



## دریچه



نهنگ‌ها چطور بر قیمت بیت کوین اثر می‌گذارند؟

## بازی نهنگ‌ها در بازار بیت‌کوین

بازار ارزهای مجازی با پرچمداری بیت‌کوین در سال ۲۰۲۱ میلادی به بازاری پرطرفدار برای سرمایه‌گذاران خرد و کلان جهان تبدیل شده است، به طوری که از ایلان ماسک گرفته تا بیل گیتس درباره ارزهای دیجیتالی اظهارنظر کرده‌اند و جریان بازار را تغییر داده‌اند. قیمت بیت‌کوین در یک هفته گذشته به آستانه ۶۰ هزار دلار رسید، اما روز گذشته با چند هزار دلار افت در کانال ۴۷ هزار دلار در حال نوسان است.

حال س‌سوال این است که دلیل این‌همه افت و خیز قیمت این ارز مجازی محبوب چیست؟ در پاسخ به این پرسش، تحلیلگران از نهنگ‌ها در بازار بیت‌کوین به عنوان بازیگران اصلی در نمایشنامه نوسان نرخ این ارز مجازی یاد می‌کنند، اما نهنگ‌ها در بازار بیتکوین به چه کسانی گفته می‌شود و این نهنگ‌ها چطور بر بازار اثر می‌گذارند؟

نهنگ در بازار بیت‌کوین به شخصی یا نهادی گفته می‌شود که میزان زیادی بیت‌کوین نگه می‌دارد. هم اکنون نزدیک به هزار نفر در بازار بیت‌کوین سهمی بیش از ۴۰ درصد از بازار آن را در اختیار دارند و در نتیجه می‌توانند نرخ بیت‌کوین را دستکاری کنند. به این ترتیب، با نوسان نرخ بیت‌کوین در هفته‌های گذشته حالا نهنگ‌ها بیش از همیشه مورد توجه قرار گرفته‌اند. به گزارش «تلگراف»، نزدیک به ۱۳ درصد از کل بیت‌کوین‌های موجود در بازار به ارزش ۸۰ میلیارد دلار در یکصد حساب شخصی نگهداری می‌شود. همچنین ۴۰ درصد از مجموع بیت‌کوین‌ها که ارزش آن ۲۴۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است، در ۲ هزار و ۵۰۰ حساب شناخته شده از مجموع یکصد میلیون حساب است.

اما نهنگ‌ها چطور و با چه مکانیسمی بر قیمت بیت‌کوین اثر می‌گذارند؟ وب‌سایت «کوین دسک» اعلام کرده است که تنها هزار بیت‌کوین در ۲ هزار و ۳۳۴ آدرس نگهداری می‌شود. معاملات این حساب‌ها به تغییرات عظیم در بازار می‌انجامد که محاسبات سرمایه‌گذاران خرد را برهم می‌ریزد. سایت «کوین دسک» در نوامبر سال ۲۰۲۰، اطلاعات صرافی‌های «OKEX» را برای رسیدن به توضیحی درباره اثرگذاری نهنگ‌ها بر نوسان بیت‌کوین مطالعه کرد و در پایان گزارش خود نوشت: «نهنگ‌ها و سازمان‌ها اغلب بیت‌کوین را در شرایط افت قیمت می‌خرند و زمانی که قیمت بالا می‌رود، آن را می‌فروشند. این امر باعث می‌شود که بخش بزرگی از سرمایه‌گذاران به سود لازم نرسند.» دیوید جرارد، نویسنده کتاب «Foot ۵۰ Attack of the Blockchain» و از فعالان شناخته شده بازار ارزهای مجازی نیز در این باره می‌گوید: «بازیگران بزرگ به راحتی قادر هستند قیمت را تغییر دهند. بازار ثباتل ارزهای مجازی، محدود است و هر یک از نهنگ‌ها قدرت تخریب آن را دارند. حجم بازار ارزهای مجازی بالا نیست. هر شیطنتی در این بازار ممکن است؛ چیزی که در بازارهای متمرکز وجود ندارد.»

اما آینده بیت‌کوین چگونه است و این رمزارز محبوب به کدام سو می‌رود؟ ژانت یلن، وزیر خزانه‌داری جدید آمریکا به تازگی پیشنه‌ها داده که سیاست‌گذاران، ارزهای رمزنگاری شده مثل بیت‌کوین را به دلیل احتمال استفاده در فعالیت‌های غیرقانونی محدود کنند. با این حال به نظر می‌رسد دولت جو بایدن آنقدرها که باید با ارزهای مجازی مخالف نیست، چراکه او گری جنسرل، متخصص ارزهای مجازی را به عنوان رئیس کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا در نظر گرفته است. البته سینتگال‌های دولت فدرال نسبت به ارزهای مجازی از ژانویه سال ۲۰۲۰، گپج‌کننده بوده است اما اکنون دولت بایدن از راه رسیده و همراهی آن با این جریان، ممکن است آینده رمزارزها را تغییر دهد، اما برشش‌های دیگری نیز وجود دارد که دولت بایدن باید به آنها پاسخ دهد. از جمله اینکه آیا صندوق ETF مبتنی بر بیت‌کوین شکل می‌گیردیا ارز مجازی به عنوان اوراق بهادار در نظر گرفته می‌شود؟

از سوی دیگر، رمزارزها در چند هفته گذشته عملکردهای مختلفی را به ثبت رساندند. به گزارش «سی‌ان‌بی‌سی»، بزرگترین صرافی دیجیتالی آمریکا که قرار است سهام خود را در بورس نیویورک عرضه کند، به تازگی نسبت به لو رفتن هویت ساتوشی ناکاموتو، خالق بیت‌کوین، ابراز نگرانی کرده و آن را یکی از بزرگترین ریسک‌ها بر سر راه ارزهای دیجیتالی دانسته است. ساتوشی ناکاموتو، نام استعاره‌ای شخص یا گروهی است که بیت‌کوین را ایجاد کرد و تا اواخر سال ۲۰۱۰ نیز به توسعه آن مشغول بود. اگرچه برخی گزارشات اولیه ناکاموتو را شخصی ژاپنی معرفی کرده است، اما برخی آن را انگلیسی یا اهل یک کشور غربی می‌دانند.

همچنین برخی از منابع خبری از احتمال تحقیق و تفحص مراجع قضایی از ایلان ماسک درخصوص توییت‌های جنجالی او در حمایت از دو ارز دیجیتالی خاص خبر داده‌اند. ایلان ماسک تاکنون در توییت‌های متعددی از دوج کوین و بیت‌کوین حمایت کرده و این مسئله به صعود شدید این دو ارز در معاملات ارزهای دیجیتال دامن زده است. یک مرتبه دیگر نیز حمایت وی از ایجاد ارز مارس کوین به صعود ارزی به همین نام منجر شده بود.

در عین حال، اندکی پس از اعلام حمایت جک دورسی، مدیرعامل توییتر از بازار ارزهای دیجیتالی، گروه مالی اسکوپر که بازوی سرمایه‌گذاری شرکت دورسی محسوب می‌شود ۱۷۰ میلیون دلار دیگر به دارایی‌های خود در بازار ارزهای دیجیتالی افزوده است. اسکوپر در سرمایه‌گذاری جدید خود ۳ هزار و ۲۱۸ عدد بیت‌کوین خرید تا دارایی‌های خود در بازار ارزهای دیجیتالی را به ۵۵درصد کل وجوه نقدشونده تبدیل کند. مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتالی در حال حاضر ۱۴۴۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۴،۴۱ درصد کمتر شده است. در حال حاضر ۶۹ درصد کل بازار ارزهای دیجیتالی در اختیار بیت‌کوین و ۱۳ درصد در اختیار اتریوم است. بیت‌کوین ۱۲ سال پیش توسط گروه گمنامی از معامله‌گران بر بستر بلاک چین ایجاد شد و از سال ۲۰۰۹ معاملات اولیه آن شکل گرفت.

فرصت امروز: روزهای سخت و دشوار کرونایی، یکی پس از دیگری در دنیا سیری می‌شود و در آخرین آمارها تعداد مبتلایان به کرونا تاکنون به بیش از ۱۱۴ میلیون نفر رسیده و بیش از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر نیز قربانی ویروس کووید۱۹- در سراسر جهان شده‌اند. در حالی واکسیناسیون کرونا در اغلب کشورهای جهان آغاز شده است که به گفته اقتصاددانان، واکسن کرونا، مهمترین محرک اقتصادی سال ۲۰۲۱ خواهد بود و سرنوشت این سال را واکسن تعیین خواهد کرد. هرچند پیش‌بینی می‌شد که مسیر احیای اقتصاد جهانی به صورت V شکل باشد، اما به تازگی مشخص شده که حرکت احیای اقتصاد جهان به صورت U شکل است، یعنی اقتصادها پس از سقوط، دوره طولانی‌تری را در قعر بحران کرونا گذرانده و سپس با سرعت اندکی به سوی احیا حرکت می‌کند. آیا تا پیش از این تصور می‌کردید که سال ۲۰۲۰ چنین سالی باشد؟ خیلی‌ها فکر نمی‌کردند، اما اگر خیال می‌کنید که سال ۲۰۲۰ به هیچ وجه قابل پیش‌بینی نبود، کاملا اشتباه می‌کنید. حدود یک دهه قبل بود که واگیرشناسان هشدار دادند که هر یکصد سال یک بار یک بیماری واگیردار می‌تواند حیات زمین را به نابودی بکشاند و پیشرفته‌ترین کشورها هم آماده این شرایط نخواهند بود. حالا آنچه بیشتر به داستان‌های علمی-تخیلی شبیه بود، به واقعیت پیوسته است و دست‌کم برای سال ۲۰۲۱ می‌توان دست به پیش‌بینی زد. هر ساله نویسندگان مجله «فورچن» در شماره‌ای ویژه به پیش‌بینی وقایع ماه‌های آینده می‌پردازند و جنبه‌هایی از سال پیش رو را در پنج حوزه کسب‌وکار، سیاست، بین‌الملل، تکنولوژی و فرهنگ عامه ترسیم می‌کنند. طبق پیش‌بینی «فورچن»، برخی از چالش‌های سال ۲۰۲۱ به سال ۲۰۲۰ شبیه خواهد بود، اما بعضی از آنها کاملا تازه هستند.

## سال خوب بنگاه‌ها و سال بد نفت و زنان

اولین بخش از پیش‌بینی‌های مجله «فورچن» به حوزه اقتصاد، بازارها و کسب‌وکار در سال ۲۰۲۱ اختصاص دارد؛ سالی که به اعتقاد نویسندگان این نشریه، «سال خوب شرکت‌های بزرگ و سال بد نفت و زنان» خواهد بود. به نوشته نویسندگان «فورچن»، بهای نفت در پایان سال ۲۰۲۱ به حدود هر بشکه ۵۰ دلار خواهد رسید. حتی اگر اقتصاد جهانی بتواند کاملا خود را احیا کند، تقاضا برای نفت به روزهای قبل از کرونا بازخواهد گشت. علتش این است که همچنان گروه‌های زیادی از مردم از راه دور کار خواهند کرد و نه با هواپیما به سفرهای تجاری خواهند رفت و نه با ماشین به محل‌های کار. تنها چیزی که کمک می‌کند بهای نفت بیش از این سقوط نکند، تقاضا از طرف بازارهای نوظهور و در حال توسعه است. همچنین بیت‌کوین در سال ۲۰۲۱ رکود می‌شکند و به ارزش ۵۰ هزار دلار هم می‌رسد اما مثل همیشه سقوط خواهد کرد. انتظار می‌رود بیت‌کوین بعد از این سقوط روی ۲۰ هزار دلار آرام بگیرد. از سوی دیگر، بعد از انتخابات نوامبر که مشخص شد اوضاع کنگره تغییر نکرده و قرار نیست مجلس قدرتمندی از بایدن حمایت کند (دموکرات‌ها اکثریت خود را در مجلس نمایندگان حفظ کردند و سنا دست جمهوری خواهان باقی ماند) بازارها نفس راحتی کشیدند. اصولا در آمریکا وقتی کنگره تا‌ک‌آرآمد است بازارهای آمریکا بهتر عمل می‌کنند چون خبری از تصویب قوانین نظارتی و دخالت دولت نیست. احتمالا در سال ۲۰۲۱ به خاطر همین کنگره بایدن نخواهد توانست معافیت‌های مالیاتی دوران ترامپ را لغو کند و این به شدت به سود شرکت‌های بزرگ خواهد بود.

سال ۲۰۲۱ همچنین سال سختی برای زنان خواهد بود، چراکه کرونا ضربه سنگینی به بازار کار زد، اما این ضربه عادلانه نبود زنان بیشترین

واکسن کرونا، قوی‌ترین محرک اقتصادی در سال ۲۰۲۱ است

# نسبت کرونا و جهان به روایت «فورچن»



میزان بیکاری را تجربه کردند. یک علت اصلی این روند این بود که مادران مجبور شدند در خانه بمانند و از بچه‌ها مراقبت کنند. بین فوریه ۲۰۲۰ تا اکتبر حدود ۲.۲ میلیون زن یا بیکار شدند و یا دنبال کار می‌گشتند. سال‌ها طول خواهد کشید که این زن‌ها دوباره بر سر کار برگردند و حتی آن موقع هم با حقوق‌های کمتر و مشاغل سطح پایین‌تر رویه‌رو خواهند شد.

## از تور خداحافظی پولوسی تا جانشینی برنی

بخش دوم پیش‌بینی‌های مجله «فورچن» به حوزه سیاست مربوط است و به اعتقاد تحلیلگران این نشریه، «حتما در واشنگتن چهره‌های جدیدی خواهید دید، اما وضع زیاد تغییر نمی‌کند.» نانسی پولوسی ۸۰ ساله، حدود دو دهه است که دموکرات‌ها را در مجلس نمایندگان رهبری می‌کند. حالا زمان خداحافظی است اما او تاکنون نامی از جانشین خود بر زبان نیاورده. ممکن است یکی از این افراد به عنوان رهبر جدید دموکرات‌ها معرفی شود: حکیم جفریز، چری بوستوس، تیم رایان و لیندا سانچز.

از سوی دیگر، میچ مک‌کال رهبر جمهوری خواهان در سنا بدون تعارف هر طرحی را که دموکرات‌ها به سنا بفرستند سلاخی می‌کند و با کسی شوخی ندارد. درست است که ممکن است آدم‌ها تغییر کنند، اما این یکی بعد از پیروزی جو بایدن شبیه آدم‌های متحول به نظر نمی‌رسد. گروهی از دموکرات‌ها امیدوارند که سلباقه طولانی حضور بایدن در سنا باعث بهبود رابطه مک‌کال با دولت بایدن شود، اما ما این را تقریبا بعید می‌دانیم. همچنین برنی سندرز، سناتور چپ‌گرای ایالت ورمانت ۷۹ ساله است و او هم مثل نانسی پولوسی کم‌کم باید از صحنه خداحافظی کند. دموکرات‌های جناح ترقی‌خواه به زودی در خواهند یافت که رهبرشان بیشتر از آنکه به انتخابات ریاست‌جمهوری بعدی نزدیک باشد به بازنشستگی نزدیک است. نکته اینجاست که آنها هیچ سناتوری را در حد و انداز‌های سندرز ندارند. البته چندین سیاستمدار ترقی‌خواه جوان داریم که در سطح ایالتی فعالیت دارند (مثل جولیا سالازار سناتور ایالت نیویورک) که ممکن است سندرز در سال ۲۰۲۲ از او حمایت کند تا وارد سیاست فدرال شود.

اما سرنوشت دونالد ترامپ چه خواهد شد؟ درست است که ترامپ نمی‌تواند به این راحتی‌ها بی‌خیال کاخ سفید شود، اما به احتمال زیاد روزی را خواهید دید که او تلویزیون خود را راه انداخته و دکورش شبیه اتاقش در کاخ سفید است. اگر ترامپ در یک چیز خوب باشد آن سرگرم کردن مردم است. ترامپ در سال ۲۰۲۱ با تلویزیون کابلی راست افراطی «One America News Network» همکاری بیشتری کرد و برنامه خودش را راه خواهد انداخت. او در این تلویزیون به رفیق سابقش، فاکس نیوز هم رحم نخواهد کرد.

## سال تلگرام و واتس‌اپ و اینترنت خصوصی

سومین بخش پیش‌بینی‌های «فورچن» به حوزه تکنولوژی اختصاص دارد و سال ۲۰۲۱ سال تلگرام و واتس‌اپ و اینترنت خصوصی خواهد بود. شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر آنقدر از حریم خصوصی ما نفع برده‌اند و آن را نقض کرده‌اند که تعداد زیادی از مردم تصمیم گرفته‌اند عمر خود را بیشتر در کانال‌های خصوصی تر اپ‌های پیام‌رسانی مثل تلگرام و واتس‌اپ و دیسکورد تلف کنند. این روند طی ماه‌های آینده و با راه افتادن جو شدیدتر علیه غول‌ها از جمله فیس‌بوک شدت خواهد گرفت.

در این سال همچنین خودروهای بدون راننده باز هم آدم می‌کشند. در سال ۲۰۱۸ بود که خودروی اوبر به عنوان اولین ماشین بدون راننده دنیا با یک عابر پیاده تصادف کرد و او را کشت. حالا شرکت «Waymo» چندین خودروی بدون راننده در آریزونا دارد و تسلا قول داده نرم‌افزار رانندگی اتوماتیک را برای همه ماشین‌هایش بفرستد. نکته اینجاست

چرا بنیانگذار مایکروسافت، اندروید را به آیفون ترجیح می‌دهد؟

## دلیل بیل گیتس برای ترجیح اندروید به آیفون

مایکروسافت سپسس توضیح داد که «بعضی از تولیدکنندگان اندروید نرم‌افزار مایکروسافت را به صورت از پیش نصب شده عرضه می‌کنند که کار را برای من راحت می‌کند. آنها درباره نحوه متصل شدن نرم‌افزار به سیستم عامل منعطف‌تر هستند. به همین دلیل به استفاده از اندروید عادت کرده‌ام.» پل دیویسون، یکی از موسسان کلاب هاوس که برای مدت کوتاهی در چت روم بود، به گیتس و سورکین اعلام کرد که نسخه اندروید این اپلیکیشن در دست طراحی است. گیتس در مصاحبه‌ای که در سال ۲۰۱۹ داشت اذعان کرده بود باخت مایکروسافت به اندروید به عنوان پلتفرم گوش استاندارد غیرابل یکی از بزرگترین اشتباهات

که این تکنولوژی هنوز نوجوان است و ربات‌ها هنوز نمی‌توانند جلوی تصادفات را بگیرند. بنابراین منظر باشید که خودروهای بدون راننده باقی شرکت‌ها هم یکی دو رهگذر بی‌خبر را بکشند.

در سال ۲۰۲۱ گوگل نیز با دادگاه ضدانحصار به تفاهم می‌رسد و گوشی‌های هوشمند تاشو محبوب می‌شوند. پرونده ضد انحصار وزارت دادگستری آمریکا علیه گوگل آنچنان گسترده نیست. مثلا بیش از یک دهه است که گوگل به اپل پول می‌دهد تا کاربران آیفون هر بار که خواستند در اینترنت جست‌وجو کنند این کار به طور اتوماتیک با گوگل انجام شود. احتمالا نتیجه محاکمه گوگل در آمریکا شبیه نتیجه محاکمه‌اش در اروپا شود. احتمالا از این به بعد موقعی که گوشی جدید خریدید، در تنظیمات اولیه از شما خواهند پرسید که چه موتور جست‌وجویی را ترجیح می‌دهید. در این بین، اسمارت‌فون‌های تاشو نیز قصد دارند کوچک بودن موبایل‌ها را با صفحه نمایش بزرگ تبلت‌ها ترکیب کنند و از تکنولوژی نوظهور صفحه نمایش‌های تاشو استفاده می‌کنند، اما نسخه‌های اولیه این گوشی‌ها از شرکت‌های مختلف چند ویژگی مشابه داشتند: همه آنها ظریف بودند و خیلی زود بلا سرشان می‌آمد و همه گران‌قیمت بودند: از موتورولای ۱۵۰۰ دلاری تا سامسونگ ۲ هزار دلاری، اما شرکت‌هایی مثل موتورولا، شیائومی و سامسونگ به شدت در حال کار روی این نوع از گوشی‌ها هستند تا بتوانند آنها را با قیمت پایین در مقیاس بالا عرضه کنند. انتظار داشته باشید که دست کم یکی از این شرکت‌ها گوشی تاشوی زیر ۱۰۰۰ دلاری خود را سال ۲۰۲۱ به بازار عرضه کند.

## سالی که چین تمام دنیا را واکسینه می‌کند

بخش بعدی پیش‌بینی «فورچن» در سال ۲۰۲۱، به حوزه بین‌الملل مربوط است: «سالی که چین دنیا را واکسینه می‌کند و بوریس می‌رود.» اگر فکر می‌کنید که چهار سال گذشته (بعد از رأی مردم بریتانیا به خروج از اتحادیه اروپا) اوج هرج و مرج در انگلیس بوده اشتباه می‌کنید. سال ۲۰۲۱ تازه مشخص خواهد شد که انگلیسی‌ها خود را به چه دروسی ر انداخته‌اند. انگلیس هنوز نتوانسته برای برگزیت آماده شود، به خصوص در بخش زیرساخت‌های مرزی. پس انتظار صف‌های کیلومتری ماشین‌های باری را در مرزها و بنادر انگلیس و فرانسه داشته باشید. به احتمال زیاد شاهد کمبود غذا و دارو هم خواهیم بود. این در حالی است که هویت سیاسی بوریس جانسون به موفقیت برگزیت گره خورده و کسب و کارهای انگلیسی خیلی زود متوجه خواهند شد که این پروژه چه آینده‌ای را برای‌شان رقم خواهد زد. (و انتظار نمی‌رود این آینده خیلی درخشان باشد.) امسال انتظار داریم نخست‌وزیری جانسون به پایان خود برسد.

در سال ۲۰۲۱ همچنین واکسن‌سازان چینی بیشتر از شرکت‌های غربی به دنیا واکسن می‌رسانند. شرکت‌های چینی در حال حاضر در فاز سوم آزمایش واکسن‌ها هستند و روی تکنولوژی‌هایی تمرکز کرده‌اند که واکسن‌شان به اندازه واکسن‌های غربی نیازمند حمل و ذخیره در یخچال‌های پیشرفته و گران نباشد. این یعنی کشورهای در حال توسعه دنیا به دنبال واکسن‌های چینی خواهند بود.

سال ۲۰۲۱ شاید گرم‌ترین سال جهان هم باشد. دمای نزدیک به سطح زمین در سال ۲۰۲۰ احتمالا رکورد گرمای نحس سال ۲۰۱۶ را زده است و انتظار می‌رود اوضاع سال ۲۰۲۱ بدتر باشد. این موضوع که با وجود تعطیلی‌های کارخانه‌ها و قرنطینه‌ها و نبودن ماشین‌ها در جاده‌ها جهان همچنان به سمت گرما پیش رفته است، نشانه خوبی نیست. نکته اینجاست که گازهای گلخانه‌ای طی سال‌ها جمع شده‌اند و یک سال کاهش آنها، کمک خاصی به محیط زیست زمین نمی‌کند.

همه زمان‌ها بود که این شرکت مرتکب شد. استیو بالمر در فاصله سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۴ مدیرعامل مایکروسافت بود و به آیفون خندیده بود، اما اپل لیخند آخر را داشت زیرا ویندوزفون هرگز نتوانست سهم بازار قابل توجهی در میان سیستم‌های کارخانه‌ها و موبایل پیدا کند و نهایتا رها شد. در مصاحبه کلاب هاوس، گیتس گفت که رابطه راحتی با استیو جابز، مدیرعامل سابق اپل نداشته است، اما وی را شخصیت منحصر به فردی خواند. سنایر موضوعاتی که در این بحث آنلاین مطرح شدند، بحران سلامت جهانی، تغییرات اقلیمی و کتاب جدید گیتس با عنوان «چگونه از یک فاجعه اقلیمی جلوگیری کنیم؟» بودند.

## خبرخوان

روحانی در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت:

### قیمت فعلی ارز با واقعیت اقتصاد سازگار نیست

در جلسه روز یکشنبه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، گزارشی از برنامه‌های اجرا شده و در دست اقدام دولت برای ایجاد ثبات در بازار ارز از سوی دستگاه‌های ذی‌ربط ارائه شد. رئیس جمهور پس از ارائه این گزارش با بیان اینکه دغدغه دولت کاهش و رفع فشارهای معیشتی در زندگی مردم است، گفت: طی سه سال گذشته دولت با مقابله، مبارزه و خنثی‌سازی تحریم‌ها در جنگ اقتصادی که با هدف ایجاد قطعی و ناامنی اقتصادی بوده است، توانسته با تامین کالاهای ضروری این هدف شوم دشمن را خنثی کند، اگرچه به علت تحمیل هزینه اضافی بر روابط بانکی و تجاری از سوی تحریم‌کنندگان، دچار نوسانات ناخواسته قیمت‌ها شدیم که عوارض آن باعث فشار بر معیشت مردم شد.

حسن روحانی با تاکید بر فضای جدید به وجود آمده، افزود: در این مرحله نباید اجازه دهیم سختی‌ها و فشارها بر زندگی مردم و معیشت آنان تداوم یابد از این نظر باید برای ثبات قیمت کالاها به عنوان سیاستی عاجل و اصلی دولت، قیمت‌ها به تعادل برسد. رئیس جمهور در ادامه با اشاره به اینکه دولت همواره در پی آن بوده که بتواند ارز را به قیمت واقعی آن نزدیک کند و قیمت فعلی را به هیچ وجه به نفع اقتصاد کشور ندانسته، تصریح کرد: اخلال تحریم‌ها در مرادات بانکی و ارزی کشور و سودجویی کاسبان تحریم، عوارض جنگ اقتصادی را تشدید کرد که بحمدالله این فضا در حال کم‌رنگ شدن است.

روحانی خاطر‌نشان کرد: دولت تلاش دارد با ایجاد اجماع و هماهنگی با همه دستگاه‌ها و بخش‌های مختلف کشور و کاستن عوارض غیراقتصادی موثر بر فضای اقتصادی کشور و بازار سرمایه و تلاش برای آزادسازی منابع ارزی بلوکه شده، بتواند سریع‌تر قیمت ارز را به قیمت واقعی آن نزدیک کند.

رئیس جمهور همچنین با اشاره به شرایط جدید ایجادشده در روند مذاکرات با کشورهایی که منابع ارزی ایران را با فشار آمریکا مسدود کرده بودند، ابزار امیدواری کرد شاهد روند کاهشی نرخ ارز باشیم.

در این جلسه همچنین قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت گزارشی از عملکرد صادرات و واردات کشور در ۱۱ ماهه سال ۹۹ ارائه کرد که براساس این گزارش آثار منفی کرونا بر صادرات کشور در ماه‌های اخیر رو به کاهش گذاشته است. روحانی با اشاره به بررسی برنامه توسعه صادرات غیرنفتی با توجه به شرایط جدید روابط بین‌المللی با تاکید بر توسعه صادرات غیرنفتی برای تحقق حق حضور ایران در اقتصاد جهانی، اظهار داشت: توسعه صادرات غیرنفتی به عنوان یکی از ابزارهای توانمند اقتصاد مقاومتی برای مقابله با تحریم‌های ظالمانه و غیرقانونی آمریکا بسیار حائز اهمیت است.

او بهبود کیفیت کالاهای تولیدی و همچنین پایبندی به تعهدات از سوی تولیدکنندگان را در افزایش صادرات غیرنفتی ایران بسیار حائز اهمیت دانست و تصریح کرد: شرایط جدید ایجاد می‌کند تا سرعت بیشتر در تحقق اهداف دولت در توسعه صادرات غیرنفتی را در دستور کار قرار دهیم.

در ادامه این جلسه گزارشی از اقدامات وزارت صنعت، معدن و تجارت در تنظیم بازار و تامین کالاهای شب عید ارائه و تاکید شد، ذخیره‌سازی لازم برای تامین میوه و مواد پروتئینی صورت گرفته است و عرضه ویژه این کالاها به زودی آغاز خواهد شد. رئیس جمهور با تاکید بر اهمیت تعادل بازار و قیمت کالاها، وزارت صمت را مکلف کرد از همه ابزارهای لازم برای دسترسی مردم به این کالاها به قیمت متصفانه استفاده کند.

پایان انتخابات فدراسیون فوتبال در دور دوم

### عزیزی خادم رئیس فدراسیون فوتبال شد

شهبالدین عزیزی‌خادم با ۴۹ رأی به عنوان رئیس فدراسیون فوتبال ایران برای چهار سال آینده انتخاب شد. انتخابات فدراسیون فوتبال از ساعت ۱۰ صبح روز یکشنبه در سالن اجلاس سران آغاز شد و پس از آنکه انتخابات به دور دوم کشیده شد، در پایان شهبالدین عزیزی‌خادم به عنوان رئیس جدید فدراسیون فوتبال ایران برگزیده شد. در دور نخست انتخابات فدراسیون فوتبال و پس از شمارش آرا، شهبالدین عزیزی‌خادم ۳۵ رأی، کیومرث هاشمی ۲۴ رأی، مصطفی آجرلو ۱۸ رأی و علی کریمی ۹ رأی را به خود اختصاص دادند. این در حالی است که در ابتدای شمارش، هاشمی دست بالاتر را داشت اما به مرور عزیزی‌خادم به او رسید و حتی اختلاف را هم بیشتر کرد، اما از آنجا که عزیزی‌خادم نتوانست ۵۱ درصد از آرای مجمع را به دست بیاورد، انتخابات به دور دوم کشید و او با کیومرث هاشمی رقابت تازه‌ای را آغاز کرد. در ابتدای دور دوم انتخابات نیز علی کریمی و مصطفی آجرلو با عزیزی‌خادم و هاشمی دست دادند و از سالن سران بیرون رفتند تا کارشان در انتخابات تمام شده باشد.

