‌دهند به منظور جلوگیری از ایجاد تورم جدید در به کشورهای دیگر می‌رسد، در بازار سرمایه سرمایه‌گذاری کنند تا این سرمایه‌گذاری منجر به رشد اقتصادی کشور شود.

او همچنین درخصوص مصوبه اخیر شورای عالی بورس توضیح داد: صندوق توسعه بازار، ایجاد آرامش در بازار سرمایه است و مصوبه اخیر چیزی جز اوراق اختیار فروش تبعی نبوده و روش جدیدی در بازار محسوب نمی‌شود. این اوراق بر روی پورتفوی از سهام مختلف منتشر می‌شوند و این پورتفوی از طریق صندوق توسعه بازار، بازاریابی، تحلیل

بهترین راه هزینه‌کرد ارزهای آزادشده چیست؟

## هشدار یک اقتصاددان نسبت به عواقب ارزی

سیاستمداران، اقتصاد را بسیار ساده تحلیل کرده‌اند و به همین دلیل تصمیمات اشتباهی در این عرصه گرفته شده است، اما امروز جامعه ما هم تجربه گذشته را دارد و هم اینکه به دلیل قرار داشتن تحت تحریم‌های ظالمانه‌ای که در تاریخ بشریت بی‌سابقه بوده است، توانسته بخش‌های زیادی از تولید داخلی خود را تقویت کند. به عنوان مثال رشدی که صنعت لوازم داخلی ایران در دو سال گذشته داشته است را می‌توان با رشد آن در ۵۰ سال گذشته مقایسه کرد بنابراین باید از این روند محافظت کنیم، نه آنکه با تزیق مستقیم ارز به بازار بار دیگر زمینه نابودی این صنایع را فراهم سازیم. او با اشاره به اینکه با وجود فشار شدید تحریم، امروز سطح تولید صنعتی ایران به سطح دوران پیش از تحریم بازگشته است، گفت: این یعنی تمام این محدودیت‌ها نتوانسته جلوی تولیدگران ایرانی را بگیرد و آنها به میزان پیش از تحریم‌ها تولید می‌کنند بنابراین شایسته است تا در این دوران جدید که در پیش‌رو داریم و به نظر می‌رسد محدودیت‌های اقتصادی در حال کاهش خواهند بود، از تکرار سیاست‌های اشتباه اقتصادی که بعضاً در گذشته کشور اعمال شده است، خودداری شود و در آنها بازنگری جدی صورت بگیرد تا بتوانیم از صنایع داخلی حمایت کنیم.

سعدوندی در پایان خاطر‌نشان کرد: البته بازنگری در سیاست‌های اقتصادی، نیاز به گفت‌وگوهای مستمر و برقراری دیالوگ میان سیاست‌گذاران در عرصه‌های اقتصادی و سیاسی با کارشناسان و فعالان حوزه‌های مختلف اقتصاد و صنعت دارد. امر مهمی که متأسفانه در حال حاضر شاهد شکل‌گیری آن به حدی که نیاز آن احساس می‌شود، نیستیم. به همین دلیل بنده به عنوان یک کارشناس اقتصادی وظیفه خود می‌دانم تا نسبت به تکرار سیاست‌های اشتباه ۵۰ سال گذشته، پس از ایجاد گشایش‌های اقتصادی آینده هشدار دهم.

ایجاد لنگر اسمی برای مدتی قیمت ارز سرکوب شده است. ایجاد این لنگر اسمی هرچند به طور موقت می‌تواند انتظارات تورمی را کاهش دهد و در تجربه ایران دیده شده است که اگر شرایط آرام باشد با این شیوه می‌توان به مدت ۸- ۷ سال هم قیمت ارز را سرکوب کرد، اما همواره پس از آنکه فنر نرخ ارز بسیار فشرده شد، کنترل آن از دست رفته است و با جهش غیرقابل کنترل ارز و در نتیجه افزایش چشمگیر تورم مواجه شده‌ایم.

به گفته وی، در نتیجه اجرای این سیاست، هرچند در ظاهر قیمت ارز ثابت مانده است، اما در واقع این تولید ملی است که ضربه می‌خورد و تنها برندگان این ثبات ظاهری، تولیدکنندگان خارجی هستند. در پی سرکوب قیمت ارز و ارزتان نگاه داشتن آن از قیمت واقعی‌اش، تولیدکننده ایرانی نمی‌تواند کالایی با بهای در حد توان رقابت جهانی تولید کند و از سوی دیگر تولیدکننده خارجی کالاها خود را با قیمتی کمتر از نرخ واقعی، وارد کشور می‌کند و سودهای کلان می‌برند. علاوه بر این بعد از رها شدن فنر قیمت ارز نیز این عموم مردم هستند که به دلیل افزایش بی‌مهابای، تورم آسیب جدی می‌بینند.

سعدوندی محل درست هزینه‌کرد این منابع را در واردات تکنولوژی‌های ضروری دانست و ادامه داد: باید از ورود مستقیم این منابع ارزی به بازارهای داخلی جلوگیری به عمل آید و به جای آن، این منابع صرف ساخت زیرساخت‌ها در داخل شوند. طرح‌های بنیادینی مانند خط راه‌آهن چابهار به سرخس یا اقیانوس هند به چابهار را می‌توان با پشتوانه این منابع و با کمک تکنولوژی و پیمانکاران خارجی مانند هندی‌ها و چینی‌ها انجام داد که از این طریق هم به تقویت اقتصاد کشور در کوتاه مدت و بلندمدت کمک شده است و هم از ایجاد تورم‌های افسارگسیخته جلوگیری به عمل می‌آید. این استاد دانشگاه ادامه داد: متأسفانه در تمام پنج دهه گذشته





انحراف شدید در توزیع مرغ

**صدور حواله‌های سنگین بدون نظارت**

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی گفت مشکلی از بابت تولید مرغ وجود ندارد، اما روشن است که در توزیع مرغ بعد از کشتار انحرافات شدیدی وجود دارد و هیچ‌گونه نظارتی هم بر آن نیست.

حبیب اسدالله‌نژاد در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه واحدهای مرغداران هرچه جوجه تولیدشده را پرورش و در پایان دوره تحویل کشتارگاه می‌دهند، اظهار کرد: براساس سیاست‌گذاری ستاد تنظیم بازار بایستی ماهیانه تعداد مشخصی جوجه‌ریزی صورت گیرد و پس از آن این جوجه‌ها در واحدهای مرغداری تخلیه و پس از تولید بدون انحراف توزیع شود.

وی ادامه داد: آمار دقیقی از میزان تولید در اختیار نیست ولی هرچه جوجه تولیدشده در سال‌های پرورش تبدیل به مرغ گوشتی و وارد بازار شده است.

نایب رئیس کانون انجمن صنفی مرغداران گوشتی اضافه کرد: با وجود اینکه واحدهای مرغداری قیمت مصوب ۲۰ هزار و ۴۰۰ تومان مرغ را قبول ندارند، زیرا معتقدند متحمل خسارت‌های زیادی می‌شوند، اما چون دستوری است با همان نرخ مصوب مرغ‌هایشان را تحویل کشتارگاه‌ها می‌دهند.

وی تصریح کرد: فارم‌های مرغ گوشتی هر آنچه جوجه دریافت کنند مرغ تحویل می‌دهند و مشکلی از بابت تولید وجود ندارد، اما روشن است که در توزیع مرغ بعد از کشتار انحرافات شدیدی وجود دارد و هیچ‌گونه نظارتی هم بر آن نیست. مثلاً گفته می‌شود برخی ماشین‌های تحویل مرغ وارد میدان بهمن شده و همانطور هم خارج می‌شوند و یا حواله‌های سنگین بدون نظارت صادر می‌شود و اصلاً معلوم نیست مرغ‌ها و حواله‌ها را به کجا می‌برند.

به گفته وی سیاست‌گذاری جوجه‌ریزی ۱۳۰ میلیون قطعه برای ماه بهمن و اسفند است و اگر ۱۳۰ میلیون قطعه جوجه تولید و جوجه‌ریزی انجام شده باشد، روزانه بایستی ۷۵۰۰ تن مرغ در سراسر کشور توزیع می‌شود، ولی در حال حاضر اینگونه نیست و به نظر می‌رسد آمارها نیاز به راستی‌آزمایی و بازار نیاز به پایش و نظارت شدیدتر دارد.

اسدالله‌نژاد در پایان گفت: قیمت تمام شده مرغ زنده برای تولیدکننده هزار ۱۶ هزار ۵۰۰ تومان و مرغ گرم هم حدود ۲۳ هزار تومان است.

**معلمان ۶۰ گیگ اینترنت رایگان دریافت می‌کنند**

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات از ارائه بسته ۶۰ گیگابایتی اینترنت رایگان برای معلمان خبر داد.

به گزارش ایسنا، ویروس کرونا از اسفندماه سال گذشته وارد ایران شد و از همان هفته‌های ابتدایی، برای جلوگیری از شیوع بیشتر این ویروس، آموزش مجازی در مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها به راه افتاد. در روزهای ابتدایی شیوع کرونا، بسیاری از کاربران خواستار امکاناتی از جمله اینترنت رایگان برای گذراندن این اوقات در منازل بودند. در این راستا محمدجواد آذری جهرمی -وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات- در اینستاگرام خود اعلام کرده که معلمان می‌توانند برای دریافت بسته رایگان آموزش مجازی ۶۰ گیگابایتی، به سامانه [ic.gifts.ir](http://ic.gifts.ir) مراجعه و ثبت‌نام کنند. مهلت ثبت‌نام تا روز چهارشنبه هفته جاری است.

به گزارش ایسنا، در حالی که پس از تصمیم به برگزاری کلاس‌های دانشگاه‌ها به صورت مجازی، اعلام شد آی‌پی‌هایی که توسط دانشگاه‌ها به وزارت ارتباطات اعلام شود، رایگان است، همواره اعتراضاتی نسبت به رایگان نشدن برخی از سایت‌ها وجود داشت و به همین دلیل چندی پیش اعلام شد در ترم تحصیلی جدید به جای رایگان شدن سایت دانشگاه‌ها، هر دانشجو و طلبه ۶۰ گیگابایت اینترنت رایگان دریافت می‌کند.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات همچنین درباره اینترنت رایگان برای دانش آموزان گفته بود: براساس سیاستی که وزارت آموزش و پرورش اتخاذ کرده، آموزش‌ها به بستر سامانه شاد منتقل شده و این سامانه برای آموزش مجازی مورد تأیید این وزارتخانه در مدارس دولتی است بنابراین آموزش مجازی رایگان از طریق سامانه شاد فراهم شده است و برای استفاده از آن، هزینه‌ای دریافت نمی‌شود و تمام هزینه‌های آن را دولت تأمین می‌کند.

**قطع بیش از ۲ میلیون کارت‌خوان فاقد مالیات**

بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران با غیرفعال کردن حدود ۲.۵ میلیون ترمینال، تکمیل و صحت‌سنجی اطلاعات بالغ بر ۴.۷ میلیون ترمینال پذیرش دیگر و ارائه اطلاعات آنها به سازمان امور مالیاتی در حال تکمیل آخرین مراحل اجرای مسئولیت‌های خود نسبت به قانون پایانه‌های فروشگاهی است. به گزارش ایسنا، بانک مرکزی براساس ماده ۱۱ قانون پایانه‌های فروشگاهی نسبت به ساماندهی دستگاه‌های کارت‌خوان و درگاه‌های پرداخت الکترونیکی اقدامات مهمی انجام داده و روند این عملیات با همکاری سازمان امور مالیاتی ادامه دارد.

بنابر اعلام معاونت فناوری‌های نوین بانک مرکزی تاکنون اطلاعات ۴ میلیون و ۷۰۰ هزار کارت‌خوان و درگاه پرداخت که پیش از این در سامانه مودیان مالیاتی ثبت نشده بود، پس از تکمیل و صحت‌سنجی اطلاعات برای تشکیل پرونده مالیاتی به سازمان امور مالیاتی ارائه شده است.

همچنین زیرساخت‌های فنی و مقرراتی لازم نیز به گونه‌ای فراهم شده که از سیستم دی‌ماه گذشته هر متقاضی جدید ترمینال پرداخت ابتدا ملزم به تشکیل پرونده مالیاتی است و روال تخصیص ترمینال به متقاضی جدید تنها پس از ثبت نام در سامانه و دریافت کد رهگیری ادامه خواهد یافت.

علاوه بر این ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار کارت‌خوان و درگاه پرداخت اینترنتی غیرفعال یا کم‌ترانکس نیز که فاقد پرونده مالیاتی بودند، قطع شدند.

این تعداد علاوه بر ۳۶۰ هزار کارت‌خوان و درگاه پرداخت اینترنتی است که در مرحله قبل به علت نامعتبر بودن کد ملی و شناسه ملی نامعتبر یا پرونده مالیاتی غیرفعال قطع شده بودند.



رئیس کل بانک مرکزی تأکید کرد: تسهیلات بانکی در ۱۰ ماهه امسال معادل یک میلیون و ۴۰۰ هزار میلیارد تومان بوده که ۶۰ درصد آن سرمایه در گردش بوده است.

رئیس سازمان برنامه و بودجه نیز تأثیر افزایش هزینه‌های عمرانی دولت در سال ۹۹ را در رشد بخش حقیقی موثر دانست.

رئیس جمهور در این رابطه ابراز امیدواری کرد روند رشد مثبت اقتصادی تا پایان سال ادامه یابد.

رئیس سازمان برنامه و بودجه همچنین گزارشی از آخرین وضعیت بررسی و تصویب لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ ارائه کرد.

روحانی با مثبت ارزیابی کردن تعامل دولت با مجلس شورای اسلامی برای تسریع در بررسی این لایحه، گفت: اگر تصویب لایحه بودجه ۱۴۰۰ در ابتدا با برخی اختلاف سلیقه و نظرات مواجه شد، اما در ادامه کار در نهایت تعامل و تفاهم سازنده دولت و مجلس برای لایحه بودجه در فضای بهتری انجام گرفت و امیدواریم با رفع اشکالات موجود مصوبات در شورای محترم نگهبان و ابلاغ به موقع آن زمینه ادامه رشد اقتصادی کشور در سال آینده نیز فراهم گردد.

عرضه گسترده میوه و مواد غذایی به همراه شفافیت اطلاعات در ایام سال نو و همچنین ماه مبارک رمضان برای کاهش قیمت‌ها اقدامات لازم را انجام دهد.

روحانی افزود: شرایط جاری کشور به ویژه وضعیت اقتصادی و معیشت مردم ایجاب می‌کند اختلاف نظرها به حداقل برسد و امور کشور در سایه همصدایی و اجماع همه قوا مدیریت شود.

رئیس جمهور به موفقیت نظام در خنثی‌سازی توطئه دشمنان مبنی بر فروپاشی اقتصاد کشور اشاره کرد و اظهار داشت: نباید با اقدامات، رفتارها و گفتارهایی که امنیت و اعتماد اجتماعی مردم را خدشه‌دار می‌کند، امواج مخرب و بدبینانه به سطح جامعه فرستاده شود.

در این جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت همچنین رئیس بانک مرکزی گزارشی از روند رشد بخش حقیقی اقتصاد و کاهش انتظارات تورمی ارائه کرد.

بنابراین گزارش، تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی که حدود ۷۵ درصد ارزش افزوده صنعت را تشکیل می‌دهد، در سه ماهه سوم سال ۱۰۷ درصد و در مجموع در ۸ ماهه سال حدود ۸ درصد رشد داشته است.

دوستان و نهمین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت روز یکشنبه به ریاست رئیس جمهور برگزار شد و در ابتدای این جلسه قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت گزارشی از تمهیدات ویژه برای تأمین کالاهای ضروری و تثبیت و مدیریت قیمت کالاها متناسب با نیاز مردم در آستانه سال جدید ارائه کرد.

به گزارش ایسنا، رئیس جمهور با تأکید بر اجرای کامل و سریع برنامه‌های تنظیم شده برای تأمین کالا و مدیریت قیمت‌ها، گفت: از جمله جلوه‌های شکست دشمن در جنگ اقتصادی، وفور کالاهای ضروری در بازار در شرایط سخت کشور بوده، اما متأسفانه مدیریت قیمت‌ها به نحو مناسبی انجام نشده و به زندگی و معیشت مردم فشار وارد کرده است. حجت الاسلام والمسلمین روحانی تصریح کرد: دولت در اجرای تذکرات مقام معظم رهبری در مدیریت قیمت کالاهای اساسی، برنامه‌هایی را در نظر گرفته است که امیدوارم با همکاری اصناف و بخش خصوصی، به سرعت اجرایی شود و با سوءاستفاده و گرانفروشی خاطیان برخورد شود.

رئیس جمهور در همین رابطه وزارت صمت را موظف کرد با طراحی‌های ویژه و تسریع‌الوصول ضمن کوتاه کردن مسیر زنجیره تولید تا توزیع و

تعیین ۸۰ نقطه برای عرضه مستقیم میوه

**فراوانی در بازار روغن زمان می‌برد**

بالغ بر ۵ میلیون تن کالا در بنادر کشور و حدود ۵ میلیون تن ذخیره استراتژیک داریم و علی‌رغم همه تلاش‌های دشمنان برای ایجاد مشکل و اختلال در این زمینه و با وجود فراز و نشیب‌هایی که ایجاد شد، اما خوشبختانه در بحث تأمین کالا مشکلی وجود ندارد و با توجه به تذکرات ارزشمند مقام معظم رهبری، خودمان را مکلف می‌دانیم که برای رفع مشکلات موجود از هیچ تلاشی دریغ نکنیم.

افزایش خروجی سردخانه‌ها طی ۱۰ روز آینده این مقام مسئول در حاشیه جلسه تنظیم بازار میوه نیز گفت: با توجه به حساسیت و تاریخ مصرف محدود میوه‌ها در این جلسه مقرر شد حجم خروجی میوه از سردخانه‌ها طی یک هفته تا ۱۰ روز آینده افزایش پیدا کند تا هم تولیدکنندگان و هم افرادی که در سردخانه‌ها میوه دارند ضرر نکنند و با افزایش عرضه در سطح بازار شاهد تعدیل قیمت‌ها در بازار میوه شب‌عید باشیم.

وی همچنین درباره وضعیت بازار روغن ابراز امیدواری کرد که مشکل این بازار تا پایان سال برطرف شود و گفت: مشکلی در تأمین و توزیع روغن وجود ندارد، اما زمان می‌برد تا به فراوانی در توزیع روغن برسیم و این محصول به راحتی همه جا در دسترس باشد.

دبیر ستاد تنظیم بازار از تعیین ۸۰ نقطه در میادین میوه و تره‌بار شهر تهران و شهرستان‌های اطراف به عنوان غرفه عرضه مستقیم میوه و آن همچنین افزایش خروجی سردخانه‌ها طی ۱۰ روز آینده خبر داد و درباره وضعیت بازار روغن گفت مشکلی در تأمین و توزیع روغن وجود ندارد، اما زمان می‌برد تا به فراوانی در توزیع روغن برسیم.

به گزارش ایسنا، عباس قبادی در جلسه هماهنگی بازار میوه در ایام پایانی سال و ماه مبارک رمضان با استناد به بیانات مقام معظم رهبری در خصوص مشکلات معیشتی مردم و قیمت میوه در بازار شب‌عید، از استفاده از شبکه منتخب توزیع در کنار نظام توزیع و عرضه سنتی خبر داد و گفت: یکی از مسائلی که در این جلسه مورد تأکید قرار گرفت ایجاد بستر مناسب برای باغداران و تولیدکنندگان در راستای عرضه مستقیم میوه و تولیدات خود به مصرف‌کننده بود، تا با حذف دلالان به عنوان یکی از عوامل افزایش قیمت، علاوه بر تعدیل قیمت‌ها در سطح عرضه، تولیدکننده نیز منتفع شود.

به گفته وی ۸۰ نقطه در میادین میوه و تره‌بار شهر تهران و شهرستان‌های اطراف به عنوان غرفه عرضه مستقیم میوه، به صورت رایگان در اختیار اتحادیه‌ها انجمن‌ها و باغداران قرار خواهد گرفت. در

نرخ امسال ۱۵ درصد گران شد

**تقاضای خشکشویی‌ها نصف شد**

اندازه ارزش ملکی و سرمایه‌ای که برای این کار استفاده خوابیده بازدهی ندارد بنابراین افراد زیادی از این صنف خارج شدند.

کاهش تقاضای خشکشویی رجب‌زاده در ادامه از کاهش ۵۰ تا ۶۰ درصدی تقاضای خشکشویی‌ها نسبت به شب‌عیدهای پیش از کرونا خبر داد و گفت: شرایط اقتصادی و وضعیت معیشتی مردم نیز باعث شده تا نسبت به زمان مشابه سال گذشته هم تقاضای خشکشویی حدود ۳۰ درصد کاهش یابد، چراکه وضعیت اقتصادی آنقدر برای مردم سخت شده که ترجیح می‌دهند از خدمات خشکشویی که نوعی خدمات لوکس حساب می‌شود استفاده نکنند. به عبارت دیگر مردم اول شکم خود را سیر می‌کنند، بعد لباس می‌خرند و ترجیحاً خودشان شست‌وشو و اتو را انجام می‌دهند. به طور کلی وضعیت اقتصادی تأثیر زیادی بر فعالیت خشکشویی‌ها دارد.

رئیس اتحادیه خشکشویی و لباسشویی تهران نسبت به رعایت نشدن مسائل بهداشتی در خشکشویی‌های آنلاین هشدار داد و از کاهش ۵۰ تا ۶۰ درصدی تقاضای خشکشویی‌ها نسبت به شب‌های عید پیش از کرونا و کاهش ۳۰ درصدی نسبت به سال قبل خبر داد.

ابوالفضل رجب‌زاده در گفت‌وگو با ایسنا، از افزایش قیمت ۱۰ تا ۱۵ درصدی نرخ‌نامه خشکشویی در ابتدای سال ۱۳۹۹ خبر داد و گفت: این در حالی است که اجناس موردنیاز خشکشویی‌ها بیش از ۳۰۰ درصد و حتی در مواردی بیش از ۵۰۰ درصد رشد داشته است، به گفته وی قیمت پر کلر اتیلن که ماده اصلی لباسشویی است که از طریق واردات تأمین می‌شود، از حدود سه تا چهار میلیون تومان در اوایل سال، حالا به ۱۱ میلیون تومان، قیمت نایلون از کیلویی ۷ تا ۸۰۰۰ تومان به ۴۵ هزار تومان، هر بسته چوب لباسی از ۵۰ تا ۷۰ هزار تومان به ۲۲۰ تا ۲۳۰ هزار تومان رسیده است.

## نبض بازار موتورسیکلت در دستان بانک‌ها

عضو انجمن صنعت موتورسیکلت ایران ضمن اشاره به نرخ رشد منفی تولید در شش ماهه دوم سال جاری بر ورود بانک‌ها به عرصه فروش لیزینگی موتورسیکلت برای خروج بازار از حالت رکود تاکید کرد. ابوالفضل حجازی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: صنعت موتورسیکلت، برخلاف خودرو که تحرک در بازار آن وجود دارد، در حال حاضر در شرایط رکود به سر می‌برد و به دلیل کاهش قدرت خرید مردم، ۸۰ درصد خریداران این محصول را قشر ضعیف جامعه دربر می‌گیرد. وی ضمن اشاره به جهش تولید موتورسیکلت در شش ماهه نخست سال جاری و در مقابل روند منفی آن در شش ماهه دوم سال گفت: کمترین قیمت موتورسیکلت در بازار ۲۵ میلیون تومان است که با حقوق یک سال یک کارمند برابری می‌کند و با توجه به کاهش قدرت خرید جامعه، رکود بر بازار این محصول حاکم شده که نرخ رشد منفی تولید از آثار این رکود است.

عضو انجمن صنعت موتورسیکلت ایران افزود: در حوزه آمار و شماره گذاری، شاید تعدادی کمتر از ۱۵ هزار دستگاه موتورسیکلت در سه ماه اخیر پلاک شده است. حجازی با اشاره به اینکه با وجود تغییر مدل و شماره گذاری، موتورسیکلت‌های تولیدی از کارخانجات خارج نمی‌شوند، گفت: عرضه موتورسیکلت‌های مدل ۱۴۰۰ نیز نتوانسته در خروج بازار از حالت رکود مثمرتر باشد و استقبال مصرف‌کنندگان ضعیف بوده است. وی درخصوص راهکارها گفت: قدرت خرید مردم می‌بایست افزایش یابد و همچنین ورود شرکت‌های لیزینگ و بانک‌ها به این عرصه ضروری است. عضو انجمن صنعت موتورسیکلت ایران در پایان خاطر نشان کرد: ورود بانک‌ها به مبحث لیزینگ، تنها راهکار مناسب است زیرا اقدام در این راستا، ارقام بالایی را بر بانک‌ها تحمیل نکرده بلکه سود اقتصادی مناسبی برای آنها به همراه خواهد داشت و موجب سوخت شدن سرمایه‌ها نمی‌شود، دوم اینکه موجب فعال شدن کارخانجات و حفظ پایه اشتغال شده و همچنین در ترغیب مصرف‌کنندگان به خرید ترغیب موثر خواهد بود.

## چرخش چرخ خودروسازان بر مدار زیان‌دهی با قیمت‌های دستوری

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور درخصوص عوامل موثر بر زیان‌دهی صنعت خودرو و چگونگی سودآور کردن تولید برای خودروسازان به بیان توضیحاتی پرداخت. سیامک مقتدری در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: بهای تمام شده علاوه بر هزینه‌های تولید، متأثر از هزینه‌های سربار بوده و در مقابل افزایش تیراژ و سرشکن آن، از قیمت تمام شده تولید می‌کاهد. وی افزود: اگر محصولی زیان‌ده بوده و رشد تیراژ و سرشکن هزینه‌ها بر تیراژ نیز نتواند در جبران زیان‌های وارده موثر عمل کند، تولید همچنان زیان‌ده خواهد بود.

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور گفت: حتی اگر بهای تمام شده یک محصول شامل هزینه مواد اولیه و هزینه‌های مستقیم دستمزد، بیشتر از قیمت یک محصول باشد، هر چقدر که سربار به سمت صفر میل کند، کاهش قیمت تمام شده محقق نخواهد شد.

