

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



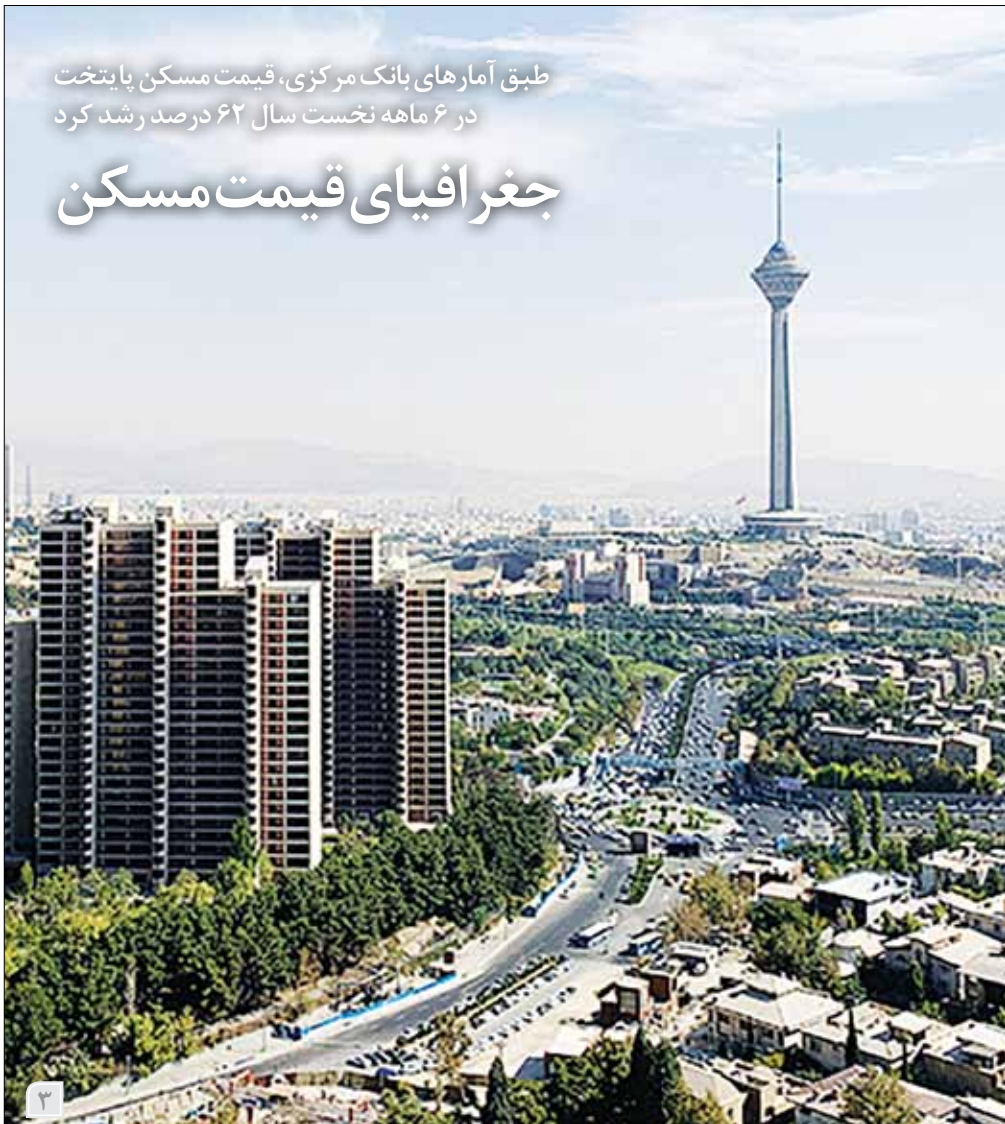
## یادداشت

### جزیره‌های عمل نکنیم

عباس آرگون  
عضو هیات‌نماینده‌گان اتاق تهران

لعیا جنیدی، معاون حقوقی رئیس‌جمهور از موافقت مقام معظم رهبری با درخواست دولت برای تمدید مهلت بررسی لوایح «اف ای تی اف» در مجمع تشخیص مصلحت نظام خبر داده است. این امید وجود دارد که در بررسی‌های آینده، لوایح «اف ای تی اف» با در نظر گرفتن منافع اقتصادی کشور مورد توجه قرار بگیرد، چراکه پذیرش قواعد بین‌المللی در جهان، از مهم‌ترین اقدامات برای افزایش سطح تعامل است. هیچ‌کس از پذیرش بی‌چون و چرای قواعد بین‌المللی در داخل کشور حمایت نمی‌کند، اما حرکت در مسیری که همه کشورهای جهان برای بهبود شفافیت در روابط مالی آن را پیموده‌اند، به تحرک بیشتر اقتصاد کشور کمک می‌کند. اگر در داخل کشور، از تعامل با جهان حرف می‌زنیم، باید قواعد آن بپذیریم و از جزیره‌های عمل کردن فاصله بگیریم. اکنون همه کشورها قواعد کارگروه اقدام مالی مشترک را پذیرفته‌اند و برای همکاری با جهان به مثبت‌نگری در این باره نیاز داریم.

در شرایط کنونی که تحریم‌ها گلوی اقتصاد کشور را فشار می‌دهد، ممکن است بعضی استدلال کنند...



طبق آمارهای بانک مرکزی، قیمت مسکن با پخت در ۶ ماهه نخست سال ۶۲ درصد رشد کرد

## جغرافیای قیمت مسکن

گزارش «بلومبرگ» از افزایش شکاف درآمدی در تعطیلات کرونا

نان نیست اما شاید بتوانید دوچرخه بخرید

شبیبه همین مورد بود: تخفیف برای غذا خوردن در رستوران‌هایی که خالی از مشتری مانده بودند و یا بهره بردن از تخفیف مالیاتی برای شرکت‌ها یا حتی چیزی شبیه همین کمک‌های مالی برای خرید دوچرخه. این روش‌ها که به طبقه متوسط و بالا کمک می‌کند، بار دیگر باعث شده است که شکاف درآمدی آنها با طبقه پایین جامعه بیشتر شود. یک برنامه در استرالیا که برای بازسازی منازل به مردم وام می‌داد نیز در همین رده قرار داشت، چون در واقع یارانه‌ای به افراد صاحب مسکن تلقی می‌شد. رزماریا بیتتی، اقتصاددان دانشگاه لویس در رم در این باره می‌گوید: «برنامه‌هایی از این دست در شرایطی ارزش دارند که در درجه اول پول زیادی خرج شود. توجیه آنها این است که وقتی مصرف را تشویق کنید اقتصاد بهتر کار می‌کند، اما در زمان بحران، اولویت نخست کجاست؟ یک ایده این است که بهتر می‌بود این کمک‌ها به مواردی مثل بیمه‌های پرداخت‌نشده بیکاری یا سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تحقیقات اختصاص می‌یافت. در این حالت

## اختلاف نظر بانک مرکزی، مرکز آمار و مرکز پژوهش‌ها درباره رشد اقتصادی امسال همچنان پابرجاست

# یک رشد چند روایت

۲ کدام شرکت‌ها در سال آینده واگذار می‌شوند؟

## سرنوشت واگذاری‌ها در بودجه ۱۴۰۰

۴

### مدیریت و کسب‌وکار



اریک انگستروم: از پیشگامان گیمینگ و بندوز و بنیانگذار DirectX در ۵۵ سالگی درگذشت

- چرا نوآوری در مدل کسب و کار می‌تواند کلید
- دستیابی به نتایج بهتر باشد؟
- برندگان و بازندگان واکسن کرونا
- اولویت‌های تولید محتوا در سال ۲۰۲۱
- خلق پرسنال برند به عنوان سرمایه
- استراتژی محتوا چیست؟

۱ تا ۸

است. به عنوان مثال، در برخی از کشورهای آنهایی که توانسته‌اند به دلیل کنسل‌شدن سفرهای خارجی یا صرف‌نظر کردن از غذا خوردن در رستوران، پول بیشتری پس‌انداز کنند، آن پول را در امور دیگری مثل بازسازی آشپزخانه و یا خرید تلویزیون بزرگ‌تر، ساخت استخر و حتی خرید خانه حیاطدار صرف کرده‌اند. حتی برخی از مناطق حومه شهرها به شدت مورد توجه قرار گرفته‌اند و بازارشان سکه شده است. این مسئله به خصوص در حومه شهرهای بزرگ آمریکایی مشاهده شده است. با این تفاسیل، هنوز منتقدان و مخالفان برنامه کمک‌های مالی دولتی معتقدند که این برنامه‌ها بیشتر به سود داراها تمام شده تا نادارها و در واقع، راهی آسان برای دولت‌ها بوده تا با کمترین دردسر، اقتصادشان را زنده نگه دارند. کاساندرای گلدی، رئیس شورای خدمات اجتماعی استرالیا نیز همین نظر را دارد و می‌گوید: «چنین تصمیماتی در واقع، یک فرصت از دست‌رفته برای رسیدگی به فوریت‌های اجتماعی بودند.»

مثل ایتالیا، این بخش ۲۶ درصد کوچک شده است. البته کمک مالی دولت‌ها به مردم در برخی از کشورهای به تمام اقشار جامعه رسیده است. در کشورهایی مثل ژاپن، پولی که دولت در زمان بحران به مردم داده به خصوص به داد اقشار محروم‌تر رسیده است. برنامه دولت در ژاپن ابتدا این بود که تعیین شود چه کسانی شایسته دریافت کمک هستند، اما بعداً این موضوع مسکوت گذاشته شد و کمک به دست همه رسید، چه راننده‌ای که بیکار شده بود و چه میلیونی که در خانه‌اش نشسته بود. جرمی سیگل، استاد مالیه در دانشکده وارتن در دانشگاه پنسیلوانیا در این باره می‌گوید: «این دقیقاً روشی است که واقعا به تشویق مصرف کمک می‌کند و اقتصاد را فعال نگه می‌دارد.»

البته در این میان، نباید از نظر دور داشت که تصمیم‌گیری‌های مالی در دوران کرونا و تأثیر آنها روی اقتصاد چندان با پیش‌بینی‌ها تطابق نداشته و در جاهایی که تصورش نمی‌رفت، به اقتصاد کمک کرده

در واقع باز هم پول به اقتصاد تزریق شده بود، اما نتیجه آن متوجه اقشار بیشتری از جامعه می‌شد.» این مسئله به خصوص از این جهت اهمیت دارد که اقشار مختلف جامعه با توجه به وضعیت مالی و حتی جنسیت‌شان، فشارهای متفاوتی را در زمان بحران کرونا تحمل کرده‌اند. افراد در طبقات پایین‌تر جامعه به دلیل استفاده از وسایل نقلیه عمومی، کار در محیط‌های شلوغ و عدم دسترسی به خدمات درمانی، بیشتر در معرض ویروس کووید-۱۹ قرار داشته‌اند و تلفات بیشتری هم داده‌اند. آنها حتی در زمینه تحصیل فرزندان‌شان در این دوران هم وضعیت دشوارتری در قیاس با خانواده‌های ثروتمندتر داشته‌اند. از سوی دیگر، افرادی که به صورت فریلنس یعنی آزاد کار می‌کردند یا مشاغل کاملاً پاره‌وقت داشتند، در این دوران حتی از بیمه بیکاری یا مزایای دیگر هم بهره‌مند نبوده‌اند و آینده کاری‌شان نیز مبهم است. در مشاغل خدمات‌محور مثل کارهای رستورانی هم فرصت‌های شغلی از دست‌رفته بسیار زیاد بوده و مثلاً در کشوری

نشریه «آتلانتیک» از سویه‌های منفی کار از خانه گزارش داد

### هزینه فایده یک تجربه جمعی

(همراه با میلیون‌ها آمریکایی دیگر) به میل خانام بازگشتم. به محض اینکه در بهار همه ما خانه‌نشین شدیم، پیش‌بینی یک دهه قبل ناگهان دوباره جان گرفت: اگر شیوع کووید-۱۹ یک چیز را ثابت کرده باشد، این است که کارمندان می‌توانند بدون حضور فیزیکی در محل کار هم مولد باشند. پس چرا از شر اجاره‌های سنگین دفاتر کار خلاص نشویم و همه را از دور هم جمع شدن راحت نکنیم؟ اما هر قدر که مردم وقت بیشتری را روی اصلاح جدول‌های اکسل صرف کردند و هر قدر بیشتر پشت میز آشپزخانه کنفرانس ویدئویی برگزار کردند، آشکارتر شد که کارکنان به دور از محل کار، چیزی فراتر از دفاتر‌شان را از دست می‌دهند.

کستی پدینو، روانشناس طراحی فضا در آکادمی نیروی هوایی می‌گوید: «مطالعات بسیاری هستند که مزایای دورکاری را نشان می‌دهند اما اغلب این مطالعات شامل مصاحبه و پرسشنامه از کسانی می‌شود که بنا بر میل خود دورکاری می‌کنند.» کارکنانی که به انعطاف‌پذیری در برنامه کاری روزمره‌شان ارج می‌گذارند، بهترین گزینه‌ها برای کار از خانه هستند؛ کسانی که خط و مرزهای دقیق و روشن میان کار حرفه‌ای و زندگی شخصی‌شان را می‌پسندند، چندان مناسب این نوع کار نیستند. جایگاه حرفه‌ای هم اهمیت بسیاری دارد. افرادی که همین حالا هم شبکه اجتماعی و حرفه‌ای قدرتمندی ساخته‌اند شاید از ارتباطات چهره به چهره در دفتر کار رنج نبرند، اما برای آنهایی که سعی می‌کنند چنین روابطی را به دست آورند، دورکاری می‌تواند حکم بیگانه‌سازی‌شان را داشته باشد. برخلاف پارتنوای مدیریتی، اغلب آدم‌ها می‌خواهند که در کارشان خوب باشند. برای رسیدن به این منظور، خیلی‌ها به حمایت، همکاری و دوستی با همکاران‌شان نیاز دارند که به دست آوردنش از طریق آنلاین بسیار سخت‌تر است. پدینو می‌گوید: «به جز اعضای خانواده، همکاران افراد تبدیل به بهترین شانس آنها برای داشتن روابط

شبیبه همین مورد بود: تخفیف برای غذا خوردن در رستوران‌هایی که خالی از مشتری مانده بودند و یا بهره بردن از تخفیف مالیاتی برای شرکت‌ها یا حتی چیزی شبیه همین کمک‌های مالی برای خرید دوچرخه. این روش‌ها که به طبقه متوسط و بالا کمک می‌کند، بار دیگر باعث شده است که شکاف درآمدی آنها با طبقه پایین جامعه بیشتر شود. یک برنامه در استرالیا که برای بازسازی منازل به مردم وام می‌داد نیز در همین رده قرار داشت، چون در واقع یارانه‌ای به افراد صاحب مسکن تلقی می‌شد. رزماریا بیتتی، اقتصاددان دانشگاه لویس در رم در این باره می‌گوید: «برنامه‌هایی از این دست در شرایطی ارزش دارند که در درجه اول پول زیادی خرج شود. توجیه آنها این است که وقتی مصرف را تشویق کنید اقتصاد بهتر کار می‌کند، اما در زمان بحران، اولویت نخست کجاست؟ یک ایده این است که بهتر می‌بود این کمک‌ها به مواردی مثل بیمه‌های پرداخت‌نشده بیکاری یا سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تحقیقات اختصاص می‌یافت. در این حالت

نشریه «آتلانتیک» از سویه‌های منفی کار از خانه گزارش داد

### هزینه فایده یک تجربه جمعی

کرد، زندگی‌ام مثل نوجوان‌های ۱۳ ساله در تعطیلات تابستانی شده بود: بدون والدین و بدون ساعت خواب مشخص. دو سال طول کشید تا همکارانم را حضوری ملاقات کنم و اغلب در مورد اینکه یک نفر باشد که با او ناهار بخورم یا لاقال در راه دستشویی با کسی خوش و بش کنم، رویایی می‌کردم. تصور می‌کردم یعنی می‌شود باز هم برای کار لباس بپوشم؟ هیچ وقت نمی‌کردم دلم برای ۴۵ دقیقه رانندگی برای رسیدن به دفتر و نشستن پشت یک میز تنگ بشود.

اول گمان می‌کردم که این نحوه کار کردن به زودی همگانی می‌شود و بنابراین بهتر است که همه با هم شروع به ساختن دفترهای کار شخصی خودمان کنیم. یکی از تحلیلگران «رویتز» پیش‌بینی کرده بود: «جلوی این اتفاق را نمی‌توان گرفت. نیروی کاری که مونثور محرک کسب‌وکارهای کوچک آینده است احتمالاً همان کسانی هستند که از خانه کار می‌کنند.» قیمت لپ‌تاپ در حال افت بود و کارفرمایان بیشتری آنها را برای کارمندان‌شان تهیه می‌کردند. گوشی‌های هوشمند سر از جیب تمامی مردم درمی‌آوردند. اسکایپ کارش گرفته بود و پیشروی جوزه ویدئو چت شده بود و همکاران در چت جی میل برای هم جوک می‌فرستادند. رکود بزرگ اقتصادی، نحوه محاسبه فعالیت شرکت‌ها را تغییر داده بود و انتظار می‌رفت که دفاتر کار به زودی منسوخ شوند.

اما این اتفاق نیفتاد. در واقع، چیزی خلاف آن رخ داد: فضاهای کاری مشترک برای کسانی که دفاتر کار سنتی نداشتند از راه رسیدن و این مفهوم میلیون‌ها دلار سرمایه به خود جذب کرد. سال ۲۰۱۸ من عاقبت یک کار معمولی گرفتم. گاهی با همکاران تازم ناهار می‌خوردم، یک بطری آب انچنانی برای میز کارم خریدم. بعد از چند ماه ارتباط با دیگران جذابیت‌های یادگست را درک کردم.

حالا پاندمی کرونا، آن آینده رهانشده را دوباره احیا کرد. من دوباره

در جریان بحران کرونا، اخباری از کمک‌های مالی دولت‌ها برای گذران آسان‌تر این دوره در کشورهای مختلف جهان شنیده شد که به نظر جالب هم می‌آمد. مثلاً دولت ایتالیا اعلام کرد که برای تشویق مردم به استفاده از وسایل نقلیه سبز شخصی نظیر دوچرخه، اسکوتر برقی و وسایلی از این دست، ۶۰ درصد از پولی را که مردم برای خرید این وسایل خرج کرده باشند به آنها برمی‌گرداند. برنامه‌های مشابهی نیز در پاریس و همچنین در شهرهای آلمان به راه افتاد.

به گزارش «بلومبرگ»، اما یک نکته در مورد این نوع کمک‌ها وجود دارد و آن این است که شما در درجه اول باید آنقدر پول برای خرید داشته باشید! یعنی مثلاً برای خرید دوچرخه‌ای با قیمت ۸۴۰ یورو، ۵۰۰ یورو را دولت به شما برمی‌گرداند اما بقیه‌اش را خودتان پرداخته‌اید. یعنی در میان بحران کرونا قادر بوده‌اید برای این موضوع پول خرج کنید.

بسیاری از برنامه‌های کمک مالی در زمان شیوع کرونا

از عواقب ارتباطات دور یعنی ترفیع کمتر و رشد حقوقی آهسته‌تر صدمه می‌خورند. کارفرمایان همین حالا هم مایل به این نتیجه‌گیری هستند که زنان به خصوص مادران، کمتر از همکاران مردشان برای کار وقت می‌گذارند، حالا هر قدر هم که این زنان تلاش کنند. حالا اگر همین زنان بخواهند اجازه در خانه ماندن بگیرند و از آن «ملاقات‌های حضوری» که بسیاری از روسا به صورت غیرمنطقی به آن ارج می‌گذارند، چشم‌پوشی کنند، ممکن است این ایده را تقویت کنند که زنان در خانه روی میل لم می‌دهند و پاپ کورن می‌خورند و تلویزیون می‌بینند.

کارفرمایان خوب می‌توانند این سوگیری‌ها را در محاسبات کاری خود در نظر بگیرند و دست‌کم به لحاظ نظری، کارمندان می‌توانند همکاران خود را ساماندهی کنند و با هم مدیریت را به سمت شرایط بهتری مانند انعطاف مرخصی برای والدین و شفاف شدن دستمزدها سوق دهند، اما این تلاش‌ها مانند شکل دادن اتحادیه، وقتی آدم‌ها نمی‌توانند رودر رو ملاقات کنند بسیار دشوارتر است.

در مجموع، این ممکن است بزرگ‌ترین مشکل کار از خانه باشد. محیط‌های کار مجموعه‌ای از اکوسیستم‌های اجتماعی هستند؛ درست مثل هر جایی که انسان در آن زندگی می‌کند و غیرمتمرکز کردن آنها می‌تواند نقاط مثبت‌شان را که موجب رضایت خاطر می‌شود از میان ببرد. آن ارتباط چشمی آشنا با یک همکار وقتی می‌شوند که سرتیغ تغییر می‌شوند به صورتی می‌گیرند، کش دادن ساعت ناهار به همراه همکار مغزی بغلی چون رئیس‌تان تمام روز در جلسه است، ارائه در مقابل هم‌روهی‌های‌تان و تماشای اینکه از سوی آنها تشویق می‌شود و البته پی بردن به اینکه روی چه کسی می‌توانید حساب کنید و روی چه کسی نه. پدینو می‌گوید: «در حال حاضر اینها را نمی‌توانید از خلال جلسات آنلاین داشته باشید.» البته در خانه احتمالاً قهوه بهتری گیرتان می‌آید.»

اجتماعی می‌شوند. اینکه با از دست دادن این موقعیت چه اتفاقی می‌افتد، یکی از بزرگ‌ترین نگرانی‌های من است.»

دستاوردی اجتماعی رفتن به محل کار تنها در حاضر شدن در پروژه مشترک خلاصه نمی‌شود. بسیاری از این موارد حاصل فضاهای فیزیکی مواجهه آدم‌ها با هم هستند. اتاق استراحت، آبنارخانه‌ها و حتی رفت‌وآمد در راهروها به خلق موقعیتی کمک می‌کنند که متخصصان به آن در دسر کارآمد (functional inconvenience) می‌گویند. پیتز برگ، مدیر دانشکده منابع انسانی و روابط کار در دانشگاه آیالتی میشیگان می‌گوید: «ما ارتباطات بین قسمتی داریم که به خاطر عبور و مرور افراد در راه پله‌ها یا استفاده از سرویس بهداشتی در طبقه دیگر رخ می‌دهد. عبور از این مکان‌ها که کمی هم دردسر (به خاطر جاه‌جویی بیشتر از نیاز) به همراه دارد برای برقراری ارتباط بسیار مهم است.» ایده این نوع طراحی محل کار این است که افراد وقتی منتظر آسانسور هستند و یا دارند دست‌های‌شان را می‌شویند، به ناچار با همکاران‌شان صحبت می‌شوند، از مدل روز جدید هم تعریف می‌کنند، حال بچه‌های هم را می‌پرسند. به مرور زمان این برخوردهای کوتاه حسی از تعلق و دلگرمی به وجود می‌آورد که سبب می‌شود زمان قابل توجهی از زندگی که در محل کار می‌گذرد، اندکی دلپذیرتر شود.

پدینو می‌گوید: «با کسانی صحبت می‌کنید که در هفته‌های اول دورکاری بسیار هیجان‌زده بودند.» در کنار سایر مزایا، چه کسی هست که دلش نخواهد از زیر نگاه مستقیم مسئول بخش در برود؟ اما حالا تعداد قابل توجهی از مشتاقان اولیه دارند دیوانه می‌شوند؛ هیچ چشم‌انداز امنیتی‌بخشی نیست و بدتر اینکه وقتی دارید اسپاگتی شب قبل را در مایکروفر گرم می‌کنید، کسی نیست که به اندازه همان ۹۰ ثانیه با او خوش و بش کنید.

برگ می‌گوید که زنان (در تمامی گروه‌های سنی) به صورت خاص





درخواست اوبر از ۵۰ فرماندار در ایالات متحده آمریکا

### راندندگان در اولویت دریافت واکسن کرونا قرار بگیرند

چند روز پیش بود که مجری یک مسابقه تلویزیونی در شبکه اول سیما نسبت به شغل راندگان تاکسی قضاوت نامربوطی کرد و در نهایت مجبور شد که از گفته خود عذرخواهی کند. در قسمتی از برنامه «دستیخت» مجری برنامه از دختر نوجوانی که به همراه پدرش در برنامه حضور داشت، پرسید: «از اینکه پدرش راندگی تاکسی است، خجالت نمی‌کشد؟» این صحبت مجری برنامه، واکنش‌های زیادی را در پی داشت تا جایی که اتحادیه تاکسیرانان نسبت به این توهین اطلاعاتی‌های صادر کرد و نوشت: «ناوگان عظیم و گسترده تاکسیرانی، گزینه اول در امر جابه‌جایی و سرویس‌دهی به شهروندان به خصوص در شرایط کنونی شیوع بیماری کرونا به شمار می‌آیند و طی یک سال گذشته به عنوان قشر آسیب‌پذیر متحمل دغدغه‌های معیشتی و همچنین از دست دادن عزیزان خود شده‌اند.»

اهمیت شغل راندگان تاکسی در دوران شیوع کرونا در حالی است که در کشورهای دیگر و با شروع واکسیناسیون گسترده، این قشر در صف مقدم دسترسی واکسن کرونا قرار گرفته‌اند، چنانچه اوبر تلاش می‌کند راندگان این تاکسی‌یاب اینترنتی، در اولویت دریافت واکسن کرونا در آمریکا قرار بگیرند. در این راستا، دارا خسروشاهی، مدیرعامل اوبر با ارسال نامه‌ای به ۵۰ فرماندار در ایالات متحده آمریکا از آنها خواست راندگان و کارکنان تحویل مرسوله را در اولویت دریافت واکسن کرونا قرار دهند. خسروشاهی در این نامه نوشت: «در ۹ ماه گذشته، این کارکنان برای جامعه تبدیل به خط نجات شدند. آنها کادر درمان را به بیمارستان‌ها رساندند، به مردم در شرایط اعمال فاصله اجتماعی غذا رسانده‌اند و به رستوران‌های محلی کمک کردند در چرخه کسب و کار باقی بمانند.»

او در این نامه به نقش اصلی و اساسی راندگان و کارکنان تحویل مرسوله به مردم اشاره کرد و نوشت: «به همین دلیل است که این راندگان باید فوری، رایگان و آسان واکسینه شوند.» مدیرعامل اوبر با اعلام خبر درخواست دسترسی راندگان به واکسن به سایت تک کراچ گفت: «اوبر برای انجام هر کاری آماده است. فناوری، امکانات لجستیکی و منابع ما برای کمک به حفاظت از کسانی که در پلتفرم ما کار می‌کنند و دسترسی فوری و موثر عموم به واکسن آماده است.»

تلاش اوبر برای واکسیناسیون راندگان و کارگران در بخش تحویل مرسوله، با ادامه مبارزه حقوقی این شرکت برای طبقه‌بندی راندگان و کارگران همراه شده است. اوبر همچنان اصرار دارد راندگان و کارگران در بخش تحویل مرسوله، کارکنان اوبر محسوب نمی‌شوند. این در حالی است که تعداد زیادی از راندگان به طبقه‌بندی اشتباه خود در این شرکت استارت‌آپی به عنوان پیمانکار اعتراض کرده‌اند. این راندگان و کارگران می‌گویند اوبر باید بسیاری از مواد قانون کار را درباره آنها به عنوان کارکنان شرکت در نظر بگیرد. اوبر همچنین چند ماه پیش، از تعیین قیمت

در سفرهای دور شهری توسط راندگان خبر داده بود. اوبر، نخستین تاکسی‌یاب اینترنتی جهان است که در آمریکا تاسیس شد. ارزشمندترین استارت‌آپ جهان در اوست که سال گذشته با چالش‌های بسیاری دست و پنجه نرم کرده است. تحولات در اوبر به طور معمول، مجموعه‌ای از تغییرات در دیگر تاکسی‌یاب‌های اینترنتی در جهان را به دنبال دارد.

### آشنایی با استارت‌آپ‌های آموزش زبان در ایران درس بدهید، یاد بگیرید و در خانه بمانید

با ادامه پاندمی کرونا ممکن است تعداد استارت‌آپ‌های فعال در حوزه آموزش مجازی بیشتر شود. با این وجود، پایان همه‌گیری به عنوان نقطه پایانی بر فعالیت این کسب وکارها در نظر گرفته نمی‌شود.

ملاقات با طرف‌های خارجی در نشست‌های کاری، بهبود وضعیت شغلی با تقویت زبان برای زمانی که شسر کرونا از سر جهان کنده شود و سفرهای خارجی رونق بگیرد، از جمله انگیزه‌های افراد برای یاد گرفتن زبانی غیر از زبان مادری‌شان است. همچنین می‌توان بعضی افراد را ماجراجویانی دانست که می‌خواهند سر از همه زبان‌ها دربیاروند و کمی از همه آنها بدانند. در سال‌های گذشته چنین ماجراجویی هزینه‌های زیادی داشت، اما این روزها با کمک فناوری، یادگیری آسان شده است. استارت‌آپ‌های حوزه یادگیری از جمله کسب وکارهای نو بودند که در دوره همه‌گیری کرونا مورد توجه قرار گرفتند. در کشوری مثل ایران که یادگیری زبان خارجی بازار پررونقی است، هنوز راه‌اندازی کسب وکارهایی با موضوع آموزش زبان طرفدار دارد.

تپجست از جمله سایت‌های آموزش زبان‌های خارجی با استفاده از مدرسان حرفه‌ای است که در سال ۹۹ ایجاد شده است. در تپجستان علاوه بر انگلیسی می‌توان زبان‌های چینی، ژاپنی، روسی، آلمانی، اسپانیایی، ترکی و فرانسوسی را هم آموخت. همچنین در تپجستان برای مدرسان زبان که امکان تدریس حضوری ندارند، فرصت تدریس مجازی فراهم شده است. این استارت‌آپ مدعی است بستری مطمئن و شفاف را برای یادگیری زبان‌آموزان فراهم کرده است. آموزش آنلاین زبان با کلاس‌های تصویری و زنده، راهکاری است که تپجستان برای ساده‌سازی و اثرگذاری فرآیند یادگیری ارائه می‌کند.

استاد زبان، وی لرنو، هلو، آنلاین آکادمی، بیاموز، فریدلینگو، فونتیک، تیکا، آیلینگو، زبان تیپ، انیچر، ترجمار، دوران و دیپ انگلیش از دیگر استارت‌آپ‌هایی است که در زمینه آموزش زبان فعالیت می‌کنند. دستبازی ترجمه، آموزش نکات کلیدی، یادگیری با مدرسان خارجی، خدمات ترجمه و ویراستاری، تولید محتوا و نرم‌افزار آموزشی از جمله زمینه‌های فعالیت این استارت‌آپ‌هاست که در حوزه آموزش زبان‌های خارجی در ایران فعالیت می‌کنند. اگرچه با وجود ادامه همه‌گیری کرونا ممکن است تعداد استارت‌آپ‌های فعال در حوزه آموزش مجازی بیشتر شود، اما پایان همه‌گیری کرونا به عنوان نقطه پایانی بر فعالیت این کسب وکارها در نظر گرفته نمی‌شود. البته باید دید مردم پس از تجربه این دوره سخت، عادت‌های تازه را حفظ می‌کنند یا نه؟

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۷۳۳۹۰۸۶۰

اختلاف نظر بانک مرکزی، مرکز آمار و مرکز پژوهش‌ها درباره رشد اقتصادی امسال همچنان پابرجاست

# یک رشد، چند روایت



بخش صنعت در سال ۱۳۹۹ حدود ۶.۴ درصد پیش‌بینی می‌شود.
باین‌حال شاخص موجودی مواد اولیه نشان‌دهنده کمتر شدن موجودی مواد اولیه نسبت به ماه قبل از آن در همه ماه‌های نیمه اول سال ۱۳۹۹ است که این موضوع درخصوص تأمین مواد اولیه صنعت نگران‌کننده است و در صورت جدی شدن می‌تواند رشد پیش‌بینی‌شده این بخش را مورد تهدید جدی قرار دهد.

• ساختمان: شواهد موجود از پروانه‌های ساختمانی صادره در نیمه دوم سال ۱۳۹۸ و برخی شاخص‌های مرتبط با تولید و فروش نهاده‌ها و مصالح ساختمانی در نیمه اول سال ۱۳۹۹ نشان‌دهنده رشد منفی و نسبتاً قابل توجه سرمایه‌گذاری در بخش ساختمان است و بر این اساس رشد این بخش منفی ۱۴۶ درصد پیش‌بینی می‌شود.
باین‌حال نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد در فصول اخیر، همواره شاخص نسبت قیمت یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی واحد مسکونی بالاتر از یک بوده و درنتیجه سرمایه‌گذاری در ساخت‌وساز صرفه اقتصادی داشته است.
اینکه باوجود صرفه اقتصادی آمار پروانه‌های ساختمانی نشان از رکود این بخش دارد می‌تواند ناشی از جذابیت سایر دارایی‌ها (طلا، دلار، سهام و …) و همچنین افزایش شدید نااطمینانی در اقتصاد کشور در نیمه نخست سال ۱۳۹۹ باشد.
به نظر می‌رسد در نیمه دوم سال ۱۳۹۹ با توجه به ثبات نسبی انتظارات نسبت به نرخ ارز جذابیت سایر بازارهای دارایی همچون گذشته نباشد که این موضوع می‌تواند به شروعی برای رونق این بخش مبدل شده و رشد برآورد شده در نیمه دوم را تا حدی تعدیل کند.

• خدمات: نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد به‌رغم تأثیر قابل توجه شیوع ویروس کرونا بر بخش خدمات باین‌حال با سپری شدن ماه‌های ابتدایی شیوع ویروس کرونا، کاهش درآمد اصناف به میزان قابل توجهی کاهش یافت.
ارزش تراکنش‌های اصناف مختلف نیز مؤید این موضوع است.
براساس برآوردهای فعلی با توجه به عملکرد شش ماهه اول اقتصاد و پیش‌بینی عملکرد آن تا پایان سال، رشد بخش خدمات در سال ۱۳۹۹ صفر درصد برآورد می‌شود.

**بالاخره رشد اقتصادی امسال مثبت است؟**

نهاد پژوهشی مجلس در انتهای گزارش خود و با لحاظ کردن تحلیل‌های گفته شده پیش‌بینی کرده است که رشد اقتصادی سال ۱۳۹۹ سرانجام از دامنه رشد منفی خارج شود.
به اعتقاد مرکز پژوهش‌ها، با در نظر گرفتن تحلیل‌های ارائه‌شده برآورد می‌شود که پس از تجربه دو سال رشد اقتصادی منفی، رشد اقتصادی در سال ۱۳۹۹ از دامنه رشد منفی خارج شود.
این رشد در حدود ۰.۵ درصد برای کل سال برآورد می‌شود.
همچنین رشد غیرنفتی در سال ۱۳۹۹ حدود ۰.۸ درصد برآورد می‌شود.
مهمترین عامل اثرگذار بر اقتصاد در نیمه اول سال ۱۳۹۹ شیوع ویروس کرونا است که اثرگذاری آن بسیار متفاوت با اثر تحریم‌ها بوده است.
در حالی که اعمال تحریم‌ها عمدتاً بخش نفت و صنایع بزرگ نظیر خودروسازی را متأثر ساخته بود، با این حال، شیوع ویروس کرونا عمدتاً بر بخش‌های خدماتی و صنایع کوچک اثرگذار است.
با توجه به سهم زیاد این بخش‌ها در اشتغال کشور هرچند انتظار نمی‌رود در نتیجه شیوع ویروس کرونا، ارزش‌افزوده اقتصاد کاهش شدیدی داشته باشد، با این حال به نظر می‌رسد آثار رفاهی آن بسیار قابل توجه خواهد بود.

نفت منفی ۱.۶ درصد، رشد صنعت ۶.۴ درصد، رشد آب، برق و گاز ۴.۲ درصد، رشد بخش ساختمان منفی ۱۴.۶ درصد و رشد بخش خدمات صفر درصد برآورد می‌شود.

ذکر این نکته ضروری است که مهم‌ترین عامل اثرگذار بر اقتصاد در نیمه اول سال ۱۳۹۹ شیوع ویروس کرونا بوده است.
بزرگ‌ترین ویژگی شیوع این ویروس آن بود که اثرگذاری آن بسیار متفاوت از اعمال تحریم‌ها بود.
درواقع درحالی‌که اعمال تحریم‌ها عمدتاً بخش نفت و صنایع بزرگ مثل خودروسازی را متأثر ساخته بود باین‌حال شیوع ویروس کرونا عمدتاً بر بخش‌های خدماتی و صنایع کوچک اثرگذار بود.
با توجه به سهم زیاد این بخش‌ها در اشتغال کشور هرچند انتظار نمی‌رود درنتیجه شیوع ویروس کرونا ارزش‌افزوده اقتصاد کاهش شدیدی داشته باشد باین‌حال به نظر می‌رسد آثار رفاهی آن بسیار قابل توجه خواهد بود.

**رشد اقتصادی بخش‌های مختلف در نیمه اول سال**

به نوشته بازوی کارشناسی مجلس، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پس از نزدیک به دو سال سکوت آماری در بهار ۱۳۹۹ حساب‌های ملی را منتشر کرد.
باین‌وجود تفاوت‌های بسیاری در آمارهای اعلام‌شده توسط دو نهاد آماری مشاهده می‌شود.
برای مثال درحالی‌که بانک مرکزی رشد بخش صنعت و ساختمان را در فصل اول سال ۱۳۹۹ مثبت اعلام کرده از نظر مرکز آمار ایران رشد این دو بخش منفی بوده است.
این نحوه انتشار آمار حساب‌های ملی به‌نوعی موجب سردرگمی تحلیلگران، تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران شده است و برای رفع این موضوع به نظر می‌رسد هرچه زودتر بایستی اصلاح نظام آماری کشور در دستور کار دولت و مجلس قرار گیرد.
به‌طور کلی، با تخلیه اثر شوک‌های داخلی و خارجی بر اقتصاد کشور، مهم‌ترین عامل اثرگذار بر اقتصاد در نیمه اول سال ۱۳۹۹ شیوع ویروس کرونا بوده است.

مرکز پژوهش‌ها سپس به تحلیل رشد بخش‌های مختلف اقتصاد پرداخته و وضعیت کشاورزی، نفت، صنعت، ساختمان و خدمات را این‌گونه روایت کرده است:

• کشاورزی: نتایج بررسی‌ها نشان داد هرچند تخصیص ارز ترجیحی به ذرت، جو و سایر نهاده‌های دامی به سرکوب قیمت این محصولات به همراه گندم به‌عنوان کالای جانشین منجر شده است و انگیزه پایین کاشت این محصولات به‌خصوص گندم به دلیل پایین بودن قیمت تضمینی، به کاهش قابل‌توجه تولید این محصول استراتژیک و برآورد رشد منفی ۲ درصدی غلات در سال ۱۳۹۹ منجر شده است، باین‌حال با در نظر گرفتن پیش‌بینی‌های وزارت جهاد کشاورزی برای تولید اقلام مختلف محصولات کشاورزی، رشد بخش کشاورزی در سال ۱۳۹۹ حدود ۲.۱ درصد پیش‌بینی می‌شود.

• نفت: به‌رغم رشد منفی ۱۴ درصدی این بخش در سه ماهه نخست سال ۱۳۹۹ براساس شواهد آماری از گزارش ماهانه اوپک به نظر می‌رسد با تخلیه کامل اثر تحریم‌ها بر این بخش رشد این بخش در ادامه سال ۱۳۹۹ از دامنه رشد منفی خارج شده و رشد کل سال این بخش منفی ۱.۶ درصد پیش‌بینی می‌شود.

