

فرصت امروز  
برای کسب و کار آفرینیواکاوی تاثیر قیمت‌های تازه  
بر بازار خودرو

خرید و فروش خودرو در بازار به صفر رسید، این اتفاق تحت تاثیر اعلام قیمت‌های تازه از سوی خودروسازان صورت گرفت. به گزارش صبحانه...

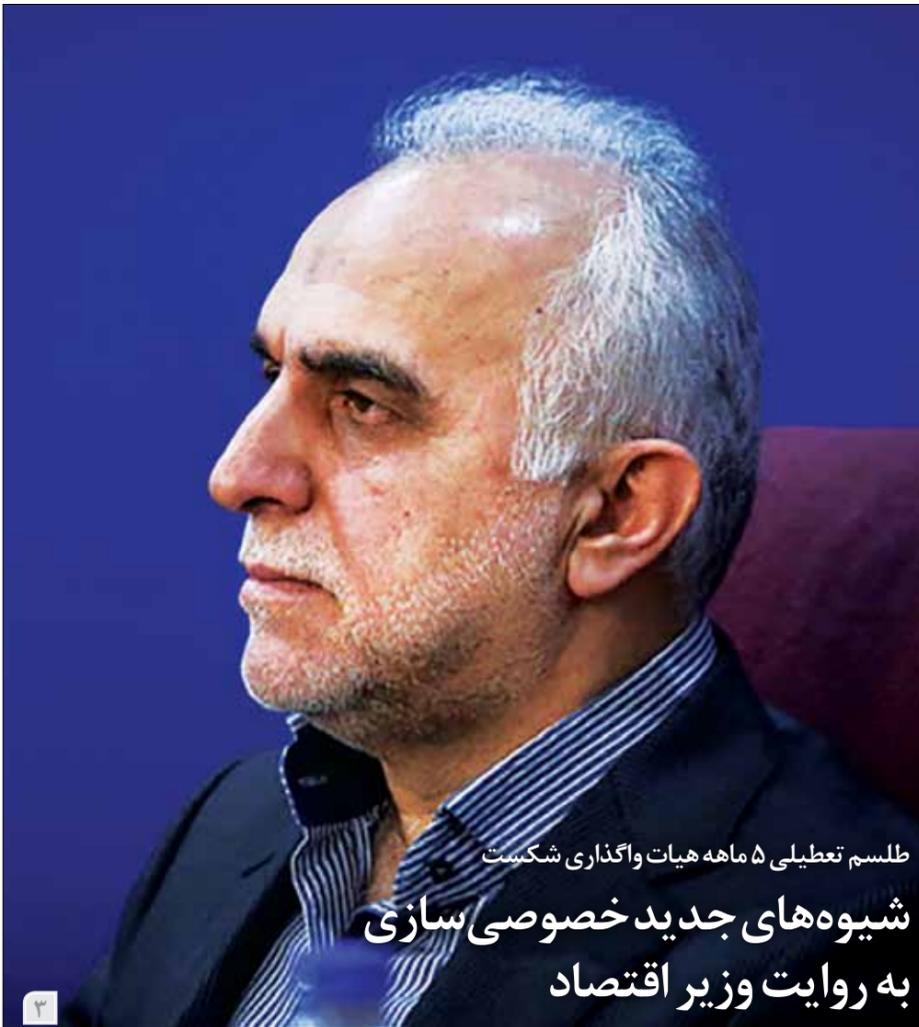
۷

## یادداشت

تصمیم‌های شتاب‌زده، بالای  
جان اقتصاد ایران

غلامحسین شافعی  
رئیس اتاق ایران

اقتصاد و فعالان اقتصادی ایران در یک سال اخیر با برخی مشکلات غیرقابل پیش‌بینی مواجه شدند و در این میان مسئله خروج آمریکا از برجام و تشدید تحریم‌ها نیز بر محیط کسب‌وکار کشور اثر گذاشت، اما باید پذیرفت که اقتصاد ایران بیش از آنکه متأثر از تحریم‌ها و کمبود منابع باشد، اسیر تصمیم‌گیری‌های نسنجیده و شتاب‌زده است. فعالان اقتصادی از ابتدای امسال، در عرض مدت کوتاهی با بخشنامه‌های متعدد و متناقض مواجه شدند که در محیط کسب‌وکار اثرگذاری بالایی داشته و باعث کندي روند حرکت اقتصادی کشور در بسیاری از زمینه‌ها شده‌اند. مهم‌ترین نتیجه این وضعیت، ایجاد بی‌اعتمادی در کشور بود که مطمئناً همه سرمایه‌گذاران را در حالت صبر و انتظار قرار می‌دهد؛ موضوعی که بدون شک در مسائل اقتصادی کشور اثرگذاری جدی دارد. به دلیل شتاب‌زدگی در تصمیمات و صدور بخشنامه‌ها، نه‌تنها توانستیم در مقابل تحریم‌ها...



طلسم تعطیلی ۵ ماهه هیات واگذاری شکست

## شیوه‌های جدید خصوصی‌سازی به روایت وزیر اقتصاد

واکاوی دلایل عدم استقبال شهروندان از پیام‌رسان‌های داخلی

### چرا مردم پیام‌رسان‌های داخلی را دوست ندارند؟

تلگرام و نیز نقش تلگرام طلایی و هاتگرام تاکنون مطرح شده که بعضی ناشی از عوامل عملکردی پیام‌رسان‌ها و بعضی دیگر ناشی از عدم ایفای نقش بخش‌های حاکمیتی در اجرای وظایف تعیین‌شده در سند سیاست‌ها و اقدامات ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی است. تحلیلگران بر این عقیده‌اند که در واقع یکی از مشکلات اساسی پیام‌رسان‌های داخلی، عدم اعتماد و اطمینان کاربران نسبت به صیانت از حریم خصوصی است. برای کاربر پیام‌رسان، مهمترین مولفه، «اعتماد» بوده و لازم است تا حس اعتماد و امنیت را به کاربر داد، به‌گونه‌ای که بتواند با خیال راحت پیام‌ها و تصاویر خود را به اشتراک بگذارد و نگران انتشار بدون اجازه آن نباشد. مصوبه شورای عالی فضای مجازی نیز بر اعتمادسازی و صیانت از حریم خصوصی افراد در پیام‌رسان‌های داخلی که می‌تواند رونق این شبکه‌ها را در میان کاربران ایرانی تضمین کنند، تاکید دارد. البته علی‌رغم تمهیدات و تأکیدات انجام‌شده، کماکان موضوع حفاظت از اطلاعات مردم در شبکه‌های اجتماعی از جمله موضوعاتی است که بسیار مورد توجه قرار گرفته، تا جایی که رهبر معظم انقلاب نیز بر لزوم حفظ امنیت حریم داخلی افراد در فضای مجازی تأکید و تعرض به آن را «حرام شرعی» عنوان کردند.

از طرفی کاربر نیز باید بداند اگر با مشکل و چالشی در این پیام‌رسان‌ها مواجه شد و با اطلاعات وی بدون اجازه منتشر شد، با کدام قانون و مرجع قانونی می‌تواند برای استیفای حقوق خود اقدام کند. اما هنوز به کاربر داخلی این حس منتقل نشده که پیام‌رسان‌های داخلی موظف به رعایت موارد قانونی بوده و مراجع مطمئنی نیز برای رسیدگی وجود دارد. بدیهی است پیام‌رسان‌ها نیز مهم‌ترین دلیل برای حفظ حیات خود را مشتری‌مداری می‌دانند که این موضوع هم بر جلب اعتماد، بنا نهاده می‌شود. بنابراین شورای عالی فضای مجازی کشور بیش‌ترین تمرکز خود را بر ساماندهی فضای مجازی براساس سند الزامات شبکه ملی اطلاعات، مدیریت و امنیت فضای مجازی معطوف کرده است. در این طرح مقوله امنیت شامل امنیت کاربر، امنیت سرور و امنیت ارتباطات، از موضوعات مهمی است که مورد توجه قرار گرفته، زیرا امنیت در مقابل هک و دستبرد اطلاعاتی، شکستن حریم خصوصی افراد و انتشار اطلاعات مربوط به افراد می‌تواند باعث ناامنی روانی و اجتماعی شده و پیامدهای جبران‌ناپذیری را به همراه داشته باشد. در همین راستا سند حمایت از موضوع «داده» که این موضوع را قانونی و لازم‌الاجرا می‌کند نیز تهیه شده و در دستور کار شورای عالی فضای مجازی قرار دارد، اما هنوز مصوب نشده است.

#### تأمین نیازهای پیام‌رسان‌های داخلی

شورای عالی فضای مجازی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات را مسئول به‌کارگیری تمهیدات لازم از جمله کمک به تأمین زیرساخت‌های شبکه‌ای، ذخیره‌سازی و امنیتی و نیز به حداقل رساندن هزینه‌های مرتبط با مصرف پهنای باند کرده است. پیام‌رسان‌ها نیز خودشان وظیفه ایجاد ساختار نرم‌افزار و قابلیت‌های پیام‌رسان را برعهده دارند. براساس این نقش تعریف

شده، این وزارتخانه اقداماتی را در این خصوص انجام داده، البته باید این نکته را در نظر داشت که تأمین تمامی نیازهای پیام‌رسان‌ها، موضوعی زمان‌بر است.

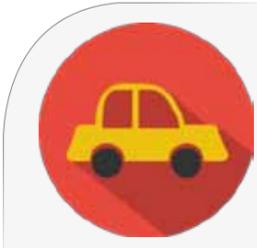
در این شرایط که پیام‌رسان‌های داخلی برای تأمین خواسته‌های کاربران تحت فشار بوده و با مشکلاتی هم برای تأمین نیازمندی‌ها و آماده‌سازی شرایط لازم جهت انجام فعالیت مناسب و متناسب با خواسته کاربران، روبه‌رو هستند، بسیاری از مهاجرت‌کنندگان از تلگرام به سوی پیام‌رسان‌های داخلی، با عدم سرویس‌دهی مناسب توسط آنان مواجه شوند. اما از آنجا که سرویس‌های تلگرام در اوایل فعالیت به خوبی سرویس‌های امروز نبودند و کم‌کم توانستند به توانمندی لازم برای تأمین نیاز کاربران برسند، لازم است جامعه با پذیرش این موضوع که باید زمینه رشد و توسعه پیام‌رسان‌های داخلی به صورت قانونمند و براساس ضوابط و مقررات مربوط فراهم شود تا به بلوغ لازم رسیده و سرویس‌های مورد نیاز جامعه را ارائه دهند، به روند توسعه و تقویت این پیام‌رسان‌ها کمک کنند.

#### نقش ساختار مناسب در طراحی و پیاده‌سازی نرم‌افزار

در این میان، شکل ظاهری، سرعت بالا در پیام‌رسانی، پشتیبانی از انواع فرمت‌های فایل، ایجاد گروه، تبادلات مالی و سایر امکانات نیز می‌تواند در شرایط رقابت با پیام‌رسان‌های خارجی، مخاطب را جذب کند. البته برخی از پیام‌رسان‌های موجود توانستند تا حدودی امکانات و انتظارات را برآورده کنند، اما مقایسه پیام‌رسان‌های داخلی با تلگرام که طی یک فرآیند بیش از پنج سال با نیازمندی‌های کاربران تطبیق پیدا کرده و پارامترهای جلب نظر کاربران ایرانی را نیز فراهم کرده، کار درستی نیست؛ زیرا پیام‌رسان‌های داخلی کمتر از یک سال برای شکل‌گیری و توسعه و فعالیت‌ها فرصت داشته‌اند و این فرصت با تحولات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی همراه شد که منطبق‌سازی را برای فراهم‌کنندگان خدمات داخلی، بسیار دشوار کرده است.

همچنین عدم تجربه و تخصص کافی در ارائه خدمات گسترده پیام‌رسان‌ها در ایران عامل مهم دیگری در عدم موفقیت آنان بوده است، اما با توجه به اینکه تلگرام و سایر پیام‌رسان‌ها تا زمانی بدون هرگونه مانعی فعال بودند، حرکت و اقدام جدی برای شکل‌گیری پیام‌رسان داخلی صورت نگرفت و یکباره و به‌دنبال ایجاد محدودیت برای تلگرام، حرکت شتاب‌زده برای تأمین نیاز کاربران در کشور شروع شد. بدیهی است علی‌رغم توانمندی جوانان ایرانی در دستیابی به فناوری‌های جدید، تخصص و تجربه کافی به‌ویژه برای یک دوره کوتاه وجود نداشت و طبیعی است که کسب دانش مورد نیاز، بومی‌سازی و تسلط بر ایجاد و توسعه پیام‌رسان داخلی، زمان‌بر خواهد بود.

بر این اساس، کارشناسان تأکید دارند که باید در شرایط مناسب و حتی قبل‌تر از ایجاد محدودیت برای پیام‌رسان‌های خارجی، پیام‌رسان داخلی با حمایت از توان داخلی و با مزیت‌هایی همچون برقراری تماس تصویری و تبادلات پولی و... راه‌اندازی می‌شد تا کاربران، به‌واسطه مزیت‌های نسبی



اتاق بازرگانی تهران در گزارشی سومین رکود متوالی  
در اقتصاد ایران را پیش‌بینی کرد

## تداوم رکود در سال ۹۸

تازه‌ترین گزارش تحلیلی اتاق بازرگانی تهران نشان می‌دهد که اقتصاد ایران، روند دور شدن خود از شاخص‌های رشد را همانند هفت سال گذشته در سال پیش‌رو نیز ادامه خواهد داد و در سال آینده شاهد سومین رکود متوالی در سال‌های پس از انقلاب خواهیم بود. براساس ارزیابی انجام‌شده از سوی پارلمان بخش خصوصی پایتخت و با توجه به بررسی متغیرهای موجود در حوزه تولید ناخالص داخلی، احتمالاً ایران در سالی که پیش‌رو خواهد بود، همچنان فاصله‌اش را با روند رشد سال ۱۳۹۰ ادامه می‌دهد و احتمالاً شاخص‌های تولید در هر سه حوزه اصلی منفی باقی می‌ماند. برآورد ماه ژانویه بانک جهانی از آینده اقتصاد جهان نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۸ تولید ناخالص داخلی واقعی ایران با کاهش ۳۶ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۷ همراه خواهد بود. براساس پیش‌بینی بانک جهانی، چنانچه رشد اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۸ نیز منفی رقم بخورد، این سومین باری خواهد بود که...

۲

نهاد پژوهشی مجلس در بررسی لایحه بودجه ۹۸ پیشنهاد داد

### اعطای مجوز به بانک مرکزی برای اجرای عملیات بازار باز

۴

#### مدیریت و کسب‌وکار



فیس‌بوک: روزانه یک میلیون  
پروفایل جعلی مسدود می‌کنیم

- ۵۰ استار تاپ برتر سال ۲۰۱۹ کدامند؟
- شبکه خودتان را بسازید
- ۴ دلیل که مشتریان ایده‌های شما را پس می‌زنند
- موفقیت در بازاریابی دیجیتال به سبک برندهای بزرگ
- کلیدهای طلایی یک تبلیغ ماندگار
- بهترین و بدترین کمپین‌های برندینگ ۲۰۱۸

۱۶ تا ۸

این پیام‌رسان‌ها و به‌صورت اقماعی آن را انتخاب کنند. البته به نظر می‌رسد پیام‌رسان‌های مطرح داخلی با توانمندی‌هایی که ایجاد کرده‌اند، توانایی پذیرش بخشی از کاربران فعلی را دارند.

#### تأثیر رفع انحصار و عدم مسدودسازی کامل تلگرام

اما رفع انحصار از پیام‌رسان‌های خارجی برای رویکرد ملی به پیام‌رسان‌های داخلی لازم بود و متعاقب آن، پیام‌رسان‌های داخلی با عزمی جدی نسبت به تقویت زیرساخت‌ها و ارائه خدمات هرچه بهتر به کاربران تلاش مضاعفی را شروع کردند و جریان مهاجرت به پیام‌رسان‌های داخلی پس از خروج کانال‌های پر مخاطب از تلگرام، سرعت گرفت و دستگاه‌های حاکمیتی کشور نیز براساس مصوبات شورای عالی فضای مجازی با ارائه تسهیلات ویژه، با پیام‌رسان‌ها همراهی کردند. علی‌رغم تأکیدات شورای عالی فضای مجازی و دستورهای قضایی برای مسدود شدن کامل فعالیت تلگرام در کشور، با ظهور نسخه‌های غیررسمی از تلگرام و نیز رشد استفاده از فیلترشکن‌ها، روند مهاجرت به پیام‌رسان‌های نوظهور داخلی کند شد. اگرچه مسدودسازی تلگرام از همان ابتدا منتقدانی داشت، برخی معتقدند عدم اجرای کامل مسدودسازی تلگرام و نیز عدم کنترل نرم‌افزارهای متعدد فیلترشکن، نقش تعیین‌کننده‌ای در فرآیند داشته و بسیاری از فیلترشکن‌ها بدون مزاحمت به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

#### نقش تلگرام طلایی و هاتگرام

حضور پوسته‌های تلگرامی که توسط متخصصان داخلی و با هدف‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی ایجاد شده‌اند، در ابتدا برای کاهش فشار به کاربران داخلی بود و موجب شد که فرصت مناسب برای شکل‌گیری سرویس‌های پیام‌رسان‌های داخلی فراهم و امکان فعالیت برای آنان ایجاد شود. البته تلگرام طلایی و هاتگرام از مدت‌ها قبل از رفع انحصار از تلگرام وجود داشتند، اما در این دوره فرصت بیش‌تری برای نقش‌آفرینی پیدا کردند.

عدم ارائه سرویس‌های جذاب و متنوع توسط پیام‌رسان‌های نوظهور داخلی از جمله سرویس‌های دولت الکترونیک از یک سو و رقابت غیرضروری و بی‌منطق بین آنان، موجب تفرقه و ضعیف شدن آنان و باعث شد کاربران داخلی از مسیرهایی مانند تلگرام طلایی و هاتگرام مجدداً به سرویس‌های تلگرامی مراجعه کنند، بنابراین مقصر اصلی این پوسته‌های تلگرامی نیستند، بلکه عدم رسیدن به بلوغ پیام‌رسان‌های داخلی در عرصه خدمت‌رسانی و نیز عدم استفاده مناسب از فرصت ایجادشده، عوامل موثری در رویکرد کاربران برای هجوم به این پوسته‌های تلگرامی است.

بسیاری از کشورها برای خدمات پیام‌رسانی، دارای پیام‌رسان بومی بوده و به دلیل حفظ اطلاعات و حریم شخصی افراد در این فضا، از شبکه‌های داخلی خود استفاده می‌کنند، بنابراین امید است که هرچه سریع‌تر تمامی مصوبات شورای عالی فضای مجازی کشور توسط دستگاه‌های ذی‌ربط اجرایی شده و کشور شاهد رشد روزافزون پیام‌رسان‌های داخلی و کوچ داوطلبانه از تلگرام و سایر پیام‌رسان‌های خارجی به این پیام‌رسان‌ها باشد.



## دریچه

گوشت گران ترین کالای خوراکی زمستان

## جزئیات تورم ۲۹درصدی دی‌ماه

در حالی تازه‌ترین گزارش مرکز آمار ایران از تورم حدود ۳۹۶درصدی در دی امسال حکایت دارد که در این بین هر دو گروه «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» و همچنین «کالاهای غیرخوراکی» با افزایش تورم همراه بوده‌اند.

به گزارش «فرصت امروز» به‌تازگی مرکز آمار ایران تورم دی‌ماه را اعلام کرد که نشان داد تورم ماهانه ۲درصد، سالانه ۲۰۶درصد و نقطه به نقطه (تغییرات شاخص نسبت به ماه مشابه سال قبل) ۳۹۶درصد بوده است که حاکی از ادامه روند افزایشی تورم است؛ به طوری که تورم نقطه به نقطه ۲۰۲درصد و سالانه ۲۶درصد رشد داشته است.

براساس یافته‌های مرکز آمار ایران، خانوارهای کشور در دی‌ماه ۹۷ به طور میانگین ۶،۳۹درصد بیشتر از دی ماه سال گذشته برای خرید مجموعه‌ای از کالاها و استفاده از خدمات یکسان هزینه کرده‌اند. این نسبت در آذرماه ۲،۲درصد کمتر از دی ماه بوده است. به این ترتیب نرخ تورم در ۱۲ ماهه منتهی به دی‌ماه ۱۳۹۷، ۱۳۰۶درصد است که نسبت به ماه گذشته که ۱۸درصد بود، ۲۶درصد رشد کرده است. در این بین خانوارهای شهری نسبت به آذرماه سال جاری ۰،۲درصد تورم بیشتر و نسبت به دی ماه سال گذشته ۳۹درصد تورم بیشتر را تجربه می‌کنند. شاخص قیمت کل برای خانوارهای روستایی کشور در دی ماه ۱۳۹۷ به عدد ۱۵۸،۴ رسید که نسبت به ماه قبل ۲۰درصد افزایش نشان می‌دهد. درصد تغییر شاخص کل نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۲،۷درصد است که نسبت به ماه قبل (۳۹،۹درصد) ۲۸ واحد درصد افزایش داشته است.

شاخص قیمت در گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» نسبت به ماه قبل ۲۸درصد و در گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» ۱۶درصد افزایش نشان می‌دهد. درصد تغییرات قیمت در ماه جاری نسبت به دی ماه ۱۳۹۶ برای این دو گروه به ترتیب ۵۷،۸ و ۳۲،۴درصد است.

اما کدام کالاها در دی ماه گران تر شده است؟ یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین افزایش قیمت در گروه خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات مربوط به انواع گوشت است. در گروه کالاهای غیرخوراکی و خدمات، انواع غذاهای سروسزده در رستوران، مبلمان، لوازم خانگی و انواع شسوینده، پوشاک، کفش و انواع دارو گوی سبقت را در گرانی از دیگر کالاها و خدمات روده‌اند. در این بین در گروه خوراکی و آشامیدنی و دخانیات، دخانیات نسبتب به ماه قبل کمی ارزان شده است و در کالاهای غیرخوراکی و خدمات، تجهیزات رایانه در دی ماه ارزان‌تر از آذرماه به فروش رسیده است. دامنه تغییرات نرخ تورم ۱۲ماهه منتهی به دی ماه ۱۳۹۷ برای دهک‌های مختلف هزینه‌ای از ۱۹۶درصد برای دهک اول تا ۲۲۳درصد برای دهک دهم است.

مرکز آمار در حالی تورم دی‌ماه را اعلام کرده که در ماه اخیر با مصوبه شورای عالی آمار قرار بر این شد که فقط مرکز آمار نسبت به انتشار آمارهای اختصاصی از جمله تورم و رشد اقتصادی اقدام کرده و بانک مرکزی اعلامی نداشته باشند. با این وجود بانک مرکزی در توضیحاتی اعلام کرده بود که در چارچوب ضوابط و وظایف قانونی خود به تولید و انتشار آمار خود اقدام خواهد کرد، هرچند که از ماه گذشته انتشار آمار تورم را برای انجام بررسی‌هایی متوقف کرده است.

### از هر ۳ جوان شهری جویای کار یک نفر بیکار است بازار کار سال آینده چه کسانی را سر کار می‌گذارد؟

بررسی وضعیت بازار کار در ایران نشان می‌دهد تحت تاثیر تشدید تحریم‌ها، برنامه صیانت از اشتغال موجود باید در دستور کار قرار گیرد. به گزارش خبرآنلاین، مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی ضمن به تصویر کشیدن شرایط بازار کار، برنامه‌ریزی برای حفاظت از اشتغال موجود در کنار افزایش توان اشتغال‌زایی را مهم‌ترین اولویت سال آینده اعلام کرده است. در این گزارش نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله در سال ۹۶، برابر با ۲۸،۴درصد برآورد شده که این رقم هرچند با کاهش ۱،۳ درصدی در پایان سال ۹۷ به ۲۷درصد رسیده، اما همچنان وضعیت شکننده‌ای را داراست. بر این اساس همچنین نرخ بیکاری جوانان شهری در سال ۱۳۹۶، برابر با ۳۱،۹درصد بود که در پاییز امسال به ۳۱،۱درصد رسیده است .

در گزارش مرکز پژوهش‌ها تاکید شده از هر سه جوان شهری جویای کار تقریبا یک نفر بیکار است. نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان در سال ۱۳۹۶ در حدود ۱۹،۴درصد بوده است. این نرخ در پاییز سال ۱۳۹۷ به ۱۸،۳درصد رسیده و نسبت به فصل مشابه در سال قبل تغییری نکرده است. جمعیت غیرفعال:نرخ مشارکت در پاییز سال ۱۳۹۷، برابر با ۴۰،۵درصد بوده که نسبتب به پاییز سال ۱۳۹۶ حدود ۰،۶درصد افزایش داشته است و نرخ مشارکت مردان و زنان به ترتیب طی این دوره ۰،۴ و ۰،۸درصد افزایش داشته و به ترتیب به ۶۴،۴ و ۱۶،۴درصد رسیده است.

شواهد نشان می‌دهند میانگین سنی جمعیت شاغل افزایش یافته و تمرکز سنی جمعیت شاغل به سمت گروه‌های سنی بالاتر سوق یافته است. این موضوع می‌تواند در سال‌های آتی و با نزدیک شدن گروه‌های سنی ۳۰ تا ۳۹ سال فعلی به سنین بازنشستگی مسئله‌آفرین باشد. در ضمن بررسی نرخ بیکاری در استان‌های مختلف کشور نشان می‌دهد که در پاییز سال ۱۳۹۷ نسبتب به پاییز سال ۱۳۹۶، استان‌های هرمزگان،خراسان رضوی، ایلام و اصفهان در نرخ بیکاری افزایش محسوسی داشته‌اند و استان‌های خراسان شمالی، چهارمحال و ختیاری، مرکزی و قم بیشترین کاهش را در نرخ بیکاری داشته‌اند. همچنین استان‌های خراسان رضوی، خراسان شمالی و اردبیل بیشترین نرخ مشارکت را در بین استان‌های کشور دارند.

در این گزارش تاکید شده افراد دارای اشتغال ناقص، تمام شاغلانی هستند که در هفته مرجع، حاضر در سر کار یا غایب موقت از محل کار بوده، به دلایل اقتصادی نظیر رکود کاری، پیدا نکردن کار با ساعت کار بیشتر، قرار داشتن در فصل غیر کاری و…کمتر از ۴۴ ساعت کار کرده، خواهان و آماده برای انجام کار اضافی در هفته مرجع بوده‌اند. نرخ اشتغال ناقص در پاییز سال ۱۳۹۷ به۱۱،۷درصد رسیده است. با این حال از پاییز سال ۱۳۹۷ با اعمال تحریم‌های خصمانه آمریکا علیه کشورمان به نظر می‌رسد شرایط فوق تا حد زیادی تشدید شود. صیانت از اشتغال موجود به دلیل موج احتمالی تعطیلی کسب و کارها در نتیجه تحریم‌ها یکی از مهم‌ترین اولویت‌های کشور است.

<b>ایمان ولی‌پور</b>
<b><span>Ivankaramzof@yahoo.com</span></b>

تازه‌ترین گزارش تحلیلی اتاق بازرگانی تهران نشان می‌دهد که اقتصاد ایران، روند دور شدن خود از شاخص‌های رشد را همانند هفت سال گذشته در سال پیش‌رو نیز ادامه خواهد داد و در سال آینده شاهد سومین رکود متوالی در سال‌های پس از انقلاب خواهیم بود.

براساس ارزیابی انجام‌شده از سوی پارلمان بخش خصوصی پایتخت و با توجه به بررسی متغیرهای موجود در حوزه تولید ناخالص داخلی، احتمالا ایران در سالی که پیش‌رو خواهد بود، همچنان فاصله‌اش را با روند رشد سال ۱۳۹۰ ادامه می‌دهد و احتمالا شاخص‌های تولید در هر سه حوزه اصلی منفی باقی می‌ماند.

برآورد ماه ژانویه بانک جهانی از آینده اقتصاد جهان نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۸ تولید ناخالص داخلی واقعی ایران با کاهش ۳۶درصدی نسبت به سال ۱۳۹۷ همراه خواهد بود. براساس پیش‌بینی بانک جهانی، چنانچه رشد اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۸ نیز منفی رقم بخورد، این سومین باری خواهد بود که اقتصاد ایران بعد از انقلاب ۵۷ در دو سال متوالی دچار رکود می‌شود. این تجربه پیش از این یک بار در سال‌های ۱۳۶۳ تا ۱۳۶۵ و بار دیگر در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ اتفاق افتاده بود.

بررسی اتاق تهران نشان می‌دهد که اگر اقتصاد ایران می‌توانست روندی را که از سال ۱۳۹۰ آغاز کرده بود ادامه دهد، امروز شاخص تولید ناخالص داخلی کشور به رقمی بسیار بالاتر می‌رسید.

همچنین پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که پس از عبور از این سال، اقتصاد ایران در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ احتمالاً روند رشد مثبت به خود می‌گیرد؛ هرچند هنوز در قیاس با تعداد زیادی از کشورها در حوزه رشد اقتصادی شرایط قابل دفاعی ندارد. برای مثال، در حالی اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۹ احتمالاً به رشد منفی ۳۶ خواهد رسید که اقتصاد عراق رشد ۲،۲درصدی را تجربه خواهد کرد.

گزارش اتاق تهران نشان می‌دهد که در حوزه تولیدات کشاورزی در تابستان سال ۱۳۹۷ میزان تولید در قیاس با تابستان پارسل ۴۰،۱درصد کاهش یافته است. همچنین در بهار و تابستان امسال برای دو فصل پیاپی تولیدات کشاورزی ایران روند کاهش‌ی به خود گرفته‌اند که با توجه به کاهش میزان کل تولید در قیاس با سال ۱۳۹۶ این موضوع نشان‌دهنده تشدید رکود در بخش کشاورزی است.

در حوزه صنعت نیز از ابتدای سال ۱۳۹۵ تا انتهای سال ۱۳۹۷ شاخص تولید فصلی تنها در دو فصل مثبت بوده که بالاترین رقم به زمستان سال ۱۳۹۶ باز می‌گردد. امسال هم صنعت همانند کشاورزی در دو فصل بهار و تابستان با کاهش تولید مواجه شده و به نظر می‌رسد رکود در این حوزه تشدید شده است.

در حوزه معدن نیز مقدار تولید فصلی از تابستان ۱۳۹۵ تا تابستان سال

اتاق بازرگانی تهران در گزارشی سومین رکود متوالی در اقتصاد ایران را پیش‌بینی کرد

# تداوم رکود در سال ۹۸



و مقابله با بحران مالی و اقتصادی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ نمونه‌ای از این مدعا است.

این در حالی است که در ایران تاکنون از چنین سیاست‌هایی استفاده نشده است. در کشور به‌رغم کاهش مستمر درآمد ملی به‌جز در مقطع اجرای هدفمندی یارانه‌ها، هزینه‌های مصرفی و سرمایه‌ای دولت کاهش یافته و در مقابل، خالص مالیات‌های غیرمستقیم به‌سرعت افزایش داشته است. سیاست‌های پولی نیز در این میان چندان جهت‌گیری ضد رکودی نداشته‌اند. نرخ‌های بهره در اغلب سال‌های این دوره افزایش داشته است و رشد دارایی‌های مسموم بانکی ارائه تسهیلات جدید را محدود ساخته است. در واکنش به این شرایط، مصرف بخش خصوصی با وجود افزایش جمعیت تغییر چندانی نکرده و سرمایه‌گذاری این بخش به‌شدت کاهش یافته است. به‌طور کلی می‌توان گفت سیاست‌های پولی و مالی کشور نتوانسته‌اند نقش خود در خنثی‌سازی چرخه‌های اقتصادی را ایفا کنند و در صورت تداوم این سیاست‌ها، خروج از چرخه رکود و دستیابی به نرخ رشد‌های بالا در اقتصاد محتمل نخواهد بود.

از سوی دیگر، در سال‌های اخیر حدود دوسوم تشکیل سرمایه ثابت ناخالص، صرف استهلاک شده است که این امر نرخ سرمایه‌گذاری خالص در اقتصاد ایران را به کمتر از ۱۰درصد کاهش می‌دهد. بی‌توجهی به نرخ استهلاک موجب شده که نرخ سرمایه‌گذاری عموماً به میزانی بالغ بر ۴۰درصد برآورد شود و در نتیجه حساسیت مسئولان به این متغیر کلیدی کم شود. واکای‌ها نشان می‌دهد رقم ۱۰درصدی برای دستیابی به نرخ رشد مورد انتظار کافی نیست و لزوم جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را گوشزد می‌کند.

همچنین در این گزارش پیشنهاد می‌شود که باتوجه به کاهش درآمد ملی، برای ایجاد جهش در مصرف و سرمایه‌گذاری عموماً بخش دولتی باید پیشگام باشد و پس از آن می‌توان انتظار داشت تحرک در بخش خصوصی ایجاد شود و نقش موثری را ایفا کند. از این رو نقش دولت در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و تجارت خارجی باید پررنگ‌تر شود؛ به‌ویژه دولت باید تدوین و اجرای یک بسته سیاست‌های مالی-پولی هدفمند و ضد ادواری را به سرعت در دستور کار قرار دهد. در صورت هدفمند بودن این بسته، نگرانی در زمینه تورم‌زا بودن آن موردی نخواهد داشت. همچنین در صورت وجود محدودیت شدید در بخش دولتی، جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و افزایش سریع صادرات غیرنفتی و مدیریت واردات، مسیر اصلی ایجاد تقاضای موثر و خروج از چرخه معیوبی است که منجر به رشد منفی یا رشد اندک اقتصادی شده است.

تحلیلگران بر این باورند رشد ناچیز تولید ناخالص داخلی به‌رغم رشد اشتغال و ذخایر سرمایه در کشور به‌معنای وجود مشکل در مدیریت منابع و بهره‌وری عوامل تولید است که باید برای آن تدبیری جدی اندیشید، چنانچه هنوز هیچ‌یک از وزار‌خانه‌ها س‌اختر موثری برای ارتقا و پایش بهره‌وری در زیرمجموعه خود ایجاد نکرده‌اند.