مقتدری با بیان اینکه نرخ مصوب خودرو بسیار کمتر از هزینه‌های تمام شده، مغضل اصلی خودروسازان است، تصریح کرد: افزایش ۲۰ درصدی قیمت خودرو تاکنون قادر به پوشش هزینه‌ها نبوده است. وی همچنین ضمن تاکید بر تاثیر قیمت‌گذاری دستوری بر زیان‌دهی خودروسازان گفت: با وجود افزایش سه برابری نرخ فولاد یا مواد اولیه پتروشیمی طی سال جاری در مقایسه با سال گذشته، این روند افزایش قیمت‌ها درخصوص محصولات خودروسازان ساری و جاری نبوده است.

عضو هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور درخصوص سه‌مداری دولت در صنعت خودرو و تاثیر آن بر زیان‌های وارده بر خودروسازان یادآور شد: حتی در صورت خروج دولت از سهامداری خودروسازان به دلیل اعمال قیمت‌های دستوری، همچنان چرخ تولید خودروسازان بر مدار زیان‌دهی خواهد چرخید.

مقتدری در پایان خاطر نشان کرد: با افزایش زیان‌های انباشته، صنعتگران از جمله خودروسازان ناچار از کاهش تولید می‌شوند که این امر به کاهش عرضه می‌انجامد لیسن تن خود را هم می‌فروشند تا ماشین، ملک، سکه، دلار می‌بایست زیاد شود و این امر زمانی عملیاتی خواهد شد که دولت برای تولیدکننده سودآور باشد.

## خبر آزادسازی پول‌های بلو که‌شده قیمت خودرو را کاهش داد مردم انتظار ریزش قیمت دارند

نایب رئیس اتحادیه نمایندگان خودروسازان خودرو اظهار داشت دیروز که در مورد پول‌های بلوکه شده ایران در عراق صحبت شد، دوباره دلار به ۲۴ هزار و ۵۰۰ تومان رسیده و انتظار کاهش قیمت را در مصرف‌کنندگان به وجود آورده و قیمت‌ها با کاهش مواجه شده است.

اسد کریمی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایلنا، در مورد وضعیت بازار خودرو اظهار کرد: بازار خودرو دوباره دچار رکود و کاهش قیمت شده است. ریشه کار کشور ما وابسته به دلار شده است؛ همه چیز به دلار بستگی دارد. دیروز که در مورد پول‌های بلوکه شده ایران در عراق صحبت شده، دوباره دلار به ۲۴ هزار و ۵۰۰ تومان رسیده و انتظار کاهش قیمت را در مصرف‌کنندگان به وجود آورده و قیمت‌ها با کاهش مواجه شده است.

وی همچنین تصریح کرد: با توجه به این شرایط، بازار خودرو رکاد شده، به نوعی قفل است و هیچ خریداری در بازار نیست. وقتی بازار کمی جنب و جوش پیدا می‌کند مردم لیسن تن خود را هم می‌فروشند تا ماشین، ملک، سکه، دلار یا هر کالای دیگری بخرند، ولی وقتی بازار رکاد است اگر ۱۰ درصد هم زیر قیمت عرضه شود هم خریداری ندارد؛ اینطور عادت کرده‌اند.

نایب رئیس اتحادیه نمایندگان خودروسازان خودرو با اشاره به نرخ روز خودرو گفت: امروز برآورد ۱۱۱ میلیون تومان است که نسبت به هفته گذشته ۳ میلیون تومان کاهش داشته، تیباً صندوقدار ۱۲۱ میلیون بود که به ۱۱۹ میلیون تومان رسیده است. تیبیا هاج یک با یک میلیون تومان کاهش قیمت به ۱۱۷ میلیون تومان رسیده، ساینما هم که هفته گذشته ۱۳۳ میلیون تومان قیمت داشت امروز ۱۳۰ میلیون تومان به فروش می‌رود.

وی افزود: قیمت پژو ۴۰۵ حدود ۱۸۵ میلیون تومان، پژو پارس ۲۰۸ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ تیپ ۲ حدود ۱۹۰ میلیون تومان و تیپ ۵ حدود ۲۵۰ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ تیپ ۴ حدود ۲۴۴ میلیون تومان، پژو ۲۰۷ دنده‌ای ۲۷۷ میلیون تومان و اتوماتیک ۳۹۰ میلیون تومان، سمند LX حدود ۱۹۲ میلیون تومان، هایما ۷۲۰ میلیون تومان، سراتو ۷۸۰ میلیون تومان و جک هم ۷۲۰ میلیون تومان است.

# انتقاد تولیدکنندگان نسبت به ممنوعیت صادرات تیر



وی افزود: اقداماتی که در جهت افزایش تولید صورت گرفته، مستلزم سرمایه‌گذاری و افزایش شدید بهره‌وری بوده است. واضح است که در شرایط فعلی تحریمی که اکثریت صنایع با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو هستند، توانستیم عملکرد خوبی داشته باشیم و تکنولوژی خود را نوسازی کرده‌ایم. علاوه بر این محصولات جدید که پیش از این معمولاً با بهره‌گیری از کمک فنی خارجی‌ها ایجاد تحول می‌کردیم، به بازار عرضه کردیم و ظرف چند سال اخیر، در همه مراحل ضعف توسعه‌های خود را توانمندسازی کردیم که در نهایت اسمال محصول نهایی عرضه شده است و توانستیم متناسب با استانداردهای روز اروپا، تولید خود را افزایش دهیم.

این مقام صنعتی تصریح کرد: اما با توجه به وضعیت فعلی، به چند مشکل اساسی برمی‌خوریم که ممکن است در سال آینده، شتابی که امروز برای افزایش تولید در پیش گرفته‌ایم را مانع شود؛ چنانچه هم بخواهیم با تکیه بر توان خود و بدون انتظار از دولت و مسئولان با همین شتاب پیش رویم، ما را به مشکلات متعدد دیگری دچار خواهد کرد. به طور مثال تیرهای سواری انواع گوناگونی دارد و تیر خودروها با شاسی‌های بلند که خود دارای چند سازه است، مناسب خودروهای پژو، پراید و... نیست و بالعکس. هر اندازه تیر برای تعدادی از خودروها قابل استفاده است بنابراین زمانی که می‌گوییم از میزان حجم مصرف عبور خواهیم کرد، این بدین معنا نیست که برای تک‌تک خودروها قابلیت تولید به یک میزان وجود دارد؛ بلکه برخی سایزها تولید بیشتری دارند، برخی کمتر و تولید متناسب با کشتش بازار صورت می‌گیرد.

تنها تاکید کرد: بنابراین در این شرایط احتیاج داریم که به تولیدکنندگان مجوز صادرات داده شود. امروزه با مدیریت‌های کلان

## چرا قرعه‌کشی خودرو شکست خورد؟

یا مجلس خاص نیز نمی‌شود. نتیجه این سیاست و قیمت‌گذاری غلط باعث شده است که هم خودروساز و هم مصرف‌کننده از قیمت‌گذاری ناراضی است و فقط دلالت هستند که از این بازار سودهای کلانی به جیب می‌زنند.

برخی از کارشناسان معتقدند، دیدگاه حمایتی دولت‌ها از صنعت خودروسازی داخلی باعث شده دو سیاست به شکل هم‌زمان اجرایی شود که نتیجه آن امروز بیش از هر زمان دیگری خود را نشان می‌دهد. دولت‌ها معتقدند با توجه به اشتغال قابل توجه نیروی کار در خودروسازی‌های داخلی و لزوم حمایت از آنها، امکان ایجاد یک بازار آزاد با واردات بدون محدودیت خودرو وجود ندارد و از این رو در تمام سال‌های گذشته واردات خودرو با وضع تعرفه محدود شده و از حدود سه سال قبل، با توجه به تحریم‌های جدید آمریکا عملاً ممنوع شده است اما واقعیت امر این است که دولت به دلیل مشکلات ارزی جلوی واردات خودرو به کشور را محدود و یا گرفته است.

## دلایل ناکامی در واگذاری سهام خودروسازان چیست؟

صنعت خودرو در دولت دوازدهم کلید بخورد. آنچه مشخص است دوره انتقال از وضعیت «بنگاه‌داری» به وضعیت «رگولاتوری» و تثبیت دولت در این جایگاه به مدت زمان چهار یا پنج سال نیاز دارد حال آنکه دولت در این سال‌ها حتی اولین قدم را هم برنداشت. وزیر پیشین صنعت، معدن و تجارت حدود سه سال پیش همراه با مصوبه شورای هماهنگی سران سه قوه اعلام کرد که واگذاری سهام خودروسازان تا پایان سال ۹۹ اجرایی خواهد شد. رحمانی در شرایطی سه فرآیند برای کاهش تصدیگری دولت در خودروسازی تعریف کرد که به نظر می‌رسد خشت اول این واگذاری از سوی شورای هماهنگی سران سه قوه کج گذاشته شد. آنچه مشخص است هدف اصلی این شورا برای واگذاری سهام دو شرکت خودروساز بزرگ کشور، ارتقا و ساماندهی این صنعت نبوده بلکه هدف کسب درآمد به واسطه فروش سهام تعریف شده بود. این شورا تصمیم داشت به واسطه توقف فروش نفت و همچنین کسری بودجه، دولت از فروش سهام خودروسازان کسب درآمد کند. به این ترتیب خصوصی‌سازی نه برای بهبود و ارتقای این صنعت بلکه تنها برای تامین نقدینگی دولت در دستور کار سیاست‌گذار خودرو قرار گرفت و به همین دلیل نیز نتوانست در راستای تامین نیازهای خودروساز پیش برود.

سیاست‌های غلطی که در تمام سال‌های گذشته در صنعت خودرو به اجرا در آمده کار را به جایی رسانده که طرح‌ها و برنامه‌های جدید نه تنها گره‌ای از مشکلات باز نمی‌کنند که پس از چند ماه، خود به مضلی جدید بدل می‌شوند.

کارشناسان و فعالان صنعت خودرو در طول سال‌های گذشته بارها تذکر داده‌اند که در صورت اصلاح نشدن سیاست‌های غلطی که در طول تمام سال‌های گذشته در این بخش به اجرا درآمده، اوضاع در یکی از مهمترین بخش‌های اقتصاد ایران بیش از پیش به هم می‌ریزد و نگاهی به سیاست‌های اجرا شده در سال ۹۹ نشان می‌دهد که تصمیم‌گیران در سال جاری نیز برای این هشدارها گوش شنوا نداشته‌اند.

مداخله دولت در بازار خودرو مضلی است که در سال‌های گذشته، هرگز گریبان این بخش را رها نکرده و موضوع محدود به یک دولت

طبق وعده وزارت صمت و براساس مصوبه شورای هماهنگی سران قوا، قرار بر واگذاری سهام دو شرکت خودروساز تا پایان سال جاری بود، اما با توجه به چینش طرح‌های خودرویی و تجدیدنظر دولت و مجلس در نوع عرضه و قیمت‌گذاری محصولات داخلی، به‌نظر می‌رسد که خصوصی‌سازی نه‌تنها در روزهای پایانی سال جاری بلکه در سال آینده نیز گزینه احتمالی نخواهد بود.

به گزارش پدال نیوز، آنچه مشخص است دولت یازدهم و دوازدهم بارها بر واگذاری سهام خودروسازان تاکید و شعار حذف «دولت‌عامل» و جایگزینی آن با «دولت‌ناظر» و «رگولاتور» را در عرصه صنعت خودروی کشور فریاد زد، با این حال تا امروز هیچ اقدام سازنده‌ای در راستای شعار «دولت‌ناظر» انجام نداده و همچنان تصمیم‌ساز و سکاندار کشتی به گل نشسته خودروسازی است.

این سکاندار با تدابیری که برای مشکلات و چالش‌های خودرو اندیشیده، به خصوص در سه سال گذشته زمینه افول این صنعت را بیش از پیش فراهم کرده، به‌طوری‌که زیان انباشته ۴۳ هزار میلیاردی و ضرر ۱۲ هزار میلیاردی تولید را می‌توان نتیجه عملکرد ۹ ماهه اسمسال «دولت‌عامل» خواند. با این حال به‌نظر می‌رسد که سیاست‌گذار خودرو به وضعیت موجود رضایت دارد و حاضر نیست



## اعتراف مدیر اینستاگرام: پنهان کردن

به دنبال راهکاری است تا این قابلیت را برآورد کند.

اینستاگرام از اوایل سال ۲۰۱۹ در حال لایک‌هاست و معتقد است این کار سبب تا کیفیت آن خواهد شد و از تحت تأثیر قرار می‌کند. موسری نیز اواخر سال ۲۰۱۹ در «می‌خواهیم کاربران کمتر نگران تعداد لایک‌ها و برقراری ارتباط با عزیزان خود کنند.» با وجودی که پنهان شدن لایک‌های کاربران به طور واضح می‌گوید که این قابلیت کنار گذاشته می‌شود.

مدیر اینستاگرام ضمن اعتراف این نکته که پنهان کردن آمار لایک‌ها ایده‌ای تفرقه‌آمیز است، گفت که این ایده کنار گذاشته نخواهد شد. به گزارش دیجیاتو، هفته گذشته برخی کاربران اینستاگرام متوجه پنهان شدن آمار لایک در برخی پست‌ها شدند که باگ بوده و اینستاگرام آن را برطرف کرده است. این اتفاق سبب شد تا موضوع پنهان شدن لایک‌ها از پست‌های اینستاگرام دوباره داغ شده و برخی از کاربران، به خصوص اینفلوئنسرها و کاربرانی که درآمدشان به لایک وابسته است، نگران شوند.

حال، «آدام موسری» (Adam Mosseri)، مدیر اینستاگرام با انتشار ویدئویی کوتاه در توئیتر اعتراف کرد که پنهان کردن آمار لایک‌ها ایده‌ای تفرقه‌آمیز (Polarizing) است. او ضمن اشاره به باگ هفته قبل و معذرت‌خواهی از کاربران، گفت که اینستاگرام

## نوآوری به کمک آمد و بازار گردش و بازی تجربه‌ای جدید کسب کرد

جوابی تفریح در مسافرت‌های خود نیز ممکن است با سختی‌های متعددی از جمله نبود اطلاعات بر خط کافی، روبه‌رو شوند. آنها به صورت مستقیم می‌توانند تفریحات محلی را از طریق سایت، رزرو کنند. نوروزی ضمن تأکید بر عرضه خدمات حداکثری به کاربر، افزود: برگزاری

رخدادهای تفریحی، معرفی تفریحات محلی، برگزاری رخدادهای بازدید مانند بازدید از پخت گز در اصفهان یا پخت نان سنتی در یک روستا و تجربه دوشیدن شیر، از جمله دیگر گزینه‌ها در این سامانه است. مدیرعامل شرکت خلاق تفریح‌ساز هوشمند، همچنین بیان کرد: به خاطر شیوع کرونا، این سامانه نیز مانند بسیاری دیگر از مشاغل با افت تقاضا مواجه شده است. البته امیدوار هستیم با رفع این معضل، دوباره روزهای رونق گذشته بازگردد. وی گفت: صنعت تفریح پس از حمل و نقل و اقامت سومین شاخه گردشگری هست و استارت‌آپ‌های این



حوزه در دنیا جزو استارت‌آپ‌های با بیشترین رشد هستند. متأسفانه در زمان اوج‌گیری با کرونا همراه شدیم. بعد از کرونا با توجه به وضعیت مردم امید داریم، یکی از پرکاربردترین محصولات محلی را بازار ایران باشیم.

یک شرکت خلاق با تاسیس یک سامانه آنلاین موفق شده است که رونق قابل توجهی در کسب و کارهای محلی ایجاد کند. پریماز نوروزی، مدیرعامل شرکت خلاق تفریح‌ساز هوشمند، گفت: توزیع شادی و افزایش سرانه امید در کشور، نیازمند توسعه تفریحات سالم است و این موضوع نیز تنها با استفاده از ابزار نوآوری و فناوری، امکان‌پذیر است. اپلیکیشن فانزی، در این راستا تاسیس شد. فانزی، یک سامانه دوسویه است که از یک طرف به صاحبان کسب و کارهای مبتنی بر تفریح و تفریح خدمات می‌دهد و از سوی دیگر، خدمات مختلفی به شهروندان گردشگر یا جوینی تفریح ارائه می‌کند. مدیرعامل شرکت خلاق تفریح‌ساز هوشمند، در ادامه افزود: از یک سو، کسب و کارهای مختلفی در سراسر کشور وجود دارند، که مایل هستند تا حوزه کاری آنها معرفی شود و بتوانند مشتری بیشتری جذب کنند. این گونه مشاغل با مراجعه به ما، در یک

پنل کاربری اختصاصی، کسب و کار خودشان را ثبت می‌کنند. ما با جذب مشتری برای این کسب و کار، سعی داریم تا در این مشاغل محلی رونق ایجاد کنیم. وی ضمن توضیح بیشتر در مورد خدمات این سامانه گفت: شهروندان

## مواد اولیه دارویی ایران ساخت به بازار می‌آید و نیاز داروسازان رفع می‌شود

یک شرکت دانش‌بنیان با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری موفق شده است مواد اولیه داروسازی را که تحریم بود، ایران ساخت کند. محمد عزیز محمدی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان فناوران دارویی حکیم، گفت: معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در حوزه‌های مهم مانند دارو طرح‌های منتخب و اساسی را مورد حمایت ویژه قرار می‌دهد. از این رو طرح ما در حوزه خودکفایی مواد مورد نیاز در داروسازی مورد تصویب و حمایت این معاونت قرار گرفت. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان فناوران دارویی حکیم، در ادامه افزود: در این طرح موفق شدیم تا مواد اولیه ضروری در شرکت‌های داروسازی را تهیه کنیم. هر دارویی برای تولید، نیازمند برخی مواد اولیه و استاندارد است. این مواد غالباً از سال‌ها پیش در لیست تحریم قرار داشت و کشور باید حتماً همه این مواد را تولید کند.



### دریچه

## کرونا دانشجویان بین‌المللی هلند را با چالش‌های روحی مواجه ساخت و نگرانی‌ها را افزایش داد

احساس افسردگی می‌کنند. حدود ۳۵٫۹ درصد از پاسخ‌دهندگان احساس غالباً یا همیشه امیدواری، ۳۲٫۴ درصد احساس انگیزه و ۲۴٫۷ درصد، احساس خوشبختی می‌کردند.

یک نظرسنجی انجام شده در سال ۲۰۱۹، در مورد تجربیات دانشجویان بین‌المللی نشان داد که ۴۴ درصد از پاسخ‌دهندگان فشار روانی بسیار شدید و ۴۰ درصد نیز مشکلات روانی متوسط تا شدید را تجربه کرده‌اند. به همین دلیل نویسندگان گزارش ۲۰۲۱ به این نتیجه رسیدند که در میان دانشجویان بین‌المللی، احساسات منفی افزایش یافته و احساسات مثبت در طی همه‌گیری کاهش یافته است.

گزارش به تفصیل در مورد علت نگرانی دانش‌آموزان توضیح می‌دهد و از پاسخ‌دهندگان خواسته شد در مورد نگرانی‌های‌شان توضیح دهند. حدود ۶۸٫۸ درصد دانشجویان بین‌المللی اظهار داشتند که بیشتر یا تمام دانشجویان، در مورد آینده شغلی خود نگران هستند. مسائل مربوط به ادامه کار پژوهشی و آینده تحصیلی نیز یکی دیگر از نگرانی‌های آنان بود.

محققان همچنین زندگی اجتماعی دانشجویان را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. اکثریت قریب به اتفاق اظهار داشتند که از زندگی اجتماعی خود از سپتامبر ۲۰۲۰ به بعد ناراضی هستند ۶۷ درصد از زندگی خود ناراضی یا بسیار ناراضی هستند. فقط ۱۴ درصد اظهار داشتند که از زندگی اجتماعی خود راضی یا بسیار رضایت دارند.

تعداد قابل توجهی از دانشجویان بین‌المللی در هلند به دلیل شیوع ویروس کرونا با اضطراب و تنهایی دست و پنجه نرم می‌کنند.

به گزارش PieNews تحلیل وضعیت دانشجویان بین‌المللی در مؤسسات آموزش عالی هلند در طول همه‌گیری کووید-۱۹ بین ۱۵ دسامبر ۲۰۲۰ و ۱۰ ژانویه ۲۰۲۱ انجام شده است. حدود ۳۵۷ دانشجوی بین‌المللی ثبت نام شده در مؤسسات آموزش عالی هلند به پرسش‌های این نظرسنجی پاسخ دادند و به محققان در مورد تجربه خود در طول دوران شیوع بیماری کرونا گفتند. بیش از نیمی از دانشجویان بین‌المللی در آموزش عالی هلند اعلام کردند که عمدتاً احساس نگرانی، تنهایی یا بی‌حوصلگی را تجربه می‌کنند. بیش از ۴۰ نفر از پاسخ‌دهندگان گفتند که از افسردگی رنج می‌برند. این تحقیق نشان می‌دهد که دانشجویان بین‌المللی به شدت تحت تأثیر بحران تاج قرار گرفته‌اند. براساس گزارش اخیر، دانشجویان بین‌المللی از ایمنی کمتری نسبت به دانشجویان هلندی برخوردارند. همین امر آنها را به گروهی آسیب‌پذیر تبدیل می‌کند. این گزارش زندگی عاطفی دانش‌آموزان را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد و از آنها می‌پرسد که هر چند وقت یک بار احساسات منفی مانند اضطراب، بی‌حوصلگی یا افسردگی و همچنین احساسات مثبت به عنوان مثال امیدواری، انگیزه و شادمانی را تجربه می‌کنند.

افزایش نگرانی‌ها نسبت به رضایتمندی بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان حدود ۶۲ درصد گفتند که اغلب یا همیشه احساس اضطراب می‌کنند؛ ۴۱ درصد از پاسخ‌دهندگان اغلب یا همیشه

## یک ایده چه مسیری را می‌پیماید تا نیازی از صنعت را رفع کند

و پشتیبانی از محصول خود انجام می‌دهد، ناشی می‌شود. شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، با نوآوری ذاتی خود می‌توانند به تحول و تکامل زنجیره ارزش صنایع و شرکت‌ها کمک کنند و همچنین آنها را در تشخیص حوزه‌های ناکارآمد کسب و کارشان یاری دهند.

صنایع به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق می‌توانند روش‌ها و راهبردهایی را به کار ببرند که روش ضمن تولید محصول یا ارائه خدمتی رقابتی و کیفی، حداکثر کارایی و سودآوری را برای‌شان به ارمغان بیاورد. یکی از بخش‌های ضروری هر شرکت که وظیفه ارتقا در زنجیره ارزش و تولید محصولات و یا ارائه خدمات رقابتی را برعهده دارد، بخش تحقیق و توسعه است؛ توسعه فناوری در مرحله تحقیق و توسعه یک شرکت اتفاق می‌افتد و بخش‌هایی مانند طراحی، توسعه روش‌های تولید و فرآیندهای اتوماسیون به دست دانش‌آموختگان این بخش ارتقا می‌یابند.

امروزه نقش شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق در توسعه فناوری و نوآوری صنایع و شرکت‌ها بسیار جدی‌تر از گذشته است و با نوآوری ذاتی که دارند، می‌توانند زمینه تحول در تمامی بخش‌های یک صنعت را به همراه بیاورند.

در همین راستا نیز معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، با ایجاد زیست‌بومی برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، با برنامه‌های سیاستی و اجرایی، زمینه را برای تکمیل زنجیره ارزش شرکت‌ها و صنایع به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق فراهم کرده است. حمایت‌های معافیتی و تسهیلاتی و همچنین برگزاری رویدادهای ارائه نیازهای فناورانه صنایع گام‌هایی در همین راستا به شمار می‌روند که زمینه را برای پیوند میان ایده‌های نوآورانه کسب و کارهای دانش‌بنیان و زنجیره ارزش صنایع، برقرار می‌کند.

تکمیل زنجیره ارزش به عنوان یکی از اولویت‌ها برای پیوند خوردن ایده‌های فناورانه به صنایع، یک راهبرد مهم زیست‌بوم نوآوری به شمار می‌رود. از یک ایده نوآورانه تا یک محصول پیشرفته و رقابت‌پذیر که بتواند ارزش افزوده خلق کند، فاصله‌های طولانی و پرپیچ و خم است که به کمک حلقه‌های گوناگون و به هم پیوسته، تکامل می‌یابد؛ حلقه‌هایی که در کنار یکدیگر، زنجیره ارزش را شکل می‌دهند.

از این زنجیره، در بحث‌های نوآورانه و دانشی بسیار شنیده‌ایم، اما شاید کمتر درباره‌اش بدانیم. زنجیره ارزش یک مدل یا الگوی تجاری است که طیف کاملی از فعالیت‌های موردنیاز برای ایجاد یک محصول یا خدمت فناورانه را دربر می‌گیرد.

برای شرکت‌هایی که کالا تولید می‌کنند، یک زنجیره ارزش شامل مراحل است که از ایده ساخت یک محصول از زمان تصور در ذهن فرد ایده‌پرداز، تا رسیدن آن به دست مشتری و تمامی فرآیندهای میان این دو را دربر می‌گیرد. یک شرکت، با ارزیابی روش‌های دقیق در هر مرحله از کسب و کار خود، تحلیل زنجیره ارزش را انجام می‌دهد. هدف از تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش، افزایش بهره‌وری تولید است تا شرکت، بتواند حداکثر ارزش را با کمترین هزینه ممکن به دست بیاورد.

نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در زنجیره ارزش به دلیل رقابت روزافزون برای حضور در بازارهای منطقه‌ای و جهانی، تولید محصولات برتر و حفظ مشتریان، شرکت‌ها باید به طور مداوم در زنجیره ارزش خود به تحولاتی دست بزنند تا مزیت رقابتی خود را حفظ کنند. مزیت رقابتی از فعالیت‌های پیوسته بسیاری که یک شرکت در طراحی، تولید، بازاریابی، ارائه

## زیرساخت‌های نرم‌افزاری کسب و کارها توسعه یافت

می‌گیرد. این دستگاه پوز به سامانه مدیریت مشتریان ما متصل است. وی همچنین بیان کرد: این سامانه به ازای هر خرید مشتری امتیازی معادل ۵ تا ۱۰ درصد به وی اعتبار اختصاص می‌دهد و مشتری می‌تواند به کمک این اعتبار به صورت رایگان خرید کند. همچنین براساس این تراکنش‌ها، امکان تحلیل رفتار مشتری برای ما فراهم می‌شود، صاحب کسب و کار نیز می‌تواند براساس این گزارش‌های تحلیلی تصمیم‌گیری کند.