• صنعت: شاخص مقدار تولید، شاخص مدیران خرید و همچنین شاخص تولید صنایع بورسی نشان می‌دهد در عمده ماه‌های شش ماهه اول میزان تولید بخش صنعت دارای رشد بوده است.
بر این اساس رشد

فرصت امروز: بانک مرکزی، مرکز آمار ایران و مرکز پژوهش‌های مجلس هر کدام رشد اقتصادی نیمه اول امسال را اعلام کرده‌اند.
رشد اقتصادی که هر یک با دیگری متفاوت است و این سوال را مطرح می‌کند که کدام نرخ رشد، واقعی است؟
بانک مرکزی مدعی است که رشد اقتصادی با نفت و بدون نفت کاملاً مثبت شده و این در حالی است که مرکز آمار تن به مثبت شدن آمار رشد اقتصادی نمی‌دهد.
روز یکشنبه این هفته نیز عبدالناصر همتی در جدیدترین یادداشت اینستاگرامی خود با استناد به گزارش اداره حساب‌های اقتصادی بانک مرکزی، اعلام کرد که رشد تولید ناخالص داخلی به قیمت پایه (۱۰۰=۱۳۹۰) در شش ماهه اول سال ۹۹ با نفت و بدون نفت، مثبت شده است.

بنا به گفته رئیس کل بانک مرکزی، «رشد اقتصادی بدون نفت در شش ماهه اول سال جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل، مثبت ۱.۴ درصد و رشد اقتصادی با نفت در شش ماهه اول سال نسبت به دوره مشابه سال قبل، مثبت ۱.۳ درصد است.
رشد اقتصادی با نفت فصل اول و دوم سال ۱۳۹۹ به ترتیب منفی ۲.۹ درصد و مثبت ۵.۱ درصد و رشد اقتصادی بدون نفت به ترتیب، منفی ۰.۶ درصد و مثبت ۳.۲ درصد بوده است.»
در سوی مقابل آمار مرکز آمار ایران، رشد منفی ۱.۹ درصدی محصول ناخالص داخلی با نفت و رشد منفی ۱.۳ درصدی محصول ناخالص داخلی بدون نفت را برای شش ماهه نخست سال ۱۳۹۹ اعلام کرده است.
حالا هم مرکز پژوهش‌های مجلس به تحلیل بخش حقیقی اقتصاد ایران و برآورد رشد اقتصادی سال ۱۳۹۹ پرداخته و معتقد است که نهادهای بین‌المللی در برآورد آثار شیوع کرونا بر بخش حقیقی اقتصاد ایران دچار بیش‌برآوردی شده‌اند.

**گزارش مرکز پژوهش‌ها از رشد اقتصادی ۹۹**

نهاد پژوهشی مجلس در این گزارش با عنوان «تحلیل بخش حقیقی اقتصاد ایران؛ عملکرد شش ماهه اول و برآورد رشد اقتصادی سال ۱۳۹۹» نوشته است:
تجربه دو سال رشد اقتصادی منفی متأثر از جهش نرخ ارز و مدیریت نامناسب کسری بودجه دولت، در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ سبب شد تا اقتصاد ایران حدود ۱۱ درصد نسبت به سال ۱۳۹۶ کوچک‌تر شود.
باین‌حال بروز نشانه‌هایی از رشد اقتصادی مثبت در فصول پایانی سال ۱۳۹۸ نشان از تخلیه اثر شوک‌های داخلی و خارجی بر اقتصاد کشور داشت که با شیوع ویروس کرونا از ابتدای اسفندماه ۱۳۹۸ اقتصاد کشور متحمل شوک جدیدی شد.
بر این اساس صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی با تعدیل پیش‌بینی خود از اقتصاد ایران، رشد اقتصادی کشور را در سال ۲۰۲۰ (۱۳۹۹) به ترتیب منفی ۴.۵ و منفی ۵.۵ درصد برآورد کرده‌اند.
ضمن اینکه براساس اعلام مرکز آمار ایران نیز رشد اکثر زیربخش‌های خدمات در سه ماهه نخست سال ۱۳۹۹ متأثر از شیوع ویروس کرونا منفی شده است، باین‌حال به نظر می‌رسد نهادهای بین‌المللی در برآورد آثار شیوع ویروس کرونا بر بخش حقیقی اقتصاد ایران دچار بیش‌برآوردی شده‌اند.

مرکز پژوهش‌ها برآورد کرده است که پس از تجربه دو سال رشد اقتصادی منفی، رشد اقتصادی در سال ۱۳۹۹ از دامنه رشد منفی خارج شود.
براساس آخرین شواهد از عملکرد اقتصاد در شش ماهه اول سال ۱۳۹۹ و روندهای قابل‌تحلیل تا پایان سال، رشد اقتصادی ۰.۵ درصد، رشد اقتصادی بدون نفت ۰.۸ درصد، رشد کشاورزی ۲.۱ درصد، رشد

واکسن کرونا و آتش‌سوزی تانکر نفتی، قیمت طلای سیاه را افزایش داد

## زور آزمایی نفت و ویروس

گذشته برای اولین بار در این مدت به بالای ۵۰ دلار در هر بشکه رسید.
در همین حال، ایران پیش‌بینی لغو تحریم‌ها پس از روی کار آمدن جو بایدن را در نظر دارد و قصد دارد سال آینده تولید خود را تقریباً دو برابر کند.
به گفته تحلیلگران، تولید واکسن تأثیر مثبتی روی سوخت جاده و درنهایت تقاضای سوخت جت خواهد گذاشت.
به اعتقاد آنها بسیاری از خوش‌بینی‌ها در مورد قیمت تضمین شده است.

درعین‌حال، بازار بورس در آسیا رشد داشته و در مقابل دلار با افت ارزش مواجه شده است.
آمریکایی‌ها هنوز به دنبال تصویب بسته محرک مالی جدید در ایالات متحده هستند.
یک گروه تشکیل‌شده از دو حزب قرار است از لایحه ۹۰.۸ میلیارد دلاری امداد پاندمی رونمایی کند، اگرچه هنوز تضمینی وجود ندارد که تصویب شود.
در همین حال مذاکرات برگزیت تعدید شد و امید به توافق افزایش یافته است.

براساس این گزارش، قیمت نفت وست تگزاس اینترنتدیت برای تحویل در ژانویه در بورس کالای نیویورک ۳۰ سنت افزایش یافت و به ۴۶.۸۷ دلار در هر بشکه رسید.
معاملات آتی هفته گذشته ۰.۷ درصد افزایش داشت.
قیمت نفت برنت نیز برای تسویه‌حساب ماه فوریه پس از کاهش ۰.۶ درصد در روز جمعه، روز دوشنبه ۰.۶ درصد رشد کرد و به ۵۰.۲۹ دلار در هر بشکه رسید.
معاملات آتی نفت خام در بورس بین‌المللی انرژی شانگهای پس از رشد ۶.۷درصدی در روز جمعه به ۳۰۱.۹ یوان رسید.
انتظار می‌رود تمام ۵۰ ایالت ایالات متحده تا



## دریچه

بودجه واقعی دولت چقدر است؟

## ارقام فرابودجه‌ای در بودجه ۱۴۰۰

ظاهراً منابع عمومی بودجه ۱۴۰۰ دولت ۸۴۰ هزار میلیارد تومان است، ولی واکاوی در تبصره‌های بودجه شما را به یک عدد ۴۲۰ هزار میلیارد تومانی می‌رساند که جزو درآمدهای دولت هست ولی در بودجه عمومی منظور نشده است، در واقع بودجه دولت ۱۳۰۰ هزار میلیارد تومان است.

به گزارش تسنیم، لایحه بودجه ۱۴۰۰ در حالی با درآمدهای رویایی و وابستگی بیش از ۴۰ درصدی به نفت از سوی دولت به مجلس شورای اسلامی تقدیم شده که همچنان با نقدهای اساسی روبه‌رو است. خوش‌بینی دولت به آینده احتمالاً موجب شده است بودجه ۱۴۰۰ با فروش روزانه ۲٫۳ میلیون بشکه‌ای نفت نوشته شود، آن هم در شرایطی که فروش نفت فعلی ایران حدود یک‌سوم این رقم است و به احتمال خیلی زیاد چنین رقمی محقق نخواهد شد، ضمن اینکه دولت حدود ۷۰ هزار میلیارد تومان نیز فروش اوراق سلف نفتی را در نظر گرفته که نشان می‌دهد در صورت عدم تحقق فروش نفت نیز باز هم حساب ویژه‌ای روی درآمدهای نفتی باز کرده است!

طبق آنچه دولت در لایحه بودجه گنجانده است، میزان درآمدهای نفتی سال آینده که تحت عنوان منابع حاصل از نفت و فرآورده‌های نفتی از آن یاد شده، اندکی کمتر از ۲۰۰ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است که از نظر عددی و ضریب اتکای بودجه به درآمدهای نفتی نسبت به سال جاری رشدی چشمگیر دارد، اما جدا از حواشی متعدد بودجه ۱۴۰۰ و هشدارهای کارشناسان برای تورم افسارگسیخته و کسری بودجه حداقل ۳۲۰ هزار میلیارد تومانی سال آینده، باید به برخی از ایرادات اساسی بودجه‌نویسی دولت اشاره کرد، آن هم در حالی که ادعا دارد که اصلاح ساختاری بودجه را اجرایی کرده است!

طبق اصلاح ساختاری باید اصول و قواعد معیوب بودجه‌ریزی در ایران تغییر کند و این مهم از سال‌های قبل همواره مورد تأکید مقام معظم رهبری در جلسه با دولتی‌ها بوده است، اما با وجود گذشت ۸ سال از بودجه‌نویسی دولت روحانی هنوز گامی در جهت نخستین اقدامات اصلاح ساختاری بودجه مانند شفافیت برداشته نشده است.

عدم شفافیت در فرآیند بودجه‌ریزی، مکانیسم تخصیص مجدد بودجه در دولت، تعارض منافع ملی و محلی نمایندگان مجلس، وابستگی بودجه به نفت و عدم وجود قوانین مناسب در حوزه مالیات از مهمترین موانع تحقق اصلاحات ساختاری بودجه به‌شمار می‌آیند.

نگاهی به بودجه اسالی دولت به مجلس و آمار فروش رویایی نفت در سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که اتفاقاً در این بند مهم نیز اصلاح ساختاری بودجه نهنتها مورد توجه نیست بلکه دولت در سال آخر تلاش داشته است که وابستگی به نفت را بیشتر کند!

هر چند اصلاح ساختار بودجه فقط در افزایش سهم درآمدهای مالیاتی و کاهش سهم درآمدهای حاصل از فروش نفت در بودجه عمومی خلاصه نمی‌شود، چراکه از مهمترین پیش‌نیازهای اصلاحات ساختاری در بودجه شفافیت درآمدها و هزینه‌های دولت‌هاست که باید در لویاح بودجه لحاظ شود.

از آنجایی که یکی از مهمترین اقدامات پیشگیرانه برای مقابله با فساد در بودجه‌ریزی، تقویت شفافیت است انتظار می‌رفت که حداقل در سال پایانی دولت گامی در این راستا برداشته شود. نبود شفافیت در فرآیند طراحی، اجرا و نظارت بر دولت از طرفی صلاحیت اختیاری دولت را در اجرا افزایش می‌دهد و از طرف دیگر امکان تحقق مفاسد اقتصادی را تشدید می‌کند. این مفاسد بیشتر از نوع اختلاس یا فیش‌های حقوقی سرسام‌آور از محل شرکت‌های دولتی است.

عدم شفافیت در بودجه شرکت‌های دولتی، مؤسسات انتفاعی وابسته به دولت و بانک‌ها نیز از جمله نکات مهمی است که همواره از آن غفلت شده است، در حالی که بیش از ۷۰ درصد بودجه متعلق به شرکت‌های مذکور است ولی از دید مردم و نمایندگان آنها پنهان است.

از آنجایی که یکی از مهمترین فاکتورهای عدم شفافیت بودجه ۱۴۰۰ و بودجه‌های قبلی دولت، منابع درآمدی است که در ردیف‌های لایحه بودجه گم است که از آن با عنوان بودجه‌های پنهان یا فرابودجه یاد می‌شود. بودجه عمومی دولت در ظاهر برای سال ۱۴۰۰ حدود ۸۴۰ هزار میلیارد تومان است که باید مورد رسیدگی مجلس قرار گیرد، اما اگر دقیق‌تر لایحه بودجه ۱۴۰۰ بررسی شود، به اعداد و ارقامی می‌رسیم که جزو منابع بودجه‌ای دولت هست ولی در این عدد ۸۴۰ هزار میلیارد تومان منظور نشده است.

اولین رقم کلان در لایحه بودجه ۱۴۰۰ که در تبصره‌های بودجه آمده ولی در سرجمع بودجه عمومی ۸۴۰ هزار میلیارد تومانی دولت منظور نشده است و در واقع شفافیت بودجه را زیر سؤال می‌برد، مربوط به درآمد ۲۶۷ هزار میلیارد تومانی هدفمندی یارانه‌ها است که در تبصره ۱۴ و با عنوان منابع و مصارف قانون هدفمندکردن یارانه‌ها لحاظ شده است.

دومین درآمد مهمی که دولت در تبصره‌های لایحه بودجه ۱۴۰۰ دیده ولی آن عدد را در سرجمع بودجه عمومی خود منظور نکرده، بودجه ۹۰ هزار میلیارد تومانی بند و تبصره ۲ لایحه بودجه است که دولت برای متناسب‌سازی حقوق بازنشستگان، رد بخشی از بدهی دولت به تأمین اجتماعی... و از محل واگذاری سهام... اختصاص داده است. دولت همچنین بند و تبصره ۴ لایحه بودجه ۱۴۰۰ جدولی را آورده است که متضمن برداشت ۲۸۴۵ میلیون یورویی از صندوق توسعه ملی برای مصارف خاصی است. ارزش ریالی این سرفصل بودجه حداقل ۷۰ هزار میلیارد تومان است ولی این رقم هم نه به‌شکل ارزی و نه ریالی جزو بودجه عمومی ۸۴۰ هزار میلیارد تومانی منظور نشده است. بر این اساس، در ظاهر بودجه عمومی دولت ۸۴۰ هزار میلیارد تومان است، ولی در واقع اگر سه عدد بالا یعنی ۲۶۷ هزار میلیارد تومان منابع هدفمندی یارانه‌ها، ۹۰ هزار میلیارد تومان بودجه هسان‌سازی حقوق و ۲۸۵۷ میلیون یورو برداشت از صندوق توسعه ملی را به بودجه عمومی دولت اضافه کنیم، در واقع بودجه عمومی دولت ۱۳۰۰ هزار میلیارد تومان می‌شود نه ۸۴۰ هزار میلیارد تومان. به سه مورد یادشده هر سال با توجه به تغییر نرخ ارز بودجه مازادی از این محل به دست می‌آورد. مجموع این ارقام که حدود ۴۲۰ هزار میلیارد تومان است، همان ارقام فرابودجه‌ای است که هر سال در قوانین بودجه تکرار می‌شود بدون آنکه شفافیتی درباره هزینه‌کرد آنها مشخص شود.



متوسط قیمت فروش یک متر مربع زیربنای واحدهای مسکونی تهران ۱۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان بود. البته شاخص اجاره خانه در ماه موردنظر در تهران و کل مناطق شهری به ترتیب ۲۸٫۷ درصد و ۳۱ درصد افزایش را تجربه کرد.

همچنین در اردیبهشت به میزان ۱۱ هزار و ۲۰۰ واحد مسکونی معامله صورت گرفت که در این ماه متوسط قیمت فروش یک متر مربع زیربنای واحدهای مسکونی معادل ۱۶ میلیون و ۹۷۰ هزار تومان بود و شاخص اجاره خانه در دومین ماه سال در تهران و کل مناطق شهری به ترتیب ۲۸٫۵ درصد و ۳۱٫۳ درصد افزایش یافت.

در خردادماه نیز ۱۰ هزار و ۸۰۰ فقره معامله صورت گرفت و ۱۸ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان قیمت فروش یک متر مربع زیربنای واحدهای مسکونی در تهران بود که شاخص اجاره مسکن در این ماه در تهران و کل مناطق شهری به میزان ۲۷٫۶ درصد و ۳۰٫۷ درصد رشد داشت.

آمارهای تیرماه نیز بیانگر آن است که در این ماه ۱۴ هزار فقره واحد مسکونی معامله شده و قیمت فروش یک متر مربع زیربنای واحدهای مسکونی به میزان ۲۰ میلیون و ۹۱۰ هزار تومان بوده که شاخص اجاره مسکن در این زمان در تهران و کل مناطق شهری به ترتیب ۲۷٫۶ درصد و ۳۱ درصد افزایش یافت. همچنین در پنجمین ماه سال ۹۰۱ هزار واحد مسکونی در تهران معامله شد که قیمت هر یک متر مربع زیربنای این واحدها معادل ۲۳ میلیون و ۱۱۰ هزار تومان بود و در این ماه شاخص اجاره خانه در تهران و سایر مناطق شهری به ترتیب ۲۷٫۴ درصد و ۳۰٫۶ درصد رشد کرد. در آخرین ماه نیمه اول امسال یعنی شهریورماه نیز قیمت خانه در تهران به ۲۴ میلیون و ۲۹۰ هزار تومان رسید که معادل ۸٫۵ هزار واحد مسکونی معامله شد و اجاره خانه در این ماه در تهران و کل مناطق شهری رشدی ۲۷٫۳ درصدی و ۳۰٫۱ درصدی داشت.

## بیشترین افزایش قیمت خانه در شهر بورماه

با این تفاسیر، ماه‌های فروردین و تیر به ترتیب کمترین و بیشترین تعداد معاملات مسکن در تهران را داشته‌اند و کمترین و بیشترین قیمت مسکن در ماه‌های فروردین و شهریور رخ داده است که البته ماه‌های فروردین و شهریور بیشترین و کمترین افزایش شاخص اجاره خانه در تهران را به خود اختصاص داده‌اند. به عبارت دیگر، قیمت و معاملات مسکن از ابتدای سال تا شهریور روند صعودی طی کرده است، به گونه‌ای که قیمت مسکن از فروردین ماه تا پایان شهریورماه ۶۲٫۹ درصد و معاملات مسکن نیز ۱۴٫۱۱ درصد رشد کرده است. بررسی اعداد و ارقام مربوط به بازار مسکن در حالی است که معاون وزیر راه و شهرسازی در آخرین اظهارات خود برنامه اصلی این وزارتخانه را خروج سفته‌بازی و سوداگری از بازار مسکن و همچنین افزایش تولید مسکن را هدف قرار داده است.

طبق آمارهای بانک مرکزی، قیمت مسکن پایتخت در ۶ ماهه نخست سال ۶۲ درصد رشد کرد

## جغرافیای قیمت مسکن

کنیم؛ میانگین قیمت مسکن در تهران به ۱۹ میلیون تومان خواهد رسید. براساس آمار جدیدی که وزارت راه و شهرسازی و معاونت مسکن و ساختمان این وزارتخانه از بازار مسکن کشور ارائه داده است، بیشترین متوسط قیمت مسکن در شهر تهران ۲۷٫۸ میلیون تومان است. کمترین قیمت هم مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد و شهر یاسوج با نرخ متوسط هر متر مسکن ۲٫۲ میلیون تومان است یعنی بین متوسط قیمت مسکن در تهران و یاسوج ۲۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان اختلاف قیمت وجود دارد. طبق بررسی‌های صورت گرفته در حال حاضر متوسط قیمت مسکن در ۳۱ استان کشور ۱۵٫۲ میلیون تومان است.

محمودزاده درباره تحولات قیمتی مسکن گفت: «هزینه خانوار در بخش مسکن ۳۶ درصد درآمد متوسط دهک‌ها در سال ۹۸ بوده است. مقایسه رشد قیمت مسکن طی ۱۰ سال گذشته نشان می‌دهد که متوسط قیمت مسکن در سال ۸۸ از متری یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان به متری ۲۷ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان در آبان امسال افزایش یافته است. از سال ۸۸ تا ۹۸ متوسط سلالانه رشد ارزش بازار سه‌ماه ۵۱ درصد، بازار سکه ۴۳ درصد، بازار ارز ۳۶ درصد و بازار مسکن ۲۶ درصد بوده که نشان دهنده کم‌بازده بودن بازار مسکن نسبت به سایر بازارهای موازی است. در سال ۸۷ بالاترین قیمت مسکن به دلار در تهران در ۱۵ سال اخیر رخ داد به گونه‌ای که متوسط یک مترمربع واحد مسکونی در تهران در سال مزبور، ۲۲۴۴ دلار است درحالی‌که در آبان ماه امسال متوسط یک مترمربع مسکن در پایتخت با محاسبه هر دلار ۲۵ هزار تومان، حدود ۱۰۵۱ دلار برآورد شد که ۵۰ درصد قیمت مسکن نسبت به سال ۸۷ است.»

## رشد ۶۲ درصدی قیمت مسکن تهران طی ۶ ماه

از سوی دیگر، گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد ماه‌های فروردین و تیر به ترتیب کمترین و بیشترین تعداد معاملات مسکن در تهران را داشته‌اند و کمترین و بیشترین قیمت مسکن نیز در ماه‌های فروردین و شهریور رخ داده است بنابراین قیمت و معاملات مسکن از ابتدای سال تا شهریور روند صعودی طی کرده به گونه‌ای که قیمت مسکن از فروردین ماه تا ماه ششم امسال ۶۲٫۹ درصد و معاملات آن نیز در این مدت ۱۴٫۱۱ درصد رشد داشته است. بانک مرکزی هر ماه آمار مربوط به قیمت، تعداد معاملات و شاخص اجاره مسکن در شهر تهران را بررسی می‌کند که تاکنون تحولات بازار مسکن در هشت ماهه ابتدای امسال را منتشر کرده، اما در گزارش حاضر تنها متغیرهای اصلی این بازار در شش ماهه اول سال مورد پردازش قرار گرفته است تا مشخص شود که در این مدت بیشترین و کمترین معاملات، قیمت و شاخص اجاره خانه در تهران در کدامیک از ماه‌های شش ماهه ابتدایی سال رخ داده است.

بر این اساس، در اولین ماه امسال ۱٫۲ هزار واحد مسکونی معامله شد و

فرصت امروز: به گفته وزارت راه و شهرسازی، متوسط قیمت مسکن در ۲۵ استان کمتر از ۱۰ میلیون تومان، در ۹ استان کمتر از ۵ میلیون تومان، در ۳ استان بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان و فقط در استان‌های تهران و خوزستان بیشتر از ۲۰ میلیون تومان است. آنچه که می‌توان از آن به عنوان شکاف قیمتی مسکن در ایران یاد کرد. پس از آمارهایی که معاون وزیر راه و شهرسازی در نشست خبری ابتدای هفته از قیمت مسکن در استان‌های مختلف کشور ارائه داد، بسیاری از کارشناسان نسبت به این قیمت‌ها ابراز تعجب کردند و به خصوص گرانی قیمت مسکن در خوزستان و آنچه که هجوم خارجی‌ها برای خرید مسکن در این استان به عنوان مقصد افزایش قیمت ملک قلمداد شد، بحث‌های زیادی را برانگیخت و این سوال را مطرح کرد که واقعا متوسط قیمت مسکن در ایران چقدر است؟ وزارت راه و شهرسازی در حالی قیمت مسکن در تهران و خوزستان را بیش از ۲۰ میلیون تومان اعلام کرده که بانک مرکزی نیز در جدیدترین گزارش خود از تحولات مسکن پایتخت از رشد ۶۲ درصدی قیمت مسکن تهران در شش ماهه نخست سال خبر داده است. به گفته بانک مرکزی، قیمت و معاملات مسکن تهران از ابتدای سال تا پایان شهریورماه روندی صعودی داشته، به طوری که در این بازه زمانی قیمت مسکن ۶۲٫۹ درصد و معاملات آن ۱۴٫۱۱ درصد رشد کرده است.

## قیمت مسکن در تهران ۹ برابر یاسوج است

براساس آنچه محمود محمودزاده، معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی اعلام کرده، هم‌اکنون متوسط قیمت مسکن در ۲۵ استان کشور کمتر از ۱۰ میلیون تومان است و این عدد تنها در دو استان تهران و خوزستان بیش از ۲۰ میلیون تومان است. او در نشست خبری روز شنبه در حضور خبرنگاران، مهمترین خروجی مطالعات جدید انجام شده در بازار مسکن را اعلام متوسط قیمت مسکن در استان‌های مختلف کشور اعلام کرد و گفت: «پیش از این قیمت مسکن شهر تهران به‌عنوان محور ارزیابی در بازار مسکن بود، اما مطالعات جدید نشان می‌دهد متوسط قیمت هر متر آپارتمان در اکثر استان‌ها زیر ۱۰ میلیون تومان است.»

استان کمتر از ۱۰ میلیون تومان، در ۹ استان کمتر از ۵ میلیون تومان، در ۳ استان بین ۱۰ تا ۱۵ میلیون تومان و فقط در استان‌های تهران و خوزستان بیشتر از ۲۰ میلیون تومان است. در شهر تهران نیز ۲ منطقه ۱ و ۳ و بیشترین اثرگذاری را در متوسط قیمت دارد. قیمت مسکن در منطقه یک شهر تهران ۵ برابر منطقه ۱۸، به‌عنوان ارزان‌ترین، منطقه است. متوسط قیمت هر متر مسکن در منطقه ۱ و ۳ بالای ۵۰ میلیون تومان و در منطقه ۱۸ و ۲۰، ۱۱ تا ۱۲ میلیون تومان است. در واقع، اگر اثرگذاری قیمت منطقه ۱ و ۳ را از آمار متوسط قیمت مسکن در پایتخت حذف

حسن روحانی در نشست خبری:

## دولت اجازه نخواهد داد پایان تحریم را به تأخیر بیندازند

می‌دانستند... وی با بیان اینکه «ما از ۶۰۰ میلیون بشکه گاز این مقدار را به ۱۰۰۰ میلیون رساندیم»، گفت: «در میدان مشترک نفتی با عراق از ۷۰ بشکه در روز به هزار بشکه رسیدیم و در میدان مشترک گازی هم در تولید از قطر جلو زدیم.»

رئیس جمهور با اشاره به انتقادات برخی از دولت نیز گفت: «وقت این کار را نداریم که به حاشیه‌ها بپردازیم اما جواب ندادن ما به آنها به معنای پاسخ نداشتن ما به این موارد نیست. ما تا روز آخر دولت به دنبال خدمت‌رسانی به مردم هستیم و فرصتی برای پاسخگویی به این موارد نداریم.»

او ادامه داد: «جنگ اقتصادی ترامپ علیه ایران به نتیجه نرسید و شکست خورد. این توافق برجام ایراداتی هم داشت، به هر حال بی‌نقص فقط خداست. برخی می‌خواستند برجام را نابود کنند تا نباشد و همانطور که گفتم این برجام که دست و پایش را شکسته بودند با دست و پای شکسته جلوی ترامپ ایستاد و سه بار او را در مجامع بین‌المللی شکست داد.»

روحانی تأکید کرد: «پایان تحریم به معنای این است که مردم به یکی از حقوق خود دست یابند و پایان ترامپ به معنای پایان جنگ اقتصادی و تروریسم اقتصادی است. دولت نخواهد گذاشت که کسانی پایان تحریم را به تأخیر بیندازند ما این اجازه را به آنان نخواهیم داد. تحریم باید پایان پذیرد و این حق مردم ماست. آمریکا باید به برجام بازگردد و ما هم گفته‌ایم که هرگاه این اتفاق بیفتد ما هم حاضریم به همه تعهدات خود بازگردیم.»

سال ۹۳ هم به رشد مثبت اقتصادی رسیدیم و هم تورم را به حدود ۱۵ درصد کاهش دادیم و در سال‌های بعد علی‌رغم اینکه بدترین شرایط درآمد نفتی را داشتیم، رشد اقتصادی داشتیم.»

روحانی با بیان اینکه «درآمد نفتی قبیل از دولت یازدهم حدود ۱۰۰ میلیارد در سال بود»، گفت: «در دولت ما در بهترین شرایط برابر با بدترین شرایط دولت قبیل یعنی سال ۹۱ بوده است و به طور متوسط در سال‌های ۹۴، ۹۵ و ۹۶ که درآمد ما خوب بوده، حدود ۵۲ میلیارد دلار درآمد نفتی داشتیم. علی‌رغم اینکه در سال ۹۳ درآمد نفتی از بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار به ۳۰ میلیارد دلار و حتی کمتر رسید، اما در طول هفت سال بهترین شرایط را لحاظ کاهش تورم در سه سال ۹۴، ۹۵ و ۹۶ داشتیم.» به گفته رئیس جمهوری، «متوسط تورم ما در این سه سال حدود ۱۱ درصد بود که در ۵۰ سال گذشته سابقه ندارد تورم کشور در سه سال متوالی کمتر از ۱۱ درصد باشد. در سال ۹۴ و ۹۵ و ۹۶ و اوایل سال ۹۷، نرخ تورم تکرریمی بود تا اینکه وارد شرایط جنگ اقتصادی شدیم.» روحانی با اشاره به اینکه «به بسیاری از وعده‌های خود به مردم عمل کردیم»، افزود: «یکی از بالاترین رشد اقتصادی کشور ما در سال ۹۵ بود که بالاترین رشد اقتصادی جهان را داشتیم و در طول این هفت سال در بسیاری از زمینه‌ها به وعده‌های خود به مردم عمل کردیم. وعده ما به مردم اعتدال، تعامل سازنده با جهان، برداشتن تحریم از دوش مردم و رساندن مردم به حقوق حق خودشان، تثبیت حق هسته‌ای به عنوان یک حق قانونی برای مردم ایران بود. البته قبل از آن هم فعالیت‌های هسته‌ای ما قانونی بود اما در چارچوب شورای امنیت سازمان ملل آن را غیرقانونی

فرصت امروز: «در سخت‌ترین شرایط، دولت را تحویل گرفتیم»، «بهترین اقدامات را برای استیفای حقوق مردم انجام دادیم»، «وقت پرداختن به حاشیه‌ها را نداریم»، «برجام بی‌عیب نیست»، «تحریم باید پایان پذیرد»، «دولت اجازه نخواهد داد پایان تحریم را به تأخیر بیندازند» و... اینها محورهای مهم سخنان حسن روحانی در نشست خبری روز گذشته بود. رئیس جمهور در این نشست خبری که عصر دوشنبه با حضور نمایندگان رسانه‌های داخلی و خارجی برگزار شد، تأکید کرد: «دولت نخواهد گذاشت که کسانی پایان تحریم را به تأخیر بیندازد، این اجازه را به آنان نخواهیم داد، تحریم باید پایان پذیرد و این حق مردم ماست.»

روحانی در ابتدای این نشست به تحولات هفت سال و چند ماه اخیر و اقدامات دولت در این مدت اشاره کرد و گفت: «خداوند را شکرگزارم که بار مسئولیت اداره کشور را در سخت‌ترین شرایط یک قرن گذشته بر دوش ما گذاشت و امروز با وجود جنگ اقتصادی و همچنین ویروس کرونا سخت‌ترین روزها و ماه‌هایی است که بر مردم کشور می‌گذرد و دولت در سخت‌ترین شرایط بار مسئولیت را برای اداره کشور بر دوش دارد.» او با تقسیم هفت سال اخیر به دو مقطع قبل و بعد از جنگ تحمیلی اقتصادی ادامه داد: «در دوران قبل از جنگ تحمیلی اقتصادی، دولت را در سخت‌ترین شرایط بعد از جنگ یعنی رکود تورمی تحویل گرفتیم. در شرایطی که رشد اقتصادی ما ۷٫۷- و تورم ما بالای ۳۰ درصد بود. بعد از جنگ سابقه ندارد که آغاز دولتی با رکود تورمی شروع شده باشد. در اولین سال دولت یعنی بعد از شش ماهی که از سال ۹۲ گذرانیدیم، در



## یادداشت



## جزیره‌ای عمل نکنیم

عباس آرگون

عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران

لعیا جنیدی، معاون حقوقی رئیس‌جمهور از موافقت مقام معظم رهبری با درخواست دولت برای تمدید مهلت بررسی لوایح «اف ای تی اف» در مجمع تشخیص مصلحت نظام خبر داده است. این امید وجود دارد که در بررسی‌های آینده، لوایح «اف ای تی اف» یا در نظر گرفتن منافع اقتصادی کشور مورد توجه قرار بگیرد، چراکه پذیرش قواعد بین‌المللی در جهان، از مهم‌ترین اقدامات برای افزایش سطح تعامل است. هیچ کس از پذیرش بی‌چون و چرای قواعد بین‌المللی در داخل کشور حمایت نمی‌کند، اما حرکت در مسیری که همه کشورهای جهان برای بهبود شفافیت در روابط مالی آن را پیموده‌اند، به تحرک بیشتر اقتصاد کشور کمک می‌کند. اگر در داخل کشور، از تعامل با جهان حرف می‌زنیم، باید قواعد آن بپذیریم و از جزیره‌ای عمل کردن فاصله بگیریم. اکنون همه کشورها قواعد کارگروه اقدام مالی مشترک را پذیرفته‌اند و برای همکاری با جهان به مثبت‌نگری در این باره نیاز داریم.

در شرایط کنونی که تحریم‌ها جلوی اقتصاد کشور را فشار می‌دهد، ممکن است بعضی استدلال کنند که پذیرش یا عدم پذیرش «اف ای تی اف» دردی از اقتصاد ایران دوا نمی‌کند. چنین استدلالی با توجه به قطع بعضی از روابط مالی کشورهای دوست با ایران با اشاره به محدودیت‌های «اف ای تی اف» مردود است. نکته دیگر اینکه تحریم‌ها قرار نیست تا همیشه ادامه پیدا کند. با توجه به تحولات اخیر در فضای بین‌المللی به ویژه در ایالات متحده آمریکا، می‌توان دست‌کم به کاهش فشار تحریم‌ها امیدوار بود. برای استفاده حداکثری از ظرفیت‌های کشور و استفاده از فرصت‌ها به نفع اقتصاد، باید زیرساخت‌ها را آماده کرد. بررسی لوایح «اف ای تی اف» و تصویب آن، مقدمه‌ای برای آماده‌سازی زیرساخت‌ها براساس استانداردهای جهانی و استفاده از فرصت‌هاست. فراموش نکنیم که رشد و توسعه اقتصادی کشور در گرو پیوند زدن منافع اقتصادی سایر کشورها با ایران است. ایران باید شرایط لازم برای فعالیت اقتصادی در شرایط غیرتحریمی را تا زمان لغو تحریم‌ها احصا کند. موضع پارلمان بخش خصوصی درباره لوایح «اف ای تی اف» پیشتر اعلام شده است. فعالان بخش خصوصی آماده‌سازی زیرساخت‌ها برای افزایش سطح تعامل با جهان را در اولویت می‌دانند. ما در اتاق بازرگانی از جزیره‌ای عمل کردن حمایت نمی‌کنیم.

کاهش ۲۰۰ تومانی دلار در صرافی‌های بانکی

## عقب‌گرد سکه به کانال ۱۱ میلیون تومانی

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بیست و چهارمین روز آذرماه با ۵۰ هزار تومان کاهش نسبت به روز قبل به بهای ۱۱ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان معامله شد. همچنین سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز به قیمت ۱۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان خریدوفروش شد. قیمت نیم‌سکه بهار آزادی نیز ۶ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۲۵۹ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان اعلام شد. در بازار طلا نیز هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۱۱۹ هزار تومان و هر مثقال طلا به بهای ۴ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان فروخته شد. انس جهانی طلا نیز بدون تغییر همان قیمت یک‌هزار و ۸۲۸ دلار و ۳۶ سنت اعلام شد.

همچنین هر دلار در صرافی‌های بانکی طی روز دوشنبه ۲۵ هزار و ۷۰۰ تومان معامله شد که این رقم نسبت به روز یکشنبه کاهش ۲۰۰ تومانی را نشان می‌دهد. نرخ فروش دلار در صرافی‌های بانکی ۲۵ هزار و ۷۰۰ تومان اعلام شد و قیمت فروش یورو نیز با کاهش ۲۰۰ تومانی نسبت به قیمت‌های یابانی روز قبل به ۳۱ هزار و ۲۰۰ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۴ هزار و ۷۰۰ تومان و قیمت خرید هر یورو نیز ۳۰ هزار و ۲۰۰ تومان اعلام شد.

دبیرکل خانه اقتصاد مطرح کرد

## عوامل موثر بر کاهش انتظارات تورمی

دبیرکل خانه اقتصاد می‌گوید ثبات در تصمیم‌ها و سیاست‌ها، کاهش نرخ بهره بانکی متناسب با نرخ تورم، ثبات نرخ ارز، افزایش تولید و برابری عرضه و تقاضا از جمله عواملی است که بر انتظارات تورمی تأثیرگذار است. مسعود دانشمند با بیان اینکه تورم معلول است و علت نیست، به اپینا گفت: معنای تورم این است که به‌ازای یک کالا، مقداری پول پرداخت می‌شود که در برهه زمانی بعدتری آن کالا یا خدمات با افزایش همراه می‌شود. انتظارات تورمی به عنوان یکی از عوامل موثر بر شکل‌گیری تورم، نقش تعیین‌کننده‌ای در سیاست‌گذاری اقتصادی دارد. تورم معلول عواملی از جمله تولید کم کالا، عدم اشتغال و نبود ثبات در سیاست‌های اقتصادی است. وی با بیان اینکه نرخ ارز یکی از عوامل موثر بر نرخ تورم و انتظارات تورمی در کشور است، افزود: البته کاهش نرخ ارز به صورت موقت عمل می‌کند و اقدام ریشه‌ای برای کاهش نرخ تورم نیست. باید از فرصت کاهش نرخ ارز برای بهبود تولید و افزایش اشتغال استفاده کرد.

دانشمند با تأکید بر اینکه مکانیزم بازار باید تعیین‌کننده نرخ ارز باشد، گفت: اعلام نرخ ارز در صرافی ملی بر روی نرخ ارز آزاد تأثیرگذار است و مهمترین سیگنالی است که به بازار ارز داده می‌شود.

دبیرکل خانه اقتصاد با بیان اینکه یکی از عوامل موثر بر کاهش انتظارات تورمی وضعیت تولید است، عنوان کرد: تولید باید رونق بگیرد تا عرضه و تقاضای بازارهای کالایی در شرایط رقابتی قرار بگیرد و علاوه بر اشتغال، قدرت خرید مردم نیز افزایش یابد.

او با اشاره به اینکه اتکا به درآمدهای نفتی در بودجه‌های سالانه یکی از مهمترین دلایل عدم رونق تولید در کشور است، تصریح کرد: کشور باید مانند بسیاری از کشورهای، متکی به تولید داخل و اخذ مالیات از تولید و مصرف باشد. برای رسیدن به این نقطه باید اتکالی بودجه‌ای به نفت کاهش یابد و اگر درآمدهای از فروش نفت وجود دارد، صرف ایجاد زیرساخت‌ها شود. دانشمند با اشاره به اینکه بودجه متوازن یکی از دلایل مهم کنترل تورم و انتظارات تورمی است، تصریح کرد: حدود ۱۷ هزار میلیارد تومان از ارقام بودجه مربوط به بنگاه‌های دولتی است. جالب آن است که درآمد و هزینه این بنگاه‌ها به یک میزان است و باید گفت بنگاهی که درآمدی برای دولت ندارد، چرا باید نگهداری شود و بودجه دریافت کند، آیا بهتر نیست فروخته شود؟



بخش تعاونی شامل شرکت‌ها و مؤسسه‌های تعاونی تولید و توزیع است که در شهر و روستا بر طبق ضوابط اسلامی تشکیل می‌شود. بخش خصوصی نیز شامل آن قسمت از کشاورزی، دامداری، صنعت، تجارت و خدمات می‌شود که مکمل فعالیت‌های اقتصادی دولتی و تعاونی است.

بر این اساس، قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، فعالیت‌های اقتصادی را در سه گروه طبقه‌بندی کرده است. گروه یک، همه فعالیت‌های اقتصادی به جز موارد گروه دو و سه را دربر می‌گیرد. گروه دو شامل فعالیت‌های اقتصادی به جز گروه سوم است که در اصل چهل و چهارم قانون اساسی به آنها اشاره شده است.