۱۳۹۷ نسبت به مقدار پایه سال ۱۳۹۰ کاهش نشان می‌دهد، همچنین در حوزه مقدار تولید هرچند برخی فصول افزایش میزان را نشان می‌دهد، اما به نظر می‌رسد با توجه به اینکه بالاترین آمار در پاییز سال ۱۳۹۶ به ثبت رسیده است در این بخش نیز تولیدات نسبت به هدف‌گذاری‌های ابتدایی رشد قابل توجهی را پشت سر نخواهند گذاشت.

در مجموع، روند بلندمدت تولید ناخالص داخلی ایران نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر، GDP ایران از روند بلندمدت منتهی به سال ۱۳۹۰ فاصله گرفته است، به طوری که اگر روند تولید سال ۹۰ ادامه می‌یافت، اکنون تولید ناخالص داخلی در سطح بالاتری قرار داشت، بنابراین با توجه به روند نامناسب شاخص تولید در سه بخش اقتصادی کشور، مشخص می‌شود که صرف نظر از بروز مسئله تحریم در برخی مقاطع زمانی، تقریباً در هفت سال گذشته هیچ تحول معناداری که منجر به دستیابی به رشدی قابل قبول به نحوی که فراتر از رشد‌های قبلی شود، صورت نگرفته و در عوض و در اغلب موارد، اقتصاد ایران شاهد رشد‌های منفی و با کم‌توانی بوده که عمدتاً در قالب تاثیر روی سطح و نه تاثیر روی رشد حاصل شده است.

#### دهه از دست رفته در اقتصاد ایران

اما در حالی گزارش اتاق تهران، ریشه رکود اقتصادی را با توجه به تحولات شاخص تولید در سال‌های ابتدای دهه ۹۰ جست‌وجو می‌کند که موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی معتقد است نشانه‌های رکود در اقتصاد ایران نه از سال‌های آغازین دهه ۹۰ و به دلیل تشدید تحریم‌های اقتصادی، بلکه از سال ۸۷ و با کاهش درآمد‌های ملی آغاز شده است. اگرچه گزارش موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی نیز معیار شروع و پایان دوره رکود اقتصادی را براساس نرخ رشد تولید ناخالص داخلی (GDP) تعیین کرده است، اما در عین حال، معتقد است به‌دلیل وجود عواملی همانند «نتیجه رابطه مبادله»، «استهلاک سرمایه‌های ثابت» و «مالیات‌های غیرمستقیم» درآمد ملی یعنی مجموع درآمد‌های خالص عوامل تولید می‌تواند با ۸۷ و با کاهش درآمد‌های داشته باشد و آنچه سطح کلی رفاه را نشان می‌دهد، درآمد ملی است.

ارزیابی «موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی» نشان می‌دهد در سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۴، تولید ناخالص داخلی از ۵۸۱۶ به ۶۰۹۹ هزار میلیارد ریال رسیده است که رشدی ناچیز را نشان می‌دهد، اما در آن سو، درآمد ملی در همین بازه زمانی از ۵۱۸۳ به ۴۱۶۶ هزار میلیارد ریال رسیده است، یعنی حدود ۲۰درصد کاهش داشته که نشان‌دهنده سقوط شدید درآمد و رفاه عوامل تولید در کشور است.

بسیاری از کشورهای دنیا در زمان وقوع نوسانات اقتصادی، از طریق کاهش شدید نرخ بهره و سیاست‌های پولی و مالی به‌سرعت به مقابله با نوسانات اقتصادی برمی‌خیزند. سیاست‌های انبساطی پولی در آمریکا و اتحادیه اروپا از طریق کاهش شدید نرخ بهره و سیاست‌های انبساطی مالی در چین از طریق ارائه بسته ۵۸۶ میلیارد دلاری برای تحریک اقتصاد

از کسری بودجه دولت تا کسری بودجه خانوارهای ایرانی

## علائم پیشروی بیماری هلندی

کشورهای ژاپن، چین و کره جنوبی در پیش گرفتند.

او با بیان اینکه باید سعی کنیم یارانه‌های غیرنقدی را به یارانه نقدی تبدیل کنیم، گفت: در غیر این صورت خروج کالاها از کشور بیشتر خواهد شد و قاچاق افزایش پیدا خواهد کرد. در مورد سهمیه‌بندی بنزین هم به همین ترتیب است.
سعدوندی با بیان اینکه در حال حاضر سه مساله اصلی در اقتصاد کشور وجود دارد، ادامه داد: اولین مساله این است که در بودجه خانوارها کسری وجود دار. که علت آن می‌تواند نبود شغل یا بیکاری بالا باشد. در مجموع می‌توان گفت وضعیت مالی خانوارها باثبات نیست.

وی کسری بودجه دولتی را به عنوان مساله دوم حال حاضر اقتصاد کشور برشمرد و اظهار کرد: در شرایط فعلی کسری بودجه دولت چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم پولی شده است و از طریق منابع پرقدرت بانک مرکزی تامین می‌شود که این مساله خود می‌تواند باعث ایجاد و تشدید تورم شود.

#### سایه بیماری هلندی همچنان بر سر اقتصاد

این اقتصاددان بیماری هلندی را مساله سوم اقتصاد کشور در شرایط فعلی ارزیابی کرد و گفت که بیماری هلندی در این شرایط به معنای تثبیت نرخ ارز زیر نرخ تعادلی و پرداخت یارانه به کالاهای خارجی است.

سعدوندی با بیان اینکه مشکل این است که دولت‌ها در چنین

شرایطی برای دفع معضل اول به سیاست تثبیت قیمت‌ها روی می‌آورند، ادامه داد: در حال حاضر سیاست‌های تثبیت قیمتی تشدید شده است؛ در چهار سال اول دولت مستقر، با کنترل قیمت‌های کالاها و ارز باعث شد فنر تورم و قیمت ارز به صورت مصنوعی پایین نگه داشته شود، اما در اوایل سال جاری جهش این فنرها را شاهد بودیم که باعث ایجاد تورم و افزایش نرخ ارز شد.
**اجرای عملیات بازار باز در حوزه پولی و بانکی**
این اقتصاددان همچنین به مشکلات سیاست‌گذاری‌های پولی و بانکی پرداخت و ادامه داد: به نظر نمی‌رسد با این شرایط به سمت حل مسائل برویم. در اینجا نیازمندیم عملیات بازار باز را در حوزه‌های پولی و بانکی اجرا کنیم، اما با توضیحاتی که شنیده می‌شود به نظر نمی‌رسد که سیاست‌های اعلامی از سوی بانک مرکزی واقعا بازار باز باشند.
گفتنی است حذف یارانه‌های غیرمستقیم توسط دولت در این شرایط می‌تواند مانع بسیاری از رانت‌جویی‌ها و مفاسد اقتصادی و هدایت امکانات سرمایه‌ای و انسانی موجود در کشور به سمت فعالیت‌های مولد باشد. حذف این یارانه‌ها و اعطای آن در قالب کمک‌های نقدی علاوه بر اینکه می‌تواند باعث جلوگیری از سفته‌بازی‌های مرسوم شود، همچنین به تقویت طرف تقاضا هم که همان مصرف‌کننده‌ها باشند کمک می‌کند. در این صورت‌بندی نظری می‌توان از رکود در فعالیت‌های مولد هم جلوگیری کرد.

## یادداشت

## تصمیم‌های شتاب‌زده، بلای جان اقتصاد ایران

غلامحسین شافعی

رئیس اتاق ایران

اقتصاد و فعالان اقتصادی ایران در یک سال اخیر با برخی مشکلات غیرقابل‌پیش‌بینی مواجه شدند و در این میان مسئله خروج آمریکا از برجام و تشدید تحریم‌ها نیز بر محیط کسب‌وکار کشور اثر گذاشت، اما باید پذیرفت که اقتصاد ایران بیش از آنکه متأثر از تحریم‌ها و کمبود منابع باشد، اسیر تصمیم‌گیری‌های نسنجیده و شتاب‌زده است.

فعالان اقتصادی از ابتدای امسال، در عرض مدت کوتاهی با بخشنامه‌های متعدد و متناقض مواجه شدند که در محیط کسب‌وکار اثرگذاری بالایی داشته و باعث کندی روند حرکت اقتصادی کشور در بسیاری از زمینه‌ها شده‌اند. مهم‌ترین نتیجه این وضعیت، ایجاد بی‌اعتمادی در کشور بود که مطمئنا همه سرمایه‌گذاران را در حالت صبر و انتظار قرار می‌دهد؛ موضوعی که بدون شک در مسائل اقتصادی کشور اثرگذاری جدی دارد.

به دلیل شتاب‌زدگی در تصمیمات و صدور بخشنامه‌ها، نه تنها نتوانستیم در مقابل تحریم‌ها تسهیلاتی فراهم کنیم بلکه ناخواسته در برخی زمینه‌ها به اثرگذاری تحریم‌ها کمک کردیم، به‌گونه‌ای که بررسی مسائل موجود در فضای کسب‌وکار نشان می‌دهد در شرایط فعلی شاخص‌ها جابه‌جا شده‌اند؛ اگر در گذشته بحث منابع بانکی و کمبود نقدینگی مهم‌ترین مشکل فعالان اقتصادی بود، اکنون بی‌ثباتی قوانین و صدور بخشنامه‌های متعدد در ردیف اول مشکلات فعالان اقتصادی قرار گرفته است.

برای تغییر این وضعیت باید به مسیر استاندارد و معقولانه بازگردیم و در روش‌هایی که باعث این مشکلات شده تجدینظر کنیم. اتاق ایران به نمایندگی از بخش خصوصی در زمان‌های مناسب تمام راحل‌های کارشناسی خود را پیشنهاد کرده اما شاهد توجه جدی به پیشنهادهای بخش خصوصی در این زمینه نبوده‌ایم.

اعتقاد فعالان بخش خصوصی بر آن است که باوجود تشدید تحریم‌های ظالمانه، فرصت مساعدی نیز برای رشد تولید و صادرات به وجود آمده است، اما این فرصت‌ها را با تصمیمات عجولانه و اشتباه از دست می‌دهیم. به ویژه در بخش تولید که امروز می‌توان ادعا کرد دیگر قاچاق نمی‌تواند رقیب جدی آن باشد، در عمل به‌جای استفاده از این فرصت‌ها، در از دست دادن فرصت‌ها فعال تر هستیم و فرصت خوب فراهم شده برای تولید و صادرات را از دست می‌دهیم.

فارغ از این، ما در حوزه تخصیص منابع نیز درست عمل نمی‌کنیم و در شرایطی که با محدودیت منابع مواجهیم، در نحوه توزیع همین منابع اشکالات فراوانی داریم که اثرات آن بالاتر از کمبود منابع است. فعالیت بخش خصوصی نیازمند ثبات در تصمیم‌گیری‌ها و قوانین است. اقتصاد ایران امروز نیازمند دوری از تصمیم‌های شتاب‌زده است. اقتصاد ایران نیازمند پیش‌بینی‌پذیری است. هدف از تحریم‌ها شکستن قامت اقتصاد ایران و سلب اعتماد فعالان اقتصادی و ازهم‌گسیختگی بین فعالان اقتصادی و مسئولان است؛ نگذاریم چنین اتفاقی رخ دهد.

رئیس اتاق مشترک ایران و سوییس خبر داد

## سازوکار مالی آماده شد؛ سوییس منتظر پول ایران

یک ماه پس از آنکه وزیر تجارت سوییس اعلام کرد این کشور به دنبال ایجاد یک کانال مالی مستقل برای ادامه تجارت با ایران است، اکنون خبرها از آماده شدن این سازوکار تازه حکایت دارد، چنانچه رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و سوییس گفته است: کانال مالی سوییس آماده راه‌اندازی شده و ویژگی‌های عملیاتی آن اعلام شده است اما فعلاً منتظر ورود پول ایران است.

شریف نظام مافی در گفت‌وگو با پایگاه خبری اتاق ایران با اعلام این خبر گفت: کانال مالی سوییس آماده راه‌اندازی شده و ویژگی‌های عملیاتی آن اعلام شده است اما فعلاً منتظر ورود پول ایران است.

نظام مافی با اشاره به ضرورت تزریق پول به کانال مالی سوییس گفت: در حال حاضر پولی متعلق به ایران در اروپا وجود ندارد و بیشتر پول‌های ایران در کشورهای واردکننده نفت یعنی هند، عراق، چین و کره جنوبی است.

به گفته نظام مافی در صورت ورود پول نفت ایران از آسیا به اروپا، کانال مالی سوییس بلافاصله آغاز به کار خواهد کرد. در دوره قبلی تحریم‌ها زمانی که سوییس قصد داشت کانال مالی مشابهی راه‌اندازی کند، به بانک‌هایی که مجوز انتقال پول ایران را دریافت کرده بودند، ۲۴ ساعت فرصت داده شد تا پول‌های ایران را از ژاپن به سوییس منتقل کنند.

نظام مافی یادآور شد که در دوره قبل وزارت خزانه‌داری آمریکا مجوز لازم را صادر کرده بود و اکنون نیز انتقال پول نیازمند مجوز آمریکاست؛ موضوعی که طی ماه‌های گذشته محور مذاکرات دولت سوییس با دولت آمریکا بوده است.

رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و سوییس در پاسخ به این سؤال که آیا زمانی برای عملیاتی شدن سازوکار مالی سوییس در نظر گرفته شده، گفت: هنوز زمان مشخصی اعلام نشده اما همه چیز منتظر ورود پول از سوی ایران به این مکانیسم مالی است.

به گفته نظام مافی دولت سوییس بانک عامل را تعیین کرده اما هنوز به طور رسمی نام آن را اعلام نکرده است. یکی از دو بانک هریتیج و بی‌سی‌بی (Banque de Commerce et de Placements) من احتمالا بی‌سی‌بی از سوی دولت سوییس برای این کار تعیین شده است.

نظام مافی با اشاره به نقش بانک بی‌سی‌بی در مبادلات مالی گذشته میان ایران و سوییس گفت: بی‌سی‌بی قبل از تحریم‌ها نقل و انتقال پول‌های ایران به سوییس را انجام می‌داد. این بانک با بانک‌های ترکیه در ارتباط است و می‌تواند پولی که ترکیه بابت خرید نفت به ایران بدهکار است را به سوییس منتقل کند.

رئیس اتاق مشترک ایران و سوییس تاکید کرد که فعالیت کانال مالی سوییس فعلا برای صادرات دارو به ایران استفاده خواهد شد و در مرحله بعد صادرات غله را نیز در بر خواهد گرفت. حدود ۶۰ درصد از صادرات سوییس به ایران مربوط به صادرات دارو و تجهیزات پزشکی است و راه‌اندازی کانال مالی جدید برای تأمین داروی داخلی از اهمیت بالایی برخوردار است.

طلسم تعطیلی ۵ ماهه هیات واگذاری شکست

# شیوه‌های جدید خصوصی‌سازی به روایت وزیر اقتصاد



ارزیابی عملکرد اقدامات پیشین را در تدوین مسیر راه آتی ضروری خواند.

او واگذاری با مکانیزم ایجاد شرکت‌های تعاونی سهامی عام فراگیر، واگذاری مدیریت و اجاره به شرط تملیک با استفاده از ظرفیت اصل ۴۴ قانون اساسی را از جمله پیشنهادهاتی دانست که در مدل‌های مختلف واگذاری از سوی کارشناسان مطرح می‌شود.

وزیر اقتصاد درخصوص استفاده از ظرفیت اصل ۴۴ قانون اساسی تحت عنوان «شرکت‌های تعاونی سهامی عام فراگیر» به عنوان یک نهاد غیر دولتی اما منبع از یک پایگاه خصوصی گسترش‌یافته نام برد و گفت: این نهاد، زمینه‌ساز افزایش مشارکت قشرهای مختلف آحاد جامعه می‌شود و می‌تواند ضمن تقویت انجمن‌های صنفی، به ماندگاری و پایداری این حوزه نیز کمک کند.

دژپسند با اشاره به تاریخچه‌ای از فرآیند شکل‌گیری خصوصی‌سازی از سال‌های آغازین نظام جمهوری اسلامی گفت: حضرت امام (ره) از سال ۱۳۶۳ بر واگذاری فعالیت‌هایی که بخش خصوصی و بازار می‌توانستند انجام دهند تاکید داشتند اما به دلیل شرایط جنگی آن زمان، امکان اجرای آن وجود نداشت.

وزیر اقتصاد اضافه کرد: در ادامه اجرای خصوصی‌سازی‌ها، واگذاری‌ها با اجرای طرح سهام عدالت و در راستای پیاده‌سازی سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری آغاز شد ولی آنچه اتفاق افتاده هنوز تا رسیدن به وضع مطلوب فاصله زیادی داریم.

دژپسند افزود: در سال‌های اخیر واگذاری برخی شرکت‌ها و بنگاه‌ها علی‌رغم لحاظ تمامی فرآیندهای قانونی به دلیل شروط گذاشته شده

تازه‌ترین تحولات بازار مسکن در دی‌ماه امسال نشان می‌دهد

## ثبیت رکود بازار مسکن

متر ۴ میلیون و ۴۹۴ هزار تومان اختصاص یافته است.

**کاهش ۳۰درصدی قیمت ساخت مسکن در سال آینده**

همچنین مدیرعامل بانک مسکن از کاهش ۳۰درصدی قیمت ساخت در صورت طراحی درست چرخه اعتباری زنجیره سازندگان مسکن خبر داد.

ابوالقاسم رحیمی انارکی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به برنامه بانک مسکن برای افزایش قدرت خرید مسکن توسط مردم، گفت: افزایش قدرت خرید تنها با افزایش سقف تسهیلات اتفاق نمی‌افتد، بلکه می‌تواند از طریق کاهش قیمت تمام‌شده، قدرت خرید مردم را افزایش داد. وی افزود: در همین راستا برنامه‌ای با ایجاد یک چرخه اعتباری بین تمامی زنجیره دست‌اندرکاران ساخت مسکن، قیمت تمام شده را کاهش دهیم.

مدیرعامل بانک مسکن با اشاره به جزئیات این طرح، اظهار کرد: اتفاقی که می‌افتد این است که افرادی که در چرخه ساخت مسکن از کارخانه‌دار، بنک‌دار، انبوه‌سازان و … هستند، در یک چرخه اعتباری قرار می‌گیرند و چون در ابتدا پول نقد نمی‌دهند، می‌توانند نرخ خود را کاهش دهند؛ چراکه معمولاً افرادی که نقدی کار می‌کنند تخفیف نمی‌دهند.

رحیمی انارکی پیش‌بینی کرد در صورت طراحی درست این چرخه، قیمت تمام‌شده ساخت مسکن می‌تواند تا ۳۰درصد کاهش یابد.

وی ادامه داد: این موضوع به قیمت فروش مسکن منتقل خواهد شد و طبیعتاً اگر سازنده بتواند ساختمان خود را ارزان‌تر بسازد، ترجیح می‌دهد که واحدهای خود را با نرخ ارزان‌تر بفروشد، اما مشتری بیشتری داشته و آن را زودتر تبدیل به پول کند.

او پیش از این نیز گفته بود که بخش اول این کار با بنیاد مسکن تا قبل از پایان سال اجرایی خواهد شد و در نهایت زنجیره کامل تأمین مالی از مسکن در سه ماهه دوم سال آینده اجرایی می‌شود که کاهش قیمت ساخت واحدهای مسکونی را در پی خواهد داشت.

مدیرعامل بانک مسکن با اشاره به فعالیت‌های توسعه‌ای این بانک، تصریح کرد: اگر بخواهیم در حوزه‌های توسعه‌ای فعالیت کنیم، باید حتماً منابع ارزان‌قیمت در اختیار ما قرار گیرد و بخشی از افزایش سرمایه ما به صورت نقدی انجام شود، همچنین در طرح‌های بانک، باید یک مقدار همکاری بیشتری با بانک انجام گیرد.

رحیمی انارکی همچنین درباره پیش‌بینی افزایش ۵۰۰۰ میلیارد تومانی سرمایه بانک مسکن در لایحه بودجه سال آینده، گفت: اگر این

فرصت امروز؛ افزایش حجمه‌ها و انتقادات نسبت به نحوه واگذاری بنگاه‌های دولتی به بخش خصوصی باعث شده تا وزیر اقتصاد در تازه‌ترین جلسه هیات واگذاری‌ها علاوه بر ضرورت بازنگری و آسیب‌شناسی در نحوه خصوصی‌سازی‌ها بر شیوه‌های «اجاره به شرط تملیک» و «شرکت‌های تعاونی» به عنوان راهکارهای جایگزین و جدید در خصوصی‌سازی‌ها تاکید کند. این در حالی است که پیش از این وزیر اقتصاد با انتقال دبیرخانه اجرایی شورای عالی اصل ۴۴ به وزارت اقتصاد و تفکیک آن از سازمان خصوصی‌سازی، مقدمات نظارت هرچه بیشتر بر نحوه واگذاری‌ها را فراهم کرده بود. اما هم‌زمان با بروز مشکلات در مجموعه‌های واگذار شده به بخش خصوصی همچون کارخانه نیشکر هفت تپه، انتقاده‌ها از سازمان خصوصی‌سازی و نحوه خصوصی‌سازی‌ها بالا گرفته است؛ خصوصی‌سازی‌هایی که با هدف افزایش بهره‌وری در بنگاه‌های تولیدی صورت گرفته بود، اما عملاً نتیجه‌ای جز ورشکستگی بیشتر نداشته‌اند.

در همین زمینه و برای بررسی و احتمالاً تجدیدنظر در نحوه خصوصی‌سازی‌ها، فرهاد دژپسند وزیر اقتصاد در سیصد و چهل و پنجمین جلسه هیات واگذاری، استفاده از روش‌های مختلف واگذاری را عامل مهمی در افزایش اثربخشی واگذاری‌ها دانست و بر شیوه‌های جدید خصوصی‌سازی تاکید کرد.

طبق اعلام وزارت اقتصاد، دژپسند در جلسه هیات واگذاری، ضمن بررسی انتقادات وارده بر عملکرد واگذاری‌ها، انجام کالبدشکافی موشکافانه و آسیب‌شناسی از خصوصی‌سازی‌های انجام‌شده را برای استمرار مسیر واگذاری بنگاه‌های دولتی به بخش خصوصی اجتناب‌ناپذیر دانست و

تازه‌ترین آمارها از افت ۶۰درصدی تعداد معاملات بازار مسکن تهران در دی‌ماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل حکایت دارد. براساس اطلاعات منتشرشده از سوی وزارت راه و شهرسازی، میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی در این ماه به ۹ میلیون و ۷۷۸ هزار تومان رسیده که نسبت به دی‌ماه سال قبل ۸۹،۹درصد رشد دارد.

آمارهای منتشرشده از سوی دفتر اقتصاد مسکن برنامه‌ریزی وزارت راه و شهرسازی نشان می‌دهد در دی‌ماه امسال رکود بازار مسکن تثبیت شده و تعداد معاملات این بازار با کاهش جزئی ۱،۲درصدی نسبت به ماه قبل مواجه شده است. از نظر قیمت نیز میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی در شهر تهران در این ماه نسبت به ماه قبل ۱،۵درصد رشد داشته که در مقایسه با شتاب رشد قیمت در ماه‌های قبل، رقم بالایی محسوب نمی‌شود.

براساس این گزارش، در دی‌ماه امسال ۶ هزار و ۸۶۵ فقره مبادیعه‌نامه مسکن در تهران به امضا رسیده که از این تعداد ۵ هزار و ۸۰۰ قرارداد مورد قبول بوده و معیار محاسبات قرار گرفته است. این تعداد معامله نسبت به ماه قبل ۱،۲درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۵۹،۳درصد افت نشان می‌دهد.

میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی در دی‌ماه امسال در پایتخت به ۹ میلیون و ۷۷۸ هزار و ۴۰۰ تومان رسیده است که نسبت به ماه گذشته حدود ۱،۵درصد و نسبت به ماه مشابه سال گذشته (دی‌ماه ۹۶) معادل ۸۹،۹درصد افزایش را تجربه می‌کند.

آمارهای حاکی از این است که در جریان معاملات بازار مسکن تهران در نخستین ماه از زمستان امسال، بیشترین تعداد معامله واحد مسکونی در منطقه ۵ تهران با ۷۵۰ فقره مبادیعه‌نامه انجام شده و پس از آن منطقه ۴ با ۵۷۲ فقره و منطقه ۲ تهران با ۴۴۹ فقره معامله بیشترین تعداد معامله را به خود اختصاص داده‌اند.

در مقابل، کمترین تعداد معامله واحد مسکونی در تهران به منطقه ۱۹ با ۲۸ فقره معامله و پس از آن به منطقه ۲۲ با ۵۴ فقره مبادیعه‌نامه اختصاص دارد.

از نظر متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی، بیشترین قیمت هر متر واحد مسکونی به منطقه یک تهران با هر متر ۲۲ میلیون و ۹۷۴ هزار تومان تعلق داشته و پس از آن منطقه ۳ با میانگین متری ۱۷ میلیون و ۲۳۴ هزار تومان در رتبه دوم قرار گرفته است.

کمترین میزان میانگین هر متر واحد مسکونی در تهران به منطقه ۱۸ با هر متر ۴ میلیون و ۲۴۵ هزار تومان و پس از آن به منطقه ۲۰ با هر

## دریچه

سازمان برنامه و بودجه اعلام کرد

### تکلیف بدهی شرکت‌های دولتی به بانک‌ها

در حالی بانک‌ها مدعی هستند که بدهی شرکت‌ها و موسسات دولتی به آنها از حدود ۳۷ هزار میلیارد تومان می‌گذرد که دولت معتقد است این مبلغ را نباید جزئی از بدهی‌اش به سیستم بانکی تلقی کرد، چراکه ضامن پرداخت تسهیلات و مسئولیت آن خود شرکت‌های دولتی هستند.

به گزارش ایسنا، بودجه بالای شرکت‌های دولتی و رشدی که به هر دلیلی برای آن در سال آینده پیش‌بینی شده است، کارایی این شرکت‌ها برای دولت و اثر آن بر اقتصاد را مورد توجه قرار می‌دهد؛ به طوری که برخی کارشناسان معتقدند این قبیل شرکت‌ها نه تنها سودآوری ندارند، بلکه هزینه‌ها و زبان‌های قابل توجهی را هم با خود به همراه داشته‌اند و در این بین برای جبران بخشی از کسری منابع، هر ساله به میزان بدهی آنها به بانک‌ها افزوده شده است.

طبق آخرین گزارش بانک مرکزی در مهرماه سال جاری، بدهی بخش دولتی به شبکه بانکی به بیش از ۲۹۷ هزار میلیارد تومان می‌رسد که تا ۳۷ هزار میلیارد آن مربوط به شرکت‌ها و موسسات وابسته به دولت است.

این در شرایطی است که در کنار اختلاف نظری که در رابطه با رقم بدهی دولت به بانک‌ها وجود دارد در رابطه با همین بدهی شرکت‌ها و موسسات دولتی نیز همواره بحث‌هایی وجود داشته است. این در حالی است که بودجه مربوط به «شرکت‌ها و موسسات انتفاعی وابسته به دولت و بانک‌ها» در بودجه سال آینده حدود ۱۲۲۴ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است.

با این حال توضیحاتی که سازمان برنامه و بودجه به ایسنا درباره ماهیت بدهی شرکت‌ها و موسسات دولتی به بانک‌ها ارائه کرده است، از این حکایت دارد که این شرکت‌ها در این باره کاملا مستقل بوده و مسئولیت بازپرداخت با خود آنهاست.

بنا بر اعلام سازمان برنامه و بودجه به استناد قانون محاسبات عمومی ۵۰درصد از سهام شرکت‌ها مربوط به دولت است، اما به لحاظ شخصیتی کاملا مستقل هستند؛ به طوری که مجمع عمومی داشته و براساس قانون تجارت اداره می‌شود و اصول حاکمیت شرکتی بر آنها حاکم است.

در این حالت رابطه شرکت‌های دولتی با سیستم بانکی نیز در قالب همین شخصیت مستقل خواهد بود. بر این اساس اگر شرکت دولتی ارتباطی با سیستم بانکی دارد برای انجام فعالیت خود از جمله دریافت تسهیلات یا اعتبار، ضامن بازپرداخت آن نیز خود شرکت است و تسهیلات در حساب بانکی به حساب خود شرکت ثبت می‌شود؛ از این رو اطلاق بدهی شرکت به بانک با عنوان بدهی دولت پذیرفته‌شده نیست.

طبق این توضیحات، برخی شرکت‌ها به عنوان مباشر دولت هستند و عملیات مربوط به آن را انجام می‌دهند، با این وجود اگر لازم باشد برای انجام وظایف تکلیفی دولت تسهیلاتی دریافت کنند، بازپرداخت آن با تضمین خود دولت بود، ولی در همین تضمین‌نامه دولت نیز همواره ذکر می‌شود که بازپرداخت اصل و سود تسهیلات دریافتی بر خود شرکت‌هاست حتی اگر مباشر دولت باشد و آن را تضمین کند. با این حال اگر شرکت به هر دلیلی نتواند بازپرداخت را انجام دهد دولت در سنوات آینده و در قوانین بودجه آن را آورده بازپرداخت خواهد کرد.

گفتنی است؛ بدهی دولت به بانک‌ها براساس آنچه بانک‌ها مدعی می‌شوند و رقمی که دولت می‌پذیرد متفاوت بوده و در نهایت گزارش سازمان حسابرسی است که مورد تایید دولت به عنوان مبنای پرداخت بدهی قرار دارد.

طبق آخرین گزارش تایید شده مربوط به سازمان حسابرسی، دولت حدود ۹۳ هزار میلیارد تومان به شبکه بانکی بدهی دارد که البته این رقم در ادامه افزایش یافته است.

بازار سکه و طلا هیجانی شد

## افزایش ۲۵۰ هزار تومانی سکه در ۳روز

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی در دومین روز بهمن به قیمت ۴میلیون و ۱۳۵ هزار تومان داد و ستد شد.

محمد کشتی‌آرای، رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر در گفت‌وگو با خبرنگاران، با اعلام این مطلب گفت: هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم ۳میلیون و ۹۸۰ هزار تومان، نیم سکه ۲میلیون ۱۳۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۳۰۵ هزار تومان و سکه‌های گرمی نیز ۷۰۵ هزار تومان معامله می‌شود.

به گفته او، از ابتدای هفته تا روز سه‌شنبه قیمت هر قطعه سکه بهار آزادی به طور میانگین حدود ۲۵۰ هزار تومان افزایش یافته است. همچنین هر گرم طلای ۱۸عیار در بازار ۳۷۳ هزار و ۵۰۰ تومان داد و ستد می‌شود که نشان‌دهنده افزایش ۳۳هزار و ۵۰۰تومانی قیمت طلا در چند روز است.

کشتی‌آرای ادامه داد: روز سه‌شنبه در بازارهای جهانی قیمت طلا کاهش یافته، اما در بازار ایران شرایط برعکس بوده و شاهد افزایش نرخ سکه و طلا بودیم. با این حال، افزایش یا کاهش قیمت‌ها را نمی‌توان پیش‌بینی کرد و باید گفت به دلیل فعالیت بازارهای مالی جهانی هر احتمالی وجود دارد.

رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر گفت: تغییر نرخ ارز می‌تواند بر نرخ سکه و طلا تاثیرگذار باشد، بنابراین به نظر می‌رسد بانک مرکزی همچون هفته‌های گذشته باید نظارت بیشتری بر این بازار اعمال کرده و نرخ ارز را کنترل کند.

او در پاسخ به این سوال که چرا بازار سکه و طلای ایران معمولا برخلاف بازارهای جهانی عمل می‌کند، به طوری که با وجود کاهش قیمت جهانی طلا، نرخ طلا و سکه در ایران بالا می‌رود، توضیح داد: معمولا در مواقعی که قیمت‌ها هیجانی می‌شود، تقاضای کاذب در بازار به وجود می‌آید.

این فعال بازار طلا و جواهر گفت: در چند روز گذشته، میل به خرید سکه و طلا افزایش یافته و در مقابل، میل به فروش طلا و سکه کاهش یافته است که این موارد را باید از عوامل هیجانی و انتهایی‌شدن بازار به شمار آورد.

وی درباره وضعیت تقاضا در بازار فعلی سکه و طلا توضیح داد: در چند روز گذشته و با افزایش قیمت‌ها، تقاضا در این بازار بر عرضه پیشی گرفته و در مجموع از ابتدای هفته بسیار بالا رفته است.

نهاد پژوهشی مجلس در بررسی لایحه بودجه ۹۸ پیشنهاد داد

# اعطای مجوز به بانک مرکزی برای اجرای عملیات بازار باز



فرصت امروز: تازه‌ترین پیشنهاد نهاد پژوهشی مجلس در بررسی لایحه بودجه سال ۹۸ به اعطای مجوز قانونی به بانک مرکزی در زمینه عملیات بازار باز اختصاص دارد.

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی با عنوان «عملیات بازار باز و توثیق اوراق بهادار دولتی» بند (م) تبصره (۵) لایحه بودجه سال ۱۳۹۸ را بررسی کرده و پیشنهاد داده این بند به نحوی تغییر یابد تا بر اعطای مجوز قانونی

به بانک مرکزی برای اجرای عملیات بازار باز تصریح داشته و درعین حال با توجه به ملاحظات اجرایی عملیات بازار باز و وثیقه‌گیری اوراق بهادار دولتی در ازای اضافه برداشت یا خط اعتباری، اختیار اجرای این عملیات را به بانک مرکزی واگذار کند.