سپس مذاققی بعد دور دوم انتخابات فدراسیون فوتبال برگزار شد و این بار شهبالدین عزیزی‌خادم ۴۷ رأی گرفت و کیومرث هاشمی ۳۸ رأی را به خود اختصاص داد تا عزیزی‌خادم برنده انتخابات سال ۱۳۹۹ فدراسیون فوتبال لقب گیرد و برای چهار سال آینده هدایت فوتبال را برعهده داشته باشد. پس از برگزاری انتخابات و همانگونه که از پیش برنامه‌ریزی شده بود، رئیس جدید فدراسیون فوتبال در نشست خبری شرکت کرد و برنامه‌های خود را برای خبرنگاران تشریح کرد. عزیزی‌خادم پس از انتخاب به عنوان رئیس جدید فدراسیون فوتبال، از تبلور دموکراسی در انتخابات سخن گفت و از نگاهی نو و تازده در اداره فوتبال ایران حرف زد.

او با بیان اینکه امروز فدراسیون فوتبال شاهد تبلور دموکراسی بود، گفت: از همه عزیزان که در این انتخابات شرکت کردند تشکر می‌کنم و با افتخار می‌گویم که با تعامل با همه ارکان نظام در جهت پیشبرد اهداف‌مان قدم برداریم. ما تلاش خواهیم کرد با نگاهی نو و فعال در این راه قدم برداریم از همه شما عزیزان که تصمیم‌سازان فوتبال هستیم هم تشکر می‌کنم. ان‌شاءالله با یک نگاه حرفه‌ای برنامه‌هایی که ارائه کردیم را اجرا می‌کنیم. من به توسعه فوتبال در استان‌ها توجه ویژه‌ای خواهم داشت و با مشورت و تعامل حرکت خواهیم کرد.



را به خود اختصاص داده‌اند. این رقم در مقایسه با بهمن‌ماه سال قبل حدود ۲٫۸ واحد درصد کاهش یافته و در مقابل به سهم واحدهای با قیمت بالا در گروه‌های ۱۱ تا ۱۵ سال و بیش از ۲۰ سال افزوده شده است. همچنین تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۹ به حدود ۷۸ هزار واحد مسکونی رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل افزایشی ۶٫۴ درصدی را نشان می‌دهد. در بهمن ماه امسال، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به ۳٫۹ هزار واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه قبل ۱۱٫۴ درصد افزایش و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۷۰٫۵ درصد کاهش نشان می‌دهد.

در بین مناطق بیست‌ودوگانه شهرداری تهران نیز بیشترین متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای مسکونی معامله شده معادل ۵۸۹٫۹ میلیون ریال به منطقه یک و کمترین آن با ۱۱۹٫۹ میلیون ریال به منطقه ۱۸ تعلق داشته است. ارقام مزبور نسبت به بهمن ماه سال گذشته به ترتیب ۱۱۰ درصد و ۶۷ درصد افزایش را نشان می‌دهند. توزیع جغرافیایی «محبوب‌ترین واحدهای مسکونی» تهران نشان می‌دهد که منطقه ۵ حدود ۱۳٫۵ درصد از کل معاملات را به خود اختصاص داده و پس از این منطقه، منطقه ۱۰ و ۴ به ترتیب با ۸٫۷ درصد و ۸٫۱ درصد از معاملات در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

بانک مرکزی همچنین در بخش پایانی گزارش خود به شرایط شاخص کرایه مسکن اجاره‌ای در پایتخت پرداخته و نوشته است که در بهمن ماه امسال نسبت به دی ماه این شاخص ۳۰٫۶ درصد رشد کرده است. شاخص کرایه مسکن اجاره‌ای در کل مناطق شهری نیز در بهمن ماه امسال نسبت به بهمن ماه پارسال حدود ۳۴ درصد افزایش پیدا کرده است؛ اتفاق عجیب در بازار مسکن اجاره‌ای که نشان از کاهش قدرت خرید مسکن و افزایش تقاضا برای دریافت اجاره توسط مالکان واحدهای مسکونی دارد. فصل زمستان معمولاً فصل جابه‌جایی مستجران نیست، اما با تعطیلی مدارس و دورکاری بسیاری از شاغلان حالا بازار واحدهای اجاره‌ای مسکونی در فصل زمستان نیز رونق گرفته و همزمان با افزایش تقاضا، قیمت‌ها نیز به شدت رشد کرده است.

قیمت مسکن تهران در بهمن ماه از ۲۸ میلیون تومان گذشت

# تورم داغ مسکن در میانه زمستان

آن گونه که از آمارهای بانک مرکزی برمی‌آید، در بهمن امسال تعداد معاملات بازار مسکن شهر تهران با ۱۱٫۴ درصد رشد نسبت به ماه قبل به ۳ هزار و ۹۱۷ معامله رسیده که البته همچنان ۷۰٫۵ درصد کمتر از مدت مشابه سال قبل است. هج‌زمان میانگین قیمت مسکن رشد ۳٫۷ درصدی نسبت به ماه قبل و ۹۷٫۲ درصدی نسبت به بهمن سال قبل را تجربه کرده و بهای هر مترمربع زیربنای مسکونی به ۲۸ میلیون و ۳۸۹ هزار تومان رسیده است.

در سایه رشد قیمت مسکن، بازار اجاره نیز طعم تورم داغ را چشیده است و شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران ۳۰٫۶ درصد و در سایر نقاط شهری ۳۳٫۹ درصدی نسبت به بهمن ماه سال گذشته افزایش یافته است. نکته مهم دیگر اینکه بررسی توزیع واحدهای معامله شده به تفکیک عمر بنا در شهر تهران نشان می‌دهد سهم واحدهای نوساز و با عمر کمتر از ۵ سال از معاملات مسکن بهمن ماه امسال به ۳۹٫۴ درصد رسیده است که پایین‌ترین رقم در تاریخ بازار مسکن کشور محسوب می‌شود. این سهم در سال ۹۲ بیش از ۵۲ درصد بود، اما با تضعیف تدریجی تولید مسکن در طول سال‌های متمادی و کاهش عرضه مسکن جدید، عملاً سهم نوسازها و خانه‌های جدید در بازار مسکن آب رفته است.

طبق اعلام بانک مرکزی، در بهمن امسال ماه متوسط قیمت فروش یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۲۸۳٫۹ میلیون ریال بود که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۳۰٫۷ درصد و ۹۷٫۲ درصد افزایش را نشان می‌دهد. بررسی تحولات متوسط قیمت مسکن به تفکیک مناطق بیست و دوگانه شهر تهران نیز مؤید آن است که در بهمن‌ماه امسال تعداد هشت منطقه از مجموع ۲۲ منطقه پایتخت، کاهش قیمت مسکن نسبت به ماه قبل از آن را تجربه کرده‌اند.

از محبوب‌ترین خانه‌ها تا محبوب‌ترین محله‌ها

بررسی توزیع تعداد واحدهای مسکونی معامله‌شده در شهر تهران به تفکیک عمر بنا نشان می‌دهد که از مجموع ۳۹۱۷ واحد مسکونی معامله شده، واحدهای تا پنج سال ساخت با سهم ۳۹٫۴ درصدی بیشترین سهم

سقف درآمدهای دولت در بودجه سال ۱۴۰۰ مشخص شد

## مهمترین تصمیمات بخش در آمدی بودجه

و عوارض شهرداری معاف شدند. نمایندگان سپس به منظور افزایش پایه‌های درآمدی بودجه به دولت اجازه دادند در سال ۱۴۰۰ با رعایت صرفه و صلاح بیت‌المال در غالب صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس (etf) با شروط مندرج در قانون سهام شرکت‌های دولتی را در بورس واگذار کند.

تأمین ۱۵۰ هزار میلیارد تومان به نفع بانزنشستگان نیز از دیگر مصوبات یکشنبه مجلس بود. نمایندگان با مصوبه‌ای ۱۵۰ هزار میلیارد تومان (۱۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰) درآمد از محل واگذاری سهام و حقوق مالکانه، واگذاری طرح‌های تملک دارایی سرمایه‌ای و طرح‌های سرمایه‌گذاری متعلق به دولت و شرکت‌های دولتی و همچنین واگذاری اموال و دارایی‌های غیرمنقول مازاد برای دولت پیش‌بینی کرد تا بتواند از این طریق بخشی از بدهی‌های خود به صندوق‌های بانزنستگی و لشگری و تأمین اجتماعی را پرداخت کند.

در جریان بررسی این بخش از بودجه، محمدباقر نوبخت رئیس سازمان برنامه و بودجه که همچون روز قبل در صحن علنی مجلس حاضر بود، با این پیشنهاد مخالفت کرد و آن را تلاش برای کم کردن سقف حقوق بانزنستگی دانست. اما محمدباقر قالیباف، رئیس مجلس شورای اسلامی در پاسخ به او درباره تلاش مجلس برای کم کردن سقف منابع اعتباری بانزنشستگان گفت: «رفع مشکلات تأمین اجتماعی کارگران و صندوق بانزنستگی جزو دغدغه‌های همیشگی مجلس بوده است و هیچ‌گاه مجلس به دنبال این نبوده که مشکل مردم را حل نکند دولت باید برای افزایش حقوق بانزنشستگان کشوری از مجلس مجوز دریافت می‌کرد و مجلس با این اقدام موافق بود.»

در سال آینده همچنین حقوق ورودی کالاهای اساسی افزایش پیدا نمی‌کند. با مصوبه مجلس و در چارچوب تنظیم بازار و جلوگیری از افزایش

فرصت امروز: جدیدترین گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن پایتخت نشان می‌دهد قیمت مسکن تهران در بهمن ماه امسال با رشد ۳٫۷ درصدی نسبت به ماه قبل مواجه شده و به ۲۸ میلیون و ۳۸۹ هزار تومان در هر مترمربع رسیده است. حجم معاملات مسکن نیز در بهمن ماه با رشد ۱۱٫۴ درصد همراه شده، اما همچنان حدود ۷۰ درصد کمتر از حجم معاملات بهمن ماه پارسال است.

به گفته بانک مرکزی، قیمت فروش یک متر مربع از واحدهای مسکونی تهران در بهمن ماه امسال نسبت به بهمن ماه سال گذشته بیش از ۹۷ درصد رشد کرده و در طول یک ماهه دی تا بهمن نیز نزدیک به ۴درصد قیمت فروش یک متر مربع واحد مسکونی افزایش پیدا کرده است. همچنین در بهمن ماه امسال ۸ منطقه از ۲۲ منطقه شهر تهران، کاهش قیمت مسکن نسبت به دی ماه را تجربه کرده‌اند. آن‌گونه که گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد، تعداد معاملات مسکن در پایتخت در بهمن ماه نسبت به دی ماه رونق داشته و بیش از ۱۱ درصد رشد کرده، اما همچنان نسبت به عدد سال گذشته در رکود به سر می‌برد. همچنین در ۱۱ ماهه ابتدای امسال تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به حدود ۷۸ هزار واحد مسکونی رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۶٫۴ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

از کاهش حجم معاملات تا رشد قیمت مسکن

گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن شهر تهران نشان می‌دهد تنش قیمتی به بازار مسکن برگشته و در بهمن ماه امسال، میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی شهر تهران با رشد ۳٫۷ درصدی نسبت به دی‌ماه مواجه شده است؛ هرچند تعداد معاملات این بازار همچنان ۷۰٫۵ درصد کمتر از بهمن سال قبل بوده و رکود معاملاتی این بازار کماکان پابرجاست. به نظر می‌رسد در شرایط فعلی، ثبات نسبی در بازارهای ارز، طلا و خودرو در کنار وضعیت وخیم بازار سرمایه شرایطی ایجاد کرده که تئمه نقدینگی باقی‌مانده در جامعه به فکر سرمایه‌گذاری در ایمن‌ترین بازار سنتی ایران یعنی بازار مسکن باشد و همه پیش‌بینی‌های مرتبط با بازار مسکن را با شکست مواجه کند.

فرصت امروز: بررسی بخش درآمدی بودجه سال ۱۴۰۰ دیروز در مجلس به پایان رسید و سقف درآمدهای دولت در بودجه سال آینده مشخص شد. نمایندگان مردم روز یکشنبه در دهمین جلسه بررسی لایحه بودجه سال آینده با ۱۹۸ رأی موافق، ۲ رأی مخالف و ۴ رأی ممتنع از مجموع ۲۴۴ نماینده حاضر در صحن مجلس، بخش درآمدی لایحه بودجه را تصویب کردند.

به گفته احمد امیرآبادی فراهانی، عضو هیأت رئیسه مجلس، منابع بودجه عمومی دولت از لحاظ درآمدها، واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای و مالی و مصارف بودجه عمومی دولت از حیث هزینه‌ها و تملک دارایی سرمایه‌ای و مالی بالغ بر ۱۰ میلیون و ۵۸ هزار و ۶۳۹ میلیارد و ۲۷۲ میلیون ریال است که شامل: منابع عمومی بالغ بر ۹ میلیون و ۱۰۷ هزار و ۸۹۹ میلیارد و ۳۶۰ میلیون ریال و درآمد اختصاصی وزارتخانه‌ها و موسسات دولتی بالغ بر ۹۵۰ هزار و ۷۳۹ میلیارد و ۹۱۲ میلیون ریال می‌شود. حالا با پایان بررسی بخش درآمدی بودجه، بخش هزینه‌ای بودجه سال آینده در دستور کار مجلس قرار می‌گیرد.

روز یکشنبه روز پرخبری به ویژه به لحاظ مالیاتی در بودجه سال ۱۴۰۰ بود. یکی از مهمترین مصوبات مجلس در این روز، معافیت گروه‌های مهم درآمدی از پرداخت مالیات بود، به طوری که طبق مصوبه مجلس و بنا بر اعلام رئیس مجلس، رأی نمایندگان برای معافیت قضات و پزشکان از مالیات همچنان به قوت خود باقی است.

همچنین واردات خودرو از مناطق آزاد منتفی شد و نمایندگان به منظور حمایت از تولید داخلی با واردات خودروهای خارجی از مناطق آزاد به کشور مخالفت کردند و رأی به حذف این بند از لایحه بودجه دادند. در عین حال با تصویب بند الحاقی ۱۳ در تبصره ۶، رده‌های بسیج و موزه‌های دفاع مقدس از پرداخت حق انشعاب آب و فاضلاب، برق، گاز

## بانک نامه

طبق اعلام وزارت راه و شهرسازی

## وام اجاره تا پایان اسفندماه تمدید شد

وزارت راه و شهرسازی اعلام کرد متقاضیان تسهیلات کمک ودیعه مسکن تا پایان اسفندماه فرصت دارند وام خود را دریافت کنند و امکان تمدید این زمان وجود ندارد؛ پیش از این پایان بهمن ماه آخرین مهلت اعلام شده بود که تمدید شده است.

به دنبال مصوبه ستاد ملی کرونا برای پرداخت وام اجاره به مستاجران ۸۲۸ هزار نفر از متقاضیان واجد شرایط شناخته شدند که ۳۰۲ هزار نفر نسبت به دریافت وام اقدام و ۲۳۰ هزار نفر در بانکهای عامل تشکیل پرونده دادند که تا ۱۲ بهمن ماه ۱۹۱ هزار نفر وام اجاره را دریافت کرده‌اند. با توجه به طولانی شدن فرآیند تشکیل پرونده بعضی متقاضیان در بانکها، پایان بهمن ماه مهلت دریافت وام اعلام شد که حالا تا انتهای سال تمدید شده است.

براساس اعلام معاون دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، بارها زمان پرداخت وام ودیعه مسکن تمدید شده است. انتظار این است متقاضیانی که تشکیل پرونده دادند در این مدت زمان مراجعه و تسهیلات خود را دریافت کنند تا نیازی به تمدید مجدد نباشد. کما اینکه امکان تمدید نیست و بانکها از این نظر مشکلاتی را دارند. او البته از احتمال تصمیم‌گیری دولت برای تصویب وام جدید اجاره در سال ۱۴۰۰ خبر داده و گفته است: اینکه ثبت نام جدیدی برای سال ۱۴۰۰ داشته باشیم منوط به تصمیم‌گیری دولت و منابع موجود است. پرونده وام ودیعه مسکن برای پایان اسفندماه بسته می‌شود و برای سال جدید تصمیمات در سال جدید اخذ خواهد شد.

به گفته وی، متقاضیانی که تشکیل پرونده دادند حائز شرایط دریافت وام هستند، اما از نظر سیستم بانکی نیز باید بررسی‌های لازم انجام شود تا متقاضیان از نظر دریافت تسهیلات از نظر قوانین و مقررات مشکلی نداشته باشند.

تسهیلات مرحله خرید کالا و خدمات یا همان وام کمک ودیعه اجاره به میزان ۵۰، ۳۰ و ۱۵ میلیون تومان، از اوایل مردادماه در ستاد ملی مقابله با کرونا به تصویب رسید. سود این تسهیلات ۱۳ درصد است. نحوه بازپرداخت آن بدین صورت است که در روش اول، گیرندگان وام (مستأجران) می‌توانند تسهیلات را یک‌ساله دریافت کنند و صرفا سود آن را ماهانه بپردازند و در پایان سال، اصل آن را پرداخت کنند. در روش دوم، متقاضیان می‌توانند وام را سه ساله دریافت کنند و در مدت ۳۶ ماه اصل و فرع آن را به بانک بپردازند. مستأجران در تهران ماهانه ۵۴۰ هزار تومان، کلاتشهرها ۳۳۰ هزار تومان و سایر شهرها ۱۶۰ هزار تومان پرداخت خواهند کرد. با توجه به مشکلات ایجادشده برای خانوارها در شرایط اقتصادی و بهداشتی کشور ناشی از شیوع ویروس کرونا و اجرای بند ۳ مصوبات پنجاه و یکمین جلسه ستاد ملی مدیریت کرونا در تاریخ ۱۳ دی ماه، مهلت پرداخت تسهیلات ودیعه مسکن ابتدا تا پایان بهمن و سپس پایان اسفندماه تمدید شد.

دلار به کانال ۲۴ هزار تومانی بازگشت

## کاهش ۸۰ هزار تومانی سکه

هر دلار در صرفی‌های بانکی در دومین روز هفته ۲۴ هزار و ۷۹۴ تومان معامله شد که قیمت آن نسبت به روز شنبه ۴۵۴ تومان کاهش داشت. قیمت فروش هر یورو نیز با کاهش ۸۵۹ تومانی به ۲۹ هزار و ۷۴۴ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار نیز ۲۴ هزار و ۳۰۲ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۹ هزار و ۱۵۵ تومان اعلام شد. هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران نیز با کاهش ۸۰ هزار تومانی نسبت به روز شنبه همراه بود و به قیمت ۱۱ میلیون و ۲۰ هزار تومان معامله شد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان به فروش رسید. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۲ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی هم ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۷۱ هزار تومان و هر مثقال طلا به ۴ میلیون و ۶۴۲ هزار تومان رسید. انس جهانی طلای یک‌هزار و ۷۳۵ دلار فروخته شد.

در سال ۱۴۰۰ و برای مقابله با شیوع کرونا

## تمهیدات کرونایی بانک مرکزی تمدید شد

تمهیدات ویژه بانک مرکزی که پیش از این با هدف کاهش مراجعه حضوری به شعب بانکها در راستای مقابله با شیوع ویروس کرونا به شبکه بانکی ابلاغ شده بود در سال ۱۴۰۰ نیز ادامه دارد که براساس آن، سقف انتقال وجه کارت به کارت شبانی و درون بانکی به ۱۰۰ میلیون ریال در هر روز افزایش می‌یابد. به گزارش بانک مرکزی، این بانک در بخشنامه‌ای به شبکه بانکی تاکید کرد با توجه به شرایط خاص بهداشتی کشور و نیز در راستای مدیریت، کنترل و پیشگیری از شیوع ویروس کرونا، به منظور تسهیل استفاده هموطنان از درگاه‌های غیر حضوری و کاهش مراجعات حضوری مردم به شعب و دستگانه‌های خودپرداز، موارد مقرر در بخشنامه مربوط به ۲۹ آبان ۱۳۹۹ در سال آتی (۱۴۰۰) نیز در دستور کار قرار گیرد.

براین اساس تمهیدات ویژه بانک مرکزی با هدف کاهش مراجعات حضوری به شعب بانکها در راستای مقابله با شیوع ویروس کرونا، سقف انتقال وجه کارت به کارت شبانی و درون بانکی از مبدأ هر کارت به ۱۰۰ میلیون ریال در هر روز افزایش می‌یابد. ذکر این نکته ضروری است که میزان کارمزد انتقال وجه بیش از ۳۰ میلیون ریال به صورت پلکنی لحاظ خواهد شد.

همچنین سقف مجاز انتقال وجه کارت به کارت از طریق پرداخت‌سازها از ۱۰ میلیون ریال به ۳۰ میلیون ریال با حصول اطمینان از تطبیق شماره ملی دارنده کارت و شماره ملی دارنده سیم‌کارت انجام‌دهنده تراکنش قابل افزایش است. با توجه به خطرات ناشی از سوءاستفاده‌های احتمالی در صورت عدم اعمال کنترل فوق افزایش سقف انتقال وجه مجاز نیست. ذکر این نکته ضروری است که در صورت پیوستن بانکها و پرداخت‌سازها به هاب فنلوران مالی این سقف می‌تواند تا مبلغ ۵۰ میلیون ریال افزایش یابد.

در کنار این اقدامات، امکان تمدید تاریخ انقضای کارت‌های بانکی بدون نیاز به مراجعه حضوری مشتری تا پایان سال ۱۴۰۰ و به مدت یک سال بلامانع است، همچنین ضروری است اقدامات لازم برای احراز هویت غیر حضوری و اطلاع‌رسانی به مشتریان صورت گیرد. از سوی دیگر، سقف صدور کارت هدیه تا اطلاع ثانوی و به صورت موقت به ۲۰ میلیون ریال افزایش می‌یابد. ضروری است فرآیندهای افتتاح حساب و دریافت تسهیلات در راستای کاهش زمان حضور مشتریان در شعب‌اصلاح‌شده و مشتریان بتوانند تمام اقدامات لازم نظیر تکمیل فرم‌ها را به صورت غیر حضوری انجام دهند و پس از مراجعه حضوری صرفا برای احراز هویت و با صرف حداقل زمان در کوتاه‌ترین زمان ممکن امور مربوط به انجام رسد.

فرصت امروز: اقتصاد سایه، اقتصاد زیرزمینی، اقتصاد پنهان و بازار سایه از دیگر اسامی اقتصاد غیررسمی است؛ اقتصادی که خارج از چارچوب‌های قانون عمل می‌کند و درآمدهای مالیاتی دولت را می‌بلعد. ویژگی اصلی اقتصاد غیررسمی، عدم ثبت آن در حساب‌های رسمی است و پدیده‌هایی نظیر فرار مالیاتی و قاچاق از مصادیق بارز آن است. توسعه اقتصاد غیررسمی، منشأ مشکلات بسیاری برای کشورهاست. مهمترین اثر نامطلوب اقتصاد غیررسمی، زیر سوال بردن اقتصاد حقیقی و کوچک‌نمایی اقتصاد در آینه آمارهاست که قدرت پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد را کاهش می‌دهد و توان برنامه‌ریزی را از سیاست‌گذاران سلب می‌نماید. تا امروز تلاش‌های بسیاری برای تخمین اقتصاد غیررسمی در کشورهای مختلف انجام شده است. در ایران نیز تخمین‌ها و برآوردها درخصوص حجم اقتصاد سایه اغلب متفاوت است و عمده مطالعات، حجم اقتصاد زیرزمینی ایران را دو سوم تولید ناخالص داخلی برآورد کرده‌اند. در گزارش حاضر، یکی از مطالعات اخیر در برآورد حجم اقتصاد سایه در ایران موشکافی شده است. در این مطالعه از منطق فازی برای تخمین حجم اقتصاد سایه و پنهان در کشور بهره گرفته شده و نویسندگان در پایان، حجم اقتصاد غیررسمی ایران را بین ۶ تا ۳۰ درصد تولید ناخالص داخلی برآورد کرده‌اند.

پیشینه مطالعاتی اقتصاد سایه در ایران

تاکنون مطالعات زیادی در زمینه تخمین اقتصاد غیررسمی در ایران و جهان صورت گرفته است. یک بررسی در سال ۲۰۰۰ نشان می‌دهد که اقتصاد غیررسمی در مصر و تایلند نزدیک به ۷۵ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشورها را تشکیل می‌دهد و این رقم در آمریکا لاتین ۲۵ تا ۲۵ درصد است. یک بررسی دیگر در سال ۲۰۰۳ هم نشان می‌دهد که اقتصاد غیررسمی در ایتالیا معادل ۲۵ درصد تولید ناخالص داخلی کشور چکمه است.

در ایران نیز نخستین تحقیق علمی در مورد برآورد اقتصاد زیرزمینی، در سال ۱۳۶۹ توسط فیروزه خلعتبری انجام شد. او بازه ۲۸ ساله بین سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۶۸ را مورد بررسی قرار داد و حجم اقتصاد زیرزمینی کشور را ۶۸ درصد تولید ناخالص داخلی و ۸،۲۲ درصد از درآمد اقتصاد رسمی برآورد کرد. همچنین در مطالعه‌ای دیگر طاهر فر در سال ۱۳۷۶ با استفاده از دو روش نسبت نقد و تقاضای پول، حجم اقتصاد غیررسمی ایران را بین ۱۸ تا ۳۶ درصد اقتصاد رسمی برآورد زد.

عرب مازار بزدی نیز در سال ۱۳۸۰ با استفاده از روش شاخص‌های چندگانه، حجم اقتصاد غیررسمی ایران را در دوره زمانی ۱۳۴۷ تا ۱۳۷۷ برآورد کرد. به گفته وی، حجم اقتصاد غیررسمی ایران در این دوره زمانی به طور میانگین ۱۱ درصد تولید ناخالص داخلی بوده است. اسفندیاری و جمال‌منش نیز در سال ۱۳۸۱ با استفاده از روش تابع تقاضای پول حجم اقتصاد زیرزمینی ایران را طی دوره ۱۳۵۵ تا ۱۳۷۹ برآورد کردند. براساس مطالعه آنها، حجم اقتصاد زیرزمینی ایران از ۹،۶

در زیرزمین سیاه و پنهان اقتصاد ایران چه می‌گذرد؟

## حجم ۳۰ درصدی اقتصاد سایه در ایران

درصد اقتصاد رسمی در سال ۱۳۵۶ به ۱۷،۲۲ درصد در سال ۱۳۷۸ رسیده است. همچنین سلیمی‌فر و کیوان‌فر در سال ۱۳۸۹ در مطالعه‌ای، حجم اقتصاد غیررسمی ایران را (با استفاده از روش شکاف درآمدی) در دوره زمانی ۱۳۶۱ تا ۱۳۸۷ تخمین زدند. نتایج این تحقیق، روند افزایشی اقتصاد غیررسمی را در دوران جنگ تحمیلی تأیید می‌کند، چنانکه طبق نتایج این مطالعه، بیشترین حجم اقتصاد غیررسمی مربوط به سال ۱۳۶۸ با ۶۸ درصد از تولید ناخالص داخلی و کمترین مقدار مربوط به سال ۱۳۷۲ با ۹،۲۷ درصد تولید ناخالص داخلی بوده است.



اخباری نیز در سال ۱۳۹۰ با استفاده از رویکرد فازی اقتصاد غیررسمی ایران را در سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۸۹ برآورد کرد. او در مطالعه‌اش از سه متغیر نرخ موثر مالیات، نرخ بیکاری و حداقل دستمزد واقعی به عنوان متغیرهای موثر بر حجم اقتصاد غیررسمی استفاده کرده و حجم اقتصاد غیررسمی ایران را بین ۳ تا ۲۳ درصد تولید ناخالص داخلی تخمین زد.

همانطور که دیده می‌شود، به کارگیری شاخص منطق فازی برای برآورد شاخص اقتصاد غیررسمی دارای سابقه مطالعاتی محدود در ایران بوده است و بیشتر مطالعات خارجی نیز برای سادگی محاسبات از دو متغیر نرخ موثر مالیات و شاخص مقررات دولت استفاده کرده‌اند و به پیروی از آنها در اکثر مطالعات داخلی نیز از همان دو متغیر و پایگاه قواعد مطالعات خارجی استفاده شده است، اما مطالعه حاضر از محدود مطالعات داخلی و خارجی است که از سه متغیر برای برآورد شاخص اقتصاد غیررسمی استفاده کرده است.

نگاهی به مالیات‌های جدید مجلس در بودجه ۱۴۰۰

## پیشنهادی برای توزیع ثروت

کنیم. به عبارت دیگر، از یک قیمتی پایین‌تر نرخ آن صفر و از یک قیمت به بالا نرخ‌ها تصاعدی می‌شود که در این زمینه بهتر می‌بود دولت و مجلس طرح جامع‌تری در نظر می‌گرفتند.