گروه سه شامل ۱۱ فعالیت اقتصادی است که ۱۰۰ درصد دولتی هستند. «شبکه‌های مادر مخابراتی و امور واگذاری بسامد (فرکانس)»، «شبکه‌های اصلی تجزیه و مبادلات و مدیریت توزیع خدمات پایه پستی»، «تولیدات محرمانه یا ضروری نظامی، انتظامی و امنیتی به تشخیص فرماندهی کل نیروهای مسلح»، «شرکت ملی نفت ایران و شرکت‌های استخراج و تولید نفت خام و گاز»، «معادن نفت و گاز»، «بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بانک ملی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک توسعه صادرات، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه تعاون»، «بیمه مرکزی و شرکت بیمه ایران»، «شبکه‌های اصلی انتقال برق»، «سازمان هواپیمایی کشوری و سازمان بنادر و کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران»، «سدها و شبکه‌های بزرگ آبرسانی» و «راديو و تلویزیون» ۱۱ فعالیت است که براساس قانون برعهده دولت قرار گرفته است.

۱۷۵ شرکت دولتی که در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ از آنها نام برده شده در گروه سوم قرار دارند و براساس قانون، امکان واگذاری آنها وجود ندارد. ۱۰۶ شرکت در گروه دوم قرار دارند و دولت می‌تواند حداکثر تا ۲۰ درصد از سهام هر یک از آنها را در اختیار داشته باشد و ۲۵ شرکت نیز با قرار گرفتن در گروه یک باید به‌صورت کامل به بخش خصوصی واگذار شوند. در بین ۷۲ شرکت باقی‌مانده، ۱۲ شرکت مادر تخصصی وجود دارد که باید پس از تعیین تکلیف شرکت‌های تابعه آنها، درخصوص واگذاری‌شان تصمیم‌گیری شود. ۶۴ شرکت دولتی نیز در سال‌های گذشته به دلایل مختلف از گروه‌های یک و دو خارج شده‌اند و تاکنون تعیین تکلیف نشده‌اند.

افزایش پیش‌بینی منابع حاصل از واگذاری سهام، سهم‌الشرکه، اموال، دارایی‌ها و حقوق مالی و نیروگاه‌های متعلق به دولت و مؤسسه‌ها و شرکت‌های دولتی وابسته و تابعه، با افزایش از ۶۷۰۰ میلیارد تومان به ۹۰ هزار میلیارد تومان بیشترین تأثیر را در افزایش سهم منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی در درآمدهای دولت داشته است.

براساس لایحه بودجه سال ۱۴۰۰، تعداد ۲۸۲ شرکت به‌عنوان شرکت‌های دولتی، بانک‌های دولتی و مؤسسه‌های انتفاعی وابسته به دولت شناسایی شده‌اند. دو ردیف فرعی بودجه نیز برای شرکت ملی نفت ایران و شرکت ملی گاز ایران در نظر گرفته شده است. این شرکت‌ها شامل ۳۷۱ شرکت دولتی، ۹ بانک و ۲ مؤسسه انتفاعی وابسته به دولت هستند. در مجموعه ۳۲۳ شرکت سوده یا در نقطه سر به سر هستند و ۵۹ شرکت نیز به‌عنوان شرکت‌های زیانده شناسایی شده‌اند.

بخش عمده شرکت‌های زیانده را شرکت‌های سهامی آب منطقه‌ای تشکیل می‌دهند؛ با این حال، سازمان‌های اقتصادی دیگری مانند سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و همچنین سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها نیز در این فهرست قرار دارند. علاوه بر این، شرکت سهامی راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران، شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران و شرکت سهامی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان نیز از جمله شرکت‌های دولتی زیانده هستند. سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و همچنین بانک سپه از دیگر مؤسسه‌های زیانده هستند که در بیوست سوم بودجه سال ۱۴۰۰ از آنها نام برده شده است. اینکه کدام یک از شرکت‌ها قابل واگذاری هستند از سوی قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ مشخص می‌شود.

کدام شرکت‌ها سال آینده قابل واگذاری هستند؟

براساس اصل ۴۴ قانون اساسی، نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران سه بخش دارد: دولتی، تعاونی و خصوصی. زمینه فعالیت هر سه بخش را نیز همین قانون مشخص کرده است. بخش دولتی شامل همه صنایع بزرگ، صنایع مادر، بازرگانی خارجی، معادن بزرگ، بانکداری، بیمه، تأمین نیرو، سدها و شبکه‌های بزرگ آبرسانی، رادیو و تلویزیون، پست و تلگراف و تلفن، هواپیمایی، کشتیرانی، راه، راه‌آهن و مانند اینهاست که به صورت مالکیت عمومی و در اختیار دولت است.

آیا بسترهای اجرای قانون جدید چک فراهم است؟

## اجرای گام به گام قانون چک

صدور چک طبق قانون جدید با پیچیدگی‌هایی رو به رو است و لازم است تا بانک مرکزی و بانک‌های دیگر برنامه‌های آموزشی برای مردم تولید کرده و از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به مردم آموزش دهند.

اجرای کامل قانون جدید چک، بر پایه فعالیت ۶ سامانه الکترونیک در حوزه بانکی و قضایی استوار شده است که از این تعداد، ۴ سامانه قبیل از تصویب قانون جدید چک نیز فعال بوده‌اند و اینک برای اجرای قانون جدید وارد مدار شده‌اند؛ این ۴ سامانه شامل سامانه «شبکه ملی عدالت» است که در سال ۱۳۹۱ در قوه قضائیه راه‌اندازی شد و همچنین سامانه‌های «چکاوک»، «نهاب» و «صیاد» که در سال‌های ۱۳۹۵، ۱۳۹۳ و ۱۳۹۶ در بانک مرکزی ایجاد شده‌اند. در این بین اما ۲ سامانه به نام‌های «سامانه ملی اعتبارسنجی» و «سامانه سجل محکومیت‌های مالی» نیز باید با همکاری بانک مرکزی و قوه قضائیه ایجاد شود تا زمینه تحقق اهداف مدنظر قانون جدید چک مهیا باشد.

در این راستا، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی براساس مباحث مطرح شده در جلسات کارشناسی و با تمرکز بر ابعاد عملیاتی مواد قانون اصلاح قانون چک، چالش‌هایی را در ۱۴ حوزه کلی مطرح کرده است (مانند چک الکترونیک، اطلاع‌رسانی برگشت چک، نبود رویکرد واحد در اعمال محدودیت چک برگشتی و...) که در قانون جدید تلاش شده است برطرف شوند.

منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی سهمی حدود ۳۰ درصد از درآمدهای دولت در سال ۱۴۰۰ خواهند داشت. این سهم در مقایسه با سال گذشته حدود هفت برابر شده است. بر این اساس ۲۵ شرکت دولتی باید در سال آینده به صورت کامل به بخش خصوصی واگذار شوند و سهام دولت در ۱۰۶ شرکت حداقل تا ۸۰ درصد کاهش یابد.

به گزارش ایرناپلاس، حسن روحانی چهارشنبه گذشته (۱۹ آذرماه) در جلسه هیأت دولت درباره لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ گفت: کوچک کردن دولت و فروش سهام دولت در بورس و در بازار، یکی از کارهای مهم برای چابکی دولت است. این یعنی مردمی کردن اقتصاد که پیام مهم بودجه سال آینده است. بودجه‌ریزی عملیاتی، پیام دیگر بودجه سال ۱۴۰۰ است و افتخار دولت یازدهم و دوازدهم این است که بودجه را از اتاق درسته و سر بسته درآورد و پشت اتاق شیشه‌ای آورد که همه مردم ببینند.

انشاره رئیس‌جمهوری می‌تواند به واگذاری شرکت‌های دولتی در سال آینده باشد که با توجه به لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ نسبت به امسال سرعت بیشتری گرفته است. یکی از منابع درآمدی دولت‌ها در بودجه، واگذاری دارایی‌های مالی است. منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی یکی از اجزایی است که در بخش واگذاری دارایی‌های مالی مورد توجه قرار می‌گیرد.

حساب دولت روی درآمد واگذاری شرکت‌ها

براساس قانون بودجه سال ۱۳۹۹، منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده بود. این در حالی است که در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ پیش‌بینی ۹۵ هزار میلیارد تومانی از منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی انجام شده است.

در لایحه بودجه ۱۴۰۰، درآمدهای دولت حدود ۳۱۸ هزار میلیارد تومان برآورد شده است بنابراین منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی سهمی حدود ۲۰ درصدی از درآمدهای دولت در سال ۱۴۰۰ خواهند داشت که این سهم در مقایسه با سال گذشته حدود هفت برابر شده است.

در قانون بودجه سال ۱۳۹۹، درآمدهای دولت حدود ۲۸۹ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده بود. بر این اساس، منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی سهمی حدود ۴ درصدی از درآمدهای دولت داشت.

فرصت امروز: اجرای قانون جدید چک از ابتدای این هفته و پس از چند سال انتظار برای بازنگری در این قانون پرکاربرد که ضعف‌های آن چالش‌های بسیاری را در فضای کسب و کار رقم زده بود، آغاز شد؛ قانونی که با اجرای آن تحولات بسیاری در صدور چک و اعتبارسنجی آن رخ خواهد داد و کارشناسان بانکی امیدوار هستند که بخش مهمی از معضل چک‌های برگشتی در شبکه بانکی کشور را حل کند. چک برگشتی در سال‌های گذشته به معضلی جدی در اقتصاد ایران تبدیل شده و امنیت اقتصادی و فضای کسب و کار‌ها را با مخاطره جدی رو به رو کرده است. در این بین دولت و مجلس با توجه به این اتفاق، قانون جدید چک را تدوین و تصویب کرده‌اند؛ قانونی که از روز شنبه ۲۲ آذرماه اجرای آن شروع شده است. البته مسئولان بانک مرکزی می‌گویند که با توجه به اهمیت این قانون به صورت تدریجی و در چند مرحله اجرا خواهد شد. طبق اعلام مسئولان بانک مرکزی در مرحله اول اجرای این قانون فقط صدور چک در وجه حامل ممنوع شده و مقرر شده است که از ۲۰ دی‌ماه سقف عمر چک‌ها ۳ ساله باشد.

اجرای قانون جدید چک البته زیرساخت‌های مهمی هم لازم دارد که بخشی از آنها همچنان فراهم نیست و یکی از دلایل اجرای تدریجی این قانون فراهم شدن همین شرایط و زیرساخت‌ها بوده است. از سوی دیگر قانون جدید چک نیازمند آموزش‌های عمومی در سطح جامعه است زیرا



دست به دست شدن ۱۴ میلیارد و ۷۹۵ میلیون برگه بهادار

## بانکی‌ها در صدر معاملات ایستادند



فرصت امروز: بازار سرمایه در بیست و چهارمین روز آذرماه روندی نزولی داشت و شاخص کل بورس با بیش از ۳۱ هزار واحد کاهش به کانال یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد عقبگرد کرد. تالار شیشه‌ای در حالی در سومین روز هفته شاهد افت شاخص‌ها بود که شاخص کل با ۲۱ هزار و ۶۵۲ واحد افت تا رقم یک میلیون و ۴۸۴ هزار واحد عقب رفت. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۴ هزار و ۳۶۹ واحد کاهش به ۴۵۱ هزار و ۸۸۳ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۲ هزار و ۸۶۰ واحد افت به ۲۹۵ هزار و ۸۵۱ واحد رسید. شاخص بازار اول ۲۵ هزار و ۴۲۷ واحد و شاخص بازار دوم ۵۵ هزار و ۸۳۶ واحد کاهش داشت.

معامله‌گران در این روز ۱۴ میلیارد و ۷۹۵ میلیون برگه بهادار و سهام را در قالب یک میلیون و ۸۰۵ هزار نوبت معامله و به ارزش ۱۴۶ هزار و ۶۴۴ میلیارد ریال داد و ستد کردند. گروه بانکها با حدود ۲۵ هزار میلیارد ریال بیشترین ارزش معاملات دوشنبه را به خود اختصاص داد و پس از بانکی‌ها نیز گروه خودرو و فلزات اساسی به ترتیب دوم و سوم شدند. نمادهای بانک تجارت (تجارت)، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شتنا)، ایران خودرو (خودرو)، بانک پارسیان (پارسا)، پالایش نفت اصفهان (شتپنا)، گروه دارویی برکت (برکت) و ملی صنایع مس ایران (فملی) از جمله نمادهای پرپیننده بورس در روز دوشنبه بودند. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس بیش از ۲۷۴ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۹ هزار و ۴۹۳ واحد ثابت ماند. در این بازار ۳ میلیارد و ۴۲۹ هزار برگه سهم به ارزش ۶۵ هزار و ۳۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

تبعات جریان کسری بودجه از بازار سرمایه این روزها لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ در مجلس در دست بررسی است و طبق پیش‌بینی صورت گرفته در لایحه بودجه، قرار است حدود ۹۵ هزار میلیارد تومان از سهام شرکت‌ها در بورس واگذار شود. این رقم در سال جاری ۱۱۶ هزار میلیارد تومان بود و حالا قرار است برای سال آینده حدود ۸۴ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا کند. هرچند که برخی از کارشناسان بازار سرمایه، این رقم را رویایی دانسته و معتقدند که بهتر است به بازار سرمایه جهت داده نشود.

در لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ در بخش واگذاری دارایی‌های مالی ردیفی برای منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی در نظر گرفته شده است. البته این ردیف در بودجه تازگی ندارد اما آنچه باعث تمایز آن در این لایحه نسبت به سال‌های قبل شده، رقم چشمگیر آن است. در واقع، طبق پیش‌بینی صورت گرفته در لایحه، قرار است حدود ۹۵ هزار میلیارد تومان از سهام شرکت‌ها در بورس واگذار شود. این رقم در حالی امسال ۱۱۶ هزار میلیارد تومان بوده که قرار است برای سال آینده حدود ۸۴ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا کند.

البته در کنار ۹۵ هزار میلیارد تومان واگذاری سهام شرکت‌ها، منابع حاصل از فروش و واگذاری انواع اوراق مالی اسلامی نیز دیده شده که میزان آن ۱۲۵ هزار میلیارد تومان است. در حالی که طی هشت ماه سال ۹۹، درآمد دولت از فروش اوراق ۱۱۷ هزار میلیارد تومان بود. نکته قابل توجه این است که دولت در سال جاری نیز با کسری بودجه مواجه شد و برای جبران این کسری به سمت بازار سرمایه روی آورد. در این راستا مسئولان از رئیس جمهور گرفته تا وزیر اقتصاد و رئیس سازمان بورس با تبلیغات گاه و بیگاه برای این بازار، سعی کردند نقدینگی موجود

در جامعه را به سمت بازار سرمایه هدایت کنند و این اطمینان را به مردم دادند که بورس بهترین گزینه برای سرمایه‌گذاری است. این اتفاق باعث شد پرونده بازارهای موازی برای مردم بسته شود و تعداد قابل توجهی از مردم دارایی‌های خود را فروختند تا سهمی در بورس داشته باشند. با این حال، در نهایت فشار عرضه بر تقاضا سنگینی کرد و شاهد آغاز ریزش بورس از اواسط مردادماه بودیم؛ ریزشی که عمر آن حدود سه ماه طول کشید و باعث شد شاخص کل بورس از ۲ میلیون واحد به یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد کاهش یابد. در واقع، کسری بودجه تا حدی جبران شد، نقدینگی موجود در بازار از بین رفت و سهامدارانی که به دولت اعتماد کرده بودند، بازنده اصلی این فرآیند شدند.

سهم بازار سرمایه از لایحه بودجه چقدر است؟ حال لایحه بودجه نشان می‌دهد هنوز کار دولت با بازار سرمایه تمام نشده و برای تامین مالی خود حساب ویژه‌ای روی این بازار باز کرده است؛ موضوعی که یک تحلیلگر بازار سرمایه بر این باور است که هم می‌توان این اتفاق را مثبت ارزیابی کرد و هم منفی. اگر هدف تعمیق بازار باشد اتفاق مثبتی است اما اگر نگاه دولت فقط تامین کسری بودجه باشد، سهامداران خرد باز هم متضرر خواهند شد.

در این راستا، روزه شرعی، کارشناس بازار سرمایه با اشاره به لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ به ایستادگی گفت: «لایحه انبساطی و فزاینده‌تری در نظر گرفته شده است. براساس این لایحه باید از ابتدای سال آینده روزه ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار بشکته نفت بفروشیم تا بتوانیم بودجه را تراز کنیم. در غیر این صورت، پایه پولی کشور ۵۳ درصد افزایش پیدا می‌کند که باعث می‌شود حجم نقدینگی کشور ۲۵ درصد بالا برود.»

او در مورد سهم بازار سرمایه در لایحه بودجه نیز گفت: «رقمی که برای بازار سرمایه دیده شده رویایی است. امسال نیز این اتفاق افتاد و مسئولان به صورت هفتگی برای بازار سرمایه تبلیغ می‌کردند. پس از آنکه فروش ۳۵ هزار میلیاردی دولت محقق شد بازار سرمایه نیز به حال خود رها شد.» به اعتقاد این کارشناس بازار سرمایه، «بازار نباید دستکاری شود و همه چیز باید از طریق عرضه و تقاضا تعیین شود در حالی که در سال جاری به بورس جهت‌دهی صورت گرفت و در نتیجه آن، مردم اعتماد کردند و در نهایت ضربه خوردند.»

شریعی همچنین با اشاره به نتایج انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در میانه آبان ماه گفت: «زمانی که نتیجه انتخابات ریاست جمهوری آمریکا مشخص شد هیچ کس انتظار نداشت که شاخص کل وارد کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد شود در حالی که این اتفاق بدون دخالت دولت رخ داد و بازار خود را به تعادل رساند، زیرا در بازارهای موازی حباب شکل گرفت و پول‌های سرگردان به سمت بازار سرمایه بازگشت.»

وی با تأکید بر اینکه فرهنگ سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه امسال بالا رفته است، افزود: «پیش از این سهامداران میلیاردی پول وارد بازار سرمایه می‌کردند اما نمی‌دانستند چه سهمی باید بخرند. در حال حاضر فکر نمی‌کنم دیگر این اتفاق رخ دهد. بهتر است سال آینده نیز مانند این روزها اجازه دهند بازار سرمایه راه خود را پیدا کند.»

نوسان فعلی شاخص بورس تهران طبیعی است منفی شدن شاخص بورس در این هفته باعث شد تا کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحدی از دست برود و حالا این سوال در ذهن سهامداران

## نماگر بازار سهام

یک فعال بازار سرمایه ارزیابی کرد  
مصائب سودهای تصادفی

یک فعال بازار سرمایه، دستیابی سرمایه‌گذاران جدید به سودهای تصادفی را عاملی برای گرفتار شدن بیشتر آنان در گرداب سرمایه‌گذاری بدون دانش ارزیابی کرد.

هومن عمیدی با تأکید بر اینکه ورود به هر حرفه و شغلی نیازمند گذراندن دوره آموزشی و حرفه‌ای است، در خصوص ورود بدون آمادگی به بازار سرمایه به سنا، گفت: با وجود همه توصیه‌ها در این خصوص متأسفانه این مهم در ورود به بازار سرمایه چندان جدی گرفته نمی‌شود و در جامعه ما نسبت به این نوع سرمایه‌گذاری ساده‌انگاری می‌شود.

او با اشاره به بروز اعتماد به نفس کاذب برخی افراد در خصوص تشخیص راه و روش صحیح سرمایه‌گذاری بوسی افزود: در این بازار ممکن است افراد در برخی موارد خود را برتر دانسته و با تکیه بر آن دست به انتخاب و خرید سهم بزنند؛ حتی دیده می‌شود که برخی افراد به طور آمانور در بازار سود هم می‌کنند و متأسفانه همین سود عامل گرفتاری آنان در این بازار می‌شود.

مدیرعامل سرمایه‌گذاری آینده‌اندیشان ایرانیان، سودهای به دست آورده شده این افراد را بی‌کیفیت دانست و خاطر نشان کرد: همین سود کم، سبب شکل‌گیری نوعی اعتماد به نفس کاذب در فرد شده و او را بیشتر به سمت سرمایه‌گذاری بدون علم سوق می‌دهد، اما بی‌شک این نوع کسب سود به دلیل عدم اتکا به تحلیل درست، تصادفی بوده و ادامه‌دار نخواهد بود.

این فعال بازار سرمایه بهترین راه پیش روی افراد ناآشنا با بورس را مراجعه به شرکت‌های سبدگردانی دارای مجوز عنوان کرد و گفت: برای جلوگیری از هدررفت سرمایه‌ها به ویژه سرمایه‌های خرد که اغلب متعلق به افراد دارای تمکن مالی کمتر است، توصیه می‌کنم به مشاوران باتجربه و شرکت‌های سبدگردانی مراجعه کرده یا اینکه به خرید واحدهای صندوق‌های سرمایه‌گذاری مراجعه کنند.

وی با تأکید بر سودآوری کم‌ریسک‌تر به دلیل مدیریت تخصصی این نوع صندوق‌ها اظهار کرد: همواره مدیریت در این صندوق‌ها در دست افرادی است که دارای دانش و تجربه کافی هستند و کار را به شکل تخصصی دنبال می‌کنند. یعنی تحلیل‌گران با تجربه‌ای که در اختیار دارند، پیوسته در حال رصد کل بازار هستند و می‌توانند با جمع‌بندی سرمایه‌های خرد پورتهوای خوب و پرسودی را تشکیل دهند.

عمیدی در توصیه به افرادی که با وجود تمام ریسک‌ها تمایل به خرید و فروش مستقیم در بازار سرمایه دارند، تصریح کرد: این افراد باید اقدام به کسب دانش سرمایه‌گذاری کنند و با گذراندن دوره‌های فاندانمنتال و آشنایی با چارت‌ها خود را به دانش اولیه سرمایه‌گذاری در بورس تجهیز کنند.

ایجاد شده است که آیا این عقب‌نشینی ادامه دارد؟ در پاسخ به این سوال، قاسم صادقی، تحلیلگر بازار سرمایه در خصوص وضعیت کنونی بورس به خبرنگاران، گفت: «سفی شدن بورس یک واکنش طبیعی است و فکر می‌کنم در چند روز آینده نوسان بورس بین محدوده یک میلیون و ۴۸۰ هزار واحد تا یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد نوسان داشته باشد، اتفاقاً چنین رویکردی برای شاخص بهتر است.»

به گفته او، «منفی‌هایی که در بازار می‌بینیم منفی‌های هیجانی نیست چرا که صف‌های فروش سنگینی تشکیل نمی‌شود و عموماً صف فروش‌ها سبک و یا منفی‌های قابل معامله و متعادل هستند. این نشان می‌دهد که واکنش، طبیعی است و بین سهامدارانی که می‌خواهند سود کنند سهام در حال جا به جا شدن است اما در مورد چند سهم بزرگ دولتی مثل خودرو و شستا تحلیل کمی متفاوت است. این سهم‌ها از نظر من در حال کنترل شدن هستند و به آنها اجازه تشکیل صف خرید و صف فروش سنگین داده نمی‌شود؛ چرا که اگر این اتفاق بیفتد احتمال هیجانی شدن بازار وجود دارد.»

وی با اشاره به نزدیکی آغاز رسمی دوره ریاست جمهوری بایدن در آمریکا گفت: «چون ریاست جمهوری ایشان تثبیت شده است عملاً فکر نمی‌کنم حضورش آنچنان تأثیری بر بازار به صورت ضربتی بگذارد، اما آغاز دوره کاری او حاوی سیگنال‌ها و خبرهای خوبی برای خودرویی‌ها و بانکی‌ها و شرکت‌های دارویی است.»

## آگهی مزایده عمومی



سازمان اتوبوسرانی اهواز در نظر دارد اجازه بهره برداری از جایگاه های CNG در سطح شهر اهواز (طبق شرح ذیل) را از طریق مزایده عمومی به شرکتهای واجد شرایط واگذار نماید.

| ردیف | موضوع   | نرخ پایه اجاره ماهیانه (ریال) | مدت     | سپرده شرکت در مزایده (ریال) |
|------|---|-------------------------------|---------|-----------------------------|
| ۱    | اجازه بهره برداری از جایگاه CNG معاینه فنی      | ۲۲۶/۸۲۶/۶۰۰                   | روز ۳۶۵ | ۱۳۶/۰۹۵/۹۶۰                 |
| ۲    | اجازه بهره برداری از جایگاه CNG کارگر شرقی      | ۲۱۶/۸۱۵/۰۰۰                   | روز ۳۶۵ | ۱۳۰/۰۸۹/۰۰۰                 |
| ۳    | اجازه بهره برداری از جایگاه CNG آیت اله بهبهانی | ۲۱۱/۴۵۹/۰۰۰                   | روز ۳۶۵ | ۱۲۶/۸۷۵/۴۰۰                 |
| ۴    | اجازه بهره برداری از جایگاه CNG پایانه شرقی     | ۱۸۵/۶۹۸/۷۰۰                   | روز ۳۶۵ | ۱۱۱/۴۱۹/۲۲۰                 |
| ۵    | اجازه بهره برداری از جایگاه CNG قدس             | ۳۶۰/۶۲۸/۷۵۰                   | روز ۳۶۵ | ۲۱۶/۳۷۷/۲۵۰                 |
| ۶    | اجازه بهره برداری از جایگاه CNG شهید رجایی      | ۳۵۰/۵۰۹/۰۰۰                   | روز ۳۶۵ | ۲۱۰/۳۰۵/۴۰۰                 |
| ۷    | اجازه بهره برداری از جایگاه CNG غدیر            | ۲۰۴/۳۹۳/۲۰۰                   | روز ۳۶۵ | ۱۲۲/۶۳۵/۹۲۰                 |
| ۸    | اجازه بهره برداری از جایگاه CNG خلیج فارس       | ۳۹۴/۳۱۶/۱۸۰                   | روز ۳۶۵ | ۲۳۶/۵۸۹/۷۰۸                 |

از شرکتهای واجد شرایط (دارای مجوز بهره برداری شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران) دعوت بعمل می آید جهت دریافت اسناد مزایده از روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۹/۱۹ همه روزه به استثناء روزهای پنج شنبه و تعطیلات رسمی به واحد امور قراردادهای حراست سازمان اتوبوسرانی اهواز و یا با مراجعه به اداره قراردادهای شهرداری اهواز به آدرس: خیابان انقلاب نیش خیابان غزنوی ساختمان شماره ۳ شهرداری اهواز و از طریق سامانه اینترنتی اداره قراردادهای شهرداری اهواز به آدرس [peymankar.Ahvaz.ir](http://peymankar.Ahvaz.ir) با رعایت شرایط سامانه (تلفن تماس: ۳۳۷۸۶۲۲۲ - داخلی ۲۱۲) تهیه نمایند.

- هزینه انتشار آگهی ها و هزینه کارشناسی بین برندگان مزایده تقسیم می گردد.
- اسناد مزایده در مقابل پرداخت مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال (غیر قابل استرداد) به حساب ۰۱۵۴۱۷۳۴۰۰۸ بانک ملی شعبه لشکر بنام سازمان اتوبوسرانی اهواز تسلیم میگردد.
- مهلت فروش اسناد مزایده: از روز چهارشنبه ۹۹/۹/۱۹ تا روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۲ می باشد.
- مهلت قبول پیشنهادات و پاسخ به مزایده حداکثر تا پایان تایم اداری روز دو شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۸ می باشد. (محل تحویل اسناد: دبیرخانه محرمانه حراست سازمان اتوبوسرانی اهواز می باشد)
- جلسه سایت ویزیت با حضور نمایندگان شرکتهای متقاضی ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۹۹/۱۰/۰۲ در سالن کنفرانس سازمان اتوبوسرانی اهواز برگزار میگردد.
- سازمان اتوبوسرانی اهواز در رد یا قبول هر یک از پیشنهادهای مختار می باشد.
- تاریخ برگزاری کمیسیون مزایده در ساعت ۹ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۰/۰۹ می باشد. (حضور پیشنهاد دهندگان یا نمایندگان رسمی آنها در جلسه بلامانع می باشد)
- مبلغ ضمانتنامه شرکت در مزایده می بایست به یکی از دو طریق ذیل ارائه شود: الف) فیش واریز مبلغ فوق به حساب ۱۰۰۴۰۸۸۹۷ نزد بانک شهر شعبه کیانپارس بنام سازمان اتوبوسرانی اهواز. ب) ضمانتنامه بانکی بنام سازمان اتوبوسرانی اهواز و بمدت سه ماه از تاریخ افتتاح پیشنهادها و قابل تمدید
- برندگان اول و دوم و سوم مزایده هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.
- به استناد بند ۴ ماده ۱۴ آیین نامه مالی سازمان میزان تضمین انجام تعهدات ۱۰٪ می باشد.
- برنده مزایده موظف است بابت حسن انجام تعهدات در پرداخت قبوض آب، برق و گاز هر جایگاه ضمانت نامه انرژی به میزان مندرج در دعوتنامه ارائه نماید.
- شرکت در مزایده و دادن پیشنهاد قیمت به منزله قبول شروط و تکالیف سازمان در موضوع ماده ۱۳ آیین نامه مالی و معاملاتی سازمان می باشد.
- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایده مندرج شده است.

## آگهی مناقصه عمومی خرید



شماره ۲۰۳۰۰۰۱۴۰۳۰۰۰ مورخ ۹۹/۹/۱۲  
شماره آگهی ۱۰۵۹۸۰۵

مندرج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت شماره ۱۶۳ سال ۹۹

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در نظر دارد اقلام به مقدار و مشخصات ذیل به روش مناقصه عمومی:

| شماره فراخوان | ردیف | نام و مشخصات کالا | تعداد یا مقدار | واحد | تضمین شرکت در مناقصه (ریال) | محل اعتبار |
|---------------|------|-------------------|----------------|------|-----------------------------|------------|
| ۱۶۳           | ۱    | کلکتور دو سوراخ   | ۲۰۰۰           | عدد  | ۲۷۰۰۰۰۰۰۰                   | غیر عمرانی |
|               | ۲    | کلکتور چهار سوراخ | ۲۰۰۰           | عدد  |                             |            |

و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت خریداری نماید. کلیه مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد. پدیدهی است شرکت در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار خواهد بود. هزینه آگهی از برنده مناقصه اخذ خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۹/۲۶

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۹/۲۵



اخبار



جولان ماسک‌های چینی در بازار

عضو هیأت عالی نظارت بر سازمان‌های صنفی نسبت به قاچاق ماسک چینی به کشور و آسیب این روند به واحدهای تولید ماسک به وزارت صمت هشدار داد. به گزارش ایسنا، غلامرضا حسن پور اسکندری، رئیس سازمان و عضو هیأت عالی نظارت بر سازمان‌های صنفی طی نامه‌ای به علیرضا رزم حسینی، وزیر صنعت، معدن و تجارت (صمت) گفته که بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد از مبادی ورودی کشور به ویژه از بندر گناوه و سایر بنادر کشور، ماسک‌های چینی به صورت قاچاق وارد کشور شده و از طریق کانال‌های تلگرامی و صفحات اینستاگرام و سایر روش‌ها در تهران و برخی دیگر از استان‌ها، به ویژه استان‌های جنوبی کشور به وفور به فروش می‌رسد. وی همچنین هشدار داده که این روند منجر به شکست تولیدی‌های ماسک در داخل کشور خواهد شد و در آینده نزدیک سرمایه‌ها و نیروهای به کارگرفته شده در مقوله تولید ماسک آسیب جدی و غیرقابل جبرانی خواهند دید. حسن پور در پایان از وزارت صمت خواسته که برای حمایت از تولید داخلی و جلوگیری از قاچاق، دستور فوری و قاطع صادر شود. به گزارش ایسنا، این اظهارات در حالی مطرح می‌شود که براساس اعلام وزارت صمت در حال حاضر ظرفیت تولید روزانه ۲۰ میلیون عدد ماسک در کشور وجود دارد. همچنین با توجه به افزایش حجم تولیدات داخلی و ذخیره‌سازی مناسب در زمینه تولید انواع ماسک، اخیراً حداکثر قیمت مصرف‌کننده انواع ماسک سه لایه پزشکی استاندارد مورد تأیید سازمان غذا و دارو از ۱۳۰۰ به ۱۰۰۰ تومان کاهش یافت.

آخرین جزییات از وضعیت شیوع آنفلوآنزای پرندگان

معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی گفت تعداد تلفات آنفلوآنزای پرندگان در تالاب میقان به ۱۰۶۴ مورد رسیده و بوقلمون‌های یک واحد غیرمجاز هم به آنفلوآنزای حاد مبتلا شده‌اند.

بهمن نقیعی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از شیوع آنفلوآنزای حاد پرندگان در واحد غیرمجاز بوقلمون خبر داد و گفت: علی‌رغم تمامی توصیه‌ها مبنی بر اجتناب از خرید و فروش به دلیل ارتباط بسا پرندگان آزاد پرواز، اما متأسفانه در یک واحد غیرمجاز که اقدام به نگهداری ۶۰۰ بوقلمون کرده بود، به دلیل عدم رعایت نکات بهداشتی، آنفلوآنزای حاد پرندگان گزارش شد. او افزود: همکاران سازمان دامپزشکی پس از نمونه‌برداری تشخیص دادند که واحد غیرمجاز بوقلمون به بیماری آنفلوآنزای حاد پرندگان مبتلا شده که معدوم‌سازی و ضدعفونی محل در ۲ تا ۳ روز گذشته انجام شد.

نقیعی ادامه داد: بنابر پایشی که از مناطق اطراف این واحد غیرمجاز بوقلمون انجام دادیم، خوشبختانه گزارش جدیدی از بیماری نداشتیم و تنها نگرانی به این دلیل است که با شیوع آنفلوآنزا در مناطق پرترکم، مشکلاتی برای واحدهای صنعتی ایجاد شود، به همین خاطر از مرغانران تقاضا داریم که از خرید و فروش و نگهداری غیرمجاز واحدها تا اردیبهشت سال آینده که وضعیت بیماری حاد است، اجتناب کنند تا مشکل خاصی رخ ندهد.

این مقام مسئول با بیان اینکه گزارش جدیدی از شیوع بیماری در مازندران و اردبیل نداشتیم، گفت: بنابر گزارش‌های اخیر تا چند روز گذشته در منطقه میقان تلفات به یک هزار و ۶۴ قطعه رسیده و برخلاف نگرانی‌هایی که مبنی بر گسترش بیماری در واحدهای مرغداری و روستایی اطراف میقان داشتیم، اما گزارشی نداشتیم. معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی در واکنش به گلابه‌مندی مرغانران پیرامون گرانی واکسن بیان کرد: با حذف ارز ترجیحی واردات واکسن همانند بسیاری از کالاها، قیمت افزایش یافت، اما باید این

موضوع را در نظر گرفت که واحدی که به واسطه عدم استفاده از واکسن به بیماری مبتلا شود، خسارتش هزاران بار بیشتر از گله‌ای است که واکسینه می‌شود. به گفته او، بارها اعلام کرده‌ایم که انجام واکسیناسیون و اقدامات بهداشتی در واحدهای پرورشی به منظور حفظ وضع موجود با هدف استمرار تولید نوعی سرمایه‌گذاری است و هزینه محسوب نمی‌شود. به عنوان مثال در ارتباط با بیماری تب برکی تولیدکنندگان از افزایش گرانی واکسن گلابه‌مند بودند، اما در نظر بگیریم که اگر قیمت هر دوز واکسن ۵۰ تا ۷۰ هزار تومان باشد، در طول سال ۲۰۰ هزار تومان هزینه واکسن هر رأس گاو می‌شود، در حالی که ارزش گاو ۲۰ تا ۳۰ میلیون تومان و هزینه درمان ۷۰۰ تا ۸۰۰ هزار تومان است که این امر نشان می‌دهد اقدامات پیشگیرانه و واکسن ارزش ناچیزی در قبال محموله و حفظ تولید دارد. نقیعی در پایان تصریح کرد: اگر یک واحد مرغ تخم‌گذار در سن ۴۰ تا ۵۰ هفتگی به بیماری مبتلا شود، یک مرغ‌های تولیدی باید معدوم شود که با این وجود خسارت هفتگی به مرغانران وارد می‌شود، ضمن آنکه آن منطقه تبدیل به کانون ویروس می‌شود که می‌تواند بقیه واحدها را درگیر کند، از این رو اقداماتی که صرف عملیات واکسیناسیون می‌شود، یک نوع سرمایه‌گذاری جهت نگهداری تولید است.

جزئیات آمار صادرات و واردات ایران با ترکیه

اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به ارزیابی تجارت مشترک ایران و ترکیه در ۱۰ ماه ابتدای سال جاری پرداخته است. به گزارش ایسنا، براساس این گزارش از ابتدای سال ۲۰۲۰ میلادی تا پایان ماه اکتبر ایران حدوداً به ترکیه ۷۹۵ میلیون دلار کالا صادر کرده که این رقم در قیاس با مدت مشابه سال قبل کاهش ۷۴ درصدی را نشان می‌دهد. برآوردها نشان می‌دهد که علت اصلی کاهش این آمار صادراتی تحریم‌های آمریکا و پایین آمدن صادرات نفت و مشتقات نفتی ایران به ترکیه بوده است. ایران در ۱۰ ماه ابتدای سال ۲۰۱۹ حدود ۳ میلیارد دلار کالا به ترکیه صادر کرده بود. همچنین ایران در ۱۰ ماه ابتدای سال جاری میلادی از ترکیه حدوداً یک میلیارد و ۳۵۰ میلیون دلار کالا وارد کرده که این عدد نیز در قیاس با مدت مشابه سال قبل کاهش ۲۹ درصدی را نشان می‌دهد. در سال ۲۰۱۹ این آمار از یک میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار عبور کرده بود. به این ترتیب تراز تجاری ایران در همکاری با ترکیه حدود ۱.۷ میلیارد دلار کاهش یافته است. در ماه اکتبر ایران به ترکیه حدوداً ۹۴ میلیون دلار کالا صادر کرده که نسبت به ماه قبل و همچنین نسبت به ماه مشابه سال قبل کاهش را نشان نمی‌دهد. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهد که از سومین ماه سال جاری میلادی میزان تجارت مشترک میان دو کشور به شکل قابل توجهی کاهش یافته که علت اصلی آن شیوع ویروس کرونا بوده است. اصلی‌ترین کالاهای صادراتی ایران به ترکیه از مواد پلاستیکی، مس، روی، کوبه، آلومینیوم، سوخته‌های معدنی و سنگ‌های قیمتی تشکیل می‌دهند و همچنین اصلی‌ترین کالاهای وارداتی از ترکیه دیگ‌های بخار آب گرم، ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی، توتون و تنباکو، کاغذ و مقوا و همچنین چوب و اجزای آن بوده است. ارزیابی‌ها از تجارت مشترک میان ایران و ترکیه نشان می‌دهد که با توجه به کاهش صادرات ایران به این همسایه غربی ترکیه جایگاه خود در میان اصلی‌ترین شرکای تجاری کشور را تا حدی از دست داده است و در حال حاضر اصلی‌ترین مقاصد صادراتی ایران - عراق، چین، امارات متحده عربی و افغانستان بوده‌اند.



شوینده‌ها گران نمی‌شود

شرکت‌های لبنی اجازه افزایش قیمت ندارند

نرخ مصوب یعنی ۲۰ هزار و ۴۰۰ تومان است و عرضه مرغ ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومانی که دان خاصی مصرف کرده و برای تولیدکنندگان با قیمت پایین‌تر تمام شده بود به پایان رسیده است. قیمت تخم مرغ هم در میادین میوه و تره بار حدود ۳۰ هزار تومان است.

