

## مناقشه تعیین دستمزد

محمدرضا یوسفی  
استاد اقتصاد دانشگاه مفید

هر ساله تعیین دستمزد در شورای عالی کار با مشارکت دولت، نمایندگان کارگران و کارفرمایان مطرح می‌شود و پس از بحث‌های طولانی در نهایت به توافقی می‌رسند که بیشتر براساس چانه‌زنی و کدخدانمشی است. امسال کار این شورا سخت‌تر شد و مذاکرات حدود ۴۰ ساعت به طول انجامید. در نهایت نیز ۲۱درصد حقوق پایه افزایش یافت و این افزایش با لحاظ حق مسکن، حق اولاد و بن کارگری بین ۲۸ تا ۳۲درصد برآورد می‌شود، با این وجود نمایندگان کارگران حاضر به امضای این تفاهم‌نامه نشدند. آنان خواهان افزایش بیشتر دستمزد شده و درخواست حداقل حقوق ۳ میلیون و ۴۳۰ هزار تومان را دارند. این به معنای افزایش ۵۲درصدی حداقل دستمزد نسبت به سال ۹۸ است. سپس اعلام شد که ریاست محترم قوه قضائیه قصد ورود به این اختلاف را دارد و از ریاست سازمان بازرسی کل کشور خواسته به این مسئله رسیدگی و حداکثر ظرف یک هفته گزارش دهد.

ادامه در همین صفحه

### ادامه از همین صفحه

❖ دلایل تعیین حداقل دستمزد

ممکن است این سوال مطرح شود که چرا در اغلب کشورهای توسعه‌یافته که دارای نظام سرمایه‌داری بوده‌از منطق اقتصاد بازار پیروی می‌کنند، قانون تعیین حداقل دستمزد جریان دارد؟ شاید جالب باشد که اولین قانون تعیین حداقل دستمزد در انگلستان به سال ۱۳۸۹ میلادی وضع شد، اما در عمل پایدینی زیادی به این قانون وجود نداشت.

پس از انقلاب صنعتی، هجوم نیروی کار از مزارع به سوی کارخانه‌ها شروع شد. گستره تجارت و حمایت فکری از تفکر نفع‌طلبی به همراه افول ارزش‌های اخلاقی پس از رنسانس موجب شد تا نفع شخصی به شکل مادی آن تنها دغدغه تاجار و صنعتگران باشد. در قرن هجدهم و نوزدهم وضع به گونه‌ای بود که کارگران تا ۱۷ ساعت در روز کار می‌کردند. زنان و کودکان هم به کار گماشته می‌شدند، اما نتیجه این‌همه زحمت کفاف حداقل زندگی را نداشت. ژان بابتست سی می‌گوید کارگری که ۱۷ ساعت کار می‌کند نصف تا سه چهارم نیازهای زندگی‌اش را تأمین می‌کند بنابراین با وجود کار طاقت‌فرسا، ولی نتیجه فقر شدید بود. کتاب «ظهور و سقوط لیبرالیسم» نوشته آنتونی آربلاستر، شواهد بسیار تلخی از زندگی انبوه توده‌هایی که با تمامی وجود کار می‌کردند، اما زندگی‌شان بسیار سخت می‌گذشت، این می‌کند. جالب اینکه کلاسیک‌ها در آن دوران با توجهی اقتصادی و حتی اخلاقی از این وضعیت حمایت می‌کرد.

نتیجه این وضعیت برنج، پیدایش منتقدانی مانند سیمونندی، سن سیمونیان، پرودن و در نهایت مارکس و پیروانش بودند و از سویی نارضایتی کارگرانی که در لای چرخ پیشرفت و توسعه نظام سرمایه‌داری له می‌شدند.

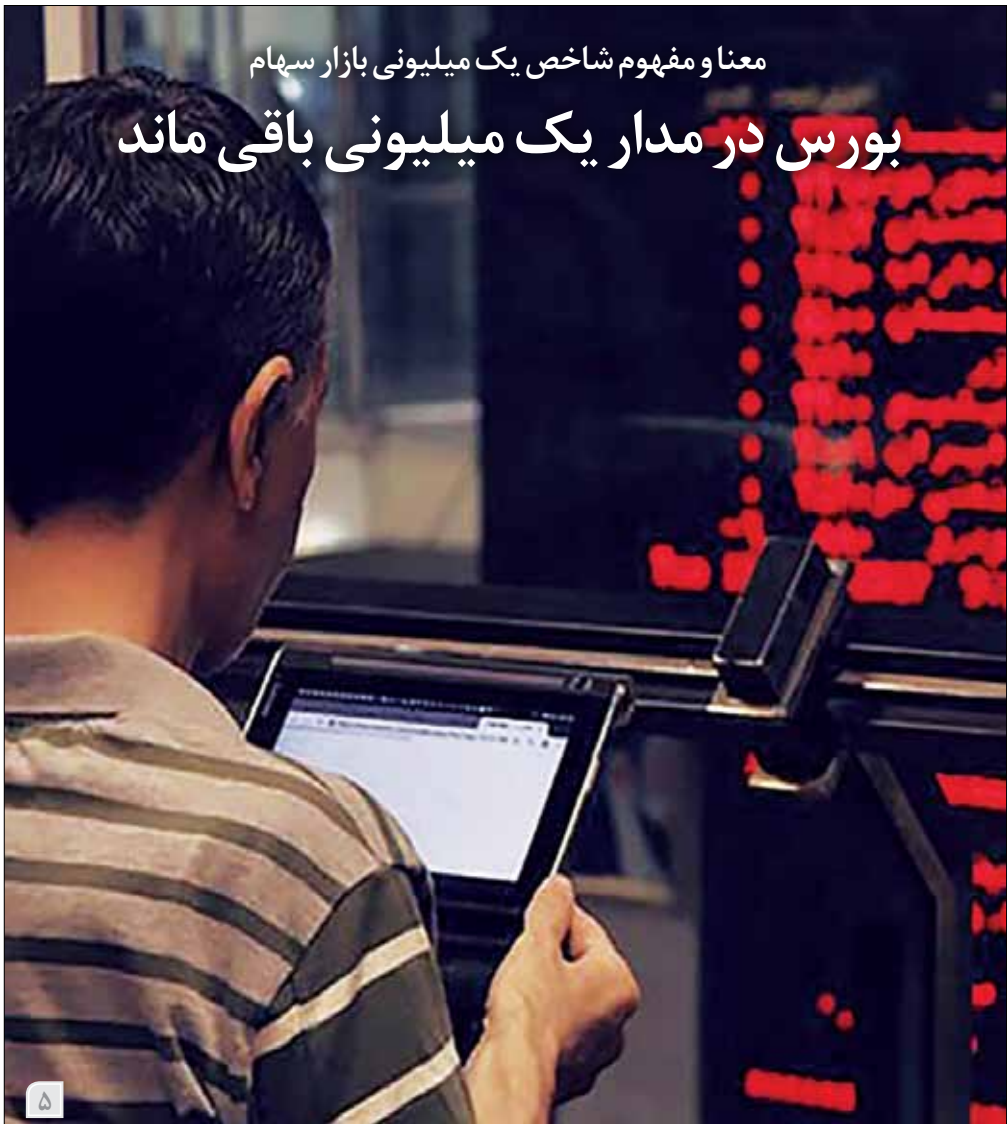
اما چرا این نارضایتی‌ها به جایی نمی‌رسید؟ چند علت برای آن وجود داشت. اول حاکمیت منطق اقتصاد کلاسیک مبنی بر آزادی اقتصادی، همراهی دولت‌ها با این تفکر و استفاده از دستاوردهای مادی آن و بالاخره منافع صاحبان بنگاه‌ها، اما نکته مهمی که در اینجا نادیده گرفته می‌شد این بود که اصل آزادی قراردادهای امری ظاهری بود، چون تعداد بنگاه‌ها به ویژه بنگاه‌های بزرگ زیاد نبود امکان توافق بر سر دستمزد وجود داشت لذا قیمت واحد پیشنهاد می‌شد، اما کارگران اولا تعدادشان بسیار زیاد بود که امکان توافق را از آنها سلب می‌کرد و ثابا به دلیل نیاز شدید، هر دستمزد پیشنهادی را مجبور بودند بپذیرند. در این شرایط طبیعی است که استثمار به شکل فجیعی رخ می‌داد. نتیجه استثمار شدید نیز شورش‌های گاه و بیگاه بود تا اینکه در اعتراض کارگران ۹۰ هزار کارخانجات آمریکا در ۱۸۸۶ تعدادی در خیابان کشته، تعدادی اعدام و تعداد زیادی هم مجروح شدند. اتفاق یادشده و گستره احزاب کمونیستی و سوسیالیستی، نظام سرمایه‌داری را متقاعد کرد تا برای حفظ خویش دست به اصلاحاتی بزند، که از جمله آنها تعیین حداقل دستمزد‌ها بود.

اگر امروزه بخواهیم از این قانون حمایت کنیم، شاید مهم‌ترین دلیل آن، این باشد که کارفرمایان توانایی تحمیل نظر خود را دارند، اما کارگران به دلیل تعداد انبوه، فقدان نفوذ در حاکمیت، نداشتن قدرت زبانی دفاع منطقی و مستدل از خود و فقدان تحمل مالی جهت تداوم اعتراضاتی از قبیل اعتصابات و... باید پذیرای شرایط تحمیلی باشند و در نتیجه استثمار رخ می‌دهد و اینجاست که باید حاکمیت برای جلوگیری پدیده استثمار طبقه کارگر، قانونی در حمایت آنان وضع کند.

از سوی دیگر صرف نظر از دلایل یادشده، برای حاکمیت دلایل دیگری نیز می‌تواند طرح شود. یکی از آنها رابطه فقر و آسیب‌های اجتماعی است. گستره افراد معتاد، دائم‌الخمر، روسپیگری، کودکان کار، قاچاق انسان و سایر بزهکاری‌ها برای جامعه خطرناک است و بار مالی زیادی بر دولت‌ها تحمیل می‌کند. همچنین سرمایه اجتماعی را تضعیف کرده و تضاد منافع به شکل ایجاد خلل در رشد اقتصادی خود را نشان خواهد داد. نتیجه سخن این است که با توجه به دلایل گفته‌شده مصالح ملی اقتضا می‌کند تا تعیین دستمزد‌ها را به منطق اقتصاد بازار نسپرد و دولت به عنوان نماینده جامعه در راستای منافع ملی در این امر ورود کند.

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



معنا و مفهوم شاخص یک میلیونی بازار سهام

## بورس در مدار یک میلیونی باقی ماند

قیمت سکه با گذشت کمتر از یک ماه از بازگشایی بازار به آستانه ۷ میلیون تومان رسید

# تحولات سکه و طلا در سال ۹۹

فرصت امروز: با گذشت ۲۰ روز از بازگشایی بازار سکه از اول اردیبهشت ماه، قیمت سکه امامی با همان سکه طرح جدید کمتر از ۱۰۰ هزار تومان تا مرز ۷ میلیون فاصله دارد و این در حالی است که سکه تاکنون چنین سیر قیمتی را در تاریخ معاملات خود تجربه نکرده بود. در همین حال، آخرین گزارش‌ها از بازار سکه و طلا نشان می‌دهد که دیروز قیمت همه قطعات سکه در بازار افزایش یافت و سکه امامی با ۸۱ هزار تومان افزایش قیمت به ۶ میلیون و ۹۴۲ هزار تومان رسید. همچنین قیمت نیم سکه با رشد ۵۰ هزار تومانی از مرز ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان عبور کرد و قیمت هر قطعه ربع سکه هم به ۳۰ هزار تومان رشد به یک...

۴

مجلس بار دیگر با تشکیل وزارت بازرگانی مخالفت کرد

## ماجرای دنباله‌دار یک تفکیک و ادغام

۳

### مدیریت و کسب‌وکار



ضرر ۹/۲ میلیارد دلاری اوבר در ۳ماهه اول سال ۲۰۲۰

- ۱۹گام تقویت خلاقیت
- سئو محتوا با ۶ اقدام طلایی
- چالش‌های بازاریابی و تبلیغات برای کسب و کارهای آنلاین
- بازاریابی ویدیویی در شبکه‌های اجتماعی، چالش‌ها و راهکارها
- اقدام گوگل برای مدیریت یکپارچه اپ‌های پیام‌رسان
- اهمیت و حساسیت ارزیابی الگوهای رفتاری شرکت‌های طرف معامله

۸ تا ۱۶

## مناقشه تعیین دستمزد

### بررسی دیدگاه منتقدان تعیین دستمزد

دو گروه با ورود دولت جهت چانه‌زنی بر دستمزد‌ها و تعیین آن مخالف بودند. گروه نخست معتقدان سرسخت آزادی در همه بازارها از جمله بازار کار بودند به اعتقاد آنان، تعیین دستمزد موجب افزایش نرخ بیکاری در جامعه خواهد شد، زیرا کارفرمایان سعی خواهند کرد با استفاده از روش‌های سرمایه‌بر، نیروی کار کمتری را استخدام کنند. همچنین تحمیل پرداخت دستمزد‌های بالاتر از نرخ بازار موجب شکل‌گیری بازارهای غیررسمی خواهد شد و در نتیجه این قانون به نفع نیروی کار شاغل و به زیان افراد جویای کار است. سوم اینکه انگیزه برون‌سپاری بنگاه‌ها افزایش یافته و از این طریق بنگاه‌ها نیروی کار خود را کاهش می‌دهند. زیان بعدی انعکاس افزایش دستمزد‌ها بر قیمت تمام شده است که موجب افزایش سطح عمومی قیمت‌ها و به تعبیری تورم خواهد شد. گروه دوم نیز صاحبان بنگاه‌ها بودند که از فضای آزادی قراردادهای حداکثر استفاده را می‌کردند، ولی در این شرایط منافع زیادی را از دست می‌دادند.

دیدگاه فوق چیزی نیست جز تداوم روند استثمار نیروی کار. منظور از استثمار، پرداخت دستمزد کمتر از بهروری نیروی کار است بنابراین اگر مکتبیزم بازار در اینجا بخواهد کار کند می‌تواند منجر به استثمار شود، در شرایطی که عرضه نیروی کار به دلیل عواملی چون رشد جمعیت افزایش می‌یابد و این زمینه شکل می‌گیرد. بازار کار، یک بازار انسانی است و معنای اجازه دادن به مکتبیزم بازار یعنی یک شخص از صبح تا شام کار کند و در نهایت شرمند خانواده شود و به دنبالش آسیب‌های اجتماعی رخ دهد. با توجه به ماهیت عرضه نیروی کار انسان در این بازار و به تعبیر غیرزبانی خرید و فروش زمانی انسان در این بازار و پیامدهای اجتماعی ناشی از آن، می‌توان اینجا را نیز از موارد ضرورت دخالت دولت دانست و یا به عبارتی از موارد شکست بازار قلمداد کرد. شکست بازار به دلیل تبعات انسانی آن منظور است.

از منظر دینی نیز اگر بازار به گونه‌ای شکل گیرد که قیمت به یک طرف انحراف شود دولت باید دخالت کند. این نکته در نامه امیرالمومنین به مالک‌اشتر وارد شده است. همچنین در آیات متعددی از قرآن کریم بر مبادلات عادلانه تاکید شده است. کم‌روشی و ارزش‌گذاری پایین بر کالاها و خدمات از مصادیق مبادلات غیرعادلانه است و مکتبیزم بازار می‌تواند منجر به انحراف در بازار کار شود.

نکته مهم، شناخت معیار انحراف است. معیار انحراف چیست؟ به نظر می‌رسد معیار، عدم تناسب معنادار دستمزد با بهره‌وری نیروی کار است. اگر توافقات دو طرف در بازار کار حول این تناسب در نوسان بود، ایرادی ندارد، اما اگر از نظر عرف انحراف معنادار شد و به تعبیری قیمت بازار از قیمت متناسب با بهره‌وری نیروی کار فاصله زیادی پیدا کرد، دولت ورود خواهد کرد.

❖ بررسی دلایل بنیانی نزاع کارگر و کارفرما

براساس ماده ۴۱ قانون کار، همه ساله شورای عالی کار میزان حداقل مزد کارگران را با لحاظ دو ویژگی تعیین می‌کند: ویژگی نخست، تناسب با نرخ تورم اعلامی بانک مرکزی است و ویژگی دوم، تأمین زندگی یک خانواده متوسط است که بعدها از تغییر به سبب معیشتی شد. این مزد بدون لحاظ مشخصات و کیفیت جسمی و روحی نیروی کار و وظیفه‌ای است که برعهده او گذارده شده است. براساس این قانون، سبب معیشت در سال جاری، ۴ میلیون و ۹۴۰ هزار تومان تعیین شده است و البته تورم اعلامی توسط بانک مرکزی نیز ۴۱درصد است. کارگران بر اجرای این قانون تاکید دارند و مطالبه آنان قانونی است. با این وجود آنان با درک شرایط جامعه خواستار حداقل دستمزد ۳ میلیون و ۴۳۰ هزار تومانی شدند که از سبب معیشتی بسیار پایین‌تر است و از طرفی نسبت به حداقل دستمزد در سال قبل یعنی ۲ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان نیز رشد ۵۲درصدی کرده است، اما همین رقم به مراتب از سبب معیشتی خانوارهای کارگری بسیار پایین‌تر بوده و اگر توجه به ۱۴ میلیون خانوار کارگری و به تعبیری حدود ۴۵ میلیون نفر از جمعیت کشور داشته باشیم باید نتیجه گرفت که درآمد درصد بالایی از جمعیت کشور، کفاف یک زندگی شرافتمندانه را نمی‌دهد.

از سویی کارفرمایان معتقدند که رشد اقتصادی سال‌های ۹۷ تا پایان آذر ۹۸ بنا به آمار رسمی به ترتیب منفی ۴.۹ و ۷.۶درصد و در مجموع، منفی ۱۲.۵درصد بوده است. فشار تحریم و اخیرا کرونا و تداوم آن منجر به ورشکستگی بنگاه‌های کوچک و متوسط و کاهش ظرفیت تولیدی شده و طبیعی است که کارفرما توان پرداخت این مبلغ را ندارد. البته بنگاه‌های بزرگ و خصوصی با این قانون مشکلی ندارند، زیرا آنان توان افزایش قیمت و تحمیل بار آن به مردم را دارند و همچنین برخی از آنان از رانت‌هایی بهره می‌برند، ولی بنگاه‌های کوچک که بالغ بر ۹۲درصد بنگاه‌های کشور هستند و بنگاه‌های خصوصی واقعی هستند و از سوی دیگر توان بالایی نیز نداشته و نه از رانت بهره‌ای دارند و نه توان تحمیل این هزینه را بر قیمت محصول دارند، آنان نیز به مانند کارگران از این شرایط زیان می‌بینند.

در نتیجه عملا نیروی کار و کارفرما در مقابل هم ایستاده‌اند و به ظاهر تضاد منافع دارند، در حالی که هر دو قربانی شرایط تحمیل‌شده هستند که هیچ‌کدام در آن نقشی ندارند. این رودرویی کارگر و کارفرما می‌تواند منجر به دشمنی‌های درون بنگاه شده و مانعی در برابر موفقیت بنگاه‌ها باشد. نیروی کار احساس می‌کند کارفرما حق قانونی وی را نمی‌دهد و بهره‌وری وی کاهش می‌یابد.

این وضعیت امروز ماست. ضلع سوم شورای کارگری، دولت به عنوان نماد حاکمیت است. دولت در اینجا عملا نقش میانجی را دارد و سعی می‌کند با ریش سفیدی توافق بر دستمزدی را ایجاد کند و بیش از این رسالت و وظیفه‌ای برای خود نمی‌بیند، در حالی که مسئول مستقیم متغیرهای کلان اعم از تورم، بیکاری و رشد، دولت است. طبیعی است روابط خارجی ما نیز در این امر نقش تعیین‌کننده دارند. کدام‌یک از کشورهای همسایه نرخ تورم ۴۱درصد داشته و نرخ رشد منفی ۷.۶درصد؟ آیا این امر به خاطر کارفرمایان است که باید آن را اجران کنند؟ یا اینکه این به عملکرد دولت برمی‌گردد. به واقع کارفرما و کارگر هر دو قربانی شرایط تحمیلی هستند، لذا انصاف اقتضا می‌کند که حال که قانون کار وجود دارد و ادعای کارگران قانونی است و کارفرمایان نیز در تنگنا قرار دارند، دولت به ملاحظات مختلف از نقش ریش سفیدی خارج شده و بخشی از فشار بر کارفرما را بپذیرد. دولت می‌تواند به بنگاه‌های کوچک تخفیف مالیاتی، تخفیف گرمی و تخفیف بیمه‌ای دهد تا به گونه‌ای تفاهم میان کارگر و کارفرما حاصل شده و دو قربانی شرایط تحمیلی ناخواسته مقابل هم قرار نگیرند. به علاوه اینکه تولید در اقتصاد ایران یک جهاد

است در شرایطی که بازدهی بازار سرمایه در سال قبل ۱۸۰درصد بوده و در همین دو ماه امسال بالای ۶۰درصد بازدهی داشته، فشار بیشتر بر تولیدکنندگان در اقتصاد دلالتی ایران، گرایش به تعطیلی بنگاه‌ها و صرف وجوه به دلالتی را تشویق می‌کند.

### لزوم اصلاح قانون کار براساس عدالت و تولیدمحوری

از زمان طرح و تصویب قانون کار تاکنون، اختلاف نظره‌ای اقتصادی و فقهی در باره آن وجود داشته و دارد، اما از زاویه عدالت‌محوری و تولیدگرایی نیز این قانون قابل بررسی است. این قانون فاقد نگاه عدالت‌خواهانه بوده و بر یک فرض غلط و در فضایی شعاری بنا نهاده شده است. فرض غلط نگاه استثمارگر به کارفرما و نگاه استثمارشده به نیروی کار است. نگاهی که در پیش و اوایل انقلاب شایع بود. در حالی که ۹۲درصد بنگاه‌های کشور را بنگاه‌های کوچک تشکیل داده که فاقد ویژگی یادشده است.

توضیح اینکه پرداخت دستمزد‌ها باید براساس بهره‌وری نیروی کار صورت گیرد تا عدالت مبادله‌ای شکل گیرد. در حالی که ماده ۴۱ قانون کار صراحتا این رابطه را نفی می‌کند. براساس این ماده، برمبنای تورم اعلام‌شده از سوی بانک مرکزی و بدون توجه به مشخصات جسمی و روحی کارگران و ویژگی‌های کار محوله، مزد به گونه‌ای باید تعیین شود که زندگی کارگر را تأمین کند.

در این ماده حداقل از دو جهت عدالت زیر پا گذارده شده است: اول اینکه روشن است که بخش مهمی از تورم تحمیل شده، به دلیل عوامل سیاسی و سیاستی دولت است. حال پرسش این است که چرا باید زیان وارده ناشی از عملکرد دولت را کارفرما پرداخت کند؟ طبیعی است که دولت، مسئول کاهش قدرت خرید کارگران است و این استاندارد نظر کارشناسان موجه است لذا دولت ضامن خواهد بود و باید جبران کند، در حالی که براساس قانون کار دولت تنها نقش میانجی و ناظر را برعهده داشته و بار مالی را بر کارفرما تحمیل می‌کند. دومین جنبه بی‌عدالتی، عدم تناسب بهره‌وری نیروی کار و مزد است. هر مبادله باید عادلانه باشد. این نکته در بازار کار نیز جاری باید باشد. اگر در شرایط آزادی کامل قراردادهای خطر استثمار نیروی کار جدی بوده و دولت باید ورود می‌کرد، اما الان دولت در این قراردادهای نیز معیارهای عادلانه را برای تعیین دستمزد تعیین نکرده است. نتیجه این وضعیت، تعدیل نیروی کار از سوی کارفرمایان و حدود ۸ تا ۱۰ میلیون نیروی کار غیررسمی در کشور است.

ادامه در صفحه ۳

جمهوری اسلامی ایران  
وزارت نیرو

## آگهی دعوت به همکاری

**وزارت نیرو، در راستای راهبرد شایسته‌گزینی در دولت دوازدهم و ایجاد فرصت‌های برابر برای همه افراد دارای صلاحیت‌های عمومی و تخصصی خدمت‌گزاری، از متخصصین داوطلب واجد شرایط برای همکاری درسمت‌های زیر دعوت به اعلام آمادگی می‌نماید:**

**۱- مدیر عامل شرکت آب منطقه ای لرستان**

**۲- مدیر عامل شرکت آب منطقه ای چهارمحال و بختیاری**

**۳- مدیر عامل شرکت آب منطقه ای کهگیلویه و بویراحمد**

**برای کسب اطلاع از شرایط احراز و وظایف مربوطه و همچنین تکمیل فرم درخواست، لطفاً از تاریخ ۹۹/۲/۲۰ لغایت ۹۹/۲/۲۷ به آدرس [www.moe.gov.ir](http://www.moe.gov.ir) مراجعه فرمائید.**

**م.الف: ۴۲۷**

وزارت نیرو



دولت چگونه می‌تواند به «جهش تولید» کمک کند؟

#### نقشه راه «جهش تولید» از نگاه اقتصاددانان

سال ۱۳۹۹ با نام «جهش تولید» شناسنامه‌دار شده است. برای تحقق این شعار که از سوی رهبر انقلاب برگزیده شده، الزامات و زیرساخت‌هایی نیاز است که تنوع آنها در سطحی خُرد به گستره تمام بخش‌ها و نهادهای اقتصادی کشور است. اما آنچه اهمیت دارد، محورهای کلانی است که همه اینها را تحت یک گفتمان به اجماع برساند؛ گفتمانی که بعد عینی‌تر آن می‌تواند به یک استراتژی صنعتی بینجامد.

به گزارش ایستنا، تحقق «جهش تولید» از نظر اقتصاددانان به الزاماتی همچون هدایت نقدینگی به سمت تولید و صادرات، افزایش تولیدات دانش‌بنیان، اصلاح قوانین مالیاتی و گمرکی به نفع تولیدکنندگان، حذف دلار ۴۲۰۰ تومانی از ساختار اقتصادی کشور و... احتیاج دارد که به اعتقاد آنها ابتدا باید تولید آسیب‌شناسی شود و سپس برنامه و استراتژی مشخصی برای جهش تولید تعیین شود.

از نظر کارشناسان، ابتدا برای تحقق شعار امسال باید یک برنامه و استراتژی معینی در نظر گرفته شود که طبق آن برای رسیدن به جهش تولید حرکت کنیم و اولین گام این برنامه، شناسایی موانع برای رسیدن به این امر و رفع آنهاست که لیست بلندی از این موانع مطرح کردند.

##### جهش تولید به چه چیزهایی نیاز دارد؟

نرخ بیکاری و تورم بالا، نوسانات نرخ ارز، تحریم‌های شدید اقتصادی، رشد اقتصادی و تولید ناخالص داخلی منفی از جمله و بخشی از موانع جهش تولید برای تحقق هستند و به گفته بهنام ملکی کارشناس اقتصادی، حمایت از جهش تولید به یک آسیب‌شناسی منصفانه نیاز دارد تا در پی آن مشخص شود، تولید در کجا ضعف دارد.

علاوه بر رف موانع جهش تولید، کارشناسان اقتصادی معتقد هستند که شعار امسال به یکسری از اقدامات و الزامات نیاز دارد که هدایت نقدینگی به سمت تولید و صادرات، افزایش تولیدات دانش‌بنیان، اصلاح قوانین مالیاتی و گمرکی به نفع تولیدکنندگان، حذف دلار ۴۲۰۰ تومانی از ساختار اقتصادی کشور تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری، ایجاد انعطاف در اقتصاد، جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی، ارتقای عوامل تولید و مولدسازی فعالیت‌های اقتصادی از جمله این موارد است. در این زمینه، علی مزیکی معتقد است که دولت باید نقش انعطاف‌پذیری در اقتصاد را در راستای جهش تولید ایفا کند و اگر برای بخش خصوصی انگیزه‌های بلندمدت ایجاد شود؛ به نحوی که برنامه‌ریزی‌های بلندمدت برای تولید و سرمایه‌گذاری انجام دهند، می‌توان به تحقق جهش تولید امیدوار بود. مرتضی عزتی نیز می‌گوید: اگر بتوانیم سرمایه زیادی را برای اقتصاد فراهم کنیم، اصلی‌ترین عامل جهش تولید را فراهم کرده‌ایم و دومین عامل موثر در این زمینه، نیروی انسانی مناسب است که تقریباً کشور نیروی انسانی مناسب را دارد. همچنین یکی دیگر از ابعاد مهم جهش تولید، مقایسه آن با رونق تولید و اینکه در سال گذشته به این مهم دست یافته‌ایم یا خیر که طبق اعتقاد اکثر کارشناسان در سال گذشته رونق تولید به معنای واقعی کلمه رخ نداده و راه زیادی برای رسیدن به جهش تولید وجود دارد. از آنجا که سال گذشته به رونق تولید نام‌گذاری شده بود، این سوال پیش آمد که تفاوت آن با جهش تولید چیست و با جهش تولید چه تغییراتی برای تولید ایجاد می‌شود که به اعتقاد یک کارشناس اقتصادی\_کمیل طیبی این دو مفهوم تفاوت ماهوی اقتصادی ندارند، زیرا ارزش‌های یکسانی همچون سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال، بهبود محیط کسب‌وکار و... دارند. رونق تولید یا جهش تولید به معنای ایجاد ظرفیت‌های جدید برای تولید، کسب درآمد، سرمایه‌گذاری، اشتغال و... است اما اگر مراحل توسعه در این دو مفهوم را مقایسه کنیم، در رونق تولید باید به تولید انبوه برسیم درحالی که در جهش تولید باید گام‌های بلندتری در ظرفیت‌های اقتصادی برداشته شود تا جهش صورت بگیرد.