به گفته بازوی پژوهشی مجلس، عملیات بازار باز یکی از ابزارهای سیاست‌های پولی بوده و به خرید و فروش اوراق بهادار دولتی از سوی بانک مرکزی با هدف تاثیر نرخ سود با حجم پایه پولی اطلاق می‌شود. بانک مرکزی با اجرای عملیات بازار باز و خرید و فروش اوراق دولتی، نرخ بهره بین بانکی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. بدین نحو که با خرید اوراق دولتی توسط بانک مرکزی، میزان پایه پولی (ذخایر نقد بانک‌ها) افزایش یافته و با افزایش حجم پایه پولی، نرخ بهره بین بانکی کاهش می‌یابد، بنابراین در عین حاضر بانک مرکزی مجوز قانونی برای خرید و فروش اوراق دولتی و حل از اسناد خزانه اسلامی را نداشته و لایحه بودجه سعی کرده است در بند (م) تبصره (۵) خرید و فروش سایر اوراق مالی اسلامی را نیز در قالب عملیات بازار باز به طور قانونی بلامانع کند.

#### توثیق اوراق بهادار دولتی نزد بانک مرکزی

اگرچه ادبیات و نوشتار بند (م) تبصره (۵) نیازمند بازنگری جدی است ولی علاوه بر اعطای مجوز ضمنی به بانک مرکزی در اجرای عملیات بازار باز، بانک مرکزی را مجاز به پذیرش اوراق دولتی به عنوان وثیقه بانک‌ها نزد خود در ازای اضافه برداشت‌ها اعطای خطوط اعتباری، ساخته است. منسوط کردن اضافه برداشت از بانک مرکزی به توثیق اوراق دولتی، مکانیسمی است که نگهداری این اوراق را برای بانک‌ها الزامی کرده و تقاضای این اوراق را افزایش می‌دهد. در این مکانیسم در صورتی که بانک‌ها در پایان روز و برای تسویه با سایر بانک‌ها با کسری نقدینگی مواجه شوند، باید بیشتر از میزان نقدینگی مورد نیاز خود، اوراق دولتی را نزد بانک مرکزی به عنوان وثیقه قرار دهند، نسبت وثایق به نقدینگی مورد نیاز (hai f-cut) از سوی بانک مرکزی تعیین می‌شود. اگر بانکی قادر به وثیقه‌گذاری نباشد، بانک مرکزی، جرانه مالی و غیرمالی برای بانک در نظر می‌گیرد که در بدترین حالت، منجر به گریز (resolution) بانک می‌شود. این طراحی مکانیسم و افزایش تقاضای اوراق، موجب می‌شود:

۱-انگیزه بانک‌ها برای تملک دارایی‌های با درجه نقدشوندگی بالا، از

جمله اوراق بهادار دولتی، افزایش یافته و ریسک نقدینگی بانک‌های سالم کاهش یابد.

۲-با افزایش تقاضا برای اوراق دولتی، نرخ سود این اوراق کاهش خواهد یافت و برای نزدیک کردن نرخ اوراق به نرخ هدف، مداخله کمتری از سوی بانک مرکزی نیاز خواهد بود. مداخله کمتر بانک مرکزی، به معنای صرف پایه پولی کمتر برای کاهش نرخ سود در اقتصاد است.

بنابراین منوط کردن اضافه برداشت‌ها و بهره‌مندی از خطوط اعتباری از آنجایی که تقاضای اوراق بهادار دولتی را افزایش داده و نظام انگیزشی شبکه بانکی را در تحصیل دارایی‌های با نقدشوندگی بالا اصلاح می‌کند، به خودی خود اقدام مطلوبی است، اما اجرایی شدن آن لوازمی دارد که در بخش پیش‌نیازهای اجرای بهینه عملیات بازار باز و توثیق اوراق بهادار دولتی نزد بانک مرکزی، بدان اشاره خواهد شد. توجه به این نکته نیز ضروری است که بانک مرکزی در صورتی که لوازم توثیق فراهم نشد، می‌تواند از اجرای آن خودداری کند و بند (م) تنها (مجوز) اجرایی چنین اقدامی را به بانک مرکزی داده است.

#### آثار مثبت اجرای عملیات بازار باز

مرکز پژوهش‌ها درباره آثار مثبت عملیات بازار باز معتقد است: اجرای عملیات بازار باز و خرید اوراق دولتی از جانب بانک مرکزی، به واسطه تقاضای بالایی که برای اوراق دولتی ایجاد می‌کند، نرخ سود موثر این اوراق را کاهش داده و نقدشوندگی اوراق دولتی را افزایش می‌دهد. کاهش نرخ سود اوراق دولتی، موجب کاهش هزینه استقراض دولت شده و افزایش نقدشوندگی اوراق دولتی، فرآیند استقراض دولت را تسهیل می‌کند.

بانک مرکزی با مداخله اثربخش، می‌تواند نرخ سود موثر اوراق دولتی را حداقل به نرخ بازار بین بانکی برساند. بنابر گزارش بانک مرکزی، نرخ سود متوسط موزون بازار بین بانکی در شش ماهه نخست سال ۱۳۹۷، برابر با ۱۹.۵درصد بوده است، این در حالی است که در پایان مردادماه سال جاری نرخ سود واقعی اوراق ۱۰.۵درصد بالاتر از نرخ بازار بین بانکی بوده است، بنابراین یکی از پیامدهای مثبت اجرای عملیات بازار باز، کاهش هزینه استقراض و در عین حال تسهیل استقراض دولت برای جبران کسری بودجه است. از آن رو که کسری بودجه سال آینده دولت بسیار پیش‌تر از سنوات گذشته پیش‌بینی می‌شود اعطای مجوز به بانک مرکزی برای اجرای عملیات بازار باز، اهمیت بسیار ویژه ای پیدا می‌کند. این مرکز در این گزارش تصریح کرده است: پیش‌بینی می‌شود ترکیب دارایی‌های بانک مرکزی، با اجرای عملیات بازار باز تغییر کرده و سهم بدهی به بانک مرزی در پایه پولی افزایش یابد. شایان ذکر است که این کنال، مهم‌ترین مجرای افزایش پایه پولی در کشورهای مختلف است و برخی حساسیت‌ها در داخل کشور بی‌مورد است. برای مثال پیش از بحران

۸۳۹ هزار نفر تا نیمه دی‌ماه امسال وام ازدواج گرفتند

## عملکرد قرض‌الحسنه بانک‌ها

به بانک‌ها ابلاغ نکرده است، همچنین در وب سایت بانک مرکزی یا سایر بانک‌ها افراد مشمول این تسهیلات و سازوکار پرداخت آن بیان نشده است و بانک‌ها به تشخیص خود و با اشخاص مورد نظر خود این تسهیلات را پرداخت کرده‌اند و بانک مرکزی نیز نتوانسته مانع آن شود.

گفتنی است براساس بخشنامه خردادماه امسال بانک مرکزی، سقف تسهیلات ضروری برابر ۱۰۰ میلیون ریال است و لذا در صورت رعایت این سقف توسط بانک‌ها حداقل ۵۸۵ هزار نفر باید از تسهیلات برخوردار شده باشند که اطلاعات میدانی پرداخت این تعداد تسهیلات ضروری را تایید نمی‌کند.

#### کاهش صف متقاضیان با وجود افزایش سقف تسهیلات

افزایش مبلغ تسهیلات قرض‌الحسنه از ۳۰ به ۱۰۰میلیون ریال در تبصره «۲۹» قانون بودجه سال ۱۳۹۵، توانست به طور قابل توجهی وضعیت پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج را بهبود بخشد، به طوری که تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواجی در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال قبل، از جهت تعداد و ارزش به ترتیب ۲۶۶ و ۳۰۰۰۸درصد رشد داشته است. در سال ۱۳۹۶ نیز تسهیلات ازدواج پرداختی نسبت به سال قبل از جهت ارزش و تعداد به ترتیب ۲۴ و ۱۵درصد رشد داشته است.

همچنین صف دریافت تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج از حدود ۵۰۰ هزار نفر در سال ۱۳۹۵ به حدود ۲۰۰ هزار نفر کاهش یافته است. در واقع افزایش مبلغ تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج موجب تشدید

نظارت بانک مرکزی بر مصرف منابع قرض‌الحسنه توسط بانک‌ها، کاهش انحراف در مصارف قرض‌الحسنه و جلوگیری از پرداخت تسهیلات به کارمندان بانک‌ها از محل منابع قرض‌الحسنه و افزایش تعداد بانک‌های عضو سازمانه قرض‌الحسنه ازدواج در سال‌های اخیر شده است، بنابراین به علت افزایش نظارت بانک مرکزی و نیز اجرای طرح ضربتی ازدواج در سال ۱۳۹۶، افزایش در مبلغ تسهیلات قرض‌الحسنه نسبت به موجب افزایش طول صف نشده، بلکه موجبات کاهش آن را نیز فراهم کرده است.

#### عملکرد تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج در سال ۱۳۹۷

از ابتدای سال ۱۳۹۷ تا نیمه دی ماه تعداد ۸۳۹ هزار و ۷۴۵ فقره تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج، مجموعا به مبلغ ۱۳۱، ۱۶۲ میلیارد ریال پرداخت شده که سهم بانک‌های تجاری دولتی ۳۴درصد، بانک های خصوصی ۸درصد، بانک‌های خصوصی شده ۴۰درصد و بانک‌های تخصصی دولتی ۱۸درصد بوده است.

بر این اساس در نیمه دی ماه تعداد ۱۶۸ هزار و ۱۹۳ نفر در صف دریافت تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج بوده‌اند. در صورتی که از ابتدای سال تعداد ۱۵۰ هزار تسهیلات بیشتر (ماهانه ۱۵ هزار فقره) در نیمه دی ماه، کمتر از ۲۰ هزار نفر در صف دریافت تسهیلات قرار داشتند. این امر نیازمند ۲۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال منابع بوده است. همچنین در مجموع ۹۰ هزار و ۱۵۵ نفر از اشخاص متقاضی در صف هنوز به مرحله ورود به شعبه نرسیده‌اند و ۷۸۰ هزار و ۳۸ نفر در حال تکمیل مدارک و دریافت وام هستند.

دریچه

بازگشت معاملات آتی سکه در انتظار تصمیم بانک مرکزی  
**بورس کالا**  
**بازار استاندارد و شفاف**

مدیر نظارت بر بورس‌های سازمان بورس و اوراق بهادار درباره انتقال نمادهای معاملاتی بورس کالا به بورس تهران گفت همه شرکت‌ها پس از کسب استانداردهای لازم و ارتقا، به دنبال درج نماد خود در بورس‌های بالاتر هستند و بورس کالا نیز از این امر مستثنی نیست.

محسن خدابخش، مدیر نظارت بر بورس‌های سازمان بورس و اوراق بهادار ضمن بیان مطلب فوق به سنا، گفت: انتقال یک نماد از فرابورس به بورس تهران به استانداردهای خاصی وابسته است و بدیهی است که اگر شرکتی بتواند به شاخص‌های لازم برسد از فرابورس به بورس منتقل می‌شود.

وی ادامه داد: در این میان شرکت بورس کالا نیز از این امر مستثنی نیست و اکنون توانسته با احراز شرایط لازم و کسب استانداردهای قابل قبول از فرابورس به بورس منتقل شود.

محسن خدابخش، عملکرد بورس کالا در سال گذشته را مثبت ارزیابی کرد و افزود: بحث شفافیت و کشف قیمت عادلانه محصولات همواره در دنیا از اهمیت زیادی برخوردار بوده و هست و بورس کالا نیز در همین مسیر حرکت می‌کند. مدیر نظارت بر بورس‌های سازمان بورس و اوراق بهادار ضمن اشاره به وجود پتانسیل کشف قیمت در بورس کالا با تکیه بر ابزارهای ایجادشده، عنوان کرد: بهتر آن است که در فضای شفاف مبتنی بر عرضه و تقاضا کشف قیمت محصولات انجام شود.

وی احتمال خطا در معاملات بورس کالا را قابل رصد عنوان کرد و اظهار داشت: در بازار متشکل و نظام‌مندی مانند بورس می‌توان هرگونه اختلال یا دستکاری در معاملات را رصد و پیگیری کرد و این شرایط به کشف قیمت عادلانه در بورس‌ها از جمله بورس کالا منجر می‌شود.

مدیر نظارت بر بورس‌های سازمان بورس درباره توقف معاملات آتی سکه و احتمال بازگشت معاملات آن گفت: توقف بازار معاملات آتی سکه در بورس کالا، فعالیت افراد علاقه‌مند به این نوع سرمایه‌گذاری را متوقف نکرد و تاثیری هم در قیمت بازار آزاد نداشت. پس چه بهتر بود که این نوع سرمایه‌گذاری در یک بازار متشکل و نظام‌مند و تحت کنترل و نظارت انجام می‌شد.

خدابخش با تأکید بر اینکه سیاست سازمان بورس گسترش بازارهای مالی است، افزود: توقف معاملات آتی سکه در بورس کالا سیاست اثربخش و کارآمدی برای کنترل بازار سکه نبود. وی آغاز مجدد فعالیت آتی سکه در بورس کالا را وابسته به تصمیم‌گیری بانک مرکزی دانست و گفت: بانک مرکزی ضمن تأمین اهداف کلان اقتصادی می‌تواند در راستای سیاست‌گذاری‌های خود از پتانسیل این بازار نظام‌مند و متشکل استفاده کند.

مدیر نظارت بر بورس‌های سازمان بورس ادامه داد: با حذف معاملات شفاف سکه در بورس کالا افرادی که به فعالیت در این حوزه علاقه‌مند هستند در بازار آزاد غیرقابل نظارت، داد و ستد می‌کنند.

سقوط قیمت‌ها پایان یافت اما ریسک‌ها نه

# مقصران اصلی افت شاخص بورس



درباره چرایی این افت، علت‌های مختلفی بیان می‌شود که از جمله آنها می‌توان به غلبه فضای هیجانی بر بازار، توقف رشد نرخ ارز، افزایش ریسک‌های سیاسی، اعلام شناسایی زبان‌های سنگین توسط شرکت‌های خودروسازی، ابهام در افزایش سرمایه بانک‌ها و سرنوشت تسعیر نرخ ارز برای بانک‌ها اشاره کرد.

در همین زمینه، ایمان مقدسیان کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با ایرنا، با تشریح عوامل تأثیرگذار بر افت شاخص بورس، گفت: ناتوانی بانک‌ها در برآورد کردن انتظارات سهامداران، شناسایی سودهای سنگین توسط خودروسازان، نگرانی از ریسک‌های سیاسی و توقف رشد نرخ ارز از مهم‌ترین عوامل ایجادکننده فضای منفی بر بازار معاملات و افت شاخص به شمار می‌روند.

به گفته این کارشناس بازار سرمایه، در چرایی افت شاخص عوامل مختلفی دخالت دارند که از جمله آنها کاهش اثرگذاری نرخ ارز است. ایمان مقدسیان افزود: شاخص بورس از تیرماه امسال با افزایش نرخ ارز یک انگیزه و محرک قوی برای رشد پیدا کرد که رشد شاخص تا سقف ۱۹۵ هزار واحد را نیز به دنبال داشت، اما با توقف رشد نرخ ارز، محرک قوی برای تقویت شاخص بورس از بین رفت و معاملات افت کرد.

وی ادامه داد: شاخص بورس پس از اصلاح، حدود ۲۰ درصد از سقف خود را تا اوایل دی‌ماه از دست داد و تا رقم ۱۵۴ هزار واحد افت کرد اما از اوایل دی، شاخص بورس با شیبی ملایم توانست بخشی از افت قیمت‌ها را جبران کند.

**تفاوت رشد شاخص در فصل تابستان با دی‌ماه**  
این کارشناس بازار سرمایه گفت: بورس پس از افت چند ماهه توانست در دی‌ماه امسال رشد کند، اما نحوه رشد آن تفاوت‌هایی با رشد شتابان فصل تابستان داشت. مقدسیان افزود: نقدینگی و حجم معاملات در بورس در دی به شدت افت کرده بود، در حالی که در معاملات فصل تابستان نقدینگی بالایی وجود داشت.

وی اضافه کرد: همچنین باید توجه داشت که در معاملات فصل تابستان، شرکت‌های صادرات‌محور نقش اصلی و مهم را در رشد شاخص داشتند اما در رشد دی‌ماه بانک‌ها پیش‌بازار بودند. این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: بانک‌ها تحت تأثیر ادعاهای مربوط به افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها و همچنین امکان تسعیر ارز بر اساس نرخ سامانه نیما با اقبال فعالان بازار سرمایه مواجه شدند و رشد کردند.

مقدسیان یادآوری کرد: در گزارش‌های ۹ ماهه بانک‌ها که به تازگی منتشر شده است، مشخص شد این انتظارات در گزارش‌ها لحاظ نشده و از افزایش سرمایه خبری نبود و همچنین نرخ تسعیر ارز در آنها همچنان بر مبنای ارز ۴۲۰۰ تومانی خواهد بود.

وی گفت: پس از انتشار گزارش‌های ۹ ماهه مشخص شد بانک‌ها نتوانسته‌اند خواسته‌ها و انتظارات سهامداران را تحقق بخشند، بنابراین فضایی منفی در بازار سرمایه شکل گرفت. مقدسیان همچنین به زیاندهی سنگین شرکت‌های خودروساز اشاره کرد و افزود: گزارش‌های خودروسازان مطلوب نبود. برخی از آنها زیان‌های چند هزار میلیارد تومانی را شناسایی کرده‌اند که بر بازار سرمایه تأثیر منفی داشت.

این کارشناس بازار سرمایه گفت: البته برخی صنایع و شرکت‌های بورسی توانستند گزارش‌های ۹ ماهه مطلوبی را ارائه کنند و حتی فزاینده از انتظارات و پیش‌بینی‌ها، ظاهر شوند که این موضوع می‌تواند در تقویت بازار سرمایه تأثیرگذار باشد.

مقدسیان اضافه کرد: برخی شرکت‌ها گزارش‌های مثبتی را ارائه کرده بودند، اما به علت فضای منفی ایجادشده در بازار سرمایه آنها نیز با افت قیمت مواجه شدند.

**نقش ریسک‌های سیاسی بر فضای منفی معاملات**  
این کارشناس بازار سرمایه درباره ریسک‌های سیاسی پیش روی بازار سرمایه اشاره کرد و گفت: در برخی بخش‌ها ریسک‌های سیاسی پررنگ‌تر شده که این موضوع نیز در ایجاد هیجان منفی بر بازار معاملات تأثیرگذار بوده است.

مقدسیان با بیان اینکه بازار به شدت تحولات سیاسی را رصد و در روند معاملات لحاظ می‌کند، افزود: باید توجه داشت این تأثیرگذاری‌ها همیشه منفی نخواهد بود مانند اعلام خبر خروج آمریکا از برجام در اردیبهشت ماه که مدتی پس از اعلام این خبر، روند صعودی شاخص بورس آغاز شد. این کارشناس بازار سرمایه گفت: با توجه به گزارش‌های مثبت ارائه‌شده در میان و بلندمدت می‌توان حرکت بازار سرمایه را رو به بالا پیش‌بینی کرد.

مقدسیان درباره جذب نقدینگی به بازار سرمایه گفت: باید برخی نهادهای مالی واسطه که حکم بازارساز دارند، فعالیت خود را در بورس گسترش دهند.

وی ادامه داد: همچنین باید سهم بازارهای آتی و معاملات آتی نیز در بازار سرمایه ایران افزایش یابد که متأسفانه چندان توسعه نیافته‌اند. این کارشناس بازار سرمایه اضافه کرد: زیرساخت‌های بازار سرمایه نیز

بورس تهران در سومین روز این هفته، یکی از بدترین روزهای معاملاتی خود را پشت سر گذاشت و شاخص بورس با افت ۳ هزار و ۶۵۲ واحدی به جایگاه ۱۶۱ هزار و ۹۲۲ پله‌ای سقوط کرد. با اینکه تنها یک روز پس از این سقوط بیش از ۳۵۰۰ واحدی، نماگر اصلی بازار سهام با رشد ۸۸۳ واحدی دوباره مثبت شد، اما به گفته کارشناسان، سقوط قیمت‌ها پایان یافته اما ریسک‌ها هنوز نه.

به گزارش ایسنا، بار دیگر بانکی‌ها روز گذشته توانستند روی معاملات بورس اوراق بهادار تهران تأثیر بسزایی بگذارند؛ به طوری که نمادهای این گروه در صدر تأثیرگذاران روی شاخص بورس بازار سهام بود. همچنین برخی از نمادهای معدنی و فلزی نیز به رشد شاخص‌های بازار دامن زدند. در حالی که بانکی‌ها در هفته گذشته به کاهش قیمت سهام روبرو شدند و نقش پررنگی در کاهش نماگرهای بازار سرمایه داشتند، در دومین روز بهمن‌ماه و با توجه به اینکه از ابتدای این ماه سودهای بانکی به صورت ماه‌شمار پرداخت می‌شود و انتظار می‌رود هزینه‌ها کاهش یابد. این گروه توانستند یکبار دیگر با خوش‌بینی سهامداران مواجه شوند و به رشد شاخص‌های بازار دامن بزنند. البته با اشاره به صورت‌های مالی بانکی‌ها معتقدند که این افزایش‌ها در حد همان خوش‌بینی و مقطعی است.

اما در عین حال گروه‌های نفتی مورد کم‌اقتبالی سهامداران واقع شدند و اکثرًا با کاهش قیمت سهام روبرو بودند. روز دوشنبه نیز نفت خام سبک در رینگ بین‌الملل بورس انرژی عرضه شد، اما در نهایت مستوری برای خرید آن نیامد. این موضوع هرچند که تأثیر شگرفی نمی‌تواند در معاملات بورس اوراق بهادار داشته باشد، اما می‌تواند سیگنال‌های اقتصادی به معامله‌گران بازار بدهد و گروه فراورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای از جمله بیشتر پالایشی‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

روز دوشنبه شاخص‌های بازار سهام با افت شدیدی مواجه شد؛ به طوری که نماگر اصلی بازار در روندی کم‌سابقه در ۹ ماه اخیر حدود ۳۵۰۰ واحد سقوط کرد و به تراز ۱۶۱ هزار واحدی بازگشت، اما روز سه‌شنبه این شاخص مقداری جان گرفت و ۸۸۳ واحد رشد کرد و رقم ۱۶۲ هزار و ۸۵۰ واحدی را تجربه کرد.

اگر برخی شرکت‌ها و گروه‌های خاص را کنار بگذاریم هرچند که گزارش‌های ۹ ماهه صورت‌های مالی و گزارش‌های فصلی و ماهانه تولید دیگر شرکت‌ها در مجموع از روند نامناسبی حکایت ندارد، اما روز دوشنبه فشارهای عرضه در کنار ریسک‌های سیستماتیک بازار سبب شد شاخص بازار سهام به یکباره افت شدیدی را شاهد باشد، اما دیروز در کنار رشد شاخص کل شاخص کل هم‌وزن نیز با افزایش ۲۶۸ واحدی روبرو شد و به رقم ۲۸ هزار و ۹۸۵ رسید. در عین حال شاخص آزاد شناور با ۱۲۲۲ واحد رقم ۱۷۷ هزار و ۶۱۱ واحدی را شاهد بود. در عین حال شاخص بازار اول و بازار دوم هر یک به ترتیب ۷۶۵ و ۱۲۱۰ واحد رشد کردند.

گروه مینا در صدر تأثیرگذاران بر شاخص بوده؛ به طوری که ۱۱۴ واحد به افزایش نماگرهای بازار کمک کرد. همان‌طور که گفته شد در کنار این گروه بانکی‌ها نقش پررنگی در افزایش شاخص‌های بازار سرمایه داشتند. همچنین فولاد خورستان و کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران نیز سبب رشد شاخص شدند.

در عین حال صنایع پتروشیمی خلیج فارس، پتروشیمی شازند، پالایش نفت بندرعباس و پالایش نفت تبریز هر یک به ترتیب ۵۳، ۴۲، ۳۳ و ۲۹ واحد تأثیر کاهنده روی دماسنج بازار سرمایه داشتند.

این روزها دو گروه خودرویی و بانکی که عمدتاً شامل شرکت‌های زیان‌ده هستند عمدتاً در جهت هم حرکت می‌کنند. خودرویی‌ها نیز همچون بانکی‌ها با رشد قیمت مواجه شدند و به افزایش شاخص‌های بازار کمک کردند، به طوری که در برخی از نمادهای گروه خودرو و ساخت قطعات شاهد صف خرید سهام و رشد نزدیک به ۵۰ درصدی بودیم، اتفاقی که در برخی نمادهای بانکی نیز شاهدش هستیم.

ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۵۴۴ میلیارد سهم و اوراق مالی رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۲۰۱ میلیارد سهم و اوراق مالی طی ۱۳۹ هزار و ۸۴۷ نوبت داد و ستد بود. در عین حال شاخص کل فرابورس امروز با ۹ واحد افزایش رقم ۱۹۸۰ واحدی را به دست آورد. این شاخص که طی ماه‌های گذشته برای اولین بار توانسته بود تراز ۲۰۰۰ واحدی را پشت سر بگذارد، چند روز پیش نیز توانست از رقم ۲۰۰۰ واحدی عبور کند اما هر بار این اتفاق می‌افتد بار دیگر به تراز ۱۹۰۰ واحدی باز می‌گردد و ورودش به کانال ۲۰۰۰ واحدی پایدار نیست.

رشد قیمت دلار در شش ماه اول سال ۱۳۹۷ و افزایش قیمت سهام‌ها عامل اصلی جهش شدید شاخص کل فرابورس در تراز بالای ۲۰۰۰ واحدی بود. ارزش معاملات فرابورس رقم ۵۷۰ میلیارد تومان را رد کرد و حجم معاملات آن به ۵۹۷ میلیون سهم و اوراق مالی رسید.

**مقصران اصلی افت شاخص بورس کیستند؟**

این افت شدید و بیش از ۳۵۰۰ واحدی شاخص بورس در نخستین روز بهمن‌ماه در حالی رخ داد که بسیاری از شرکت‌ها در پایان زمان انتشار گزارش‌های ۹ ماهه توانسته بودند عملکرد مطلوبی را از خود به نمایش بگذارند، اما به علت فضای منفی ایجاد شده، آنها نیز با افت قیمت مواجه شدند.

رعایت حریم خطوط لوله فشار قوی انتقال گاز حفظ امنیت و سلامت شما را به ارمغان می‌آورد.

**آگهی فراخوان مناقصه عمومی / دو مرحله‌ای نوبت اول**

شماره SL- ۳۵۷۲۸۹۷۰۳۶ (۸۷۲۷۰۰۳۹)

۱- موضوع مناقصه: خرید یک دستگاه UPS ۲۰ KVA دوپل (تامین کالای خارجی که مشابه تولید داخلی دارد توسط مناقصه گر ممنوع است).

۲- نشانی مناقصه: گزارد، شیراز- کمربندی احمدآباد- جنب پمپ بنزین فلاح زاده- ساختمان مرکزی منطقه ۵

۳- زمان و مهلت اعلام آمادگی و دریافت اسناد: از تاریخ درج آگهی نوبت اول لغایت پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۱۳ می‌باشد.

۴- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (سیصد و پنجاه میلیون ریال) مطابق آئین نامه تضمین معاملات دولتی

۵- مهلت عودت اسناد و مدارک ارزیابی کیفی: چهارده روز پس از ارسال اسناد مناقصه به مناقصه گران حداکثر تا ساعت ۱۶ روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۸

۶- مهلت ارسال تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار، اسناد مناقصه و پیشنهاد فنی و پیشنهاد قیمت: پس از طی فرایند ارزیابی کیفی و تعیین مناقصه گران حائز صلاحیت مراتب از طریق دعوتنامه اطلاع رسانی می‌گردد.

۷- ارائه کد اقتصادی و شناسه ملی الزامی می‌باشد.

مناقصه گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاه های اطلاع رسانی الکترونیکی با کد فراخوان ۳۱۸۹۰۱۲ و به آدرسهای <http://www.shana.ir> و <http://nigc-dist5.ir> (بخش آگهی ها - مناقصات) مراجعه و یا با شماره تلفن های ۰۷۱۳۸۱۳۲۴۹۵ یا ۰۷۱۳۸۱۳۲۲۲۲ اداره تدارکات و عملیات کالا تماس حاصل فرمایند.

آگهی نوبت اول چهارشنبه ۱۳۹۷/۱۱/۱۳ شماره مجوز: ۱۳۹۷.۵۷۲۵

**آگهی**

باستناد سند شماره ۷۰۰۴۴ مورخ ۹۷/۰۶/۲۵ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۵ دیر، خانم **فاطمه سلمانی و شریک انتقال قطعی شش‌دانگ** از یک فروند باری بشماره ثبت ۱۸۲۴۸ به خانم **صغری کریمی** با شماره ملی ۵۱۵۹۲۹۱۸۵۷ و خانم **عبیر رام** با شماره ملی ۳۵۶۰۲۶۶۵۱۳ هر کدام به نسبت **سه دانگ** مشاع از شش‌دانگ مشاع اقدام نموده است مراتب به **استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.**

م.الف ۳۹۵۱



## اخبار

## ۸۰درصد تولید باید به تعهدات پیش‌فروشی اختصاص یابد هیچ خودروسازی حق اعمال تکلیف به مشتری برای انصراف ندارد

معاون امور صنایع وزارت صمت گفت خودروساز حداکثر می‌تواند ۲۰درصد از تولیداتش را فروش فوری داشته باشد آن هم برای تنظیم بازار و باید حداقل ۸۰درصد تولیداتش را به پیش‌فروش‌ها اختصاص دهد. به گزارش ایلنا، فرشاد مقیمی، معاون امور صنایع وزارت صمت به شبکه خبر، گفت: یکی از مشکلاتی که باید به آن رسیدگی می‌شد موضوع قطعه‌سازی و قطعه‌سازها بود که با مشکل تامین نقدینگی روبه‌رو بودند. قطعه‌سازها معتقد بودند متناسب با افزایش قیمت خودرو باید قیمت قطعات هم افزایش یابد و اولین موضوعی هم که بررسی و مصوب شد اصلاح قیمت قطعات در قراردادهای بین خودروسازها و قطعه‌سازها بود. مقیمی با اشاره به محدودیت‌های خودروسازها در تولید و تحویل برخی خودروها گفت: البته هیچ خودروسازی حق اعمال تکلیف به مشتری برای انصراف ندارد. این مسئول دولتی افزود: خودروساز حداکثر می‌تواند ۲۰درصد از تولیداتش را فروش فوری داشته باشد آن هم برای تنظیم بازار و باید حداقل ۸۰درصد تولیداتش را به پیش‌فروش‌ها اختصاص دهد.

## تصدیگری دولت در صنعت خودرو خاتمه می‌یابد

براساس مصوبه دیروز مجلس، دولت مکلف است طی مدت سه سال از لازم‌الاجرا شدن قانون ساماندهی خودرو با اجرای صحیح قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ زمینه رقابت‌پذیری در صنعت خودرو را به نحوی فراهم کند که تصدیگری دولت خاتمه یافته و صرفاً اقدامات نظارتی سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری انجام دهد. به گزارش کسب و کار نیوز، نمایندگان مجلس شورای اسلامی روز سه‌شنبه در جریان بررسی جزئیات طرح ساماندهی صنعت خودرو با پیشنهاد جایگزین برای ماده ۲ این طرح که از سوی حمیدرضا فولادگر صورت گرفت، موافقت کردند. براساس این مصوبه، دولت مکلف است طی مدت سه سال از لازم‌الاجرا شدن این قانون با اجرای صحیح سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ و اصلاحات بعدی آن و سیاست‌های کلی تولید ملی، کار و سرمایه ایرانی زمینه رقابت‌پذیری در صنعت خودرو را به نحوی فراهم کند که تصدیگری دولت خاتمه یافته و صرفاً اقدامات نظارتی سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری انجام دهد. گفتنی است این پیشنهاد با ۱۱۲ رای موافق، ۲۶ رای مخالف و ۱۰ رای ممتنع از مجموع ۱۹۴ نماینده حاضر در جلسه به تصویب رسید.

## زیان انباشته صنعت خودرو به مرز ۱۱ هزار میلیارد تومان نزدیک شد

آخرین صورت‌های مالی ارائه‌شده خودروسازان به بورس نشان می‌دهد زیان انباشته ایران خودرو و گروه خودروسازی سایپا تا پایان پاییز امسال به مرز ۱۱ هزار میلیارد تومان نزدیک شده است. با توجه به این رقم، رکورد زیان انباشته در خودروسازی ایران شکسته شد.

به گزارش پدال نیوز، بنابر آماري که دو خودروساز بزرگ کشور به بورس اعلام کرده‌اند، زیان انباشته آنها تا پایان پاییز امسال به ۱۰ هزار و ۸۴۷ میلیارد تومان رسیده است. بر این اساس، ایران خودرو به‌عنوان بزرگ‌ترین خودروساز کشور، زیان ۴ هزار و ۶۷۷ میلیارد تومانی را در کارنامه خود ثبت کرده و سایپایی‌ها نیز ۶ هزار و ۱۷۰ میلیارد تومان زیان دیده‌اند. هرچند صنعت خودرو سال‌هاست با زیان انباشته دست و پنجه نرم می‌کند، با این حال زیان حدوداً ۱۱ هزار میلیاردی برای اولین بار در تاریخ خودروسازی کشور به ثبت رسیده است. شاید در نگاه اول این‌طور به‌نظر برسد که زیان موردنظر با کمک دولت و همچنین آزادسازی قیمت خودرو، قابل‌جبران است، با این حال زیان ۱۱ هزار میلیاردی تنها بخشی از بحران مالی ایران خودرو و سایپا به شمار می‌رود و داستان بدهی‌های‌شان، مثنوی دیگری است. طبق یک روایت، دو خودروساز بزرگ داخلی در حال حاضر ۵۰هزار میلیارد تومان بدهی به بخش‌های مختلف دارند که از این رقم، ۱۵ تا ۲۰ هزار میلیارد تومان متناسب به قطعه‌سازان است و حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان هم معوقات بانکی آنها را تشکیل می‌دهد. بنابراین غول‌های جاده مخصوص از یکسو با زیان انباشته هنگفتی روبه‌رو هستند و از سوی دیگر با بدهی‌های کلان دست و پنجه نرم می‌کنند و در این شرایط، حتی وعده کمک ۱۲ هزار میلیارد تومانی دولت به آنها نیز نمی‌تواند این حجم از بحران مالی را پاسخ دهد.