این اظهارات در حالی مطرح می‌شود که اواخر آبان ماه قیمت مصوب هر کیلو شیر خام از ۲۹۰۰ تومان به ۴۱۵۰ تومان افزایش یافت و قیمت سایر محصولات لبنی نیز تغییر کرد بنابراین افزایش قیمتی که دبیر ستاد تنظیم بازار از آن صحبت می‌کند، علاوه بر افزایش قیمت مصوب است.

قیمت مصوب هر کیلو مرغ و هر شانه ۳۰ عددی تخم مرغ نیز ۲۰ هزار و ۴۰۰ تومان و ۳۱ هزار تومان است که در هفته‌های اخیر بیش از این نرخ در بازار عرضه می‌شده و بر همین اساس مدتی مرغ تنظیم بازاری گرم به قیمت ۱۸ هزار و ۵۰۰ تومان و منجمد به قیمت ۱۵ هزار تومان عرضه شد که طبق گفته‌های معاون وزیر صمت این عرضه به پایان رسیده است.

خواهد شد و این موضوع مشمول تمام اقلام کالایی دارای مصوبه قیمت و سایر اقلام لبنی بدون قیمت تثبیتی است.

قبادی در مورد مسائل مطرح شده درخصوص قیمت محصولات پتروشیمی نیز گفت که تنظیم‌بازار محصولات پتروشیمی برعهده کمیته‌ای در شرکت ملی صنایع پتروشیمی است و در این جلسه مصوب شد تا هفته آینده این کمیته گزارش کاملی را در مورد تصمیمات خود به ستاد ملی تنظیم بازار ارائه کند.

دبیر ستاد تنظیم بازار درخصوص واردات بذر برخی نهاده‌های کشاورزی به کشور نیز تصریح کرد: فارغ از مسئولیت اصلی وزارت کشاورزی در این موضوع، در مورد نوع ارز تخصیصی با دستور مساعد وزیر صنعت، معدن و

تجارت تصمیم گرفته شد، که همین اقلام کالایی به صورت ویژه از گروه دو کالایی به گروه یک منتقل شود تا مشکلی در روند ترخیص به وجود نیاید. وی افزود، در حال حاضر قیمت مرغ در میادین میوه و تره‌بار همان

دبیر ستاد تنظیم بازار با بیان اینکه افزایش قیمت‌های نامتعارفی در برخی کالاهای لبنی مشاهده شده، تصریح کرد اگرچه اغلب آنها این موضوع را انکار می‌کردند، اما مکلف شدند تا قیمت‌های محصولات لبنی را افزایش ندهند و در شوینده‌ها هم هیچ افزایش قیمتی نخواهیم داشت. به گزارش ایسنا، عباس قبادی در پایان جلسه دیروز ستاد تنظیم بازار کشور در جمع خبرنگاران گفت: شرایط تنظیم بازار کشور به هیچ عنوان آدامگی افزایش قیمت برای هیچ اقلام کالایی را ندارد و به هیچ عنوان تغییر قیمت خارج از مصوبات را تحمل نخواهیم کرد و به شدت با متخلفان برخورد خواهد شد، چراکه این مهم در شرایط حاضر و خاص کرونایی و اقتصادی مردم پذیرفتنی نیست.

وی همچنین با اشاره به موضوع تذکر داده شده به شرکت‌های لبنی مبنی بر عدم تغییر قیمت و افزایش نرخ اقلام کالایی خارج از چارچوب‌های تعیین شده در تنظیم بازار کشور گفت: قطعاً با شرکت‌های متخلف برخورد

پای واردات روی گلولی فرش ایرانی!

زمین‌گیری ابریشم‌های داخلی بدون خریدار!

او درباره تأمین نخ ابریشم از واحدهای تولیدی بیان کرد: در حال حاضر تنها یک کارخانه نیمه فعال تولید ابریشم در کشور وجود دارد که در لنگرود به تولید ابریشم می‌پردازد. عمده نخ ابریشم تولیدی داخل کشور به شیوه سنتی تولید شده و به استان خراسان رضوی و شمالی مربوط می‌شود. ما زمینه بسیار خوبی در زمینه نوغانداری داریم در حالی که تعداد فعالان این حوزه بسیار محدود است. بیش از ۱۸ هزار نفر نوغاندار در کشور داریم اما نخ تولیدی چه از نظر کمیت و چه از نظر کیفیت پاسخگوی نیاز کشور نیست.

رافع تصریح کرد: نمی‌توانیم برای فرشی که از نظر کیفیت حرف اول را در جهان می‌زند از نخ با کیفیت پایین استفاده کنیم. انجام این کار به معنای تحت تأثیر قرار گرفتن ۲ میلیون بافنده و اعتبار فرش در کشور است. خواهش ما این است که به ما در تأمین مواد اولیه یاری کنند. ما نه تنها در نخ بلکه در چیش و شستن پشم، رنگریزی و بسیاری از بخش‌ها با مشکل مواجه هستیم.

رئیس مرکز ملی فرشش تصریح کرد: اگر به دنبال خرید نخ ابریشم باشیم قیمت تمام شده آن چندین برابر قیمت امروز بازار خواهد بود پس انتظار داریم تا زمانی که زیرساخت‌های لازم فراهم نشده و شرایط مناسب در تأمین نخ ابریشم فراهم نیست اجازه داشته باشیم تا با تعرفه پایین‌تر ابریشم مورد نیازمان را تأمین کنیم.

فروش و صادرات مشکلات زیادی داریم. مشتری‌های زیادی خواهان فرش ایرانی هستند اما به دلایل متعدد در حوزه فروش و صادرات کاهش داشتیم. شناخت بازار هدف، اندازه‌ها و سایر موارد بر این موضوع تأثیرگذار بوده که در این سال‌ها کمتر به آن توجه شده است. در شرایط معمول فروش فرش مدت زیادی زمان نیاز دارد و با شیوع ویروس کرونا و اعمال تحریم‌ها این بازه طولانی‌تر هم شده است. در صنعت فرش نیاز به بازاریاب‌های مناسب و نیازسنجی درست دارد تا میزان فروش را بالا ببریم. رافع گفت: فرش ابریشم جزو فرش‌های درجه یک محسوب شده و مصرف داخلی کمی دارد؛ بیش از ۸۰ درصد از تولیدات ابریشم از کشور خارج می‌شود و روند صادرات در شرایط تحریم هم ادامه پیدا کرده است. از ارسال پستی و چمدانی گرفته تا سایر روش‌ها که برای صادرات به کار گرفته می‌شود. فرش تنها یک کفپوش نیست بلکه باید به عنوان هنر برای رومیزی، لباس و وسایل مورد به کار گرفته شود که در برخی استان‌ها مثل کاشان مورد استقبال قرار گرفته است.

رئیس مرکز ملی فرش گفت: یکی از اقداماتی که در این مدت انجام دادیم این بود که نخ ابریشم به عنوان مواد اولیه فرش برای گمرک مورد قبول قرار گرفت. مکاتبات متعددی داشتیم تا این اتفاق بیفتد و در ترخیص مواد اولیه نخ ابریشم موفق شدیم ترخیص بدون ارز و با دریافت ارز را به راحتی انجام دهیم.

فرش ایرانی به عنوان رتبه برتر تولید در جهان، با واردات ابریشم و تعطیلی کارخانجات ابریشم دست و پنجه نرم می‌کند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، فرش به عنوان یکی از نمادهای اصالت فرهنگ ایرانی در جهان شناخته می‌شود. رشته‌های نخ گره به گره کنار هم می‌نشینند تا این دستیافت به همه جای جهان فرستاده شود. پای فرش‌های ایرانی به کاخ سفید و سازمان ملل هم باز شد و در بسیاری از اتاق‌های این ساختمان‌ها از فرش ایرانی استفاده شده است. این دست‌باافته‌های ایرانی به قدری ارزشمند هستند که می‌توانند بعد از صادرات نفت رتبه دوم را در کسب درآمد برای کشور داشته باشند. آمارهای به دست آمده نشان می‌دهد که در ۶ سال گذشته یک میلیارد و ۷۶۳ میلیون دلار فرش ایرانی به سایر کشورها صادر شده است.

ابریشم تولید داخل کیفیت کافی ندارد

رافع رئیس مرکز ملی فرش در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی باشگاه خبرنگاران جوان، اظهار کرد: اگرچه کشورهای زیادی مثل نپال، هند، افغانستان و پاکستان و فرش ابریشم دستیافت تولید می‌کنند اما در کیفیت، طرح و نقشه بدون شک ایران جایگاه نخست را دارد. در کشوری مثل هند ابریشم درجه یک تولید می‌شود اما در بافت فاصله زیادی تا ایران دارند. او ادامه داد: در چند مدت اخیر افزایش تولید هم داشتیم اما در حوزه

بازار گوشت در رکود به سر می‌برد

قیمت هر کیلو دام سبک ۴۵ هزار تومان

انباشت دام در واحدها، تولید صرفه اقتصادی برای دامدار ندارد. او زایش‌های پاییز را مناسب دانست و گفت: بنابر اخبار حاصله از استان‌ها، زایش پاییز در بخش دام سبک بسیار مناسب است به طوری که هم‌اکنون از جمعیت دامی مناسبی در کشور برخوردار هستیم. همچنین استان‌های دارای آب و هوای معتدل از ابتدای پاییز با آغاز پروار جدید، وضعیت خوبی را پشت سر می‌گذارند.

رئیس شورای تأمین‌کنندگان دام کشور قیمت کنونی هر کیلو دام سبک را ۴۵ هزار تومان و قیمت هر کیلو دام سنگین را ۳۵ هزار تومان اعلام کرد. او با اشاره به دلایل اختلاف ۵۰ تا ۶۰ درصدی قیمت از دامداری تا بازار بیان کرد: در بخش دام سبک و سنگین، میادین توسط چوپداران اداره می‌شوند که با احتساب هزینه‌های جابه‌جایی، پلاک‌گذاری و سود عوامل واسطه و دلال هر کیلو دام سبک در میادین با نرخ ۵۰ تا ۵۵ هزار تومان و دام سنگین با نرخ ۲۸ تا ۴۰ هزار تومان عرضه

رئیس شورای تأمین‌کنندگان دام کشور گفت با توجه به تعطیلی مراکز پرصرف همچون تالارهای پذیرایی و رستوران‌ها، دام زیادی روی دست دامداران مانده که با این وجود دامدار با مشکلات متعددی در نوسان قیمت نهاده‌های دامی روبه‌رو است. رئیس شورای تأمین‌کنندگان دام ادامه داد: علی‌رغم فراوانی نهاده‌های دامی در بازار، اما قیمت به شدت بالاست که با وجود





قیمت خودرو در خودروسازی‌ها تغییر می‌کند؟

## بازار منتظر تحویل ۴۰ هزار خودرو تا پایان آذر

براساس گزارش میدانی تقریباً طی ۱۵ روز گذشته خودروهای داخلی و وارداتی حدود ۲۰ تا ۳۰ درصد از ارزش خود را از دست داده‌اند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، چند وقتی بود که قیمت خودرو روند صعودی داشت و روز به روز قیمت‌ها تغییر می‌کرد به گونه‌ای که این افزایش دیگر نه هفته‌ای بلکه ساعتی شده بود، اما اکنون این افزایش قیمت متوقف شده و کاهش قیمت به سراغ بازار خودرو آمده و اکنون گویا این کاهش قیمت که هفته‌ها گریبان بازار خودرو را گرفته فعلاً دست‌بردار نیست و افزایش قیمت‌های جزئی در بازار ارز نیز نتوانسته جلوی این ریزش قیمت‌ها را بگیرد.

براساس گزارش میدانی تقریباً طی ۱۵ روز گذشته خودروهای داخلی و وارداتی حدود ۲۰ تا ۳۰ درصد از ارزش خود را از دست داده‌اند و از سوی دیگر مشتریان دست از خرید برداشته و چشم به روزهای آتی دارند.

فعالان بازار خودرو اعتقاد دارند تا روی کار آمدن جو بایدن رئیس‌جمهور آمریکا، قیمت خودرو مسیر کاهشی را طی خواهد کرد و اگر رویکرد بایدن در قبال ایران بازگشت به برجام و توافقات جدید باشد، خودرو به سرنوشت سال ۹۴ (رکود سنگین خودرو پس از توافق هسته‌ای) دچار خواهد شد.

اینطور که کارشناسان صنعت خودرو می‌گویند، طی چند ماه آینده خودرو دیگر از لیست کالای سرمایه‌ای خارج می‌شود، اما اگر جو بایدن پس از ورود به کاخ سفید بخواهد همان راهی را برود که دونالد ترامپ رفته بود باید منتظر رشد شتابی در این بازار باشیم و باز هم قرعه‌کشی خودروسازان و برنده شدن در لاتاری ۱۰۰ یا ۲۰۰ میلیون تومانی را خواهیم داشت.

خودروسازان در سال ۹۸ با زبانی سنگین مواجه و مشمول ماده ۱۴۱ قانون تجارت شدند. این قانون برای شرکت‌هایی بود که نیمی از سرمایه خود را از دست داده‌اند و خودروسازان برای رهایی از این مشکل، به پروژه تجدید ارزیابی دارایی‌ها روی آوردند.

یکی از عمده‌ترین دلایل بروز این مشکل، قیمت‌گذاری دستوری محصولات به سیاقی بوده است که نه تنها قیمت تمام شده خودروها را پوشش نمی‌داد، بلکه بسیار کمتر از حد انتظار خودروسازان بود و تلاش‌ها برای رفع این مشکل از سال‌های گذشته تا زمان نوشتن این متن، ادامه دارد و چالش خودروسازان با متولیان امر قیمت‌گذاری برای دریافت مجوز افزایش قیمت متناسب با افزایش قیمت نهاده‌های تولیدی همچنان ادامه دارد.

افزایش قیمت‌ها از سوی شورای رقابت و سازمان حمایت پس از ماه‌ها ارائه اطلاعات و مستندات از سوی خودروسازان با در نظر گرفتن شرایط ملتهب بازار و جلوگیری از ایجاد التهاب جدید در بازار خودرو همچنان کمتر از درخواست خودروسازان صورت پذیرفت، از دیگر سو، پرش نرخ تورم، نشان از افزایش هزینه‌های خودروسازان نسبت به سال ۹۸ بود که بدیهی است این تورم همه جنبه‌های قیمت از جمله قیمت مواد اولیه و هزینه‌های حمل و نقل و حقوق و دستمزد را افزایش می‌دهد.

## توزیع ۳۰۰ هزار حلقه لاستیک برای ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای سنگین

یک مقام مسئول در سازمان راهداری گفت ۳۰۰ هزار حلقه لاستیک ترخیص شده که رانندگان می‌توانند این لاستیک‌ها را دریافت کنند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از باشگاه خبرنگاران، داریوش باقرجوان مدیرکل دفتر حمل‌ونقل مسافری سازمان راهداری با اشاره به پرداخت وام ۶ میلیون تومانی به رانندگان خودروهای سواری گفت: ۹۳ هزار راننده سواری برون‌شهری موفق به دریافت وام ۶ میلیون تومانی از مجموعه ۱۱۳ هزار نفر شده‌اند.

او ادامه داد: ۱۱ هزار راننده تحت پوشش بیمه روستایی و عشایر هم در فهرست قرار دارند، در مجموع بیش از ۱۰۰ هزار نفر توانستند این وام ۶ میلیون تومانی را که به عنوان تسهیلات کرونایی به رانندگان برون‌شهری تعلق می‌گیرد، دریافت کنند.

به گفته این مقام مسئول تنها ۱۰ درصد از رانندگان باقی مانده‌اند که البته پرداخت تسهیلات این افراد هم پیگیری می‌شود.

ارائه حواله به رانندگان برای دریافت لاستیک براساس پیمایش باقرجوان با اشاره به ثبت سفارش لاستیک با ارز نیمایی گفت: برخی واردکنندگان از ماه‌های گذشته نسبت به واردات لاستیک با ارز نیمایی اقدام کردند که این لاستیک‌ها هم در استان‌های مختلف توزیع می‌شوند و ما می‌توانیم از این طریق به تنظیم بازار کمک کنیم. باقرجوان درباره موجودی لاستیک‌های واردشده با ارز نیمایی گفت: عدد دقیقی از آن در اختیار ندارم و وزارت صمت می‌تواند این آمار را به صورت دقیق اعلام کند اما میزان ارزی که بانک مرکزی برای ترخیص اختصاص داده است، نشان می‌دهد که از نظر تامین لاستیک سنگین مشکلی نداریم و باید در بحث تنظیم قیمت آن کار شود تا قیمت لاستیک با اقتصاد حمل‌ونقل عمومی همخوانی داشته باشد.

او با بیان اینکه ۳۰۰ هزار حلقه لاستیک تاکنون در سه مرحله ۵ هزار حلقه، ۷ هزار حلقه و اخیراً هم ۱۰ هزار حلقه ترخیص شده است، افزود: سعی شده این لاستیک‌ها در استان‌هایی که مشکل و کمبود لاستیک دارند توزیع شود و ما بر اساس پیمایش، لاستیک‌های موردنیاز را تهیه خواهیم کرد. مدیرکل دفتر حمل‌ونقل مسافری سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای گفت: مابه‌التفاوت لاستیک که با ارز نیمایی وارد شده‌اند، باید واریز شود به طور مثال اگر در اردیبهشت ماه لاستیک با نرخ ۱۳ تا ۱۴ هزار تومانی وارد شده است، باید مابه‌التفاوت ۳ برابری آن پرداخت شود. البته در همین رابطه در حال ریزش هستیم که با نرخ دولتی حساب شود. باقرجوان تصریح کرد: روند ترخیص لاستیک‌ها با ایجاد سامانه و از طریق حواله‌ها بسیار سرعت گرفته و ما سعی داریم با توزیع مناسب لاستیک بتوانیم کمبودهایی که در سایر استان‌های کشور به ویژه برای سایزهای خاص لاستیک از جمله ۱۲ و ۲۴ بوده است، برطرف کنیم. او در پایان تصریح کرد: امیدواریم در این زمینه همکاری وزارت صمت و گمرک برای ترخیص لاستیک‌ها افزایش یابد.



وی گفت: در چند روز و هفته‌های اخیر ما در برخی کالاها روند کاهش قیمت را شاهد بودیم و ان‌شاءالله این رویه ادامه پیدا کند.

رزم حسینی تاکید کرد: ما در پنج نهاده که دولت به آن ارز ۴۲۰۰ تومانی اختصاص داده به اندازه مناسب وارد کردیم و البته ممکن است در توزیع خطاهایی صورت گیرد که مسئول آن وزارت جهاد کشاورزی است، اما ما در حوزه خودمان نهاده به اندازه کافی تحویل دادیم، اما به هر حال دو نرخی بودن ارز مشکل اساسی و فسادزاست که امیدواریم بهبود پیدا کند. وزیر صمت درباره آزادسازی واردات خودرو در سال آینده بیان کرد: طرح خودرو در جهت شکستن انحصار است، برخی تولیدکنندگان بخش خصوصی در حال تولید هستند و ما می‌خواهیم فضا را برای آنها باز کنیم کم‌اینکه برخی تولیدکنندگان در حال تولید خودرو هستند، همچنین در حوزه خودروسازان دولتی نیز تا پایان سال ۵۰ درصد افزایش تولید خواهیم داشت و در چند روز اخیر هم قیمت خودرو کاهش یافته است که فکر می‌کنم ادامه پیدا کند.

صورت گیرد و خوشبختانه از دو هفته گذشته که در حال اجرایی‌سازی دستورالعمل مذکور هستیم قیمت‌ها در این حوزه متعادل‌تر شده و تقریباً سیاست کلی وزارت صمت این بود که عرضه محصولات فولادی کاملاً در بورس صورت گیرد. وی ادامه داد: اگر عرضه فولاد در بورس صورت گیرد با توجه به مزاد تولید کشور قیمت‌ها در بازار متعادل خواهد شد. رزم حسینی گفت: برخی نمایندگان در حوزه‌های انتخابیه خود در حوزه معادن دچار مشکلاتی هستند که پاسخ قانع‌کننده‌ای به این موضوع دادم که البته برخی دوستان قانع نشدند و قرار شد معاونین بنده به صورت میدانی مشکلات را رصد کنند.

وزیر صمت تصریح کرد: سیاست عمومی ما این است که کالاهای ضروری و اولویت‌دار به حد نیاز وارد کشور شود و سیاست جدید ستاد اقتصادی دولت مبنی بر رفع تعهد صادرکنندگان از محل واردات کالا بسیار هوشمندانه بود و صادرات ما در دو ماه اخیر افزایش یافت و تا پایان سال بیشتر هم خواهد شد.

علیرضا رزم حسینی وزیر صنعت، معدن و تجارت در حاشیه جلسه کمیسیون صنایع و معادن مجلس با حضور در جمع خبرنگاران در تشریح نشست دیروز اظهار داشت: خوشبختانه همکاری و تعامل بسیار خوبی میان ما و نمایندگان مجلس وجود دارد و بنده در برنامه‌های خود اعلام کردم که برای اتخاذ تصمیمات اقتصادی مهم وزارتخانه، بخش خصوصی، تشکل‌های آن و کمیسیون‌های تخصصی نقش دارند.

وی افزود: ما تقریباً در تصمیمات مهمی مانند خودرو، فولاد و معادن به توافقات بسیار خوبی رسیده‌ایم و گام به گام در حال اجرایی‌سازی آن هستیم.

وزیر صمت تاکید کرد: در جلسه امروز کمیسیون صنایع تعدادی از نمایندگان سوالاتی از بنده داشتند که البته حق آنهاست و ما باید به عنوان مجری پاسخگوی وکلای ملت باشیم. بحث اصلی جلسه امروز کمیسیون صنایع به فولاد و شیشه‌نامه جدید آن معطوف بود و نمایندگان از من درخواست کردند که در اجرای این شیشه‌نامه قاطعیت و نظارت بیشتری

۱۸هزار خودرو معوق داریم

## گام‌های مثبتی برای برآورده شدن انتظارات مردم برداشتیم!

بودیم که تبعات خاصی را در برداشت و باید مدیریت می‌شد، محیط کارخانه را به شرایط ایمن درآوریم و تمام دستورالعمل‌های بهداشتی را رعایت کردیم.

مدیرعامل ایران خودرو افزود: هیچ محدودیتی برای حوزه دستورالعمل‌های کرونایی لحاظ نکردیم تا بتوانیم شرایط را برای حضور کارکنان ایمن کنیم، با همین هدف امروز شاهد این هستیم که ۵۹ درصد رشد تولید را رقم زده‌ایم. تا ۲۳ آذرماه جمع کل تولید خودرو ۲۵۷هزار و ۸۳۴ بوده که در مقایسه با سال گذشته ۲۱۸ هزار دستگاه بیشتر شده است.

این مقام مسئول گفت: در فضای رسانه‌ای بحث خودروهای معوق مطرح است. سال گذشته ۲۰۰ هزار معوق داشتیم امروز این عدد ۱۸ هزار عدد است به دلیل اینکه خودروهایی که دعوت‌نامه صادر شده و

## کیفیت خودرو باید افزایش پیدا کند

یابد. مردم ایران این حق را دارند که خودروهای باکیفیت سوار شوند و دچار مشکل نشوند.

پیروزیخت تصریح کرد: مردم شاید خیلی از پیشرفت‌های ما را در نظر نمی‌گیرند، اما باید گفت که رشد قابل توجهی داشته‌ایم. در سال‌های اخیر جهش واضحی در صنعت خودرو داشتیم. او گفت: از خودروسازان تقاضا داریم ارتباطشان را با سازمان ملی استاندارد افزایش دهند، ارتباط کم باعث می‌شود ما درخصوص بسیاری از موارد، اطلاعات کمی داشته باشیم و این موضوع می‌تواند به صنعت خودرو لطمه بزند.

پیروزیخت گفت خودرو یکی از صنایع ویژه‌ای است که باید به سمت بهبود و افزایش کیفیت برود.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، پیروزیخت رئیس سازمان ملی استاندارد گفت: سازمان ملی استاندارد پایبندی ویژه‌ای با تولیدکنندگان در حمایت از مصرف‌کنندگان دارد. خودرو یکی از صنایع ویژه‌ای است که باید سمت بهبود و افزایش کیفیت برود. او گفت: در ماه‌های اخیر متوجه شدیم که تغییر رویکردی در حوزه خودرو به وجود آمده است. وزیر صنعت بارها این مسئله را بیان کرده که کیفیت خودرو قابل نیست و تمایل داریم کیفیت خودرو افزایش





## تحول حوزه آب با ۲۰۰ طرح دانشجویی کلید خورد تا صنعت شاهد توسعه‌های فناورانه شود

بیش از ۲۰۰ طرح دانشجویی در پاسخ به فراخوان حمایت از پایان‌نامه‌های تحصیلات تکمیلی در حوزه‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست ارسال شد. سومین دوره حمایت از پایان‌نامه‌های تحصیلات تکمیلی حوزه آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست با ارسال ۲۰۰ طرح، به پایان رسید تا توسعه فناورانه این صنعت با ایده‌های نو شتاب بگیرد.

بهره‌گیری از توان و ظرفیت دانشگاه‌ها و دانشجویان در اجرای طرح‌های کاربردی حوزه آب از جمله اهدافی است که کارگروه تخصصی آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای حمایت از پایان‌نامه‌های دانشجویان تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکترا) در نظر گرفته است.



### دریچه

## ستاری: دانش آموز خلاق و پژوهشگر زمینه‌ساز تحول اقتصاد دانش‌بنیان است

حوزه دانش‌آموزی نیز توسعه پیدا کند تا بتوانیم در آینده شاهد پیشرفت فزاینده کشور باشیم.

### تعامل اثربخش معاونت علمی و فناوری و وزارت آموزش و پرورش

در بخش دیگری از این مراسم، محسن حاجی میرزایی وزیر آموزش و پرورش، با اشاره به نقش راهبردی و اثربخش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در توسعه پژوهش دانش‌آموزی، گفت: نقش معاونت علمی و فناوری تا سالیان سال کشور را بهره‌مند خواهد کرد.

وی با تأکید بر ضرورت آشناسازی دانش‌آموزان به ویژه مناطق محروم با مفهوم پژوهش، گفت: نیازی مبرم و حیاتی به پژوهش احساس می‌شود، چراکه پژوهش، توانمندکننده جامعه است و راه تحول آن را هموار می‌کند به ویژه اگر از عرصه دانش‌آموزی آغاز شود.

حاجی میرزایی با بیان اینکه در حوزه زیست فناوری اقدامات خوبی انجام شده است، افزود: افتتاح و تجهیز ۵۸ پژوهش‌سرای جدید، مجموع پژوهش‌سراهای بهره‌مند را به ۶۵ مرکز افزایش می‌دهد. مهم است که مناطق محروم سهمی بیش از مناطق برخوردار دارند. موضوعی که نشان می‌دهد در حال جبران عقب‌ماندگی تاریخی در برخورداری از سطح آموزش به نحو مطلوبی هستیم.

حاجی میرزایی، حمایت از پژوهش‌سراهای دانش‌آموزی را نویدبخش یک آینده بسیار خوب برای حوزه نیروی انسانی و پژوهش دانست و گفت: امیدوارم ترکیب معاونت و آموزش پرورش، سطح توانمندی پژوهشی را در مدارس کشور توسعه دهد و دانش‌آموزانی پرشگرف و خلاق داشته باشیم.

### توسعه زیست‌فناوری در عرصه دانش‌آموزی دنبال می‌شود

همچنین مصطفی قانع، دبیر ستاد توسعه زیست فناوری با بیان اینکه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از نقش‌آفرینی دانش‌آموزان در عرصه پژوهش حمایت می‌کند، ادامه داد: اقتصاد، معیشت و حیات مردم به حوزه زیست فناوری وابسته است و در همین راستا تولید محتوا در این حوزه مورد توجه قرار گرفته است.

وی با بیان اینکه در برنامه‌های جامع تجهیز و توسعه پژوهش‌سراهای دانش‌آموزی دنبال می‌شود، ادامه داد: تجهیز ۵۸ پژوهش‌سرای زیست‌فناوری مقدمه‌ای بر توسعه فناوری‌های زیستی است.

وی با بیان اینکه پس از ارزیابی‌های عملکردی حضوری و غیرحضوری صورت گرفته در سال ۱۳۹۸ از پژوهش‌سراهای سطح کشور و برگزاری مسابقه ملی خلق ایده زیست‌فناوری، فهرستی از پژوهش‌سراهای توانمند از نظر علمی و نیازمند حمایت احصا شد، ادامه داد: ۵۸ پژوهش‌سرای فعال برای حمایت در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ انتخاب شدند.

دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به رعایت الزاماتی همچون تأمین فضای مناسب آزمایشگاهی و تأمین مدرس خیره گفت: ۸ دستگاه آزمایشگاهی پایه زیست‌فناوری که از نمایشگاه ایران‌ساخت خریداری شده است، اهدا شد. قانع با بیان اینکه بخشی از بودجه حمایتی تخصیص داده‌شده صرف تولید محتوای آزمایشگاهی مکتوب و ۱۸ ساعت محتوای تصویری برای بهره‌مندی بهتر از تجهیزات شده است، افزود: برای پوشش کامل‌تر آزمایش‌های مرتبط با زیست‌فناوری و حمایت از شرکت‌های آموزشی - ترویجی دانش‌آموزی، بخشی از بودجه تخصیصی معاونت صرف طراحی و تولید کیت‌های آموزشی شده است.

۵۸ پژوهش‌سرای دانش‌آموزی در حوزه زیست‌فناوری با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و محسن حاجی میرزایی وزیر آموزش و پرورش افتتاح شد.

این مراسم در پژوهش‌سرای فارابی منطقه ۱۲ تهران برگزار شد تا با افتتاح ۵۸ پژوهش‌سرا در سراسر کشور، فعالیت‌های دانش‌آموزی در این عرصه شتاب بگیرد. این برنامه با نگاه به استان‌های کمتر برخوردار اجرا می‌شود و در آن سعی شده با تجهیز مراکز مستعد شناسایی شده از همه استان‌ها، زمینه حضور حداکثری دانش‌آموزان سراسر کشور در برنامه‌های علمی - آموزشی زیست‌فناوری مهیا شود.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این مراسم که با حضور محسن حاجی‌میرزایی وزیر آموزش و پرورش همراه بود، با بیان اینکه تحول زیست‌بوم فناوری و نوآوری از دانش‌آموزان آغاز می‌شود، گفت: نقش آموزش و پرورش در توسعه زیست‌بوم نوآوری اهمیت زیادی دارد و زیست‌بوم جدیدی در حوزه آموزش کشور باید اتفاق بیفتد البته این راه طولانی است.

ستاری، با تأکید بر اینکه باید با آموزش‌های متناسب با نیاز جامعه و آینده کشور زمینه برای تربیت دانش‌آموز خلاق و پژوهشگر فراهم شود، ادامه داد: خوشبختانه وزارت آموزش و پرورش در این مسیر همراهی خوبی دارد که نتایج آن در پرورش دانش‌آموزان خلاق و نوآور مشهود است.

به گفته معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، در نمایشگاه ایران‌ساخت سال گذشته بیش از ۳۳۰ میلیارد تومان فروش تجهیزات ایران ساخت داشتیم.

رئیس ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از تجهیز پژوهش‌سراهای دانش‌آموزی با تجهیزات آموزشی و آزمایشگاهی ایران‌ساخت خبر داد و گفت: بخش قابل توجهی از تجهیزات فناورانه ایرانی که در نمایشگاه تجهیزات آزمایشگاهی ایران‌ساخت ارائه شد، مورد استفاده پژوهش‌سراهای دانش‌آموزی قرار گرفته است.

ستاری با اشاره به ارائه بیش از ۹ هزار تجهیز پیشرفته در این نمایشگاه، بیان کرد: بیش از ۸۴ میلیارد تومان از فروش کلی نمایشگاه، وارد آموزش و پرورش شد؛ از هنرستان‌ها تا مدارس تجهیز شدند و این حمایت از مدارس علاوه بر این در حمایت از پژوهش‌سراهای دانش‌آموزی نیز جریان دارد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان افزود: مهم است دانش‌آموز در پژوهش‌سرای دانش‌آموزی با تجهیزات ایران‌ساخت کار کند و به این باور برسد که این توانمندی در کشور وجود دارد و او نیز باید در مسیر توسعه و خلاقیت قرار بگیرد.

ستاری با اشاره به حمایت از پژوهش‌سراهای دانش‌آموزی به طور ویژه، گفت: این راه با تجهیز پژوهش‌سراهای نانوفناوری، سلول‌های بنیادی، هوافضا و زیست‌فناوری آغاز شد و امروز ۵۸ پژوهش‌سرای جدید به این عرصه افزوده می‌شود.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به نقش راهبردی زیست‌فناوری در تحول زندگی جامعه و رونق اقتصاد دانش‌بنیان، تأکید کرد: بزرگ‌ترین شرکت‌های دنیا در حوزه زیست فناوری ردی از ایرانیان دارد چراکه زیست‌فناوری تنیده در خون آنها است. بزرگ‌ترین شرکت‌های دانش‌بنیان منطقه در این حوزه نیز ایرانی است و این توانمندی باید در

## اریک انگستروم؛ از پیشگامان گیمینگ ویندوز و

جدیدی کار می‌کردند. این سه کارمند مایک برنام‌نویسان به سیستم عامل DOS. توجه سیستم عامل DOS آزادی عمل بیشتری در نهایت این سه نفر توانستند با کمک یک دایرکت ایکس معرفی کنند.

با وجودی که مدت زمانی طول کشید، اما پلتفرم اصلی بازی‌های رایانه‌ای تبدیل کرد. یک ایکس‌باکس و حتی نسخه‌های ویندوز CE

دنیای گیمینگ یکی از شخصیت‌های تأثیرگذار و البته نسبتاً گمنام خود را از دست داد. به گزارش «وال استریت ژورنال» یازدهم آذرماه «اریک انگستروم» یکی از مهندسان مایکروسافت در سن ۵۵ سالگی بر اثر عوارض ناشی از جراحی درگذشت. وی به همراه «الکس سنت جان» و «کریگ آیزلر» نقش مهمی در توسعه «دایرکت ایکس» داشتند.

به گزارش دیجیاتو، اواخر سال ۱۹۹۴، مایکروسافت سخت در تلاش بود سیستم عامل ویندوز ۹۵ را عرضه کند. در همین دوره زمانی به پیشنهاد سنت جان، دو کارمند دیگر مایکروسافت یعنی کریگ آیزلر و اریک انگستروم روی توسعه پلتفرم

## مسابقات ملی دانش‌آموزی «دانش مغز»

مقدم دانش‌آموز پایه دهم دبیرستان استعدادهای درخشان دارالفنون به عنوان نماینده ایران برای شرکت در رقابت‌های BrainBee جهانی انتخاب و در مردادماه سال آینده به آمریکا اعزام خواهد شد. مسابقات



brain bee رقابتی گسترده میان نوابغ دانش‌آموزی در سطح جهانی است که دستورها و فرصت‌های لازم را برای ترویج، توسعه و گسترش رشته‌های مرتبط با علوم شناختی در کشورهای جهان مهیا می‌کند. در مرحله نهایی این دوره از مسابقات، شش نفر از دانش‌آموزان موفق به کسب مدال طلا و هشت نفر دیگر به مدال نقره دست یافتند و ۱۱ دانش‌آموز نیز مدال‌های برنز این مسابقات را به خود اختصاص دادند.

نماینندگان اعزامی ایران به مسابقات جهانی دانش مغز در پنج سال گذشته همواره در میان ۵ کشور برتر این مسابقات جای داشتند و در پنجمین دوره این مسابقات نیز مقام سومی مسابقات جهانی دانش مغز در کره جنوبی به نماینده اعزامی کشورمان اختصاص یافت.

استعدادها رقابت کردند تا برگزیدگان علوم شناختی را توسعه دهند نغزات برتر مرحله نهایی ششمین دوره مسابقات ملی دانش‌آموزی «دانش مغز» انتخاب و معرفی شدند.

این مسابقات با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و توسط انجمن علوم اعصاب ایران برگزار می‌شود و استعدادیابی در نتیجه رقابت میان دانش‌آموزان نخبه و ترسیم فضای ایده‌آل برای ادامه تحصیل آنان در رشته‌های علوم شناختی در سطح کشور هدف آن است.

ششمین دوره مسابقات ملی دانش‌آموزی «دانش مغز» که با شرکت بیش از ۴ هزار دانش‌آموز از سراسر کشور آغاز شده بود، در آبان‌ماه سال جاری با رقابت ۲۵ دانش‌آموز به عنوان برگزیدگان مرحله اول این رقابت‌ها

به پایان رسید. این مسابقات هر ساله بین دانش‌آموزان سنین ۱۳ تا ۱۸ سال مقطع متوسطه در تهران و مراکز استان‌های کشور و به صورت دو مرحله‌ای برگزار می‌شود. در مرحله نهایی این رقابت‌ها احسان رضایی

## دستاورد دانش‌بنیان‌ها از تجهیزات کاربردی صنعت برق محافظت می‌کند

و انواع راکتورهای هسته هوایی و آهنی و خدمات پیشگیرانه و بهره‌برداری از سیستم‌های اتوماسیون، دیسپاچینگ و مخابرات صنعتی از جمله زمینه‌های فعالیت شرکت ما است.

وی در توضیح کاربرد مراکز دیسپاچینگ، گفت: برای کنترل هر شبکه قدرت، به یک سیستم دیسپاچینگ نیاز است تا راهبری سیستم قدرت را انجام دهد. به علت حیاتی بودن حفظ شبکه قدرت سیستم کنترل آن باید قابلیت اطمینان بسیار بالایی داشته باشد و احتمال وقوع خرابی در آن ناچیز باشد و همچنین اطلاعات به‌سرعت بین مراکز و تجهیزات شبکه منتقل شود. مراکز دیسپاچینگ ما ایمنی بالایی دارند. این فعال فناور ادامه‌دار: انواع باتری شارژرهای خطی از ولتاژ ۲۴ تا ۱۱۰ ولت و جریان ۱۰ تا ۲۰۰ آمپر، نرم‌افزار اتوماسیون



پست با قابلیت پشتیبانی منطبق با استانداردهای جهانی، مالتی پلکس‌های کاربردی در این صنعت و تولید و تأمین انواع راکتورهای هسته هوایی و آهنی و ... از محصولات تولیدی است که در شرکت طراحی شده است.

یکی از شرکت‌های فناور با هدف بهره‌مندکردن صنعت برق از توانمندی دانشی خود اقدام به طراحی و تولید تجهیزات کاربردی این حوزه کرد. شرکت موج نیرو کار خود را از سال ۷۱ با هدف ارائه خدمات تعمیر و

نگهداری سیستم‌های مخابرات و تله‌متری مراکز دیسپاچینگ ملی برق ایران و دیسپاچینگ در تهران کار خود را آغاز کرد. این شرکت طی سال‌ها به عنوان یک مجموعه فناور در حوزه دیسپاچینگ، تله‌متری، اسکادا و مخابرات در صنعت برق (تولید، انتقال، توزیع و دیسپاچینگ) فعالیت کرد و توان اجرای پروژه‌های مخابرات و اتوماسیون صنعتی در صنایع نفت و گاز، پتروشیمی، آب و صنایع حمل‌ونقل ریلی را دارا است.

به گفته قاسم کریمی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، اجرای پروژه به صورت EPC در حوزه‌های اتوماسیون، دیسپاچینگ و مخابرات صنعتی، طراحی و توسعه نرم‌افزارهای صنعتی به خصوص نرم‌افزارهای دیسپاچینگ در حوزه مدیریت انرژی، طراحی و تولید تجهیزات تله متری، دیسپاچینگ و مخابراتی، طراحی و تولید فیلترهای حذف هارمونیک صنعتی



## فرصتی فناوریانه؛ متخصصان هوش مصنوعی بازار را رونق می دهند

زمستان امسال برای مستعدان هوش مصنوعی فرصتی فناوریانه فراهم شده است تا توانمندی‌های خود را پرورش دهند و به بازار معرفی کنند. دوره حضوری، آنلاین و رایگان زمستانه هوش مصنوعی، چهارم دی‌ماه امسال با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مرکز ملی توسعه مهارت‌های اقتصاد دیجیتال و توسط مرکز تحقیقات هوش مصنوعی پارت آغاز می‌شود. این دوره با هدف جذب افراد مستعد و پرورش توانایی‌های آنها برای ورود به بازار کار هوش مصنوعی برگزار می‌شود. زبان برنامه‌نویسی مقدماتی و پیشرفته، مبانی شبکه‌های عصبی و یادگیری عمیق، تشخیص و بازنمایی چهره، مبانی پردازش زبان طبیعی، شبکه‌های تخصصی و ... از جمله محورهای این دوره آموزشی است.