به گفته وی، مکانیزم نرخ تصاعدی در عدالت نزدیک‌تر است و برای اخذ مالیات از خودروها نیز باید نرخ تصاعدی در نظر گرفته می‌شد. همچنین باید خیلی نسبت به نرخ‌های مالیاتی دقت صورت گیرد زیرا نرخ‌گذاری‌ها می‌تواند جابه‌جایی نقدینگی بین دارایی‌های مختلف را ایجاد کند؛ به گونه‌ای که خیلی از افراد ممکن است خودروهای لوکس خود را بفروشند و به سمت خرید مسکن، طلا یا ارز بروند. همچنین ممکن است فردی خودروی بالای یک میلیاردی خود را بفروشد تا مشمول مالیات نشود و

حجم اقتصاد زیرزمینی ایران با منطق فازی کشورهایی در حال توسعه اغلب در کنار بخش رسمی خود شاهد فعالیت‌های غیررسمی اقتصادی هستند. اقتصاد غیررسمی برخلاف اقتصاد رسمی، قانون‌های مصوب را نمی‌پذیرد و محیط کاری خود را براساس ضوابط رفتاری درون این اقتصاد مشخص می‌کند بنابراین اقتصاد غیررسمی یک متغیر مهم در سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و سیاست‌های مالی در هر اقتصاد است، بنابراین اطلاع از اندازه و ویژگی‌های آن برای سیاست‌گذاران اقتصادی ضروری است.

در این میان، پژوهشگران در تازه‌ترین بررسی حجم اقتصاد غیررسمی از سال ۱۳۵۵ تا ۱۳۹۵، از روش منطق فازی استفاده کردند. در این روش از سه متغیر که اثرگذاری آنها بر حجم اقتصاد غیررسمی در مطالعات تجربی بین‌المللی ثابت شده، استفاده شده است. بررسی سه متغیر بیکاری، شاخص مقررات دولت و نرخ موثر مالیاتی از سال ۱۳۵۵ تا ۱۳۹۵ نشان می‌دهد حجم اقتصاد غیررسمی در این سال‌ها از ۶ درصد تا ۳۰ درصد در نوسان بوده و در این دوره به طور میانگین معادل ۱۷،۴ درصد از تولید ناخالص داخلی بوده است، بهره بیشترین اندازه اقتصاد غیررسمی مربوط به سال ۱۳۹۵ و کمترین آن مربوط به سال ۱۳۵۶ بوده است. این شاخص همچنین در دوره مورد مطالعه بین ۰،۱۶۴ و ۰،۸۱۲ (شاخص از یک محاسبه می‌شود) در نوسان بوده و سپس با قرار دادن سال ۱۳۶۰ به عنوان مقدار پایه، سری اقتصاد غیررسمی ایران به عنوان درصدی از GDP استخراج شده است. طبق نتایج این مطالعه، حجم اقتصاد غیررسمی بین ۶ تا ۳۰ درصد در نوسان بود که بیانگر گسترده بودن این بخش در ایران است، یعنی اندازه اقتصاد غیررسمی در این دوره زمانی به طور میانگین ۱۷،۴ درصد از تولید ناخالص داخلی است.

با توجه به اینکه وجود فعالیت‌های غیررسمی باعث کاهش پایه مالیاتی دولت و کاهش درآمدهای مالیاتی دولت می‌شود و همچنین تلاش دولت برای کاهش وابستگی بودجه عمومی به درآمدهای نفتی و مشکلات کشور در صادرات نفت و وجود تحریم‌های خارجی، به نظر می‌رسد دولت باید با بهبود قوانین و مقررات مالیاتی و قوانین موجود و تلاش برای کاهش نرخ بیکاری از ورود افراد به بخش‌های غیررسمی جلوگیری کند و فعالیت‌های غیررسمی را به سمت رسمی شدن هدایت کند و با این کار ضمن گسترش پایه مالیاتی، فشار مالیاتی بر فعالیت‌های رسمی موجود را کاهش و درآمدهای مالیاتی خود را افزایش دهد.

به اعتقاد نویسندگان این مطالعه، شوک واردشده از ناحیه اشتغال و افزایش نرخ بیکاری و همچنین چارچوب‌های مالیاتی بهبودنیافته به فعالیت‌های غیررسمی در اقتصاد دامن زده است و اگر دولت برای کاهش وابستگی بودجه عمومی به درآمدهای نفتی برنامه‌ریزی کرده، باید با کاهش نرخ بیکاری از ورود نیروی کار به بخش‌های غیررسمی جلوگیری کند. این مطالعه با عنوان «برآورد حجم اقتصاد غیررسمی ایران: رویکرد منطق فازی» در نشریه پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع در پاییز امسال منتشر شد.

خودروی ۱۰۰ میلیونی تا یک میلیاردی بخرد که با این امر، تقاضا در این نوع خودروها و قیمت آنها نیز افزایش می‌یابد.

شقاقتی با بیان اینکه مالیات بر عایدی سرمایه مانع احتکار مسکن می‌شود، ادامه داد: برای خانه‌های با متراژ کمتر که احتکار در آنها صورت می‌گیرد، به پایه مالیاتی چون مالیات بر خانه‌های خالی و عایدی سرمایه نیاز است. هر کدام از اهداف مالیاتی پایه‌های مالیاتی مختص به خود را می‌خواهند و بسیاری از پایه‌های مالیاتی هم می‌تواند به بازتوزیع ثروت و هم افزایش درآمد دولت نیز منجر شوند. باید سیاست‌های اقتصادی، وارداتی، تولیدی و کنترلی پارانهای کشور با پایه و نرخ‌های مالیاتی هماهنگ شوند که دولت باید سعی کند تمامی در این زمینه ایجاد کند.



**تجدید آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای**

**(تجدید فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران)**

**شماره ۲۲۰۱/۹۹/۲۳ نوبت دوم**

شماره مجوز: ۱۳۹۹/۷۱۸۲

شرکت گاز استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه با مشخصات زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه (دریافت استعلام ارزیابی کیفی، ارائه اسناد ارزیابی کیفی، دریافت مابقی اسناد مناقصه، ارائه پیشنهاد قیمت، بازگشایی پاکت‌ها) بصورت الکترونیکی و از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) انجام خواهد گرفت.

- مناقصه گاز: شرکت گاز استان آذربایجانغربی
- موضوع مناقصه: پروژه خدمات نشت یابی خطوط شبکه، تغذیه، انشعابات و ایستگاه های تقلیل فشار گاز در سطح استان آذربایجان غربی به شرح:
  - نشت یابی از شبکه های تغذیه و توزیع
  - نشت یابی از انشعابات تجاری و خانگی
  - نشت یابی از ایستگاه های تقلیل فشار C.G.S و T.B.S
- محل اجرای پروژه: سطح استان آذربایجان غربی
- شرایط مناقصیان:
  - داشتن شخصیت حقوقی
  - داشتن تجربه در زمینه نشت یابی گاز طبیعی یا داشتن گواهی صلاحیت معتبر پایه پنج و یا بالاتر در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه
  - داشتن ظرفیت خالی ارجاع کار
  - توانایی تهیه و تسلیم انواع ضمانتنامه های مورد نیاز
- نحوه دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی: از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir)
- مهلت زمانی دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی: ساعت ۱۶ تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۶
- مهلت زمانی ارائه و بارگذاری کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی: ساعت ۱۶ تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۰
- شماره مناقصه ثبت شده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد): ۰۲۹۹۰۹۱۳۱۰۰۱۸۱
- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۰۵۶۵۹ هـ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیات وزیران و اصلاحیه های بعدی آن خواهد بود.
- اطلاعات تماس مناقصه گزار: مناقصه گران می توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر یا در صورت داشتن هرگونه ابهام در خصوص اسناد مناقصه با تلفن شماره ۳۲۴۷۷۱۷۰-۰۲۴ تماس یا از طریق نمابر شماره ۳۲۴۴۴۷۵-۰۴۴ مکاتبه نمایند.
- آدرس: دفتر امور قراردادهای واقع در ارومیه، خیابان مولوی، شرکت گاز استان آذربایجانغربی، طبقه اول، اتاق ۱۰۲ متعاقبا شرکت‌های مکتسبه حد نصاب امتیاز ارزیابی کیفی، در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی مجاز به دریافت مابقی اسناد مناقصه و ارائه پیشنهاد قیمت خواهند بود. لذا مسئولیت اطلاع از روند برگزاری الکترونیکی مناقصه و کنترل های لازم برعهده مناقصه گران می باشد. برای آگاهی از اخبار، آگهی‌های مناقصه، عملاًکرده شرکت گاز استان آذربایجان غربی می‌توانید به کانال پیام‌رسان سروش به آدرس @WAZARGAS مراجعه فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۱۲/۹

تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۱۲/۱۱

**روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان غربی**



مالباختگان بورس به سراغ رمزارزها می‌روند

## دو راهه بورس و بیت کوین

پس از افت شاخص بورس و ضرر و زیان سنگین سهامداران، رمزارزها به‌ویژه بیت‌کوین به عنوان محلی برای سرمایه‌گذاری و جایگزین بازار سرمایه تبدیل شد و سرمایه‌گذاران بدون توجه به ریزش شاخص بورس و با اکتفا به رشدهای غافلگیرکننده رمزارزها، سرمایه‌های خود را وارد این بازار کرده‌اند و این بازار به عنوان نخستین گزینه سرمایه‌گذاری در جهان، در کسب بازدهی از دیگر بازارها سبقت گرفته است.

به این ترتیب، کسانی که در چند وقت اخیر بخشی از سرمایه خود را در بازار سهام از دست داده‌اند، بدون توجه به صحبت کارشناسان که بارها اعلام کرده‌اند رمزارزها گزینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری نیستند، با تصور جبران ضررهای متحمل شده، سرمایه‌های خود را وارد این بازار کرده‌اند و امیدوار به کسب بازدهی‌های چشمگیر در این بازار هستند.

حالا بیت‌کوین در سرمایه‌گذاری، مسیری مشابه با بازار سرمایه را در پیش گرفته و با شکستن مقاومت‌های پیش رو وارد دوران رونق شده، اما شاید سرنوشته سرمایه‌گذاری در این بازار چندان متفاوت با وضعیت هم‌اکنون بورس نباشد و به همین دلیل کارشناسان به این مالباختگان بورسی که به سراغ بیت‌کوین رفته‌اند، هشدار می‌دهند. چنانچه یک کارشناس بازار سرمایه با اشاره به وجود نوسان در معاملات رمزارزها و بازار سهام، به مقایسه سرمایه‌گذاری در این دو بازار پرداخته و می‌گوید: در بازار جهانی پیش‌بینی شده که رمزارزها وارد یک فضای حباب‌گونه شده‌اند و مردم باید با احتیاط بیشتری برای سرمایه‌گذاری در این بازار اقدام کنند.

امیرعلی امیریباری به خطرهای تهدیدکننده سرمایه‌گذاری در رمزارزها اشاره کرد و به ایرنا، گفت: سرمایه‌گذاری در رمزارزها و کسب بازدهی کلان از این بازار از جمله مسائلی است که به تازگی بسیار به گوش می‌رسد، این موضوع باید مورد توجه قرار گیرد که رمزارزها در زمره سرمایه‌گذاری‌هایی قرار دارند که می‌توانند جزو پریسک‌ترین بازارها برای سرمایه‌گذاری محسوب شوند.

او با بیان اینکه هیچ‌گونه معیاری برای ارزش‌گذاری رمزارزها وجود ندارد، ادامه داد: به هیچ عنوان وجود مبنای برای ارزش‌گذاری این رمزارزها امکان‌پذیر نیست و با معیار ارزش‌گذاری در بازارهای دیگر نمی‌توان اقدام به محاسبه قیمت ذاتی این رمزارزها کرد تا از این طریق معاملات توجیه‌پذیر شوند. به گفته وی، وجود نوسان‌های شدید در رمزارزها ناشی از عدم وجود قیمت ذاتی است و فقط نیروی عرضه و تقاضا بر این بازار موثر و تعیین‌کننده مسیر معاملات است. در بازار جهانی نیز پیش‌بینی شده که بازار رمزارزها وارد یک فضای حباب‌گونه شده است و سرمایه‌گذاران باید برای سرمایه‌گذاری در این بازار احتیاط کنند.

امیریباری به سرازیر شدن سرمایه ریالی به سمت رمزارزها اشاره کرد و گفت: این سرمایه‌ها باید به صورت ارزهای خارجی از کشور خارج شوند، اما در شرایط کنونی که کشور در تنگنای ارزی قرار دارد این عمل نمی‌تواند اقدامی شایسته باشد. بانک مرکزی و سایر نهادهای نظارتی باید دقت مضاعفی داشته باشند تا مانع از خروج ارز از کشور و به خطر افتادن سرمایه سرمایه‌گذاران در این فضای ملتهب شوند.



سهامداران شد و در حال حاضر کار به جایی رسیده است که حجم روزانه معاملات تا ۲ الی ۳ هزار میلیارد تومان کاهش یافته است، یعنی چیزی حدود یک دهم حجم معاملات تیرماه. در واقع باید گفت نقدینگی از بازار سرمایه خارج شده است.

از سوی دیگر، انگیزه خرید در بازار وجود ندارد. حقوقی‌ها در حال فروش هستند تا سود شناسایی کنند و صورت مالی را با سود شناسایی خوب ببینند. این روزها بیشتر از آنکه فروشنده‌ها به چشم بیایند، نبود خریدار به چشم می‌آید! در بسیاری از روزها صف فروش سهم‌های بزرگ و شاخص‌ساز توسط حقوقی‌ها جمع می‌شود، اما خریدار نیست و همه اقدام به فروش سهم می‌کنند، در نهایت منابعی که برای جمع کردن صف‌های فروش در نظر گرفته شده بود تمام می‌شود!

همه این عوامل در کنار شرایط اقتصاد کلان و سیاست خارجی قرار می‌گیرد تا به روزهای قرمز بازار بیشتر دامن بزند وضعیت برجام همچنان مشخص نیست و به نظر می‌رسد ایران قصد دارد برنامه‌های هسته‌ای صلح‌آمیز خود را توسعه دهد و همواره ابهامات بازار سرمایه را از حالت تعادل خارج می‌کند. این در حالی است که دولت در حال فروش اوراق خود در بازار ابرارهای نوین فرابورس است و از این طریق تأمین مالی می‌کند، در نتیجه در حال حاضر به بخش سهام کاری ندارد بنابراین به نظر نمی‌رسد که با حفظ شرایط موجود، بازار سرمایه تا پایان سال وضعیت متفاوتی با این روزها پیدا کند.

این هفته (شنبه ۹ اسفندماه) شاخص کل برای چندمین بار در ماه‌های گذشته به کانال یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد عقب‌گرد کرد. می‌توان گفت قرار گرفتن چند دلیل در کنار هم نهایتاً باعث خروج نقدینگی از این بازار شده تا صف فروش سهم‌ها دیگر خریداری نداشته باشند! حتی نگاه بلندمدت به بازار سرمایه که از سوی مسئولان به سهامداران توصیه می‌شد کارآمد نبود و روزهای قرمز بازار وارد هفتمین ماه خود شده است؛ ریزشی که از میانه مردادماه آغاز شد و شاخص کل بورس را از ۲ میلیون واحد تا یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد کاهش داد و هرچند در میانه‌های راه تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد افزایش یافت اما در این کانال دوام نیاورد و حالا هفته‌هاست که بین دو کانال یک میلیون و ۱۰۰ و یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد در نوسان است.

حتی تغییر دامنه نوسان و تبدیل آن به دامنه نوسان نامتقارن مثبت شش و منفی دو درصد نیز کارساز نبود و هرچند ترمز ریزش شارپی بازار کشیده شد اما در نهایت شاخص کل بورس دوباره به کانال یک میلیون و ۱۰۰ هزار واحد عقب‌گرد کرد. این در حالی است که در ماه‌های ابتدایی سال دولتمردان مردم را به سرمایه‌گذاری در بورس تشویق می‌کردند و در حالی که بازارهای موازی جذابیتی نداشتند، مردم تحت تأثیر این تشویق‌ها، سرمایه‌های سرگردان و خرد خود را وارد بازار سرمایه کردند به امید اینکه از تورم موجود در جامعه عقب نمانند و بتوانند سرمایه‌های خود را حفظ کنند. در آن ماه‌ها نقدینگی بسیاری وارد بازار سرمایه شد، به طوری که ارزش معاملات تا حدود ۲۴ هزار میلیارد در روز افزایش یافت.

شاخص بورس به مدار صعود باز می‌گردد؟

این در شرایطی بود که درهای صادرات نفت به دلیل تحریم و صادرات غیرنفتی به دلیل شیوع کرونا روی دولت بسته شده بود و دولت از نظر تأمین منابع مالی در تنگنا قرار داشت بنابراین در روزهای رونق بازار سرمایه، دولت توانست بخشی از منابع مالی موردنیاز خود را از این بازار تأمین کند، اما در نهایت و با تلنگر اختلاف وزاری نفت و اقتصاد در مورد عرضه پالایشی یکم، استنارت ریزش بازار در مردادماه زده شد و تاکنون نیز ادامه دارد؛ اتفاقی که منجر به از بین رفتن سرمایه و در نهایت اعتماد

فرصت امروز: ریزش بازار سرمایه در دهمین روز اسفندماه نیز ادامه یافت و نماگر این بازار در روز یکشنبه بیش از ۸ هزار واحد افت کرد. شاخص کل بورس تهران با این افت ۸ هزار و ۶۰۱ واحدی تا رقم یک میلیون و ۱۸۵ هزار واحد عقب رفت. در این روز سایر شاخص‌ها نیز عملکردی نزولی داشتند و شاخص کل (هم‌وزن) با یک هزار و ۲۸ واحد کاهش به ۴۳۲ هزار و ۳۷۳ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) با ۶۷۱ واحد افت به ۲۸۲ هزار و ۴۵۱ واحد رسید. شاخص بازار اول ۷ هزار و ۳۳۲ واحد و شاخص بازار دوم ۱۳ هزار و ۸۱۴ واحد کاهش داشت.

در معاملات این روز بیش از ۲ میلیارد و ۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۴ هزار و ۷۷۶ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای پتروشیمی بوعلی سینا (بوعلی)، سرمایه‌گذاری سیمان تأمین (سیتا)، تأمین سرمایه امین (امین)، بانک اقتصاد نوین (نوین)، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد)، سیمان صوفیان (صوفی) و داده گستر عصر نوین (های وب) از جمله نمادهای پربیننده بودند. گروه کانه فلزی هم صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳۳۷ میلیون و ۳۰۸ هزار برگه سهم به ارزش ۴ هزار و ۷۵۰ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس حدود ۶۶ واحد کاهش داشت و بر روی کانال ۱۶ هزار و ۹۲۰ واحد ایستاد. در این بازار ۶۵۸ میلیون و ۹۴۸ هزار برگه سهم به ارزش ۷۲ هزار و ۲۱۰ میلیارد ریال داد و ستد شد.

## رونق و ریزش بورس در ابتدا و انتهای سال

شاید عجیب باشد که پس از رشدهای خیره‌کننده و کانال‌شکنی‌های متعدد شاخص بورس در نیمه نخست سال ۹۹، حالا بورس تهران در آخرین ماه این سال هنوز به مدار صعود در اسفندماه نرسیده است؛ اتفاقی که شاید برای بسیاری از سهامداران و تازه‌واردان بورسی که با تشویق دولتمردان به سراغ سرمایه‌گذاری در این بازار در سال جاری آمده بودند به هیچ وجه قابل پیش‌بینی نبود. حال سوال اغلب آنها این است که بورس تهران چگونه از سکه افتاد؟

به گزارش ایسنا، روزهای چراغ قرمز بازار سرمایه با همه تدابیری که برای بهبود وضعیت این بازار به کار گرفته شده تمامی ندارد و در اولین روز

## نوبت دوم

## آگهی مناقصه عمومی



شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان

استان هرمزگان

شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان در نظر دارد نسبت به خدمات و خرید مشروحه ذیل از طریق برگزاری مناقصه عمومی از پیمانکاران و تأمین‌کنندگان واجد شرایط اقدام نماید:

| ردیف | موضوع  | شماره مناقصه   |
|------|--|----------------|
| ۱    | خرید تعداد نه هزار (۹۰۰۰) عدد تسمه حائل ۷۰ سانتی‌گالوانیزه گرم و تعداد هزار (۱۰۰۰) عدد کنسول فلزی ۲/۴۰ متری نمره ۸ و تعداد سه هزار و پانصد (۳۵۰۰) عدد کنسول فلزی ۲/۴۰ متری نمره ۷ مطابق با استاندارد توانیر از محل اعتبارات داخلی مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱,۱۳۸,۲۰۰,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان تحویل کالا: حداکثر ۲ ماه<br>پیش پرداخت: ۱۰٪                      | ۹۹-۱۶۱         |
| ۲    | خرید مقدار پانزده (۱۵) کیلو متر فیبر نوری جهت تکمیل تجهیزات پروژه های ارتباطات در سطح استان از محل اعتبارات داخلی مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۵۰۲,۵۰۰,۰۰۰ ریال<br>مدت زمان تحویل کالا: حداکثر ۱ ماه<br>پیش پرداخت: ندارد<br>خرید کابل از نوع محصولات داخلی بوده و همچنین خرید نهایی و انتخاب تأمین‌کننده منوط به تاییده لابراتوری فنی کابل های فیبر نوری است. | ۹۹-۱۲۱ (تجدید) |
| ۳    | طرح توسعه مشترکین روستایی در خمیر شامل (۳) دستگاه پست هوایی، ۹۹۷ متر شبکه فشار متوسط هوایی، ۷۶۶ متر شبکه فشار ضعیف هوایی) از محل اعتبارات (ماده ۵ بند ۱۰ ماده ۷ قانون حمایت از صنعت برق در سال ۹۹ مطابق موافقت نامه ۱۳۰۱۰۱۴۰۱۴ اعتبارات عوارض برق)<br>مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۳۳۹,۹۵۴,۳۲۴ ریال<br>مدت زمان انجام کار: حداکثر ۱ ماه<br>پیش پرداخت: ۱۵٪     | ۹۹-۱۴۷         |
| ۴    | تأمین نیروی انسانی به منظور انجام خدمات پشتیبانی و نگهداری مراکز ۱۲۱ در استان هرمزگان از محل اعتبارات داخلی مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱,۸۹۷,۱۱۱,۰۴۳ ریال<br>مدت زمان انجام کار: حداکثر ۱۲ ماه<br>پیش پرداخت: ندارد  | ۹۹-۱۰۴         |

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه فقط به سه صورت ضمانت بانکی - کسر از مطالبات یا واریز وجه نقد مورد قبول می‌باشد.

لذا کلیه پیمانکاران و تأمین‌کنندگان واجد شرایط جهت خرید اسناد مناقصه می‌توانند پس از تاریخ درج آگهی نوبت دوم در روزنامه جهت خرید اسناد مناقصه به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) مراجعه نمایند و جهت دریافت اسناد اقدام نمایند.

- آدرس دستگاه مناقصه گزار: بندر عباس - بلوار جمهوری اسلامی - جنب شهرک مسکونی زیتون (نیروگاه قدیم) شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان تلفن: ۰۷۶-۳۱۲-۱۵۲۹ فاکس دبیر خانه: ۰۷۶-۳۱۲-۱۴۰۲ - ۰۷۶

مشخصات شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان: کد اقتصادی: ۴۱۱۴۲۵۸۹۲۱۵ شناسه شرکت: ۱۰۱۰۱۲۳۵۵۷۷ ش ثبت: ۱۹۵۴-۷۹۱۳۶-۷۵۱۱۵

- محل بازگشایی پاکت: شرکت توزیع برق هرمزگان - دفتر امور تدارکات و انبارها  
- به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از انقضا مدت مقرر در اسناد مناقصه واصل می‌شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

- آدرس دالخواه اسناد: خرید اسناد فقط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) میباشد. ([www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir))

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۲/۱۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۲/۱۰

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان

## نوبت اول

برق متعلق به همه اقشار جامعه است از اسراف در مصرف آن پرهیز کنیم.

## آگهی فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه عمومی دو مرحله ای



استانهای خوزستان و گیلان و بویر احمد

شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان به عنوان دستگاه مناقصه گزار به شناسه ملی ۰۱۰۰۹۸۰۵۴۴، کد اقتصادی ۷۶۹۸-۳۱۶۷-۴۱۱۲ و کد پستی ۶۱۳۴۸۱۳۹۵۶ در نظر دارد تأمین تجهیزات زیر را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای و با توجه به شرایط ذکر شده به شرکت های واجد صلاحیت واگذار نماید:

| شماره مناقصه  | شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت | موضوع مناقصه  | تاریخ تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی |
|---------------|---|---|--|
| ۸۷-۱۲۰۹۰/۹۹/۳ | ۲۰۹۹۰۰۱۲۶۲۰۰۰۰۹۴                                | خرید ۶ دستگاه ترانسفورماتور قدرت ۴۰۰/۱۳۴/۲۰ کیلو ولت با ظرفیت ۳۱۵ مگاوات آمپر | روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۱۵ ساعت ۱۴:۰۰  |

زمان . مهلت مبلغ و محل دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: متقاضیان می‌توانند از تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۱ لغایت ۱۳۹۹/۱۲/۱۸ به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) مراجعه و با پرداخت مبلغ ۲۰۰,۰۰۰ ریال از طریق درگاه پرداخت اینترنتی وجه را به شماره حساب ۴۰۰۱۱۲۲۰۰۴۰۲۳۱۷۵ به شماره شبای ۴۰۰۱۱۲۲۰۰۴۰۲۳۱۷۵ IR به نام تمرکز وجوه در آمد حق انشعاب و سایر درآمدهای شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان در بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پرداخت و برای خرید اسناد استعلام ارزیابی کیفی اقدام نمایند.

زمان و محل تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی : پیشنهاد دهندگان باید تصویر کلیه مدارک استعلام تکمیل شده را در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تا ساعت ۱۲:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۵ بارگذاری نموده و اصل مدارک را نیز در پاکت لاک و مهر شده حداکثر تا پایان ساعت اداری روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۱/۱۵ به آدرس اهواز - بلوار گلستان - سازمان آب و برق خوزستان - ساختمان شماره ۲ شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان - طبقه همکف - دبیرخانه مرکزی شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان تحویل داده و رسید دریافت نمایند. تمامی فرآیند برگزاری ارزیابی کیفی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت صورت می‌پذیرد. پیشنهادهایی که در سامانه ستاد ثبت نشده باشند فاقد اعتبار بوده و غیر قابل بررسی می‌باشند.

کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت انجام خواهد شد. اطلاعات و اسناد مناقصه عمومی پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه از طریق سامانه برای مناقصه گران ارسال خواهد شد.

به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. علاقه مندان به شرکت در فراخوان ارزیابی کیفی می‌بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (توکن) با شماره تلفن ۰۲۱-۴۱۹۲۴ تماس حاصل نمایند.

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت پایگاه اطلاع رسانی مناقصات پایگاه اطلاع رسانی مناقصات شرکت توانیر

[www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir)  
<http://i.cts.mpporg.ir>  
<http://tender.tavanir.org.ir>

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان

## رفع مشکلات ایفای تعهدات ارزی صادرکنندگان از محل ورود موقت

مدیرکل دفتر توسعه خدمات بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران گفت با تلاش‌های انجام شده، تا حدی مشکلات ایفای تعهدات ارزی صادرکنندگان از محل ورود موقت حل شده و تا پایان امسال کاملاً رفع خواهد شد.

احسان قمری شامگاه روز ۹ اسفندماه در مراسم تقدیر از صادرکنندگان برتر استان زنجان که در محل استانداری زنجان برگزار شد، با بیان اینکه کشور در سال جاری با دو مشکل اساسی تحریم‌های ظالمانه و شیوع ویروس کرونا مواجه شد که در نیمه اول امسال، صادرات را تحت‌الشعاع خود قرار داده بود، اظهار کرد: با تلاش‌های بخش خصوصی و مدیریت بخش دولتی، اکنون تقریباً همه مرزهای کشور باز است و تجارت خارجی کشور روند طبیعی خود را طی می‌کند.

وی با بیان اینکه کاهش ۲۵ تا ۲۶ درصدی صادرات خارجی کشور طی نیمه اول امسال، اکنون به کمتر از ۱۲ درصد رسیده است، افزود: اساس سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی؛ درون‌زایی و برون‌گرایی اقتصاد است. این دو تنها با صادرات انجام می‌شود، همان‌طور که مقام معظم رهبری نیز بر این موضوع تأکید دارند، امروز صادرکنندگان به عنوان سربازان خط مقدم صادرات در حال فعالیت بوده و پیشرانان توسعه همه‌جانبه کشور هستند.

این مسئول با بیان اینکه به دلیل همسایگی با ۱۵ کشور، یک موقعیت سوق‌الجیشی در ایران وجود دارد، تصریح کرد: طبق مطالعات انجام شده، میزان واردات سالانه ۱۵ کشور همسایه ایران از دنیا؛ ۱۶۰۰ میلیارد دلار است، بنابراین از مجموع ظرفیت واردات کشورهای همسایه، ایران ظرفیت تولید و صادرات ۱۰۰ میلیارد دلار به ۱۵ کشور را دارد، گفتنی است اکنون از ایران به کشورهای همسایه حدود ۲۴ میلیارد دلار کالا صادر می‌شود.

مدیرکل دفتر توسعه خدمات بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران با بیان اینکه علی‌رغم فشارهای وارد شده برای جلوگیری از صادرات ایران، تولید صادرات‌محور در کشور انجام می‌شود، ادامه داد: از ۱۲ آبان‌ماه امسال مسئولیت ایفای تعهدات ارزی صادرکنندگان و رفع مشکلات آنان برعهده وزارت صنعت، معدن و تجارت قرار گرفته است. قمری با بیان اینکه اگر اعتقاد داریم که بخش خصوصی صادرکننده، سرباز صادرات است، باید موانع موجود نیز رفع شود، اظهار کرد: برخی از موانع موجود برون‌زا بوده و یکسری متغیرهایی است که در اختیار هیچ‌کس نیست و شرایط ایجاد می‌کند ممانعت‌ها وجود داشته باشد، اما یکسری ممنوعیت‌ها و محدودیت‌ها وجود دارد که شاید در بخش‌های کارشناسی مشکل وجود داشته باشد که باید حل و رفع شود.