رویت‌پور، ضمن برشمردن دیگر مزایای سامانه آنلاین مدیریت مشتری، ادامه داد: سامانه ما در مقایسه با نمونه‌های مشابه خارجی نزدیک ۵۰ درصد ارزان‌تر است. در حال حاضر بیش از ۶۰۰ کسب و کار با ما همکاری می‌کنند و ما در مجموع حدود ۴۰۰ هزار مشتری را مدیریت می‌کنیم. این نوع از

نرم‌افزارهای کسب و کار در برخی کشورهای توسعه‌یافته مانند آلمان بسیار رایج است و در کشور ما نیز با توجه به مزایای متعدد آن با استقبال خوب کاربرا، مواجه شده است.

یک شرکت خلاق موفق شده است با ایجاد زیرساخت‌های آنلاین بیش از ۴۰۰ هزار مشتری را مدیریت کند. محمود رویت‌پور، رئیس هیأت مدیره شرکت خلاق پیش‌تازان هوشمند آفتاب تابان گفت: بسیاری از کسب و کارها به دنبال جذب بیشتر مشتری و افزایش

اعتماد آنها هستند. ما در این مجموعه با ایجاد زیرساخت‌های نرم‌افزاری و ارائه گزارش‌های تحلیلی به آنها کمک می‌کنیم تا به این هدف دست پیدا کنند. رئیس هیأت مدیره شرکت خلاق پیش‌تازان هوشمند آفتاب تابان، در ادامه افزود: این زیرساخت‌های نرم‌افزاری با نام برند «دکتراکلاز» عرضه شده است. امکان شناسایی مشتری، تحلیل رفتار مشتری و مدیریت و اجرای کمپین‌های هوشمند تبلیغات از جمله برخی امکاناتی است که این سامانه در اختیار شما قرار می‌دهد.

این فعال صنایع نرم و خلاق، با اشاره به اهمیت روزافزون مدیریت و جذب مشتری در کسب و کارها، گفت: ما به چند روش با مدیران مشاغل همکاری می‌کنیم. برای مثال در یکی از این روش‌ها، یک دستگاه پوز در اختیار یک فروشگاه قرار





## پژوهش‌های محققان ایمنی بدن را ارتقا می‌دهد تا روزهای کرونا بی سالم‌تر بگذرانیم

اثرات ایمنی‌بخش پروبیوتیک‌ها بهانه‌ای شد تا در روزهای اوج بیماری کرونا رویدادی فناورانه برگزار شود تا استفاده بهینه از پژوهش‌های این حوزه گسترش یابد. ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از حامیان برگزاری «وبینار بین‌المللی پروبیوتیک و کووید-۱۹» است. رویدادی فناورانه که در تلاش است تا اثرات ایمنی بخش پروبیوتیک‌ها را در روزهای شیوع بیماری کرونا که ارتقای ایمنی بدن نقشی تاثیرگذار در کاهش واگیری آن دارد، یادآوری کند. در این وبینار تخصصی قرار است فضایی ایجاد شود تا بهره‌برداری از تحقیقات و پژوهش‌های متخصصان داخلی و جهانی در این حوزه بهینه‌تر شود. در این رویداد، متخصصان و صاحب‌نظرانی از ایران و دیگر کشورها حضور خواهند داشت.



### یادداشت

## تقسیم‌بندی بازار چیست و چرا باید انجام شود؟

گروه خاصی از افراد از طریق ارتباط با آنها صحبت کنید، زیرا ویژگی‌ها، خواسته‌ها و نیازهای آنها را درک می‌کنید.

۲- تبلیغات هدفمند: تقسیم بازار به شما کمک می‌کند تا ویژگی‌های مخاطبان خود را درک کرده و تعریف کنید، بنابراین می‌توانید تلاش‌های بازاریابی خود را به سنین خاص، مکان‌ها، عادات خرید، علایق و ... هدایت کنید.

۳- توسعه استراتژی‌های بازاریابی موثر: شناخت مخاطبان هدف به شما کمک می‌کند تا در مورد روش‌ها، تاکتیک‌ها و راه حل‌های بیشتر پاسخگو باشید.

۴- جذب مشتری مناسب: پیام‌رسانی هدفمند، واضح و مستقیم افرادی را که می‌خواهید از شما خرید کنند، جذب می‌کند.

۵- افزایش وفاداری به نام تجاری: هنگامی که مشتریان احساس می‌کنند درک شده‌اند و از خدمات منحصر به فردی برخوردار هستند در نتیجه اعتماد آنها بالا می‌رود و به احتمال زیاد به برند شما پایبند و وفادار خواهند شد.

۶- تمایز برند شما را رقبا: پیام‌های شخصی‌سازی‌شده برای هر مشتری خاص باعث برجسته شدن نام تجاری شما می‌شود.

۷- شناسایی بازارهای خاص: تقسیم‌بندی می‌تواند نه تنها بازارهای کم‌مصرف، بلکه روش‌های جدیدی را برای خدمت به بازارهای موجود و فرصت‌هایی که می‌تواند برای رشد نام تجاری شما استفاده شود، کشف کند.

۸- در مسیر باقی می‌ماند: تقسیم‌بندی بازار به شما کمک می‌کند که در مسیر استراتژی‌های بازاریابی خود قرار داشته باشید و از مسیر خود منحرف نشوید و به موقعیت‌هایی که مناسب کسب و کار شما نیست، وارد نشوید.

۹- رشد و تکرار خرید: شما می‌توانید مشتریان را ترغیب کنید که دوباره از شما خرید کنند.

۱۰- سودآوری: مشتریان مختلف درآمد متفاوتی دارند. قیمت‌ها را می‌توان با توجه به تمایل و توانایی خرید آنها تعیین کرد. با دانستن این موضوع می‌توانید اطمینان حاصل کنید که قیمت‌گذاری‌ها به تناسب درآمد مشتریان‌تان انجام می‌شود.

۱۱- توسعه محصول: شما قادر خواهید بود با توجه به نیازهای مشتریان و آنچه در ذهن دارند محصولات و خدمات جدیدی طراحی کنید که نیازهای مختلف مشتری شما را تأمین کند.

۱- پیام‌های بازاریابی قوی‌تر: دیگر لازم نیست مبهم باشید. می‌توانید مستقیماً با

نویسنده: سکینه حجازی‌فر  
کارشناس ارشد کارآفرینی

تقسیم‌بندی بازار عبارت است از طبقه‌بندی مصرف‌کنندگان، مطابق با نیازها و تمایل آنها به محصولات و خدمات یک کسب و کار.

تقسیم بازار یک استراتژی بازاریابی مفید است که از طریق آن کسب و کارها ممکن است یک بازار مصرف را به بخش‌های تعریف شده‌ای تقسیم کنند تا بتوانند نیازهای مشتریان خود را بهتر شناسایی و محصولات و خدمات‌شان را مطابق با نیاز افراد طراحی، تولید و ارائه کنند.

به عبارت ساده‌تر تقسیم‌بندی بازار، تقسیم کردن یک بازار انبوه به گروه‌های کوچکتر مشتری با نیازها و رفتارهای مشابه است. با این کار، کسب و کار، هدف خود را برای تلاش‌های بازاریابی تعیین می‌کند و بنابراین می‌تواند خدمات و محصولات خود را برای مطابقت با ترجیحات مشتریان بازار هدف بهتر مهیا کند.

پس می‌توان گفت هر بخش بازار، گروهی از افراد است که دارای یک یا چند ویژگی مشترک هستند همچنین هر بخش بازار منحصر به فرد است و بازاریابان از معیارهای مختلفی برای ایجاد بازار هدف برای محصول یا خدمات‌شان استفاده می‌کنند. متخصصان بازاریابی پس از درک کامل نیازها، سبک زندگی، ویژگی‌های جمعیت‌شناسی و شخصیت مشتریان هدف، با هر بخش متفاوت و متناسب با ویژگی‌های آن بخش برخورد می‌کنند. هدف از تقسیم‌بندی بازار، شناخت هرچه بیشتر مصرف‌کنندگان است. شما می‌توانید با استفاده از اطلاعات‌تان درباره مشتریان شروع به ساخت کمپین‌های بازاریابی کاملاً هدفمند کنید.

هدف قرار دادن یک بازار خاص به معنای کنار گذاشتن افرادی نیست که مربوط به این بازارها نیستند. شناخت هرچه بیشتر از مشتریان یک بازار مشخص به شما امکان می‌دهد کمپین‌های بازاریابی کاملاً هدفمند بسازید. این یک روش مقرون به صرفه، موثر و کارآمد برای دستیابی به مشتری‌های بالقوه و درآمدزایی است.

یک استراتژی مناسب در بازار و یک تقسیم‌بندی بازار مناسب می‌تواند باعث افزایش قدرت رقابت، شهرت بیشتر نام تجاری، حفظ مشتری، ارتباطات و گسترش بازار شود.

تقسیم‌بندی بازار چه مزایایی دارد؟

۱- پیام‌های بازاریابی قوی‌تر: دیگر لازم نیست مبهم باشید. می‌توانید مستقیماً با



## ن لایک‌ها ایده‌های تفرقه آمیز است

قرار خواهد گرفت که آن را مفید می‌دانند. این قابلیت به خصوص برای پروفایل‌های کوچک مناسب خواهد بود که عدم معروفیت به دغدغه فکری آنها تبدیل شده است. براساس تحقیق انجام شده توسط جامعه سلطنتی بهداشت عمومی بریتانیا (RSPH)، اینستاگرام بدترین پلتفرم اجتماعی برای سلامت روان و تندرستی لقب گرفته و اسنپ‌چت و فیس‌بوک آن را تعقیب می‌کنند. البته نباید فراموش کرد که اینستاگرام به یک فضای رقابتی بسیار شدید به خصوص برای تولیدکنندگان محتوا تبدیل شده که «عیار کسب و کارشان» توسط برندها از روی میزان درگیری با دنبال‌کنندگان (بخوانید آمار لایک و بازدید) سنجیده می‌شود بنابراین پنهان کردن آمار لایک‌ها می‌تواند به آنها ضربه زده و روی محبوبیت‌شان تأثیر منفی بگذارد.

ی کاربرانی که آن را مفید می‌دانند فعال آزمایش قابلیت خصوصی کردن تعداد مرکز بیشتر دنبال‌کنندگان روی محتوا و رفتن آنها توسط تعداد لایک‌ها جلوگیری مصاحبه‌ای با خبرگزاری CNBC گفت: لایک‌ها باشند و زمان بیشتری را صرف ن اتفاقی تصادفی اعلام شده، اینستاگرام داشته نخواهد شد و در اختیار کاربرانی

## فعالیت ۴۵ درصد شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه اقتصاد دیجیتال

دبیر ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت در حال حاضر ۴۵ درصد شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق در حوزه اقتصاد دیجیتال فعالیت دارند. به گزارش مهر، شرکت‌های دانش‌بنیان را یکی از پایه‌های اصلی زیست‌بوم فناوری و نوآوری می‌دانند. این بازگران در اقتصاد دیجیتال جایگاه خود را به خوبی پیدا کرده‌اند. توسعه زیست‌بوم فناوری و نوآوری حوزه‌های فناورانه مهمترین هدفی است که ستادهای یازده‌گانه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با جدیت در این چند سال دنبال کرده‌اند. شکل گیری شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، استارت‌آپ‌ها، مراکز نوآوری، شتاب‌دهنده‌ها، کارخانه‌های نوآوری و خانه‌های خلاق نیز حاصل این تلاش‌ها است. ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز برای تحقق این هدف گام‌های بزرگی برداشته است و در نهایت این گام‌ها به شکل‌گیری تعداد زیادی شرکت دانش‌بنیان در کشور شده و در حال حاضر ۴۵ درصد شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق در این حوزه فعالیت می‌کنند. مهدی محمدی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در باره اهمیت توسعه اقتصاد دیجیتال در کشور، گفت: فناوری‌های دیجیتال همه ابعاد زندگی بشر را تحت تأثیر خود قرار داده است بنابراین همه دستگاه‌های اجرایی باید در زمینه گسترش و بهبود این حوزه کمک کنند تا بتوانیم نقاط ضعف را برطرف کنیم. وی گفت: تمام تلاش خود را به کار بسته‌ایم تا از استارت‌آپ‌ها، شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری تخصصی حمایت کنیم. حمایت‌های مالی از طریق صندوق نوآوری و شکوفایی و حمایت از پژوهش‌ها و تحقیقات دانشگاهی در قالب توسعه فناوری از جمله این حمایت‌ها است. محمدی افزود: تلاش کردیم آنچه که مورد نیاز توسعه کشور است را بومی‌سازی کنیم. مجموع این حمایت سبب شده است که ظرفیت نسبتاً خوبی در حوزه دانش‌بنیان به ویژه در اقتصاد دیجیتال، میکروالکترونیک، الکترونیک، فناوری اطلاعات و ارتباطات، نرم‌افزار و کسب و کارهای اینترنتی ایجاد شود. دبیر ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: از ۶ هزار شرکت دانش‌بنیان و ۱۴۰۰ شرکت خلاق در کشور، حدود ۴۵ درصد در حوزه اقتصاد دیجیتال هستند. محمدی گفت: ما باید ظرفیت‌های موجود در بخش‌های خصوصی را به رسمیت بشناسیم و برای آن مانع ایجاد نکنیم. ما هنوز در حوزه حمل‌ونقل و سلامت مشکل دیجیتال داریم. در حال حاضر با توجه به ظرفیتی که در حال شکل‌گیری است، امید داریم این فرآیند با سرعت بیشتری پیش رود.

تیم‌های فن‌ساز و خلاق فعال در حوزه نانو فناوری در سومین رویداد نانو استارت‌آپ محصولات توسعه داده شده خود را به نمایش می‌گذارند. نمایشگاه رونمایی از محصولات توسعه‌داده شده در سومین برنامه نانو استارت‌آپ، با حضور ۲۰ گروه فن‌ساز و ۱۸ اسفندماه سال جاری برگزار می‌شود. این رویداد به عنوان یکی از بخش‌هایی که ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در راستای حمایت از کارآفرینی و توسعه فناوری‌های نو در میان دانشگاهیان، پژوهشگران و فن‌سازان کشور اجرا می‌کند توانسته است حجم قابل توجهی از ایده‌های نوآورانه را به عرصه تولید و تجاری‌سازی برساند. این برنامه از سال ۱۳۹۶ فعالیت خود را آغاز کرده و تاکنون با حمایت مالی و معنوی بیش از ۶۰۰ گروه فن‌ساز و ۳۰ محصول اولیه، زمینه را برای توسعه محصولات دانش‌بنیان نانو فناوری فراهم کرده است. دوره سوم نانو استارت‌آپ از مردادماه سال ۱۳۹۸ با مشارکت ۱۰۰ نفر از فعالان فن‌ساز و خلاق حوزه فناوری نانو آغاز شد. در ادامه با شکل‌گیری هسته‌های فن‌ساز و تعامل آنان، طرح‌ها و ایده‌های

## زیرساخت‌های آزمایشگاهی در ۱۵ مجموعه فناور توسعه یافت

شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی که یکی از پلتفرم‌های به اشتراک‌گذاری دستگاه‌ها، ارائه خدمات آزمایشگاهی و حمایت از توسعه کمی و بهبود کیفی خدمات آزمایشگاهی در کشور است طی چند سال فعالیت خود تلاش کرده تا زیرساخت‌های آزمایشگاهی کشور را توسعه دهد. بر همین اساس نیز سال جاری بیش از ۷۰۰ میلیون تومان برای این کار اختصاص داد و ۱۵ آزمایشگاه نیز از این خدمات بهره‌مند شدند.

یکی دیگر از اقدامات شبکه به منظور توسعه زیرساخت آزمایشگاهی، حمایت از مراکز دارای شرایط، برای خرید تجهیزات جدید است. براساس نتایج ارزیابی عملکرد مراکز عضو که هر سال انجام می‌شود، اعضای که از امکانات موجود خود بهتر استفاده کرده باشند، می‌توانند از حمایت شبکه برای خرید دستگاه‌های جدید بهره‌مند شوند. این حمایت برای خرید دستگاه‌های ایرانی در قالب خرید از نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت، پرداخت می‌شود.

حمایت‌های معاونت علمی و فناوری در سال ۹۹، به ۱۵ مجموعه فناور کمک کرد تا بتوانند زیرساخت‌های آزمایشگاهی خود را توسعه دهند.

زیرساخت‌های آزمایشگاهی مهمترین ابزارهای توسعه این خدمات در کشور هستند. بر همین اساس نیز شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فضایی فراهم کرده است تا تمامی آزمایشگاه‌های کشور در هر حوزه‌ای که فعال هستند، نقشی در توسعه تحقیق و پژوهش کشور ایفا کنند.

تا چند سال پیش یک محقق، پژوهشگر یا دانشجوی برای انجام یک پروژه تحقیقاتی و رسیدن به نتیجه مطلوب از راه آزمایش، چالش‌هایی برای دسترسی به دستگاه مورد نیاز خود داشت، گاهی دستگاهی در کشور موجود بود، اما نبود یک مرجع برای اطلاع از میزان و نحوه دسترسی به تجهیزات و خدمات آزمایشگاهی. این ارتباط را ناممکن و پژوهش را ایتر می‌ساخت، اما امروز گستره تجهیزات و مواد آزمایشگاهی موجود در کشور، وسعتی به پهنای کشور یافته و دسترسی و آگاهی از کارایی و این دستگاه‌ها نیز آسان‌تر از گذشته شده است.



## دستاوردهای نانویی رونمایی می‌شود تا استارت‌آپ‌های این حوزه به صنعت راه یابند

کاربردی در قالب گروه‌ها مطرح شد. پس از برگزاری نشست‌های داوری، ۳۰ گروه فناور توانستند تاییدیه کمیته داوری نانو استارت‌آپ را کسب کنند و در مدت ۱۸ ماه از حمایت‌های مادی و معنوی برنامه بهره‌مند شوند. با شیوع

ویروس کرونا در روزهای پایانی سال ۱۳۹۸ وجود مشکلات گوناگون برای پیشبرد طرح‌های مصوب، دبیرخانه این رویداد با رعایت الزامات بهداشتی و سلامت گروه‌ها، زمینه را برای تداوم فعالیت‌های آنان فراهم کرد. تاکنون ۱۶ طرح از مجموعه طرح‌هایی که در سومین دوره مورد حمایت قرار گرفتند، موفق شدند به محصول اولیه (MVP) دست پیدا کنند. همچنین سه طرح از مجموعه طرح‌های موفق راه یافته به دوره دوم نانو استارت‌آپ نیز در این نمایشگاه حضور پیدا می‌کنند. رویداد رونمایی از دستاوردهای استارت‌آپ‌های نانویی ایران با حمایت توسعه فناوری‌های نانو معاونت



علمی و فناوری ریاست جمهوری و همکار صندوق نوآوری و شکوفایی ۱۸ و ۱۹ اسفند با رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی برگزار می‌شود. این نمایشگاه به صورت برخط و در صفحه مجازی رویداد نانو استارت‌آپ قابل مشاهده است.

علمی و فناوری ریاست جمهوری و همکار صندوق نوآوری و شکوفایی ۱۸ و ۱۹ اسفند با رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی برگزار می‌شود. این نمایشگاه به صورت برخط و در صفحه مجازی رویداد نانو استارت‌آپ قابل مشاهده است.

## کارگاه برندینگ

## بازگشایی تمامی فروشگاه‌های اپل در آمریکا

به قلم: ایگور باتیفیس خیرنگار  
مترجم: امیر آل‌علی

پس از یک سال برای نخستین بار اپل اقدام به بازگشایی تمامی ۲۷۰ فروشگاه خود کرده است. این امر به معنای بهبود وضعیت کرونا در کشور آمریکا بوده ولی این موضوع نیز ذکر شده است که در صورت بروز موج جدید ویروس کرونا، وضعیت فروشگاه‌های اپل به حالت سابق باز می‌گردد. در این راستا فروش آیفون ۱۲ با رکوردشکنی حتی در شرایط سخت حال حاضر همراه بوده و پیش‌بینی می‌شود که این برند قادر است که تا ۵۰ درصد فروش گوشی‌های هوشمند در سال ۲۰۲۱ افزایش دهد. حال باید دید که این تغییر، با چه واکنشی از سوی کاربران همراه خواهد بود. در واقع ممکن است حتی شاهد اعتراض‌ها و اتهاماتی نسبت به عدم توجه کافی نسبت به وضعیت حال حاضر کرونا در آمریکا به عنوان کشوری که رتبه نخست درگیری با این بیماری را دارد، باشیم.

منبع: yahoo.com

## حذف خودکار تصاویر اقدام جدید واتس‌اپ

به قلم: ایگور باتیفیس خیرنگار  
مترجم: امیر آل‌علی

براساس جدیدترین گزارش‌ها به نظر می‌رسد که در به‌روزرسانی بعدی واتس‌اپ، امکان حذف خودکار تصویر اضافه خواهد شد. این قابلیت زمانی کاربرد دارد که شما بخواهید محتوای ارسال‌ی پس از زمان موردنظر، پاک شود. این امر درست اقدامی است که از مدت‌ها قبل شبکه ارتباطی تلگرام آن را در اختیار کاربران خود قرار داده است. به همین خاطر نیز این اقدام با نارضایتی‌هایی نیز همراه بوده و کاربران این شبکه محبوب ترجیح می‌دادند که واتس‌اپ بر روی طرحی نوآورانه کار کند. در واقع در صورت اقدام در زمینه کی‌برداری، این برند می‌توانست به مراتب زودتر این امکان را اضافه نماید. این اقدام در حالی است که امکان حذف پیام‌ها نیز مدتی قبل فعال شده و به نظر می‌رسد که در طرح بعدی، این امکان برای تمامی محتواها مورد استفاده قرار گیرد. این روزها واتس‌اپ با اتهاماتی نسبت به نقض حریم خصوصی کاربران خود به علت سیاست جدید مواجه شده است. حال باید دید که سال ۲۰۲۱ برای محبوب‌ترین شبکه ارتباطی جهان، چگونه سپری خواهد شد. در واقع در صورت تداوم اعتراض‌ها ممکن است حتی شاهد جدا شدن این برند از فیس‌بوک به عنوان شرکت مادر باشیم.

منبع: beebom.com

## تویوتا یاریس برنده خودرو سال ۲۰۲۱

به قلم: تیم نویسندگان سایت euronews

مترجم: امیر آل‌علی

تویوتا یاریس به عنوان یکی از محبوب‌ترین مدل‌های برند ژاپنی تویوتا، برای دومین سال متوالی موفق شد تا عنوان بهترین خودرو سال را به دست آورد. نکته جالب این است که اختلاف این خودرو با شش رقیب اصلی، به مراتب بیشتر بوده و داوران نیز اقدام به تمجید از آن کرده‌اند. در توصیف این خودرو ظاهر زیبا، کیفیت، تجهیزات ایمنی قابل توجه و راحتی، عملکرد و کارایی بی‌نقص عنوان شده است. مراسم اسامی به علت ویروس کرونا، به صورت مجازی برگزار شد که تجربه‌ای جدید در تاریخ ECOTY محسوب می‌شود. مدیر تویوتا نیز طی بیانیه‌ای ضمن قدردانی از نظر داوران، اعلام کرده است که برای مراسم سال آینده، برنامه‌های ویژه‌ای را خواهد داشت تا تویوتا به نخستین برندی در تاریخ تبدیل شود که برای سه بار متوالی، عنوان بهترین خودرو سال را به دست می‌آورد. در این زمینه رنو فولکس و فونکس واکنش گلف، از دیگر برندهایی هستند که برای دو سال متوالی، موفق به کسب این عنوان شده‌اند. حال باید دید که سال جدید برای برترین خودروسازی جهان، چگونه سپری خواهد شد.

منبع: euronews.com

## راهاندازی فروشگاه هوشمند آمازون در لندن

به قلم: جان پورتر کارشناس فناوری

ترجمه‌علی آل‌علی

آمازون در طول سال‌های اخیر به دلیل نوآوری‌های متعدّدش مورد توجه جهانی قرار گرفته است. این غول دنیای خرده‌فروشی آنلاین برای نخستین بار ایده فروشگاه‌های بدون صندوق پرداخت را اجرا کرده است. این ایده در ایالات متحده طرفدارهای بسیار زیادی پیدا کرد. درست به همین خاطر گمانه‌زنی‌های بسیار زیادی نسبت به راه‌اندازی شعبه‌های دیگری از چنین فروشگاه‌های هوشمندی در کشورهای مختلف صورت گرفته است. اکنون آمازون به طور رسمی نخستین فروشگاه هوشمندش در خارج از ایالات متحده را راه‌اندازی کرده است. این فروشگاه فاقد صندوق پرداخت در لندن راه‌اندازی شده است. بر این اساس مشتریان امکان ورود به فروشگاه، انتخاب محصولات موردنظرشان و سپس خروج بدون نیاز به توقف در صف‌های طولانی پرداخت را خواهند داشت. نکته مهم در این میان ارزیابی هزینه کلی و کسر از حساب به طور هوشمند از سوی سامانه آمازون است.

نخستین تجربه راه‌اندازی فروشگاه‌های بدون صندوق پرداخت مربوط به سال ۲۰۱۶ است. این ایده در آن سال به طور آزمایشی از سوی آمازون راه‌اندازی شد، اما به زودی در قالب ایده‌ای کامل و جذاب در دسترس قرار گرفت. فروشگاه‌های موردنظر در سال ۲۰۱۹ با استفاده از فناوری‌های نوین هوش مصنوعی و همچنین کمک دستیارهای صوتی برای ارائه خدمات مشاوره‌ای مناسب به مشتریان حس و حال تازه‌ای پیدا کرد. براساس ارزیابی آمازون راه‌اندازی شعبه‌های بعدی خرده‌فروشی هوشمند در سال ۲۰۲۱ ایده مناسبی است. دلیل این امر نیاز به توسعه خرده‌فروشی و همچنین انطباق این ایده با نکات مربوط به رعایت پروتکل‌های بهداشتی کروناست. قوانین مربوط به حضور تعداد مشخصی از مشتریان در فروشگاه برند همیشه یکی از نکات مهم محسوب می‌شود. این امر به خوبی از سوی آمازون در قالب شیوه‌های هوشمند و بدون نیاز به حضور کارمندان در محیط خرده‌فروشی دنبال می‌شود. بدون شک ایده فروشگاه‌های بدون صندوق پرداخت در ادامه سال ۲۰۲۱ توسعه زیادی خواهد یافت. شاید در این مسیر آمازون با رقبای مهمی نیز مواجه شود.