### یادداشت



حضور بیش از ۳۵۰ شرکت فناور

## ۸۳۰ میلیارد تومان یارانه به تجهیزات و مواد آزمایشگاهی «ایران ساخت» تعلق گرفت

نشست خبری مشترک «هشتمین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت» بیست و یکمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش، فناوری و فن بازار برگزار شد. در این نشست پیمان صالحی، معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری و غلامحسین رحیمی معاون پژوهش و فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و علیرضا مجدالدین مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری حضور داشتند. پیمان صالحی، معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این نشست گفت: در این دوره، «هشتمین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت» به صورت مشترک با بیست و یکمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش، فناوری و فن بازار برگزار می‌شود. این همکاری مشترک علاوه بر تأثیرات گسترده در توسعه پژوهش‌های فناوریانه در سطح کشور با خود پیام هم‌افزایی به همراه دارد. صالحی با اشاره به مقدمات برگزاری این نمایشگاه افزود: در سال جاری قرار بود هشتمین نمایشگاه به صورت حضوری برگزار شود، اما با توجه به مصوبات ستاد مقابله با کرونا این نمایشگاه به صورت مجازی و آنلاین برنامه‌ریزی شده است. به گفته وی، در این هشت دوره برگزاری نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت، شاهد تحولات زیادی بوده و به یک نوع رشد و بالندگی رسیده است. در دوره اول تمام یارانه‌های اختصاص یافته به محصولات ۵۰ درصد بود اما به مرور حمایت‌های اختصاص یافته به شکل هدفمندتری درآمدند و این مسئله رشد محصولات فناوریانه در این حوزه را در به دنبال داشت. همچنین تلاش کردیم با ایجاد این نمایشگاه علاوه بر تقویت تولید داخلی، به ایجاد برندهای معتبری که توان رقابت در عرصه‌های بین‌المللی را نیز دارند، کمک کنیم. معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ادامه داد: تعداد شرکت‌های ثبت‌نام‌کننده برای حضور در این رویداد به بیش از ۳۵۰ شرکت رسیده است. تاکنون در حدود ۸۳۰ میلیارد تومان نیز در قالب این نمایشگاه یارانه به محصولات پرداخت شده است. البته در دوره قبل متوسط یارانه پرداختی به محصولات در حدود ۳۵ درصد بود. هدف ما در این رویداد هر ساله، یک تعامل

برد-برد میان دولت و بخش خصوصی است. وی ضمن توضیح برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، گفت: این نمایشگاه طبق روال سال‌های قبل برگزار می‌شود. البته در دوره قبل یک برنامه جدید هم به نمایشگاه اضافه شد و آن حمایت از خرید مدارس، هنرستان‌ها و پژوهش‌سراهای دانش‌آموزی از این نمایشگاه است. امیدوار هستیم امسال نیز شاهد خرید هرچه پرشورتر مدارس، هنرستان‌ها و مراکز علمی و آموزشی و پژوهش‌سراهای وابسته به این وزارتخانه در نمایشگاه باشیم. صالحی زمان آغاز به کار نمایشگاه را ۲۷ آذرماه دانست و گفت: این نمایشگاه به صورت دائمی در طول سال برگزار است و فروش محصولات آن تا هفته قبل نیز ادامه داشت. افراد برای دریافت پیش فاکتور و مشاهده محصولات می‌توانند به سایت iranabexpo.ir مراجعه کنند. همچنین در ادامه غلامحسین رحیمی، معاون پژوهش و فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در این نشست ضمن تبریک هفته پژوهش گفت: سعی کرده‌ایم تمام برنامه‌های دوره‌های قبل را در بیست و یکمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش، فناوری و فن بازار، به صورت آنلاین اجرا کنیم و نه تنها از حجم برنامه‌های این رویداد بزرگ کم نشد، بلکه در دوره جاری چند برنامه جدید نیز به آن افزوده شد. رحیمی در ادامه گفت: ۶۹ دانشگاه، ۱۸ پژوهشگاه، ۳۵ پارک علم و فناوری، ۱۵ مرکز رشد و ۵ موسسه تحقیقات وابسته به دستگاه‌های اجرایی از جمله شرکت‌کنندگان در این رخداد سالیانه هستند. معاون پژوهش و فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در ادامه ضمن تشکر از همکاری مسئولان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، افزود: برگزاری مشترک این دو نمایشگاه ارزش علمی و فناوریانه آن خواهد افزود. وی همچنین گفت: به صورت استثنایی استان تهران با ۶۱۲ طرح، بیشترین طرح را به بیست و یکمین دوره از نمایشگاه ارسال کرده است و مازندران، گیلان و اصفهان به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

## رونق «ایران ساخت»؛ مجموعه حمایت‌ها از محصولات دانش‌بنیان تدوین شد

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای حمایت از ساخت داخل کالای دانش‌بنیان یک بسته حمایتی متنوع را تدوین کرده است. حمایت عمل‌گرایانه از کالای دانش‌بنیان ساخت داخل، نیازمند تلاش‌های فرادستگاهی است. با این همه، علی‌رغم برخی مشکلات و عدم هماهنگی‌های فرادستگاهی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توانسته است، یک بسته مدون از خدمات متنوع را به شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور عرضه کند تا ساخت محصولات دانش‌بنیان رونق یابد. به دلیل حمایت این معاونت از کالا و محصولات ساخته شده توسط شرکت‌های دانش‌بنیان، تعداد این شرکت‌ها در یک بازه زمانی ۸ ساله از ۳۰ عدد به بیش از ۵ هزار و ۳۰۰ شرکت افزایش یافته است. همچنین بیش از یک هزار شرکت خلاق، ۶ هزار استارت‌آپ و هزاران شرکت فناور در این زیست‌بوم فعالیت می‌کنند. در حال حاضر حدود ۱۴۰ خدمت مختلف به شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور عرضه می‌شود. برخی از این خدمات به صورت انحصاری در بسته حمایت از کالای دانش‌بنیان ساخت داخل قرار گرفته است. این بسته حمایتی خود به تنهایی شامل خدمات مختلفی است. برای مثال تجهیزات و ماشین‌آلات پیشرفته ساخت شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به صورت اقساط و با استفاده از تسهیلات به فروش برسد. این امر باعث می‌شود که نزد خریدار، یک جذابیت مضاعف برای خرید کالای دانش‌بنیان ایجاد شود. با توجه به اهمیت حوزه سازندگان تجهیزات آزمایشگاهی در زیست‌بوم نوآوری کشور معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یک نمایشگاه دائم به عنوان نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت راه‌اندازی کرده است. در «نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت» براساس عمق و میزان ساخت داخل بودن محصولات،

کالاهای تولیدشده رتبه‌بندی می‌شوند و به این محصولات یارانه خرید اعطا می‌شود. شرکت‌ها برای استفاده از این خدمت کافی است به سامانه iranabexpo.ir مراجعه کنند و برای حضور در نمایشگاه تقاضا دهند. همچنین در راستای حمایت از تولیدات با کیفیت «ایران ساخت»، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تعامل با مراجع ذی‌صلاح از اصلاح تعرفه‌های گمرکی مرتبط پشتیبانی می‌کند. برای استفاده از این خدمت، شرکت متقاضی بایستی درخواست خود را به همراه مستندات به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ارسال کند. ممنوعیت خرید کالاهای خارجی دارای ساخت داخل، براساس مصوبه هیأت دولت ممکن شده است. براساس مصوبه هیأت وزیران، دستگاه‌های دولتی مجاز نیستند کالاهایی که سازندگان داخلی تولید کرده‌اند را از خارج کشور خریداری کنند. این قانون با توجه به ریزش‌های چند ساله معاونت محقق شد. شرکت‌ها می‌توانند در مکاتبه و تعامل با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای اجرای هرچه بهتر این قانون، همکاری کنند. ممکن است یک کالا و محصول دانش‌بنیان برای اولین بار در یک شرکت دانش‌بنیان ساخته شود. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، خدمات بسیار متنوعی به کالای ساخت بار اول ارائه می‌دهد. برای مثال بسته مالی حمایت از نمونه آزمایشی از جمله این خدمات است. دیگر خدمات ارائه‌شده در بسته «۱۴۰» خدمت به شرکت‌های دانش‌بنیان» نیز ممکن است به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در حمایت از کالای دانش‌بنیان ساخت داخل موثر باشند. علاقه‌مندان می‌توانند برای اطلاع از جزئیات این خدمات به سامانه اینترنتی وابسته به مرکز شرکت‌های دانش‌بنیان به آدرس www.daneshbonyanlist.ir مراجعه کنند.



## بنیانگذار DirectX در ۵۵ سالگی در گذشت

البته این تنها فعالیت انگستروم نبود. وی در صنعت گوشی‌های هوشمند نیز حضور فعالی داشت و استارت‌آپ «Wildseed» را راه‌اندازی کرد تا از این طریق حضوری پررنگ در صنعت موبایل نیز داشته باشد. استارت‌آپ وی در زمینه توسعه ویندوز موبایل و سرویس‌های آنلاین مایکروسافت همکاری می‌کرد و به موفقیت‌های خوبی رسیده بود. بی‌شک، ماندگارترین تأثیر حضور وی در توسعه پلتفرم دایرکت ایکس در صنعت گیمینگ هیچ‌گاه فراموش نخواهد شد. وی مینا و اساس بسیاری از بازی‌ها را در ویندوز ۱۰ و سری ایکس باکس پایه‌گذاری کرده است و احتمالاً برای سال‌های آینده نیز همچنان نامش زنده خواهد ماند.

روسافت به این نتیجه رسیده بودند که به بیشتری نشان می‌دهند. از نظر آنها در آشنند و همه چیز به خوبی پیش می‌رفت. دیگری راهکاری جدید تحت عنوان پلتفرم ساخت در نهایت دایرکت ایکس، ویندوز را به علاوه به مایکروسافت برای پایه‌گذاری رای سگا دریم کست کمک کرد.

## شکل‌گیری ۸ هزار همکاری توانمندی متخصصان ایرانی خارج از کشور به کار آمد

دیگر کشورها شکل گرفته‌اند و محلی هستند برای معرفی دستاوردهای فناورانه متخصصان ایرانی به دنیا. مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اجرای این برنامه در تلاش است تا در قالب حمایت از انجام پروژه‌های تحقیقاتی و فناورانه همچون سادکترا، فرصت مطالعاتی، استاد مدعو و معین، راه‌اندازی کسب و کارهای فناورانه، اشتغال در شرکت‌های فناور و برگزاری سخنرانی و کارگاه‌های تخصصی به ارتباط موثر متخصصان ایرانی خارج از کشور با مراکز علمی و فناوری برگزیده کشور کمک کند. «ارتقای سطح علمی و حرفه‌ای پایگاه تخصصی همکار»، «فراهم کردن شرایط مناسب برای توسعه فناوری‌های نوظهور و پیشرفته در کشور»، «فراهم کردن شرایط انتقال مهارت‌ها، روش‌ها و قابلیت‌های خدماتی نوین توسط متخصصان ایرانی خارج از کشور به داخل» و «کمک به تاسیس شرکت‌های فناور در حوزه‌های فناوری پیشرفته» از جمله مهمترین اهداف اجرایی کردن این برنامه توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است.

راه بیش از ۸ هزار خدمت تخصصی به صنایع و مراکز علمی، رهاورد اجرای برنامه همکاری با متخصصان و کارآفرینان ایرانی خارج از کشور است. آمارها گواهی می‌دهد که اجرای برنامه همکاری با متخصصان و کارآفرینان ایرانی خارج از کشور (Connectistiir) تاکنون توانسته ۸ هزار خدمات تخصصی و دانشی ایرانیان خارج از کشور را به نفع کشور و مردم ثبت کند. تخصص‌هایی که به مراکز علمی، فناوری و صنعتی منتخب کشور معرفی می‌شود و برای رفع نیازهای فناورانه داخلی به کار می‌رود. برنامه همکاری با متخصصان و کارآفرینان ایرانی خارج از کشور (Connectistiir) با هدف استفاده از ظرفیت علمی و تخصصی محققان و متخصصان ایرانی و برقراری ارتباط با مراکز علمی، فناوری و صنعتی منتخب کشور در حال اجرا است. این کار با ایجاد ۱۵۰ پایگاه شامل بهترین دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان کشور سرعت گرفته است. براساس آخرین آمار ارائه شده تاکنون ۱۵۰ پایگاه تخصصی همکار به این برنامه پیوسته‌اند. پایگاه‌هایی که با هدف سرعت دادن به فرآیند صادراتی زیست‌بوم فناوری و نوآوری در



## تیم کوک: هدف اپل برای منفی کردن انتشار کربن ۲۰ سال جلوتر از برنامه‌ریزی سازمان ملل است

تیم کوک در اجلاس مسائل اقلیمی در سازمان ملل، هدف بلندمدت اپل را خنثی کردن ۱۰۰ درصدی روند انتشار کربن در سال ۲۰۳۰ عنوان کرد. به گزارش زومیت، همان‌طور که انتظار می‌رفت، تیم کوک، مدیرعامل اپل، روز شنبه سخنرانی کوتاهی در اجلاس جاه‌طلبی اقلیمی ۲۰۲۰ سازمان ملل انجام داد و طی آن به نیاز کشورها برای اقدام سریع در مقابل تغییرات اقلیمی اشاره کرد. اجلاس جاه‌طلبی اقلیمی امسال به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا (Covid-19) به میزبانی سازمان ملل، انگلستان و فرانسه برگزار شد. کوک طی سخنرانی خاطرنشان کرد که هدف اپل خنثی کردن ۱۰۰ درصدی کربن در کل زنجیره تأمین تا سال ۲۰۳۰ است؛ در واقع هدف تعیین‌شده اپل ۲۰ سال جلوتر از برنامه‌ریزی سازمان ملل خواهد بود. کوک با اذعان به جاه‌طلبی کم‌نظیر اپل، می‌گوید: این یک گردهمایی مهم است و ما در اپل حضور خود را در این گروه

سیک نمی‌دانیم. ما آن را به‌عنوان نشان وظیفه می‌پوشیم. در این لحظه اضطراب تاریخی، رهبران ملل، شرکت‌ها و جوامع، وظیفه و بار سنگینی در ما تسریع کرده و هدف ما، خنثی کردن روند انتشار کربن در سراسر جهان است. ما در حال کمک به ۹۵ تأمین‌کننده خود برای بهره‌وری از انرژی ۱۰۰ درصد تجدیدپذیر هستیم و این تعداد همچنان رشد خواهد کرد. ما از طرح و نقشه راه بی‌نظیری برای خنثی کردن انتشار کربن در کل زنجیره تأمین و محصولات خود تا سال ۲۰۳۰، رونمایی کرده‌ایم؛ چیزی در حدود ۲۰ سال قبل از هدف تعیین‌شده سازمان ملل. در هر بخش چرخه محصولات از طراحی تا ساخت، دوام و ترمیم، بازیافت و سایر بخش‌ها، عمر دستگاه را در نظر می‌گیریم که فرصتی برای نوآوری در محیط زیست ایجاد می‌کند و ما را به سمت هدف خود از یک زنجیره تأمین عاری از کربن سوق می‌دهد.





## کارگاه برندینگ

## اولویت‌های تولید محتوا در سال ۲۰۲۱

|  |
|--|
| <div><div><span><span> </span></span></div><div><div>به قلم: آرماندو روگیو کارشناس بازاریابی و تولید محتوا</div></div></div> |
| <div><div><span><span> </span></span></div><div><div>مترجم:امیر آل‌علی</div></div></div>                                     |

با نزدیک شدن به سال ۲۰۲۱، یکی از سوالات اساسی این است که چه اقداماتی اولویت تولید محتوا محسوب می‌شود؟ در این راستا فراموش نکنید که شیوع ویروس کرونا، باعث شده است تا میزان استفاده افراد از اینترنت، رشدی فوق‌العاده را داشته باشد. به همین خاطر اکنون فرصتی طلایی برای بهتر دیده شدن، شکل گرفته است. اگر چه شما با گزینه‌های متنوعی در انتخاب‌های خود مواجه هستید، با این حال چند اقدام می‌تواند بالاترین نتایج ممکن را به همراه داشته باشد که در ادامه مواردی را بررسی خواهیم کرد که امکان انجام آن توسط هر فرد و یا برندی، کاملا امکان‌پذیر است.

### ۱-تعامل بدون محدودیت

در سال جدید دیگر مخاطب صفحاتی را که تعامل در آن وجود ندارد و صرفا بازدیدکننده هستند، به مانند سابق دنبال نخواهند کرد. در این رابطه لازم است تا شما در هر فعالیت خود، به دنبال تعامل باشید. در این راستا سوال پرسیدن در پایان هر پست، ساده‌ترین اقدام ممکن محسوب می‌شود، با این حال با تحلیل اقدامات انجام شده از سوی سایر برندها و مطالعه مقالات مرتبط، می‌توانید به موارد بسیار خوبی دست پیدا کنید. با این حال این نکته را نیز به خاطر داشته باشید که اگر به موارد منحصr به فرد دست پیدا کنید، بدون شک خروجی اقدامات به مراتب بهتر خواهد بود. به صورت کلی در هر اقدام باید به تعامل نیز توجه داشته باشید که در این راستا فعالیت‌نقلیکس در شبکه‌های اجتماعی مختلف، می‌تواند یک نمونه موفق محسوب شود.

### ۲-لایوهای سریالی

با توجه به این امر که محتوای ویدئویی و خصوصا پخش زنده برای مخاطب بالاترین حد جذابیت را به همراه دارد. برای جذب مخاطب بیشتر شما می‌توانید یکسری لایوهای سریالی با موضوعات ارزشمند را در دستور کار خود قرار دهید. در این راستا توصیه می‌شود که از گفت و گو با سایرین نیز غافل نشوید. این امر باعث خواهد شد تا شناس جذب مخاطب صفحات مختلف نیز به وجود آید. در این راستا برای افزایش کیفیت لایوهای خود توصیه می‌شود که به نوپردازی، استفاده از میکروفن و تهیه سناریو قبل از شروع لایو، توجه داشته باشید.

### ۳-کریمس و اعیاد

با توجه به این امر که بلافاصله پس از شروع سال نو، تعطیلات کریسمس را در پیش داریم، لازم است تا برای آن برنامه‌ای داشته باشید. در این راستا می‌توانید اقدامات جذاب بسیاری را داشته باشید. برای مثال جشن گرفتن به صورت آنلاین، از جمله این گزینه‌ها محسوب می‌شود. همچنین در محتواهای شما طی این بازه زمانی، لازم است تا به رویداد حال حاضر، توجه شود، با این حال بهتر است که از هرگونه قرار ملاقات و نشست جلوگیری کنید. علت این امر به این خاطر است که هنوز برای ویروس کرونا واکنسی به صورت جهانی عرضه نشده است. به همین خاطر عدم توجه شما می‌تواند یک ضدتبلیغ باشد. درواقع در رابطه با تعطیلات، شما حتی می‌توانید مواردی که به کسب و کار شما ارتباطی ندارد را نیز مورد توجه قرار دهید، با این حال در ایسن رابطه افراط را نیز کنار گذاشته و تنها براساس نیاز اقدام نمایید. در نهایت فراموش نکنید که تنها کریسمس مهم نبوده و شما با اعیاد و روزهای مهم دیگری نیز مواجه خواهید شد که لازم است تا برای آن برنامه‌هایی را داشته باشید.

### ۴-پوشش مداوم اخبار

یکی دیگر از اقدامات بسیار مناسب این است که اخبار حوزه کسب و کار خود را به خوبی پوشش دهید. در این راستا در کنار پوشش مناسب مهمترین‌ها، از اخبار داخل شرکت نیز غافل نشوید، با این حال حجم آنها باید به مراتب کمتر از اخبار صنعت شما باشد. به همین خاطر تنها مهمترین‌ها را به اشتراک بگذارید. درواقع اگر پایگاه خبری جامعی باشید، خود دلیلی برای پیگیری مداوم شما خواهد بود.

### ۵-برنامه هفتگی

در نهایت نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که نظم، به کار شما جذابیت بالاتری را می‌دهد. به همین خاطر لازم است تا جدول‌هایی را ایجاد کرده و به خوبی بدانید که در هر روز، چه نوع محتوایی باید به اشتراک گذاشته شود. برای مثال ممکن است هر هفته شنبه‌ها، مصاحبه را داشته باشید. این امر باعث می‌شود که مخاطب نیز بتواند با شما هماهنگی لازم را پیدا کند. واقعیت این است که تمامی اقدامات شما برای همه مخاطبان جذاب نبوده به همین خاطر این اقدام کمک خواهد کرد تا افراد بتوانند بخش‌های موردنظر را در زمان تعیین شده، دنبال نمایند. این امر احتمال ریزش مخاطب را به مراتب کمتر خواهد کرد. در آخر فراموش نکنید که این اقدامات صرفا فهرستی کوتاه از مهمترین مواردی است که برای سال جدید باید مورد توجه خود قرار دهید، با این حال این امر ایدا به معنای محدودکردن خود به این ۵ مورد نخواهد بود.

منبع : practicalcommerce.com



# تبلیغات و برندینگ

# خلق پرسنال برند به عنوان سرمایه



اگر به دنبال سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی یک استارت‌آپ و کسب موفقیت در دنیای تجارت هستید، ایلان ماسک می‌تواند الگوی خوبی در این زمینه به شمار برود.

ایلان ماسک یک کارآفرین سریالی است که غافلگیری‌ها، الهامات و قدرت پرسنال برندش، او را به یکی از سرمایه‌های اصلی شرکت‌هایش تبدیل کرده است. او به عنوان یک مهندس نرم‌افزار و یکی از موسسان شرکت نرم‌افزاری «Zipy» شروع به کار کرد و حالا صاحب «Space X» است. این شرکت فعال در حوزه هوافضا احتمالا فرصت نقل مکان بشر به دیگر سیارات را فراهم خواهد کرد. پرسنال برند او باعث می‌شود تا به خلق یک نتیجه بسیار خوب ایمان بیاورید.

ایلان ماسک در توئیتر بسیار فعال است. او گاهی به زبان روسی به تویت‌های کاربران پاسخ می‌دهد و اغلب اوقات درباره ارزش‌هایش در زندگی صحبت می‌کند. وقتی که Space X همزمان با ارائه یک خودرو مدل تسلا، دست به عرضه سنگین‌ترین دستگاه پرتابه موشک «Falcon Heavy» زد، کاربران توئیتر در قالب پست‌های مختلف از نوع علاقه او به این پرتابه پرسیدند. در ادامه تصاویری از اختراعات عجیب و غریب از روسیه پس از جماهیر شوروی منتشر شد. او حس خود را نسبت به این نوع پرتابه «عالی» توصیف کرد.

ماسک اول ماه مه خبر از فروش بخش اعظمی از اموال خود و البته در خانه خود در لس آنجلس داد. او که همواره با اجرای پروژه‌های بزرگ مخاطبان را شگفته خود می‌کند، مشغول ساخت یک سفینه فضایی با ۱۰۰ نفر ظرفیت است. او در پاسخ به سوالات مطرح شده پیرامون بخش بزرگی از اموال خود گفت که آزاد است و به پول هیچ نیازی ندارد. او می‌خواهد زندگی خود را وقف مریخ و زمین کند. اموال و مستقلات جلوی پیشرفتشر را می‌گیرند.

توسعه پرسنال برند مستلزم طی یک روند بلندمدت است که مدام باید به روز شود. مشتریان کسانی را انتخاب می‌کنند که با تمام وجود به ایجاد یک رابطه دوستی عمیق بین خود و طرف مقابل ایمان بیاورند. آنها نیاز دارند از همه ابعاد زندگی شخصی او مطلع باشند و بتوانند به وی اعتماد کنند. در نهایت مخاطبان به این نتیجه می‌رسند که هر کاری که او انجام می‌دهد جالب و مفید است. مخاطبان بر روی محصولات یا خدمات پرسنال برند محبوب خود سرماه‌گذاری می‌کنند. وجود یک پرسنال برند واضح و مشخص منجر به شناخت از او و وفادار ماندن به وی می‌شود. ماسک از راه‌های مختلف برای برقراری تماس با مخاطبان بهره می‌برد.

روند استفاده فعالانه از اصطلاح «پرسنال برند» برای نخستین بار در یک مقاله توسط روزنامهنگار آمریکایی، تام پیترز، در وب‌سایت خبری تحلیلی «Fast Company» در سال ۱۹۹۷ میلادی کلید خورد و در ادامه برندهای اختصاصی «individual brands» فعالانه در عرصه‌های مختلف کسب و کار همچنان توسعه پیدا کرده و رشد می‌کنند. صاحبان این برندها را افرادی تشکیل می‌دهند که در شغل و حرفه خود به قله موفقیت دست یافته‌اند و در میان مردم به چهره‌هایی محبوب و شناخته شده تبدیل شده‌اند. از جمله این پرسنال برندهای ممتاز و برجسته می‌توان به نام‌هایی مثل جف بزوس، ایلان ماسک، دونالد ترامپ، اپرا وینفری و استیو جابز اشاره کرد.

قوانین این بازی بسیار ساده است. اول از همه شما باید ایده اصلی را به دقت مطرح کنید و برای انجام این کار باید شناخت کاملی از خود داشته باشید و به کشف استعدادهای‌تان بپردازید. از نگاه مخاطب، ماسک با بلندپروازی خاص خود کاری کرده است تا هر غیرممکنی با او ممکن شود. در مرحله بعدی باید به تفکر و تعمق درباره نوع رفتار (نحوه صحبت کردن، گوش دادن، نوشتن و طرز نگاه کردن) و فرم ارائه خود بپردازید و دیدگاه‌تان نسبت به زندگی را شرح دهید. نقطه نظرات شما شامل افکار و عقایدتان نیز می‌شود. ماسک خود را به عنوان شخصی عاشق کار و مبتکر و در عین حال عجیب و غریب به مخاطبانش نشان می‌دهد. در تویت‌های او تناقضاتی نیز هست که از بیان آنها هیچ ابایی ندارد. او حتی ممکن است بعضی از تویت‌هایش را پس از مدتی پاک کند. آخرین مرحله تدوین یک استراتژی بازاریابی پرسنال برند است. در برقراری ارتباط طرافت به خرج دهید و بر روی سخنان و اعمال خود نظارت داشته باشید (روابط عمومی).
**علاق خود را پیدا کنید، رویای خود را دنبال کنید و خود را از دیگران متمایز کنید**

برای ساخت یک پرسنال برند از کجا شروع کنیم؟ اول از همه، به ارزیابی بنیادی بپردازید که قصد دارید براساس آن پرسنال برند خود را بنا کنید؛ مهارت‌های حرفه‌ای یا فردی یک نفر را از دیگران متمایز می‌سازد. اگر در رابطه با رشته تحصیلی خود اعتباری را کسب کرده‌اید و در صدد توسعه

فعالیت‌های‌تان در این زمینه هستید، باید در مورد ارائه صحیح دستاورد‌ها و گسترش پوشش‌دهی آنها، خوب بیندیشید.

ماسک از کودکی به کامپیوتر علاقه داشت و از ۹ سالگی برنامه‌نویسی را یاد گرفت. در ۱۲ سالگی یک برنامه به زبان BASIC نوشت و بازی ویدئویی «Blaster» خود را فروخت که قرار بود در آن کاربران سفینه‌های آدم فضایی‌ها را نابود کنند. حین تحصیل در دانشگاه، ایلان به مونتاژ کامپیوتر برای همکلاسی‌های خود می‌پرداخت. به گفته ماسک، اگر کامپیوترها بد کار می‌کردند یا ویروسی شده بودند، او دست به تعمیر آنها می‌زد. شرکت او با عنوان «Zipy» با نقشه‌هایی جامع و تلفیقی به اولین نسخه دفتر تلفن آنلاین «Yellow Pages» تبدیل شد زیرا به نظر او همه باید بتوانند ضمن دسترسی به نزدیک‌ترین پتیزافروشی به محل زندگی خود، اطلاعات مناسب برای رسیدن به آنجا را نیز دریافت کنند. در سال ۱۹۹۹، شرکت کامپیوتری «Compaq» پس از خرید سهام Zipy به قیمت ۳۰۷ میلیون دلار، آن را با موتور جست‌وجوگر «Altavista» ادغام کرد.

به طور کلی ماسک اغلب اوقات درباره حرفه خود حرف می‌زند. فرآیند شکل‌گیری برند نه فقط از مصاحبه‌های متعدد بلکه از کتاب «ایلان ماسک: تسلا، SpaceX و جاده‌ای به سمت آینده» نوشته «شلی ونس» و فیلم‌های مختلف تاثیر پذیرفت. ماسک در نقش خودش در مرد آهنی، Machete Kills، سیمپسون‌ها و یک اپیزود از تئوری بیگ بنگ بازی کرد. ایجاد این فرمت‌ها اجازه انعطاف‌پذیری در سبک ارائه خود را می‌دهند و جنبه‌های مختلفی از شخصیت را به تصویر می‌کشند. در نتیجه این احساس بیش از پیش در دل مخاطبان به وجود می‌آید که انگار او را می‌شناسند.

پرسنال برند شما، هنگام ساخت، در آینده برای‌تان سودآور خواهد بود، حتی اگر روند توسعه آن را متوقف کنید. شهرت و اعتبارتان به عنوان یک متخصص خوب و حرفه‌ای هرگز از بین نخواهد رفت.

### از هم‌افزایی و مشارکت استفاده کنید

ایلان ماسک در زمینه داستان‌سرایي مهارت بسیار زیادی دارد. وی در کنار کسب عنوان بنیانگذار و مدیرعامل تسلا، سخنگوی این شرکت نیز به شمار می‌رود که البته اغلب اوقات بیانیه‌هایش در توئیتر به سماع و نظر مخاطبان می‌رسند. ماسک شخصا اصول و مبانی اساسی تسلا را برای دیگران بیان می‌کند و درباره کیفیت خودروها و خدمات تسلا به مشتریان حرف می‌زند. اقدام فوق نه فقط بر روی خریداران بلکه بر روی سرمایه‌گذاران نیز تاثیر می‌گذارد، بر عمق ایمان و اعتماد آنها به شرکت می‌افزاید و ارزش آن را بالا می‌برد. از طریق تسلا، ایلان ماسک چشم‌انداز خود از آینده را به تصویر می‌کشد و برای تسلا نیز ارزش ایده‌ها هرگز کمتر از محصولات یا عملکرد مالی‌اش نیست. در نتیجه، طبق اصل هم‌افزایی و مشارکت، پرسنال برند ماسک و برندهای شرکت‌هایش هر دو با هم توسعه می‌یابند. همزمان با تلاش برای توسعه یک پرسنال برند، شما می‌توانید به پیشرفت‌هایی در زمینه کسب و کار نیز دست پیدا کنید.

### تغییر و تطابق

به اعتقاد داروین، این باهوش‌ترین یا قوی‌ترین افراد نیستند که زنده می‌مانند، بلکه افرادی از نبرد برای بقا سربلند بیرون می‌آیند که به بهترین شکل خود را با شرایط ناپایدار زیست محیطی وفق می‌دهند. امروزه، پیشرفت شخصی موتور رشد و ترقی است و پروژه‌های تجاری بخشی از شما، ادامه و بازتاب‌تان هستند. بسیاری از ما چندان تغییر نمی‌کنیم. تغییر به معنای خروج از حاشیه‌مان خود و وارد کردن یک عنصر نامنی به زندگی ما است. در همین حین، جهان به منزله سوپرمارکتی است که بی‌نهایت گزینه مختلف را با ما پیشنهاد می‌دهد. به علاوه، منطق آنها شامل پاشیدن علایق می‌شود. واضح است که یک سوپرمارکت نمی‌تواند اساسا فقط علایق یک فرد خاص را برآورده سازد. برای رقابت با شرکت‌های بزرگ و ریشه‌دار در یک بازار باسابقه و قدیمی، باید محصولی بهتر از دیگران را تولید کنید. حتی ساخت محصولی کمی بهتر از دیگری نیز کفایت نمی‌کند. خود را در موقعیت مصرف‌کننده قرار دهید. مصرف‌کننده صرف نظر از سایر مسائل، برندی را برمی‌گزیند که به آن اعتماد دارد. به عنوان یک رویاپرداز، ایلان ماسک از ایده‌های مبتکرانه در زمینه‌های مختلف الهام می‌گیرد، یک مشکل را انتخاب می‌کند و دست به حل آن می‌زند.

به عنوان مثال، بیشتر کشورهای جهان هنوز به اینترنت گیگابایتی دسترسی ندارند. ماسک ایده تطابق با نظریه اینترنت ماهواره‌ای را مطرح کرد که از لحاظ فنی با شکست روبرو شد. به این ترتیب او از بهترین

مهندسان کشور خواست تا بار دیگر آن را ابداع کنند. تا اواسط دهه ۲۰۲۰ سرویس اینترنت ماهواره‌ای «Starlink» به بزرگ‌ترین ارائه‌دهنده خدمات تله کام تبدیل خواهد شد. این در صورتی است که ایده اینترنت با پهنای باند جهانی از مدار تحقق یابد و شبکه‌ای مشبک ایجاد شود که بتواند کل کره زمین را پوشش دهد.

برای نمونه هدف از اجرای پروژه بلندپروازانه شرکت «The Boring»، رفع مشکل تونل‌زنی جهت حرکت فوق سریع هایپرلوپ در تونل‌ها یا تبدیل آنها به بزرگراه‌های فوق سریع است.

به نظر می‌رسد همه پروژه‌های ایلان ماسک مفید و در عین حال بلندپروازانه و باورنکردنی بوده و با هدف اعمال تغییرات اساسی در الگوی زندگی روزمره ابداع شده‌اند. ایلان ماسک همواره در همه ارتباطات خود به انتقال این پیام می‌اندیشد.

خلافتانه فکر کنید و به دنبال راه‌های جدیدی برای توسعه پایدار باشید افراد بدبین اغلب اوقات ادعا می‌کنند که تحقق ایده‌های او غیرممکن است. به همت مجله تایمز در سال ۲۰۱۳ میلادی، به عنوان یک تاجر، ماسک در فهرست تاثیرگذارترین افراد در سراسر جهان جای گرفت و ریچارد برانسون در قالب مقاله‌ای پیرامون شخصیت او، توانایی وی در اثبات نادرستی انتقادات را ستود: «اگر ایلان مسئولیت انجام کاری را برعهده بگیرد، یقین داشته باشد که آن ماموریت حتما انجام خواهد شد.» در این میان یک پارادوکس وجود دارد و آن اینکه با وجود تلاش مستمر ایلان برای بهبود وضعیت زندگی در سیاره ما، او مشغول ساخت یک سفینه فضایی است تا به وسیله آن زمین را ترک کنیم. او در واقع می‌تواند به طور همزمان به دو موضوع متفاوت فکر کند.

ماسک که بیش از این یک کارآفرین موفق بود در سال ۲۰۰۸ اعلام نمود که تسلا را برای امدال‌اندوزی تاسیس نکرده است. در واقع ثروت‌اندوزی دغدغه او نیست، وی فقط به این موضوع می‌اندیشد که لزوم کشف یک راه جدید برای حرکت وسایل نقلیه از لحاظ زیست محیطی یک مسئله بسیار مهم است که باید حل شود. در غیر این صورت، آینده برای ما آسان نخواهد بود. در حقیقت ماسک «تاجی نوع بشر» به شمار می‌رود. قدرت برند چندان حول محور منطق نمی‌چرخد و آن احساسات است که یک برند را قوی می‌کند.

ماسک چشم‌انداز خود از آینده تسلا را در قالب یک پست در سال ۲۰۱۶ به روشنی بیان کرد:

یک نوع خودروی برقی را طراحی کنید که قیمت بالایی دارد. از این پول می‌توان در راستای توسعه یک خودروی برقی در حد متوسط بهره برد. به همین ترتیب مبلغ جمع‌آوری شده بابت فروش یک خودروی برقی در حد متوسط به کمک‌تان می‌آید تا بتوانید یک وسیله نقلیه ارزان‌قیمت را تولید کنید که امکان دسترسی همگان به آن وجود داشته باشد. سقف‌های خورشیدی با یک باتری کاملا یکپارچه را بسازید. خط تولید خودروهای برقی را بسط دهید تا از بخش‌های اصلی پشتیبانی کند. میزان توانایی رانندگی به طور مستقل را بالا ببرید که ۱۰ برابر ایمن‌تر از رانندگی دستی (manual) است. به این ترتیب یک خودروی بلااستفاده پولساز می‌شود. این موضوع نشان می‌دهد که ایلان ماسک فقط خلاق نیست بلکه مشغول کار بسر روی حل یک معضل جهانی، توسعه پایدار و مراقبت برای کسب منافع بیشتر است. بدین وسیله نمونه‌های اولیه از تخصص، خیال‌اندیشی و رویاپردازی در او گردهم آمده‌اند. یک روش جای‌گذاری برند منحصر به فرد را انتخاب و بر روی شهرت و اعتبار خود به صورت آنلاین و آنلاین کار کنید

ایلان ماسک در مورد نام خودرو مدل جدید تسلا با مخاطبان شوخی می‌کند.

همه شوخی‌های او به سرعت در شبکه‌های اجتماعی پخش می‌شوند اما برای درک شوخی نهفته در پست‌هایش، باید از قبل در جریان همه اتفاق‌ها باشید. یک فرد خارج از متن، شوخی‌های او را بی‌مزه می‌پندارد. شوخی‌ها و الگوهای رفتاری ضمن به تصویر کشیدن هویت برند به شما اجازه می‌دهند تا صدای برند خود را شخصی کنید. به آسانی می‌توان از طریق ورود به پلتفرم‌های مختلف به آنها دسترسی پیدا کرد اگرچه ماسک اکثرا توئیتر را برای انجام این کار برمی‌گزیند. در نهایت، آنها می‌توانند به ابزاری قدرتمند برای برندهایی تبدیل شوند که در صدد توسعه جامعه مخاطبان هدف خود، افزایش حجم تعاملات‌شان و مشارکت آنها در پی سطح بالاتری از فراخوان هستند. رشد سریع فناوری حتی موجب رشد تعداد مخاطبان می‌شود، بنابراین احتمال وایرال شدن یک شوخی نیز بالا می‌رود.

منبع: popsof/mbanews



# استراتژی محتوا چیست؟ نقشه گنج بازاریابی محتوایی

پدیدآورنده: گروه کسب و کار فرصت امروز

روزگاری عده‌ای از یک صدای سرگردان شنیدند که در جایی دور تخته‌سنگی وجود دارد که یک راز روی آن نوشته شده است؛ این راز می‌تواند آنها را به آنچه می‌خواهند برساند و همینطور از تمام مشکلات رها کند. پس مردم به راه افتادند تا به تخته‌سنگ رسیدند.

روی این تخته‌سنگ نوشته شده بود: راز روی سمت دیگر من نوشته شده و اگر می‌خواهید آن را دریابید باید مرا به طرف دیگرم برگردانید؛ پس مردم با تلاش بسیار، رنج زیاد و حتی با گریه (!) این تخته‌سنگ را به روی دیگرش برگرداندند، اما وقتی روی دیگر آن را دیدند همگی مات و مبهوت ماندند؛ نوشته بود: راز بر روی دیگر من نوشته شده و اگر می‌خواهید آن را بفهمید باید مرا به طرف دیگر برگردانید!

