

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

مشاوره بهترین انتخاب است

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل دارای مجوز فعالیت

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰ | www.bpi.ir | @bankpasargad

امکان جهش نرخ دلار وجود دارد؟

## سمت و سوی بازار ارز تا پایان سال

در شرایطی که تنها یک ماه و نیم به روزهای پایانی سال باقی مانده است، برخی از گزارش‌ها از احتمال ثبات قیمت ارز در روزهای پایانی سال خبر می‌دهد. برخلاف ماه‌های گذشته، بررسی شاخص دلار نشان می‌دهد این ارز مهم در طول یک ماه گذشته از کمترین نوسان برخوردار بوده است، گرچه در همین مدت حدود ۵۰۰ تومان روی قیمت دلار رفته است. مشاهده اعداد و ارقام بازار ارز در طول یکماه گذشته حاکی از آن است که نرخ دلار در روز ۱۳ دی‌ماه روی رقم ۱۲ هزار و ۹۵۰ تومان قرار داشت، این در حالی است که هم‌اکنون دلار با قیمتی در حدود ۱۳ هزار و ۴۵۴ تومان فروخته می‌شود. این یعنی در طول یک‌ماه اخیر، نوسان نرخ دلار در حدود ۳۸ درصد بوده است. در حالی حدود ۴۵ روز تا انتهای سال ۹۸ زمان داریم که برخی از گزارش‌ها، از احتمال ثبات...

۴

دولت‌ها برای تسهیل رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی چه می‌کنند؟

## بازی برد-برد استارت‌آپ‌ها در بخش کشاورزی

۲

### مدیریت و کسب‌وکار



گزارش مالی AMD برای فصل چهارم سال ۲۰۱۹ نشان از افزایش ۵۰ درصدی در آمد دارد

- چالش استعفا از شغل بدون ایجاد در دسر
- راه‌اندازی گام به گام کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام
- اتحادیه اروپا این بار بر علیه اپل
- بحران فروش تیمبرلند در صنعت تولید کفش
- بازار یابی اینستاگرامی با ابزارهای تحلیلی
- تولید محتوای بازار یابی جذاب با ۴ راهکار غیر سنتی

۸ تا ۱۶



## عرضه ۸ خودروی جدید در ۳ سال آینده

بریتانیا رسماً از اتحادیه اروپا خارج شد

### «جزیره کوچک» در دل اروپا

اما از دیگر سوالاتی که مطرح است؛ طرح مسائلی از این قرار است که بریتانیا بعد از اتحادیه چه خواهد بود؟ آیا شکوه جلال زمان تاجر و چرچیل را باز می‌یابد؟ آیا سلطنت بار دیگر قدرت می‌گیرد؟ آیا بریتانیا به سمت واگرای می‌رود؟ آیا از پس اقتصاد کشورش بر خواهد آمد؟ تجارت را چه خواهد کرد و مهم‌تر از همه سیاست خارجی با منطقه و فرامنطقه چه می‌شود؟ آیا لندن راهش را از بروکسل برای همیشه جدا خواهد کرد؟ یا در حد ترونیگای اروپا می‌ماند؟ آیا لندن پس از این رسماً به ائتلاف واشنگتن در خواهد آمد یا سیاستی مستقل در پیش خواهد گرفت؟ آیا دستگاه‌های اطلاعاتی و امنیتی لندن پس از این مانند سابق عمل خواهند کرد یا راه جدیدی را پیش خواهند گرفت؟

سوالاتی که از طرف دیگر برای اتحادیه فرسوده اروپایی مطرح است؛ که چه خواهد شد؟ اتحادیه‌ای که در حال حاضر هم رسماً کارایی خاص سیاسی ندارد و جذبیه روزهای اول تاسیس خود را به تاریخ همراه آرمان‌ها و هدف‌هایش به تاریخ سپرده است، چرا که علناً سه کشور قدرتمند این اتحادیه با نام «E3» (ترونیگای اروپایی) راه خود را عملاً جدا کرده‌اند اما در ظاهر ضوابط اتحادیه را رعایت می‌کنند؛ نمونه بارز آن موضع‌گیری جوزف بورل در خصوص مکاتیبس ماشه و بیانیه این سه کشور در خصوص تعهدات برجامی ایران است. حالا با خروج بریتانیا این اتحادیه رسماً در آستانه فروپاشی قرار گرفته است. در همین راستا تلاش‌های مکرون نیز به جایی نرسیده چرا که راست‌های فرانسه نیز به دنبال خروج از اتحادیه اروپا هستند. رئیس‌جمهور جوان فرانسه که برای احیای اتحادیه اروپا تشکیل ارتش اروپایی را داده بود نیز طالب جدی ندارد چرا که این طرح هم منوط به همان سه کشوری می‌شود که عضو بزرگ آن امامداد دیروز خارج شد.

اما درباره این سوال که بریتانیا چه خواهد شد؟ بی بی سی نوشته است: «با فرار رسیدن نیمه‌شب در بروکسل، همه چیز عوض شد و هیچ چیز تغییر نکرد. دولت بوریس جانسون ممکن است بگوید «کار بزرگیت تمام شد» ولی واقعیت این است که اکثر تصمیم‌های دشوار تازه شروع می‌شود. بریتانیا دیگر عضو اتحادیه اروپا نیست، ولی حالا در کمتر از یک سال باید تصمیم بگیرد که چیست.»

مثل تمام «لحظات حساس» و «مقاطع کلیدی» این چند سال، لحظه بزرگیت هم تغییر عمده‌ای به پا نکرد. درست است که روی کاغذ دیگر بریتانیا عضو اتحادیه اروپا نیست، نمایندگانش در پارلمان اروپا شغلشان را از دست داده‌اند و پرچمش را از نهادهای اتحادیه به پایین کشیده‌اند، ولی در عمل خیلی از امور به روال قبلی ادامه پیدا می‌کند. حداقل برای ۱۱ ماه دیگر. تا پایان این دوره گزار، چهار اصل بنیادی اتحادیه اروپا (آزادی جابه‌جایی کالاها، خدمات، سرمایه و نیروی کار) ادامه دارد. این یعنی همچنان شهروندان کشورهای عضو اتحادیه اروپا می‌توانند بدون محدودیت یا نیاز به ویزا به بریتانیا مهاجرت کنند، چیزی که گلابه اصلی بسیاری از رأی‌دهندگان به بزرگیت بود. در کنار این، بریتانیا نه‌تنها باید مقررات و استانداردهای فعلی اتحادیه اروپا را رعایت کند، بلکه موظف است مصوبات اتحادیه اروپا در این مدت را هم (بدون آنکه نقشی در تهیه‌شان داشته باشد) به اجرا بگذارد.

در تجارت بین‌المللی هم بریتانیا همچنان مثل قبل، تابع اتحادیه اروپاست و نمی‌تواند تعرفه‌ها و سهمیه‌های واردات و صادرات به کشورهای ثالث را خودش تعیین کند. بریتانیا تا پایان ژوئن (پنج ماه دیگر) وقت دارد تصمیم بگیرد که می‌خواهد این دوره گزار را تمدید کند یا نه. البته دولت بوریس جانسون بندی را در لایحه توافقنامه خروج گنجانده که خودش را از چنین کاری منع کند. در این دوره انتقالی قرار است دو طرف برای رسیدن به یک پیمان تجاری و چارچوب روابط تجاری‌شان در آینده به توافق برسند و تازه از اینجا است که سختی کار آغاز می‌شود.

این اتفاق در حالی می‌افتد که برخی ناظران معتقدند که فروپاشی اروپا و خروج بریتانیا سه تغییر جدی و عمده را در روابط بین‌الملل به همراه خواهد داشت. اول؛ اروپا استقلال سابق را نخواهد داشت و بیشتر از همیشه به آمریکا وابسته خواهد شد. دوم؛ خطر تجزیه بریتانیا و صغیر شدن به جای کبیر ماندن. سوم؛ تفرقه میان کشورهای اروپایی، به نفع چین، روسیه و آمریکا؛ ظاهراً هر کسول بار دیگر قربانی توطئه شد.

«تفرقه» لازمه تسلط شرق و غرب بر اروپا است. قاره سبزی که جنگ جهانی دوم برای آنها پیشرفت به ارمغان آورد، اما از سوی دیگر عملاً به مستعمره‌های شرقی و غربی به دو نیم تقسیم شد! آیا اروپا بار دیگر همان راه را می‌رود؟ ستاره‌های اروپا در حال خاموش شدن است؛ جنگ تجاری چین و آمریکا، حتی به بیماری مردم جهان هم رحم نمی‌کند و کرونا را باعث پیشرفت اقتصاد آمریکا می‌خوانند، روسیه برای گاز، اوکراین و کریمه را به گروگان گرفته و از طرفی دیگر آمریکا برای چین، ناتو را در اروپا به گروگان گرفته است، بله... اروپا خیلی وقت است که قربانی دو بلوک است!

فرصت امروز؛ لحظه تاریخی، در ساعتی تاریخی، در نیمه شبی تاریخی، پس از سه سال رقم خورد و سرانجام بریتانیا از اتحادیه اروپا خارج شد؛ اتفاقی که روزنامه «گاردین» از آن با لحنی انتقادی با عنوان «جزیره کوچک» یاد کرده و بر بریتانیا پس از خروج از اتحادیه اروپا این گونه نام داده است. اتفاقی که می‌تواند سیاست جهان را تغییر دهد و صفحه شطرنج را جور دیگری بچیند. صفحه‌ای که یادآور روزهای پس‌سجنگ جهانی دوم و جنگ سرد است و این سوال را مطرح می‌کند که آیا اروپا بار دیگر قربانی دو بلوک شده است؟

اگرچه بریتانیا هم‌زمان با آخرین ساعت ۲۳:۰۰ به‌طور رسمی از اتحادیه اروپا خارج و بلافاصله وارد یک دوره انتقالی ۱۱ ماهه شد، اما این کشور در این دوره انتقالی همچنان پیرو مقررات اتحادیه اروپا خواهد بود و سهم بودجه خود را پرداخت خواهد کرد. بریتانیا در این مرحله ۱۱ ماهه، بر سر جزئیات جدایی منافع خود از ۲۷ کشور دیگر اتحادیه اروپا مذاکره خواهد کرد.

در همین حال و هم‌زمان با اجرایی شدن بزرگیت، صدها هزار نفر از مردم بریتانیا جمع‌شده با در خیابان‌ها به سر بردند؛ بسیاری «استقلال» از اتحادیه اروپا را جشن گرفتند و بسیاری هم مغموم خاطره ۴۷ ساله با اروپا بودن را گرامی داشتند. مردم بریتانیا بیش از سه سال پیش و در جریان یک فراندوم به خروج از اتحادیه اروپا آری گفته بودند؛ فراندومی که به «بزرگیت» شهرت یافت و در نهایت، نیمه‌شب جمعه به وقت بروکسل تحقق یافت. با وجود شادمانی و کنسرت‌های خیابانی در نزدیکی پارلمان بریتانیا در قلب لندن، در نقاط دیگری چون اسکاتلند که اکثریت ساکنان آن به ماندن در اتحادیه اروپا رای داده بودند، بسیاری با شمع روشن کردن یاد و خاطره نیم قرن همسنگی با اروپا را زنده نگه داشتند. بوریس جانسون، نخست‌وزیر بریتانیا که نقش محوری در تحقق بزرگیت داشت، ساعتی قبل از یازده شب به وقت لندن در اظهاراتی ویدئویی به مردم کشورش وعده داد که بزرگیت با ایجاد اتحاد در بریتانیا (انگلیس، ولز، اسکاتلند و ایرلند شمالی) این کشور را «رو به جلو» پیش براند. او در این ویدئو که در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد، گفت: «رای بسیاری از مردم این یک لحظه اعجاب‌انگیز همراه با امید بود، لحظه‌ای که گمان می‌کردند هرگز فرا نخواهد رسید و برای بسیاری دیگر این لحظه همراه با غم و اضطراب و حس از دست دادن چیزی بود و البته برای گروه سوم که احتمالاً بزرگ‌ترین گروه هم بودند، اینکه بالاخره این بلاکلیفی و تعلیق به اتمام رسید. من همه این احساسات را درک می‌کنم و کار ما در دولت این است که حالا کشور را گردهم آورم تا رو به جلو حرکت کنیم.»

به گزارش خبرآنلاین، «بزرگیت» بالاخره پس از سه سال و استعفا دو نخست‌وزیر، اجرایی شده است. خروج انگلیس از اتحادیه اروپا که در سه سال گذشته در سیاست خارجی و داخلی این کشور به یک بحران جدی تبدیل شده بود، طبق وعده انتخاباتی بوریس جانسون، اجرا و یک روز تاریخی را برای انگلیسی‌ها رقم زد.

مردم این کشور از لحظه اعلام بزرگیت به خیابان‌ها آمده و به جشن و پایکوبی پرداختند. گذشته‌گرایان که به دنبال شکوه و عظمت سابق بریتانیای کبیر هستند به خیابان‌ها آمدند و ستاره‌های اروپا را زیر پا لگد کردند. ایده‌آلیست‌ها نیز که خواهان همگرایی با دنیا بودند با تجمعی آرام با پرچم‌های اتحادیه مخالفت خود را ابراز کردند.

مخالفان که متشکل از اسکاتلندی‌ها و ایرلندی‌ها هستند با یک راهپیمایی از اتحادیه خداحافظی کردند. در اسکاتلند هم که اکثریت به ماندن در اتحادیه اروپا رای داده بودند بسیاری با روشن کردن شمع یاد و خاطره ۴۷ سال اتحاد با اتحادیه اروپا را زنده نگه داشتند. از سوی دیگر در ایرلند شمالی که بسیاری به علت مشکلات مرزی این کشور با اتحادیه اروپا با بزرگیت مخالفت کرده بودند روز جمعه تجمعه‌های اعتراضی در نزدیکی مرز جمهوری ایرلند برپا کردند.

نیکولا استارجن، وزیر اول اسکاتلند در توییت و دقیقاً در لحظه وقوع بزرگیت پرچم اتحادیه اروپا را منتشر کرد و نوشت: «اسکاتلند به عنوان یک کشور مستقل به قلب اروپا باز خواهد گشت.» او هشنگی با این مضمون را هم همراه توییت خود کرد: «چراغ اسکاتلند را روشن نگه دارید!» در کاردف، مرکز ولز نیز مارک درگفورد، وزیر اول، گفت: «ولز که به ماندن در اتحادیه اروپا رای داده بود، به عنوان یک ملت اروپایی باقی خواهد ماند.»

اما سوالاتی که مطرح است این است که آیا گذشته‌گرایان و آیندنگران به همین خروج اتحادیه بسنده خواهند کرد؟ اسکاتلندی‌ها و ایرلندی‌ها ساکت می‌نشینند؟ بحثی که در سه سال اخیر همیشه مطرح بود و خروج بریتانیا را با بحران جدی مواجه کرده بود بحث بر سر استقلال اسکاتلند و ایرلند بود که به یک چالش جدی برای نخست‌وزیران وقت منجر شده بود. فراندوم بر سر جدایی اسکاتلند از بریتانیا،

رئیس‌جمهور در جلسه شورای فضای مجازی:

### با تاکید امام (ره) ساختار سیاسی کشور به همه‌پرسی گذاشته شد

رئیس‌جمهور با گرامیداشت سالروز ورود حضرت امام خمینی(ره) به کشورمان، ۱۲ بهمن سال ۱۳۵۷ را روزی بسیار مهم در تاریخ جمهوری اسلامی ایران دانست و گفت بی‌تردید راه و مسیر حضرت امام خمینی(ره) را با هدایت‌های مقام معظم رهبری ادامه خواهیم داد تا به آنچه مطلوب نهضت و انقلاب اسلامی بود، دست یابیم.

به گزارش ایسنا، حجت‌الاسلام والمسلمین حسن روحانی روز شنبه در جلسه شورای عالی فضای مجازی، با اشاره به اینکه مردم ایران در دو مقطع منتظر بازگشت و دیدار امام و رهبر عزیزشان بودند، اظهار داشت: یکی از این ایام در سال ۱۳۴۲ بود که امام(ره) را دستگیر کردند و ایشان مدتی را در حصر و زندان سپری کردند و مردم در این روزها در سراسر کشور منتظر بازگشت حضرت امام(ره) بودند تا مجدداً از هدایت‌های‌شان بهره‌مند شوند و در نهایت در ۱۶ فروردین ۱۳۴۲ این موضوع محقق شد و امام به قم بازگشتند و برای استقبال از امام خمینی(ره) مراسم زیادی در شهرهای مختلف برگزار شد.

رئیس‌جمهور گفت: پس از سخنرانی امام راحل در ۱۳ آبان ۱۳۴۳ مجدداً ایشان را به تهران منتقل کرده و به ترکیه بردند و به مدت یکسال در شهرهای امیر و بورسا گذراندند و در نهایت به عراق تبعید شدند. طی این سال‌ها نیز مردم منتظر بازگشت امام خمینی(ره) بودند تا اینکه در مهرماه ۱۳۵۷ اجازه ندادند امام(ره) در عراق بمانند تا اینکه ابتداً به قصد کویت و نهایتاً عازم پاریس شدند.

روحانی در ادامه با بیان اینکه امام راحل پس از ۴۷ روز از پیروزی انقلاب اسلامی، مردم را پای صندوق آرا دعوت کردند، گفت: مردم به دعوت امام، در فروردین سال ۵۸ پای صندوق رأی آمده و به جمهوری اسلامی رأی دادند، لذا روز ۱۲ فروردین به عنوان روز جمهوری اسلامی ایران تعیین شد.

رئیس‌جمهور گفت: با اینکه نظام موردنظر مردم ایران جمهوری اسلامی بود، اما امام(ره) به این اتفاق نظر عمومی اکتفا نکرده و تأکید کردند که عنوان و ساختار سیاسی کشور به همه‌پرسی گذاشته شود.

روحانی گفت: ۱۲ بهمن روز ورود امام راحل به کشورمان بود و ۱۲ فروردین با رأی مردم به عنوان روز تثبیت ماهیت نظام تعیین شد و ۱۲ آذر همان سال نیز قانون اساسی تثبیت شده و روز قانون اساسی محسوب می‌شود بنابراین این سه ایام توانست به عنوان الگویی از نظام سیاسی را برای همه ملت‌های منطقه و جهان عرضه کند. رئیس‌جمهور گفت: به روح همه کسانی که در راه آرمان‌های امام راحل جان خود را فدا کرده و به شهادت رسیدند و در همه مراحل مختلف تا به امروز به پیروی از راه، منطق و آرمان‌های امام ایستادگی، شهادت را برگزیدند که آخرین آنها سردار سلیمانی بود، درود می‌فرستیم. سردار سلیمانی راه پرافتخار شهادت را برگزید و توانست تحول بزرگی را در داخل و در سطح منطقه و جهان به وجود آورد.

نوبت اول

آگهی مزایده عمومی  
یک مرحله‌ای

فروشی پازوه دستگاه خودرو  
گمرک ایران در سال ۱۳۹۸

تاریخ: ۲۷۸۵

رجوع به صفحه آخر

سازمان آگهی‌ها  
۸۶۰۷۳۱۴۳

## یادداشت

### تعامل با دنیا تعیین‌کننده است

<div><div><span><span>محمدقلی یوسفی</span></span></div><div></div></div>
<div>اقتصاددان</div>

جذب سرمایه‌گذار خارجی یکی از نیازهای اساسی ماست. امروز همه دولت‌ها بر اهمیت سرمایه‌گذاری خارجی در جهت رشد و توسعه اقتصادی اتفاق‌نظر دارند. سرمایه‌گذاری خارجی از سه جنبه‌ه دارای اهمیت است و می‌تواند سودآوری داشته باشد. یکی اینکه این نوع سرمایه‌گذاری، ریسک‌پذیر است. سرمایه‌گذارانِ خارجی وارد مناطقی می‌شوند که سرمایه‌گذار داخلی به آنجاها نمی‌رود. مثلاً معمولاً سرمایه داخلی به روستاها و شهرهای کوچک و دور ورود نمی‌کند، اما سرمایه‌گذار خارجی با طرح و برنامه‌ای نو به این مناطق وارد می‌شود و با نقدینگی‌ای که دارد می‌تواند از این نظر مکمل سرمایه‌گذاری داخلی باشد و در مناطق مختلف اشتغال‌زایی کند.

دومین مورد در اهمیت سرمایه‌گذاری خارجی، موضوع انتقال تکنولوژی روز است که بسیار برای ما اهمیت دارد. امروز بسیاری از ماشین‌آلات و دستگاه‌ها در صنایع ما فرسوده‌اند و نیاز به تجدید ساختار در بخش تولید دیده می‌شود. به دلیل کمبود نقدینگی و ارائه نشدن تسهیلات لازم، این انتقال تکنولوژی بدون حضور سرمایه‌گذار خارجی در کشور ما انجام نمی‌شود. سرمایه‌گذار خارجی می‌تواند از طریق ورود تکنولوژی، ابداعات و نوآوری‌های مختلفی را به کشور بیاورد و به صنعت و تولید ما کمک کند. این موضوع نیز یکی از نیازهای اساسی ماست. سوم اینکه سرمایه‌گذار خارجی در موضوع بازاریابی می‌تواند موفق عمل کند. این نوع سرمایه‌گذاران هم در بازار داخلی با بینگاه‌های اقتصادی دیگر رقابت می‌کنند و بازار را به سمت پویایی پیش می‌برند و هم در صحنه بین‌المللی می‌توانند باعث ورود ما به بازارهای اقتصادی در وِرای مرزهای کشور شوند که در نهایت کالاهای ما به مشتریان و مصرف‌کنندگان مختلف در بیش از چند کشور برسد. با توجه به اهداف توسعه‌ای کشور ما، اهمیت سرمایه‌گذار خارجی از این نظر بی‌پدیل است. اما با وجود همه مزایایی که برشمردیم، در زمینه جذب سرمایه‌گذاری خارجی خوب عمل نکرده‌ایم. اگر واقعاً بخواهیم این اتفاق رخ دهد، باید با دنیا تعامل سازنده داشته باشیم. با توجه به تحریم‌های بین‌المللی، سرمایه‌گذار مستقل نمی‌آید در کشوری سرمایه‌گذاری کند که با دنیا تعامل ندارد. زمانی می‌توانیم او را جذب کنیم که ارتباطات سیاسی بین‌المللی خود را بهبود داده باشیم، قوانین بین‌المللی را رعایت کنیم و به خصوص مسائل مربوط به FATF را جدی بگیریم. در نتیجه اینها ممکن است تحریم‌های بین‌المللی برداشته شود و سرمایه‌گذاری خارجی جذب شود.

هم‌زمان با جلو بردن روابط بین‌المللی، در داخل هم دولت می‌تواند زیرساخت‌ها را فراهم کند، جلوی فساد را بگیرد، فضای مناسب کسب و کار را ایجاد کند و برای بخش خصوصی آزادی عمل فراهم کند. باید قانون اساسی اصلاح شود. بروکراسی‌های عریض و طویل اداری که وِبال‌گردن مردم هستند، باید کاهش یابند و قدرت‌های موزای حذف شوند. دولت باید کوچک شود و تصدیگری را رها کند و به سمت برقراری نظم و امنیت برود. دولت میدان عمل را به مردم بدهد و کارها را به بخش خصوصی واگذار کند. همه نهادهای عمومی باید کوچک شوند و البته خیلی از آنها حتی قابلیت حذف دارند. همه وزارتخانه‌ها به خانه‌تکانی نیازمندند و باید بخش‌های غیرضروری را حذف کنند. هزینه‌های غیرضروری باید از بدنه دولت خارج شود. اینها همه باید به شکل یک مجموعه انجام شود. این موارد اصلاحاتی جدی است که باید در سطح ملی و به شکل یک مجموعه به آن نگاه و تغییرات لازم را اجرا کرد، در غیر این صورت نمی‌توان نه در جذب سرمایه‌گذار خارجی و نه در دیگر بخش‌های اقتصادی به موفقیت خاصی دست یافت. نگاه جدیدی باید در کشور شکل بگیرد و تحول آفرینی کند.

مجموعه‌ای از عوامل دست به دست هم داده است که سرمایه‌گذاران از ایران فراری شوند. در این موارد از هم جدا نمی‌شود. مؤلفه‌های سیاسی و متغیرهای اقتصادی هر دو در این وضعیت دخیل هستند و نمی‌توان آنها را از هم جدا کرد. هر کس می‌گوید می‌توان این دو را تفکیک کرد، دراین‌باره آگاهی لازم را ندارد. هر تصمیمی که در عرصه سیاست گرفته می‌شود، به طور مستقیم اقتصاد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. امروز حتی سرمایه‌گذاران داخلی هم یک به یک کشور را ترک می‌کنند و شرایط اقتصادی و سیاسی کشور را برای ایجاد یک کسب و کار یا ادامه تجارت مناسب نمی‌بینند. حالا چطور می‌خواهیم با این شرایط، سرمایه‌گذار خارجی را راضی به حضور در ایران کنیم.

البته همه اینها به این معنا نیست که ما برای سرمایه‌گذار خارجی هیچ مزایایی نداریم. کشور ما برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی صرفه‌های زیادی دارد. شرایط آب و هوایی، منابع طبیعی، وجود نفت و گاز، موقعیت استراتژیک در منطقه، ساختار ژئوپولیتیک، افراد توانمند و هزاران مزیت دیگر داریم که از آنها درست استفاده نمی‌کنیم. مشکل ما کمبود مزایا برای جذب سرمایه‌گذار نیست. مشکل ما نداشتن تعامل سازنده با دنیاست. مشکل ما به کار نگرفتن افراد توانمند است. متصدیان پست‌های حساس توانایی لازم را برای استفاده از این منابع و افراد ندارند. متأسفانه سیاست‌هایی که تا امروز اتخاذ شده در جهت بهبود وضعیت اقتصادی کشور نبوده و توسعه کشور را منظر قرار نداده است.

اگر وضعیت کشور به همین شکل پیش برود متأسفانه بعید می‌دانم سرمایه‌گذار خارجی به ایران بیاید، با این حال همه‌چیز دست خردمان است. اگر با دنیا تعامل سازنده داشته باشیم، مسائل اقتصادی‌مان نیز حل خواهد شد.

**منبع: آینه‌نگر**

برای اولین بار در ۴ سال گذشته

### تورم تولیدکننده بخش صنعت در فصل پاییز منفی شد

آمارهای رسمی از کاهش قابل‌توجه تورم تولیدکننده بخش صنعت کشور حکایت دارند؛ به‌گونه‌ای که برای اولین بار در چهار سال گذشته، نرخ تورم فصلی این بخش در فصل پاییز امسال به منفی ۲٫۳ درصد رسیده و تورم نقطه‌به‌نقطه و سالانه این حوزه نیز با کاهش چشمگیری مواجه شده است.

در فصل پاییز امسال تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت نسبت به فصل قبل (تورم فصلی) به منفی ۲٫۲ درصد رسیده که در مقایسه با همین اطلاع در فصل قبل (۰٫۲ درصد)، معادل ۲٫۵ واحد درصد کاهش دارد. در میان بخش‌های مختلف صنعتی کشور، کم‌ترین تورم فصلی مربوط به رشته فعالیت‌های «صنایع زغال‌سنگ و پالایشگاه‌های نفت» (منفی ۱۰٫۷ درصد)، «تولید کاغذ و محصولات کاغذی» (منفی ۴٫۶ درصد) و «صنایع محصولات شیمیایی» (منفی ۲٫۰ درصد) و بیشترین آن به ترتیب مربوط به «تولید ماشین‌آلات اداری و محاسباتی» (۲۶۶ درصد)، «تولید پوشاک، عمل آوردن و رنگ کردن پوست خزدار» (۹۵ درصد) و «تولید سایر وسایل حمل‌ونقل» (۷۸ درصد) بوده است. همچنین تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت نسبت به فصل مشابه سال قبل (تورم نقطه‌به‌نقطه) به ۲۷ درصد رسید که در مقایسه با همین اطلاع در فصل قبل (۶۰٫۵ درصد) معادل ۳۳٫۶ واحد درصد کاهش داشته است. به عبارتی، در فصل پاییز امسال میانگین قیمت دریافتی توسط تولیدکنندگان محصولات صنعتی به‌زای تولید کالاهای خود در داخل کشور، نسبت به فصل پاییز سال گذشته ۲۷ درصد افزایش داشته است.

دولت‌ها برای تسهیل رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی چه می‌کنند؟

# بازی برد–برد استارت‌آپ‌ها در بخش کشاورزی



فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

به اعتقاد بازاری کارشناسی مجلس، با بررسی دقیق‌تر برنامه‌های دولت‌ها برای تسهیل رشد استارت‌آپ‌های فناوری‌محور بخش کشاورزی در کشورهای استرالیا، هند و هلند می‌توان توصیه کرد که برگزاری دوره‌های آموزشی برای طرف تقاضا، بازاریابی و اقدامات ترویجی درخصوص فناوری‌های نوین کشاورزی، تسهیل دسترسی استارت‌آپ‌ها به خدمات فنی و مشاوره‌ای و حمایت اطلاعاتی (به‌ویژه اطلاعات بازار)

فرصت امروز: بخش کشاورزی محور کشاورزی جزو اقدامات و برنامه‌های دستگاه‌های ذی‌ربط بخش کشاورزی مورد توجه قرار گیرد.

مرکز پژوهش‌ها در ادامه گزارش خود بر سیاست‌های دولت هلند در این زمینه تمرکز کرده است، چراکه هلند کشوری کوچک است اما به عنوان دومین صادرکننده محصولات غذایی کشاورزی در جهان شناخته می‌شود. این کشور در سال ۱۸، ۲۰، از صادرات محصولات کشاورزی به درآمدی معادل ۹۰٫۳ میلیارد یورو رسیده است. آمریکا که در رتبه اول در صادرات محصولات کشاورزی قرار دارد، ۲۳۷برابر از هلند بزرگ‌تر است اما چطور هلند توانسته فاصله خود را در تولید محصولات کشاورزی با ایالات متحده آمریکا کم کند؟

دولت هلند برای استفاده از فناوری‌های جدید در بخش کشاورزی اهمیت ویژه‌ای قائل است. در سال ۲۰۱۱، سیاست صنعتی جدیدی از سوی دولت این کشور با عنوان رهیافت بخش‌های ممتاز تعریف کرد. در این رهیافت نه لزوماً بخش فناوری بلکه بخش‌هایی مثل باغبانی، آب، کشاورزی و مواد غذایی هم مورد توجه قرار گرفته بودند. هدف از این رهیافت بهبود همکاری بین استارت‌آپ‌ها، شرکت‌ها و موسسات دانشی و دولت هلند برای تقویت زیست‌بوم استارت‌آپی هلند بود. دولت هلند برای قرار گرفتن اقتصاد این کشور در بین پنج اقتصاد دانش‌بنیان در جهان برنامه‌ریزی کرده است و سهم فعالیت‌های تحقیق و توسعه در این کشور در سال ۲۰۲۰ در تولید ناخالص داخلی آن به ۲۵درصد می‌رسد.