##### وظیفه دولت در سال «جهش تولید» چیست؟

در این بین، نقش دولت و بخش خصوصی نیز از دیگر موضوعات مطرح شده در تحقق جهش تولید است که دولت باید نقش حمایت‌کننده و انگیزدهنده را برای تولیدکنندگان و فعالان بخش خصوصی بازی کند تا با ایجاد محیط امن و اطمینان‌بخش برای سرمایه‌گذاری آنها و با تزریق سرمایه بتواند در این زمینه تاثیرگذار باشد. کمیل طیبی معتقد است که بخش خصوصی باید بازوی فعالیت‌های اقتصادی باشد، زیرا این بخش می‌تواند انگیزه لازم برای سرمایه‌گذاری را ایجاد کند که دولت در این زمینه باید با تسهیلات، تشویق و حمایت، انگیزه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری را ایجاد کند. به گفته او، دولت از طریق سیاست‌هایی همچون تامین منابع مالی، ایجاد انگیزه برای سرمایه‌گذاری، تعدیل محیط کسب‌وکار، اصلاح قانون کار می‌تواند در تقویت نقش بخش خصوصی در اقتصاد و جهش تولید نقش داشته باشد.

بنابراین، از آنجا که تولید موتور محرکه اقتصاد است و روشن شدن این موتور و حرکت آن با سرعت زیاد به سمت افزایش تولیدات، نقش بسیار مهمی در اقتصاد و معیشت مردم دارد که از تولیدکنندگان گرفته تا دولت باید به وسیله ارتقای کیفیت محصولات و تزریق سرمایه و حمایت از تولیدات داخلی موتور اقتصاد را روشن نگه دارند تا جهش تولید عملیاتی شود.

حسین سلاح‌ورزی نیز اعتقاد دارد: به‌منظور تحقق شعار جهش تولید لازم است که هر دو سمت عرضه و تقاضا را با هم مورد توجه قرار دهیم. مثلاً برای سمت عرضه نیازمند تقویت و کارا کردن زنجیره‌های تولید ارزش هستیم که برای رسیدن به آن لازم است نهضت مقررات‌زایی را پیش ببریم.

نایب رئیس اتاق ایران در این رابطه گفت: تحقق جهش تولید نیازمند مجموعه‌ای از پیش‌شرط‌ها است که شاید اصلی‌ترین آنها وجود یک استراتژی صنعتی مدون و مؤثر است. ما در ایران هنوز نتوانسته‌ایم به توافقی برسیم و نقشه راهی ترسیم کنیم که متناسب با این استراتژی، سیاست‌های اقتصادی کشور را پیش ببریم. وقتی می‌گوییم جهش تولید بحث بر سر این است که در اقتصاد ارزش‌های جدیدی ایجاد کنیم و با همین منابع و امکانات موجود بهره‌وری بیشتری داشته باشیم و ارزش مازادی را تولید کنیم؛ به عبارت دیگر یعنی توجه دقیق به مفهوم بهره‌وری.

سه‌م ۵۴درصدی کشورهای در حال توسعه از سرمایه‌های خارجی

# پول خارجی‌ها کجا می‌رود؟



۶۴ میلیارد دلار سرمایه خارجی توانست جایگاه ششم را از آن خود کند. برزیل در جایگاه هفتم و استرالیا در جایگاه هشتم قرار داشت و اسپانیا و هند توانستند جایگاه نهم و دهم را از آن خود بکنند.

در میان ۲۰ کشور بزرگی که بیشترین سرمایه‌های خارجی را جذب کردند، بریتانیا بالاترین افت ورود سرمایه‌ها از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۸ را تجربه کرد. این کشور در سال ۲۰۱۷ توانسته بود ۱۰۱ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کند ولی در سال ۲۰۱۸ تنها ۶۴ میلیارد دلار سرمایه جذب کرد. از طرف دیگر بالاترین میزان رشد سرمایه‌گذاری خارجی هم در اسپانیا مشاهده شده است که برابر با ۲۳ میلیارد دلار است. بالاترین افت جایگاه از نظر جذب سرمایه‌های خارجی در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال قبل از آن در ایتالیا مشاهده شد. این کشور در سال ۲۰۱۷ ۲۲ میلیارد دلار سرمایه خارجی جایگاه ششم دنیا را داشت ولی در سال ۲۰۱۸ با جذب ۲۴ میلیارد دلار به جایگاه ۱۵ رسید.

##### بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاران از کدام کشورها هستند؟

در سال ۲۰۱۸ سرمایه‌گذاری خارجی کشورهای صنعتی در دیگر کشورهای دنیا با ۴۰درصد کاهش به ۵۵۸ میلیارد دلار رسید و سهم این منطقه در کل سرمایه‌گذاری خارجی در دنیا را به ۵۵درصد رسانید. این پایین‌ترین سهمی است که تاکنون کشورهای صنعتی در عرصه سرمایه‌گذاری در دنیا داشته‌اند. در این سال آمریکا دیگر در میان ۲۰ کشور بزرگ سرمایه‌گذار در بازارهای خارجی جایگاهی نداشت. ولی سرمایه‌گذاری انجام‌شده توسط کشورهای اروپایی در دیگر کشورهای دنیا ۱۱درصد رشد کرد و به مرز ۴۱۸ میلیارد دلار رسید. فرانسه سومین کشور بزرگ سرمایه‌گذار در دنیا بود که توانست بالغ بر ۱۰۰ میلیارد دلار در دیگر کشورها سرمایه‌گذاری کند.

سرمایه‌گذاری انجام شده توسط کشورهای در حال توسعه در دیگر کشورها هم در سال ۲۰۱۸ با کاهش ۱۰درصدی همراه بود و به مرز ۴۱۷ میلیارد دلار رسید. سرمایه‌گذاری خارجی انجام‌شده توسط کشورهای در حال توسعه قاره آسیا در این سال با ۳درصد کاهش به ۴۰۱ میلیارد دلار رسید و سرمایه‌گذاری انجام شده توسط کشورهای آمریکای لاتین و کارائیب با بیش از ۱۴درصد کاهش همراه بود. سرمایه‌گذاری خارجی چین در دیگر کشورها برای دومین سال متوالی کاهش یافت.

در این سال ژاپن بیشترین سرمایه‌گذاری در دیگر کشورها را انجام داد که رقمی معادل ۱۴۳ میلیارد دلار بود. سرمایه‌گذاری ژاپن در دیگر کشورها نسبت به سال قبل از آن با ۱۷ میلیارد دلار کاهش همراه بود. چین هم با سرمایه‌گذاری ۱۳۰ میلیارد دلاری در دیگر کشورهای دنیا جایگاه دوم را به خود اختصاص داد ولی جریان خروج سرمایه از این کشور ۲۸ میلیارد دلار کمتر از سال ۲۰۱۷ بود.

فرانسه رشد ۶۱ میلیارد دلاری سرمایه‌گذاری خارجی در دیگر کشورها را تجربه کرد و توانست بالغ بر ۱۰۲ میلیارد دلار در کشورهای خارجی سرمایه‌گذاری کند. سرمایه‌گذاری خارجی انجام‌شده توسط این کشور در سال ۲۰۱۷ تنها برابر با ۴۱ میلیارد دلار بود. در این رده‌بندی هنگ‌کنگ به عنوان چهارمین سرمایه‌گذار خارجی معرفی شد و کشورهای آلمان و هلند و کانادا و بریتانیا در رده‌های بعدی قرار گرفتند.

در میان ۲۰ کشوری که بیشترین سرمایه‌گذاری را در دیگر کشورهای دنیا انجام داده بودند هشت کشور در دسته کشورهای در حال توسعه با بازارهای در حال گذار بودند در حالی که ۱۲ کشور در دسته کشورهای توسعه‌یافته جای گرفته بودند. در پایان باید گفت بر طبق اطلاعات جمع‌آوری‌شده از وضعیت اقتصادی دنیا در سال ۲۰۱۹ میلادی، در این سال جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در دنیا با رشد همراه بوده است و پیش‌بینی می‌شود این وضعیت در سال ۲۰۲۰ هم ادامه داشته باشد.

که خروج سرمایه‌ها از این کشور بیشتر از سرمایه‌گذاری خارجی انجام‌شده در این سرزمین‌ها بوده است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بریتانیا با ۳۶ درصد کاهش نسبت به سال قبل از آن به مرز ۶۴ میلیارد دلار رسید که دلیل آن برگزیت و حواشی آن است. نگرانی در مورد افت اقتصادی این منطقه به دنبال خارج شدن از اتحادیه اروپا به خصوص اگر توافق جایگزینی برای تداوم تجارت با قاره سبز وجود نداشته باشد باعث شد تا سرمایه‌گذاران در مورد حضور در بازار این کشور با احتیاط بیشتر عمل کنند.

##### سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای در حال توسعه

در سال ۲۰۱۸ جریان سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای در حال توسعه دنیا نسبت به سال قبل از آن با رشد ۲ درصدی همراه بود که دلیل آن رشد نسبی اقتصادی در این کشورها و کاهش سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای صنعتی عنوان شده است. در نتیجه این تحولات بود که سهم کشورهای در حال توسعه دنیا در برخورداری از جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ۵۴ درصد رسید و رکودی بی‌سابقه را در تاریخ ثبت کرد. در این سال شماری از کشورهای در حال توسعه دنیا در میان ۲۰ مقصد اصلی سرمایه‌گذاری خارجی جای گرفتند. از جمله این کشورها می‌توان به چین اشاره کرد که در سال ۲۰۱۸ دومین مقصد سرمایه‌های خارجی بود. در این سال جریان ورود سرمایه‌های خارجی به این کشور پهناور آسیایی برابر با ۱۳۹ میلیارد دلار بود که نسبت به سال قبل از آن با افزایش ۵ میلیارد دلاری همراه بوده است. هنگ‌کنگ در این رده‌بندی جایگاه سوم را داشت و توانست ۱۱۶ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کند. از دیگر کشورهای در حال توسعه در این فهرست می‌توان به برزیل و هند و اندونزی و ویتنام اشاره کرد. در مجموع در میان ۲۰ مقصد اصلی سرمایه‌گذاری خارجی در دنیا ۱۰ مقصد را کشورهای توسعه‌یافته و صنعتی و ۱۰ مقصد را کشورهای در حال توسعه و بازارهای در حال گذار تشکیل می‌دهند. همین مسئله به خوبی نشان می‌دهد که اهمیت کشورهای در حال توسعه در اقتصاد دنیا در حال افزایش است و اگر این روند ادامه داشته باشد ظرف یک دهه آینده سهم اقتصادهای در حال توسعه در اقتصاد جهان بالغ بر ۴۰درصد رشد خواهد کرد.

سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای آفریقایی هم با رشد ۱۱ درصدی همراه بود و مجموع سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی انجام شده در این کشورها برابر با ۴۶ میلیارد دلار اعلام شد. البته در این سال سرمایه‌گذاری در مقاصد اصلی و اولیه سرمایه‌گذاری در آفریقا کاهش یافته بود ولی کشورهای تازه‌ای در این قاره توانستند از سرمایه‌های خارجی بهره‌مند شوند و اغلب این سرمایه‌ها هم برای پروژه‌های کشف و استخراج منابع طبیعی صرف شد.

جریان سرمایه‌گذاری در کشورهای در حال توسعه قاره آسیا در سال ۲۰۱۸ با رشد ۴درصدی همراه بود. این کشورها بزرگ‌ترین مقصد سرمایه‌های خارجی در میان کشورهای در حال توسعه دنیا هستند و رشد سرمایه‌گذاری به دلیل افزایش پویایی و تحرک اقتصادی و اجرای پروژه‌های زیرساختی عنوان شده است. باید در نظر داشت که سهم اقتصادهای آسیب‌پذیر در جذب سرمایه‌های خارجی در دنیا کمتر از ۴درصد کل سرمایه‌گذاری انجام‌شده در دنیا است.

##### ۲۰ مقصد اصلی سرمایه‌گذاری دنیا کجاست؟

برمبنای این گزارش در سال ۲۰۱۸ آمریکا بیشترین جریان ورودی سرمایه‌های خارجی را داشت. در این سال سرمایه‌گذاری در آمریکا برابر با ۲۵۲ میلیارد دلار بود که نسبت به سال قبل از آن با کاهش ۲۵ میلیارد دلاری همراه بود. دومین مقصد سرمایه‌های خارجی کشور چین و سومین مقصد کشور هنگ‌کنگ بود و سنگاپور در رده چهارم قرار داشت. سنگاپور که یکی از کشورهای توسعه‌یافته در قاره آسیا است در سال ۲۰۱۸ توانست ۷۸ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کند که نسبت به سال قبل از آن با افزایش ۲ میلیارد دلاری همراه بود. در جایگاه پنجم کشور هلند قرار داشت که ۷۰ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کرد و بریتانیا با جذب

سرمایه‌گذاری خارجی ضامن اصلی رشد اقتصادی است و به همین دلیل سیاست‌گذاری‌های اقتصادی به گونه‌ای است که زمینه برای جذب بیشترین سهم از سرمایه‌های خارجی در هر کشور فراهم شود. گزارش سرمایه‌گذاری جهانی که به تازگی منتشر شده است، به بررسی روند سرمایه‌گذاری دنیا در سال‌های اخیر می‌پردازد و نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۸ جریان سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد جهانی کاهش یافته است ولی در سال ۲۰۱۹ سرمایه‌گذاری خارجی مجددا در دنیا رشد کرده است.

به گزارش آینده‌نگر، براساس گزارش اخیر که براساس اطلاعات سال ۲۰۱۸ تهیه شده و جریان سرمایه‌ها در تمامی کشورهای دنیا را مورد بررسی قرار داده است، در سال ۲۰۱۸ سرمایه‌گذاری خارجی در دنیا ۱۳ درصد کاهش داشت و به حدود ۱٫۳ هزار میلیارد دلار رسید. در سال ۲۰۱۸ برای سومین سال متوالی جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در دنیا با کاهش همراه بود. در مورد دلیل این تغییر می‌توان مسائل زیادی را عنوان کرد که یکی از آنها تغییر قوانین مالیاتی و سرمایه‌گذاری در آمریکا است. این تغییر بود که موجب شد آمریکا در سال ۲۰۱۸ میلادی در میان ۲۰ سرمایه‌گذار بزرگ دنیا جایگاهی نداشته باشد، در حالی که در سال ۲۰۱۷ بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار در دیگر کشورهای دنیا محسوب می‌شده است. در سال ۲۰۱۸ جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای صنعتی و توسعه‌یافته دنیا برابر با ۵۵۷ میلیارد دلار بود در حالی که کشورهای در حال توسعه ۲۰۶ میلیارد دلار از این سرمایه‌ها را جذب کردند و بازارهای در حال گذار توانستند از ۳۴ میلیارد دلار از این سرمایه‌ها استفاده کنند. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بازارهای در حال گذار دنیا نسبت به سال ۲۰۱۷ با ۲۰۲۸درصدی همراه بود که اصلی‌ترین دلیل آن افت سرمایه‌گذاری در روسیه به دنبال تحریم‌های آمریکا و تحولات بین‌المللی اخیر است. در یک سال مورد بررسی ما شاهد کاهش ۴۹ درصدی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشور روسیه بودیم. در این سال سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای در حال توسعه دنیا ۲درصد نسبت به سال قبل از آن رشد کرد در حالی که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای صنعتی و توسعه‌یافته با افت ۲۷ درصدی همراه بوده است. برسی‌ها نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۸ سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بازارهای در حال گذار دنیا با افت ۲۸ درصدی همراه بود.

##### سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای توسعه‌یافته

طبق مطالعات انجام شده، در سال ۲۰۱۸ جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای صنعتی دنیا به پایین‌ترین سطح از سال ۲۰۰۴ تاکنون رسید که این نشان از افت ۲۷ درصدی دارد. در این سال سرمایه‌گذاری خارجی در اروپا به نصف و به مرز ۲۰۰ میلیارد دلار رسید. دلیل این مسئله هم بازگشت سرمایه‌ها به کشورهای اصلی به دلیل بحران‌های اقتصادی منطقه‌ای به خصوص وضعیت بریتانیا و شرایط برگزیت در این کشور عنوان شده است. در این سال سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در آمریکا هم ۹ درصد کاهش داشت و آمریکا توانست از ۲۵۲ میلیارد دلار سرمایه خارجی برای توسعه پروژه‌های خود بهره‌مند شود. در مقابل استرالیا با تغییر قوانین سرمایه‌گذاری داخلی موفق شد تا مبلغ سرمایه‌گذاری در کشور را به حداکثر برساند. در سال مورد بررسی جریان سرمایه‌گذاری خارجی در کشور استرالیا برابر با ۶۰ میلیارد دلار بود و دلیل اصلی آن در گزارش‌های رسمی دولت ایجاد فضای مطلوب اقتصادی در کشور ذکر شد که موجب شد تا سرمایه‌گذاران خارجی و شرکت‌های صنعتی خارجی فعال در کشور تصمیم بگیرند تا سود حاصل از سرمایه‌گذاری‌های خود را به جای خارج کردن از کشور در اقتصاد استرالیا سرمایه‌گذاری کنند. همین مسئله سبب شد تا جریان سرمایه‌گذاری خارجی در این کشور ۲۵ میلیارد دلار بیشتر از برآوردهای قبلی شود.

در سال ۲۰۱۸ سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای ایرلند و سوئیس به ترتیب برابر با منفی ۶۶ میلیارد دلار و منفی ۸۷ میلیارد دلار بود به این معنا

بانک آمریکایی گلدمن ساکس پیش‌بینی کرد احتمال دارد مقدار تقاضای نفت تا پایان ماه مه امسال از عرضه فراتر رود. به گزارش پایگاه خبری اوپل‌پرایس، جفری کوری، از مدیران گلدمن ساکس اعلام کرد که تقاضای نفت ممکن است به اندازه‌ای بهبود یابد که تا پایان این ماه به بیش از مقدار کنونی عرضه برسد. به گفته وی، این موضوع به دلیل کاهش تولید همه تولیدکنندگان بزرگ نفت، به هیچ‌وجه جزئی نخواهد بود. این در حالی است که حدود یک میلیارد و ۲۰۰میلیون بشکه‌ک نفت ذخیره‌سازی شده و باید برای بهبود قیمت نفت خام کاهش یابد، این مسئله زمانبر است.

این مدیر گلدمن ساکس معتقد است که این اتفاق در سه مرحله رخ می‌دهد. نخستین ذخیره‌سازی‌هایی که باید کاهش یابند، میلیون‌ها

گلدمن ساکس پیش‌بینی کرد

## تقاضای نفت از عرضه پیشی می‌گیرد

محموله ذخیره‌سازی‌های شتاور است که گران‌ترین نوع ذخیره‌سازی به شمار می‌آید، بنابراین معقول است که معامله‌گران و تولیدکنندگان ابتدا با هدف صرفه‌جویی در هزینه‌های نفتکش، از شر آن خلاص شوند.

به اعتقاد او، این اتفاق در سه ماه سوم سال رخ خواهد داد. مقدار نفتی که از ذخیره‌سازی شتاور خارج می‌شود، حدود ۴۵۰ میلیون بشکه خواهد بود و در سه ماه چهارم سال، نفت ذخیره‌شده در انبارهای ساحلی حدود ۴۰۰ میلیون بشکه کاهش خواهد یافت. با این حال، افزایش دوباره قیمت‌ها به‌زودی رخ نمی‌دهد و چنین بازگشتی نامطلوب خواهد بود. کوری معتقد است که افزایش قیمت نفت خام شاخص برنت به بیش از ۳۰ دلار برای هر بشکه سبب افزایش تولید

می‌شود، در حالی که رشد دوباره عرضه، بلافاصله به قیمت‌ها فشار خواهد آورد. او در این باره گفت: تقاضا عامل اصلی قیمت نفت است و احتمالاً تقاضا در طول سال همچنان ضعیف خواهد بود. تقاضا در اواسط ماه آوریل، به حدود ۳۰ میلیون بشکه کمتر از سطح پیش از بحران کرونا سقوط کرد. اکنون تقاضا حدود ۱۹ میلیون بشکه در روز کمتر از سطح پیش از بحران است، با وجود اینکه تقاضا در حال بهبود است، میزان آن در ماه جاری، ۱۷ میلیون بشکه در روز و در ماه‌های ژوئن و ژوئیه ۱۲ میلیون بشکه در روز، کمتر از میزان تقاضا پیش از بحران کرونا خواهد بود. تا ماه اوت، با حدود ۵ تا ۶ میلیون بشکه کاهش تقاضا نسبت به زمان پیش از آغاز بحران کرونا، شاهد شرایط بهتری خواهیم بود.

#### یادداشت



معاون فناوری و نوآوری وزارت ارتباطات اعلام کرد

#### تولید گوشی هوشمند داخلی با ارائه تسهیلات ویژه

اوایل دی ماه سال گذشته وزارت ارتباطات در جریان امضای دو تفاهم‌نامه با وزارت صنعت، معدن و تجارت و پست بانک ایران، از تولید گوشی هوشمند داخلی تا پایان سال به صورت قسطی خبر داد، اما با شیوع کرونا و مجازی شدن آموزش و کسب و کارها، قیمت گوشی تلفن همراه به شدت بالا رفته است و بیش از هر زمان دیگری به ضرورت تولید گوشی همراه داخلی تاکید می‌شود.

در همین زمینه، معاون فناوری و نوآوری وزارت ارتباطات گفت: قرار بود طرح تولید گوشی هوشمند داخلی با تسهیلات و باندلینگ (تسهیلات ویژه و قسطی) در ابتدای سال جاری رونمایی شود، اما متأسفانه به دلیل تبعات ناشی از اپیدمی ویروس کرونا، اجرای این طرح به زمان عادی شدن شرایط موکول شده است.

ستار هاشمی، برنامه‌های وزارت ارتباطات درخصوص حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان گوشی تلفن همراه هوشمند را تشریح کرد و به این‌ا گفت: سال گذشته راهبری برنامه حمایتی دولت درخصوص ارتقای سهم بازار گوشی همراه هوشمند تولید داخل، از سوی وزیر ارتباطات به معاونت فناوری و نوآوری سپرده شد و مقرر شد تمرکز و محوریت این طرح بر حمایت از بازار مصرف و با استفاده از تسهیلات و باندلینگ قرار گیرد.

معاون وزیر ارتباطات اضافه کرد: با استفاده از منابع در نظر گرفته شده، تولیدکنندگان گوشی همراه هوشمند داخلی مورد حمایت قرار می‌گیرند تا کالایی در شان مصرف‌کننده ایرانی تولید و به بازار عرضه کنند. همچنین عموم مردم نیز می‌توانند در طرح فروش اقساطی گوشی همراه هوشمند ایرانی شرکت کرده و از گوشی با کیفیت تولید داخل با قیمت مناسب و صرفا با پرداخت بخشی از بهای گوشی و مابقی در قالب تسهیلات ارزان قیمت بهره‌مند شوند.

هاشمی خاطرنشان کرد: تولیدکنندگان مورد حمایت در این طرح می‌بایست توان تولیدی لازم جهت تولید گوشی‌های هوشمند باکیفیت و قابل رقابت با برندهای خارجی و همچنین قدرت پاسخگویی به تقاضای بازار را داشته باشند.

در همین راستا تاکنون سه تولیدکننده با ارائه نمونه اولیه مجموعاً ۱۰ مدل گوشی در بازه قیمتی یک تا سه میلیون تومان شناسایی شده‌اند و در آینده نزدیک شاهد اقبال سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگانی بیشتری برای تولید این کالا در داخل کشور خواهیم بود. گوشی‌های تولیدی در مقایسه با مدل‌های مشابه خود از برندهای معروف خارجی، قابلیت رقابت داشته و با قیمتی کمتر از آنها به مصرف‌کنندگان ارائه خواهد شد.

وی افزود: براساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده، تفاهم‌نامه‌های منعقدۀ وزارت صنعت، همچنین اپراتورهای بزرگ مخابراتی و پست بانک، گوشی‌های همراه هوشمند تولید داخل در قالب یک طرح منسجم فروش اقساطی و به صورت بانلد شده با سرویس‌های جذاب قابل ارائه از سوی اپراتورها عرضه خواهد شد و مردم کشورمان می‌توانند از طریق سامانه یکپارچهای که به همین منظور طراحی شده است، گوشی‌های هوشمند با کیفیت تولید داخل را به صورت اقساطی خریداری کنند.

مقرر بود از این طرح در ابتدای سال جاری رونمایی شده و اجرایی شود که متأسفانه به دلیل تبعات ناشی از اپیدمی ویروس کرونا نظیر دورکاری شرکت ها، تعطیلی کارخانه ها و توقف ورود قطعات مورد نیاز تولیدکنندگان به دلیل محدود شدن روابط تجاری، اجرای این طرح به زمان عادی شدن شرایط موکول شده است.

معاون فناوری و نوآوری وزارت ارتباطات ادامه داد: مشکل بزرگ دیگری که مانع تولید گوشی همراه هوشمند در داخل به صورت CKD و SKD بوده و اساساً انگیزه تولید داخلی و امکان رقابت قیمتی با برندهای مشابه خارجی در کشور را کمرنگ کرده بود، تعرفه بالا و چند برابری ورود قطعات و تجهیزات مورد نیاز تولید در مقایسه با تعرفه ورود کالای ساخته شده به صورت CBU (کامل) بود که با پیگیری‌های انجام شده و در تعامل و همکاری با وزارت صنعت، معدن و تجارت، این چالش بزرگ و اساسی مرتفع شد.

وی در پایان گفت که این طرح به طور جدی در حال پیگیری بوده و ان‌شاءالله در سال جاری و با کاهش پاندمی ویروس کرونا و آهاندازی مجدد زنجیره تأمین، مردم کشورمان از گوشی‌های باکیفیت و با قیمت مناسب تولید داخل و قابل رقابت با برندهای مطرح بین‌المللی بهره‌مند خواهند شد.

#### مناقشه تعیین‌دستمزد

##### ادامه از صفحه اول

از نشانه‌های آشکار معض این قانون، شرایط رکود تورمی است که اکنون با آن درگیر هستیم. در شرایطی که بنگاه‌ها در حال ورشکستگی بوده و با از طرفیت پایین کار می‌کنند، این قانون هزینه‌های آنان را بالا برده، شرایط را سخت‌تر می‌کند. از منظر تولیدمحوری، تدوین‌کنندگان این قانون فاقد نگاه تولیدمحور و تشویق‌کننده اقتصاد مولد بوده‌اند. ساختار اقتصاد ایران، نفتی و دلالی است. در این فضا قانون باید به گونه‌ای طراحی می‌شد که پس از گذشت چند دهه، بهبود اقتصاد تولیدمحور درک می‌شد، اما الان اقتصاد ما بیش از گذشته دلالی شده و دولت نیز در این امر نقش مهمی داشته است.

این شرایط ادامه حیات بنگاه‌ها را سخت کرده است. به واقع، فعالیت در عرصه تولید یک جهاد است، اما این جهادگران به اندازه کافی حمایت نمی‌شوند. مالیات مأخوذه از واحدهای تولیدی را با مالیات از فعالان دلالی مانند بورس با هم مقایسه کنید. سهم کارفرمایان در پرداخت بیمه‌های نیروی کار به همراه هزینه‌های تولید و... را با شرایط بورس‌بازان مقایسه شود تا معلوم شود تولید یک جهاد است و باید در قانون ملاحظات اقتصاد رانتی دلالی می‌شد. از سوی دیگر براساس قوانین بین‌المللی کار، برخی از حقوق برای کارگران به رسمیت شناخته شده که در ایران نادیده گرفته شده است؛ حقوقی مانند حق اعتصاب کاری، حق نفع کارگران از ابتکارات و نوآوری‌هایی که منجر به افزایش بهره‌وری بنگاه می‌شوند، حق برگزاری آزاد انتخابات نمایندگان کارگری. نهایت اینکه این قانون نه عادلانه و نه تولیدمحور است بنابراین باید این قانون به دور از هرگونه فضاسازی و با توجه به دو مولفه عدالت و تولیدمحوری اصلاح شود.