ما هم می‌خواهیم رازی را با شما در میان بگذاریم: بازاریابی محتوایی می‌تواند کسب و کار شما را از زمین بلند کند، اما این راز بدون یک استراتژی راهما و برنامه‌های دقیق شما و کسب و کارتان را سر کار می‌گذارد، شما را به دور خودتان می‌گرداند، وقت و انرژی‌تان را هدر می‌دهد و ...

اگر به دنبال یک آموزش کامل و کاربردی هستید که امتحانش را پس داده باشد، توصیه می‌کنیم حتما این مقاله را بخوانید. در این مقاله همه‌چیز را درباره استراتژی محتوا موشکافی می‌کنیم، قسمت‌های مهم استراتژی محتوا را بررسی می‌کنیم، بهترین روش تدوین یک استراتژی محتوا را بررسی می‌کنیم. پیشنهاد می‌کنیم این مقاله را از دست ندهید!

## استراتژی محتوا چیست؟

۸۸ درصد از شرکت‌های B2B در ایالات متحده آمریکا برای پرموت کردن کسب و کارشان از بازاریابی محتوایی استفاده می‌کنند و در نهایت فقط ۳۲ درصد تاثیر بازاریابی محتوایی را در کسب و کارشان می‌بینند. حتما می‌پرسید چرا؟ راز کار آن ۳۲ درصد موفق در چیست؟ در حقیقت راز آنها در داشتن یک استراتژی تولید محتوا است.

آیا محتوایی که تولید می‌کنید پاسخگوی نیاز مخاطبان هدف است؟ این محتوا در مسیر اهداف شما قرار دارد؟ می‌خواهید آن را از چه کانالی منتشر کنید؟ اصلا می‌دانید مخاطبان‌تان در کدام رسانه‌ها فعال هستند؟ می‌دانید که چطور می‌خواهید محتوایی را که تولید کرده‌اید، پرموت کنید؟ چگونه می‌خواهید مشتریان‌تان را در قیف بازاریابی هدایت کنید؟

در کل می‌خواهید چه کنید؟ قبل از اینکه کاری را شروع کنید، باید دقیق بدانید می‌خواهید چه کنید و استراتژی محتوا همین «باید دقیق بدانید می‌خواهید چه کنید» است.

استراتژی محتوا نقشه گنج کنیای بازاریابی محتوایی است؛ برنامه‌ای است که راه رسیدن به اهداف بازاریابی محتوایی‌تان را، با تولید محتوای درست و انتشار و توزیع آن در کانال‌های درست، به کسب و کارتان نشان می‌دهد. استراتژی تولید محتوا شبیه به طرح ساخت یک ساختمان است. این طرح باید همه‌چیز را درباره تولید محتوا ترسیم کند و راهنمای قدم به قدم تولید و ارائه محتوای درست، مفید و کاربردی است.

اگر بیل و استراتژی شما یک هدف تجاری را دنبال نکند، یک استراتژی محتوا نیست، چراکه تولید محتوا باید در راستای اهداف بازاریابی محتوایی باشد و در غیر این صورت تولید محتوا و استراتژی تولید محتوایی در کار نیست و هرچه هست محتوا است. نکته: در این مقاله تمام دفاعاتی که از کلمه استراتژی محتوا استفاده می‌کنیم، منظورمان همان استراتژی بازاریابی محتوایی است.

## تفاوت استراتژی محتوا با بازاریابی محتوایی

اگر بازاریابی محتوایی را یک پای سیب در نظر بگیرید، استراتژی بازاریابی محتوایی یکی از شش قسمت آن است.

بازاریابی محتوایی نوعی بازاریابی است که طی یک فرآیند، محتوای ارزشمند و مرتبط با نیاز مخاطبان هدف را تولید و منتشر و توزیع می‌کند. هدف از بازاریابی محتوایی جذب مخاطبی از پیش‌تعیین‌شده، ساختن یک رابطه و تعامل دوطرفه با او و در نهایت هدایت این مخاطب به انجام کاری (خرید است).

استراتژی محتوا یکی از مراحل بازاریابی محتوایی است، برنامه‌ای که بهترین راه را برای رسیدن به اهداف بازاریابی محتوایی‌تان مشخص می‌کند. در استراتژی بازاریابی محتوایی به چراها و چگونه‌های مسیر فرآیند بازاریابی محتوایی پاسخ می‌دهید و آن را نشانه‌گذاری می‌کنید.

## چرا طراحی یک استراتژی بازاریابی محتوایی اهمیت دارد؟

پاسخ کوتاه به این سوال این است که شما بدون یک استراتژی محتوای مشخص مسیر درست را گم خواهید کرد، حتی می‌توانیم بگوییم بدون داشتن استراتژی محتوا برای شما مسیر درستی وجود نخواهد داشت که بخواهید آن را گم کنید!

استراتژی تولید محتوا به شما کمک می‌کند به اهداف‌تان برسید.

در یک حالت ایده‌آل بازاریابی محتوایی، هر تلاشی که می‌کنید باید شما را یک قدم به اهداف‌تان نزدیک کند، اما راه‌های نادرست باعث از دست‌رفتن سرمایه، انرژی و وقت شما می‌شوند.

مثلا ممکن است که محتوا را برای مخاطبان اشتباهی (محتوایی که پاسخ نیاز مخاطبان را نمی‌دهد) تولید کرده باشید، مخاطبان شما کسانی نباشند که شما تمام مدت تصور می‌کرده‌اید. مثلا تصور کنید وب‌سایتی دارید که مخاطبانش صاحبان کسب و کارها هستند و می‌خواهند درباره بازاریابی محتوایی بدانند، حالا شما بیاید درباره آموزش نگهداری حیوانات مقاله بنویسید!

به کمک استراتژی تولید محتوا می‌توانید اهداف‌تان را اولویت‌بندی کنید و در مسیر آنها قدم بردارید. با استفاده از استراتژی محتوا می‌توانید مطمئن باشید که تلاش هدفمند شما به نتیجه می‌رسد.

**۱. استراتژی محتوا به شما کمک می‌کند تا میزان پیشرفت‌تان، در مسیر رسیدن به اهدافی که تعیین کرده‌اید را بسنجید**

Key performance indicator یا به فارسی شاخص کلیدی عملکرد که به اختصار به آن KPI می‌گویند، شاخصی است که میزان عملکرد درست را می‌سنجد.

در استراتژی محتوا می‌توانید به کمک KPI و یک‌سری معیار ارزیابی دیگر، اثربخشی و عملکرد محتوایی که تولید کرده‌اید را بسنجید و مدام با تجزیه و تحلیل و ردیابی بفهمید که آیا کارهایی که برای رسیدن به اهداف خود انجام می‌دهید، به نتیجه می‌رسد یا نه؟

**۲. با استراتژی محتوا می‌توانید فرصت‌های جدیدی در کسب و کارتان پیدا کنید**

یک استراتژی محتوای خوب تمام راهایی را که می‌توانید کسب و کارتان

را پرموت کنید به شما نشان می‌دهد. راهایی مثل سوارشدن بر موج اخبار روز و ترندها، یافتن ایده‌های داستانی، تولید محتوا در قالب‌های مختلف و متناسب با قسمت‌های مختلف قیف بازاریابی محتوایی و ...

بدون داشتن یک استراتژی محتوا، تلاش برای کشف فرصت‌های جدید و تولید محتوا در قالب‌ها و رسانه‌های جدید، در نتیجه یافتن مخاطبان جدید، ناهماهنگ خواهد بود و این سردرگمی از اثربخشی کارتان کم می‌کند.

## ۳. استراتژی محتوا هزینه‌ها را کاهش می‌دهد.

استراتژی محتوا یک تصویر بزرگ و کلی از مسیری که می‌خواهید طی کنید را در اختیارتان قرار می‌دهد و راه را برای شما نشان‌گذاری می‌کند، بنابراین شما هزینه‌های زیادی صرف پروژه‌هایی که شما را به بیراهه می‌برند، نمی‌کنید. در استراتژی محتوا میزان سرمایه لازم و درست (منابع انسانی، وقت، پول) را مشخص می‌کنید. همینطور می‌توانید راهایی برای کاهش هزینه‌ها بدون آسیب‌زدن به کلیت کار پیدا کنید.

## ۴. استراتژی محتوا، فعالیت‌های تیم بازاریابی محتوایی شما را بهینه می‌کند

استراتژی محتوا، تیم تولید محتوای شما را از سردرگمی نجات می‌دهد.

هستند؟

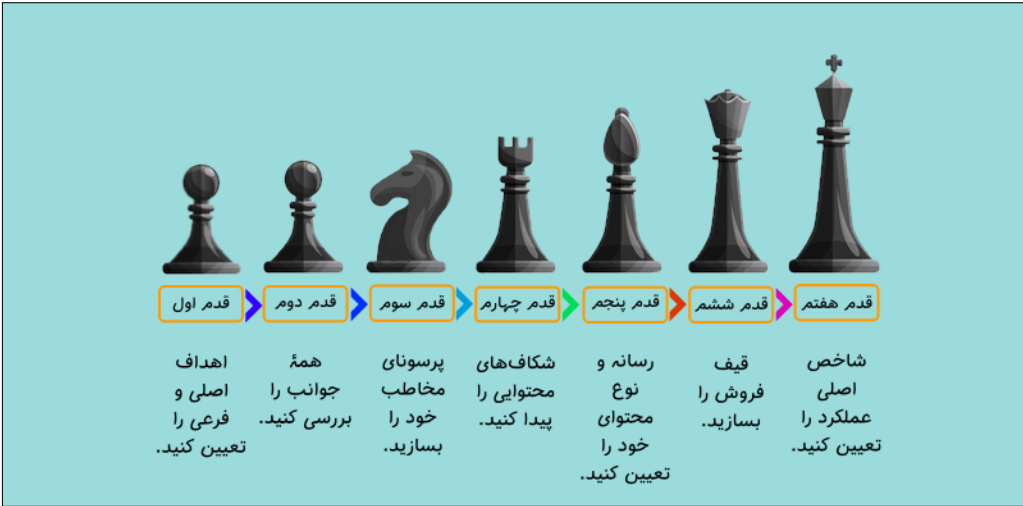
نکته‌ای که باید به آن توجه کنید این است، شما حالا چند نوع رقیب دارید، کسب و کارهایی که در تجارت با آنها در رقابت هستید با برندهایی که در بازاریابی محتوایی سعی دارید آنها را کنار بزنید تا بیشتر مخاطبان را به خودتان جذب کنید، کمی فرق دارند و نمی‌توانید یک روند را برای رقابت با آنها در پیش بگیرید.

با دانستن این موارد قدم‌های بعدی را استوارتر برمی‌دارید.

## گام سوم: پرسونای مخاطب خود را بسازید

پرسونا تصویری است که شما از مخاطب می‌سازید و برای او محتوا تولید می‌کنید، سفر مشتری را طبق خصوصیات و رفتار او می‌چینید و سعی دارید مشکلات او را حل کنید. در واقع پرسونا نماینده دسته‌ای از مخاطبان شماست که رفتار و خصوصیات نسبتا مشابهی دارند.

گفتم در بازاریابی محتوایی باید بازار هدف خود را تعیین کرده باشید. قرار نیست به همه مردم دنیا محصول‌تان را بفروشید. در این مرحله باید مخاطبان خود را مشخص کرده و بگویید با چه نوع ارتباطی می‌توانید آنها را جذب کنید. در واقع قبل از اینکه مخاطبی را به مشتری خود تبدیل کنید



باید بتوانید او را به خوبی تعریف کنید. برای این مخاطب یک تصویر بسازید و خصوصیات او را بنویسید. نام او چیست و چند ساله است؟ زن است یا مرد؟ شغل او چیست؟ کجا زندگی می‌کند؟ از فضای دیجیتال استفاده می‌کند؟ در مواجهه با محصول و خدمات شما چه دغدغه‌هایی دارد؟ چه عواملی روی تصمیمات او اثر دارد؟

چقدر درآمد دارد؟ همه این سوالات باید پاسخ داده شود و تحت عنوان پرسونا در اختیار تیم محتوایی شما قرار بگیرد.

## گام چهارم: شکاف‌های محتوایی را پیدا کنید

بعد از اینکه اهداف خود را مشخص کردید، به وضعیت خود و رقبا واقف شدید و پرسونای خود را تعریف کردید وقت آن است که موضوعاتی درست برای تولید محتوا انتخاب کنید.

برای این کار از این منابع استفاده کنید:

موضوعات و ابهامات مربوط به صنعت‌تان

دغدغه‌های مخاطبان هدف شما

تحقیق کلمات کلیدی

ببینید درباره چه مباحثی صحبت نشده است، از آنها استفاده کنید. سعی کنید از رقبای خود جلو بزنید و با پاسخ‌های کاملی که به سوالات می‌دهید، جایی برای صحبت بیشتر باقی نگذارید!

از طرف دیگر پیگیری مخاطبان هدف و نیازهای آنها به شما کمک زیادی می‌کند. سوالات مخاطبان خود را پیدا کنید و دغدغه‌های آنها را هدف بگیرید.

ایجاد محتوا براساس ابهامات صنعت و نیاز مخاطب، ترافیک را گانیک گوگل را به سمت شما روانه می‌کند و رتبه‌تان را بهبود می‌دهد. لیستی از موضوعات اصلی و ثانویه داشته باشید و با توجه به اهدافی که دارید از آنها استفاده کنید.

## چگونه تحقیق کلمات کلیدی انجام دهیم؟

در حلال حاضر ابزارهای خوبی برای تحقیق کلمات کلیدی وجود دارد، موضوعاتی که می‌خواهید برای تولید محتوا از آن بهره ببرید باید حساب‌شده باشد، وقتی ارزش هر کلمه کلیدی را بدانید بهتر می‌توانید برای آن محتوا تولید کنید.

برای تحقیق کلمات کلیدی می‌توانید از ابزارهای زیر استفاده کنید:

۱. گوگل: ساده‌ترین راه جمع‌آوری کلمات کلیدی استفاده از عباراتی است که خود گوگل با شما پیشنهاد می‌دهد.

این پیشنهادات را می‌توانید به صورت جست‌وجوی مرتبط (related to searches) در انتهای صفحه نتایج یا در حال جست‌وجوی عبارت موردنظر (google suggestion) ببینید.

۲. MOZ: در این سایت هر کلمه‌ای را که سرچ کنید به شما تعدادی عبارت مرتبط پیشنهاد می‌دهد و لیستی از سایت‌هایی که در این کلمه رتبه دارند ارائه می‌دهد.

۳. Google trends: با این ابزار می‌توانید میزان جست‌وجوی کلمه کلیدی را در بازه زمانی مشخصی بررسی کنید و حتی دو عبارت مختلف را با هم مقایسه کنید.

۴. KW finder: یک سرویس عالی برای تحلیل کلمات کلیدی است که در کنار پیشنهاداتش، آمار دقیقی هم از وضعیت سایت‌های رقیب و سختی کلمه کلیدی موردنظر می‌دهد.

۵. Keyword tool: در این سایت می‌توانید میزان سرچ دقیق کلمات کلیدی را بررسی کنید؛ در کنار آن، عبارات پیشنهادی خوبی هم دریافت می‌کنید.

## گام پنجم: رسانه و نوع محتوای خود را تعیین کنید

مخاطبان شما در چه فضاهایی حضور پررنگ دارند؟ وضعیت وب‌سایت و دیگر کانال‌های انتشار محتوای خود را آنالیز کنید تا بهترین بستر را متناسب با نوع محتوا انتخاب کنید.

رسانه‌های شما به ۲ دسته تقسیم می‌شود:

رسانه‌هایی که متعلق به خودتان است. مثل وب‌سایت و وبلاگ.

رسانه‌های اجتماعی که کنترل تمام اوضاع در آن در دست‌تان نیست، مثل اینستاگرام، توئیتر و لینکدین.

همانطور که گفتیم در رسانه‌های اجتماعی نمی‌توانید همه چیز را به صورت جزئی بررسی کنید و تنها ابزاری که برای آنالیز وضعیت دارید همان امکاناتی است که شبکه اجتماعی به شما می‌دهد.

منظور این نیست که این رسانه‌ها مناسب نیستند، البته که اگر درست و بجا استفاده شوند بسیار مؤثرند، اما این رسانه‌ها بستر مناسبی برای ارائه محتواهای اصلی شما نیستند. وقتی در سایت خود مطلبی منتشر کنید می‌توانید تمام جوانب و اقدامات را بررسی کنید و به دید درستی از عملکرد مخاطب برسید.

در شبکه‌های اجتماعی باید در کنار مفیدبودن، محتواهای جذاب و سرگرم‌کننده‌ای ارائه دهید و مخاطب را نگه دارید، اما در سایت و وبلاگ شما قضیه کمی فرق می‌کند. سایت شما جایی است که مخاطب با برند شما تمام‌قد رویه‌رو می‌شود.

نوع محتوایی که تولید می‌کنید به هدف و مخاطبان هدف شما بستگی دارد. قالب‌های متنوعی برای تولید محتوا وجود دارد؛ باید نیاز مخاطب را در نظر بگیرید و ببینید با استفاده از کدام نوع محتوا بهتر می‌توانید پاسخ او را دهید.

## گام ششم: قیف فروش را بسازید

حالا با شناختی که از مخاطبان و رسانه‌های خود دارید سعی کنید یک مسیر درست و منطقی برای خرید مخاطب ترسیم کنید. این مسیر را می‌توانید در قالب قیف فروش یا قیف بازاریابی ایجاد کنید.

قیف بازاریابی مسیری که فرد برای خرید محصول طی خواهد کرد را ترسیم می‌کند. در قیف فروش هرچه به مراحل پایینی می‌رسید، مسیر باریکتر می‌شود؛ این یعنی در هر مرحله شاهد ریزش تعدادی از مخاطبان خود هستید. جایی که مخاطب تصمیم به حذف شما می‌گیرد، همان قسمتی از مسیر است که عملکرد خوبی نداشته‌اید.

در ادامه یک مدل از قیف بازاریابی را با هم مرور می‌کنیم:

## مرحله اول: مخاطب آگاه شده است

در قسمت بالای قیف فروش مخاطبان ما کسانی هستند که تازه با ما آشنا شده‌اند، در این مرحله هدف ما جذب مخاطب است. در این مرحله باید سعی کنیم با محتوای رایگان و مفید اما کوتاه‌اعتماد او را جلب کنیم. محتوای رایگان ما می‌تواند یکی از مقالات آموزشی وبلاگ‌مان یا یک اینفوگرافیک باشد.

## مرحله دوم: علاقه دارد بیشتر بداند

در این مرحله تعداد مخاطبان ریزشی نسبی خواهد داشت. مخاطبان شما حالا کسانی هستند که توانست‌اید کمی اعتمادشان را جلب کنید و کنج‌کاوند بدانند در ادامه چه چیزی در دست دارید. هدف این مرحله پرورش مخاطب است. یعنی باید با او ارتباط بگیرید؛ می‌توانید برای آنها ایمیل ارسال کنید و مفید اما کوتاه‌اعتماد او را جلب کنیم. محتوای رایگان ما می‌تواند یکی از مقالات آموزشی وبلاگ‌مان یا یک اینفوگرافیک باشد.

## مرحله سوم: توجه او جلب شده است

در این قسمت از قیف بازاریابی، مخاطبان شما به سرخ‌های باکیفیت تبدیل شده‌اند، تعداد آنها کمتر است اما سرمایه‌گذاری روی این افراد به شدت جواب می‌دهد. هدف این مرحله ترغیب مخاطب است، باید با محتوای خود کاری کنید که اقدام موردنظر شما را انجام دهد. می‌توانید ایمیل‌هایی هدفمندتر بفرستید؛ مثلا دعوت به خرید بلیت یکی از وینارهای مفید یا ارسال چکیده یکی از کتاب‌های الکترونیکی.

## مرحله چهارم: مخاطب تصمیم می‌گیرد

نقطه حساس مسیر جایی است که مخاطب می‌خواهد تصمیم بگیرد؛ هدف شما در این مرحله این است که به مخاطب القا کنید اگر محصول شما را انتخاب نکنند، ضرر کرده است. مثلا مخاطب محصول را در سبد خرید خود گذاشته اما خرید نیمه‌کاره مانده است. در این مرحله باید محتوایی به او ارائه دهید که عزم او را جزم کند تا دکمه خرید را فشار دهد، مثلا می‌توانید با یک تماس تلفنی به او مشاوره دهید یا نسخه دموی محصول را در اختیارش قرار دهید.

## مرحله پنجم: ارزیابی می‌کند و محصول را می‌خرد

اینجا مخاطب تردیدهایی نهایی خود را با ارزیابی محصول شما کنار می‌گذارد و هدف شما همین است، کاری کنید مخاطب تردیدی نداشته باشد. این بخش را می‌توانید با یک تخفیف وسوسه‌کننده رد کنید یا حتی نظرات مثبت کاربران درباره محصول کمک بگیرید. کار آخر را مخاطب انجام می‌دهد، کلیک بر روی گزینه خرید.

در ادامه مرحله‌ای هم هست که فراتر از قیف فروش است و در آن بخش تمرکز روی تبدیل خریدار به مشتری وفادار به برند است.

## گام هفتم: شاخص‌های اصلی عملکرد (KPI) خود را تعیین کنید

گفتمیم که اهداف مشخص‌شده باید قابل اندازه‌گیری باشند تا بعد از انتشار محتوا، بتوانید عملکرد خود را بسنجید. تا زمانی که معیاری نداشته باشید، چطور می‌خواهید از درستی کار خود مطمئن شوید و یا ایرادات خود را پیدا کنید؟

برای اینکه به اهداف‌تان برسید باید بدانید چه می‌کنید، باید در میانه راه عملکردتان را بسنجید تا بفهمید کجای کارید. در سند استراتژی تولید محتوا شاخص‌هایی برای سنجش عملکرد خودتان تعیین کنید تا در مراحل مختلف بازاریابی محتوایی میزان کارآمدبودن و پیشرفت‌تان را بررسی کنید. شاخص عملکرد به شما کمک می‌کند درک بهتری نسبت به عملکرد کسب و کارتان داشته باشید و عوامل موفقیت و شکست را سریع‌تر پیدا کنید. در شاخص عملکرد یا همان KPI عوامل مختلفی مثل موارد زیر را بررسی می‌کنید:

فروش >> مثلا اندازه‌گیری حاشیه سود یا تعداد مشتریان بازاریابی >>> مثلا تجزیه و تحلیل بازدیدهای روزانه وب سایت یا نرخ کلیک

منابع انسانی >>> مثلا میزان رضایت کارمندان یا مدت‌زمانی که با شما همکاری می‌کنند

حالا که راه‌تان روشن شده است...

وقت آن رسیده که در این مسیر قدم بگذارید. بازاریابی محتوایی رازی است که کسب و کار شما را به اهدافش می‌رساند، اما این راز بدون نقشه راه و کار اصولی، شما را به نتیجه درستی نمی‌رساند. بازاریابی محتوایی به کمک

استراتژی محتوایی ممکن می‌شود.

یاقیمیم که کیفیت محتوایی که تولید می‌کنید، تا حد زیادی به استراتژی محتوای‌تان بستگی دارد. همینطور حالا می‌دانید که چطور استراتژی محتوای مخصوص کسب و کار خودتان را طراحی کنید.

مخاطبان عزیز فرصت امروز هر سوالی که داشتید از ما بپرسید، سعی می‌کنیم بهترین پاسخ را به شما بدهیم.



رهبری

پلتفرم‌های بزرگ کشور، امنا را به عنوان سامانه انحصاری احراز هویت نپذیرفتند

پلتفرم‌های آگهی آنلاین با اولویت فعالیت در حوزه فروش خودرو و مسکن، موظف به احراز هویت کاربران با سامانه اعلامی وزارت صمت شدند، اما از سامانه امنا در بزرگ‌ترین پلتفرم‌های هدف طرح استفاده نمی‌شود. کسب‌وکارهای اینترنتی فعال در حوزه نیازمندی خودرو و مسکن، با حکم دادستانی موظف شدند از اول مهرماه، کاربران خود را از طریق سامانه اعلامی وزارت صمت، معدن و تجارت با نام «امنا» احراز هویت کنند. در مرحله اول، کسب‌وکارها و پلتفرم‌های فعال در حوزه فروش خودرو و املاک باید استفاده از امنا را اجرائی می‌کردند؛ این در حالی است که با گذشت حدود سه ماه از زمان ابلاغ حکم دادستانی، پلتفرم‌های بزرگ کشور در حوزه فروش خودرو و مسکن هنوز استفاده امنا را نپذیرفته‌اند. کسب‌وکارها با موضوع احراز هویت کاربران مشکلی ندارند، اما به روند اجباری آن توسط وزارت صمت معترضند. عمده مشکل آنها مربوط به نوع طراحی سامانه امنا است که کاربر را مجبور می‌کند برای احراز هویت، ابتدا در سامانه امنا ثبت نام کند و سپس به وبسایت مورد بحث برگردد تا یک آگهی مسکن یا خودرو ثبت کند. پس متوسل شدن مرکز توسعه تجارت الکترونیک برای الزام کسب‌وکارها به دادستانی، موضوع پیچیده شد. رضا الفت‌نسب، عضو هیأت مدیره اتحادیه و انجمن صنفی کسب و کارهای مجازی، اعتقاد دارد دادستانی به دنبال پیشگیری از جرم است و عملکرد این مرکز ایجاد مشکل نکرده؛ بلکه مشکل از عملکرد مرکز توسعه تجارت الکترونیک برای استفاده اجباری تنها از یک سامانه احراز هویت است که خود مشکلاتی دارد.

صاحبان پلتفرم‌های بزرگ نیازمندی آنلاین در کشورمان برآورد می‌کنند که استفاده از امنا موجب از دست دادن بازار و ریزش کاربر می‌شود؛ همین موضوع در نهایت بستر فعالیت را به فضاهای اینترنتی غیررسمی و بدون نظارت قانون می‌کشاند. الفت‌نسب به زومیت می‌گوید درحالی‌که سامانه امنا می‌توانست در صورت اجرای درست، بسیار مؤثر واقع شود، اکنون مرکز توسعه تجارت الکترونیک با ملزم کردن کسب‌وکارها، نتیجه دلخواه را نگرفته است. عضو هیأت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی اعتقاد دارد که اگر امنا مانند سامانه‌های دیگر اختیاری بود، بسیار مورد استقبال کسب‌وکارها قرار می‌گرفت.

الفت‌نسب می‌گوید با اینکه کسب‌وکارهای نیازمندی بارها به این اقدام مرکز توسعه تجارت الکترونیک اعتراض کرده‌اند، مرکز حاضر به شنیدن مشکلاتشان و تعامل با آنها نشده است. کسب‌وکارها می‌گویند سامانه شاهدکار همین عملکرد امنا را دارد و احراز هویت می‌تواند توسط خود استارت‌آپ به شکلی انجام شود که ناراضیانی کاربران را به دنبال نداشته باشد، این خواسته غیرقانونی نیست، اما مرکز توسعه تجارت با تجربیات بسیار خود در این حوزه، به جای حمایت از کسب‌وکارها، به کار خود ادامه می‌دهد.

الفت‌نسب مشکل دیگر استفاده از امنا را تضمین نکردن کیفیت سرویس در صورت ایجاد مشکل عنوان می‌کند. به گفته او، نمی‌توان صرفاً با گفتن اینکه چنین عملی به دستور دولت انجام می‌شود، پس مشکل به وجود نیاید؛ کما اینکه بارها دولت قول داده است که چیزی قطع نمی‌شود اما قطع شده است. الفت‌نسب اعتقاد دارد اگر فضای احراز هویت باز باشد یا مرکز توسعه تجارت سرویس باکیفیتی ارائه دهد، مشکلات حل می‌شود. او می‌گوید در غیر این صورت، مرکز توسعه تجارت باید به بخش خصوصی اجازه بدهد سرویس‌های احراز هویت باکیفیت ارائه دهند و رقابت ایجاد کنند.

به گفته عضو هیأت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی، با این شرایط نمی‌توان تجارت الکترونیک را در کشور گسترش داد؛ به خصوص با توجه به وضعیتی که در آن قرار داریم. الفت‌نسب گفت: «ما بازار بین‌الملل را نداریم، بیمه و مالیات وضعیت سختی دارند، سرمایه‌گذاری صورت نمی‌گیرد؛ پس چرا اینقدر مانع برای کسب‌وکارها تراشیده می‌شود؟»

الفت‌نسب می‌گوید درگیری‌های درون حاکمیت باعث می‌شود تنها بخش خصوصی ضرر کند. به گفته او، وزارت ارتباطات در مورد ماجرای احراز هویت گفته است متولی این حوزه ما هستیم و خودمان سامانه داریم و متصدی‌اش هم هستیم؛ پس امنا حق ندارد به کسب‌وکارها دیکته شود.

در زمانی که مسئله احراز هویت مطرح شد، قرار بود استفاده از سامانه یکپارچه امنا باعث کنترل قیمت‌های مسکن و خودرو شود. با گذشت دو ماه، هنوز دیوار و شیپور از امنا استفاده نمی‌کنند اما قیمت مسکن و خودرو کنترل نشده است. رضا الفت‌نسب به زومیت می‌گوید فضای مجازی وزارت صمت در قیمت‌ها ندارد و اقدام مدیران سابق وزارت صمت در الزام کسب‌وکارها به استفاده از امنا، برای فرار از دیگر عوامل مهمی بود که در افزایش قیمت‌ها مؤثر بودند؛ در واقع تنها با جوسازی، توپ را در زمین فضای مجازی انداختند. الفت‌نسب می‌گوید: «ساده‌نگاری است که فضای مجازی را در افزایش قیمت‌ها مقصر بدانیم. شاید این فضا برخی نوسانات را به سمتی هل دهد، اما با بستن قیمت‌ها هم نمی‌توان جلوی آن را گرفت. به جای این اقدامات باید زیرساخت‌ها را قوی کنیم تا احراز هویت به‌درستی انجام شود.»

البته یک مرتبه موفقیت در استفاده از سامانه امنا به دلیل ۸ میلیون ثبت نام برای خودرو صورت گرفت و همین موضوع تبدیل به توجیه دولت در مؤثر بودن امنا شد. این درحالی‌که است که قرعه‌کشی تنها برای ۲۵ هزار خودرو انجام شد.

منبع: zoomit

چرا نوآوری در مدل کسب و کار می‌تواند کلید دستیابی به نتایج بهتر باشد؟



مترجم عاطفه جولانی

شیوع کرونا در جهان، به نوعی همه چیز را تحت تاثیر قرار داده است: مسافرت، رشد اقتصادی و سبک زندگی و ...

با این حال محدودیت‌های لازم اعمال شده برای محافظت از سلامت عمومی، افکار خلاق رهبران کسب و کار را محدود نکرده است. در واقع این دوره، زمانی برای نوآوری در مدل کسب و کار و رویکردهای جدید ارزش آفرینی محسوب می‌شود. مدیرعامل شرکت مایکروسافت، در ابتدای سال ۲۰۲۰ زمانی که به سرمایه‌گذاران گفت: «ما طی دو ماه شاهد تحول دیجیتال دو ساله بوده‌ایم.» در واقع این شرکت با قطعیت از طریق ترس جهانی ناشی از ویروس کرونا، حرکت کرد: فقط بین مارس و ژوئن سال ۲۰۲۰، برای توسعه امپراتوری رایانش ابری خود، پنج خرید انجام داد.

بنابراین، آیا برخی از زنجیره‌های تامین می‌بایست کوتاه‌تر شوند؟ آیا آموزش مؤثر می‌تواند از طریق ویدئو کنفرانس صورت پذیرد؟ آیا مشتریان مسن‌تر مانند جوان‌ترها، از خدمات بانکداری اینترنتی استقبال می‌کنند؟ به نظر می‌رسد که کوتاه‌ترین پاسخ، بله باشد و در عین حال پیامدهای طولانی‌مدت را برای مدل‌های فعلی کسب و کار به همراه خواهد داشت. در ادامه چند بینش عملی حاصل از تحقیق در مورد نوآوری در مدل کسب و کار و کارآفرینی که مزایای آن را مشاهده کرده‌اند، آورده شده است:

۱- به درستی تعریف خود را از آنچه که «مدل کسب و کار» می‌نامید، بیان کنید:

به طور خلاصه، یک مدل کسب و کار، در واقع تعریفی است از اینکه یک شرکت چگونه باید کسب و کار خود را پیش ببرد و بنابراین یکی از موضوعات مهم استراتژیک است که شرکت با آن روبرو است. به عنوان مثال در بوم dot-com، کارآفرینان اینترنتی به دلیل سازگاری خود

تحولات امیدوارکننده در عرصه تولید واکسن، در دل مردم نوعی حس خوشبینی نسبت به پایان همه‌گیری ویروس کرونا را برانگیخته است.

البته مدت‌ها باید صبر کرد تا واکسن‌های جدید به راحتی در دسترس همه مردم دنیا قرار بگیرند اما تحلیلگران وجود آینده‌ای روشن در مسیر کشف و توزیع همگانی واکسن کرونا زودتر از موعد پیش‌بینی شده را امیدبخش می‌دانند.

در صورت مشاهده واکنش مثبت در بازار نسبت به اخبار تزریق واکسن در جهان، برخی صنایع نسبت به بقیه سود بیشتری را از این شرایط می‌برند.

مردنانا، یک شرکت فعال در زمینه بیوتکنولوژی مدرن، مستقر در ماساچوست آمریکا، اخیراً اعلام کرده که واکسن کرونای تولیدی آن تقریباً ۹۵ درصد در جلوگیری از ابتلا به کووید-۱۹ مؤثر است. این خبر یک هفته پس از آن منتشر شد که شرکت Pfizer مستقر در ایالات متحده آمریکا و شرکت BioNTech آلمان به نتایج مثبت مشابهی در جریان آزمایشات بر روی واکسن کرونا خود دست یافتند.

در قالب یک یادداشت تحقیقاتی پس از انتشار خبر کشف واکسن کرونا توسط شرکت مردنانا، بانک سرمایه‌گذاری «لیبروم» (Liberum)، واقع در انگلیس، اعلام کرد که به زودی دیگر مجبور نیستیم در زندگی به سازگاری با این ویروس و خطرات ناشی از ابتلا به آن بیندیشیم.

برندگان احتمالی

صنعت حمل و نقل هوایی بیشترین صدمه را از شیوع ویروس کرونا دیده است و البته ظاهراً بیشترین بهره را نیز از اخبار مثبت تولید واکسن می‌برد. ۱۶ نوامبر، در پی انتشار خبر تولید واکسن توسط مردنانا، ارزش سهام شرکت هواپیمایی یونایتد ۸۶ درصد افزایش یافت. این رقم برای هر یک از شرکت‌های آمریکایی ایرلاین و دلتا تقریباً ۶ درصد بود.

چندی پیش شاهد رشد ۴۰ درصدی ارزش سهام شرکت مادر «بریتیش ایرویز»، یعنی «گروه خطوط هوایی بین‌المللی» بودیم و حالا نیز با انتشار این خبر جدید ارزش سهام این شرکت بار دیگر ۱۲٫۲ درصد افزایش یافت. به باور تحلیلگران اخبار تغییر و تحولات در روند تولید واکسن در دل فعالان این صنعت نور امید را می‌افکند و سرمایه‌گذاران امیدوارند که رونق بازار سفر باعث بازگشت سرمایه و رونق به این بازار پرسود شود. در این میان، بردان سوئی، تحلیلگر مستقل صنعت حمل و نقل هوایی می‌گوید که با این وجود هنوز چالش‌هایی پیش روی خطوط هوایی است.

وی در مصاحبه با وبسایت خبری تحلیلی بی‌بی‌سی خاطرنشان کرد که چشم‌انداز بلندمدت برای سفرهای هوایی تجاری هنوز در حاله‌های از ابهام قرار دارد. برخی برآوردها حاکی از کاهش دائمی ۵ تا ۲۰ درصدی تقاضا برای این نوع سفرها هستند، زیرا شرکت‌ها دیگر مثل گذشته

پاداش می‌گرفتند، اما بیشتر نوآوری‌های این افراد مرز تخیل را رد کرده و بسیاری از ایده‌های ناخردانه آنها هرگز سودآور نبودند و در نهایت منجر به سقوط بستر dot-com شدند.

این سبک از ایده‌ها و مدل‌ها، شاید به ظاهر فنون استراتژیک زیادی داشتند، اما در واقع فاقد مدل کسب و کار مناسب بودند! داشتن یک مدل تجاری مناسب، رمز پیروزی یک کسب و کار محسوب می‌شود زیرا تغییرات اساسی در آن، دارای پیامدهای عملکردی بی‌نظیری است بنابراین آخرین مطالعات بر روی ۹۱۷ شرکت خرده‌فروشی، مشخص شده است که مدل کسب و کار، در واقع ۵/۱ درصد از بازده سرمایه‌گذاری کل شرکت را تشکیل می‌دهد.

۲- عملکرد داخلی مدل کسب و کار را بررسی کنید: در یک تعریف فنی از مدل کسب و کار، آن را به عنوان مرزی برای محدوده فعالیت‌های شرکت معرفی می‌کنند که در بخش کلونی تجارت مستقر است و در عین حال می‌تواند شامل فعالیت‌هایی باشد که شرکا، تامین‌کنندگان و مشتریان، به منظور ایجاد ارزش و به دست آوردن منافع خود انجام می‌دهند. در این تعریف برخی از ویژگی‌های اصلی مانند «مرزبندی» و «مشارکت» تعبیه شده است.

برای درک بهتر این تعریف، برای چهار بعد از هر مدل کسب و کار، چهار سوال مرتبط آورده شده است که باید در ابتدای امر از خودتان بپرسید:

۱-۲ چه چیزی؟ در بخش محتوایی، این مدل شامل چه فعالیت‌هایی در زمینه کسب و کار من می‌شود؟

۲-۲ چگونه؟ در بخش ساختاری، چگونه این فعالیت‌ها، توالی فرآیندها و مکانیسم‌های تبادل بین آنها، به یکدیگر پیوند می‌خورند؟

۲-۳ چه کسی؟ در بخش مدیریتی، چه کسی این فعالیت‌ها را انجام می‌دهد؟ در واقع کدام فعالیت‌ها باید توسط شرکت من انجام شود و در مقابل کدام عملکرد برعهده شرکا،

برندگان و بازندگان واکسن کرونا

سفرهای هوایی تجاری را ضروری نمی‌دانند.

صنعت دیگری که در این میان منافع زیادی نصیبش می‌شود، املاک و مستغلات است. شیوع ویروس کرونا و در پی آن تمایل همه مردم جهان به دور کاری تاثیر زیادی بر روی وضعیت این صنعت گذاشته، اما ایده تولید یک واکسن مفید و کارآمد احتمال احیای انگیزه در افراد برای بازگشت به دفتر کار را بالا برده است.

جیم کرامر به عنوان یک مدیر مالی مجرب و موفق با ردیابی بازار به این باور رسیده که از زمان انتشار خبر تولید اولین واکسن مؤثر و معتبر برای کرونا بازار تا شش نوامبر ۹ درصد و از آن تاریخ تا الان بیش از ۱۳ درصد رشد داشته است.

ارزش سهام «امپرا استیت ریلی تراست» به عنوان یک تراست سرمایه‌گذار بر روی دفاتر و املاک خرده‌فروشی‌ها در منتهن و فعال در حوزه املاک و مستغلات در پی انتشار اخباری مبنی بر تولید واکسن کرونا توسط فایزر بیش از ۳۷ درصد افزایش یافت. ارزش سهام «اس ال گرین» نیز به عنوان یکی از بزرگترین مالکان تجاری در نیویورک نزدیک به ۳۷ درصد جهش پیدا کرد.

از طرف دیگر، ارزش سهام بزرگترین مالکان دفاتر اداری در انگلستان، شرکت «لند سکویوتیز» و گروه «برتیش لند» نیز به حالت اول و پیش از کرونا خود بازگشت و باعث شد تا در بازاری بزرگ‌تر از قبل، سرآمد دیگران باشند.