هلند با توجه به این برنامه‌ریزی و اهتمام ویژه به بخش‌های تحقیق و توسعه، از پیشرفته‌ترین کشورها در استارت‌آپ‌های کشاورزی است. در سال ۲۰۱۶، هزینه تحقیق و توسعه در شرکت‌های بخش کشاورزی در هلند که بیش از ۱۰ نفر در آن کار می‌کردند، نسبت به سال ۲۰۱۴، ۱۹درصد رشد کرده است یعنی از ۲۲۸ میلیون یورو به ۸۶۴ میلیون یورو افزایش یافته است. در سال ۲۰۱۱، سیاست صنعتی جدیدی از سوی دولت این کشور با عنوان رهیافت بخش‌های ممتاز تعریف کرد. در این رهیافت نه لزوماً بخش فناوری بلکه بخش‌هایی مثل باغبانی، آب، کشاورزی و مواد غذایی هم مورد توجه قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

به اعتقاد بازاری کارشناسی مجلس، با بررسی دقیق‌تر برنامه‌های دولت‌ها برای تسهیل رشد استارت‌آپ‌های فناوری‌محور بخش کشاورزی در کشورهای استرالیا، هند و هلند می‌توان توصیه کرد که برگزاری دوره‌های آموزشی برای طرف تقاضا، بازاریابی و اقدامات ترویجی درخصوص فناوری‌های نوین کشاورزی، تسهیل دسترسی استارت‌آپ‌ها به خدمات فنی و مشاوره‌ای و حمایت اطلاعاتی (به‌ویژه اطلاعات بازار)

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

دولت‌ها برای تسهیل رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی چه می‌کنند؟

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

به اعتقاد بازاری کارشناسی مجلس، با بررسی دقیق‌تر برنامه‌های دولت‌ها برای تسهیل رشد استارت‌آپ‌های فناوری‌محور بخش کشاورزی در کشورهای استرالیا، هند و هلند می‌توان توصیه کرد که برگزاری دوره‌های آموزشی برای طرف تقاضا، بازاریابی و اقدامات ترویجی درخصوص فناوری‌های نوین کشاورزی، تسهیل دسترسی استارت‌آپ‌ها به خدمات فنی و مشاوره‌ای و حمایت اطلاعاتی (به‌ویژه اطلاعات بازار)

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

به اعتقاد بازاری کارشناسی مجلس، با بررسی دقیق‌تر برنامه‌های دولت‌ها برای تسهیل رشد استارت‌آپ‌های فناوری‌محور بخش کشاورزی در کشورهای استرالیا، هند و هلند می‌توان توصیه کرد که برگزاری دوره‌های آموزشی برای طرف تقاضا، بازاریابی و اقدامات ترویجی درخصوص فناوری‌های نوین کشاورزی، تسهیل دسترسی استارت‌آپ‌ها به خدمات فنی و مشاوره‌ای و حمایت اطلاعاتی (به‌ویژه اطلاعات بازار)

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

به اعتقاد بازاری کارشناسی مجلس، با بررسی دقیق‌تر برنامه‌های دولت‌ها برای تسهیل رشد استارت‌آپ‌های فناوری‌محور بخش کشاورزی در کشورهای استرالیا، هند و هلند می‌توان توصیه کرد که برگزاری دوره‌های آموزشی برای طرف تقاضا، بازاریابی و اقدامات ترویجی درخصوص فناوری‌های نوین کشاورزی، تسهیل دسترسی استارت‌آپ‌ها به خدمات فنی و مشاوره‌ای و حمایت اطلاعاتی (به‌ویژه اطلاعات بازار)

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

به گفته مرکز پژوهش‌ها، استرالیا یکی از کشورهای پیشرو در تحقیقات کشاورزی است که حمایت‌های مالی و قانونی مهمی را برای تحقیقات، نوآوری، سرمایه‌گذاری و تجاری‌سازی فناوری‌های کشاورزی عرضه می‌کند و بخش اعظم برنامه‌های دولت استرالیا بر تحریک طرف عرضه تمرکز دارد. از سوی دیگر، هند، کشوری با چالش‌های مشابه با چالش‌های کشاورزی ایران، دارای رتبه ششم جهانی در فعالیت استارت‌آپ‌های فناوری‌محور کشاورزی است که برنامه‌های این دولت برای ارتقای استارت‌آپ‌ها تحریک هر دو طرف عرضه و تقاضا را هدف قرار داده است. در کشور هند نیز زیست‌بوم استارت‌آپی بخش کشاورزی، ماهیتی دانش‌بنیان داشته و مبتنی بر رابطه تنگاتنگ با دانشگاه است. بررسی برنامه‌های کشور لاله‌های نارنجی حاکی از آن است که تمرکز اصلی این کشور بر تحریک طرف عرضه است.

فرصت امروز: بخش کشاورزی از محروم‌ترین بخش‌های اقتصاد ایران در استفاده از استارت‌آپ‌هاست و این فقر استارت‌آپی در زمینه مطالعاتی و پژوهشی نیز به چشم می‌خورد. به همین خاطر، نهاد پژوهشی مجلس دست به کار شده و در تازه‌ترین گزارش خود به تجربیات دیگر کشورها در رشد استارت‌آپ‌های فناوری محور بخش کشاورزی پرداخته است. سوال این است که تجربه کشورهای پیش‌رو در این زمینه چه الگویی برای اقتصاد ایران ایجاد می‌کند؟

### انرژی

بزرگ‌ترین سقوط قیمت ماهانه نفت در ۳ دهه گذشته

### اوپک از پس ویروس «کرونا» برمی‌آید؟

براساس آخرین خبرها، دست‌کم ۲۱۳ نفر بر اثر ابتلا به ویروس «کرونا» در چین، جان خود را از دست داده‌اند و ۹ هزار و ۷۰۰ نفر نیز به این ویروس مبتلا شده‌اند. جهان هم‌اکنون تحت‌الشعاع شیوع «کروناویروس» است و همه پروازها به مقصد چین لغو شده‌اند. در این بین، قیمت‌های نفت در ژانویه تحت تاثیر شیوع ویروس «کرونا» بیش از ۱۵درصد کاهش پیدا کرد که بزرگ‌ترین کاهش قیمت نفت در ژانویه از سال ۱۹۹۱ به این سواست.

لوکمان اوتونوگا، تحلیلگر ارشد در شرکت FXTM به مارکت واچ گفت: قیمت‌های نفت هفته گذشته تحت تاثیر تشدید نگرانی‌ها نسبت به شیوع ویروس مرگبار چینی که به تقاضا برای سوخت آسیب خواهد زد، با ریزش روبه‌رو شدند. نگرانی و ابهام درباره گسترش این بحران و پیامدهای آن بر رشد اقتصاد جهانی ممکن است باعث کاهش بیشتر قیمت نفت شود. با توجه به اینکه چین بزرگ‌ترین مصرف‌کننده انرژی در جهان است، کندی رشد تقاضای این کشور محتم است بازارهای نفت را بی ثبات کند.

به گفته این تحلیلگر نفتی، بسته‌شدن شاخص قیمت نفت آمریکا در پایین ۵۲ دلار ممکن است باعث شود قیمت‌ها حمایت در سطح ۵۰ دلار را که پایین‌ترین قیمت از ژانویه سال گذشته به شمار می‌رود، امتحان کنند. این وضعیت باعث شده تا اوپک و متحدانش به زودی برای مذاکره درباره کاهش بیشتر تولید نفت به منظور خنثی‌کردن تاثیر شیوع ویروس کرونای جدید بر تقاضا و قیمت‌های نفت دیدار کنند.

به گزارش ایسنا، قیمت‌های نفت که در اوایل ژانویه تحت تاثیر تنش‌های ژئوپلیتیکی جهش پیدا کرده بودند و با انتظار بازار برای بهبود رشد اقتصاد جهانی پس از امضای توافق تجاری آمریکا و چین روند افزایشی داشتند تحت تاثیر شیوع ویروس مرگبار در چین افت ماهانه شدیدی را ثبت کردند و به پایین‌ترین حد خود در چند ماه گذشته نزول کردند. قیمت نفت برنت از بالای ۶۵ دلار در ۲۰ ژانویه به حدود ۵۸ دلار نزول کرد.

جان کیدلاف، از شرکای شرکت «آگین کپیتال» در این باره گفت: آسیب دیدن تقاضای چین برای نفت، بدترین سناریو برای اوپک است و ممکن است این گروه تاریخ برگزاری نشست خود را جلو بیندازد و حتی براساس شرایط اضطراری، کاهش تولید بیشتری صورت دهد.

مقامات اوپک قرار بوده در اوایل مارس با روسیه و سایر تولیدکنندگان متحدان‌شان دیدار کنند و اکنون بازار گمانه‌زنی می‌کند که آیا این تولیدکنندگان کاهش تولید بزرگ‌تری صورت خواهند داد تا ثبات بازار را حفظ کنند. الکساندر توکاک، وزیر انرژی روسیه گفته است که روسیه آماده است زمان نشست با اوپک و سایر متحدانش را از مارس به فوریه تغییر دهد و وی سرگرم مذاکره با عربستان سعودی است، اما کشورهای تولیدکننده نفت به زمان بیشتری برای ارزیابی و تصمیم‌گیری درباره زمان نشست خود نیاز دارند.

گمانه‌زنی‌هایی درباره برگزاری نشست اوپک پلاس تا هفته آینده وجود دارد. هلیما کرافت، مدیر تحقیقات کالای جهانی در شرکت آر بی سی گفت: اگر نشستی زودهنگام برگزار شود در این صورت باید کاری انجام شود.

افت قیمت نفت حیرت‌انگیز بوده زیرا در حالی روی داده که تولید نفت لیبی به دلیل مسدود شدن خطوط لوله در این کشور، به میزان چشمگیری کاهش پیدا کرده است.

برخی از تحلیلگران بر این باورند که جلو انداختن نشست اوپک اقدام مثبتی نخواهد بود. تحلیلگران کوروس بانک در یادداشتی نوشتند: ما بر این باوریم که جلو انداختن زمان برگزاری نشست اوپک اقدام سازنده‌ای نخواهد بود و ممکن است از سوی بازار به عنوان یک واکنش وحشت‌زده تفسیر شود و نتیجه عکسی داشته باشد. به علاوه در مقطع فعلی ارزیابی دقیق میزان آسیب ویروس کرونا بر تقاضا امکان‌پذیر نیست و ارزیابی‌ها از صدها هزار تا یک میلیون بشکه در روز در سه ماهه نخست سال میلادی جاری متغیر است.

خبرگزاری ریا به نقل از نواک نوشت: ما می‌توانیم زودتر دیدار کنیم و این موضوع اصلا مشکلی نیست. اینترفاکس هم به نقل از نواک نوشت: ما با وزیر انرژی عربستان سعودی چندین بار صحبت کرده‌ایم. روز گذشته یک ساعت و امروز نیم ساعت صحبت کردیم. ما درباره این موضوع به طور جدی بحث می‌کنیم. در مجموع ما آماده هستیم به سرعت در برابر چنین مسائلی واکنش نشان دهیم. ما نیاز داریم وضعیت را ارزیابی کنیم و به مدت چند روز دیگر به رصد اوضاع ادامه دهیم.

روسیه روز جمعه دو مورد نخست ابتلا به ویروس کرونا را گزارش و پروازهای مستقیم به چین که بزرگ‌ترین شریک تجاری این کشور است را محدود کرد. اوپک و متحدانش در قالب گروه اوپک پلاس در حال حاضر سرگرم اجرای دور جدید کاهش تولید به میزان ۱.۷ میلیون بشکه در روز تا مارس هستند ۱.۱۷ میلیون بشکه بوده است.

منابع آگاه در اوپک که مایل نبودند نام‌شان فاش شود به «اس اند بی گلوبال پلاتس» گفته‌اند اعضای اوپک در حال بررسی کاهش بیشتر تولید نفت یا تمدید مدت اجرای پیمان فعلی تا ژوئن در واکنش به افت شدیدی هستند که قیمت‌های نفت به دلیل نگرانی از شیوع ویروس کرونا در چین پیدا کرده‌اند.

در این بین، نتایج نظرسنجی رویترز نشان داد تولید نفت اوپک در ژانویه به پایین‌ترین حد در چند سال اخیر نزول کرده است و نرخ پایبندی اوپک و متحدانش به پیمان کاهش تولید به دلیل افت عرضه لیبی جهش پیدا کرد. بنابر این نظرسنجی، ۱۳ عضو اوپک در ژانویه ۲۸.۳۵ میلیون بشکه در روز نفت تولید کردند که ۶۴۰ هزار بشکه در روز کمتر از آمار دسامبر بود. تولید نفت اوپک در ژانویه پایین‌ترین میزان از سال ۲۰۰۹ بوده است که این گروه بزرگ‌ترین کاهش تولید را به دلیل بحران مالی انجام داده بود.

پس از تهران با ۹ سانحه، خراسان رضوی و اصفهان هر یک با ۳ سانحه، در صدر حوادث هوایی کشور قرار دارند

# جغرافیای سوانح هوایی ایران



ایران درخواست خود را برای خرید تجهیزات موردنیاز برای بازسازی و خواندن جعبه سیاه هواپیما به کشورهای کانادا، فرانسه و آمریکا ارسال کرده است. برخی از این کشورها اعلام کرده‌اند که در حال بررسی این درخواست هستند و برخی دیگر نیز گفته‌اند که امکان ارسال این تجهیزات به ایران وجود ندارد. به گفته رضایی‌فر، هیچ کشوری نمی‌تواند بررسی این سانحه را از اختیار ایران خارج کند و طبق استانداردهای بین‌المللی، این ایران است که می‌تواند تعیین کند جعبه سیاه هواپیما کجا خوانده شود.

#### لغو پروازها به مقصد چین با شیوع ویروس «کرونا»

پس از سقوط هواپیمای اوکراینی به واسطه افزایش تنش‌های سیاسی میان ایران و آمریکا، حالا شیوع ویروس کشنده «کرونا» است که بر معادلات ابرلاین‌های هوایی تاثیر گذاشته است، چنانچه بسیاری از پروازهای خارجی به مقصد چین در چند روز گذشته لغو شده‌اند.

با افزایش تعداد مبتلایان به «کروناویروس» از یکی دو هفته پیش تاکنون توجه افکار عمومی به سرزمین ازدهای زرد و ششپر وهوان دوخته شده است؛ شهری ۱۱ میلیون نفری که با شیوع این ویروس مرگبار حالا از آن با نام «شهر ارواح» یاد شده و تمام شهروندان آن قرن‌نینه شده‌اند. اگرچه هفته گذشته خبرهایی درباره شیوع این بیماری در یکی دو شهر ایران نیز منتشر شد، اما بلافاصله از سوی دولتمران تکذیب شد. هرچه هست، این ویروس هنوز به مرزهای ایران نرسیده، اما دولت، تدابیر احتمالی را انجام داده است. در همین زمینه، وزیر بهداشت از معاون اول رئیس‌جمهور درخواست کرده تا تمامی پروازها از مبدأ چین به ایران لغو شوند. این درخواست با اجابت اسحاق جهانگیری همراه شده و حالا تمام پروازها بین چین و ایران تعلیق شده‌اند. در این باره، رضا جعفرزاده، سخنگوی سازمان هواپیمایی کشوری با اشاره به تعلیق پروازهای ایران و چین، از اتخاذ تدابیری برای بازگشت ایرانیان ساکن در چین خبر داده و گفته که ایرانیان باقیمانده در چین نگران بازگشت به ایران نباشند، زیرا برای بازگشت آنها تدابیر لازم اتخاذ خواهد شد.

#### بررسی سوانح هوایی ایران در چند دهه گذشته

بررسی‌ها نشان می‌دهد در تاریخ هوانوردی ایران، نزدیک به ۲هزار نفر در سوانح هوایی مختلف کشته شده‌اند؛ حوادثی که برای هواپیماهای متعلق یا تحت اجاره خطوط هوایی ایران و یا هواپیماهای متعلق به خطوط هوایی خارجی در خاک ایران رخ داده است.

اگر بخواهیم تیتروار به دلخراش‌ترین سوانح هوایی ایران اشاره کنیم، ابتدا باید به پرواز ۶۵۵ ایران‌ایر در ۱۲ تیرماه ۱۳۶۷ از تهران به مقصد دوبی اشاره کنیم

پیشنهاداتی برای خلأ در آمدی بودجه

## نان خورهای اضافی را حذف کنید!

حاکم بر تصمیمات کشور بوده است، اما تحمیل تحریم‌های بی‌سابقه آمریکا این سوءتدبیرها را آشکار کرد. به رغم اهداف اقتصادی تعیین شده از بدو پیروزی انقلاب و تکرار آنها در تمام سال‌ها، ساختار حاکم بر نظام تصمیم‌گیری، در جهت تأمین این مهم‌ترین اهداف و شعارها شکل نگرفت. حاصل آنکه، تداوم وابستگی شدید به درآمد‌های نفتی، باعث شده تا تحریم‌ها فشار زیادی به معیشت مردم وارد کنند.

او با اشاره به اینکه تحریم‌های نفتی تنها درآمد‌های بودجه از نفت را حذف کرده یا کاهش داد، بلکه سایر منابع عمده تأمین بودجه (مالیات و استقراض از مردم) را که خود به درآمد‌های نفتی وابسته‌اند را با مشکل جدی مواجه کرده است، ادامه داد: در این شرایط در غیاب درآمد‌های نفتی، دولت چاره‌ای ندارد جز آنکه به منابع درآمدی دیگر متوسل شود، بنابراین قابل انتظار بود که در وضعیت کنونی، دولت بیشترین توجه را به کسب درآمد از طریق دومین منبع درآمدی یعنی مالیات‌ها داشته باشد.

این اقتصاددان با بیان اینکه دولت در تأمین درآمد‌های حاصل از مالیات با موانع و مشکلاتی مواجه است، گفت: این در حالی است که اخذ مالیات حتی به میزان سال‌های گذشته قابل تحقق نیست، زیرا پایه‌های مالیاتی فعلی خود متکی به درآمد‌های نفتی هستند و با کاهش درآمد‌های نفت، بخش‌های اقتصادی (در تولید و مصرف) با کاهش درآمد مواجه هستند و توان پرداخت مالیات در حد سال‌های گذشته را ندارند بنابراین هرگونه تحمیل مالیاتی بیشتر بر بنگاه‌های تولیدی به کل اقتصاد کشور ضربه جدی خواهد زد و در واقع زمینه را برای تعطیلی و رکود بیشتر بخش مولد اقتصاد فراهم می‌کند که به نوبه خود منجر به لطمه جدی به سایر متغیرهای اقتصادی (تولید، رشد و رفاه اقتصادی، اشتغال و …) خواهد شد. در نتیجه با تعطیلی بنگاه‌های تولیدی ناشی از افزایش هزینه‌ها، همین منبع درآمدی (مالیات) نیز با کاهش بیشتر مواجه می‌شود.

او با بیان اینکه توان فروش اموال دولتی و انتشار اوراق در جامعه نیست، افزود: دومین منبع جایگزین برای درآمد‌های نفتی که در بودجه ۱۳۹۹

<b>ایمان ولی پور</b>
ایمیل: <b>IvanKaramazof@yahoo.com</b>

سوانح هوایی در چند هفته گذشته در آسمان ایران شتاب گرفته و چرایی آن به موضوع بحث افکار عمومی تبدیل شده است. درحالی که جامعه ایران هنوز از شوک سقوط هواپیمای بوئینگ ۷۳۷ خطوط هواپیمایی اوکراین بر اثر خطای انسانی در هجدهم دی‌ماه خارج نشده است، بروز سوانح هوایی در یکی دو هفته گذشته در آسمان ایران شدت گرفته است.البته علت این حوادث همچون سقوط هواپیمای خطوط هواپیمایی اوکراین به افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی در خاورمیانه مربوط نیست و بیشتر به فرسودگی ناوگان هوایی ایران و همینطور اشتباه خلبان و یا وضعیت جوی برمی‌گردد. در تازه‌ترین دور از این سلسله حوادث، صبح دیروز بود که یک فروند ایرباس ۳۱۹ شرکت هواپیمایی ایران‌ایر که تهران را به مقصد کرمانشاه ترک کرده بود، در ساعت شش صبح به هنگام فرود در فرودگاه کرمانشاه از باند خارج شد. پس از این حادثه شرکت «هما» بلافاصله با تکذیب خروج هواپیما از باند، خبر منتشرشده را این‌گونه اصلاح کرد که «هواپیمای پرواز ۲۸۳ کرمانشاه از باند خارج نشده و تنها هنگام خروج هواپیما از باند و ورود به پارکینگ، چرخ جلوی هواپیما وارد چمن کنار پارکینگ می‌شود که بر این اساس، خبر خروج هواپیما از باند فرودگاه تکذیب می‌شود.» خوشبختانه این حادثه تلفاتی به همراه نداشت.

از تعلیق خلبان تا تعلیق پروازهای ایران و چین

همچنین در میانه هفته گذشته و در حادثه‌ای دیگر، پرواز تهران-ماهشهر به هنگام فرود در فرودگاه ماهشهر از باند خارج شد و در اتوبان ماهشهر-بندر امام خمینی به روی زمین نشست. در این حادثه، چرخ‌های هواپیمای بوئینگ کنده شد و بلافاصله مسافران از درهای اضطراری هواپیما خارج شدند.

در تازه‌ترین خبرها، محمد اسلامی، وزیر راه و شهرسازی از تعلیق خلبان پرواز تهران-ماهشهر خبر داده است. حسن رضایی‌فر، مدیرکل بررسی سوانح سازمان هواپیمایی کشوری نیز درباره تعلیق خلبان پرواز تهران-ماهشهر گفته است که هدف، تعلیق خلبان نیست، بلکه انجام اقدامات اصلاحی برای پیشگیری از وقوع مجدد چنین حوادثی است. به گفته رضایی‌فر، خلبان پرواز تهران-ماهشهر نیز به دلیل بروز این حادثه نیاز به جلسات روان‌کاوی دارد تا از نظر ایمنی بتواند مجددا به شرایط پرواز برگردد.

او همچنین درباره آخرین وضعیت جعبه سیاه هواپیمای اوکراینی هم گفت که هم‌اکنون هیچ یک از کارشناسان اوکراینی و کانادایی در کشور حضور ندارند و

به اعتقاد برخی اقتصاددانان، اگر افزایش درآمد مالیاتی از محل فرارها و معافیت‌های این بخش تأمین نشود و به سمت بنگاه‌ها رود، در شرایط موجود آنها را به تعطیلی یا رکود خواهد کشاند. در این بین، حذف هزینه‌های اضافه و گروه‌هایی که نان خور اضافه بودجه هستند، ضروری است.

به گزارش ایسنا، دو ماه از رفتن لایحه بودجه به مجلس گذشته و در حالی روند بررسی آن در کمیسیون تلفیق ادامه دارد که درآمد‌های دولت در سال آینده همچنان مهم‌ترین بحث به شمار می‌رود. این در حالی است که منابع عمومی دولت ۴۸۴ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده که ۲۶۱ هزار میلیارد تومان درآمد‌ها (مالیات و سایر درآمد‌ها)، ۱۲۴ هزار میلیارد تومان واگذاری دارایی‌های مالی (انتشار اوراق و واگذاری سهام شرکت‌ها) و ۹۸ هزار میلیارد تومان واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای (نفت و فروش دارایی‌های منقول و غیرمنقول دولت) و مسئولان دولتی بر اینکه منابع پیش‌بینی شده به ویژه مالیات، نفت و اوراق نزدیک به واقعیت بوده و تحقق آن قابل پیش‌بینی است، تأکید دارند.

با این وجود، از همان ابتدا برخی کارشناسان و نمایندگان معتقد بودند که با کاهش درآمد‌های نفتی، آنچه جایگزین‌شده نمی‌تواند تحقق کامل داشته باشد و در این شرایط می‌تواند دولت را با کسری‌هایی در سال بعد مواجه کنند؛ از این‌رو، خواهان بازنگری در برخی بخش‌ها به ویژه درآمد ناشی از فروش اموال دولتی و یا انتشار اوراق شده بودند. اما وضعیت منابع درآمد دولت و آنچه برای سنال بعد پیش‌بینی شده، موضوعی است که مرتضی افقه، عضو هیات علمی دانشگاه شهید چمران اهواز آن را بررسی کرده است.

افقه با اشاره به اینکه همان‌گونه که انتظار می‌رفت با تشدید تحریم‌ها و کاهش شدید درآمد‌های حاصل از فروش نفت لایحه بودجه ۱۳۹۹ با چالش‌های جدی در جایگزینی درآمد‌های نفتی مواجه شد، گفت: تداوم وابستگی شدید به درآمد‌های نفتی اگرچه حاصل سه دهه بی‌تدبیری نظام

بانک نامه



زمان‌بندی بانک‌ها برای توقف رمز ایستا اعلام شد

ادامه روند قطع رمز دوم ایستا

مشتریان بانکی ظرف چند روز آینده نسبت به فعال‌سازی «رمز دوم پویا» به‌ویژه از طریق روش دریافت پیامک با مراجعه به وب‌سایت بانک یا خودپرداز و یا شعبه اقدام لازم را انجام دهند. به گزارش بانک مرکزی، پیرو اقدامات انجام‌شده در مورد قطع رمز دوم ایستا (رمز دوم فعلی کارت بانکی) از روز هشتم بهمن‌ماه، به اطلاع هموطنان می‌رساند ادامه روند قطع رمز دوم ایستا در بانک‌ها و موسسات اعتباری به این شرح است: بانک کشاورزی در روز سیزدهم بهمن‌ماه؛ بانک‌های رفاه و سینا در روز چهاردهم بهمن‌ماه؛ بانک‌های مسکن، ملت، دی و قوامین در روز پانزدهم بهمن‌ماه؛ بانک‌های سامان، توسعه تعاون، قرض‌الحسنه مهر ایران، پست‌بانک و موسسه اعتباری ملل در روز شانزدهم بهمن‌ماه بانک مرکزی همچنین گفته است که قطع سرویس رمز دوم ایستا در سایر بانک‌ها نیز متعاقبا اعلام خواهد شد.این بانک در پایان اطلاعیه خود تاکید کرده مشتریان بانکی ظرف چند روز آینده نسبت به فعال‌سازی «رمز دوم پویا» به‌ویژه از طریق روش دریافت پیامک با مراجعه به وب‌سایت بانک یا خودپرداز و یا شعبه اقدام لازم را انجام دهند. گفتنی است قطع رمز دوم ایستا در بانک‌های پاسارگاد و صادرات نیز در روز هشتم بهمن‌ماه اجرایی شده بود.

دلار ۱۳.۵۰۰ تومان شد

رشد اندک قیمت‌ها در بازار طلا

قیمت دلار در نخستین روز هفته و در صرافی‌های بانکی با افزایش ۵۰ تومانی در میانه کانال سسیزه هزار تومان ایستاد. هر دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی در ادامه رشد گام به گام، به قیمت ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان رسید. بر این اساس قیمت دلار در هفته ای که گذشت، رشدی مداوم را تجربه کرد و در اولین روز هفته جاری نیز افزایشی ۵۰ تومانی مرز مقاومتی دلار را تغییر داد و به گفته فعالان بازار به ۱۳ هزار و ۷۰۰ تومان رساند. نرخ خرید دلار از مردم هم در صرافی‌های بانکی ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام شده است. هر یورو نیز با افزایش اندک قیمت، کانال عوض کرد و در قیمت ۱۵ هزار تومان ایستاد. قیمت خرید یورو در صرافی‌های بانکی هم به ۱۴ هزار و ۷۵۰ تومان رسید. هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید نیز در بازار آزاد تهران با رشد حدود پنج هزار تومانی نسبت به روز پنجشنبه گذشته به بهای پنج میلیون و ۴۵ هزار تومان به فروش رسید. همچنین هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم در بازار آزاد تهران به بهای پنج میلیون و ۲۰ هزار تومان فروخته شد. نیم سکه نیز دو میلیون و ۵۶۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۵۵۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی ۹۳۰ هزار تومان داد و ستد شد. هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۵۱۲ هزار تومان و هر مثقال طلا نیز دو میلیون و ۲۲۱ هزار تومان به فروش رسید. قیمت اونس نیز یک هزار و ۵۹۰ دلار قیمت‌گذاری شد.

نهاد پژوهشی مجلس بررسی کرد

جزییات بودجه مناطق آزاد در سال ۹۹

بررسی بودجه مناطق آزاد نشان می‌دهد که در سال آینده حدود ۱۲۹۰ میلیارد تومان درآمد، ۴۰۰ میلیارد فروش اموال، ۲۵۰۰ میلیارد فروش اوراق و ۱۲۰۰ میلیارد عوارض به عنوان منابع برای این مناطق لحاظ شده است. به گزارش ایبنا و به نقل از مرکز پژوهشهای مجلس، در تحلیل بودجه سازمان‌های مناطق آزاد، تمرکز بررسی بر این موضوع است که عمده درآمدها و هزینه های مناطق آزاد شامل چه اقلامی است و اینکه چه میزان با اهداف تاسیس مناطق آزاد تطبیق دارد. بررسینما نشان می‌دهد در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ درآمدها با رشد ۲۰ درصدی و واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای (فروش زمین، ساختمان و تأسیسات و سایر دارایی ها مانند سهام) با رشد ۱۵.۲ درصدی نسبت به قانون بودجه سال ۱۳۹۸ مواجه است. در سمت مصارف نیز هزینه‌ها دارای رشد ۲۰ درصدی بوده و تملک دارایی‌های سرمایه‌ای شامل طرح‌های عمرانی نسبت به سال قبل تغییر نداشته‌اند. گفتنی است، تحلیل و ارزیابی قابلیت تحقق منابع و مصارف سازمان‌های مناطق آزاد، نیازمند اطلاع از جزییات هر یک از اقلام منابع و مصارف بودجه سازمان‌های مناطق آزاد است که متأسفانه در لایحه بودجه ارائه نشده‌اند. همچنین برای سال آینده حدود ۱۲۹۰ میلیارد تومان درآمد، ۴۰۰ میلیارد فروش اموال، ۲۵۰۰ میلیارد فروش اوراق و ۱۲۰۰ میلیارد عوارض به عنوان منابع لحاظ شده است. در این حال، در سال ۹۹ هزینه‌های مناطق آزاد نزدیک به ۱۰۰۰ میلیارد تومان بوده و در این سال ۳۶۰۰ میلیارد تومان نیز بابت تملک دارایی سرمایه‌ای صرف خواهد شد.

خبرگزاری دویچه وله آلمان گزارش داد

اینستکس یک ساله شد

خبرگزاری دویچه وله آلمان در گزارشی به وضعیت اینستکس در یک سالگی تأسیس آن پرداخت. به گزارش ایبنا، اکنون یک سال از آغاز به کار ساز و کار مالی ویژه اتحادیه اروپا برای همکاری با ایران که به اینستکس معروف شد می‌گذرد. دولت آمریکا در می ۲۰۱۸ از برجام خارج شد و تحریم‌های لغو شده علیه ایران طبق توافق اتمی سال ۲۰۱۵ وین را بازگرداند. دویچه وله در گزارش خود با اشاره به تمایل ایران برای پایبندی به توافق هسته‌ای و به‌رومندی اقتصادی از برجام نوشت: در حال حاضر مقر اصلی اینستکس در وزارت دارایی فرانسه قرار دارد و میشل بوک، دیپلمات آلمانی عهده دار ریاست آن است. در حالی که تحریم‌های آمریکا بخش بزرگی از دسترسی ایران به نظام مالی جهانی را قطع کرده، اینستکس ایده ای برای انتقال کالا بین ایران و اتحادیه اروپا بدون انتقال مستقیم پول (به ایران) بوده است. در حال حاضر این مکانیزم متمرکز بر کالاهای شرب‌دوستانه نظیر غذا و محصولات دارویی است. با وجود گذشت یک سال از تأسیس اینستکس، هنوز کالایی در این مکانیزم تجاری مبادله نشده است. میشل توکوس، عضو اتاق بازرگانی ایران و آلمان در همین رابطه گفت: زمانی که یک شرکت از ما در خصوص اینستکس می‌پرسد حتی نمی‌توانیم به او یک شماره تماس بدهیم. این تاجر آلمانی مکانیزم اینستکس را بیشتر یک پروژه سیاسی ارزیابی می‌کند و می‌گوید مکانیزم فعلی ارتباطی با شکل فعلی تجارت ایران و اتحادیه اروپا ندارد.

به گفته مرکز آمار آلمان، حجم تجارت ایران و آلمان در سال ۲۰۱۹ معادل ۱.۵ میلیارد یورو بوده که نصف رقم تجارت سال های قبل دو کشور است. رژیم تحریم‌های آمریکا باعث شده است تا بسیاری از شرکت ها از تجارت با ایران هراس داشته باشند. با این حال به گفته یک منبع آگاه در اینستکس، برنامه‌هایی برای اجرای توافقات در آینده‌ای نزدیک وجود دارد.



کردن تقاضاهای غیرمعمول از بازار مانع از سفته‌بازی در بازار ارز می‌شود. این اتفاق، اتفاق مهمی است که نباید آن را از نظر دور داشت. سیدعلی با اشاره به اینکه ثبات اقتصادی و پایدار شدن شاخص‌ها خود می‌تواند زمینه را برای آرامش بیشتر بازار ارز فراهم کند، گفت: این اتفاق مهم در صورتی محقق می‌شود که فشارهای سیاسی نیز تا حدی کاهش یابد، چراکه برآوردها حاکی از آن است که اقتصاد ایران در شرایط کنونی به شدت تحت فشارهای سیاسی و خارجی نظیر تحریم‌هاست، اگر تا قبل قیمت نفت به عنوان یک عامل برونزا اقتصاد را تحت تاثیر قرار می‌داد، امروزه تشدید تحریم‌ها به عنوان عامل برونزا اقتصاد را تحت‌فشار گذاشته است اما بی‌تردید تلاش برای عادی‌سازی و حل مشکلات از طریق دیپلماتیک می‌تواند زمینه بهبود وضعیت را مهیا کند.