اشاره کرد و گفت: ما در این زمینه قیلا بحث کرده‌ایم و معتقدیم هر چقدر دولت بزرگتر شود، موانع پیش روی بخش خصوصی بیشتر خواهد شد. به اعتقاد خوانساری، این یک اصل است که هر چقدر دولت بتواند در بخش سیاست‌گذاری تمرکز کند و در بخش حاکمیت فعال تر باشد نه تصدیگری، موفقیت بیشتری در اقتصاد و بازار خواهیم داشت. در ارتباط با ماجرای تفکیک وزارتخانه‌های بازرگانی و صنعت و معدن هم بیشترین علتی که موافقان تفکیک وزارتخانه‌ها به آن تکیه می‌کنند آن است که در حال حاضر بار زیادی بر دوش وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت قرار گرفته است و از همین رو، بحث تفکیک در این وزارتخانه را مطرح می‌کنند. این در حالی است که اگر بخش تصدیگری را از وظایف وزارتخانه‌ها جدا کنیم و دولت و وزارتخانه‌ها تنها به دنبال سیاست‌گذاری در اقتصاد باشند، نه تنها مشکلی ایجاد نمی‌شود بلکه من تصور می‌کنم که می‌توان وزارتخانه‌های بیشتری را هم ادغام کرد.

حالا در آخرین پرده از ماجرای دنباله‌دار تفکیک و ادغام در وزارت صنعت، معدن و تجارت، نمایندگان مجلس دهم در جلسه علنی روز یکشنبه با طرح تشکیل «وزارت تجارت و خدمات بازرگانی» مخالفت کرده و برنامه دولت برای احیای دوباره وزارت بازرگانی را رد کردند.

بهانه ساماندهی خدمات بازرگانی و تنظیم بازار کالاهای اساسی به مجلس شورای اسلامی ارائه شد و به تصویب رسید؛ طرحی که البته با ایرادهای شورای نگهبان مواجه شد و به مجلس بازگردانده شد و در نهایت نیز روز گذشته در صحن علنی مجلس رد شد.

در سال ۱۳۹۰ و در دوره ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد بود که وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت در عمل به اجرای قانون برنامه پنج ساله توسعه و ایجاد زنجیره تأمین در بخش‌های صنعت، معدن و کشاورزی ادغام شدند ولی بعد از چند سال و با روی کار آمدن دولت یازدهم در سال ۱۳۹۲، مسئولان و دولتمردان مخالفت خود را با ادغام صورت گرفته در وزارت صمت به دلیل بزرگ شدن بسیار زیاد این وزارتخانه و مسئولیت‌های متعدد و حجم زیادی تصدیگری آن اعلام کردند.

در این میان اما فعالان بخش خصوصی که موافق کوچکسازی ساختارهای دولتی و کاهش تصدیگری دولت در اقتصاد هستند، از همان ابتدا درخصوص تفکیک وزارتخانه صمت بر یک عقیده بودند. مسعود خوانساری رئیس اتاق بازرگانی تهران سال گذشته در گفتوگو با تسنیم، در واکنش به تفکیک وزارتخانه‌های بازرگانی و صنعت و معدن به تحقیقات و بررسی‌های انجام گرفته از سوی اتاق تهران

دروازه‌های واردات در سال «جهش تولید» گشوده نمی‌شوند

### پیامدهای احیای دوباره بازرگانی

کشاورزی نیز برعهده این سازمان است. تلاش‌های این سازمان سبب شده است تا این کشور نتواند به یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان محصولات کشاورزی جهان تبدیل شود.

براساس آمارهای فانو، تراز تجاری مثبت این کشور در سال ۲۰۱۷ میلادی بیش از ۴۸۰ میلیارد دلار اعلام شده است و سرانه تولید غذای اساسی آمریکا ۲.۲ تن محاسبه شده است. این بدان معناست که با توجه به سرانه تولید ۰.۶ تن در ایران، این کشور ۳.۹ برابر ایران غذای اساسی تولید می‌کند.

در واقع، ممانعت از ضر و زیان به تولید داخلی و حمایت واقعی و بلندمدت از مصرف‌کننده، تنظیم‌گری و نیز صادرات محور شدن به جای واردات محور شدن، حکم می‌کند تا بخش واردات نیز برعهده متولی تولید باشد. بخش تولید با در نظر گرفتن نیاز کشور و ظرفیت تولید بین بخش تولید و تجارت توازن برقرار می‌کند. این تجربه البته تنها مربوط به کشور آمریکا نیست و بسیاری دیگر از کشورهای توسعه یافته جهان همانند، استرالیا، فرانسه و کانادا نیز با ایجاد مدیریت واحد در بخش‌های تولید و تجارت محصولات کشاورزی توانسته‌اند با تولید بیش از نیاز خود به صادرکنندگان تراز اول این محصولات در دنیا تبدیل شوند.

اهمیت رونق تولید به خصوص در حوزه کشاورزی سبب شده است تا در ایران نیز در سال ۱۳۹۰، دولت و مجلس وقت، وزارتخانه ناکارآمد و وابسته‌کننده بازرگانی را در وزارتخانه صنایع و معادن ادغام کرده و با ایجاد تمرکز مدیریتی در حوزه تولید و تجارت، وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت را ایجاد کنند. پس از آن نیز با تصویب قانون تمرکز وظایف بخش کشاورزی در سال ۹۱، دومین گام جدی را در جهت حمایت واقعی از تولید و تولیدکننده برداشته شد.

با وجود دستاوردهای قانون تمرکز وظایف بخش کشاورزی از جمله کاهش واردات محصولات استراتژیک کشاورزی و غذایی با این حال اما بیشتر از دو سال است که دولت به دنبال تفکیک این وظایف و تشکیل وزارت بازرگانی (وزارت واردات) است. حالا قرار است این طرح مجددا در دستور کار مجلس قرار بگیرد.

فرصت امروز: نمایندگان مجلس شورای اسلامی در جلسه علنی دیروز بار دیگر با طرح تشکیل وزارت بازرگانی مخالفت کردند. این چندمین بار بود که طرح تشکیل «وزارت تجارت و خدمات بازرگانی» در صحن علنی مجلس مطرح شد و همانند دفعات گذشته نمایندگان مردم آن را رد کردند.

بعد از چند سال بحث و بررسی درباره تفکیک وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت که در ماه‌های گذشته مجددا مورد توجه قرار گرفته بود، روز یکشنبه و در جلسه رفع ایرادهای شورای نگهبان بر روی آخرین مصوبه مجلس در این خصوص، تفکیک وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت برای چندمین بار رد شد. پیش از این، سه بار دولت حسن روحانی لایحه‌هایی را برای تفکیک وزارتخانه‌های «بازرگانی» و «صنعت و معدن» تنظیم کرده و به مجلس ارسال کرده بود، ولی این لایاح هر بار از سوی نمایندگان مجلس رد شد. دولت حسن روحانی برای اولین بار در اوایل سال ۱۳۹۶ و پیش از برگزاری دوازدهمین انتخابات ریاست‌جمهوری بود که تفکیک وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت و احیای دوباره وزارت بازرگانی را کلید زد و چندین بار برای جلب موافقت نمایندگان مجلس در این مسیر تلاش کرد، ولی هر بار به در بسته بهارستان خورد، تا اینکه در نهایت با پیگیری‌های دولت و تعدادی از نمایندگان طرح «تشکیل وزارت تجارت و خدمات بازرگانی» به

تصویب طرح تفکیک بخش تولید و تجارت و ایجاد وزارت بازرگانی به عنوان متولی تجارت کشور به ویژه در سالی که به عنوان سال «جهش تولید» از سوی رهبری نامگذاری شده است، دستاوردی جز جهش در واردات نخواهد داشت. به گزارش مهر، تصویب طرح تفکیک بخش تولید و تجارت و ایجاد وزارت بازرگانی به عنوان متولی تجارت، دستاوردی جز جهش در واردات نخواهد داشت. در دستور کار قرار گرفتن این طرح در مجلس شورای اسلامی در حالی است که امسال سال «جهش تولید» نام گرفته است و مقام معظم رهبری بر کمک به تولیدکنندگان داخلی در راستای حداکثرسازی تولید داخل برای کاهش وابستگی کشور به خصوص در حوزه‌های استراتژیک تاکید فراوان کرده‌اند.

در این میان، بررسی تجربه کشورهای پیشرو در امر تولید و صادرات محصولات کشاورزی نشان می‌دهد که یکی از دلایل اصلی موفقیت این کشورهای در این حوزه، ایجاد مدیریتی واحد در بخش‌های تولید و تجارت محصولات کشاورزی است. به عنوان نمونه، کشور آمریکا که اکنون یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و همیتپور صادرکنندگان محصولات کشاورزی در جهان است، این مدل مدیریتی را پیاده کرده است.

در کشور آمریکا وزارت کشاورزی متولی تولید محصولات غذایی و کشاورزی و نیز مدیریت تنظیم بازار است. همچنین در حوزه واردات و صادرات نیز این وزارتخانه تصمیم‌گیری می‌کند. وظیفه تنظیم تجارت محصولات کشاورزی در آمریکا برعهده سازمان خدمات خارجی کشاورزی (Foreign Agriculture Services) در ذیل وزارت کشاورزی است.

سازمان تنظیم تجارت محصولات کشاورزی در سال ۱۹۵۳ میلادی در ذیل وزارت کشاورزی تأسیس شد. این سازمان در جهت کاهش تعرفه محصولات کشاورزی و رفع هرگونه مانع تجاری کشورهای دیگر در برابر محصولات آمریکایی تلاش می‌کند. علاوه بر این مذاکرات تجاری خدماتی از قبیل اجرای برنامه‌های حمایت از صادرات، کسب اطلاعات و تسهیل توافقاتم‌های تجاری در حوزه

با تصویب مجلس

### جریمه ارز خروجی ۴ برابر بهای ریالی آن تعیین شد

ماده ۱۸ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز اصلاح شد و به این ترتیب؛ جریمه نقدی ارز ورودی، یک تا دو برابر بهای ریالی آن و جریمه نقدی ارز خروجی یا اقدام به خروج ارز، دو تا چهار برابر بهای ریالی آن و در سایر موارد ضبط ارز انجام نشده و تنها معادل بهای ریالی ارز به عنوان جریمه نقدی اخذ می‌شود. نمایندگان همچنین ماده ۲۵ لایحه اصلاح قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز را برررسی و تصویب کردند و تبصره

یک ماده ۱۸ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز به این ترتیب اصلاح شد؛ «عرضه یا فروش کالای قاچاق موضوع این ماده ممنوع و مرتکب علاوه بر ضبط کالا به حداقل مجازات‌های مقرر در این ماده محکوم می‌شود. چنانچه عرضه یا فروش کالای قاچاق از طریق رسانه‌ها با فضای مجازی از قبیل شبکه اجتماعی، تارنما، پیامک یا تلفن صورت پذیرد، مرتکب علاوه بر ضبط کالا به دوبرابر ارزش کالای قاچاق محکوم می‌شود.»



خواهد داشت، خاطرنشان ساخت: با توجه به اینکه در حال حاضر هزینه استخراج طلا با افزایش روبرو بوده و از سوی دیگر تقاضا برای آن نیز زیاد شده است، باید منتظر افزایش قیمت تدریجی این فلز گرانبها در بازارهای جهانی باشیم. این مسئله در بازار داخلی نیز تاثیر گذار است و موجبات افزایش قیمت طلا، جواهر و سکه را فراهم خواهد کرد.

## دستاورد ثبات اقتصادی علی‌رغم شرایط تحریمی

همتی سپس به دستاوردهای حوزه سیاست‌های پولی بانک مرکزی پرداخت و گفت: مهمترین سیاست پولی مهار تورم و کنترل روند آن بوده است و این دستاورد



## کاهش نرخ سود بین بانکی در سال ۹۸

براساس آمار، در مهرماه نرخ سود بین بانکی به زیر ۱۹ درصد رسید. در آذرماه نرخ سود بین بانکی به کمترین مقدار خود یعنی ۱۸.۳۲ درصد رسید. پس از آن روند نرخ سود در دی و بهمن ماه با افزایش محدودی در سطح ۱۸.۴۷ درصد و ۱۸.۴۴ درصد قرار گرفت، نرخ سود در بازار بین بانکی در اسفندماه ۱۸.۳۴ درصد بوده است.

## بانک مرکزی

وی ادامه داد: انتشار اوراق مالی به عنوان مهم‌ترین برنامه دولت برای جبران کسری بودجه باید از سوی تیم اقتصادی دولت با محوریت وزارت اقتصاد به صورت جدی دنبال شود چراکه مجلس شورای اسلامی نیز در قاضان بودجه مجوز انتشار اوراق مالی به ارزش ۸۰ هزار میلیارد تومان را صادر کرده که البته دولت در نظر دارد بیش از این میزان اوراق منتشر کند. چنانچه، یکی از برنامه‌های دولت: فروش سهام دارایی‌های خود در بازار سرمایه عنوان کرد و گفت: عرضه سهام شرکت شستا در همین راستا بوده و لازم است بانک‌های عامل نیز به شرکت‌های زیرمجموعه خود تکلیف کنند که دارایی‌هایشان را در بازار سرمایه عرضه کنند. وزارت اقتصاد و شورای عالی بورس نیز در همین راستا می‌توانند مجازات‌ها و جرایم را نیز برای شرکت‌هایی که متعهد شده‌اند ۲۰ درصد سهام شناور خود را عرضه کنند و عرضه نکرده‌اند در نظر بگیرند.

### ارتباطات

از بازی‌های ویدئویی تا برنامه‌های تماس آنلاین

#### کرونا بازار بعضی‌ها را سکه کرد

با وجود بحران اقتصادی جهان به دلیل شیوع ویروس کرونا، بعضی از شرکت‌ها رشد و سود عجیب و غریبی داشته‌اند؛ مانند شرکت سازنده بازی «کال او دیوتی» یا نرم‌افزار «زوم». در این زمینه، سی‌ان‌ان‌بیزنس می‌نویسد: «همه‌گیری ویروس کرونا برای کسب‌وکارها، شوم و ترسناک است. اخراج‌های گسترده و مرخصی‌های اجباری، باعث شده که فقط در آمریکا، ۲۱ درصد از کل نیروی کار درخواست بیمه بیکاری بدهند. اقتصاددانان می‌گویند که حالا اقتصاد این کشور در رکود است. حتی با وجود اینکه برخی از ایالت‌ها در حال بازگشت به کار هستند، برخی از شغل‌های از دست رفته، ممکن است که هیچ‌وقت برنگردند. اما در این شرایط، برخی از کسب‌وکارها به دلیل تغییر شدید رفتار مصرف‌کنندگان رونق گرفته‌اند.» در این بین، ماندن در خانه، بازار بازی‌های ویدئویی را داغ‌تر از همیشه کرده است. «کال آو دیوتی» بازی ویدئویی است که در ایران نیز مانند جهان، هواخواهان بسیاری دارد. حالا شرکت سازنده این بازی «Activision Blizzard» اعلام کرده است: «فروش نسخه جدید این بازی با عنوان «جنگ مدرن» که سال گذشته منتشر شد، در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰ نسبت به ۲۰۱۹، ۲۱ درصد رشد کرده و به ۱.۵۲ میلیارد دلار رسیده است.» درآمد شرکت «Electronic Arts» نیز که بازی‌های مشهور و محبوبی مانند فیفا و سیمس را ساخته، ۱۲درصد رشد کرده است. همچنین در شرایطی که مردم امکان دیدارهای حضوری را ندارند، برنامه‌های موبایلی که امکان تماس تصویری و به خصوص تماس‌های گروهی را دارند، رشد چشمگیری کرده‌اند. «زوم» برندی است که بزرگ‌ترین رشد ناگهانی را در جهان داشته است. این برنامه که ابزاری برای کنفرانس ویدئویی است، تنها در یک روز میزبان ۳۰۰ میلیون نفر در جلسات ویدئویی بوده است. در سه ماهی که از سال ۲۰۲۰ گذشت، سهام این شرکت ۱۲۰درصد رشد کرد. ویروس کرونا همچنین باعث شده رعایت بهداشت و تمیز کردن منازل، چندین برابر نسبت به روزهای عادی و بسیار شدید شود. در این شرایط، نیاز به وسایل بهداشتی اوج گرفته است. فقط در آمریکا شرکتی با اسم «Clorox» که لوازم بهداشتی می‌فروشد، ۳۲ درصد بیشتر از پارسال وسایل تمیزکننده فروخته است. همچنین در شرایطی که میلیاردها نفر از مردم، در خانه قرنطینه شدند و بسیاری دورکاری می‌کنند، وقت زیادی برای فکر کردن به دکوراسیون خانه دارند. «Wayfair» شرکتی مبتنی بر وب است که لوازم خانگی را به صورت آنلاین می‌فروشد. این پلتفرم دیجیتالی که ۱۴ میلیون نوع لوازم خانگی را عرضه می‌کند، در ماه آوریل امسال ۱۲۰درصد بیشتر از پارسال فروش داشته است. این خرده‌فروشی آنلاین اعلام کرده است که در سه ماهه نخست امسال، رشد چشمگیری در «سفارش‌های تکراری و جدید» مشتریان داشته و تعداد سفارش‌های آن با رشد ۲۱درصدی، به نزدیک ۱۰ میلیون سفارش رسیده است. بنابراین با تغییر سبک زندگی و سبک کاری در سراسر جهان، بازار بعضی‌ها سکه شده است.

#### آسیب‌شناسی شیوه واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی

#### ETFها ضربه گیر حباب‌های بازار سرمایه هستند

یکی از موضوعات بحث‌برانگیز در دوره دولت‌های گذشته، شیوه واگذاری شرکت‌های دولتی به بخش خصوصی بود؛ به طوری‌که باعث شد تصویری منفی از خصوصی‌سازی در ذهن مردم شکل گیرد و بازخورد منفی مردم به آن سیاست‌ها باعث شد دولت پرونده بازار سرمایه را بدین منظور روی میز قرار دهد که صاحب‌نظران بر این باورند ETFها، ضربه‌گیری برای تشکیل حباب در بازار سرمایه هستند.

سعید اسلامی بیدگلی، عضو شورای عالی بورس در گفت‌وگو با ایسنا، در این باره گفت: با وجود آنکه فعالان بازار سرمایه نگرانی‌هایی نسبت به اثرات این سیاست دولت بر روند قیمت‌گذاری کلی در بورس دارند، اما صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس (ETF) فوایدی هم برای دولت و مردم و هم برای بازار سرمایه دارد و در کل به نظر می‌رسد دولت مسیر درستی را برای واگذاری اموال در پیش گرفته است.

او ادامه داد: شیوه واگذاری اموال دولتی در قالب صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس (ETF)، دارای نکات مثبت زیادی است، اما مثل هر سیاست دیگری نکات منفی یا ابهاماتی نیز ممکن است داشته باشد.

این عضو شورای عالی بورس با تاکید بر اینکه مهم‌ترین نکته مثبت این اقدام دولت، این است که بالاخره برای فرآیند واگذاری اموال دولتی راه‌حلی پیدا شد، توضیح داد: این واگذاری‌ها مشخصاً در جمع‌آوری نقدینگی در سطح جامعه و عمیق‌تر شدن بازار سرمایه نقش مهمی را ایفا می‌کند و باعث می‌شود عده بیشتری از مردم در بازار سرمایه مشارکت داشته باشند.

به گفته اسلامی، همچنین امکان مشارکت مردم از طریق غیرمستقیم نیز فراهم شده است، می‌توان تأمین منابع مالی دولت را به عنوان یکی از مزایای این طرح اشاره کرد.

بورس، این موضوع برای تمام بازارهای سرمایه‌ای که به آنها اشاره شد، سیگنال باشد و این بازارها هم بخواهند به اندازه بازار سهام رشد کنند که آن زمان موضوع بسیار نگران‌کننده می‌شود، برای فهم بهتر قضیه توجه کنید که شاخص کل بورس در فروردین ۹۷، ۹۶ هزار واحد بود، در فروردین ۹۸، ۱۸۱ هزار واحد و در ابتدای امسال ۵۲۱ هزار واحد، اما امروز شاخص از مرز یک میلیون واحد عبور کرده است.

**بازدهی ۹۰درصدی بورس از ابتدای سال تاکنون**

به اعتقاد این اقتصاددان، این امر بدان معناست که بورس یک رشد شارپی را دو ماه فروردین و اردیبهشت تجربه کرده است، در این رابطه بازدهی بورس طی سال ۹۸، ۱۸۸درصد و در دوماه ۹۹ بالغ بر ۹۰درصد بوده است، این در حالی است که شاخص کل بورس تهران بیش از ۱۰ برابر شده، این مسئله نشان‌دهنده آنکه بورس بیش از بازارهای دیگر رشد شارپی و شتابان را تجربه کرده است.

او با بیان اینکه بازارهای دیگر طی این دوسال افزایش قیمت چهار برابری را تجربه کردند، اما شاخص کل بورس از همین ابتدای سال ۹۹ تاکنون بیش از ۵ برابر شده است، گفت: این نقدینگی فزاینده‌ای که در بازار بورس وجود دارد به مانند یک آب پرفشار عمل می‌کند، اما به دلیل اینکه حوض بورس کوچک است این نقدینگی سرریز می‌کند و برای خرید سهام صف خرید تشکیل می‌شود.

شقاقی با اشاره به اینکه روزانه سه میلیارد دلار نقدینگی وارد بورس می‌شود، تصریح کرد: این روزها قیمت سهام بسیاری از شرکت‌های کوچک چندین برابر شده که این موضوع نشان‌دهنده آن است که عمق بازار سرمایه بسیار محدود است، با توجه به این موضوع، باید عمق بورس افزایش پیدا کند، تا این به نقدینگی پاسخ داده شود، از سوی دیگر قیمت سهام بسیاری از شرکت‌ها از ارزش ذاتی آنها بیشتر است، در ابتدای سال گفته می‌شد، تنها ۲۰درصد از شرکت‌ها قیمت سهام‌شان بالاتر از ارزش ذاتی آنهاست، اما امروز و بعد از رشد شارپی بورس باید گفت، قیمت سهام بیش از ۸۰درصد شرکت‌های بورس بیش از حد خود افزایش یافته است.

او همچنین با بیان اینکه امروز ارزش بازار سهام عدالت بین ۴۰۰ تا ۵۰۰ هزار میلیارد تومان است، گفت: با توجه به اینکه قرار است سهام عدالت آزادسازی شود، این موضوع می‌تواند عمق بورس را بیشتر کند، اما به دلیل اینکه در صورت آزادسازی عرضه سهام بیشتر می‌شود، این امر باید به صورت تدریجی و پلکانی صورت گیرد تا عرضه و تقاضا در بورس نیز برهم نریزد.

(پاس) و پالایش نفت لاوان (شاوان) بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. همچنین نمادهای تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، پتروشیمی تندگوین (شگوین)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، گروه توسعه مالی مهر آیندگان (ومهان)، توسعه و عمران استان کرمان (کرمان) و جنرال مکانیک (رنیک) مانع از رشد بیشتر شاخص فراورس شدند.

**بازارهای سرمایه‌گذاری دارای هم‌گرایی هستند**

اگرچه کارشناسان بورس از مدت‌ها قبل، ورود شاخص بورس به کانال یک میلیون واحد را برای بازار یک مقاومت می‌دانستند و معتقد بودند برای شکسته شدن مقاومت این کانال بازار اصلاحی را تجربه خواهد کرد، اما سرانجام روز شنبه و بعد از اصلاحی کوتاه در بازار طی هفته گذشته به کمک حجم گسترده نقدینگی، دماسنج بازار سرمایه از سد یک میلیون واحد نیز عبور کرد.

در همین زمینه، وحید شقاقی شهری رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه خوارزمی در گفتگو با فارو با بیان اینکه در اقتصاد ایران بازارهای سرمایه‌گذاری دارای هم‌گرایی با یکدیگر هستند، گفت: با توجه به اینکه همیشه یک تقدم و تاخر در رشد بازارهای مختلف وجود داشت، به نظر می‌رسد نظم این مسئله به هم‌خورده، به بیان دیگر بازارهای طلا، ارز، خودرو، مسکن و سهام حداقل با یک تاخیر یک تا دو ساله نسبت به هم رشد را تجربه می‌کردند، اما باید گفت: این نسبت‌ها تغییر پیدا کرده است.

به گفته وی، در بین این بازارها، ارز پیش‌نگر بود و زودتر از همه رشد را تجربه می‌کرد، بعد از آن بازار طلا بود و سپس خودرو که با یک وقفه شش ماه حرکت را آغاز می‌کرد، در ادامه نیز بازارهای مسکن و سهام که به ترتیب با یک وقفه یک و دوساله افزایش قیمت را استارت می‌زدند، اما به نظر می‌رسد عملکرد اخیر بورس این‌ وضعیت را از اساس به هم ریخته است. شقاقی با تاکید بر اینکه دلار از ابتدای سال ۹۷ تاکنون رشد ۴ برابری را تجربه کرده است، گفت: بازارهای طلا، مسکن و خودرو نیز این نسبت ۴ برابری را تجربه کردند، اما بورس در حدود ۱۴ ماه گذشته روندی را طی کرده که بسیار بی‌نظیر بوده و رشد صعودی آن بسیار شتابان بوده است، در این رابطه نکته مهم آن نیست که تا چه زمانی بورس رشد می‌کند، بلکه با اهمیت‌تر از آن، این است که آیا نقش بورس تغییر کرده و این بازار سهام است که برای سایر بازارها علامت برای افزایش را صادر می‌کند.

این استاد دانشگاه ادامه داد: تمام نگرانی من این است با رشد شتابان

شاخص بورس که در اولین روز هفته برای نخستین بار وارد کانال یک میلیون واحدی شده بود، در روز یکشنبه هم روند صعودی خود را ادامه داد و در مدار یک میلیون واحدی باقی ماند. شاخص کل در این روز ۲۳ هزار و ۷۵ واحد رشد کرد و در ارتفاع یک میلیون و ۴۳ واحد ایستاد. شاخص کل (هم وزن) نیز با پنج هزار و ۴۹۷ واحد افزایش به ۲۲۴ هزار و ۸۷۸ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) با سه هزار و ۶۴۷ واحد رشد به ۲۱۵ هزار و ۵۶۰ واحد رسید. در معاملات روز یکشنبه بیش از ۶ میلیارد و ۹۴۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۱۳ هزار و ۳۲۲ میلیارد ریال داد و ستد شد.

**مهم‌ترین نمادهای روز یکشنبه بورس**

نمادهای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با دو هزار و ۶۹۶ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با دو هزار و ۶۸ واحد، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با یک هزار و ۵۳۶ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با یک هزار و ۷۷۲ واحد، بانک ملت (وبملت) با یک هزار و ۲۶۹ واحد و معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با یک هزار و ۲۴۸ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند در نقطه مقابل نیز نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با دو هزار و ۷۲۰ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۷۸۸ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۶۱۴ واحد، فولاد خراسان (فخاس) با ۲۷۵ واحد، پتروشیمی جم (جم) با ۲۵۴ واحد، سرمایه‌گذاری صندوق بازنشتگی (وصندوق) با ۲۰۴ واحد، صنایع شیمیایی ایران (شیران) با ۱۹۲ واحد و خدمات انفورماتیک (انفور) با ۱۸۸ واحد، بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص بورس گذاشتند.

همچنین نمادهای بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، بانک تجارت، سرمایه‌گذاری خوارزمی، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو، پالایش نفت اصفهان و گلوکوزان از جمله نمادهای پربیننده بودند. گروه شیمیایی نیز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۷۵۲ میلیون و ۴۸۰ هزار برگه سهم به ارزش ۱۶ هزار و ۵۰ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فراورس هم بیش از ۱۶۹ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۱ هزار و ۶۸۳ واحد ثابت ماند. در این بازار سه میلیارد و ۳۸۷ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۵۷ هزار و ۴۱۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، بیمه پاسارگاد

## آگهی تشخیص منابع ملی و مستثنیات قانونی

اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان تهران در اجرای صدر ماده دو قانون حفظ و حمایت از منابع طبیعی و ذخائر جنگلی کشور (۷۱/۷/۱۲) و تبصره یک ماده ۳ آیین‌نامه اجرایی مصوب ۷۱/۱۲/۱۶ هیأت وزیران و براساس توفی اختیار شماره ۷۰۴/۱۰۰/۹۰ مورخ ۷۲/۴/۲۷ سازمان جنگلهای مراتع و آبخیزداری کشور محدوده رقبات حوزه استحفاظی خود را به شرح زیر:

| ردیف | نام رقبه                      | مشخصات ثبتی | شهرستان   | حدود اریعه | ملاحظات به هکตาร์                                                                                                                           |
|------|-------------------------------|-------------|-----------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | نام رقبه                      | پلاک فرعی   | پلاک اصلی | بخش        | کل                                                                                                                                          |
| ۱    | حیران قویی معروف به قرعز قویی | -           | ۲۵۸       | زرنديه     | ملاورد                                                                                                                                      |
|      |                               |             |           | شمال       | از دوشاخه رودخانه شور تا برسد به جاده سیدار به شیر قویی، پلاک ۲۴۷ اصلی- دوم در امتداد جاده گرچ به زرنديه محدود است به پلاک ۲۴۶ اصلی چهارباغ |
|      |                               |             |           | جنوب       | از کوه تیره به تپه ماهورهای پیرکرم محدود است به پلاک ۲۴۴ اصلی                                                                               |
|      |                               |             |           | غرب        | ۲۱/۴۹۲۴                                                                                                                                     |
|      |                               |             |           | مستثنیات   | ۵۱۵/۳۰۰۴                                                                                                                                    |
|      |                               |             |           | منابع ملی  | ۵۳۶/۷۹۲۶                                                                                                                                    |

به استثنای مستثنیات قانونی تبصره ۳(هر پلاک) موضوع ماده ۲ قانون ملی شدن جنگلها که بوسیله جنگلداران و کارشناسان ذیصلاح این اداره‌کل بازدید و مشخصات هر رقبه در متن این آگهی قید و سوابق مربوطه در ادارات منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستانهای ذیربط و اداره کل موجود است، جز منابع ملی شده موضوع ماده یک قانون ملی شدن جنگلها تشخیص و مراتب به اطلاع عموم رسانیده می‌شود تا چنانچه به تشخیص منابع ملی شده هر رقبه معترض می‌باشند، از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر به مدت شش ماه ازایمان مقرر در تبصره ۱ ماده ۹ قانون افزایش بهره وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی ایلاهی ۸۹/۵/۲۴ ریاست محترم جمهوری اعتراض خود را کتبا همراه با مدارک و مستندات قانونی به کمیسیون ماده واحده قانون تعیین تکلیف اراضی اختلافی واقع در اداره منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستان ملاورد ارسال و پس از مهلت مقرر به مرجع مذکور در قانون افزایش بهره وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی ارائه تا مورد رسیدگی قرار گیرد.پهی است در صورت عدم وصول اعتراض در فرجه قانونی تعیین اداره منابع طبیعی و آبخیزداری نسبت به انح سند مالکیت منابع ملی شده مورد تشخیص اقدام خواهد شد.

### اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان تهران

## چالش‌های صنعت قیر سد راه تولید و صادرات

عضو هیات مدیره اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی با بیان اینکه در حال حاضر ۳۵۷ واحد تولیدی در کشور وجود دارد که مجوز تولید و صادرات قیر را اخذ کرده‌اند، گفت از این تعداد شرکت حدود ۱۵درصد فعال بودند که متاسفانه تعلل در بازپرداخت مطالبات شرکت‌ها موجب شد تا تعداد قابل توجهی از تولیدکنندگان قیر استاندارد، تعطیل شوند و سرمایه در گردش آنها نزد وزارت راه بلوکه شده است.

وحید شیخی در گفت و گو با ایسنا، با بیان اینکه بزرگ‌ترین چالشی که اکنون با آن دست و پنجه نرم می‌کنیم، ارزان‌فروشی نرخ قیر است، اظهار کرد: دلیل این مسئله قرارداد پرمیوم پالایشگاه اصفهان است که باید نرخ معامله شده بازار به صورت میانگین در قرارداد لحاظ شود که متاسفانه نرخ معامله کف است و این تفاوت نرخ معامله موجب می‌شود تولیدکنندگان دیگر به نسبت خریداران پالایشگاه اصفهان تفاوت زیادی داشته باشند و ما در بازار شاهد دو نرخي بودن قیمت قیر باشیم.

وی با بیان اینکه این مسئله موجب می‌شود گاهی برخی تولیدکنندگان مجبور شوند کیفیت کالای خود را تغییر دهند، افزود: این موضوع به کیفیت و برند قیر ایران آسیب زیادی وارد می‌کند چراکه دو نرخي‌بودن موجب می‌شود مشتری‌های خارجی نیز نسبت به بازار قیر ایران بی‌اعتماد شوند و بازار قیر ایران اصالت خود را از دست بدهد.

عضو هیات‌مدیره اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی تصریح کرد: مسئله بعدی موضوع ارزش‌گذاری گمرک است، زمانی که نفت خام ۷۰درصد ارزش خود را از دست داده است، باید در ارزش‌گذاری‌های گمرگی نیز نرخ‌های جدید را لحاظ کنیم و باید به گونه‌ای باشد که ۲۵درصد از ارزش‌گذاری‌های فرآورده‌ها را به عنوان ارزش گمرکی لحاظ کنیم.

شیخی افزود: علاوه بر این نباید برای شرکت‌ها تعهدات ارزی غیرقابل انجام ایجاد شود و اگر یک شرکت تولیدی بازرگانی صادرات انجام می‌دهد، به میزان و نرخ واقعی که صادرات انجام داده است، بازگشت ارز را انجام دهد. در واقع این دومین معضلی است با آن دست به گریبان هستیم.

وی سومین چالش در این صنعت را برگشت مالیات ارزش افزوده دانست و افزود: اداره مالیات و بانک مرکزی در تعهدات ارزی برگشت ارز را مدنظر قرار می‌دهند و در برگشت مالیات ارزش افزوده کالاهای صادراتی تعلل می‌کنند که این تعلل صدمه بسیار جدی به پیکره تولید وارد می‌کند و سرمایه در گردش شرکت‌های تولیدی نزد اداره مالیات ارزش افزوده بلوکه می‌شود.

به گفته عضو هیات‌مدیره اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی یکی دیگر از مسائل این است که پالایشگاه‌های مختلف باید بتوانند قوانین ماده اولیه را برای تمام شرکت‌ها یکسان کنند و به صورت مدت‌دار در اختیار شرکت‌ها قرار دهند و با توجه به اینکه در سال جهش تولید هستیم، شرکت‌ها باید ابزار و امکانات کافی داشته باشند و مواد اولیه را به صورت مدت‌دار در اختیار داشته باشند که این مسئله تاکنون اتفاق نیفتاده است و ما توقع داریم که این مهم محقق شود.

شیخی با اشاره به آخرین وضعیت صادرات قیر، اظهار کرد: مدتی است که آمار دقیق صادرات بنا به دلایل خاص کشور در اختیار ما قرار نمی‌گیرد ولی آنچه که از حجم عملیات و مشکلات موجود نمایان می‌شود، بیانگر کاهش صادرات قیر است.

## صادرات ۶ هزار و ۵۰۰ تن تخم مرغ در ۲ ماهه امسال

رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران گفت هم‌اکنون هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۷ هزار تومان است، در حالی که قیمت مصوب ستاد تنظیم بازار، پارسال ۷ هزار و ۷۴۰ تومان بود.

ناصر نبی‌پور در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه بازار تخم‌مرغ تعریفی ندارد، اظهار کرد: هم‌اکنون متوسط قیمت هر کیلو تخم‌مرغ درب مرغداری ۷ هزار تومان است. او قیمت تمام‌شده هر کیلو تخم‌مرغ را ۱۱ هزار تا ۱۲ هزار تومان اعلام کرد و گفت: این در حالی است که قیمت کنونی هر کیلو تخم‌مرغ ۷۴۰ تومان کمتر از قیمت مصوب سال گذشته است.

نبی‌پور درباره آینده بازار تخم‌مرغ بیان کرد: طبق روال همه ساله قیمت تخم‌مرغ در ماه رمضان به سبب کاهش تقاضا در بازار داخل و صادرات با روند نزولی در بازار روبه‌رو شده است.

رئیس هیأت‌مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار با انتقاد از کمبود نهاده‌های دامی در واحدهای مرغداری گفت: در حال حاضر هر کیلو ذرت با نرخ ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۲ هزار و ۶۰۰ تومان و کنجاله سویا با نرخ ۵ هزار تومان در اختیار مرغداران قرار می‌گیرد، در حالی که هر شانه تخم‌مرغ را با نرخ ۱۴ هزار تومان درب مرغداری نمی‌خرند.

او با بیان اینکه مشکلی در تولید تخم‌مرغ وجود ندارد، گفت: با وجود تراکم بالای مرغ در واحدهای مرغداری، اما کشتارگاه‌ها به دلیل پایین بودن قیمت مرغ گوشتی، از کشتار آن امتناع می‌کنند.

این مقام مسئول تولید ماهیانه تخم‌مرغ را ۹۰ هزار تن اعلام کرد و افزود: با احتساب متوسط سرانه مصرف ۱۲ کیلو تخم‌مرغ در سال، حداقل ۲۰۰ هزار تن از میزان تولید، مازاد بر نیاز کشور است.

نبی‌پور در پایان درباره آخرین وضعیت صادرات تخم‌مرغ تصریح کرد: بنابر آمار سال گذشته ۴۰ هزار تن و در دو ماهه امسال ۶ هزار و ۵۰۰ تن تخم‌مرغ به بازارهای هدف صادر شده است و پیش‌بینی می‌شود تا پایان سال این رقم به ۶۰ هزار تن برسد.

صنعت حلال بیش از پنج دهه است که وارد بازارهای جهانی شده، این نشان تجاری تنها به خوراک محدود نماند و بعدها دیگر اقلام مانند پوشاک، دارو، لوازم بهداشتی و آرایشی، خدمات مالی حلال و حتی گردشگری را نیز در بر گرفته و اکنون به بخش مهمی در اقتصاد بین‌الملل تبدیل شده است، همچنین اخیرا شاهد رقابتی جهانی در این زمینه هستیم. رقم بالای گردش مالی در بازار حلال، بیانگر پتانسیل بالای این صنعت به عنوان یکی از ابزار توسعه برای کشورهای جهان است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، در این میان کشورهای غیراسلامی همچون استرالیا، نیوزیلند و برزیل گوی سبقت را از کشورهای اسلامی در صنعت حلال برده‌اند و سهم بالایی در این بازار را به خود اختصاص داده‌اند؛ صنعتی که اروپا به آن چشم دوخته است. جمهوری اسلامی ایران هم شش سال پیش این برند حلال را در هیأت دولت مصوب و آن را به سازمان استاندارد اعلام کرد و در همین راستا کمیته‌ای در کمیسیون بهداشت بر نشان تجاری حلال و صادرات آن در کشور تشکیل شد.

### تمرکز اروپا بر بازارشناسی صنعت حلال

در حال حاضر کشورهایی که دین رسمی آنها نیز اسلام نبوده متوجه این بازار

پرسود شده‌اند و برای کسب بازار و درآمد بر بازارشناسی کشورهای اسلامی و محصولات حلال متمرکز شده‌اند. بازار محصولات غذایی حلال در اروپا دارای ارزشی معادل با ۱۰۰ میلیارد دلار تخمین زده شده است که این میزان شامل گوشت، غذای تازه و غذای بسته‌بندی شده است، که این میزان با حجم بازار جهانی با ارزشی نزدیک به ۶۴۰ میلیارد دلار هنوز فاصله دارد.

از همین رو منافع مالی و ارزش رو به رشد صنعت غذایی حلال موجب شده تا بسیاری از تولیدکنندگان صنایع غذایی اروپا توجه جدی به آن داشته باشند و بخشی از محصولات خود را به محصولات غذایی حلال اختصاص دهند.

به دنبال رشد روزافزون تقاضای مسلمان و غیرمسلمین، غذاهای حلال که براساس شریعت اسلامی تهیه شده‌اند، به سوی سوپرمارکت‌های اروپایی روانه می‌شوند. یک فعال اروپایی در زمینه صنعت حلال به رویترز گفته است: ما مشاهده می‌کنیم که این تولیدات تنها مختص فروشگاه‌های خاص نبوده، بلکه در فروشگاه‌های مدرن نیز وجود دارند.

وی افزود: این شرکت اخیراً فروش سلسله غذاهای گوشتی و پی‌نجه حلال را در فرانسه شروع کرده است و هم‌اکنون نیز زنجیره‌های معروف نظیر تسکوی

گرانی این کالا شده است.

در این راستا یکی از کاربران توییتر از وزیر ارتباطات درباره بازار آشفته موبایل پرسید. او به مشکل تخصیص ارز و ثبت سفارش اشاره کرده و گفت در بازار دویی قیمت برندها چندان تغییری نکرده اما در بازار ایران بعضی از مدل‌های پر فروش تا ۱۰۰درصد هم افزایش قیمت داشته است.

در پاسخ به این اظهارات، محمدجواد آذری جهرمی -وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات- گفت: از وزیر صمت می‌پرسم، اما احتمالا به دلیل تعطیلی کارخانه‌های تولیدی در کشورهای تولیدکننده‌ای مثل کره جنوبی و چین، واردات کاهش دارد. البته تا دو روز پیش، آمار واردات مناطق گسترده‌ای از جهان که هم‌اکنون با کرونا به شدت درگیرند را تا شاید کمی هم احتکار باشد، البته اطمینان ندارم.

## پاسخ وزیر ارتباطات به سوالی درباره «علت آشفته‌گی بازار موبایل»

این در حالی که است که فعالان بازار موبایل معتقدند قیمت گوشی متأثر از چند پارامتر است که در این مدت این پارامترها با مشکل روبه‌رو و باعث شده ورود کالا و عرضه موبایل کم شود. از طرفی اگر بانک مرکزی و وزارت صمت امکان تخصیص ارز و ثبت سفارش را برای واردات گوشی فراهم کنند، بخشی از این مشکلات که مربوط به واردات است، حل می‌شود.

با وجود این، فعالان بازار موبایل معتقدند در شرایطی که به دلیل شیوع کرونا در جهان، کارخانه‌های تولیدکننده با مشکل مواجه شدند و با مشکلات مربوط به حمل و نقل مانع ارسال کالا شده، حتی در صورت حل مشکلات داخلی هم قیمت گوشی به دوران قبل از کرونا بر نمی‌گردد و تنها در صورتی که شرایط در جهان عادی شود، می‌توان انتظار داشت که بازار موبایل هم به حالت عادی خود برگردد.

## بازگشت ایرلاین‌ها به حالت عادی ۵ سال طول می‌کشد !

فرودگاه‌های بزرگ و پرتردد جهان زمینگیر شده‌اند.

همه این مسائل موجب شده که بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران فعال در حوزه هوانوردی، صدمات وارده از سوی شیوع ویروس کرونا بر صنعت هوانوردی و گردشگری را به حادته تروریستی ۱۱ سپتامبر به برج‌های دوقلوی ایالات متحده آمریکا تشبیه کنند که البته به عقیده آنها آسیب‌های این ویروس خطرناک به مراتب بسیار بیشتر و گسترده‌تر خواهد بود به گونه‌ای که انتظار می‌رود شیوع کرونا در جهان عنوان بزرگ‌ترین کلبوس برای ایرلاین‌ها را به خود اختصاص دهد.

کارشناسان سازمان هوانوردی بین‌المللی غیرنظامی ایکائو (ICAO) و سازمان حمل و نقل هوایی یاتا (IATA) نیز با انتشار گزارش‌های مفصل، درخصوص ضرر و زیان‌های مالی گسترده شرکت‌های هواپیمایی در سراسر جهان تحت تاثیر شروع ویروس کرونا به شدت ابراز نگرانی کرده بودند.





## اختلاف ۵۰درصدی قیمت تایر

### از کارخانه تا بازار

سختگوی انجمن صنفی تایر با بیان اینکه عده‌ای عرضه و قیمت را در بازار مدیریت می‌کنند، گفت قیمت برخی از تایرها در بازار با کارخانه ۵۰درصد اختلاف دارد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از میزان، مصطفی تنها درباره وضعیت تولید تایر اظهار کرد: میزان تولید در فروردین ماه امسال برخلاف سال‌های گذشته با رشد روبه‌رو بوده است.

سختگوی انجمن صنفی تایر افزود: از بهمن ماه ارز به تایر اختصاص داده نشده و این امر موجب شده مواد اولیه کارخانجات رو به اتمام باشد و با مشکل مواجه شوند. وی افزود: تاکنون به طور رسمی اعلام نشده، اما طبق شنیده‌ها قرار است ارز ۴۲۰۰ تومانی تایر حذف و به ارز نیمایی تبدیل شود که این موضوع می‌تواند بر قیمت تمام‌شده اثر بگذارد. تنها با بیان اینکه سال گذشته ۴۱ میلیون و ۲۰۰ هزار حلقه تایر به وزن ۲۶۰ هزار تن تولید شد، بیان کرد: همچنین در فروردین ماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴،۲ میلیون حلقه تایر تولید شده که ۷درصد بیشتر است. سختگوی انجمن صنفی تایر درباره تشکیل صف برای خرید تایر با نرخ دولتی، تصریح کرد: زمانی که در برخی از سایزهای تایر، قیمت کارخانه و بازار ۵۰درصد اختلاف دارد طبیعی است که صف خرید تشکیل می‌شود. وی با بیان اینکه تیرسازان زمانی که محصول خود را با نرخ دولتی به بازار عرضه می‌کنند از آشفتنگی در بازار هیچ نفعی نمی‌برند، گفت: در سال حدود ۳۰۰ هزار تا ۳۲۰ هزار تن مصرف تایر داریم، این در حالی است که در سال گذشته ۲۶۰ هزار تن تایر در داخل تولید شد و بیش از ۲۰۵ هزار تن یعنی ۲،۶ برابر سال ۹۷ واردات صورت گرفت، اما مشخص نیست چرا در بازار با کمبود مواجه هستیم. تنها تصریح کرد: این موضوع مربوط به ساختار شبکه توزیع است که عده‌ای در آن عرضه و قیمت را در بازار مدیریت می‌کنند.

## شرایط جدید فروش خودرو اعلام شد

معاون وزیر صنعت با بیان اینکه با هدف جلوگیری از حضور سوداگران و دلالان در بازار خرید و فروش خودرو، خودروسازان مکلف شدند برنامه فروش خود را به نحو خاصی ارائه کنند، گفت کسانی که دارای پلاک جاری هستند نمی‌توانند خودرو ثبت‌نام کنند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از خبرآنلاین، عباس تابش، رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در یک برنامه تلویزیونی از مردم خواست تا بازگشت قیمت‌ها به روال منطقی، از خرید و فروش خودرو با قیمت‌های غیرمتعارف پرهیز کنند و تن به قیمت‌های حسابدار بازار خودرو ندهند. وی ابراز کرد: براساس دستور رئیس جمهور به وزیر صنعت، معدن و تجارت برای رصد بازار خودرو، امروز جلسه‌ای در سازمان حمایت برگزار شد که امیدواریم مصوبات این جلسه بلافاصله بعد از تصویب در ستاد تنظیم بازار، به اجرا گذاشته شود. معاون وزیر صمت گفت: براساس مصوبات جلسه امروز، همه خودروسازان مکلفند برنامه ماهانه تولید خود را به سازمان حمایت اعلام کنند و این تولید به‌دقت در بازه‌های سه ماهه مورد رصد قرار می‌گیرد. وی افزود: با هدف جلوگیری از حضور سوداگران و دلالان در بازار خرید و فروش خودرو، خودروسازان مکلف شدند برنامه فروش خود را به نحوی ارائه کنند که ضمن به صفر رسیدن حضور دلالان، دسترسی به سایت‌های فروش سهل‌الوصول باشد و امکان هک کردن این سایت‌ها و ثبت‌نام از روش‌های متعارف، وجود نداشته باشد.

رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ادامه داد: همچنین در کمیتبه با دادستان کل کشور و شورای‌عالی فضای مجازی مقرر شد همه شبکه‌های مجازی و رسانه‌های دیداری و شنیداری که در عرصه آگهی خودرو فعال هستند باید اولاً از وجود خودرو برای فروش هنگام درج آگهی مطمئن باشند و قیمت این آگهی نیز باید متعارف باشد که عبارت است از قیمت مصوب درب کارخانه به علاوه درصدی بابت سود فروش.

وی اضافه کرد: همچنین درج آگهی معاوضه و تعویض خودرو در سایت‌ها و شبکه‌های مجازی ممنوع خواهد بود. به گفته تابش، همه خرید و فروش‌ها باید در مراجع رسمی اتفاق بیفتد و هرگونه خرید و فروش توافقی قابل رسیدگی در سازمان حمایت نخواهد بود و مبیعانه رسمی در حکم فاکتور خرید و فروش و مبنای مبارزه با گرانفروشی سازمان حمایت خواهد بود. رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان همچنین گفت: زمانی که شورای رقابت قیمت‌های جدید را ابلاغ نکند، قیمت‌های مصوب فعلی همچنان ملاک عمل خواهد بود. وی با تأکید بر اینکه نباید خودرو که کالایی مصرفی است به کالایی سرمایه‌ای بدل شود ادامه داد: هنگام ثبت‌نام، خودروسازان مکلف هستند محدودیت‌هایی برای ثبت‌نام کنندگان ایجاد کنند تا مصرف‌کنندگان واقعی ثبت‌نام کنند. رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان افزود: ثبت‌نام‌کنندگان باید حتماً بالای ۱۸ سال سن داشته و دارای گواهینامه رانندگی باشند و در گذشته نیز از خودروی ثبت‌نامی استفاده نکرده باشند.

وی اضافه کرد: همچنین کسانی که دارای پلاک جاری هستند، نمی‌توانند خودرو ثبت‌نام کنند و اگر خودرویی از زمان تحویل تا سه ماه به گارانتی اولیه نرود گارانتی آن باطل خواهد شد و سند خودروهای ثبت‌نامی تا یک سال در رهن قرار می‌گیرد. به گفته تابش همچنین خودروسازان مکلف هستند «عذرمد تولیدات خود را به تعهدات قبلی و ۲۰درصد را به ثبت‌نام‌های فروش فوق‌العاده تخصیص دهند. وی ابراز کرد: از وزارت امور اقتصادی و دارایی نیز خواسته شده از صاحبان درآمد‌های بالا و اتفاقی مالیات اخذ شود و اگر حتی یک خودرو توسط بازرسان سازمان حمایت در پارکینگ‌های عمومی و شرکت‌های خرید و فروش خودرو پیدا شود که بیش از سه ماه بلااستفاده بوده در حکم اختفا و احتکار خواهد بود.

## در صورت توقف تولید پژو و پراید اقبال

### زحمتکش نمی‌توانند صاحب خودرو شوند

یک عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت که در صورت توقف تولید پژو و پراید اقبال زحمتکش نمی‌توانند صاحب خودرو شوند. به گزارش ایسنا، نادر قاضی‌پور در تذکره در جلسه علنی صبح روز یکشنبه خطاب به وزیر صنعت خواستار جلوگیری از تعطیلی تولید خودروهای ارزان‌قیمت پراید و پژو شد و گفت: این خودروها مورد استفاده اقشار آسیب‌پذیر، کارگران و کشاورزان است و با تعطیلی خط تولید آنها قشرهای زحمتکش دیگر نمی‌توانند صاحب خودروی شخصی شوند. وی همچنین خواستار اصلاح نحوه فروش خودروها شد.

نماینده مردم ارومیه در مجلس در تذکره به رئیس جمهور و وزیر خارجه درباره بازگشایی گمرکات کشور به خصوص گمرک بازرگان گفت: برای عبور خودروهای ایرانی به خارج از کشور تلاش کنید.

# درج قیمت خودرو در آگهی‌های اینترنتی ممنوع شد



تعیین‌شده بفروشد نمی‌تواند قیمت را درج کند و باید به صورت توافقی معامله کند.

الف‌تنسب مشکل اصلی بازار خودرو را نبود متولی مشخص برای قیمت‌گذاری عنوان کرد و گفت که پیش از ممنوعیت درج قیمت هم در سایت‌های مجاز تنها ۱۰ تا ۲۰درصد آگهی‌ها قیمت داشته و مابقی به صورت توافقی معامله می‌کردند.

### فضای مجازی تأثیری بر گرانی‌های اخیر نداشته است

وی همچنین با اشاره به وجود فضای ویژه در پلتفرم‌های انتشار آگهی اینترنتی برای نمایندگان‌داران خودرو، تصریح کرد: در حال حاضر به ادعان خود اتحادیه خودرو پلتفرم‌های اینترنتی نقشی در افزایش قیمت‌های اخیر نداشتند.

به گفته عضو هیأت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی، نبود متولی برای قیمت‌گذاری و خلأ قانونی که باعث می‌شود هر فردی مجاز باشد خودرو خود را به هر قیمتی که می‌خواهد بفروشد و موضوعات دیگری که این روزها مطرح شده از جمله کاهش تولید خودرو، ممنوعیت واردات و مشکلات اقتصادی که در پی شیوع ویروس کرونا ایجاد شده، مجموعاً موجب افزایش قیمت خودرو شده و فضای مجازی تأثیر چندانی بر این اتفاق نداشته است.

در روزهای اخیر قیمت خودروی پراید در بازار آزاد افزایش سرسام‌آوری داشت که معاون بازاریابی و فروش گروه خودروسازی سایپا علت آن را خبر توقف تولید این خودرو عنوان کرد؛ به گفته او قیمت‌های سرسام‌آور خودرو توسط واسطه‌ها و مالکان خودروها و با قیمت‌سازی سایت‌های مجازی صورت می‌گیرد.

عضو هیات مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی از ممنوعیت درج قیمت

خودرو در پلتفرم‌های انتشار آگهی اینترنتی خبر داد.

به گزارش پرسشین خودرو به نقل ایسنا، رضا الف‌تنسب اظهار کرد: مشخص نیست این ممنوعیت تا چه زمانی ادامه داشته باشد، این مسئله موجب نگرانی دست‌اندرکاران کسب و کارهای مجازی هم شده است.

وی با اشاره به ممنوعیت ثبت آگهی اینترنتی که سال گذشته در پی افزایش قیمت خودرو اتفاق افتاد، تصریح کرد: تجربه قبلی نشان داد که ممنوعیت درج قیمت در آگهی فروش خودرو تأثیر چندانی بر کنترل بازار نخواهد داشت و فقط معاملات از فضای رسمی به فضای غیررسمی مثل تلگرام منتقل می‌شود که نظارتی بر آن وجود ندارد.

اردیبهشت ماه سال گذشته هم رئیس مرکز مبارزه با جرایم ملی و سازمان‌یافته پلیس فتا ناجا با اشاره به «قیمت‌سازی کاذب در بازار خودرو و املاک در فضای مجازی»، اعلام کرد که حذف قیمت‌های بازار خودرو و مسکن به مدیران سایت‌های واسطه ابلاغ شده است. البته مدتی بعد با در نظر گرفتن شرایط جدید تعیین محدوده سقف قیمت این محدودیت برداشته شد.

به گفته عضو هیأت‌مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی از سال گذشته تاکنون در سایت‌های رسمی تعداد آگهی‌های رایگان در حوزه خودرو محدود شده است. همچنین برای ثبت قیمت در سایت‌های مجازی محدوده قیمت تعیین شده که برای این کار، کارشناسانی استخدام شدند تا براساس الگوریتم قیمت‌های درج‌شده محدوده قیمت را مشخص کند. اگر کسی بخواهد خودرو خود را پیش از قیمت

# ۲۰درصد لوازم یدکی موجود در بازار بی کیفیت هستند

وی گفت: با شیوع کرونا، واردات متوقف شد و قطعاتی که سفارش شده بود وارد نشد، از طرفی مواد اولیه واحدهای تولید داخل نیز وارد نشد و این عوامل موجب شد تا تولید داخل نیز با کاهش مواجه شود و روی قطعه تأثیر گذاشت. کاظمی بیان کرد: به جز دو تا سه مرحله که برای برخی از قطعات مانند لنت ترمز ارز اختصاص داده شد در سایر موارد ارزی به این بخش اختصاص نیافت. سختگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی درباره قیمت تصریح کرد: با ثابت بودن نرخ ارز قیمت‌ها در صنف به ثبات رسید، اما با افزایش نرخ ارز یک بالاکلفی به وجود آمد و روی قیمت اثرگذار است.

سختگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی با بیان اینکه حجم قطعه قاقاج در بازار بسیار اندک است، گفت ۲۰درصد لوازم یدکی موجود در بازار بی‌کیفیت هستند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از میزان، سید مهدی کاظمی با بیان اینکه در حال حاضر مشکلی از نظر تأمین قطعه نداریم، اظهار کرد: در حال حاضر به آرامی به سمتی حرکت می‌کنیم که در آینده با کمبود قطعات مواجه خواهیم شد.

سختگوی اتحادیه فروشندگان لوازم یدکی افزود: از دولت درخواست کردیم تمهیداتی ببندند تا با مشکلی در این زمینه مواجه نشویم.

## مگر ۹۰درصد قطعات پراید تولید داخل نبود؟

نماینده مردم اردبیل در مجلس تصریح کرد: ادامه سیاست‌های قبلی پرداخت وام مسکن عملاً کارایی خود را از دست داده است. انفعال دولت در ساخت مسکن باعث عقب‌ماندگی ۳ میلیونی مسکن نسبت به تقاضا شده است که جبران آن به این سادگی ممکن نیست. متأسفانه هر روز تقاضا افزایش یافته و عرضه نیز تضعیف می‌شود.

وی در ادامه تأکید کرد: متأسفانه در بازار خودرو نیز دولت نتوانسته توازن بین عرضه و تقاضا را برقرار کند. صنعت خودروسازی انحصاری و از بین بردن امکان رقابت باعث ایجاد این نابسامانی شده است. تا حد قابل توجهی التهاب کنونی بازار ناشی از بی‌برنامگی دولت و باز گذاشتن دست دلالان با سیاست‌های نادرست است. وی در ادامه خاطرنشان کرد: چندین و چند ماه است که خبری از عرضه خودرو با قیمت کارخانه نیست و ثبت نام خودروهای پیش‌فروش‌شده نیز که یک سال دیگر تحویل داده می‌شود دردی را دوا نمی‌کند؛ در این شرایط که تحت تأثیر سیاست‌های نادرست تقاضا در بازار تلنبار شده و خودروسازها نیز

سختگوی کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی ابراز عقیده کرد که بی‌برنامگی دولت دست دلالان را با سیاست‌های نادرست باز گذاشته و وضعیت کنونی را در بازار خودرو رقم زده است.