به گفته لی فونگ، مدیر تحقیقات آسیا و اقیانوسیه در شرکت خدمات املاک و مستغلات تجاری «چونز لنگ لاساله»، یک واکسن بالقوه ایستاده در برابر ابهام در وضعیت اقتصادی و بازارهای املاک و مستغلات، امید را در دل فعالان این صنعت به وجود آورده است.

فونگ در مصاحبه‌ای ایمیلی گفت که با توجه به واکنش‌های اولیه بازار املاک و مستغلات به این کشف امیدبخش، سرمایه‌گذاران انتظار دارند که بازار خرده‌فروشی املاک و مستغلات در اروپا و ایالات متحده آمریکا بیشترین سود را از تولید واکسن ببرند. در جایگاه بعدی سودآوری، صنایع اداری و هتلداری قرار دارند.

به اعتقاد وی، بازگشت تدریجی به زندگی عادی بار دیگر انگیزه پیشبرد برنامه‌های متوقف شده را در سیاست‌گذاران، اعم از ساکنان یا سرمایه‌گذاران بالا می‌برد. در نتیجه از فعالیت در زمینه املاک و مستغلات پشتیبانی خواهد شد.

بازنده‌های احتمالی

ارزش سهام بسیاری از شرکت‌های فعال در زمینه پهپاد در طول دوران شیوع ویروس کرونا رشد کرد زیرا مردم بیشتر وقت خود را در خانه می‌گذراندند. از زمان انتشار خبر تولید واکسن کرونا تاکنون، شاهد تحلیل

تامین‌کنندگان یا مشتریان ما است؟ ۲-۴ چرا؟ در بخش ارزش آفرینی، چرا مدل کسب و کار من ارزش آفرینی می‌کند و چرا باعث افزایش اعتبار می‌شود؟

این چهار بعد، اغلب وابستگی زیادی به یکدیگر دارند و ایجاد تغییر ابتکاری در بخش‌هایی از آنها، در واقع همان زمانی است که باعث ایجاد جذابیت و هیجان در مدل می‌شود.

۳- به دنبال نوآوری اثربخش باشید درک این نکته مهم است که نوآوری ارزشمند در مدل کسب و کار، به معنای صرف زمان و هزینه برای کارآمدتر کار کردن یا ارائه محصولات یا خدمات جدید و پرزرق و برق نیست. به دست آوردن نوآوری در مدل کسب و کار، بر چگونگی آن تمرکز کنید:

۱-۳ کمک به تکامل اشکال دیگر نوآوری با هدف ایجاد هم‌افزایی. شرکت اهل در این مسئله بسیار مشهور است، زیرا مشتریانی که فریب آخرین ابداعات آیفون را خورده‌اند، به دلیل فروشندگان برنامه App Store یا سیستم iTunes که هر دو از نوآوری‌های مهم در مدل کسب و کار هستند، به شرکت وفادار خواهند ماند.

۲-۳ در برابر تقلید، محافظت شده است: هنگامی که خدمات یا نوآوری‌های محصول در یک مدل تجاری جدید قرار بگیرند، رقابت با کپی‌کنندگان سخت‌تر خواهد شد.

۳-۳ تحول صنعت، با ایجاد بازارهای کاملاً جدید و یا کشف فرصت‌های تازه در بازارهای موجود.

نوآوری در مدل کسب و کار یک فرآیند پیچیده است و اغلب دچار کج‌فهمی شده و یا نادیده گرفته می‌شود، ولی اگر به درستی صورت بگیرد، یک روش مؤثر برای ارتقای شرکت شما و رسیدن به نتایج برتر است.

منبع: forbes/modirinfo

رفتن ارزش سهام آنها در بازارها هستیم. اگرچه بخش اعظمی از آنها موفق به حفظ جایگاه رفیع خود شده‌اند اما در پی اعلام خبر تولید واکسن کرونا توسط شرکت‌های دارویی، تا حدی افول در این زمینه احساس شد. آنها جایگاه رفیع فعلی خود را مدیون این همه‌گیری جهانی در سال ۲۰۲۰ میلادی هستند.

ارزش سهام غول تجارت الکترونیک، آمازون، که میلیون‌ها نفر در سراسر جهان در دوران شیوع کرونا در کنار سرویس پخش ویدئویی آن، خود را نیازمند استفاده از خدمات خرید آنلاین این شرکت می‌دیدند، تقریباً ۵،۱ درصد سقوط کرد. در آن سوی اقیانوس اطلس، شرکت بریتانیایی خرده‌فروش آنلاین «Ocado» شاهد افت ۵،۲ درصدی ارزش سهام خود بود.

نمودار تغییرات ارزش آن قسمت از سهام علی‌بابا و جی دی دات کام (JD.com) که بورس آمریکا بر روی آن سرمایه‌گذاری می‌کند نیز نوامبر پرفراز و نشیبی را تجربه کرد اگرچه ارزش سهام شرکت‌های فعال در زمینه فناوری مدرن در چین، از دخالت ناگهانی بیجینگ در عرضه اولیه عمومی سهام برنامهریزی شده یک گروه مالی وابسته به علی بابا موسوم به «انت فاینانشیال» (Ant Financial) بیش از انتشار اخبار مثبت مربوط به واکسن کرونا، آسیب دید.

در ادامه ارزش سهام شرکت تولیدکننده نرم‌افزار «روم ویدئو» (نرم‌افزاری با ایجاد امکان برگزاری کنفرانس ویدئویی) که امسال جای خود را در میان خانواده‌ها باز کرده است، پس از انتشار اخبار خوش‌بینانه درباره تولید و عرضه واکسن کرونا فایزر، ۱۷،۴ درصد کاهش یافت زیرا برخی سرمایه‌گذاران اطمینان دارند که کارمندان به دفاتر کار خود باز خواهند گشت. شرکت تغلیکس (فعال در زمینه پخش آنلاین فیلم و سریال در سراسر جهان) نیز در پی اعلام خبر تولید موفقیت‌آمیز واکسن کرونا شرکت فایزر شاهد افت ۸،۶ درصدی ارزش سهام خود بود.

قطعا، این شرکت‌های وب‌محور از شروع سال ۲۰۲۰ تا این لحظه پیشرفت زیادی کرده‌اند و روند فوق‌العاده همچنان ادامه یافته است.

قبل از انتشار این اخبار توسط شرکت فایزر، ارزش سهام زوم ویدئو با سرعتی قابل توجه در سال جاری میلادی ۶۳،۵ درصد رشد کرده بود. آمازون و تغلیکس نیز به ترتیب حس خوب افزایش ۷۹،۲ و ۵۹،۱ درصدی ارزش سهام خود را تجربه کردند.

با این وجود برخی تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند که تحولات مثبت در زمینه تولید واکسن کرونا می‌تواند (به دلیل فزونی عرضه بر تقاضا) در بلندمدت تنزل ارزش سهام شرکت‌های مشوق ماندن در خانه را در پی داشته باشد.

منبع: www.cnbc.com/mbanews



مدیرعامل شرکت اطلس پی پرکان خبر داد:

## ساخت ۴۰۰ واحد ساختمانی در تیب زرهی شهید قهرمان همدان

**همدان - خبرنگار فرصت امروز:** شرکت اطلس پی پرکان یکی از شرکتهای طرف قرارداد نازجای باشد. این شرکت تعهد دارد در کوی سازمانی تیب شهید قهرمان استان همدان در فاز اول ۱۴۴ واحد و در فاز دوم ۴۰۰ واحد را به نازجا تحویل دهد. در همین ارتباط برای پیگیری موضوع، ماهنامه گنجینه غرب با آقای مهندس مهدی پرکان، مدیرعامل این شرکت مصاحبه ای را ترتیب داد که در زیر می خوانید.

### جناب مهندس خودتان را به صورت کامل معرفی کنید؟

بنده مهدی پرکان، مدیرعامل شرکت اطلس پی پرکان، فارغ التحصیل رشته عمران و مدیریت ساخت می باشم که با توکل به خدا، تلاش و پشتکار در حال حاضر مدیریت شرکتهای اطلس و بانو را عهده دار می باشم.

### هدف شما از اجرای این پروژه ها جدای از اینکه برای شما سود مالی دارد چیست؟

من هیچگاه خودم را در اجرای این پروژه ها (مجموعه های مسکونی) یک پیمانکار نامی ندانم بلکه خود را یکی از سربازان نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران، مقام عظمای ولایت حضرت آیت... خامنه ای و شخص فرماندهی محترم نازجا میدانم. این طریقی که امروز شاهد آن هستمید طرح پیشنهادی امیر حیدری فرماندهی محترم نازجا است که به دستور مقام معظم رهبری در جهت حل مشکلات معیشتی نیروی زمینی ارتش، خانه دار شدن پرسنل فداکار و رفع دغدغه گرانی مسکن که اکثر آنها همزه دامنگیر آن شده اند اجرا شده است و من نیز به عنوان سرباز کوچک ولایت در این حوزه فقط انجام وظیفه می نمایم.

### تعهد شرکت اطلس پی پرکان در کوی سازمانی شهید قهرمان استان همدان چگونه است؟

تعهد شرکت در مرحله اول ۱۴۴ واحد و در مرحله دوم ۴۰۰ واحد مسکونی است.

### با توجه به فرمایشات امیر حیدری فرماندهی محترم نیروی زمینی ارتش در افتتاح ۱۴۴ واحد مسکونی کوی سازمانی شهید قهرمان اطلس پی پرکان ساخت مجتمع های مسکونی را در استانهای دیگر نیز به عهده دارد؟ این استانها چه استانهایی هستند و نیروی زمینی ارتش چه حمایتهایی از شما برای ساخت سرعتر مجتمعهای مسکونی داشته اند؟

علاوه بر استان همدان، شرکت ما در استانهای تهران، لرستان، تبریز و خوزستان در حال فعالیت است. بزرگترین حمایت فرماندهی محترم نازجا در اجرای این طرح اعتماد به پیمانکار در جهت رسیدن به هدف مهم و خیرخواهانه (حل مشکل مسکن) است که الحمد... بنده نیز از این برکت بهره مند می باشم.

### چرا اجرای پروژه های مسکونی را با توجه به قیمت بالای مصالح و تورم موجود قبول کردید و متعهد شدید که در اسرع وقت تحویل دهید؟

شرایط موجود تنها برای شرکت اطلس و بانو نیست، بلکه شرایطی است که به نوعی همه مردم با آن مواجه هستند و با آن دست و پنجه نرم می کنند. لذا می بایست امورات را به گونه ای مدیریت کرد که در زمان کاهش قیمتها نسبت به خرید کالاهای ضروری اقدام نشود، ضمن اینکه از زان مدیریت کردن و حفظ ارزش ریال نیز جزو امورات مهم در پیشبرد پروژه ها است.

### با این تکنیک تفاوت قیمت در ساخت و ساز برای شما و همکاران هم صنفی شما در شرایط کنونی چقدر است؟

۵۰ درصد تفاوت قیمت وجود دارد به شرط اینکه بدانند چه محصولی را از کجا، در چه زمانی بخرند و به چه مقدار بخرند. فرد سازنده باید در هنگام خرید به نوسانات قیمت از ۱۰ سال گذشته تا الان دقت کند به عنوان مثال اگر (سیمان در مدت همین ۱۰ ساله با رشد ۵۰ درصدی روبرو بوده است در حالی که میلگرد رشدی بالای ۲۵۰ درصدی داشته است) است و دانستن همین موضوع یک فرصت عالی برای سرمایه گذاری و حفظ ارزش ریالی پول است.

### چه تعداد اشتغال زایی در این پروژه ایجاد شده است؟

به صورت مستقیم و غیرمستقیم بالای ۵ هزار نفر در مجموعه در کل کشور مشغول به فعالیت هستند.

### چشم انداز آینده شرکت اطلس پی پرکان را چگونه ارزیابی می کنید؟

مهمترین چشم انداز اصلی شرکت در بدو تأسیس این بوده است که بعد از باروری بتواند موسسات خیره ای را در سراسر کشور دایر کند و به مردم در مناطق محروم کمک نماید. خوشبختانه این مهم تحقق پیدا کرده است و اکنون ما در شرکت چند تیم ارزیاب داریم. این افراد به روستاهای مناطق محروم اعزام می شوند و آنها وضعیت افراد محروم را در این مناطق ارزیابی می کنند. بعد از ارزیابی در دفتر مرکزی؛ پرونده های افراد گردآوری می شود و بعد از تکمیل پرونده از محاصل و سود کارها چه در بخش ساختمان و درمان با این افراد رسیدگی می شود.

## راه اندازی پویش #صنعت آب و برق\_همیاران سلامت در خوزستان

**اهواز - شبنم قیاجوند:** کارکنان و خانواده صنعت آب و برق استان خوزستان بمنظور کمک به مناطق محروم اقدام به راه اندازی این پویش اجتماعی نمودند. فواد خدآکر می رئیس شورای هماهنگی حراست های صنعت آب و برق استان خوزستان با اشاره به رهنمودهای مقام معظم رهبری در خصوص ورود جوانان مومن در عرصه خدمت رسانی به اقشار کم درآمد و محروم اظهار داشت: کارکنان و خانواده صنعت آب و برق همواره در همه عرصه های امداد رسانی و کمک به اقشار محروم پیش قدم بوده و به همین منظور اقدام به دریافت و ساماندهی

کمکهای این مجموعه بزرگ تحت عنوان #صنعت آب و برق\_ همیاران سلامت نمودیم. وی تهیه ماسک و لوازم بهداشتی، اقلام ضروری، ضدعفونی معابر و مکانهای عمومی و همچنین ارائه خدمات مشاوره پزشکی را از اقدامات و برنامه های این پویش عنوان نمود. خدآکر می همچنین ضمن تقدیر از کارکنان و خانواده صنعت آب و برق در حمایت و مشارکت از این پویش و با اشاره به آب گرفتگی تعدادی از مناطق خوزستان، امداد رسانی و کمک به مناطق محروم و درگیر این چالش را نیز از دیگر برنامه های این پویش عنوان نمود. وی افزود: این پویش با همکاری واحدهای حراست، روابط عمومی، HSE، امور بانوان و خانواده صنعت آب و برق در خوزستان آغاز و امید است در سایر نقاط کشور نیز شاهد گسترش این اقدام اجتماعی و خدایسنده باشیم.

## در آبان امسال ۲۵ کیلومتر عملیات شبکه گذاری گاز در گیلان اجرا شده است

**رشت - خبرنگار فرصت امروز:** شرکت گاز استان گیلان در آبان امسال علیرغم وجود محدودیت های مرتبط با ویروس کرونا، توانست بیش از ۲۵ کیلومتر شبکه گذاری گاز را به انجام برساند. حسین امیر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام خبر اجرای ۲۵ کیلومتر شبکه در آبان امسال اظهار داشت: علیرغم شیوع بیماری کرونا در استان، روند گازرسانی به مناطق باقیمانده با قدرت ادامه دارد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در ادامه با بیان اینکه عملیات انجام شده در آبان امسال مجموع خطوط شبکه استان به بیش از ۲۱ هزار و دویست کیلومتر رسیده است، بیان کرد: ۸۴ درصد از عملیات شبکه گذاری آبان ماه متعلق به مناطق روستایی می باشد که نشان از توجه ویژه این شرکت به برخورداری همه مردم شریف استان از نعمت گاز طبیعی دارد. حسین اکبر همچنین از نصب یک هزار انشعاب دیگر در آبان ماه امسال در گیلان خبر داد و گفت: با اجرای این عملیات، مجموع انشعابات گاز در استان به بیش از ۶۰۲ هزار عدد و تعداد کل مشترکین گاز طبیعی در گیلان به یک میلیون و ۱۲۲ هزار مشترک رسیده است. وی با اشاره به اینکه در حدود نیمی از انشعابات نصب شده آبان ماه متعلق به حفرات خالی شهرها می باشد گفت: این شرکت همانند گذشته برنامه مدونی برای گازرسانی به مناطق و محلات جا افتاده از گازرسانی در دستور کار دارد.

معاون حفاظت و بهره برداری آب منطقه ای مازندران اعلام کرد :

## افزایش ۶ درصدی ذخیره سازی آب در آبنندان های مازندران

**ساری - دهقان:** به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت آب منطقه ای مازندران، سیروس نیری معاون حفاظت و بهره برداری این شرکت در گفتگویی تلفنی با خبرنگار سیمای مرکز مازندران گفت: ۸۵۹ قطعه آبنندان با حجم ذخیره سازی ۴۰۱ میلیون متر مکعب در سراسر دشت های استان در دست بهره برداری است. نیری افزود: تاکنون ۴۵ درصد ظرفیت آبنندان های استان معادل ۱۸۰ میلیون متر مکعب ذخیره سازی آب انجام شده است. او گفت: ذخیره سازی آب در آبنندان های مازندران در مقایسه با مدت مشابه پارسل ۶ درصد افزایش داشت. معاون حفاظت و بهره برداری آب منطقه ای مازندران افزود: ۵۶ درصد مخزن سدهای مازندران معادل ۲۵۰ میلیون متر مکعب با توجه به بارندگی های سالی آبی امسال تاکنون آب گیری شده است. نیری در پایان گفت: استان مازندران با برخورداری از ۱۱ سد مخزنی در دست بهره برداری امکان ذخیره سازی حدود ۴۴۳ میلیون متر مکعب از آب های سطحی را دارد.

## بازدید سرزده مدیر مخابرات منطقه گلستان از مرکز تلفن امام سجاده (ع)

**گرگان - خبرنگار فرصت امروز:** مدیر مخابرات منطقه گلستان در بازدید سرزده از مرکز تلفن امام سجاده (ع) به بررسی مسائل فنی پرداخت. مهندس غلامعلی شهمردانی طی بازدید سرزده از مرکز تلفن امام سجاده (ع) شهرستان گرگان از نزدیک از ساختمانهای فنی این مرکز بازدید و با مسئولان بخش های مختلف و کارشناسان گفتگو کرد. مدیر مخابرات منطقه گلستان که هدف از این دیدارها آگاهی از نظرات کارشناسان در خصوص مسائل فنی عنوان کرد گفت: این گفتگوها موجب رفع بسیاری از چالش ها و با سرعت بخشیدن به ارائه خدمات خواهد شد. وی با حضور در انبار کالاهای مخابرات در این مرکز نیز ضمن بازدید از کالاهای موجود، بر استفاده حداکثری از اقلام مناسب و کاربردی تأکید کرد و افزود: در شرایط کنونی که از لحاظ تحریم دچار کمبود تجهیزات می باشیم استفاده بهینه از امکانات ضرورت داشته و باید در بهره برداری از آنها دقت لازم را بعمل آوریم. غلامعلی شهمردانی توصیه های لازم در اجرای پروژه های در دست اقدام و راهکارهای مناسب را در جهت به سرانجام رساندن آنها در زمان تعیین شده ارائه و از زحمات کارکنان این مرکز قدرانی کرد.

## استاندار آذربایجان شرقی تأکید کرد: نقش محوری رسانه ملی در عرصه فرهنگ

## لزوم تقویت زیرساخت های فنی شبکه سهند

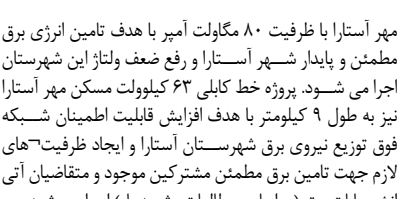


**آذربایجان شرقی - فلاح:** استاندار آذربایجان شرقی با اشاره به اثرگذاری شبکه های رادیویی و تلویزیونی رسانه ملی در سطح منطقه، بر تقویت زیرساخت های فنی صدا و سیما در استان تأکید کرد. محمدرضا پورمحمدی در آئین تجلیل از برگزیدگان شبکه سهند در هفدهمین اجلاس سراسری فناوری رسانه، با اشاره به همهجمله دشمنان علیه فرهنگ و باورهای مردم گفت: امروز فرهنگ کشور آماج حملات دشمنان است و صدا و سیما در این عرصه نقش محوری و اساسی دارد و با توجه به اثرگذاری شبکه های رادیویی و تلویزیونی در سطح منطقه، تقویت زیرساخت های فنی آن ضروری است. استاندار آذربایجان شرقی با اشاره به گسترش استفاده از فضای مجازی در میان مردم و خانواده ها، افزود: آموزش و فرهنگ سازی یکی از اقدامات اساسی است که اگر توجه کافی به آن صورت نگیرد، شاهد آسیب های متعددی خواهیم بود. وی، کاهش چشمگیر آمارهای مربوط به کرونا در استان را موهون همراهی مردم و اقشار مختلف جامعه دانست و اضافه کرد: بخش قابل توجهی از این موفقیت، موهون تلاش های صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی در افتخار مردم و فرهنگ سازی در بین خانواده ها است. پورمحمدی همچنین با اشاره به نقش تریز و آذربایجان در

مقاطع حساس تاریخی کشورمان، بر همکاری و تعامل همه دستگاهها با صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی برای معرفی ظرفیت ها و توانمندی های استان تأکید و حمایت همهجانبه مدیریت ارشد استان از برنامه های رسانه ملی در استان را اعلام کرد. مدیرکل صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی هم در این مراسم با اشاره به فعالیت ۴۴۳ ایستگاه رادیویی و تلویزیونی در استان و نیاز به تحول جدی از نظر زیرساخت های فنی این مرکز، حمایت ویژه مدیریت استان را در این خصوص خواستار شد. مرتضی صفری گفت: بی تردید آرزوهای امسال موسم تجلی توانمندی و عزم و اراده متخصصان فنی رسانه ملی در نمایش هرچه با شکوه تر فعل ما می توانیم در هفدهمین اجلاس

## مدیرعامل شرکت برق منطقه ای گیلان:

## همه پروژه های شهرداری قم همراه با پیوست معنوی و فرهنگی است



**قم - خبرنگار فرصت امروز:** رئیس کل دادگستری استان قم با ابراز قدرانی از اقدامات شهرداری قم گفت: همه پروژه های شهرداری همراه با پیوست معنوی و فرهنگی است. به گزارش روابط عمومی شهرداری قم؛ حجت الاسلام والمسلمین علی مظفری در بازدید از پروژه های شهری قم به همراه دکتر سقائیان نژاد شهردار قم، معاونین دادگستری و مدیران شهری برگزار شده با ابراز قدرانی از خدمات شهرداری قم اظهار داشت: امروز فرصتی بود که با خدمات ارزنده شهرداری در ایجاد زیربنای خوب شهری آشنا

## به بار نشستن ۱۰۰ میلیارد تومان سرمایه گذاری در شهرستان مرزی و بندری آستارا

**رشت - خبرنگار فرصت امروز:** «بهمن داراب زاده» مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان گفت: شهرستان مرزی و بندری آستارا به علت داشتن مرز گمرکی، بندر تجاری و بازارچه مرزی از اهمیت استراتژیکی برخوردار است و توسعه این شهرستان می تواند بسیار مهم و ضروری باشد. وی افزود: با توجه به اینکه برق زیربنای توسعه می باشد، برای شهرستان مرزی و بندری آستارا که موقعیت جغرافیایی خاصی دارد داشتن این زیرساخت مهم و اساسی بیش از پیش مهم بوده و با این هدف بیشتری برخوردار است. مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان گفت: برای توسعه و آبادانی بیشتر آستارا، ۳ پروژه مهم و زیربنایی: پست ۲۰/۶۳ کیلوولت مسکن مهر آستارا، احداث خط کابلی ۶۳ کیلوولت مسکن مهر آستارا با ظرفیت ۸۰ مگاوات امیر با هدف تامین انرژی برق مطمئن و پایدار شهر آستارا و رفع ضعف ولتاژ این شهرستان اجرا می شود. پروژه خط کابلی ۶۳ کیلوولت مسکن مهر آستارا نیز به طول ۹ کیلومتر با هدف افزایش قابلیت اطمینان شبکه فوق توزیع نیروی برق شهرستان آستارا و ایجاد ظرفیت های لازم جهت تامین برق مطمئن مشترکین موجود و متقاضیان آتی انشعابات برق (بر اساس مطالعات رشد بار) اجرا می شود. وی افزود: برای اجرای این ۳ پروژه مهم، حدود ۱۰۰ میلیارد تومان سرمایه گذاری شده است که با بهره برداری از این پروژه ها، شاهد افزایش پایداری شبکه برق در شهرستان آستارا و استان گیلان خواهیم بود.



**آذربایجان شرقی - خبرنگار فرصت امروز:** مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی با اشاره به یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی استان آذربایجان شرقی، از ارتقای کیفی آب شرب چهار روستا در این استان خبر داد.

وی با اعلام این خبر گفت: با یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی در آذربایجان شرقی، این شرکت اخیراً با افزایش نمونه برداری های میکروبی از شبکه توزیع روستایی و افتتاح چندین طرح و اقدامات انجام یافته در جهت کنترل کیفیت آب شرب روستاهای ورگهان اهر، ارثی مرند، سعادتلو شهردود و باقیوت ملکان از جمله آب شیرین کن، حذف آرسنیک، نصب کلرزنها الکترولیز، نمک طعام در تمام نقاط، باکیفیت و مطلوب اقدام کرده است. مدیرعامل شرکت آب

**اصفهان - قاسم اسد:** اگرچه آب آشامیدنی در استان چه در مناطق شهری و چه روستایی، سالم و بدون هرگونه میکروب و مواد شیمیایی مضر است اما با اینحال برای افزایش اطمینان هرچه بیشتر در مناطق مختلف آزمایشگاه های جدید راه اندازی می شوند. مدیر مرکز پایش و نظارت بر کیفیت آب و فاضلاب اصفهان گفت: چهار آزمایشگاه جدید مربوط به آب و فاضلاب در این استان راه اندازی می شود تا ضریب اطمینان و سنجش سلامت و بهداشت در این ارتباط بیش از گذشته افزایش یابد. فیهمه امیری افزود: ۲ آزمایشگاه از این تعداد مربوط به آب خواهد بود که در شهرستان های شاهین شهر واقع در شمال و نجف آباد در غرب استان به بهره برداری می رسد. وی اضافه کرد: ۲ آزمایشگاه دیگر مربوط به فاضلاب است و در سده لنجان واقع در شهرستان لنجان در غرب استان و دیگری در شهر بهارستان در جنوب کلانترهای اصفهان است.

مدیر مرکز پایش و نظارت بر کیفیت آب و فاضلاب اصفهان

بخش های آب و فاضلاب در استان اصفهان فعالیت می کنند و سنجش سلامت و شاخص های بهداشتی را در مناطق شهری و روستایی مسود ارزیابی قرار می دهند. وی یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی را مفید دانست و اظهار داشت: هم افزایی امکانات و تلاش برای تامین آب با درجه اطمینان بالاتر از حیث سلامت و بهداشت در مناطق مختلف از ثمرات این امر بوده است. مدیر مرکز پایش و نظارت بر کیفیت آب و فاضلاب اصفهان با بیان اینکه آزمون های سلامت آب در این خطه بصورت جدول زمانبندی و انواع مختلف آزمایش ها بصورت روزانه و ماهانه انجام می شود گفت: این مرکز از حتی کوچکترین مورد و مشکل میکروبی یا آلودگی در آب چشم پوشی نمی کند تا آب تحویلی به مردم بطور کامل سالم باشد و سلامت هم استانی ها به خطر نیفتد. شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان یک میلیون و سیصد و هشتاد هزار مشترک را زیر پوشش دارد.



# استارت آپها پلی به سوی شکوفایی اقتصادی و اشتغالزایی



استارت آپها ظرفیت‌های ناشناخته‌ای هستند که با توسعه آنها می‌توان با رشد ایده‌ها گامی اساسی در راستای شکوفایی اقتصادی و فرصت‌سازی شغلی برداشت.

به گزارش ایرنا، استارت آپها شرکت‌ها و کسب و کارهای نوپایی هستند که طراحان آنها، مراحل گسترش مخاطبان و کاربران را در پیش گرفته و هنوز در بازار، تثبیت نشده‌اند، اغلب این کسب و کارها با فناوری‌های نوین و دامنه مجازی پیوند خورده‌اند و در این بستر رشد می‌یابند.

بسیار توجه به نو بودن حوزه فناوری‌های ارتباطات، امکان رقابت در این عرصه بیش از صنایع دیرپای نفتی، خودروسازی، نظامی، ساختمان‌سازی و بانکداری مهیا است و شرکت‌های تازه تاسیس استارت آپی امکان موفقیت بیشتری در این حوزه دارند.

تأسیس یک شرکت در حوزه فناوری‌های ارتباطی نیازمند بودجه‌های کمی است و با فناوری‌های پیچیده و بسیار تخصصی روبه‌رو نیست.

برخی کشورهای آسیایی همچون هند، چین و مالزی با سرمایه‌گذاری‌هایی عظیم در زمینه استارت آپها به ویژه حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تلاش کرده‌اند تا پیش از این عرصه کسب و کار شوند و نیاز است که در راهبردهای کشور ایران نیز سهم بیشتری برای این بخش قائل شده و زمینه مناسب رشد و تثبیت آن بیش از پیش مهیا شود.

در اغلب کشورهای جهان، حمایت و زمینه‌سازی برای استارت آپها توسط دولت پی گرفته می‌شود و جنوب شرق آسیا، نمونه‌ای از کشورهایی هستند که با ایجاد بسترها و شرایط لازم، فرصت را برای رشد و پیشرفت استارت آپها فراهم ساخته و باعث گسترش شرکت‌های نوظهور و قدرتمند در این حیطه شده‌اند.

در ایران معاونت علمی و فناوری و ستادهای زیرمجموعه آن همچون ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز بار مسئولیت ایجاد زیرساخت‌ها و پیش‌شرط‌های توسعه استارت آپ را برعهده دارند و همان‌طور در معرفی ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز آمده است باید یکپارچگی‌های لازم را برای توسعه و تجاری‌سازی فناوری‌های نرم و هویت‌ساز دنبال کنند.

رئیس پارک علم و فناوری استان مرکزی در گفت و گو با ایرنا، گفت: راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا علاوه بر بسیاری از جوانان تحصیل‌کرده و دانشجویان است و در شرایطی که قشر دانشجو امکان اشتغال تمام وقت را ندارد و در شرایط کنونی اقتصاد سرمایه‌گذاری روی استارت آپها مزیتی جدی است.

«محمد رفیعی» با بیان اینکه مرز میان شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت آپها نامشخص است، اظهار داشت: شرکت‌های دانش‌بنیان براساس فعالیت بر خاسته از دانش و تولید فناوری ایجاد می‌شوند و دانش محور هستند اما، استارت آپها پاسخی خلاقانه به یک نیاز موجود یا تعریف آن است و با سرمایه اولیه خیلی پایین می‌توان فعالیت در این وادی را کلید زد.

وی بیان کرد: تلاش دانش‌آموختگان و دانشجویان برای راه‌اندازی و فعالیت شرکت‌های استارت آپ، امری ضروری و شایسته جهاد در جبهه جنگ است چراکه این مهم نقش مهمی در مقابله با تحریم‌ها و استقلال کشور دارد و باید با حمایت استعدادهای برتر کشور زمینه هدایت آنها به سمت ایجاد شرکت استارت آپ را فراهم کرد.

رئیس پارک علم و فناوری استان مرکزی اظهار داشت: توانمندسازی

حوزه‌های نوآور در صنعت و کشاورزی از الزامات روز کشور برای رسیدن به توسعه یافتگی است و می‌توان برای تقویت این واحدها از توان موجود در شرکت‌های استارت آپی و در نهایت دانش‌بنیان استفاده کرد تا این شرکت‌ها پل ارتباطی بین دانش و صنعت باشند و از سوی دیگر بسیاری از اختراعات را می‌توان به سمت تقویت واحدهای نوآوری جهت داد به شرط اینکه تولید محصول مقیاس‌پذیر، بازار محور و دارای قابلیت حصول ارزش افزوده اقتصادی و اجتماعی مدنظر باشد.

رفیعی اضافه کرد: شرکت‌های استارت آپی در کشور حلقه واسط بین ایده و فناوری هستند و مسئولان عالی‌رتبه نظام و دولت بارها بر رشد و شکوفایی آنها تاکید کرده‌اند و ارزش‌گذاری بر این حوزه مهم در سیاست‌های دولت تدبیر و امید نمایان است.

وی با اشاره به مشکلات استارت آپها و کسب و کارهای نوین دانش‌بنیان در جذب سرمایه و تأمین مالی، گفت: یکی از مهم‌ترین راهکارها در این راستا ایجاد شبکه سرمایه‌گذاران است که ادبیات و دغدغه مشترکی دارند و زبان هم را بهتر می‌فهمند اما، همه آنها توانایی شناسایی ابعاد تجارت و ورود یک تنه به آن را ندارند بنابراین بهترین الگو برای جذب سرمایه استارت آپها و یا کمک به جذب سرمایه‌گذاری اشتراکی است.

رئیس پارک علم و فناوری استان مرکزی افزود: این نهاد حمایتی به عنوان یکی از سرفصل‌های اصلی کارآفرینی، مقابله با بیکاری و ایجاد اشتغال پایدار براساس علوم و فنون روز دنیا همچنان در جامعه ناشناخته است و در همین راستا اقدامات چشمگیری در راستای حمایت از شرکت‌های استارت آپی و دانش‌بنیان در پارک انجام شده است، بنابراین نهادهای فرهنگی باید در راستای تشریح فعالیت‌های این مجموعه علمی و کارآفرین، حمایت لازم را داشته باشند.

رفیعی با بیان اینکه پارک‌های علم و فناوری در سه نسل تعریف می‌شود، بیان کرد: پارک‌های علم و فناوری در نسل یک تنها مکان فیزیکی در اختیار واحد تولیدی قرار می‌دادند و در نسل دوم به عنوان موتور محرک و فعال‌کننده واحدها نقش آفرینی می‌کرد اما، نسل سوم با هدف شبکه‌سازی فعالیت می‌کند و تشکیلات پارک در استان مرکزی در آستانه ورود به نسل سوم است.

وی اظهار داشت: با وجود ظرفیت‌های ارزشمندی که در پارک علم و فناوری استان مرکزی وجود دارد، بازارسازی و بازاریابی تولیدات همچنان به عنوان یک مشکل اساسی پابرجا مانده که پارک علم فناوری استان برنامه‌های مدونی را برای اصلاح این نقیصه تدوین کرده است.

معاون فناوری پارک علم و فناوری استان مرکزی نیز گفت: شرکت‌های استارت آپی متشکل از افرادی است که با تشکیل یک گروه، ایده‌پردازی تجاری را در دست‌تور کار خود قرار داده و پس از ارائه ایده به پارک با برنامه‌های آموزشی و تخصصی این ایده پخته و آماده تجاری‌سازی می‌شود.

«محمد کریم الدینی مکی‌آبادی» افزود: استارت آپها باید پیش از ارائه ایده، آموزش تخصصی تیم‌سازی، تجاری‌سازی، نوآوری، قوانین حمایتی، ثبت شرکت، الگوی کسب و کار را به صورت تخصصی فرا گرفته و برای یختمی آن از مشاوره‌های کارشناسان پارک علم و فناوری استفاده کنند. وی بیان کرد: هدف اصلی پارک علم و فناوری این است که از شرکت‌های استارت آپی واحدهای دانش‌بنیانی بسازد تا بتوانند ضمن ایجاد اشتغال مولد و پایدار گام مهمی در راستای توسعه اقتصادی کشور بردارد.

معاون فناوری پارک علم و فناوری استان مرکزی اظهار داشت: بیش از ۱۱۰ شرکت در این نهاد علمی و آموزشی فعالیت می‌کنند که برخی از آنها استارت آپ و شمار قابل توجهی نیز از استارت آپی فعالیت خود را آغاز کرده‌اند.

کریم الدینی ادامه داد: عاملی که باعث می‌شود اقتصاد دانش‌بنیان حرکت کند اراده فردی و جمعی افراد و دستگاه‌های اجرایی در مسئله سرمایه‌گذاری به عنوان بزرگترین حمایت از شرکت‌های استارت آپی و دانش‌بنیادی است، بنابراین باید در نهادهای دولتی و خصوصی رویه اصلی برای آن تعریف شود.

وی افزود: باید از تجارب موجود در دنیا در راستای تأثیرگذاری بر روی فضای فعالیت استارت آپها در استان مرکزی و حتی کشور بهره‌مند شد و به همین منظور باید فضای کار ایده‌آل برای استارت آپها در مجموعه استان و به خصوص پارک علوم فناوری، دانشگاه‌ها و مراکز علمی فراهم شود.

معاون فناوری پارک علم و فناوری استان مرکزی افزود: مشکل اصلی در بحث فناوری و استارت آپها ضعف بستر فرهنگی است به طوری که زمینه‌های فرهنگی برای این حیطه کسب و کار نوین در سطوح مختلف از جمله مردم عامه، سیاست‌گذاری، دستگاه‌های اجرایی و مدیران صنایع فراهم نیست.

کریم الدینی موفقیت یک استارت آپ را در فروش محصول دانست و گفت: باید با راه‌اندازی دپارتمان‌های بازاریابی و از طرفی تبلیغات گسترده و در استان با هدف رونق تولید و حمایت از تولیدکنندگان داخلی میزان فروش این شرکت‌ها را افزایش داد.

مدیرعامل شرکت روشن کاوان داده هوشمند اراک در گفت و گو با ایرنا، گفت: این شرکت در بخش سامانه جامع گردشگری با راه‌اندازی یک اپلیکیشن تخصصی فعالیت می‌کند و در کمتر از یک سال کاربران زیادی را جذب کرده است.

«رضا خدادادی» افزود: اگرچه تبلیغات و اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی گامی اساسی در راستای حمایت از شرکت‌های استارت آپی و یا دانش‌بنیان اما، در صورتی که ایده مطرح شده براساس نیازسنجی‌های کارشناسی انجام شود به تبلیغات گسترده وابستگی نیست و مردم به خوبی از ایده مذکور استقبال می‌کنند.

وی اضافه کرد: تمامی تاسیسات گردشگری کشور از قبیل جاذبه‌های کهن تاریخی، هنری، طبیعی، مسی‌سیرهای دسترس‌ی، آب و هوا و بهترین زمان برای بازدید از جاذبه‌های گردشگری نقاط مختلف کشور در اپلیکیشن شرکت روشن کاوان داده هوشمند طراحی شده و کاربران با مراجعه به این سامانه می‌توانند مکان و زمان سفر خود را مشخص کنند. مدیرعامل شرکت روشن کاوان داده هوشمند اراک اظهار داشت: این شرکت زیر نظر مرکز رشد پارک علم و فناوری استان فعالیت می‌کند و ضمن اختصاص یک مکان برای فعالیت این شرکت یک تسهیلات ۵۰۰ میلیون ریالی نیز از سوی پارک به این شرکت پرداخت شده و هشت نفر در این شرکت فعالیت می‌کنند.

مدیرعامل شرکت داده افزار روپل نیز گفت: ظرفیت‌های مطلوبی در شرکت‌های استارت آپی استان مرکزی وجود دارد که در صورت معرفی و تشریح فعالیت‌ها می‌تواند ترمیم‌گر بسیاری از چالش‌های اقتصادی و حل معضل بیکاری باشد اما همگرایایی و معرفی فعالیت‌های این بخش

ضروری است.

«معصومه غلامی» افزود: پارک علم و فناوری استان حمایت موثری در بخش ارائه تسهیلات از شرکت‌های استارت آپی دارد و شمار قابل توجهی از این شرکت‌ها به خصوص فعالان بخش خدمات نیازمند دریافت تسهیلات نیستند و باید تصمیماتی اتخاذ شود که تسهیلات به جای ارائه به شرکت‌ها به دستگاه‌ها و افرادی که به خدمات این شرکت‌ها نیاز دارند پرداخت شود.

وی ادامه داد: پرداخت تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان ممکن است در برخی از موارد به مشکلات آنها اضافه کند بنابراین ارائه این نوع تسهیلات به شرکت‌ها و دستگاه‌های بهره‌بردار می‌تواند ضمن تقویت سرمایه در گردش، امید و انگیزه را برای فعالیت گسترده‌تر و حتی جذب نیروی کار بیشتر فراهم کند.