معاون اسبق ارزی بانک مرکزی در پاسخ به این سوال که چرا با شدت گرفتن هر هیجان سیاسی، شایعاتی درخصوص انفجار قیمت ارز به گوش می‌رسد، عنوان کرد: با توجه به اینکه قیمت‌ها در بازار ارز در شرایط کنونی اتفاقا بالاتر از واقعیت اقتصادی است، از این رو احتمال انفجار قیمت ارز وجود ندارد. به این ترتیب انتظار انفجار قیمت ارز انتظاری منطقی نیست و بازار ارز در همین شرایط سال پرنوسان ۹۸ را به پایان خواهد برد.

همتی: اجازه افزایش قیمت ارز را نمی‌دهیم

عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی همچنین چندی پیش در هشتمین سالگرد تأسیس کانون صرافان ایرانیان تاکید کرد: ما با کنترل قدرت ریال و تأمین ارز اجازه نوسان و افزایش قیمت ارز در بازار را نخواهیم داد. به گفته وی، صادرکنندگان نیز همکاری خوبی با بانک مرکزی داشته‌اند که ما از آنها تشکر می‌کنیم، مردم بدانند که وضعیت خوبی داریم و حتی نسبت به قبل بهتر شده و راه‌هایی برای فروش نفت و تأمین ارز نیز یافته‌ایم.

رئیس شورای پول و اعتبار تاکید کرد: نرخ‌ها در بازار نرخ واقعی نیست و به سمت ارزش ذاتی آن تعدیل می‌شود.

بسته بود را مرتفع کرده بود. همتی همچنین یکم بهمن‌ماه امسال در یک برنامه زنده تلویزیونی تاکید کرد: یک‌سال و نیم پیش در اوج التهابات ارزی که دلار به بالای ۱۹ هزار تومان رسید، رسماً اعلام کردم که سیاست‌های جدیدی ارزی شروع شده و به مردم قول دادم که نرخ ارز را کنترل می‌کنم، اما به هر حال شوکی که تحریم ایجاد کرده را مهار کردیم. در این دوره یک سال و نیمه به کمک دولت، توانسته‌ایم که این توطئه را متوقف کرده و بازار ارز را به ثبات برسانیم.

رئیس کل بانک مرکزی متذکر شد: ثبات بازار ارز ناشی از اقدامات پیچیده‌ای در بخش نقل و انتقال ارز، تهاوت، اقدامات ریالی و ارزی بوده است و اکنون تجارت خارجی به ثبات رسیده است. در ۹ ماهه امسال بالغ بر ۳۱ میلیارد دلار رسیده است و ۱۰۰ میلیون دلار هم مازاد تجاری داریم، آن هم در کشوری که تحت سخت‌ترین تحریم است. همتی عنوان کرد: قول می‌دهم که ثبات نرخ ارز را حتماً تضمین کنم. هنوز هم نرخ ارز ارزش ذاتی از نیست، ولی ثبات را فدای نرخ نخواهم کرد که نرخ را به یک نقطه برسانم ولی نوسان داشته باشد، پس من قول می‌دهم که اقتصاد ایران پیش‌بینی‌پذیر شود.

احتمال جهش ارزی در بازار وجود ندارد

در این فضا، تحلیلگران بازار ارز اعتقاد دارند که دیگر احتمال انفجار قیمت ارز وجود ندارد. سید کمال سیدعلی، معاون اسبق ارزی بانک مرکزی درخصوص اینکه بازار ارز ایران در ماه‌های باقی‌مانده از سال به کدام سو حرکت خواهد کرد، گفت: پیچیدگی‌های سیاسی در ایران بسیار بالاتر از قبل است. ارز نمی‌توان بازار ارز را به صورت مجرد و بدون توجه به پیچیدگی‌های سیاسی مورد بررسی قرار داد. از این رو قطعیتی در این حوزه وجود ندارد، اما آنچه مسلم است، اینکه بازار ارز از منظر اقتصادی، درگیر بحران و چالشی جدی نیست و انتظار واقعی و مبتنی بر داده‌های اقتصادی حرکت دلار به سمت واقعی شدن است.

به اعتقاد وی، دلار در شرایط کنونی با مدیریت ویژه بانک مرکزی روبه‌روست و به نوعی بانک مرکزی با پایین نگه داشتن تقاضا و خارج

در شرایطی که تنها یک ماه و نیم به روزهای پایانی سال باقی مانده است، برخی از گزارش‌ها از احتمال ثبات قیمت ارز در روزهای پایانی سال خبر می‌دهد. برخلاف ماه‌های گذشته، بررسی شاخص دلار نشان می‌دهد این ارز مهم در طول یک ماه گذشته از کمترین نوسان برخوردار بوده است، گرچه در همین مدت حدود ۵۰۰ تومان روی قیمت دلار رفته است. مشاهده اعداد و ارقام بازار ارز در طول یک‌ماه گذشته حاکی از آن است که نرخ دلار در روز ۱۳ دی‌ماه روی رقم ۱۲ هزار و ۹۵۰ تومان قرار داشت، این در حالی است که هم‌اکنون دلار با قیمتی در حدود ۱۳ هزار و ۴۵۴ تومان فروخته می‌شود. این یعنی در طول یک‌ماه اخیر، نوسان نرخ دلار در حدود ۳،۸درصد بوده است.

به گزارش خبرآنلاین، در حالی حدود ۴۵ روز تا انتهای سال ۹۸ زمان داریم که برخی از گزارش‌ها، از احتمال ثبات قیمت ارز در این دوره زمانی خبر می‌دهد. یکی از روایت‌ها، مربوط به روند بازار ارز در هفت سال گذشته است و پیش‌بینی شده احتمالاً قیمت ارز تا پایان سال با رشد ۱.۵درصدی به حدود ۱۳ هزار و ۷۵۰ تومان برسد. حتی گفته می‌شود که وضعیت کنونی بازار ارز شباهت زیادی به سال ۹۱ و یک سال بعد از تامل ارز دارد که دلار را از هزار تومان به ۳ هزار تومان کشاند؛ به طوری که بهمن و اسفند سال ۹۱ بازار ارز با بازدهی صفر روبه‌رو بود؛ اتفاقی که ممکن است امسال هم تکرار شود.

مدیریت بازار ارز توسط بانک مرکزی

این در شرایطی است که بنا به گزارشی که عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی چندی پیش در پنجاه و نهمین مجمع بانک مرکزی ارائه کرد، از پیش‌بینی و تحلیل‌هایی مربوط به دلار ۳۰ و ۴۰ هزار تومانی سخن گفته شد. به گفته عبدالناصر همتی، بسیاری از تحلیل‌های تابستان سال ۱۳۹۷ پیش‌بینی نرخ ارز بالا و غالباً در حدود ۳۰ تا ۴۰ هزار تومان برای پایان سال ۱۳۹۷ را داشتند، اما بانک مرکزی با ثبات‌بخشی به بازار ارز اولا اعتماد عمومی را به مدیریت اقتصادی کشور بازگرداند و یأس و ناامیدی ایجادشده را برطرف کرد و ثانیاً همان چیزی که آمریکا برای به زانو درآوردن ایران به آن امید

رئیس کل سازمان مالیاتی:

تراکنش‌های بیش از ۵ میلیارد تومان بررسی می‌شود

به گفته پارسا، مالیات باید به صورت تصاعدی و متناسب با درآمد، ثروت و مصرف تعیین شود؛ به نحوی که آن ۵ درصد از جامعه نیز مالیات نمی‌دهند، باید به نحوی گرفتار شوند که ترجیح دهند مالیات خود را به موقع بپردازند. همچنین هر دولتی برای اعمال حاکمیت خود باید ۲۰ تا ۲۵ درصد از کل تولید ناخالص داخلی را در اختیار بگیرد تا با این سهم، بتواند امنیت، نظم، عدالت و کالاهای عمومی را تأمین کند؛ این در شرایطی است که در ایران، بین ۷ تا ۸ درصد از درآمدهای جامعه به عنوان مالیات در اختیار دولت قرار می‌گیرد و مشخص است که با این رقم نمی‌توان تمام اقدامات مورد نیاز را انجام داد. او همچنین گفت که در دنیا سازمان‌های امور مالیاتی به تمامی اطلاعات درآمدی، تولید، صادرات، واردات، تراکنش‌ها و حساب‌ها دسترسی دارند و هوشمندانه مالیات می‌گیرند. از آنجایی که بسترهای اخذ مالیات هوشمند در دنیا فراهم است، سازمان‌های مالیاتی به حق مالیات از مردم دریافت کرده و عدالت مالیاتی برقرار است؛ این در حالی است در این کشورها، فرار مالیاتی وجود ندارد.

رئیس سازمان امور مالیاتی با اشاره به اینکه در قانون پیش‌بینی شده که هیچ دستگاه دولتی و غیردولتی عذر و بهانه ای برای عدم ارائه اطلاعات به سازمان امور مالیاتی ندارد، گفت: این در حالی است که پیش‌نویس جدیدی برای قانون مالیات‌های مستقیم در سازمان امور مالیاتی تهیه شده که در آن، ساماندهی معافیت‌ها، طراحی پایه‌های جدید مالیاتی از جمله مالیات بر عایدی بر سرمایه و مالیات بر مجموع درآمد در نظر گرفته شده است.

پارسا با بیان اینکه چاپ پول تورم زا بوده و اخذ مالیات غیرمستقیم از طبقات ضعیف و با درآمد ثابت، مشکل را بیشتر می‌کند، ادامه داد: تنها راه برای ملت و حاکمیت، اخذ مالیات هوشمندانه متناسب با ثروت، درآمد و مصرف است. جهت گیری نظام آن است که ایران به سمت مالیات هوشمند و نسل چهارم مالیات سستانی است و امیدوار هستیم فرار مالیاتی و فساد اداری با این اقدام از بین برود.

پیش‌بینی آن است که دو تا سه درصد از این حساب‌ها مشمول پرداخت مالیات شوند. به گفته وی، سازمان امور مالیاتی حق دارد حساب‌های بانکی را تا ۵ سال قبل بررسی کند.

پارسا در پاسخ به این پرسش که کارمندان قبل از دریافت حقوق خود، شاهد کسر مالیات هستند؛ اما قراردادهای میلیاردی مالیات نمی‌دهند، گفت: ما دو نوع مالیات مستقیم و مالیات بر ارزش افزوده داریم که گاهی این دو با هم مختلط می‌شوند؛ در حالی‌که مالیات مستقیم آن دسته از مالیاتی است که قانون فعلی می‌گوید که کل فعالیت‌های فرهنگی و هنری معاف هستند؛ اما اینکه در اصلاحیه بعدی چه تصمیمی در سلسله مراتب اتخاذ تصمیم، گرفته می‌شود باید منتظر بود.

او ادامه داد: معافیت در امور فرهنگی و سینمایی منظور این است که ارزش افزوده بر روی بلیت سینماها نیاید و اینجا است که دیگر بحث سلب‌ریتی مطرح نیست؛ حتی بحث‌ها در این حد مطرح است که به مالیات بر ارزش افزوده نیز تسری نیاید.

پارسا با بیان اینکه ۹۸ درصد از پیش‌بینی درآمدهای مالیاتی محقق شده است، گفت: البته دولت در کمیسیون تلفیق، ۱۷۵ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی در نظر گرفته است، اما باید دید که در صحن علنی مجلس چه اتفاقی رخ می‌دهد.

رئیس سازمان امور مالیاتی همچنین در جلسه صبحانه کاری با فعالان اقتصادی از ساماندهی معافیت‌های مالیاتی خبر داد و گفت: تنها منبع درآمدی دولت مالیات است و تنها در شرایطی می‌توان مالیات از بخش‌های مختلف اقتصادی کشور دریافت کرد که تولید، اقتصاد و صادرات رونق گرفته و مالیات سستانی بر مبنای آن صورت گیرد؛ این در حالی است که اگر یک دولت پیشرو در نظر گرفته شود، در آن بیش از ۹۵ درصد مردم اظهارنامه صادقاته ارائه داده و نرخ‌های مالیاتی به دنبال تحقق اهداف مالیاتی است.

رئیس کل سازمان امور مالیاتی اعلام کرد که براساس آیین‌نامه جدید این سازمان، تمامی تراکنش‌های بیش از ۵ میلیارد تومان در ۵ سال گذشته بررسی خواهد شد.

امیدعلی پارسا در حاشیه صبحانه کاری با فعالان اقتصادی همچنین در جمع خبرنگاران گفت: اگر و کلا تکالیف قانونی خود را انجام نداده باشند و با اظهارنامه خلاف واقع ارائه کنند جرایم سنگینی در انتظار آن‌ها است.

پارسا درباره نصب کارتخوان در دفتر و کلا هم گفت: قانونگذار مهلت داده است و سازمان امور مالیاتی را مکلف به این می‌کند که اظهارنامه‌ها را در خرداد سال بعد بررسی کند اگر در این مدت ضوابطی مانند و کلا تکلیف خود را انجام ندهند، در بررسی اظهارنامه‌ها با آن‌ها برخورد می‌شود.

او در خصوص نصب کارتخوان در مطب پزشکان ادامه داد: نشست با جامعه پزشکی کشور برگزار شد که تفاهم‌نامه‌ای داشتیم و بر اساس آن مقرر شده است سازمان نظام پزشکی کشور، به طور شایسته این موضوع را در داخل خود بررسی کرده و به سرانجام برساند، البته در مورد پزشکان با ابزارهایی که سازمان امور مالیاتی در اختیار دارد، به نتیجه قطعی در مورد کارتخوان‌ها و اظهارنامه‌های مالیاتی آن‌ها خواهیم رسید.

اما مهمترین بخش از گفته‌های پارسا، آنجایی بود که درباره بررسی تراکنش‌های بیش از ۵ میلیارد تومان صحبت کرد. به گفته او، بر اساس آیین‌نامه جدید بررسی تراکنش‌های بانکی، آن دسته از حساب‌هایی مورد بررسی قرار می‌گیرند که تراکنش آن‌ها بالای ۵ میلیارد تومان باشد.

رئیس سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه بررسی تراکنش‌های بانکی بحث مهمی است که در قالب آئین‌نامه جدید، نحوه و چگونگی برخورد با تراکنش‌های بانکی مشخص شده است، گفت: البته بررسی حساب‌ها به مفهوم آن نیست که تراکنش‌ها لزوماً مشمول مالیات می‌شود، بلکه

## دریچه

آخرین خبرها از واگذاری سرخابی‌ها

## استقلال و پرسپولیس امسال هم واگذار نمی‌شوند!

پرونده واگذاری سرخابی‌ها به بخش خصوصی از سالی به سال دیگر منتقل می‌شود و در حالی که مسئولان وعده داده بودند استقلال و پرسپولیس تا پایان امسال واگذار می‌شوند، رئیس سازمان خصوصی سازی در آخرین اظهار نظر خود اعلام کرده که این دو باشگاه امسال هم واگذار نخواهند شد.

به گزارش ایستنا، بیش از یک سال از نامه وزیر ورزش و جوانان به رئیس جمهور مبنی بر واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس می‌گذرد و با وجود آنکه حسن روحانی به آن پاسخ مثبت داده، این واگذاری همچنان در حاله‌ای از ابهام قرار دارد. از آن زمان تاکنون صحبت‌های زیادی درباره قیمت‌گذاری و نحوه واگذاری این دو باشگاه به گوش می‌رسد اما این اظهار نظرها همراستا نیستند.

از وعده دولت تا الزام مجلس در روزهای پایانی سال گذشته سازمان خصوصی سازی اعلام کرد که این دو باشگاه توسط کارشناسان قیمت‌گذاری شده و قرار است در اولین فرصت در سال ۱۳۹۸ جلسه هیأت واگذاری برگزار و این قیمت در این جلسه تأیید یا رد شود، اما اوایل تابستان بود که علی اشرف عبدالله پوری حسینی - رئیس سابق سازمان خصوصی سازی - اعلام کرد که مقدمات واگذاری این دو باشگاه هنوز فراهم نشده است و مشغول آماده‌سازی این دو باشگاه برای واگذاری هستیم.

با این حال مجلس شورای اسلامی اعلام کرده که واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس باید تا پایان شهریور صورت گیرد. مجلس همچنین تأکید کرد که این دو باشگاه نه از طریق مزایده بلکه باید از طریق فرابورس واگذار شوند. به این ترتیب، سرخابی‌ها باید تمام الزاماتی که برای عرضه شدن در فرابورس مورد نیاز است را باقی‌مانده رعایت کنند و در چارچوب آن عرضه اولیه شوند و این در حالی است که تا همین چند ماه پیش سر داشتن این باشگاه صورت‌های مالی حسابرسی شده و سوده یا زیان‌ده بودن این دو باشگاه حرف و حدیث‌های زیادی وجود داشت.

در این راستا، مسعود سلطانی‌فر، وزیر ورزش و جوانان درباره واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس پس از نشست با کمیسیون اصل ۴۴ قانون اساسی در این رابطه، به تاریخچه خصوصی سازی استقلال و پرسپولیس اشاره کرد و گفت که این واگذاری تا پایان سال انجام می‌شود.

همچنین امیر هامونی، مدیرعامل فرابورس کمتر از یک ماه پیش به تشریح آخرین وضعیت واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس به بخش خصوصی و عرضه سهام این دو باشگاه در فرابورس پرداخت و در پاسخ به اینکه آیا طبق وعده مسئولان دو باشگاه استقلال و پرسپولیس تا پایان سال جاری واگذار می‌شوند؟ گفت: این موضوع در حال پیگیری است تا چنانچه موانع برطرف شود شاهد ورود باشگاه‌ها به بازار سرمایه باشیم. تلاش این است که این واگذاری را تا پایان سال جاری صورت بگیرد.

واگذاری به سال بعد موکول شد بنابراین در حالی‌که تنها دولت و مجلس نشینان بلکه بورسی‌ها هم وعده پایان سال را داده بودند، رئیس سازمان خصوصی سازی اعلام کرد که این واگذاری تا پایان سال صورت نخواهد کرد. علیرضا صالح در این مورد توضیح داد: با توجه به ابهامات موجود بعدی می‌دانم این دو باشگاه تا پایان امسال واگذار شوند.

شاخص بورس تهران در اولین روز هفته ۹۵۴ واحد کاهش یافت

## عقبگرد بورس



## بازار سرمایه نیاز به استراحت دارد

در رابطه با کاهش ۹۴۵ واحدی شاخص بورس تهران در روز شنبه، مهدی محمود رباطی، کارشناس بازار سرمایه گفت: با توجه به روند پرشتاب این روزهای شاخص بورس، بازار نیازمند استراحت است که این اصلاح به طور حتم دیر یا زود اتفاق خواهد افتاد.

رباطی در گفت‌وگو با ایرنا، با بیان اینکه تا حدودی وضعیت معاملات حاضر در بازار مبهوت است و نیاز به استراحت دارد، ادامه داد: اغلب شرکت‌ها از ابتدای سال ۹۸ تا امروز رشد سنگینی را از ۲۰۰ درصد تا یک هزار درصد تجربه کردند. این وضعیت به هیچ عنوان نمی‌تواند به صورت پایدار و همیشگی باشد، زیرا در نهایت هر روند افزایشی نیازمند اصلاح و استراحت است.

به گفته رباطی، اگر بخواهیم روند بازار را به لحاظ تورم و کاهش ارزش پول ملی با دیگر بازارها مورد مقایسه قرار دهیم، می‌توان گفت بازدهی بورس از بازارهایی مانند ارز، طلا و سکه بالاتر بوده که این اتفاق نیازمند برخی از عوامل بنیادی مانند افزایش نرخ کمودیتی‌ها است که چنین اتفاقی در بازار رخ نداده است.

این کارشناس بازار سرمایه با تأکید بر اینکه نمی‌توان دلیل خاصی را برای رشد بازار مطرح کرد، افزود: هجوم نقدینگی از بانک‌ها و بازارهای موازی به بازار سرمایه در چند وقت اخیر به عنوان اصلی‌ترین عامل تأثیرگذار برای رشد بازار محسوب می‌شود. تا تیر و مردادماه ۹۸ روند بازار به صورت واقعی و طبیعی ادامه داشت که ارزش بازار سرمایه در حال تطابق با کاهش ارزش پول ملی بود.

به اعتقاد رباطی، تا سه ماه گذشته روند بازار به این شکل نبود و اکنون با شرایطی مواجه هستیم که بازار وضعیت هیجانی و حبابی پیدا کرده است. او با بیان اینکه بازار سرمایه از این به بعد برای رشد خود باید شاهد اتفاق جدیدی در بنیاد اقتصاد کشور باشد، ادامه داد: در این زمینه باید اتفاقی مانند افزایش قیمت ارز، افزایش قیمت نفت و افزایش قیمت فلزات رخ دهد تا بتوان رشد پرشتاب بازار سرمایه و هدایت شاخص بورس به سمت صعود را شاهد باشیم. اکنون اقبال بازار به سمت گروه‌هایی مانند بانک و خودرو است که دلیلی مانند افزایش سرمایه برای رشد دارند، گروه‌هایی مانند کمودیتی‌ها و صنایع بزرگ بازار از اقبال چندانی در بازار برخوردار نیستند.

## صنایع پیشرو در بازار سرمایه کدامند؟

همچنین امیرعلی امیرپور، کارشناس بازار سرمایه به بررسی روند معاملات بورس تهران در هفته‌ای که گذشت، پرداخت و گفت: در بازار هفته گذشته همچنان شاهد ادامه ورود جریان نقدینگی و سرمایه حقیقی‌ها به سمت بازار سرمایه بودیم.

فرصت امروز: اگرچه شروع معاملات بورس تهران در نخستین ساعات روز شنبه با رشد همراه بود، اما شاخص بورس در ادامه روز عقب‌نشینی کرد و در نهایت با کاهش ۹۵۴ واحدی به رقم ۴۲۶ هزار و ۱۸۴ واحد رسید. شاخص کل (هم وزن) با ۲۳۹ واحد افزایش به ۱۴۰ هزار و ۲۰۱ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) نیز با ۱۶۰ واحد رشد به ۹۳ هزار و ۵۲۹ واحد رسید. شاخص آزاد شناور نیز با ۱۴ واحد افزایش به رقم ۵۱۲ هزار و ۳۰۱ واحد رسید، شاخص بازار اول ۳۴۸ واحد و شاخص بازار دوم ۳۹۶ واحد افت داشتند.

در معاملات نخستین روز هفته بیش از ۸ میلیارد و ۸۹۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۹ هزار و ۵۳ میلیارد ریال داد و ستد شد. در بین تمامی نمادها، نماد ایران خودرو (خودرو) با ۲۳۳ واحد، معدنی و صنعتی گل‌گهر (گلگل) با ۳۳۱ واحد، بورس اوراق بهادار تهران (بورس) با ۱۶۱ واحد، بانک تجارت (تجارت) با ۱۵۳ واحد، بانک صادرات ایران (بصادر) با ۱۴۹ واحد و معدنی و صنعتی چادرملو (چجاد) با ۹۵ واحد بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند.

در مقابل نیز نماد ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۵۷۱ واحد، انرژی خلیج فارس (مبین) با ۱۷۲ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۱۷۱ واحد، پتروشیمی خارک (شخراک) با ۱۶۶ واحد و توسعه معادن و فلزات (ومعدان) با ۱۶۵ واحد بیشترین تأثیر منفی را بر معاملات روز شنبه بورس گذاشتند.

نمادهای بانک تجارت، بانک ملت، ماشین‌سازی اراک، بانک اقتصاد نوین، فولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت اصفهان و ایران خودرو از جمله نمادهای پربیننده در روز شنبه داشتند. گروه بانک‌ها نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و ۴ میلیارد و ۹۹۷ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۴ هزار و ۴۵۸ میلیارد ریال در این گروه چهار داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۱۰ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۵ هزار و ۴۱۵ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۷۷۹ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۲۱ هزار و ۴۶ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نماد سهمی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، پتروشیمی مارون (مارون)، پالایش نفت لوان (شالوان)، فرابورس ایران (فرابورس) و گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نماد صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، سنگ آهن گهرزین (گکهر)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، توکاریل (توریل)، نفت پاسارگاد (شپاس) و توسعه و عمران استان کرمان (کرمان) مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند.

آگهی فراخوان  
تجمیع مناقصات

آب منطقه ای مازندران در نظر دارد عملیات اجرایی پروژه های مشروحه ذیل را طبق قانون برگزاری مناقصات به روش عمومی یک مرحله ای با مشخصات زیر به مناقصه بگذارد:

ردیف	عنوان	مبلغ برآورد	مبلغ تضمین	برآورد بر اساس	محل تأمین اعتبار	رشته و حداقل پایه پیمانکار
۱	ارزیابی کیفی - اجرای مخازن تعدادی ۱۴۰۰ و ۲۵۰۰ متر مکعبی و ایستگاه پمپاژ آب خام طرح آبرسانی به شهرستان سوادکوه	۱۰۸/۲۷۳	۴/۱۲۵	فهرست بیای سال ۱۳۹۸	طرح های نلنگ دارایی	آب-۵
۲	ارزیابی کیفی - عملیات تکمیلی احداث مخزن ۲۰ هزار متر مکعبی باغ کرمانی و اجرای خط انتقال از مخزن تا تنه اتصال شبکه توزیع آب شهری	۱۸۰/۰۰۰	۵/۵۶۸	فهرست بیای سال ۱۳۹۸	طرح های نلنگ دارایی	آب-۵
۳	اجرای عملیات بازسازی و مرمت ارائه صورت های مالی (ترازنامه، سود و زیان جامع، سود و زیان، گردش وجوه نقد، اظهارنامه مالیاتی، گواهی مالیات بر ارزش افزوده، رزومه و روش قراردادها الزامی است.	۱۱/۱۸۸	۵۵۹	فهرست بیای سال ۱۳۹۸	طرح های نلنگ دارایی	آب یا ۵-۵
۴	مرمت سردهنه زراعی و تثبیت بستر اسماعیل دکنی ساری (فاز ۱)	۱۹/۰۷۱	۹۵۳	آبپاری زهکشی ۱۳۹۸	طرح های نلنگ دارایی	آب-۵
۵	احداث سردهنه بالا نیروود نکان	۸/۱۵۷	۴۰۷	زهکشی ۱۳۹۸	طرح های نلنگ دارایی	آب-۵

مبالغ به صورت میلیون ریال می باشد.

- نوع تضمین براساس آیین نامه تضمین معاملات دولتی بشماره ۰۲/۱۲۳۴۰۲/ت ۰۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۹/۲۲

- مدت اعتبار پیشنهاد: ۳ ماه این مدت یکبار و بمدت ۳ ماه قابل تمدید می باشد.

- محل دریافت و تحویل اسناد: سامانه تدارکات الکترونیک دولت

- زمان و مهلت دریافت اسناد: (از تاریخ ۹۸/۱۱/۱۳ الی ۹۸/۱۱/۱۶)

- مهلت تحویل اسناد: (از تاریخ ۹۸/۱۱/۱۸ الی ۹۸/۱۱/۲۷)

- جلسه گشایش پاکات ساعت ۹ مورخ ۹۸/۱۱/۲۸ در محل دفتر قراردادها (اتاق مناقصات)

- آدرس کارفرما: مازندران ساری کیلومتر ۳ جاده ساری - قائمشهر - کدپستی ۴۸۱۵۸ - ۹۸۴۳۳

- نام و نشانی مدیر طرح / مشاور:

- کلیه مراحل مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت انجام می گردد. و به پیشنهاداتی که خارج از سامانه مذکور

ارسال گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۸/۱۱/۱۲  
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۱۱/۱۳

## آگهی مناقصه عمومی

نوبت دوم

مناقصه گزار : کارخانجات نداجا . بندرعباس

کارخانجات نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد:  
موارد مشروحه ذیل را از طریق مناقصه عمومی تأمین و به انجام رساند.

۱- تأمین و نصب یک رشته زنجیر به ضخامت ۵۰ میلی متر و طول ۱۴۰ متر و دارای گواهی نامه از موسسات رده بندی

۲- تأمین و نصب جیبسی یا چرخ مرتبط با این زنجیر و دارای گواهی نامه از موسسات رده بندی

۳- سرویس گیریکس و یا تعمیرات احتمالی آن (هزینه قطعات یا تعمیر گیریکس یا کارفرما میباشد). گیریکس ساخت کارخانه THRIGE.TITAN میباشد.

نقشه فنی مطابق با مشخصاتی که در تاریخ بازدید موضوع مناقصه مذکور طی اوراق شرایط و مشخصات مناقصه تحویل بازدید کنندگان خواهد گردید.

لذا از کلیه متقاضیان دعوت می شود جهت بازدید و دریافت اوراق شرایط و مشخصات مناقصه ، با در دست داشتن معرفی نامه شرکت مربوطه، از ساعت ۸ الی ۱۲ روز ۳ شنبه مورخه ۱۳۹۸/۱۱/۱۶ به آدرس: بندرعباس، جاده اسکله شهید باهنر، منطقه یک نیروی دریایی ارتش ج.ا.ی. کارخانجات نداجا مراجعه و تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخه ۱۳۹۸/۱۱/۲۶ نسبت به تحویل مدارک اقدام نمایند.

جهت هماهنگی بازدید و به منظور اخذ مجوز تردد یا شماره تلفن ۰۹۱۷۱۶۱۰۰۸۰-۰۹۱۷۱۶۱۰۰۸۰ مهندس صیفی تماس حاصل نمایند.

۱. شرکت کننده می بایست دارای سابقه ی کار در زمینه یاد شده و مستلزم ارائه گواهینامه های معتبر و تأییدیه های استاندارد از سازمان های ذیربط

(محمولات سازگار با محیط زیست و از الزامات ایمنی برخوردار) و دارای گواهینامه سمن و سابقه ی کار در صنایع دریایی و فراساحل باشد.

جهت تمدید یا ثبت نام گواهینامه سمن یا مهندس احمدی به شماره تلفن ۰۷۸۴۶۵۰۷۸۹۹۷۰۰۰-۰۷۱۷۳۹۵۵۳۳۰۰۰ هماهنگی لازم بعمل آورند.

۲. هزینه چاپ آگهی مناقصه، پیچیده برنده مناقصه خواهد بود.

۳. (میزان و نوع تضمین شرکت در مناقصه) واریز مبلغ ۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب شماره ۵۱۵۱۵۷۵۴۵۸۰۰۴ نزد بانک سپه، بنام وجوه مشخص

دراری منطقه یکم نداجا و ارائه اصل فیش واریزی و یا مبلغ یاد شده را بصورت ضمانت نامه بانکی در وجه کارخانجات نداجا، بندرعباس اخذ و به همراه مدارک مناقصه تحویل نمایند.

۴. (مبلغ اوراق شرایط و مشخصات مناقصه) شرکت در مناقصه مستلزم واریز مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب شماره ۵۱۵۱۷۹۵۴۱۵۰۰۳ نزد بانک سپه، بنام وجوه مشخص

دراری زمان بازگشایی پیشنهادات در صورت به حد نصاب رسیدن تعداد شرکت کنندگان ، مورخه ۱۳۹۸/۱۱/۲۹

۵. زمان بازدید و دریافت اوراق شرایط و مشخصات مناقصه، ۱۳۹۸/۱۱/۱۶

۶. پایان مهلت تحویل مدارک و پاکت های پیشنهادی، ۱۳۹۸/۱۱/۲۶

۷. زمان بازگشایی پیشنهادات در صورت به حد نصاب رسیدن تعداد شرکت کنندگان ، مورخه ۱۳۹۸/۱۱/۲۹

۸. شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد به منزله قبول اختیارات و تکالیف دستگاه مناقصه گزار می باشد.

۹. نداجا در رد یا قبول هر یک از پیشنهاداتی با تمام آنها مختار است.