وی با بیان اینکه شاید استان زنجان بیشترین صادرات را در محل ورود موقت دارد، افزود: با تلاش‌های انجام شده در وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان تا حدی مشکلات ایفای تعهدات ارزی صادرکنندگان از محل ورود موقت حل شده و تا پایان سال کاملاً رفع خواهد شد.

این مسئول با بیان اینکه مشکلات صادرات ریالی و رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان با دستورالعمل تکمیلی که در چند روز آینده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت ابلاغ خواهد شد رفع می‌شود، تصریح کرد: گفتنی است ایده‌هایی از وزارت صنعت، معدن و تجارت در خصوص استرداد مالیات بر ارزش‌افزوده با استقبال مواجه شده و ادامه پیدا خواهد کرد.

## معدن پرزرق و برق، اما راکد!

مسیرهای کوهستانی و پر از فراز و نشیب به گنج‌هایی می‌رسد که در دل خاک این مرز و بوم نهفته است، وجود معدن پرزرق و برق طلا تا معدن متعدد سنگ‌های قیمتی موردنیاز برای احداث ساختمان‌ها در کشور می‌تواند گویای این ادعا باشد، راهی بس طولانی و پرمشقت از اکتشاف مواد معدنی تا رسیدن به عیار واقعی در این معدن وجود دارد، اما متأسفانه این امر مورد غفلت واقع شده است.

به گزارش ایسنا، ظرفیت‌های عظیمی در معدن کشور نهفته است و به جرأت می‌توان گفت که استفاده بهینه از ظرفیت معدن موجود می‌تواند راهی مطمئن برای نجات کشور از نوسانات اقتصادی باشد، اما متأسفانه برخی سوءمدیریت‌ها در این حوزه موجب شده است که نتوانیم از این ظرفیت در راستای تأمین مواد

اولیه، اشتغال، فرآوری مواد معدنی و ... استفاده کنیم. کشور ایران یکی از ذخایر بالقوه مواد معدنی را در خاورمیانه به خود اختصاص داده است، محدود شدن صادرات نفتی در سال‌های اخیر موجب شد که گرایش به سمت اکتشاف از معدن برای ارزآوری و تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی افزایش پیدا کند.

در طول دهه‌های گذشته مجوزات اکتشاف از معدن سراسر کشور صادر شد، اما متأسفانه بنا به دلایل گوناگون معدن واگذار شده به بهره‌برداران عملاً دچار رکود شدند و هیچ استخراجی از این معدن انجام نمی‌شود، قطعاً فعال شدن بخشی از معدن راکد می‌تواند رونق و اشتغال را در این مناطق به‌همراه داشته باشد.

یکی از نکاتی که پس از استخراج از معدن باید مورد توجه متولیان امر قرار بگیرد، بحث فرآوری مواد معدنی است، متأسفانه عمده مواد معدنی استخراج شده از معدن چهارمحال و بختیاری برای فرآوری به سایر استان‌ها و حتی خارج از کشور ارسال می‌شود، فرآوری مواد معدنی علاوه بر ایجاد اشتغال می‌تواند ارزش افزوده این محصول را نیز بالا ببرد.

مهرداد قاسمی، معاون صنایع معدنی سازمان صنعت، معدن و تجارت چهارمحال و بختیاری در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص وضعیت معدن استان، اظهار کرد: اظهار کرد: مواد معدنی موجود در استان محدود و بیشتر مواد معدنی در حال استخراج استان شامل سنگ گچ، سنگ لاشه و سنگ‌های تزئینی در حوزه ساختمانی است. وی با اشاره به اینکه خاک نسوز از مواد اولیه پرکاربرد برای صنایع فولاد است، گفت: با استفاده از این خاک آجرهای نسوز موردنیاز برای کوره‌ها تولید می‌شود، این ماده معدنی پس از استخراج توسط بهره‌بردار به سایر استان‌ها برای فرآوری ارسال می‌شود، خاک نسوز استخراج شده در چهارمحال و بختیاری بخشی از نیاز صنایع فولاد کشور را تأمین می‌کند.



است، گفت: برخی می‌گویند دولت دنبال گران کردن اینترنت است. اگر دولت دنبال این کار بود به مصوبه مجلس نیازی نداشت و خودمان اختیار گران کردن اینترنت را داریم و به مجوز مجلس نیازی نبود. وقتی سهامداران اپراتورها دو سه ماه قبل قیمت‌ها را بالا بردند، دولت محکم ایستاد و قیمت‌ها برگشت. ما چهار سال قیمت را ثابت نگه داشته‌ایم الان هم استراتژی ما همان است و محکم می‌ایستیم تا قیمت افزایش نیابد.

او در واکنش به این رویکرد مجلس مبنی بر اینکه آنها دنبال گران کردن اینترنت نیستند، اظهار کرد: چگونه به بنگاه اقتصادی می‌توان گفت ۱۰ درصد مالیات را افزایش دهند، اما قیمت تمام‌شده را افزایش ندهند. ریاضی ما اینقدر خوب نیست که این معادله را درک کنیم؛ البته یک فرمول وجود دارد که بنگاه تعطیل شود و توسعه ارتباطات تعطیل شود.

آذری جهرمی درباره ادعای نمایندگان مجلس درباره کم‌اظهاری وزارت ارتباطات از درآمد این وزارتخانه نیز عنوان کرد: بگویند کم‌اظهاری کجا بوده است. گزارش تفریغ بودجه را اعلام کنند. ۶۴۰۰ میلیارد تومان به عنوان درآمد عمومی باید به خزانه واریز می‌کردیم. شرکت‌ها همراه اول، شرکت مخابرات ایران بورسی هستند و درآمد آنها در بورس اعلام می‌شود و این درآمد شفاف است و مردم می‌توانند ببینند و مگر می‌شود درآمدی باشد که اظهار نشود؟

۱۳۰۴۰۴ نزد خزانه‌داری کل واریز می‌شود. منابع حاصل به میزان ۳۰ هزار میلیارد ریال با هدف حمایت از تولید محتوا و فعالیت‌های فرهنگی و نظارت در فضای مجازی هزینه می‌شود. مسئولیت صدور مجوز و تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر و نظارت بر آن، منحصر به عهده سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر (ساترا) سازمان صداوسیما است.

پس از آن، نمایندگان مجلس به این اظهارات واکنش نشان دادند. سیدمحسن دهنوی -عضو هیأت رئیسه مجلس- اینطور عنوان کرد که مگر وزیر ارتباطات برای مجلس تعیین تکلیف می‌کند؟ حق‌السهم دولت از اپراتورها بسیار بالاست اما دولت در بودجه به آن اشاره نمی‌کند، این حوزه به حیات خلوتی برای عده‌ای تبدیل شده که از آن برای فعالیت‌های انتخاباتی استفاده می‌شود.

این عضو کمیسیون تلفیق همچنین اظهار کرد: در این بند قید خواهد شد دولت و اپراتورها حق افزایش تعرفه در سال آینده را ندارند، لذا اجازه نخواهیم داد که حتی یک ریال از جیب مردم هزینه اضافه صورت گیرد حتی پیشنهاد افزایش نرخ تعرفه‌های اینترنت نیز در کمیسیون تلفیق رد شد لذا مجلس حامی ثبات در قیمت‌ها خواهد بود.

دولت برای گران کردن اینترنت، نیازی به مجوز مجلس ندارد پس از آن اما وزیر ارتباطات با بیان اینکه حرف‌هایی که می‌زنند نادرست

نمایندگان مجلس شورای اسلامی پس از مصوبه افزایش مالیات از اپراتورها، به جلوگیری از افزایش قیمت اینترنت تأکید داشتند و اکنون با کاهش تعرفه پیام‌رسان‌های داخلی، ارزان کردن اینترنت را مطرح کردند، این در حالی است که مسئولان حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات معتقدند نه تنها اطلاق اینترنت به ترافیک پیام‌رسان داخلی صحیح نیست، بلکه با این مصوبه، استفاده از شاد که رایگان بوده، از این پس صرفاً با پرداخت هزینه ممکن است.

به گزارش ایسنا، موضوع قیمت اینترنت اگرچه همواره مورد مناقشه بوده و کاربران هم درخواست رسیدگی به آن و کاهش قیمت را داشتند، اما از هفته گذشته و با مصوبه کمیسیون تلفیق مجلس شورای اسلامی، وجهه تازه‌ای به خود گرفت. داستان از این قرار بود که سه‌شنبه ۵ اسفندماه، محمدجواد آذری جهرمی -وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات- از افزایش چشمگیر قیمت بسته‌های اپراتورها در صورت تصویب مصوبه کمیسیون تلفیق، مبنی بر افزایش ۳۰۰۰ میلیارد تومانی مالیات اپراتورها و اختصاص آن به برخی دستگاه‌ها از جمله صداوسیما خبر داد.

او تصویری از متن این مصوبه را منتشر کرد که در آن عنوان شده بود: حق‌الامتیاز و حق‌السهم دولت از اپراتورهای ارائه‌دهنده خدمات مخابراتی به میزان ۱۰ درصد افزایش یافته و به حساب درآمد عمومی ردیف

## واکسن چینی ترخیص و تحویل شد

این در حالی است که پیش از این دو محموله واکسن کرونا از روسیه وارد کشور شده بود که اولین محموله ۱۶ بهمن ماه به فرودگاه امام خمینی (ره) رسید و حاوی چهار پالت واکسن اسپوتنیک روسی به وزن حدود ۶۴۰ کیلوگرم و ساخت کشور روسیه بود. دومین محموله نیز ۲۵ بهمن ماه، وارد فرودگاه امام خمینی (ره) شد که این محموله ۲۲۴۲ کیلوپی واکسن اسپوتنیک ساخت کشور روسیه بود.

## قیمت فعلی ارز با واقعیت اقتصاد سازگار نیست و رو به کاهش خواهد بود

در این جلسه قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت گزارشی از عملکرد صادرات و واردات کشور در ۱۱ ماهه سال ۹۹ ارائه کرد که براساس این گزارش آثار منفی کرونا بر صادرات کشور در ماه‌های اخیر رو به کاهش گذاشته است.

رئیس جمهور با اشاره به بررسی برنامه توسعه صادرات غیرنفتی با توجه به شرایط جدید روابط بین‌المللی در جلسه دیروز ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، با تأکید بر توسعه صادرات غیرنفتی برای تحقق حق حضور ایران در اقتصاد جهانی، اظهار داشت: توسعه صادرات غیرنفتی به عنوان یکی از ابزارهای توانمند اقتصاد مقاومتی برای مقابله با تحریم‌های ظالمانه و غیرقانونی آمریکا بسیار حائز اهمیت است.

روحانی بهبود کیفیت کالاهای تولیدی و همچنین پایداری به تعهدات از سوی تولیدکنندگان را در افزایش صادرات غیرنفتی ایران بسیار حائز اهمیت دانست و تصریح کرد: شرایط جدید ایجاد می‌کند تا سرعت بیشتر در تحقق اهداف دولت در توسعه صادرات غیرنفتی را در دستور کار قرار دهیم.

به تعادل برسد. رئیس جمهور در ادامه با اشاره به اینکه دولت همواره در پی آن بوده که بتواند ارز را به قیمت واقعی آن نزدیک کند و قیمت فعلی را به هیچ وجه به نفع اقتصاد کشور ندانسته، تصریح کرد: اختلال تحریم‌ها در مرادوات بانکی و ارزی کشور و سودجویی کاسیان تحریم، عوارض جنگ اقتصادی را تشدید کرد که بحمدالله این فضا در حال کمرنگ شدن است. روحانی خاطرنشان کرد: دولت تلاش دارد با ایجاد اجماع و هماهنگی با همه دستگاه‌ها و بخش‌های مختلف کشور و کاستن عوارض غیراقتصادی مؤثر بر فضای اقتصادی کشور و بازار سرمایه و تلاش برای آزادسازی منابع ارزی بلوکه شده، بتواند سریع‌تر قیمت ارز را به قیمت واقعی آن نزدیک کند.

رئیس جمهور همچنین با اشاره به شرایط جدید ایجاد شده در روند مذاکرات با کشورهایایی که منابع ارزی ایران را با فشار آمریکا مسدود کرده بودند، ابراز امیدواری کرد شاهد روند کاهشی نرخ ارز باشیم. ضرورت توسعه صادرات غیرنفتی در راستای اجرای سیاست اقتصاد بدون نفت

در جلسه روز یکشنبه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، گزارشی از برنامه‌های اجراشده و در دست اقدام دولت برای ایجاد ثبات در بازار ارز از سوی دستگاه‌های ذی‌ربط ارائه شد.

به گزارش ایسنا، رئیس جمهور پس از ارائه این گزارش با بیان اینکه دغدغه دولت کاهش و رفع فشارهای معیشتی در زندگی مردم است، گفت: طی سه سال گذشته دولت با مقابله، مبارزه و خنثی‌سازی تحریم‌ها در جنگ اقتصادی که با هدف ایجاد حیطی و نامانی اقتصادی بوده است، توانسته با تأمین کالاهای ضروری این هدف شوم دشمن را خنثی کند، اگرچه به علت تحمیل هزینه اضافی بر روابط بانکی و تجاری از سوی تحریم‌کنندگان، دچار نوسانات ناخواسته قیمت‌ها شدیم که عوارض آن باعث فشار بر معیشت مردم شد.

حجت الاسلام والمسلمین حسن روحانی با تأکید بر فضای جدید به وجود آمده، افزود: در این مرحله نباید اجازه دهیم سختی‌ها و فشارها بر زندگی مردم و معیشت آنان تداوم یابد از این نظر باید برای ثبات قیمت کالاها به عنوان سیاستی عاجل و اصلی دولت، قیمت‌ها

## اخبار



رشد ۲ تا ۴ میلیون تومانی قیمت‌ها در بازار خودرو

### خبری از تب و تاب خریدهای نوروژی نیست

با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال خرید و فروش خودرو با التهابات کمی روبه‌رو شده است، به نحوی که در هفته‌های گذشته معاملات در بازار خودرو به صفر رسیده بود، اما ناامیدی از کاهش بیشتر قیمت‌ها باعث شد تا خرید خودرو در بازار اندکی رونق پیدا کند. البته معاملات نسبت به سال‌های گذشته آن هم در اسفندماه همچنان بسیار کم است ولی نسبت به ماه‌های گذشته که معامله‌ای در بازار انجام نمی‌شد تا حدودی رونق پیدا کرده است. به گزارش تسنیم، در بازار دیروز پراید ۱۱۱ با رشد یک میلیون تومانی ۱۲۸ میلیون تومان، پراید ۱۳۱ با رشد یک میلیون تومانی ۱۱۱ میلیون تومان و تیبا دو با رشد یک میلیون تومانی ۱۲۹ میلیون تومان معامله می‌شد. علاوه بر این سمند ال ایکس با رشد ۲ میلیون تومانی ۱۷۷ میلیون تومان سمند ال ایکس با موتور ای اف سون با رشد ۴ میلیون تومانی ۲۰۰ میلیون تومان و سمند سورن با رشد یک میلیون تومانی ۲۳۸ میلیون تومان قیمت‌گذاری شد. در محصولات پژو نیز رشد قیمت‌ها از یک تا دو میلیون تومان بوده است. به نحوی که پژو ۲۰۶ تیپ دو ۱۸۵ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ تیپ ۵ با قیمت ۲۴۸ میلیون تومان و پژو ۲۰۶ صندوقدار ۲۳۴ میلیون تومان به فروش می‌رسید.

عرضه خودرو در بورس باید بدون سقف قیمت باشد

### کاهش قیمت در بلندمدت

یک کارشناس صنعت خودرو گفت عدم تعیین سقف قیمت و دامنه نوسان، تداوم عرضه در بورس و عرضه همه محصولات در بورس از جمله الزامات ورود خودرو به بورس کالا است. یکی از مهمترین برنامه‌هایی که برای سامان دادن به صنعت و بازار خودرو طی ماه‌های گذشته تدوین شده، طرح مجلس تحت عنوان «طرح تحول بازار و صنعت خودروی سبک» است که چندی پیش کلیاتش تصویب شد؛ طراحان معتقدند با اجرای این طرح می‌توان به متعادل شدن قیمت‌ها و حذف رانت و واسطه‌گری امیدوار بود. یکی از اصلی‌ترین بندهای این طرح، عرضه خودرو در بورس است که به گفته حجت الله فیروزی، سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس، هدف آن فروش خودرو به قیمت واقعی، حذف دلالت از بازار و افزایش کیفیت و کمیت خودرو است.

با این حال اگر چه مزایای عرضه خودرو در بورس انکارنشدنی است، اما با توجه به حساسیت موضوع نیاز است نمایندگان الزاماتی را جهت ساماندهی عرضه و افزایش دسترسی مصرف‌کننده واقعی به خودرو در نظر بگیرند تا هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده منتفع شوند. در این رابطه، علی موسوی کارشناس صنعت خودرو در گفت و گو با خبرنگار مهر، اظهار داشت: در حال حاضر عرضه خودرو در بورس کالا در دستور کار کمیسیون صنایع و معادن مجلس قرار دارد، اما باید چند الزام رعایت شود؛ یکی اینکه سقف قیمت به هیچ شکلی نباید لحاظ شود، زیرا در صورت تعیین سقف قیمت چه به صورت دامنه نوسان و چه به صورت سقف مشخص برای هر خودرو باعث تشکیک صف می‌شود و بورس از خاصیت می‌افتد. وی افزود: علاوه بر آن افرادی می‌توانند شرکت کنند که شرایط مشخصی داشته باشند مثل قیودی که در حال حاضر نیز هست همچون داشتن گواهینامه و یا اینکه در یک مدت مشخصی خودرو نخریده باشند. موسوی گفت: در شرایطی که عرضه کمتر از تقاضا است، این گونه قواعد کمک می‌کند که خودرو دست مصرف‌کننده واقعی برسد و دسترسی مصرف‌کننده واقعی بالاتر رود. این کارشناس صنعت خودرو افزود: از سوی دیگر عرضه خودرو در بورس باید تداوم اجرا هم داشته باشد؛ هدف اصلی عرضه خودرو در بورس این است که منابعی که در حال حاضر به دست دلالتان می‌رسد به جیب دلالتان واریز نشود و این منابع صرف افزایش تولید شود. باید در نظر داشت که این مسئله یک مقدار زمانبر است و شاید شش ماهی طول بکشد تا اثر خود را در تولید نشان دهد از این رو باید تداوم عرضه رخ دهد تا با افزایش تولید، قیمت در بازار شروع به ریزش کند. وی با بیان اینکه همچنین تعیین کف عرضه کمک می‌کند که کسی سوءاستفاده نکند، تصریح کرد: مهمتر از همه موارد این است که همه محصولات در بورس کالا عرضه شود تا با بستن شدن در پشتی، افراد خاصی نتوانند با توجه به روابطی که دارند از درب پشتی کارخانه خودرو را به صورت غیررسمی تهیه کنند.

### مخالفت مجلس با واردات اتوبوس‌های دست

#### دوم

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی ضمن ابراز مخالفت با واردات اتوبوس‌های دست دوم گفت از توانمندی لازم برای ساخت اتوبوس در داخل کشور برخوردار هستیم و می‌بایست از این پتانسیل حداکثر بهره را ببریم. اقبال شاکری در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، ضمن ابراز مخالفت با مصوبه ستاد ملی مبارزه با کرونا مبنی بر واردات اتوبوس دست دوم اظهار داشت: براساس بازدید اخیرمی که همراه با رئیس شورای شهر و نمایندگان مجلس از دو شرکت اتوبوس‌سازی و واگن تهران و پارس به عمل آمد، صنعت اتوبوس‌سازی داخلی با وجود برخورداری از سطح بالایی از امکانات متوقف شده و با بیکاری دست و پنجه نرم می‌کند.

وی با تاکید بر اینکه می‌بایست در راستای فعال‌سازی صنایع داخلی حرکت کنیم، افزود: اگر توانایی واردات این اتوبوس‌ها وجود دارد، باید در قالب قرارداد فاینانس و به شکل محدود باشد. نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات، پردیس و اسلامشهر در مجلس شورای اسلامی گفت: از ظرفیت و توانمندی ساخت داخلی در حوزه اتوبوس‌سازی برخوردار هستیم و می‌بایست از این پتانسیل حداکثر بهره را ببریم. شاکری بیان کرد: در استفاده از نقدینگی موجود در خارج از کشور از طریق فاینانس می‌بایست به گونه‌ای عمل نمایم که شرکت‌های داخلی فعال شوند نه اینکه شرکت‌های خارجی به عنوان رقیب داخلی‌ها عرض اندام نمایند و اندک تحرکی که سازندگان داخلی دارند، از بین برود.



درآمدی از محل واردات خودرو از مناطق آزاد وجود ندارد و از سویی مطرح بود که تردد خودروهای لوکس مناطق آزاد در سرزمین اصلی با توجه به شرایط موجود می‌تواند با خود تبعاتی داشته باشد.

این جریان به نحوی پیش رفت که در نهایت در بررسی لایحه بودجه در صحن علنی مجلس با مخالفت نمایندگان همراه و به طور کلی حذف شد. بر این اساس هیچ‌گونه واردات خودرویی از مناطق آزاد به سرزمین اصلی صورت نخواهد گرفت و درآمد پیش‌بینی شده برای دولت از این محل حذف خواهد شد. در حال حاضر آنچه دولت در بودجه از درآمد از حقوق ورودی پیش‌بینی کرده بود، حدود ۲۰۰۰ میلیارد تومانی است که آن هم به جریان تعیین تکلیف و ترخیص خودروهای مانده در گمرک برمی‌گردد، نه واردات جدید. این در حالی است که در تازه‌ترین مصوبه مجلس حقوق ورودی خودروهای سواری در سال آینده حداقل ۸۶ درصد ارزش گمرکی آن تعیین شده است.

مناطق آزاد با اخذ حقوق گمرکی و سود بازرگانی متناسب با قیمت خودرو در داخل کشور و با لحاظ معیارها، ظرف مدت یک ماه از تاریخ ابلاغ قانون نسبت به ثبت سفارش و اجازه واردات خودروهای غیرآمریکایی موجود در مناطق آزاد تجاری و صنعتی اقدام کند. همچنین مصوب شد که نرخ سود بازرگانی متناسب با نوع خودرو و سال ساخت و سایر مشخصات خودرو باید طوری تنظیم شود که در مقایسه قیمت‌های بازار، منجر به سود بیش از ۲۰ درصد برای واردکنندگان نشده و در صورت مشاهده روند فزاینده تفاوت میان قیمت‌های بازار و وارداتی، دولت می‌تواند متناسب با افزایش قیمت نسبت به تجدیدنظر در نرخ سود بازرگانی اقدام کند.

آنچه از این مصوبه تلفیق برمی‌آمد درآمدی بین ۱۰ تا ۱۷ هزار میلیارد تومان از حقوق ورودی برای دولت پیش‌بینی شده بود، اما به هر صورت واکنش مسئولان یا سازمان برنامه و بودجه را داشت که نشان می‌داد موافقتی با این موضوع ندارند. از سویی تاکید داشتند که امکان چنین

با وجود پافشاری‌هایی که برای ورود خودروهای مناطق آزاد به غیر از خودروهای آمریکایی به سرزمین اصلی و کسب درآمد از این محل وجود داشت، در نهایت این پیشنهاد در مجلس رأی نیاورد و ورود خودروهای لوکس مناطق آزاد به سرزمین اصلی منتهی شد.

به گزارش ایسنا، واردات خودرو از سال ۱۳۹۷ ممنوع است و حتی در مناطق آزاد با وجود قوانین خاص خود امکان واردات خودرو وجود ندارد که عمده دلیل آن به شرایط ارزی و ارزیابی بالای واردات خودرو برمی‌گردد. اما در جریان ارائه لایحه بودجه و بررسی آن حواشی در رابطه با واردات خودرو وجود داشت؛ به طوری که چندی پیش در جریان بررسی لایحه بودجه در کمیسیون تلفیق نمایندگان تاکید داشتند که واردات خودرو از مناطق آزاد به سرزمین اصلی انجام شود. بر این اساس در بند الحاقی به تبصره ۶ بودجه دولت مکلف شد که به منظور تنظیم بازار خودروهای وارداتی، ضمن شناسایی خودروهای خارجی غیرآمریکایی موجود در

## دریافت مالیات از خودروهای لوکس چه تبعاتی را می‌تواند متوجه بازار کند؟

گذشته بوده‌ایم، با این حال مصوبه مجلس معاملات این خودروها را تحت‌تاثیر قرار خواهد داد، اما الحاقیه مصوب‌شده توسط نمایندگان مجلس در آخر هفته گذشته در جریان بررسی بخش‌هایی از لایحه اصلاحی بودجه ۱۴۰۰ جدای از تبعات آن بر بازار خودرو، از دید بسیاری از کارشناسان خالی از اشکال نیست. آنچه مشخص است مالیات‌ستانی در دنیا با اهداف خاصی صورت می‌گیرد که از جمله مهمترین آنها، «تامین منابع پایدار برای دولت»، «تحقق سیاست‌های مرتبط با تنظیم و ساماندهی بازار» و «بازتوزیع ثروت بین دهک‌های پردرآمد و کم‌درآمد» است، این در حالی است که با خطاهای مکرر در تعریف مالیات‌های جدید، تحقق این اهداف به نوعی زیرسوال رفته است. بر این اساس مالیات از خودروهای لوکسی که طی سه سال گذشته دولت مانع از واردات آن به کشور شده و همچنین با عوارض و تعرفه سنگین نیز خود زمینه افزایش قیمت آن را فراهم کرده، به‌طور حتم نمی‌تواند تامین‌کننده منابع پایدار برای دولت باشد. از سویی دیگر مالیات‌ها بیشتر با هدف تنظیم یا ساماندهی بازار در دستور کار قانون‌گذاران یا دولت‌ها قرار می‌گیرد حال آنکه مصوبه اخیر مجلس به‌طور حتم نمی‌تواند منجر به ساماندهی بازار خودروهای وارداتی شود. آنچه مشخص است ساماندهی یا تنظیم بازار محصولات خارجی تنها با کاهش تعرفه و همچنین آزادسازی واردات محقق می‌شود و مالیات‌ستانی نمی‌تواند در این زمینه کارایی داشته باشد.

دولت با عوارض و تعرفه‌های بالا از یک‌سو زمینه افزایش قیمت این محصولات را در بازار فراهم کرده و از سوی دیگر با توقف واردات نیز به رشد قیمت سرسام‌آور این خودروها دامن زده است. بدین ترتیب مصوبه مجلس نیز پازل وارداتی‌ها را به نحوی کامل کرد که مشتریان دیگر انگیزه‌ای برای خرید این نوع محصولات نخواهند داشت. به گفته برخی از فعالان بازار، مالیات‌ستانی از خودروهای لوکس در شرایط آزادسازی واردات توجیه‌کننده مقررات دولت و مجلس در این زمینه است حال آنکه در شرایط توقف واردات اخذ مالیات با تبعات زیادی در بازار همراه خواهد بود. یکی از این تبعات همانطور که عنوان شد کاهش انگیزه خرید این خودروها است، مشتریان محصولات خارجی طبق مصوبه مجلس باید به طور سلالانه مالیات مشخصی را به دولت بپردازند، این مالیات جدای از مالیات‌های جاری محاسبه می‌شود، بنابراین هزینه مضاعفی را به خریداران محصولات خارجی تحمیل می‌کند. در این زمینه عنوان می‌شود که همراه با کاهش مشتریان خودروهای وارداتی ممکن است شاهد ریزش قیمتی این نوع محصولات نیز باشیم، اما علاوه بر مشتریان، فروشندگان و معامله‌گران بازار وارداتی‌ها نیز از مصوبه کنونی مجلس متأثر خواهند شد. آنچه مشخص است با وجود توقف سه ساله واردات خودرو، بازار خرید و فروش محصولات خارجی همچنان پررونق است و حتی شاهد اوج‌گیری تعداد نمایندگانهای خودروهای وارداتی در یک سال

مجلس در لایحه بودجه ۱۴۰۰ این امکان را برای دولت فراهم کرد تا از خودروهای لوکس مالیات دریافت کند، اما مشخص نیست هدف نمایندگان از ایجاد این مسییر جدید، کسب درآمد برای دولت است یا اینکه آنها اهداف دیگری را دنبال می‌کنند. همچنین این دست مصوبات تبعاتی را برای بازار به دنبال دارد بنابراین به نظر می‌رسد این مصوبه نقاط کوری داشته باشد.