منبع: theverge.com

## اشتباهات رایج بلاگرها



شدن جامعه مخاطب قابل توجه، می‌تواند از افراد دیگر برای تولید مطالب بیشتر نیز استفاده کنید. در واقع شما باید همواره به دنبال تیم‌سازی باشید و این نکته را فراموش نکنید که موفقیت به تنهایی در بسیاری از موارد حتی غیرممکن خواهد بود.

## ۴-عدم ایجاد سبک مخصوص

تصور کنید که در یک محتوا، نامی از شما برده نشده است. آیا مخاطب می‌تواند تعلق آن را به شما تشخیص دهد؟ این امر نکته‌ای است که شما باید همواره به آن توجه داشته باشید. در این راستا توصیه می‌شود که در بازار رقابتی حال حاضر که بدون شک رقبای زیادی را دارید، لازم است تا به دنبال سبکی خاص باشید. این امر باعث ایجاد تفاوت شده و ماندگاری شما را در ذهن افزایش می‌دهد. در این راستا فراموش نکنید که در حوزه‌های دیگر نیز این امر صادق است. برای مثال کارگردان‌های بزرگ، شروع کننده سبکی خاص هستند. در این راستا برای پیداکردن سبک خود، لازم است تا اقدامات رقیب را بررسی کرده و ابتدا اشتباه‌زده عمل نکنید.

## ۵-فراموش کردن جامعه هدف

بدون شک برای هر بلاگری، یک جامعه هدف مخصوص وجود دارد، با این حال در بسیاری از موارد مشاهده می‌شود که این جامعه، پس از مدتی مورد توجهی قرار می‌گیرد. در این راستا همواره این نکته را به خاطر داشته باشید که جامعه هدف، اولویت اول شما خواهد بود. به همین خاطر هیچ چیز نباید باعث شود تا توجه شما به این گروه، کاهش پیدا کند. در این راستا شما قبل از تولید هر محتوا، لازم است تا سلیقه و نیاز آنها را مورد توجه قرار دهید. در واقع بدترین بلاگرها افرادی هستند که صرفاً براساس عقیده و علاقه خود اقدام می‌کنند.

## ۶-انتخاب محتواهای خسته‌کننده و غیرمرتبط

بدون شک بلاگری که از نیاز روز مخاطبان خود باخبر نباشد، رشد خوبی را نیز به دست نمی‌آورد. در این رابطه شما باید وضعیت هر موضوعی را که در رابطه با آنها فعالیت می‌کنید، بررسی کرده و میزان علاقه مخاطبان را نسبت به هر یک از آنها بسنجید. تحت این شرایط شما می‌توانید محبوب‌ترین موضوعات را پیدا کرده و به صورت مداوم مواردی که مورد استقبال قرار نمی‌گیرد را حذف کنید. همچنین همواره لازم است تا حوزه‌های موردنظر را به خودتان یادآوری کنید. در واقع محتواهای غیرمرتبط، نابودکننده اعتبار و اقدامات شما خواهد بود و با ریزش شدید مخاطب همراه است. این امر درست به مانند آن است که یک وایت‌رکمدین اینترنتی اقدام به تولید محتواهایی در رابطه با موضوعات ناراحت‌کننده نماید که بدون شک نارضایتی شدید مخاطبان را به همراه خواهد داشت. به صورت کلی شما هیچ‌گاه نباید دلیل دنبال کردن خودتان توسط مخاطبان را فراموش کنید.

## ۷-عدم توجه به کلمات کلیدی

یکی از جملات رایج و در عین حال بسیار اشتباه افراد این است که تصور می‌کنند محتوای قدرتمند، زمینه رشد خود را پیدا خواهد کرد. اگر چه نمی‌توان از اهمیت محتواهای حرفه‌ای و کاملاً مناسب غافل شد، با این حال فراموش نکنید که شما مطالب را در بستر اینترنت منتشر می‌کنید که اولویت‌بندی‌های خاص خود را داشته و بیش از ۸۰ درصد افراد جست و جوی‌های خود را به صفحه اول محدود می‌کنند. به همین خاطر با یک نگاه واقع‌بینانه پی به این امر خواهید برد که اگر اصول سنسو را به دقت مورد توجه قرار ندهید، عملاً شانس برای جذب مخاطب نخواهید داشت. یکی از مهم‌ترین مواردی که باعث خواهد شد تا شانس دیده شدن بالایی را داشته باشید، استفاده از کلمات کلیدی مناسب است. خوشبختانه امروزه با پیشرفت تکنولوژی، انواع نرم‌افزارها وجود دارد که شما را در پیدا کردن این موارد کمک خواهد کرد، با این حال بهتر است که از اصول جهانی نیز باخبر باشید. برای مثال تیتزهای سوالی، معمولاً بیشتر موردتوجه قرار می‌گیرند. در این راستا استفاده از کلمات کلیدی تنها به تیتز محدود نبوده و لازم است تا در URL صفحات، تگ تصاویر و... نیز آنها را رعایت نمایید. برای دسترسی به فهرست کامل این موارد و نحوه انجام هر یک از آنها، توصیه می‌شود که مقالات مرتبط را مشاهده کنید. در این زمینه رعایت اصل اختصار نیز از جمله مواردی است که همیشه باید آن را رعایت نمایید.

## ۸-کم‌توجهی به زیبایی بصری

از دیگر موارد بسیار منفی این است که افراد صرفاً به متن توجه دارند. این امر در حالی است که شما برای جذب بیشتر مخاطب، لازم است تا

به قلم: اریکا تیلور مونتجمری کارشناس حوزه سنسو تولید محتوا

مترجم: امیر آل‌علی

به صورت کلی بلاگر به فردی گفته می‌شود که در رابطه با موضوعی، اقدام به تولید محتوا می‌کند. در این زمینه توجه داشته باشید که منظور صرفاً محتواهای متنی است. در این راستا اگر ویدئو را به جای متن انتخاب کنید، به شما ولاگر گفته خواهد شد. این اقدام در زمینه بازاریابی نیز بسیار مهم بوده و منجر به افزایش فروش و برندسازی نیز خواهد شد. با این حال نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که حتی در صورت تولید بهترین محتوا، در صورتی که به سنسو توجهی نداشته باشید، کمترین نتایج را به دست خواهید آورد. در این راستا به بررسی اشتباهاتی خواهیم پرداخت که باعث می‌شود تا شما نتایجی به مراتب کمتر را از فعالیت‌های خود به عنوان یک بلاگر، به دست آورید.

## ۱-شروع بدون برنامه

تفاوتی ندارد که صاحب یک کسب و کار بزرگ باشید و بنا به دلایلی نظیر برندسازی شخصی شروع به بلاگری کرده باشید. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که شروع بدون برنامه، به معنای آن است که شما حتی قادر نخواهید بود که فعالیت خود را به یک سال اول برسانید. در این راستا توصیه می‌شود که قبل از هر اقدامی، یک برگه مقابل خود قرار دهید و مواردی نظیر اهداف را مشخص نمایید. در زمینه سنسو نیز توصیه می‌شود که اطلاعاتی را از قبل کسب کرده باشید. این امر کمک خواهد کرد که در این مرحله، اصول سنسوی موردنظر را تعیین کرده و کلمات کلیدی را مشخص نمایید. همچنین توجه داشته باشید که شما باید در مسیری گام بردارید که ارزشمند و مطابق نیاز جامعه باشد. در غیر این صورت طبیعی است که مورد استقبال نیز قرار نگیرید. در این زمینه جذب حداکثری همواره مدنظر نبوده و ممکن است حوزه فعالیت‌های شما، محدود به افرادی خاص باشد. با این حال شما باید این اطمینان را داشته باشید که فعالیت‌های شما برای جامعه هدف، ارزشمند خواهد بود. در این زمینه توصیه می‌شود که با تحلیل اقدامات سایر رقبای، به دنبال مواردی جدید باشید. بدون شک از اقدامات کپی‌شده، نمی‌توان انتظار رشد خوبی را داشت. در نهایت فعالیت‌های شما باید در طول مسیر، این امر طبیعی است که نکات جدیدی را پیدا کنید. به همین خاطر بهتر است که برنامه شما به نحوی باشد که همواره امکان تغییر و اضافه کردن موارد جدید، وجود داشته باشد.

## ۲-انتشار بی‌نظم

از دیگر اشتباهات بسیار رایج این است که افراد نظم کاری ندارند. برای مثال ممکن است چند پست را به فاصله تنها یک روز منتشر کنند و پس از آن تا دو هفته هیچ‌گونه فعالیتی نداشته باشند. این مسئله از نظر سنسو نیز بسیار بد بوده و باعث می‌شود تا صفحه شما امکان رشد خوبی را نداشته باشد. در کنار این موضوع، فعالیت منظم کمک خواهد کرد که بتوانید سریعاً جدیدترین ترندها را پیدا کرده و آن را مورد توجه خود قرار دهید. چنین شیوه عملکردی بدون شک مورد رضایت کاربران هم خواهد بود، با این حال در برنامه‌ریزی خود، بهتر است تا نگاهی منطقی داشته باشید. در واقع هدف صرفاً انتشار محتوا نبوده و کیفیت نیز مطرح است. به همین خاطر ممکن است شما به فاصله سه روز و یا حتی بیشتر نیاز داشته باشید، با این حال برای پر کردن فضای خالی موجود، توصیه می‌شود که موضوعات متنوعی را مدنظر قرار دهید. برای مثال می‌توانید هر سه روز، یک مقاله را منتشر کرده و هر روز، اخبار حوزه موردنظر خود را پوشش دهید. در این رابطه پیدا کردن موضوعات کاملاً به نظر شما و نیاز جامعه هدف بستگی دارد.

## ۳-اولویت قرار دادن کمیت به جای کیفیت

بسیاری از افراد فعال در زمینه تولید محتوا تصور می‌کنند که اگر تعداد موارد ارسال‌ی را افزایش دهند، نتیجه بهتری را نیز به دست می‌آورند. با این حال آمارها در این زمینه این موضوع را به اثبات می‌رساند. در واقع این امر طبیعی است که با افزایش سرعت، کیفیت نیز کاهش پیدا می‌کند، با این حال برگ برنده اصلی شما، کیفیت محتواها خواهد بود. به همین خاطر نیز لازم است تا کیفیت را در اولویت اول قرار دهید. با این حال تلاش برای افزایش تعداد محتواها نیز تا زمانی که به کیفیت لطمه وارد نکند، امری مناسب خواهد بود. در این راستا با کسب نتایج اولیه و پیدا

به زیبایی بصری کار خود نیز توجه داشته باشید. آمارها در این زمینه حاکی از آن است که محتواهای حاوی تصویر تا ۹۴ درصد شانس دیده شدن بالاتری را دارند. همچنین وجود تصویر ماندگار محتوا در ذهن را نیز افزایش می‌دهد و تا ۲۰ درصد تمایل به مطالعه مطالب را بیشتر می‌کند. در این راستا الزامی برای تهیه عکس‌ها وجود نداشته و انواع سایت‌ها وجود دارد که از آنها می‌توانید تصاویر موردنیاز را بدون نگرانی برای حق نشر آنها، پیدا کنید.

## ۹-غفلت کردن نسبت به ویرایش متن

اگرچه همواره توصیه می‌شود که حداقل دو بار متن خود را ویرایش نمایید، با این حال هنوز هم بسیاری از افراد در این زمینه اقدام لازم را انجام نمی‌دهند. در واقع تصور نادرست این است که آنها به دلیل تسلط بر تایپ، غلط املائی نداشته و به همین خاطر دیگر نیازی به بررسی مجدد وجود ندارد. این امر در حالی است که تصحیح اشتباهات تایپی و قواعد نگارشی، تنها یکی از اهداف بازمبانی متن است. در واقع با مطالعه متن، شما در جایگاه مخاطب قرار خواهید گرفت. این امر در حالی است که در حین نوشتن، شما در جایگاه خودتان قرار دارید. این کار کمک خواهد کرد که در نهایت متن به سلیقه جامعه نزدیک‌تر شود. بسیاری از نویسندگان حرفه‌ای در این زمینه پا را فراتر گذاشته و قبل از انتشار، محتوا را برای فردی دیگر ارسال می‌کنند. این امر کمک خواهد کرد تا به یک متن، از زاویه نگاه‌های مختلف پرداخته شود.

## ۱۰-محدود کردن راه‌های اشتراک‌گذاری

ممکن است تصور کنید که انتشار محتوا در وبلاگ خودتان، امری کافی خواهد بود، با این حال محدودکردن خود به معنای آن است که شانس‌های موجود را نیز از دست خواهید داد. در این زمینه توصیه می‌شود که بسترهای مختلفی برای انتشار محتواها داشته باشید. در این زمینه استراتژی پست مهمان نیز از دیگر مواردی است که در این زمینه کاملاً تاثیرگذار خواهد بود. همچنین حضور در شبکه‌های اجتماعی نیز از دیگر اقداماتی است که شانس دیده شدن محتوا را چندین برابر خواهد کرد، با این حال بهتر است که از این بسترهای جدید، برای تبلیغ وبلاگ خود نیز استفاده نمایید.

## ۱۱-عدم توجه به سیاست بازنشر محتواهای قدیمی

اگر شما محتواها را پس از انتشار به صورت کامل فراموش می‌کنید، این امر یک اقدام کاملاً اشتباه خواهد بود. در این راستا نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که بسیاری از مطالب قدیمی ممکن است به علت قرار گرفتن در صفحات آخر، شانس دیده شدن بسیار کمی را داشته باشند. با این حال این امر به معنای آن نیست که دیگر کاربرد لازم را ندارند. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود که به دنبال شرایط مناسب برای بازنشر و یادآوری آنها باشید. در این زمینه بسیاری از افراد با اعمال تغییرات جدید نظیر به‌روز کردن اعداد یک مقاله، محتوایی جدید را عرضه می‌کنند. به صورت کلی شما می‌توانید از اقدامات قدیمی خود نیز استفاده‌های بسیار خوبی را داشته باشید.

## ۱۲-عدم بررسی آمارها

در هر سایت و یا شبکه اجتماعی، شما به اطلاعات مختلف نسبت به عملکرد خود دسترسی خواهید داشت. در این رابطه ضروری است که از این آمارها برای تحلیل‌های مختلف استفاده نمایید. در این راستا Google Analytics یک ابزار کاملاً کاربردی و مناسب محسوب می‌شود که در زمینه پیداکردن ترندها نیز به شما کمک خواهد کرد. در واقع این احتمال همواره وجود دارد که شما مجبور به تغییر مداوم سیاست‌ها و موضوعات خود باشید.

## ۱۳-عجله در کسب نتایج

اگرچه هر فردی تمایل دارد که نتایج تلاش‌های خود را مشاهده کند، با این حال فراموش نکنید که این دستاوردها نیاز به طی کردن زمان طبیعی دارند. تحت این شرایط عجله شما تنها باعث خواهد شد تا به سمت اقداماتی سوق پیدا کنید که تأثیرات بسیار بدی را در درازمدت به همراه دارد. همچنین این اقدام باعث خواهد شد که پس از مدتی کاملاً ناامید شوید. در واقع شما به عنوان یک بلاگر، باید این واقعیت را بپذیرید که ایجاد یک گروه مخاطب همراه امری است که به ۱۲ تا ۱۸ ماه زمان نیاز دارد که در برخی از شرایط ممکن است طولانی‌تر هم شود.

منبع: business2community.com

راهکارهای تولید محتوای باکیفیت در توییتز

# بازاریابی در توییتز با تکنیک‌های کاربردی



به قلم: کیلی کولیگوفسکی کارشناس ارشد بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آملی

موفقیت بازاریابی در توییتز برای هر برندی مهم است. توییتز به عنوان یکی از شبکه‌های اجتماعی دارای محبوبیت و دامنه وسیع کاربران است. بسیاری از مردم برای روایت داستان‌های مربوط به رویدادهای عجیب، اخبار و حتی مطالب طنز از این پلتفرم استفاده می‌کنند بنابراین حضور برندها در کنار مشتریان با تلاش برای بازاریابی در این پلتفرم به خوبی هماهنگی خواهد داشت.

اغلب کسب و کارها برای بازاریابی از شیوه‌های مشابهی استفاده می‌کنند. امروزه تمام برندها بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را به انواع دیگر بازاریابی و تبلیغات ترجیح می‌دهند. دلیل این امر نیز تاثیرگذاری به مراتب بیشتر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بر روی مخاطب هدف است. استفاده از توصیه‌ها و تکنیک‌های مناسب برای بازاریابی در این میان اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از بازاریابها در زمینه تعامل با مخاطب هدف و تولید محتوا در توییتز از تکنیک‌های اشتباهی استفاده می‌کنند. مهمترین نکات در این راستا توجه به ماهیت متفاوت توییتز نسبت به دیگر شبکه‌های اجتماعی و همچنین تلاش برای شخصی‌سازی تکنیک‌های بازاریابی رایج است.

اگر تمام برندها با استفاده از شیوه‌های بازاریابی یکسان توانایی کسب موفقیت را داشتند، دیگر صحبت از شکست در عرصه بازاریابی بی‌معنا بود، با این حال امروزه هنوز هم برخی از برندها در عرصه بازاریابی با شکست مواجه می‌شوند. بنابراین استفاده از توصیه‌های منحصر به فرد و تلاش برای شخصی‌سازی آنها امر مهمی خواهد بود. هدف اصلی در این مقاله تلاش برای ارائه برخی از تکنیک‌ها و نکات مهم برای بازاریابی و تعامل موفق با مخاطب هدف در توییتز است. این نکات گام مناسبی برای شروع فرآیند بازاریابی منحصر به فرد هر برندی خواهد بود. در ادامه برخی از این نکات را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

## شناخت درست از برندگان

بسیاری از بازاریابها بر روی شناخت دقیق از مشتریان تمرکز دارند. بدون تردید این امر مزیت‌های زیادی برای هر کسب و کاری دارد. وقتی تیم بازاریابی دارای شناخت درستی از مشتریان باشد، امکان ارائه پیشنهادهای درست و تاثیرگذار را پیدا خواهد کرد. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی کاربران در شبکه‌های اجتماعی اقدام به دسته‌بندی آنها در قالب گروه‌های متفاوت می‌کنند. معیار اصلی در زمینه دسته‌بندی شباهت میان کاربران با هم است.

اگر کسب و کارها شناخت درستی از خودشان نداشته باشند، امکان بازاریابی مناسب از بین خواهد رفت. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از ارزش‌ها و پیام‌های اصیل برنشان دارند. این امر اغلب اوقات به دلیل وجود فاصله میان کسب و کار و تیم بازاریابی با مشکل مواجه می‌شود بنابراین تلاش برای پیگیری فعالیت‌های بازاریابی به نزدیکترین شکل ممکن ضروری خواهد بود. در غیر این صورت هماهنگی میان تیم بازاریابی و سایر بخش‌های کسب و کار ایجاد نخواهد شد.

محتوای تولیدی هر برند در توییتز باید حال و هوای آن کسب و کار را داشته باشد. در غیر این صورت تاثیرگذاری مناسب را به همراه نخواهد داشت. ایراد اصلی بسیاری از برندها تلاش برای نمایش جلوه‌ای بیش از اندازه صمیمانه از کسب و کارشان است. این امر به معنای نمایش تصویر یک کاربر حقیقی از یک برند است. شاید این امر در ابتدا ایده جالبی به نظر برسد، اما در بلندمدت مشکلات بسیار زیادی برای هر کسب و کار به همراه دارد. چالش اصلی در این میان تصور کاربران از یک برند به عنوان یک فرد عادی مثل خودشان است. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی کاربران به عنوان یک برند معتبر خواهد شد.

## انتشار توییت‌های ارزشمند

بازاریابها باید نسبت به هر کدام از توییت‌های‌شان ذهنیت درستی داشته باشند. این امر شامل تلاش برای بازاریابی و تاثیرگذاری درست بر روی مخاطب هدف است. متأسفانه برخی از برندها در بازه‌های زمانی متفاوت فقط برای نمایش کسب و کارشان اقدام به انتشار توییت می‌کنند. این امر تردیهای بسیار زیادی در میان کاربران ایجاد می‌کند. اگر یک برند دارای ایده مناسب برای انتشار محتوا نیست، باید اندکی بیشتر صبر نماید. در غیر این صورت شاید اعتبار کسب و کارش با مشکل مواجه شود. توجه به اهمیت تمام توییت‌های امری ضروری محسوب می‌شود. متأسفانه بسیاری از برندها برنامه‌های کوتاه مدتی برای بازاریابی در توییتز ندارند. این امر به معنای توجه بیش از حد به چشم‌اندازهای بلندمدت است.

همین امر موجب عدم ارزش‌گذاری بسر روی توییت‌ها به صورت منفرد است. تلاش برای افزایش سطح تعامل با مخاطب هدف با استفاده از هر توییت امر مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها نسبت به پیگیری این امر توجه لازم را نشان نمی‌دهند بنابراین مواجهه با مشکلاتی در این راستا امری طبیعی خواهد بود. اگر هر کدام از توییت‌های برندگان توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشد، مجموعه آنها نیز هیچ تاثیر مشخصی به همراه ندارد. این یک اصل مهم در حوزه بازاریابی محسوب می‌شود. اگر این نکته را مدنظر قرار دهیم، روند فعالیت بازاریابی کسب و کارمان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت.

## واکنش نسبت به فالوورها

یکی از راهکارهای مناسب برای تعامل با مخاطب هدف در توییتز تلاش برای ارائه واکنش‌های دقیق و مستمر به نظرات‌شان است. توییتز همیشه به دلیل سادگی اظهارنظر و همچنین درج کامنت شهرت داشته است. این امر باید در نحوه فعالیت بازاریابی هر برند به خوبی قابل مشاهده باشد. برخی از کسب و کارها نسبت به پاسخگویی به نظرات کاربران توجه لازم را نشان نمی‌دهند. استدلال اصلی در این میان ضرورت پاسخگویی به پرسش‌های کاربران، به جای نظرات عادی، است. شاید این امر موجب صرفه‌جویی مناسب در زمان کسب و کارها شود، اما تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را به همراه ندارد.

امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی دارای انتظارات بسیار بالایی از برندها هستند. این امر موجب جلب نظر مخاطب هدف به برخی از کسب و کارهای موفق در زمینه پاسخ به انتظارات‌شان می‌شود. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس درک درست انتظارات‌شان است. اگر این نکته مهم مدنظر برندها قرار نداشته باشد، فرآیند تاثیرگذاری بر روی کاربران دشوار خواهد شد. پاسخگویی به نظرات کاربران همیشه به معنای تایید آنها نیست. گاهی اوقات امکان ارائه واکنش در قالب اموجی نیز وجود دارد. هر کاری که تیم بازاریابی برای تعامل با مخاطب هدف انجام می‌دهد، در نهایت باید وجهه حرفه‌ای داشته باشد. همچنین قدردانی از نظرات کاربران با بازنشر برخی از مهمترین آنها ایده جذابی خواهد بود. این امر اهمیت کاربران در نگاه کسب و کارمان را نشان خواهد داد. بدون تردید چنین فعالیت‌هایی بسیار ساده به نظر می‌رسد، اما تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی وضعیت هر کسب و کار دارد.

## تولید محتوا به طور مداوم

عنصر تداوم در زمینه بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی است. بسیاری از برندها در این زمینه با مشکلات جدی مواجه هستند. دلیل این امر یافتن ایده‌ای مناسب در زمانی مشخص و سپس فراموشی کامل آن ایده است. برخی از کسب و کارها در این راستا وضعیت بهتری دارند. دلیل این امر برنامه‌ریزی برای انتشار محتوا به طور مداوم است. وقتی یک تیم بازاریابی دارای برنامه‌ای مشخص برای تولید محتوا باشد، امکان برنامه‌ریزی پیش از موعد را پیدا خواهد کرد. این امر موجب تاثیرگذاری هر چه بهتر بر روی مخاطب هدف می‌شود.

بسیاری از برندها پس از موفقیت کوتاه‌مدت در توییتز دیگر انگیزه‌ای برای تولید محتوا به طور مداوم ندارند. تلاش برای تقویت انگیزه تیم بازاریابی و ترسیم اهداف تازه همیشه نکته مهمی محسوب می‌شود. برخی از برندها در این راستا تلاش بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند. نکته مهم در این میان تلاش برای ایده گرفتن از کاربران در این راستاست. معنای ضمنی این امر تلاش برای یافتن اهداف تازه بازاریابی با توجه به ایده‌های متفاوت کاربران است. اگر این امر مدنظر برندها قرار نداشته باشد، به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه تاثیرگذاری روی مخاطب هدف مواجه خواهیم شد. همچنین انگیزه تیم بازاریابی مان نیز به طور مداوم کاهش پیدا می‌کند.

## استفاده درست از هشتگ‌ها

افزودن تعداد بالایی از هشتگ‌ها به پست‌های بازاریابی به تنهایی ایده مناسبی نیست. بسیاری از تیم‌های بازاریابی هشتگ‌ها را عنصری مهم در موفقیت بازاریابی قلمداد می‌کنند. نکته مهم در این میان استفاده درست از هشتگ‌هاست. هر عنصر مهمی در حوزه بازاریابی در صورت استفاده نادرست همراه با تاثیرات منفی بر روی کسب و کار خواهد بود بنابراین باید اصول کار با هشتگ‌ها را یاد بگیریم.

اغلب اوقات بازاریاب‌های حرفه‌ای برای یافتن هشتگ‌های مناسب اقدام به جست‌وجوی فضای شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. این امر بدون استفاده از ابزارهای هوشمند بسیار سخت خواهد بود. نکته جالب اینکه برخی از کسب و کارها از سرویس‌هایی نظیر گوگل ترندز نیز استفاده می‌کنند. چنین ابزارهایی امکان تعامل با مخاطب هدف به بهترین شکل براساس

هشتگ‌های مورد علاقه‌شان را به همراه دارد.

بدون تردید هشتگ‌های بسیار زیادی مدنظر کاربران در شبکه‌های اجتماعی قرار دارد. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده تعداد محدودی از هشتگ‌ها در هر پست است. اگر این امر مدنظر بازاریابها قرار نداشته باشد، در نهایت توییتی با بی‌نهایت هشتگ خواهیم داشت. اگرچه توییتز استفاده از حداکثر ۳۰ هشتگ در هر توییت را مدنظر قرار داده است، اما اغلب اوقات ۳ تا ۵ هشتگ برای هر توییت کافی خواهد بود. البته اگر توییت شما کوتاه است، شاید یک هشتگ نیز کافی باشد. اگر برندها به این نکته مهم توجهی نشان ندهند، در بلندمدت با مشکلاتی نظیر کاهش شدید مخاطب هدف مواجه خواهند شد.