### توسعه صنایع تبدیلی راهکار پایداری کشاورزی است

رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت در حوزه صنایع تبدیلی و تکمیلی، تکنولوژی مختلف بهینه‌سازی و با بهره‌وری بالا در این حوزه آورده شده است و به منظور پایدار ماندن کشاورزی باید این صنایع روز به روز گسترش پیدا کند.
محمدمهدی قاسمی پنجشنبه ۱۰ بهمن در حاشیه بازدید از دومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی و ماشین‌آلات وابسته در جمع خبرنگاران گفت: استان فارس رتبه دوم صنایع تبدیلی تکمیلی کشور را دارد که صاحبان این صنایع مجوزها را از سازمان صنعت معدن تجارت و سازمان جهاد کشاورزی گرفتند.
به گفته وی، ۷۵۶ واحد تولیدی با جذب ماده خام حدود ۴میلیون و ۶۰۰ هزار تن در استان فارس فعالیت می‌کنند که البته با واحدهایی که از سازمان صمت مجوز گرفتند ظرفیت بیش از ۸میلیون تن جذب ماده خام در این استان وجود دارد.
قاسمی با بیان اینکه فارس یک استان کشاورزی است، اضافه کرد: این استان با رتبه اول تولید محصولات باغبانی و تولید بیش از ۱۵درصد محصولات باغبانی کشور، رتبه دوم تولید محصولات زراعی و رتبه چهارم تولید محصولات دامی دارد که به موازات این ظرفیت باید صنایع تبدیلی تکمیلی نیز وجود داشته باشد تا بتوانیم ارزش افزوده بیشتری را در استان خلق کنیم و به رونق اقتصادی استان و پایداری کشاورزی کمک کنیم.
این مقام مسئول اظهار کرد: این نمایشگاه ظرفیتی است که می‌تواند به همه افرادی که به دنبال فرصت‌های سرمایه‌گذاری هستند کمک کند تا با تجهیزات و آخرین تکنولوژی این حوزه آشنا شوند و از این ظرفیت‌ها مطلع شوند.
رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان فارس با اشاره به اینکه خوشبختانه در کشور ما در حال حاضر انواع صنایع موردنیاز در کشاورزی وجود دارد، افزود: در این نمایشگاه نیز آخرین تکنولوژی‌های روز دنیا وجود دارد و بازدیدکنندگان می‌توانند از شرکت‌کنندگان مشورت بگیرند و با ذهن شفاف‌تری در این حوزه سرمایه‌گذاری کنند.
قاسمی با بیان اینکه بهترین تسهیلات به حوزه صنایع تبدیلی تکمیلی تخصیص داده شده است، گفت: اعتقاد داریم این حوزه علاوه بر ارزش افزوده‌ای که ایجاد می‌کنند، به جلوگیری از ضایعات و ماندگاری محصولات کشاورزی، رونق اقتصادی و اشتغال‌زایی کمک می‌کند.

بازار داغ افزایش قیمت چادر مشکی

### فروش چادر ۷۰۰ هزار تومانی با قیمت بیش از ۲ میلیون تومان

مدیرعامل انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب با بیان اینکه هیچ نظارتی بر بازار چادر مشکی وجود ندارد، گفت مسئولین مدام از رصد بازار سخن می‌گویند ولی در عمل هیچ اتفاقی در بازار نیفتاده و با نزدیک شدن به شب عید افزایش قیمت‌ها عوفا شده است.
اسدالله سلیمانی در گفت‌وگو با خبرنگاری تسنیم، با اشاره به اینکه هنوز با وجود برگزاری جلسات مختلف در دولت و مجلس برای حل مشکل چادر مشکی کشور راهکار اساسی به کار گرفته نشده است، اظهار کرد: هر کس فقط نسخه خاص خود را می‌پیچد و هنوز به یک جمع‌بندی کامل دست پیدا نکرده‌اند. امروز فقط ۱۰درصد نیاز کشور از محل تولید داخل تأمین می‌شود و ۹۰درصد نیاز مردم در بخش چادر مشکی به واردات وابسته است که حل این موضوع یک استراتژی مناسب را می‌طلبد. حتی به اعتقاد منن می‌توان به بخش تولید چادر مشکی یارانه پرداخت کرد تا با یک تصمیم سریع نیاز کشور در این‌حوزه برطرف شود.
وی با اعلام اینکه در طول چند سال اخیر و به ویژه در سال گذشته جلسات مختلفی برای رفع مشکلات تولید چادر مشکی در کشور برگزار شده است، افزود: اگر هزینه تمام این جلسات بدون نتیجه را جمع‌بندی کنیم و به حساب تولیدکنندگان داخلی واریز کنیم آنها می‌توانستند مشکلات خود را برطرف کنند.
سلیمانی اضافه کرد: آقایان در این جلسه‌ها گویی برای یادگیری می‌آیند به نحوی که برای هر کدام در جلسات مختلف باید موضوع را از ابتدا توضیح دهیم آنها هم در نهایت به یادداشت کردن اکتفا می‌کنند و خبری از یک تصمیم‌گیری مناسب نیست.
مدیرعامل انجمن تولیدکنندگان محصولات حجاب تصریح کرد: امروز تولید چادر مشکی یک کار فرهنگی نیاز دارد باید از فروشندگان پرسید چرا یک چادر مشکی که ۱۰۰ هزار تومان بود امروز به ۶۰۰ هزار تومان رسیده است ارزان‌ترین چادرها ۱۳۰ هزار تومان بود که به ۲۵۰ تا ۴۰۰ هزار تومان رسیده است در مجموع در بازار چادر زیر ۲۵۰ هزار تومانی نیست.
سلیمانی با اشاره به اینکه گران‌ترین چادر یاردی ۹۰ هزار تومان است، گفت: ما محاسبه سود دوخت و سایر هزینه‌ها نباید این چادر بیشتر از ۷۰۰ هزار تومان در بازار به فروش برسد اما امروز این چادرها بالای ۲میلیون تومان در بازار به فروش می‌رسد.
وی با اعلام اینکه هیچ نظارتی بر بازار چادر مشکی وجود ندارد، گفت: مسئولین مدام از رصد بازار و تعیین و تکلیف این پارچه سخن می‌گویند ولی در عمل هیچ اتفاقی در بازار نیفتاده و با نزدیک شدن به شب عید افزایش قیمت‌ها حتی بیشتر هم شده است.

### عرضه گوشت گرم گوساله به قیمت ۶۰ هزار تومان در فروشگاه‌های تعاون روستایی

مدیرعامل اتحادیه سراسری دامداران کشور گفت عرضه مستقیم گوشت گوساله گرم به قیمت هر کیلوگرم ۶۰ هزار تومان برای مصرف‌کننده به صورت بسته‌بندی در فروشگاه‌های سازمان تعاون روستایی برخی از استان‌ها آغاز شد.

سعید سلطانی سروسناتی، مدیرعامل اتحادیه سراسری دامداران کشور در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، اظهار کرد: اختلاف قیمت میان فروش توسط دامداران و مصرف‌کننده بسیار بالا است و یک عده بازار را مدیریت کرده و اجزاء کاهش قیمت این محصول را برای مصرف‌کننده نهایی نمی‌دهند.

وی با بیان اینکه دام زنده از دامدار به قیمت پایینی خریداری شده و به قیمت بالایی در بازار عرضه می‌شود، افزود: فاصله و حلقه‌های زیادی میان مصرف‌کننده و تولیدکننده است که این چرخه‌ها به سود ۲۰ تا ۳۰درصدی نیز راضی نیستند.
مدیرعامل اتحادیه سراسری دامداران کشور ادامه داد: قیمت دام زنده از ابتدای سال جاری ۴۰درصد کاهش یافته و گوساله زنده از ۴۰ هزار تومان به ۲۵ هزار تومان کاهش یافته است که در این شرایط قیمت گوشت قرمز نیز باید ۴۰درصد کاهش یابد اما متناسب با آن قیمت گوشت در بازار کاهش نیافته است.
درصورتی که کاهش ۴۰درصدی قیمت دام زنده گوشت وی تصریح کرد: براساس این کاهش ۴۰درصدی قیمت دام زنده گوشت گوساله نیز از هر کیلوگرم ۱۰۰ هزار تومان باید به ۶۰ هزار تومان کاهش می‌یافت اما این اتفاق روی نداده است.

# اقتصاد ایران باید بر ظرفیت بی‌نظیر داخل و ۱۵ کشور همسایه تکیه کند



مشاور وزیر اقتصاد گفت همچنان که در فضای قدرت سخت هم بازدارندگی ایجاد کردیم و هم در موارد دفاعی ورود کردیم، بایستی در اقتصاد نیز براساس همین الگو عمل کنیم.

وحید شقاقی شهری در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، با بیان اینکه، در سال‌های اخیر در حوزه نظامی و قدرت سخت ایران دارای یک وجه بازدارندگی بسیار عالی شده است، گفت: این وجه بازدارندگی با اتکا به ظرفیت‌های داخلی و با توجه به شرایط منطقه‌ای ایجاد شده و حتی در مواردی شاهد هستیم که در این حوزه دارای قدرت بسیار قابل توجهی نیز شده‌ایم.

وی با اشاره به شرایط تکرار این الگو برای فضای اقتصاد ایران گفت: همچنان که در فضای قدرت سخت هم بازدارندگی ایجاد کردیم و هم در مواردی دفاعی ورود کردیم، بایستی در اقتصاد نیز براساس همین الگو عمل کنیم.

رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه خوارزمی تأکید کرد، نکته قابل توجه اینکه برای اقتصاد ایران در گام اول بایستی شرایط تاب‌آوری در برابر تکانه‌های خارجی ایجاد شود. در واقع بایستی الزاماتی در اقتصاد ایران پیاده شود تا در برابر شوک‌های اقتصادی خارجی مثل تغییرات نرخ ارز مقاوم شویم.

این کارشناس اقتصادی گفت: در مرحله بعد بایستی الگوی مذکور به توسعه این کارشناس اقتصادی گفت: در مرحله بعد بایستی الگوی مذکور به توسعه

توقف بدموقع طرح مبارزه با پوشاک قاچاق

## وقتی بازار شب عید تقدیم قاچاق می‌شود

گسترده‌تر و حتی در شهرستان‌ها دامه پیدا کرد اما در ادامه و از آبان‌ماه سال جاری، طرح به طور کلی و ناگهانی متوقف شده است.
دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک اذعان کرد: به همین خاطر تصمیم گرفتیم در طی نامه‌ای به وزیر کشور اعتراض خود را نسبت به توقف بی‌جهت و ناگهانی گام‌های اول، دوم و سوم «طرح مبارزه با برندهای محرز پوشاک قاچاق» از آبان ماه سال‌جاری اعلام کنیم.

دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک با بیان اینکه در گام اول این طرح با ۱۱۰ فروشگاه برندهای خارجی پوشاک برخورد به عمل آمد، عنوان کرد: اجرا نکردن دستورالعمل‌های «ثبت و احراز نمایندگی برندهای خارجی» و «کدهای شناسه و رهگیری کالا» ۲ دلیل عمده تنبیه این فروشگاه‌های متخلف بود که در نهایت منجر به ضبط پوشاک قاچاق یا تعطیلی این واحدهای صنفی شد.

**کدام مناطق آزاد متهم‌های اصلی قاچاق پوشاک هستند؟**

وی در پاسخ به سوال «قاچاق پوشاک از کدام مناطق آزاد بیشتر انجام می‌شود؟» گفت: از تمامی مناطق آزاد گزارش قاچاق داریم اما از مناطق جنوبی خصوصا قشم، اروند، کیش و چابهار گزارشات بیشتری مخابره می‌شود.
قدیری افزود: از سوی دیگر در برخی از مناطق آزاد

## تصمیمات جدید برای معادن ذغال سنگ ابلاغ شد

براساس نامه سرقینی معاون معادن و صنایع معدنی وزارت صنت به انجمن ذغال سنگ ایران سیاست‌گذاری‌های جدید برای حوزه زغال سنگ کشور ابلاغ شد.
به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، در این نامه آمده است: احتراماً به پیوست صورت جلسه ۱۵ مهرماه ۹۸ نشست اتاق فکر که با حضور اعضای اتاق فکر وزارت صنت، انجمن ذغال سنگ ایران و مدیرعامل شرکت ذوب آهن اصفهان تشکیل شد خواهشمند است درخصوص اجرای مفاد دستورالعمل مذکور اقدامات لازم را انجام دهید.

۱- درخصوص موضوع ایمنی معادن ذغال سنگ مقرر شد پیگیری تأمین بودجه برای احداث چهار مرکز ایمنی و نجات در چهار حوزه اصلی ذغال سنگ کشور (طیس، کرمان، البرز شرقی، البرز مرکزی) در بودجه سال ۹۹ از طرف وزارت صنعت به عمل آید و شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران به عنوان مجری باشد.
همچنین در سفر کارشناسان و شرکت‌های روسی به ایران در این

طیس با مشارکت سازمان ایمیدرو و بخش‌های خصوصی و دولتی فعال در منطقه

دنیا محسوب می‌شود.

مشاور وزیر اقتصاد گفت: همانطور که اشاره شد بایستی در کنار توجه به درون‌زایی اقتصاد، برون‌زایی نیز با تمرکز بر روابط گسترده منطقه‌ای در دستور کار قرار گیرد.
برای داشتن اقتصاد قوی هر دوی اینها را بایستی همزمان در اختیار داشته باشیم.

به گفته شقاقی شهری، چینی‌ها به هیچ‌عنوان در مرحله ابداع نیستند و مدت‌ها کپی فناوری را در دستور کار قرار داده‌اند، ما هم با استفاده از ظرفیت نیروی انسانی تحصیلکرده برای توسعه صادرات فناوری در منطقه باید از ظرفیت کپی‌برداری فناوری استفاده کنیم.

مشاور وزیر اقتصاد تأکید کرد، ۲۵ کشور در منطقه داریم که یک بازار ۶۰۰ میلیونی ایجاد می‌کند، بر این اساس بعد از تثبیت استراتژی درون‌زایی در کنار برون‌گرایی می‌توانیم به صورت گسترده روی کپی فناوری برای توسعه صادرات منطقه‌ای استفاده کنیم.

وی افزود، با استفاده از این موارد نه‌تنها نفوذ و رسوخ منطقه‌ای به لحاظ اقتصادی محقق می‌شود می‌توان روی درآمدهای صادراتی گسترده نیز حساب باز کرد.

<p>جنوبی، هنوز گمرک مستقر نیست که این واقعیت در عمل، کنترل و نظارت بر واردات کالا را با مشکل مواجه کرده است.</p> <p>سعید قدیری تأکید کرد: لازم به ذکر است در حاشیه معضل مناطق آزاد، با قاچاق تله‌نچی پوشاک هم به صورت دائمی مواجه هستیم.</p> <p>گام اول طرح، جو بازار را برای پوشاک قاچاق ناامن کرد</p> <p>وی با اشاره به اینکه یکی از اهداف مهم گام اول طرح، برخورد با فروشگاه و پاساژهای معروف و بزرگی بود که به فروش برندهای خارجی «ثبت نشده» و «غیرمجاز» اقدام می‌کردند، اظهار داشت: این برخورد قاطع، بازخورد خوبی بر بازار پوشاک گذاشت و فضا را برای پوشاک قاچاق ناامن کرد.</p> <p>قدیری در پاسخ به سوال «چرا با وجود آغاز گام اول طرح مبارزه با پوشاک قاچاق، تولیدکنندگان داخلی هنوز به طور کامل شناسه کالا دریافت نکردند؟» گفت: استمرار گام اول طرح مبارزه با قاچاق پوشاک یعنی برخورد با برندهای محرز قاچاق ارتباطی با شناسه‌دار شدن تولیدات داخلی ندارد. از ابتدا قرار بود طرح شناسه کالا در گروه کالایی پوشاک به شکل گام به گام انجام شود. بر این اساس در گام اول طرح ابتدا برندهای خارجی مجاز و ثبت‌شده شناسه‌دار شده و شناسه‌دار کردن تولیدات داخلی در گام‌های بعدی انجام شود.</p>
---

## تصمیمات جدید برای معادن ذغال سنگ ابلاغ شد

سرمایه‌گذاری لازم به عمل آید و از طرح‌های اولویت‌دار سازمان ایمیدرو محسوب شود.
۴-ارائه تسهیلات مناسب به معادن ذغال سنگ که در شرف انجام است همچنین رفع مشکل چوب معادن ذغال سنگ

۵-با توجه به ماهیت شغل‌های معادن زیرزمینی ذغال سنگ که قطعاً مشمول مشاغل سخت و زیان‌آور است مقرر شد پیگیری‌های لازم از طرف وزارت صمت جهت تقبل بخشی از حق بیمه اضافی مشاغل سخت و زیان‌آور در معادن ذغال سنگ توسط دولت به عنوان کمک بلاعوض دولت به معادن ذغال سنگ در بودجه سال ۹۹ به عمل آید.
همچنین با وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی هماهنگی لازم به عمل آید که ۴درصد حق بیمه اضافی مشاغل سخت و زیان‌آور در معادن ذغال سنگ همزمان با حق بیمه ماهیانه پرسنل مشمول پرداخت شود تا از آنباشستگی جلوگیری شده و امکان پرداخت تدریجی آن برای معادن ذغال سنگ فراهم شود.

## اخبار

## ابزار قیمت‌گذاری خودرو در اختیار دلان است

عضو هیات‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اعلام کرد در بازاری که اختلاف قیمت بین کارخانه و بازار وجود دارد دلان قیمت‌ها را مهندسی می‌کند تا قیمت‌ها افزایش یابد و سود بیشتری کسب کنند. عبدالله رضیان در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: در حال حاضر تقاضا در بازار خودرو کاذب و ناشسی از واسطه‌گری است و به منظور مهندسی قیمت صورت می‌گیرد؛ در این خصوص و در مورد قیمت‌ها مردم نگران و گله‌مند هستند.

نماینده مردم قائمشهر، سوادکوه، جویبار، سیرمغ و سوادکوه شمالی در مجلس شورای اسلامی گفت: خودروسازان تولید را افزایش داده و متناسب با تولید خود به عرضه پرداخته‌اند، اما در این شرایط و در حالی که قیمت خودرو در بازار بالاتر از قیمت کارخانه است تقاضای کاذب شکل می‌گیرد و عرضه نمی‌تواند پاسخگوی تقاضای کاذب باشد، در این راستا باید مساله اختلاف قیمت بین کارخانه و بازار حل شود تا تقاضای کاذب از میان برداشته شود.

عضو هیات‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی افزود: در این زمینه شورای اقتصادی سران قوا باید یک تصمیم جدی اتخاذ کند. خودروسازان چگونه می‌توانند با تقاضای کاذب مقابله کنند؟

رضیان گفت: با وجود تحریم و مشکلات اقتصادی و با وجود تمام محدودیت‌های بین‌المللی، خودروسازان تولید را افزایش دادند. ما از وضعیت تولید خودروسازان راضی هستیم و از آنان تشکر می‌کنیم که توانستند بسیاری از قفل‌ها و گره‌ها را بگشایند و بسیاری از قطعات را داخلی‌سازی کنند.

نماینده مردم قائمشهر، سوادکوه، جویبار، سیرمغ و سوادکوه شمالی در مجلس شورای اسلامی افزود: در شرایط تحریم اتفاقات خوبی در زمینه تولید خودرو رقم خور، اما همچنان باید تیراژ تولید را افزایش دهیم و با تعداد شرکت‌ها را بیشتر کنیم تا فضا رقابتی شود.

عضو هیات‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت: بازار خودرو در رکود مطلق به سر می‌برد و ممکن است این امر به دلیل قیمت بالا و توان خرید مردم باشد. هم‌اکنون قیمت خودروهای خارجی بسیار بالا است و قیمت خودروهای داخلی روز به روز افزایش و قدرت خرید مردم کاهش می‌یابد، از طرفی افزایش نرخ بنزین نیز در این موضوع تاثیرگذار بوده است.

رضیان گفت: در بازاری که اختلاف قیمت بین کارخانه و بازار وجود دارد دلان قیمت‌ها را مهندسی می‌کنند تا قیمت‌ها افزایش یابد و سود بیشتری کسب کنند؛ هم‌اکنون ابزار قیمت‌گذاری خودرو در اختیار دلان است و فعلا دلان در بازار خودرو عرض اندام می‌کنند و این مساله موجب پیچیدگی در بازار خودرو شده و مردم نسبت به این موضوعات انتقادات شدید دارند؛ باید بازار را اشباع و مشکلات را حل کنیم.

### شاسی‌بلند الکتریکی تسلا در راه است

تسلا موتورز اعلام کرده که تولید شاسی‌بلندهای الکتریکی تسلا مدل Y آغاز شده و تحویل آن به مشتریان از ماه مارس سال جاری میلادی کلید زده خواهد شد.

به گزارش ایسنا، تسلا موتورز که بدون شک یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های خودروسازی و از پیشگامان توسعه و تولید خودروهای تمام الکتریکی لوکس و قدرتمند در جهان به شمار می‌رود، به تازگی از برنامه‌های خود برای تولید و عرضه خودروهای جدید خود، شاسی‌بلندهای کامپکت تسلا مدل Y، خبر داده و سخن گفته است.

این خودروساز جالب‌طلب آمریکایی اعلام کرده که چهارمین مدل توسعه داده شده توسط تسلا موتورز که تسلا مدل Y نام دارد و در چندماه گذشته اخبار و گزارش‌های متعددی درباره آن منتشر شده است، در مرحله تولید انبوه قرار دارد و عرضه آن نیز از ماه مارس سال ۲۰۲۰ میلادی آغاز خواهد شد. این خودرو که در جریان برگزاری رویداد اختصاصی تسلا موتورز توسط ایلان ماسک، مؤسس و مدیرعامل این شرکت، در لس‌آنجلس رونمایی و معرفی شده بود، در ابتدا قرار بود که تا پایان سال ۲۰۲۰ میلادی به مرحله تولید برسد، اما حالا تازه‌ترین اخبار و گزارش‌های منتشرشده حاکی از آن است که تسلا مدل Y زودتر از تاریخ مورد انتظار روانه بازارهای جهانی خواهد شد. هنوز اطلاعات و جزئیات بیشتری درخصوص مشخصات و قابلیت‌های این خودرو به طور رسمی منتشر نشده، اما گفته می‌شود که این شاسی‌بلند کامپکت و الکتریکی قادر به پیمایش ۳۱۵ مایل خواهد بود. براساس وب‌سایت اتوکار، گفته می‌شود تسلا مدل Y در ابتدا تنها در کارخانه کالیفرنمای تسلا تولید خواهد شد و بر خلاف گزارش‌های قبلی، در کارخانه نوادا به مرحله تولید نمی‌رسد.

همچنین قرار است از سال ۲۰۲۱ میلادی، کارخانه اختصاصی تسلا موتورز در شانگهای چین نیز تولید و عرضه این مدل جدید خودروی الکتریکی را به منظور ورود به بازار داخلی چین کلید بزند.

### ایران خودرو مصمم به حفظ و ارتقای کیفیت محصولات در شرایط تحریم

فرآیند توسعه و ارتقای سطح کیفی فرآیندهای تولید، محصولات و خدمات با توجه به اهداف تدوین‌شده در برنامه کلان و استراتژیک گروه صنعتی ایران خودرو به صورت مستمر تدوین، اجرا و در حال پایش است. به گزارش پرشین خودرو، قائم‌مقام مدیرعامل در کیفیت گروه صنعتی ایران خودرو و بیان این مطلب گفت: ایران‌خودرو با هدف ایجاد ثبات در روند تولید، تحویل و ارائه محصول و خدمات بدون نقص، متنوع و ایمن در شرایط تحریم‌های بین‌المللی برنامه‌ها و پروژه‌های متعددی برای ارتقای سطح کیفیت محصولات در سال گذشته و امسال تعریف و اجرا کرده است. حسن وفادار با بیان اینکه پروژه‌های اجرانشده و در حال اجرای ایران خودرو در شاخص‌های کیفی پس از تحویل خودرو به مشتریان، سبب کسب نتایج مطلوبی در ارزیابی‌های شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران شده، افزود: نخستین عنوان پنج ستاره کیفیت برای محصول تولید داخل متعلق به خودروی ۲۰۰۸ تولیدی ایران خودرو است. محصول هایما ۵۷ اوتوماتیک نیز در سال گذشته موفق به کسب چهار ستاره کیفی شده است. خودروهای دنا و H۳۰ کراس سه ستاره و آریسان نیز به رتبه دو ستاره کیفیت در سال ۹۷ دست یافته‌اند. وی با اشاره به ادامه مسیر بهبودهای کیفیت محصولات ایران خودرو در سال جاری اظهار کرد: پروژه‌های اجرانشده منجر به افزایش سطح کیفی محصولات دنا پلاس و سون به ترتیب به چهار و سه ستاره کیفی شده است. همچنین محصولات پژو ۲۰۷ صندوقدار و پژو پارس اوتوماتیک به ترتیب با چهار و سه ستاره کیفی وارد جدول ارزیابی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران شده‌اند.

# عرضه ۸ خودروی جدید در ۳ سال آینده



رحمانی در بخش دیگری بیان کرد: نهضت ساخت داخل مورد توجه و تاکید رهبر معظم انقلاب بوده و از سیاست‌های کلی دولت است که سایپا در این زمینه داخلی‌سازی ۵۳قطعه را انجام داده است.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به اینکه ما در صنعت خودرو از برنامه داخلی‌سازی جلوتر هستیم، گفت: بیش از ۹۰درصد قطعات محصولات آینده سایپا نیز در داخل تولید شده که نشان می‌دهد این خودروساز در طرح ملی بومی‌سازی، مشارکتی فعال داشته است.

وی در پاسخ به سؤالی درخصوص برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ادامه برنامه افزایش تیراژ تولید محصولات در گروه خودروسازی سایپا نیز گفت: تلاش می‌کنیم با تسهیل قوانین و امور مربوط به تولید داخل، ضمن حفظ روند افزایش تولید، سایپا بتواند تعهدات خود به مشتریان را با

وزیر صنعت، معدن و تجارت از عرضه هشت خودروی جدید گروه خودروسازی سایپا در سه سال آینده خبر داد.

به گزارش ایسنا به نقل از گروه خودروسازی سایپا، رضا رحمانی در بازدید از مرکز تحقیقات و نوآوری صنایع خودرو سایپا و بررسی برنامه‌های این خودروساز در زمینه توسعه محصول و عرضه هشت خودروی جدید در سه سال آینده گفت: سایپا با اجرای این برنامه و عرضه خودروهای جدید در سه سال آینده، می‌تواند توان رقابت خود در بازارهای داخلی و خارجی را ارتقا دهد.

وی ادامه داد: عرضه محصولات جدید سایپا در آینده، بخشی از کاستی‌های برجای مانده از گذشته را جبران کرده و افزایش سطح رضایت مردمی از این خودروساز را به همراه خواهد داشت.

## آیا ویروس کرونا تهدیدی برای صنعت خودرو جهان است؟

داشته باشد، زنجیره عرضه مختل خواهد شد. پیش‌بینی‌هایی وجود دارد که اوج ابتلا به این بیماری تا فوریه یا مارس ادامه خواهد داشت. وی ادامه داد: بوش در وهان دو کارخانه دارد که سیستم‌های فرمان و فناوری‌های گرمایی را با حدود ۸۰۰ کارمند می‌سازد. هیچ گزارشی مبنی بر مبتلا شدن این افراد به ویروس وجود ندارد. دنر توضیح داد: کارخانه‌های بوش در چین به خاطر سال نو چینی بسته شده‌اند و تعطیلات تا سوم فوریه ادامه خواهد داشت. تمدید تعطیلات تاثیری بر تجارت جهانی بوش نمی‌گذارد.

بوش از سال ۱۹۰۹ در چین حضور داشته و ۲۳ تاسیسات تولید خودرو در بیش از ۶۰ منطقه از چین، بزرگ‌ترین بازار خودروی جهان دارد. چین بیشترین

مدیرعامل رابرت بوش، بزرگ‌ترین عرضه‌کننده قطعات خودرو در جهان هشدار داد ویروس کرونا می‌تواند بر زنجیره جهانی تامین قطعات خودرو تاثیر بگذارد.

ولکمار دنر، مدیرعامل این شرکت طی نشست خبری در اشتوتگارت گفت: «ما طبیعتاً نگران هستیم ولی در حال حاضر هیچ اختلالی در تجارت و زنجیره عرضه ما به وجود نیامده است.»

بوش به چین به عنوان یک پایگاه جهانی تولید برای صادرات موتورهای الکتریکی و قطعات الکترونیکی خودروهای برقی نیازمند است. دنر گفت: لازم است منتظر بمانیم و ببینیم اوضاع چگونه تغییر می‌کند. اگر این شرایط ادامه

## پیامدهای ممنوعیت واردات خودرو و محدودشدن بازار خودروهای لوکس

دارد که با هزینه‌های گزاف توسط برخی افراد در حال انجام است. هرچند شاید این امر به‌دلیل نبود دانش فنی به‌روز و همچنین نبود تجهیزات و ادوات سخت‌افزاری پیشرفته در کشور، خطرات جدی را برای خودروهای فیس‌لیفت شده به همراه داشته باشد. یکی دیگر از مواردی که طی یک‌سال‌ونیم گذشته در چند مورد متفاوت مشاهده شده است، پوشش بدنه خودروهای لوکس با نئین‌های گران‌قیمتی است که سبب می‌شود عطش لوکس‌گرایی مالکان تا حدودی فروکش کند. البته باید به این نکته نیز اشاره کرد که همین موضوع بستر مناسبی را جهت سوءاستفاده افراد سودجو فراهم کرده است. زیرا برخی خودروهایی که با پوشش بدنه‌ای الماس‌گونه راهی خیابان‌ها شده‌اند، با این عنوان مطرح شده‌اند که از الماس و نئین‌های گران برخی برندهای خاص بهره‌مند هستند، اما واقعیت آن است که نئین‌های به‌کاررفته روی بدنه آنها از نوع فیک و اصلاحا High Copy بوده‌اند. شاید جالب باشد بدانید برای اجرای این طرح روی بدنه خودرو، بسته به ابعاد و کلاس‌بندی آن، نیاز به پرداخت مبلغی بیش‌از ۵۰میلیون‌تومان است. برای اجرای چنین طرح‌هایی

با نزدیک شدن به دوسالگی ممنوعیت واردات خودرو، شاهد برهم خوردن معادلات در بخش وسیعی از بازار خودرو کشور هستیم. در حالی که در زمان مشابه سال گذشته، بسیاری از کارشناسان و فعالان این عرصه معتقد بودند سال ۹۸ شاهد از سرگیری فرآیند ثبت‌سفارش و آغاز مجدد واردات خودرو به کشور خواهیم بود، اما اواسط تابستان۹۷ یک‌باره ممنوعیت واردات خودرو به کشور اعلام شد و شوک جدی به پیکره بازار خودروهای وارداتی وارد کرد.

به گزارش پدال نیوز، از آن زمان تاکنون شرکت‌های واردکننده بسیاری فعالیت خود را به حالت تعلیق درآوردند و تنها به ارائه خدمات به خودروهای فروخته‌شده در سال‌های گذشته پرداخته‌اند. همچنین بخش عظیمی از نیروی انسانی شاغل در این شرکت‌ها بیکار شدند و فشار سنگین ناشی از مشکلات اقتصادی را به دوش کشیدند، اما در این میان برخی شرکت‌ها و مجموعه‌های خصوصی فرصت را غنیمت شمرده و با ارائه خدمات متمایز، سعی در رفع نیاز و عطش بازار خودروهای لوکس داشته‌اند. اصلی‌ترین فعالیت در این بخش به فیس‌لیفت خودروهای موجود در کشور اختصاص



## مدرسه زمستانه «مالکیت فکری» برگزار می شود

مدرسه زمستانه «مالکیت فکری» توسط کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و با همکاری انیستیتو پاستور ایران برگزار می شود. در مدت سه روز برگزاری این رویداد شرکت کنندگان درباره اهمیت ثبت اختراع و فرآیند آن اطلاعات لازم را کسب می کنند.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، آموزش حوزه مالکیت فکری و به طور خاص پتنت هدف برگزاری این رویداد است که ۳ تا ۵ اسفندماه سال جاری در محل انیستیتو پاستور ایران برگزار می شود. همچنین آشنایی مخاطبان با مالکیت فکری با تأکید بر ثبت اختراع، آشنایی با مفاهیم ثبت اختراع برای کسانی که با این حوزه به صورت عملی دست و پنجه نرم می کنند نیز در این مدرسه دنبال می شود.