به گزارش ایسنا، صدید بدری در نطق میان دستور جلسه علنی روز گذشته مجلس شورای اسلامی بیان کرد: آقای روحانی در روزهایی که کرونا آرامش را از جامعه گرفته است و سلامت جسمانی مردم را تهدید می‌کند اقتصاد خانواده‌های ایرانی نیز مختل شده و دولت در کنترل قیمت کالاهای اساسی و تنظیم بازار متغذله عمل کرده است. درخصوص بازار مسکن هشدارهای لازم به دولت داده شده بود، اما کسی گوش شنوا نداشت.

وی در ادامه اظهار کرد: نتیجه بی‌توجهی به توصیه‌ها و کمبود تولید مسکن افزایش قیمت زمین و مصالح ساختمانی و عاقبت‌طلبی بانک‌ها، افزایش تصاعدی قیمت مسکن شده است؛ به طوری که خانه‌دار شدن از رویای خانواده‌های ایرانی نیز فراتر رفته است.

## مسابقه ملی واسط مغز و رایانه به دور سوم رسید

آزمایشگاه ملی نقشه‌برداری مغز سومین دوره از مسابقه ملی واسط مغز و رایانه (BCI) را برگزار می‌کند. کاربرد سیگنال‌های مغزی در حوزه توانبخشی در این دوره مورد توجه قرار دارد. ۱۰ اسفندماه سال گذشته ثبت نام برای حضور در این مسابقه ملی آغاز شده است و هفته پایانی اردیبهشت ماه راه‌یافتگان به مرحله حضوری رقابت خود را شروع می‌کنند. هدف از برگزاری این رویداد توسعه فناوری رابط‌های مغز و رایانه در کشور است. این رویداد در دو مرحله برگزار می‌شود. دوره نخست این رویداد با محوریت پردازش سیگنال‌های مغزی (EEG) و دوره دوم نیز با تأکید بر کاربرد سیگنال‌های مغزی (EEG) برگزار شد. واسط‌های مغز و رایانه ابزاری فناورانه برای ارتباط بین مغز و شی خارجی است و توسط آن فعالیت‌های مغز به سیگنال‌هایی تبدیل می‌شود.



### دریچه

## فعالان دانش‌بنیان محصولات ایران ساخت را با استانداردهای جهانی تولید و صادر می‌کنند

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری گفت با صادرات کیت‌های ایران ساخت اتفاقات مهمی رخ داده و ایران توانسته با کمک نخبگان و فناوران خود محصولی های‌تک را در کمترین زمان ممکن تولید و به جامعه عرضه کند که از تمامی استانداردهای اروپایی برخوردار باشد. در شرایطی که رسانه‌های معاند در پی شبهه‌افکنی و سیاه‌نمایی برعلیه کشورمان هستند و تلاش دارند تا با مشوش کردن افذهان جامعه ماهی خود را از آب گل‌آلود کرده خود بگیرند دانش‌بنیان‌ها در فتوحاتی دیگر صادرات محصولات روزآمد خود را آغاز کرده و چشمه دیگری از اقتدار علم و فناوری ایران را به رخ جهانیان کشیدند.

### اقتدار و توانمندی علمی و فناوری کشور در حوزه زیست‌فناوری در عرصه جهانی

پرویز کرمی، مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در پاسخ به این سوال که با گفتن اینکه دنیا از این پس اخبار متفاوتی از ایران قوی خواهد شنید به اهمیت صادرات کیت تشخیص کرونا در این زمان اشاره کرد و گفت: واقعیت این است که با صادرات کیت‌های ایران ساخت چند اتفاق مهم رخ خواهد داد. نخست آنکه اقتدار و توانمندی علمی و فناوری کشور در حوزه زیست‌فناوری را در عرصه جهانی به نمایش می‌گذارند و در سال جهش تولید نشان می‌دهیم که برخلاف تبلیغات سوئی که از سوی رسانه‌های معاند خارجی و سیاه‌نمایی علیه ایران به دنیا شده و می‌شود، توان و اقتدار علمی و فناوری ما به جهان مخابره می‌شود، ایران اسلامی توانسته با کمک نخبگان و فناوران خود، محصولی های‌تک را در کمترین زمان ممکن تولید و به جامعه عرضه کند که از تمامی استانداردهای اروپایی برخوردار باشد.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان افزود: به عبارت دیگر سطح تکنولوژی و فناوری ایران به حدی است که مورد پذیرش کشوری مانند آلمان قرار گرفته و اکنون این کشور و سایر کشورهای اروپایی متقاضی وارد کردن کیت‌های تشخیص کرونا از ایران هستند. نکته حائز اهمیت دیگر اینکه، این کیت‌ها براساس قرارداد فروش که میان شرکت تولیدکننده و شرکت واردکننده آلمانی منعقد شده، صادر می‌شود و طبیعی است که برای کشور ارزآوری به همراه داشته باشد. هرچند که اهمیت نمایش «ما می‌توانیم» و «اقتدار علمی»

### بازار داغ ثبت پتنت ایرانی در دنیا؛ اختراع نخست ۹۰درصد و اختراع دوم ۵۰درصد حمایت می‌شود

شرکت‌های فناور به اهداف تجاری‌شان باشد. همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان مورد تایید می‌توانند علاوه بر حمایت ۹۰درصدی برای ثبت اختراع نخست خود از حمایت ۵۰ درصدی برای ثبت دومین اختراع بهره‌مند شوند.

براساس این گزارش، کانون پتنت معاونت علمی حمایت ۹۰درصدی از ثبت بین‌المللی اختراعات را انجام می‌دهد. تاکنون با حمایت این کانون ۹۳ پتنت در دفاتر ثبت اختراع خارجی گرت شده است. همچنین در زمینه آموزش و ترویج این حوزه نیز اقدامات چشمگیری انجام داده است تا مالکیت فکری به عنوان پیش‌نیاز مهم ورود محصولات دانش‌بنیان به بازارهای بین‌المللی مورد توجه بیشتر قرار گیرد.

کانون پتنت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فعالیت خود برای ثبت بین‌المللی اختراع را گسترش داده است؛ به گونه‌ای که علاوه بر آمریکا در کشورهای کانادا، چین و اتحادیه اروپا نیز بیش از ۱۰ پتنت با حمایت این مرکز به ثبت رسیده است.

مهدی ضیغمی، مدیر کانون پتنت درباره این موضوع گفت: ثبت پتنت را در سایر کشورها نیز گسترش می‌دهیم و سال جاری هند و کره جنوبی نیز به لیست کشورهایی که در آنها از ثبت پتنت حمایت می‌کنیم، افزوده می‌شود. ضیغمی با اشاره به اینکه با این اقدام بازار ثبت پتنت در سایر کشورها گسترش می‌یابد، افزود: این اقدام می‌تواند راهکاری برای رسیدن زودتر

## نمونه کیت ایران ساخت کرونا راهی چندین کشور شد

با شیوع بیماری کرونا دست به کار شدند و تولید کیت‌های تشخیصی را آغاز کردند؛ دانش‌بنیان‌هایی که برای اثبات توانمندی‌های خود با نظام بهداشت و درمان همگام شدند و امروز که در میانه راه مقابله با کرونا هستیم این کیت‌ها در کنار تامین نیاز داخلی به دیگر کشورها هم صادر می‌شود. مهدی قلعه‌نوی، رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری با اشاره به این نکته، گفت: «نمونه کیت‌های تشخیصی تولید داخل به سایر کشورها ارسال شده و در صورت رفع برخی موانع، بازار این کیت‌ها را در دنیا توسعه می‌دهیم.» «یکی از کشورهای هدف کیت‌های تشخیصی کرونیای شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی کشور پاکستان است. این کشور، در یکی از معتبرترین مراکز درمانی خود در حال تست این کیت‌ها است تا در صورت تایید، این کیت‌ها را از ایران خریداری کند.» رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیان این مطلب، ادامه داد: دو نوع کیت تشخیصی IGG و IGM ایرانی به مرکز درپ در پاکستان ارسال شده است و به زودی هماهنگی‌ها برای خرید این کیت‌ها صورت می‌گیرد.



ساخت و تولید محصولات ارتباطی پایه و سیستمی مایکروویو با قابلیت رقابت با نمونه‌های خارجی هدف و بهانه تشکیل یک شرکت دانش‌بنیان در کشور شد. محصولاتی پرکاربرد در صنعت مخابراتی که هر سال برای واردات

آنها ارز زیادی از کشور خارج می‌شد. شرکت دانش‌بنیان صنایع سامانه‌های راه دور تولیدکننده و پیشرو در ساخت و تولید محصولات ارتباطی پایه و سیستمی مایکروویو با طراحی و ساخت کاملاً داخلی و قابل رقابت با نمونه‌های خارجی شامل سخت‌افزار و نرم‌افزار است.

«یومی‌سازی رادیو و آنتن‌های مایکروویو در فرکانس‌های مختلف را دنبال کردیم و توانستیم در این حوزه تا حد زیادی نیاز کشور را رفع کنیم.» پرستو محبی‌نژاد مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان با بیان این مطلب، می‌گوید: شرکت ما سال ۷۹ با همکاری تعدادی از دانش‌آموختگان دانشگاه‌های معتبر و با حمایت مسئولان وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و شرکت مخابرات پایه‌ریزی شد. وی درباره تولیدات این شرکت، بیان می‌کند: ارائه سیستم‌های دسترسی



## رادیو و آنتن‌های مایکروویو دانش‌بنیانی شد

WLL و آنتن‌های مختلف شبکه تلفن سبار از جمله آنتن indoor .xpole single، و آنتن‌های مایکروویو در فرکانس‌های مختلف به شبکه مخابراتی کشور و دیگر مشتریان از جمله خدمات ارائه شده در شرکت ما است.

همچنین تولید رادیوهای دیجیتال کم‌ظرفیت در باند ۹۰۰ مگاهرتز با ظرفیت‌های ۲، ۱۲، ۲۴، ۳۰ کانال و رادیوهای پرظرفیت ۸ Amb/sec در باند ۸GHZ و رادیوهای مایکروویو دیجیتال با ظرفیت ۱۶E۱ در فرکانس‌های ۴،۴، ۷،۸۱۵، ۱۸ و ۲۳ گیگاهرتز هم با تلاش ۱۰ نفر از متخصصان کشور که در این شرکت فعالیت می‌کنند میسر شده است.

این شرکت دانش‌بنیان با کمک‌های مادی و معنوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توانسته محصولاتی با کیفیت جهانی تولید کند که قابل عرضه به دیگر کشورها است. محصولات شرکت به صورت غیرمستقیم توسط دیگر ارگان‌ها به کشورهای متقاضی صادر شده است، اما هنوز خود شرکت برای صادرات محصول اقدام نکرده است.



## بیورآکتور کشت سلولی ایران ساخت شد

بیورآکتورها، از جمله تجهیزاتی هستند که در کشت انواع سلول‌های جانوری و گیاهی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این تجهیزات نقش کلیدی در توسعه زیست‌بوم مرتبط با زیست فناوری در کشور دارد. سید صفاغلی فاطمی، مدیرعامل شرکت زیست فرآیند صنعت صبا در این باره گفت: از این دستگاه در شرکت‌های دارویی، مراکز علمی، تحقیقاتی و تولید فرآورده‌های زیستی استفاده می‌شود. وی با اشاره به نقش این دستگاه در تکمیل فرایند تحقیق و تولید در زیست فناوری بیان داشت: در حال حاضر واردات این دستگاه سخت‌تر از گذشته است، خوشبختانه موفق شده‌ایم که این محصول دانش‌بنیان را ۴۰ درصد ارزان‌تر از نمونه مشابه خارجی تولید کنیم، همین موضوع سبب شده است تا دامنه مشتریان داخلی این محصول گسترش یابد.



### یادداشت

## رقابت‌پذیری و توسعه کسب و کارهای همگرا

علی محمد سلطانی - رئیس مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

محصولات جدید عموماً حاصل همگرایی چند فناوری هستند و برنامه‌ریزی برای توسعه و تولید چنین محصولاتی به هماهنگی و اقدام مشترک ستادهای توسعه فناوری دخیل نیاز دارد. گاه توجه به نقاط همگرایی فناوری‌ها و لزوم همکاری برای توسعه آنها از چشم ستادها مغفول می‌ماند و گاه نیز اقدامات موازی دیده می‌شود، اما روشن است که بدون حضور مشترک ستادها نمی‌توان در حوزه همگرایی موفق شد.

رسالت محوری مرکز راهبردی فناوری‌های همگرا توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر فناوری‌های همگراست. مرکز با همسوز کردن و اتصال فعالیت‌های ستادها در نقاط همگرایی فناوری‌ها که هم‌افزایی اقدامات ستادها را به دنبال دارد و با اتخاذ رویکرد توجه به زنجیره ارزش توسعه کسب‌وکار حول هر فناوری، برای تکمیل این زنجیره‌ها در داخل کشور تلاش می‌کند.

بر این اساس، مرکز اقدامات خود را در چهار برنامه اصلی رصد فناوری‌های همگرا، توانمندی‌ها و تقاضاها و تعریف مأموریت‌های توسعه محصولات همگرا، توسعه زنجیره‌های ارزش محصولات همگرا، توسعه بازار محصولات همگرا و توسعه سبد محصول و رقابت‌پذیری توسعه‌دهندگان کسب‌وکارهای همگرا گنجانده است.

پس از شناسایی نقاط همگرایی و انجام مطالعات اولیه، برخی از نقاط با توجه به توانمندی‌های موجود در کشور به‌عنوان نقاط تمرکز فعالیت‌های

برای رفع نیازهای فناورانه

### شرکت‌های دانش‌بنیان به کمک صنعت برق کشور می‌آیند

بخشی از این نیازها اعلام شده است. شرکت توانیر در نامه‌ای لیست کامل این نیازهای فناورانه را اعلام کرده است که در سایت مرکز شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در دسترس قرار گرفته است. پیش از این در مراسم امضای تفاهم‌نامه همکاری با عنوان توسعه زیست‌بوم نوآوری و فناوری حوزه آب و برق، میان سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و رضا اردکانیان وزیر نیرو، بر افزایش تولید محصولات «ایران ساخت» در حوزه آب و برق تأکید شده بود.

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری تأکید کرده بود که «ظرفیت‌های خوبی در حوزه آب و برق برای فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد و بازار فوق‌العاده این حوزه پذیرای فعالیت این شرکت‌ها و ایده‌های نیروی جوان است.»

### برنامه‌نویسان خلاق در فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات شناسایی می‌شوند

پنجم و ششم تیرماه سال ۹۹ توسط گروه شریف آی‌سی‌تی مرکز نوآوری فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرفته دانشگاه صنعتی شریف برگزار خواهد شد.

این مسابقات در دو مرحله برگزار می‌شود. در مرحله اول مهارت حل مسئله تیم‌ها مورد سنجش قرار می‌گیرد و در مرحله دوم خلاقیت، نوآوری و ایده‌پردازی تیم‌های مورد سنجش.

همه تیم‌ها و استارت‌آپ‌های فعال در این حوزه بدون هیچ محدودیتی می‌توانند در این مسابقات شرکت کنند. علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به آدرس اینترنتی <http://ictchallenge.sharif.ir> مراجعه کنند.

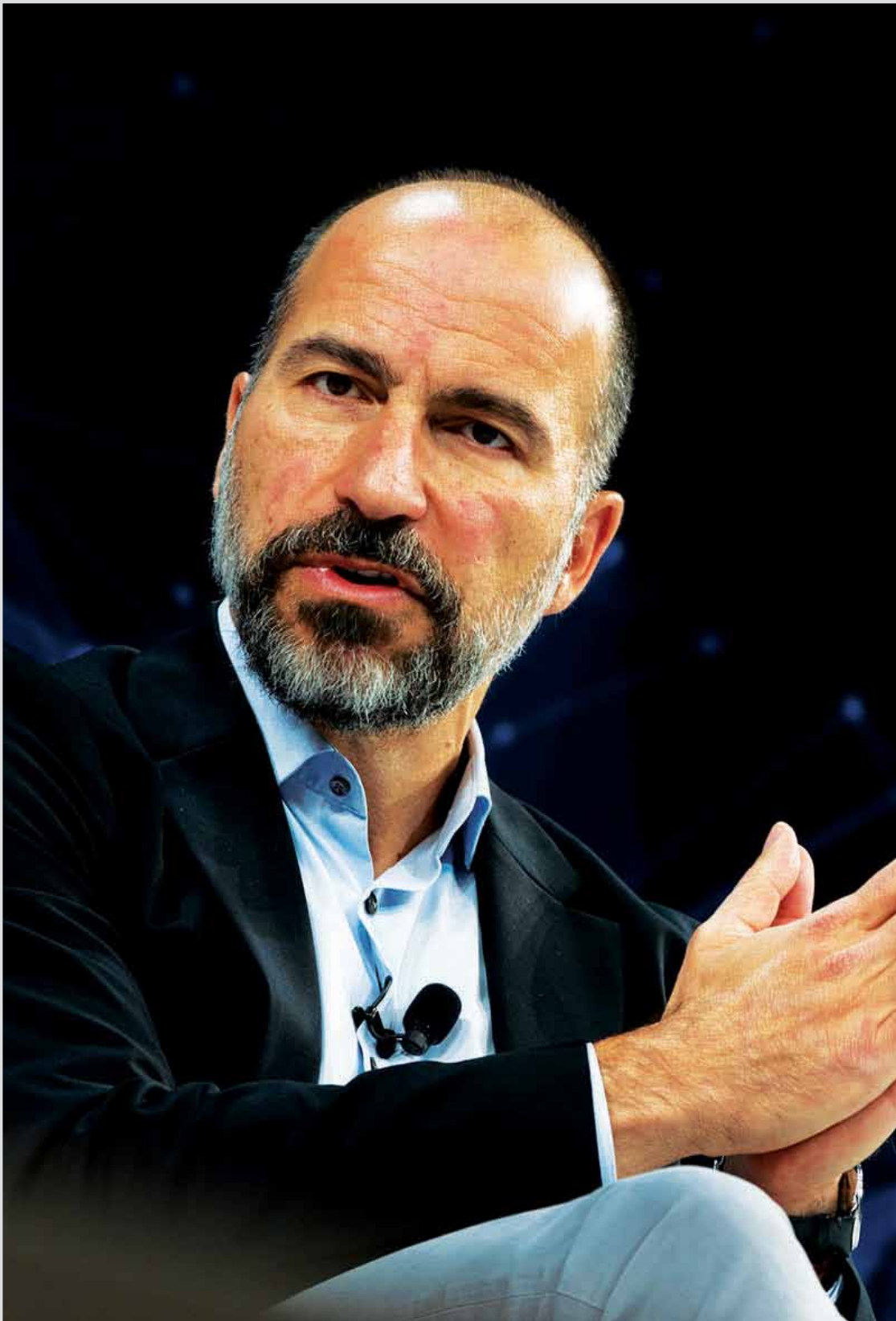
صنعت برق کشور برای رفع نیازهای فناورانه خود و بومی‌سازی تجهیزات و فناوری‌های موردنیاز خود، شرکت‌های دانش‌بنیان، فناور و استارت‌آپ‌های سراسر کشور که در این زیست بوم فعال هستند را دعوت کرده است تا این نیازها را مرتفع سازند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در پی اعلام شرکت مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران «توانیر» درباره اولویت‌های پژوهشی این شرکت در بخش انتقال برق و دعوت از شرکت‌های فناور جهت رفع این نیازها، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور را ترغیب کرده است تا توان فنی خود را برای توسعه فناوری‌های موردنیاز صنعت برق به کار ببرند.

دستیابی به دانش فنی دستگاه اسپکتروسکوپی، دستگاه اندازه‌گیری پاسخ فرکانسی، دستگاه اندازه‌گیری پارامترهای پلاریزاسیون عایقی و ...

تایستان امسال شاهد برگزاری پنجمین دوره مسابقات چالش‌های حوزه ICT با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خواهیم بود؛ رویدادی فناورانه که با هدف شناسایی برنامه‌نویسان و تیم‌های توانمند و خلاق کسب‌وکارهای مبتنی بر فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات برگزار می‌شود.

این مسابقات یکی از رویدادهای مجموعه چالش‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور (ICT Challenge) است و دقیقاً مطابق با قوانین و مقررات این چالش برگزار می‌شود. این مدل رویداد با تمرکز بر زبان‌های برنامه‌نویسی پرکاربرد و پرطرفدار طراحی شده است.

پنجمین دوره مسابقات چالش‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات



## ۳ ماهه اول سال ۲۰۲۰

درآمد سرویس‌دهنده حاصل می‌شود. محاسبه تمامی مخارج به همراه مالیات و موارد دیگر نیز بهای رزرو ناخالص این دسته از کسب و کارها را تشکیل می‌دهد. با شیوع بیماری کرونا به کسب و کارهای مختلفی آسیب وارد شد و بسیاری از مناطق دنیا به‌صورت خودجوش یا به دستور مقامات محلی به حالت قرنطینه درآمدند. همین امر نیز به کسب و کارهایی مانند اوبر که در زمینه حمل و نقل شهری فعالیت دارد، ضربه سنگینی وارد کرده است.

ی رنج می‌برد. به گزارش زومیت، مدیرعامل بخش کسب و کار تاکسی اینترنتی اوبر با رش غذا یا اوبر ایترز (Uber Eats) نسبت به ۵۴درصدی بهره می‌برد. تقیم از مشتریان درآمذایی نمی‌کنند؛ بلکه ستند و در آمد آنها با سهم‌داشتن از بخشی از

### فرصت‌های شغلی در نمایشگاه «آنلاین کارآموزی و استخدام» به نمایش درمی‌آید

یعنی یافتن شغلی مناسب را مدنظر قرار داده است و به دغدغه اصلی این قشر یعنی استخدام پس از تحصیل پاسخ می‌دهد. در سوی دیگر شرکت‌ها و صاحبان مشاغل قرار دارند که همواره در فکر یافتن و استخدام یک نیروی انسانی بااستعداد، باانگیزه و متعهد هستند. پس وجود واسطه‌ای مناسب برای معرفی افراد به صاحبان صنایع یکی از مشکلات در این زمینه است. برای رفع آن نیز تعریف فرصت‌های کارآموزی و کارورزی از راهکارهایی است که در شرکت‌های معتبری مانند گوگل، اپل و آمازون نیز کاربرد دارد و با این روش استعدادهای دانشگاهی را جذب می‌کنند. در ادامه نیز برنامه‌ریزی‌های ویژه‌ای برای آموزش و استخدام افراد دارند. با همین نگاه نمایشگاه «آنلاین کارآموزی و استخدام» برگزار می‌شود. براساس این گزارش، سال گذشته نخستین دوره این نمایشگاه با حضور ۲۰۰ شرکت و ارائه بیش از ۱۰۰۰ جایگاه کارآموزی و استخدام در چهار استان برگزار شد که زمینه حضور بسیاری از دانشجویان و فارغ‌التحصیلان را در این صنایع و توانمندسازی آنها فراهم کرد.

فرستی برای جذب دانشجویان و فارغ‌التحصیلان با برگزاری نمایشگاه «آنلاین کارآموزی و استخدام» فراهم شده است. فرصت سودمند برای فارغ‌التحصیلان و دانشجویان جوینده کار از یک سو و برای شرکت‌ها و صاحبان در جست‌وجوی نیروی انسانی خلاق و مستعد از سوی دیگر. این نمایشگاه با حمایت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خردادماه برگزار می‌شود که در آن با تجمیع فرصت‌های کارآموزی و استخدام شرکت‌های گوناگون فرصتی برای جذب دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی فراهم شده است. در همین راستا شرکت‌ها از ۱۰ اردیبهشت ماه سال جاری تا ۱۰ خرداد برای ثبت آگهی‌های کارآموزی و استخدام خود مهلت دارند. این آگهی‌ها در سایت دانشکار ثبت می‌شود. پس از آن نیز دانشجویان و فارغ‌التحصیلان از ۱۰ تا ۲۰ خردادماه رزومه‌های خود را برای شرکت‌ها ارسال می‌کنند. این نمایشگاه یکی از اصلی‌ترین مشکلات دانشجویان و فارغ‌التحصیلان



### دستگاه اکسیژن سنج خون ایران ساخت شد

از بیماری کرونا، طبیعی است که میزان درخواست‌ها برای این دستگاه به شکل چشمگیری افزایش یابد. خوشبختانه با حمایت‌های صورت گرفته موفق شده‌ایم که این دستگاه را با قیمت تقریبی یک

چهارم نمونه خارجی تولید کنیم. صدری در ادامه گفت: بسیاری از مدل‌های موجود در بازار از باتری استفاده می‌کنند، اما دستگاه تولیدی این شرکت، از نوع شارژی است. در حال حاضر در حال آماده کردن سفارش ۳ هزار دستگاه هستیم و امیدواریم در نزدیک‌ترین زمان ممکن، سطح تولید را به ۱۰ هزار دستگاه برسانیم.

وی همچنین بیان کرد: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور را ترغیب و تشویق می‌کند که تولیدات فناورانه



خود را برای مقابله با کرونا افزایش دهند. در این بین شرکت‌هایی که محصولات فناورانه موردنیاز را تولید کنند نیز از سوی این معاونت مورد حمایت قرار می‌گیرند.

محصولات موردنیاز برای مقابله با کرونا تنها به ماسک، مواد ضدعفونی‌کننده محدود نمی‌شود. در این زمینه دستگاه‌ها و تجهیزات متعددی موردنیاز است. دستگاه پالس اکسی‌متر انگشتی از جمله این تجهیزات موردنیاز است که کار سنجش اکسیژن در خون را انجام می‌دهد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مسعود صدری از مدیران شرکت مهندسان پایش وضعیت امیرکبیر (میوا) در این باره اظهار کرد: دستگاه پالس اکسی‌متر انگشتی در تجهیزات مختلفی از جمله در ونتیلاتورها و دستگاه‌های پایش علائم حیاتی در مراکز درمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در واقع این دستگاه عمل سنجش سطح اکسیژن در خون را انجام می‌دهد.

وی با اشاره به افزایش درخواست جهانی برای استفاده از دستگاه پالس اکسی‌متر انگشتی افزود: به دلیل مشکلات حاد تنفسی ناشی

## کارگاه برندینگ

بررسی تحولات مدیریتی گوگل

در زمینه شبکه‌های اجتماعی

## اقدام گوگل برای مدیریت یکپارچه اپ‌های

## پیام‌رسان

به قلم: دیتر بوهن کارشناس فناوری ارتباطات

ترجمه: علی آل‌علی

گوگل در ماه اکتبر سال گذشته خاویر سُلُترو، کارشناس ارشد حوزه شبکه‌های اجتماعی و فناوری اطلاعات، را به عنوان نایب رئیس پروژه جی سویت استخدام کرد. این امر خبر مهمی برای افراد فعال در حوزه فضای آنلاین و پیام رسان‌ها محسوب می‌شود. اگر از طرفدارهای اپ‌های ارتباطی گوگل باشید، تنوع آنها شمار را گنج خواهد کرد. گوگل اکنون مدیریت اپ‌های مسیجر، دو، گوگل میت و گوگل چت را برعهده دارد. اگرچه هر کدام از آنها خدمات به نسبت متفاوتی ارائه می‌دهد، اما در تحلیل نهایی شباهت‌های زیادی به هم دارند. همین امر موجب سردرگمی برخی از کاربران در زمینه استفاده از چنین اپ‌هایی شده است. اقدام چند ماه پیش گوگل در راستای استخدام خاویر سُلُترو گامی مهم در راستای ایجاد اتحاد مدیریتی پیرامون اپ‌های ارتباطی‌اش محسوب می‌شود. بنابراین به زودی تمام اپ‌های ارتباطی و پیام رسان‌های گوگل تحت چتر مدیریت واحدی درمی‌آید. نکته مهم در این میان تاکید سُلُترو بر روی حفظ تنوع در اپ‌های موجود گوگل است: «کاربران مختلف براساس سطح نیاز گوناگون‌شان اقدام به استفاده از یک یا چند اپ گوگل خواهند کرد.» بنابراین امید کاربران برای ترکیب تمام اپ‌های گوگل بسیار کم‌رنگ خواهد شد.

اپ‌های ارتباطی گوگل نیاز فوری به ارتقای سطح خدمات و استفاده از نظرات کاربران دارد. این امر در طول سال‌های اخیر کمتر مورد توجه مدیران ارشد گوگل قرار گرفته است. به عنوان مثال، گوگل پلاس در طول سال‌های متعدد فقط به دلیل ایجاد خودکار حساب کاربری برای تمام کاربران خدمات گوگل در صدر فهرست پرکاربرترین شبکه‌های اجتماعی قرار داشته است. چنین وضعیتی برای گوگل به هیچ وجه مطلوب نیست بنابراین از ماه اکتبر سال گذشته پروژه تحول در شرایط کنونی در دست اقدام قرار گرفته است.