## استفاده از آمارهای تحلیلی توییتز

شبکه‌های اجتماعی در آمد اصلی‌شان از طریق نمایش محتوای تبلیغاتی برای کاربران است. این امر بستگی به تمایل برندها برای همکاری با شبکه‌های اجتماعی دارد بنابراین ارائه خدمات به صورت مناسب به برندها در این میان اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. راه‌اندازی سرویس‌های آماری برای توییتز و دیگر شبکه‌های اجتماعی براساس همین استدلال قابل توجه است.

اغلب اوقات تیم‌های بازاریابی به داده‌ها و اطلاعات طبقه‌بندی شده در مورد نحوه رفتار کاربران و وضعیت توییت‌های‌شان نیاز دارند. این امر نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود بنابراین برندها باید نسبت به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از چنین داده‌هایی توجه نشان دهند. در غیر این صورت شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت. این امر یک فرآیند سودمند برای پلتفرم‌های اجتماعی و برندها به طور هم‌زمان است. هرچه اطمینان برندها نسبت به امکان تولید محتوای تعاملی و جذاب در شبکه‌های اجتماعی افزایش پیدا کند، تمایل بالاتری برای استفاده از گزینه تبلیغاتی در پلتفرم‌ها خواهند داشت.

آمارهای توییتز به طور رایگان در دسترس هر اکانت تجاری قرار دارد بنابراین کسب و کارها امکان صرفه‌جویی در هزینه‌های‌شان را نیز خواهند داشت. این امر یکی از مهمترین بحث‌ها برای هر کسب و کاری محسوب می‌شود بنابراین برندها باید نسبت به این نکته توجه لازم را نشان دهند. بودجه‌های بازاریابی اغلب برندها به شدت محدود است بنابراین باید استفاده درست از آن را مدنظر قرار دهیم. استفاده از تحلیل‌های دقیق و اطلاعات توییتز در این میان راهکاری مناسب برای کسب و کارها خواهد بود.

## ایجاد انطباق میان توییتز و استراتژی کلان بازاریابی برند

بدون تردید هر برند در شبکه‌های اجتماعی پرعدادی عضویت دارد. این امر ضرورت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تلاش برای بازاریابی مناسب را نشان می‌دهد. مسئله مهم در این میان نگاه به هر کدام از شبکه‌های اجتماعی به مثابه مکمل فرآیند بازاریابی است. اگر این امر مدنظر برندها قرار داشته باشد، از تمرکز بیش از اندازه بر روی یک پلتفرم جلوگیری خواهد شد.

نگاه هر تیم بازاریابی به توییتز باید به طور خاصی صورت گیرد. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف نیاز به طراحی استراتژی برای پاسخگویی به نیاز دامنه وسیعی از آنها دارند. کاربران دارای سلیقه‌های متفاوت در پلتفرم‌های اجتماعی گوناگونی حضور پیدا می‌کنند. این امر به معنای تلاش برای پیگیری اهداف متفاوت در هر پلتفرم است. اگر این نکته مهم مدنظر برندها قرار نداشته باشد، به زودی با مشکلاتی نظیر تکراری شدن محتوای برند در تمام شبکه‌های اجتماعی مواجه خواهند شد.

نگاه به توییتز باید در قالبی حرفه‌ای صورت گیرد. این امر شامل تعریف سلیقه‌های کاربران در توییتز و تلاش برای تولید محتوای اختصاصی برای کاربران این پلتفرم است. اگر این امر مدنظر برندها قرار نگیرد، شناس چندان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند. کاربران توییتز اغلب به محتوای محبوب در سایر شبکه‌های اجتماعی روی چندان خوشی نشان نمی‌دهند بنابراین بازنشر صرف محتوای برند در دیگر شبکه‌های اجتماعی هرگز ایده مناسبی نخواهد بود. هر کسب و کار باید محتوای منحصر به فردی برای هر پلتفرم اجتماعی تولید نماید. در غیر این صورت جلب نظر مخاطب هدف امری غیرممکن خواهد بود.

## تعیین اهداف مشخص

بازاریابی بدون هدف امری بی‌فایده خواهد بود. اهداف مشخص و دقیق نظم خاصی در حوزه بازاریابی ایجاد می‌کند. بسیاری از برندها به دلیل تعیین اهداف دقیق در بازه‌های زمانی طولانی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنند. بدون تردید این امر در نگاه نخست بسیار

ساده به نظر می‌رسد، با این حال بسیاری از برندها نسبت به این امر بی‌توجه هستند. بازاریابها اغلب فقط به دنبال تولید محتوا و تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدفند. اگر در این میان نسبت به هدف این فرآیند پرسشی طرح شود، اغلب آنها توانایی ارائه پاسخ مناسبی را نخواهند داشت. این امر نوعی بحران در حوزه بازاریابی محسوب می‌شود.

تعریف اهداف حوزه بازاریابی در توییتز باید براساس نیازهای کسب و کار صورت گیرد. اگر این امر مورد توجه برندها قرار نداشته باشد، بسیاری از فرآیندهای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکل مواجه خواهد شد. یکی از اهداف قابل توجه در فرآیند بازاریابی مربوط به فروش بیشتر است. این امر در کنار اهدافی مانند تبدیل کاربران به مشتریان وفادار برند باید براساس تکنیک‌های منحصر به فردی دنبال شود بنابراین در صورت فقدان آگاهی از تکنیک‌های مناسب بازاریابی در عمل تمام بخش‌های کسب و کارمان هزینه این بی‌توجهی را پرداخت خواهند کرد.

## توجه به تبلیغات در توییتز

پرداخت هزینه برای نمایش محتوای بازاریابی برند به کاربرانی خاص همیشه ایده جالبی است. توییتز این امکان را در ازای پرداخت هزینه‌های مشخص فراهم کرده است. مهمترین نکته در این میان طراحی ایده‌های جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب است. بدون تردید هیچ برندی تمایل به پرداخت هزینه و سپس ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد داشت. این امر مشکلات بسیار زیادی برای هر برند به همراه دارد.

بودجه‌های بازاریابی اغلب اوقات بسیار فشرده طراحی می‌شود. این امر به معنای ناتوانی برای استفاده از هرگونه بودجه جانبی خواهد بود بنابراین برندها در صورت تمایل برای موفقیت در زمینه بازاریابی در توییتز باید برنامه دقیق را مورد توجه قرار دهند. این امر شامل همکاری تبلیغاتی هوشمندانه با توییتز است. برخی از برندها با صرف هزینه‌های سرسام‌آور در تلاش برای توسعه جایگاه برنشان هستند. بدون تردید این امر مشکلات زیادی برای هر کسب و کار به همراه دارد. مسئله مهم در این میان عدم تمایل کاربران برای مشاهده شمار بالایی از محتوای تبلیغاتی از سوی یک برند است. این امر کاربران را نسبت به ارزش‌های اساسی کسب و کار مدنظر مردد خواهد ساخت.

## درخواست برای باز نشر توییت برند

هیچ نکته‌ای به اندازه همکاری کاربران با برند برای بهبود کیفی فرآیند بازاریابی مهم نیست. برخی از برندها برای دستیابی به این نکته هزینه‌های بسیار زیادی را صورت می‌دهند. شاید این امر عجیب به نظر برسد، اما برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف حتی تمایل به پرداخت هزینه به منظور همکاری برخی از کاربران دارند. یکی از راهکارهای مهم برای ترغیب کاربران به منظور همکاری با برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مربوط به ارائه خدمات مناسب است. اغلب مشتریان تمایل به همکاری با برندهای مورد علاقه‌شان دارند بنابراین این امر باید در استراتژی کلان بازاریابی هر برند جایگاه مشخصی داشته باشد.

دعوت و درخواست از کاربران برای باز نشر توییت‌های برند امری رایج در میان برندها محسوب می‌شود، با این حال برخی از کسب و کارها هنوز هم نسبت به طرح چنین درخواست‌هایی تردید دارند. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر کاربران به طور مناسب است. این امر تاثیرات بلندمدتی بر روی وضعیت هر کسب و کار به همراه خواهد داشت.

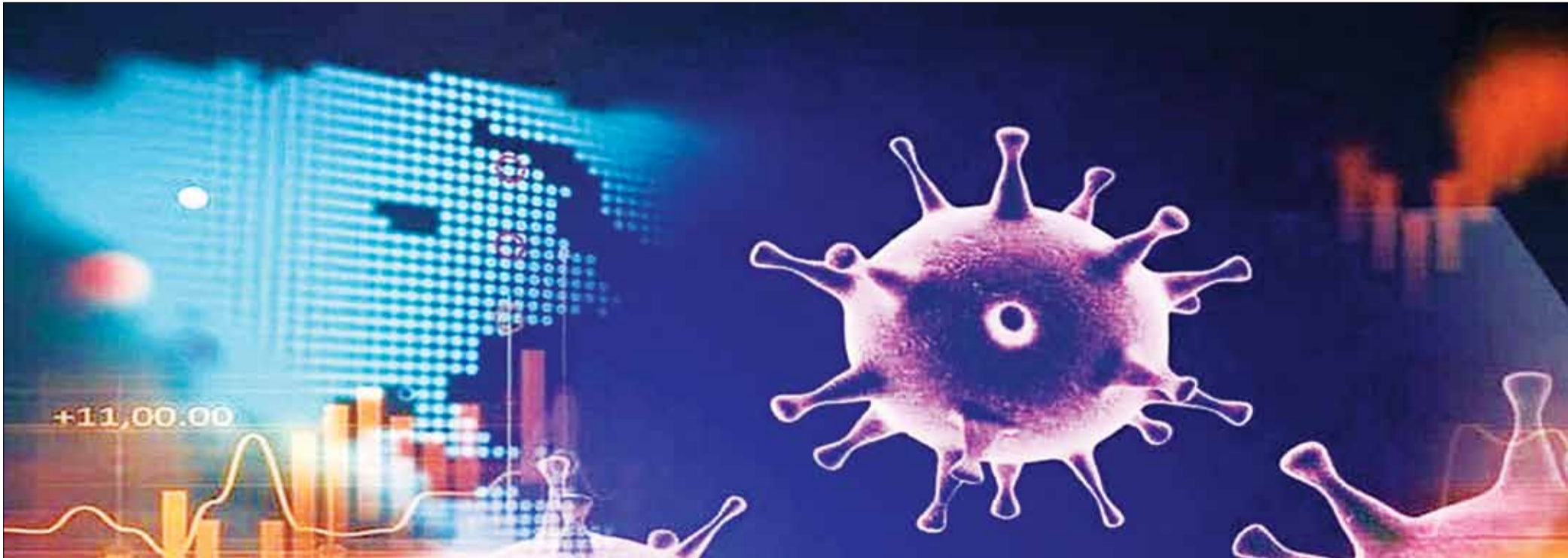
## استفاده از فرمت‌های مختلف

امروزه توییتز دیگر پلتفرمی برای انتشار محتوای متنی نیست. کاربران امکان بارگذاری ویدئو، عکس و فایل‌های صوتی را نیز پیدا کرده‌اند بنابراین توییتز با ماهیت ابتدایی‌اش تفاوت آشکاری پیدا کرده است. این امر دست بازاریاب‌ها برای تعامل با مخاطب هدف در این فضا را به شدت باز کرده است. درست به همین خاطر بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به توییتز به عنوان یک پلتفرم کامل برای بازاریابی توجه نشان می‌دهند. یکی از مهمترین نکات برای بازاریابی موفق در توییتز مربوط به تلاش برای ایجاد تنوع محتوایی از نظر فرمت است. تولید هماهنگ و متعادل ویدئو، عکس و متن برای تعامل با مخاطب هدف امری ضروری خواهد بود. شاید این نکته در ابتدای امر بسیار دشوار باشد، اما به مرور زمان توانایی کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس این الگو افزایش پیدا می‌کند. بدون تردید این امر به معنای استفاده دقیق از محتوای سایر پلتفرم‌ها بدون اعمال تغییرات در توییتز نیست بنابراین باید همچنان تولید محتوای منحصر به فرد را مدنظر قرار دهیم.

منبع: business.com

کار آفرینان موفق توضیح می‌دهند:

# چگونه توصیه‌های معتبر در حوزه کسب و کار پیدا کنیم؟



نگارش: انجمن کار آفرینان جوان

ترجمه‌علی‌آل‌علی

بسیاری از کارآفرینان جوان پس از راه‌اندازی کسب و کار به دنبال توصیه‌های حرفه‌ای برای مدیریت بهتر موسسه‌شان هستند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد. امروزه توصیه‌های بسیار زیادی برای اهالی کسب و کار در حوزه‌های مختلف قابل جست‌وجو است. فضای آنلاین دامنه وسیعی از محتوا را در اختیار مخاطب هدف قرار می‌دهد بنابراین جست‌وجو برای توصیه‌های مناسب در حوزه کسب و کار امر سختی نخواهد بود. چالش مهم در این میان مسئله کیفیت توصیه‌های دریافتی از سوی کارشناس‌هاست. بسیاری از افراد دارای صلاحیت لازم برای ارائه توصیه‌های کارآفرینی نیستند بنابراین استفاده از توصیه این افراد برای بهبود وضعیت کسب و کار نتیجه مطمئنی به همراه نخواهد داشت. این بحث موضوع اصلی مقاله کنونی را شکل می‌دهد. در ادامه برخی از کارآفرینان جوان به بررسی این مسئله و راهکارهای حل و فصل آن خواهند پرداخت.

## ۱. مراجعه به دیگر کار آفرینان

### کاران براون: موسسه لید کاورج

کارآفرینان دیگر در عرصه کسب و کار به طور معمول دارای توصیه‌هایی کاربردی برای افراد جوان هستند. اگر شما در حوزه کسب و کار به تازگی موسسه‌تان را راه‌اندازی کرده‌اید، با مراجعه به برخی از کارآفرینان باسابقه امکان دریافت برخی از توصیه‌های کاربردی را خواهید داشت.

بدون تردید همیشه امکان شروع کسب و کار و توسعه‌اش بدون استفاده از کمک دیگران وجود دارد. نکته مهم در این میان تلاش برای ساده‌سازی مسیر پیش روی کسب و کارمان است. اگر این امر مدنظر کارآفرینان تازه کار قرار داشته باشد، امکان استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای سایر کارآفرینان فراهم خواهد شد. در غیر این صورت شاید به جای استفاده از چرخ مجبور به اختراعاتی از ابتدا شوید. امروزه زمان اهمیت بسیاری زیادی در حوزه کسب و کار دارد. کارآفرینان دارای توانایی برای مدیریت بخش‌های مختلف کسب و کار در کوتاه‌ترین زمان همیشه برتری قابل ملاحظه‌ای نسبت به دیگر رقبای‌شان دارند. یکی از راهکارهای اساسی برای بهبود وضعیت برند و توسعه‌اش در کوتاه‌ترین زمان ممکن استفاده از توصیه دیگر کارآفرینان است. مسئله اساسی در این میان استفاده از توصیه‌های کارآفرینان گوناگون و موفق است. این امر تاثیر بسیاری مطلوبی بر روی وضعیت کسب و کارهای تازه تاسیس خواهد داشت.

## ۲. کمک گرفتن از مربی‌های کسب و کار

### دیگو اور جونلا: موسسه Cables & Sensors

مربی‌های کسب و کار در بسیاری از بازارهای مهم هنوز به عنوان افرادی شناخته شده و دارای جایگاهی مناسب محسوب نمی‌شوند. برندهای مختلف در بازارهای بزرگ و بین‌المللی به طور معمول برای بهبود وضعیت‌شان اقدام به استفاده از کمک این افراد می‌کنند. وظیفه اصلی چنین مربی‌هایی ارزیابی کلی وضعیت کسب و کار و ارائه برخی از توصیه‌ها و راهکارهای کاربردی برای بهبود بهره‌وری و کارایی نهایی برند است.

شاید در نگاه نخست استفاده از مربی‌های حوزه کسب و کار چندان منطقی نباشد. بسیاری از کسب و کارها از نقطه نظر مالی تحت فشار هستند بنابراین صرفه‌جویی در هزینه‌ها همیشه ایده جذابی خواهد بود. نکته مهم در این میان تلاش برای ارزیابی وضعیت به طور دقیق است. بهبود وضعیت برند در بازار باید با نگاه دقیق صورت گیرد. اگر یک کسب و کار با سرمایه‌گذاری در حوزه دریافت توصیه‌های حرفه‌ای توانایی توسعه کسب و کارش در مدت زمان محدودی را داشته باشد، صرف نظر از سود مقطعی برای دستیابی به سود بلندمدت ایده جذابی خواهد بود. خوشبختانه امروزه مربی‌های کسب و کار به سرعت در حال توسعه هستند. اگر کسب و کار شما علاقه‌مند به همکاری با برخی از این افراد است، امکان مراجعه به هر کدام یا همکاری با یک آژانس مشاوره کسب و کار وجود خواهد داشت. این امر به بهترین وجه نیازهای کسب و کارتان را رفع خواهد کرد. البته اگر به توصیه‌ها و ارزیابی‌های مربی‌های مورد نظر توجه نکنید، هیچ تغییری در وضعیت کسب و کارتان ایجاد نخواهد شد بنابراین تلاش برای استفاده از توصیه‌های آنها ضروری خواهد بود.

## ۳. باشگاه‌های کسب و کار محلی

### جردن کونراد: موسسه Writing Explained

باشگاه‌های کسب و کار همیشه محل مناسبی برای آگاهی از وضعیت بازار و دریافت برخی از توصیه‌های معتبر است. مزیت اصلی حضور در

چنین باشگاه‌هایی امکان تعامل با برندهای مختلف و استفاده از تجربه‌های گوناگون است. اشتباه برخی از کارآفرینان جوان تلاش برای اکتفا به توصیه‌های برخی از برندها و کارآفرینان است. این امر آنها را نسبت به تنوع جاری در عرصه کسب و کار و توصیه‌های مختلف بی‌توجه خواهد ساخت. حضور در باشگاه‌های کسب و کار به طور معمول برای یک رویداد یا درخواست مهمی صورت می‌گیرد. برخی از برندهای بزرگ به منظور همکاری با دیگر کسب و کارها یا کسب سرمایه موردنیاز برای پیشبرد برخی از طرح‌های‌شان اقدام به برگزاری جلسه در باشگاه‌های کسب و کار می‌کنند.

مهمترین نکته در مورد باشگاه کسب و کار محلی مربوط به مالکیت اشتراکی‌اش است بنابراین هیچ برندی به تنهایی مالک یا صاحب امتیاز باشگاه موردنظر نیست. این امر امکان حضور گسترده برندها و تعامل‌شان به ساده‌ترین شکل ممکن را به همراه خواهد داشت. بسیاری از برندها برای توسعه کسب و کارشان اقدام به نامه‌نگاری به منظور تنظیم قرار ملاقات با تیم مدیریت برندهای بزرگ می‌کنند. بدون تردید این الگوی مناسبی برای کسب تجربه است، اما زمان زیادی از برندها خواهد گرفت بنابراین باید نسبت به استفاده درست از باشگاه‌های کسب و کار اقدام نماییم.

حضور در باشگاه‌های کسب و کار برای موسسه‌های تازه تاسیس همیشه دشوار است، با این حال پس از مدت زمانی اندک تجربه کافی برای تعامل با برندهای مختلف را پیدا خواهید کرد. مهمترین مسئله تلاش برای حضور مداوم در چنین باشگاه‌هایی است. در غیر این صورت سایر برندها نسبت به حضورتان در عرصه کسب و کار اطلاعی پیدا نخواهند کرد.

## ۴. مطالعه وبلاگ مدیران موفق

### جان ترنر: موسسه سید پراد

کارآفرینان و مدیران موفق همیشه داستان‌ها و نکات طلایی برای بیان دارند. شاید نکات موردنظر آنها بسیار ساده یا بدیهی باشد، اما اغلب اوقات کارآفرینان به آن توجهی نشان نمی‌دهند. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای یافتن وبلاگ رسمی مدیران موفق است. خوشبختانه اغلب مدیران موفق دارای وبلاگ‌های رسمی هستند. آنها نکات بسیار مهمی در وبلاگ‌شان برای دیگران بارگذاری می‌کنند. شاید تمام محتوای موجود در وبلاگ مدیران موفق به درد کسب و کارهای تازه تاسیس نخورد، اما بخشی از آن کاربردی خواهد بود. مهمترین مزیت استفاده از محتوای تولیدی مدیران موفق در وبلاگ‌شان عدم نیاز به پرداخت هزینه است. همچنین در صورت طرح پرسش‌های مفهومی نسبت به مطالب‌شان امکان ملاقات یا دست‌کم گفت‌وگوی تلفی فراهم خواهد شد. بسیاری از مدیران پس از مشاهده علاقه دیگر کارآفرینان، به ویژه تازه کار، نسبت به مطالب‌شان تمایل به بیان برخی از نکات به صورت خصوصی نیز پیدا می‌کنند. این امر باید به اندازه کافی مدنظر کارآفرینان تازه کار قرار داشته باشد. در غیر این صورت تعامل با مدیران حرفه‌ای بدل به چالش‌انگازپذیری خواهد شد.

## ۵. رویدادهای مجازی

### جیکوب تاتور: موسسه Click Play Films

امروزه رویدادهای آنلاین بسیار زیادی در زمینه مدیریت و توسعه کسب و کار برگزار می‌شود. این رویدادها کاربرد بسیار زیادی برای کارآفرینان دارد. نکات طرح شده در اغلب رویدادهای آنلاین دارای اهمیت فراوانی است. یکی از مثال‌های مناسب در مورد رویدادهای مجازی مربوط به تد تاکس (TED Talks) است. این رویداد به طور کامل متوجه حوزه کسب و کار نیست، اما نشست‌های مرتبط با دنیای کسب و کارش با حضور برخی از مدیران و کارآفرینان موفق دارای جذابیت بسیار زیادی است. نکات مورد بحث در رویدادهای آنلاین اغلب مسائلی اساسی و پایدار حوزه کسب و کار را شامل می‌شود بنابراین امکان آگاهی از نظرات کارآفرینان برجسته در مورد مسائل دنیای کسب و کار برای شما فراهم خواهد شد. گاهی اوقات مدیران برجسته عرصه کسب و کار به نکاتی فراتر از چشم‌انداز کارآفرینان تازه کار اشاره می‌کنند. این امر مزیت اصلی حضور در رویدادهای مجازی را شامل می‌شود.

شماره بالایی از رویدادهای مجازی پیش از این به طور حضوری برگزار می‌شد. با این حال شیوع ویروس کرونا وضعیت را به طور کامل تغییر داده است. اکنون اغلب رویدادهای موردنظر به صورت مجازی برگزار می‌شود. این امر مزیت مهمی برای کارآفرینان محسوب می‌شود، چراکه دیگر بعد مکانی را از بین خواهد برد. با این حساب کارآفرینان از هر نقطه‌ای در جهان امکان حضور در مراسم‌های مجازی مهم در حوزه کسب و کار را خواهند داشت.

## ۶. پلتفرم Bunch.ai

## کالین دار تا: موسسه Innovation Department

ارائه توصیه‌های کاری و ارزیابی وضعیت برندها دیگر یک راهکار مناسب برای مدیران بزرگ به منظور نمایش اعتبارشان نیست. امروزه برخی از کسب و کار به طور تخصصی در این راستا فعالیت دارند. استارت‌آپ Bunchai یکی از نمونه‌های موفق در این زمینه محسوب می‌شود. این استارت‌آپ با هدف ارائه توصیه‌های کاربردی و در عین حال معتبر به کارآفرینان راه‌اندازی شده است. اغلب توصیه‌های این پلتفرم از سوی کارآفرینان حرفه‌ای ارائه می‌شود بنابراین تردید در اعتبارشان وجود نخواهد داشت.

وقتی از Bunchai صحبت می‌کنیم، بدون تردید گزینه‌هایی مانند لینکدین را مد نظر نداریم. این پلتفرم به سادگی ارتباط میان کارآفرینان با محتوای ارزشمند برای توسعه کسب و کار را ایجاد می‌کند. البته مدیران این استارت‌آپ در تلاش برای شخصی‌سازی خدمات‌شان در راستای ارزیابی منحصر به فرد وضعیت هر برند هستند، با این حال اکنون تمرکز اصلی آنها بر روی ارائه توصیه‌های کاربردی به کاربران قرار دارد.

عضویت اولیه در این پلتفرم رایگان است، با این حال دسترسی به برخی از توصیه‌ها و محتوای آموزشی Bunchai نیازمند خرید حق عضویت خواهد بود. بدون تردید استفاده از چنین ابزاری در میان بسیاری از کارآفرینان هنوز ایده رایجی نیست، اما به زودی نمونه‌های مشابه دیگری از این استارت‌آپ توسعه خواهد یافت.

## ۷. استفاده از کورا

### اندرو شاراز: موسسه مانی کرشرز

پلتفرم کورا (Quora) یک شبکه اجتماعی ساده و کاربردی برای پاسخگویی به پرسش‌های مختلف کاربران است. این امر به معنای مواجهه با یک سامانه پرسش و پاسخ بزرگ است. بدون شک تمام پرسش‌های طرح شده در این پلتفرم در حوزه کسب و کار نیست، اما گاهی اوقات نکات بسیار مهمی از سوی کسب و کارها و چهره‌های مطرح حوزه کارآفرینی ارائه می‌شود. دلیل این امر تلاش کارآفرینان و برندهای بزرگ برای تاثیرگذاری بر روی بازار است. این امر با ارائه توصیه‌های کاربردی به کارآفرینان تازه‌کار صورت می‌گیرد. وقتی یک برند به سطح مشاور سایر کسب و کارها ارتقا پیدا کند، به طور خودکار به عنوان مرجع اصلی در حوزه تخصصی‌اش شناخته خواهد شد. این امر دامنه وسیعی از مشتریان را نسبت به کسب و کار آن برند جلب خواهد کرد.

بسیاری از برندها و کارآفرینان بزرگ در کورا حضور فعالی دارند بنابراین در صورت مواجهه با چالش یا مشکلی مهم باید به سادگی آن را در کورا مطرح نمایید. نکته اساسی در این میان جست‌وجو برای پرسش‌های مشابه است. اگر سوال تکراری مطرح کنیم، ویرایشگرهای کورا آن را تایید نخواهند کرد. همچنین در صورت ارائه پرسشی شبیه به نمونه‌های دیگر امکان جلب نظر کارآفرینان بزرگ برای ارائه پاسخ از میان خواهد رفت.