اما بررسی روند زیاندهی خودروسازان در سه فصل بهار و پاییز و زمستان نشان می‌دهد سال ۹۷ به نوعی نقطه عطف زیاندهی آنها بوده است. صورت‌های مالی نشان می‌دهند ایران خودرو و سایپا همواره طی سال جاری در مسیر ضرر قرار داشته‌اند و نتیجه آن، رسیدن زیان انباشته به ۱۱ هزار میلیارد تومان بوده است. صورت‌های مالی ارائه‌شده به بورس توسط ایران خودرو، نشان می‌دهد این شرکت در فصل بهار ۷/۶ میلیارد تومان سود کرده، با این حال آبی‌های جاده مخصوص در تابستان زیان ۲ هزار و ۵۷۵ میلیارد تومانی را به ثبت رسانده‌اند. در فصل پاییز نیز ۲ هزار و ۵۲۵ میلیارد تومان دیگر به زیان این شرکت اضافه شده است تا در مجموع زبانی ۵ هزار و ۱۱۰ میلیارد تومانی در کارنامه ۹ ماهه امسال ایران خودرو به ثبت برسد. روند زیاندهی ایران خودرو طی سال جاری به این شکل بوده که این شرکت تا پایان بهار امسال حدود ۴۵۰ میلیارد تومان سود داشته، اما در پایان تابستان و پاییز، به ترتیب ۲ هزار و ۱۲۵ میلیارد تومان و ۴ هزار و ۶۷۷ میلیارد تومان زیان انباشته ثبت کرده است. سایپایی‌ها نیز طبق صورت‌های مالی ارائه‌شده به بورس، در فصل بهار امسال ۸/۳ میلیارد تومان سود حاصل کرده‌اند، اما در تابستان متحمل زیان یک هزار و ۷۲۴ میلیارد تومانی شده‌اند. دومین خودروساز بزرگ ایران در فصل پاییز هم ۳ هزار و ۲۱۴ میلیارد تومان زیان حاصل کرده و در مجموع ۹ ماه امسال نیز زبانی ۵ هزار و ۲۹ میلیارد تومانی را به ثبت رسانده است. روند مالی سایپا طی سال جاری نشان می‌دهد زیان انباشته این شرکت در پایان تابستان به ۲ هزار و ۹۱۰ میلیارد تومان و در انتهای پاییز به ۶ هزار و ۱۷۰ میلیارد تومان رسیده است.



نیاشد که در بازار با وجود افزایش قطعات تقلبی افزایش تا ۳۰۰درصدی قیمت را هم شاهد باشیم. گرانفروشی در بازار قطعات یدکی خودرو به طور بی‌سابقه‌ای افزایش داشته و ناراضیانی در بین مصرف‌کنندگان وجود دارد.

در حالی که تولیدکننده ایرانی باید قطعات باکیفیت و مقرون به صرفه تولید کند شاهد هستیم که با افزایش نرخ ارز و گرانی مواد اولیه گرانی در بازار بیداد می‌کند. کیفیت قطعات کاهش داشته و برخی از کارخانه‌های قطعه‌ساز به علت نیامدن مواد اولیه، قطعات کنار رفته از خط تولید را وارد بازار کردند. شرایطی به وجود آمده که کالای ایرانی در این صنعت از کشور خارج می‌شود و با چسباندن برچسب برند خارجی مجدد وارد بازار کشور می‌شود و مصرف‌کننده فکر می‌کند کالای خارجی خریده و از بابت کیفیت خیالش راحت می‌شود اما در حالی است که واقعیت چیز دیگری است. به طور کلی تامین قطعه واقعا کار دشواری شده و قطعه‌ای که تا چند ماه قبل ۳ میلیون تومان بود الان بیشتر از ۶میلیون تومان قیمت دارد. مشتری‌ها هم سعی می‌کنند تا آنجا که ممکن است قطعه عوض نکنند چون پرداخت قیمت‌های امروز خارج از توان مردم است.

## تنها راه حمایت از صنعت بزرگ خودرو رفع موانع تولیدکنندگان است

وی گفت: امروز با توجه به نرخ بالای تورم، امرار معاش کارگرها قطعا به سختی صورت می‌گیرد لذا باید هرچه سریع‌تر مسئولین برای این اقبال اقدامات جدی‌تری انجام دهند با این وضعیت حتی افزایش ۲۰درصدی حقوق‌ها در سال آینده نیز کفاف خرج و مخارج کارگران را نخواهد داد لذا در این خصوص با توجه به مشکلات جدی که وجود دارد دولت باید طی برگزاری نشست‌هایی با کارفرمایان برای حل مشکلات چاره‌ای بیابد.

لذا به منظور بهبود شرایط از مسئولین درخواست داریم از تولیدکنندگان و انجمن‌های صنفی استعلامات خاصی صورت دهند تا با آگاهی از وضعیت تولید در کشور نسبت به رفع موانع تولید و به تبع آن افزایش عرضه به بازار اقدام شود.

وی گفت: تصمیم‌گیری پشت درب‌های بسته قطعا نتیجه‌بخش نخواهد بود زیرا تنها مدیران واحدهای تولیدی و انجمن‌ها با اشرفای کامل به حیطه کاری خود قادر به ارائه پیشنهادات سازنده و راهکارهای شفاف خواهند بود لذا امیدواریم با استفاده از تجربیات صنعتگران شاهد حل مشکلات صنعت باشیم.

## واکاوی تاثیر قیمت‌های تازه بر بازار خودرو

دارند.

بازار خرید و فروش حواله نویی با کاهش شدید معاملات روبه‌رو شد. حالا دیگر کسانی که به امید حفظ ارزش پول خود خودرو خریدند، با شرایط تازه‌ای روبه‌رو شده‌اند. این در حالی است که سعید مومنتی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران می‌گوید ۹۰درصد پیش‌خریدکنندگان خودرو سرمایه‌گذار بودند نه مصرف‌کننده. مومنتی به خبرنگار ایلنا، گفت: بازار هنوز سردرگم است باید دید در روزهای آتی شکل تحویل خودرو چگونه است. اگر خودروسازان خودروهای تولیدی خود را ۵ تا ۱۰ روزه به فروش برسانند قیمت‌ها تغییر نمی‌کند اما فروش بلندمدت همچنان قیمت در بازار آزاد را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

به گفته وی، تحویل خودروهای معوق می‌تواند قیمت‌ها را تا حدی منطقی کرده و از فشار موجود بر بازار بکاهد. عباس تابش معاون وزیر صنعت و رئیس سازمان حمایت مصرف‌کننده و تولیدکننده گفت: براساس مصوبه ستاد تنظیم بازار، خودروسازان حق ندارند بیش از ۲۰درصد تولیدات‌شان را به فروش نقدی اختصاص دهند و ۸۰درصد باید به معوقات اختصاص یابد.

وی با بیان اینکه آزمایشگاهی در تعمیرگاه‌های خودرو برای تشخیص این قطعات وجود ندارد، گفت: این موضوع شکایات بسیار زیادی را از سوی مردم به بازرسی اصناف و اتحادیه‌های مربوطه ایجاد کرده است. رئیس امور بازرسی اصناف افزود: این تقلب بیشتر در قطعات حساس تعلیق و ترمز خودرو وجود دارد که به دلیل نداشتن استانداردهای لازم و گیرایی کم در هنگام ترمز می‌تواند بسیار خطرناک باشد. این عضو هیات‌مدیره اتحادیه فروشندگان قطعات یدکی با اشاره به این موضوع که قیمت لوازم یدکی حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰درصد افزایش یافته است، افزود: وجود واسطه‌ها عامل این گرانی است. وی از طرف دیگر درخصوص کاهش کیفیت لوازم یدکی، تعمیرکاران قربانی پایین بودن کیفیت قطعات لوازم یدکی هستند.

### پرداخت قیمت‌های امروز خارج از توان مردم است

بازار لوازم یدکی و قطعات خودرو تا قبل از این اتفاقات و گرانی ارز و نابسامانی اقتصادی هم وضعیت مناسبی نداشت اما امروز شاهد هستیم که این وضعیت به مرز هشدار رسیده و لوازم یدکی و قطعات تقلبی در بازار افزایش بسیاری داشته‌اند. این کالاها به دلیل اینکه با جان و سلامت مردم سروکار دارند باید تحت نظارت بیشتری قرار بگیرند و این‌گونه

سالانه حدود یک و نیم میلیارد دلار برای خرید قطعات یدکی خودرو در کشور صرف و ۶۰ میلیون دلار نیز برای واردات مواد اولیه موردنیاز قطعه‌سازی به کشور اختصاص داده می‌شود. به گزارش کسب و کار نیوز، این در حالی است که امروز بازار قطعات خودرو در منجلابی گرفتار شده که جان و سلامت افراد را تهدید می‌کند. جولان قطعات تقلبی و بی‌کیفیت در کنار گرانی صد درصدی موجب نارضایتی مردم شده و هیچ نظارتی هم بر این بازار وجود ندارد. خودروسازان و وزارت صمت باید بدانند که در صورتی که مشکلات قطعه‌سازی به زودی حل نشود، در آینده‌ای نزدیک ممکن است خودروی ملی به دلیل نبود بعضی از قطعات تولید نشود و همچنین احتمال تعطیلی کارخانه‌های قطعه‌سازی وجود دارد. رئیس امور بازرسی اصناف در این رابطه گفت: هم‌اکنون حجم تامین و توزیع قطعات تقلبی خودرو در بازار به مرز هشدار رسیده که باید برای آن تدبیری فوری اندیشیده شود. علیرضا نیک‌آیین با اشاره به اینکه کمبود قطعات اصلی در بازار زمینه را برای سودجویی متخلفان فراهم کرده است، افزود: این افراد قطعات تقلبی بی‌کیفیت را در بسته‌بندی‌های قطعات اصلی و با نشان‌های معروف به بازار عرضه می‌کنند به نحوی که این قطعه حتی برای تعمیرکاران خودرو قابل تشخیص نیست.

وی گفت: قطعا در شرایط کنونی، تولیدکنندگان در روند تولید با مشکلاتی مواجه هستند، اما با توجه به حس مسئولیتی که دارند با چنگ و دندان واحدهای تولیدی خود را سرپا نگاه داشته‌اند لذا اگر موانع تامین و تخصیص ارز مرتفع شود و مواد اولیه مورد نیاز تولید به دست تولیدکنندگان قطعات صنعت خودرو برسد قطعا قادر خواهد بود علاوه بر تامین نیاز داخل در باب صادرات نیز هدف‌گذاری‌های کلانی داشته باشند.

رئیس انجمن تولیدکنندگان لنت ترمز و کلاچ معضل مهم تولیدکنندگان را کمبود نقدینگی دانست و گفت: روند تولید با توجه به مشکلات اقتصادی قدری کند شده زیرا نرخ‌ها افزایش یافته، اما سقف تسهیلات بانک‌ها افزایش نیافته و سخت‌تر از گذشته به تولیدکنندگان تسهیلات ارائه می‌شود لذا باید در این مورد با اقدامات جدی‌تر وارد شوند زیرا تولیدکنندگان از این بابت تحت فشار هستند. به اعتقاد وی چنانچه زمان انتظار برای دریافت ارز در صرافی‌ها و یا بانک‌ها کوتاه‌تر شود تولید شکوفاتر خواهد شد و وضعیت تولید قطعا بهتر از گذشته خواهد بود.

در وضعیت کنونی تنها راه حمایت از صنعت بزرگ خودرو برداشتن موانع تولیدکنندگان است تا در فضای امن اقتصادی قادر به تامین بازار مصرف باشند بر این اساس به اعتقاد رئیس انجمن تولیدکنندگان لنت ترمز و کلاچ چنانچه نیاز نقدینگی تولیدکنندگان کاهش و سقف تسهیلات بانک‌ها افزایش یابد واحدهای تولیدی قادر به تامین نیاز بازار و حتی صادرات خواهند بود.

حسین لاجوردی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو در رابطه با وضعیت تولید اظهار داشت: در حال حاضر روند تولید به خوبی پیش می‌رود و تولیدکنندگان قادر به تامین نیاز بازار هستند و از این بابت جای نگرانی نیست لذا امیدواریم با کاهش موانع، در آینده شاهد شرایط بهتر تولید باشیم.

وی در ادامه افزود: شرایط اقتصادی به نحوی است که نمی‌توان از کاهش یا افزایش قیمت‌ها سخن گفت زیرا قیمت‌ها در گذشته با توجه به ارز نیما محاسبه می‌شد و امروز علی‌رغم افزایش نرخ ارز نیمایی تولیدکنندگان تلاش می‌کنند با افزایش تولید قیمت‌ها را در حالت تعادل و ثبات نگاهدارند.

خرید و فروش خودرو در بازار به صفر رسید، این اتفاق تحت‌تاثیر اعلام قیمت‌های تازه از سوی خودروسازان صورت گرفت.

به گزارش صبحانه، دی ماه، ماه افزایش قیمت خودرو بود. در این ماه به فاصله کوتاهی خودروسازان قیمت تولیدات خود را افزایش دادند و برخی خودروها نظیر پراید که پرتیراژترین خودروی تولیدی محسوب می‌شود، دو بار پیاپی در فاصله یک هفته افزایش قابل توجه قیمت را تجربه کردند. این اتفاق سبب شد بازار خرید و فروش خودرو به گفته برخی فعالان «سنگوپ» کند چرا که قیمت‌های تازه امکان خرید و فروش را از میان برد.

### وقتی تنور داغ شد

پس از افزایش قابل توجه قیمت ارز و کاهش ارزش پول ملی، تلاش برای تبدیل نقدینگی به کالا در دستور کار بسیاری از دارندگان سرمایه‌های خرد قرار گرفت. بازار خرید و فروش داغ بود و این فقط خودرو نبود که در تیرس سرمایه‌های سرگردان فراری از کاهش ارزش قرار گرفت. ارز، مسکن، طلا و مسکن همگی افلاهی بودند که با هجوم سنگین سرمایه‌ها روبه‌رو شدند. داستان خودرو اما متفاوت بود. خودروسازان در این مقطع در حالی دست به پیش‌فروش‌های مکرر زدند که تحت‌تاثیر تحریم و اعلام نبود قطعه کافی، تزریق خودرو



## جزیره «هاینان» قطب استارت‌آپ‌های خارجی می‌شود

چین به منظور تداوم رشد و توسعه اقتصادی سیاست آزادسازی بخش‌هایی کلیدی از اقتصاد خود را تداوم بخشیده و انتظار می‌رود میزان واردات کالا و خدمات توسط این کشور در ۱۵ سال آینده از مرز ۴۰ تریلیون دلار فراتر رود. از سوی دیگر مقامات چینی به منظور جذب سرمایه‌های خارجی قصد دارند توسعه فعالیت استارت‌آپ‌های خارجی در این کشور را کاملاً جدی بگیرند و در همین راستا به دنبال تأسیس یک مجموعه نوآوری در جزیره هائیان هستند. این جزیره گرمسیری که در جنوب چین واقع است به هاوایی چین معروف است و بعد از گذشت ۳۰ سال از تبدیل آن به یک استان مستقل دولت، قصد دارد آن را به مرکزی برای فعالیت خلاق‌ترین افراد و موسسات فناوری دنیا مبدل کند.



### دریچه

## مالکیت توزیع شده چیست و چگونه به رشد کشور هند کمک می‌کند

مدل مالکیت توزیع شده، مؤثرترین راهکاری است که با افزایش اشتغال‌زایی و درآمد کشور هند را در مسیر تحولات صنعتی و اقتصادی، پاری می‌کند. کارشناسان معتقدند که کشور هند، در مسیر چهارمین انقلاب صنعتی، باید دوران توسعه اقتصادی فعلی خود را به اهرم رشد فراگیر تبدیل کند. باین‌حال عواملی نظیر عدم توسعه مهارت‌ها و ایجاد نشدن شغل‌های جدید، موانع مهمی در این راه به شمار می‌روند، به‌طوری‌که اخیراً انجمن جهانی اقتصاد، در گزارشی با عنوان «هند: آینده مصرف در بازارهای مصرف‌کننده» به این موضوع اشاره کرده است. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۷، کشور هند سومین اقتصاد مصرف‌کننده جهان باشد. سالانه ۱۰ تا ۱۲ میلیون نفر به جمعیت کارگر هند افزوده می‌شود و رشد جامع این کشور، در صورتی محتمل خواهد بود که نرخ اشتغال نیز با سرعت مشابهی افزایش پیدا کند. بخش اعظم نیروی کار هند، در بخش غیررسمی کار می‌کنند و عده زیادی از کارگران نیز به علت عدم توسعه مهارت‌های مورد نیاز یا اختلافات منطقه‌ای، بیکار هستند. به‌علاوه، تنها ۲۵ درصد از زنانی که به سن کار کردن رسیده‌اند، استخدام شده‌اند.

کشور هند به‌طور مشخص، در مناطق شهری و روستایی و مخصوصاً در حوزه زنان؛ با چالش ایجاد فرصت‌های شغلی مواجه است، اما این کشور چگونه می‌تواند مشکلات فوق را پشت سر بگذارد و به سمت رشد آرماتی، حرکت کند؟ کلید این سؤال، روندی به نام مالکیت توزیع شده یا مالکیت توزیع شده (Distributed Ownership) است.

مالکیت توزیع شده، در واقع به یک مدل مالکیت شرکت اشاره دارد که در آن، اعضای سازمان، مالک و اداره‌کنندگان شرکت هستند و در سود و مزایا نیز شریک می‌شوند. این مدل مالکیت، از انعطاف‌پذیری و ظرفیت بسیار بالایی برخوردار است و اگر به‌درستی اجرا شود، قابلیت مقیاس‌پذیری فوق‌العاده وسیعی خواهد داشت.



دو انقلاب صنعتی اول، بر پایه تمرکزگرایی شکل گرفتند. تولید انبوه، به کارخانه‌های عظیم و تصمیم‌گیری متمرکز نیاز داشت، اما اتصالات دیجیتال امروزی، امکان ایجاد مدل‌های توزیع شده تولید را فراهم می‌آورد. علاوه بر این، فرهنگ رو به رشد مصرف، بازار جدید محصولاتی را ایجاد کرده که هم قابل پیگیری هستند و هم می‌توان آنها را در سطوح یا دسته‌های کوچک، شخصی‌سازی و تنظیم کرد. مالکیت توزیع شده، کلید بازار ۵ تریلیون دلاری مصرف پایدار را نیز در دست دارد که از برآورد و انتظارات بازار ۱۰ تریلیون دلاری غذا، مد و خانه در سال ۲۰۳۰ مشتق می‌شود.

باین‌حال اجرای چنین سیستمی در مقیاس وسیع، مستلزم این است که تولیدکنندگان، از مهارت و انگیزه مالکیت و اداره شرکت‌های جهانی برخوردار باشند. چالش فراهم کردن زیرساخت‌های اولیه فیزیکی، دیجیتالی و انسانی، چالش بسیار عظیمی است، اما زمانی که زیرساخت‌ها آماده شوند، مدل فوق‌قابلیت و پتانسیل مقیاس‌پذیری فوق‌العاده‌ای خواهد داشت.

به‌عنوان مثال، شرکت تولیدی بنگلور گرین کرفت (GreenKraft)، پس از شش سال تلاش در راه دستیابی به استانداردهای جهانی، موفق شد تعداد پرسنل خود را از ۲۰۰ به ۱۵۰۰ کارمند زن افزایش دهد. به دنبال آن، تنها در طول یک ماه، ظرفیت درآمدی سالانه این شرکت نیز از ۱۵۰ هزار

دلار به یک‌میلیون دلار افزایش یافت. یک راه‌حل آزمایش شده شرکت بنگلور گرین کرفت، تأسیس سال ۲۰۱۲، یک شرکت تولیدی واقع شده در شهر بنگلور هندوستان است که محصولات خانه و خانواده را با استفاده از فیبر طبیعی تولید می‌کند. برخی از محصولات این شرکت عبارتند از بشقاب‌ها و ظروف گیاهی قابل استفاده مجدد (که نیاز به ظروف پلاستیکی یکبارمصرف را کاهش می‌دهد)، پدهای بهداشتی پارچه‌ای و همچنین لوازم خانگی ساخته‌شده از پوست درخت موز. همان‌طور که ذکر شد، درآمد سالانه گرین کرفت بالغ بر یک میلیون دلار است و این شرکت محصولات خود را به برندهای بومی و بین‌المللی، از جمله خرده‌فروشی نظیر ایکیا، لومبارد، Ecofemme و MotherEarth عرضه می‌کند.

بنگلور گرین کرفت، ۱۷۰۰ تولیدکننده را در استخدام خود دارد که همه آنها سهامدار شرکت هستند. درآمد این تولیدکنندگان، شامل حقوق و دستمزد، سود اشتراکی (در سطح تولیدکننده شرکت) و سهم سود از مالکیت برند است. این امر باعث شده که درآمد فعلی تولیدکنندگان، سه برابر درآمد قبلی آنها باشد. بیش از ۹۰ درصد از تولیدکنندگان گرین کرفت، زن هستند و تعداد قابل توجهی از آنها نیز در پست‌های نظارتی و مدیریتی مشغول به کارند.

**Amul مثالی برای مقیاس‌پذیری**  
شرکت Amul، تأسیس سال ۱۹۴۸، امروزه به‌طور مشترک و توسط ۳۶ میلیون کشاورز و دامدار ایالت گجرات هند اداره می‌شود. Amul بزرگ‌ترین سازمان بازاریابی مواد غذایی در هندوستان است که درآمد سالانه آن به ۴۵ میلیارد دلار می‌رسد. این شرکت هر روز حدود ۱۸ میلیون لیتر شیر تولید می‌کند. این مقیاس وسیع از ساختار سه‌گانه سازمانی به‌دست آمده است: جوامع تعاونی لبنیات در سطح روستا که تحت یک اتحادیه شیر در سطح منطقه با یکدیگر همکاری می‌کنند و یک فدراسیون اتحادیه‌های لبنی منطقه‌ای در سطح ایالت، یکی از ویژگی‌های کلیدی مدل Amul، استقرار کارشناسان حرفه‌ای در حوزه‌هایی است که کشاورزان، فاقد تخصص لازم هستند، مانند بازاریابی و مدیریت زنجیره تأمین. این شرکت موفق شده بین تولیدکنندگان شیر و مصرف‌کنندگان، رابطه مستقیمی برقرار کند. در عین حال، کشاورزان نه تنها کنترل تدارکات و پروسه‌ها را در دست دارند، بلکه مالکیت برند نیز به آنها متکی است. Amul با همین مدل، درآمد کشاورزان خود را طی هفت سال گذشته، چهار برابر کرده است.

**مسیر رشد فراگیر**  
کارآفرینان میکرو (سطح خرد) که کمک مدل مالکیت توزیع شده، نه تنها فرصت درآمدزایی بیشتری کسب می‌کنند، بلکه با عدالت اجتماعی بهتری همراه می‌شوند. آنها از این طریق می‌توانند شرکت‌های خود را در سطح جهانی مقیاس‌دهی کنند و معیشت خود را بهبود دهند. توانمندسازی افراد در زمینه ساخت و توسعه شرکت‌هایی که مالک آن هستند، به توسعه مهارت‌ها و همچنین ایجاد شغل‌های جدید منجر می‌شود و مدل پایدار و مقیاس‌پذیری را برای حمایت از رشد فراگیر، فراهم می‌کند.

منبع: WEFORUM/zoomit

## شبکه‌های اجتماعی راهی برای خلق کسب‌وکارهای نوین است

**تأثیر ظهور و نفوذ شبکه‌های مجازی در کسب و کار**  
یکی از قابلیت‌های نوظهور اخیر فضای کسب‌وکارهای گوناگون، ظهور و نفوذ شبکه‌های مجازی است که علاوه بر اینکه خود، بخش قابل توجهی از ارزش

دنیای دیجیتال و فناوری‌های نوین هر روز با روندی فزاینده، امکانات و دستاوردهای جدیدی را در مقابل انسان قرار می‌دهد که هر کدام از آنها بخشی از زندگی انسان را دستخوش تغییر قرار می‌دهند، که از آن جمله می‌توان به

خلق کسب و کارهای نوین در جهان اشاره کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اینترنت برای مصارف محتوای ویدئویی، استفاده از پلتفرم رسانه‌های اجتماعی آنلاین برای خرید و فروش، برقراری ارتباط و تبادل داده است. از سوی دیگر کشورهای دنیا تلاش دارند تا از این رهاورد عرصه دیجیتال شدن بیشترین بهره را ببرند و هر کدام سهم بیشتری از اقتصاد دیجیتال را به خود اختصاص دهند. به همین منظور با توجه به اهمیت اقتصاد دیجیتالی در جهان، ستاد توسعه فناوری‌های حوزه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در گزارشی سعی داشته است که به بررسی این موضوع در قالب خلق کسب و کارهای نوین در رابطه با استقبال جمعیت جهان به شبکه‌های اجتماعی بپردازد.

برند شرکت‌های فعال در اقتصاد دیجیتال را تصاحب کرده‌اند، به طرز قابل توجهی برهم زنده معادلات در کسب‌وکارهای مختلف نیز شده‌اند. پلتفرم‌های اجتماعی در سطح جغرافیایی در حال رشد و افزایش هستند

در سال ۲۰۱۶، ۲۸ میلیارد نفر، یعنی بیش از یک سوم جمعیت جهان به پلتفرم شبکه‌های اجتماعی، متصل بوده‌اند. براساس آمارهای موجود می‌توان دریافت که پلتفرم‌های اجتماعی به‌سرعت و در سطح جغرافیایی گسترده‌ای در حال رشد و افزایش هستند و کاربران بسیاری را به خود جذب کرده است. همچنین آنچه بیش از پیش توجهات را به خود معطوف کرده است، استفاده از این پلتفرم‌ها جهت انجام کسب‌وکارها است. پلتفرم، یک مدل کسب‌وکار «plug-and-play» است که به شرکت‌کنندگان بسیاری (مشتریان و تولیدکنندگان) اجازه می‌دهد به آن متصل شده، با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و به خلق و مبادله ارزش بپردازند.



## خروجی دانشگاه باید در مسیر حل مشکلات جامعه و کارآفرینی باشد

ستاری گفت تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور امروز به مرز ۴ هزار شرکت رسیده است و این موضوع، بیان‌کننده تحول در نوع نگاه به شرکت‌های دانش‌بنیان، نگاه نو به پژوهش، ایده‌های خلاقانه و رویکرد جدید دانشگاه‌ها است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سهرنا نستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در دومین بخش از سفر به استان بوشهر، به استانداری رفت تا با حضور در جمع مدیران و تصمیم‌گیران استانی حاضر در نشست شورای اداری، ضرورت یک تحول اساسی در نگرش‌ها نسبت به اقتصاد نیروی انسانی جوان و اقتصاد دانش‌بنیان را بیان کند.

ستاری در این نشست، فروش ۶۰ هزار میلیارد تومانی سال گذشته شرکت‌های دانش‌بنیان و رشد این میزان در سال جاری را نشانی از پرتنگ‌تر شدن مفهوم دانش‌بنیان در اقتصاد و زندگی مردم دانست و ادامه داد: تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور امروز به مرز ۴ هزار شرکت رسیده است و این موضوع، بیان‌کننده تحول در نوع نگاه به شرکت‌های دانش‌بنیان، نگاه نو به پژوهش، ایده‌های خلاقانه و رویکرد جدید دانشگاه‌ها است.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور گسترده کردن فرش زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری زیر پای جوانان و کارآفرینان بومی استان را یک ضرورت برای دانش‌بنیان شدن اقتصاد دانست و گفت: جوانان خلاق و نوآور باید بتوانند ایده‌های خلاقانه خود را به میدان عمل بیاورند؛ در این راه نباید مانع حرکت آنان شود و با پایین کشیدن کرکره یک کسب و کار خلاق یا دانش‌بنیان، به یک کارآفرینی لطمه وارد کند.

به گفته ستاری، اگر کارآفرینان این اطمینان خاطر را داشته باشند که کسی نمی‌تواند کسب و کار آنان را تعطیل کند بای در میدان می‌گذرند؛ باید کشور به این باور برسد که تعطیلی هر کسب و کار نوآورانه و ایستادن مقابل کارآفرین، بزرگ‌ترین خیانت به کشور است.

وی با تأکید بر اینکه توسعه باید از دل بوم و فرهنگ بیرون آمده و متناسب با ساختار و ذات آن منطقه باشد، اظهار کرد: آنچه که توسعه واقعی و مبتنی بر پیشرفت را به ارمان می‌آورد، توسعه‌ای است که از بوم یک منطقه ایجاد شود؛ اگر توسعه با وابستگی به خام‌فروشی و منابع نفتی بنا شود، معضلاتی به وجود می‌آورد که امروز شاهد آن هستیم.



# فیس بوک: روزانه یک میلیون پروفایل جعلی مسدود می کنیم

مدیر عملیاتی فیس بوک «شریل سندبرگ» هفته گذشته سعی کرد بار دیگر آبروی رفته این شبکه اجتماعی را بازگرداند و به کاربران اطمینان خاطر دهد که فیس بوک بالاخره از اشتباهاتش درس گرفته است. برای مثال اکنون این شبکه اجتماعی روزانه یک میلیون پروفایل جعلی مسدود می کند.

سندبرگ طی صحبت‌هایش در کنفرانس سالانه DLD مونیخ آلمان اعلام کرد که فیس بوک ۷.۵ میلیون دلار به تشکیل موسسه نظارت بر اخلاقیات هوش مصنوعی کمک مالی کرده است. همچنین این کمپانی به همکاری با دولت آلمان پرداخته تا امنیت اطلاعات انتخابات این کشور را فراهم کند.

او طی صحبت‌هایش مدعی شد فیس بوک رویای دنیا و اینترنتی باز و مرتبط را در سر می پروراند، اما بسیاری تهمت‌های زیادی به این شرکت می‌زنند و سعی دارند وجهه غلطی از ما به مخاطب نشان دهند.

به گفته وی، در این میان هرکرا برای نفع شخصی و دولت‌ها برای میرا کردن اتهامات وارده و دولتمردانی که سعی دارند مردم را ساکت یا کنترل کنند همواره به فیس بوک حمله می کنند.

با این وجود به باور او اصل اول این شبکه اجتماعی بر پایه اعتماد نهادینه شده و فیس بوک باید در برابر این حملات ایستادگی کرده تا اطمینان خاطر کاربران را فراهم کند. در ادامه او اعلام کرد که فیس بوک روی پنج امر مهم تمرکز کرده تا هر چه سریع تر اعتبار این شبکه اجتماعی را بازگرداند:

- امنیت: شمار نیروی‌های این بخش نسبت به سال ۲۰۱۷ سه برابر شده و اکنون به ۳۰ هزار نفر می‌رسد. آنها سعی دارند تا با توسعه تکنولوژی‌های جدید و استفاده از هوش مصنوعی، امنیت دیتای کاربران را فراهم کنند و در حفظ حریم شخصی داده‌های افراد تلاش کنند.

- پروفایل جعلی: سندبرگ مدعی شده که این شرکت روزانه یک میلیون پروفایل جعلی مسدود می‌کند تا تنها اشخاص حقیقی در فیس بوک حضور داشته باشند.

- دخالت در انتخابات: مدیر عملیاتی این شبکه اجتماعی خاطر نشان کرد که در سال ۲۰۱۶ این شبکه اجتماعی موفق نشده جلوی سوءاستفاده دولت‌ها از دیتای کاربران را بگیرد. با این وجود اکنون شرایط تغییر کرده و این شرکت سعی دارد در آینده امنیت اطلاعاتی انتخابات کشورهایی نظیر آلمان را فراهم کند.

- حفاظت اطلاعات: سندبرگ در این زمینه گفته که در گذشته فیس بوک عملکرد مطلوبی در زمینه حفاظت اطلاعات بر جای نگذاشته، اما اکنون این شبکه اجتماعی قصد دارد این فاکتور را در نظر بگیرد.

- شفافیت‌سازی: مدیر عملیاتی فیس بوک باور دارد در آینده تمام تلاش آنها روی این قسمت خواهد بود و کاربران می‌توانند با استناد به این مسئله بار دیگر به فیس بوک اعتماد کنند.

## زنجیره توسعه کسب و کار زنان دارای حلقه‌های مفقوده بسیاری است

مدیرکل دفتر امور بانوان و خانواده استانداری مرکزی تاکید کرد زنجیره توسعه کسب و کار زنان، دارای حلقه‌های مفقوده بسیاری است و رفع مشکلات موجود ضرورت دارد. به گزارش خبرنگار آنلاین استان مرکزی، زهرا فرجی در نشست تخصصی بانوان کارآفرین و فعال اقتصادی به مناسبت چهارمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی که با حضور استاندار تشکیل شد، به لزوم راه‌اندازی مراکز توسعه کسب و کار زنان با ایجاد یک زنجیره کامل در استان‌ها اشاره کرد و گفت: با وجود برگزاری دوره‌های مختلف مهارت‌آموزی، اما تاکنون خروجی چندان مناسبی در جهت افزایش کسب و کار در میان زنان به همراه نداشته است.



### یادداشت

## ۴ ویژگی رهبرانی که آینده را تشکیل خواهند داد

قانون تجدیدنظر شخصی، بسیار دشوار و کاملاً ضروری بود. او هشدار می‌دهد که «غلب اوقات، احساس افتخار برای جدیدترین ایده مانع دیدن ایده بعدی می‌شود». رهبرانی که برای آینده مناسب هستند، می‌دانند چه زمانی خود را در هم بشکنند.