نخستین اقدام سُلُترو در زمینه مدیریت شبکه‌های اجتماعی و اپ‌های ارتباطی گوگل ساماندگی به وضعیت Hangout بود. گوگل در زمینه مدیریت این اپ یک فاجعه تمام عیار ایجاد کرده بود. این امر علاوه بر ایجاد امکانات تازه برای سرویس Hangout شامل تغییر نام‌شان نیز می‌شود. Hangout Video به گوگل میت و Hangout Chat به گوگل چت تغییر نام داده است. این امر نقش مهمی در برندسازی دوباره برای گوگل خواهد داشت. دست کم دیگر خاطره فاجعه برندسازی گوگل پیش روی تمام کاربران نخواهد بود.

بدون تردید انتقال تمام کاربران از سرویس‌های قدیمی گوگل به نسخه‌های تازه نیازمند زمان است. این امر در برخی از موارد حتی پیچیدگی بسیار زیادی نیز پیدا می‌کند. براساس اظهار نظر سُلُترو، استراتژی اصلی گوگل ادامه فرآیند مدرن سازی اپ‌های ارتباطی است: «ما باید سطح امکانات و خدمات اپ‌های ارتباطی‌مان را به شدت توسعه دهیم.» تیم مدیریتی گوگل به خوبی از پیشرفت‌های سریع سایر شبکه‌های اجتماعی اطلاع دارد. همین امر موجب تلاش ویژه آنها برای دستیابی به جایگاهی مطمئن در بازار شبکه‌های اجتماعی است. شاید گوگل در عرصه موتورهای جست‌وجو یا خدمات ایمیل بی‌رقیب باشد، اما چنین جایگاهی در

حوزه شبکه‌های اجتماعی ندارد.

راهکار اصلی سُلُترو برای ایجاد جایگاهی مطمئن برای گوگل در عرصه شبکه‌های اجتماعی تاکید بر روی نوآوری مداوم و شفافیت در توضیح خدمات است. به این ترتیب دیگر خبری از سردرگمی کاربران برای یافتن اپ دلخواه‌شان نخواهد بود. اکنون با جست‌وجویی ساده در گوگل پلی امکان مطالعه کاربردهای دقیق هر کدام از اپ‌های ارتباطی گوگل وجود دارد. همچنین کارشناس‌های گوگل در سریع‌ترین زمان ممکن پاسخ سوالات شما را خواهند داد. افزایش سرعت پاسخگویی به کاربران ریشه در استفاده از سیستم‌های دارای هوش مصنوعی دارد بنابراین ما به هنگام تعامل با گوگل در حقیقت هوش مصنوعی را مقابل خود داریم.

امروزه استفاده از خدمات ابری اهمیت بسیار زیادی دارد. گوگل در این زمینه وضعیت بسیار مطلوبی در مقایسه با سایر رقبای دارد. هدف اصلی تیم مدیریتی سُلُترو گسترس کاربرد خدمات ابری در شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب کاربران فرصت بیشتری برای ذخیره‌سازی اطلاعات در اکانت فضای ابری‌شان خواهند داشت. دغدغه بسیاری از کاربران در شبکه‌های اجتماعی دشواری دانلود محتواست. این مسئله با توسعه فضای ابری از سوی گوگل به طور کامل رفع خواهد شد.

گوگل به عنوان یکی از غول‌های دنیای اینترنت عزم راستخی برای حضور در میان برترین برندهای توسعه‌دهنده شبکه‌های اجتماعی دارد. این امر با مشاهده استراتژی‌های تازه این برند در زمینه ترکیب مدیریتی اپ‌های پیام رسان‌اش به خوبی روشن می‌شود بنابراین باید انتظار توسعه هرچه بیشتر فعالیت گوگل در زمینه شبکه‌های اجتماعی را داشته باشیم.

منبع: theverge.com



# چالش‌های بازاریابی و تبلیغات برای کسب و کارهای آنلاین



ورزشی یا انواع سرگرمی دیگر برای خلق دوره‌می‌های شاد هستند. اگرند ما امکان ایجاد برخی از دوره‌می‌ها یا حتی ایجاد اوقاتی خوش برای مخاطب هدف را داشته باشد، جایگاه‌اش در نگاه مشتریان به شدت افزایش خواهد یافت. این امر در عمل موجب افزایش طرفداری مشتریان از برندها خواهد شد.

طراحی مسابقات برای شرکت مشتریان در فضای آنلاین کار دشواری نیست. برخی از برندها وقوع چنین امری در شبکه‌های اجتماعی را محال ارزیابی می‌کنند، با این حال اگر نگاهی کوتاه به فرآیند بازاریابی برندها در شبکه‌های اجتماعی داشته باشیم، خلاف این امر ثابت خواهد شد.

### ۱.۷ ایجاد کلوپ مشتریان

هر برند در طول دوران فعالیتش تعداد مشخصی مشتری وفادار پیدا می‌کند. مشتریان وفادار همیشه بخش قابل توجهی از سود شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند. به این ترتیب توجه به آنها برای کسب سود بیشتر ضروری خواهد بود. برخی از برندها در فرآیند جلب مشتریان تازه در عمل توجه کافی به مشتریان ثابت‌شان ندارند. این امر موجب ریزش مداوم مشتریان وفادار ما خواهد شد. اولویت اصلی برند با مشتریان وفادارشان باشد. این امر فقط با بیان نکات جالب و اکثفا به شعارهای جذاب عملی نمی‌شود.

توجه به سلیقه مشتریان در ساماندهی کلوپ مشتریان اهمیت دارد. این کلوپ متشکل از مشتریان وفادار و ثابت برندهاست. نکته مهم در این میان ارائه تخفیف‌های ویژه، رونمایی اولیه از محصولات برای آنها و همچنین تعامل بسیار نزدیکتر با مشتریان وفادار است. این امر نقش مهمی در حفظ مشتریان برای برندها دارد. به این ترتیب دیگر نیازی به جستجوی مداوم برای مشتریان تازه نخواهد بود. این امر اغلب برندها را نسبت به ترس مداوم یافتن مشتری تازه رها خواهد کرد. وقتی ما تعداد مشخصی مشتری ثابت داریم، بخشی از فروش‌مان تضمین خواهد شد. این امر امکان جستجوی بهتر برای مشتریان دیگر را فراهم می‌سازد. با این حال همیشه باید وضعیت مشتریان ثابت را مدنظر قرار داد. ریزش چنین مشتریانی هزینه‌های بالایی برای برندها دارد بنابراین همیشه در دوراهی میان مشتریان تازه و وفادار جانب گروه دوم را بگیرید.

### ۸. ترغیب مداوم مشتریان بالقوه

اغلب برندها دارای یک طیف مشخص از مشتریان بالقوه هستند. این امر شامل مشتریان مردد برای خرید است. چنین مشتریانی ایده مشخصی از محصول مورد نیازشان ندارند. همچنین به برند خاصی نیز وفاداری نشان نمی‌دهند. رقابت اصلی در دنیای کسب و کار بر سر جذب شمار هرچه بالاتری از چنین مشتریان است. اگر ما در این زمینه موفقیت داشته باشیم، امکان افزایش قابل توجه میزان سود شرکت‌مان فراهم می‌شود. در غیر این صورت باید همیشه به دنبال مقدار مشخصی سود باشیم.

یکی از دلایل اصلی تردید مشتریان برای خرید از برندها عدم اطلاع از مشخصات محصولات و ویژگی‌های متمایز کننده‌شان است. همه ما تجربه انتظار برای خرید یک محصول و ناتوانی در زمینه انتخاب یکی بر دیگری را داشته‌ایم. این امر اغلب اوقات موجب پشیمانی مشتریان نسبت به خرید یک محصول بدون شناخت کافی می‌شود. وظیفه تیم‌های بازاریابی در این میان تلاش برای ترغیب مخاطب هدف به سوی خرید است. این امر با ارائه اطلاعات دقیق به مشتریان صورت می‌گیرد بنابراین ما در اینجا به دنبال ایجاد هیجان در مشتریان نیستیم. چنین شیوه‌ای دست کم بر روی مشتریان مردد کاربرد کافی ندارد. راهکار مورد نظر ما ارائه اطلاعات به شیوه‌ای متفاوت است. به عبارتی دیگر، هدف اصلی در این بخش نمایش ویژگی‌های منحصر به فرد محصولات‌مان به مشتریان مردد است هرچه توانایی ما برای ایجاد تمایز میان محصولات برندگان با سایر رقبای بیشتر باشد، شانس بالاتری برای جلب توجه‌شان خواهیم داشت.

### ۹. توجه به بازاریابی ایمیلی

بازاریابی ایمیلی همچنان تاثیرگذاری بالایی بر روی مشتریان دارد. این امر با ایجاد فهرستی از مخاطب‌ها و ارسال مداوم محتوای ارزشمند به آنها صورت می‌گیرد. نخستین نکته مهم در این میان عدم ارسال بیش از اندازه ایمیل برای مشتریان است. هیچ کس علاقه‌ای به مطالعه ایمیل‌های تبلیغاتی و بازاریابی متعدد ندارد بنابراین شاید ایمیل‌های ما در عمل بدون حتی توجهی اندک حذف شوند. راه اندازی بخش خبرنامه و درخواست از مشتریان برای ثبت نام در آن ایده مناسبی محسوب می‌شود. این امر نتیجه به مراتب بهتری در مقایسه با ارسال ایمیل به صورت ناشناس یا حتی شناسی برای کاربران مختلف دارد. شود. در

### ۱۰. اهمیت سازگاری با گوشی‌های هوشمند

امروزه شمار بالایی از کاربران محتوای بازاریابی را با گوشی‌های هوشمند مشاهده می‌کنند. این امر برای برندها نکته مهمی را به همراه دارد. اگر ما در حوزه بازاریابی بر روی تجربه کاربری مشتریان با گوشی‌های هوشمند سرمایه‌گذاری نکنیم، امکان جلب نظر آنها و افزایش نرخ فروش‌مان فراهم نخواهد شد.

بسیاری از برندها هنوز هم بر روی الگوهای رایانه محور تبلیغات و بازاریابی تمرکز دارند. افزایش شمار کاربران گوشی‌های هوشمند بازبینی در شیوه بازاریابی و تبلیغات فوق را ضروری ساخته است بنابراین ما باید مهارت هرچه بیشتری در زمینه بازاریابی و تبلیغات برای کاربران گوشی‌های هوشمند نشان دهیم. در غیر این صورت فرصت مناسب برای بازاریابی و جلب نظر آنها را از دست می‌دهیم. نخستین گام مهم برای سازگاری هرچه بهتر با تجربه کاربری گوشی‌های هوشمند توجه به وضعیت سایت رسمی برندگان است. انتخاب قالب‌های سبک و طراحی رابط کاربری برای گوشی‌های هوشمند نقش مهمی در افزایش سرعت بارگذاری صفحات دارد بنابراین ما باید همیشه این نکته را مدنظر قرار دهیم. در اینجا نیز اگر سرعت بارگذاری صفحات ما پایین باشد، کاربران گوشی‌های هوشمند حوصله مشاهده محتوای سایت ما را نخواهند داشت.

منبع: volusion.com

امکان ناپذیر است. بهترین مرجع برای ارائه اطلاعات دقیق از محصولات به مخاطب هدف سایت رسمی برندهاست بنابراین ما باید سرمایه گذاری منطقی بر روی توسعه کیفیت سایت برندگان نماییم. متأسفانه برخی از برندها هنوز سایت رسمی ندارند. وضعیت بازاریابی برای چنین برندهایی به شدت دشوار خواهد بود. توصیه اصلی من برای هر برندی راه اندازی هرچه سریع‌تر سایت رسمی است. فقط در این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب فراهم می‌شود.

بهینه‌سازی صفحات سایت برای افزایش ترافیک ضروری است. هیچ کدام از ما انگیزه‌ای برای حضور در سایتی با سرعت پایین نداریم. این امر اغلب ما را نسبت به فرآیند بازاریابی و برندهای مقابل ناامید خواهد ساخت. افزایش سرعت سایت رسمی برند کار چندان دشواری نیست. نکته مهم در این میان همکاری با تیم‌های بازاریابی حرفه‌ای و کارشناس‌های طراحی سایت است. اگر شما در این زمینه دانش و مهارت بالایی داشته باشید، هزینه‌های جاری برندگان بیش از هر زمان دیگری کاهش خواهد یافت.

بهترین تکنیک برای ارزیابی کیفیت صفحات مربوط به محصولات‌مان در سایت رسمی مشاهده سرعت بارگذاری‌شان از سوی کارمندان یا خودمان است. ما به این ترتیب فرصت مناسبی برای ارزیابی دقیق وضعیت برندگان خواهیم داشت. بسیاری از اوقات مشکلات مربوط به سرعت بارگذاری صفحات با چند ترند ساده رفع می‌شود. نکته مهم در این میان آگاهی از مشکلات صفحه سایت‌مان است. در غیر این صورت ریزش مخاطب هدف امری طبیعی خواهد بود.

### ۴.ساده‌سازی فرآیند ثبت سفارش

بسیاری از خرده‌فروشی‌های آنلاین و سایت‌های معتبر برای خرید آنلاین مشتریان مراحل مختلفی را مد نظر قرار می‌دهند. این امر شامل انتخاب سید خرید، تایید نهایی، درج مشخصات کارت اعتباری و در نهایت پرداخت هزینه است. البته برخی از خرده فروش‌ها در نهایت نیز یک مرحله تایید پایانی خرید قرار می‌دهند. شاید در نگاه نخست این مراحل بسیار جذاب به نظر برسد، اما یک مشکل اصلی در این میان وجود دارد. کاهش علاقه مخاطب برای خرید. این امر همیشه به معنای ناامیدی مشتریان از ثبت نهایی سفارش به دلیل مدت زمان مورد نیاز برای تایید نهایی نیست. گاهی اوقات مشتریان به دلایل دیگری، مانند مشغله کاری، فرآیند خرید را نیمه کاره رها می‌کنند. این وضعیت برای بسیاری از خرده فروشی‌ها و برندها چالش‌برانگیز است. ما در چنین شرایطی نیز به فروش محصولات در انبار یا انتظار برای تکمیل فرآیند خرید از سوی مشتریان دو دل خواهیم بود. توصیه من در این بخش استفاده از فرآیند ترغیب مشتریان برای تکمیل خرید است. این امر شامل ارائه تخفیف‌های گسترده برای مشتریان و همچنین تلاش برای تعامل بهتر با آنها می‌شود. به این ترتیب انگیزه نهایی مشتریان برای خرید می‌افزایش خواهد یافت. گاهی اوقات مشتریان فرآیند تکمیل خرید را فراموش می‌کنند. این امر برای اغلب ما در زندگی روزمره و بر از اتفاقات ریز و درشت روی می‌دهد بنابراین سیستم پشتیبانی ایمیلی ما باید کاربر موردنظر را نسبت به تکمیل فرآیند خرید آگاه نماید.

برخی از برندها برای خرید ساده‌تر مشتریان اقدام به کاهش مدت زمان مورد نیاز برای ثبت نهایی محصول کرده‌اند. به این ترتیب کاربران فرصت ثبت و پرداخت هزینه سفارش‌شان در مدت زمانی کمتر را خواهند داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. سالانه بخش قابل توجهی از مشتریان آنلاین به دلیل فرآیند طولانی ثبت سفارش خریدشان را به مدتی بعد موکول می‌کنند. شاید در نگاه نخست این امر اندکی عجیب به نظر برسد، اما دلایل اصلی گرایش مخاطب هدف به سوی خرده فروشی‌های آنلاین ناشی از دشواری‌های خرید حضوری است بنابراین ما باید مواد و دشواری‌های خرید آنلاین را تا جای ممکن کاهش دهیم.

### ۵.۱. ایجاد کانال‌های ارتباطی مناسب

ایجاد کانال‌های ارتباطی برای تعامل با مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه فرآیند بازاریابی دیگر جریان یک‌سویه از سوی برندها به مشتریان نیست. پیش از این نسبت به افزایش انتظارات مشتریان از برندها صحبت کردیم. این امر در حوزه بازاریابی با افزایش علاقه مشتریان برای تعامل با برندها مشاهده می‌شود. کانال‌های ارتباطی شامل هر گونه تعامل با مخاطب هدف می‌شود. بنابراین بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ، سایت رسمی، ایمیل و حتی پیام کوتاه باید مدنظر قرار گیرد. ایجاد امکان مناسب برای پاسخگویی مشتریان یا واکنش نسبت به کمپین‌مان ضروری خواهد بود.

امروزه شمار بالایی از مشتریان پیش از خرید آنلاین اقدام به گفتگو با کارشناس‌های فروش سایت‌ها می‌کنند. این امر نکته جالبی به نظر می‌رسد. کارشناس‌های فروش در سایت‌های بزرگ دقیقاً نقش فروشندگان در خرده فروشی‌های واقعی را دارند. فرصت طلایی برندها در این موقعیت امکان جلب نظر مشتریان به سوی محصولاتی خاص است. تغییر سلیقه مشتریان در یک بازه زمانی اندک روی نمی‌دهد بنابراین ما باید تمرکز بسیار بالایی بر روی فرآیند تاثیرگذاری بر روی مشتریان داشته باشیم. در غیر این صورت تمام رحمت‌ها برند ما بی‌نتیجه باقی خواهد ماند. یکی از نکات مهم در زمینه تعامل با مخاطب هدف توجه به تعداد کانال‌های ارتباطی است. برخی از برندها فقط یک کانال ارتباطی در اختیار مشتریان قرار می‌دهند. این امر انگیزه مشتریان برای تعامل با ما را به شدت کاهش می‌دهد. علاوه بر این باید توانایی مشتریان برای دسترسی به یک کانال مشخص را نیز مدنظر قرار داد. بهترین راهکار در این میان سرمایه‌گذاری بر روی کانال‌های بازاریابی و تعاملی متعدد است. در غیر این صورت ما همیشه بخش قابل توجهی از مخاطب هدف‌مان را نادیده خواهیم گرفت.

### ۶. اجرای مسابقات و اعطای هدیه

مسابقات همیشه شور و هیجان قابل توجهی دارد. این امر برای مردم اوقات خوشی را رقم می‌زند. اگر نگاهی به فرآیند توجه مردم به مسابقات ورزشی داشته باشیم، این امر به خوبی قابل ملاحظه خواهد بود. اغلب مردم به دنبال رویدادهای

به قلم: فوردا اسمیت کارشناس بازاریابی و مدیریت کسب و کار

ترجمه:علی آل‌علی

یکی از مزیت‌های اصلی مدیریت کسب و کار آنلاین هزینه‌های پایین‌تر برای بازاریابی و تبلیغات است. این امر در کنار هزینه‌های جاری کمتر حوزه کسب و کار آنلاین را بدل به گزینه‌ای جذاب کرده است. موج راه اندازی کسب و کارهای آنلاین تا حد زیادی از چنین الگویی پیروی می‌کند. اگر نگاهی به فهرست برندهای برتر در سراسر دنیا داشته باشیم، اغلب آنها در حوزه آنلاین فعالیت دارند. برندهای آنلاین امکان کاهش هزینه‌ها و افزایش چشمگیر سود نهایی را دارند بنابراین در عمل مشکل خاصی پیش روی آنها نخواهد بود.

نکته مهم در زمینه مدیریت کسب و کار حساسرسی دقیق به نحوه سرمایه گذاری در حوزه بازاریابی و تبلیغات است. اگر ما بودجه بسیار زیاد و بدون حساسری به بخش بازاریابی اختصاص دهیم، به احتمال فراوان در پایان دچار مشکل خواهیم شد. برخی از برندها در حوزه بازاریابی بر روی شیوه آزمون و خطا سرمایه‌گذاری می‌کنند. این استراتژی هزینه‌های جاری را به شدت افزایش می‌دهد بنابراین باید به دنبال راهکاری بهتر برای توسعه کسب و کار با استفاده از بازاریابی آنلاین باشیم. هدف اصلی ما در این مقاله بررسی شیوه‌های بازاریابی و تبلیغات در فضای آنلاین است. بدون شک تمام برندها در زمینه فعالیت بازاریابی با محدودیت بودجه مواجه هستند، با این حساب توجه ویژه به میزان بودجه در دسترس و کاهش حداکثری هزینه‌ها باید مدنظر قرار گیرد.

### ۱. تولید محتوا ساده و ارزشمند

بسیاری از برندها در حوزه بازاریابی محتوایی به سراغ الگوهای تولید محتوای پیچیده می‌روند. امروزه مشتریان انتظارات بسیار زیادی از برندها دارند. این امر به معنای دشواری بیش از حد کار برندها نیست. به عنوان مثال، یکی از انتظارات اصلی مشتریان از برندها تولید محتوای بازاریابی ساده و قابل فهم است. برخی از برندها محتوای بازاریابی بیش از اندازه پیچیده‌ای در اختیار مخاطب هدف قرار می‌دهند. نتیجه این امر ناتوانی مخاطب هدف در زمینه ایجاد ارتباط مناسب با محتوای برند مورد نظر است.

ما پیش از شروع طراحی محتوای بازاریابی باید به دنبال هدف اصلی‌مان از اجرای کمپین باشیم. اگر این مسئله به خوبی مشخص نشود، تمام مراحل بعدی ما نیز دچار مشکل خواهد بود. یکی از راهکارهای ساده برای آگاهی از هدف بازاریابی توجه دقیق به نیازهای برندگان است. وقتی نیازهای اصلی برندگان مشخص شد، امکان ایجاد هدفی واحد برای کمپین بازاریابی فراهم می‌شود. به این ترتیب ما فرصت بهتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهیم داشت.

ما پیش از شروع طراحی محتوای بازاریابی باید به دنبال هدف اصلی‌مان از اجرای یکپارچه است. نخست، ما باید نسبت به نیاز مشتریان آگاهی پیدا کنیم. بهترین راهکار در اینجا نگاه به وضعیت کسب و کار از زاویه دید مشتریان است. بدون تردید نوع نگاه برندها و مشتریان به دلیل پیش‌فرض‌های‌شان تفاوت بسیار زیادی دارد. ما در اینجا امکان همکاری با برخی مشتریان وفادارمان را نیز داریم. برندهای بزرگ همیشه پیش از نمایش عمومی محتوای بازاریابی‌شان به سراغ پیش‌نمایش آن برای مشتریان وفادار می‌روند. مزیت این امر امکان استفاده از نظرات و دیدگاه‌های مشتریان وفادار برای بهبود کیفیت نهایی کمپین است.

محتوای ساده توانایی تاثیرگذاری به مراتب بیشتری بر روی مخاطب هدف دارد. این امر نکته عجیبی نیست. امروزه اغلب ما به محتوای ساده در هر زمینه‌ای بیشتر توجه می‌کنیم. البته این امر به معنای تولید محتوای سطحی نیست. در حقیقت ما باید تعادل مناسبی میان سادگی و انتقال پیامی خاص ایجاد کنیم.

### ۲. تعامل با سایر وبسایت‌ها

اگر ما در زمینه تولید لوازم ورزشی نوآوری تازه‌ای انجام دهیم، بسیاری از برندها و حتی مشتریان کمترین توجهی به ما نخواهند داشت. این نکته عجیب برای بسیاری از برندها در فرآیند بازاریابی و معرفی محصولات تازه روی می‌دهد. نکته مهم در اینجا تلاش برای ایجاد ارتباط با افراد تاثیرگذار در کسب و کارمان است. اگر شما در عرصه تولید لوازم ورزشی تازه فعالیت دارید، توجه به وضعیت حرفه‌ای قهرمانانی مانند جو رولان یا تاسون فیوری جلوه خاصی به شما خواهد داد. این نکته در تمام عرصه‌های کسب و کار به یک میزان قابل مشاهده است. دلیل این امر توجه بیشتر مشتریان به وضعیت ستاره‌هاست. این امر تفاوت عمده‌ای با بازاریابی مبتنی بر همکاری با اینفلوئنسر‌ها دارد. در این شیوه ما به جای تمرکز بر روی مهارت توضیح ویژگی‌های محصول از سوی اینفلوئنسر به شهرت و تاثیرگذاری ستاره مدنظرمان توجه می‌کنیم. به این ترتیب امکان تعامل بهتر با مخاطب هدف فراه خواهد شد. یافتن سلبریتی‌های مرتبط با کسب و کارمان فرآیند دشواری نیست. امروزه به لطف شبکه‌های اجتماعی اغلب ستارگان مهم در عرصه‌های گوناگون به صورت آنلاین مشغول به فعالیت هستند. پس از یافتن فرد موردنظر باید مکاتبات اولیه با وی صورت گیرد. خوشبختانه اغلب افراد نسبت به همکاری تبلیغاتی با برندهای خوشنام نگاه مثبتی دارند بنابراین مشکل چندانی پیش روی برند ما نخواهد بود. گام بعدی توضیح دقیق نوآوری محصول‌مان به ستاره موردنظر است. پس از آن امکان ضبط محتوای بازاریابی با حضور فرد موردنظر و سپس بازگذاری آن در شبکه‌های اجتماعی فراهم خواهد شد. اگر شما در شبکه‌های اجتماعی کمپین ویژه‌ای با حضور سلبریتی موردنظر برگزار کردید، تقاضا از وی برای درج کلمنت در ذیل پست‌های برندگان ضروری خواهد بود. همچنین پاسخگویی به پرسش‌های برخی از مشتریان از سوی سلبریتی موردنظر جذابیت‌های کمپین‌مان را افزایش خواهد داد.

### ۳.بهینه‌سازی صفحات سایت

براساس گزارش رایان فلاسگان، کارشناس بازاریابی محتوایی در موسسه Nuanced Media، بازاریابی محتوایی بدون ارائه اطلاعات دقیق از محصولات





رهبری

#### سنو محتوا با ۶ اقدام طلایی

|                                     |
|-------------------------------------|
| به قلم: اشلی سگورا کارشناس حوزه سنو |
| مترجم: امیر آل علی                  |

بدون شک ایجاد محتوایی که توان رسیدن به رنکینگ نخست گوگل را داشته باشد، آرزوی هر تولیدکننده محتوایی خواهد بود. اگرچه همواره راهکارهای سختی نیز وجود دارد، با این حال در این مقاله قصد بررسی ۶ مورد ساده و در عین حال بسیار کارآمد را داریم که سطح سنو محتوای شما را با بهبودی جدی مواجه خواهد شد. این امر در نهایت به بهبود وضعیت سایت نیز منجر خواهد شد.

##### ۱- به محتواهای خود تنوع بیشتری بدهید

بازدیدکنندگان با یکدیگر تفاوت داشته و هیچ فردی درست به مانند دیگری نخواهد بود. تحت این شرایط اگر تنوع بالایی نداشته باشید، بدون شک با مشکلات زیادی مواجه خواهید شد. برای مثال ممکن است برخی از افراد محتواهای خبری را ترجیح دهند در حالی که برخی دیگر مطالعه موردی و مقالات چند قسمتی را بهترین گزینه‌ها تلقی نمایند. اقدامی که شما باید انجام دهید این است که تنوع کاری خود را تا حد امکان بالا برده و به صورت مداوم، بخش‌های جدیدی را اضافه نمایید. این امر باعث خواهد شد تا هیچ‌گاه تکراری نشده و شانس بالاتری در دیده شدن از طریق جست‌وجوی‌های کاربران داشته باشید. همچنین شما لازم است تا به انواع محتواها توجه داشته باشید. درواقع فیلم، عکس، متن، اینفوگرافی، پادکست و... باید مورد توجه شما قرار گیرد. در نهایت از بروز رسانی و بازنشر مطالب، غافل نشوید.

##### ۲- سرعت خود را کاهش دهید

اگر بخواهید در روز بیش چندین محتوا را تولید کنید، بدون شک زمان کافی جهت بازبینی متن و رعایت اصول سنو را نخواهید داشت. به همین خاطر توصیه می‌شود که سرعت کار خود را کاهش داده و به یک نرخ منطقی دست پیدا کنید. درواقع این اقدام زمان کافی را به مخاطبین شما نیز خواهد داد تا مطالب را مطالعه نمایند. در این رابطه بهتر است که به دنبال تبلیغ جهت بهتر دیده شدن نیز باشید. برای مثال می‌توانید از طریق تبلیغات گوگل، صرفا برای یک محتوا تبلیغ نمایید، با دیده شدن بیشتر، در نهایت تعداد بازدیدکنندگان سایت افزایش پیدا خواهد کرد. درواقع شما تنها نباید منتظر بمانید تا مخاطب به سایت شما مراجعه کند. در این زمینه برخی از افراد محتوای خود را در چند سایت دیگر نیز منتشر می‌کنند. برای مثال پست مهمان و یا بازنشر متن در سایت‌های دیگر، از جمله سیاست‌های رایج در این زمینه محسوب می‌شود. در نهایت توجه داشته باشید که ابزارهای متعددی جهت بهبود سنو محتواها ارائه شده است که باید مورد توجه شما قرار گیرد. برای مثال SEO SEMrush با تحلیل متن، توصیه‌های خود را ارائه خواهد کرد که امکانی فوق‌العاده محسوب شده و کار را بسیار ساده خواهد نمود. در این رابطه برخی از اقدامات که جنبه زیبایی کار محسوب می‌شوند نیز می‌توانند به بهبود سنو و افزایش ترافیک سایت کمک نمایند. برای مثال استفاده از فونت مناسب و توجه به انواع رنگ‌ها از جمله نمونه اقدامات محسوب می‌شود. درواقع تصور رایج تولید محتوای بهتر، منجر به رسیدن به سطح سنو بالاتری خواهد شد، کاملا اشتباه بوده و شما باید به کیفیت محتواها توجه ویژه‌ای را داشته باشید.