## ۸. تمرکز بر روی تیک تاک

### دیزی جینگ: موسسه باتیش

شاید مطرح ساختن نام تیک تاک به عنوان یک پلتفرم مناسب برای یافتن توصیه‌های حرفه‌ای کسب و کار عجیب به نظر برسد. اغلب مردم تیک تاک را پلتفرمی جذاب برای سرگرمی می‌دانند بنابراین حضور کارآفرینان با هدفی به غیر از بازاریابی در آن عجیب خواهد بود. مهمترین مزیت تیک تاک حضور شما بالایی از برندها و کارآفرینان در آن است. این امر به تنهایی هنوز هم دلیل کافی برای نگاه به آن به عنوان یک پلتفرم مناسب برای دریافت توصیه‌های کاربردی نیست. نکته بعد مربوط به امکان جست‌وجوی محتوای مختلف در تیک تاک و دریافت ایده‌های تازه است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. بنابراین با مشاهده ایده‌های تازه در این پلتفرم امکان فعالیت مناسب برای برندها فراهم خواهد شد.

بسیاری از برندهای تازه تاسیس برای پیگیری وضعیت فعالیت‌شان در تیک تاک اقدام به الگوبرداری از برندهای بزرگ می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار عجیب به نظر برسد، اما کاربردهای فراوانی برای برندها به همراه دارد. کسب و کارهای بزرگ همیشه ایده‌های تازه و کاربردی برای بازاریابی و مدیریت کسب و کار دارند بنابراین الگوبرداری از آنها ایده بسیار جذابی خواهد بود. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای ایجاد تغییراتی اساسی در ایده اولیه برندهای بزرگ است. در غیر این صورت عملکردمان نوعی کپی‌برداری ناشیانه خواهد بود.

## ۹. مراجعه به کتاب‌ها

### سید بلخی: موسسه WPBeginner

مطالعه کتاب اهمیت بسیار زیادی برای افزایش دانش و مهارت افراد

دارد. این امر در تمام حوزه‌ها دارای مصداق مشخص است. امروزه کتاب‌های کاربردی بسیار زیادی در حوزه کسب و کار نگاشته می‌شود. دانشکده‌های کسب و کار و کارآفرینی در سراسر دنیا محتوای علمی و معتبر بسیار زیادی برای استفاده تخصصی در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد بنابراین مراجعه به کتاب‌های مختلف برای بهبود سطح توانایی و دانش کاربردی در حوزه کسب و کار ضروری خواهد بود. اگر در مورد گزینه‌های مناسب برای شروع مطالعه‌تان تردید دارید، باید ابتدا به سراغ افراد حرفه‌ای در این حوزه بروید. شاید این امر در ابتدا بسیار سخت باشد، اما پس از یافتن چند کتاب مناسب دیگر روند یافتن منابع مهم را یاد خواهید گرفت بنابراین مشکل دیگری در مسیر بهبود کیفیت کاری‌تان وجود نخواهد داشت.

## ۱۰. کتاب‌های صوتی

### ماریا تیموتی: موسسه OneLMS

استفاده از کتاب‌های فیزیکی همیشه مشکلاتی را به همراه دارد. بسیاری از افراد توانایی مطالعه کتاب به طور مرسوم را ندارند بنابراین باید به دنبال گزینه‌های دیگری باشند. یکی از گزینه‌های مناسب در این میان مربوط به کتاب‌های صوتی است. این گزینه دارای جذابیت‌های بسیار زیادی از اهالی کسب و کار است. اگر در مسیر خانه به محل کار یا برعکس هستید، کتاب‌های صوتی فقط با استفاده از یک هدست قابل گوش دادن است. برخی از کارآفرینان برای گوش دادن به کتاب‌های صوتی از یک تکه کاغذ برای یادداشت نکات مهم استفاده می‌کنند. این امر نقش مهمی در یادآوری نکات مهم کتاب موردنظر در روزهای بعد دارد. همچنین گاهی اوقات یادداشت‌های موردنظر بدل به منبع مهمی برای بهبود عملکرد برند می‌شود. بسیاری از کسب و کارها برای تقویت حضورشان در بازار اقدام به ترغیب کارمندان‌شان برای استفاده از کتاب‌های صوتی می‌کنند بنابراین کسب و کار شما نیز باید این نکته مهم را مدنظر قرار دهد.

## ۱۱. یادکست‌ها

### جارد آتکینسون: موسسه WPForms

کارآفرینان سبک زندگی پرتنش و دارای رقابت زیادی را تجربه می‌کنند. همین نکته موجب علاقه‌شان برای استفاده از توصیه‌های کاربردی و معتبر می‌شود. یکی از منابع بسیار جالب برای گوش دادن به توصیه‌های کاربردی در حوزه کسب و کار شامل یادکست‌های مختلف است. شاید این گزینه در نگاه نخست بسیار عجیب به نظر برسد، اما مجموعه یادکست‌های بسیار کاربردی در حوزه‌های مختلف کسب و کار در دسترس قرار دارد. این امر منبع مهمی از اطلاعات و توصیه‌های معتبر را در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد. نکته مهم در خصوص یادکست‌های محبوب در حوزه کسب و کار حضور مهمان‌های مهم است. مهمان‌های چنین یادکست‌هایی اغلب اوقات مدیران و کارآفرینان موفق را شامل می‌شود بنابراین گوش دادن به گفت‌وگوی چنین شخصیت‌هایی در عرصه کسب و کار دارای اهمیت بسیار زیادی خواهد بود.

## ۱۲. استفاده از تجربیات شخصی

### کوبین لیز: موسسه رسانه‌ای لیز

من پیش از شروع کسب و کار مستقلم در بسیاری از شرکت‌های حوزه رسانه کار کرده‌ام. همین امر تجربه مناسبی در اختیارم به منظور راه‌اندازی کسب و کار مستقل قرار داد. بسیاری از کارآفرینان بدون هیچ‌گونه تجربه مشخصی در حوزه کسب و کار شروع به فعالیت می‌کنند. اگرچه سبک زندگی کارآفرینانه دارای جذابیت‌های بسیار زیادی است، اما در صورت فقدان تجربه مناسب بدل به کابوسی برای بسیاری از افراد خواهد شد بنابراین باید تجربه‌اندوزی در سال‌های نخست ورود به بازار کسب و کار را مدنظر قرار دهیم. در غیر این صورت شانس‌ی برای موفقیت در عرصه کسب و کار نخواهیم داشت.

بسیاری از کارآفرینان بزرگ نزدیک به یک دهه در دیگر کسب و کارها مشغول فعالیت بوده‌اند. این امر ذهنیت مناسبی از بازار کسب و کار و همچنین فرصت‌های نوآوری ایجاد می‌کند. اگر شما نیز در صد راه‌اندازی کسب و کار مستقل‌تان هستید، شاید اندکی تأمل بیشتر گزینه بهتری در مقایسه با راه‌اندازی سریع باشد.

امروزه عرصه کسب و کار پیچیدگی و چالش‌های متعددی پیش روی کارآفرینان قرار می‌دهد. استفاده از توصیه‌های کاربردی برای بهبود وضعیت کسب و کار اهمیت بسیار زیادی در این میان خواهد داشت. منابع مورد بحث در این مقاله شروع مناسبی برای کسب توصیه‌های معتبر خواهد بود.

منبع: noobpreneur.com

به مناسبت روز درختکاری و هفته منابع طبیعی صورت گرفت:

### کاشت نهال توسط مدیرکل بنادرودر یانوردی امیرآباد

**ساری - دهقان** : مدیرکل بنادرودر یانوردی امیرآباد به مناسبت روز درختکاری و هفته منابع طبیعی یک اصله نهال میوه در اراضی شرقی این بندر غرس کرد. به گزارش واحد روابط عمومی اداره کل بنادرودر یانوردی امیرآباد، محمدعلی اصل سعیدی پور به همراه جمعی از اعضای شورای اداری ، به حضور در اراضی شرقی منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد یک اصله نهال میوه غرس کرد. وی در حاشیه این مراسم طی سخنان کوتاهی ، فضای سبز را جزء جدا ناشدنی زندگی شهری برشمرد که با جذابیت های بصری زیبایی خود ، طراوت بی نظیری را به فعالیت های انسان می بخشد. سعیدی پور بیان اینکه فضای سبز موجود در بندر امیرآباد با سیستم مکانیزه آبیاری می شوند ، ضمن اشاره به سیاست های زیست محیطی بندر امیرآباد ، از غرس ۲ هزار اصله نهال دیگر در جوار کمربند سبز واقع در اراضی شرقی این بندر در آینده نزدیک خبر داد.



معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب هرمزگان :

### ظرفیت آب شیرین کن هرمز سال آینده به بالاترین ظرفیت خود می رسد

**بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز**: معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب هرمزگان گفت: واحد مکانیکال و مخزن ذخیره آب خلم آبشیرینکن جزیره هرمز که به دلیل تعمیرات و بازسازی از مدار بهره برداری خارج شده بود، مجدداً راه اندازی شد. سعید صادقی افزود: مخزن آب خام سایت آب شیرینکن جزیره هرمز به دلیل ریزش سقف از مدار خارج شد که عملیات تعمیرات و بازسازی آن آغاز شد. به گفته وی، در پی انجام تعمیرات این مخزن به اجبار تولید آب شیرینکن متوقف شد که پس از ۴۸ ساعت با اتمام عملیات بازسازی، مجدداً تولید آب از سر گرفته شد. وی ادامه داد، متأسفانه پس از آغاز راه اندازی مجدد آب شیرین کن؛ عصر جمعه قطعه مکانیکی واحد A سایت دچار شکستگی شد که با تلاش انجام شده قطعه روز شنبه نصب و واحد A در مدار بهره برداری قرار گرفت. معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب هرمزگان تصریح کرد، در حال حاضر دو واحد A و B با ظرفیت ۱۲۵۰ متر مکعب در مدار تولید است و انشالله واحد C نیز امروز وارد مدار می شود و سایت موجود قادر خواهد بود آب مورد نیاز جزیره هرمز را تامین کند. وی همچنین از اتمام عملیات نصب واحد جدید آبشیرینکن جزیره هرمز تا نیمه اول سال آینده خبر داد و گفت: با تامین منابع اعتباری و تحویل تجهیزات، عملیات نصب این واحد جدید آغاز می شود و تولید آب در هرمز به بالاترین ظرفیت خواهد رسید.



در دومین جلسه کمیته عالی نظام پیشنهادهای شرکت برق منطقه ای گیلان مطرح شد

### دعوت از کارکنان برای ارائه ایده ها و پیشنهادهای خلاقانه

**رشت - خبرنگار فرصت امروز**: بهمن داراب زاده، مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان در ابتدای جلسه مذکور با تأکید بر اهمیت موضوع نظام پیشنهادها، گفت: انتظار می رود دبیرخانه نظام پیشنهادها در شرکت فعال تر شده و همه کارکنان فارغ از سطح و جایگاه شغلی، به ارائه ایده ها و پیشنهادهای نوآورانه و خلاقانه بپردازند و طبعاً مدیریت به طور کلی تمامی ارکان شرکت نیز در استفاده از این ایده ها مشتاقانه اقدام خواهند نمود. در این جلسه، پس از ارائه گزارشی از پیشنهادهای دریافت شده و عملکرد کارگروه های تخصصی نظام پیشنهادها توسط مدیر دفتر مدیریت استراتژیک و بهره وری و دبیر نظام پیشنهادهای شرکت برق منطقه ای گیلان، پیشنهادهای دریافت شده توسط اعضای کمیته عالی مورد بحث و بررسی قرار گرفتند. گفتنی است که در دومین جلسه کمیته عالی نظام پیشنهادها، از مجموع ۲۶ پیشنهاد مصوب کارگروه های تخصصی، تعداد ۱۶ پیشنهاد تصویب و تعداد ۳ پیشنهاد برای بررسی بیشتر به کارگروه های تخصصی مربوطه ارجاع گردید. همچنین مقرر شد به پیشنهادهای پذیرفته شده، در چهارچوب آیین نامه نظام پیشنهادهای شرکت برق منطقه ای گیلان، پاداش مصوب پرداخت شود.



### شهردار گرگان با سرپرست اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان دیدار کرد

**گرگان - خبرنگار فرصت امروز**: دکتر عبدالرضا دادبود شهردار گرگان در سالن اندیشه شهرداری گرگان با عبدالرحیم لطفی سرپرست اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان دیدار و گفتگو کردند. این نشست که مهندس عرف معاون عمرانی، مهندس طاهری معاون شهرسازی و مهندس ستودنیا رییس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری گرگان و محمدابراهیم جرجانی عضو شورای اسلامی شهر گرگان نیز حضور داشتند، در خصوص برگزاری برنامه های مشترک در هفته منابع طبیعی و توسعه فضای سبز گرگان گفتگو و تبادل نظر شد. دکتر دادبود در این نشست با اشاره به لزوم توسعه فضای سبز شهری گرگان بیان کرد: با اجرای پروژه آبخیزداری، شهر گرگان هم از نظر خطرات احتمالی ناشی از سیلاب ایمن خواهد ماند و هم با احداث سازه های آبی تحولات بسیار خوبی در حوزه گردشگری ایجاد خواهد شد. وی تصریح کرد: مطالعات جامع آبخیزداری مرتبط با پارک های جنگلی النگدره و ناهاخوران شهر گرگان به زودی آغاز خواهد شد و سپس برنامه ریزی لازم برای تبدیل آن به پروژه صورت خواهد گرفت. شهردار گرگان خاطرنشان کرد: با همکاری اداره منابع طبیعی و آبخیزداری تلاش خواهیم کرد تحولات خوبی در حوزه فضای سبز و آبخیزداری ایجاد کنیم و آینده درخشانی از نظر توسعه فضای سبز و محیط زیست برای شهر گرگان رقم بزنیم.

### مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر مسئولیت اجتماعی مهمترین گام در حفظ و حفاظت از منابع آبی است

**بوشهر - خبرنگار فرصت امروز**: به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر، مهندس حمزه پور به مناسبت ۱۳ اسفند ماه روز ملی آب گفت: آب مایه حیات است که خداوند متعال آنرا برای انسان و دیگر موجودات روی زمین اعطا نمود و در بیش از صد ایه قرآن کریم در مورد آب و اهمیت آن سخن به میان آمده است. وی گفت: روز ملی آب فرصت مغتنمی برای ترویج فرهنگ صحیح مصرف آب و آموزش و آگاهی بخشی به مردم می باشد چون آموزش و آگاهی بخشی در خصوص مسائل آب نقش مهمی را در بالا بردن مشارکت اجتماعی مردم در صرفه جویی در مصرف آب دارد آنچه امروزه بیشتر از هر زمان دیگری مورد توجه است تأثیر انسان بر حفظ و حفاظت از آبهاست و مسئولیت اجتماعی چیزی نیست جز پاسداری این مایع گرانبها و اعتدال در مصرف برای تحقق آرمان آب سالم برای همه. خصوصاً در شرایط محدودیت منابع تأمین آب در کشور و اینکه که چگونه از منابع آب موجود بهره برداری کنیم. وی در خصوص برنامه های این شرکت که به مناسبت این روز گفت: در این راستا شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر برنامه های مختلفی را از جمله تبلیغات محیطی و فرهنگی رسانه ای را در دست اقدام دارد. وی در پایان افزود برای رسیدن به فرهنگ درست مصرف آب مشارکت ابزار رسانه و فرهنگیان جامعه نقش برجسته ای دارد و می توانند با تشریح وضعیت موجود، جامعه را به مشارکت در اجرای برنامه های بهبود مدیریت آب تشویق نمایند.



مدیرکل کمیته امداد امام خمینی(ره) استان مرکزی:

### کمک ۳۲ میلیارد تومانی خیرین استان مرکزی به ایتام و نیازمندان

**اراک - خبرنگار فرصت امروز**: مدیرکل کمیته امداد امام خمینی(ره) استان مرکزی بیان کرد: در سال جاری ۳۲ میلیارد تومان توسط خیرین به ایتام و نیازمندان کمک شده که میبایست مستقیم به حساب خود استان واریز شده است. مجید مؤمنی، مدیرکل کمیته امداد امام خمینی(ره) استان روز گذشته، ۱۰ اسفند در نشست خبری با اصحاب رسانه اظهار کرد: هم اکنون با حمایت خیرین، نیک اندیشان و همه عناصر تأثیرگذار و کمک کننده به کمیته امداد ۴۷ هزار و ۴۱۰ خانواده در سطح استان تحت پوشش هستند که از نظر جمعیتی ۸۴ هزار و ۷۵۳ نفر هستند و ۱۹ درصد جمعیت کل استان را از نظر نفی و ۱۱ درصد هم از نظر خانواده های را شامل می شوند. وی اظهار کرد: مهم ترین علت تحت پوشش قرار گرفتن افراد و خانواده ها در کمیته امداد فوت و از کارافتادگی سرپرست خانواده ها است که ۶۵ درصد جمعیت اینگونه هستند و همچنین ۲۱ درصد تبصره ۱۴ و مابقی هم سایرین هستند. ۶۳ درصد خانوارهای تحت پوشش سرپرست آنان زن و مابقی از آقایان هستند. مدیرکل کمیته امداد امام خمینی استان بیان کرد: برای توانمندسازی خانواده ها اولویت های مسکن، اشتغال و درآمد پایدار در دستور کار قرار گرفته که سعی داریم همه خانواده های تحت پوشش به جز سالمندان و بیماران که مادام العمر تحت پوشش این نهاد هستند را توانمند کنیم.



### مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی:

## یک هزار و ۴۹۰ روستا تحت پوشش شبکه آبفا قرار دارند



**آذربایجان شرقی - ماهان فلاح**: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی گفت: در حوزه آبرسانی کارهای بسیار خوبی به خصوص در ارتباط با افشار پایین جامعه انجام شده است. علیرضا ایمانلو اظهار کرد: در آذربایجان شرقی ۲ هزار و ۷۰۸ روستای دارای سکنه است که از این تعداد یک هزار و ۴۹۰ روستا تحت پوشش شبکه آبفا کشور قرار دارند و پوشش جمعیتی که در آذربایجان شرقی از خدمات آب شرب بهره مند هستند ۹۲ درصد است. وی افزود: بر این اساس در هفت سال اخیر یک هزار و ۴۴ میلیارد ریال برای اجرای ۲۹۷ طرح حوزه آب در استان هزینه شد.

ایمانلو در خصوص اقدامات انجام شده در بخش تأمین و توزیع آب شرب بهداشتی در هفت سال اخیر گفت: در حالی که در سال آغازین دولت دوازدهم ۱۲۱ کیلومتر شبکه آب جدید در سطح استان احداث شده بود، سال بعد ۱۹۱ کیلومتر و در سال ۱۳۹۴ شمسی نیز ۱۵۳ کیلومتر دیگر به طول شبکه اضافه شد.

وی افزود: شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی در سال ۱۳۹۶ شمسی ۱۵۶ کیلومتری، سال بعد ۱۱۵ کیلومتر و پارسال ۹۴ کیلومتر لوله گذاری جدید برای توسعه شبکه

آب و به تبع آن افزایش جمعیت زیر پوشش اجرا کرد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی، اصلاح شبکه آب را از جمله مأموریت های آب و فاضلاب استان در راستای فعال نگهداشتن زنجیره ارایه خدمات به شهروندان دانست و اضافه کرد: در حالی که در سال ۱۳۹۲ شمسی ۴۸ کیلومتر اصلاح شبکه انجام شده بود، سال بعد ۷۱ کیلومتر و در سال ۱۳۹۴ شمسی نیز ۹۱ کیلومتر عملیات اصلاح در شبکه انجام شد. علیرضا ایمانلو ادامه داد: عملیات اصلاح شبکه در سال

### مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم :

## جشنواره ابوذر، رسیدن به تراز رسانه انقلابی را دنبال می کند



**قم - خبرنگار فرصت امروز**: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم گفت: جشنواره ابوذر، رسیدن به تراز رسانه انقلابی برای معرفی دستاوردهای مهم انقلاب اسلامی را دنبال می کند.

به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی کاشانی در آئین اختتامیه ششمین جشنواره رسانه ای ابوذر در تالار شهید آوینی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم اظهار داشت: این جشنواره در ۵ دوره موفقیت های خوبی را پشت سر گذاشته است و در این میان یکی از ویژگی های مهم جشنواره ابوذر، خودجوش بودن و برگزاری با مشارکت اصحاب رسانه است. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم افزود: این جشنواره در هیچ دورهای به اعتبارات دولتی وابسته نشده

است بلکه متناسب با روحیه بسیجی و جهادی برگزار می شود و علیرغم مضیق ها و کمبودها انصافاً توانسته جای خود را در میان جشنواره های رسانه ای حرفه ای به خوبی باز کند. وی

### به مناسبت ۱۵ تا ۲۲ اسفند (هفته منابع طبیعی) اعلام شد

## گسترش و حفظ فضای سبز در دستور کار واحد محیط زیست شرکت ملی حفاری ایران است

جهت تهیه نهال و همچنین برنامه ریزی خودجوش کارکنان در تهیه نهال و کاشت آن پیرامون اردوگاه ها و دستگاه های حفاری از جمله اقداماتی است که از سوی کارشناسان این مدیریت و روسای دستگاه های حفاری نظیر دستگاه های حفاری ۳۲،۴۰ و به ویژه دکل ۷۰ فتح در جریان بوده و است. وی اظهار کرد: این روند علاوه بر افزایش میزان سرانه فضای سبز تولیدی در شرکت باعث افزایش انگیزه و روحیه کارکنان دستگاه های حفاری و رضایتمندی سازمان و ادارات محیط زیست استان ها و شهرهای اطراف و همچنین کارفرماهای مختلف گردیده است.



**اهواز - شبنم قجائوند**: مدیر ایمنی، بهداشت و محیط زیست (HSE)، پدافند غیرعامل و مدیریت بحران شرکت ملی حفاری ایران گفت: گسترش و حفظ فضای سبز در مناطق عملیاتی، کارگاهی و پیرامون فضای اداری و شهرک های سازمانی این شرکت به طور پیوسته در دستور کار واحد محیط زیست این شرکت است.

سعید قربانی با گرامیداشت ۱۵ اسفند روز درختکاری و آغاز هفته منابع طبیعی، افزود: در این زمینه در قالب برنامه ریزی ماهیانه، ضمن پایش دوره ای، افزایش سرانه فضای سبز در سطح شرکت رصد می شود. وی اظهار کرد: از جمله اقدامات اخیر در این ارتباط نمونه گیری از خاک اطراف منطقه صنعتی کریت و ارسال به آزمایشگاه های معتمد محیط زیست برای بررسی آنالیز خاک به منظور کاشت هدفمند نهال و فراهم آوردن ایجاد زیرساخت توسط سایر مدیریت های شرکت، جهت آبیاری و نگهداری از نهال ها تا ایجاد فضای سبز مورد نظر است.

قربانی گفت: از دیگر اقدامات اجرایی افزایش فضای سبز در کارگاه های شرکت از جمله کارگاه شماره ۲ - فرعی در ناحیه صنعتی کارون می باشد که باعث افزایش میزان سرانه فضای سبز در سطح شرکت شده است. مدیر HSE، پدافند غیرعامل و مدیریت بحران شرکت ملی حفاری ایران افزود: مکاتبات و پیگیری با ادارات محیط زیست و منابع طبیعی استان ها

### با ارزیابی سطح یک سالیانه؛

## آبفا آذربایجان شرقی صاحب گواهینامه های مدیریت سبز اروپا و بنیاد جهانی انرژی شد

منطق ارزیابی EAST در سال ۱۳۹۹ کرد. این شرکت با تلاش پرسنل خدمت و متخصص و متدها و آموزش های ارائه شده از طرف انجمن مدیریت سبز نسبت به تأمین الزامات مدل مدیریت سبز در دو بعد تواناسازها و نتایج و الزامات منطق ارزیابی EAST در چهار محور (Environment-Accounting-Social-Technology) اقدام و در ارزیابی اخیر به تاریخ ۰۲/۱۲/۹۹ موفق به اخذ گواهینامه تقدیر سبز سطح یک و گواهینامه بنیاد جهانی انرژی و جامعه سبز اروپا برای تصفیه خانه فاضلاب تبریز گردید. لازم به توضیح می باشد پروژه ارزیابی جهانی انرژی بصورت سالانه و تحت نظارت سازمان ملل و توسط بنیاد جهانی انرژی و جامعه سبز اروپا برگزار می گردد.



مدل مدیریت سبز و شرکت در پروژه جایزه جهانی انرژی در بالاترین سطح خود برای تصفیه خانه فاضلاب تبریز بر اساس

**آذربایجان شرقی - ماهان فلاح**: شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی گواهینامه های مدل مدیریت سبز اروپا و بنیاد جهانی انرژی را کسب کرد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی آبفا استان، شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی اقدام به استمار مدل مدیریت سبز و مشارکت در پروسه جایزه جهانی انرژی و اخذ گواهینامه های صادره از طرف انجمن مدیریت سبز و جامعه سبز اروپا و بنیاد جهانی انرژی برای تصفیه خانه فاضلاب تبریز در سال ۱۳۹۹ کرد. شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی همچنین در راستای مسوولیت ها و تعهدات اجتماعی و زیست محیطی و اعتدالی فرهنگ حفاظت از محیط زیست مبادرت به استمرار

## تجلیل از یاوران و خادمان نماز شرکت آب و فاضلاب گیلان

مردم استان افتخار ماست. هادی نیزه باز افزود: آب در فرهنگ اسلامی معنا و مفهوم خاصی دارد و به کرات در آیات قرآن مجید و احادیث ائمه (ع) از آن یاد شده است. وی همچنین از تلاش ها و فعالیت های خادمان و یاوران نماز شرکت آب و فاضلاب گیلان در طول سال جاری تشکر و قدردانی کرد. مسئول شورای فرهنگی-دینی شرکت آبفا گیلان هم در سخنانی ضمن گرامیداشت روز ملی آب و تقدیر از نگاه ویژه مهندس حسینی مدیرعامل شرکت جهت اجرای برنامه های فرهنگی و دینی خوشحالتانه با حمایت های مدیرعامل محترم، برنامه ها و دستورالعمل های ابلاغی از سوی وزارت نیرو و شرکت مهندسی آبفا کشور در حوزه فرهنگی-دینی به طور باریکانه در سال ۹۹ در شرکت آب و فاضلاب گیلان اجرا شده است. بنابراین گزارش؛ در پایان این مراسم از یاوران و خادمان نماز شرکت آبفا گیلان با اهدای لوح تقدیر و هدیه ای تجلیل بعمل آمد.