به گزارش پدال نیوز، مجلس شورای اسلامی در جریان بررسی لایحه اصلاحی بودجه ۱۴۰۰ در شرایطی برای دومین بار دولت را ملزم به مالیات‌ستانی از خودروهای لوکس کرد که این مصوبه همراه با فرمول پیوست تبعاتی برای بازار وارداتی‌ها در پی دارد. آنچه مشخص است با توقف سه ساله واردات خودرو، محصولات خارجی موجود در بازار با قیمت‌های کاذبی روبه‌رو شد به‌طوری‌که برخی از خودروهای معمولی خارجی نیز همراه با افزایش قیمت برچسب «مصنوع لوکس» به خود گرفت و با قیمت بالایی در بازار معامله شد. بدین ترتیب خودروهایی که تا قبل از سال ۹۷ با تعرفه، مالیات و عوارض بالا در بازار خودرو کشورمان به نام محصولات لوکس به فروش می‌رفت در دوران تحریم قیمت‌های میلیاردی به خود گرفت و این در شرایطی است که حالا مجلس با برچسب لوکس‌های بازار، الحاقیه‌ای را تصویب کرده که سه سال آینده دولت با فرمولی خاص باید به مالیات‌ستانی از این محصولات بپردازد. آنچه مشخص است

## جدیدترین آمار از تعداد خودروهای لاکچری در گمرکات

ارونقی گفت: مجدداً مصوبه‌ای در تاریخ ۲۹ بهمن سال ۹۸ ابلاغ شد و گمرک ترخیص خودروها را به استناد این مصوبه آغاز کرد. ۴۸ هزار خودروی سواری در گمرکات کشور به مرحله پروانه رسیده بودند، اما با توجه به احتمال اتمام مهلت ترخیص به این خودروها اجازه خروج از گمرک داده نشد.

این مقام مسئول در گمرک تصریح کرد: با وجود اینکه تمام تشریفات گمرکی و حقوق ورودی این خودروها واریز شده بود و هیچ مشکلی برای ترخیص وجود نداشت و فقط مهلت ترخیص به اتمام رسیده بود، هزار دستگاه خودروی سواری از محل مصوبه‌ای که در ۲۹ بهمن ۹۸ ابلاغ شده بود، اجازه ترخیص پیدا کردند.

معاون امور فنی گمرک تصریح کرد: برای ۴۸ دستگاه خودرو نیز

معاون فنی گمرک آخرین وضعیت خودروهای موجود در گمرکات کشور را تشریح کرد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، مهرداد جمال ارونقی معاون فنی و امور گمرکی ایران با اشاره به وضعیت دپوی خودروها در گمرکات کشور تصریح کرد: مصوبه‌ای در ۲۹ بهمن سال ۹۸ به گمرک ابلاغ شد و براساس آن به خودروهای متعددی که در گمرکات کشور وجود داشت اجازه ترخیص ترخیص داده شد. در آن زمان ۱۲ هزار و ۲۶۱ دستگاه خودرو در بنادر و گمرکات کشور دپو شده بود. در دی ماه سال ۹۷ مصوبه‌ای تدوین شد که براساس آن ۷ هزار و ۱۵۰ دستگاه خودرو ترخیص شد و متعاقب آن ۵ هزار و ۱۰۸ دستگاه خودرو در بنادر به صورت دپوشده باقی ماند.



## افزایش تولید خودروهای الکتریکی

در این کنفرانس تلفنی سؤال شد که «اهد اروپا برای کارخانه‌های تولید پیشرفته‌های عواقبی خواهد داشت؟» و مارتین داوم گفت: «خواهند داشت. داوم دقیقاً نمی‌گوید چه گرفت، اما هم‌اکنون حدود ۱۴,۰۰۰ نفر در کارخانه‌های آلمان مشغول به کار هستند. داوم گفت تغییرات جمعیتی و توافق‌نامه‌های داوطلبانه به اجبار اخراج نخواهیم کرد.»

داوم خاطر نشان کرد معامله‌ای که اوایل اعلام شد، از سال ۲۰۲۵ یا ۲۰۲۶ صرفه‌جو فعالیت شرکت‌های خلاق باشد.

وی همچنین گفت: منتظر هستیم با گسترش بیشتر فعالیت شرکت‌های خلاق، جوانان مومن و خلاق، این حوزه انتخابیه نیز بتوانند ایده‌ها و نوآوری‌های خود را در قالب یک شرکت خلاق شکوفا کنند. بعد از تصویب قانون بودجه در ابتدای سال بعد، امیدوار هستیم تا فضا برای بررسی هرچه دقیق‌تر قانون حمایت از شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان و نوآور مهیا شود. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، ضمن تشریح زمینه‌های حاکمیتی گسترش شرکت‌های خلاق و نوآور بیان کرد: آمادگی کامل دارم تا به عنوان نماینده مجلس، در حوزه انتخابیه شهرابک، هر کمک و حمایتی که لازم باشد را برای رشد هرچه بیشتر شرکت‌های خلاق به عمل آورم.

شرکت کامیون‌سازی دایملر تراکس اعلام کرد افزایش تولید خودرو الکتریکی در سال‌های آینده باعث ازبین‌رفتن هزاران شغل در کارخانه‌های ساخت پیشرفته خواهد شد.

به گزارش زومیت، مدیرعامل شرکت دایملر تراکس (Daimler Trucks) اعلام کرد حرکت به سمت تولید خودروهای الکتریکی (وسایل نقلیه پاک) به از دست رفتن هزاران شغل در کارخانه‌های ساخت پیشرفته این شرکت در آلمان تا سال ۲۰۲۳ منجر خواهد شد. به گزارش اتوبلاگ، مارتین داوم پنجشنبه هفته گذشته در تماس تلفنی با خبرنگاران گفت: «این کار اصلاً انقلابی نیست که یک‌شبه رخ دهد؛ بلکه تحول و تکامل است.»

قطعات متحرک خودروهای الکتریکی بسیار کمتر از نمونه‌های موجود در پیشرفته‌های احتراق داخلی سنتنی است و با تغییر تولید خودروسازان انتظار می‌رود کارخانه‌های تولید پیشرفته و سیستم محرکه آنها به مرور زمان افراد کمتری را به کار گیرد.

## موتورولا امسال ۳ ساعت دیگر عرضه می‌کند

تصاویری فاش شده‌اند که نشان می‌دهند موتورولا قصد دارد در سال جاری میلادی ساعت‌های هوشمند Moto G و Moto Watch و Moto One را به بازار عرضه کند.

به گزارش زومیت، سال گذشته میلادی، بازگشت ساعت موتو ۳۶۰ موتورولا را شاهد بودیم که از سیستم‌عامل Wear OS استفاده می‌کرد؛ با این حال، آن را یکی از شرکای تجاری موتورولا با نام eBuyNow تولید کرده بود. از قرار معلوم موتورولا و eBuyNow در حال گسترش فعالیت‌های تجاری هستند و قصد دارند در سال جاری میلادی، سه ساعت دیگر با برند Moto به بازار عرضه کنند.



## دریچه

### ستاری: «ژن درمانی» برای درمان بیماری‌های صعب‌العلاج در کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد و بیمارستان تخصصی نخست‌ی سنان راه‌اندازی می‌شود

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین بیان کرد: پول بخش خصوصی در حوزه پژوهش کارساز است. با پول دولتی تحقیق انجام می‌شود، اما نتیجه‌بخش نیست باید از توان و پول خصوصی برای انجام پژوهش‌ها و تحقیقات کاربردی استفاده کنیم.

اقتصاد دانش‌بنیان را در کشور توسعه دهیم همچنین حمیدرضا طیبی، رئیس جهاد دانشگاهی نیز در این مراسم، گفت: یکی از مشکلات مجموعه رویان به حوزه قراردادهای نخست برمی‌گردد که معمولاً جایی با کسی ریسک آن را نمی‌پذیرد. از دکتر ستاری درخواست داریم این مشکل را حل کند.

به گفته وی، ما در تلاشیم تا زمینه را برای ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه فعالیت‌مان فراهم کنیم تا با این کار زمینه فراگیر شدن اقتصاد دانش‌بنیان در کشور فراهم شود. با حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق توسعه ملی تامین مالی پروژه‌های خود را سرعت دادیم.

آینده سرطان به سمت درمان با سلول‌های ایمنی حرکت کرده است در ادامه امیرعلی حمیدیه، دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری‌های سلول‌های بنیادی نیز در این مراسم، گفت: آینده درمان سرطان به جای شیمی درمانی و رادیوتراپی به سمت درمان با سلول‌های ایمنی حرکت می‌کند. این سلول‌ها انواع مختلفی دارد که برخی از آنها را می‌توانیم در درمان سرطان استفاده کنیم.

وی همچنین افزود: درمان سرطان با سلول‌های ایمنی یکی از روش‌های جدید علمی در دنیا است. این کار یک پروژه بسیار پیچیده و سخت است که در دنیا نیز بسیار مورد توجه قرار گرفته است. حمیدیه ادامه داد: سرطان یکی از مشکلات نظام سلامت در دنیا است و همچنان در بیش از نیمی موارد

تومورهای بدخیم پاسخ درستی به درمان‌های معمول در این زمینه نمی‌دهند، اما امیدواریم با سلول‌های ایمنی این بیماری را یک گام به درمان نزدیک‌تر کنیم. وی همچنین بیان کرد: در این مدل درمانی سلول‌های ایمنی به جنگ با سلول‌های سرطانی می‌روند تا درمان قطعی این بیماری را سرعت دهند.

طرح‌ها را بشناسیم سه طرح پایان یافته در سال ۹۹ توسط پژوهشگاه رویان رونمایی شد. پروژه‌هایی که توسط محققان جهاد دانشگاهی به ثمر نهشته است و امیدها به درمان بیماری‌ها را در کشور افزایش داده است. از جمله این طرح‌ها می‌توان به پروژه استفاده از سلول‌های ایمنی در درمان سرطان اشاره کرد که با همکاری دانشگاه علوم پزشکی تهران بر روی ۵ بیمار مبتلا به تومور بدخیم مغزی کارآزمایی بالینی شده است.

همچنین تولید موش تراپخته کوویدسا که می‌تواند در بررسی نتایج داروها و واکنش‌های موثر در درمان کرونا مورد آزمایش قرار گیرد نیز دیگر پروژه این مجموعه است. تولید فرآورده‌های سلول و ژن درمانی برای درمان سرطان بیماران و فرآورده کارا ۱۹ که به درمان سرطان کمک می‌کند نیز محصول دیگری بود که رونمایی شد.

فاز نهایی مرکز جامع سلول‌های بنیادی و پزشکی بازساختی برای استفاده از روش‌های نوین درمانی با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری افتتاح شد.

این مرکز مستقر در پژوهشگاه رویان پلی میان مراحل آزمایشگاهی و پیش بالینی توسعه محصولات مبتنی بر سلول‌های بنیادی و پزشکی بازساختی تا رسیدن به مرحله درمانی و تولید صنعتی محصول در مقیاس بالا است. شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها با استقرار در این مرکز و استفاده از خدمات آن در مسیر توسعه محصولات این حوزه گام برمی‌دارند. پس زیرساخت‌های قوی علمی برای توسعه محصولات مبتنی بر پزشکی بازساختی در آن ارائه می‌شود تا مراحل تولید و کنترل کیفیت محصولات سلول‌درمانی، ژن‌درمانی و مهندسی بافت و نیز تضمین کیفیت محصولات مربوطه به خوبی اجرایی شود.

ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان در مجموعه رویان ضروری است

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با حضور در پژوهشگاه رویان و رونمایی از سه طرح پیش بالینی این مرکز، با اشاره به جایگاه مجموعه پژوهشی رویان در کشور، گفت: این مجموعه نقش مهمی در توسعه زیست‌بوم حوزه سلول‌های بنیادی و پزشکی بازساختی دارد و همیشه در پژوهش‌های پایه پیشرو است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: این مجموعه یادگار کاظم آشتیانی است و محققان برجسته‌ای در آن فعالیت می‌کنند. از اینکه می‌بینم، بحث ژن‌درمانی به صورت جدی در کشور برای درمان بیماری سرطان و در این مجموعه در حال پیگیری است خوشحال هستم.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین بیان کرد: این مجموعه روزی پیش‌از حوزه سلول درمانی بود و امروز به بحث ژن‌درمانی وارد کرده است. امیدواریم طرف یک سال آینده تأییدیه بازار را برای فرآورده خود دریافت کنند. این اتفاق بزرگی در حوزه تحقیقات بالینی مرز دانش است.

ستاری با بیان اینکه هر بار از مجموعه پژوهشی رویان بازدید می‌کنم، پروژه و اتفاق جدیدی را شاهد هستم، گفت: خیلی اتفاق خوبی است که این مجموعه به صورت پویا کار می‌کند و کم کم به سمت ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان می‌رود تا بتواند از این طریق، بخش قابل توجهی از درآمد و بودجه پژوهش‌های پایه خود را تامین کند این خودتاکایی در آینده نقطه قوت خواهد بود. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به حمایت‌های معاونت علمی و فناوری از فعالیت‌های این مجموعه، بیان کرد: با توجه به اینکه جهاد دانشگاهی و پژوهشگاه رویان حجم کارآزمایی پیش بالینی بالایی در حوزه حیوانات دارند، بیمارستانی تخصصی با حمایت معاونت علمی در شهر پردیس ایجاد خواهد شد. این مجموعه نخستین بیمارستان تخصصی برای نخست‌ی سنان در منطقه است. این مجموعه در حوزه‌های مختلف علوم شناختی، داروهای زیستی، واکنس و ... فعالیت می‌کند.



## ظرفیت مناسبی در مجلس ایجاد شد

یک نماینده مجلس گفت ظرفیت بسیار خوبی در مجلس شورای اسلامی برای حمایت از شرکت‌های خلاق ایجاد شده است.

مصطفی رضا حسینی قطب‌آبادی، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، گفت: شرکت‌های خلاق و فناوری‌های نرم جایگاه رفیعی در پیشبرد اقتصاد کشور دارند. نمایندگان مجلس شورای اسلامی نیز نسبت به اهمیت فعالیت این شرکت‌ها در اقتصاد کشور آگاهی دارند. نماینده حوزه انتخابیه شهرابک ادامه داد: به نظر می‌رسد که عموم نمایندگان مجلس، شناخت خوبی از حوزه فعالیت اینگونه شرکت‌ها دارند و این خود بستر بسیار مناسبی ایجاد کرده است تا حمایت حداکثری از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق در مجلس شورای اسلامی شکل بگیرد. این عضو قوه مقننه ضمن تأکید بر بسترهای مناسب رشد فعالیت شرکت‌های خلاق، گفت: بدون شک در

قوانین حمایتی مصوب مجلس، نام شرکت‌های خلاق و جوانان خلاق نیز باید در کنار شرکت‌های دانش‌بنیان در قوانین حمایتی قرار داده شود، پس از انجام بحث‌های کارشناسی لازم در این زمینه، می‌توان قوانینی دارای تأثیر



## تصویر آینده مهاجرت‌های بین‌المللی همچنان مبهم است

۳۳درصد از درآمد در ژوئن-اگوست ۲۰۲۱ نصیب دانشگاه‌ها و مدارس شود؛ همچنین آخرین بررسی نشان می‌دهد که مدارس کشور اکنون انتظار دارند ۲۳درصد از درآمد را در ماه‌های ژانویه-مه ۲۰۲۱ و ۳۹درصد در ژوئن-اگوست ۲۰۲۱ به دست بیاورند. در مقایسه با

پیش‌بینی‌های گزارش قبلی، سایر دانشگاه‌ها و انتظار ثبت نام کمتری دارند.

نمایندگان خدمات مهاجرت در آسیا ۱۴درصد از میزان رزروها را برای تابستان پیش‌بینی می‌کنند. در این گزارش آمده است: پیش‌بینی‌های تخمینی نشان می‌دهد که انتظار می‌رود دانشجویان و دانش‌آموزان بین‌المللی با سرعت بسیار کندتری نسبت به بزرگسالان بازگردند. دانشکده و کارگزاران انتظار دارند تابستان ۲۰۲۲ به ترتیب ۵۴ و ۵۲درصد از رزروهای سال ۲۰۱۹ را به دست بیاورند. این گزارش ادامه داد: صنعت آموزش بین‌المللی، تحت فشار هم‌گیری ویروس کرونا وجود دارد و واضح است که برخی از فعالان حوزه مهاجرت‌های بین‌المللی دانشجویی نتوانند از این وضعیت جان سالم به در ببرند.

ارائه‌دهندگان خدمات مهاجرت از ابتدای شیوع کرونا به طور مداوم ظرفیت‌های رزرو را کاهش داده‌اند و شرایط وضعیت نامشخصی دارد.

نظرسنجی و جمع‌آوری نتایج از پاسخ ۱۲۳ دانشگاه، مدرسه، ۹۱ نماینده،

۱۴ انجمن و ۹ ارائه‌دهنده خدمات مهاجرتی آمریکا نشان داد که ارائه‌دهندگان پیش‌بینی می‌کنند که به طور میانگین تا تابستان سال ۲۰۲۲ حدود ۶۶درصد از درخواست‌های مهاجرت پیش از شیوع کرونا محقق می‌شود. میانگین درآمدی که شرکت‌کنندگان این نظرسنجی انتظار دارند در ماه‌های ژانویه تا مه ۲۰۲۱ دریافت کنند ۲۳درصد کمتر از مدت مشابه در سال ۲۰۱۹ است.

در این گزارش آمده است: کشورهای میزبان مهاجران بین‌المللی مقصد به طور مداوم انتظارات خود را از رزروها، هر سه ماه یک بار کاهش می‌دهند؛ موضوعی که نشان می‌دهد همچنان خلأ مهاجرت در اثر شیوع ویروس کرونا وجود دارد.

نظرسنجی سه ماهه پایانی سال ۲۰۲۰ از دانشگاه‌های ایالت مالت اعلام کرده است که انتظار می‌رود ۲۰درصد از درآمد ۲۰۱۹ را در ژانویه-مه ۲۰۲۱





## گزارش‌ها از ریشه‌های بودن مشکلات گوگل استادیا حکایت دارند

به نظر می‌رسد گوگل نتوانسته است به انتظارات خود از سرویس استادیا در سال ۲۰۲۰ دست پیدا کند و به همین دلیل، استودیوهای بازی‌سازی این شرکت تعطیل شده‌اند. به گزارش زومیت به نقل از ورج، بلومبرگ و وایرد در گزارش‌هایی مختلف به مشکلات سرویس استریم بازی استادیا اشاره کرده‌اند. این گزارش تنها چند هفته پس از بسته شدن استودیوهای بازی‌سازی استادیا منتشر شده است و به سرمایه‌گذاری نکردن گوگل روی استادیا و استودیوهای داخلی این سرویس اشاره دارد. فیل هریسون، مدیر بخش استادیا، در Developer Conference ۲۰۱۹ اعلام کرده بود که گوگل سرمایه‌گذاری زیادی روی سرویس استادیا انجام داده است، اما براساس گزارش وایرد، ماه‌ها طول کشید تا برای ساخت بازی توسعه‌دهنده استخدام کند.



### یادداشت



## عیارسنجی فرآورده‌های تولیدی

وجود دارند که این خدمات را ارائه می‌کنند. شرکت بینا آزما سپاهان عضو شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز یکی از مجموعه‌های فناوری است که با استفاده از نیروی انسانی دانش‌آموخته و تجهیزات پیشرفته، خدمات آنالیز و کیفیت‌سنجی فرآورده‌های تولیدی را به صنایع ارائه می‌کند. این مجموعه دانش‌بنیان تلاش می‌کند تا با ارائه خدمات فناورانه سریع و دقیق آزمایشگاهی، صناعی را که در حوزه‌هایی چون ژئوتکنیک، تولید فرآورده‌های پلیمری، فلزات گران‌بها و دیگر حوزه‌های فناورانه فعالیت می‌کنند را همراهی کند و با استفاده از پیشرفته‌ترین تجهیزات ایران ساخت در حوزه ارزیابی و سنجش مقاومت مصالح مانند آجر، بتن، قیر و آسفالت، شناخت ماهیت و ساختار مواد شیمیایی، سنجش کیفیت و عیار فلزات گران‌بها به ارائه خدمات بپردازد.

استفاده از تجهیزات فناورانه در کنار جذب و آموزش نیروهای متخصص و کارآمد به عنوان دو زمینه برای ارائه خدمات دانش‌بنیان در حوزه‌های یاد شده است. این مجموعه فناور با فراهم کردن تجهیزات مناسب و به‌روز، توانسته در زمینه‌هایی چون شناخت نفوذپذیری به روش بار ثابت و بار افتان، تعیین پتانسیل تورم و نشست خاک‌های چسبیده، طبقه‌بندی خاک و ارزیابی مواد شیمیایی و معدنی کارآمد عمل کند. برای شناخت و سنجش میزان مقاومت مصالح به تجهیزات و روش‌های ارزیابی گوناگونی نیاز است که مجموعه کاملی از این خدمات ارائه شود. تعامل میان طرف عرضه و تقاضا بر بستر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی و عرضه خدمات باکیفیت از دیگر اهداف این مجموعه است.

آرش پور زرگر / مدیرعامل شرکت بینا آزما سپاهان عضو شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری: با پیشرفته‌ترین تجهیزات ایران ساخت، ارزیابی و سنجش، مقاومت مصالح، آنالیز و کیفیت‌سنجی فرآورده‌های تولیدی اندازه‌گیری می‌شود. این کار به ارتقای کیفیت محصولات ارائه‌شده منجر خواهد شد و اطمینان به این تولیدات را در بازار افزایش می‌دهد. یکی از نیازهای صنایع، ارائه خدمات فناورانه سریع و دقیق آزمایشگاهی است. کاری که کیفیت و دقت این خدمات را افزایش می‌دهد. در دنیا این تجهیزات آزمایشگاهی به کار گرفته می‌شود تا نتایج ارائه‌شده قابل استنادتر شود و محصولات تولیدی با کیفیت بالاتری به صنایع به عنوان مواد اولیه و به بازار برای مصرف ارائه شود. استفاده از این تجهیزات نقشی مؤثر و ماندگار در تضمین کیفیت تولیدات صنعتی دارد. در ایران نیز مجموعه‌های فناوری هستند که با در اختیار داشتن توان علمی و تجهیزات پیشرفته می‌توانند در این مسیر گام بردارند.

مجموعه‌های آزمایشگاهی که تجهیزات مدرن و استاندارد برای بررسی تولیدات صنعتی و خدماتی دارند، می‌توانند به افزایش اطمینان جامعه به محصولات ایران ساخت کمک کنند و مخاطبان، مشتریان و کاربران ایرانی را به سمت استفاده از محصولات بومی سوق دهند. این محصولات نقش پررنگی در جهش تولید کشور دارند و استفاده از محصولات ایرانی را در کشور توسعه می‌دهند.

تجهیزات آزمایشگاهی که برای ارزیابی و سنجش تولیدات استفاده می‌شوند با استانداردهای ملی و بین‌المللی تطابق دارند و نتایج حاصل از آن کاملاً مستند و مقبول است. مجموعه‌های مختلفی در کشور

## حمایتی رسانه‌ای و ترویجی؛ بیش از ۵۰۰ فعال دانش‌بنیان و خلاق در «نشان ایرانی ۲ ایران ساخت» مشارکت کردند

براساس سند ابلاغی گام دوم انقلاب واژه جوان بیش از ۴۰ بار تکرار شده این طرح، حمایت از نوآوری‌های جوانان خلاق و کارآفرین را مورد توجه قرار داده است. ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، با هدف حمایت عملی از جوانانی که با ابزار علم و فناوری به تولید محصولات یا خدمات دانش‌بنیان می‌پردازند اما سرمایه‌ای برای معرفی توانمندی خود ندارند، در یک همکاری نوآورانه با مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی جام جم، گامی در مسیر شکوفایی این شرکت‌ها بردارد. طرح نشان ایرانی ۲ ایران‌ساخت با هدف حمایت رسانه‌ای، ترویجی و تبلیغاتی در شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق، استارت‌آپ‌ها، استعدادهای برتر و نخبانان از ۵ بهمن ماه سال جاری آغاز شده است تا بستری برای شناخت عموم جامعه از توانمندی این فعالان ایجاد کند.

معرفی رایگان توانمندی‌های فعالان دانش‌بنیان و خلاق در این طرح به هر شرکت با فعال فناور که مورد تایید ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری باشد، اعتبار تبلیغاتی ۳۰۰ میلیون ریالی اختصاص می‌یابد. شرکت‌های تاییدشده پس از تایید ثبت نام، برای گفت‌وگو به روزنامه جام جم دعوت می‌شوند. محتوای تولیدی از شرکت‌ها به طور رایگان انجام می‌شود و در روزنامه به چاپ می‌رسد. این معرفی برای ترویج هرچه بیشتر توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان از طریق فضای وب و به طور اختصاصی نیز انجام می‌شود.

کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و خلاق از طرح نشان ایرانی ۲ ایران‌ساخت که با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان آغاز شد، استقبال کردند. با مشارکت بیش از ۵۲۸ شرکت دانش‌بنیان، شرکت خلاق، واحد فناور و مخترع از طرح نشان ایرانی ۲ ایران ساخت، حدود ۲۰۰ واحد شرایط این طرح توانستند، دستاوردهای فناورانه و نوآورانه خود را بر بستر رسانه جام جم معرفی کنند.

حمایت رسانه‌ای از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق طرح نشان ایرانی ۲ ایران‌ساخت با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، از ۵ بهمن ماه سال جاری با همکاری مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی جام جم آغاز شد، تا شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق، نوآور و همچنین مخترعان بر بستر رسانه بتوانند توانمندی‌های‌شان را معرفی و ترویج کنند.

طرح نشان ایرانی ۲ ایران‌ساخت، طیف گسترده‌ای از فعالان کسب و کارهای دانش‌بنیان، تیم‌های جوان و خلاق را که با سرمایه‌های حداقلی کار می‌کنند و نیاز به حمایت و پشتیبانی دارند زیر پوشش خود قرار می‌دهد تا بتوانند کسب و کار خود را به مخاطبان معرفی کنند. در این طرح، روزنامه جام جم با معرفی رایگان محصولات، توانمندی‌های شرکت‌های نوپا، دانش‌بنیان، خلاق و فناور و مخترعان دارای اختراعاتی با ظرفیت صنعتی شدن، از قصه تلاش فناوران داخلی برای به ثمر رساندن ایده‌های ناب کسب‌وکار بگوید.

با نگاه به ضرورت رونق کسب و کارهای دانش‌بنیان و خلاق،



## نیاز به نیروی کار را کاهش می‌دهد

داشته‌های مان می‌کند. نه فردا، اما تا سال ۲۰۲۵ یا ۲۰۲۶ پس‌انداز در خور توجهی خواهیم کرد.»

مارتین داوم گفت انتظار دارد معاملات بیشتری بین تولیدکنندگان و تأمین‌کنندگان انجام شود تا سازندگان کامیون مجبور نباشند تمام هزینه‌های تولید را برای طیف گسترده‌ای از کامیون‌های تجاری متحمل شوند. دایملر پنجشنبه هفته گذشته اعلام کرد تجارت کامیون این شرکت در سه‌ماهه چهارم، به‌ویژه در آمریکای شمالی و اروپا، با فروش ۱۲۱،۰۰۰ دستگاه بهبود یافته است. فروش سه‌ماهه چهارم دایملر تقریباً دو برابر این رقم در سه‌ماهه دوم بود؛ هر چند این شرکت نیز همانند سایر شرکت‌ها از همه‌گیری ویروس کرونا متأثر شده است.

دایملر تراکس پیش‌بینی می‌کند در سال ۲۰۲۱، به‌طور در خور توجهی درآمد بیشتری از سال ۲۰۲۰ کسب خواهد کرد و بازدهی فروشش در مقایسه با سال ۲۰۲۰، از ۲ به ۶ تا ۷ درصد افزایش می‌یابد.

اف کاهش انتشار دی‌اکسید کربن اتحادیه خودرو در آلمان برای دایملر تراکس چه تا آنها تا سال ۲۰۳۳ چند هزار کارگر کمتر عداد از مشاغل تحت تأثیر قرار خواهند کارخانه‌های تولید پیش‌سازانه دایملر تراکس: «این موضوع فاجعه نیست. می‌توانیم از (جداسازی) استفاده کنیم. هیچ فردی را بین هفته با شرکت کامینز (Cummins) بی در خور توجهی به همراه خواهد داشت. ای متوسط را برای دایملر توسعه و تولید خواهیم کرد. این موضوع کمک مثبتی به

## مسیر تحقیقات منابع آبی با تجهیزات ایران ساخت هموار شد

شرکت، مجموعه پارکینگ هوشمند است. در پارکینگ‌های سنتی، مشتری یا مسئول پارک، باید محل‌های مختلف را به صورت بصری چک کند تا یک جای خالی پارک در یکی از طبقات بیابد، با استفاده از این سیستم اما فرآیند پارک بهینه‌تر می‌شود. وی افزود: در این سیستم در هر محل پارک، یک سنسور قرار می‌گیرد که خالی یا پر بودن آن را مشخص می‌کند، این سیستم از ابتدای ورود ماشین آن را به محل اولین جای پارک خالی راهنمایی می‌کند. همچنین می‌توان در ورودی هر طبقه، از طریق یک نمایشگر محل‌های وجود جای پارک را مشخص کرد، تا نیازی به آن نباشد تا راننده شخصاً دنبال جای پارک بگردد. رضوی خسروشاهی، با تاکید بر لزوم توجه به نیازهای فناورانه بخش‌های مختلف، گفت: در زمینه ابزار دقیق، در سال قبل و سال جاری، خدمات خوبی از سوی این شرکت عرضه شد و قراردادهای مختلفی با نهادهایی مانند شرکت‌های آب منطقه‌ای استان‌ها و سازمان محیط زیست منعقد شد.



یک شرکت دانش‌بنیان، تجهیزات ابزار دقیق مطالعات منابع آبی را با یک دهم قیمت نمونه مشابه خارجی تولید کرد.