### خوش‌بین و دارای ذهنی قوی

رهبری هم احساسی و هم عقلانی است؛ گونه‌ای که خودمان را معرفی می‌کنیم، نگرش و چشم‌اندازی که از خود نشان می‌دهیم آنچه که لازم است برای تغییر عمیق در دوران اشفنگی ایجاد کنیم را مشخص می‌کند. جان گاردنر، محقق افسانه‌ای زندگی سازمانی، استدلال می‌کند که رهبران بزرگ، «خوش‌بینی سخت‌گیرانه» را از خود نشان می‌دهند. او می‌گوید: «آینده، به دست افرادی که به آن اعتقاد ندارند شکل نمی‌گیرد بلکه توسط افراد بسیار محرک، علاقه‌مند و توسط مردان و زنانی ایجاد می‌شود که چیزی را بسیار می‌خواهند یا بسیار باور دارند.» ورنون هیل، کارآفرینی که شرکت جوانس، مترو بانک، آینده خدمات مالی در انگلستان را تغییر می‌دهد، انرژی و اعتماد به نفسی را از خود نشان می‌دهد که واگیردار است. درست است که مدل کسب و کار یا تکنولوژی پیشرفته، یک زمینه مناسب برای سرویس‌های گمراه‌کننده ایجاد می‌کند، اما این ذهنیت او است که رشد سریع بانک را تعریف می‌کند. او می‌گوید: «اگر ما انرژی خود را حفظ نکنیم، به پیمایی که قصد انتقال آن را داریم آسیب وارد می‌شود.» به همین دلیل است که این شرکت به دنبال رهبران با علاقه شخصی به بانک است. شما نمی‌توانید آینده‌های موفق برای شرکت‌تان بسازید، مگر اینکه در مورد آنچه که در آینده وجود دارد، هیچان زده باشید.

### مشاقق به آزمایش

یک راز کثیف در مورد آینده وجود دارد که بسیاری از ما نمی‌خواهیم با آن روبه‌رو شویم: حتی بزرگ‌ترین پیشرفت‌ها براساس پروژه‌ها، محصولات و ابتکاراتی که شکست خوردند، ساخته شده‌اند. به همین دلیل رهبرانی که برای آینده مناسب هستند، از بسیاری از ایده‌ها پشتیبانی می‌کنند، با دانستن اینکه اکثر آنها مطابق برنامه‌ریزی پیش نمی‌روند، تا تعداد کمی از آنها که بیشتر از حد تصور پیش می‌روند را کشف کنند. آیا مدیر اجرایی وجود دارد که روحیه آزمایش‌ش بهتر از جف بزوس باشد؟ مدیر اجرایی آمازون ثروتمندترین فرد در جهان است و آماده برای پذیرش ایده‌هایی است که کار نمی‌کنند. بزوس توضیح می‌دهد: «اگر قصد داریم شرط‌های جسورانه‌ای انجام دهیم، آنها آزمایش می‌شوند و اگر آزمایش باشند، از قبل نمی‌دانید کار می‌کنند یا خیر.» رهبرانی که برای آینده مناسب هستند، متوجه می‌شوند که هیچ موفقیتی بدون شکست و پسرقت وجود ندارد. مانند تمامی چارچوب‌ها، تقسیم‌بندی ذکر شده ساده‌سازی شده است و بسیاری از ما نمی‌توانیم فقط در یک طبقه خاص قرار بگیریم، اما برای بسیاری از ما، پذیرفتن هر چه بیشتر این ویژگی‌ها به کار سخت برای تغییر بزرگ کمک خواهد کرد. هیچ تضمینی وجود ندارد که یک نگرش خاص به شما در پیشبرد آینده برای سازمان‌تان و یا خودتان کمک کند، اما اگر هر یک از ما بدانیم که کدام یک از این عادت‌های ذهنی مناسب ما است، ممکن است برای ساخت آینده مناسب شویم. رهبرانی که سازمان‌های خود را به جلو هدایت می‌کنند، کسانی هستند که می‌توانند آنچه را که همیشه انجام داده‌اند، را دوباره برانداز کنند، محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهند را تصحیح کنند و آزمایش‌های جسورانه‌ای در مورد آنچه که بعداً می‌آید انجام دهند. آیا شما این نوع رهبر هستید؟

منبع: HBR/ucan

بیل تایلر، نویسنده و یکی از بنیانگذاران fast company معتقد است رهبرانی که آینده را تشکیل می‌دهند دارای ویژگی‌های خاصی هستند. او این ویژگی‌ها را با ما به اشتراک می‌گذارد. آلن کی، مربی و طراح کامپیوتر، اعلام کرد: «بهترین راه برای پیش‌بینی آینده این است که آن را بسازیم.» اما چه چیزی برای ساختن آینده در چنین دنیای متلاطم و ناآرام نیاز است؟ چگونه سازمان‌های موفق براساس تاریخچه خود آینده را می‌سازند، حتی دیدگاه جدیدی در مورد آنچه که بعداً می‌آید، ایجاد می‌کنند؟ چگونه مارک‌های پایدار به هدف اصلی خود پایبند می‌مانند، در حالی که با مشتریان جدید با مقادیر و ترجیحات مختلف ارتباط دارند؟ چگونه مدیران اجرایی می‌دانند دانش و مهارت‌هایی که به سختی به دست آوردند قدرت تخیل‌شان را محدود نمی‌کند؟ اینها سوالاتی هستند که سازمان‌ها و رهبرانی که بهترین سال‌های‌شان را پیش رو دارند و رهبرانی که هنوز در گذشته گیر کرده‌اند را از هم جدا می‌کند. من در تحقیقاتم برای کتاب‌هایم و شغلم در HBR این را سلوچو قرار دادم تا توجه زیادی را به رهبرانی که با این سوالات انرژی می‌گیرند و با تفکر به آنها فلج نمی‌شوند داشته باشم. همان‌طور که من در مورد آن رهبران و در مورد عادت‌های ذهنی که به آنها انگیزه می‌دهد تحقیق می‌کردم، متوجه شدم که اکثر آنها در یکی از چهار دسته طبقه‌بندی می‌شوند:

### مشاقق یادگیری

یکی از جنبه‌های خوب رهبر بودن این است که شما می‌توانید یک معلم باشید و با به اشتراک‌گذاری دانشی که در طی یک دوره حرفه‌ای به دست آورده‌اید به همکاران جوان گرسنه برای یادگیری کمک کنید، اما وقتی که پای ساختن آینده پیش می‌آید، مؤثرترین رهبران دانش‌آموزان سیری‌ناپذیر هستند. رهبران خلاق همیشه از خود می‌پرسند: «آیا من به همان سرعتی که جهان تغییر می‌کند در حال یادگیری هستم؟» گری ریچ، مدیرعامل شرکت WD-40، ممکن است سیری‌ناپذیرترین دانش‌آموزی باشد که می‌شناسم. او نوآوری‌های بزرگی را ایجاد کرده و بر رشد بی‌سابقه نظارت داشته است. رمز موفقیت WD-40 چیست؟ ریچ با ساخت سازمان «دیوانگان یادگیری» که مشاقق تعامل با فناوری‌های جدید و مدل‌های کسب و کار هستند گروهی از مدیران و مهندسين را به نام «تیم فردا» به منظور ترویج یادگیری در سراسر شرکت ایجاد کرده است. سؤال مورد علاقه او از همکارانش در تست اشتیاق آنها برای یادگیری، این است «آخرین باری که برای اولین بار کاری را انجام دادید کی بوده است؟» رهبرانی که برای آینده مناسبند مصمم هستند یادگیری را با همان سرعتی که جهان در حال تغییر است، ادامه دهند.

### تجدیدنظر شخصی

هر چقدر بیشتر در یک صنعت کار کرده باشید و موفقیت بیشتری کسب کرده باشید، سخت‌تر می‌توانید الگوها، امکانات جدید و مسیرهای جدیدی برای آینده را ببینید. اغلب اوقات، رهبران ارشد اجازه می‌دهند آنچه که می‌دانند قوه تخیل‌شان را محدود کنند. این یک مشکل بزرگ است: با ایده‌های قدیمی نمی‌توانید آینده را بسازید، حتی اگر آن ایده‌ها در گذشته کار کرده باشند. روسان هگاردی، یکی از فعالان بزرگ اجتماعی، تأثیر زیادی در مبارزه با بی‌خانمانی ایجاد کرده است، اما بزرگ‌ترین (و انقلابی‌ترین) دستاورد او، کمپین ۱۰۰۰۰۰ خانه، نیازمند این بود هر چیزی که در مورد نیت خود می‌دانست را به چالش بکشد. او گفت: «من تسلیم ترسم شدم و ما راهی برای حل مشکل که به طور ذاتی محدودکننده بود، ایجاد کردیم ما مجبور بودیم خودمان را بکوبیم.» این

## حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان زیست‌فناوری با مدل سرمایه‌گذاری جسورانه

دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی، در ادامه بیان کرد: ما به عنوان سرمایه‌گذار ریسک‌پذیر عمل می‌کنیم. ستاد با مدیریت فعالانه و برنامه‌ریزی درست، در ایجاد ارزش افزوده این شرکت‌ها نقش مهمی ایفا می‌کند.

وی معتقد است که به کمک این روش سرمایه‌گذاری، شرکت‌های نوپا بسا خیالی آسوده‌تر و خلاقانه‌تر می‌توانند فعالیت مورد نظر خود را انجام دهند و به توسعه و پیشرفت برسند.

قانعی همچنین تصریح کرد: ستاد، توسعه موضوعات حوزه زیست‌فناوری را حمایت می‌کند، اما صنعتی شدن این موضوعات، برعهده نهادهای است که وام‌ها و تسهیلاتی را برای توسعه صنعتی اختصاص می‌دهند.

شرکت زیست تخمیر به عنوان یکی از نخستین شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه تولید فرآورده‌های دارویی به شمار می‌رود. این شرکت، دانش‌بنیان و خودکفا است و کمترین نیاز به واردات را دارد. زیست تخمیر در چند سال اخیر شرایط تولید خود را ارتقا داده و تجهیزات تولیدی در بخش ساشه و قرص و کپسول را به‌روز کرده است.



دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی، گفت ستاد با اجرای مدل سرمایه‌گذاری جسورانه از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در حوزه زیست‌فناوری حمایت می‌کند. مطلقاً قانعی، دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی

و فناوری ریاست جمهوری در بازدید از شرکت دانش‌بنیان زیست تخمیر، با اشاره به حمایت ستاد از شرکت‌های دانش‌بنیان، بیان کرد: ستاد به کمک مدل سرمایه‌گذاری جسورانه از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت می‌کند. در واقع این مدل، نوعی تأمین سرمایه برای شرکت‌ها و کسب‌وکارهایی است که مستعد جهش و رشد ارزش هستند. البته این مدل حمایتی ریسک فراوانی دارد.

وی افزود: توسعه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر، موتور محرک و محور اصلی رشد محصولات جدید در عرصه زیست‌فناوری است.

قانعی در ادامه تصریح کرد: این شرکت‌ها در مراحل ابتدایی رشد و تکامل اقتصادی خود، مورد توجه سرمایه‌گذاران هستند. این سرمایه‌گذاران با ارزیابی دقیق، شکاف سرمایه و کمبود نقدینگی شرکت‌های کارآفرین را جبران می‌کنند.

## پر درآمدترین استارت‌آپ‌های هوش مصنوعی در سال ۲۰۱۸

یادگیری عمیق است. این استارت‌آپ، توانست در سال ۲۰۱۸ بیش از یک میلیارد دلار درآمد کسب کند و بیشترین درآمد را در حوزه هوش مصنوعی داشته باشد. استارت‌آپ دیگری که آن هم در چین واقع

شده، «یوبی تک رباتیکز» UBTECH (Robotics) نام دارد. این استارت‌آپ که در سال ۲۰۱۲ بنیان‌گذاری شد، در حوزه روباتیک و هوش مصنوعی فعالیت دارد. یوبی تک رباتیکز که با موفقیت روبات‌های شبه انسان را برای استفاده‌های تجاری تولید کرده است، در سال ۲۰۱۸ حدود ۸۲۰ میلیون دلار درآمد داشت. استارت‌آپ آمریکایی «زیمرجن» (Zymergen) که در کالیفرنیا واقع شده، یک استارت‌آپ در حوزه زیست‌فناوری است. این استارت‌آپ که فناوری یادگیری ماشینی را با علم ژنومیک در هم آمیخته، در سال ۲۰۱۸ موفق شد حدود ۴۰۰ میلیون دلار درآمد کسب کند. زیمرجن، ژنوم را مانند یک فضای پژوهشی می‌بیند و از یادگیری ماشینی برای کشف موضوعاتی فراتر از بینش انسان استفاده می‌کند.



سایت تک‌کراچ، فهرست سه استارت‌آپ پردرآمد حوزه هوش مصنوعی در سال ۲۰۱۸ را منتشر کرد. به گزارش ایسنا و به نقل از تک‌کراچ، به نظر می‌رسد هوش مصنوعی به زودی جای انسان را

در بسیاری از کارها بگیرد و حتی با وجود تلاش برخی کشورها برای پیشگیری از این موضوع، حضور آن روز به روز بیشتر احساس می‌شود. با گسترش حضور هوش مصنوعی در حوزه‌های گوناگون از جمله فناوری، شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های بسیاری در این زمینه به وجود آمده‌اند. در طول سال‌های اخیر، سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های هوش مصنوعی با سرعت رو به افزایش بوده است و این استارت‌آپ‌ها، درآمد بسیاری از فعالیت‌های خود به دست می‌آورند، اما ممکن است این استارت‌آپ‌ها، واقعا در حوزه هوش مصنوعی طبقه‌بندی نشوند. در اینجا، به برخی از استارت‌آپ‌های پردرآمدی اشاره می‌شود که در سال ۲۰۱۸ ثبت شده‌اند. استارت‌آپ چینی «سنس‌تایم» (SenseTime)، مهارت بالایی در ردیابی چهره دارد و بیشتر تمرکز آن، بر بینش رایانه‌ای و

## بهترین و بدترین کمپین‌های برندینگ ۲۰۱۸

برندها هر سال میلیاردها دلار برای کمپین‌های تبلیغاتی هزینه می‌کنند اما این دلیلی بر موفقیت آنها نیست. در سالی که گذشت، کمپین کدام برندها بهترین بوده‌اند؟ هر سال میلیاردها دلار در برندینگ سرمایه‌گذاری می‌شود. برخی از آنها خوب و جذاب هستند، اما برخی دیگر علاوه بر هزینه زیاد، عملکرد چندان خوبی ندارند. در سالی که گذشت، بسیاری از برندها روی سبک خودشان سرمایه‌گذاری کرده و برخی دیگر از روش‌های شناخته‌شده و معروف کمک گرفتند. در ادامه این مقاله به بررسی تعداد بیشتری از بهترین و بدترین کمپین‌های تبلیغاتی در سال اخیر می‌پردازیم.

## بهترین‌ها

## ۱- کمپین الکساندریا اوکاسیو کورتز

یکی از داستان‌های موفق سیاسی سال گذشته، موفقیت الکساندریا اوکاسیو کورتز، دموکرات سوسیالیست است. او توانست با یک بودجه ۲۰۰ هزار دلاری، رقیب خود یعنی جو کراولی را با بودجه ۳ میلیون دلاری شکست دهد. او ۲۹ سال دارد و جوان‌ترین شخصی است که تا به حال در کنگره حضور پیدا کرده است. دلیل موفقیت او چیست؟ یکی از دلایل موفقیت او، تبلیغات فوق‌العاده خوبی است که شرکت Tandem Design NYC برای او انجام داد. در این کمپین از زبان بصری جنبش‌های مردمی استفاده شده بود که پیشتر توسط فعالان مدنی و کارگری مانند دولورس هورتا و سزار چاوزی استفاده شده بود. این کمپین تبلیغاتی بعد از تبلیغات اولیاما در سال ۲۰۰۸ به یکی از امیدوارکننده‌ترین، متحول‌کننده‌ترین و الهام‌بخش‌ترین کمپین‌های تبلیغاتی سیاسی تبدیل شد.

## ۲- اوبر

شرکت تبلیغاتی Wolf Olins، لوگوی قدیمی اوبر را به یک لوگوی قابل درک با مفهومی دوستانه تبدیل کرده است. از آنجایی که ارزش سهام این شرکت بعد از انتشار چند داستان در سال‌های گذشته به شدت پایین آمد و اکنون مداری شکل آن معنای خاصی نداشت، تغییرات جدید حرکت هوشمندانه‌ای بود که این برند را بیشتر از گذشته در دسترس کاربران نشان می‌دهد و آن را برای عرضه عمومی سهام در آینده آماده می‌کند.

## ۳- گوگل

چگونه متوجه شویم محصولاتی که توسط گوگل ارائه می‌شوند، واقعا توسط این شرکت منتشر شده‌اند؟ این مسئله نه تنها مشکل گوگل؛ بلکه یکی از بزرگ‌ترین مشکلات شرکت‌های بزرگ و در حال رشد است، اما ابزار تم مترال جدید گوگل، رنگ‌ها و انحنایهایی که به نام گوگل می‌شناسید را در هر بیت از رابط آن ترجمه می‌کند. مترال تمینگ ابزاری معرفی شده از سوی گوگل است که تمامی برندها می‌توانند از آن استفاده کنند.

## ۴- اسباب‌بازی فروشی Toys «R» Us

بسته‌شدن فروشگاه‌های Toys «R» Us یکی از بدترین شکست‌های برندهای دنیای خرده‌فروشی در سال ۲۰۱۸ بود، اما پیش از اینکه این غول سباسبازی چند تنگ شده و فروخته شود، از آژانس تبلیغاتی Lippi cott برای بازسازی برند کمک گرفت. بازسازی برند با ارائه مجموعه‌ای از بازی‌های سه‌بعدی ایده بسیار خوبی بود که متأسفانه عملی نشد و شکست خورد.

## ۵- هواشناسی Weather Channel

و در چنل یکی از کانال‌های معروف هواشناسی است که عده زیادی برای مشاهده پیش‌بینی وضعیت آب‌وهوای منطقه خود به آن مراجعه می‌کنند. این برند در سالی که گذشت، تصمیم گرفت ریسک بزرگی انجام دهد و پیش‌بینی آب‌وهوا را با واقعیت افزوده ترکیب کند. گردهمایی که با واقعیت افزوده ساخته شده‌اند و دیوارهای استودیو را خراب می‌کنند، سیل‌هایی که ماشین‌ها را با خود می‌برند و آتش‌سوزی‌هایی که در دامنه کوه‌های کالیفرنیا رخ می‌دهند، از وقایعی هستند که در کمپین تبلیغاتی این برند با استفاده از تکنولوژی واقعیت افزوده طراحی شده و مردم از آن استقبال کرده‌اند.

## ۶- انتقام‌جویان: جنگ ابدیت

دیزنی، شرکت مارول را در سال ۲۰۰۹ خرید و تصمیم گرفت آن را به یکی از برندهای محبوب و در حال گسترش تبدیل کند. فیلم «انتقام‌جویان: جنگ ابدیت» یکی از بهترین فیلم‌هایی است که نام این شرکت را در سال جاری سر زبان‌ها انداخت. این شرکت طی ۱۰ سال ۱۸ فیلم ساخته و با ترکیب شخصیت‌ها، داستان‌ها و موسیقی متن منحصر به فرد به یکی از غول‌های این صنعت تبدیل شده است. جنگ ابدیت به‌تنهایی ۲ میلیارد دلار در سراسر جهان فروش داشت و قسمت بعدی آن سال جدید اکران خواهد شد.

## متوسط‌ها

## ۱- امریکن اکسپرس

امریکن اکسپرس بعد از گذشت ۳۰ سال تصمیم گرفت لوگوی خود را تغییر دهد و برای این کار از شرکت Pentagram کمک گرفت. در لوگوی جدید، حروف کمی تیز شده‌اند، رنگ پیش‌زمینه آبی تیره شده و نام آن به Am Ex تغییر کرده است.

## ۲- میل چیمپ

شاید کمتر کسی پیدا شود از تغییر لوگوی برند میمون این شرکت به نقاشی‌های سبک جدید طرفداری کند. پلنرتم بازارپایی ایمیلی این شرکت همچنان با همان لوگوی معروف کله میمون فعالیت می‌کند و می‌توان گفت این برند بین دو احساس و مفهوم متفاوت گیر افتاده است.

## بدترین‌ها

## ۱- کمپین Be Best

این کمپین توسط بانوی اول آمریکا یعنی ملانیا ترامپ طراحی شده و هدف آن ارتقای رفاه و امنیت کودکان است. این کمپین علاوه بر هدف خوبی که دارد، طراحی چندان مناسبی نداشته و تبلیغات آن به‌عنوان یکی از بدترین کمپین‌ها شناخته شده است.

## ۲- کوکاکولا

فونت رسمی و جدید کوکاکولا نیز به‌نام Unity به‌عنوان یکی از بدترین کمپین‌های تبلیغاتی شناخته شده است. کارشناسان معتقدند فونت جدید باید داستان قدیمی بازارپایی این شرکت، یعنی «کوکاکولا می‌تواند جهان را متحد کند» را تقویت کند. این برند نیز پیشتر آب‌معدنی‌های داستانی را به‌عنوان آب چشمه‌های طبیعی می‌فروخت، اما مدتی بعد معلوم شد آب آن در واقع همان آب تصفیه‌شده معمولی است که با قیمت دو دلار فروخته می‌شود. با تمام این اتفاق‌ها به نظر می‌رسد شاید عمر این برند بزرگ صنعت نوشابه رو به پایان باشد.

## ۳- بلندنینگ

بلندنینگ یکی از بدترین ترندهای برندینگ سال ۲۰۱۸ و به‌معنای تقلید کورکورانه و پیروی کردن از دیگران برای بهتر دیده شدن است؛ مانند بسیاری از برندهای اینستاگرامی که همه یک شکل به نظر برسند. برندهایی که بخش قابل توجهی از لوگوی آنها سفید است، تنها یک محصول می‌فروشند و نام‌های عجیب‌وغریبی دارند.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

## کلیدهای طلایی یک تبلیغ ماندگار (۳)



Propaganda که در زمینه حفاظت از گونه‌ها در حال انقراض در کشور برزیل فعالیت دارد. برای کاهش میزان تصادفات رانندگان با حیوانات، دست به اعمال تغییراتی روی تابلوهای راهنمایی و رانندگی زده و آیکن‌های شبکه‌های اجتماعی محبوب را جایگزین علامت‌های موجود و رایج آن کرده است. میزان ظرافت این امر به حدی است که ضمن حفظ پیام تابلو اعلانات، افراد به علت به کار بردن آیکن‌های شبکه‌های اجتماعی که روزانه چندین بار با آنها سروکار دارند، با سرعت بیشتری پیام‌ها را مشاهده می‌کنند. جالب است بدانید که پس از اجرایی شدن این طرح، میزان تصادفات در این زمینه با کاهش چشمگیر در مقایسه با سال‌های گذشته مواجه شد.

## ۲۶- از مفاهیم موجود برای بیان پیام خود استفاده کنید

در این رابطه شرکت تولیدکننده سس‌های تند Tabasco به شکلی کاملا حرفه‌ای عمل کرده و برای بیان میزان تندی محصولات خود دهان و لب فردی را به شکل یک کوه به نمایش گذاشته است که روی آن مواد مناب در حال جوشش هستند. در واقع پیام این تصویر با یک رخداد طبیعی پیوند خورده است تا مفهوم مورد نظر به شکلی بهتر و در قالبی جذاب‌تر ارائه شود.

## ۲۷- از خود محصولات تولیدی به شکلی خلاقانه برای بیان پیام خود استفاده کنید

از این روش، شرکت تولیدکننده ماکارونی Barilla استفاده مطلوب را برده است. در واقع در تصویر تبلیغاتی این شرکت، رشته‌های ماکارونی به شکل منور و آتش‌بازی درآمد است و در پایین آن سال نو را تبریک گفته‌اند که در نوبه خود بسیار جذاب است.

## ۲۸- از عناصر فانتزی نیز استفاده کنید

در این رابطه شرکت تولیدکننده مایه چاه باز کن Fahrenheit تصویری از موارد بیرون آمده از یک دریچه یک چاه را به نمایش درآورده است که به شکل یک فیل عظیم‌الجثه است. این تصویر به خوبی ضرورت استفاده ماهانه از این محصول برای جلوگیری از ازدحام آشغال‌ها در لوله و شبکه فاضلاب را به نمایش درآورده است.

## ۲۹- کیفیت کار خود را به رخ بکشید

در این زمینه شرکت چاپ Blomberg از یک متن برای تصویر تبلیغاتی خود استفاده کرده است که در آن متنی را به نمایش قرار داده است که جا افتادن یک عبارت آن باعث شده تا مفهوم کاملا دگرگون شود. در پایین آن نیز اشاره شده است که اطمینان حاصل کنید اخبار درست به شکلی درست به چاپ می‌رسد. بدون شک این امر به خوبی اهمیت یک چاپ درست و کامل را به اثبات رسانده است.

## ۳۰- از نقاشی‌ها و وقایع معروف تاریخی برای بیان منظور خود استفاده کنید

در این زمینه شرکت لگو (لگو) و بزرگ‌ترین شرکت تولیدکننده لوازم بازی و سرگرمی) تصویری از نقاشی معروف آفرینش آدم (اثر مایکل آنجلو) را به نمایش گذاشته است که در آن از تصویر دست اسباب بازی و دست کودک استفاده شده است. بدون شک مفهوم موجود در نقاشی موجود، به خوبی توسط این تصویر نیز در راستای هدف تجاری شرکت مذکور انتقال یافته است.

منبع: canva

توجه داشته باشید که افراد دو منبع برای اتخاذ تصمیمات خود دارند که اولی عقل و دومی احساسات آنها محسوب می‌شود. بدون شک تحریک احساسات در مقایسه با قانع کردن عقل، کاری آسان‌تر بوده و به همین خاطر لازم است تا در تبلیغات خود آن را مورد توجه جدی قرار دهید. برای مثال شرکت Lowe که در موارد قبلی نیز در رابطه با آن صحبت شد، در تبلیغی دیگر فردی را به نمایش قرار داده است که با پاهایی قطع شده و روی ویلچر در حال نشان دادن علامت دوربرگردان راهنمایی و رانندگی است. در واقع این عکس به خوبی پیامد عدم رعایت قوانین را نشان داده و مخاطبان را به حفاظت از خود برای تکرار نشدن چنین رخداد‌های دردناکی توصیه می‌کند.

## ۲۲- به موارد مورد نظر خود جنبه انسانی دهید

برای ارتباط برقرار کردن هرچه بهتر، افراد نیاز دارند تا گزینه مورد نظر شما را به خود نزدیک تصور کنند. برای رسیدن به این هدف، این امر که به محصولات خود جنبه انسانی بدهید، بدون شک تأثیرگذار خواهد بود. برای مثال شرکت پست M&C Saatchi تصویری از متن یک پیام را به نمایش گذاشته است که به شکل یک انسان درآمد و خواننده خود را در آغوش گرفته است. منظور از این تصویر نیز این است که یک پیامی که در مدت زمانی کوتاه به دست خواننده برسد، می‌تواند تأثیری معادل یک دیدار مستقیم را داشته باشد.

## ۲۳- از موارد ساده به شکلی خلاقانه استفاده کنید

بدون شک تبلیغات میدان بروز خلاقیت‌ها است. در این رابطه این امر که از موارد بسیار ساده استفاده کنید، خود جذابیت بسیار بالایی را به همراه خواهد داشت. میزان موفقیت این امر به حدی است که با نگاهی به تبلیغات خلاقانه و نوآورانه برتر، با تعداد بی‌شماری از موارد کاملا ساده مواجه خواهید شد. در این رابطه سازمان حمایت از محیط زیست (World Wildlife Federation) تصویر دستی را به نمایش گذاشته است که روی آن تصویر حیوانات جنگل نقش بسته است. در واقع هدف اصلی از این اقدام، نشان دادن این است که دیده شدن و حفظ این حیوانات، کاملا به دست‌ها و اقدامات تک‌تک افراد بستگی خواهد داشت.

## ۲۴- برای توجه به جزئیات موجود در یک تصویر، آن را در جهت مورد نظر خود ویرایش دهید

ویرایش‌های تصاویر از جمله ابزارهایی محسوب می‌شوند که به شما کمک خواهند کرد تا دست شما برای بیان منظور خود کاملا باز باشد. در این رابطه جولیانا وات (مدیر اجرایی کمپین آگاهی عمومی) تصویری از یک زن را به نمایش گذاشته است که درون آن جنگلی در حال سوختن قرار داده شده است. منظور از این تصویر ترکیبی نیز این است که آتش‌سوزی جنگل‌ها در نهایت به نابودی نسل بشر منجر خواهد شد. بدون شک سهیل‌انگاری‌های انسانی خود از جمله عوامل مهم در این آتش‌سوزی‌ها محسوب می‌شود که این تصویر کاملا مرتبط با هدف است.

۲۵- از آیکن‌های محبوب برای جلب نگاه افراد استفاده کنید  
بدون شک افراد برخی چیزها را در طول روز بیشتر مشاهده خواهند کرد. همین امر نیز باعث می‌شود تا چشم افراد به آنها عادت کرده و قدرت تشخیص موارد مذکور به شدت افزایش یابد. شما نیز می‌توانید در تبلیغات خود از این ویژگی جالب استفاده کنید. برای مثال شرکت Leiate

مترجم: امیر آل علی

در شماره پیشین به ۱۷ مورد از کلیدهای طلایی یک تبلیغ ماندگار اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

## ۱۸- مقایسه‌ها را به بازی بگیرد

برای نشان دادن و درکی درست از میزان بزرگی و یا کوچک بودن یک چیز، قرار دادن آن در کنار مواردی هم‌ساز می‌تواند تأثیر تصویر تبلیغاتی شما را افزایش دهد. در این رابطه توجه داشته باشید که اقدامات شما می‌تواند کاملا حالت اغراق آمیز را داشته باشد. علت این امر نیز به این خاطر است که هدف شما تنها نشان دادن مقوله اندازه خواهد بود که بدون شک به این شکل جذابیت کار افزایش چشمگیر را پیدا خواهد کرد. برای مثال شرکت مینی (تولیدکننده انواع خودروهای کوچک و فشرده) در تبلیغی جالب محصول خود را در کنار کفش دوزک‌ها قرار داده است که با یکدیگر در حال بالا رفتن از یک برگ هستند. در این رابطه توجه داشته باشید که در تصویر تنها، مقیاس و اندازه خودرو به خوبی نمایش داده نخواهد شد. با توجه به این امر که کوچک بودن خودروهای تولیدی این برند بزرگ‌ترین مزیت آن محسوب می‌شود، به همین خاطر لازم است تا این امر به خوبی به نمایش گذاشته شود که قرار دادن تصویر در کنار مواردی که اندازه آنها به خوبی مشخص است، از جمله راهکارهای جذاب در این زمینه محسوب می‌شود.

## ۱۹- تصاویر را برای خلق موردی جدید و مرتبط با هدف خود، ترکیب کنید

افراد به خوبی هنگامی که هدف شما با مصداق‌ها ترکیب شود، منظور و پیام اصلی را دریافت خواهند کرد. برای مثال شرکت Lowe که در زمینه بهداشت و درمان فعالیت دارد، برای نشان دادن اهمیت شستن دست‌ها قبل از هر وعده غذایی، تصویر سگی را در قالب یک نان کامل درآورده است. در زیر آن نیز این پیام به چشم می‌خورد، شما آن چیزی را که لمس می‌کنید خواهید خورد. در واقع این عکس به خوبی موفق شده است تا پیام و مقصود اصلی موسسه مذکور را منتقل کند.

## ۲۰- نقاشی را به عکس اضافه کنید

در موارد گذشته مشاهده کردید که اطلاعات تکمیلی یک عکس می‌تواند به وسیله متن جبران شود. با این حال همواره متن قدرت بیان مقصود شما را نداشته و به همین خاطر توصیه می‌شود تا از نقاشی در این رابطه استفاده کنید. برای مثال Black Swan Life's که در زمینه تولید تجهیزات دریانوردی و غواصی فعالیت دارد، در یکی از تصاویر تبلیغاتی خود، مردی در حال خواب را به نمایش درآورده است که با کمک نقاشی تجهیزات و محیط دریا پیرامون وی شکل گرفته است، به نحوی که به مخاطب این حس دست خواهد داد که وی مشغول غواصی است. در واقع هدف از این کار این بوده است که نشان دهد کار با محصولات تولیدی این برند تا حدی راحت است که افراد حتی در خواب و با چشمانی بسته نیز می‌توانند این کار را انجام دهند.

## ۲۱- احساسات مخاطبان را مورد توجه قرار دهید

این امر که بتوانید احساسات افراد را تحریک کنید، بدون شک در تأثیر بیشتر و شناس موفقیت کار شما، تأثیر خواهد داشت. در این رابطه

## ایستگاه بازاریابی

## ۴ دلیلی که مشتریان ایده‌های بازاریابی محتوایی شما را پس می‌زنند (۲)

در مطلب پیشین به ۲ دلیلی که مشتریان ایده‌های بازاریابی محتوایی شما را پس می‌زنند اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

## ۳- شما نیازهای مشتریان را درک نکرده‌اید

یکی از ناامیدکننده‌ترین شرایط برای مشتری، وقتی که لیستی از ایده‌های بالقوه محتوایی برای کمپین به او ارائه شده، این است که احساس کند شما نیازهای او را درک نکرده‌اید. این مشکل ممکن است به خاطر ارائه موضوعات غیرمرتبط رخ دهد یا به این دلیل باشد که شما پیچیدگی کار را بالا برده‌اید و مشتری به دلیل پیچیدگی زیاد نمی‌تواند صحبت‌های شما را بفهمد.