##### ۳- مطالب کوتاه و بلند تولید کنید

اگرچه بسیاری از افراد تصور می‌کنند که صرفا مطالب کوتاه، مورد توجه و استقبال قرار خواهد گرفت، با این حال واقعیت این است که شما باید هر دو نوع کوتاه و بلند را تولید کنید. درواقع الگوریتم‌های گوگل به هر دو نوع توجه داشته و این اقدام به تنوع بیشتر محتواها نیز کمک خواهد کرد. با این حال در این زمینه باید واقع بین باشید. برای مثال معمولا مطالب بیش از ۳۰۰۰ کلمه، تمایل افراد به مطالعه را کاهش خواهد داد. در نهایت فراموش نکنید که ویژگی‌های مخاطبین در هر منطقه متفاوت بوده و باید به سلیقه و خصوصیات مخاطبین خود توجه ویژه‌ای را داشته باشید.

##### ۴- به تفاوت بزرگ‌نمایی و اصالت توجه داشته باشید

برخی از محتواها تنها ظاهری حرفه‌ای و جذاب را دارند. برای مثال از تیتری بسیار جذاب استفاده کرده‌اند، با این حال ارزش درونی آن‌ها بسیار کم بوده و نوعی فریب محسوب می‌شوند. در این رابطه توصیه می‌شود که حتما فردی متخصص در زمینه تولید محتوا و سنو را در کنار خود داشته باشید تا به حرفه‌ای‌ترین روش‌ها پیش رفته و هرگز راهکارهای نادرست را مورد استفاده قرار ندهید. فراموش نکنید که هدف ایجاد مخاطبینی وفادار خواهد بود و صرفا بازدیدکننده بالا از یک سایت نتیجه‌ای را به همراه ندارد.

##### ۵- به نحوه نمایش در تلفن همراه توجه داشته باشید

واقعیت این است که در حال حاضر بیشتر افراد از طریق تلفن همراه خود به اینترنت متصل می‌شوند. تحت این شرایط اگر سایت شما به خوبی در ابعاد مختلف گوشی تلفن همراه به نمایش درآورد نشود، دیگر حتی رعایت تمامی اصول سنو و در اختیار داشتن ارزشمندترین محتواها بدون فایده خواهد بود. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که سرعت سایت نیز یک عامل بسیار مهم بوده و نباید اجازه دهید که بیش از ۵ ثانیه بالا آمدن صفحه طول بکشد.

##### ۶- به تیتتر توجه ویژه‌ای را داشته باشید

رعایت اصول سنو در تیتتر بسیار مهم است. برای مثال ذکر عدد باعث نمایش بهتر در موتورهای جست‌وجو خواهد شد. همچنین این نکته را به خاطر داشته باشید که تیتتر، نخستین چیزی است که مخاطب با آن مواجه خواهد شد. در نهایت توجه به کلمات کلیدی، هایپرلینک، اضافه کردن تصاویر، آمارها و تمامی اطلاعات جانبی که به درک بهتر موضوع کمک خواهد کرد، در این زمینه الزامی خواهد بود.

منبع: searchenginejournal.com



# ۱۹ گام تقویت خلاقیت



که گروه آخر را باید کنار گذاشت.

##### ۶-اهداف کوتاه و بلندمدت داشته باشید

تمرکز بودن یک تمرین عالی برای ذهن محسوب می‌شود. درواقع میزان خلاقیت در بین افرادی که در رابطه با یک موضوع تمرکز نکرده‌اند، درصدی در حدود صفر داشته و تمرکز داشتن امری الزامی محسوب می‌شود. با توجه به این امر که خلاقیت در زمینه اهداف شما، منجر به پیشرفت در زندگی خواهد شد، بسیار مهم است که همواره در این زمینه متمرکز باشید. به همین خاطر اهداف کوتاه و بلند مدت می‌تواند شما را به بهترین شکل در این مسیر قرار دهد.

##### ۷-چالش‌های جدید را وارد زندگی خود نمایید

بهترین هدیه برای بهبود سطح عملکرد مغز این است که چالش‌های جدیدی را وارد زندگی خود نمایید. درواقع تا زمانی که در شرایط مختلف قرار نگیرید، نمی‌توانید موارد جدید را نیز از ذهن خود منتشر کنید. درواقع همه ما با تاثیر سفر در میزان خلاقیت آشنا هستیم. درواقع یک تغییر و چالش به این سادگی، تاثیر خود را در خلاقیت افراد نشان می‌دهد. به همین خاطر توصیه می‌شود که هر روز حداقل یک چالش جدید را برای خود ایجاد نمایید. با این اقدام پس از مدتی شاهد یک تحول در وضعیت فکری خود خواهید بود.

##### ۸-قبل از هر کاری فکر کنید

این موضوع نه تنها باعث خواهد شد تا در زندگی خود با مشکلات کم‌تری مواجه شوید، بلکه کمک می‌کند تا ذهن همواره درگیر باقی بماند. برای مثال قبل از مراجعه به دفتر همکار خود، مطالب را یادداشت کرده و آن را تمرین نمایید. این موضوع خود تمرینی برای افزایش خلاقیت محسوب می‌شود. درواقع فکر کردن حتی به موارد بسیار ساده نیز ذهن را درگیر کرده و افراد به علت تلاش برای انتخاب کلمات، به مواردی می‌رسند که تاکنون به آن توجه نداشته و این موضوع خود مصداق بارز بروز خلاقیت خواهد بود. با این حال این موضوع تنها در رابطه با مکالمات کاربرد نداشته و باید در رابطه با هر موضوعی، مورد استفاده قرار گیرد. برای مثال می‌توانید یک اتفاق را یادداشت کرده و سعی کنید از زاویه های مختلف آن را بررسی کرده و نظریه‌های مختلفی را برای علت به وجود آمدن آن، مطرح نمایید.

##### ۹-همواره به زمانی کمتر فکر کنید

همه ما با این جمله مواجه شده‌ایم که نیاز مادر خلاقیت است. در واقع افراد باید خود را تحت فشار قرار دهند تا تمایل برای پیدا کردن راه حل شکل گیرد. برای مثال ایده اوپر و نقلیگس به علت احساس نیاز و کمبودی که وجود داشت، در ذهن خالقان خود شکل گرفت. در این رابطه یکی از اقدامات سودمند این است که زمان خود را به صورت مداوم محدودتر نمایید. این امر باعث خواهد شد تا شما به دنبال راهکارهای جدید باشید که در نهایت منجر به خلاقیت‌هایی خواهد شد. درواقع تمامی راهکارهای کارمندان، به همین شیوه شکل گرفته است. این امر در نهایت کمک خواهد کرد تا امکان انجام سریع‌تر کارها مهیا باشد که در زمینه مدیریت زمان نیز کاملا سودمند خواهد بود.

##### ۱۰-تخیل خود را تقویت نمایید

یکی از بهترین اقداماتی که هر فرد در زمان استراحت خود می‌تواند انجام دهد این است که به دنیای خیال قدم بگذارد. درواقع تخیل را می‌توان بهترین تمرین ذهنی برای افزایش خلاقیت محسوب کرد. در این رابطه به هر میزان که تخیل هایی با جزئیات بالاتری را داشته باشید، تاثیرات بهتری را نیز دریافت خواهید کرد. در نهایت فراموش نکنید که ذهن هران چیزی را که باور کند، قدرت انجام آن را نیز پیدا خواهد کرد. به همین خاطر است که بسیاری از افراد قبل از رسیدن به هدف خود، آن را از مدت‌ها قبل در ذهن خود تخیل کرده‌اند.

در نهایت انجام مراقبه نیز در این زمینه بسیار مهم و تاثیرگذار خواهد بود.

##### ۱۱-به وضعیت پهداشت و سلامت خود توجه داشته باشید

ذهن و جسم با یکدیگر از تباط کاملا مستقیمی را دارند. به همین خاطر اگر سالم نباشید، عملکرد مغز نیز تضعیف خواهد شد. به همین خاطر یک ورزش مداوم در کنار رعایت نکات بهداشتی برای حفظ سلامت، الزامی خواهد بود.

##### ۱۲-به تغذیه خود توجه داشته باشید

همانطور که شما از یک ماشین بدون سوخت، انتشار حرکت را ندارید، از ذهنی که به خوبی تغذیه نشده است، نمی‌توان توقع عملکرد عالی را داشت. در این رابطه فراموش نکنید که صبحانه مهم‌ترین وعده غذایی محسوب شده و

باید از مغذی‌ترین مواد تشکیل شود. همچنین به جای آن‌که به سه وعده اصلی تمرکز داشته باشید، کوچک خواری را تمرین کنید. این موضوع باعث می‌شود تا همواره سوخت رسانی، در حال انجام باشد.

##### ۱۳-خلاقیت‌های سایر افراد را مورد بررسی قرار دهید

به هر میزان که نرخ مطالعه بالاتری را داشته باشید، خلاقیت‌های به مراتب با کیفیت‌تری را نیز ارائه خواهید کرد. در این رابطه با توجه به تعداد بی‌شمار کتاب-ها، ضروری است تا اولویت داشته باشید. همچنین مشاهده خلاقیت‌های سایر افراد، می-تواند الهام بخش شما باشد. درواقع بسیاری از ایده‌های جدید از طریق همین موضوع شکل گرفته شده است.

##### ۱۴-به راحتی خود توجه داشته باشید

هنگامی که راحتی لازم را نداشته باشید، ذهن قادر به تمرکز بر روی یک موضوع خاص نخواهد بود. برای مثال اگر صندلی شما راحت نیست، بدون شک ذهن شما به سمت آن سوق پیدا می‌کند. به همین خاطر است که شرکت‌هایی نظیر گوگل، اتاق‌های استراحت و راحت‌ترین لوازم را در اختیار کارمندان خود قرار می‌دهند. همچنین شما باید استرس خود را کنترل نمایید. درواقع اگر میزان آن از حالت طبیعی خارج شود، عملکرد ذهن به نصف وضعیت عادی خود خواهید رسید. طبیعی است که تحت این شرایط حتی تصمیم گیری‌های ساده نیز سخت شده و شانس برای بروز خلاقیت وجود نخواهد داشت.

##### ۱۵-کارهای هنری انجام دهید

کارهای هنری باعث خواهد شد تا ذهن شما تقویت شود. به همین خاطر توصیه می‌شود که در این زمینه فعال بوده و آن را به عنوان سرگرمی خود انتخاب نمایید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که بسیاری از افراد از طریق مهارت‌های هنری خود، به درآمد‌های بالا نیز رسیده‌اند. به همین خاطر این گزینه می‌تواند به افزایش منابع درآمدی شما منجر شود. همچنین برخی از عطرها در بهبود عملکرد مغز تاثیر دارند. برای مثال رایحه لیمو و قهوه، دو مورد از آن‌ها محسوب می‌شوند.

##### ۱۶-تاثیر حیوانات خانگی را جدی بگیرید

شاید کمی عجیب به نظر برسد، با این حال تحقیقات از تاثیر حیوانات خانگی در خلاقیت افسراد خبر می‌دهد. در این رابطه حتی برخی از شرکت‌ها اجازه حضور حیوانات خانگی در محل کار را نیز می‌دهند. به همین خاطر باید نسبت به نتیجه بخش بودن آن اطمینان داشته باشید.

##### ۱۷-خودشناسی داشته باشید

هنگامی که افراد خودشناسی خوبی را داشته باشند، اقداماتی را انجام خواهند داد که کاملا براساس علاقه و استعداد آن‌ها محسوب شده و این اقدام شانس موفقیت را افزایش می‌دهد. همچنین این اقدام باعث می‌شود تا افراد در مسیری گام بردارند که امکان بروز خلاقیت نیز در آن به مراتب بالاتر خواهد بود. درواقع نباید تصور داشته باشید که یک ذهن خلاق، در هر زمینه می-تواند عملکرد یکسان را داشته باشد.

##### ۱۸-سخت کار کردن را فراموش کنید

درواقع هدف از خلاقیت این است که افراد دیگر متحمل سختی‌های موجود نشوند. به همین خاطر است که در اصطلاح گشته می‌شود که میزان خلاقیت افراد تنبل، بیش‌تر از سختکوش‌ها می‌باشد. درواقع این افراد همواره به دنبال راهکارهای ساده‌تری هستند که در مواردی منجر به بروز خلاقیت‌های کاربردی می‌شود. به همین خاطر شما همواره باید به راهکارهای ساده‌تر توجه داشته باشید. در غیر این صورت ذهن به عادت کردن به وضع موجود، تمایل پیدا خواهد کرد.

##### ۱۹-مشورت بگیرید

در نهایت ممکن است حتی پس از رعایت ۱۸ مورد معرفی شده، همچنان مشکلاتی وجود داشته باشد. تحت این شرایط توصیه می‌شود که از توصیه‌های یک روانشناس و یا فردی با تجربه استفاده کنید. آن‌ها کمک می‌کنند تا به بهترین شکل، مشکلات برطرف شده و شما بتوانید به خلاقیت بالاتر دست پیدا کنید. این نکته را نیز همواره به خاطر داشته باشید که شما نباید خودتان را دست کم بگیرید. در غیر این صورت جسارت به اجرا درآوردن ایده‌ها و خلاقیت‌های خود را نخواهید داشت.

منبع: success.com

## اخبار

## تحقق ۹۳ درصدی برنامه های آموزشی شرکت گاز استان اردبیل

**اردبیل - خبرنگار فرصت امروز:** در سال ۹۸ به رغم برنامه ریزی منسجم و در راستای اهداف استراتژیک و تلاش کارکنان شرکت گاز استان اردبیل واحد آموزش عملکرد قابل توجهی داشته است. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل، سردار اسماعیلی مدیر عامل این شرکت از تحقق ۹۳ درصدی برنامه آموزشی تدوین شده در این شرکت در سال گذشته خبر داد و گفت: براساس تقویم آموزشی و با توجه به نیازمندی های موجود در حوزه آموزش در سطح شرکت گاز استان اردبیل در طول سال ۹۸ بیش از ۲۰ هزار نفر ساعت دوره آموزشی در بخشهای عمومی و تخصصی در این شرکت برگزار شده است.وی با اشاره به اهم کارهای واحد منابع انسانی در سال گذشته اظهار داشت: تجهیز و راه اندازی مرکز آموزشی علمی در سازمان فنی و حرفه ای در راستای آموزش نیروهای پیمانکار برای مشاغل کنترولی و امداد شهری و روستایی به صورت تئوری و عملی و، برگزاری دوره های آموزشی ویژه مدیران، رؤسا و کارکنان، انجام نیازسنجی آموزشی در راستای فعالیتهای واحدهای شرکت گاز استان از جمله عملکرد واحد منابع انسانی در سال گذشته است.وی با اشاره به اینکه بهروز نگار داشتن تکرش، دانش و مهارت کارکنان در گرو برگزاری اثر بخش دوره های آموزشی است، تصریح نمود: میزان اثر بخشی دوره های آموزشی برگزار شده در این شرکت در سال گذشته ۸۷ درصد می باشد که با ارزیابی علمی از نقاط ضعف و قوت برنامه عملی به منظور ارتقاء میزان اثر بخشی آموزشی در این شرکت در دست اجرا می باشد.



مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان خبر داد:

## انتشار فراخوان جشنواره ملی کاریکاتور با موضوع کرونا

**همدان - خبرنگار فرصت امروز:** مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان گفت: فراخوان جشنواره مجازی ملی کاریکاتور با موضوع زندگی، کرونا،امید منتشر شده است. به گزارش روابطعمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان، احمرضا احسانی اظهار کرد: این جشنواره ملی با هدف تقویت روحیه امید و نشاط اجتماعی توسط اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان و انجمن هنرهای تجسمی استان بر گزاری می شود.وی افزود: شرکت کنندگان از سراسر کشور می توانند تا ۱۰ خردادماه، حداکثر پنج اثر در قالب jpg و روزولشن ۳۰۰ در طول یا عرض ۲۰۰ پیکسل از طریق الکترونیکی به دبیرخانه جشنواره ارسال کنند.احسانی با تأکید بر اینکه ارسال نام، آدرس پستی، ایمیل، تلفن، عکس و سوابق کاری الزامی است؛ افزود: جایزه نفر اول این جشنواره سه میلیون تومان، نفر دوم دو میلیون تومان و نفر سوم یک میلیون تومان است.وی خاطرنشان کرد: به سه نفر نیز به عنوان صاحبان آثار قابل تقدیر، جوایز نقدی و لوح تقدیر تعلق می گیرد که کلیه جوایز برگزیدگان به صورت غیرحضوری و به شماره حساب اعلام شده، پرداخت خواهد شد.مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان تصریح کرد: علاقمندان جهت ثبتنام و تکمیل فرم تقاضا به سایت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان به آدرس hamedan.farhang.govir مراجعه کنند و برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۷۱ و ۰۷۰-۲۲۶۶۰۸۱ داخلی ۲۰۶ تماس بگیرند.



## تقدیر رئیس مرکز وکلای قوه قضائیه استان مازندران از مدافعان سلامت مازندران

**ساری -دهقان :** رئیس مرکز وکلای قوه قضائیه استان مازندران در نامه ای به رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران ضمن تقدیر از دست اندرکاران نظام سلامت استان ، اعلام کرد وکلای این مرکز، مشاوره و وکالت خدمتگزاران عرصه سلامت به مدت شش ماه به صورت رایگان بر عهده خواهند گرفت. دکتر یونس آزاده رئیس مرکز وکلای قوه قضائیه استان مازندران خطاب به دکتر سید عباس موسوی ضمن قدردانی از دست اندرکاران نظام سلامت به ویژه پزشکان، پرستاران و کارکنان شجاع ، صبور و بی ادعا سنگر مبارزه با کرونا وپروپس در استان مازندران که همچون شهیدان مہین راه صعب العبور وصل را به عاقبت فصل ترجیح داندند افزود : این افتخار تا ابد بر تارک ملت قهرمان ایران خواهد درخشید.رئیس مرکز وکلای قوه قضائیه استان مازندران در این نامه ضمن حمایت از کادر بهداشتی و درمانی استان آزاده است: مرکز وکلای قوه قضائیه استان مازندران با افتخار اعلام می دارد نسبت به مشاوره و وکالت رایگان این عزیزان با معرفی نامه دانشگاه علوم پزشکی مازندران از نیمه اول اردیبهشت ۹۹ به مدت شش ماه اقدام خواهد کرد.



مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان:

## در ارائه خدمات و سرویس اینترنت جزء سه استان برتر کشور می باشیم

**گران - خبرنگار فرصت امروز:** مدیر مخابرات منطقه گلستان:سرقت کابل مانع ارائه خدمات باکیفیت به مشترکان است.در جلسه ای با حضور مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان و صحرایی معاون مدیر کل بازرسی استان ،در خصوص راهکارهای رفع موانع ارتقاء سطح ارتباطات مخابراتی بحث وتبادل نظر شد.دراین جلسه ابتدا مهندس غلامعلی شهرداری با اشاره به رشد و پهبود وضعیت ارتباطات مخابراتی استان گفت: به لطف خدا و تلاش همکاران توانسته ایم در جایگاه خوبی از لحاظ ارائه خدمات به هم استانی ها قرار بگیریم بطوریکه در ارائه خدمات و سرویس اینترنت توانستیم جزء سه استان برتر کشور باشیم.وی با تأکید بر وجود چالشهای فراوان در راه رسیدن به وضعیت ایده آل ارتباطی گفت: متأسفانه سرعت کابل یکی از معضلاتی است که با آن روبرو بوده ایم و درنقاط مختلف استان موجب ایجاد اختلالات فراوان در راه تامین ارتباطات مناسب و با کیفیت شده است که با نشست های متعدد با نیروی انتظامی و همکاری دراین زمینه امیدواریم این مشکل برطرف شده و لازم به ذکر است که این معضل موجب اجرای پروژه های غیر قابل پیش بینی با صرف هزینه های زیاد برای مخابرات شده است.وی وضعیت نیروی انسانی مخابرات منطقه گلستان را نیز تشریح نمود و گفت : رسیدگی به امور رفاهی کارکنان براریمان از اولویت زیادی برخوردار و یکپیرمی و رفع مشکل آنان از ضروریات محسوب میشود. مدیر مخابرات منطقه گلستان بااشاره به اینکه از لحاظ علمی مضرات آنتن های تلفن همراه اثبات نشده است گفت : جهت پوشش دهی مناسب در جای استانی نیاز به نصب آنتن و ایجادسیات تلفن همراه میباشد و همکاری هم استانی ها را دراین زمینه میطلبد.

سرپرست جدید مدیریت حسابرسی شهرداری وشت:

## اصلاح ساختار حسابرسی مهمترین وظیفه این مدیریت است

**رشت - زینب قلیپور:** سرپرست جدید مدیریت حسابرسی شهرداری رشت با قدردانی و تشکر از مدیریت پیشین که با وجود دشواری های متعدد حرفه ای و شغلی از عهده وظایف برآمده است، گفت: مهمترین وظیفه حسابرسی داخلی در وضعیت کنونی، اصلاح ساختار حسابرسی و ایجاد همکاری و مشارکت همکاران مجموعه شهرداری است. مدیریت جدید حسابرسی شهرداری رشت سپس اعلام کرد: حسابرسی داخلی یکی از ارکان اساسی محیط کنترلی است که نسبت به اعمال نظارت و کنترل بر مجموعه فعالیت های مالی، غیر مالی، عملیاتی شهرداری یا اجزای آن اقدام می کند.چراغی گفت: حسابرسی داخلی در شهرداری رشت، ارزیابی مستقل نسبت به عملیات واحد های مختلف سازمانی شهرداری به منظور بررسی کفایت و اثر بخشی سیستم کنترل های داخلی و همچنین سنجش کارآمدی استفاده از منابع و گزارش نتایج حاصله به شهردار محترم برای بهره برداری در جریان اداره پهنه امور اعمال خواهد نمود.وی در ادامه افزود: از دیدگاه کلان، تامین نیازهای اطلاعاتی شهردار شامل تمام موضوعات و محورهای فعالیت شهرداری در حوزه عملیاتی در دستور کار حسابرسی داخلی شهرداری قرار می گیرد. چراغی با تأکید بر اهمیت اعمال نظارت های مستمر به وسیله مراجع کنترلی درون سازمانی بر بی طرفی و حقیقت گویی تأکید نمود.

## غربالگری یک میلیون نفر از سوی جمعیت هلال احمر استان بوشهر در اوج کرونا



**بوشهر - رضا حیدری:** مدیر عامل جمعیت هلال احمر استان بوشهر از توزیع ۹۰۰ بسته غذایی ماه مبارک رمضان میان نیازمندان و غربالگری یک میلیون نفر در اوج کرونا خبر داد به گزارش روابط عمومی جمعت هلال احمر استان بوشهر غلامرضا حاجبانی، مدیر عامل جمعیت هلال احمر استان بوشهر ظهر چهارشنبه در نشست با اصحاب رسانه که با هدف گرامیداشت روز جهانی صلیب سرخ و هلال احمر برگزار شد گفت: جمعیت هلال احمر دارای ۷ اصل مهم بی طرفی، بی غرضی، مستقل و نداشتن وابستگی، خدمت داوطلبانه، بشردوستی، یگانگی و جهان شمولی است که اهداف راهبردی آن نجات زندگی انسان های در معرض خطر و مشکل، آمدگی مقابله با سوانح و بحران ها، ذخیره سازی کالاهای امدادی و بازتوانی افراد پس از سوانح است.وی با بیان اینکه ۵۲ حادثه در جهان انسان ها را به مخاطره می اندازد افزود: ایران در یکی از مناطق حادثه خیز جهان قرار گرفته و در برخی از حوادث ایران جزو ۱۰ کشور پربریک و حادثه خیز جهان رتبه بندی می شود.مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان بوشهر از فعالیت ۱۸ پایگاه امداد و نجات در استان خبر داد و گفت: پایگاههای امدادی استان بوشهر شامل ۹ پایگاه جاده ای، ۵ پایگاه ساحلی و دریایی، و پایگاههای کوهستان، هوایی، سگ های نجات(آنست) زنده یاب، جستجوگر و مراکز واکنش سریع است. حاجبانی گفت: سال گذشته سال پر حادثه ای در کشور ثبت شد. سیل در استان های خوزستان، گلستان، لرستان از جمله حوادث سال قبل بود که جمعیت هلال احمر استان بوشهر به عنوان معین خدماتی زیادی به این مناطق ارائه کرد. وی به اعزام تیم ۲۲ نفری به بل دختر برای رسیدگی به سیل زدگان لرستانی اشاره کرد و افزود: در سیل خوزستان نیز تیم ۳۸ نفری قایقرانی خدمات ویژه ای ارائه کردند.

**اصفهان - قاسم اسد:** مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان اعلام کرد: برای اولین بار در کشور پروژه تله متری شبکه فاضلاب با پیشرفت بیش از ۸۵ درصد در آینده نزدیک در اصفهان در مدار بهره برداری قرار می گیرد، مهندس هاشم امینی ایجاد زیر ساخت ها را برای اجرای این پروژه ضروری دانست و اظهار داشت: هم اکنون ۱۰ فقره فلووتر در ۳۰ نقطه که خطوط اصلی شبکه در آنجا قرار دارد نصب شده و در ۷ نقطه در اطراف سرشاخه های شبکه فاضلاب، باران سنج نصب گردیده است .

وی هدف از تله متری شبکه فاضلاب را مدیریت حجم ورودی فاضلاب به خطوط اصلی و تصفیه خانه ها برشمرد و اعلام کرد: با اجرای پروژه تله متری شبکه فاضلاب حجم ورودی فاضلاب در هنگام بارندگی به شبکه ، کنترل می شود . مهندس امینی افزود:در هنگام بارندگی بطور ناخواسته حجم زیادی آب باران به سمت شبکه فاضلاب هدایت می شود که این رویداد علاوه بر پس زدگی فاضلاب



در منازل مسکونی و واحدهای تجاری تاسیسات فاضلاب را هم با مخاطراتی مواجه می کند.

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت آفا استان اصفهان با بیان اینکه تاسیسات فاضلاب تنها برای جمع آوری، انتقال و تصفیه فاضلاب خانگی طراحی شده است



سرپرست جمعیت هلال احمر استان خبر داد:

## بیش از ۱۲ هزار نفر واجد شرایط رای دادن در انتخابات مجامع هلال احمر آذربایجان شرقی



۱۵ آیین نامه، در پنجمین دوره انتخابات مجامع جمعیت هلال احمر هستند، در سامانه مربوطه به ثبت رسید. سرپرست هلال احمر استان با اشاره به روند برگزاری پنجمین دوره انتخابات مجامع هلال احمر گفت: نخستین مرحله پنجمین دوره انتخابات مجامع



فرهنگ و هنر شهرستانهای غرب استان تهران

## دیدار و گفتگو نماینده منتخب مردم درمجلس شورای اسلامی با مدیرکل فرهنگ وارشاداسلامی استان تهران



فر هنگ و هنر باتوجه به جمعیت و گستردگی پرشمرد. نادر نیک خواه رئیس اداره به ارائه گزارشی آماری از انجمنها ، موسسات

مدیر عامل پالایشگاه گاز ایلام:

## آسیب های زیست محیطی در پالایشگاه گاز ایلام کمتر می شود



تصریح کرد: با اجرای پروژه تله متری شبکه فاضلاب، ورود فاضلاب های غیر خانگی به شبکه مورد شناسایی قرار می گیرد، چرا که ورود فاضلاب های غیرخانگی به شبکه در فرایند تصفیه اختلالاتی بوجود می آورد.

مهندس هاشم امینی اعلام کرد: با نصب سنسورهایی در شبکه فاضلاب، میکروارگانیزم هایی که ناشی از فاضلاب غیر خانگی باشند شناسایی می شوند که این امر نقش بسزایی در ارتقا کیفیت پساب در تصفیه خانه های فاضلاب دارد.

وی با برشمردن دیگر مزایای اجرای پروژه تله متری شبکه فاضلاب خاطر نشان ساخت: با تله متری شبکه فاضلاب، ظرفیت خطوط انتقال، تصفیه خانه و شبکه در مواقع وقوع حوادث غیر مترقبه بررسی می شود و به نوعی جریان فاضلاب به تاسیسات مدیریت و کنترل می گردد،که این امر از وقوع حوادثی مانند پس زدگی فاضلاب جلوگیری می کند.

# برگزاری جلسه همفکری و هم اندیشی مسائل آموزشی شرکت برق منطقه ای خوزستان

مهم صنعت برق در دنیای امروز است، بیان کرد. انتظار می رود مجتمع عالی آموزشی و پژوهشی صنعت آب و برق در این راستا و همگام با تغییرات روز از پویایی کافی برخوردار باشد.