حامد رضوی خسروشاهی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان نیک نام الکترونیک رایان، گفت: این شرکت دانش‌بنیان ارائه‌دهنده خدمات ابزار دقیق برای مطالعات آب‌های زیرسطحی، سطحی و ایستگاه‌های هواشناسی است. در این حوزه‌ها محصولات و خدمات مختلفی به نهادهای و سازمان‌ها، عرضه می‌کنیم.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان نیک نام الکترونیک رایان در ادامه افزود: یکی از محصولات ما، انواع دستگاه‌های دیتا لاگر (ثبت داده) و مودم مخصوص آن است. در ایستگاه‌های هواشناسی، داده‌های مختلفی مانند رطوبت، میزان بارندگی یا خشکی هوا، وجود دارد که توسط این دستگاه اطلاعات اخذ شده و از طریق مودم ویژه به مرکز داده، ارسال می‌شود. این فعال دانش‌بنیان در ادامه ضمن تشریح محصولات مختلف تولیدشده در این مجموعه، گفت: یکی دیگر از تولیدات

## خلاق‌ها برای گسترش کتاب‌خوانی سامانه طراحی کردند

در سامانه کاربر با پرداخت یک اشتراک سالانه یا ماهانه به خلاصه صوتی و متنی صدها کتاب دسترسی دارد. بسیاری از مدیران بخش خصوصی و دولتی نیز که زمان کافی برای مطالعه ندارند، از خدمات این سامانه استفاده می‌کنند.

واحدیان موحّد، در ادامه با توضیح دیگر کارکردهای این سامانه گفت: برخی کاربرها نیز با خواندن خلاصه چند کتاب از یک موضوع مشخص، یک کتاب را که برای آنها بهتر است، انتخاب می‌کنند. خلاصه کتاب‌ها نه براساس تعداد صفحات، بلکه براساس عمق مطالب تهیه می‌شود.

مدیرعامل شرکت خلاق رسا ایده ویرا، همچنین بیان کرد: ممکن است خلاصه کتاب بین ۳۰ تا ۵۰ دقیقه باشد. برای هر کتاب نیز هم‌زمان هر دو خلاصه متنی و صوتی ارائه می‌شود. ما هر ماه خلاصه کتاب‌های جدیدی را به آرشیو سامانه اضافه می‌کنیم. این کتاب‌ها در حوزه‌های مختلفی مانند سبک زندگی، مدیریت، رشد فردی، مهارت‌های ارتباطی و ده‌ها موضوع دیگر است. امیدوار هستیم در آینده نزدیک یا توسعه بیشتر سامانه، خدمات جدیدتری به مخاطب ارائه کنیم.

یک شرکت خلاق توانست با ارائه یک سامانه جامع، صدها نفر را به مطالعه تشویق کند.

فرشید واحدیان موحّد، مدیرعامل شرکت خلاق رسا ایده ویرا گفت: در حال حاضر با پیشرفت فناوری، مردم وقت کمتری برای مطالعه کتاب‌ها، به ویژه کتاب‌های حجیم دارند. همچنین قیمت کتاب‌های کاغذی نیز افزایش یافته و علاوه بر این حجم کتاب‌ها و منابع منتشرشده بسیار زیاد است.

مدیرعامل شرکت خلاق رسا ایده ویرا، ادامه داد: در این راستا تیم تحقیقات این شرکت، با بررسی بازار، یک سامانه در این حوزه طراحی کرد تا جوابگوی نیاز این عرصه باشیم. اپلیکیشن بوک‌آپو به مخاطب خلاصه صوتی و متنی کتاب‌ها را ارائه می‌کند. عرضه صوتی و متنی خلاصه کتاب‌ها در کشورهای توسعه‌یافته، یک امر مرسوم است و در کشور ما نیز با استقبال زیادی از سوی کاربرهای مجازی، روبه‌رو شد.

وی افزود: ما در شبکه‌های مجازی بیش از ۶۰۰ هزار دنبال‌کننده داریم. آنها پس از آشنایی با خدمات این سامانه، معمولاً مشترک استفاده از آن می‌شوند.



۶ تغییر ضروری برای هر برند

# بهبود وضعیت کسب و کار با به روز رسانی های ضروری



به قلم: النور هکر کارشناس کسب و کار  
ترجمه: علی آلی

اعمال تغییر در حوزه کسب و کار امری ضروری است. هیچ کسب و کاری امکان ادامه فعالیت در بازار بدون اجرای برخی از تغییرات اساسی را ندارد. همین امر بسیاری از برندها را به فکر اعمال تغییرات مداوم برای بهبود وضعیتشان انداخته است. بدون تردید اعمال تغییر در عرصه کسب و کار شامل فرآیندهای بسیار زیادی می شود. این امر برای برخی از کسب و کارها شرایط بسیار دشواری را به ارمغان آورده است. برخی از تغییرات مانند طراحی شعار تبلیغاتی یا کمپین بازاریابی تازه به طور منظم ضروری است، با این حال دامنه دیگری از تغییرات به این اندازه واضح نیست. درست است به همین خاطر کارآفرینان توجه اندکی به آنها می کنند.

اگر کسب و کار شما نیز نیاز به اعمال تغییرات و برخی از به روز رسانی های ضروری دارد، باید از یک نقطه مشخص کارتان را شروع کنید.

هدف اصلی این مقاله بررسی برخی از تغییرات اساسی برای بهبود کیفیت کاری و همچنین تضمین ماندگار در بازار کسب و کار خواهد بود.

## ۱. افزودن کانال های متعدد در زمینه پشتیبانی از مشتریان

رضایت مشتریان از برند مهمترین دارایی هر کسب و کار محسوب می شود. ماجرای دنیای کسب و کار در ارتباط با مشتریان بسیار ساده است. اگر یک برند مشتریان را راضی نگه ندارد، به سادگی امکان تاثیرگذاری بر روی آنها را از دست خواهد داد. این امر یک رویکرد رایج در میان برندهای مختلف و از همه مهمتر مشتریان است. رفتار مشتریان براساس میزان توجه دریافتی از سوی برندها تغییر پیدا می کند بنابراین باید نسبت به ارائه خدمات مناسب به مشتریان اقدام کرد.

پشتیبانی از مشتریان پس از فرآیند خرید اهمیت زیادی دارد. برخی از برندها پس از پایان فروش محصولشان به طور کامل مشتریان را فراموش می کنند. این امر اغلب اوقات مشکلات زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. بنابراین باید همیشه مشتریان را در کانون توجه کسب و کارمان قرار دهیم. در غیر این صورت شناسی برای ادامه فعالیت کاری در بازارهای مختلف نخواهیم داشت.

یکی از راهکارهای مناسب برای ایجاد تغییرات کاربردی در زمینه پشتیبانی از مشتریان مربوط به افزودن کانال های ارتباطی متعدد است. اگر کسب و کار شما در شبکه های اجتماعی محدودی حضور دارد، باید به فکر توسعه حضورتان باشید. همچنین راه اندازی سامانه گفت و گو آنلاین صوتی یا متنی نیز ایده مناسبی خواهد بود. کسب و کارها باید تمام توانشان برای ارائه خدمات پشتیبانی به مشتریان در سریع ترین زمان ممکن را صرف نمایند. امروزه مشتریان تمایلی برای ابراز ناراضیتهایشان ندارند. در عوض به سرعت نسبت به ترک یک برند اقدام می کنند. با این حساب اگر به موقع فکری برای وضعیت بازاریابی بردنمان نکنیم، به سرعت با مشکلات عمیق نظیر ریزش مشتریان برند مواجه خواهیم شد. حضور در شبکه های اجتماعی برای تمام برندها اهمیت دارد. اگر کسب و کار شما تمایل به ارائه خدمات جانبی به صورت تخصصی است، راه اندازی یک صفحه رسمی برای پشتیبانی از مشتریان ایده جذابی خواهد بود. این امر پیام مشخصی مبنی بر اهمیت مشتریان حتی پس از فرآیند خرید مخیره خواهد کرد.

## ۲. افزایش ارزش پیشنهادی برند

هر کسب و کاری برای رفع یکی از مشکلات مشتریان در بازار حضور دارد. اگر یک کسب و کار به طور کامل نسبت به رفع مشکلات مشتریان ناتوان باشد، به سرعت جذابیتش برای مشتریان از بین خواهد رفت. سالانه شمار بالایی از کسب و کارها در بازارهای مختلف با مشکلات مالی و در نهایت ورشکستگی مواجه می شوند. این امر یک واکنش طبیعی از سوی مشتریان در بازارهای مختلف به کیفیت پایین خدمات برند است.

برخی از کسب و کارها در مدت زمانی طولانی نسبت به ارائه خدمات مطابق با تحول نیازها و سلیقه مشتریان اقدام نمی کنند. شاید این امر در نگاه نخست مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه نداشته باشد، اما در بلندمدت موجب دلزدگی مشتریان می شود. هر کسب و کار باید در بازه های زمانی مختلف اقدام به ایجاد تغییر در نحوه ارائه خدمات و تولید محصولاتش نماید. در غیر این صورت شناسی برای حضور مداوم در بازار کسب و کار نخواهد داشت.

ارزش خدمات هر برند به طور معمول از سوی مشتریان مورد شناسایی قرار می گیرد. وقتی مشتریان در بازارهای مختلف در تلاش برای خرید یک محصول هستند، همیشه به سراغ برندهایی با دامنه وسیعی از خدمات ارزشمند می روند. این امر جایگاه کسب و کارها را به طور قابل ملاحظه ای تغییر می دهد، با این حساب اگر یک برند در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان است، باید نسبت به ایجاد تغییرات اساسی در خدمات جانبی اش اقدام نماید. یکی از بهترین مثالها در این میان برند هوم دیپونت است. کارمندان این برند همیشه به دنبال فروش لوازم خانگی با کیفیت به مشتریان هستند. نکته جالب در این میان برگزاری برخی از دوره های آموزشی از سوی مدیران ارشد این برند است. دوره های مورد نظر با هدف ارائه اطلاعات تکمیلی به مشتریان در مورد نحوه تعیین دکور منزل و همچنین شیوه کار با وسایل برند می شود.

بدون تردید برگزاری دوره های آموزشی هدف اصلی هوم دیپونت نیست. این برند سود اصلی اش را با فروش لوازم خانگی کسب می کند. نکته مهم در این میان تلاش دست اندرکاران این برند برای افزایش ارزش کسب و کارشان است. این امر نقش مهمی در جلب نظر مخاطب هدف دارد.

پیشنهاد برندها برای مشتریان همیشه دارای ارزش قابل ملاحظه ای نیست. برخی از برندها به دلیل ارزیابی اشتباه از سلیقه و نیاز مشتریان اقدام به ارائه پیشنهادی نادرست می کنند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما در بلندمدت موجب ریزش شدید مشتریان می شود. مسئله اساسی در این میان تلاش برای ایجاد تغییرات در خدمات و پیشنهادات برنتمان به طور مداوم است. فقط در این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف و بهبود مداوم وضعیت برند فراهم خواهد شد. در غیر این صورت مواجهه با ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امری اجتنابناپذیر خواهد بود. این نکته به طور ویژه ای با توجه به افزایش سطح رقابت در بازارهای مختلف مدنظر کسب و کارها قرار گرفته است بنابراین تلاش برای ایجاد تغییرات اساسی در کیفیت و ارزش پیشنهادی برنتمان برای مشتریان امری ضروری خواهد بود.

## ۳. نوسازی ابزارها و محصولات کسب و کار

معرفی یک محصول تازه به بازار جذابیت های بسیار زیادی برای مشتریان یک برند به همراه دارد. اگر به نحوه فعالیت برندهای بزرگ توجه نمایید، اغلب آنها دست کم سالی یک بار اقدام به ارائه محصولات تازه می کنند. این امر با هدف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف صورت می گیرد. اگر یک برند هیچ تغییر و نوآوری در محصولاتش نداشته باشد، به تدریج از یاد مشتریان خواهد رفت. این رویکرد بدترین شکست برای برندها محسوب می شود، با این حساب باید به طور مداوم نسبت به آپدیت و افزودن امکانات تازه به محصولات برند اقدام کرد.

برخی از محصولات دارای کاربرد بسیار زیادی هستند. همچنین هزینه بالای تهیه آنها موجب علاقه مشتریان برای استفاده مداوم و طولانی از آنها می شود. بنابراین ارائه نسخه های جدید و فراموشی محصولات قدیمی ایده جذابی نخواهد بود. بسیاری از برندها به دلیل بی توجهی به مشتریان دارای محصولات قدیمی شان مورد انتقاد هستند. تحلیل اصلی برندها نسبت به فراموشی مشتریان دارای محصولات قدیمی مربوط به فقدان سودآوری توجه به آنهاست. نکته مهم در این میان امکان سودآوری در عرصه کسب

و کار با استفاده از ایده های جذاب برای تعامل با مشتریان است. یکی از ایده های جذاب در این میان افزودن برخی از پیشنهادهای محصولات قدیمی است. اگر کسب و کار شما در زمینه تولید رایانه های شخصی فعالیت دارد، رونمایی از پردازنده یا رم تازه برای رایانه های قدیمی برند ایده جذابی خواهد بود. این امر موجب ترغیب مشتریان بساری صرف هزینه و به روز رسانی محصولات قدیمی شان می شود.

اگر کسب و کار شما در زمینه طراحی نرم افزار فعالیت دارد، به روز رسانی مداوم محصولات برند اهمیت خواهد داشت. امروزه شرکت های بزرگ نرم افزاری دنیا به طور مداوم، به طور معمول ماهانه، اقدام به ارائه آپدیت برای نرم افزارهای شان می کنند. این امر موجب تاثیرگذاری بهینه بر روی مشتریان و حفظ آنها برای خریدهای بعدی می شود.

شرکت مایکروسافت بیش از هر نکته دیگری به دلیل عرضه سیستم عامل ویندوز دارای شهرت جهانی است. نکته مهم در این میان آپدیت های منظم برای این محصول است. مایکروسافت برای نسخه های مختلف ویندوز به طور ماهانه به روز رسانی هایی را منتشر می سازد. این امر کمک شایانی به کاربران برای تجربه ای بی دردسر از کار با ویندوز می کند. کسب و کارهای مختلف باید انگیزه بالایی برای ارائه خدمات جانبی به مشتریان شان داشته باشند. یکی از ایده های مناسب در این میان به روز رسانی های کاربردی است. اگر نرم افزاری که به بازار عرضه کرده اید، دارای محدودیت هایی است، باید نسبت به رفع آنها در قالب به روز رسانی های کاربردی اقدام نمایید. این امر جایگاه کسب و کار را به بهترین شکل ممکن توسعه می دهد.

## ۴. استفاده از مطالعات و پژوهش های کاربردی

مطالعات حوزه بازار یکی از بخش های کلیدی در کسب و کارهای مدرن محسوب می شود. بسیاری از برندها هنوز هم به شیوه های سنتی اقدام به بازاریابی و ارائه محصولات می کنند. این امر حتی در مورد طراحی محصولات و پاسخ به نیازهای مشتریان نیز صدق دارد. مهمترین مسئله در این میان ایجاد تغییرات مداوم در کسب و کار براساس ارزیابی از وضعیت دیگر برندهاست. شاید این امر در نگاه نخست بسیار عجیب به نظر برسد، اما بسیاری از برندها در طول زمان با اتکا به اطلاعات بسیار قدیمی شان اقدام به تعامل با مخاطب هدف می کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها به همراه خواهد داشت.

استفاده از اطلاعات تازه برای ضروری بهتر در بازار کسب و کار امری ضروری محسوب می شود. بسیاری از برندها نسبت به ارائه خدمات مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با کمبود اطلاعات کاربردی مواجه هستند. راهکارهای پیش روی هر برند در این شرایط از دو حالت خارج نیست. راهکار نخست تلاش برای گردآوری داده های اولیه و تبدیل شان به اطلاعات کاربردی و مورد نیاز برند است. این امر اغلب اوقات مورد توجه برندهای بزرگ و دارای بودجه های مالی کلان قرار می گیرد. اگر کسب و کار شما دارای بودجه و توانایی سازمانی قابل ملاحظه ای نیست، انجام دوره های تحقیقات بازار مدت زمانی بسیار زیادی طول خواهد کشید. با این حساب باید به دنبال استفاده از داده های رایگان یا کم هزینه در فضای آنلاین بود.

امروزه بسیاری از پلتفرم های آنلاین نظیر گوگل حجم مناسبی از اطلاعات را به طور رایگان در اختیار برندها قرار می دهد. این امر برای بسیاری از کسب و کارها داری اهمیت است. اگر برند شما در عرصه کسب و کار امکان صرف هزینه های قابل ملاحظه برای برگزاری دوره های تحلیل بازار یا گردآوری اطلاعات را ندارد، استفاده از اطلاعات طبقه بندی شده گوگل و دیگر پلتفرمها کاربردی خواهد بود. این امر هزینه های برند را به طور قابل ملاحظه ای کاهش می دهد.

## ۵. به روز رسانی تصویر برند

لوگو و نمادهای اصلی برند نخستین المان تعاملی میان کسب و کار

و مشتریان است. امروزه اغلب مشتریان برندها را با لوگوی شان مورد شناسایی قرار می دهند. با این حساب طراحی لوگو به طور کاربردی و تاثیرگذاری امری حیاتی خواهد بود. نحوه تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از طراحی لوگو و جلوه های بصری تفاوت قابل ملاحظه ای با دیگر حوزه ها دارد. مهمترین مسئله در این میان ناتوانی برندها برای اعمال تغییرات قابل ملاحظه در لوگوی شان است. این امر فقط در بازه های زمانی طولانی امکان پذیر است. دلیل آن نیز کاملا روشن است. اگر لوگوی برند به طور مداوم مورد تغییر و تحول قرار گیرد، جلوه آشنای آن برای مشتریان از بین خواهد رفت بنابراین سطح تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور قابل ملاحظه ای کاهش خواهد یافت.

استفاده از نظرخواهی ها به طور مداوم دارای اهمیت است. برخی از برندها بدون توجه به نظر مشتریان شان اقدام به ایجاد تغییرات اساسی در نحوه فعالیت شان می کنند. این امر شامل به روز رسانی لوگو و دیگر جلوه های بصری کسب و کار نیز می شود. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای استفاده از نظرات مشتریان به منظور ایجاد بهترین تغییرات است.

امروزه برخی از برندها برای نمایش سازگاری شان با محیط زیست اقدام به استفاده از نمادهای زیست محیطی و همچنین طیف رنگ سبز در لوگوی شان می کنند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما تاثیرگذاری قابل ملاحظه ای بر روی مشتریان برند به همراه دارد. نظرخواهی از مشتریان باید به طور قابل ملاحظه ای براساس طراحی پرسش های کاربردی صورت گیرد. یکی از اشتباهات برندها در این زمینه استفاده از کلیشه های رایج است. نظرخواهی از مشتریان باید براساس شناسایی نقاط ضعف برند و تلاش برای رفع شان مطابق با نظر مشتریان صورت گیرد. در غیر این صورت تاثیرگذاری مورد انتظار را به همراه نخواهد داشت.

## ۶. اهمیت دوره های آموزشی برای اعضای تیم شرکت

نحوه رفتار و عملکرد اعضای شرکت در تعیین جایگاه برند در بازار و همچنین میزان رضایت مشتریان دارای اهمیت بسیار زیادی است. برخی از برندها نسبت به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی دهند بنابراین مواجهه با ناراضیتهای مشتریان از کیفیت عملکرد کارمندان شرکت امری طبیعی خواهد بود. کارمندان شرکت درست مانند مدیران ارشد نیاز به دوره های آموزشی مطابق با سطح سازمانی شان دارند. اگر این امر مدنظر مدیران ارشد یک شرکت قرار نداشته باشد، وضعیت کسب و کار به طور قابل ملاحظه ای ناگوار خواهد شد.

برگزاری دوره های آموزشی برای اعضای شرکت اغلب اوقات کار دشوار و پیچیده ای نیست. بسیاری از برندها به سادگی امکان برگزاری چنین دوره هایی را دارند. مهمترین مسئله توجه به تاثیر برگزاری چنین دوره هایی بر روی کیفیت نهایی برند است بنابراین باید نسبت به برگزاری منظم چنین دوره هایی اقدام کرد. شاید در نگاه نخست هزینه مالی چنین دوره هایی بسیار زیاد باشد، اما در بلندمدت تاثیرش بر روی وضعیت برند محسوس خواهد بود.

تداوم در به روز رسانی های ضروری بدون تردید به روز رسانی های بسیار زیادی برای کسب و کارها قابل تعیین و طراحی است. نکته اساسی در این میان توجه به آپدیت ها و تغییرات ضروری است. برخی از تغییرات و به روز رسانی های ضروری برای هر کسب و کار در این مقاله مورد بررسی قرار گرفت. اگر برندها نسبت به اعمال تغییرات مورد نظر به طور مداوم توجه نمایند، بسیاری از مشکلات کسب و کارشان بدون دردسر و هزینه های گزاف حل خواهد شد. کلید موفقیت در این عرصه تداوم در زمینه اجرای به روز رسانی ها در بازه های زمانی مشخص است.

منبع: noobpreneur.com

## ایستگاه بازاریابی

## ترکیب رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات محیطی

این هفته، مدیر رسانه‌های اجتماعی The Drum، امی هوستون، به تحقیق درباره این موضوع مهم پرداخته است که چرا رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات خارج از خانه یک ترکیب بازاریابی مفید و موثر به شمار می‌روند.

از بسیاری جهات، روند تکامل تبلیغات خارج از خانه ارتباط مستقیمی با ارتباطات انسانی دارد. از زمان شروع تمدن‌ها، ما برای انتقال پیام خود به دیگران دست به تصویرسازی زده‌ایم و نظریه‌های مختلف بر این اساس شکل گرفته‌اند که مصری‌ها با استفاده از سنگ‌نوشته‌های هیروگلیفی برای انتشار اطلاعات بوروکراتیک (امور اداری و کاغذسازی) به اولین تمدن‌هایی تبدیل شدند که در فضاهای خارج از خانه با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. به نظر می‌رسد که حتی چند هزار سال دیگر هم این مفاهیم هنوز اهمیت و ارزش فراوان خود را حفظ کرده باشند: برای آگاهی بخشی از تبلیغات عمومی در مقیاس بزرگ بهره ببرید، با این وجود ترکیب حضور پررنگ در رسانه‌های اجتماعی و دز بالایی از خلاقیت کاری خواهد کرد تا همواره در بهشت بازاریابی قدم بزنید. طرح این ایده که تبلیغات خارج از خانه و حضور پررنگ در رسانه‌های اجتماعی مفید و موثر واقع می‌شوند شاید چندان جدید نباشد، اما بررسی و ذکر دلایل آن جالب توجه است. در حقیقت، جادوی رسانه‌های اجتماعی در به اشتراک گذاشتن محتوا نهفته است. آگاهی‌های تبلیغاتی بی‌عیب و نقص و متمدنانه‌ای که از طریق منابع خبری به نمایش درمی‌آیند ممکن است همواره مورد توجه دیگران قرار بگیرند، اما تجربه مشاهده چیزی خاص در زندگی واقعی حسی بی‌ظنیر به انسان می‌دهد.

به اعتقاد نویسنده، این حس نوستالژی است که محور جذابیت تبلیغات خارج از خانه را تشکیل می‌دهد زیرا اوایل سال ۲۰۰۰ میلادی، دوران اوج تعالی خلاقیت در این نوع تبلیغات بود. از آن زمان تا امروز، مردم ایده تبلیغات را در خالص‌ترین شکل خود دوست داشته‌اند، اما همچنان مایلند که آگاهی‌های تبلیغاتی را با همفکران‌شان به اشتراک بگذارند و این محتوا قابلیت آن را دارد که به خوراک رسانه‌های اجتماعی تبدیل شود.

تبلیغات خارج از خانه در حالی امکان آشنایی با دنیای واقعی را فراهم می‌کنند که یک تصویر، ویدئو یا یک شعار می‌تواند اساسا چیزهای زیادی را درباره یک سازمان به شما بگوید. داشتن ویژگی‌های شناخته شده برند و هدفمندبودن آن، مخاطبان را به سوی خود جذب می‌کند. در نتیجه افراد با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و همین امر باعث می‌شود تا احساس کنند بخشی از یک مکالمه بزرگتر هستند. این بعد قصه‌گویی کلید به حداکثر رساندن تاثیر بازاریابی چند رسانه‌ای است.

تبلیغات دیجیتال خارج از خانه عرصه دیگری است که به طور خاص شباهت‌های آن با رسانه‌های اجتماعی بسیار به چشم می‌آید. محتوای هر دوی آنها با هم قابل مقایسه هستند و بنابراین از نقش پررنگ آن در هر دو کانال نمی‌توان گذشت. استفاده از فیلم‌های کوتاه بی‌صدا که پیام برند را به گوش افراد می‌رسانند، به شرکت‌ها این اجازه را خواهند داد تا آهسته و پیوسته از فضای خارج از خانه به فضای آنلاین نقل مکان کنند.

طی سالیان متمادی، بسیاری از برندها با تبلیغات جامع و فراگیر به جایگاه خوبی دست پیدا کرده‌اند. کمپین خارج از خانه مک دونالد، محصول آژانس تبلیغاتی «Leo Burnett»، به خاطر فضای مینیمالیستی و در عین حال بلافاصله قابل تشخیص خود، در کانال‌های اجتماعی مورد ستایش قرار گرفت. ایده «ریف یک دقیقه‌ای» سام هینگز برای تبلیغات کیت کت (اگرچه حقیقتاً در زندگی واقعی اجرا نمی‌شد) به دلیل قابلیت باز بودن، هوشمندی و خصوصیات اولیه آن، به سرعت توسعه یافت. بیلورد تبلیغاتی خاص آژانس «Adam&EveDDDB» نیز در فضای خارج از خانه عطر و طعم انفجاری عصاره مخمر «Marmite» را تبلیغ کرد و به موضوعی داغ در میان همگان تبدیل شد.

چه وجوه اشتراکی بین این کمپین‌ها وجود دارند که باعث ایجاد چنین علاقه‌ای در رسانه‌های اجتماعی خواهد شد؟ نویسنده معتقد است که موضوع فوق به مصرف‌کنندگانی بستگی دارد که می‌خواهند شاهد تحقق ایده‌های خلاقانه آینده نگران باشند و آنها باید نظر دهند که آیا کار به خوبی انجام شده است یا خیر. خلاقیت تخیل افراد را به تصویر می‌کشد و طرح و توسعه ایده‌های استثنائی قابل شناسایی در هر دو دنیای آنلاین و آفلاین را تضمین خواهد کرد.

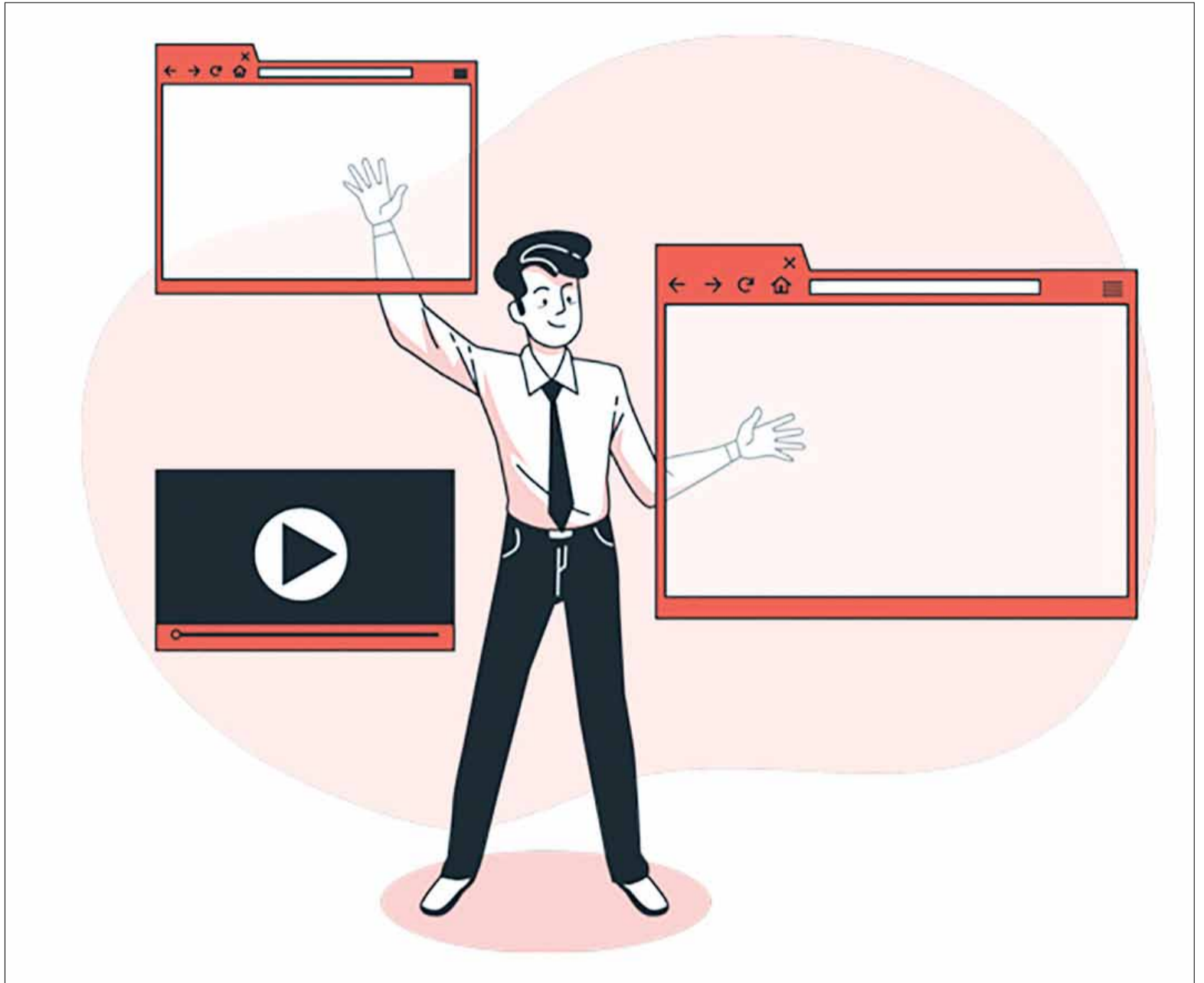
به گفته اعضای انجمن تویتر The Drum، اتخاذ یک رویکرد همه‌جانبه در برنامه‌ریزی رسانه‌ای، بقینا میزان آگاهی از کمپین را افزایش می‌دهد. رسانه اجتماعی مکانی عالی برای به اشتراک گذاشتن آگاهی‌های تبلیغاتی خارج از خانه با دیگران و در کنار آن، گسترش یک پیام تبلیغاتی بالای خطی (تبلیغات از طریق رسانه‌های سراسری و کثیرالانتشار یا همان ای تی ال) به روشی کاملاً مصرف‌کننده‌محور محسوب می‌شود بنابراین این دو رسانه می‌توانند در کنار هم قرار بگیرند.