مشتریان می‌خواهند اطمینان حاصل کنند که بازاریابی سازمان خود را به دست افراد کاردارن و ماهری سپرده‌اند و اینکه شما جوری نشان دهید که نیازهای آنها را درک نکرده‌اید، می‌تواند مشتریان را ناامید کرده و حتی باعث شود که قرارداد همکاری خود را با شما تعلیق کنند.

زمان خود را باید به دو بخش تقسیم کنید. بخشی برای جست‌وجو جهت پیدا کردن ایده‌های محتوایی خوب و بخشی دیگر را باید صرف شناخت نیازهای مشتری کنید. با آنها جلسه بگذارید و شنونده حرف‌هایشان باشید. از آنها در مورد اساسی‌ترین نیازهایشان، مخاطبان و مشکلاتشان سوال بپرسید.

وقتی مشتری مطمئن شود که شما کاملاً کسب و کار او و مخاطبانش را می‌شناسید، راضی کردن او به پذیرش ایده‌های محتوایی آسان‌تر می‌شود. حتی اگر این ایده‌ها کمی عجیب و غریب باشند.

علاوه بر موارد گفته‌شده، باید از علائق شخصی مشتریان خود نیز آگاهی داشته باشید. برای مثال، نباید یک موضوع سیاسی را به مشتری خود ارائه بدهید که کاملاً برخلاف اعتقادات سیاسی او است. در این صورت شما تنها وقت خود را تلف می‌کنید. همچنین چیزی را ارائه ندهید که با فرهنگ سازمانی مشتری در تضاد باشد. مواردی از این دست می‌تواند احتمال رد شدن ایده‌های بازاریابی محتوایی را بالا ببرد.

## ۴- آنها احساس می‌کنند که در فرآیند ایده‌پردازی دخالت نداشته‌اند

همان‌طور که یک مشتری می‌خواهد مطمئن شود که شما کسب و کار و مخاطبان او را به خوبی می‌شناسید، در بسیاری از موارد او می‌خواهد که در فرآیند ایده‌پردازی برای محتوا نیز سهیم باشد.

اینکه فقط ایده‌های نهایی شده را به مشتری تحویل دهید، این حس را ایجاد می‌کند که نظرات او برای شما اصلاً اهمیتی ندارد و کنترل همه چیز در دستان شماست. رابطه بین مشتری و آژانس نباید به این صورت باشد، به خصوص در صنعت بازاریابی.



هرچند که مشتریان شما ممکن است تجربه ایده‌پردازی برای محتوا و نهایی کردن یک ایده در این زمینه را نداشته باشند، اما فراموش نکنید که آنها در حوزه کاری خودشان متخصص هستند، بنابراین عقل سلیم حکم می‌کند که از دانش و تجربه مشتریان تان در فرآیند ایده‌پردازی استفاده کنید.

## جلسات ایده‌پردازی

یک جلسه ایده‌پردازی مشترک را با مشتری و تیم او برگزار کنید. در این جلسات شما با متخصصان و افرادی با تجربه دور یک میز می‌نشینید و تجربه و تخصص این افراد می‌تواند بهترین راهنما برای شما باشد تا اولاً کسب و کار آنها را به خوبی درک کنید و دوماً به یک شناخت جامع از مشتریان آنها برسید.

در مورد موضوعات داغ، مشکلات رایج و آخرین ترندها توافق ذهنی داشته باشید. ایده‌های به دست آمده ممکن است خیلی به محصولات یا سرویس‌ها مرتبط نباشند، اما زیبایی بازاریابی محتوایی همین است.

وقتی که مشتریان را در مرحله ایده‌پردازی دخیل می‌کنید، آنها دقیق می‌فهمند که اهدافشان یک کمپین محتوایی از ایده تا اجرا چقدر پیچیده است و بنابراین اعتماد آنها به قضاوت‌های شما بیشتر می‌شود.

جلسات مشترک ایده‌پردازی یک بازی برد-برد برای هر دو طرف است. مشارکت مشتری = کسب چشم‌اندازهای بهتر صنعتی. چشم‌اندازهای بهتر صنعتی = ایده‌های بهتر. ایده‌های بهتر = نتایج بهتر. نتایج بهتر = مشتری خوشحال.

## کشف کنید که رد کردن ایده‌ها از کجا نشأت می‌گیرد

به عنوان یک آژانس فعال در زمینه بازاریابی محتوا حتماً می‌دانید که ایده‌پردازی زمان زیادی را می‌طلبد. درآمد و شهرت شما به موفقیت کمپین‌ها گره خورده است و وقتی که مشتریان ایده‌های شما را پس می‌زنند ممکن است ناراحت و ناامید شوید.

اگر این مشکل به دفعات زیاد اتفاق بیفتد، باید بدانید که سرمنشأ مشکل کجاست. از اینکه با مشتری‌تان سر یک میز بنشینید و از او سوال بپرسید هراسی نداشته باشید. آیا مشکل از آموزش است؟ اگر چنین است، مشتری را به دفتر خود دعوت کنید و با او به گفت‌وگو بنشینید و تمام فرآیند کار را از ابتدا تا پایان برای او توضیح دهید.

آیا مشکل از خود شماست که نمی‌توانید کسب و کار مشتریان و نیازهای آنها را به خوبی درک کنید؟ از مشتری بخواهید که اجازه دهد یک روز کامل را در دفتر و همراه با تیم او بگذرانید تا بتوانید به درک درست‌تری از کسب و کار و نیازهای آنها برسید. پس زدن ایده‌های محتوایی ممکن است به دلایل مختلفی رخ دهد، اما اگر این دلایل را شناسایی کنید، می‌توانید از رخ دادن آنها جلوگیری به عمل آورید.

منبع: daartagency

بررسی الگوی بازاریابی دیجیتال فولکس واگن، Old Spice، نایک، Go Daddy و Dollar Shave Club

## موفقیت در بازاریابی دیجیتال به سبک برندهای بزرگ



نکرده بود، به عنوان تبلیغ برتر شناخته شد.

در دوران مدرن، استفاده از اینترنت و همینطور شبکه‌های اجتماعی به فولکس واگن فرصت نمایش مزیت‌های استفاده از نسخه‌های کوچک خودروهای‌اش را داده است. به این ترتیب با تاکید درست روی طیف جوان میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا به تبلیغات تازه فولکس واگن علاقه‌مند شدند. در اروپا، جوان‌های بین ۱۶ تا ۲۵ سال مخاطب اصلی تبلیغات فولکس واگن محسوب می‌شدند. در هر صورت مشاهده حضور سلبریتی‌های مختلف در تبلیغات فولکس واگن توجه هر مخاطبی به ویژه نسل جوان را به خود جلب می‌کند. همچنین باید توجه داشت که طراحی بسیاری از خودروهای کوچک این برند با توجه به سلیقه نسل جوان صورت گرفته است. همه این عوامل برند فولکس واگن را بدل به شرکتی جوان‌پسند کرده است. سرمایه‌گذاری اصلی فولکس واگن برای جلب نظر نسل جوان روی شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب آنها از بازاریاب‌های حرفه‌ای به منظور اجرای الگوی بازاریابی دیجیتالی نهایت استفاده را برده‌اند.

## ۲. Old Spice

تبلیغ شامپوی برند Old Spice یکی از نمونه‌های موفق بازاریابی دیجیتال در یک دهه اخیر است. در این آگهی یک مرد آفریقایی-آمریکایی با هیکلی مناسب به تصویر کشیده می‌شود. او به دلیل استفاده از شامپوهای برند Old Spice از بوی موهای خود رضایت کاملی دارد. نام این کمپین تحت عنوان «آنطور که مرد شما می‌تواند به شامپو برسد» به خوبی بیانگر اهمیت بوی مو و بدن ما در روابط اجتماعی است. این تبلیغ به دلیل استفاده از شخصیت اصلی سیاه پوست در کنار تاکید روی المانی کمتر شناخته‌شده (بوی موی سر) به موفقیت بالایی دست یافت. در حقیقت این کمپین عنصر غافلگیری زیادی برای مخاطب داشت. به همین دلیل استقبال کاربران در شبکه‌های اجتماعی از آن بسیار مطلوب بود. برند Old Spice آگهی خود را نه تنها در شبکه‌های تلویزیونی، بلکه شبکه‌های اجتماعی مختلف نیز بارگذاری کرد. آنها به خوبی از اهمیت شبکه‌های اجتماعی برای جلب نظر مخاطب نسل جدید آگاه هستند. به همین دلیل کلیپ تبلیغاتی خوش ساخت‌شان تا مدت‌ها در شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شد. از آن زمان به بعد برند Old Spice شهرت فراگیری در زمینه بازاریابی دیجیتال پیدا کرده است. بدون تردید بخش زیادی از این شهرت مدیون انتخاب فضای مناسب برای بارگذاری کلیپ کمپین این برند است.

## ۳. نایک

نایک یکی از برندهای بسیار موفق در زمینه تولید کفش‌های ورزشی است. فعالیت طولانی آنها در عرصه تولید کفش‌های ورزشی آنها را بدل به غول بدون رقیب این حوزه کرده است. به همین دلیل کارشناس‌های متعددی معتقدند که نایک حتی بدون تبلیغات نیز تا مدت‌ها جایگاه برترش را حفظ خواهد کرد. در عصر حاضر، برند نایک برای گسترش هرچه بیشتر شهرت خود از محبوبیت بالای مایکل جردن افسانه‌ای استفاده می‌کند. مایکل جردن یکی از بسکتبالیته‌های افسانه‌ای NBA در دهه ۸۰ و ۹۰ است. وی به دلیل سبک بازی خاص‌اش هنوز هم در میان طرفدارهای بسکتبال محبوبیت خاصی دارد.

به قلم: ایوان ویدجایا صاحب سایت noobpreneur.com و کارشناس امور کسب‌وکار ترجمه: علی آل‌علی

بسیاری از ما برندهای متعددی را در ذهن داریم که در چند سال اخیر به شدت بر شهرت‌شان افزوده‌اند. در گذشته افزایش شهرت برندها از طریق شیوه‌های بازاریابی سنتی انجام می‌شد. با این حال عصر دیجیتال نحوه بازاریابی را نیز تغییر داده است.

به طور معمول ما نام برندها را در تبلیغات تلویزیونی یا بیلبوردهای بزرگ مشاهده می‌کنیم. هدف اصلی از چنین تبلیغاتی ترغیب ما به خرید محصولات آن برندهاست. همچنین بسیاری از ما تجربه مراجعه فروشنده‌های مختلف به منزل مان به منظور متقاعدسازی مان برای خرید محصولات مشخصی را داریم. چنین فروشندگانی معمولاً از بسته‌های تخفیفی ویژه برای ما صحبت می‌کنند. تا همین چند سال پیش این شیوه‌های بازاریابی و تبلیغات تاثیر نسبتاً مطلوبی روی افراد داشت.

نکته مهم تغییر و تحول عرصه تبلیغات در چند سال اخیر است. دلیل اصلی آن هم توسعه هرچه بیشتر اینترنت است. در این مقاله من به بررسی شیوه‌های کسب موفقیت چهار برند برتر جهان با استفاده از الگوی بازاریابی دیجیتال پرداخته‌ام.

## چرا این کمپین‌ها نتیجه‌بخش بوده‌اند؟

پیش از آنکه سراغ معرفی برترین کمپین‌ها برویم، باید به استراتژی مشترک هر چهار برند این مقاله اشاره کنم. در وهله نخست، همه آنها دارای یک سخنران اصلی یا شعار تبلیغاتی حرفه‌ای و خاطره‌انگیز هستند. به این ترتیب توجه ما در همان وهله نخست به آگهی آنها جلب خواهد شد.

در گام دوم، آنها به سراغ استفاده از الگوی خاصی از بازاریابی می‌روند. الگویی که تا پیش از آن هرگز امتحان نشده است. چنین جهت‌گیری به تبلیغات برندها جلوه هیجان‌انگیزی می‌دهد. در هر صورت مخاطب با الگویی کاملاً نوین از بازاریابی و تبلیغات مواجه خواهد شد. این امر عنصر غافلگیری را تقویت می‌کند. به طور معمول اگر سایر بخش‌های کمپین مناسب طراحی شود، مخاطب تبلیغ برند مورد نظر را برای سال‌های متمادی در ذهن خواهد داشت.

در نهایت، همیشه کمپین‌های این برندها دارای یک المان مشخص از «ترغیب مخاطب به عملی خاص» است. این بخش می‌تواند شامل نمایش لوگوی شرکت همراه با درخواستی در قالب یک جمله کوتاه باشد.

تا زمانی که برندها از شیوه مذکور در این بخش استفاده می‌کنند، سوددهی سرمایه‌گذاری‌شان تا حد زیادی تضمین خواهد شد. در نگاه نخست بازاریابی دیجیتال دارای بخش‌های ساده‌ای است. با این حال اجرای درست همین بخش‌های ظاهراً ساده نیازمند دقت فراوانی است. در ادامه به بررسی عملکرد چهار برند برتر در این زمینه خواهیم پرداخت.

## ۱. ماشین‌های فولکس واگن

در دهه ۶۰ میلادی برند فولکس واگن تبلیغ خاطره‌انگیزی را با تاکید بر کوچکی خودروهای خود تولید کرد. آن تبلیغ به دلیل آنکه تا آن زمان هیچ برندی روی کوچکی خودروهای خود به عنوان مزیت اصلی تمرکز

اگر نمی‌توانید شبکه مناسبی پیدا کنید، شبکه خودتان را بسازید

شبکه‌سازی می‌تواند مؤثرترین راه برای ساختن مخاطبین ارزشمند کسب و کار و به اشتراک گذاشتن ایده‌ها با سایر بنیان‌گذاران باشد. همچنین می‌تواند به شما کمک کند افراد جدیدی را ملاقات کنید و حرفه خود را پیش ببرید. گروه‌ها و شبکه‌های گوناگون و زیادی وجود دارند، اما پیدا کردن گروهی که نیازهای شما را برآورده نمی‌کند همیشه آسان نیست و برای برخی از کارآفرینان، تنها راه حل ایجاد گروه خودشان بوده است. با ما همراه باشید تا درباره شبکه‌سازی بیشتر بدانید. در سال ۲۰۱۴، دبی کلارک، مشاور بازاریابی دیجیتال که تازه وارد حوزه کسب و کار شده بود، در چندین رویداد شبکه حضور پیدا کرد اما به نظرش آمد که این رویدادها پر است از افرادی که معمولاً مضطربند و به‌شدت در تلاش برای فروش بیشتر هستند. او می‌گوید: «من می‌خواستم رویداد و فضایی ایجاد کنم که پس از یک ساعت حضور در آن به جای دستی پر از کارت‌ویزیت‌های کسب و کارهای متنوع با روابط کاری واقعی و حقیقی ایجادشده آن رویداد را ترک کنند.» او با چشم‌انداز روشنی در ذهنش، با دو نفر دیگر از صاحبان کسب و کار محلی، جین بوت و بث ماریوت همکاری کرد و یک گروه شبکه‌ای برای زنان را راه‌اندازی کرد. کلارک می‌گوید: «هدف ما این بود که مردم بتوانند به طور واضح درباره راه‌اندازی یک کسب و کار و در نهایت برقراری ارتباط پایدار صحبت کنند.»

هزینه‌های راه‌اندازی حداقل بودند و باید به گونه‌ای می‌بود که انگار هیچ بودجه‌ای نداشتند. یکی از بنیان‌گذاران یک کافه محلی داشت و فضای مورد استفاده برای برگزاری مراسم را تأمین کرد. با پرداخت ۲۵ پوند، آنها غذا و نوشیدنی خوب فراهم کردند و توانستند سخنرانانی را دعوت کنند. در اولین رویداد که آنها زنانی را که از قبل می‌شناختند دعوت کرده بودند، تمامی بلیت‌ها فروخته شد. با راه‌اندازی یک گروه فیس‌پوک، نام این گروه پخش شد و تعداد اعضای آن سریعاً افزایش یافت. امروز این شبکه بیش از ۱۰۰۰ عضو در گروه فیس‌پوک دارد و حدود ۳۰ زن در جلسات ماهانه حضور دارند. کلارک می‌گوید: «اگر در منطقه‌ای زندگی می‌کنید که شبکه‌ای وجود ندارد که در آن احساس راحتی کنید، شما تنها نیستید. بابت این مسأله متأسف نباشید و خودتان شروع کنید. یک محل برگزاری پیدا کنید، دعوت‌نامه ارسال کنید. برگزاری چنین رویدادی به برنامه‌ریزی و سازماندهی نیاز دارد، بنابراین کمتر به این گزینه فکر کنید که بابتش هزینه‌های دریافت نکنید. اگر تدارکات را به صورت رایگان انجام دهید بعد از مدتی احساس کلافگی می‌کنید و رویدادها استمرار نخواهد داشت.»

Leapers، یک گروه شبکه‌ای است که پشتیبانی حرفه‌ای را فراهم می‌کند و متیو نایت آن را مستقلاً تأسیس کرده است. نایت پس از اینکه بدون داشتن درخواست شغل دیگری از شغلش استعفا داده بود به ذهنش رسید که آن را تأسیس کند.

او می‌گوید: «قبلاً هرگز از شغلی استعفا نداده بودم، من قبلاً خویش‌فرما بودم، بنابراین اولین بار بود که مجبور بودم یک نامه استعفا بنویسم و پس از آن دنبال کار بگردم.»

نایت مدت‌هاست تصمیم گرفته تجربیات شغلی خود را به اشتراک بگذارد و دیگران را هم به این امر تشویق می‌کند. او با شروع نوشتن تجربیاتش در LinkedIn توجه زیادی را به سمت خود جلب کرد. او می‌گوید: «تعداد زیادی از مردم به‌طور مشابه احساس می‌کنند که کارها و حرفه‌ها چیزهایی هستند که می‌توانید به طور فعالانه برای خود طراحی کنید، به جای اینکه منفعلانه منتظر شغلی باشید.»

نایت تصمیم گرفت مکانی برای گفت‌وگو در مورد این موضوع ایجاد کند تا مردمی که از نظر شغلی در جایگاه مشابه هستند یا در این باره ذهنیت‌های یکسانی دارند کنار هم جمع شوند و در مورد چگونگی کار تصمیم بگیرند. او یک کانال Slack ایجاد کرد، سپس آشکارا هر کسی را برای پیوستن به آن دعوت کرد و Leapers متولد شد.

او می‌گوید: «هزینه‌های راه‌اندازی آن صفر بود، تنها چیزی که نیاز داشت زمان کمی برای ایجاد پلتفرمی بود که بتوانیم در آن حرف بزنیم و مقداری سازماندهی، پرورش و عشق. هزینه‌هایی برای اجرای شبکه وجود دارد، اما در حال حاضر، بیشتر نیازمند وقت است.»

Leapers، که نایت آن را به عنوان بخشی از گروه پشتیبانی و بخشی کسب و کار محصول توصیف می‌کند، اکنون نزدیک به ۵۰۰ عضو دارد و در حال رشد است. اولین محصول ایجادشده آن، کتابچه «ارنهای من» است؛ ابزاری که به مردم کمک می‌کند تا به جای کاری که انجام می‌دهند حال‌شان را توضیح دهند. Leapers به طور عمده یک شبکه که آنلاین است، اولین رویداد خود را در لندن در اواخر سال ۲۰۱۸ برگزار کرد.

توصیه‌های نایت به کسانی که برای یک شبکه برنامه‌ریزی می‌کنند این است که صریح و شفاف بدانند چه چیزی می‌خواهند ایجاد کنند و درباره آن اطلاعات داشته باشند. او می‌گوید: «برای اینکه بر گروهی از افراد تأثیر بگذارید یا یک مفهوم داشته باشید راه‌اندازی یک شبکه را شروع نکنید، بلکه با خود روستا باشید و بررسی کنید و ببینید آیا می‌توانید با راه‌اندازی این شبکه یک مشکل واقعی را از گروهی از مردم حل کنید و آن افراد را برای حل آن دور هم جمع کنید.»

برای وهاری راسل، متخصص بازاریابی مواد غذایی حضور در شبکه‌ها بخشی از کارش بود، اما او از حضور در رویدادهایی که مریبان‌نچندان خیره و مسلط و نحوه اجرا و همچنین پذیرایی‌های بد و سطح پایین داشت خسته شده بود. چهار سال پیش، همراه با همکارش کت نیو، یک شبکه گروهی غذا که علاوه بر غذا و نوشیدنی خوب و باکیفیت، یک محیط بسیار آرام را برای شرکت‌کنندگان فراهم می‌کرد، راه‌اندازی کرد.

او می‌گوید: «هزینه‌های راه‌اندازی بسیار پایین بود و اساساً تنها چیزی که کمی هزینه‌بر بود راه‌اندازی وبسایت بود چون که از Eventbrite به عنوان پلتفرم فروش بلیت استفاده می‌کردیم. هزینه این رویدادها از طریق فروش بلیت و همچنین حامیان مالی رویداد تأمین می‌شود. شرکت‌کنندگان افرادی که تمایل به شرکت در رویداد را دارند می‌توانند بلیت هر رویداد را با قیمت مناسب از پلتفرم Eventbrite خریداری کنند.»

این رویدادها برای متخصصان غذا و نوشیدنی، از جمله تولیدکنندگان، خردفروشان و رستوران‌داران است و توسط یک شرکت بسته‌بندی که کسبه‌های نام تجاری را برای شرکت‌کنندگان که اطلاعات و محصولات برای شرکت‌کنندگان دیگر دارند تولید می‌کند، حمایت می‌شود.

از زمان برگزاری اولین رویداد چهار سال پیش، این گروه به قدرت زیادی رسیده، برنده جوایز متعدد بهترین گروه شبکه سال، با به طور متوسط ۴۰ نفر شرکت‌کننده در هر رویداد و جذب ۴۰ درصد بازدیدکنندگان جدید در هر رویداد شده است. راسل درباره رموز موفقیتش می‌گوید: «ساده‌نگه داشتن آن، تمرکز بر کیفیت به جای کمیت و داشتن شور و شوق دلیل موفقیت ما در کارمان است. ما کار در صنعت غذا و نوشیدنی را دوست داریم و از ارتباط با افراد همتفکر و انجام کارها لذت می‌بریم.»

منبع: Forbes/ucan

بررسی استارت‌آپ‌هایی که دنیا را تکان خواهند داد(۱)

# ۵۰ استارت‌آپ برتر سال ۲۰۱۹ کدامند؟



کرده است. بانکیتی اگرچه یک شرکت بسیار هوشمند است و با بانک‌های بزرگی در آمریکا همکاری می‌کند، اما از شیوه‌ای بسیار سنتی برای کسب درآمد سود می‌برد. بر این اساس آنها از طریق کمک‌های داوطلبانه و پرداختی‌های دل‌به‌خواهی کاربران‌شان درآمد کسب می‌کنند.

### فضای بیشتر با مابیلیتی

بنیانگذاران شرکت «فضاهای مابیلیتی» هدف اصلی خود را کاهش حجم وسایل مختلف یا به عبارتی دیگر افزایش حجم در دسترس افراد عنوان کرده‌اند. محصولات این شرکت سانفرانسیسکوایی اکنون فقط به مشتریان برگزیده فروخته می‌شود. دامنه فعالیت آنها نیز به سانفرانسیسکو و سیاتل محدود می‌شود. با این حال نشانه‌های انکارناپذیری از موفقیت آنها در صورت شروع فروش همگانی مشاهده می‌شود. تخت‌ها، کمد‌ها، کابینت‌ها و سایر تولیدات این شرکت جای بسیار کمی را اشغال می‌کند و در برخی موارد کاملاً روی دیوارها و سقف‌ها نصب می‌شود. همچنین طراحی این محصولات با استفاده از اپ ساده‌ای برعهده مشتریان است. قیمت نهایی یک اتاق با تمام محصولات این برند بین ۶ تا ۱۰ هزار دلار خواهد بود. در حال حاضر برند مابیلیتی فهرست انتظار بلند بالایی برای مشتریان خود تدارک دیده است. با این حال شاید در آینده‌های نزدیک به سراغ تولید عمده و جلب مشتریان جهانی برود.

### کابین: جایگزینی مناسب برای سفر هوایی

به موازات اینکه خطوط هوایی فضای کمتری برای فاصله میان صندلی‌های خود طراحی می‌کنند، سرویس‌های اتوبوس در حال رونق گرفتن هستند. استارت‌آپ کابین دقیقاً با انتقاد از فضای ناکافی خطوط هوایی یا به عرصه کسب‌وکار گذاشته است. این موسسه با اتوبوس‌های لوکس خود سفرهای بسیار راحت و در عین حال ارزان قیمتی را به مشتریان خود ارائه می‌کند. مزیت اصلی کابین ارائه فضای کاری برای نشستن و حتی خواب مسافران است. جالب‌تر اینکه برای خواب در طول سفر نیز به اندازه هیچ هزینه اضافی نیست. به مانند خطوط هوایی در این اتوبوس‌ها نیز شما امکانات گسترده‌ای از قبیل وای‌فای رایگان دریافت خواهید کرد.

### کالیپسو ای: امنیت پایدار حوزه سایبری

وقتی تکنولوژی تازه‌ای، مانند هوش مصنوعی، معرفی می‌شود، همیشه دعای افراد سودجو به دنبال سوءاستفاده از آن هستند. موسسه کالیپسو با دفتر مرکزی‌اش در شهر لس‌آنجلس در پی تأمین امنیت کاربران و شرکت‌ها در حوزه آنلاین است. تمرکز اصلی آنها روی مشکلات سایبری به سرعت اطلاعات پیرامون آن است. با این حساب آنها تعهدات سنگینی در قبال مشتریان خود خواهند داشت. نکته مثبت سود بردن کالیپسو از کادر مجرب است. همچنین کالیپسو برای ارتقای سطح آگاهی مشتریان، در کنار ارائه خدمات گسترده، آموزش‌های کاربردی در زمینه سایبر و هوش مصنوعی دارد.

### کانال سی بی: خبرگزاری ویژه کارآفرینان

امروزه هر اتفاقی که در ایالات متحده رخ می‌دهد، تأثیر جهانی به دنبال دارد. به همین دلیل استارت‌آپ کانال سی بی با دفتر مرکزی‌اش در واشنگتن به دنبال دسترسی سریع‌تر کاربران به اخبار آمریکاست. تمرکز اصلی این استارت‌آپ روی اهالی کسب‌وکار در آسیا و حوزه اقیانوسیه است. به این ترتیب این افراد با استفاده از خدمات کانال سی بی آخرین اطلاعات کاربردی را در سریع‌ترین زمان ممکن دریافت خواهند کرد.

### کامیونود: سرمایه‌گذاری مطمئن و محلی

این استارت‌آپ واقع در نیویورک در زمینه ایجاد صندوق‌های محلی

املاک و مستغلات فعالیت دارد. تمرکز اصلی کامیونود روی شهرهای بزرگ همچون سانفرانسیسکو، نیویورک و میامی است. موسس‌های این استارت‌آپ هدف اصلی خود را جلب نظر نسل جدید سرمایه‌گذارها عنوان کرده‌اند. ایده جذاب آنها کاهش نیاز سرمایه‌گذارها به جست‌وجوی محل سرمایه‌گذاری در خارج از شهرشان است. به این ترتیب نرخ مالیات بر درآمد آنها نیز افزایش نخواهد یافت. استارت‌آپ کامیونود بهترین نمونه در زمینه استفاده از هوش مالی برای ساماندهی یک کسب‌وکار است.

### کاور: خانه‌های امن تر با فضایی بیشتر

استارت‌آپ کاور در حال کار روی یک هدف بسیار بزرگ است: تحقق رویای زندگی در خانه‌هایی زیبا و امن برای شمار هرچه بیشتر افراد. این استارت‌آپ چهار ساله اکنون روی ساخت خانه‌هایی با تجهیزات ایمنی بالا و حیاط‌های فوق کاربردی تمرکز کرده است. یکی از ایده‌های جالب این شرکت ساخت خانه‌های آماده و الحاق‌شان به خانه‌های موجود است. به این ترتیب فضای حیاط افراد بدل به جزئی از خانه‌شان خواهد شد. به هنگام فروش خانه نیز افراد به راحتی بخش از پیش ساخته شده را با خود جا به جا خواهند کرد.

### بیمه پوششی: وقتی خرید بیمه کار دشواری نیست

خرید بیمه خانه یا ماشین نیازی به تحمل سختی چندانی ندارد. فقط کافی است به سراغ آژانس بیمه Covered Insurance رفته و فرآیند خرید بیمه را بسیار کوتاه کنید. این استارت‌آپ در سال ۲۰۱۶ شروع به کار کرد. هدف اصلی‌اش نیز کاهش دشواری‌های خرید بیمه برای متقاضیان است. به این ترتیب علاوه بر سهولت آفرا، امکان تمرکز اصلی اعضای کاربردی در مورد نوع بیمه مناسب‌شان نیز وجود خواهد داشت. به دلیل ارائه خدمات سریع و مشاوره‌های رایگان این شرکت اکنون شمار بالایی از مشتریان در سراسر آمریکا را دارد.

### کوری وایز: سرمایه‌گذاری ساده برای همه

استارت‌آپ کوری وایز یکی از معدود اعضای آفریقایی این فهرست است. آنها با هدف تبدیل فرآیند سرمایه‌گذاری به کاری ساده برای مشتریان‌شان شروع به کار کرده‌اند. شعار اصلی آنها امکان سرمایه‌گذاری با هر میزان از پول است. به این ترتیب بسیاری از مشتریان آنها مبالغ بسیار اندکی را به عنوان سرمایه در اختیار آنها می‌گذارند. نکته جالب این که پس از گذشت یک سال از فعالیت این شرکت روز به روز بر میزان مشتریان‌شان افزوده می‌شود. برای سرمایه‌گذاری در این پلتفرم حداقل باید ۱۰۰ دلار (معادل ۲۷ سنت) داشته باشید. نکته جالب اینکه مشاوره‌های این شرکت کاملاً رایگان است.

### کوبیداس: درمان ارزان و فراگیر

استارت‌آپ کوبیداس با دفتر مرکزی‌اش در سان‌پائولو هدف اصلی خود را شخصی‌سازی خدمات درمانی و افزایش دسترسی مردم برزیل به همراه کاهش هزینه‌های آن عنوان کرده است. اکنون تمرکز اصلی اعضای کوبیداس بر روی ارائه خدمات درمانی ارزان قیمت است. نکته جالب اینکه مشتریان با پرداخت هزینه اشتراک ماهانه از خدمات بسیار زیادی بهره‌مند خواهند شد. همچنین برای استفاده از خدمات این موسسه باید از طریق اپ رسمی آنها درخواست‌مان را ثبت کنیم. به این ترتیب خبری از مراجعه به درمانگاه و گرفتن نوبت نخواهد بود. بدون تردید این ایده یک تحول بزرگ در حوزه بهداشت و درمان محسوب می‌شود.

ادامه دارد ...

منبع: inc

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی مازندران در راستای ارتقاء سطح سواد سلامت مردم و نهادینه کردن سبک زندگی سالم و پیشگیری از بیماریها، با استفاده از ظرفیت رسانه ها اقدام به ترویج فرهنگ خود مراقبتی و سایر مؤلفه های مؤثر بر سلامتی در جامعه نموده است که در این شماره به معضل چاقی در مازندران می پردازیم:

# لزوم تغییر شیوه زندگی برای رفع معضل چاقی در مازندران

## چاقی بزرگترین چالش بهداشت عمومی در قرن حاضر است

**ساری - دهقان:** چاقی بزرگترین چالش بهداشت عمومی در قرن حاضر است و بخش سلامت اکثر کشورهای دنیا درگیر مسائل و عوارض ناشی از بروز فرایند چاقی هستند. زندگی ماشینی با همه نکات مثبتی که با خود به همراه آورده و حتی در وقت و هزینه خانوارها نیز صرفه جویی شده است اما در مواردی نیز به دلیل بی برنامهگی و تغییر در الگوی زندگی جسم و روح آدمی را به سستی کشانده و او را مستعد انواع بیماریها و مشکلات ساخته است.

چاقی با عوارضی همچون افزایش فشارخون، بیماری های قلبی، دیابت، سنگ های صفراوی، واریس، بواسیر، افزایش چربی خون، نقرس، آرتروز، کمردرد، تنگی نفس، بیماری های کبد و کیسه صفرا، سرطان های کولون و رکتوم، پروستات در مردان و سرطان سینه و تخمدان و مشکلات باروری در زنان و کاهش عمر انسان مرتبط است. چاقی و اضافه وزن به دلیل تغییر در الگوی مصرف غذایی، مصرف بی رویه مواد قندی و چربی ها، غذاهای چرب و سرخ شده، فست فودها و کم تحرکی ایجاد می شود.

کم تحرکی، چاقی، افسردگی و تغذیه ناسالم از جمله عواملی هستند که در مازندران نسبت به سایر استانها از درصد بیشتری برخوردار بوده و اکنون حوزه سلامت مازندران با اجرای کمپین های مختلف، آموزش در سطح مدارس و ادارات یا از طریق مراکز بهداشتی و درمانی در نظر دارد تا جامعه هدف را از ابتلا به بیماری های ناشی از چاقی آشنا کند و این سطح از میزان چاقی را کنترل کرده و یا کاهش دهد.

## چاقی در مازندران رواج دارد

چاقی معضلی برای کشور به ویژه در مازندران بوده و به شدت رو به افزایش است تا جایی که گسترش چاقی و بیماری های پس از آن در کیفیت زندگی مؤثر است. چاقی قابل کنترل یا پیشگیری است، تنظیم برنامه و اصلاح رفتارهای غذایی، متعادل نگه داشتن وزن و فعالیت بدنی از عواملی است که در پیشگیری و کنترل وزن مؤثر هستند.

نگاهی دقیق تر به این اپیدمی بزرگ نشان می دهد که فراوانی چاقی در مازندران توزیع یکنواختی در جامعه ندارد و توزیع آن تا حد زیادی تابع مؤلفه هایی مثل جنس، سن و عوامل اقتصادی - اجتماعی است.

