روزنامه مدیریتی - اقتصادی

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۵ مهر
۱۳۹۹

Sat.26 Sep 2020
۸ صفر ۱۴۴۲ - سال ششم
شماره ۱۶۳۲-۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال
www.forsatnet.ir

## یادداشت

### مصادره به مطلوب

علی نظافتیان
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

چند وقتی است برخی از رسانه‌های جمعی البته به نقل از مسئولان اجرایی خبر می‌دهند که بانک‌ها بیش از ۲ هزار واحد تولیدی را «مصادره» کرده‌اند. پرسشی که در افکار عمومی نقش می‌بندد، این است که اساسا مگر بانک‌ها تا آن اندازه قدرت، اقتدار و صلاحیت قانونی دارند که واحدهای تولیدی را به نفع خود مصادره کنند؟ فرضا مصادره هم کنند، یک واحد تولیدی نیمه فعال چه دردی از مجموعه دردهای سخت نظام بانکی را درمان خواهد کرد؟ پس ماجرای «مصادره» چیست و بانک‌ها چرا و چگونه واحدهای تولیدی بدهکار را «مصادره» می‌کنند؟ از نظر واژه‌شناسی، «مصادره» از باب مفاعله و ریشه صدر است. در یکی از فرهنگ‌های لغت در معنای واژه «مصادره» آمده است: «اخذ جریمه، جریمه‌گیری، ضبط کردن اموال و دارایی کسی به سبب جرمی که مرتکب شده. در اسلام مصادره سابقه دارد و از زمان خلفای راشدین شروع شده است، به...

۴

مهرماه سرآغاز رشد دوباره بورس خواهد بود؟

## سمت و سوی بورس در هفته دوم مهر

۵

انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا چه تاثیری بر وضعیت اقتصادی ایران دارد؟

## تعلیق اقتصاد در تنگنای سیاست

نزدیک به یک ماه به انتخابات ریاست جمهوری آمریکا باقی مانده است و همه بازارها چشم به انتخابات سوم نوامبر دوخته‌اند. سرنوشت انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده شاید در هیچ دوره دیگری به اندازه اکنون برای اقتصاد ایران و جهان مهم و حیاتی نبوده است. همگان منتظرند تا چهره چهل و ششمین رئیس جمهور آمریکا را ببینند. دوراهی حزب دموکرات یا جمهوری‌خواه بار دیگر ناظران سیاسی را به دو قطبی چپ و راست تقسیم کرده است. سوال این است که اقتصاد ایران در صورت پیروزی دموکرات‌ها و یا جمهوری‌خواهان، چه وضعیتی خواهد داشت و کدام انتخاب، نتیجه بهتری برای وضعیت اقتصادی کشورمان به دنبال دارد؟ فارغ از پاسخ این سوال و فرضیه‌های مختلفی که در این مورد مطرح است، تصور اینکه از بین جو بایدن و دونالد ترامپ کدامیک به کاخ سفید راه می‌یابند، دست‌کم برای...

۲

سهام، طلا، دلار و مسکن به ترتیب بالاترین بازدهی را در نیمه نخست امسال داشتند

## طعنه دلار به بورس

۳

## مدیریت و کسب‌وکار

- برندسازی مشارکتی با چاشنی شکست
- نکات مدیریتی فیلم RAY
- چطور از هدر دادن زمان جلوگیری کنیم؟
- چگونه حق امتیاز یک برند دیگر را کسب کنیم؟
- برگزاری مسابقه بازاریابی در اینستاگرام از ابتدا تا انتها
- فولکس واگن رقیب جدید تسلا

۸ تا ۱۶

آمازون نمایشگر هوشمند «اکو شو ۱۰» و اسپیکر «اکو» را با طراحی کروی معرفی کرد

۱۰ فناوری‌ای که توانسته‌اند پاندمی کرونا را مدیریت کنند

## تکنولوژی علیه کرونا

فرصت امروز: با شیوع کرونا، بسیاری از غول‌های فناوری به طراحی اپلیکیشن‌های کاربردی برای شناسایی ویروس کرونا دست زده‌اند و به موازات استقبال از این تکنولوژی، بحث‌ها درباره نقض حریم خصوصی کاربران نیز بیشتر شده است، با این حال به نظر می‌رسد فناوری تنها ابزار آدمی برای مدیریت پاندمی کرونا است و جز تکنولوژی راه دیگری برای مقابله با ویروس مهلک کووید-۱۹ و در امان ماندن از عوارض سرایت کرونا وجود ندارد. در واقع، از همان ابتدای ظهور کووید-۱۹، فناوری‌ها نقش مهمی در مدیریت این ویروس داشته‌اند. بیشتر این فناوری‌ها کمک کردند تا شهروندان روزهای قرنطینه خانگی را راحت‌تر از سر بگذرانند و در عین حال بسیاری از کسب‌وکارها همچنان به فعالیت خود ادامه دهند. اگرچه فناوری‌های نوین هنوز نتوانسته‌اند روشی آسان و در دسترس برای تولید واکسن کرونا در اختیار دانشمندان قرار دهند، اما در کنترل این ویروس مرگبار بسیار موثر عمل کرده‌اند. در این زمینه، «weforum» به تازگی در گزارشی به ۱۰ فناوری‌ای که در راستای مدیریت کرونا به زندگی انسان‌ها کمک کرده، پرداخته و آنها را برشمرده است.