### دریچه

همزمان با آغاز دهه فجر انقلاب اسلامی

## کلنگ واحد ۲۰ هزار تنی تولید کک سوزنی بر زمین زده شد

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در سفر یک روزه به عسلویه همزمان با چهل و یکمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، کلنگ افتتاح پروژه تولید کک سوزنی را بر زمین زد. این در حالی است که اواخر ماه گذشته نیز فاز دوم طرح پتروشیمی تخت جمشید در ماهشهر توسط ستاری به بهره برداری رسید.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، صبح روز گذشته سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری کلنگ احداث واحد ۲۰ هزار تنی تولید کک سوزنی را بر زمین زد. عبدالکریم گراوند استاندار بوشهر و سکنینه الماسی نماینده عسلویه در مجلس شورای اسلامی نیز در این مراسم حضور داشتند.

این پروژه در مساحت دو هکتار و در فاز ۳ شرکت پتروشیمیایی تخت جمشید پارس عسلویه توسط شرکت فناوری کرین اکسپیر خوارزمی اجرا می شود.

کک سوزنی از مواردی است که مورد تحریم آمریکا در ماه های اخیر قرار گرفته است، اما دیروز با آغاز عملیات اجرایی واحد ۲۰ هزار تنی تولید کک سوزنی در شرکت دانش بنیان پتروشیمی تخت جمشید پارس عسلویه با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در مسیر خنثی کردن این تحریم پا گذاشتیم.

کک سوزنی شکلی خاص از کک نفتی است و با فناوری های بسیار پیچیده ای تولید می شود. با این اقدام از این پس این ماده در داخل کشور و توسط دانش بنیان ها تولید می شود و علاوه بر در دسترس بودن فناوری، جلوگیری از خروج ارز، تقویت چرخه تولید ثروت از علم و نبود وابستگی به خارج را باید از دستاوردهای این اقدام بدانیم. اعتماد به توانمندی شرکت های دانش بنیان نیاز کشور به اقلام

پیشرفته صنعتی را تأمین می کند

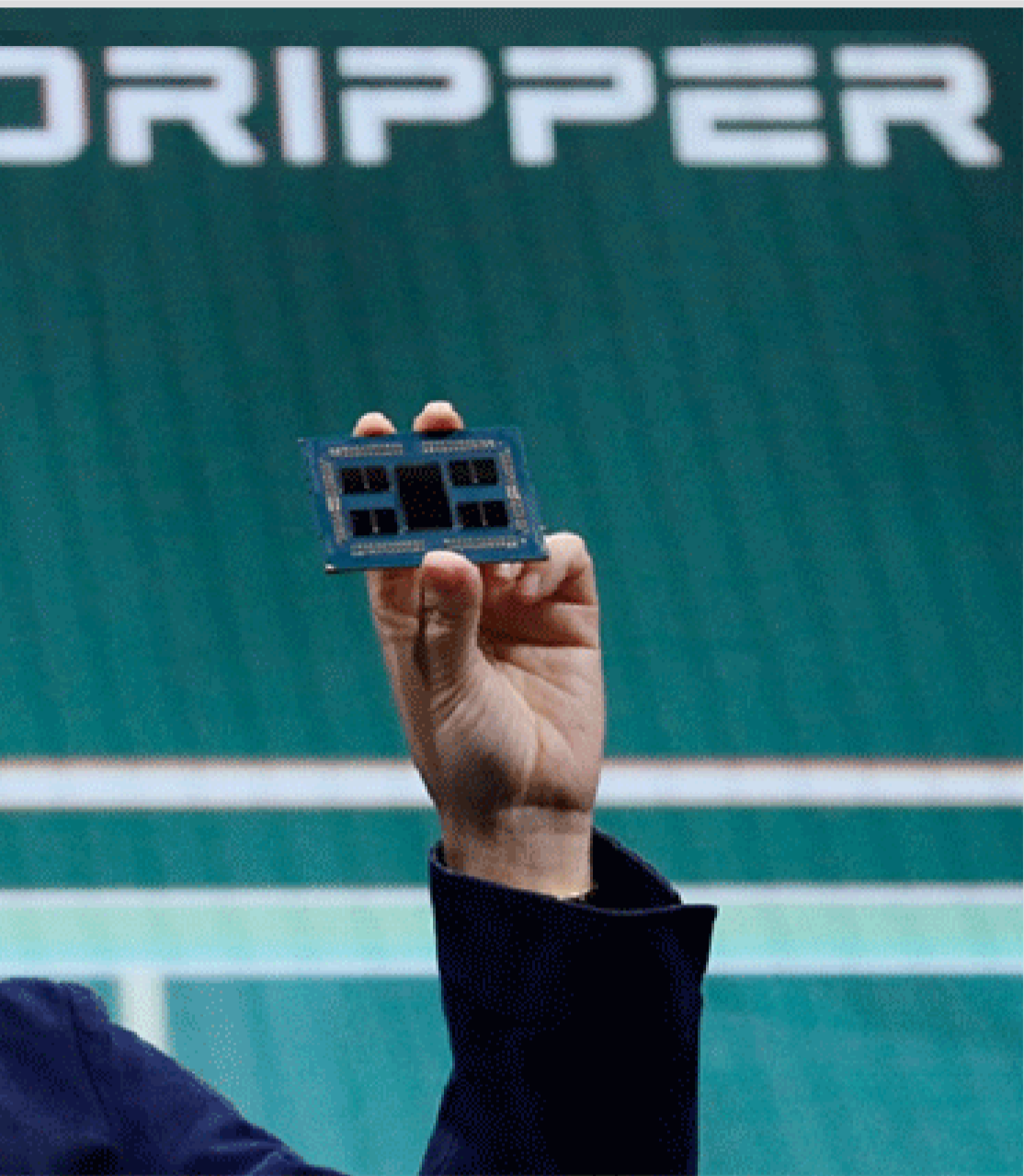
معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در حاشیه مراسم «کلنگ زنی واحد ۲۰ هزار تنی کک سوزنی» با تأکید بر ضرورت ایجاد بستری برای فعالیت کسب و کارهای دانش بنیان و ورود خلاقیت های شان به صنعت گفت: بخش قابل توجهی از نیازهای پیشرفته که تحریم شده اند، توسط شرکت های دانش بنیان تأمین می شود. اعتماد به توان داخلی در این عرصه، دستیابی به موفقیت های قابل توجهی مانند آنچه که امروز در عرصه تولید کک سوزنی در پارس جنوبی محقق شده را در پی خواهد داشت.

ستاری ادامه داد: با اعتماد به شرکت های دانش بنیان و استفاده از دانش داخلی می توانیم بسیاری از مشکلاتی که تحریم ها برای ما به وجود آورده اند را رفع کنیم.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به ایجاد زمینه تعامل میان کسب و کارهای دانش بنیان و صنایع نفت و پتروشیمی گفت: رویکرد جدیدی در مجتمع گاز پارس جنوبی در حال پیاده سازی است و آن اعتماد به شرکت های دانش بنیان و استفاده از دانش داخلی است. رئیس ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان با اشاره به اهمیت تولید کک سوزنی در داخل کشور و مقابله با تحریم های ظالمانه آمریکا بیان کرد: فناوری های متعددی در مجتمع گاز پارس جنوبی در حال استفاده است و این مجتمع حاصل تلاش های مدیران متعددی در این ۲۰ سال است.

به صدا درآمدن زنگ انقلاب اسلامی

در بخش دیگر این سفر یک روزه معاون علمی و فناوری



## گزارش مالی AMD برای فصل چهارم سال ۲۰۱۹

تجارت AMD در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۹ میلادی به لطف بهبودهای اعمال شده در پردازنده های سری رایزن ۳۰۰۰ و عرضه کارت های گرافیک سری رادئون ۵۰۰۰ رونق بیشتری پیدا کرده است.

به گزارش زومیت، AMD گزارش مالی سه ماهه چهارم و کل سال مالی ۲۰۱۹ را منتشر کرد. براساس این گزارش، درآمد شرکت در سه ماهه یادشده با ۱۸ درصد افزایش نسبت به سه ماهه سوم سال ۲۰۱۹ و ۵۰ درصد رشد داشته و رقم ۱۷۰ میلیون دلاری را تجربه کرده است. ۲۲ میلیارد دلار رسیده است. حاشیه سود ناخالص نیز در همین سه ماهه افزایش یافته و به ۴۵ درصد رسیده است؛ این شاخص برای سه ماهه قبل ۴۳ و برای سال گذشته ۳۸ درصد بود.

سود عملیاتی AMD با رشد حیرت انگیز ۱۱۴ درصدی، از ۲۸ میلیون دلار در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۸ به ۳۴۸ میلیون دلار در سه ماهه اخیر رسیده؛ در بازه های زمانی یادشده سود خالص AMD نزدیک به ۳۴۷ درصد رشد داشته و رقم ۱۷۰ میلیون دلاری را تجربه کرده است. در نهایت نیز درآمد حاصل از هر سهم در مقایسه با سه ماهه پیشین، با افزایش ۲۷۵ درصدی به ۰۰۱۵ دلار به ازای هر سهم می رسد. لیزا سو، مدیرعامل AMD در رابطه با درآمدهای شرکت متبوعش گفت:

طی مسیری که در چند سال گذشته سپری کردیم، سال ۲۰۱۹ نقطه عطف بزرگی بوده است، زیرا قدرتمندترین محصولاتمان طی ۵۰ سال گذشته را در این سال با موفقیت معرفی و عرضه کردیم. درآمد AMD برای کل سال مالی ۲۰۱۹، ۶۰۷۳ میلیارد است که ۵۴ درصد افزایش را نسبت به سال ۲۰۱۸ نشان می دهد. حاشیه سود با رشد نسبت به سال قبل از ۳۸ درصد

## امکان خرید اقساطی محصولات دانش بنیان فراهم شد

دانش بنیان تا ۸۰ درصد قیمت کالای دانش بنیان تعیین شده است. همچنین نرخ موثر سود رقمی بین ۱۶ تا ۱۸ درصد در نظر گرفته شده است. دوره بازپرداخت اصل و سود تسهیلات خرید اقساطی محصولات دانش بنیان نیز حداکثر ۱۲ ماهه است. بازه های زمانی پرداخت بین یک تا سه ماه، قابل تنظیم است.

برای صدور ضمانت نامه تسهیلات وثایقی مانند: چک، سفته و وثایق ملکی در نظر گرفته شده است.

### فرآیند

تولیدکننده کالا و محصول دانش بنیان در ابتدا به سامانه ای که از سوی مرکز شرکت های دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به این منظور در نظر گرفته شده است، مراجعه می کند. همچنین درخواست خریدار نیز باید در

این سامانه به صورت موردی ثبت شود. پس از آن «اعتبارسنجی» انجام می گیرد و وثایق لازم تودیع می شود. عقد قرارداد و واریز مبلغ به حساب شرکت دانش بنیان مرحله نهایی این فرآیند را دربر می گیرد.

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و تأیید مرکز شرکت های دانش بنیان این معاونت، هر خریدار می تواند تا سقف ۸۰ درصد قیمت محصول، کالای دانش بنیان را به صورت اقساطی خریداری کند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برخی خریداران ممکن است تمایل به خرید محصول دانش بنیان ایرانی داشته باشند، اما با مشکل نقدینگی مواجه باشند. بر این اساس، امکانی فراهم شده است تا خریداران حقیقی یا حقوقی بتوانند به صورت اقساطی محصول دانش بنیان موردنظر را خریدار کنند.

### جزئیات طرح

براساس این طرح، شرکت می تواند با مراجعه به سامانه ای که از سوی مرکز شرکت های دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تعریف شده است، تقاضای خود را برای بهره مندی از طرح خرید اقساطی محصولات دانش بنیان ثبت کند. در صورت تأیید دانش بنیان بودن محصول و دارا بودن شرایط، تسهیلات خرید محصول تخصیص می یابد. سقف تسهیلات خرید اقساطی محصولات



## کارخانه «نوآوری آزادی» کانون امید و انرژی است

فعالیت و پاسخگویی بسیاری از نیازهای جامعه است. ابتکار با بیان اینکه این حوزه یکی از گام های مهم در زمینه اقتصاد مقاومتی برای توانمندسازی اقتصاد ایران است، ادامه داد: باید اینگونه کارخانه ها و پارک های فناوری را در

کشور توسعه دهیم، زیرا این ایده ها هستند که برای ایده بخش خصوصی در حوزه فناوری و خلاقیت زمینه های لازم را فراهم می کنند.

وی همچنین افزود: راه اندازی کارخانه های نوآوری اقدامی اثرگذار از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است که تلاش های بسیاری در این زمینه انجام شد و در حال حاضر نتایج آن را برداشت می کنیم. امیدوارم این مراکز توسعه یابد و شاهد راه اندازی آنها در سایر استان ها باشیم. ابتکار با اشاره به اینکه سهم بانوان در این مراکز بسیار چشمگیر است، گفت: دختران فارغ التحصیل جوان ما پر از ایده، نوآوری و خلاقیت هستند. آنها همچنین

برنامه و نگاه دارند که می تواند آنها را به سمت تولید محصولات مورد نیاز کشور هدایت کند. خوشبختانه با وجود سختی های موجود ناامید نشده اند و با تلاش و پشتکار فعالیت می کنند.



کارخانه «نوآوری آزادی» در ماه های اخیر میزبان وزیران و مسئولان از سازمان ها و نهادهای مختلف مانند رئیس کل بانک مرکزی، وزیر نیرو و معاون پارلمانی رئیس جمهوری بوده است. معصومه ابتکار معاون امور زنان و خانواده

رئیس جمهوری نیز به تازگی با حضور در این زیست بوم فناوری و نوآوری از نزدیک با اقدامات این مرکز آشنا شد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، «کارخانه نوآوری آزادی» مکانی برای پرورش ایده ها است. در این مکان استارت آپها حضور دارند تا با خلاقیت خود محصولی نوآورانه را به جامعه عرضه کنند. معصومه ابتکار معاون امور زنان و خانواده رئیس جمهوری با حضور در این مرکز با جوانان کارآفرین استارت آپی گفت و گو کرد. ابتکار درباره اهمیت ایجاد کارخانه ها و پارک های نوآوری در کشور گفت: اینجا کانون امید، انرژی و فعالیت است. در این حوزه خلاقیت، تفکر، ایده و تلاش حرف نخست را می زند. نسل تحصیل کرده جوانان ایرانی روز به روز با کیفیت بالاتر و با امید بیشتر در حال فعالیت در این حوزه هستند. پس احداث و راه اندازی مکان های اینچنینی زمینه خوبی برای



## دانش‌بنیان‌های توانمند ایرانی راهی کابل می‌شوند



ایجاد بازار برای محصولات دانش‌بنیان با کیفیت ایرانی یکی از حلقه‌های اصلی زیست‌بوم فناوری و نوآوری در کشور است. اگر بازاری برای فروش این محصولات پیدا نشود، همه تلاش‌ها در این حوزه ابر می‌ماند. این دلیل اصلی است بر حمایت‌های معاونت علمی و فناوری از اعزام دانش‌بنیان‌ها به دیگر کشورها. با همین هدف هم شرکت‌های دانش‌بنیان توانمند ایرانی به افغانستان اعزام می‌شوند.

مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری که یکی از پیشگامان عرصه حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق است، در این سال‌ها تلاش کرده تا با اعزام این نوع شرکت‌ها و ایجاد بازاری جهانی برای این بازیگران زیست‌بوم فناوری و نوآوری، به رشد اقتصادی آنها کمک کند.

### یادداشت

## سیری تازه در زندگی بشر

سید کمال خرازی - مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در حوزه علوم شناختی

علوم و فناوری‌های شناختی که در چند دهه اخیر مورد توجه دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی برتر دنیا قرار گرفته است می‌رود تا در قرن حاضر تحولات مهمی را در قلمرو علم و فناوری و در زندگی بشر رقم زند. پیش‌بینی می‌شود علوم و فناوری‌های شناختی با مطالعه کارکردهای شناختی ذهن مغز و سازوکارهای آن بتواند در مرحله بیماری‌های روانی و آسیب‌های شناختی راهکارهای جدیدی را مبتنی بر عملکرد مغز ارائه دهد. نگاه به رفتارهای فردی و پدیده‌های اجتماعی را تغییر دهد، راهکارهای تقویت کارکردهای شناختی انسان را فراهم سازد و برگرفته از سازمان ذهن و مغز به تولید سامانه‌های مصنوعی هوشمند رقیب انسان بپردازد و مهم‌تر از همه آموزش و پرورش، رسانه‌های جمعی و خلاصه هر چه با ذهن و مغز سروکار دارد را تحت تأثیر قرار دهد.

به همین دلیل سرمایه‌گذاری فراوانی در کشورهای پیش‌تاز در زمینه مطالعات شناختی انجام گرفته است و کشورها تلاش می‌کنند در رقابت با رقبای خود سریع‌تر به اسرار مغز و راه‌های استفاده از دانش شناختی دست یابند. نمونه آن دو پروژه بزرگ چند میلیارد دلاری برای مطالعه مغز و نقشه‌برداری آن در آمریکا و اروپاست که تحت عنوان کانکتومیکز بعد از پروژه تأثیر گذار ژنومیکز در دستور کار

علوم و فناوری‌های شناختی که در چند دهه اخیر مورد توجه دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی برتر دنیا قرار گرفته است می‌رود تا در قرن حاضر تحولات مهمی را در قلمرو علم و فناوری و در زندگی بشر رقم زند. پیش‌بینی می‌شود علوم و فناوری‌های شناختی با مطالعه کارکردهای شناختی ذهن مغز و سازوکارهای آن بتواند در مرحله بیماری‌های روانی و آسیب‌های شناختی راهکارهای جدیدی را مبتنی بر عملکرد مغز ارائه دهد. نگاه به رفتارهای فردی و پدیده‌های اجتماعی را تغییر دهد، راهکارهای تقویت کارکردهای شناختی انسان را فراهم سازد و برگرفته از سازمان ذهن و مغز به تولید سامانه‌های مصنوعی هوشمند رقیب انسان بپردازد و مهم‌تر از همه آموزش و پرورش، رسانه‌های جمعی و خلاصه هر چه با ذهن و مغز سروکار دارد را تحت تأثیر قرار دهد.

به همین دلیل سرمایه‌گذاری فراوانی در کشورهای پیش‌تاز در زمینه مطالعات شناختی انجام گرفته است و کشورها تلاش می‌کنند در رقابت با رقبای خود سریع‌تر به اسرار مغز و راه‌های استفاده از دانش شناختی دست یابند. نمونه آن دو پروژه بزرگ چند میلیارد دلاری برای مطالعه مغز و نقشه‌برداری آن در آمریکا و اروپاست که تحت عنوان کانکتومیکز بعد از پروژه تأثیر گذار ژنومیکز در دستور کار

## کسب و کار با یک آمپول به افراد تزریق نمی‌شود!

و راهبری کند»  
حسینی ادامه داد: «اگر هر جزء به درستی کار نکند، دانشگاه تنها به محل نمایشی برای مرکز رشد تبدیل می‌شود.»  
وی ادامه داد: «سایت دانشگاه آزاد اسلامی تجاری‌سازی علم را از اقدامات مهم دانشگاه‌ها برشمرد و گفت: «بیماری مقاله‌نویسی را نمی‌توان کنار گذاشت اما باید بدانیم هیچ رویه‌ای در حوزه علم بهتر و کارآمدتری از یک تئوری خوب نیست.»  
وی با بیان اینکه حتی اگر وارد صنعت می‌شویم، بدون داشتن تئوری و دانش وافی موفق نخواهیم شد، افزود: «دهه ۶۰ به دلیل رشد جمعیت دانشگاه‌ها پر شد از کلاس و به مدارس بزرگی تبدیل شد و نتیجه منفی این روند را در نرخ‌های اقتصادی دیدیم.»  
عبدی با بیان اینکه برای تولید علم، صنعت و دانشگاه باید بهبود پیدا کرده باشد، گفت: «نقد که مقاله نوشته‌ایم، حوزه صنعت دچار بهبودی نشده است.»  
در ادامه جعفر کریمی، مدیر عامل صندوق حمایت از توسعه کشاورزی با بیان اینکه دانشگاه‌های نسل ۳ هنوز در کشور به خوبی پیاده‌سازی نشده، گفت: «طرح کاراد موضوع کارآفرینی را از منظر رفع معضل بیکاری نگریسته است.»  
وی ادامه داد: «مروزه شرایط اشتغال برای فارغ‌التحصیلان فراهم نیست؛ لذا طرح کاراد در نظر گرفته شده است تا بحث بیکاری فارغ‌التحصیلان مرتفع شود.»  
کریمی با اعلام اینکه کارآفرینی در کشورمان باید همچون ژاپن به فرهنگ تبدیل شود، افزود: «در یک مسیر منطقی اگر حتی یک کودک احساس کرد کارآفرین موفقی خواهد شد، نباید اجباری برای ورود به دانشگاه داشته باشد.»  
وی افزود: «مروزه کارآفرینی به فرهنگ تبدیل نشده و قبل از هر اقدامی این روند باید در جامعه پیاده‌سازی شود.»

عضو هیأت علمی دانشگاه امیرکبیر با بیان اینکه جوانان امروز تصور می‌کنند کسب و کار با یک آمپول به افراد تزریق می‌شود، افزود کارآفرین از مشق و درس متولد نمی‌شود.  
وی ادامه داد: «در گذشته با آموزش افراد را به کارآفرین تبدیل می‌کردند. این افراد فاقد توان نوآوری بودند. لذا امروز کسب و کارهایی می‌بینیم که اگر فاقد نوآوری باشند، تنها سه ماه عمر می‌کنند.»  
وی با بیان اینکه از درس و کتاب کارآفرین استخراج نمی‌شود، گفت: «یک مدرسه کارآفرینی اگر از درس و کتاب سودی می‌برد که اقدام به درس دادن نمی‌کرد.»  
فدایی افزود: «در خارج کشور ابتدا هست‌های روانشناسی از کارآفرین می‌گیرند تا مشخص شود آیا جزو یک درصد جامعه که دارای مهارت و ایده هستند، قرار دارد یا خیر.»  
وی با بیان اینکه جوانان امروز تصور می‌کنند کسب و کار با یک آمپول به افراد تزریق می‌شود، افزود: «کسب و کار دقیقاً مانند کاشت، داشت و برداشت است.»  
فدایی با اعلام اینکه ۱۰ درصد آموزه‌های دانشگاهی برای بزرگسالی مناسب نیست، افزود: «این آموزش متناسب با بازار کار نیست. از طرفی نوآوری نیازمند خلاقیت است.»  
سیدحسین حسینی، مدرس دانشگاه و پژوهشگر مطالعات سیستمی مراکز رشد و نوآوری در کنار پارک‌های علم و فناوری را منجر به تبدیل ایده به کسب و کار دانست و افزود: «اگر دانشگاه‌ها خدمات یکپارچه ارائه دهند، به توسعه کسب و کار بسیار کمک می‌کند.»  
وی نخب تمسیح کارآفرینی را ناظر بر هسته هدایتگری در دانشگاه دانست و افزود: «دانشگاه باید شرکت‌های بزرگ را وارد اکوسیستم خود کرده و کارآفرینی را هدایت

منبع: radiogoftogoo

## دانش‌آموزان ایده‌های زیستی خلق می‌کنند

آموزش و پرورش هم‌قدم شده است تا نخستین و بزرگ‌ترین مسابقه ملی خلق ایده‌های زیست‌فناوری را در بین دانش‌آموزان برگزار کند. مخاطب این مسابقه ملی همه دانش‌آموزان مقاطع متوسطه اول و دوم سراسر کشور هستند که می‌توانند تا پایان بهمن‌ماه در این مسابقه ثبت‌نام کنند.  
این رقابت در سه مرحله «آزمون علمی مجازی»، «رقابت ایده‌های زیست‌فناورانه» و «کمپ تابستانه تجاری‌سازی ایده‌های برتر» در سال تحصیلی ۹۹-۹۸ برگزار می‌شود.  
محتوای علمی استاندارد و متناسب با مقاطع تحصیلی دانش‌آموزی برای آشنایی آنها با مبانی، تکنیک‌ها و کارکردهای فناوری زیستی در حوزه‌های مختلف زیست‌فناوری اعم از زیست‌فناوری پزشکی، کشاورزی، غذا و دارو و محیط‌زیست در دسترس دانش‌آموزان قرار گرفته است.  
دانش‌آموزان علاقه‌مند به شرکت در این مسابقه می‌توانند به آدرس اینترنتی [www.stbioclub.ir](http://www.stbioclub.ir) مراجعه و ثبت‌نام کنند.

با توجه به اینکه دانش‌آموزان سردمداران آینده علمی کشور هستند، توانمندسازی آنها در حوزه‌های علمی و فناوری به یکی از دغدغه‌های فعالان زیست‌بوم فناوری و نوآوری تبدیل شده است. ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم که سال‌ها است در حوزه دانش‌آموزی فعالیت می‌کند، برگزاری مسابقه ملی خلق ایده‌های زیستی را با محوریت دانش‌آموزان برگزارد می‌کند.  
به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، زیست‌فناوری یکی از بسترهای علمی با ظرفیت رشد و توسعه بالا در دنیا است. این حوزه تخصصی در ایران هم طی چند سال اخیر، روند رو به رشدی را طی کرده است. ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری براساس مأموریت خود مبنی بر ترویج مفاهیم زیستی در کشور، یکی از گروه‌های هدف فعالیت‌هایش را دانش‌آموزان قرار داده است.  
بر همین مبنا هم برای تربیت نسل توانمند زیستی در کشور با وزارت



## ۲۰۱ نشان از افزایش ۵۰ درصدی در آمد دارد

شدن جای پای تراشه Rome در بازار سرور، همچون موارد رایزن و رادئون جهشی بزرگ در آمار فروش و درآمدها رخ دهد. قسمت اصلی از درآمدهای AMD، حاصل از بخش تراشه‌های محاسباتی و کارت‌های گرافیک است. به لطف فروش خوب پردازنده‌های رایزن و کارت‌های گرافیک رادئون، در آمد این بخش نسبت به سال قبیل افزایش ۶۹ درصدی تجربه می‌کند. سال ۲۰۱۹ در آمد عملیاتی نیز به لطف حاشیه سود تراشه‌های سری رایزن، نسبت به سال ۲۰۱۸ بیشتر بود. حال که محصولات AMD در زمینه عملکرد رقابتی هستند، این شرکت نیازی به اعمال تخفیف روی تراشه‌های خود ندارد؛ البته همین تخفیف‌ها بود که غول تراشه‌ساز را به عرصه رقابت با اینتل بازگرداند.  
همان‌گونه که پیشتر گفته شد، سود حاصل از فروش تراشه‌های نیمه‌سفرشی، یکپارچه و سازمانی به خوبی بخش تراشه‌های محاسباتی و کارت‌های گرافیک نیست، اما نسبت به سال قبل رشد ۷ درصدی را نشان می‌دهد. سود عملیاتی در این بخش در سه ماهه جاری ۴۵ میلیون دلار است که نسبت به سال قبل با ۶ میلیون دلار ضرر در شاخص یادشده، بسیار چشمگیر به نظر می‌رسد. AMD در حوزه یادشده راه طولانی در پیش دارد. همچنین طی ارائه گزارش مالی، مدیرعامل AMD اعلام کرد نسل جدید کارت‌های گرافیک سری Navi با ۷ نانو متر و نسل دوم از معماری RDNA در سال جدید معرفی خواهند شد. او گفت:

ما در سال ۲۰۱۹ معماری جدیدمان در کارت‌های گرافیک را معرفی کردیم و (این معماری) در محصولات سری Navi به کار رفت. همچنین شما می‌توانید انتظار ارتقای این محصولات در سال ۲۰۲۰ را نیز داشته باشید. علاوه بر این ما امسال نسل جدید از معماری RDNA را نیز عرضه خواهیم کرد که بخشی از محصولاتمان در سال ۲۰۲۰ خواهند بود.

## «کمپرسور هوای ابزار دقیق» ایران ساخت رونمایی شد

فناور پتروشیمی جم و فعالان فناور مستقر در مرکز رشد واحدهای فناور کنگان بخش دیگری از این سفر یک روزه خواهد بود.

همزمان با پیروزی انقلاب اسلامی و ایام‌الله دهه فجر «کمپرسور هوای ابزار دقیق» ایران‌ساخت با حضور سورتا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در عسلویه رونمایی شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، «کمپرسور هوای ابزار دقیق» ایران‌ساخت با حضور سورتا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در عسلویه رونمایی شد. همچنین معاون علمی و فناوری رئیس جمهور از «واحد کلر آبگیر» شتاب‌دهنده آبان، نخستین شتاب‌دهنده تخصصی در حوزه آب و انرژی در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی بازدید می‌کند.  
بازدید از پروژه «سلول الکترولایزر» که توسط شرکت دانش‌بنیان آتیه‌پردازان شریف به صورت موفق در پتروشیمی مبین نصب و راه‌اندازی شده است، همچنین بازدید از طرح کاتالیست‌های واحد اروماتیک پتروشیمی نوری که توسط شرکت دانش‌بنیان اکسیر نوین فرایند آسیا اجرا شده است و واحدهای

فناور پتروشیمی جم و فعالان فناور مستقر در مرکز رشد واحدهای فناور کنگان بخش دیگری از این سفر یک روزه خواهد بود.  
صدای زنگ انقلاب در عسلویه  
سورتا ستاری در ادامه این سفر، با حضور در دبستان شهید باهنر عسلویه زنگ انقلاب اسلامی را به صدا درآورد.  
معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در مراسم زنگ انقلاب دبستان شهید باهنر عسلویه گفت: از آغاز پیروزی انقلاب اسلامی، سرمایه‌گذاری ویژه‌ای بر روی آموزش نیروی انسانی صورت گرفته است و باید بستری مساعد برای خلق ایده‌های نوآورانه و شکوفایی استعدادهای نیروی انسانی که جنوب کشور سرشار از این سرمایه ارزنده است، فراهم شود.  
وی افزود: امیدوارم این جامعه به واسطه شکوفایی استعدادهای فرزندان‌ش متحول شود. باید توجه داشت تحول پایدار به دست نیروی انسانی محقق خواهد شد.



## کارگاه برندینگ

## اتحادیه اروپا این بار بر علیه اپل

<div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span></span></div>	مترجم: امیر آل علی	<div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span></span></div>
---	--------------------	---

در چند وقت اخیر اتحادیه اروپا به ابر برندهای حوزه تکنولوژی فشارهای بی‌سابقه‌ای را وارد کرده است. برای مثال گوگل همراه با جریمه نقدی، به علت قانون رقابت دیگر قادر به پیش‌فرض قرار دادن موتور جست‌وجوگر خود نخواهد بود. به تازگی نیز اپل مورد سخت‌گیری این اتحادیه قرار گرفته است. درواقع در راستای حفظ محیط زیست، تلاش‌ها بر این است که تمامی کابل‌های شارژ، یکسان شوند. این امر در حالی است که اپل همواره به خاطر تفاوت‌های خود با سایر برندها مشهور بوده و حتی کابل‌های آن نیز حالتی خاص را دارند که در اصطلاح لایتنینگ گفته می‌شود، با این حال چه دلیلی باعث این اعتراض شده است؟ درواقع جواب این سوال تنها یک مورد و کاهش زباله‌های الکترونیکی است. در حال حاضر افراد مجبور هستند تا برای شارژ کردن وسایل خود، کابل مخصوص محصولات اپل را نیز حمل کنند که این عدم اشتراک، منجر به افزایش زباله‌های الکترونیکی خواهد شد. اگر چه این امر ممکن است دلیل خوبی به نظر برسد، با این حال نکته‌ای که وجود دارد این است که با اعمال این تغییرات، افراد مجبور خواهند بود تا کابل‌های قدیمی خود را کنار گذاشته که این امر به معنای افزایش یکباره تعداد زباله‌ها است. همچنین این اقدام باعث خواهد شد تا درآمد اپل از فروش لوازم جانبی منحصر به فرد، عملا نابود شود. همچنین توجه داشته باشید که بسیاری از کاربران علت انتخاب اپل را همین ویژگی‌های خاص دانسته و ممکن است این تغییر حتی بر روی میزان فروش محصول نیز تاثیر منفی را به همراه داشته باشد. به همین خاطر نیز مدیران اپل این سخت‌گیری را در راستای کاهش قدرت برند خود دانسته و مسئله محیط زیستی را تنها بهانه‌ای می‌دانند. به همین خاطر نیز این شرکت به سختی در برابر قانون مذکور مخالفت کرده و تیم کوک در سخنرانی اخیر خود اعلام کرده است که استانداردسازی مانع از نوآوری خواهد شد. این محدودیت‌ها در نهایت به صنعت تولید گوشی‌های هوشمند لطمه وارد می‌کند. تحت این شرایط دو سناریو پیش‌بینی می‌شود. نخست آنکه اپل برای محصولات بعدی خود به صورت کامل کابل را کنار گذاشته و از شارژ بی‌سیم استفاده کند و یا اقدام جدی را برای جمع‌آوری و بازیافت زباله‌های الکترونیکی خود انجام دهد. با این حال در صورت عدم توان اپل برای تحقق یکی از این دو پیش‌بینی، احتمالا باید شاهد کابل‌های رایج تلفن‌های همراه برندهای دیگر با نام USB-C برای اپل باشیم.