مدیرعامل شرکت داده افزار روپل بیان کرد: قوانین دست و پاگیر در نهادهای مختلف اجرایی به خصوص در صدور مجوزها، بازارسازی و بازاریابی از مهمترین مشکلات شرکت‌های نوپای استارت آپی هستند که دولت می‌تواند با حل این مشکلات حمایت گسترده‌ای این شرکت‌ها داشته باشد.

غلامی ادامه داد: شرکت‌های استارت آپی با سرمایه ناچیزی راه‌اندازی می‌شوند و در صورت شکست هم با یک حمایت ناچیز و یا تزریق مبلغ ناچیزی تسهیلات و یا آورده داخلی می‌تواند سرپا شده و تلاش خود را دوباره از سر بگیرد، اما سرمایه‌گذاری در شرکت‌های بزرگ می‌تواند در شرایطی هزینه‌های بسیاری را برای حاکمیت و یا سرمایه‌گذاران ایجاد کند که جبران آن غیرممکن باشد.

وی درخصوص فعالیت شرکت داده افزار روپل و ایده نوینی این شرکت نیز گفت: این شرکت با استفاده از دانش‌های نوین علم داده به شرکت‌ها و نهادهای دولتی خدمات‌رسانی می‌کند، به این ترتیب که داده‌های شرکت‌های مختلف را می‌گیرد و با استفاده از الگوریتم‌های تخصصی آنها را تحلیل کرده و بازخوردش را ارائه می‌کند و براساس آن نهادهای دولتی بهترین راه برای خدمت‌رسانی با بیشترین بازدهی را انتخاب می‌کنند.

مدیرعامل شرکت داده‌افزار روپل اضافه کرد: این شرکت فعالیت خود را از یک سال قبل در استان آغاز کرده و چهار نفر در آن فعالیت می‌کنند. استان مرکزی با ۲ هزار و ۸۰۰ واحد تولیدی و صنعتی به عنوان دومین قطب صنایع مادر تخصصی و چهارمین کانون صنعت کشور مطرح است. این استان یکی از مناطق دانشجوپذیر کشور است که حدود ۱۰ درصد از جمعیت یک میلیون و ۴۱۴ هزار نفر آن را جامعه دانشگاهی شامل می‌شود.

مرکز آموزش عالی در استان مرکزی فعال است که ۱۵ واحد معادل ۱۷ و ۶۵ صدم درصد از کل دانشگاه‌ها دولتی، ۱۳ واحد معادل ۱۵ و سه صدم درصد پیام نور، ۲۲ واحد معادل ۲۵ و ۸۸ صدم درصد آزاد اسلامی، ۲۴ واحد معادل ۲۸ و ۲۴ صدم درصد علمی- کاربردی و ۱۱ واحد یک و ۹ صدم درصد دانشگاه‌های استان نیز غیرانتفاعی هستند.

پارک علم و فناوری استان مرکزی در شهریورماه سال ۱۳۸۱ براساس مصوبه شورای عالی گسترش آموزش عالی، شروع به فعالیت کرده است و در دی ماه ۱۳۸۲، اولین مرکز رشد واحدهای فناور پارک علم و فناوری استان، فعالیت اجرایی خود را آغاز کرد.

۷۰ شرکت دانش‌بنیان در استان مرکزی فعالیت می‌کنند.



# ۱۰ ترفند برای رتبه گرفتن در گوگل با ویدئو



الگوریتم‌های گوگل طی سال‌های گذشته تغییرات زیادی را به خود دیده‌اند و برای کاربران، این تغییرات خارق‌العاده بوده است. اکنون پیدا کردن اطلاعات مورد نیاز از طریق جست‌وجو راحت‌تر است و همه اینها به واسطه پیشرفت‌های الگوریتم‌های گوگل به دست آمده است، اما راحت شدن دسترسی به اطلاعات مرتبط تنها تغییر موتورهای جست‌وجو نیست و افزایش تمرکز روی محتوای ویدئویی نیز تغییر بزرگ دیگری است که شاهد آن هستیم. اکنون در هر جست‌وجویی که انجام می‌دهید، می‌توانید ویدئوهای یوتیوب مرتبط با آن را مشاهده کنید.

بازاریابی ویدئویی هنوز هم یکی از ابزارهای ارزشمند برای تبلیغ کسب و کار است و مزایای دیگری نیز دارد. از جمله:

- محتوای ویدئویی موبایل‌فرندلی است. مشاهده یک محتوای ویدئویی در دستگاه موبایل از خواندن یک مقاله ساده‌تر است.

- این سبک محتوا در حال افزایش محبوبیت خود در میان کاربران است. به استناد آمارها، در سال ۲۰۱۹ حدود ۸۰ درصد از مصرف جهانی اینترنت به محتوای ویدئویی اختصاص خواهد داشت.

فارغ از تمامی مزیت‌های محتوای ویدئویی که خود یک مطلب جداگانه را می‌طلبد، اما این محتوا نقش بسیار مهمی در سئو نیز دارد. گوگل این ترند مصرف‌گرایی جهانی را شناسایی کرده و الگوریتم‌های جست‌وجوی آن اکنون برای میزبانی از ویدئوها کاملاً آماده و بهینه هستند.

در این مقاله می‌خواهیم ۱۰ ترفندی که در رتبه گرفتن با ویدئو به شما کمک می‌کنند را ذکر کنیم. استفاده از این ترفندهای گفته‌شده باعث می‌شود حضور قدرتمندتری در جست‌وجوها داشته باشید و سایت خود را برای کاربران بهینه کنید.

۱- محتوای باکیفیت

قبل از ذکر کردن هر ترفند و نکته‌ای، لازم است تاکید کنیم که کیفیت محتوا مهم‌ترین فاکتور در سئو و رتبه گرفتن در گوگل است، چرا؟ زیرا که از دیدگاه گوگل، تحویل دادن بهترین و مرتبط‌ترین محتوا، بهترین تجربه کاربری است که این موتور جست‌وجو می‌تواند به کاربانش بدهد. محتوای باکیفیت مشارکت کاربران را به دنبال دارند و این دقیقاً همان چیزی است که گوگل می‌خواهد.

۲- از یوتیوب استفاده کنید

اگر می‌خواهید ویدئو بسازید، بهتر است تولیدات خود را در یوتیوب قرار دهید. قرار دادن ویدئوها در یوتیوب نسبت به میزبانی شخصی از آنها، مزیت‌هایی برای شما دارد. اولین مزیت این است که یوتیوب در زمینه محتوای ویدئویی محبوب‌ترین سایت جهان است. بنابراین شما با قرار دادن محتوای خود در این سرویس می‌توانید از محبوبیت یوتیوب به نفع خود بهره ببرید و میزان بازدید از تولیدات خود را به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش دهید.

میزبانی از ویدئوها در سرورهای شخصی می‌تواند باعث کاهش سرعت بارگذاری سایت شود. سرورهای یوتیوب بهینه‌سازی شده‌اند تا در سریع‌ترین زمان ممکن ویدئوها را پخش کنند، بنابراین چرا شما از این مزیت بهره نبرید؟ در نهایت، قرار دادن ویدئوهای یوتیوب در سایت، شبکه‌های اجتماعی و هر جایی که شما اراده کنید بسیار ساده است. البته این نکته را نیز باید در نظر داشته باشید که سرویس یوتیوب در ایران فیلتر است و محتوای آن در سایت‌های ایرانی نمایش داده نمی‌شوند. آپارات شاید جایگزین خوبی برای مدیران سایت‌های ایرانی باشد. گستردگی آپارات قطعاً به اندازه یوتیوب نیست، اما برخی مزیت‌های یوتیوب را در آپارات نیز می‌توان یافت.

۳- در عنوان از کلمات کلیدی استفاده کنید

همانند هر محتوای دیگری، رتبه گرفتن ویدئوها در نتایج جست‌وجو مستلزم استفاده از کلمات کلیدی مناسب است. اگر ویدئوی‌تان عنوان خوبی نداشته باشد، دیگر اهمیتی نخواهد داشت که چقدر خوب و مرتبط است و گوگل آن را به عنوان یک ویدئوی غیرمرتبط به درخواست کاربر در نظر می‌گیرد. از جمله برخی مکان‌های مهمی که می‌توانید از کلمات کلیدی در آنجا استفاده کنید، عبارتند از:

- عنوان ویدئو که در واقع همان عنوان صفحه است
- توضیحات ویدئو
- نسخه رونوشت (transcript) ویدئو

البته توجه داشته باشید که نباید به صورت افراطی از کلمات کلیدی در این مکان‌ها استفاده کنید. فقط باید مطمئن شوید که عنوان به موضوع ویدئو مرتبط است و حداقل از یک کلمه کلیدی اصلی در آن استفاده شده است.

۴- متادیتای ویدئو

از آنجایی که در مورد توضیحات ویدئو صحبت می‌کنیم، باید در مورد متادیتای ویدئو نیز صحبت به میان بیاوریم. منظور از متادیتا در اینجا مواردی مانند عنوان ویدئو، توضیح، تگ‌ها، سبب نکست، زیرنویس و ... است. تمامی این موارد برای سئو اهمیت دارند؛ به خصوص اینکه گوگل برای تعیین میزان مرتبط بودن ویدئو به درخواست کاربر، محتوای آن را مطالعه می‌کند.

زمانی را به تکمیل متادیتای ویدئوهای خود اختصاص دهید و از کلمات کلیدی مرتبط استفاده کنید.

۵- نسخه رونوشت (TRANSCRIPT) اضافه کنید

رونوشت ویدئو نیز مهم است؛ به خصوص اگر بخواهید ویدئوهای آپلودشده خود در یوتیوب را به سایت اضافه کنید. فکر نکنید که اضافه کردن ویدئو به یک صفحه خالی کفایت می‌کند. خیر. برای این صفحه نیز باید محتوا بنویسید زیرا که گوگل این محتوا را می‌خواند.

ویدئوهای‌تان باید یک نسخه رونوشت و معرفی کوتاه داشته باشند. این کار کمک می‌کند تا الگوریتم‌های گوگل بهتر بتوانند ویدئو را درک کنند.

۶- طول ویدئو نیز مهم است

اینکه ویدئوی‌تان چند دقیقه یا چند ثانیه باشد هم اهمیت دارد. البته طول ویدئو مانند یک شمیر دو لبه است. موتور جست‌وجوی گوگل قطعاً محتوای عمیق و بلند را ترجیح می‌دهد. به همین دلیل است که نتایج برتر محتوایی این موتور جست‌وجو اغلب بیش از ۱۰۰۰ کلمه طول دارند. همین موضوع برای محتوای ویدئویی نیز صادق است.

اما از نسوی دیگر، کاربران ترجیح می‌دهند تا ویدئوهای کوتاه تماشا کنند. هیچ کسی آنقدر وقت ندارد که برای فراگرفتن یک آموزش ساده، دو ساعت را به تماشای ویدئو بپوشاند، بنابراین به جای اینکه یک ویدئوی ۲۰ دقیقه‌ای داشته باشید که هیچ کسی تمایلی به دیدن آن ندارد، آن چیزی

که می‌خواهید به کاربران انتقال دهید را در یک ویدئوی دو دقیقه‌ای خلاصه کنید.

۷- بند انگشتی

بند انگشتی ویدئوها در سئو و ترافیک ارگانیک نقش مهمی ایفا می‌کنند. هرچند که گوگل می‌تواند به صورت اتوماتیک تصاویر بند انگشتی را تولید کند، اما بهتر آن است که خودتان این کار را انجام دهید. در این آموزش، گوگل دقیقاً به شما می‌گوید که چگونه باید این کار را انجام دهید. مجاب کردن افراد به کلیک روی ویدئو بسیار مهم است و بند انگشتی‌ها مانند قلبی هستند که با آن می‌توانید کاربران را به دام بی‌اندازید.

۸- ویدئوها را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید

یک روش خوب برای بهبود پروفایل آنلاین این است که ویدئوهای‌تان را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. هرچند که انجام این کار در بسیاری از موارد خیلی نمی‌تواند چاره‌ساز باشد، اما اگر ویدئوی تولیدی شما از طریق شبکه‌های اجتماعی به صورتی ویروسی منتشر شود، آن موقع است که خوش‌شانسی زنگ در خانه‌تان را به صدا در می‌آورد. شبکه‌های اجتماعی این روزها قدرتمندتر از قبل هستند و شما باید از قدرت آن‌ها به نفع خود استفاده کنید.

۹- بکلینک‌ها

اگر می‌خواهید در گوگل رتبه بگیرید، ساخت بکلینک مهم‌ترین کاری

است که باید انجام دهید. اگر سایت‌های زیادی به محتوای شما لینک بدهند، گوگل این‌طور برداشت می‌کند که این محتوا بسیار ارزشمند، مقتدر و مرتبط است.

برای رتبه گرفتن ویدئوها در گوگل نیز باید از همین قاعده تبعیت کرد. ساخت بکلینک برای ویدئوها باعث می‌شود تا در رتبه‌های بهتری از موتورهای جست‌وجو ظاهر شوید. ساخت محتوای ویدئویی باکیفیت افراد را به اشتراک‌گذاری آنها تشویق می‌کند، اما گاهی لازم است که مستقیماً از کاربران بخواهید که ویدئوهای شما را در سایت‌های خود و شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند.

۱۰- سایت مپ ویدئو را به ثبت برسانید

اگر ویدئویی را در سایت خود قرار داده‌اید، باید مطمئن شوید که گوگل می‌تواند آن را پیدا کند. هرچند که گوگل شاید بتواند به صورت خودکار این محتوا را پیدا کرده و ایندکس کند، اما هیچ تضمینی برای آن وجود ندارد، بنابراین باید یک سایت مپ ویدئویی برای سایت خود بسازید. بعد از ایجاد سایت مپ، آن را در اینجا ثبت کنید.

سایت مپ یک سینکال رتبه‌بندی برای گوگل نیست و به خودی خود نمی‌تواند باعث افزایش رتبه شود، اما به واسطه آنها گوگل می‌تواند سریع‌تر محتوای ویدئوی شما را شناسایی کند.

منبع: daagency

## آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه شهرستان ساری منطقه یک

برابر رای شماره ۱۰۰۶۷۵۲-۳۱۰۰۰۱۳۹۹۶ مورخ ۰۹-۰۹-۰۹ که در هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه یک ساری متصرفی آقای/خانم علی اکبر طالبی کولانی فرزند محمد ابراهیم نسبت به ششدانگ یک قطعه باغ مشتمل بر ساختمان به مساحت ۴۴۴۴.۷۵ متر مربع قسمتی از پلاک ۲۱ فرعی از ۳۴۵۴ اصلی واقع در یک بخش یک ثبت ساری خریداری از مالک رسمی پس از کسر سهم وقف محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م الف : ۱۹۹۰۷۷۵۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۲۵-۰۹-۹۹

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۰۹-۱۰-۹۹

مهدی دادوی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان ساری

## آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی ساختمان های فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۲۰-۹-۱۳۹۰ و برابر رای شماره ۲۳۸۸-۹۹ مورخ ۲۴-۰۸-۱۳۹۷ هیات مستقر در واحد ثبتی جویبار به کلاسه پرونده شماره ۱۶-۰۰-۹۸ جویباری تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی نسبت به { موضوع ماده یک قانون مذکور، آقای علی ظاهری ششدانگ ، یک قطعه زمین با بنای احدانی به مساحت ۸۰-۳۱۷ متر مربع که خریداری شده بدون واسطه از ، آقای علی تقی اقبالیان به شماره پلاک... فرعی از ۱۰ اصلی واقع در بخش ۷ ثبت جویبار محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهر ها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستا ها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. متعرض باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نماید در غیر اینصورت اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نمی باشد.

م الف : ۱۹۹۰۷۷۴۶

تاریخ انتشار اول : ۲۵-۰۹-۱۳۹۹

تاریخ انتشار دوم : ۱۰-۱۰-۱۳۹۹

مرتمنی قاسم پور رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان جویبار

## مفقودی

برگ سبز وسیله نقلیه نوع: سواری سایپا  
تیپ: SE۱۳۱۵ ب رنگ - سفید - روغنی مدل  
۱۳۹۴ شماره موتور ۵۲۵۰۶۹۳ شماره شاسی  
NAS۴۱۲۱۰۰۴۳۳۷۲۶۳۴ شماره پلاک خودرو  
۳۵۶ ط ۹۸ ایران ۷۹ بنام عیسی کریمی آتلی  
مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

## مفقودی

سند برگ کمپانی وسیله نقلیه نوع: سواری پراید  
تیپ: صبا جی تی ایکس ب رنگ: سبز یشمی متالیک  
مدل ۱۳۸۱ شماره موتور ۰۰۳۴۵۷۰۷ شماره شاسی  
S۱۴۱۲۲۸۱۸۱۲۰۶۵ شماره پلاک خودرو ۶۳۴ د  
۴۶ ایران ۷۹ بنام مرتضی دلسوز چهارده مفقود واز  
درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

**قابل توجه کارفرمایان شهرستان بوئین زهرا**

با سلام و احترام با عنایت به اینکه این اداره کل در نظر دارد انتخابات کارفرمایان در هیات حل اختلاف شهرستان بوئین زهرا را برگزار نماید لذا از کارفرمایان منطقه شهرستان بوئین زهرا که تقاضای عضویت در هیات مذکور را دارند دعوت می شود ضمن رعایت شرایط عضویت در آیین نامه مربوط به انتخابات اعضای هیات های حل اختلاف به شرح ذیل ، کنیا کاندیداتوری خود را طرف ۱۵ روز از انتشار آگهی به اداره تعاون ، کار و رفاه اجتماعی شهرستان بوئین زهرا اعلام نمایند ۱- تعلیمت جمهوری اسلامی ایران ۲- داشتن حداقل ۳۰ سال تمام ۳- متاهل ۴- داشتن حداقل مدرک کارشناسی و چهار سال سابقه کار تحت شمول قانون کار ۵- شمول قانون کار جمهوری اسلامی ایران ۶- آشنایی با قانون کار ومقررات مرتبط با گواهی وزارت تعاون ، کار و رفاه اجتماعی ۷- ارائه مدارک موید کارفرما بودن (مدیرعامل یا مدیرمسئول یا عضویت در هیات مدیره) ۸- نمایندگان کارفرمایان که فاقد مدرک کارشناسی می باشند به شرط داشتن حداقل مدرک گواهینامه پایان دوره متوسطه و دو دوره (چهارسال) عضویت در مراجع حل اختلاف می توانند به عضویت هیات حل اختلاف درآیند ۹- توضیح اینکه وزارتخانه ها و موسسات یا نهادهای عمومی غیر دولتی و شرکت های دولتی که دارای کارگر مشمول قانون کار هستند چنانچه خود راسا و بدون دخالت پیمانکار از کارگران مشمول قانون کار استفاده نمایند می توانند بفر تقراطلب را ازین مدیران یا کارکنان غیر مشمول قانون همان دستگاه صرفا با معرفی مدیرعامل یا بالاترین مقام دستگاه معرفی نمایند. **مدیر کل رشا گروسی - شهرستان قزوین**

**قابل توجه کارفرمایان شهرستان البرز**

با سلام و احترام با عنایت به اینکه این اداره کل در نظر دارد انتخابات کارفرمایان در هیات حل اختلاف شهرستان البرز را برگزار نماید لذا از کارفرمایان منطقه شهرستان البرز که تقاضای عضویت در هیات مذکور را دارند دعوت می شود ضمن رعایت شرایط عضویت در آیین نامه مربوط به انتخابات اعضای هیات های حل اختلاف به شرح ذیل ، کنیا کاندیداتوری خود را طرف ۱۵ روز از انتشار آگهی به اداره تعاون ، کار و رفاه اجتماعی شهرستان البرز اعلام نمایند ۱- تعلیمت جمهوری اسلامی ایران ۲- داشتن حداقل ۳۰ سال تمام ۳- متاهل ۴- داشتن حداقل مدرک کارشناسی و چهار سال سابقه کار تحت شمول قانون کار ۵- شمول قانون کار جمهوری اسلامی ایران ۶- آشنایی با قانون کار ومقررات مرتبط با گواهی وزارت تعاون ، کار و رفاه اجتماعی ۷- ارائه مدارک موید کارفرما بودن (مدیرعامل یا مدیرمسئول یا عضویت در هیات مدیره) ۸- نمایندگان کارفرمایان که فاقد مدرک کارشناسی می باشند به شرط داشتن حداقل مدرک گواهینامه پایان دوره متوسطه و دو دوره (چهارسال) عضویت در مراجع حل اختلاف می توانند به عضویت هیات حل اختلاف درآیند ۹- توضیح اینکه وزارتخانه ها و موسسات یا نهادهای عمومی غیر دولتی و شرکت های دولتی که دارای کارگر مشمول قانون کار هستند چنانچه خود راسا و بدون دخالت پیمانکار از کارگران مشمول قانون کار استفاده نمایند می توانند بفر تقراطلب را ازین مدیران یا کارکنان غیر مشمول قانون همان دستگاه صرفا با معرفی مدیرعامل یا بالاترین مقام دستگاه معرفی نمایند. **مدیر کل رشا گروسی - شهرستان قزوین**

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

برابر رای شماره ۰۰۰۳۲۷۱-۲۰۱۰۶۰۰۱۳۹۹۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورمان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای چراغعلی اردستانی رستمی فرزند علیدین بشماره شناسنامه ۵۱۷ صاهره از ۰۰۰ مقدار ۳۰۸۳۷ سهم مشاع از ۰۷-۰۷-۵۰ سهم ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی ۰۰۰ به مساحت ۵۰۷۰۷ متر مربع پلاک شماره ۳۹۶ فرعی از ۲۲۸ اصلی واقع در قریه هفت جوبه تهران بخش حوزه ثبت ملک ورمان ۰۰۰ مالکیت وحید کدخدازاده و نامه جهاد کشاورزی بشماره ۰۶/۱۹۹۲۲/۱۷۱۹۰۶۹۹۵۱ محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۹/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۰/۱۰  
رئیس ثبت اسناد و املاک - محمد رحیم پوربازری  
۲۲۸ م الف  
۸۶۰



بهبود کیفیت بازاریابی B2B در ۴ گام

به قلم: ایوان ویدجایا - کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com / ترجمه: علی آل علی

بازاریابی برای مشتریان عادی به طور کامل از بازاریابی برای شرکتها و سازمانها متفاوت است. شاید در نگاه نخست بودجه موردنیاز برای بازاریابی در حوزه‌های موردنظر شبیه به هم باشد، اما کسب و کارها توانایی عملکرد یکسان در دو حوزه موردنظر را ندارند. بازاریابی B2B در تعامل با مشتریان هدف دارای پیچیدگی‌های بسیار بیشتری است. این امر ناشی از حجم بالای مبادلات در این حوزه و دشواری‌های جلب نظر دیگر کسب و کارهاست. یک شرکت فعال در زمینه خدمات حسابداری شرکتی دارای مشتریان هدف متنوعی نیست. بسیاری از شرکتها برای بهره‌گیری از خدمات حسابداری به دنبال مقایسه مداوم برندهای در دسترس‌شان هستند. این امر اهمیت بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف را به خوبی نشان می‌دهد. گاهی اوقات اگر یک برند موفق به تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف نشود، در عمل بسیاری از شرایط کسب و کارش به مشکل برخورد خواهد خورد. در عوض عرصه کسب و کار در حوزه‌های معمولی یا B2C بسیار ساده‌تر است. مزیت اصلی این شیوه‌ها دامنه وسیع مشتریان است بنابراین اگر یک یا چند مشتری را از دست دهیم، باز هم شانس جلب نظر مخاطب هدف را خواهیم داشت. یکی از مشکلات اصلی بازاریابها برای جلب نظر مخاطب هدف ارسال ایمیل یا پیام تبلیغاتی بی‌اندازه زیاد است. اغلب اوقات این امر با واکنش منفی کاربران مواجه می‌شود. اگر یک برند به این نکته به اندازه کافی توجه نداشته باشد، به زودی به عنوان یک اسپمر شناخته خواهد شد. اسپمرها به طور کلی شامل برندها یا سازمان‌های ارسال‌کننده ایمیل یا سایر الگوهای پیام آزاردهنده هستند. برخورد اغلب سرویس‌های ایمیل و شبکه‌های اجتماعی با چنین عملکردی از سوی برندها شامل حذف یا محدودیت دسترسی اکانت‌شان خواهد بود.

بدون تردید بازاریابی در عرصه B2B دشوار است، اما غیرممکن نیست. بسیاری از برندها حتی در شرایط سخت کرونایی نیز سودهای مناسبی کسب کرده‌اند. با این حساب بررسی گزینه‌های مناسب برای بهبود کیفیت عملکرد بازاریابی در این حوزه دارای اهمیت بسیار زیادی است. در ادامه این حوزه را مورد بررسی دقیق قرار خواهیم داد.

تولید محتوای بازاریابی باکیفیت

بازاریابی محتوایی در طول سال‌های اخیر به طور گسترده‌ای دستخوش تغییرات شده است. اکنون دیگر امکان بازاریابی و تولید محتوا براساس ایده‌های یک دهه پیش نیست. اگر بازاریابها توانایی به روز رسانی ایده‌ها و ابزارهای در دسترس‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشند، به سرعت از این حوزه کنار گذاشته خواهند شد. همانطور که پیش از این بیان شد، بازاریابی در عرصه B2B سختی‌های بسیار زیادی به همراه دارد. نکته مهم در این میان ذهنیت متفاوت برندها نسبت به بازاریابی است بنابراین بازاریابی B2B در عمل باید بر روی نیازهای شرکتها و سازمان‌های مختلف تمرکز نماید. در غیر این صورت شناسی برای توسعه کسب و کار نخواهد داشت. امروزه نیازهای کسب و کارها به طور مداوم در حال تغییر است، بنابراین تولید محتوا برای جلب نظر برندها نیز باید به طور مداوم تغییر کند. در غیر این صورت موفقیت یک برند ماهیت مقطعی خواهد داشت. تولید محتوا نیازمند ایده‌های جذاب است. بسیاری از بازاریابها در این زمینه با مشکلات عمیقی مواجه هستند. بهترین توصیه در این میان تلاش برای الگوبرداری از دیگر برندهاست. بدون تردید شما نیز به اعمال اندکی تغییرات در ایده‌های اصلی دیگر برندها نیاز خواهید داشت، در غیر این صورت با شکایت و حتی پیگیری حقوقی در زمینه نقض قوانین کپی‌رایت مواجه خواهید شد.

برگزاری کنفرانس‌های تخصصی

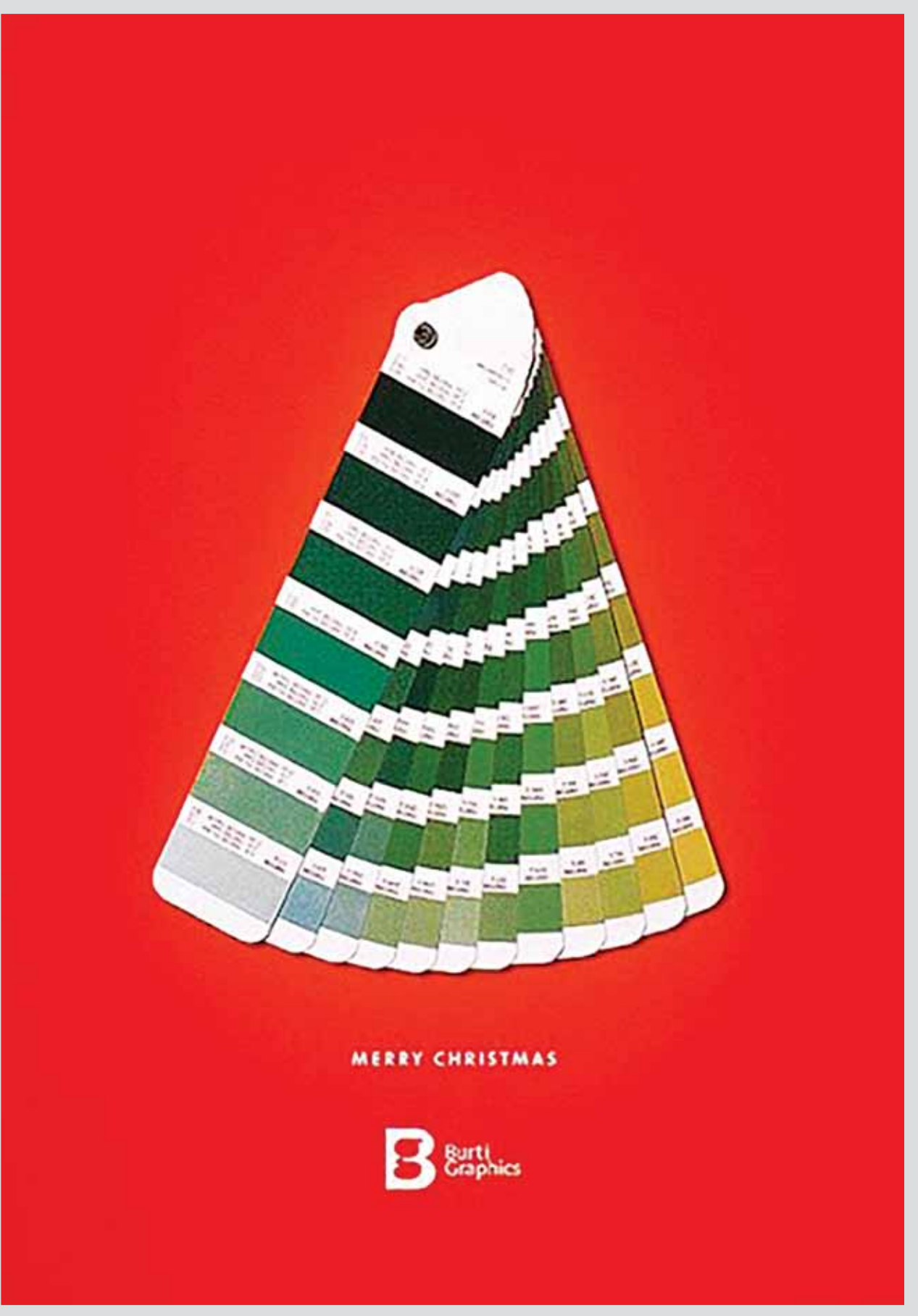
بازاریابی فقط شامل تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی نیست. گاهی اوقات برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های تخصصی نیز تاثیرگذاری مناسبی به دنبال دارد. امروزه تبلیغ برای کنفرانس‌های تخصصی امر ساده‌ای به نظر می‌رسد. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به استفاده از این شیوه‌ها می‌کنند. با توجه به شرایط ناشی از کرونا برگزاری بسیاری از کنفرانس‌ها به صورت حضوری منتفی است بنابراین باید به دنبال راهکارهای دیگری بود. برگزاری کنفرانس آنلاین در این میان بهترین راهکار ممکن محسوب می‌شود. سالانه شمار بسیار زیادی از کنفرانس‌های آنلاین و آفلاین برگزار می‌شود. نکته مهم در این میان امکان جلب توجه مخاطب هدف است. بسیاری از برندها در این رابطه با مشکلات عمیقی مواجه هستند. دلیل این امر عدم شناخت درست از مشتریان هدف است. این امر نیازمند مطالعه پیرامون برندهای مختلف و همچنین آشنایی با روندهای تصمیم‌گیری سازمانی در آنهاست. در غیر این صورت کسب و کارها به طور مداوم در عرصه بازاریابی B2B با مشکلات عمیق مواجه خواهند شد. کنفرانس‌های تخصصی باید شامل یک سخنران محوری و همچنین چند سخنران جایی باشد. جذابیت صحبت‌ها بستگی به میزان ارتباط‌شان با نیازهای روز کسب و کارها دارد. نکته جالب اینکه همکاری با یک یا چند کارآفرین برجسته برای ارائه سخنرانی نقش مهمی در جلب نظر مخاطب هدف خواهد داشت.

تولید محتوای آموزشی

بازاریابی براساس ارائه محتوای آموزشی ایده تازه‌ای نیست. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از این ایده محوری استفاده می‌کنند. بر این اساس برخی از برندها با توجه به نیازهای موجود در عرصه کسب و کار اقدام به ارائه محتوای آموزشی رایگان می‌کنند. اگر شما نیز قصد فعالیت در این حوزه را دارید، باید ابتدا مزیت‌های آن را مدنظر قرار دهید. مزیت اصلی این اقدام امکان معرفی کسب و کار به عنوان یکی از کسب و کارهای حرفه‌ای است. وقتی یک برند به عنوان کارشناس و دارای تخصص در زمینه‌ای شناخته شود، امکان تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف را نیز خواهد داشت. تولید محتوای آموزشی باید به زبانی ساده در قالبی کوتاه صورت گیرد. در غیر این صورت مخاطب هدف علاقه‌ای برای مشاهده نشان نخواهد داد. امروزه بسیاری از برندها در عمل از فرمت ویدئو برای تولید چنین محتواهایی استفاده می‌کنند. استفاده از جلوه‌های بصری مناسب و نمودارهای جانبی نیز به یادگیری بهتر مخاطب هدف کمک خواهد کرد.

سرمايه‌گذاري بر روی بازاریابی ایمیلی

بازاریابی ایمیلی در طول سال‌های اخیر به طور مداوم طرفدارهای بسیار زیادی جلب کرده است. نکته مهم استفاده از فهرست‌های ایمیل مرتبط با حوزه کسب و کار است. خرید فهرست‌های ایمیل هرگز ایده جذابی نیست. این امر اغلب اوقات شامل ایمیل‌های قدیمی و غیرفعال برندها می‌شود. خوشبختانه امروزه اغلب برندهای بزرگ در سایت رسمی‌شان آدرس ایمیل اصلی و متعلق به مدیران ارشدشان را درج می‌کنند. با این حساب ارسال ایمیل برای آنها ایده جذابی برای بازاریابی خواهد بود. نکته مهم در خصوص بازاریابی ایمیلی توجه به دغدغه‌های مختلف مدیران ارشد سازمان‌هاست بنابراین باید ایمیل‌های موردنظر در نهایت اختصار عرضه شود. اشتباه بسیاری از برندها طراحی ایمیل‌های بیش از اندازه طولانی است. این امر موجب بی‌توجهی مداوم مخاطب هدف به کمپین‌های بازاریابی ایمیلی می‌شود. بنابراین باید در این حوزه اختصار و همچنین حجم پایین قالب محتوای ایمیل را مدنظر قرار داد. منبع: noobpreneur.com



۱۱ کاری که قبل از ۲۴ سالگی باید انجام دهید

اگر می‌خواهید در این دنیا نقش بازنده‌ها را بازی نکنید و بعداً زانوئ غم بغل نگیرید که ای کاش فلان کارها را کرده بودم؛ قبل از آنکه به سن ۲۴ سالگی برسید این کارها را حتماً انجام بدهید.

**در یک حوزه متخصص شوید**  
شما باید بتوانید حداقل در یک حوزه عملکرد فوق‌العاده خوبی از خود نشان دهید. حداقل به یک مهارت اصلی و تخصصی مسلط شوید. سعی کنید در آن کار به صورت یک متخصص مهارت کسب کنید.

**شبکه‌ای از دوستان اصلی حوزه فناوری خودتان ایجاد کنید**  
همه ما نیاز داریم با افراد قابل اعتماد معاشرت کنیم. در جمع می‌توانیم ایده‌های جدیدی با یکدیگر به اشتراک بگذاریم و در کار و امور شخصی به یکدیگر کمک کنیم. شبکه‌ای از دوستان قابل اعتماد ایجاد کنید و در کارها و امور مختلف از یکدیگر پشتیبانی کنید.

**به مهارت‌های اصلی حوزه فناوری مسلط شوید**  
یک فرد ۲۴ ساله باید بتواند با ابزارهای مختلف حوزه فناوری به راحتی کار کند. با وجودی که نسل امروزی از کودکی در معرض فناوری هستند، اما اگر هنوز در کار کردن با ابزارهای هوشمند مشکل دارید، بهتر است هرچه زودتر این نقطه ضعف را به نقطه قوت تبدیل کنید. یکی از مهمترین مواردی که باید یاد بگیرید کدنویسی است که در دنیای امروزی به اندازه خواندن و نوشتن اهمیت دارد.

**عشق را تجربه کنید**  
عاشق شدن زیباترین تجربه دوران جوانی است. اگر عشق را تجربه نکنید، یکی از زیباترین احساسات جهان را تجربه نکرده‌اید.

زمان عنصر مهمی در زندگی است و در حدود سن ۲۴ سالگی معمولاً فرد به بلوغ شخصیتی می‌رسد و باید تا آن زمان به مهارت‌های کلیدی و مهمی مسلط باشد. فراگرفتن این مهارت‌ها آینده و کل زندگی فرد را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند. سال‌های تحصیل در دانشگاه به سرعت برق و باد می‌گذرند و تا چشم باز کنیم باید در محیط بیرون مشغول کار شویم. برخی هم از همان زمان دانشجویی استارت کار کردن را می‌زنند.

بهرتر است قبل از رسیدن به سن ۲۴ سالگی این کارها را انجام دهید تا بعداً پشیمان نشوید:

**به مهارت‌های فروش مسلط شوید**  
مهارت فروشندگی یکی از پایه‌های موفقیت در کسب و کار است. ممکن است شما در شغل فروشندگی مشغول به فعالیت نشوید، اما هر نقش دیگری را هم که داشته باشید باید بتوانید همانند یک فروشنده حرفه‌ای خدمات، محصولات و توانمندی‌های خود را به نمایش بگذارید.

در جلسات کاری، ارائه خدمات به مشتریان، مدیریت محصولات، سمینارها و کنفرانس‌های کاری، مهندسی محصولات و در همه بخش‌ها به نوعی در حال به نمایش گذاشتن و ارائه توانمندی‌های خودتان هستید. مهارت فروش موثر و موفق یکی از موارد مهمی است که باید به آن مسلط شوید.

**از منطقه امن تان خارج شوید**  
دنیای واقعی را تجربه کنید. کسب و کاری راه بیندازید،

**مدیتیشن کنید**  
تمرینات مراقبه به تمرکز فکر کمک می‌کنند. تحقیقات نشان می‌دهد که ۲۰ دقیقه مراقبه معادل دو ساعت خواب است. سعی کنید زمانی را در هر روز برای مراقبه و آرام‌سازی ذهنی اختصاص بدهید.

**بیشتر به سفر بروید**  
سفر کردن فرصت آشنایی با اقشار مختلف جامعه و حتی روش زندگی مردم در کشورها را فراهم می‌کند. بودن در کنار قومیت‌های مختلف تجربه خوبی است که دستاوردهای مثبتی به همراه خواهد داشت.

**برای پیشرفت شخصی خودتان سرمایه‌گذاری کنید**  
به جای آنکه ساعات‌ها زمان خود را صرف دیدن برنامه‌های تلویزیونی کنید، مطالعه کنید. در سمینارهای آموزشی و مهارتی شرکت کنید. برای خودتان ارزش‌های جدیدی ایجاد کنید. هر چقدر روی رشد شخصی خودتان سرمایه‌گذاری کنید، نتیجه آن را خواهید دید.

**نگرانی و استرس را از خودتان دور کنید**  
نگرانی و استرس باعث می‌شود انرژی شما به هدر برود. نگران بودن تغییرری در زندگی‌تان ایجاد نمی‌کند. انرژی که می‌خواهید صرف نگرانی کنید، به کار بگیرید و زندگی خودتان را بسازید. مراقب سلامت خودتان باشید. استرس و نگرانی نه تنها به ذهن شما، بلکه به جسم‌تان صدمه می‌زند.

**پس‌انداز کنید**  
از همین سن باید بتوانید پس‌انداز کردن را شروع کنید. حتی اگر پول زیادی ندارید، هر چقدر که دارید و می‌توانید پس‌انداز کنید. سعی کنید درآمد خودتان را بالا ببرید تا بیشتر پس‌انداز کنید.