علاوه بر این، وضعیت تاهل، فعالیت بدنی، مصرف سیگار، تعداد فرزندان، شهرنشینی یا روستائینشی و نوع رژیم غذایی از اصلی ترین متغیرهایی هستند که با چاقی بزرگسالان در مازندران ارتباط دارند. کودکان دارای اضافه وزن در آینده بزرگسالان چاقی خواهند بود، این کودکان نسبت به کودکان بدون اضافه وزن به احتمال زیاد به دیابت و بیماری های قلبی و عروقی در سنین بزرگسالی، که با شانس بالاتر مرگ زودرس و ناتوانی بزرگسالی همراه است، مبتلا می شوند و از پیامدهای کوتاه مدت و بلندمدت چاقی رنج می برند. معاون بهداشت دانشگاه علوم پزشکی مازندران درباره وضعیت چاقی مازندران چنین توضیح داده است: چاقی فقط مختص مازندران یا ایران نیست بلکه مشکل رو به رشد جامعه امروز و در حالت بدیل شدن به یک اپیدمی جهانی است. طبق آخرین آمارهای مربوطه،



بیش از نیمی از جمعیت کشورمان دچار اضافه وزن و چاقی هستند و در این میان، حدود ۳۰ درصد از مردم کشورمان چاقی واضح دارند. شیوع چاقی در میان کودکان و نوجوانان نیز رو به افزایش است. در استان مازندران با توجه به نوع تغذیه و عادات غذایی بعضا نامناسب، چاقی رواج دارد. به طوری که این استان بالاترین میزان چاقی را در بین استان های کشور دارد. وی افزود: چاقی به هر علتی که ایجاد گردد بیماری ها و عوارض بسیاری را با خود به ارمغان می آورد. بروز دیابت، فشارخون بالا و افزایش خطر سکت های قلبی و مغزی، بیماریهای مفصل، سنگ کیسه صفرا، افزایش ابتلا به بیماری و نارسایی کبدی و افزایش خطر ابتلا به سرطان های کلیه، رحم و روده بزرگ و حتی اختلالات خواب تنها بخشی از این عوارض و بیماریها هستند. همچنین شایان ذکر است در دوره کودکی و نوجوانی به دلیل تاثیر چاقی بر هورمونهای رشد شاهد کوتاه قدی که بعضا جبران ناپذیر خواهد بود در این گروه سنی هستیم.

در این میان، اضافه و چاقی در کودکان تهدیدی جدی تر از بزرگسالان مطرح می شود. چاقی در کودکی و نوجوانی به عنوان یک چالش جدی قرن ۲۱ و یک مشکل حاد بهداشت عمومی در جهان مطرح است. دکتر اعرابی با بیان اینکه بر اساس گزارش WHO شیوع جهانی اضافه وزن و چاقی دوران کودکی از ۴/۲ درصد در سال ۱۹۹۰ به ۶/۷ درصد در سال ۲۰۱۰ افزایش یافته است (۶۰ درصد افزایش) افزود: انتظار می رود این روند تا سال ۲۰۲۰ به ۹/۱ درصد (۶۰ میلیون کودک) افزایش یابد.

به گفته معاون بهداشت دانشگاه علوم پزشکی مازندران چاقی در کودکان و نوجوانان کشور نیز روند افزایشی را طی می کند بطوری که بر اساس مطالعه پژوهشی صورت گرفته حدود ۱۴ درصد کودکان ۲۳-۱۵ ماهه کشور در معرض خطر اضافه وزن هستند. و حدود ۲۰ درصد نوجوانان ۱۸-۷ ساله کشور دچار چاقی شکمی هستند. وی اظهار کرد: کودکان دارای اضافه

کمتر از ۳۰ داشته باشد میزان افزایش وزن در کودکان ۱۲-، روزانه ۸ گرم بیشتر بوده است.

## لزوم تغییر شیوه زندگی

در ادامه دکتر اعرابی درباره «تغییر شیوه زندگی» بدین شکل توضیح داد: هم استانی های ما عادات خوردن را تغییر دهند و تعداد وعده های غذا را در روز افزایش و حجم هر وعده را کم کنند. مثلا مصرف یک لیوان آب چند دقیقه قبل از صرف غذا به کاهش اشتها کمک میکند. غذا را در ظرف کوچک تری کشیده و به آرامی بخورند. خورد ماست کم چرب، سبزی یا سالاد به سیرشدن شما کمک میکند. نشان های فانتزی مثل انواع باگت و ساندویچی کمتر مصرف کنند و در عوض نانهای تهیه شده از آرد سبوس دار مانند نان جو و سنگ استفاده کنند. از انواع لبنیات کم چرب و بدون چربی مصرف کنید (کمتر از ۱/۵ درصد چربی). به جای استفاده از سس سالاد از چاشنی هایی مثل: آبلیمو، آب نارنج و آبغوره استفاده کنند. غذا را بیشتر به شکل آب پز، بخارپز، کبابی یا تنوری مصرف کنند و از مصرف غذاهای پرچرب و سرخ شده پرهیز نمایند.

نکات مهم دیگر اینکه، توصیه می شود مصرف روغن را کاهش دهند. در صورتیکه غذا را سرخ می کنند، در مدت زمان کم، فقط آن را با مقدار کمی روغن تفت دهند. مصرف سوسیس، کالباس، خامه، سرشیر، چیپس، پفک، سس ها، کله پاچه، مغز، دل و قلوه که حاوی مقادیر زیادی چربی هستند را در برنامه خود بسیار محدود کنند. پوست مرغ و چربی های قابل مشاهده گوشت و مرغ را قبل از طبخ جدا کنند و سعی کنند از گوشت کم چرب استفاده نمایند. به هر بهانه ای

دارند یعنی در صورت اضافه وزن، کاهش آن با هدف کم کردن ۱۰٪ وزن اولیه و به صورت کاهش ۰/۵ تا ۱ کیلوگرم در هفته توصیه می شود.

به فعالیت بدنی بپردازند یعنی ورزش را متناسب با سن و شرایط جسمی افزایش دهند تا به کاهش وزن کمک شایانی شود. مثلا فعالیت ورزشی هوزی (مانند ایروبیک) با شدت متوسط حداقل ۵ روز در هفته به مدت ۳۰ دقیقه یا ورزش هوزی با شدت شدید به مدت ۲۵ دقیقه، ۳ روز در هفته توصیه می شود.

تنظیم برنامه غذایی و اصلاح رفتارهای غذایی نیز از دیگر راه های مهم است که عموما برای پیشگیری و کنترل چاقی، کاهش مصرف مواد غذایی پر انرژی مثل کاش مواد قندی، چربی و روغن و تغییر شیوه زندگی توصیه می شود. مصرف سبزی و میوه در مازندران جدی گرفته نمی شود و این در حالی است به دلیل آب و هوای معتدل و مرطوب از نعمت زمین های حاصلخیز و انواع میوه جات و صیفی جات برخوردار است و قیمت میوه و سبزی در این استان نیز مناسب است اما این مواد غذایی در سبد خانوارهای مازندرانی جایگاه قابل قبولی ندارد.

از فواید مصرف سبزی و میوه های تازه می توان به دریافت ویتامین ها و ریزمغذی های مورد نیاز بدن اشاره کرد، همچنین فیبر موجود در سبزیجات تازه و میوه ها از عوامل مهمی است که سبب کارکرد مناسب دستگاه گوارش شده و خطر ابتلا به سرطان های روده بزرگ را کاهش می دهد، علاوه بر این فیبر موجود در مواد غذایی سبب می شود تا جذب قند به شکل مناسبی انجام شده و در کاهش وزن و کاهش خطر ابتلا به دیابت نیز مؤثر است.

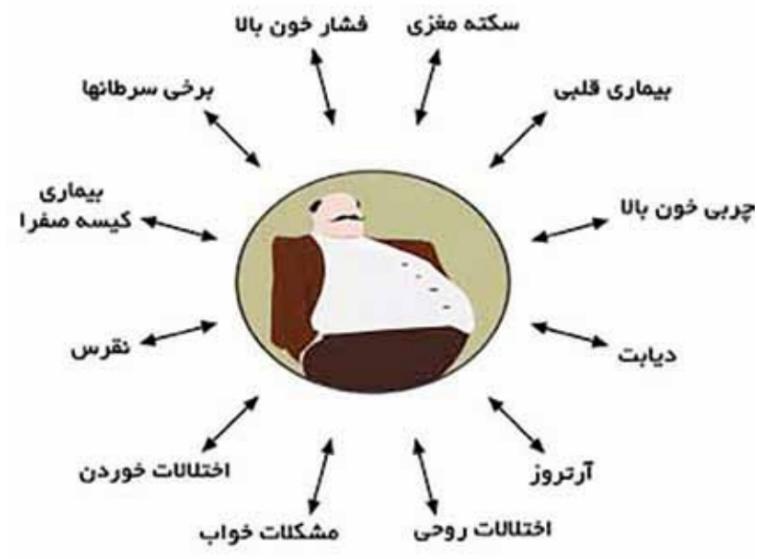
اگر چه سبوس گیری بیش از حد استاندارد در کارخانه های آرد سبب شده که دریافت فیبر از طریق نان که قوت غالب مردم است کاهش یابد، که می توان با مطالبه مردم از نانواها برای ارائه نان دارای درصد سبوس قابل قبول و استاندارد اصلاح شود.

## مهم ترین اقدامات انجام شده جهت کنترل وضعیت چاقی و تغییر عادات بد غذایی

مهم ترین اقدامات مرکز بهداشت استان برای کنترل وضعیت چاقی و تغییر عادات بد غذایی شامل برنامه های اجرایی در این راستا در حوزه بهداشتی، برنامه «طرح تحول نظام سلامت با بکارگیری کارشناسان تغذیه» در سطح استان با انجام «مشاوره های تغذیه و آموزش های فردی و گروهی» و «رژیم درمانی افراد با مشکلات تغذیه ای»، اجرای برنامه «کنترل و پیشگیری اضافه وزن و چاقی کودکان»، «برگزاری «پوشش های تغذیه» در سطح استان و کشور»، «برنامه های حمایتی مادران و کودکان» و ... می باشد.

در نهایت اقدامات پیشگیرانه همچون مداخلات آموزشی، اصلاح باورها و رفتارهای غلط تغذیه ای و فرهنگ سازی استفاده از غذاهای سالم در سفره غذایی خانوارها را دستور کار داریم که می تواند کمک شایانی به رفع معضل چاقی و اضافه وزن در جامعه کند که این امر به نوبه خود حمایت، همدلی و همکاری سایر سازمان ها و ادارات (تظییر آموزش و پرورش، کمیته امداد، شهرداری، سازمان جهاد کشاورزی، بهزیستی، ورزش و جوانان و ...) با متولیان سلامت در حوزه بهداشت و درمان را میطلبد.

با اطلاع رسانی گسترده به عموم مردم و فرهنگ سازی برای ترویج تغذیه سالم به طور هماهنگ و با همکاری رسانه ها، شهرداری، آموزش و پرورش و سایر سازمان های مرتبط در سراسر استان و با همکاری همه دست اندرکاران بهداشت و سلامت، شاهد ارتقای سطح سلامت مردم و کاهش بار بیماری ها باشیم.



فعالیت بدنی بیشتری انجام دهند (مانند پیاده رفتن به محل کار و خرید، استفاده از پله به جای آسانسور، زودتر پیاده شدن از تاکسی و اتوبوس یا پارک اتومبیل چند خیابان جلوتر و طی قسمتی از مسیر به صورت پیاده، انجام کار های باغچه و حیاط).

## برای پیشگیری و کنترل چاقی راه های متفاوتی وجود دارد

برای پیشگیری و کنترل چاقی راه های متفاوتی وجود دارد: اول اینکه وزن خود را در محدوده متعادل نگه

دکتر اعرابی با اعلام اینکه مازندران از نظر وضعیت چاقی وضع خوبی ندارد و ۱۹،۳ درصد از بچه ها در معرض خطر چاقی هستند، در رابطه با رابطه چاقی مادر و چاقی کودک بیان کرد: مطالعات نشان می دهد که در کودکان شیر مادر خوار ۱۲-۰ ماهه که BMI مادر مطلوب بوده، میزان وزن گیری کودک در محدوده طبیعی قرار داشته است و در کودکانی که مادر BMI بالای ۲۵ داشته، میزان اضافه وزن کودک روزانه ۵ گرم بیشتر بوده است و در کودکانی که BMI

### چاقی و اضافه وزن تهدیدی برای کودکان ایرانی

شمار دانش آموزان سال تمغیلان: ۹۵-۹۷  
۱۳۰ میلیون نفر

شمار دانش آموزان دوره ابتدایی: ۹۶ سال  
۷ میلیون و ۶۲۹ هزار و ۱۰۶ نفر

شمار دانش آموزان مدارس استثنایی: ۵۹ هزار و ۵۲۹ نفر

مشکلات کودکان در ۲ دهه اخیر: سه، تغذیه و قد کوتاه

مشکلات کولن: اضافه وزن و چاقی

۲۰ درصد: میزان کودکان از ۶ سال

۱۳ درصد: پتانسیل و اضافه وزن در استانها

۱۰ درصد: پتانسیل شکم دانش آموزان ۱۸ و ۲۰ ساله

دلیل چاقی: مصرف فست خود، غذاهای چرب، تنقلات صنعتی، مصرف نوشابه، کاهش مصرف سبزی و میوه، کم تحرکی

### چاقی یا سلامتی؟ انتخاب با شماست!

چاقی خطر ابتلا به دیابت، پرفشاری خون، چربی خون بالا و سرطان را افزایش می دهد.

راه پیشگیری و کنترل چاقی:

- مصرف مواد غذایی با قند، چربی و نمک زیاد را کاهش دهید.
- هر روز در وعده های اصلی و میان وعده ها از سبزی های خام و پخته استفاده نمایید.
- هر روز ۲ لیتر آب بنوشید.
- از مصرف منابع فیبری مانند سبزی ها، حبوبات و نان های سبوس دار در وعده های غذایی روزانه خود غافل نشوید.
- لبنیات کم چرب مصرف کنید.
- روزانه حداقل ۳۰ دقیقه پیاده روی تند داشته باشید.

سازمان آموزش بهداشتی تغذیه: WWW.NUT.BEHSAZHT.GOV.IR

سازمان رفاه عمومی و ارتقاء سلامت: WWW.IEC.BEHSAZHT.GOV.IR

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به آقای اصغر سالاری به شناسنامه ۲۸۸ صادره از نور فرزند ابوالفضل به نشانی تهران تهران نوح ش انیسی پلاک ۳۱ ابلاغ می شود...

م.الف ۲۰۲۲۸ رئیس اداره پنجم اجرای اسناد رسمی تهران- علیزاد

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به وراث مرحوم علیرضا فتحیان فرزند علی اکبر به شناسنامه شماره ۱۴۲۱ صادره از اسلام آباد که عبارتند از علی اکبر و هما همگی فتحیان به نشانی تهران میدان سیاه خ سرباز ک مینایی قمر پ ۶ ط ۵ ابلاغ می گردد...

م.الف ۲۰۲۲۳ رئیس اداره پنجم اجرای اسناد رسمی علیزاد

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به آقای محمد نواب فرزند یحیی به شناسنامه شماره ۲۱ صادره از شمیران به نشانی شمیران نیلورن خ کامرانیه شمالی پ ۸۸ ابلاغ می گردد...

م.الف ۲۰۲۲۹ رئیس اداره پنجم اجرای اسناد رسمی علیزاد

دعوتنامه هیات تشخیص

نوبت دوم - خواننده

طریقین دعوی، خواهان: سیدرضا یوسفی دویلاتی به نشانی استان تهران تهرانپارس حکیمیه مجتمع ولیعصر پلاک ۵ خواننده: شرکت صدا دکور به نشانی تهرانپارس خیابان فرجام خیابان سراج روبروی گلستان دوم پلاک ۲۱۸ واحد ۳ خواننده دعوی: بازگشت به کار/ حق مسکن/ بن کارگری/ مرخصی استحقاقی/ عیدی و پاداش/ استوات خدمت/ حق بیمه محل و وقت حضور: اداره تعاون کار و رفاه اجتماعی شرق تهران به نشانی جاده ابعلی سه راه اتحاد نبش کوچه منتظری پلاک ۲ ساعت ۸:۳۰ روز ۱۳۹۷/۱۲/۱۵. تذکر: خواننده می بایست اصل کارت شناسایی و روزنامه رسمی را همراه خود داشته باشد...

م.الف ۲۰۲۲۵ هادی جباری - مدیریت اداره معاون کار و رفاه اجتماعی شرق تهران

آگهی فقدان سند مالکیت

در اجرای دستور ذیل تقاضای به وارده ۱۷۵۵۵ مورخ ۹۷/۹/۱۷ آقای محمدرضا نادری پور با ارائه دو برگ استشهادیه محلی به شماره ۷۱۹۸۱۴ و ۲۲۹۶۳۲ مورخ ۹۷/۹/۱۴ تنظیمی دفتر ۹۴۴ تهران مدعی است سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه همگف قطعه اول به مساحت ۱۱۲/۷۹ متر مربع تحت پلاک ۶۸۸۸۵ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی مغزوز از ۲۵۷۱۲ فرعی از اصلی به انضمام انباری قطعه دوم به مساحت ۳۲۲۲ ذیل ثبت ۳۱۱۷۸۴ صفحه ۱۶۹ دفتر ۱۸۹۶ ثبت و سند به سرپلاک ۷۷۲۴۵۴ به نام شوشنیل زایه موره صادر و تسلیم شده است...

م.الف ۲۰۲۲۱ کتغالی - رئیس ثبت اسناد و املاک شهر آرا

آگهی فقدان سند مالکیت

در اجرای دستور ذیل تقاضای به وارده ۱۶۴۲۶ مورخ ۹۷/۸/۲۹ آقای ناصر رمضانی به شناسنامه ۵۹۸۳ مورخ ۹۷/۹/۲۱ دفتر ۱۳۴۵ تهران از طرف خود و سایر ورثه و با ارائه دو برگ استشهادیه محلی به شماره ۳۸۰۹۹ مورخ ۹۷/۹/۱۹ تنظیمی دفتر ۲۷۰ تهران مدعیست که سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه اول قطعه دوم به مساحت ۷۲/۹۸ متر مربع تحت پلاک ۲۷-۷۲ فرعی از اصلی مغزوز از ۲۵۹۱۲ فرعی از اصلی مذکور به انضمام انباری قطعه ۴ به مساحت ۲/۱۰ متر مربع ذیل ثبت ۳۲۹۴۲ صفحه ۲۹۸ دفتر ۱۹۵۵ به نام خاتم فریده امین سماک ثبت و سند به سرپلاک ۹۹۰۵۹۸ صادر و تسلیم شده است...

م.الف ۲۰۲۲۲ کتغالی رئیس ثبت اسناد و املاک شهر آرا

آگهی فقدان سند مالکیت

شهرام مرادی و کیل نسیمه برزنده پیمان با وکالتنامه شماره ۳۰۰۶۲ مورخ ۹۷/۷/۷ دفتر ۱۶۵ تهران با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق که تحت شماره ۱۵۹۰۱ مورخ ۹۷/۷/۱۴ دفتر اسناد رسمی ۱۶۵ تهران و برگ تقاضای وارده به شماره ۲۱۴۹۴ مورخ ۹۷/۷/۱۵ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان به مساحت ۴۴.۲۸ متر مربع قطعه ۲ به شماره ۲۱ فرعی از اصلی مغزوز از شماره ۵ فرعی از اصلی مغزوز واقع در بخش ۲ تهران انباری قطعه ۱ که در صفحه ۲۰ دفتر ۲۱۰۵ ذیل ثبت به شماره ۳۲۶۰۰۴ به شماره چاپی ۳۰۵۲۲۸ به نام سیه برزنده پیمان ثبت و سند صادر و تسلیم گردیده است...

م.الف ۲۰۲۲۴ شهیرزادی - رئیس ثبت اسناد و املاک نارمک

آگهی فقدان سند مالکیت

خلم فرحیه ابراهیمی با وکالت از وراث مرحوم تیمور ابراهیمی با تسلیم استشهادیه مصدق ذیل شماره ۶۷۹۵ به تاریخ ۹۷/۷/۵ دفتر خانه ۱۶۲۶ تهران اعلام نموده سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۷۵ متر مربع قطعه ۳۵ تفکیکی به شماره ۴۰۶۵ فرعی از اصلی مغزوز و مجرا شده از پلاک ۴۷۵ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۱ تهران ذیل ثبت ۴۲۳۴۹ صفحه ۶۹ دفتر جلد ۱۶۷ به شماره چاپی ۳۷۲۸۹۷۹ به نام آقای علی اکبر کریمی ثبت و صادر شده است...

م.الف ۲۰۲۵۵ علیزاده کفیل اداره ثبت اسناد و املاک لویران

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای یوسف کاظمی نژاد با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق تحت شماره ۹۴۳۳۱ و ۴۷۳۱۳۸ مورخ ۹۷/۹/۱۰ دفتر اسناد رسمی شماره ۹۲۴ تهران و درخواست به وارده شماره ۱۵۲۸۲ مورخ ۹۷/۱۰/۲۲ مدعی فقدان سند مالکیت بدین شرح گردیده است...

م.الف ۲۰۲۵۴ شکوری - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمود گیوهچیان با اعلام کم شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۳۳۲ - ۱۳۹۷/۱۰/۰۲ دفتر خانه ۶۸۹ تهران طی درخواست وارده شماره ۱۰۲۶۰۳۹۹۴۱ مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۰۲ تقاضای صدور سند المثنی سند مالکیت را نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد...

م.الف ۲۰۲۶۱ مسطفی دادفر - کفیل اداره ثبت اسناد و املاک قلهک از طرف محسنی

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای قاسم حلاج پور شکرگزار وکیل مالک طبق وکالتنامه شماره ۱۵۳۵۸ مورخ ۹۷/۱۰/۰۴ دفتر ۱۳۱۴ تهران تقاضای سند مالکیت المثنی از ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۲۲/۹۷ متر مربع از پلاک ثبتی ۲۲۶۰ فرعی از ۴۴۱۴ اصلی مغزوز و مجزی شده از اصلی مذکور واقع در بخش ۷ تهران که سند مالکیت آن ذیل ثبت ۱۲۶۵۳۹ صفحه ۳۹۴ دفتر ۸۴۷ به شماره چاپی ۰۳۸۶۱۷ به نام بانو متیر ملک پور صادر و تسلیم شده است...

م.الف ۲۰۲۵۸ بهروز حشان - کفیل اداره ثبت اسناد و املاک حاوران

متن آگهی عدم افراز

بدینوسیله علق به تصیم واحد ثبتی ۱۳۹۷/۵۶/۱۰/۴۵-۴۵/۱۳۴ اداره ثبت اسناد و فلاك منطقه رودکی تهران مبنی بر عدم قابلیت افراز به شرح: (به شرح متن تصیم واحد ثبتی) اکنون با توجه به اینکه خواهان/ خواهان های افراز اعلام می دارند آدرس و نشانی از محمد گلستانی احدی از شرکا متشاهی ندارند لذا با توجه به ماده ۲ قانون افراز و فروش املاک مشاع بدینوسیله به اطلاع مالک با مالکین متشاهی با سایر صاحبان قبضی و حقوقی که خود را ذیعق بدانند و نسبت به تصیم واحد ثبتی و عدم قابلیت افراز اعترافی داشته باشند می رسد که طرف مدت دو روز پس از انتشار این آگهی می بایست دادخواست لازم را به دادگاه صلاحه تقدیم نمایند...

م.الف ۲۰۲۴۲ عبدالرشاد شاکری - رئیس ثبت منطقه رودکی تهران

آگهی ابلاغ اخطار اداری

آقای رمضانیعلی رستمی ساکن تهران لویران کوی شهید فلاحی بلوک ۴ طبقه جدید طبقه دوم پ ۸ احتراماً درخصوص پرونده اجرائیه کلاسه ۹۶۰۱۴۳۳ له بانک صادرات و علیه شرکت دنیز خودرو و غیره و در پاسخ به اعتراض شما در راستای نوسان قیمت وارده به شماره ۸۹۲۹ مورخ ۹۷/۰۵/۰۱ اشلار می دارد ملک مورد رهن توسط کارشناسی رسمی دادگستری به مبلغ ۱۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده مراتب جهت اطلاع اعلام می گردد...

م.الف ۲۰۲۶۰ اداره اول اجرای اسناد رسمی تهران

مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان:

## ۲۲۶ پروژه شرکت گاز گلستان در دهه فجر افتتاح و کلنگ زنی می شود

**گرگان - خبرنگار فرصت امروز-** مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان گفت: در ایام دهه فجر امسال ۲۲۶ پروژه با اعتباری بالغ بر ۵۸۶ میلیارد ریال افتتاح و کلنگ زنی می شود. محمد رحیم رحیمی، در نشست خبری که به مناسبت چهارمین سالگرد پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی ایران برگزار شده بود، از افتتاح و کلنگ زنی ۲۲۶ پروژه با اعتباری بالغ بر ۵۸۶ میلیارد ریال در ایام دهه فجر امسال خبر داد و اظهار کرد: در دهه فجر امسال ۱۵۴ پروژه با اعتباری بالغ بر ۲۴۰ میلیارد ریال گاز رسانی و ۷۲ پروژه با اعتباری بالغ بر ۳۴۶ میلیارد ریال کلنگ زنی می شود. وی از وجود بیش از ۵۰ هزار مشترک گاز طبیعی در استان گلستان خبر داد و افزود: اکنون دو هزار و ۷۰۰ واحد صنعتی و تولیدی و ۶۴ جایگاه سی ان جی در استان گاز دار هستند. مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان با اشاره به اینکه ۹۵ درصد روستاهای استان گلستان دارای گاز طبیعی است، یادآور شد: ۹۷۰ روستا گلستان دارای کد روستایی است و تا پایان دهه فجر امسال ۸۶۰ روستا از نعمت گاز بهره مند خواهند شد. وی بیان اینکه امروز ۱۰۰ درصد شهرهای استان گلستان گاز رسانی شده است، افزود: حدود ۷۲ درصد میزان مصرف انرژی در استان توسط گاز طبیعی استفاده می شود. رحیمی اظهار کرد: مصرف گاز طبیعی استان در روز میزان ۱۰ تا ۱۲ میلیون متر مکعب است، وی از اتصال ۲۷۵ هزار و ۸۵۶ عدد انشعاب در استان خبر داد و یادآور شد: مجموع شبکه گذاری گاز در استان گلستان ۹ هزار و ۱۲۸ کیلومتر است. بدیهی ۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومانی دستگاه های استان به شرکت گاز گلستان-مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان با اشاره به اینکه ۵۶۱ هزار و ۳۶۸ مشترک جذب شده است، گفت: مطالبات گاز بها در استان گلستان مبلغ ۸۰ میلیارد تومان است.

حیدری زاده خبر داد:

## جذب ۶۵۰۰ همیار سبز در بندرعباس

**بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز-** رییس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری بندرعباس از آموزش و جذب حدود شش هزار و ۵۰۰ همیار فضای سبز از میان دانش آموزان خبر داد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس، رضا حیدری زاده اظهار کرد: با توجه به آغاز سال تحصیلی جدید، کارشناسان متخصص این سازمان با هماهنگی مدارس به فضاهای آموزشی اعزام و علاوه بر کاشت گل و گیاه در این مکان ها، آموزش های لازم در خصوص حفظ و نگهداری فضای سبز را ارائه می کنند. وی ارتقاء سطح فرهنگ شهروندی را در میان دانش آموزان از اهداف اجرای طرح همیاران سبز برشمرد و افزود: همیاران سبز که داوطلبانه از میان دانش آموزان انتخاب شده اند، در حفظ و نگهداری از فضای سبز مدارس و سایر مکان های مورد نظر کوشش کرده که این اقدام ارتقاء سطح فرهنگ شهروندی را در زمینه نگهداری فضای سبز شهر به دنبال دارد. رییس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری بندرعباس با بیان اینکه فرهنگ سازی باید از سنین کودکی آغاز شود، تصریح کرد: طرح همیار فضای سبز با این هدف که بچه ها خود را همراه و همیار فضای سبز بدانند، اجرا می شود. حیدری زاده با تأکید بر اینکه طرح آموزش کاشت و نگهداشت فضای سبز در مقاطع پیش دبستانی تا ششم کلیه مدارس دخترانه و پسرانه بندرعباس اجرا می شود، اظهار کرد: از ابتدای سال تحصیلی جاری بیش از ۴۰ مدرسه شهر بندرعباس این آموزش ها را دریافت کرده اند.

مدیرعامل شرکت گاز استان بوشهر:

## تخصص، دانش و مهارت از ارکان مهم در پیشبرد اهداف واحد بازرسی فنی

**بوشهر - خبرنگار فرصت امروز-** مدیرعامل شرکت گاز استان بوشهر در نشست کمیته راهبردی بازرسی فنی شرکت های گاز استانی به میزبانی استان بوشهر با اشاره به اهمیت مقوله بازرسی فنی در صنعت گاز بیان داشت: تخصص، دانش و مهارت از ارکان مهم در پیشبرد اهداف واحد بازرسی فنی محسوب می گردد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر، مهندس مسلم رحمانی در ادامه با مثبت ارزیابی نمودن اقدامات انجام شده در زمینه بازرسی فنی از تجهیزات، تاسیسات و طرح های گاز رسانی کشور، تجهیز شدن به علم روز و استفاده از تکنولوژی های مدرن را عاملی مهم در موفقیت این عرصه عنوان کرد و در این رابطه آینده روشنی را پیش روی شرکت ملی گاز ترسیم نمود. ایشان با اشاره به جایگاه مهم بازرسی فنی در صنعت نفت و گاز، فعالیت های اجرا شده طی سالهای گذشته در کشور را مطلوب ارزیابی نموده و اظهار داشت: انجام بازرسی های دوره ای پیشرفته و ارائه گزارش های مربوطه می تواند نقش بسزایی در انجام به موقع تعمیرات پیشگیرانه از تاسیسات، افزایش ضریب ایمنی و نیز صرفه جویی در هزینه ها داشته باشد. در ادامه این نشست، رئیس بازرسی فنی شرکت ملی گاز ایران نیز ضمن بیان خلاصه ای از اقدامات انجام شده به ارائه اهم فعالیت های کمیته راهبردی بازرسی فنی در غالب تهیه دستورالعمل های کاری، یکسان سازی رویه های بازرسی فنی و معرفی تکنولوژی های نوین بازرسی فنی پرداخت. مهندس زردویان با اشاره به حجم بالای طرح های گاز رسانی اجرا شده در کشور، تصریح نمود: با توجه به اینکه در حال خروج از فاز توسعه به بهره برداری هستیم، فعالیت های مرتبط با نگهداری و تعمیرات اهمیت خاصی پیدا می کند.

مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان مازندران در پی بارشهای اخیر:

## بیش از ۴۲۱۳ کیلومتر از راههای مازندران برف روبی شد.

**ساری - دهقان -** مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان مازندران گفت: در چند روزه گذشته با تلاش خستگی ناپذیر راهداران بیش از ۴۲۱۳ کیلومتر از راههای مازندران در ۵ مرحله معادل ۲۱۰۶۵ کیلومتر برف روبی شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان مازندران احمد آفرین محمد زاده ضمن اعلام این خبر افزود: با توجه به بردت هوا و بارش شدید برف و کولاک، محورهای برفگیر استان باتلاش راهداران همیشه بیدار برف روبی و بازگشایی گردید و تردد در کلیه راههای اصلی فرعی، روستایی و گردنه های برفگیر محورهای شریانی (سوادکوه، هراز، کندوان، کیاسر) برقرار می باشد. مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای مازندران اظهار داشت: در طول ۱۰۴۰۰ کیلومتر راه اصلی، فرعی و روستایی مازندران ۲۲ راهدارخانه فعالیت کرده که ۳۵۰ نفر از راهداران سخت کوش در قالب ۳۳ کپی راهداری زمستانی و با ۲۵۰ دستگاه ماشین آلات راهداری در ۳۷۰۰ کیلومتر از راههای برفگیر و کوهستانی استان به انجام فعالیت های راهداری زمستانی مشغول می باشند. مهندس آفرین محمدزاده گفت: پنج زدایی محورهای ارتباطی اصلی و فرعی استان با استفاده از ۲۵۰۵ تن نمک آسیبی و مصالح انجام شده است.

## بنزین پالایشگاه سازند دارای استانداردهای بالا و از عوامل کاهش آلودگی هوای استان مرکزی است

**اراک- مینو رستمی-** به گزارش روابط عمومی شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) سازند و به نقل از تسنیم مهدی زندیه وکیلی معاون عمرانی استاندار مرکزی روز دوشنبه پنجم آذر ماه در چهارمین جلسه کارگروه کاهش آلودگی هوای استان مرکزی که در محل استانداری مرکزی برگزار شد تولید سوختی با استانداردهای بالا توسط پالایشگاه سازند را از عوامل کاهش آلودگی هوا در استان مرکزی خواند و گفت: به واسطه وجود پالایشگاه سازند استان مرکزی از استان های پیشتاز در استفاده از سوختی با استانداردهای یورو ۴ در سطح کشور است و بخشی از تغییرات و بهبود وضعیت هوای استان مرکزی به ویژه کاهش سطح گوگرد در هوای استان مرهون این اتفاق خوشایند است. گفتنی است از جمله مهم ترین تولیدات پالایشگاه سازند تولید بنزین و گازوئیل یورو ۴ با استانداردهای جهانی است.