منبع: **bbc**

## بحران فروش تیمبرلند در صنعت تولید کفش

<div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span></span></div>	به قلم: چریتی ال اسکات	<div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span></span></div>
---	------------------------	---

کارشناس فروش آنلاین – ترجمه: علی آل‌علی

برند تیمبرلند یکی از تولیدکنندگان باسابقه انواع کفش محبوب می‌شود. این برند در طول دوران فعالیتش در بازارهای مختلف نرخ فروش بسیار بالایی داشته است، با این حال امسال در بازه زمانی فروش کریسمس اوضاع برای آنها چندان مساعد نبود. همین امر موجب کاهش صبر و شکیبایی خرده‌فروشی‌ها در زمینه عرضه محصولات مختلف این غول صنعت تولید کفش شده است. براساس گزارش رسمی برند تیمبرلند آنها به تازگی ۱۲ شعبه فروش خود در انگلستان را تعطیل کرده‌اند. این امر به دلیل ادامه روند کاهش فروش محصولات مختلف به ویژه بوت‌های کلاسیک تیمبرلند روی داده است. نکته جالب اینکه برای سال‌های طولانی بوت‌های کلاسیک این برند در میان محصولات پرفروش قرار داشت.

در ماه نوامبر سال گذشته ۷۳ خرده‌فروشی مختلف در سراسر جهان اقدام به کاهش فضای اختصاصی برای محصولات تیمبرلند کردند. این امر در سال جاری با اخطارهای پیاپی در زمینه بستن کامل فضای فروش این برند همراه بوده است. به این ترتیب مدیران تیمبرلند در زمینه بهبود وضعیت فروش برندشان عملکرد چندان جالبی نداشته‌اند. البته کاهش فروش تیمبرلند ناشی از نوعی رکورد در صنعت تولید کفش است. برخی از رقبای تیمبرلند مانند The North Face و Havaianas نیز در طول دو سال گذشته با مشکلات مالی بسیار زیادی دست و پنجه نرم کرده‌اند. همین امر موجب تعدیل نیروی وسیع آنها در طول سال‌های اخیر شده است. براساس گزارش‌های رسمی در سال جاری ۷۳ خرده‌فروش قصد حذف کامل محصولات تیمبرلند از غرفه‌های فروش را دارند. همچنین ۱۲ شعبه دیگر خرده‌فروشی نیز تحت شرایط تازه و مشروط به ادامه همکاری با تیمبرلند خواهد پرداخت.

منبع: **essexlive**



<div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span></span></div>	به قلم: کلوئی ویست کارشناس تبلیغات	<div><div><span><span> </span> <span> </span></span></div><span></span></div>
---	------------------------------------	---

ترجمه: علی آل‌علی

اینستاگرام در طول یک دهه گذشته به طور مداوم در زندگی مردم نفوذ بیشتری پیدا کرده است. امروزه اغلب مردم ساعت‌های زیادی از روز را به گشت و گذار در اینستاگرام اختصاص می‌دهند. بسیاری از برندها نیز به دنبال جلب نظر مخاطب هدف اقدام به فعالیت در این فضا می‌کنند. هدف اصلی برندها از فعالیت در اینستاگرام ارائه چهره‌ای جذاب از خود و جلب نظر مخاطب هدف است. در این راستا هیچ ابزاری به اندازه راه‌اندازی کمپین‌های تبلیغاتی تاثیرگذار نیست.

بدون تردید برندها برای سرمایه‌گذاری در بخش تبلیغات اینستاگرام دلایل خاص خود را دارند. به هر حال تبلیغات در یک پلتفرم اجتماعی هزینه‌های خاص خود را دارد. دلیل اصلی برندها برای صرف هزینه‌های متعدد در زمینه تبلیغات اینستاگرامی حضور بیش از یک میلیارد کاربر است. نکته جالب اینکه از یک میلیارد کاربر فعال اینستاگرام به طور میانگین هر کدام ۵۳ دقیقه در روز را به کار با آن اختصاص می‌دهند. به این ترتیب ما در اینجا با یک پلتفرم بسیار مشهور و موفق در زمینه جلب نظر مخاطب هدف مواجه هستیم.

برخی از برندها از مدت‌ها قبل به فکر بازاریابی و تبلیغات در اینستاگرام افتاده‌اند. چنین برندهایی به طور معمول برنامه‌های جذابی برای تعامل با مخاطب هدف و تولید محتوای مورد پسند آنها دارند، با این حال برخی از برندها به تازگی قصد حضور در عرصه تبلیغات اینستاگرام را دارند. در هر دو حالت مقاله کنونی نکات تازه زیادی برای بازاریاب‌ها و برندها وجود دارد. هدف اصلی در اینجا بررسی فرآیند کامل ایجاد کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام و اجرای آن است.

**تبلیغات اینستاگرام چیست؟**

اینستاگرام در سال ۲۰۱۳ از سوی فیس‌بوک خریداری شد. این امر آغاز برنامه‌های گسترده فیس‌بوک برای افزایش درآمد این پلتفرم بود. به این ترتیب از همان سال ارائه گزینه‌های تبلیغاتی برای برندها در اینستاگرام گرفت. فعالیت تبلیغاتی به طور عمومی برای تمام برندها از سال ۲۰۱۵ آغاز شد. به این ترتیب اکنون هر برندی با هر اندازه و سطح فعالیت امکان استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی اینستاگرام را دارد. براساس آمار رسمی بخش فنی اینستاگرام تا سال ۲۰۱۷ این پلتفرم به عدد خیره‌کننده یک میلیون برند تبلیغاتی دست یافته است. نکته مهم درخصوص بخش تبلیغات اینستاگرام مدیرانش از طریق فیس‌بوک است. به این ترتیب طراح‌های تبلیغاتی با برندها برای نمایش کمپین‌شان باید یک حساب معتبر در فیس‌بوک داشته باشند. همچنین در صورت نیاز برندها امکان اجرای هم‌زمان کمپین‌شان در اینستاگرام و فیس‌بوک را خواهند داشت. نحوه کارکرد بخش تبلیغات اینستاگرام مبتنی بر نمایش تبلیغات در بخش جست‌وجوی کاربران یا میان استوری‌های‌شان است. به این ترتیب برند ما بدون هرگونه تلاش یا جست‌وجوی اضافی از سوی کاربران در کنار آنها قرار خواهد گرفت. بدون شک نمایش محتوای تبلیغاتی غیرمرتبط با سلیقه کاربران برای برندها نتیجه مناسبی در پی ندارد. به همین خاطر اینستاگرام گزینه نمایش تبلیغات به مخاطب علاقه‌مند به کسب و کار را معرفی کرده است. بر این اساس محتوای تبلیغاتی برندها فقط به کاربران علاقه‌مند نمایش داده می‌شود. این امر نقش مهمی در کاهش ناراضیاتی کاربران از مشاهده محتوای تبلیغاتی دارد.

**چرا باید از تبلیغات اینستاگرام استفاده کنیم؟**

امروزه بسیاری از برندها بدون استفاده از گزینه تبلیغات اینستاگرام مشغول فعالیت در این پلتفرم هستند. دستیابی به مخاطب هدف به صورت ارگانیک یکی از اهداف برندها محسوب می‌شود. در این زمینه برندهای باتجربه و بزرگ موفقیت بیشتری دارند. استفاده از گزینه تبلیغات اینستاگرام بیشتر برای نمایش ویژه محصولات‌مان به مخاطب هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد. استفاده اصلی از بخش تبلیغات اینستاگرام به هنگام ایجاد تغییرات در الگوریتم این پلتفرم صورت می‌گیرد. به این ترتیب برندها با مشاهده اعمال تغییرات از سوی تیم فنی اینستاگرام اقدام به استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی برای حفظ وضعیت پایدار برندشان می‌کنند. به علاوه این گزینه برای برندها مزیت دسترسی ساده و سریع به مخاطب هدف را دارد بنابراین در صورت هماهنگی فعالیت تبلیغاتی با بودجه برند باید آن مدنظر قرار داد. یکی از نکات مهم در زمینه بازاریابی و تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی توجه همزمان به الگوی فعالیت ارگانیک و استفاده از تبلیغات در صورت نیاز است. به این ترتیب برند ما فعالیت مناسب و پایداری خواهد داشت. اشتباه بسیاری از برندها تمرکز صرف بر روی گزینه‌های تبلیغاتی و بی‌توجهی به تولید محتوا به صورت ارگانیک است. ایراد این شیوه ناتوانی در زمینه حفظ مخاطب هدف بدون تبلیغات است. اگر پس از اجرای چندین کمپین تبلیغاتی ما اقدام به کاهش تعداد تبلیغات‌مان کنیم، حجم وسیعی از مخاطب‌مان از دست می‌رود بنابراین ما باید فعالیت ارگانیک را نیز مدنظر داشته باشیم.

اینستاگرام به عنوان یک پلتفرم بصری امکانات متعددی در زمینه نمایش محصولات در اختیار برندها قرار می‌دهد. این امر باید به طور ویژه‌ای مدنظر برندها قرار گیرد. همچنین با افزودن امکان خرید مستقیم دیگر نیازی به استفاده از سایت‌های خارج از اینستاگرام برای فروش محصولات نخواهد بود. این فناوری به طور کلی خرید از برندها را ساده‌تر می‌کند. به این ترتیب دیگر بهانه‌ای برای عدم فعالیت بازاریابی و تبلیغات در اینستاگرام باقی نخواهد ماند.

**تبلیغات در اینستاگرام چقدر هزینه دارد؟**

یکی از مهم‌ترین بحث‌ها برای هر برندی در زمینه تبلیغات میزان هزینه موردنیاز است. بدون تردید اینستاگرام امکانات بسیار زیادی در اختیار برندها قرار می‌دهد، با این حال اگر هزینه تبلیغات در این فضا بسیار بالا باشد، هیچ برندی قادر به استفاده از آن نخواهد بود. مزیت اصلی تبلیغات در اینستاگرام و به طور کلی شبکه‌های اجتماعی امکان دسترسی به دامنه وسیع‌تری از مخاطب هدف و کاهش هزینه‌های تبلیغاتی است. درست به همین خاطر اغلب برندها از این الگو به عنوان جایگزین سایر شیوه‌های تبلیغاتی استفاده می‌کنند.

بررسی مراحل ایجاد کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام

# راه‌اندازی گام به گام کمپین تبلیغاتی در اینستاگرام



نصب اپ‌های خاص: امروزه اغلب برندها دارای اپ‌های مخصوص هستند. برخی از کمپین‌ها در شبکه‌های اجتماعی با هدف ترغیب مخاطب برای نصب اپ برند انجام می‌شود. به این ترتیب ما فرصت انتقال پیام‌مان به صورت مستقیم از طریق اپ رسمی برند را خواهیم یافت.

ترغیب مخاطب برای خرید: ترغیب مخاطب برای خرید از برند یکی از اهداف اصلی در راستای تولید هر محتوای بازاریابی است. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. به هر حال اغلب برندها در زمینه فروش محصولات با مشکلات زیادی مواجه هستند. بخشی از این امر به دلیل رقابت فزاینده در بازارهای مختلف است. استفاده از کمپین‌های تبلیغاتی برای فروش نقش مهمی در زمینه بهبود فروش برند دارد.

**انتخاب نام کمپین تبلیغاتی**

انتخاب نام برای هر کمپینی ضروری است. ما بدون انتخاب نام توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهیم داشت. این امر در زمینه افزایش تاثیرگذاری برند اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه برندها توانایی تاثیرگذاری مراتب بیشتری بر روی مخاطب هدف با استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی دارند. این امر مشروط به توانایی به یادآوری کمپین‌ها از سوی مخاطب است. انتخاب نام مناسب گامی ضروری در راستای بهبود وضعیت کمپین برند محسوب می‌شود. به این ترتیب مخاطب به راحتی کمپین ما را به ذهن خواهد سپرد.

نکته مهم در زمینه انتخاب نام کمپین توجه به ماهیت آن است. برخی از برندها اقدام به تولید تبلیغات سریالی می‌کنند. در این زمینه ما باید از قبل اطلاعات موردنیاز را در اختیار مخاطب قرار دهیم. همچنین استفاده از نام یکسکان برای قسمت‌های مختلف مجموعه ضروری است. در غیر این صورت مخاطب هدف ما دشواری زیادی در زمینه فهم منظورمان خواهد داشت. امروزه بسیاری از برندها در زمینه انتخاب نام اقدام به نظرسنجی از مشتریان می‌کنند. این امر تاثیر مثبتی بر روی ذهنیت مخاطب از ما خواهد داشت. به این ترتیب مخاطب پیش از مشاهده کمپین اصلی آشنایی با نام آن خواهد داشت. این امر به هنگام انتشار رسمی کمپین مخاطب را بیشتر جذب خواهد کرد.

**انتخاب محل نمایش کمپین**

انتخاب محل مناسب برای نمایش کمپین اهمیت بسیار زیادی دارد. همانطور که پیش از این نیز بیان شد، محل نمایش محتوای تبلیغاتی نقش مهمی در قیمت تمام‌شده دارد. به این ترتیب ما باید براساس سطح نیاز برندمان اقدام به انتخاب محل مناسب کنیم. اینستاگرام در این زمینه دو گزینه در اختیار برندها قرار می‌دهد. گزینه نخست انتخاب اتوماتیک محل نمایش محتواست. در این حالت ما با پرداخت هزینه مشخص تصمیم‌گیری درباره محل نمایش محتوای تبلیغاتی را به اینستاگرام واگذار می‌کنیم. گزینه دوم شامل انتخاب محل نمایش محتوا همراه با فهرست قیمت مختلف برای هر بخش است. این امر برای برندهای دارای برنامه دقیق در زمینه نمایش محتوای‌شان توصیه می‌شود. به این ترتیب ما فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به گونه‌ای منحصر به فرد را خواهیم داشت.

**انتخاب مخاطب هدف**

انتخاب مخاطب هدف نقش مهمی در موفقیت کمپین‌های تبلیغاتی دارد. در اینستاگرام دامنه وسیعی از کاربران فعالیت دارند. این امر انتخاب مخاطب هدف برای برندها را دشوار می‌کند. هرچه دامنه مخاطب ما دقیق‌تر انتخاب شود، میزان تاثیرگذاری کمپین بیشتر خواهد شد. معیارهای مهم در زمینه انتخاب مخاطب هدف سن، جنسیت، محل سکونت و علاقه آنها به حوزه فعالیت برندمان است. به این ترتیب موفقیت و تاثیرگذاری کمپین ما تا حد زیادی تضمین می‌شود.

یکی از نکات مهم برای برندها در زمینه تبلیغات جهانی انتخاب زبان مخاطب هدف است. گاهی اوقات برندها بدون انتخاب زبان مشخص برای مخاطب هدف در عمل محتوای‌شان را برای افرادی با زبان متفاوت به نمایش درمی‌آورند. به این ترتیب مخاطب موردنظر هیچ درکی از تبلیغات ما نخواهد داشت.

**تعریف بودجه کمپین و برنامه‌ریزی**

تعریف بودجه در حین اجرای کمپین نیز اهمیت دارد. گاهی اوقات ما در میانه راه نیازمند تمدید مدت‌زمان نمایش محتوای‌مان هستیم. در این صورت باید بودجه لازم برای اجرای این تصمیم را داشته باشیم. ایراد برخی از برندها عدم پیش‌بینی اتفاقات ناگهانی برای برندهاست. به این ترتیب آنها در زمان موردنیاز بودجه مناسب را در دسترس نخواهند داشت. به عنوان مثال، اگر ما نیاز به استفاده از بودجه اضطراری برای تمدید مدت‌زمان نمایش محتوای‌مان در زمان فروش مشکلات بسیار را داشته باشیم، بدون برنامه‌ریزی قبلی و تعیین بودجه مناسب با مشکل مواجه خواهیم شد.

**انتخاب فرمت تبلیغاتی**

انتخاب فرمت تبلیغاتی آخرین گام در راستای اجرای یک کمپین موفق است. در این زمینه اینستاگرام سه حالت کلی دارد. این حالت‌ها شامل وضعیت معمولی، عکس یا ویدئو تکی و مجموعه محتواست. ما براساس نیازمان امکان استفاده از گزینه‌های فوق را خواهیم داشت. نکته مهم در این میان عدم انتخاب وضعیت اشتباه است. این امر نمایش محتوای ما برای مخاطب هدف را دشوار خواهد کرد. استفاده از فرمت مناسب میزان تاثیرگذاری کمپین ما را نیز افزایش می‌دهد. به این ترتیب دیگر نیازی به صرف هزینه بیشتر برای اجرای کمپین‌های متعدد نخواهد بود.

**ضرورت استفاده از گزینه تبلیغاتی اینستاگرام**

اینستاگرام یکی از محبوب‌ترین پلتفرم‌های بازاریابی و تبلیغات در دنیای کنونی محسوب می‌شود. اغلب برندها برنامه دقیقی برای حضور در اینستاگرام دارند. در این میان گزینه تبلیغات در این پلتفرم کمتر مورد توجه برندها، به ویژه برندهای تازه‌تأسیس، قرار دارد. بررسی نکات مختلف در این مقاله با هدف نمایش اهمیت تبلیغات در اینستاگرام و شیوه‌های آن بود، بنابراین به عنوان توصیه نهایی باید حضور هرچه سریع‌تر در اینستاگرام و استفاده از گزینه تبلیغاتی‌اش در کنار فعالیت ارگانیک را یادآور شوم.

منبع: **sproutsocial**

مهم‌ترین عامل در تعیین هزینه تبلیغات مرتبط با مخاطب هدف است. ما باید آمار دقیقی از مخاطب هدف‌مان داشته باشیم. این امر به کاهش هزینه‌های تبلیغاتی کمک می‌کند. نکته مهم در اینجا دسترسی به آمارهای اینستاگرام و امکان فهم آنها به صورت ساده است. بسیاری از برندها به اطلاعات مربوط به اکانت‌شان در اینستاگرام دسترسی دارند، اما توانایی مطالعه دقیق و فهم این اطلاعات برای آنها فراهم نیست. فهم آمارهای اکانت در اینستاگرام کار چندان دشواری نیست. در این زمینه استفاده از کارشناس‌های تبلیغات آنلاین یا دست‌کم جست‌وجوی معنای مفاهیمی مانند Impression یا Reach ضروری خواهد بود. همچنین بسیاری از پلتفرم‌های آماری به صورت رایگان یا در ازای دریافت هزینه‌ای اندک آمارهای بسیار کاربردی و بیشتری در اختیار برندها قرار می‌دهند.

یکی دیگر از نکات مهم در زمینه تعیین هزینه تبلیغات محل قرارگیری آن است. در فیس‌بوک برخی از محل‌های هزینه بسیار بیشتری برای برندها دارد. این امر به طور مشابه در اینستاگرام نیز مشاهده می‌شود. به این ترتیب بخش Feed و استوری یکی از ارزان‌ترین گزینه‌های تبلیغاتی (بین ۰.۸۰ تا ۱.۳۰ دلار در ازای هر بازدید کاربران) محسوب می‌شود.

دغدغه اصلی برندها در زمینه استفاده از گزینه تبلیغاتی نحوه افزودن آن به برنامه‌های بازاریابی‌شان است. این امر همراه با نگرانی در زمینه افزایش ناگهانی هزینه‌های تبلیغاتی است. توصیه سن در این بخش توجه به نکات کلیدی در تبلیغات برندمان است. به این ترتیب ما فرصت انتخاب محورهای اصلی تبلیغات و سپس تصمیم‌گیری برای حذف برخی از جزئیات را خواهیم داشت. به این ترتیب فضای کافی برای فعالیت تبلیغاتی برند ما ایجاد خواهد شد. اشتباه اغلب برندها تلاش برای استفاده از گزینه تبلیغاتی اینستاگرام بدون حذف برخی از جزئیات عادی کسب و کارشان است.

امروزه بودجه بازاریابی و تبلیغات برندها بسیار محدودتر از هر زمان دیگری است. این امر نیاز به برنامه‌ریزی دقیق برای فعالیت مناسب در این فضا و دریافت نتیجه مناسب را افزایش می‌دهد. برنامه‌ریزی در زمینه تبلیغات نمی‌ا مسیر موفقیت در این حوزه است. بسیاری از برندها بدون توجه به ضرورت‌های این حوزه و برنامه‌ریزی اقدام به اجرای کمپین‌های تبلیغاتی می‌کنند. این امر در اغلب موارد نتایج کوتاه‌مدتی برای برندها به همراه دارد بنابراین در صورت تمایل به بهره‌مندی از نتایج پایدار باید برنامه‌ای متفاوت و دقیق‌تر را در دستور کارمان قرار دهیم. این برنامه شامل تلاش برای بهره‌مندی از گزینه تبلیغات به صورت اصولی است. استفاده از گزینه تبلیغاتی فقط در صورت تلاش برای تولید محتوای جذاب و متفاوت توصیه می‌شود. در غیر این صورت ما با استفاده از تبلیغات و نمایش محتوای‌مان به مخاطب بیشتر نیز موفق به جلب توجه آنها نخواهیم شد. امروزه بسیاری از کاربران مهارت بالایی در زمینه ناپدیدگرفتن تبلیغات برندها دارند. به این ترتیب در صورت استفاده از شیوه‌های سنتی در زمینه نمایش محتوا یا تولید محتوای کلیشه‌ای به سرعت در فهرست سیاه کاربران قرار خواهیم گرفت. بسیاری از کاربران در اینستاگرام برندهای مختلف را بلاک می‌کنند. در این صورت دیگر هیچ راهی برای ما در زمینه ارائه محتوای‌مان به مخاطب هدف وجود ندارد. در نهایت نیز ما باید توجه ویژه‌ای به بهبود مداوم عملکرد برندمان داشته باشیم. این امر توسعه و پیشرفت دائمی ما را تضمین خواهد کرد.

**چگونه تبلیغات اینستاگرامی ایجاد کنیم؟**

ایجاد تبلیغات در اینستاگرام اندکی پیچیده‌تر از هر نوع تبلیغات دیگری است. در این زمینه ما باید ابتدا یک اکانت معتبر در فیس‌بوک داشته باشیم. اغلب برای آینده‌های مدیریت تبلیغاتی در اینستاگرام از طریق همان اکانت فیس‌بوک رقم خواهد خورد. نکته مهم در این میان امکان مدیریت ساده و سریع کمپین‌های تبلیغاتی از طریق فیس‌بوک است. همچنین آمارهای مربوط به کمپین نیز در هر دو پلتفرم قابل دسترسی خواهد بود. به منظور شروع فرآیند ایجاد کمپین تبلیغاتی وارد اکانت فیس‌بوک‌تان شده و گزینه مدیریت تبلیغات را انتخاب کنید. سپس براساس راه‌حل زیر موضوع و ویژگی‌های اکانت‌تان را انتخاب کنید.

**انتخاب موضوع کمپین**

پس از ورود به فیس‌بوک باید موضوع کلی تبلیغ‌مان را انتخاب کنیم. این امر دسته‌بندی و نمایش محتوا به مخاطب علاقه‌مند را تسهیل خواهد کرد. نگرانی اغلب برندها مربوط به نمایش محتوای بازاریابی‌شان به مخاطب بی‌علاقه است. به این ترتیب علاوه بر صرف هزینه می‌مورد توانایی آنها در زمینه جلب نظر مخاطب هدف نیز با مشکل مواجه خواهد شد. خوشبختانه اکنون دسته‌های موضوعی بسیار متفاوتی برای طبقه‌بندی تبلیغات وجود دارد. این موضوعات در سه عنوان کلی قرار می‌گیرند. این عنوان‌ها عبارتند از افزایش آگاهی مخاطب از برند، ترغیب مخاطب و افزایش بازدید برند. به طور کلی برخی از اهداف برندها در زمینه تبلیغات در اینستاگرام به شرح ذیل است: افزایش آگاهی پیرامون برند در این وضعیت هدف اصلی از اجرای کمپین بازاریابی و تبلیغات افزایش شهرت برند و آشنایی بیشتر کاربران با ماست. به این ترتیب ما فرصت جلب نظر مخاطب هدف را خواهیم داشت. امروزه بسیاری از برندها در زمینه تعامل با مخاطب هدف دشواری‌های زیادی دارند. این گزینه امکان تعامل بهتر با مخاطب هدف و آشنایی بیشتر آنها با ویژگی‌های ما را فراهم می‌کند. دستیابی به مخاطب تازه: دستیابی به مخاطب تازه برای هر برندی اهمیت دارد. بدون جلب نظر مخاطب تازه برند ما در این زمینه داشته بسیار زیادی خواهد داشت. دستیابی به مخاطب تازه امکان افزایش بازدید محصولات و فروش بیشتر را فراهم می‌سازد.

افزایش ترافیک سایت: شبکه‌های اجتماعی یکی از محیط‌های مناسب در زمینه دسترسی به مخاطب به منظور افزایش ترافیک سایت رسمی برند است. افزایش ترافیک سایت در زمینه مدیریت ستو اهمیت بسیار زیادی دارد. به همین خاطر اغلب برندها باید برنامه ویژه‌ای در این زمینه داشته باشند. تعامل نزدیک با مخاطب: هدف از تولید برخی محتواهای تبلیغاتی و کمپین‌ها آشنایی بیشتر با مخاطب هدف و افزایش سطح تاثیرگذاری برندمان بر آنهاست. این امر در آینده فروش بیشتر ما را تضمین خواهد کرد.

۹ ابزار تحلیل کمپین بازاریابی در اینستاگرام

# بازاریابی اینستاگرامی با ابزارهای تحلیلی

کمپین‌های آینده وجود دارد. یکی از مزیت‌های اصلی Iconosquere امکان استفاده چند کاربر به صورت همزمان است. به این ترتیب برندها دارای چند آدمین در اینستاگرام با مشکل مواجه نخواهند شد.

یکی از نکات جالب درباره Iconosquere امکان استفاده از خدمات رایگان برای ۳۰ پست آخر برندمان است. در این زمینه Iconosquere هیچ هزینه‌ای از کاربران دریافت نخواهد کرد. چنین استراتژی در راستای جلب اعتماد برندها و تلاش برای همکاری با شمار هرچه بیشتری از شرکت‌های معتبر صورت گرفته است.

اگر در زمینه ارزیابی وضعیت کمپین‌های برندان با محدودیت مالی مواجه هستید، حتما استفاده از ابزار Iconosquere در دستور کار قرار دهید. به این ترتیب ما فرصت به‌رهمندی از دامنه وسیعی از خدمات با قیمت ارزان را خواهیم داشت.

#### ۳. فلانکس

برخلاف بسیاری از اپ‌های ارزیابی وضعیت کمپین‌های بازاریابی در اینجا ما یک ابزار کاملا ساده و کاربردی مواجه هستیم. یکی از ایرادهای اصلی اپ‌های مشهور در زمینه مدیریت کمپین‌های بازاریابی رابط کاربردی دشوار و استفاده از کلمات سنسگین برای بازاریابی است. به این ترتیب ما در عمل توانایی مدیریت کمپین به‌صورت کاربردی را از دست می‌دهد. مدیران اپ فلانکس در زمینه طراحی آن رابط کاربری ساده و بیان اطلاعات مهم به زبانی کاملا گویا را مدنظر قرار داده‌اند. به این ترتیب اغلب کاربران امکان دریافت اطلاعات کاربردی بدون نیاز به دانش فنی در زمینه نرم‌افزار یا بازاریابی را دارند.

رابط و زیان کاربری ساده نکته مهمی در زمینه افزایش محبوبیت فلانکس محسوب می‌شود. این ابزار وضعیت کلی برندها را براساس گزارش‌های رسمی اینستاگرام بررسی می‌کند. به همین خاطر میزان بالایی از دقت و رضایت کاربران را در اختیار دارد.

یکی از نکات مهم برای برندها امکان ارزیابی میزان تعامل سازنده هر برند با مخاطب هدف است. در این زمینه فلانکس آمار دقیقی به درصد در اختیار برندها قرار می‌دهد. با استفاده از این آمار دیگر نیازی به بهره‌مندی از ابزارهای جانبی نخواهد بود. این امر با استفاده از نسبت میانگین لایک، کامنت و ذخیره‌سازی پست‌ها محاسبه می‌شود. اگر رتبه برند شما در این زمینه بیش از ۳درصد باشد، عملکرد کلی شما مطلوب ارزیابی خواهد شد.



امروزه بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی اینستاگرامی از فالوورهای تقلبی یا شیوه‌های خرید لایک استفاده می‌کنند. این امر میزان اعتماد کاربران به برندها را کاهش داده است. بنابراین ما نیازمند راهکاری برای جلب دوباره اعتماد مخاطب هستیم. در غیر این صورت مسیر دشواری برای موفقیت در حوزه بازاریابی خواهیم داشت. خوشبختانه بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی از شیوه‌های تقلب استفاده نمی‌کنند. این امر نقش مهمی در بازاریابی اعتماد کاربران داشته است. به این ترتیب وضعیت کنونی بازاریابی و برندهاساز در دنیای آنلاین مثبت ارزیابی می‌شود.

#### ۴. اینفلونسنسر

همکاری با اینفلونسنرها بخش مهمی از برنامه هر برند را تشکیل می‌دهد. در این زمینه اغلب برندها دارای برنامه‌های مشابهی هستند. این امر شامل انتخاب یک یا چند اینفلونسنسر و تلاش برای توسعه شهرت برندمان با استفاده از میزان تاثیرگذاری آنها بر روی مخاطب است.

مدیریت رابطه برندها با اینفلونسنرها چالش بزرگی برای هر کسب و کاری محسوب می‌شود. ایده استراتژ تاپ اینفلونسنسر براساس کمک به برندها برای مدیریت بهینه رابطه‌شان با اینفلونسنرها بنا شده است. یکی از دغدغه‌های اصلی برندها در این زمینه آگاهی از اصالت وضعیت اینفلونسنرهاست. بسیاری از برندها به دلیل همکاری با افراد تاثیرگذار نامناسب یا غیرحرفه‌ای در حوزه تخصصی‌شان وضعیت مناسبی در حوزه بازاریابی پیدا نمی‌کنند. این امر بر روی شهرت آنها در بازار تاثیر مستقیم و منفی می‌گذارد.

تپ اینفلونسنسر از بانکس اطلاعاتی منحصر به‌فردش برای ارزیابی وضعیت اینفلونسنرها استفاده می‌کند. به این ترتیب میزان اعتبار ارزیابی آن بسیار بالاست. اغلب برندهای بزرگ برای همکاری با افراد تاثیرگذار از رتبه‌شان در تپ اینفلونسنسر استفاده می‌کنند. این امر شهرت و اعتبار ابزار موردنظر را به شدت افزایش داده است.

تپ اینفلونسنسر علاوه بر مدیریت رابطه برندها و افراد تاثیر گذار به ارائه اطلاعات دقیق درباره هر برند نیزمی‌پردازد. به این ترتیب دیگر نیازی به نگرانی درباره وضعیت برندمان نیست. نکته جالب اینکه تپ اینفلونسنسر نیز از نسل جدید هوش مصنوعی برای ارزیابی وضعیت برندها و کمپین‌های‌شان استفاده می‌کند.

#### ۵. کیورلیت

یکی از نکات مشترک در زمینه فعالیت بازاریابی برندهای بزرگ استفاده از محتوای تولیدی کاربران است. برندهای بزرگ همیشه تعداد بالایی مخاطب و طرفدار در شبکه‌های اجتماعی دارند. اینستاگرام به دلیل محوریت محتوای بصری امکان استفاده از محتوای تولیدی کاربران را افزایش می‌دهد. به این ترتیب میلیون‌ها کاربر در سراسر دنیا به تولید محتوای مرتبط با برندهای مورد علاقه‌شان می‌پردازند. این امر دارای اهمیت حیاتی برای برندهاست.