ترکس ظهیری، رئیس مجتمع عالی آموزشی و پژوهشی صنعت آب و برق خوزستان نیز در این جلسه همفکری تصریح کرد: به تناسب شرایط موجود که امکان برگزاری دوره ها به صورت حضوری میسر نمی باشد، زیرساخت و بستری لازم آموزش های الکترونیکی جهت اجرای تقویم آموزشی شرکت ها فراهم شده است.

در ادامه این جلسه در خصوص انتظارات و نیازهای هر دو بخش و گام های اساسی کیفیت بخشی به اجرای دوره های آموزشی و وضعیت امکانات رفاهی بحث و تبادل نظر شد.

هلال احمر از آخرین هفته فروردین ماه سال جاری آغاز و تا اول تیرماه سال۹۹ ادامه دارد. دکتر موسوی افزود: کاندیداهای می بایست علاوه بر داشتن شرایط عمومی مندرج در ماده ۱۶ آیین نامه، دارای حداقل مدرک کارشناسی و ۲۵ سال سن تمام و نیز سه سال سابقه کار اجرایی با تجربه مفید و دو سال سابقه عضویت داوطلبانه در هلال احمر را داشته باشند. وی افزود: در این دوره از انتخابات بعد از تشکیل مجامع شهرستانها انتخابات آغاز و منتخبین شورای اجرایی و بازرسان شهرستانها مشخص و بعد از آن و از میان منتخبین، اعضای هیات مدیره و بازرسان جمعیت هلال احمر استان معرفی خواهند شد و پس از این دوره نیز منتخبان برای انتخابات شورای عالی جمعیت هلال احمر وارد مرحله پایانی خواهند شد. شایان ذکر است، در روز جمعه ۲۳ خردادماه سال جاری، پنجمین دوره انتخابات مجامع جمعیت هلال احمر در ۲۰ شهرستان استان آذربایجان شرقی برگزار خواهد شد.

## هر ماه یک پروژه شاخص در شهر قم افتتاح می شود

سال های گذشته تلاش شده که با در نظر گرفتن اتمام پروژه های نیمه تمام، طرح ها در شهرداری با برنامه ریزی و پیوست های مختلف هرچه سریع تر اجرایی شود تا مردم بتوانند از آن ها استفاده کنند. سقایان نژاد از افتتاح پروژه های مهم شهری در هرامه به صورت مستمر خبر داد و افزود: هرامه شاهد افتتاح پروژه های شاخص شهری در حوزه های عمرانی، حمل و نقل و ترافیک، فرهنگی، خدمات شهری و فضای سبز خواهیم بود. وی بر تعیین جدول برنامه های افتتاح پروژه های شهری از خردادماه ۹۹ تأکید کرد و گفت: باید پروژه ها با اطلاع رسانی به شهروندان افتتاح شده و جدول برنامه ها به صورت کامل در اختیار آن ها قرار گیرد.



# رویکرد اروپامدارانه به مهاجرت و مهاجران در پاندمی کرونا



دربدارنده این است که چه میزان اروپا خود را از مناطق دیگر جهان یافاصله می بیند. نهادهای غربی این دیگران و دیگری را بخش تاریک و ازسرگذرانده خود می دانند این دیگران برساخته توسط غرب که ناتوان از تغییر و سازگاری و همانندی هستند، هرچند بسیاری از این دیگری های بر ساخته، زاده و پرورش یافته همان کشورها هستند.

ادوارد سعید «اروپامداری» را چیزی می داند که به گونه ای انفعالی در فرهنگ و تحقیقات علمی یا نهادهای مربوط انعکاس نیافته است، بلکه نوعی گسترش و توزیع آگاهی ژئوپلیتیک در بین متون زیباشناسی، تحقیقی، اقتصادی، اجتماعی و تاریخی و... می داند. بنابراین باید این رویکرد را در پرتوی پیوند نامیمون دانش و قدرت از صده های گذشته مورد توجه قرار داد که اکنون پهنه خود را در عرصه های مختلف اجتماع گسترش داده است و به امری بنیادی در ناخودآگاه غربی مبدل شده است. از جهت دیگر این رویکرد موجد یک سلسله علایقی است که به طرق مختلف خود را خلق و حفظ و بازتولید می کند.

بدین ترتیب رویکرد «اروپامدارانه» ریشه خود را به شیوه های مختلف در نهادهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جوامع غربی گسترانیده است و اکنون شاهد آشکار شدن چنین رویکردهایی در خصوص این دیگران مهاجر هستیم که با بکارگیری آنها در شرایط بحران جهانی کنونی که از آن ها شهروندانی درجه دو می سازد.

رویکرد اروپامدارانه در غالب گفتمان شرق شناسی موجد تمایز گذاری میان «انسان غربی» و «غیر غربی» بوده است و پیامد همین برداشت قوم مدارنه و غیر انسانی نسبت به این دیگران در شرایط بحران کنون جهانی به مهاجران شافل در بخش درمان و بهداشت، اولویتی درجه دوم می دهد. و با همین رویکرد تنگ اندیشانه انعطاف پذیری خود را برای به کارگیری بیشتر از این مهاجران در آنچه خط مقدم مقابله با ویروس کرونا خوانده می شود نشان می دهند.

به نظر می رسد باید ریشه کنترل و مقاومتی که سابقا در پذیرش و بکارگیری مهاجران در حوزه سلامت وجود داشت و انعطاف پذیری به وجود آمده در پی شیوع ویروس کرونا را در افق رویکرد اروپامدارانه و تبعیض نهادی ساختارهای اقتصادی و سیاسی این کشورهای پیش رفته جستجو کرد. گویی برای درک بهتر اثرات اجتماعی شیوع ویروس کرونا ناگزیریم به مفاهیمی چون هویت فرهنگی، طبقه، نژاد، قومیت رجوع و آنها را در بررسی هایمان لحاظ کنیم.

منبع: [isti.ir](http://isti.ir)

در نیویورک فراخوانی در جهت پذیرش مهاجران متخصص در حوزه بهداشت و سلامت داده است، همچنین خبرگزاری تحلیل واکس در ایالات متحده به نیازمندی کشور به پزشکان و پرستاران خارجی به منظور مقابله با کرونا هستند و بدین ترتیب سیاست های مهاجرتی را ناکارآمد تلقی می کند. سناریو برای کشورهای دیگری چون بریتانیا المان و کانادا درخصوص سیاست های مهاجرتی و بکارگیری مهاجران متخصص در حوزه سلامت و مبارزه با کرونا به همین شکل است.

از طرف دیگر تبعیض و نابرابری محدود به بکارگیری بیش از حد نیروهای مهاجر در بخش درمان و سلامت نیست، بلکه مهاجران در مواقع بحران جزء اولین گروه هایی هستند که حمایت ها و خدمات دولتی از آنها سلب می شود و این مهاجران بنا به دلایل مختلفی نسبت به افراد و گروه های دیگر آسیب پذیرترند. بررسی داده های بازار کار نشان می دهد که بسیاری از مهاجران در صنایع تحت تأثیر این بحران از جمله صنعت ساختمان و غذا فعالیت می کنند. علاوه بر این بسیاری از مهاجران به احتمال زیاد خوداشتغال بوده و دارای کار موقتی هستند که این امر آنها را در معرض خطر از دست دادن معیشت خود قرار می دهد و با توجه به اقامت بسیاری از مهاجران در سکونتگاه های استیجاری، تبعات ناشی از ویروس کرونا فشار مالی سنگینی را بر خانواده کارگران مهاجر وارد می کند و سلب حمایت های دولتی از این گروه، مهاجران را در شرایطی که اکثر گروه های عادی در جامعه از کار دست کشیده اند، مجبور به ادامه فعالیت در این شرایط خطرناک می کند.

در حوزه علوم اجتماعی با یک رشته مطالعاتی تحت عنوان «تقد شرق شناسی «روبرو هستیم که غالبا توسط نظریه پردازان و منتقدین ادبی و انسان شناسان فرهنگی برای نشان دادن دیدگاه های «اروپامدارانه» به جهان که اکنون مسلط بر جهان هستند ارائه شده است. دال مرکزی این نظریات را مفاهیمی چون «دیگری» و «تفاوت» تشکیل می دهد. شرق شناسی در حقیقت یک سلسله رشته مطالعاتی و آکادمیک بوده است که در صدد شناخت فرهنگ های غیر غربی، قبیله ای و بومی با نگاهی آپژکتیو بوده است: بدین ترتیب شرق شناسی به عنوان یک زنجیره مطالعات آکادمیک در پیوند با قدرت در حوزه های متنوعی از علوم خود را عرضه می کند. دو اصل مهم در این گفتمان وجود دارد: اول اینکه جهان بینی حاکم بر تفکر شرق شناسانه قائل به تمایز هستی شناسانه و معرفت شناسانه میان شرق و غرب است و دوم اینکه در این گفتمان فرهنگ های غیر غربی به چشم غیر یا دیگری در نظر گرفته می شدند. این مفهوم دیگری

با اعمال سیاست های مولد، افزایش مهاجرت می تواند فرصت ها و مزایای جدیدی را برای کشورهای میزبان، کشورهای مبدأ و مهاجران ایجاد کند. برای مهاجران، انتقال به کشورهای پیشرفته تر امکان دستیابی به درآمد بسیار بالاتر را ایجاد می کند. برای کشورهای مبدأ، درآمد بالاتر مهاجران در خارج از کشور می تواند به درآمد بالاتر برای خانواده های خود در خانه از طریق وجوه بازگشتی تبدیل شود که می تواند اثرات مثبت دیگری مانند بهبود معیشت و تحصیلات بهتر را ایجاد کند. شواهد موجود نشان می دهد که تأثیر کلی مهاجرت برای هر دو کشور مبدأ و کشورهای مقصد مثبت است. مهاجرت می تواند نقش مهمی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها داشته باشد. تنها در سال ۲۰۱۶، مهاجران ۴۲۹ میلیارد دلار حواله یا وجوه بازگشتی را به کشورهای درآمد کم و متوسط ارسال کردند. همچنین مهاجرت می تواند از سه طریق متنوع سازی مهارت ها و دانش، سربزهای مثبت و ایجاد یک طبقه خلاق به سیستم نوآوری کمک کند. اشتغال حوزه بسیار مهمی برای پیگیری و بررسی آثار و نتایج محرومیت های اقتصادی و اجتماعی ناشی از عواملی چون جنسیت، طبقه، سن، قومیت و اقلیت های مهاجر بوده است. مطالعاتی که در خصوص موقعیت مهاجران صورت گرفته است می تواند الگوهای تبعیض و نابرابری را بر حسب معیارهای گوناگونی چون سطوح درآمد، تبعیض در استخدام، ترغیب شغلی، نرخ های بیکاری و بسیاری زمینه های دیگر و حتی اکنون در مبارزه با آنچه که اخیر جهان با آن درگیر شده است: ویروس کرونا آشکارا مشاهده کرد.

مراکز و سازمان های بهداشت و درمان در سراسر جهان متولیان اصلی مقابله با ویروس همه گیر کرونا شده اند؛ ویروسی که سازمان بهداشت جهانی آن را پاندمی خوانده است. به صورت جهانی نیروی کار در حوزه بهداشت و درمان اتکای زیادی به مهاجران داشته است اما همواره توسط سیاست های دولت ها ورود این مهاجران متخصص به این حوزه کنترل شده است اما پس از همه گیری ویروس کرونا شاهد این بوده ایم که سیاست های دولتی در خصوص به کارگیری مهاجران متخصص در حوزه بهداشت و درمان برای مقابله و پیشگیری ویروس کرونا انعطاف پذیر تر و سهیل گیر تر شده اند. چراکه هم اکنون با بحرانی روبرو هستیم که بخش قابل توجهی از قربانیان آن افرادی هستند که به صورت مستقیم با پیشگیری و درمان مبتلایان با این ویروس درگیر هستند. چندی پیش رئیس جمهور آمریکا با منظور مقابله با ویروس کرونا دستور تعلیق و جلوگیری از مهاجرت به ایالات متحده آمریکا را صادر کرد. اما این فرمان استثنایی برای محققان و کارکنان بخش بهداشت و سلامت قائل شده است. علاوه بر این سازمان های غیر انتفاعی و مستقلی همانند مرکز هستینگز

محمد مولوی پژوهشگر حوزه علوم اجتماعی و محمدامین مولاپژوهشگر رصدخانه مهاجرت ایران

توسعه طلبی مدرنیته غربی قرن ها پیش آغازگر حرکت بزرگ جمعیت هایی شد که به شالوده بسیاری از جوامع چندقومیتی جهان شکل بخشید. اگرچه مهاجرت پدیده تازه ای نیست اما به عنوان پدیده ای متفاوت و متمایز از آنچه در گذشته بوده است باید به منزله بخشی از فرآیند ادغام جهانی و جهانی شدن در نظر گرفته شوند که طی صده اخیر شتاب گرفته است.

در دنیای به هم پیوسته امروز، مهاجرت به واقعیتی بین المللی تبدیل شده است به نحوی که طی ده های گذشته تغییر چشمگیری در ترکیب نیروی کار به علت افزایش جریان های مهاجرت جهانی به وقوع پیوسته است و همین امر موجب شده است که موضوع مهاجرت به دلایل متعدد در دستور کار سیاست گذاری کشورهای پردرآمد جهان قرار بگیرد. بر اساس آمار سازمان بین المللی کار (ILO) در سال ۲۰۱۷ جمعیت مهاجران دنیا رقمی بالغ بر ۲۵۸ میلیون نفر بوده است که از این میان ۱۶۴ میلیون نفر را کارگران مهاجر تشکیل می دادند، بدین ترتیب بخش قابل ملاحظه ای از رشد و توسعه اقتصادی جهانی مرهون میلیون ها مهاجری است که در بخش ها و صنایع و مشاغل مختلفی در حال فعالیت هستند.

مطالعات مختلفی نشان می دهد که نرخ کلی مالکیت مشاغل در بین افراد متولد خارجی نسبت به بومیان در بسیاری از کشورهای توسعه یافته از جمله ایالات متحده، انگلستان، کانادا و استرالیا بالاتر است. ۲۴ درصد سرمایه گذاری های ریسکی طی دهه های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ در دره سیلیکون توسط کارفرمایان چینی یا هندی صورت گرفته است و مهاجران ۲۵ درصد از شرکت های جدید با فناوری پیشرفته که در سال ۲۰۰۶ فروشی بیش از یک میلیون دلار داشتند را راه اندازی کرده اند. مهاجران سهم قابل توجهی از نیروی کار ایالات متحده را در طیف وسیعی از صنایع تشکیل می دهند. بیش از یک سوم کل کارگران در بخش های کشاورزی، ماهیگیری و جنگل داری و همچنین نزدیک به ۲۵ درصد از کسانی که در رشته های کامپیوتر و علوم ریاضی کار می کنند، مهاجر هستند. بیشترین تعداد مهاجران در صنعت مراقبت های بهداشتی و خدمات اجتماعی فعالیت می کنند و بیش از ۴ میلیون مهاجر این خدمات را ارائه می دهند. بنابراین به عنوان کارگران، صاحبان مشاغل، مالیات دهندگان و همسایگان، مهاجران بخشی جدایی ناپذیر از جوامع متنوع و کامیاب کشور آمریکا هستند و نقش بسزایی را در رشد و توسعه اقتصادی این کشور بر عهده دارند.



## الگوهای مدرن طراحی استراتژی بازاریابی

به قلم: دیوید استوارت استاد و رئیس دانشکده بازاریابی و حقوق کسب و کار دانشگاه ماریمونت  
ترجمه:علی آل علی

مدیریت کسب و کار و بازاریابی در طول سال‌های اخیر تغییرات بسیار زیادی پیدا کرده است. اغلب برندها دیگر از شیوه‌های بازاریابی یک دهه گذشته‌شان استفاده نمی‌کنند. این امر موجب ظهور تعداد قابل توجهی الگوی بازاریابی و تبلیغات شده است. یکی از کتاب‌های کلاسیک در زمینه بازاریابی نوین تحت عنوان «۴ استراتژی برای توسعه کسب و کار» به قلم پروفیسور آنسوف است. این کتاب تا مدت‌ها به عنوان مرجع اصلی برای طراحی استراتژی‌های کسب و کار و بازاریابی نوین مورد استفاده قرار می‌گرفت. ما در این مقاله قصد بررسی ۴ استراتژی بازاریابی با استفاده از کتاب مورد نظر را داریم.

#### ۱.استراتژی نفوذ در بازار

هنگامی که یک شرکت در تلاش برای فروش محصولاتی خاص در بازار است، باید شناخت مناسبی از وضعیت بازار و رفتار مشتریان داشته باشد. ایراد اصلی برخی از بازاریاب‌ها عدم تلاش برای شناخت دقیق بازار هدف است. به این ترتیب فعالیت‌شان ارتباط چندانی با سلیقه و نیازهای مشتریان ندارد. بهترین کمپین‌های بازاریابی از دل تلاش وسیع برای شناخت بازار ناشی می‌شود بنابراین گام نخست نزدیکی هرچه بیشتر به دیدگاه حاضران در بازار است. پس از شناخت مناسب از وضعیت بازار و سلیقه مشتریان هدف باید اقدام به نفوذ در بازار نماییم. این امر شامل معرفی محصولات تازه برند و تلاش برای ارتقای سطح آگاهی مشتریان از کسب و کارمان است. برخی از برندها به دلیل ناتوانی در معرفی کسب و کارشان به مخاطب هدف سطح پایین از فروش را تجربه می‌کنند. وقتی ما در تلاش برای معرفی محصولاتمان در بازاری تازه هستیم، باید سطح کاربرد آن را به شدت افزایش دهیم. این امر همیشه از طریق تلاش برای بهبود کیفیت محصولات روی نمی‌دهد. به عنوان مثال، اگر در زمینه فروش آبمیوه فعالیت دارید، شعار تبلیغاتی «نوشیدنی فراتر از آبمیوه صبحانه» دامنه کاربرد محصول را افزایش خواهد داد. به این ترتیب ما شانس بیشتری برای فروش محصولاتمان به مخاطب هدف خواهیم داشت. برندهای بزرگ همیشه دامنه وسیعی از کاربردها برای محصولاتشان در نظر می‌گیرند. این امر در مورد برند نایک به خوبی قابل مشاهده است. این برند ابتدا کفش‌های ورزشی مخصوص دو و میدانی تولید می‌کرد با این حال پس از اندکی با گرایش مشتریان برای استفاده از کفش‌های موردنظر در فرآیند زندگی روزمره استراتژی نایک هم تغییر کرد. بسیاری از بازاریاب‌ها به دنبال فرصت‌های عالی برای توسعه کسب و کار و محصول مورد نظرشان هستند. واقعیت عرصه بازاریابی نیازمند توجه به فرآیند روزمره تعامل برندها با مشتریان است. فقط در این صورت امکان نفوذ در بازار برای برندها فراهم خواهد شد.

#### ۲.استراتژی توسعه بازار

تمرکز بر روی یک بازار خاص مزیت‌های بسیار زیادی دارد. این امر امکان رقابت بهتر با برندهای مختلف و ترغیب هرچه بیشتر مشتریان را فراهم می‌سازد. با این حال اگر ما فقط بر روی یک حوزه مشخص تمرکز داشته باشیم، شانس فروش بیشتر در سایر بازارها را نخواهیم داشت. امروزه برندها بر روی بازارهای مختلف تمرکز می‌کنند. مزیت این امر دستیابی به دامنه وسیعی از مشتریان است. همچنین شانس ما برای فروش بیشتر در بازارهای مختلف و همراه با سلیقه‌های گوناگون مشتریان بیشتر خواهد بود. بسیاری از برندها در تمام دوران فعالیت‌شان به حضور در بازارهای تازه توجه ندارند. دلیل اصلی چنین امری ترس از پیامدهای حضور در بازارهای تازه است. اغلب برندها همیشه با ترس از شکست و ضررهای هنگفت مشغول فعالیت هستند. اگر ما همیشه چنین نکته‌ای را مدنظر داشته باشیم، هیچ‌گاه امکان توسعه کسب و کار و جلب نظر مخاطب هدف را نخواهیم داشت بنابراین گاهی اوقات در حوزه بازاریابی باید به سراغ بازارهای تازه رفت. اگر برندهای بزرگ در همان بازارهای ابتدایی‌شان باقی می‌ماندند، اکنون چنین جایگاه و سود سرشاری را نداشتند. بدون شک محصولات مختلف در یک بازار با گذشت زمان قدیمی می‌شوند. این امر ضرورت به‌روز رسانی محصولات یا معرفی نمونه‌های تازه را ضروری می‌سازد. اگر ما در این شرایط بازارهای تازه‌ای را مدنظر قرار دهیم، امکان ادامه فروش محصولات قدیمی مهیا می‌شود. دلیل این امر سطح متفاوت فناوری تولید محصولات در بازارهای مختلف است. اگر شما در بازار آلمان مشغول تولید و فروش یک محصول هستید، شانس بالایی برای فروش آن پس از چند سال در بازار هند یا مصر خواهید داشت. دلیل این امر سطح متفاوت فناوری تولید محصولات در بازارهای مختلف است.

#### ۳.استراتژی توسعه محصول

تولید محصولات تازه برای فروش به مشتریان کنونی اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب برندها در زمینه حفظ مشتریان وفادارشان با چالش مواجه هستند. دلیل اصلی این امر تلقی مشتریان کنونی به عنوان خریداران ثابت است. اگر ما کیفیت مناسبی به مشتریان کنونی در زمینه خدمات پس از فروش و حتی تولید محصول به‌روز ارائه نکنیم، رقبایمان به سرعت آنها را جذب خواهند کرد. بازار رقابتی همیشه نیازمند توسعه سطح محصولات است. در غیر این صورت ما به طور مداوم با مشکل حفظ مشتریان وفادارمان مواجه خواهیم بود.

تولید محصولات تازه همیشه دشواری‌های خاص خود را دارد. برندها باید زمان و هزینه مشخصی برای تحقیقات اولیه کنار بگذارند. همچنین تلاس برای الگوبرداری از محصولات مشابه نیز دارای اهمیت فراوانی است. چالش اصلی در اینجا ایجاد تمایز میان محصول برندمان با دیگر رقباست. بسیاری از طرح‌های رونمایی از محصولات تازه به دلیل شباهت بیش از حد به محصولات رقبا با شکست مواجه می‌شود. پیگیری این امر از سوی رقبا به صورت حقوقی نیز باید مدنظر قرار گیرد بنابراین طراحی محصولات تازه نیازمند فاصله‌گیری از طرح‌های مربوط به رقباست.

پس از طراحی محصولات تازه باید وارد مرحله رونمایی از آنها شد. برندهای بزرگ همیشه استراتژی مناسبی برای رونمایی از محصولاتشان دارند. درست به همین خاطر اغلب مشتریان علاقه بالایی برای خرید از آنها پیدا می‌کنند. زمان مناسب برای تجدیدنظر و به‌روز رسانی محصولات بسته به صنعت مورد نظر متفاوت است. توصیه کلی ما در اینجا ارزیابی دوباره محصول پس از گذشت پنج سال است. بدون تردید برخی از صنعت‌ها مانند حوزه گوشی‌های هوشمند باید به طور سالانه مورد بازبینی قرار گیرد بنابراین در نهایت باید به وضعیت کسب و کار نیز توجه داشت.

#### ۴.استراتژی تنوع بخشی

استراتژی تنوع بخشی شامل معرفی محصولات تازه در بازارهای جدید است. چنین استراتژی نوعی ترکیب موارد قبلی محسوب می‌شود. مزیت‌های این شیوه بسیار زیاد است، اما پیش نیازهای خاص خود را هم دارد. همچنین شکست در چنین برنامه‌ای هزینه‌های سنگینی در پی خواهد داشت. تنوع بخشی در زمینه بازاریابی یکی از پرریسک‌ترین گزینه‌های در دسترس برای برندها محسوب می‌شود. اگر شما مهارت بالایی در زمینه انتظار و شکیبایی برای دریافت نتیجه مناسب ندارید، باید استراتژی کنونی را فراموش کنید. موفقیت در این الگو نیازمند صبر زیادی است. استراتژی‌های بازاریابی در کوتاه مدت کمترین شباهتی با تنوع بخشی ندارند. وقتی ما اقدام به تولید محصول تازه‌ای می‌کنیم، باید ویژگی‌های جدیدی به آن اضافه کنیم. همچنین توجه به کاربرد فناوری‌های مدرن نیز اهمیت دارد. برخی از برندها محصولات تازه را بدون اعمال کمترین تغییرات فناوریانه‌ای روانه بازار می‌کنند. بدون شک بی‌توجهی مخاطب به چنین محصولاتی امر طبیعی قلمداد می‌شود.

بازاریابی مدرن برای موفقیت در بازار کسب و کار بحث گسترده‌ای است. هدف ما در مقاله کنونی بررسی ۴ استراتژی کاربردی برای وسعت بخشیدن به چشم‌انداز بازاریاب‌ها و صاحبان کسب و کارهای مختلف بود. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از تمام استراتژی‌های مورد بحث در این مقاله در زمان‌های مناسب است. در غیر این صورت شاید نتیجه معکوسی از کاربست هر کدام از آنها حاصل کنیم.

منبع: brandingstrategyinsider.com

# فرصت امروز

## روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| دوشنبه | ۲۲ اردیبهشت ۱۳۹۹ | شماره ۱۵۴۱ | 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، پلاک۴۹

**دفتر مرکزی:** ۸۶۰۷۳۳۸۱

**روابط عمومی:** ۸۶۰۷۳۱۴۳ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۲۷۱۱۲

**سازمان آگهی‌ها:** ۸۶۰۷۳۳۱۲ **امور مشترکین:** ۸۶۰۷۳۱۴۳

**آیین نامه اخلاقی حرفه ای روز نامه:** WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



## مسیر موفقیت

# ۷ راهکار ساده برای یک روز کاری آرام و پربازده

#### ۵. مدیتیشن کنید

اگر می‌توانید زمان‌هایی را به خودتان اختصاص دهید، مدت زمان ۱۵ دقیقه را قبل یا بعد از کار، به مدیتیشن بپردازید. اپلیکیشن‌های زیادی مثل Buddify و Headspace وجود دارند که می‌توانند در این زمینه به شما کمک کنند. برخی از وب سایت‌ها، مدیتیشن‌های مختلفی مثل مدیتیشن خیابانی، میانه زمین را توصیه می‌کنند. مدیتیشن در نهایت به ذهنی شفاف‌تر، استرس کمتر شده و احساسات محوری بهبودیافته منجر می‌شود که انرژی آن، در تمام طول روز ادامه دارد.

#### ۶. انجام دادن چندین کار به صورت هم‌زمان را به حداقل برسانید

انجام دادن چندین کار به صورت هم‌زمان، بهره‌وری ذهنی را کاهش می‌دهد، خستگی مغز را افزایش داده و استرس را بیشتر می‌کند.

#### ۷. حواس پرتی‌ها را کاهش دهید

نوتیفیکیشن ایمیل و سایر لوازم الکترونیکی خود را خاموش کنید؛ زمانی که روی کاری متمرکز هستید، به دیگران بگویید که نمی‌خواهید کسی مزاحم‌تان شود.

برخی از این دستورالعمل‌های متفکرانه را در خانه یا محیط کار انجام دهید. به زودی متوجه می‌شوید که موج جدیدی از آرامش و بهره‌وری در شما شکل گرفته است که نتایج مفیدی را در تمامی جنبه‌های زندگی شما به همراه دارد.

منبع: Entrepreneur/ucan

#### ۱. ارزش زمانی دیگران مطلع باشید

این روزها، بسیاری از مردم با استرس‌های مربوط به زمان مواجه هستند. این مشکلی است که ممکن است که سرخوردگی ناخواسته منجر شود.

#### ۲. پس از هر ۹۰ دقیقه، کمی استراحت کنید

از لحاظ علمی ثابت شده که اگر وظایف کاری را در بازه‌های ۹۰ دقیقه‌ای انجام دهیم، انگیزه و تمرکز بیشتری خواهیم داشت و در عین حال، سطح بهره‌وری‌مان نیز افزایش خواهد یافت.

#### ۳. در طول روز، تمرین تنفس متفکرانه را انجام دهید

در کتاب Kensho: A Modern Awakening، برخی از تکنیک‌های ساده تنفس جمع‌آوری شده که می‌تواند فشار خون را کاهش دهد و ثبات حال شما را بیشتر کند. اینگونه از تمرین‌های تنفسی را می‌توان در هر مکان و شرایطی انجام داد؛ قبل از جلسه‌های کاری، داخل آسانسور و حتی پشت میز. تکنیک‌های زیادی مثل «تنفس شکم» وجود دارند که می‌توانید از آنها استفاده کنید. از پایین ترین بخش شکم خود یک نفس عمیق بکشید، تا ۴ بشمارید و بازدم خود را تا ۵ ثانیه ادامه دهید. این تمرین را به مدت دو دقیقه، در طول روز انجام دهید.

#### ۴. به خودتان استراحت بدهید و کاری را انجام دهید که انرژی شما را بیشتر می‌کند

این کار می‌تواند به سادگی یک قدم زدن کوتاه در محیط خارج از دفتر یا تماس تلفنی با افرادی باشد که دوستانان دارید.