رسانه‌های اجتماعی راهی عالی برای افراد است که به کمک آن می‌توانند مثل برندها و کمپین‌های‌شان به زندگی روزمره طرف مقابل راه یابند. به این ترتیب، ارتباط دوطرفه میان برند و مخاطبان نسبت به گذشته عادلانه‌تر و سرگرم‌کننده‌تر خواهد شد.

منبع: [thedrum.com/mbanews](http://thedrum.com/mbanews)



## الزامات تولید محتوا در سال ۲۰۲۱



په قلم: بت والکر کارشناس حوزه بازاریابی و شبکه‌های اجتماعی

مترجم: امیر آل علی

شروع سال جدید با تداوم ویروس کرونا همراه بوده است. به همین خاطر نیز بدون شک نیاز به تغییرات گسترده خواهد بود. یکی از این موارد کم‌رنگ شدن خرید حضوری و افزایش چشمگیر فروش اینترنتی است. در این رابطه مهمترین اقدام این است که مخاطب جذب کرده و با این اقدام شانس فروش بالاتری را داشته باشید، با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که چه عاملی اصلی‌ترین نقش را در جذب مخاطب ایفا می‌کند؟ در ادامه پنج موردی را بررسی خواهیم کرد که باید جزو اولویت‌های شما در زمینه تولید محتوا باشد.

## ۱- وبلاگ‌نویسی

در اختیار داشتن محتوای ارزشمند در کنار توجه به اصول سئو، کمک خواهد کرد تا محتوای شما به خوبی دیده شوند. در این زمینه توصیه می‌شود که تنها به سایت خود محدود نبوده و از سیاست پست مهمان نیز استفاده نمایید. همچنین نباید از اختصاص بودجه مناسب غافل شوید. درواقع تولید محتوا در حال حاضر مهمترین اقدام بازاریابی محسوب می‌شود که لازم است تا به آن توجه ویژه‌ای را داشته باشید.

## ۲- ساخت ویدئو

در حال حاضر سریع‌ترین راه برای کسب شهرت، تولید محتوای ویدئویی است. علت این امر نیز به خاطر محبوبیت بسیار بالای آن در مقایسه با سایر محتواها است. در زمینه سئو نیز استفاده از ویدئو بسیار مهم

په قلم: سید بلخی کارشناس حوزه بازاریابی و کسب و کار

مترجم: امیر آل علی

آیا بیهود تعامل با مخاطب به دغدغه‌ای برای شما نیز تبدیل شده است؟ بدون شک این مسئله باید جزو اولویت هر برندی باشد. فراموش نکنید که سال جدید نیز همراه با تداوم ویروس کرونا بوده و این مسئله به معنای آن است که تعامل به مخاطب، به بستر اینترنت محدود شده است. تحت این شرایط باید توجه به این امر که افراد از زمان فراغت به مراتب بیشتری نیز برخوردار هستند، سرگرم کردن آنها امری بسیار مهم خواهد بود. درواقع مسئله بازی‌سازی و ایجاد سرگرمی، از جمله مواردی است که در چند سال اخیر مورد توجه قرار گرفته و هنوز بسیاری از برندها نسبت به اهمیت آن، غافل هستند. به همین خاطر نیز می‌توانید در این زمینه شانس موفقیت بالایی را داشته باشید، با این حال این مسئله ابتدا امری ساده نبوده و این مسئله خود یکی از دلایل عدم استقبال همگانی از این مقوله است، با این حال در این مقاله قصد داریم تا با چند توصیه، مسیر را هموارتر سازیم.

## ۱- هر بازی نیاز به برنده دارد

به صورت کلی تفاوت چندانی ندارد که چه مدل از بازی را برای ایجاد سرگرمی انتخاب کرده‌اید. نکته‌ای که هرگز نباید فراموش شود این است

است. این نکته را به خاطر داشته باشید که مشاهده کردن، به مراتب ساده‌تر از مطالعه بوده و به همین خاطر نیز باید به آن بیشترین توجه را داشته باشید. در این زمینه حتی ترجمه نمونه‌های تولیدشده خارجی نیز سیاستی هوشمندانه خواهد بود، با این حال توصیه می‌شود که در تولیدات خود، تنوع داشته باشید. آمارها در این زمینه نیز بسیار امیدوارکننده است. بر این اساس ۷۰ درصد از مشتری‌ها، حداقل یک ویدئو از برند را به اشتراک می‌گذارند.

## ۳- محتوای صوتی

از نکاتی که کمتر به آن توجه شده است، محتواهای صوتی است. درواقع امروزه استفاده از زمان‌های مرده، به امری بسیار مهم تبدیل شده است. در این راستا تنها اقدامی که می‌تواند همزمان با انجام کارهای دیگر باشد، محتواهای صوتی هستند. بدون شک شما می‌توانید با ساخت پادکست و حتی کتاب صوتی، محبوبیت خوبی را به دست آورید. درواقع این بخش خصوصا در چند سال اخیر، با سرعت رشد فوق‌العاده‌ای همراه بوده است. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای این دسته از محتواها الزاماً نباید به کسب و کار خود محدود باشید. درواقع اگر هدف شما دیده شدن بیشتر برندان باشد، حتی ایجاد کتاب صوتی از یک کتاب مطرح نیز می‌تواند شما را به این هدف برساند. درواقع در این زمینه نیز اگر تنوع خوبی را داشته باشید، بدون شک شانس موفقیت بالایی را به دست خواهید آورد.

## ۴- بازاریابی ایمیلی

اگرچه تا سال ۲۰۱۹ آمارها در رابطه با بازاریابی ایمیلی بیانگر رشد

منفی بوده است، با این حال این مسئله کاملاً تغییر کرده و توجهات به این بخش بار دیگر زیاد شده است. با توجه به این امر که تمامی افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند، ایمیل نیز دارند، به همین خاطر نیز آمارها بیانگر آن است که یک دلار سرمایه‌گذاری در این بخش، با سودآوری ۴۰ دلاری همراه خواهد بود. همچنین برطبق نظرسنجی‌ها، بیش از ۸۰ درصد بازاریاب‌ها به این موضوع تاکید داشته‌اند که بازاریابی ایمیلی در سال گذشته، با نتایج بسیار خوبی برای آنها همراه بوده است.

## ۵- شبکه‌های اجتماعی

به عنوان نکته آخر توصیه می‌شود که برای تولید محتوا حتماً به شبکه‌های اجتماعی نیز توجه داشته باشید. درواقع اگر خواهیم بیشترین کاربرد افراد از اینترنت را نام ببریم، بدون شک این بخش انتخابی بدون رقیب خواهد بود. آمارهای جهانی در این زمینه حاکی از آن است که افراد بیش از سه ساعت از زمان شبانه روز را به صفحات خود در شبکه‌های اجتماعی مختلف اختصاص می‌دهند. این امر باعث می‌شود تا شانس دیده‌شدن بسیار خوبی را داشته باشید. در این راستا محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی شامل: فیس‌بوک (۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون کاربر)، یوتیوب (۲ میلیارد و ۱۰۰ میلیون کاربر)، واتس‌آپ (۲ میلیارد کاربر)، فیس‌بوک مسنجر (یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون کاربر)، وی‌چت (یک میلیارد و ۲۰۶ میلیون کاربر) اینستاگرام (یک میلیارد و ۱۵۸ میلیون کاربر) و تیک تاک با ۶۸۹ میلیون کاربر است.

منبع: [business2community.com](http://business2community.com)

## تعامل بهتر با مخاطبان از طریق بازی‌سازی

که هر بازی باید رقابت در آن وجود داشته باشد. در این راستا وجود برنده، امری بسیار مهم است. نمونه ساده این مسئله را می‌توان سوال‌هایی دانست که برندها در استوری‌های اینستاگرام از مخاطبان خود می‌پرسند، با این حال در زمینه ایجاد سرگرمی، شما باید به مواردی فراتر از این اقدام فکر کنید. در نهایت نکته‌ای که نباید فراموش کنید این است که برای فرد برنده جایزه‌ای را تعیین کنید تا افراد تمایل به ادامه دادن داشته باشند.

## ۲- شناخت مخاطب برگ برنده است

ممکن است نمونه‌های موفق جهان این تصور را در شما ایجاد نماید که با تکرار طرح، می‌توانی نتایج مشابه را به دست آورید، با این حال آمارها در این زمینه خلاف این امر را به اثبات می‌رساند. در این راستا انتخاب نوع بازی، باید با توجه به ویژگی‌های جامعه هدف باشد. در این راستا حتی گروه سنی و جنسیت نیز می‌تواند از جمله عوامل موفقیت شما باشد. در این راستا تحلیل اقدامات انجام شده در حوزه شما، می‌تواند یک اقدام هوشمندانه باشد.

## ۳- جذابیت را فراموش نکنید

مهمترین نکته در رابطه با بازی‌ها این است که جذابیت داشته باشند. درواقع هیچ چیز نباید باعث شود تا این موضوع کم‌رنگ شود. در این راستا شما دو گزینه را خواهید داشت: نخست آنکه به صورت فصلی اقدام کرده و همواره به دنبال پیدا کردن موارد جدیدتر باشید و یا آنکه یک بازی را

برای همیشه ادامه دهید. این مسئله می‌تواند همراه با اضافه کردن شاخ و برگ باشد. همچنین لازم است تا در بازی خود، به دنبال کسب درآمد نیز باشید. در این راستا می‌توان گزینه‌های موفقی نظیر فورتنایت را نام برد که انواع گزینه‌ها را دارند تا از افراد پول دریافت نمایند، با این حال شما باید این اقدام را به شکلی متفاوت انجام دهید. درواقع شما باید به نحوی اقدام کنید که احساس نیاز به محصولات شما در بین افراد شکل گیرد. برای مثال مسابقه عکاسی توسط برند نیکون یکی از اشکال ساده بازی‌سازی برای مشتری محسوب می‌شود که باعث خواهد شد تا افراد احساس نیاز به مدل‌های جدیدتر و لنزهای بهتر را داشته باشند. همچنین چنین اقدامی خود باعث جذب مشتری‌های جدید نیز خواهد شد.

## ۴- از شروع تترسید

در نهایت توصیه می‌شود که برای شروع در این زمینه خود را محدود نکنید. درواقع راز موفقیت این است که سریعاً ایده را به اجرا درآورده و در مسیر، اقدام به اصلاح آن نمایید. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که بازار منتظر شما نخواهد ماند و ایده امروز ممکن است فردا توسط فردی دیگر به اجرا گذاشته شود. همچنین در حین به اجرا درآوردن طرح خود، متوجه نکاتی خواهید شد که هیچ‌گاه قبل از طی کردن این مرحله، نسبت به آنها آگاهی پیدا نخواهید کرد.

منبع: [business2community.com](http://business2community.com)

## مدیران بزرگ با داشتن چه خصوصیاتی به موفقیت رسیده‌اند؟

موفقیت در زندگی هر کسی به نوع مختلفی نمود پیدا می‌کند، اما اگر به زندگی افراد موفق نگاه کنیم، متوجه می‌شویم تمامی آنها چند خصوصیت مشترک دارند. با ما همراه باشید تا خصوصیات مشترک مدیران موفق را بشناسید.

مدیریت همانند دیگر شغل‌ها به اصول و ویژگی‌های خاصی نیاز دارد. اکنون سوال مطرح می‌شود، آیا مدیران موفق با ویژگی‌های منحصربه‌فرد به دنیا می‌آیند یا خودشان این ویژگی‌ها را به دست می‌آورند؟

مدیر موفق کسی است که توانایی تغییر شرایط نامناسب را به شرایط بهتر داشته باشد. در زمان مساعدبودن شرایط مدیریت کار چندان سختی نیست، اما در زمان بروز بحران و مشکلات فراوان چطور می‌توان نقش یک مدیر موفق را ایفا کرد؟ اگر به زندگی مدیران و کارآفرینان بزرگ نگاه بیندازیم، متوجه می‌شویم سبک‌های متفاوتی برای مدیریت وجود دارد. هر مدیر دارای نقطه نظرات و عملکرد مختص به خود بوده و شیوه مدیریت هر یک با دیگری متفاوت است. برای اینکه بتوانید مدیر موفقی باشید باید خود را بهتر بشناسید و برای رفع نقاط ضعف و بهبود نقاط قوت‌تان تلاش کنید. پس از آن، بهترین سبک مدیریتی را با توجه به خصوصیات شخصی خود برگزینید.

اکنون برخی از ویژگی‌های مدیران موفق و سه نکته‌ای را که برای تبدیل شدن به یک مدیر موفق باید به آنها توجه کنید معرفی می‌کنیم.

**نقاط ضعف خود را بر طرف کرده و نقاط قوت‌تان را ارتقا دهید**

آیا برای انگیزه‌بخشی به کارمندان از راهکار پاداش و مجازات استفاده می‌کنید؟ آیا این توانایی در شما وجود دارد که با سخنرانی‌های انگیزشی و گفتن جملات انگیزشی به کارمندان‌تان انگیزه و امید دهید؟ باور دارید باید با کارمندان با خشونت برخورد کرد یا معتقدید کارمندان خودشان باید به مرور زمان همه چیز را یاد بگیرند؟

با پاسخ دادن به این سوالات از سبک مدیریت و رهبری خود شناخت بهتری پیدا می‌کنید. اطلاع از این موضوع اولین قدم برای بهبود بخشیدن به استراتژی‌های مدیریتی است. پس بهترین کار، تحقیق و تفحص تکنیک‌هایی است که با شخصیت و شرایط شما هماهنگی دارد. سپس تمامی این تکنیک‌ها را در کنار افراد تیم‌تان اجرا کنید. اگر تکنیکی در مورد شما جواب نداد به سراغ راه دیگری بروید. از تجربیات جدید فرار نکنید و روند یادگیری را طی کنید. به احتمال زیاد می‌توانید روش‌های متفاوت مدیریت را تجربه کنید. بیشتر افراد می‌توانند در شرایط خاص واکنش مناسبی از خود نشان دهند، این به تنهایی نشان‌دهنده ویژگی یک مدیر نیست.

یکی از خصوصیات فوق‌العاده مدیران موفق توانایی اتخاذ تصمیمات مناسب برای رسیدن به نتایج موردنظرشان است. وقتی این مراحل را با موفقیت پشت‌سرسر گذارشتید، به مرور نوع رفتار و عملکردتان تغییر می‌کند و این مسئله سبب تغییر شرایط کسب و کار شما نیز خواهد شد.

### در ارتباط با افراد مختلف، سراغ سبک‌های متفاوتی از

#### مدیریت بروید

مدیریت افراد می‌تواند سخت و چالش‌برانگیز باشد. یکی از اصول مدیریت موفق این است که بدانید چگونه و در چه زمانی سبک مدیریت خود را به منظور رفع مشکلات و چالش‌های موجود کسب و کارتان تغییر دهید.

خیلی از کارمندان از طریق انگیزش‌های درونی همکاری خوبی جهت رسیدن به اهداف شرکت دارند، این درحالی است که برخی دیگر از آنها برای افزایش انگیزه به دنبال راهکارهای بیرونی می‌روند. استعداد و مهارت‌های اعضای تیم وقتی که احساس کنند مورد توجه قرار نمی‌گیرند، درک نمی‌شوند و از انگیزه لازم بهره‌مند نیستند مسئله چندان مهمی نخواهد بود. یکی از رفتارهای مدیران موفق این است که خود را با شرایط جدید و اعضای تیمش وفق دهد و به سمت پیشرفت و ترقی در حرکت باشد.

### از تجربیات مدیران موفق استفاده کنید

گاهی اطلاع از سبک مدیریت مناسب برای ایجاد تغییر و موفقیت کافی نبوده و به اطلاعات بیشتری جهت ادامه مسیر نیاز خواهید داشت. در این مواقع بهتر است لیستی از مدیران و مربیان موفق تهیه کنید و به سبک مدیریتی آنها توجه کنید و ببینید در شرایط یکسان سراغ چه اقداماتی رفته‌اند. در صورت نیاز با آنها تماس بگیرید و از تجربیات‌شان بهره‌مند شوید.

منبع: [inc/ucan](#)



# چگونه تبلیغات اینستاگرامی تأثیر گذار و موفقی داشته باشیم؟



اینستاگرام در ابتدا تنها یک شبکه اجتماعی معمولی بود که تعداد محدودی از کاربران تصاویر کمی در آن به اشتراک می‌گذاشتند، اما اکنون بیش از ۴۰۰ میلیون کاربر فعال دارد که به جز اشتراک‌گذاری تصویر، با هم تبادل نظر نیز می‌کنند و به‌عنوان یکی از بهترین رسانه‌های اجتماعی در سراسر دنیا به حساب می‌آید. علاوه بر آن، اینستاگرام بهترین پلتفرم برای تبلیغات و بازاریابی کسب و کارهاست. در ادامه با ما همراه باشید تا ۱۰ نکته مهم برای موفقیت تبلیغات اینستاگرامی را معرفی کنیم تا با گذشت سرمایه فوق‌العاده‌ای داشته باشید بیشتر از اینکه حتی تصورش را کنید.

اخیراً تحقیقی توسط سایت «ای مارکِتر» (emarketer) انجام شده که نشان می‌دهد تا سال ۲۰۱۷ میلادی درآمد تبلیغات اینستاگرامی در دنیا، بیش از ۲٫۵ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت، این رقم ۱۰ درصد کل درآمد تبلیغاتی فیس‌بوک را دربر می‌گیرد. این واقعیت را در نظر بگیرید، توسعه و پیشرفت اینستاگرام برای اهداف کسب و کارتان بسیار مهم است.

البته قانون محدودیت ۲۰ درصدی متن‌های داخل تصاویر که در تبلیغات فیس‌بوکی وجود دارد، در اینستاگرام اعمال نمی‌شود. در اینستاگرام تصاویری که تنها با نوشته پر شده‌اند، بازدیدکنندگان زیادی به خود جلب نخواهند کرد.

شیرکت «بزی کانوس پرنِتس» (Easy Canvas Prints) که در حوزه تجارت الکترونیک فعالیت دارد و تصاویر را به پرنِت‌های سفارشی تبدیل می‌کند، دستنورد فوق‌العاده از تبلیغات اینستاگرامی کسب کرده است. به نظر شما ۵۵ درصد هزینه اکتساب کمتر و ۳۰۱۹٪ بازگشت از هزینه تبلیغات (بیش از ۳۰۰ درصد بازگشت سرمایه) چطور است؟

۴. مختصر و کوتاه بنویسید

به این مسئله واقفیم کاربران شبکه‌های اجتماعی برای زمانی کوتاه به هر چیزی توجه می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی اخبار و شایعه‌ها را با کمترین نیاز به مطالعه در اختیار کاربران قرار می‌دهند و اینستاگرام هم از این قاعده مستثنی نیست، حتی اینستاگرام را می‌توان شبکه اجتماعی دانست که کاربران تمایل چندانی به خواندن ندارند.

همانطور که تصاویر نباید نوشته‌های زیادی داشته باشد، متن همراه عکس یا همان «کپشن» هم نباید طولانی شود. در فیس‌بوک، طول هر پست حداکثر ۴۰ کارا کمتر است. کپشن‌های اینستاگرام هم باید به همین اندازه باشد و از حدود ۴۰ کارا کمتر نباشد.

۵. تبلیغات آزمایشی قرار دهید

عاملی که سبب شد اینستاگرام به پلتفرمی مؤثر برای کسب و کار تبدیل شود، این است که فیس‌بوک تصمیم گرفت اینستاگرام را به روند تبلیغاتی ساده و مؤثر خود اضافه کند.

بدون شک داشتن توانایی هدفمندسازی و همان خلایقی که باعث موفقیت‌تان شده است، عدم قطعیت مربوط به شروع کار یک کانال جدید را کاهش می‌دهد.

خیلی از صاحبان کسب و کارها فکر می‌کنند می‌توان کارهای موفق قبلی را تکرار کرد. شاید این کار جواب بدهد، اما بهتر است قبل از اینکه پول‌تان را دور بریزید، به سراغ تبلیغات بروید.

شاید نیاز است بدانید مخاطبان در اینستاگرام چه مواردی را دوست دارند و از چه مواردی چشم‌پوشی می‌کنند. حتی اگر همان مخاطبان جوان فیس‌بوکی را دارید، هیچ تضمینی نیست کارهای قبلی در اینستاگرام هم جواب دهند. پس چند کمپین کوچک تشکیل دهید تا بهتر دربیابید چه کارهایی، واکنش مثبت به دنبال دارد.

۶. اینستاگرام متفاوت از فیس‌بوک است

اینستاگرام به فیس‌بوک تعلق دارد و جمعیت تبلیغاتی نیز در این دو شبکه اجتماعی یکپارچه است، اما اینستاگرام و فیس‌بوک از نظر تبلیغات، کاملاً مشابه هستند، هرچند از نظر جمعیت‌شناسی و رفتارشناسی کاربران‌شان بسیار متفاوتند.

جمعیت‌شناسی

جمعیت اینستاگرام بسیار جوان‌تر از فیس‌بوک است. ۲۸ درصد کاربران اینستاگرامی در اینستاگرام فعالیت دارند. زنان بخش گسترده‌ای از کاربران اینستاگرام هستند، در حالی که نوجوانان بخش عمده مخاطبان این شبکه اجتماعی را تشکیل می‌دهند.

در فیس‌بوک زنان حضور بیشتری از مردان دارند و گروه سنی عمده آنها بین ۱۸ تا ۲۹ سال و ۳۰ تا ۴۹ سال است. نکته حائز اهمیت این است فیس‌بوک توانسته افراد مسن‌تر (۵۰ تا ۶۴ سال و بالای ۶۵ سال) را بیشتر از اینستاگرام به خود جذب کند.

رفتارشناسی کاربران

تفاوت رفتار در دو شبکه اجتماعی، به ماهیت هر یک از آنها بستگی دارد. اینستاگرام روی تصاویر و ویدئوها متمرکز است، اما محتوایی که در فیس‌بوک به اشتراک گذاشته می‌شود، از نظر قالب، ترکیبی‌تر و گسترده‌تر است.

• احتمال وابستگی کاربران به یک برند در اینستاگرام دو برابر بیشتر است.

• اینستاگرام برای هر فالوور، ۵۸ برابر بیشتر از فیس‌بوک فعالیت به دنبال دارد.

شما می‌توانید از امکانات تبلیغاتی فیس‌بوک برای پیشبرد کسب و کارتان استفاده کنید، اما باید بدانید چطور آن را شخصی‌سازی کنید تا بیشترین وابستگی را داشته باشید.

۷. دکمه‌ای برای ادامه کار تعبیه کنید

در پست‌های تبلیغاتی اینستاگرام، جایی برای کلیک کردن و ادامه دادن نیست و تنها لینکی که می‌توان روی آن کلیک کرد، در قسمت Bio (اطلاعات شخصی فرد) است.

اگر جزو ۵۰۰ شرکت برتر دنیا نباشید، احتمالاً علاقه‌مندید نتایجی واقعی از تبلیغات‌تان ببینید. با تبلیغات اینستاگرامی، می‌توانید دکمه‌های فراخوان (Call To Action-CTA) اضافه کنید تا در جملات تکراری «لینک در بیو» رهایی یابید.

در اینستاگرام CTA های زیادی وجود دارد، از جمله: Sign Up, Learn More, Book Now, Shop Now, Contact Us, Apply Now و Watch Now, Download

۸. با صفحات فرود غیرواکنشگرا (Unresponsive) مخاطب را اذیت نکنید

هیچ چیز به اندازه صفحه فرود غیرواکنشگرا نرخ تبدیل یک آگهی را کاهش نمی‌دهد. تصور کنید تبلیغ خیلی خوبی دارید که مورد قرار گرفته است، اما با دسترسی به صفحه فرود نامناسب برای گوشی موبایل، تمام کاربران آن صفحه را می‌بندند.

مواجهه با صفحه غیرواکنشگرا روی موبایل همانند این است به سینما بروید و ببینید در بوفه آن هیچ نوشابه یا پاپ‌کورنی وجود ندارد. این تجربه ناخوشایند برای مشتریان است که همانند دیدن صفحه غیرواکنشگرا روی گوشی است.

اینستاگرام یک اپلیکیشن موبایلی است. هر کاربری روی CTA شما کلیک می‌کند، انتظار دارد به صفحه موبایل پسنند برسد، پس ناامیدشان نکنید

۹. از هشتگ‌ها استفاده کنید

«هشتگ‌ها» از تفاوت عمده اینستاگرام و فیس‌بوک به حساب می‌آید. «هشتگ‌ها» در فیس‌بوک خیلی برجسته نیستند، در حالی که عکس این قضیه در اینستاگرام وجود دارد. تبلیغات اینستاگرامی باید همانند بخشی از جریان طبیعی پست‌های اینستاگرامی به نظر برسند. پس هشتگ‌ها را وارد پست‌های اینستاگرام کنید.

هشتگ‌گذاری در اینستاگرام یک ضرورت اساسی است. مطالعه‌ای توسط سایت «ترک مین» (TrackMaven) انجام شده که نشان می‌دهد پست‌هایی با ۱۱ هشتگ، بیشترین تبادلات را دارند.

علاوه بر استفاده از چند هشتگ، حتماً از واژه‌های صحیح استفاده کنید. باید در کنار کمیت به کیفیت هم توجه داشته باشید.

در منابع زیر مناسب‌ترین هشتگ‌ها پیدا می‌شود:

- Websta
- Hashtagify
- Keyhole
- Org

یکی از آگهی‌های بانک چندملیتی Scotiabank، چند تبلیغی بود که از کاربران می‌خواست چند مورد را در یک فیلم تشخیص دهند. در این کمپین از هشتگ معروف «ThingsOrganizedNeatly» استفاده شده بود.

در نهایت، اینستاگرام ۲۰ رتبه افزایش در یادآوری تبلیغات و شش رتبه افزایش در آگاهی از برند را برای Scotiabank گزارش کرد.

۱۰. از محتوای تولیدشده توسط کاربران استفاده کنید

اعتماد چیزی است که به آن نیاز دارید تا ببینید تبلیغات منبعی مؤثر و بلندمدت برای پیشرفت و توسعه کسب و کارتان هست یا نه.

شاید در این فکر هستید چطور می‌توانید با استفاده از تبلیغات اعتماد ایجاد کنید. محتواهای تولیدشده توسط کاربران راهی است که از طریق آن می‌توانید اعتماد به خود آورید و به فروش بیشتری دست یابید.

دو قالب تبلیغاتی که اعتماد بیشتری را جلب می‌کنند، «توصیه آشنایان» و «نظرات آنلاین مصرف‌کنندگان» است. با انتشار تصاویر مشتریان‌تان می‌توانید از هر دو روش بیشترین استفاده را ببرید.

بدین صورت، با استفاده از محتوای تولیدشده توسط کاربران، چهار نکته از این فهرست را به آسانی رعایت کرده‌اید.