## برگزاری اختتامیه دومین جشنواره اربعین در آیین رسانه در استان ایلام

**ایلام- خبرنگار فرصت امروز-** در سالروز شهادت حضرت فاطمه (س) اختتامیه دومین جشنواره " اربعین در آئینه رسانه " با حضور مسولان استانی، اصحاب رسانه و منتخبان استان ایلام برگزار شد. مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان ایلام با بیان گزارشی از اقدامات انجام شده برای اجرای این رویداد فرهنگی گفت: اربعین حسینی یکی از نادرترین رویدادهای تاریخ تشیع بوده است که برای استان ایلام منشا خیر و برکت و عزت و سرپلندی شده است. عمران خود آموز افزود: اصحاب رسانه استان ایلام نیز در این پدیده نادر فرهنگی با تمام توان حضور یافتند و اختتامیه این رویداد فرهنگی انجام شد همچنین رئیس خانه مطبوعات استان ایلام ضمن ارائه گزارشی از جمع آوری، ارزیابی و داوری آثار رسیده به جشنواره از آغاز تا اختتامیه اظهار داشت: یکی از تاملات اصحاب رسانه استان ایلام استقرار دبیرخانه سوگواره اربعین در ایلام است. عبدالحمید کریمی افزود: استقرار دبیرخانه سوگواره اربعین در ایلام کمترین انتظار اصحاب رسانه و مطبوعات استان بعد از برگزاری دو دوره موفق این سوگواره در استان است که امیدواریم محقق شود. دانشیار گروه علوم قرآن دانشگاه ایلام نیز با اشاره به اربعین حسینی و تاثیر آن در وحدت مسلمین، اربعین را مهمترین رویداد تاریخی جهان اسلام در عصر حاضر دانست و اظهار داشت: مبحث اربعین نیازمند توجه بیشتر رسانه ها در سطح ملی است و برای این مهم رسانه های استان تلاش خود را مبادا فراموش کنند.

## مأمور قرائت کنتور شرکت گاز، ناجی جان یک خانواده شد

**-رشت- مهناز نویری-** در هفته گذشته امیر محمد زهری کنتورخوان اداره گاز خشکبیجار حین قرائت کنتور در حدود ساعت ۱۶ عصر به یک خانه ی مسکونی مراجعه نمود. پس از مدتی در زدن، پسر جوانی با حالت گیج و نامتعادل و به زحمت خود را به درب منزل می رساند و همزمان با باز کردن درب بی هوش به زمین می افتد. کنتورخوان شرکت گاز با مشاهده این وضعیت بلافاصله وارد حیاط خانه شده و در کنار راه پله پدر خانواده را بیهوش می یابد. وی در ادامه بلافاصله همسایه ها را مطلع ساخته و سریعاً با اورژانس تماس گرفته و در نتیجه باعث نجات جان یک خانواده ی چهار نفره می شود. گفتنی است که علت این حادثه استفاده از لوله بخاری غیراستاندارد و جدا شدن دودکش بخاری و انتشار گاز CO۲ بوده است که خوشبختانه با مسئولیت پذیری آقای زهری و عکس العمل سریع ایشان تلفات جانی به همراه نداشته است.

## وزیر راه و شهرسازی :

# اتصال خط ریلی خرمشهر - بصره در اولویت کاری وزارت راه است

هماهنگی نهایی در مذاکرات هفته جاری وزیر امور خارجه با دولت عراق هستیم. وی گفت: مذاکرات سومند بوده و ما امیدواریم تصمیم نهایی اتخاذ شود تا بتوانیم عملیات اجرای این پروژه را هر چه سریعتر شروع کنیم. وزیر راه و شهرسازی با اشاره به سفر خود به خوزستان گفت: پروژه ها و برنامه های در دست اجرا همچنین قابلیت ها و ظرفیت های بنادر و دریانوردی، گردشگر و شهرهای و آبادان در این سفر مورد بازدید قرار گرفتند. اسلامی به رصد و بررسی مسایل، مشکلات و نیز موانع پروژه های در دست اجرا در زمینه راه، بندر، مسکن و شهرسازی و بافت های فرسوده بندر امام خمینی (ره) و ماهشهر نیز اشاره کرد. وی بر فراهم کردن فرصت کسب و کار و تنوع بخشی به فعالیت ها در راستای تقویت قدرت لجستیک کشور در زمینه بار اشاره کرد و گفت: با ظرفیتهای که در پس کرانه ها وجود دارد باید زیر ساخت های لازم را فراهم کرد تا بشود از طریق فرآوری، تبدیل و ارسال کالاهای مختلف نقش ایفا کرد.



چه سریعتر نهایی شود و عملیات اجرایی خط آهن ۳۵ کیلومتری شلمچه - بصره همچنین پل ارتباطی روی رودخانه اروند هر چه سریعتر شروع شود تا تبادل کالا و جا به جایی مسافر به وسیله قطار به کشور عراق سریعتر صورت گیرد. وی ادامه داد: پروژه راه آهن خرمشهر - بصره باید سال گذشته شروع می شد و اکنون منتظر

**اهواز - شبنم قجاوند-** وزیر راه و شهرسازی گفت: اتصال خط ریلی خرمشهر - بصره در اولویت کاری وزارت راه و شهرسازی بوده و در این راستا توافق اولیه با کشور عراق حاصل شده است. محمد اسلامی در جریان بازدید از پروژه های بندری و راه و شهرسازی خرمشهر پروژه اتصال خط ریلی خرمشهر - بصره را یکی از پروژه های مهم و اولویت دار وزارت راه و شهرسازی بیان کرد و گفت: این پروژه مورد تأکید رئیس جمهوری است اینکه بتوانیم راه آهن را از خرمشهر از طریق شلمچه و عبور از اروند به بصره متصل کنیم اتفاق خوبی در راستای توسعه صادرات است که توافق اولیه آن حاصل شده است. وی با اعلام آمادگی این وزارتخانه برای جذب سرمایه گذار در راستای اجرای این پروژه بیان داشت: برای جذب سرمایه گذار و تأمین مالی این پروژه توافقاتی انجام گرفته و در سفر اخیر وزیر امور خارجه به عراق موضوع دنبال شد و تفاهنامه های مربوطه با سرمایه گذاران امضاء شد. اسلامی افزود: امیدواریم هماهنگی ها هر

## آیت الله علوی گرگانی:

## برای احیای موقوفات فرهنگ سازی و اطلاع رسانی شود

کارکردهای این سازمان به شمار می رود. وی افزود: اقداماتی که در این راستا صورت گرفته موجب احیای برخی موقوفات شده و مردم از ثمرات و برکات آنها بهره مند شده اند. آیت الله علوی گرگانی همت عالی و تبت خالصانه را راه حل بسیاری از مشکلات دانست و تصریح کرد: اگر انسان با نیت الهی وارد میدان شود، خانواده هم رحمت خود را شامل حال آدمی می کند و مردم را به سوی متولی کار خیر متعادل می سازد. استاد حوزه علمیه قم گفت: خداوند وعده داده که همراه محسین و نیکوکاران است و این بزرگترین دلگرمی برای انجام کار خیر است. وی ضمن تبریک به حجت الاسلام والمسلمین اسکندری به دلیل انتصاب به عنوان مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان قم افزود: از خداوند توفیق روزافزون شما را خواستارم و امیدوارم در انجام وظایف شرعی و سازمانی خود موفق باشید. آیت الله علوی گرگانی احقاق حقوق موقوفات را یکی از مهمترین وظایف سازمان دانست و گفت: لازم است برای این منظور فرهنگ سازی و اطلاع رسانی شفاف صورت بگیرد تا مردم نسبت به وقف و موقوفات آگاه شوند.



باید این الگو را مد نظر قرار دهند و در همین مسیر حرکت کنند. آیت الله علوی گرگانی با اشاره به لزوم ترویج فرهنگ وقف عنوان کرد: می توان جلساتی با حضور مسئولان و متولیان موقوفات برگزار کرد و در این نشست ها از بزرگان منطقه ای هم دعوت شود. استاد برجسته حوزه علمیه قم با بیان اینکه در زمینه موقوفات سازمان اوقاف باید در راستای حل آنها از شیوه های خلاقانه استفاده کند خاطر نشان کرد: احیای موقوفات که یکی از وظایف سازمان اوقاف به شمار می رود از مهمترین

**قم - خبرنگار فرصت امروز-** یکی از مراجع تقلید احقاق حقوق موقوفات را یکی از مهمترین وظایف سازمان اوقاف دانست و گفت: لازم است برای این منظور فرهنگ سازی و اطلاع رسانی شفاف صورت بگیرد تا مردم نسبت به وقف و موقوفات آگاه شوند. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، آیت الله سید محمد علی علوی گرگانی پیش از ظهر امروز در جمع مدیرکل، معاونین و روسای اوقاف قم اظهار کرد: اوقاف و امور خیریه به یکی از ادارات مهمی است که وظایف و کارکردهای آن بسیار سنگین و دشوار است. وی افزود: یکی از موضوعات مهم امروز، وقف و موقوفات هستند که همه امور مربوط به آن بر عهده سازمان اوقاف و ادارات کل آن در استان ها گذاشته شده است. این مرجع تقلید با بیان اینکه مدیران جدید سازمان اوقاف و اداره کل اوقاف استان قم باید از بهترین شیوه ها و ایده ها نو در این مسیر استفاده شود، وی ادامه داد: برخی افراد در جایگاهی که قرار دارند، چنان خدماتی ارائه می دهند که همواره نام نیکی از آنها باقی می ماند و ذخیره آخرتشان هم هست، همه مدیران

## شهردار اصفهان بودجه ۴۱۰۰ میلیاردی سال ۹۸ را به شورا تقدیم کرد:

# افزایش ۴۲ درصدی بودجه عمرانی شهرداری اصفهان در سال ۹۸

اصول ۹۴۶ میلیارد تومان بوده که ۳۱ درصد از کل بودجه را شامل می شد اما برای سال آینده هزار و ۱۸۷ میلیارد است که ۲۹ درصد از کل بودجه را شامل می شود.



در مناطق ۱۵ گانه، از اولویت های بودجه سال آینده است. رشد ۲۷ درصدی بودجه برای سال آینده

نوروزی با بیان اینکه بودجه سال ۹۷ سه هزار میلیارد تومان بود، تأکید کرد: در صورت تصویب شورای شهر بودجه سال آینده ۴ هزار و ۹۸۰ میلیارد تومان خواهد بود که رشد ۲۷ درصدی را نشان می دهد که با رشد اقتصادی منفی ۳.۵ درصدی سال آینده کشور کار در حوزه های عملیاتی سخت می شود. با این وجود امیدوارم با کمک اعضای شورای شهر و جدیتی که در مدیریت شهری در تمام بخش ها وجود دارد این موضوع تحقق پیدا کند. وی افزود: بودجه جاری

**اصفهان - قاسم اسد-** شهردار اصفهان در صحن علنی شورای شهر از افزایش ۴۲ درصدی بودجه عمرانی شهر اصفهان در سال ۹۸ خبر داد. به گزارش اداره ارتباطات رسانه ای شهرداری اصفهان، قدرت الله نوروزی با حضور در شصت و چهارمین جلسه علنی شورای اسلامی شهر اصفهان به منظور تقدیم لایحه بودجه سال ۹۸ شهرداری اصفهان به شورای شهر با بیان اینکه بودجه سال آینده دومین بودجه ای است که در دوره جدید مدیریت شهری تدوین می کنیم، اظهار کرد: در این دوره سعی شد نقطه نظرات شورای شهر و کمیسیون های مربوطه را در برنامه لحاظ کنیم. **ارایه هماهنگ بودجه برای نخستین بار** شهردار اصفهان با بیان اینکه در این برنامه حرکت شهرداری به سمت کاهش تصدی گری است، افزود: برقراری نظام کنترل پروژه ها با رویکرد مدیریت هزینه یکی دیگر از سیاست های است که در برنامه اعمال شده است. وی توسعه ناوگان حمل و نقل عمومی از جمله قطار شهری، اتوبوس و خطوط تندرو و در صورت امکان راه اندازی تراموا را از دیگر سیاست های اعمال شده در بودجه سال ۹۸ شهرداری ذکر کرد و گفت: تعریف پروژه های خاص و محرک توسعه

مجرد در ملاقات با مدیرکل حفاظت محیط زیست خبرداد:

## روزانه بالغ بر ۸۳ درصد نفتگاز توزیع شده در منطقه ارومیه از نوع یورو ۵ است

ملی پخش فرآورده های نفتی بمنظور کنترل آلایندهی ها گفت: با توزیع نفتگاز یورو ۵ کملا سازگار با محیط زیست از آلاینده های زیست محیطی به شدت کاسته می شود و امیدوار هستیم زمستان امسال شاهد کمترین میزان آلودگی هوا در استان و بخصوص در شهرستان ارومیه باشیم. راسته ضمن تشریح کارشناسی کنترل آلاینده های زیست محیطی به کاهش میزان گوگرد در نفتگاز توزیع شده از ۷۰۰ ppm به ۵ ppm اشاره کرد و گفت: نقش کاهش میزان گوگرد در نفتگاز یورو ۵ در میزان آلاینده های زیست محیطی بسیار تأثیر گذار است و ی خاطر نشان ساخت سوخت یکی از مولفه های تأثیر گذار در آلودگی هواست و خودروهای فرسوده، ناوگان حمل و نقل عمومی و صنایع و... سهم بسیار بالا و مؤثری در میزان آلودگی هوا دارد.



انبارهای نفت منطقه توسط شرکتهای ذیصلاح و تأیید شده توسط اداره کل محیط زیست خبر داد. راسته مدیر کل محیط زیست استان نیز در این ملاقات ضمن قدردانی از اقدامات صورت گرفته در سطح شرکت

**ارومیه- رونق-** احمد مجرد مدیر منطقه ارومیه همزمان با ۲۹ دی ماه روز هوای پاک و ملاقات با مدیرکل حفاظت محیط زیست استان گفت: بمنظور کنترل آلایندهی ها و برخورداری مردم استان از هوای پاک، روزانه در جایگاههای سوخت مرکز و شهرهای شمال استان آذربایجان غربی بالغ بر ۸۳ درصد نفتگاز توزیع شده از نوع استاندارد یورو ۵ میباشد مجرد با اعلام خبر فوق افزود: طرحهای زیست محیطی زیادی در حال حاضر در سطح شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ارومیه و جایگاههای سوخت در حال اجراست و نقش بسزایی در کنترل آلایندهی های محیط زیست دارد این مقام مسئول از اجرای طرح کهاب بمنظور کنترل بخارات بنزین در جایگاههای سوخت و همچنین از احمای استاندار لجن های حاصل از لایروبی مخازن

## شهردار کرج: مدیریت شهری کرج به دنبال کاهش هزینه ها است

هزینه ها باشیم. این مسئول ابراز کرد: باید در مسیرهای شیب دار، مخازن و پمپ های حاوی ضد یخ مایع جامعی شود تا هنگام بارش برف این مایع بر روی خیابان ریخته شده و مانع از یخ بستن برف بر روی سطح خیابان شود. کمالی زاده با اشاره به اینکه به جای مایع ضد یخ از آب نمک نیز می توان استفاده کرد، افزود: استفاده از این روش علاوه بر کاهش هزینه ها به استفاده راننده، تسریع در خدمت رسانی را با به کارگیری کمترین نیروی انسانی و بیشترین کیفیت به دنبال خواهد داشت. وی تأکید کرد: وظیفه شهرداری خدمت رسانی به شهروندان است و خوشبختانه مجموعه مدیریت شهری کرج تا کنون توانسته این وظیفه را به عنوان سیاست اصلی و مهمترین هدف دنبال کند و باید تلاش کنیم تا این مهم با کیفیت بهتر و مطلوب تری محقق شود.



عملیات خدمت رسانی و بازگشایی معابر را با سرعت بیشتری انجام دهد. شهردار کرج در ادامه با اشاره به شرایط اقتصادی کنونی اشاره کرد و گفت: در این شرایط ضروری است تا به دنبال راهکارهای کاهش

**کرج - خبرنگار فرصت امروز-** شهردار کرج گفت: ارائه خدمات با کیفیت به شهروندان مهمترین اولویت مدیریت شهری است. علی اصغر کمالی زاده در جلسه شورای برنامه ریزی اظهار داشت: در زمان بارش برف و باران، شهروندان باید با شهرداری تعامل داشته باشند تا بتوان در کوتاه ترین زمان خدمات با کیفیتی ارائه داد. این مسئول با بیان اینکه زمان بارش برف خیابان ها لغزنده می شوند و در صورتی که خودروها زنجیر چرخ نداشته باشند، شاهد تصادفات و به دنبال آن مسدود شدن راه ها هستیم، گفت: وقتی راه بسته باشد قاعده تا نیروهای خدماتی نیز میان راه گیر کرده و نمی توانند به شهروندان خدمت رسانی کنند. وی اضافه کرد: شهروندان در زمان بارش برف باید از سفرهای درون شهری غیر ضروری خودداری کنند تا شهرداری

مدیرعامل جمعیت هلال احمر گلستان:

## بهره برداری از ۳۴ مرکز بانک امانات تجهیزات پزشکی به همت خیر داوطلب گلستانی

امانی جهت استفاده در اختیار نیازمندان قرار می گیرد. مدیرعامل جمعیت هلال احمر گلستان در پایان افزود: همزمان با چهارمین سالگرد پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی و ایاام دهه فجر مرکز بانک امانات تجهیزات پزشکی شهرستان های ساری در استان مازندران و آزادشهر در گلستان نیز به همت خیر نوع دوست گلستانی افتتاح و مورد بهره برداری قرار خواهد گرفت.

های گرگان، گنبدکاووس گلستان، زاهدان، زابل سیستان و بلوچستان و سرپل ذهاب کرمانشاه این مسود بهره برداری قرار گرفت و امروز ششمین مرکز در مشهد مقدس افتتاح شد. دکتر هروی خاطر نشان کرد: در این مراکز تجهیزاتی شامل: تخت بیمار، ویلچر، دستگاه فوتوژی، عصا، واکسر، دستگاه ساکشن پرتابل خانگی، تشک مواج، کمپوسل اکسیژن و مانومتر به صورت

**گرگان - خبرنگار فرصت امروز-** به گزارش روابط عمومی جمعیت هلال احمر گلستان، دکتر هروی با اعلام این خبر گفت: ۳۴ مرکز بانک امانات تجهیزات پزشکی با همت بلند خیر نیک اندیش و داوطلب گلستانی و مشارکت جمعیت هلال احمر گلستان در دستور کار قرار گرفت. مدیرعامل جمعیت هلال احمر گلستان تصریح کرد: مراکز بانک امانات تاکنون در شهرستان



## حلیقه جدید آمازون

## از برخورد کارمندان با روبات‌های انبار جلوگیری می‌کند

آمازون بیش از ۱۰ هزار روبات در انبارهای خود دارد و باید اطمینان داشته باشد که این دستگاه‌ها با انسان‌های شاغل در شرکت به خوبی رفتار می‌کنند. به عنوان یکی از جدیدترین راهکارها کارمندان می‌توانند با پوشیدن «حلیقه تکنولوژیک روباتیک» یا به اختصار RTV از برخورد با روبات‌ها جلوگیری کنند.

به گزارش ورج، به طور معمول روبات‌های آمازون قفسه‌های کالاها در انبارها را حمل می‌کنند و البته به این منظور محدوده‌های خاصی برای‌شان تعریف شده تا از برخورد با کارمندان اجتناب شود، اما مشکل از آنجایی آغاز می‌شود که یک روبات خراب شود یا کالایی را روی زمین بیندازد. اینجا است که انسان‌ها باید وارد این محیط شده و مشکلات را حل کنند.

تا پیش از این کارمندان شبکه‌ای از این محیط را علامت‌گذاری کرده و به این ترتیب به برنامه‌ریزان ترافیک روبات‌ها کمک می‌کردند که به طور هوشمند مسیری از بیرون محل علامت‌گذاری شده را انتخاب کنند. حلیقه الکترونیکی جدید اما کار را راحت‌تر و ایمن‌تر از پیش کرده است.

روبات‌ها افرادی که این حلیقه را به تن دارند شناسایی و از آنها دوری کرده و به طور هوشمند طرح مسیر خود را به منظور جلوگیری از برخورد به‌روز می‌کنند. به این ترتیب نیازی هم به علامت‌گذاری بخش خاصی از مسیر برای اجتناب از برخورد نخواهد بود.

آمازون در سال گذشته میلادی RTV را در بیش از ۲۵ سایت خود پیاده کرده و خبر از موفقیت‌آمیز بودن آنها داده است. در حالی که در بسیاری از کارخانه‌ها از فناوری‌های کمکی برای جلوگیری از برخورد روبات‌ها با انسان‌ها استفاده می‌شود، اما آمازون با حلیقه روباتیک خود هزینه‌های این کار را بیش از پیش کاهش داده است. راهکار آمازون در نهایت موجب می‌شود که انبارهای آینده برخلاف گذشته بر مبنای نیازهای روبات‌ها ساخته شود و نه نیازهای انسان‌ها.

## مدرسه مدیریت



## از «لیدها» در برقراری ارتباط با مشتری

## و بازاریابی غافل نباشیم!

هم‌اکنون بسیاری از روش‌ها در بازاریابی و ارتباط با مشتریان و تبلیغات، جزو شیوه‌های قدیمی یا در حال منسوخ شدن به حساب می‌آیند.

به عنوان مثال شاید استفاده از تبلیغات ایمیلی، امروزه از نظر برخی‌ها یکی از شیوه‌های نوین در بازاریابی باشد. در حالی که در دنیای اقتصاد و بازاریابی کنونی، این روش جزو روش‌هایی است که در حال منسوخ شدن است. زیرا در تبلیغات ایمیلی شما انبوهی از ایمیل‌ها را به دست می‌آورید و پیام‌های تبلیغاتی خود را برای آنها می‌فرستید. خیلی از افرادی که ایمیل شما را دریافت می‌کنند ممکن است حتی بدون اینکه ایمیل شما را باز کنند از صندوق پیام‌های خود حذف کنند. بنابراین، زحمت شما به هدر رفته است و نتوانستید مشتریان واقعی خود را پیدا کنید. در حالی که در استفاده از روش تمرکز بر لیدها یا سرخ‌ها شما دقیقاً روی مشتریان بالقوه خود تمرکز می‌کنید و فعالیت‌های بازاریابی شما روند منظم‌تر، دقیق‌تر و بهتری پیدا می‌کند. بنابراین، زمانی که افراد نسبت به یکی از محصولات یا خدمات شما کنجکاوی نشان می‌دهند و سوالات زیادی درباره آن از شما می‌پرسند این نشان‌دهنده این است که این فرد یا شرکت نسبت به این محصول شما علاقه‌مند شده است و این فرد یا شرکت به عنوان یک سرخ برای شماست که بهتر است نسبت به پیگیری کردن آن فرد خودتان را آماده کنید. زیرا، شواهد نشان می‌دهد که این فرد تمایل دارد به عنوان مشتری شما باشد. برای حفظ ارتباط با این سرخ لازم است شماره تلفن یا ایمیل او را دریافت کنید تا بتوانید ارتباط را با او حفظ کنید.

می‌توانید به او یک فرم نظرخواهی بدهید تا نظرش را درباره محصول یا خدمات شما در آن بنویسد. همین دلیل است که می‌گوییم در تبلیغات اینترنتی باید سرخ‌ها یا مشتریان بالقوه و بالفعل خود را در نظر بگیرید نه تمامی افرادی که ایمیل آنها را دارید. برای اینکه افراد یا شرکت‌هایی را بتوانید به یک لید یا سرخ تبدیل کنید بهتر است سعی کنید توجه آنها را به محصول یا خدمات‌تان جلب کنید و سپس به ارائه محصول یا خدمات به آنها بپردازید. باید تمام تلاش خود را بکنید تا با توجه به امکانات و ابزارهایی که دارید، توجه مشتریان را به خودتان جلب کنید و اطلاعات تماس و ارتباط با آنها را دریافت کنید. گردآوری این اطلاعات به خاطر این است که شما این فرد مشتاق را به یک مشتری بالفعل و هوادار خود تبدیل کنید. برای جلب توجه این افراد علاقه‌مند می‌توانید اقدامات زیر را انجام دهید:

۱- محصول یا خدمات رایگان

زمانی که فردی را تا این حد مشتاق یا کنجکاو می‌بینید بهتر است فرصت امتحان کردن محصول یا خدمات‌تان را به او بدهید. این فرصت اگر به صورت رایگان در اختیار آنها قرار بگیرد می‌تواند میزان اشتیاق آنها را بیشتر کند.

۲- تولید محتوای رایگان

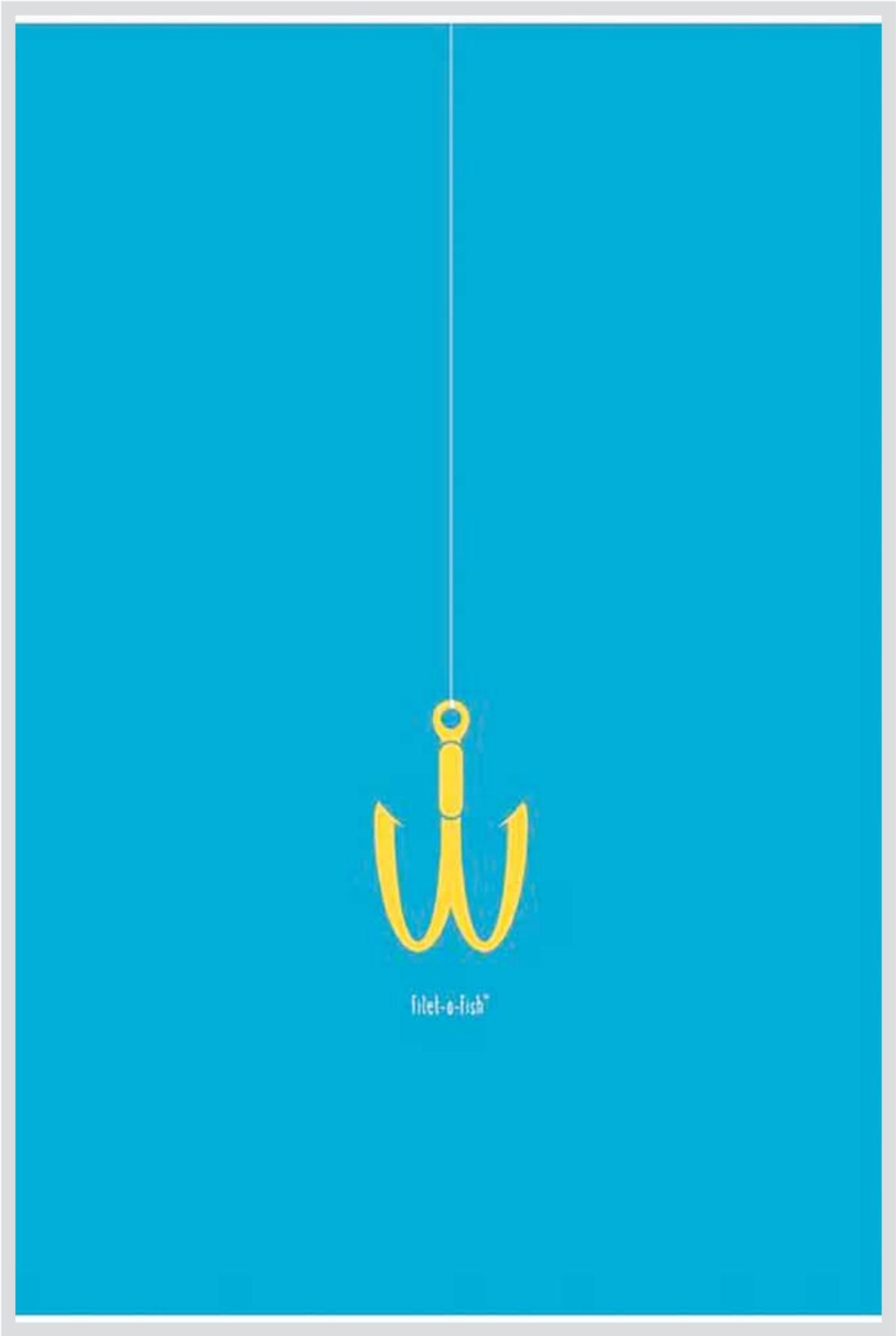
یکی دیگر از راه‌های مناسب برای ساختن لید یا افراد مشتاق و کنجکاو نسبت به فعالیت شما این است که اطلاعاتی که آنها نیاز دارند به صورت محتوا برای‌شان تولید کنید و به صورت رایگان در اختیارشان قرار دهید.

۳- کتاب رایگان

ارائه کتاب رایگان چه به شکل الکترونیکی چه به شکل فیزیکی به این افراد می‌تواند علاقه آنها به کسب و کار و محصول شما را بیشتر کند. همچنین می‌تواند دایره اطلاعات آنها را نسبت به محصول یا خدمات شما افزایش دهد که همیشه افزایش اطلاعات در یک زمینه می‌تواند علاقه افراد به آن زمینه را افزایش دهد.

در نهایت لازم است به این نکته مهم توجه داشته باشید که ارائه خدمات به لیدها یک نوع سرمایه‌گذاری برای آینده شماست، چرا که در انتخاب مخاطبان و مشتریان خود درست عمل کرده‌اید و انرژی خود را بیهوده از دست نداده‌اید.

منبع: qmpmarketing



## مسیر موفقیت



## چگونه همانند ثروتمندان، ثروتمند شویم؟

فرصت‌ها و تهدیدهای شماست! ثروتمندان همانند دیگران نمی‌اندیشند آنها از دور نظاره‌گر هستند و کمبودها را می‌بینند و آگاهی می‌یابند. آنگاه دست به کار می‌شوند و ثروت خود را بیشتر می‌کنند!

## ۵- چگونه به فقر پایان دهیم؟

من هم همیشه درباره فقر شنیدم، گوشه‌ای از ذهن خود را به فقر اختصاص دادم و برای کمک به آنها پیشقدم شدم! اما چندی پیش بیشتر فکر کردم تا کی کمک به فقرا؟ تا کی کمپین‌های کاهش فقر؟ یاد ضرب‌المثلی افتادم: به جای دادن ماهی به فقرا به آنها ماهیگیری یاد بدهید. همین نکته طلایی برای از بین بردن فقر کافی است!

تمایز ثروتمندان با دیگران در همین است! آنها راه‌های ثروتمند شدن را بلدند!

## ۶- پورشه می‌تواند شما را ثروتمندتر کند!

من هم درست همانند شما با شنیدن این جمله متعجب شدم! اما کمی به عمق آن دقت کنید...

مسئله مدل ماشین نیست بلکه سطح خواسته و توقع ماست!

هر چقدر اهداف و آمال بزرگتری برای خود تعیین کنید، احتمال دستیابی به آن برای‌تان افزایش می‌یابد...

تأثیر ذهنیت را نادیده نگیرید. شما با اندکی تغییر ذهنیت می‌توانید سوار بر پورشه خود شوید و همانند ثروتمندان ثروت خود را دوچندان کنید، کافی است باور کنید که می‌توانید!

منبع: modirinfo

بیان کرد که پول سم است! پول هر چقدر بیشتر باشد سعی‌تر است! با اندکی تفکر به این نتیجه رسیدم که با در نظر گرفتن ارزش زمانی پول، بدترین نوع نگهداری از پول پس‌انداز آن است چرا که هر روز از ارزش آن کم خواهد شد.

## ۲- چرا اشتباه‌ها ثروتمندان را ثروتمندتر می‌کند؟

آخرین شکست‌م را به یاد دارم! در بوری سرمایه‌گذاری کردم و سهام من افت شدیدی کرد بلافاصله سهام خود را فروختم و دور سرمایه‌گذاری در بورس را خط کشیدم! اکنون به این فکر غلط می‌خندم، چرا که نوع سرمایه‌گذاری اهمیت ندارد سرمایه‌گذاری در بورس، املاک، استارت‌آپ یا هر چیز دیگری مهم نیست!

مهم آن است که از شکست‌ها نهراسید... کاری که ثروتمندان می‌کنند دقیقاً همین است! شکست می‌خورند و دوباره تلاش می‌کنند تا زمانی این کار را ادامه می‌دهند تا موفقیت خود را به دست آورند! حتما جمله شکست پلی به سوی پیروزی است را شنیده‌اید! منم شنیده‌ام! اما تفاوت ثروتمندان با دیگران در این است که آنها به این موضوع باور دارند!

## ۴- چرا بحران‌ها و کمبود ثروت، ثروتمندان را

## ثروتمندتر می‌کند؟

داستان کشف طلا را به خاطر دارید؟ خیلی‌ها در آن دوران به دنبال یافتن طلا بودند و تلاش زیادی می‌کردند اما چه کسی در این میان ثروتمند شد؟

آن کسی که بیل می‌فروخت! طلای واقعی شناسایی

## ملیکانصیر

## دانشجوی ارشدمدیریت‌بازرگانی

چیزی که همیشه ذهن من را به خود درگیر کرده، این است که چرا عده‌ای از افراد در فقر زندگی می‌کنند و بسیاری غرق در ثروت هستند؟

به راستی این تقدیر و سرنوشت آنها بوده که ثروتمند به دنیا بیایند یا ناگهان با شانس و تقدیر به این همه ثروت دست یافتند؟ در جست‌وجوی پاسخی برای این سوالات بودم که با مطالعه کتاب «چرا ثروتمندان ثروتمند می‌شوند» تا حدودی پاسخ سوالاتم را یافتم:

## ۱- با پولم چه کنم؟

در عصر امروز با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژی و افزایش استفاده از روبات‌ها، انسان‌ها ناچار به تغییر دیدگاه خود هستند. شاید بهتر باشد کسب و کاری راه بیندازم و با ایجاد ارزش پیشنهادی و مزایای رقابتی به درآمدزایی و سودآوری برسم. در اولین گام لازم است مهارت‌ها و سطح دانش و توانمندی‌هایم را برای انتخاب کسب‌وکارم به درستی ارزیابی کنم!

## ۲- آیا پس‌انداز کردن روش خوبی است؟

تا چندی پیش در این باور بودم که پولسم را در بانک پس‌انداز و بدون هیچ ریسک و خطری از سود آن استفاده کنم، اما با توجه به اینکه دولت‌ها برای رفع بحران‌های اقتصادی مجبور به چاپ پول و اسکناس هستند و این روند ادامه پیدا می‌کند تا جایی که اقتصاد فلج شود، باید