هایشان نمازهای یومیه را در هر سه وقت به جماعت می خوانند، گفت: نماز باید با خلوص نیت خوانده شود تا انسان را به خداوند متعال نزدیک تر کند. قائم مقام شرکت آب و فاضلاب گیلان نیز ضمن تبریک روز ملی آب به کارکنان این شرکت، گفت: سقایی

## از الفبای کار آفرینی تا قوانین دست و پا گیر تولید



وی با بیان اینکه تکنولوژی قابل حصول است و با مطالعه و تلاش می‌توان به موفقیت نایل آمد، ادامه داد: خلاقیت و نیروی جوانی دو عامل مهم و اساسی در موفقیت جوان کارآفرین است، تلفیق این دو با هم و اگر استمرار داشته باشد بی‌شک در توسعه و موفقیت واحدهای تولیدی موثر خواهد بود.

این کارآفرین جوان اضافه کرد: توصیه من به کارآفرینان جوان، آشنایی با اسلوب و ساز و کار علم مدیریت بازرگانی است که در واقع رمز موفقیت این شرکت نیز آگاهی مدیران این واحد تولیدی از این مبانی بوده است، توصیه دیگر من به کارآفرینان داشتن اعتماد به نفس بالا و ریسک‌پذیری است، در ایران زیرساخت‌های مورد نیاز وجود دارد بنابراین با مطالعه و اخذ مشاوره از متخصصان می‌توان به موفقیت دست یافت، یکی از عوامل مهم پیشرفت و موفقیت این واحد تولیدی، نوآوری در محصولات تولیدی است.

رسول‌زاده با اشاره به وجود شکست‌های مختلف در دوران کارآفرینی گفت: این شکست‌ها، در واقع سعی و خطاهایی بود که با وجود پتانسیل لازم به موفقیت و توسعه روزافزون بدل گردید.

وی اضافه کرد: گروه صنعتی زیوار گستر سازه آرکا در سال ۱۳۸۲ با وارد نمودن مواد اولیه لمینت و پارکت فعالیت خود را آغاز کرد، این شرکت با تغییر سیاست خود در سال ۱۳۹۸ موفق به اخذ پروانه بهره‌برداری گردید. ظرفیت تولید این شرکت در تولید MDF روزانه یک هزار ورق و در تولید پارکت لمینت ۲ هزار و ۸۵۰ متر مربع (پارکت ۱۲ میل با سایز بزرگ برای نخستین بار در ایران) است.

مدیرعامل گروه صنعتی زیوار گستر سازه آرکا اذعان داشت: در حال حاضر در این واحد تولیدی ۸۶ نفر مشغول به فعالیت هستند که این تعداد با توجه به طرح توسعه شرکت و احداث دو خط تولید جدید در زمینه نانوکلاس و MDF سوپرمارت در سال آینده، به ۱۲۵ نفر افزایش خواهد یافت.

رسول‌زاده خاطر نشان کرد: محصولات پارکت و لمینت این شرکت در چهار کالکشن طراحی و تولید می‌شود، در زمینه تولید MDF در تهیه و تدارک راهاندازی خط تولید MDFهای دو رو برقی با تکنولوژی نانوکلاس هستیم، در این شرکت، استانداردهای اجباری وجود ندارد، اما موفق به دریافت نشان شتابی استاندارد ایران شده‌ایم. محصولات این شرکت به صورت نمایندگی در استان‌های سراسر کشور توزیع می‌گردد.

وی با اشاره به حمایت‌ها و نقش تأثیرگذار شرکت شهپرک‌های صنعتی استان در فراهم نمودن زیرساخت‌های لازم و نیز تسهیلگری در اخذ مجوزهای لازم اشاره کرد و گفت: تأمین زیرساخت‌های لازم و سرمایه مورد نیاز از اقدامات مهم و یکی از ملزومات مورد نیاز در حمایت از تولیدکننده است که در تولید محصول با کیفیت تأثیر مستقیم دارد و این امر سبب حضور در بازارهای خارجی و رقابت با محصولات مشابه خارجی خواهد شد.

منبع: isna

رمز موفقیت یک واحد تولیدی بوده است. ما نیز از این قاعده مستثنا نبوده‌ایم. بنده موفقیت خود را مدیون همکاری‌هایم هستم که هم در داخل مجموعه و هم در خارج از مجموعه رشد و تعالی شرکت دغدغه اصلی آنها بوده است، هیچ فردی به تنهایی نمی‌تواند به موفقیت دست یابد. مدیعامل شرکت سیم و کابل مغان شاهرود ادامه داد: گاهی اوقات افراد جویای کار به بنده مراجعه می‌کنند که تصور می‌کنم این افراد بالاستعداد و توانمند هستند اما اعتماد به نفس لازم را ندارند. این افراد اگر مورد حمایت قرار بگیرند بسیاری از مشکلات پیش روی آنان مرتفع خواهد شد.

ابراهیمیان با بیان اینکه شرکت سیم و کابل شاهرود در سال ۱۳۵۹ پروانه فعالیت گرفت و در سال ۱۳۶۱ شروع به فعالیت کرد و به تولید انبوه رسید، افزود: در این شرکت ۷۰۰ نفر مشغول به فعالیت هستند. این شرکت در حال تولید انواع سیم و کابل ساختمانی، فشار قوی و ابزار دقیق برای صنایع نفت و گاز و پتروشیمی، کابل‌های غلاف سربی، کابل‌های لاستیکی است که این تنوع محصول به صورت انحصاری است. محصولات این واحد تولیدی در حال حاضر به کشورهای افغانستان، عراق و در گذشته به قزاقستان، ترکمنستان و عمان صادر می‌شد.

وی تصریح کرد: نقش و حضور شرکت شهپرک‌های صنعتی به عنوان مشوق کارآفرینی سودمند است، آنان می‌توانند به عنوان تسهیلگر و مشوقی برای واحدهای تولیدی کوچک با محصولات خوب زمینه‌های لازم را برای رشد و توسعه آنان فراهم کنند.

این کارآفرین موفق استان اضافه کرد: اجرای مطلوب قوانین مصوب درخصوص واحدهای تولیدی و کنترل نوسانات ارز نیز می‌تواند رافع برخی از مشکلات فراروی واحدهای تولیدی باشد، درگیری‌های سیاسی و رکود حاضر در عرصه تولید و کسب و کار معضل بیکاری و تعطیلی واحدهای تولیدی را به همراه خواهد داشت.

ابراهیمیان در بخش دیگری از صحبت‌های خود اشاره کرد: بی‌شک تلفیق تفکر علمی با صنعت به حل مشکلات صنعت کمک بسیاری خواهد کرد. متأسفانه بنده تصور می‌کنم محققان ما به یک سود آنی و حداقلی دل‌مشغول هستند در حالی که با صبر و تلاش می‌توان گام‌های بزرگی را برای نیل به موفقیت برداشت.

کارآفرین جوان کشور و مدیرعامل گروه صنعتی زیوار گستر سازه آرکا در شهپرک صنعتی ایوانکی شهرستان گرمسار نیز با اشاره‌ای به تجربیات خود در این حوزه گفت: کارآفرینی، کار پیچیده‌ای نیست، فقط یک «یاعلی» می‌خواهد.

سالار رسول‌زاده افزود: هنگامی که این شرکت شروع به فعالیت کرد در بازدید از شرکت‌های مشابه در چین، آلمان و ترکیه این تصور ایجاد شد که فراهم آوردن این تکنولوژی در ایران میسر نیست، اما اندکی بعد دریافتیم که نیل به موفقیت کار دشواری نیست و امروز محصولات این واحد تولیدی قابلیت رقابت با محصولات مشابه خارجی را دارد.

رغم تحریم‌ها ۵۴ درصد تولیداتمان با تکیه بر متخصصان داخلی وارد بازار مصرف می‌شود.

وی اضافه کرد: کشور ما نیاز به واردات اتوبوس ندارد و ما قادریم که نیاز کشور را در این خصوص با تکیه بر توان داخلی تأمین کنیم. سابقه فعالیت این شرکت به ۷۵ سال قبل بازمی‌گردد و در حال حاضر این واحد صنعتی نسل سوم خود را در این عرصه تجربه می‌کند.

رئیس هیأت مدیره گروه صنعتی عقاب سمنان با بیان اینکه ۵۰ درصد پرسنل این شرکت را فارغ‌التحصیلان دانشگاهی به خود اختصاص داده است، تأکید کرد: در حوزه ارتباط با دانشگاه نیز ارتباط مستقیم با دانشگاه صنعتی شریف، پلی تکنیک و دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه سمنان را در کارنامه ارتباطی خود با دانشگاه داریم. اکبری راد درخصوص سابقه کاری خود گفت: سابقه فعالیت من در تولید سابقه ای ۲۵ ساله است اما ورود به عرصه کسب و کار را از دوران طفولیت تجربه کردم، تلفیق تجربه و تخصص عامل موفقیت این گروه تولیدی بوده است، امروزه دنیا با استفاده از تجربه و تخصص دیگران به عنوان یک فرصت در مسیر پیشرفت و توسعه گام برمی‌دارد.

وی تصریح کرد: تمرکز واحدهای تولیدی در شهپرک‌های صنعتی، دسترسی آسان به صنایع مرتبط و غیرمرتبط و رویکرد مثبت مدیریت شرکت شهپرک‌های صنعتی پیامدهای ارزشمندی را به ارمان آورده است، اتفاق نظر در تفکر مدیریتی استان نیز موجب شد تا بنده در این استان سرمایه‌گذاری کنم، با تمام سختی‌های موجود، کسب و کار در حال رونق گرفتن است، اما پیش از همه، باید قوانین دست و پا گیر را رفع کرد.

یکی دیگر از کارآفرینان موفق بخش صنعت استان سمنان نیز درخصوص تجربیات شخصی کارآفرینی خود می‌گوید: دغدغه اصلی من در ایام جوانی با آگاهی از توانایی و پتانسیل موجود، تولید و کار تولیدی بود و از این که همانند برخی افراد مشغول کار کردن برای این و آن باشم پرهیز می‌کردم.

مدیرعامل شرکت سیم و کابل مغان شاهرود افزود: ایده اصلی احداث این واحد تولیدی را در بازدید از یک کارگاه تولید سیم در ورامین گرفتیم. پس از مطالعه و تحقیق درخواست صدور پروانه فعالیت دادم و ۴۸ ساعت بعد درخواست بنده موافقت شد و با اخذ مجوز فعالیت بنده به طور رسمی آغاز شد.

غلامرضا ابراهیمیان ادامه داد: همیشه یک واحد تولیدی مسیر صعودی ندارد و همواره با فراز و نشیب‌هایی رو به رو است، نمی‌توان این را شکست تلقی کرد، بلکه این تلاطم و شرایط سخت همواره پیش روی واحدهای تولیدی وجود داشته است که با تلاش می‌بایست از این مرحله نیز عبور کرد.

وی با بیان اینکه نگاه مثبت به مقوله تولید و کارآفرینی از سوی مسئولین و فراهم آوردن زمینه لازم نقش مهمی را در رونق تولید و کاهش مشکلات پیش رو ایفا می‌کند، تأکید کرد: همواره منابع انسانی

کارآفرینی به فرآیند خلق ارزش جدید مادی یا معنوی از طریق یک تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن ریسک‌های ناشی از آن اطلاق می‌شود، به عبارت دیگر، ویژگی تعیین‌کننده در کارآفرینی، انجام کارهای جدید و یا ابداع روش‌های نوین در امور جاری است.

کارآفرینی گذشته از مفهوم ایجاد کار و اشتغال‌زایی، دارای پیامدهای مثبت و مهم دیگری همانند بارور شدن خلاقیت‌ها، ترغیب به نوآوری و توسعه آن، افزایش اعتماد به نفس، ایجاد و توسعه تکنولوژی، تولید ثروت در جامعه و افزایش رفاه عمومی است و در صورتی که فقط به جنبه اشتغال‌زایی آن توجه شود، از سایر پیامدهای آن بی‌بهره خواهیم ماند.

بازگو کردن تجارب موفق کارآفرینی نیز نوعی تلاش برای حفظ و نگهداری اطلاعات و مکتوب کردن داده‌ها، شواهد و تجربیات، به منظور استفاده سایر صاحبان صنایع و متولیان امور صنایع کوچک و متوسط کشور است، همچنین ثبت نتایج اثربخش و موفق حاصل از دریافت خدمات حمایتی سازمان و شرکت‌های تابعه توسط صنایع کوچک و متوسط، موجب توسعه بنگاه‌های تولیدی و تقویت و رشد فعالیت‌ها و خدمات حمایتی از این صنایع می‌گردد.

آنچه در ادامه می‌خوانید گفت‌وگویی با سه تن از کارآفرینان موفق حوزه صنعت استان سمنان درخصوص بازگو نمودن تجربیات موفق کارآفرینی است

رئیس هیأت مدیره گروه صنایع خودروسازی عقاب افشان سمنان معتقد است: کارآفرینی بدون کسب تجربه و دانش گذشتگان امکان‌پذیر نیست، در این مسیر کسب اخلاق نیز نقش مهمی دارد.

عبدالله اکبری راد افزود: در گذشته والدین فرزندان خود را جهت فراگیری اصول کسب و کار برای فراگیری مکاسب به حوزه‌ها می‌فرستادند. آلمان، ژاپن و کره نیز پس از جنگ جهانی دوم با استفاده از همین تجربه و دانش دیگران به موفقیت نایل آمدند. خود من نیز قریب به ۳۰ سال است که براساس سه شاخص توکل، اعتماد و صبر، فضای کسب و کار خود را رونق بخشیده‌ام.

وی تعامل و انتقادپذیری و صبر را از عوامل موفقیت یک کارآفرین دانست و گفت: یک کارآفرین می‌بایست دریابد که تقدیر سرنوشت ماست و تدبیر مدیریت ما، کارآفرین کسی است که هم نگاهی به گذشته داشته باشد و هم به آینده نظر افکند.

این کارآفرین موفق در حوزه صنعت خودروسازی در ادامه گفت: امروز گروه صنعتی خودروسازی عقاب افتخار تولید محصولاتی بالاترین کیفیت و استانداردهای روز دنیا را دارد. لذا در راستای منویات مقام معظم رهبری و نیز با توجه به اصول اقتصادمحوری، کیفیت محصول و دانش‌محوری این گروه تولیدی فعالیت خود را آغاز کرد.

اکبری راد افزود: ظرفیت تولید این شرکت سالانه ۳ هزار دستگاه اتوبوس است و در حدود ۲ هزار نفر به طور مستقیم و ۸ هزار نفر به صورت غیرمستقیم مشغول به کار هستند. تنها شرکتی هستیم که علی

## ۳ داستان الهام بخش درباره چگونگی مقابله کسب و کارهای کوچک در دوران کووید-۱۹



یک فروشگاه تاکو (Taco)، یک فیزیوتراپ و یک مسئول تشریفات حرفه‌ای، در چه چیزی مشترکند؟ همه آن‌ها صاحبان کسب و کارهای کوچکی هستند که در مواجهه با این بیماری پاندمی جهانی ثابت‌قدم مانده‌اند. داستان آن‌ها نمونه‌های الهام‌بخشی از چگونگی استفاده کسب و کارهای کوچک از خلاقیت، ارتباط و جامعه برای بقای خود در این شرایط سخت را به تصویر می‌کشد.

با صاحبان کسب و کار آشنا شوید؛ اول بتینا استرن (Bettina Stern)، سهامدار چایا تاکو (Chaia Taco)؛

چایا تاکو، یک تاکو فروشی است که با تاکوفروشی‌های دیگر فرق می‌کند و ساندویچ‌های به شدت لذیذی درست می‌کند، که تماماً از سبزیجات ساخته شده است. ما دو رستوران را در واشنگتن دی‌سی (Washington D.C) اداره می‌کنیم که در آن سعی داریم تجربه غذایی خوبی را به همراه دسترسی آسان به خدمات معمول برای شما به ارمغان بیاوریم. به عنوان یک فروشگاه «از تولید به مصرف»، تاکوهای ما تنها با تازه‌ترین سبزیجات محلی (و تا جای ممکن ارگانیک)، مواد مغذی سالم ترکیب شده با ادویه، سس سالسای خانگی و مواد خوشمزه دیگر که در داخل یک نان توریتلیا (Tortilla) کبابی پر شده‌اند، ساخته می‌شوند.

شارلوت ریید، یکی از بنیان‌گذاران و سرپرست نظری ریید رودل (Reid-Rodell)؛

رید رودل، یک شرکت برنامه‌ریزی مراسم با خدمات کامل است که در ایجاد یک تجربه بی‌همتا و به یاد ماندنی، هم در ایالات متحده و هم در سراسر جهان تخصص دارد. ما همه نوع مراسم با هر اندازه‌ای شامل کمک‌های مالی، تجاری و اجتماعی، کنفرانس‌های ملی، راه‌اندازی برند، مراسم بزرگ غیرانتفاعی و گردهمایی‌های اجتماعی مانند جشن تولد، مراسم کودکان، مراسم عروسی، مراسم ختم و تجدید دیدار را برگزار می‌کنیم. پیش‌بینی نیازهای مشتری و فراتر رفتن از انتظارات آن‌ها مایه افتخار ما است.

### تاثیر پاندمی

استرن: بی‌شک این مدت یکی از سخت‌ترین لحظاتی بوده است که بسیاری از ما با آن مواجه شدیم، مخصوصاً برای چایا تاکو که فروشش به بیش از ۸۰ درصد پایین‌تر از زمان پیش از ویروس افت کرده است. شدت بحران کووید-۱۹ تجارت ما و جامعه ما را در شرایطی کاملاً ناآشنا و جدید قرار داده است. در پانزدهم مارس، ما مغازه‌های خود را به صورت قانونی به صرف شام تعطیل کردیم. ما این تصمیم را چند روز پیش از دستور تعطیل شهرداران برای حفاظت از پرسنل، مشتریان و جامعه‌مان گرفتیم.

گیلبرت: تاثیر اولیه این بیماری، همه‌گیر شدن و تعطیلی همه مکان‌ها بود که به افت شدیدی در کسب و کار ختم شد، درست هنگامی که بیماران و ارائه‌کنندگان در این وضعیت صبر و بردباری به خرج دادند. همانطور که مردم همه چیز را تعطیل کردند و خود را در خانه‌هایشان قرنطینه کردند، معلوم شد که فاصله فیزیکی تاثیر زیادی بر نحوه ارائه خدمت ما به مشتریان مان دارد. برای بقا، موومنت‌اکس (MovementX) می‌دانست که اولویت ما پیدا کردن راه‌های جدید جایگزین برای فراهم کردن مراقبت‌های بهداشتی باکیفیت و بی‌خطر در این وضعیت و محیط جدید بود.

ریید: کار ما بر مبنای اجتماعات است، بنابراین وقتی مردم خود را در خانه قرنطینه کردند، ما بلافاصله ۹۵ درصد از مراسم برنامه‌ریزی شده سه‌ماهه دوم و آمارگیری را از دست دادیم. از آنجایی که مسائل بهداشتی و سیاست‌های پاندمی دولت به طور مستقیم بر اینکه مردم چگونه می‌توانند در آینده نزدیک گردهم بیایند، تأثیر می‌گذارد، متوجه شدیم که باید به سرعت پیوت (Pivot) روش کسب و کار خود را با این وضعیت تطبیق دهیم.

### پیوت پاندمی

استرن: مانند بسیاری شرکت‌های دیگر در صنعت رستوران، چایا تاکو سعی کرد تا با بهترین روش، بر شرایط تسلط پیدا کند و با این بیماری سازگار شود. در ابتدا، چایا تاکو قصد داشت تا تنها اجازه انتخاب، تحویل و بردن غذا را به مشتریان بدهد. ما ساعات کاری خود را محدود کردیم، از طریق تحویل و بردن سفارشات خدمت‌رسانی کردیم. این کار باعث شد تا کارکنان مان تا جای ممکن کمتر دیده شوند و هزینه‌های نیروی کار کاهش یابد. ما اکنون در هر فروشگاه با یک تیم دو نفره شامل یک مالک و یک کارمند آشپزخانه کار می‌کنیم.

همچنین با سازمان‌های خیریه و سازمان‌های محلی نیز همکاری می‌کنیم تا به کارکنان بخش مراقبت‌های بهداشتی که در آن ساعات بی‌وقفه کار می‌کنند، غذا بدهند. آن دسته افرادی که همانند ما در صنعت مواد غذایی کار می‌کنند، در حال حاضر در قرنطینه هستند، بنابراین ما معتقدیم که باید قدمی برداریم و به تغذیه جوامع خود، به ویژه آن‌هایی که در سراسر شهرمان نیازمند هستند، کمک کنیم. ما به بررسی هر روش ممکن برای پیدا کردن راه حل و بهبود این وضعیت ادامه می‌دهیم. اگر بتوانیم همچنان غذاهای عالی ارائه دهیم و پرسنل خود را نگه داریم، احتمال دارد که روزی به کسب و کار همیشگی خود برگردیم.

گیلبرت: تغییر اصلی در روش کسب و کار ما در این بحران چگونگی رساندن خدمات و اهمیت به مشتریان مان بود. ما از ارائه خدمات کاملاً حضوری، به ارائه خدمات از راه دور تغییر کردیم و همچنین برخی جلسات حضوری بین بیمار و متخصص را با رعایت فاصله اجتماعی شش تا ده فوتی، برگزار می‌کنیم. ما این روش‌ها را به درمان افرادی که وضعیت‌شان اورژانسی باشد و همچنین تجهیزات مواظبت از خود در این شرایط را در اختیار داریم.

این شرایط را داشته باشند، اختصاص می‌دهیم. همچنین از آنجایی که افراد کهنسال بیشتر تحت تأثیر این بیماری پاندمی بودند، برای‌شان یک سری تمرینات مجازی آماده کردیم. تحرک روزانه بسیاری از افراد مسن به یک‌باره به شدت محدود و کم شده بود، در نتیجه ما تصمیم گرفتیم که به آن‌ها کمک کنیم تا این دوره نامعلوم را پشت سر بگذرانند. برنامه مجازی «بدن شما»، بدون توجه به سن، یک تجربه هشت هفته‌ای تخصصی است که برای افراد ۶۰ سال به بالای که می‌خواهند سالم، فعال و قوی بمانند، طراحی شده است. ما همه درآمد این برنامه را برای مبارزه با این بیماری پاندمی به خیریه‌ها اهدا خواهیم کرد. معالجه جسمانی نقش مهمی در ادامه حرکت و زندگی جامعه به بهترین و سالم‌ترین نحو ایفا می‌کند بنابراین ما همچنان سعی می‌کنیم تا در این بحران همچنان پیشروی کنیم.

ریید: ما معتقدیم که عروسی‌ها، جشن‌های فارغ‌التحصیلی و تولد باید همچنان برگزار شوند. باید به مجالس ترجیح و دیگر مراسمی که باعث تغییرات در زندگی افراد می‌شوند احترام گذاشت. کمیته‌های جمع‌آوری امانه و دیگر مراسم‌های بشردوستانه برای عملکرد مؤسسات غیرانتفاعی ضروری هستند بنابراین ما روش کسب و کار خود را طوری تغییر دادیم تا مراسم مجازی با همکاری سایر شرکت‌هایی که پشتیبانی فنی مورد نیاز برای اجرای خدمات را فراهم می‌کنند، برپا شوند. به دلیل جنبه‌های فنی مورد نیاز مراسم مجازی، ما زمان را صرف آموزش اهمیت استفاده از خدمات مجازی کارشناسی به مشتری‌های مان می‌کنیم. بسیاری از آن‌ها فکر می‌کنند که می‌توانند با استفاده از یک پلتفرم جلسه مجازی، مراسم خان‌شان را اداره کنند و منتظر نتیجه مشابهی‌اند که بیشتر اوقات نتایج شبیه به هم نیستند. هدف ما ایجاد تجربه‌ای یکپارچه برای مشتریان است. به نظر می‌رسد که مشتریان از شیوه سفارشی ما راضی‌اند و می‌گویند که ما برای آن‌ها و مهمانان‌شان تغییری مثبت ایجاد کرده‌ایم و بعد از برگزاری مراسم میزان استرس‌شان کاهش یافته است. به عنوان یک سازنده، ما باید گزینه‌های خلاقانه، گرم و به یاد ماندنی بیشتری برای تأمین مشتریان خود ارائه دهیم. ما به شدت به گفته جولیا چایلد (Julia Child) معتقدیم که می‌توانیم با هم زندگی کنیم.

همانی بدون کیک فقط یک ملاقات معمولی است.

### برنامه‌ریزی برای آینده

استرن: سفت و سخت بودن در این شرایط آشفته، چایا را تعریف می‌کند. ما همچنان خلاقانه فکر می‌کنیم و سعی می‌کنیم تا در جامعه و اعضای تیم خود مشارکت مثبت داشته باشیم و اعتقاد داریم که به دلیل اهمیت بالای این موضوع، به عنوان افراد فعال تیم باید از همه ساعات، تلاش و کوشش مان مایه بگذاریم تا بتوانیم بالاخره به نتایج خوبی برسیم. در چایا، می‌خواهیم افکار بلندپروازانه‌ای داشته باشیم، جسور باشیم و در حال همکاری ریسک‌پذیر باشیم تا به نتیجه بسیار خوبی در محل زندگی و همچنین محل کار برسیم.

گیلبرت: این بیماری پاندمی سلامت جهانی را به خطر انداخته است. ما این حال، جای تردید هم هست و همین به ما امید می‌دهد. بیماران بیشتر از همیشه حاضر به استفاده از گزینه‌های دیجیتال هستند. ارائه‌دهندگان به طور مداوم بیماران خود را چک می‌کنند و از آن‌ها در زمان‌های خوب و بد پشتیبانی می‌کنند. با حرکت به جلو و تکیه به قدرت انجمن خود، به ناآواری و مراقبت از یکدیگر ادامه می‌دهیم. بیماران، می‌دانند که افزایش تدابیر ایمنی برای ایجاد اطمینان و احساس امنیت خودشان است، ارائه‌دهندگان منابع بیشتری در اختیار خود و ارتباطات قوی‌تر در تیم ما خواهند گذاشت.

معالجه جسمانی نقش مهمی در ادامه زندگی یک جامعه به بهترین و سالم‌ترین نحو ایفا می‌کند، بنابراین ما طلی این بحران همچنان به راهمان ادامه خواهیم داد.