افزایش میزان تنوع محصولات و برندهای فعال در بازاریابی مختلف موجب دشواری تصمیم‌گیری برای مخاطب شده است. به این ترتیب ما باید توجه ویژه‌ای به استفاده از محتوای تولیدی کاربران به عنوان نقطه مزیت برندمان داشته باشیم.

در غیر این صورت رقابت سخت و فشرده بازاریابی را به رقیبا خواهیم باخت.

اگر در زمینه بازاریابی فعالیت دارید، به احتمال زیاد اکانت LikedBuy را مشاهده کرده‌اید. این اکانت برخلاف نام غلط‌اندازش در زمینه فروش لایک یکی از زیرمجموعه‌های کیورلیت محسوب می‌شود. این اکانت در زمینه ارزیابی وضعیت برندها از نقطه نظر استفاده مناسب از محتوای تولیدی کاربران فعالیت دارد. دلیل انتخاب نام مبنی بر خرید لایک نیز بیان اهمیت استفاده از چنین محتواهایی است. به این ترتیب ما دیگر نیازی به خرید لایک در راستای جلب نظر مخاطب هدف نخواهیم داشت.

برخی از برندها استفاده صرف از محتوای تولیدی کاربران برای موفقیت بازاریابی

### ایستگاه بازاریابی

چگونه مخاطب را جذب کمپین بازاریابی مان کنیم؟

## تولید محتوای بازاریابی جذاب با ۴ راهکار غیرسنتی

به قلم: سونیا تامپسون کارشناس کسب و کار، سخنران و مدیرعامل گروه رسانه‌ای تامپسون ترجمه: علی آلعلی

بازاریابی محتوایی یکی از استراتژی‌های تاثیرگذار برای توسعه کسب و کار محسوب می‌شود. اکنون برندها در تلاش برای تولید محتوای منحصر به فرد از یکدیگر سبقت می‌گیرند. با وجود چنین رقابتی فرآیند جلب نظر مخاطب هدف دشوارتر از هر زمان دیگری شده است. نتیجه این امر برای برندها ضرورت فعالیت دقیق‌تر برای جلب نظر مخاطب هدف است.

اگرچه هنوز هم برخی از شیوه‌های سنتی تولید محتوا در عرصه بازاریابی کاربر دارد، اما به طور کلی فضای بازاریابی محتوایی تغییر کرده است. در ادامه به بررسی چهار شیوه مناسب و جدید برای تولید محتوای جذاب و تعامل‌برانگیز خواهیم پرداخت.

#### ۱.خانه سرگرمی

برند نایک در سال گذشته اقدام به رونمایی از نسل جدید کفش‌های ورزشی‌اش به گونه‌ای متفاوت کرد. نایک به طور معمول از اینستاگرام برای معرفی محصولات تازه استفاده بسیار زیادی می‌کند. در این میان ایجاد خانه‌های تفریح و سرگرمی در دستور کار نایک قرار گرفت. مشتریان در این خانه‌ها امکان سرگرمی و انجام بازی‌های مختلف را داشتند. به این ترتیب حجم قابل توجهی از محتوای مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی مربوط به خانه‌های نایک بود. این امر نقش مهمی در موفقیت فروش محصولات جدید نایک داشت.

استفاده از شیوه نایک برای معرفی محصولات فرصت مناسبی در زمینه تولید محتوا به بخش بازاریابی می‌دهد. همچنین انگیزه کاربران برای بازنشر محتوای ما نیز افزایش می‌یابد. توصیه من در این بخش استفاده از مناسبت‌های مهم برای ایجاد خانه‌های سرگرمی است. به این ترتیب مخاطب هدف پیش از اجرای برنامه آمادگی ذهنی نسبت به احتمال اجرای آن از سوی ما را خواهد داشت.

#### ۲. تولید محتوا با خلق رویداد

هنگامی که ویل اسمیت، بازیگر مشهور هالیوود، ۵۰ ساله شد، به جای برگزاری جشن تولید پر هزینه اقدام به اجرای یک برنامه زنده کرد. این برنامه میلیون‌ها بازدیدکننده از سراسر دنیا دریافت کرد. به این ترتیب ویل اسمیت در ۵۰ سالگی موفق به ثبت رکوردی جذاب در زمینه جلب نظر مخاطب به برنامه زنده شد. نکته جذاب ماجرا پرسش ویل اسمیت از هلی کوپسر بر فراز گرند کانیون بود. به این ترتیب وی میلیون‌ها مخاطب به طور زنده برنامه پرسش هیجان‌انگیز وی را مشاهده کردند.

یکی از راهکارهای جذاب برای جلب نظر مخاطب هدف استفاده از شیوه‌های غیرعادی است. اغلب مردم انتشارات مشخصی از برندها دارند. این امر شامل فعالیت در راستای تولید محتوای تبلیغاتی است. اغلب مردم به راحتی محتوای تبلیغاتی را تشخیص می‌دهند. نکته مهم ماجرا امکان ناده‌یادنگاری محتوا از سوی کاربران است. این امر مشکلات زیادی برای برندها ایجاد می‌کند. راهکار مناسب در این میان استفاده از محتوای جذاب و غیرقابل پیش‌بینی به منظور جلب توجه مخاطب است. ما باید همیشه انتظارات مخاطب از برندمان را به هم بریزیم. به این ترتیب به طور مداوم توانایی جلب نظر آنها را خواهیم داشت.

#### ۳. تولید مستند

سال گذشته یکی از مشتریان من اقدام به تولید یک مجموعه مستند کرد. من در آن پروژه همکاری نداشتم، اما نتیجه آن به شدت کارشناس‌ها را تحت تاثیر قرار داد. این امر موجب نگاه دوباره من به عرصه تولید مستند شد. یکی از راهکارهای مناسب برای بازاریابی تولید مستند درباره موضوعات مهم برای مخاطب هدف است. به عنوان مثال، اکنون مسائل زیست محیطی اهمیت بسیار زیادی برای مخاطب هدف دارد. این امر موجب افزایش توجه برندها به تولید محتوای مرتبط با محیط زیست شده است. توصیه من در این‌ بخش تلاش برای تولید مجموعه مستندهایی در زمینه محیط زیست یا سایر موضوعات مورد توجه مخاطب هدف است. به این ترتیب ما توجه مخاطب را به صورت کاملا متفاوت جلب خواهیم کرد.

#### ۴. برگزاری مسابقه و مراسم‌های خیره

برگزاری مسابقه یکی از راهکارهای کلاسیک برای جلب نظر مخاطب هدف است. امروزه این شیوه در قالب شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده برندها قرار می‌گیرد. به این ترتیب اغلب برندها فرصت تعامل با مخاطب هدف از طریق تعیین جایزه برای مسابقات

عکاسی، تولید محتوا و انواع موضوعات دیگر را دارند.

برخی از برندها علاوه بر استفاده از مسابقات مختلف در زمینه‌های بشردوستانه نیز فعالیت دارند. این امر شامل برگزاری مراسم‌های خیریه است. به این تربیب علاوه بر اختصاص بخشی از درآمد برند به امور خیریه، کمک‌های مردمی مشتریان نیز جمع‌آوری می‌شود. شهرت مناسب در زمینه کمک‌های بشردوستانه اهمیت زیادی برای برندها دارد. این امر تاثیر انکارناپذیری بر روی تصمیم‌گیری مشتریان دارد.

منبع: inc



را کافی می‌دانند. کیورلیت در این زمینه برای ارزیابی وضعیت برندها از معیارهای مختلف بهره می‌برد. به همین خاطر اعتبار ارزیابی‌های آن بسیار بالاست. جالب اینکه این ابزار ارزشمندترین محتوای هر برند را نیز مشخص می‌کند. معیار ارزشمندی یک محتوا یا پست میزان تعامل کاربران و انطباق آن با سلیقه مخاطب هدف است. به این ترتیب برندها فرصت آشنایی بیشتر با سلیقه مخاطب هدف‌شان را خواهند داشت.

#### ۶. یونیون متریکس

یونیون متریکس یکی از نخستین ابزارهای تحلیل وضعیت بازاریابی برندها از طریق نسل جدید هوش مصنوعی است. زمانی که اغلب اپ‌های تحلیل بازاریابی به اطلاعات اینستاگرام اکتفا می‌کردند، یونیون متریکس اقدام به استفاده از نوع تازه‌ای از محتوا کرد. اغلب برندها در زمینه یافتن ترندهای داغ کسب و کارشان مشکل دارند. این امر شامل استفاده دیر هنگام از ترندها و در نتیجه ناتوانی در زمینه تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. ابزار یونیون متریکس برای پیش‌بینی وضعیت ترندها در صنایع مختلف معیارهای چندگانه‌ای را مورد استفاده قرار می‌دهد. اگرچه استفاده از خدمات این برند برای کاربران همراه با پرداخت مقدار مشخصی از حق عضویت است، اما چکاپ پایه هر اکانت به طور رایگان انجام می‌شود. به این ترتیب ما بدون نیاز به پرداخت هرگونه هزینه‌ای از وضعیت برندمان آگاه خواهیم شد. بدون تردید گزارش رایگان یونیون متریکس در سطح پایهای قرار دارد. برای اطلاع بیشتر از وضعیت بازاریابی برندمان باید از معیارهای متغیری استفاده کنیم. در غیر این صورت آگاهی ما از وضعیت برندمان حالت کاریکاتوری پیدا خواهد کرد. بی‌تردید این نوع آگاهی از وضعیت برند کمترین تاثیری بر روی عملکرد ما نخواهد داشت.

#### ۷. بیتی

بخش بیوگرافی اینستاگرام برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. متأسفانه اغلب برندها اهمیت بخش بیوگرافی را به درستی درک نمی‌کنند. به همین خاطر یکی از شانس‌های اصلی‌شان برای بازاریابی تاثیرگذار را از دست می‌دهند.

مزیت اصلی ابزار بیتی اسکن عمیق اکانت‌ها برای یافتن نقاط ضعف‌شان در حوزه بازاریابی است. یکی از بخش‌های مهم در این میان بازرسی وضعیت بخش بیوگرافی برندهاست. به این ترتیب ما فرصت بهبود وضعیت بیوگرافی برندمان را خواهیم داشت.

امروزه بسیاری از برندها نسبت به شیوه آزمون و خطا دلسرده شده‌اند. به همین خاطر بیشتر در تلاش برای بهره‌مندی از شیوه‌های امتحان شده‌اند. در این زمینه بیتی عملکرد مناسبی از خود نشان داده است. این ابزار هوشمند با اجرای طرح‌های مقدماتی در اینستاگرام پیش‌بینی‌های دقیقی درباره وضعیت احتمالی برندها در صورت اخذ یک شیوه بازاریابی مشخص انجام می‌دهد بنابراین ریسک برندها در زمینه انتخاب یک الگوی بازاریابی مشخص تا حد زیادی کاهش خواهد یافت.

اگر شما بر روی افزایش ترافیک سایت‌تان از طریق بازاریابی در اینستاگرام سرمایه‌گذاری کرده‌اید، باید نکات مهمی را در این زمینه به یاد داشته باشید. یکی از این نکات استفاده از فضای بیوگرافی برند برای پارگذاری لینک‌های مهم است. به این ترتیب کاربران بدون نیاز به خروج از اینستاگرام فرصت مطالعه لینک‌های مهم سایت‌مان را خواهند داشت. این امر تاثیر قابل توجهی بر روی افزایش ترافیک سایت برندها دارد.

امروزه ابزارهای بسیار زیادی برای کوتاه‌سازی لینک‌ها وجود دارد. به این ترتیب با استفاده از چنین ابزارهایی ما فرصت پارگذاری لینک‌های بسیار بیشتری در بخش بیوگرافی را خواهیم داشت. یکی از نقاط قوت بیتی کمک به برندها در زمینه مدیریت بخش بیوگرافی اکانت‌شان در اینستاگرام به منظور پارگذاری تعداد هرچه بیشتری از لینک‌هاست. به هر حال ما هرچه تعداد لینک‌های بیشتری در این فضا پارگذاری کنیم، ترافیک بیشتری دریافت خواهیم کرد. البته نحوه چینش مناسب و زیبای لینک‌ها نیز اهمیت دارد. در این زمینه بیتی امکانات گسترده‌ای در اختیار برندها قرار می‌دهد.

#### ۸. کی هول

ابزارهای تحلیل و گزارش وضعیت اکانت‌ها در اینستاگرام در طول چند سال اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده‌اند. یکی از پیشرفت‌های اصلی در این زمینه امکان تحلیل آنلاین و در لحظه وضعیت برندهاست. تا پیش از این ابزارهای تحلیل اطلاعات نیازمند چند ساعت یا روز زمان برای ارائه گزارش کاربردی بودند. تحول کنونی در حوزه تحلیل محتوا به لطف فناوری هوش مصنوعی روی داده است. اکنون ابزاری نظیر کی هول امکان بررسی چند ده هزار بسته داده را دارد. نکته جالب اینکه تمام این فرآیند در مدت زمانی کوتاه صورت می‌گیرد.

برخی از برندها در زمینه ایجاد مسابقات آنلاین به منظور جلب نظر مخاطب هدف تجربه طولانی دارند. استفاده از کی هول در این زمینه کیفیت مسابقات ما را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. تحلیل هشتک‌ها یکی از دیگر از بخش‌های مهم کی هول محسوب می‌شود. در این زمینه ابزار کی هول توانایی ارائه گزارشی نموداری از میزان تغییر در شهرت و محبوبیت ترندها و هشتک‌ها را دارد. به این ترتیب ما همیشه از بهترین ترندها و هشتک‌ها برای کمپین‌های بازاریابی‌مان استفاده خواهیم کرد.

مزیت اصلی کی هول در مقایسه با دیگر ابزارهای مدیریت کمپین‌های بازاریابی پیش‌بینی وضعیت برندها و کمپین‌های‌شان است. امروزه پیش‌بینی وضعیت عرصه بازاریابی دشواری‌های بسیار زیادی دارد. اثری کی هول با تمرکز بر روی یک برند و تحلیل انواع اطلاعات مرتبط با آن بخش وسیع نیازهای برندها را رفع می‌کند. این امر شامل نمایش نمودارهای تحلیلی درباره وضعیت کمپین‌های گذشته و نقاط ضعف آن نیز می‌شود. بنابراین با استفاده از نمودارهای کی هول بهبود کیفیت کمپین‌های بازاریابی‌کا دشواری نخواهد بود.

#### ۹. اینستاگرام اینسایت

در نهایت ما با ابزار رسمی اینستاگرام مواجه هستیم. این ابزار در عین سادگی اهمیت بسیار زیادی برای بازارب‌ها دارد. بسیاری از ابزارهای ارزیابی کمپین‌های بازاریابی به طور کامل مبتنی بر اینستاگرام اینسایت هستند. به این ترتیب بررسی درست اطلاعات در دسترس از سوی این ابزار اهمیت بسیار زیادی برای سرنوشت بازاریابی برندها خواهد داشت.

بی‌تردید هیچ منبعی به اندازه پلتفرم اجتماعی موردنظر در زمینه دسترسی به اطلاعات دقیق درباره برندها دارای اعتبار نیست. به همین خاطر تمام برندها باید از اینستاگرام اینسایت به عنوان یک ابزار مهم و معتبر استفاده کنند. برخی از اطلاعات مندرج در این ابزار جانبی اینستاگرام به طور انحصاری بیان می‌شود. به این ترتیب دیگر ابزارهای مشابه دسترسی کاملی به این بخش‌ها ندارد. برندها در صورت تمایل برای بهره‌مندی از اطلاعات بیشتر امکان پرداخت مقدار مشخصی از حق اشتراک برای بهره‌مندی از اطلاعات دقیق و کاربردی‌تر را خواهند داشت.

بی‌تردید هر برندی دارای اهداف منحصر به فرد برای بازاریابی در اینستاگرام است. استفاده از ابزارهای تحلیلی مناسب نقش مهمی در دستیابی ما به اهدافمان دارد. به این ترتیب ما تاثیر بسیار بهتری بر روی مخاطب هدف خواهیم گذاشت.

منبع: sproutsocial

## رهبری

چرا توجه به فعالیت‌های داوطلبانه کارمندان مهم است؟

### چالش برندها در زمینه خواسته‌های عمومی کارمندان

به قلم: کریس ورن کارشناس برندسازی  
ترجمه: علی آل‌علی

برندها در دهه پیش رو چالش‌های بسیار زیادی در زمینه مدیریت کسب و کار پیش روی خود دارند. آنها علاوه بر نیاز به پاسخگویی به انتظارات رو به افزایش مشتریان، باید در زمینه تعامل با کارمندان نیز توجه بیشتری به خرج دهند. اخیرا کارمندان خرده‌فروشی آمازون دست به سلسله اعتراض‌هایی در زمینه سیاست‌های زیست‌محیطی این برند و تاثیر آن بر روی تغییر وضعیت آب و هوای جهان زده‌اند. ماجرای این اعتراض‌ها پس از برخورد‌های همراه با تهدید برخی از مدیران آمازون با کارمندان معترض در اغلب رسانه‌ها بازتاب یافت. شاید در نگاه نخست چنین اعتراض‌هایی فقط مختص به برندهای بزرگ باشد، اما این روند به زودی در میان تمام برندها شایع خواهد شد. به این ترتیب اغلب برندها باید آمادگی لازم برای تعامل با اعتراض‌های کارمندان را داشته باشند.

ماه سپتامبر سال گذشته جف بزوس، مدیرعامل آمازون، در اعلام نظری رسمی از هدف این برند برای کاهش سطح تولید کربن به صفر تا سال ۲۰۴۰ پرده برداشت. شمار بسیار زیادی از کارمندان آمازون به این کمپین برای حمایت از محیط زیست ملحق شدند. با این حال برخی از کارمندان عقیده متفاوتی داشتند. براساس اظهارنظر این دسته از کارمندان برند آمازون تلاش کافی برای حفاظت از محیط زیست انجام نمی‌دهد.

جاستین وانگ، یکی از مهندسان برنامه‌نویسی، درباره چالش آمازون با کارمندانش اینگونه اظهارنظر کرده است: «من هر روز در برند آمازون با انسان‌های فوق‌العاده‌ای بر روی پروژه‌های مختلف کار می‌کنم. تمام احساسات فوق‌العاده من نسبت به همکاری با افراد ماهر و دلسوز با آگاهی از تولید زیاده‌های نفتی و آسیب گسترده به محیط زیست از سوی شرکای تجاری آمازون بر هم خورده است. ما باید پیشگام‌های حفاظت از محیط زیست باشیم، نه تخریب‌کنندگان آن.»

بسیاری از کارمندان آمازون پس از اعلام نظر رسمی جف بزوس در زمینه مقابله با تولید کربن و سازگاری بیشتر با محیط زیست واکنش‌های منفی نسبت به سیاست‌های زیست محیطی این برند اتخاذ کرده‌اند. این امر موجب بروز دشواری‌های بسیار زیادی در زمینه مدیریت برند از سوی مدیران آمازون شده است.

گوگل و فیس‌بوک نیز در طول سال‌های اخیر با جنبش‌های مشابهی از سوی کارمندان شرکت در اعتراض به سیاست‌های مختلف‌شان مواجه شده‌اند، بنابراین این امر در دنیای کسب و کار بیش از هر زمان دیگری دیده خواهد شد. در این زمینه ما باید به دنبال راهکارهایی برای غلبه بر مشکلات موردنظر باشیم.

#### اهمیت فرآینده شفافیت و اعتماد

ما اکنون در زمانه عجیبی زندگی می‌کنیم. ما از مشکلات و چالش‌های وسیع مانند مسائل زیست محیطی آگاهی داریم، اما در زمینه مدیریت آنها عملکرد چندان درخشانی بر جای نگذاشته‌ایم. این امر منحصر به کشور یا مجموعه‌ای از برندهای خاص نیست. اغلب کارآفرینان نسبت به مسائل زیست محیطی توجه چندان مناسبی ندارند. همین امر موجب بروز اعتراض و ناراضی‌هایی از سوی مردم و کارمندان شرکت‌های کوچک و بزرگ شده است. بی‌توجهی مدیریت کسب و کار در دوران کنونی به هیچ‌وجه ساده نیست. در این زمینه ما نیازمند جلب اعتماد کارمندان و مشتریان برندمان به صورت یکسان هستیم.

برخی از برندها فقط به دنبال تعامل سازنده با مشتریان هستند. در این میان توجه به کارمندان مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد. اگر ما امیدوار به توسعه سطح کسب و کار و حضور در بازارهای مختلف هستیم، نخست باید تکلیف‌مان در زمینه تعامل با کارمندان روشن شود. در غیر این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف را نیز نخواهیم داشت. عملکرد شفاف در حوزه‌های مختلف، در اینجا حوزه زیست محیطی، اهمیت بالایی دارد. برندها علاوه بر تلاش برای کسب اعتماد مشتریان از طریق عملکرد شفاف باید به کارمندان نیز اهمیت دهند. هیچ شرکتی بدون کارمندانش امکان دستیابی به موفقیت را ندارد. نکته مهم در حوزه برندسازی توانایی هر شرکت برای حفظ کارمندان در مدت زمان طولانی است. متأسفانه بسیاری از برندها در این زمینه توانایی لازم را ندارند. این امر تا حد زیادی ناشی از عدم تلاش برای کسب اعتماد کارمندان و عملکرد شفاف آنهاست.

امروزه اغلب کارمندان در شرکت‌های مختلف تمایل به رعایت برخی از ارزش‌ها از سوی برندها دارند. این امر نیاز شرکت‌ها به بررسی خواسته‌های کارمندان را ایجاب می‌کند. در مرحله بعد هر برند باید ارزش‌ها و فرهنگ منحصر به فردش را براساس خواسته کارمندان تعدیل کند. فقط در این صورت امکان تعامل شفاف و جلب اعتماد کارمندان فراهم خواهد شد. بهترین نمونه در زمینه تعامل سازنده با مشتریان و کارمندان به صورت یکسان مایکروسافت است. به همین خاطر میزان رضایت کارمندان مایکروسافت از فضای کاری و عملکرد برنزشان بسیار بالاست. امروزه تمام برندها باید از الگوهای مناسب برای جلب اعتماد و نمایش عملکرد شفاف‌شان به کارمندان استفاده کنند. به این ترتیب پیشرفت و توسعه آنها تضمین خواهد شد.

منبع: brandingstrategiesinsider



#### ترجمه: علی آل‌علی

## چالش استعفا از شغل بدون ایجاد در دسر



غیر این صورت شرکت موردنظر در زمینه یافتن فرد جایگزین برای ما دچار مشکل خواهد شد.

اغلب کارمندان پیش از اطمینان از امنیت شغلی در شرکت تازه اقدام به استعفا از شغل فعلی‌شان نمی‌کنند. این امر موجب استعفای ناگهانی کارمند موردنظر و ایجاد چالش‌های بزرگ برای شرکت می‌شود. توصیه من در این بخش تلاش برای اطلاع‌رسانی به اعضای شرکت و به ویژه هیأت مدیره در زمینه تمایل به ترک شرکت است. این امر فقط در صورت اطمینان از کسب شغل تازه باید انجام شود. به این ترتیب پس از کسب شغل تازه دو هفته به شرکت برای یافتن نیروی کار جایگزین فرصت دهید. پس از این زمان شما امکان ترک شرکت بدون ایجاد چالش و ناراضی‌تی در تیم مدیریتی را خواهید داشت.

#### ۱.۳ اهمیت فروتنی

وقتی ترک شرکت از سبوی شما قطعی شد، در مورد دلایل ترک شرکت و به طور ویژه ایراد‌های کار هیأت مدیره با همکاران صحبت نکنید. بسیاری از کارمندان وقتی نوبت به استعفای‌شان می‌رسد، اقدام به بدگویی پشت سر هیأت مدیره یا رئیس بخش می‌کنند. این امر جایگاه حرفه‌ای ما در نظر همکاران و سایر اعضای شرکت به خطر می‌اندازد. ما باید همیشه با فروتنی در محیط کار رفتار کنیم، به ویژه زمانی که قصد ترک شغل‌مان را داریم. برجای گذاشتن خطرهای مطلوب و مثبت از خودمان در شرکت نقطه قوت کارنامه حرفه‌ای ما در دوران کارآفرینی خواهد بود.

#### ۴. توهمین به دیگران ممنوع

شاید ما در طول دوران فعالیت در شرکت دشواری‌های بسیار زیادی را تحمل کرده باشیم. این امر ارتباط مستقیمی به تمایل ما برای ترک شرکت دارد بنابراین در صورت امکان باید انتقادمان از هیأت مدیره را در کمال احترام انجام دهیم. امروزه بسیاری از شرکت‌ها از کارمندان‌شان به هنگام ترک شرکت تقاضای بیان نقاط ضعف می‌کنند. اگر ما در این شرایط شروع به توهمین به دیگران کنیم، در آینده به هنگام پرس و جوی دیگر شرکت‌ها دچار مشکل خواهیم شد بنابراین توصیه من رعایت ادب و احترام است.

اگر قصد بیان انتقادات از تیم مدیریتی یا کارمندان را دارید، این امر باید به صورت حرفه‌ای انجام شود. در غیر این صورت مشکلات زیادی برای ما در آینده ایجاد خواهد شد. بی‌تردید هیچ فردی توهمین را تحمل نخواهد کرد. به همین خاطر شاید مدت‌ها بعد در صورت نیاز به گزارش مناسب هیأت مدیره محل کار سابق‌مان با امتناع آنها مواجه شویم. چنین وضعیتی در صورت قطع همکاری در قالب رفتاری حرفه‌ای هرگز رخ نخواهد داد.

#### ۵. پایبندی به تعهدات

نکته مهم در زمینه فعالیت در شرکت تعهد ما نسبت به تلاش برای بهبود وضعیت شرکت تا آخرین لحظه حضورمان در محل کار است. بسیاری از کارمندان پس از قطعی شدن شغل تازه‌شان دیگر کیفیت سابق را در محل کار ارائه نمی‌دهند. این امر به دلیل قطعیت ترک محل کار موردنظر در مدت‌زمان کوتاهی است. به این ترتیب اغلب شرکت‌ها در زمینه یافتن نیروی کار تازه با بحران عدم مسئولیت‌پذیری کارمند در حال ترک شرکت نیز مواجه هستند. این امر مشکلات زیادی برای شرکت موردنظر ایجاد خواهد کرد. برخی از مدیران این مسئله را در قالب گزارشی کوتاه به شرکت تازه‌ای که قصد همکاری با آنها را داریم، اعلام می‌کنند. به این ترتیب آینده ما در شرکت موردنظر با خطر و تهدیدات جدی مواجه می‌شود.

ما به عنوان کارآفرین یا کارمند یک شرکت مجموعه تعهداتی داریم. این تعهدات باید تا آخرین دقیقه حضورمان در شرکت رعایت شود. فقط پس از خروج از در شرکت و داشتن برگه توافقی با استعفا امکان شانه خالی کردن از تعهدات وجود دارد. پیش از آن ما همچنان عضوی از شرکت خواهیم بود بنابراین عدم توجه به تعهدات بیانگر رفتار غیرحرفه‌ای‌مان به عنوان کارمند است.

#### ۶. ادامه رعایت قوانین محل کار

هر کارآفرینی برای بهبود وضعیت شغلی‌اش سخت تلاش می‌کند. این امر شامل تلاش برای ایجاد کارنامه‌ای بهتر برای خودمان در حوزه کسب و کار نیز می‌شود بنابراین ما باید در زمینه بهبود وضعیت کارنامه حرفه‌ای‌مان به نکات مختلفی توجه کنیم. یکی از نقاطضعف اغلب کارآفرینان عدم توجه به نکات حرفه‌ای کسب و کار پس از پایان همکاری‌شان با شرکت موردنظر است. به این ترتیب کارمندان پس از ترک شرکت اقدام به بیان نکات منفی درباره محیط آن می‌کنند. این امر نه تنها اعتبار ما در زمینه کسب و کار را زیر سوال می‌برد، بلکه دیدگاه سایر همکاران و تیم مدیریت در شرکت تازه را نیز خدشه‌دار خواهد کرد. آنها به ما به عنوان یک کارمند نمونه اعتماد کرده‌اند بنابراین پاسخ دادن به این اعتماد در قالب بدگویی از محل کار قبلی به هیچ‌وجه قابل قبول نخواهد بود. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای استخدام کارمندان متعهد به شرکت حتی پس از ترک آن هستند. این امر نقش مهمی در توانایی ما برای جلب نظر هیأت مدیره شرکت‌های مورد علاقه‌مان دارد. در غیر این صورت تمام تلاش‌های ما بی‌نتیجه باقی خواهد ماند.

#### ۷. مطالعه کتاب راهنمای کارمندان

اغلب شرکت‌ها برای راحتی هرچه بیشتر اعضای شرکت در زمینه فعالیت

حرفه‌ای اقدام به انتشار کتاب راهنما می‌کنند. در این کتاب تمام نکات موردنیاز کارمندان برای فعالیت بهتر در شرکت بیان می‌شود. یکی از بخش‌های جالب در این کتاب‌ها بیان قواعد استعفا و ترک شرکت است. اغلب برندهای بزرگ دارای قواعد مشخصی در این زمینه هستند. به این ترتیب ما با آشنایی با این قواعد امکان ترک شغل فعلی بدون ایجاد هرگونه جنگ و دعوایی را خواهیم داشت. نکته جالب اینکه برخی از شرکت‌ها در زمینه توسعه فعالیت حرفه‌ای کارمندان تعهدات سفت و سختی دارند. به این ترتیب در صورت دریافت پیشنهاد همکاری از سوی برندهای بزرگ‌تر، تیم مدیریتی شرکت فعلی ما را تشویق نیز خواهد کرد.

متأسفانه بسیاری از کارمندان نسبت به شیوه فعالیت شرکت‌شان در زمینه استعفای اعضا آگاهی ندارند. به این ترتیب به هنگام نیاز به ترک شرکت هیچ‌گونه تعامل حرفه‌ای با هیأت مدیره انجام نمی‌دهند. این امر در اغلب اوقات موجب رنجش خاطر هیأت مدیره می‌شود. به این ترتیب در صورت نیاز به مساعدت آنها در آینده با مشکلات زیادی مواجه خواهیم شد. همچنین باید به جلوه حرفه‌ای‌مان به عنوان یک کارمند نیز نگاه کنیم. اینکه یک کارمند همچنان تعامل صمیمانه‌ای با مدیران محل کار سابق‌اش داشته باشد، بیانگر سطح بالای رفتار حرفه‌ای وی خواهد بود. بسیاری از کارمندان در این زمینه مهارت کافی را ندارند. به همین خاطر اغلب فرآیند ترک شرکت از سوی آنها همراه با جنگ و دعوای فراوانی است. ما به عنوان کارمند یک شرکت باید از قواعد مختلف آن آگاهی داشته باشیم. در غیر این صورت رفتار حرفه‌ای ما زیر سوال خواهد رفت.

#### ۸. مرتب‌سازی فایل‌های کاری

پیش از ترک شغل فعلی تمام مقدمات برای شروع فعالیت مناسب فرد بعدی را فراهم سازید. اینکه ما در حال ترک شرکت هستیم، نباید موجب ایجاد چالش برای نفر بعدی شود. این رفتار حرفه‌ای اغلب نقش مهمی در ارزیابی عملکرد کارمندان دارد. امروزه برندها به گزارش هیأت رئیسه سابق یک کارمند در زمینه عملکرد حرفه‌ای‌اش اهمیت زیادی می‌دهند بنابراین با عملکرد حرفه‌ای در محیط کار، حتی در روزهای پایانی، اعتبارمان در بازار کسب و کار افزایش خواهد یافت.

گاهی اوقات هنگام ترک شرکت از سوی ما برخی از پروژه‌ها نیمه‌کاره هستند. این امر پیگیری آنها برای فرد بعدی را دشوار خواهد کرد. توصیه من در این شرایط بیان نکات مناسب و توصیه‌های اصلی به کارمند بعدی برای تعامل هرچه ساده‌تر با پروژه‌های نیمه‌کاره است. این امر بخشی از رفتار حرفه‌ای و مسئولیت‌پذیری در قبال شرکت‌مان حتی پس از ترک آن محسوب می‌شود. به این ترتیب ما فرصت تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را خواهیم داشت.