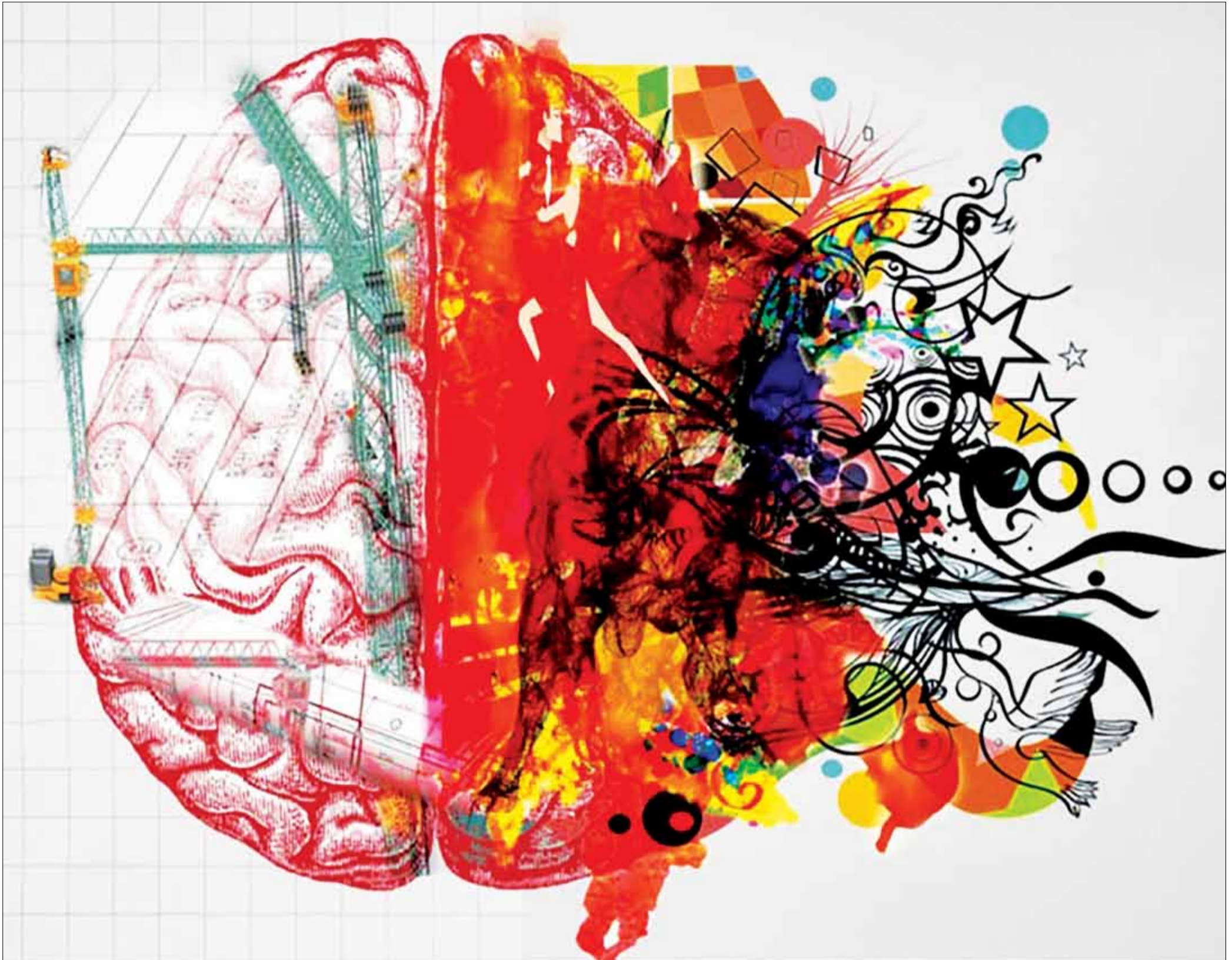
اکنون زمان شروع تبلیغات در اینستاگرام است

همین‌حلا می‌توانید اولین تبلیغ اینستاگرامی‌را پست کنید. بهانه‌تراشی‌هایی چون «هن به فیس‌بوک علاقه بیشتری دارم» یا «از امتحان محیطی جدید می‌ترسم» را کنار بگذارید. امروزه تبلیغات اینستاگرامی رشد قابل توجهی دارند و این شبکه اجتماعی همواره در حال پیشرفت است. پس هم‌اکنون به این شبکه اجتماعی بزرگ و تأثیرگذار ملحق شوید.

منبع: [socialmediatoday/ucan](#)



# چگونه ذهن خود را برای خلاقیت بازسازی کنیم؟



مترجم: طاهره منیری شریف / خلاقیت، لزوماً یک خصلت ذاتی نیست که با آن متولد شده باشید، بلکه ویژگی است که از طریق عادت هم می‌توان آن را به‌دست آورد. با تمرین مناسب و مداومت بر آن، می‌توانید ذهن خود را به گونه‌ای بازسازی کنید تا از حداکثر توانایی ذاتی خود برای تولید ایده‌های عالی بهره بگیرید.

بهترین راه برای ساختن ذهن خلاق، تمرین است. سرگرمی‌های خلاقانه موردعلاقه خود را انتخاب کرده و آنها را به طور منظم و حتی‌الامکان به طور روزانه انجام دهید. هر چه بیشتر عضله خلاقیت خود را انعطاف‌پذیر کنید، به همان اندازه بیشتر ذهن شما به طور طبیعی نوآور خواهد شد. تحقیقات نشان می‌دهند که تمرین خلاقیت، استرس را کاهش داده و حل مسئله را بهبود می‌بخشد.

بازسازی مغز خود را با این ۹ عادت متحول‌کننده آغاز کنید تا به زودی شاهد انبوهی از ایده‌های خلاقانه و نوآورانه باشید:

۱- مشاهده متفکرانه داشته باشید

ما با مشاهده دنیای پیرامون خود می‌توانیم توانایی خلق چیزی را به دست آوریم. نحوه درک ما از محیط و اطراف‌مان به خلاقیت ما بستگی دارد و این امر، با مشاهده متفکرانه یا اطلاع از جزئیات محیط اطراف‌مان آغاز می‌شود. با بهبود مهارت‌های مشاهده خود می‌توانید انرژی خلاق خود را شکوفا و جزیبانی را که قبلاً از آنها خبر نداشتید کشف کنید. با این کار ذهن شما باز شده و می‌تواند احتمالات جدید را نیز در نظر بگیرید و تجربه‌هایی کسب کنید که محرک نوآوری شما باشند. مشاهده متفکرانه یعنی توجه دقیق به دنیای اطراف خود داشتن.

اطلاعات بصری زیادی در اطراف ما وجود دارد. روی حوزه‌هایی که می‌خواهید در آنها بهبود ایجاد کنید تمرکز کنید. دنیا مملو از روابط و الگوهای جالب است. سعی کنید روابط بین چیزها را مشخص کنید. ببینید چیزها چگونه تشکیل می‌شوند یا با هم ارتباط دارند و افراد و چیزها چه تأثیری بر یکدیگر دارند. این ارتباطات می‌توانند جرقه‌ای برای نوآوری و فرآیند خلاقانه شما باشند.

۲- محیط خود را تغییر دهید

اگر محیط اطراف‌تان کسل‌کننده و یکنواخت باشد ممکن است انگیزه‌تان را از دست بدهید. یک راه آسان برای بازسازی خلاقیت‌تان این است که محیط خود را تغییر دهید. گاهی اوقات یک فضای شلوغ می‌تواند

الهام‌بخش باشد. پس لپ‌تاپ خود را جمع کرده و یک رستوران یا حتی یک پارک پیدا کنید تا بتوانید مدتی در آنجا کار کنید.

علاوه بر این، فضای کار خود را به گونه‌ای تنظیم کنید که منجر به خلاقیت شود. این امر تا حد زیادی به ترجیحات شما بستگی خواهد داشت ولی اطمینان حاصل کنید که یک فضای اختصاصی فقط برای خلاقیت داشته باشید، حال فرقی نمی‌کند این فضا در دفتر کار باشد یا در خانه خودتان. در فضای کار خود راحتی ایجاد کنید، وضعیت میز و صندلی خود را چک کنید تا درست تنظیم شده باشند. رنگ آبی برای دکور معمولاً برای ایجاد تفکر خلاق خیلی خوب است ولی باز هم به خودتان بستگی دارد. برخی افراد در محیط درهم و برهم خوب کار می‌کنند و معتقدند چنین محیطی، با افزایش تفکر غیرمتعارف، خلاقیت را بهبود می‌بخشد. ولی برخی دیگر هم احساس می‌کنند در محیط منظم بهتر می‌توانند تمرکز داشته باشند.

۳- به طور خلاقانه قدم بزنید

زندگی بی‌تحرک برای سلامتی مضر و ورزش برای پرورش تفکر خلاق بسیار مفید است. یک پیاده‌روی ساده به راحتی عملکرد مغز را بهبود بخشیده و خلاقیت شما را افزایش خواهد داد. پیاده‌روی برای توفان مغزی خلاقانه مفید است و تفکر واگرا یا غیرمتعارف را افزایش می‌دهد. شما می‌توانید پیاده‌روی را به فرصتی برای تمرین مشاهده متفکرانه تبدیل کنید.

۴- کنجکاوی خود را تقویت کنید

خلاقیت با کنجکاوی شکوفا می‌شود. توانایی ما برای تعجب کردن، به عمق چیزی رفتن و جست‌وجوی پاسخ‌ها، خلاقیت‌مان را تحریک کرده و افکار نوآورانه به ذهن‌مان می‌آورد. ولی عیش ما برای کسب دانش ممکن است به مرور زمان کاهش یابد و پرس و جوهای‌مان هم متوقف شوند. سعی کنید با سوال پرسیدن، قوه تخیل و خلاقیت خود را تحریک کنید. کنجکاوانه زندگی کنید. موضوع موردعلاقه خود را انتخاب کرده و به عمقش بروید و در موردش تحقیق کنید. ببینید خط فکری‌تان شما را به کدام سو می‌برد. هرچه بیشتر بدانید، به همان اندازه ذهن‌تان بیدار می‌شود و دل‌تان می‌خواهد بیشتر و بیشتر یاد بگیرید. در این صورت چیزهای جدیدی به ذهن‌تان خواهند رسید که دیگران به راحتی قادر به دیدن آنها نیستند.

۵- مقداری تفکر آسمان آبی را تمرین کنید

تفکر آسمان آبی یعنی ذهن خود را کاملاً آزاد کرده و بدون هیچ محدودیتی توفان مغزی به راه بیندازید. این کار یعنی حرکت فراتر از استانداردها، مرزها و آستانه‌هایی که ما برای خودمان ساخته‌ایم و در نتیجه تولید ایده‌هایی که محدود به هزینه، تلاش، زمان، تکنولوژی یا منابع نیستند. یعنی رهاکردن خودتان از قید و بندها، پیش‌فرض‌ها و باورهای محدودکننده. این یک روش عالی برای روشن کردن موتور خلاقیت شما و تحریک افکار نوآورانه است.

با یک سوال مشخص و یک هدف خاص کار خود را آغاز کنید. یادتان باشد هیچ ایده بدی وجود ندارد. پس خود را به خاطر تفکری که به نظرتان بی‌معناست سرزنش نکنید. در این صورت می‌توانید خارج از چارچوب فکر کنید و بدون دور انداختن سریع ایده‌ها، از آنها بهره‌برداری کنید.

ایده این است که خودتان را از قید و بندهایی که تفکر شما را محدود می‌کنند خلاص کنید و خلاق باشید. سپس به ایده‌ها نگاه کنید و ایده‌های غیرعملی یا آنهایی که روی هدف متمرکز نیستند را خط بزنید.

۶- «تفکر طراحی» را در فرآیند خلاقانه خود بگنجانید

تفکر طراحی، رویکردی برای حل مسئله خلاقانه و عملی است که با همدلی (درک خواسته‌ها، محدودیت‌ها و تمایلات کاربر نهایی) آغاز می‌شود. از آنجایی که تفکر طراحی بر روی انسان‌ها و درک نیازهای افراد و سپس ارائه راه‌حل‌های موثر برای تأمین آن نیازها تمرکز دارد، تقریباً در هر زمینه‌ای می‌توان از آن استفاده کرد.

فرآیند تفکر طراحی شامل پنج مرحله است: همدلی، تعریف، بیان کردن ایده‌ها، نمونه‌سازی اولیه و تست. این فرآیند، مهارت‌های خلاقیت و تفکر انتقادی را به هم پیوند می‌دهد و مستلزم این است که طراحان، ایده‌های زیادی تولید کرده و آنها را نمونه‌سازی اولیه کنند تا با شکست راحت کنار بیایند. این فرآیند شما را وادار می‌کند ذهن خود را باز نگه دارید و بسیاری از ایده‌ها را همان ابتدا بررسی کنید و فقط روی یکی از آنها سرمایه‌گذاری نکنید. این فرآیند، یک شیوه سیستماتیک و ساختاریافته برای حل مسائل است.

۷- خلق کردن را تمرین کنید

خلاقیت یک مهارت است و تنظیم دقیق آن به تمرین نیاز دارد. عمل خلق کردن چیزی، در واقع ذهن شما را به سمت خلاقیت بیشتر سوق

می‌دهد. شما می‌توانید هر روز با به چالش کشیدن خودتان برای خلق کردن (مثلاً با نوشتن، نقاشی، عکاسی، خوانندگی یا خلق یک موسیقی) خلاقیت خود را پرورش دهید.

خودتان آثارتان را ویرایش نکنید، بلکه این آزادی را به خود بدهید که در جهات مختلف حرکت کنید. اجازه دهید ایده‌های‌تان جریان یابند و سپس به طور انتقادی‌تر به آنها نگاه کنید. خلاقیت فرآیندی است که به زمان و تلاش نیاز دارد.

۸- برای خیال‌پردازی وقت بگذارید

برای افزایش خلاقیت، به ذهن خود اجازه دهید مدتی آزاد و رها باشد. خیال‌پردازی می‌تواند به حل مسئله خلاقانه منجر شود. وقتی ذهن شما سرگردان است، به خاطرات، احساسات و بخش‌های تصادفی از دانش‌های ذخیره‌شده دسترسی پیدا می‌کند. برای اینکه بتوانید به طور موثر از سرگردانی ذهن خود بهره‌مند شوید، آن را به سمت حوزه مدنظر خود هدایت کنید. خیال‌پردازی متمرکز، مستلزم این است که شما ابتدا به تحقیق و بررسی در مورد مسئله یا موضوع موردنظر بپردازید. به هر ایده‌ای که برای‌تان مطرح می‌شود به دقت توجه کنید و به سرعت آنها را رد نکنید. پیاده‌روی، دوش گرفتن و دوچرخه‌سواری، راه‌هایی برای خلق یک ذهن خیال‌پرداز هستند.

۹- یک پورتفولیوی خلاقانه (خلاصه خلاقانه از آثار خود) ایجاد کنید که الهام‌بخش شما باشد

فکر کنید و ببینید چه چیزی به شما الهام می‌بخشد تا بهترین و خلاق‌ترین فرد باشید. آیا وبلاگ‌ها، کتاب‌ها یا ویدئوهای خاصی تفکر و ایده‌های شما را تحریک می‌کنند؟ آیا فعالیت‌هایی وجود دارند که همیشه باعث آرامش ذهن شما شوند و به شما کمک کنند به روشی غیرمتعارف به چیزها نگاه کنید(مثل نوشتن روزنامه، مدیتیشن یا ...)?

پورتفولیوی ایجاد کنید که تفکر اصلی و انرژی خلاقانه شما را تحریک کند. هر روز برای نوشتن وقت بگذارید. اگر در طبیعت چیز الهام‌بخشی پیدا کردید سعی کنید از آن عکس بگیرید. این عکس‌ها را در یک دفتر مرتب‌سازی کنید. از هر چیزی که برای شما جالب، انگیزه‌بخش و الهام‌بخش است، برای بازسازی مغز خود استفاده کنید و هر روز خلاقیت خود را افزایش دهید.

منبع: entrepreneur/modirinfo



## امکانات حیرت‌انگیز عینک هوشمند اپل

به قلم: اکسل متز / کارشناس فناوری / ترجمه: علی آل‌علی

مجاری طراحی و تولید محصولات متنوع از سوی اپل در طول یک سال اخیر سر و صدای بسیار زیادی به پا کرده است. بسیاری از کاربران در طول یک سال اخیر از خودروی ویژه اپل صحبت کرده‌اند. در این میان توجه به محصولی دیگر به نام عینک اپل کمتر بوده است. اپل برای ورود به بازار دوربین‌های واقعیت افزوده اقدام به استفاده از قالب سنتی عینک‌ها کرده است. طرح‌های اولیه عینک اپل درست مانند عینک‌های ساده و روزمره است، با این حال پشت این طراحی ساده امکانات بسیار زیادی نهفته است.

براساس گزارش سایت اپل اینسایدر، عینک هوشمند اپل دارای قابلیت فرمان‌پذیری صوتی است. این امر توسعه بسیار مهمی در زمینه تولید عینک‌های هوشمند محسوب می‌شود. بسیاری از کاربران برای کار با دستگاه‌های هوشمندشان به ارائه فرمان‌های صوتی عادت کرده‌اند. با این حساب اعمال تنظیمات مختلف بر روی این عینک با برخی از فرمان‌های صوتی نیز امکان‌پذیر خواهد بود.

بدون تردید هنوز برخی از امکانات عینک جذاب اپل برای کاربران مشخص نیست. این امر مربوط به سیاست همیشگی اپل برای پرهیز از بیان دقیق ویژگی‌های محصولاتش پیش از رونمایی رسمی است. همین امر هیجان بسیار زیادی در میان کاربران مختلف ایجاد کرده است. یکی از شایعات اساسی در مورد امکانات جانبی عینک اپل مربوط به ویژگی مربوط به تمیز شدن خودکارش است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای شفافیت تصاویر واقعیت افزوده در عینک‌های هوشمند دارد. اپل با ارائه این ویژگی به نوعی به مشتریانش برای بهره‌مندی از بهترین کیفیت ممکن اطمینان داده است.

عینک اپل در طول یک ماه اخیر انتظارات مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. عدم موضع‌گیری رسمی برند اپل در این ارتباط بر بسیاری از شایعات دامن زده است. عینک موردنظر یکی از محصولات اپل است. همین امر برای افزایش انتظارات از عینک موردنظر کافی است. با این حساب شاید برخی از امکانات مورد بحث در نسخه نهایی وجود نداشته باشد، اما بدون تردید یکی از محصولات جذاب چند سال اخیر در دسترس مشتریان قرار خواهد گرفت.

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

## توسعه تولید گوشت‌های سلول بنیاد با جذب سرمایه شرکت موزا

به قلم: مگان پوینسکی / کارشناس بازاریابی و تبلیغات / ترجمه: علی آل‌علی

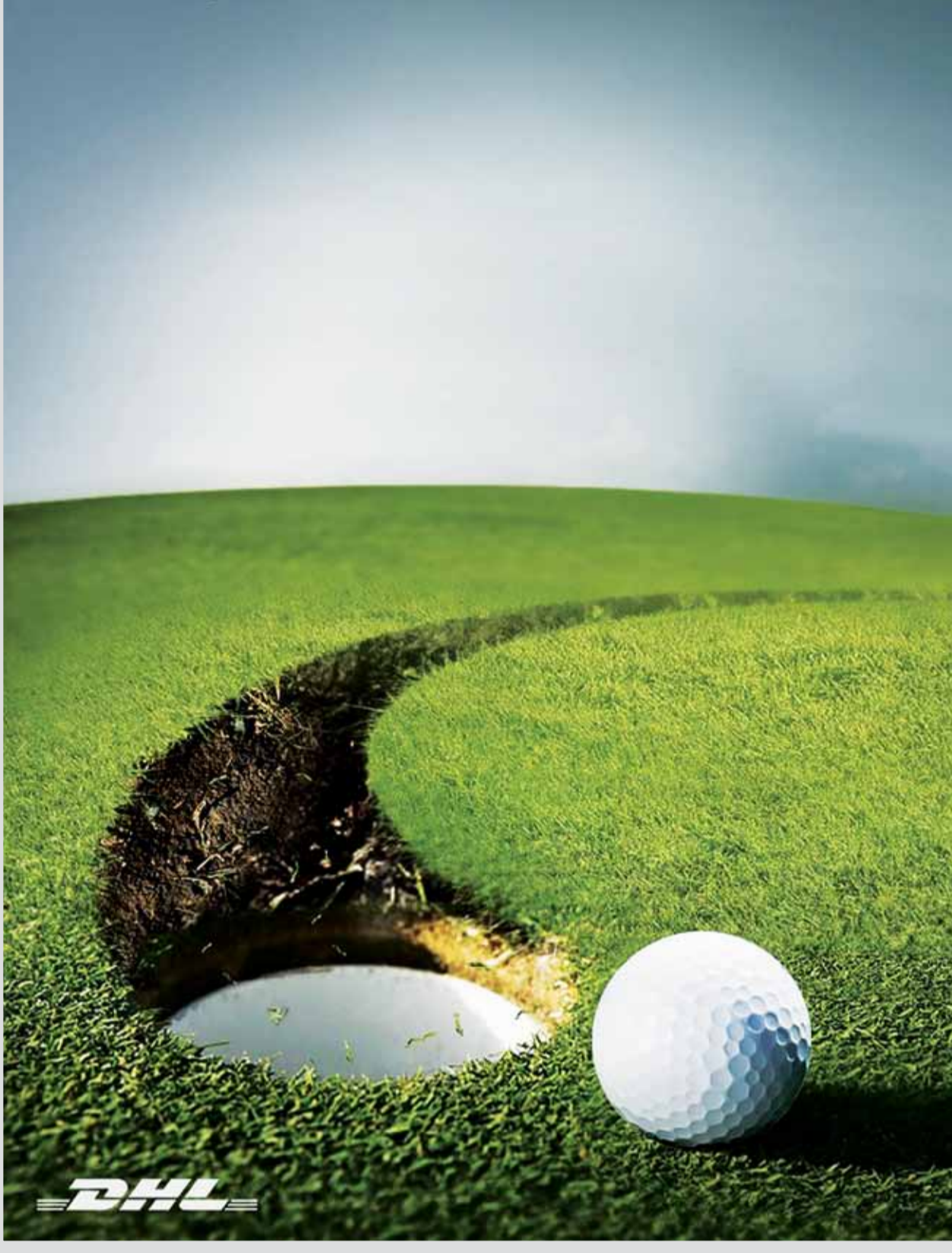
شرکت موزا میت یکی از کسب و کارهای فعال در زمینه توسعه تولید و عرضه گوشت‌های سلول بنیاد محسوب می‌شود. این برند نخستین بار در سال ۲۰۱۳ همبرگر دارای گوشت سلول بنیاد را عرضه کرد. نخستین جذب سرمایه این شرکت هلندی در همان سال با ۱۰ میلیون دلار صورت گرفت. نکته جالب در این میان جذب سرمایه موزا میت در طول هشت سال اخیر به ارزش کلی ۸۵ میلیون دلار است. بدون تردید این میزان از جذب سرمایه برای چنین کسب و کاری حیرت‌انگیز است.

براساس اعلام موضع رسمی شرکت موزا میت، سرمایه گردآوری شده از سوی این شرکت در راستای توسعه فرآیند تولید و استفاده از گوشت‌های سلول بنیاد صورت خواهد گرفت. این امر تحول قابل ملاحظه‌ای در بازار فست فود و رستوران‌داری ایجاد خواهد کرد. بسیاری از گروه‌های مدنی اعتراض‌های جدی نسبت به استفاده از گوشت حیوانات دارند. این امر بیشتر با ادعاهای زیست محیطی و حمایت از حیوانات صورت می‌گیرد. اکنون توسعه استفاده از چنین گوشت‌هایی برای بسیاری از فعال‌های محیط زیست خبر خوشی محسوب می‌شود.

بسیاری از مشتریان نسبت به استفاده از گوشت سلول بنیاد تردی‌های جدی دارند. این امر شامل تردید نسبت به کیفیت و تاثیرات جانبی استفاده از چنین محصولی است. مهمترین نکته در این میان آزمایش‌های فوق تخصصی موزا میت بر روی گوشت‌های سلول بنیادش است بنابراین نگرانی در زمینه تاثیرات استفاده از چنین گوشت‌هایی مطرح نیست. مهمترین نکته در این میان تقویت همکاری با رستوران‌های مهم از سوی موزا میت و دیگر توسعه‌دهندگان تولید گوشت‌های سلول بنیاد است. اخیرا سنگاپور به عنوان نخستین کشور استفاده از گوشت‌های سلول بنیاد در رستوران‌های مختلفش را شروع کرده است. این امر شروعی برای خدمات پرده‌مان این برند در عرصه‌های مختلف محسوب می‌شود. بدون تردید در آینده‌ای نزدیک استفاده از گوشت‌های برند موزا میت و دیگر شرکت‌های مشابه توسعه قابل ملاحظه‌ای خواهد یافت. این امر به معنای افزایش سرمایه‌گذاری در چنین حوزه‌هایی نیز خواهد بود، با این حساب در آینده‌ای نزدیک استفاده از گوشت‌های سلول بنیاد بدل به عادت رایج در میان مردم کشورهای مختلف خواهد شد.

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

Don't bother yourself



## ۹ عادت و رفتار مشترک بین کارآفرینان واقعا موفق

۷. کارآفرینان موفق با افراد مثبت و قدرتمند معاشرت می‌کنند

کارآفرینان موفق با کسانی معاشرت می‌کنند که از خودشان باهوش‌تر هستند و مهارت‌های بیشتری دارند. البته آنها خیلی هم خوش‌باور نیستند، اما به جای این که برای انجام نشدن کارها خودشان را اذیت کنند، نگرش‌شان به سوی ایده‌های جدید است.

۸. کارآفرینان موفق اهداف مهمتری دارند و خیلی به فکر پول درآوردن نیستند

استیو جابز می‌خواست دنیا را تغییر دهد و موفقیت خود را مدیون همین هدف می‌داند، اما وقتی به سود کلانی رسید عقب کشید. همیشه باید برای پیشرفت طولانی‌مدت به دنبال ایده‌های بهتری باشید، زیرا بهترین موفقیت کاری هم نمی‌تواند کسب و کارتان را تا پایان عمر پیش ببرد.

۹. کارآفرینان موفق سخت کار می‌کنند و از آن لذت می‌برند

کارآفرینان موفق تلاش بیشتری می‌کنند و همیشه هم به نتایج بهتری می‌رسند. آنها تمرکز بالایی دارند و اطلاعات‌شان درباره مسائل کلیدی باورنکردنی است. آنها همیشه کارهایی را انجام می‌دهند که شاید حجم آن برای افراد عادی قابل قبول نباشد.

برای اینکه کارآفرین موفق باشید، به تلاش و طرز فکر‌تان توجه کنید و مراقب باشید تمام کارها دقیق و کامل انجام شود. از مسیر زندگی‌تان درس بگیرید. اگر یک سرمایه‌گذار، فردی با ویژگی‌های مذکور را ملاقات کند، قطعا توجه بیشتری به طرح‌های او خواهد داشت. آیا تا به حال دقت کرده‌اید عادت‌های‌تان چقدر به پیشرفت‌تان کمک کرده است؟

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

۳. کارآفرینان موفق محصولات قدیمی خود را جایگزین می‌کنند

وقتی پای رقیب در میان باشد، باید انعطاف‌پذیری بالایی از خود نشان دهید. استیو جابز همیشه محصولاتش را چند ماه از عمرشان می‌گذشت را کنار می‌گذاشت، حتی آنهایی که فروش بالا داشتند، با این کار برند اپل توانست به محبوبیت برسد. شاید این کار کمی چالش‌برانگیز باشد اما در طولانی مدت باعث موفقیت خواهد شد.

۴. کارآفرینان موفق روی راه‌حل‌های خاص تمرکز دارند بیشتر استارت‌آپ‌ها یک راه‌کار تخصصی در حوزه شبکه‌های اجتماعی هستند یا از ادغام چند پلتفرم برای ایجاد یک پلتفرم چندمنظوره به دست آمده‌اند. کارآفرینانی که به دنبال موفقیت دائمی هستند، راه‌کاری جدید در بازارهای در حد رشد پیدا می‌کنند، هرچند ریسک این کار بسیار زیاد است.

۵. کارآفرینان موفق برای پیدا کردن شرکا و راه‌های فروش مکمل، تلاش زیادی می‌کنند

حتی یک طرح خیلی خوب هم برای رسیدن به موفقیت نیاز به کمک گرفتن از کانال‌های توزیع و شرکایی که با مشتریان در ارتباط هستند، دارد. کارآفرینانی که نگرشی درازمدت دارند، روی هسته رقابت‌شان متمرکزند تا یک برند موفق بسازند. آنها می‌دانند قرار نیست تمام کارها را خودشان انجام دهند.

۶. کارآفرینان موفق همان قدر که برای تجارت وقت می‌گذارند، به ارتباطات هم اهمیت می‌دهند یک کسب و کار موفق به افرادی که می‌شناسید وابسته است، همان قدر که به محصولی که ارائه می‌دهید. این استراتژی «برد-برد» می‌تواند وجه تمایز طرح‌هایی با موفقیت همیشگی و پیروزی‌های کوتاه‌مدت باشد.

برای اینکه کارآفرین موفق باشید باید بتوانید با قدرت در مسیرتان حرکت کنید، زیرا شروع کسب و کار جدید فرآیندی طولانی‌مدت است و ممکن است استارت‌آپ شما را با سختی‌ها و چالش‌های زیادی رو به رو کند. پس به عنوان یک سرمایه‌گذار، برای انتخاب کارآفرین مناسب باید به دنبال نشانه‌هایی باشید که در نهایت سبب پیشرفت و موفقیت شما شود. در ادامه ۹ عادت کارآفرینان بسیار موفق را معرفی می‌کنیم.

اغلب کارآفرینان موفق و سرشناس مانند هاوارد شولتز (استارت‌آپ‌ساز) و استیو جابز (اپل)، عادت‌ها و رفتارهای مشترکی دارند که در ادامه مقاله تعدادی از آنها را مرور می‌کنیم.

۱. کارآفرینان موفق هیچ وقت تسلیم نمی‌شوند، فقط گاهی عقب‌نشینی می‌کنند

اغلب کارآفرینان موفق هیچ‌گاه خود را بازنده نمی‌بینند. آنها اعتقاد دارند اصلی‌ترین علت شکست در کسب و کارهای جدید این است که بیشتر کارآفرینان خیلی زود تسلیم می‌شوند. شاید آنها فکر کنند کارشان به مشکل خورده، اما هیچ وقت تسلیم نمی‌شوند. پس بهتر است کارآفرینان جوان و تازه‌کار هم همین روش را در پیش بگیرند.

۲. کارآفرینان موفق به جای بهانه‌تراشی، از تجربیات خود حرف می‌زنند

کارآفرینان موفق هیچ وقت دنبال کسی یا چیزی نیستند تا تمام تقصیرها را به گردن آن بیندازند، بلکه همیشه آماده‌اند تا از مشکلات و چالش‌ها درس بگیرند. هاوارد شولتز باور کرد موفقیت‌های اولیه سبب غرور اعضای گروهش شده و این مشکل را با خلاقیت و برنامه‌ریزی حل کرد.