ریید: ما دائماً به دنبال راه‌های جدیدی برای ارائه کیفیت خوب به مشتریان مان هستیم، از اتخاذ راه‌حل‌های فن‌آوری گرفته تا شراکت با شرکت‌های دیگر. ما می‌دانیم که این بیماری پاندمی دارای پیامدهای بلندمدت سلامت، اجتماعی و اقتصادی است. بدین ترتیب، ما جهت اتخاذ دائمی فرآیندهای داخلی جدید و تطبیق روش کسب و کار خود برای ارائه راه حل‌های بهینه در مراسم مجازی، تلاش می‌کنیم و مطمئنیم که می‌توانیم همچنان در صنعت مراسم پیش‌رو باشیم. همه ما با هم این ضربه را تحمل می‌کنیم. بنابراین با شرکا و مشتریان مان مشورت می‌کنیم تا به آن‌ها در کار کردن کمک کنیم تا این گونه شرکت‌ها و سازمان‌های خود را حفظ کنند.

حالا زمان آن نیست که فقط به فکر خودمان باشیم. ما باور داریم که ارائه راهنمایی (به صورت رایگان) به مشتریان غیرانتفاعی خود و شرکای صنعتی، همگی در بلندمدت برای ما هم سود به همراه می‌آورد.

### روزنه امید غافلگیرکننده

استرن: تعجب‌آور نیست که کارکنان ما شگفت‌انگیز عمل کرده‌اند.

آنها به شدت مورد استقبال قرار گرفته‌اند و حمایت فوق‌العاده جامعه و مشتریان مان به شدت دلگرم‌مان کرده است. در واقع این مشتریان و همسایگان ما هستند که به رستوران‌ها و کارکنان مان کمک می‌کنند تا این بحران را پشت‌سر بگذاریم و از تک‌تک‌شان برای حمایت از ما عمیقاً قدر دانی می‌کنیم.

گیلبرت: ما در کمال تعجب شاهد افزایش تعداد متخصص‌هایی بودیم که به تیم ما درخواست پیوستن دادند. بسیاری از معالجان جسمانی از کار بی‌کار شده‌اند و یا از کلینیک‌های سنتی خارج شده و به دنبال بخشی از انجمن‌های موومنت‌اکس می‌گردند. همین باعث می‌شود ما محصولات و خدمات خود را افزایش دهیم.

ریید: یکی از شگفت‌انگیزترین چیزهایی که متوجه‌شان شدیم این بود که ارائه مراسم مجازی می‌تواند هزینه سربرابر کمتری به دنبال داشته باشد یعنی در مقایسه با مراسم شخصی سود بیشتری خواهیم داشت. علاوه بر این، پلتفرم‌های مجازی دسترسی بسیار گسترده‌تری دارند، که به نتیجه مطلوب‌تری برای مشتریانی که سود بالای‌شان برای موفقیت مراسم‌های مان واجب است، می‌رسیم.

### چیزهایی که یاد گرفتیم

استرن: همه چیز رهبری و ارتباط اجتماعی است. جامعه و انجمن را درست حمایت کنید. مهم و مطرح باقی بمانید. برای پشتیبانی و مراقبت از تیم خود فراتر از انتظار پیش بروید. با دل‌تان پیشرو باشید. با عبرت گرفتن تا بالای بالا پیش بروید. ما برای حفظ روحیه خود به همراه کارکنان مان در خانه کار می‌کنیم و آن‌ها را نگه می‌داریم تا بتوانند خانواده‌های خود را پشتیبانی کنند. به آینده نگاه کنید و به اعضای این تیم در پشت‌سر گذاشتن این وضعیت کمک کنید.

گیلبرت: هیچ‌کس انتظار چنین لحظاتی را ندارد. ما فکر می‌کردیم صنعتی هستیم که هیچ‌گاه رکود اقتصادی پیدا نخواهیم کرد و اینکه، هرچه بشود مردم به معالجه‌های جسمانی و فیزیکی نیاز دارند. از آنجا که حرفه ما در ۱۰ سال آینده در صدر لیست مشاغل مورد تقاضا قرار گرفته است، ما هرگز انتظار این شرایط را نداشتیم و فکرش را هم نمی‌کردیم، که صنعت معالجات جسمانی تا این حد تحت تأثیر قرار بگیرد.

در حال حاضر کسب و کارها و رهبران سفت و سخت در معرض دید هستند و ما هم می‌خواهیم بخشی از آن باشیم. از همان اوایل، ما قصد داشتیم که فعال باشیم و آینده خود را بسازیم و خودمان سرنوشت خود را رقم بزنیم. در مرکز ما شرکتی است که برای خدمت و کمک به مردم تأسیس شده است. ما این مسئله را چه قبل بحران و چه بعد آن، راهنمای خود قرار دادیم و همین باعث شد تا به یک تجارت قرص و محکم تبدیل شویم.

**آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی**

برابر رای شماره ۲۱۰۰۰۲۱۸-۲۱۰۰۰۲۱۸ مورخه ۱۳۹۹/۰۹/۲۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کوجهفهان لغیرات مالکانه پلانمعارض متقاضی آقای سیا سایدینی فرزند جلعلی شماره شناسنامه ۸۷۶۱۸ صادره از تهران در ششادک یک باب خانه و محوطه به مساحت ۲۸۲.۱۷ متر مربع ۵۲۴ فرعی مغزوف و مجزی شده از ۳۷ فرعی از ۴۳ قطعی واقع در قره رودبارکی بخش ده گیان خرابدری مع الواسطه از ملک رسمی آقای حسن ختمتگزار محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اعتراض نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی نداشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از احوار رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدینیه است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۹/۱۲/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۹/۱۲/۱۸

۲۵۰۷ نفر از ۱۳۰ رئیس ثبت اسناد و املاک

**آگهی مفقودی**

سند خودرو سواری بیژو پارس XU۷ به شماره موتور ۲۷۹۰۲۹-۱۳۲K و شماره شاسی NAAN۰۱CA۱EH۷۱۳۳۷ و شماره نظامی ۴۵۱ ب ۸۱ ایران ۳۰ به نام فیروزه طالبی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

**مفقودی**

کلید مدارک وسیله نقلیه سواری توپوتا تیب هایلوکس۲۷۰۰۵۵ برنگ سفید-رغزنی مدل ۲۰۱۰ به شماره موتور ۲TR۶۸۴۶۲۰ به شماره شاسی۲۳۶۷۱۶-۲۳۶۷۱۶MR-FX۲۳G۰A۱۰ شماره نظامی۶۷۱ ب ۴۴۴ نظامی ۸۳۳ ب ۸۳ ایران ۸۹ بنام محبوبه ساروخانی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

شهرستان فروزن

ریید: ما به سرعت فهمیدیم که یک مراسم مجازی موفق نیاز به سازمانی یکپارچه و محتوایی بسیار غنی دارد، زیرا مهمانان خسته می‌شوند و در یک فضای تک‌بعدی حواس‌شان خیلی راحت‌تر پرت می‌شود. این تعطیلی فرصت‌های بیشتری برای ارتباط با شرکای خدمات‌مان فراهم کرده است. هنگامی که مراسمی لغو می‌شود، به ما ضربه اقتصادی شدیدی وارد می‌شود که برای سالان‌ها، کارکنان، شرکت‌های اجاره‌ای، عکاسان، شرکت‌های تصویری صوتی، گلفروشی‌ها، نانواهای جدید و حتی متخصصان سرگرمی و هنرمندان و ... به شدت ضرر می‌رساند. اینکه فقط تفریحات صاحبان کسب و کار را ببینیم و هیچ کاری نکنیم، بسیار دشوار است.

بنابراین تلاش می‌کنیم تا جای ممکن راه‌هایی برای حمایت از این شرکا و نیز مشتریان خود بیابیم. ما می‌خواهیم مشتریان و همکاران وفادار و باارزش خود را با گل‌های شگفت‌انگیز، غذا، بادکنک، هدایا، محصولات اختصاصی جدید و حتی تحویل کالاهایی که همه دنبال‌شان هستند مثل ماسک‌های پزشکی، دستکش‌های یکبار مصرف و دستمال توالت، خوشحال کنیم.

هدف بزرگ ما، در ارتباط بودن و حفظ افرادی است که با آن‌ها کار می‌کنیم و می‌خواهیم که همچنان طی این بحران بی‌سابقه بالا و بالاتر برویم.

در هر صورت، «کار را باید ادامه داد.»

منبع: forbes/ucan

**آگهی ابلاغ**

**آگهی ابلاغ اجرائیه کلاس به خانم آذر رحیمی فرزند هاشم:**

بدینوسیله به خقم آذر رحیمی فرزند هاشم متولد ۱۳۵۷/۰۲/۲۰ با شماره شناسنامه ۱۳۰ و کد ملی ۶۴۸۹۸۷۸۳۲۱ صادره از مرودشت بندکاز پرونده کلاس به شماره ۱۰۰۱/۰۰۲۰۰۲۳۰۰۲۳۰ که برابر گزارش مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۲۹ ملغور بست افسر شما ششادک نگردیده است. ابلاغ می‌گردد که برابر سند رهش شماره ۱۷۰۸۸ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۲۵ صادره از دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۹ پاسوج بین شما و بانک کشاورزی شده لغرض تسلیح مبلغ ۳۲۰۴۰۰۰/۰۰۰ ریال به انضمام خسارت متعلقه تا روز وصول بندکاز می‌باشید که بر اثر عدم پرداخت وجه بسندکاز درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تسرفات قانونی اجرائیه صادره به کلاس بانکی ۹۹۰۱۰۵۷ در این احرا مطرح می‌باشد لذا طبق ماده ۱۹۱۸ آئین نامه اجرائی مفاد اسناد رسمی به شما ابلاغ گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه کثیرالانتشار درج و منتشر می‌گردد طرف مدت بیست روز نسبت به پرداخت یعنی خود اقدام و در غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد.

رئیس اداره اجرای اسناد رسمی پاسوج مهراند همت زاده

**اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری فروزن**

آگهی تکمیلی اجرائی شرکت مسافربری ایمن سفر ابرقنار فروزن (سهامی خاص) به شماره ثبت ۱۹۶۴ و شناسه ملی ۱۸۵۵۰۸۸۵۵-۱۰۸۶۱۴ به استناد صورتجلسه تکمیلی اصلاحی هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۱۰ و تصدیق شماره ۱۵۵۰۴۱۳ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۰۲ اداره راهداری و حمل و نقل جاده ای استان فروزن تصدیقات ذیل اتخاذ شد: پیرو آگهی بشماره مکاتبه ۰۰۹۸-۱۳۵۰۰۹۰۳۵ مورخ ۱۳۹۵/۰۴/۲۰ مورخ ۱۳۹۵/۰۴/۲۰ مندرج در روزنامه رسمی به شماره روزنامه ۳۰۸۲ مورخ ۱۳۹۵/۰۴/۲۶ در صورتجلسه هیات مدیره شرکت مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۲۲ نام خودآگهی آقای فریادعلی یوسفی به عنوان مدیر عامل شرکت از فیم افتاده که بدینوسیله اصلاح میگردد. آقای فریادعلی یوسفی به کدملی ۵۸۰۹۶۹۳۲۸۸۸۰۵۸۰ ساکن فروزن ملغور مستحق ترسیمال غرقه ۳ کد پستی ۲۳۱۸۸۴۱۹۶۵ به سمت مدیرعامل (خارج از اعضای هیات مدیره و خارج از سهامداران) تعیین گردید. با ثبت این مستند تصدیقات درخواست آگهی تکمیلی (اصلاحی) انتخاب شده توسط مقامات در سوابق فکترسبک شخصیت حقوقی مرفوع ثبت و در پایگاه آگهی های سازمان ثبت قابل دسترس میباشد.

اداره ثبت اسناد واملاک استان فروزن -مخرج ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری فروزن

**آگهی تحدید حدود اختصاصی**

چون تحدید حدود ششادک یک قلمعه زمین به پلاک ۳ فرعی از ۳۱۸۸- اصلی واقع در بخش ۴ شمشادق فروزن به علت عدم حضور مالک به عمل نیامده و عمل تبصره ذیل ماده ۱۵ قانون ثبت نیز میسر نیست لذا بنا به تقاضای مالک تحدید حدود پلاک فوق در روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۶ ساعت ۱۱ صبح به وسیله نماینده و نقشه بردار این اداره در محل وقوع ملک به عمل خواهد آمد بدین وسیله به مالکین مجاور اطلاع می‌شود که در روز و ساعت مقرر در آگهی در محل حضور نمایند و هر رسانند مجاورین معترضی که در محل حضور نداشته باشند می‌توانند طبق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تنظیم صورت جلسه تحدیدی لغابت سی روز اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و طرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تنظیم نمایند در غیر اینصورت متقاضی ثبت یا نماینده قانونی وی می‌تواند به دادگاه مربوطه مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست را دریافت و به این اداره تسلیم نماید. با ارائه گواهی مزبور این اداره بخواه به اعتراض عملیات ثبتی را با رعایت مقررات ادامه خواهد داد. تاریخ انتشار:۱۳۹۹/۱۲/۱۸ - شماره شعبان مسگرسی - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک فروزن - شماره ردیف: ۱۸۱۰۰ برالف

**آگهی تحدید حدود اختصاصی**

چون تحدید حدود ششادک یک قلمعه زمین به پلاک ۴۰۲ فرعی از ۳۱۸۸- اصلی واقع در بخش ۴ شمشادق فروزن به علت عدم حضور مالک به عمل نیامده و عمل تبصره ذیل ماده ۱۵ قانون ثبت نیز میسر نیست لذا بنا به تقاضای مالک تحدید حدود پلاک فوق در روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۶ ساعت ۱۱ صبح به وسیله نماینده و نقشه بردار این اداره در محل وقوع ملک به عمل خواهد آمد بدین وسیله به مالکین مجاور اطلاع می‌شود که در روز و ساعت مقرر در آگهی در محل حضور نمایند و هر رسانند مجاورین معترضی که در محل حضور نداشته باشند می‌توانند طبق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تنظیم صورت جلسه تحدیدی لغابت سی روز اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و طرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تنظیم نمایند در غیر اینصورت متقاضی ثبت یا نماینده قانونی وی می‌تواند به دادگاه مربوطه مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست را دریافت و به این اداره تسلیم نماید. با ارائه گواهی مزبور این اداره بخواه به اعتراض عملیات ثبتی را با رعایت مقررات ادامه خواهد داد. تاریخ انتشار:۱۳۹۹/۱۲/۱۸ - شماره شعبان مسگرسی - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک فروزن - شماره ردیف: ۱۸۱۰۰ برالف

### دو راهی استخدام کارشناس های سئوی متعدد برای برند

به قلم: الکساندر دیسیلوسترو
کارشناس کسب و کار / ترجمه: علی آل‌علی

استخدام نیروی تخصصی و ماهر بیشتر در بسیاری از کسب و کارها به معنای ساماندهی هرچه بهتر و سریع‌تر پروژه‌های در دسترس است. تمام کارآفرینان تمایل به ساماندهی پروژه‌ها به صورت سریع و با کیفیت بالا دارند. این امر در صورت دسترسی به منابع مالی مناسب ایده استخدام کارشناس‌ها و نیروی کار حرفه‌ای را مطرح خواهد کرد. حوزه مدیریت سئو نیز از چنین رویکردی دور نیست.

بسیاری از مدیران ارشد در حوزه کسب و کار تمایل به استخدام کارشناس‌های سئو پرشمار دارند. این مسئله در مقاله کنونی مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین پرسش اصلی ما در ادامه به این ترتیب خواهد بود: آیا استخدام کارشناس‌ها یا آژانس‌های مدیریت سئوی متعدد برای برند مفید است؟

نکته جالب در مورد حوزه سئو توصیه متفاوت اغلب کارشناس‌های حرفه‌ای در این حوزه نسبت به مدیران و کارآفرینان است. با این حساب همکاری با کارشناس‌ها و آژانس‌های پر تعداد در حوزه سئو به چند دلیل مناسب نخواهد بود. برخی از مهم‌ترین دلایل این امر را در ادامه مورد بررسی قرار خواهیم داد.

تداخل وظایف میان موسسه‌های مختلف

مدیریت سئو ارتباط نزدیکی با ایجاد رابطه بلندمدت با کارشناس یا آژانس مقابل دارد. اغلب کسب و کارها تمایل بالایی برای همکاری بلندمدت با کارشناس‌های سئوی‌شان نشان می‌دهند. وقتی یک برند در تلاش برای استفاده از چندین موسسه به طور هم‌زمان است، فرآیند همکاری میان آنها دردسرساز خواهد شد. بنابراین بهترین ایده در این میان تلاش برای ساماندهی امور به طور متمرکز است.

اگر کیفیت مدیریت سئوی فعلی کسب و کار موجب نارضایتی مدیران ارشد است، همکاری موازی با یک موسسه دیگر راهکار مناسبی نخواهد بود. بهترین گزینه در این میان تلاش برای یافتن یک موسسه حرفه‌ای و تداوم همکاری با آن است. این امر نتایج بسیار بهتری برای برندها در مقایسه با شیوه‌های دیگر به همراه خواهد داشت.

مسئله بکلینک‌ها (Backlinks) یکی از دلایل اصلی تمایل کسب و کارهای کوچک برای همکاری با آژانس‌ها و کارشناس‌های حرفه‌ای سئو است. بدون تردید کمتر کارآفرینی در رابطه با این موضوع تخصصی در حوزه سئو مهارت و دانش کافی دارد. این فرآیند نیازمند ساماندهی متمرکز است بنابراین کار چندین آژانس یا فرد به طور جداگانه بر روی آن دردسرساز می‌شود.

گوگل به عنوان مهم‌ترین موتور جست‌وجو در دنیای وب تمایلی به مشاهده تعدد بکلینک‌ها از سوی برندها ندارد. این امر اغلب اوقات رتبه سئو یک سایت را به شدت کاهش می‌دهد بنابراین در اینجا نیز مدیریت تمایل امور به طور یکپارچه ضروری خواهد بود.

مسئله مسئولیت‌پذیری

همکاری با موسسه‌های مدیریت سئوی متفاوت در ابتدا ایده مناسبی است، اما به شرط اینکه هرگز مشکلی روی ندهد. وقتی ایرادی در کار پیش می‌آید، هر موسسه یا کارشناسی مسئولیت را به گردن دیگری خواهد انداخت. در این میان وضعیت کسب و کارها به شدت دشوار خواهد شد بنابراین همکاری با یک کارشناس سئو بهترین گزینه برای پرهیز از چنین چالشی خواهد بود.

منبع: **noobpreneur.com**

### همکاری بین‌المللی بیانند میت با مک دونالد و یام برندز

به قلم: آلیشیا کلسو
کارشناس بازاریابی و تبلیغات / ترجمه: علی آل‌علی

مک دونالد و یام برندز به طور مشترک اقدام به رونمایی از همکاری بلندمدت‌شان با موسسه بیانند میت (Beyond Meat) کردند. برند بیانند میت در زمینه تولید گوشت‌های گیاهی فعالیت دارد. بسیاری از فعالان حقوق حیوانات از اینگونه تولید گوشت به جای سایر روش‌های مرسوم حمایت می‌کنند. با این حساب جهت‌گیری مک دونالد و یام برندز در راستای همکاری با بیانند میت نقطه عطفی در صنعت فست فود محسوب می‌شود.

بیانند میت در طول دوران کرونا بسیاری از پروژه‌های اساسی‌اش را اجرا کرده است. این امر شامل تلاش برای عرضه نخستین بسته از گوشت‌های آزمایشگاهی به رستوران‌های زنجیره‌ای است. استفاده از گوشت گیاهی در رستوران‌های کشور سنگاپور مقدمه‌ای برای پذیرش این نوآوری تازه در عرصه رستوران‌داری و فست فود است بنابراین مشاهده گرایش برندهای معتبر در بازارهای مختلف نسبت به استفاده از چنین گوشت‌هایی طبیعی خواهد بود.

همکاری میان بیانند میت، مک دونالد و یام برندز شامل تهیه منوهای تازه براساس گوشت گیاهی است. این امر توسعه مهمی در زمینه استفاده از چنین گوشت‌هایی برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان خواهد بود. امروزه هنوز هم برخی از مشتریان نسبت به استفاده از گوشت گیاهی تردید دارند. این امر با توجه به عرضه تازه این محصول به بازار طبیعی به نظر می‌رسد. این همکاری نزدیک علاقه برخی از دیگر برندها نظیر تاکو بل، کی اف سی و پیتزا هات را نیز جلب کرده است بنابراین به احتمال زیاد در آینده شاهد همکاری بیانند میت با سایر برندهای بزرگ در عرصه فست فود خواهیم بود.

منوی مک دونالد برای گوشت‌های گیاهی تحت عنوان مک پلنت (McPlant) عرضه خواهد شد. این منو شامل انواع برگرهای دارای گوشت گیاهی است. البته در مورد یام برندز تهیه انواع پیتزا با گوشت گیاهی نیز در دستور کار قرار دارد.

منبع: **fooddive.com**



# فرصت امروز

**روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی**

**|** دوشنبه **|** ۱۸ اسفند ۱۳۹۹ **|** شماره ۱۷۴۲ **|** 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، پلاک۱۴۹

**دفتر مرکزی:** ۸۸۳۱۷۷۳۸

**سازمان آگهی‌ها:** ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

[WWW.FORSATNET.IR](http://WWW.FORSATNET.IR)

[INFO@FORSATNET.IR](mailto:INFO@FORSATNET.IR)

### تبلیغات خلاق



### مسیر موفقیت

## ۳ روش آسان برای تولید محتوایی که مشتریان را جذب می‌کند

مخاطب بخوانید. آیا فهم این مطلب برای تمامی افراد با هر سطح سواد، مناسب است؟

۲. استفاده از علائم نگارشی مثل ویرگول، نقطه ویرگول، نقطه، علامت سوال و …، درک مطلب را آسان‌تر می‌کند. آنها را در محل مناسب به کار بگیرید.

۳. می‌توانید از ضمیر «من» استفاده کنید، چراکه با این کار در واقع تجربیات شخصی را ارائه می‌دهید و از فاکتور داستان‌سرایی استفاده کرده‌اید.

۳- ایده‌های قابل اجرا را در اختیار خواننده‌های خود قرار دهید

حال زمان آن فرا رسیده که محتواهای کاربردی را برای مشتریان خود تولید کنید. این تنها مدلی از محتوا است که می‌توانید روی تبدیل آن به تجارت واقعی حساب کنید. به جای ارائه ایده‌های مبهم که ممکن است برای خواننده شما مفید باشد، در سراسر محتوای خود، کال تو اکشن شفافی را در اختیار آنها قرار دهید. این رویکرد به صورت چشمگیری باعث افزایش کیفیت محتوا شده و تعامل با مخاطب هدف را عمیق‌تر می‌کند.

به مشتریان خود بگویید که دقیقاً باید چه کاری را انجام دهند، بعد از اینکه چنین رویکردی را در تولید محتوای خود اتخاذ کردید، تنها کافی است که به تماشای نتایج آن بنشینید. در وهله اول باید بدانید که مشتریان، به دنبال رسیدن به چه نتایجی هستند، سپس باید توصیه‌های کاربردی و قابل اجرایی را ارائه دهید که به راحتی بتوانند از آنها استفاده کنند. محتوایی که خواننده را به برداشتن گام‌های موردنظر ترغیب کند، قدرتمندترین محتوای تولیدشده است؛ چرا؟ به این دلیل که اگر خواننده‌ها، ایده شما را در کسب و کارشان به کار بگیرند و شاهد نتایج خوب آن باشند، این احتمال وجود دارد که در آینده به شما مراجعه کرده و همکاری خود را با شما آغاز کنند.

فرقی نمی‌کند که در چه زمینه‌ای فعالیت می‌کنید، تولید محتوایی که مشتری را جذب می‌کند، برای موفقیت استراتژی‌های کسب و کارها حیاتی است. این سه گام را به کار بگیرید و شاهد جذب مشتریان باشید.

منبع: **Entrepreneur/ucan**

اکثر مشتریان شما برای برقراری یک تماس با مشکل مواجه می‌شوند، حرکت خردمندانه این است که محتوایی را در راستای آموزش چگونگی برقراری یک تماس مناسب برای آنها تهیه کنید. بدین ترتیب، محتوایی را نوشته‌اید که مشتریان بالقوه ایده‌آل شما را جذب می‌کند و در عین حال، به عنوان یک متخصص در زمینه چالش‌هایی که مشتریان با آن روبرو هستند، شناختن می‌شوید.

اگر تمامی محتواهای شما به همین ترتیب تهیه شده باشند و در هر کدام از آنها، به رفع یک مشکل خاص از مشتریان پرداخته شود، مزیتی که نصیب شما خواهد شد، دو طرفه خواهد بود. در وهله اول، محتوای شما باعث می‌شود که به عنوان یک فرد معتبر و رهبر خوب در عرصه فعالیتی خود شناخته شوید و دوم اینکه خواننده‌ها به توصیه‌های شما اعتماد خواهند کرد و در نتیجه، احتمال اینکه با شما همکاری کنند، بیشتر خواهد شد.

۲- لحن آسان‌تری را به کار بگیرید و از نوشتار رسمی پرهیز کنید

مشتری‌ها ترجیح می‌دهند متن‌هایی را بخوانند که مشکلی را از آنها برطرف می‌کند، اما اگر از لحن مناسبی استفاده نکنید، حتی اگر محتوای فوق‌العاده و موثری را تولید کرده باشید، با استقبال خوبی مواجه نخواهید شد. بیشتر کارآفرینان برای نوشتن محتوای خود از لحن رسمی، خشک و پر مدعا استفاده می‌کنند. پرمدعایی یکی از المان‌هایی است که تحت هیچ شرایطی نباید از آن استفاده کنید. این کار نه تنها باعث ایجاد اشکال در تعامل می‌شود، بلکه مشتریان را با شما بیگانه می‌کند.

اگر یک لحن دوستانه و محاوره‌ای را به کار بگیرید، برای مشتریان خوشایندتر خواهد بود. این دقیقاً همان کاری است که کسب و کارهای خوب باید به کار بگیرند. رسمی نوشتن، یکی از بزرگترین اشکالات را در نوشتن محتوا ایجاد می‌کند. آنها برای اینکه حرفه‌ای‌تر به نظر برسند، در نهایت با محتوایی کار را تمام می‌کنند که نمی‌تواند هیچ ارتباطی را با مخاطب خود برقرار کند.

در ادامه توصیه‌هایی را ارائه می‌دهیم که در نوشتن یک متن محاوره‌ای به شما کمک می‌کند:

۱. بعد از نوشتن متن محتوا، بار دیگر آن را از نگاه یک