#### ۹. ارائه توصیه‌های کاربردی به فرد جایگزین

برخی از شرکت‌ها در روزهای پایانی همکاری با کارمندشان از وی درخواست آموزش نکات کاربردی به فرد تازه را می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست چندان باب میل ما به عنوان فردی در پایان تعهدات کاری شما با محل کار نباشد، اما قبول آن نقش مهمی در اعتبار حرفه‌ای‌مان خواهد داشت. اغلب کارمندان در روزهای پایانی فعالیت در یک شرکت کار چندان زیادی ندارند. به این ترتیب اختصاص مدت زمانی اندک برای آموزش و تعلیم کارمند تازه کار آینده چندان بدی نخواهد بود. این امر نیز یکی دیگر از ضرورت‌های رفتار حرفه‌ای در محیط کار محسوب می‌شود. اغلب افراد توجه چندانی به این مسئله مهم در محیط کار ندارند. به همین خاطر در عمل پایان همکاری‌شان با شرکت موردنظر به معنای ایجاد بحرانی همه‌جانبه برای هیأت مدیره در زمینه ساماندهی پروژه‌های نیمه‌کاره آنها خواهد بود.

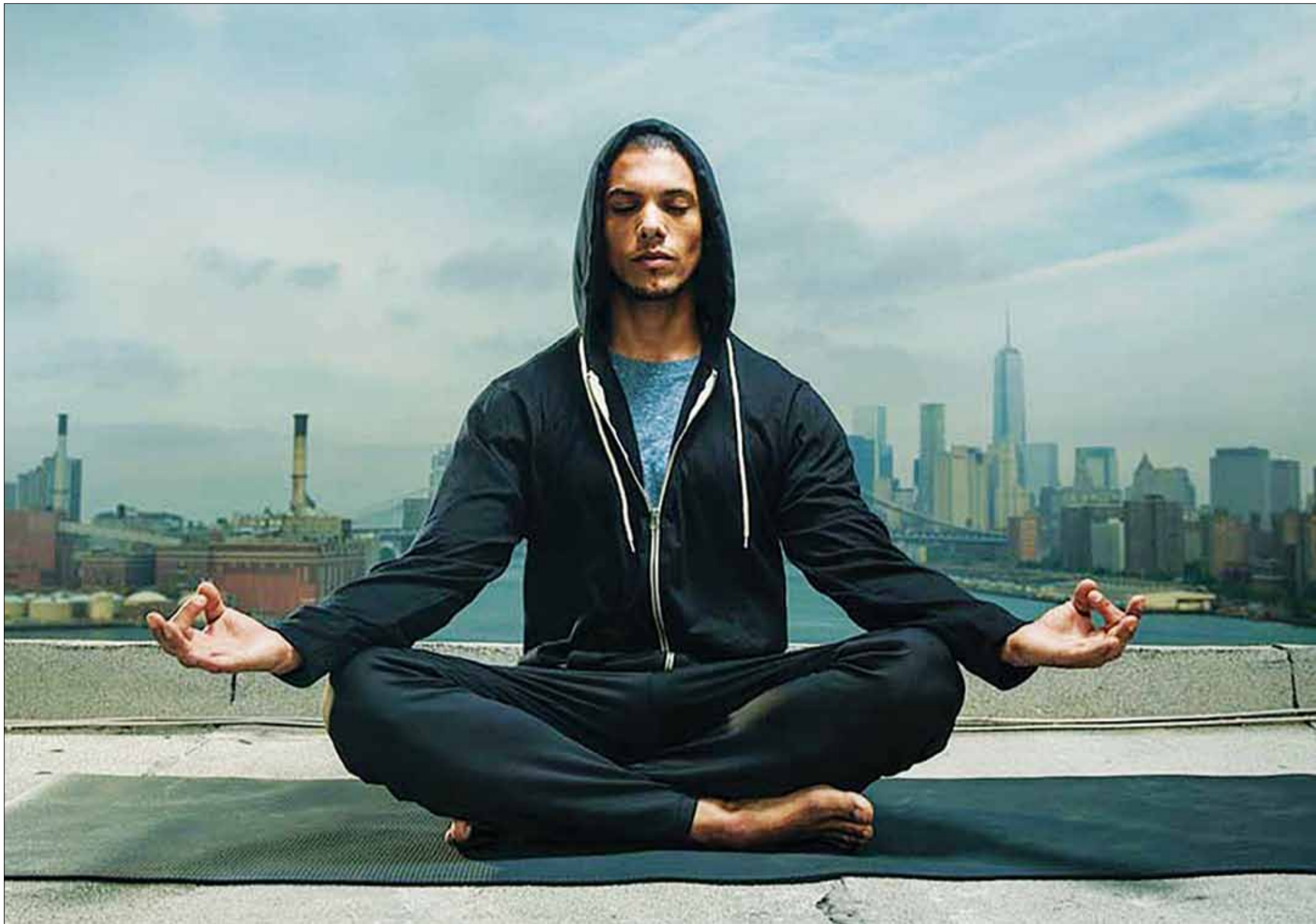
#### ۱۰. فقط وسایل مربوط به خود را جمع‌آوری کنید

بسیاری از وسایل موجود در دفتر کار هر کارمند متعلق به وی نیست. این امر باید به هنگام جمع‌آوری وسایل از اتاق‌مان مدنظر قرار گیرد. برخی از کارمندان عادت برداشتن یکی از وسایل اتاق به عنوان یساذگاری را دارند. این امر رفتار حرفه‌ای محسوب نمی‌شود. در صورت تمایل به نگه داشتن یادگاری باید پیش از انجام این کار تیم مدیریتی را آگاه سازید. در اغلب موارد تیم مدیریتی مشکلی با این عمل نخواهد داشت، با این حال در صورت عدم اطلاع‌رسانی مشکلات زیادی برای ما ایجاد می‌شود. نحوه پایان دادن به رابطه حرفه‌ای در دنیای کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب کارمندان در این زمینه مهارت بالایی ندارند. همانطور که ما در ابتدای فرآیند همکاری با یک شرکت تلاش زیادی برای نمایش تعهد و سختکوشی‌مان داریم، در اینجا نیز باید رفتار حرفه‌ای‌مان را به تیم مدیریتی به عنوان آخرین خاطرمان نشان دهیم. یکی از نگرانی‌های اصلی کارمندان به هنگام ترک شرکت عدم ارائه توصیه‌نامه مناسب از سوی رئیس بخش یا مدیرعامل شرکت است. این امر از نقطه نظر حرفه‌ای برای افراد دشواری‌های بسیار زیادی ایجاد می‌کند. یکی از اهداف مقاله کنونی در زمینه بررسی شیوه‌های استعفا‌ی بدون دردسر از شغل پیشگویی از روز چنین مشکلاتی بود. به این ترتیب ما فرصت تاثیرگذاری مناسب بر روی شرکت تازه را خواهیم داشت.

منبع: businessnewsdaily



# ۹ دلیل برای اینکه چرا هر کار آفرین باید یوگا تمرین کند



یک مطالعه منتشر شده در پزشکی حرفه‌ای، نشان داد که داشتن یک عادت روزانه به انجام یوگا، در محیط کار، در مسائل مربوط به استرس، مسائل جسمی و نوسانات خلقی رایج کمک می‌کند.

یکی از نکات بسیار مثبت در مورد این مطالعه این بود که هیچ‌یک از شرکت‌کنندگان علائم منفی یا وخیمی به این عادت از خود نشان ندادند. آیا شما نیاز به ترغیب بیشتری دارید؟ هر کار آفرینی، چه بزرگ و چه کوچک، باید تکنیک‌های آرامش را به نوعی تمرین کند تا استرس و احساسات منفی را رها کند و در نهایت هنر رها کردن امور را بفهمد. اگر یک تاجر یا زن هستید که این موضوع را می‌خواند، زمان آن است که این اتفاق بیفتد.

در اینجا به بررسی ۹ دلیل نیاز به یوگا و مراقبه در زندگی پرداختیم:

## ۱. مدیریت استرس

کار کردن همیشه با استرس همراه است و شما نمی‌توانید از این واقعیت فرار کنید. نه، نمی‌توانید از کار فرار کنید و یا به طور کامل از آن جلوگیری کنید. بنابراین، آیا شما به زندگی اسفبار خود ادامه خواهید داد؟ نه، یک مقدار مناسب از تمرین مراقبه یوگا را به زندگی خود اضافه کنید. بسیاری از مطالعات ثابت می‌کنند که تمرین مراقبه یوگا تأثیر آرامش‌بخش بر مغز دارد و عملکرد روده را بهبود می‌بخشد. ارتباط مغز و روده، دیگر یک واقعیت پنهان نیست، بنابراین حفظ این رابطه سالم برای شما مهم است. از آنجا که این ارتباط یک محور تعادل است، نوسانات خلقی از بین می‌رود و سطح استرس پایین می‌آید. شما متوجه تغییر مهمی در طرز فکر خود خواهید شد، زیرا همراه با آرام کردن طی حالات یوگیک و چند دقیقه مراقبه، روده و همچنین مغز خود را هدف قرار می‌دهید.

## ۲. هورمون‌های شادی

فلور روده یک انسان، وظیفه آزاد کردن و انتقال دهنده عصبی مانند دوپامین، سروتونین و اندورفین را برعهده دارد. وجود انسداد در مسیر مغز، به معنای وجود مانع در جریان طبیعی این هورمون‌های شادی بوده و علائم افسردگی، اضطراب و حملات هراس‌انگیز را به دنبال خواهد داشت. به غیر از خوردن غذاهای سالم، مراقبه یوگا می‌تواند در کاهش بسیاری از این علائم دردناک و منشأ آنها در بعضی مواقع نیز کمک کند.

زندگی یک کار آفرین می‌تواند بسیار جدی و پر از استرس باشد. این احساس نگرانی و استرس ممکن است به دلیل تأخیر در حرکت هواپیما، هنگام سفر و بیماری دائم به دلیل تغییر مداوم در آب و هوا، مکان یا حتی شرایط کار باشد. به عنوان یک انسان، شما قرار است احساس سلامتی و خوشبختی کنید. برای تجربه این سعادت حداقل ۳۰ دقیقه یوگا یا مراقبه را در برنامه روزانه خود قرار دهید.

## ۳. مدیریت خشم

احساس ناامیدی در یک محیط کار طاقت‌فرسا احساس رایجی است.

به عنوان یک رئیس، ممکن است شما کسی را که در محل کار است، دوست نداشته باشید یا از عملکرد شخصی ناراضی باشید و یا به دلیل اشتباه کاری تکراری، عصبانیت را تجربه کنید. به یاد داشته باشید که عصبانیت بزرگ‌ترین دشمن شما بوده و افتادن در تله آن، قدرت نابودی شما را در هر زمانی بالا می‌برد.

نمی‌دانید یوگا چگونه می‌تواند در این مسئله به شما کمک کند؟ یوگا برای رفع عصبانیت، استرس و بی‌تابی بسیار تأثیرگذار است. یکی از ساده‌ترین ابزار برای رفع طبیعی مشکلات تمرینات یوگا است. یک مطالعه علمی شامل برنامه ذهن‌آگاهی برای جوانان بود، اما افرادی را که در محیط‌های کاری سخت مشغول بودند را نیز شامل می‌شد. در پایان این برنامه، شرکت‌کنندگان از کم‌شدن پرخاشگری جسمی، کاهش مشکلات روانی و موارد دیگر بهره برداشتند.

## ۴. پردازش فراشناختی

پردازش فراشناختی چیست؟ چیزی نیست جز مجموعه‌ای از الگوهای رفتاری انسان که شامل برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی شخص، موقعیت یا هر دو است. هنر مراقبه ذهن‌آگاهی یا یوگا یا هر دو به روش و الگوی مناسب، می‌تواند به شخص کمک کند تا پردازش شناختی را به طور مؤثر مدیریت کند.

یک مطالعه در مورد این موضوع نکات مهم بسیاری را نشان داد که توده‌های مختلفی از مردم می‌توانند از آنها بهره‌مند شوند. مراقبه به درمان علائم افسردگی کمک می‌کند؛ به طوری که شما به خوبی می‌توانید یک کار آفرین موفق بوده و هم‌زمان افسرده باشید. یوگا پریشانی مربوط به اختلالات خلقی را کاهش می‌دهد و در رسیدگی به عوامل محرک مرتبط با الگوهای پرخاشگری و عصبانیت نیز مؤثر خواهد بود.

## ۵. بهبودی عاطفی

هر یک از ما یک بار در طول زندگی خود دچار تحول عاطفی یا لحظه‌های دلخراش می‌شویم، اما کار آفرینان آسیب‌پذیرتر هستند و از نظر مقایسه‌ای حتی بیشتر مستعد ابتلا به موارد تغییر زندگی، مانند مشاغل ناموفق، فراز و نشیب در روابط شخصی، کمبود وقت برای خانواده، اعضای تیم خسته‌کننده و رژیم غذایی هستند. بله، رژیم غذایی نیز احساسات شما را تنظیم می‌کند و در ایجاد حس استرس تأثیر زیادی دارد.

با در نظر گرفتن این مثال‌ها، یوگا نوعی تکنیک آرامش‌بخش برای مقابله با نتایج این موقعیت‌های بسیار معنادار است. مراقبه و یوگا، در کنار هم، می‌تواند به شما در مبارزه با شیاطین و روبه‌رو شدن با ترس‌های‌تان کمک کند. این عمل به شما یاد می‌دهد تا احساسات یا عقاید خود را به بهترین وجه ممکن بیان کنید. به یاد داشته باشید، این ارتباط روح و بدن است که احساس تفاوت را در زندگی شما ایجاد می‌کند.

## ۶. چاقی

آیا دلیل شماره یک اکثر بیماری‌های قلبی و دیابت را می‌دانید؟ قند و چربی اصلی‌ترین علت برای مبتلا شدن به این بیماری‌ها به حساب می‌آید که این نیز نتیجه احتمالی یک سبک زندگی بی‌تحرك است. بدن سالم برای افراد مختلف زمینه متفاوتی دارد، به همین دلیل اکثر مردم مستعد داشتن درک نادرست از سلامتی و بهزیستی هستند.

رژیم غذایی پر قند و زندگی پراسر استرس می‌تواند ترکیبی مخرب باشد که تأثیرات مخربی بر زندگی شما خواهد گذاشت. اگر وقت کافی برای رفتن به باشگاه یا انجام هر نوع ورزش دیگری را ندارید، می‌توانید مدیتیشن کنید یا ۱۵ دقیقه به چشمان خود همراه با ایجاد احساس راحتی شعار «Om» دهید. جدا از این، شما می‌توانید برخی از موقعیت‌های آسان و آرامش‌بخش یوگا را امتحان کنید که ناحیه شکم را هدف قرار می‌دهد و همچنین به شما در سم‌زدایی از بدن کمک می‌کند.

## ۷. سیستم اعتقاد

یوگا دوباره سیستم اعتقادی شما را تنظیم می‌کند یا حداقل در انجام این کار به شما کمک می‌کند. چرا سیستم اعتقاد شما برای موفقیت در کار آفرینی بسیار مهم است؟ تصور کنید که یک امپراتوری یا حتی یک تجارت کوچک بدون چشم‌انداز، اخلاق یا پروتکل را اجرا کنید. آیا قادر خواهید بود بدون ارتباط معنوی با کار خود یا یک سیستم اخلاقی پایدار بمانید؟ قطعاً نه.

معنویت به شما در حفظ ارتباط صحیح روح و روان بدن و برای داشتن آرامش کمک می‌کند. به علاوه مشکلات عاطفی را بهبود بخشیده و از این طریق به شما در بهبودی از هرگونه آسیبی کمک می‌کند. در صورت عدم درمان، احساسات منفی منعکس شده شما می‌تواند بر روی سیستم اعتقادی‌تان نیز تأثیرگذار باشد و شما را در برابر تغییرات، تصمیمات نادرست و معاملات ویران‌کننده به طور جدی آسیب‌پذیر کند.

## ۸. ضمیر و حس نادانی

ضمیر یا نفس، بزرگ‌ترین دشمن شما بوده و یک شکل خالص از احساسات است. علت خالص بودن آن فقط به این دلیل است که ناشی از حس نادانی، حسادت، غم و اندوه بوده و یا حتی تجربه حسی عجیب و غریب را با خود به همراه دارد. همه این احساسات بسیار «انسانی» و مقدمه‌ای برای الگوی رفتاری فریبده رفتارگرایانه هستند. به عنوان یک تاجر، ضمیر یا نفس شما می‌تواند سسمی باشد که آرام‌آرام، روابط صمیمانه با شرکا و تیم شما را از بین می‌برد.

یوگا و مراقبه به شما کمک می‌کند تا نقاط کور در الگوهای کاری، پروتکل‌ها و حتی روابط واقعی زندگی خود را پیدا کنید. به عنوان مثال، مدیتیشن قسمت شاد سیستم عصبی مرکزی شما را فعال می‌کند و به شما کمک می‌کند تا با راحتی و صبر در وضعیت اضطراب حاضر شوید.

## ۹. حالت هیچ کاری انجام ندادن

اگر در حالت استرس و یا در حالت کار ۷×۲۴ قرار دارید، غیرممکن است که اهمیت انجام دادن عادات و رفتارهای همراه با آرامش را تشخیص دهید. حالتی مانند چایلد روز، بالاسانا یا کوربه پوزیور شوااسانا برخی از مواردی هستند که اهمیت رها کردن، زندگی در لحظه و آرامش، در حالی که وقت کافی در دست دارید را به شما آموزش می‌دهد. در نهایت می‌توانید با انجام این حرکات، الگوی صحیح خواب را نیز آموزش ببینید. لازم نیست یک یوگی تمام‌عیار باشید تا این نکات را تمرین کنید. تمام کاری که شما باید انجام دهید این است که روزی چند دقیقه استراحت و یا دراز کشیدن روی نیمکت را انجام دهید و هیچ کاری نکنید. برای کار آفرینان و بازرگانان عصر جدید بسیار مهم است که از اهمیت لذت‌بردن از لحظه و مدتی چرت‌زدن، یک یا دو بار در روز آگاهی داشته باشند.

منبع: [addicted2success/ucan](http://addicted2success/ucan)

## آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به محمد بیدادیان قمی به نشانی تهران خیابان ولیعصر خیابان زعفرانیه خیابان وشاق کوجه منصور پلاک ۲۳ ابلاغ می‌شود خاتم شهزاد عسگری جهت وصول تعداد ۳۰۰ عدد سکه طلای بهار آزادی به انضمام حقوق دولتی به موجب سند ازدواج شماره ۵۶۰۱-۱۳۷۶/۸/۱ دفتر ازدواج شماره ۱۵۳ تهران علیه شما مبادرت به صدور اجرائیه نموده و پرونده اجرائی به کلاس ۹۸۰۴۷۴۵ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور مربوطه نشانی شما شناخته شده است و بستانکار هم نتوانسته شما را معرفی نماید و آدرس فعلی شما نیز برای این اداره مشخص نمی‌باشد لذا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کنیرالانتشار محلی آگهی می‌شود و چنانچه ظرف ۲۰ روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می‌گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرائی ادامه خواهد یافت.

۲۰۰۵۲ م الف

سرپرست اداره پنجم اجرای اسناد رسمی - اعزازی

شناسه آگهی ۷۵۳۱۲۵





بازخوردها را نادیده نگیرید!

### ۴ ترفند برای استفاده موثر از بازخوردهای منفی

همه ما به عنوان صاحبان کسب و کار و یا اعضای تیم، گاهی اوقات با بازخوردهای منفی روبه‌رو می‌شویم. زمان‌هایی فرا می‌رسد که مافوق یا مشتریان ما را مواخذه کرده و منتظر شنیدن پاسخ‌های ما هستند. عکس این شرایط نیز وجود دارد؛ همیشه ما در مقابل بازخوردها قرار نمی‌گیریم؛ بلکه باید آنها را برای دیگر افراد بازگو کنیم، اما چه چیزی این گفت‌وگوها را دشوار می‌کند که باعث می‌شود تمام تلاش خود را به کار بگیریم تا از روبه‌رو شدن با آنها پرهیز کنیم؟ باید اعتراف کنیم که همه ما در چنین شرایطی قرار گرفته‌ایم. حتی کسانی که تخصص توسعه رهبری کاری را به عهده دارند و در واقع مدرسان مهارت‌های خود هستند نیز گاهی اوقات با این مشکل مواجه می‌شوند و به جای اینکه با شرایط روبه‌رو شوند، از آن فرار می‌کنند. احساس دل‌پیچه، تپش قلب و کف دست‌های عرق کرده را بسیاری از افراد تجربه کرده‌اند، اما به یاد داشته باشید، تا زمانی که هیچ عکس‌عملی در مقابل آن نشان ندهید و از گفت‌وگوی موردنظر دوری کنید، نمی‌توانید شرایط را بهبود بخشید. برخی معتقدند که اگر از همان آغاز، اهمیت خاصی را متوجه طرف مقابل نکنیم، اصلاً خود را در این شرایط قرار نمی‌دهیم، اما اجتناب و دوری کردن از چنین برخوردهایی به مرور باعث بدتر شدن اوضاع می‌شود. زمانی که هیچ چاره‌ای جز روبه‌رو شدن با این مشکل نداشته باشیم، به جای اینکه مشکل را ارزیابی کرده و رابطه را تقویت کنیم، ریسک تخریب رابطه با طرف موردنظر را به جان می‌خریم.

اگر تعریف شما از مکالمه یا گفت‌وگوی دشوار، درخواست برای افزایش حقوق باشد، یا اینکه بخواهید به مشتریان خود «نه» بگویید و یا حتی ارائه بازخورد به همکار، در تمامی این شرایط می‌توانید از این ترفندها استفاده کنید و آن را به نفع خود تغییر دهید.

#### ۱. طرز فکر خود را عوض کنید

اگر مکالمه دشواری را پیش رو دارید، این احتمال وجود دارد که قبل از وقوع آن نیز احساس اضطراب و ناراحتی داشته باشید. پیشنهاد می‌کنیم که به جای این کار، آن را در چارچوب‌های مثبت‌تری قرار دهید. برای مثال، نباید فکر کنید که در حال ارائه بازخورد درباره عملکرد منفی طرف مقابل هستید؛ بلکه به این فکر کنید که یک مکالمه سازنده درباره توسعه و پیشرفت خواهید داشت. به رئیس خود «نه» نمی‌گویید، بلکه یک راه حل بهتر را ارائه می‌دهید. زمانی که این مکالمه‌ها را یک گفت‌وگوی عادی و روزانه بدانید، هیچ مشکلی به وجود نخواهد آمد.

#### ۲. از قبل آماده شوید

شاید این روش به نظر شما عادی و واضح به نظر برسد، اما مشکل اینجاست که نمی‌توان از احساسات چشم‌پوشی کرد. شما باید پیام خود را با آرامش و با روشنی هرچه تمام‌تر ارائه دهید؛ علاوه بر این، رفتار درستی را در مقابل عکس‌العمل او به نمایش بگذارید. به بیان دیگر، تحت هر رفتاری و با وجود هر رفتاری که ممکن است از طرف مقابل سر بزند، باید احساسات خود را کنترل کنید.

با یک حقیقت روبه‌رو شوید؛ اینکه بخواهید به کسی بگویید که رفتار یا عملکرد اشتباهی داشته و در مقابل نیز شخص موردنظر بدون هیچ رفتار اشتباه و با منطق کامل، اشتباه خود را بپذیرد، کار چندان دشواری نیست. هر دو نفر در این شرایط یک نفس راحتی می‌کشند و به کار خود ادامه می‌دهند.

مسئله چالش‌برانگیز این است که برای مثال، اگر طرف مقابل از روی صندلی خود بلند شده و با فریاد و الفاظ رکیک به مخالفت با شما برخیزد، چه باید کرد؟

گاهی اوقات، احساسات می‌توانند بهترین حالت ما را ابراز کنند، اما این در صورتی است که از قبل درباره آن آگاهی داشته و خود را برای آن آماده کنیم؛ بدین ترتیب از ریسک نیز اجتناب کرده‌اید. چند دقیقه‌ای را زمان بگذارید و به این فکر کنید که باید چه بگویید، نکاتی را یادداشت کنید و قبل از مکالمه با طرف مقابل، نکات کلیدی را مشخص کنید.

استراتژی که برای گفت‌وگوی خود در نظر می‌گیرید، باید انعطاف‌پذیر باشد و برخی از پاسخ‌های احتمالی را شامل شود. زبانی را انتخاب کنید که ساده‌تر، شفاف‌تر، مستقیم و طبیعی باشد.

#### ۳. زمان و محل مناسبی را برای گفت‌وگو انتخاب کنید

نباید فاصله زمانی میان یک رفتار اشتباه و ارائه بازخورد شما، زیاد شود؛ علاوه بر این، نباید عجله کنید. برای این کار تنها یک فرصت دارید؛ پس باید آن را به سمتی هدایت کنید که به نفع هر دو طرف باشد.

زمان مناسب به شدت آن بازخورد بستگی دارد. تا حد امکان، از زمانی که تخلف صورت گرفته، دور نشوید. هدف شما این است که مشکل را برطرف کنید، نه اینکه بخواهید درد بیشتری را به او اضافه کنید.

منظور از مکان مناسب، دفتر کار نیست؛ حتی می‌توانید در یک کافی‌شاپ ملاقات کنید و یا حتی در حین کار و در شرایطی که هیچ کارمند دیگری صدای شما را نمی‌شنود، این کار را انجام دهید.

اگر فکر می‌کنید که دفتر کار شما مکان مناسبی خواهد بود، پس همه چیز را به صورت غیررسمی برگزار کنید. خودتان را به جای طرف مقابل بگذارید. نشستن در پشت میز و روبه‌روی طرف مقابل، مناسب نیست؛ ترجیحاً کنار او بنشینید. میزی که بین شما قرار می‌گیرد، در واقع مساله را بیش از چیزی که هست نشان می‌دهد و احساس ناراحتی را در طرف مقابل ایجاد می‌کند.

#### ۴. کار را به تعویق نیندازید

چگونه می‌توان بر بی‌میلی بازگو کردن بازخورد و داشتن یک گفت‌وگوی دشوار غلبه کرد؟ جواب این است که باید با این مکالمه نیز همانطور رفتار کنید که در گفت‌وگوهای دیگر انجام می‌دهید. اگر این بازخورد را به عنوان یکی دیگر از مکالمه‌های روزمره خود بدانید، اتفاق خاصی نخواهد افتاد و نتیجه نامطلوبی حاصل نخواهد شد.

به بیان دیگر، تأکید بی‌مورد در آن جایی ندارد. اگر ارائه بازخورد را به صورت کاملاً طبیعی، عادی و غیررسمی انجام دهید، هیچ دشواری در بی‌نخواهد داشت. باید این مساله را به خاطر داشته باشید. برقراری ارتباط در واقع ابزاری است که از آن برای ارائه اطلاعات، توسعه و پیشرفت، تشویق و ترغیب کردن و دستیابی به هزاران چیز دیگر استفاده می‌کنید.

بازخوردهایی که به خوبی مدیریت می‌شوند، می‌توانند به ایجاد خلاقیت، ایجاد انگیزه در افراد و تشویق برای آموزش منجر شوند. وظیفه شما به عنوان مدیر این است که بتوانید گفت‌وگوهای دشوار را رهبری کرده، به شکلی که باعث رشد آنها شود و از تخریب آنها جلوگیری کنید.

منبع: Entrepreneur/ucan



## فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | ۱۳ بهمن ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۸۵ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳

آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

نوبت اول

## آگهی مزایده عمومی یک مرحله‌ای فروش یازده دستگاه خودرو گمرک ایران در سال ۱۳۹۸



گمرک جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد نسبت به فروش تعداد نه دستگاه خودرو اسقاطی متعلق به خود از طریق مزایده عمومی یک مرحله‌ای اقدام نماید. لذا از کلیه اشخاص حقوقی واجد شرایط (مراکز اسقاط مجاز) بر اساس شرایط مزایده دعوت می‌گردد جهت شرکت در این مزایده نسبت به انجام موارد ذیل اقدام نمایند:

۱- توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مزایده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت انجام می‌پذیرد. لازم است مزایده‌گران در صورت عدم عضویت در سامانه مذکور، نسبت به انجام مراحل لازم جهت عضویت و شرکت در مزایده اقدام نمایند. شماره تماس سامانه مذکور جهت انجام مراحل عضویت در سامانه ۴۱۹۳۲۴ و شماره تماس دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸.

۱-۱- مزایده یک مرحله‌ای با شماره ثبت ۰۳۰۰۴۰۰۰۰۳۰۰۰۰۰۳ سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شرح مشخصات ذیل:

ردیف	پلاک انومیل	نوع سیستم - تیپ - مدل	میزان تضمین (ریال)
۱	ایران ۱۹۹۶-۲۲ الف ۲۶۶	یزو ۲۰۶ مدل ۱۳۸۵	۱۰۰۰۰۰۰۰۰
۲	ایران ۲۲-۱۴۸ الف ۲۱	براید جی تی ایکس آی مدل ۱۳۸۵	۷۰۰۰۰۰۰۰۰
۳	ایران ۲۲-۲۲ الف ۳۲۲	براید جی تی ایکس آی مدل ۱۳۸۶	۸۰۰۰۰۰۰۰۰
۴	ایران ۲۲-۱۲ الف ۱۳	یزو GLX ۴۰۵ مدل ۱۳۸۲	۶۰۰۰۰۰۰۰۰
۵	ایران ۲۲-۲۲ الف ۶۴۳	وات-پیکان OHV ۱۶۰۰ مدل ۱۳۸۶	۳۰۵۰۰۰۰۰۰
۶	ایران ۲۲-۲۲ الف ۱۲۶۴	یزو ۲۰۶ مدل ۱۳۸۵	۹۰۰۰۰۰۰۰۰
۷	ایران ۲۲-۲۲ الف ۱۶۴۹	وات-پیکان OHV ۱۶۰۰ مدل ۱۳۸۶	۶۰۰۰۰۰۰۰۰
۸	ایران ۲۲-۱۴۷ الف ۲۱	براید جی تی ایکس آی مدل ۱۳۸۵	۵۰۰۰۰۰۰۰۰
۹	ایران ۲۲-۲۲ الف ۱۲۶۵	یزو ۲۰۶ مدل ۱۳۸۵	۷۰۰۰۰۰۰۰۰
۱۰	ایران ۲۲-۲۲ الف ۱۲۶۸	یزو ۲۰۶ مدل ۱۳۸۵	۷۰۰۰۰۰۰۰۰
۱۱	ایران ۲۲-۲۲ الف ۱۲۱۴	یزو GLX ۴۰۵ مدل ۱۳۸۲	۷۰۰۰۰۰۰۰۰

۲- نوع تضمین: شرکت در مزایده به صورت واریز وجه نقد به شماره حساب ۴۰۰۱۰۱۰۶۳۷۰۳۰۶ و ارائه فیش بانکی مربوطه.

۳- مهلت و مکان دریافت اسناد مزایده توسط مزایده‌گران: دریافت شرایط مزایده به صورت الکترونیکی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir و مهلت دریافت اسناد از تاریخ ۱۳۹۸/۱۱/۱۷ الی ۱۳۹۸/۱۱/۱۷ می‌باشد.

۴- مهلت و مکان تحویل پاکات پیشنهادات

۱-۴- مهلت ارائه پیشنهادات: روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۲۹ می‌باشد.

مزایده‌گران می‌بایست مدارک مربوطه را بر اساس شرایط مزایده به هر دو طریق ذیل ارسال نمایند:

۲- ارسال الکترونیکی پاکات پیشنهادات: از طریق بازگشایی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir

۳- ارسال فیزیکی پاکات پیشنهادات به نشانی: تهران، بالاتر از میدان ولیعصر، جنب کوچه ناصر، ساختمان مرکزی گمرک جمهوری اسلامی ایران، طبقه اول، اداره کل توسعه و تجهیز، اتاق ۱۰۹.

۵- زمان بازگشایی پاکات: روز ۱۳۹۸/۱۱/۳۰ خواهد بود.

مزایده‌گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس www.irica.gov.ir، سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir، و یا با شماره تلفن ۰۲۱-۸۲۹۹۲۱۲۰ تماس حاصل فرمایند.