* ردیابی مکان: رایج‌ترین فناوری استفاده‌شده به هنگام کنترل انتشار ویروس کرونا، ردیابی مکان افراد به‌وسیله اطلاعات مکانی آنهاست که از تلفن‌های همراه آنها به دست می‌آید. این فناوری برای آگاهی از مکان‌هایی است که فرد بیمار در آنجا حضور داشته و یا با تعدادی از مردم در تماس بوده است. این ردیابی در روزهای اول انتشار ویروس کرونا و در شرایط قرنطینه به‌وسیله کشورهایی نظیر چین، کره جنوبی، تایوان و آلمان انجام شد. همچنین آنها با استفاده از این فناوری فضاهای عمومی را که مردم در آنجا تجمع کرده بودند، شناسایی کردند. هرچند که به موازات استقبال از این تکنولوژی ردیابی مکان، بحث‌ها درباره نقض حریم خصوصی شهروندان نیز بیشتر شده است.

* اپلیکیشن‌های تلفن همراه: به تازگی شرکتی در بریتانیا اپلیکیشنی ساخته است که به وسیله آن افرادی که مشکوک به کرونا هستند، علائم خود را به مراکز بهداشتی گزارش می‌دهند. بیش از ۷۵۰ هزار نفر فقط در مدت ۳ روز علائم خود را با استفاده از این اپلیکیشن به مراکز بهداشتی بریتانیا گزارش دادند. بدین ترتیب دولت بریتانیا به‌راحتی توانست گروه‌های پرخطر را شناسایی کند. کره جنوبی هم با استفاده از یک اپلیکیشن در مدت‌زمان کم توانست محل زندگی افراد مبتلا به کرونا را شناسایی کند.

* ربات‌ها و پهپادها: این روزها ربات‌ها و پهپادها برای کنترل ویروس کرونا کمک بسیاری کردند و از آنها بیش از هر زمان دیگر استفاده شده است. ربات‌ها در تحویل غذا و دارو به بیماران و افرادی که در قرنطینه هستند و همچنین ضدعفونی کردن مناطق مختلف مانند تمیز کردن بیمارستان‌ها بسیار فعال بوده‌اند. همچنین برخی از کشورها مثل چین برای شناسایی افرادی که ماسک نزده‌اند و متفرق کردن تجمعات از پهپادهایی که به دوربین و بلندگو مجهز بودند استفاده کردند. مسئولان با به‌کارگیری پهپادها می‌توانند وظایف‌شان را در حالی‌که با مردم فاصله ایمن دارند، انجام دهند.

* هوش مصنوعی: وقتی یک اپیدمی رخ می‌دهد، اولین سوالی که به ذهن می‌رسد این است که آیا می‌توان برای درمان یا پیشگیری از آن، دارو یا واکسنی تولید کرد؟ دنیا در حال حاضر با ناامیدی در حال پیدا کردن روش‌هایی برای کند کردن گسترش بیماری کرونا است اما فناوری می‌تواند این روند را سرعت دهد. این روزها هوش مصنوعی نقش مهمی در ترکیب مواد شیمیایی برای تولید واکسن کرونا دارد و می‌تواند با شناسایی سریع ساختارهای پروتئینی ویروس کووید-۱۹ به محققان و دانشمندان در تشخیص ترکیبات مناسب واکسن کمک کند. موسسه هوش مصنوعی آلن در آمریکا به تازگی سیستمی ایجاد کرده که براساس توالی ژنتیکی ویروس کرونا، ساختاری سه‌بعدی از آن به دست می‌دهد.

* چاپ سه‌بعدی: این روزها فناوری چاپ سه‌بعدی برای کاهش شوک‌های ناشی از کمبود تجهیزات و ابزارهایی که برای محافظت انسان در برابر ویروس کرونا استفاده می‌شود، نقش مهمی بازی کرده است. متخصصان با استفاده از این فناوری شروع به چاپ تجهیزاتی مانند دستگاه‌های تنفس با سرعت بسیار بالایی کرده‌اند. البته این فناوری در برخی مواقع مانند تولید ماسک که باید زیر نظر قوانین بهداشتی انجام شوند، با مانع مواجه می‌شود. با این حال تولید بخشی از تجهیزات موردنیاز با این روش سرعت بیشتری گرفته است.

* خرید اینترنتی: سال ۲۰۰۲ میلادی که بیماری سارس همه‌گیر شد، یکسری از کسب‌وکارها با شرکت‌های همکار و همچنین مشتریان خود وارد تعاملات اینترنتی شدند. این روند ادامه پیدا کرد تا اینکه امروز شاهد فروشگاه‌های اینترنتی بسیاری در سراسر دنیا هستیم. وجود اینترنت و خریدهای اینترنتی، اجرای فاصله‌گذاری اجتماعی را راحت‌تر کرده است. از طرف دیگر، تحویل کالا هم باعث می‌شود که افراد در تماس با یکدیگر باشند و ویروس کرونا همچنان به انتشار خود ادامه دهد. از همین رو، در برخی از کشورها نظیر چین با استفاده از ربات‌ها و پهپادها، امکان ارسال کالاها برای مشتریان فراهم شد.

* پرداخت‌های دیجیتالی: مدت‌هاست که مردم تشویق به پرداخت‌های دیجیتالی شده‌اند، اما این روزها که کرونا بیداد می‌کند، مسئولان از مردم خواسته‌اند که خریدها و امور بانکی خود را به صورت دیجیتالی انجام دهند. به همین دلیل، بانک‌های مرکزی بیشتر کشورها از جمله چین، امریکا و کره جنوبی دست به اقدامات متعددی زده‌اند تا بیشتر نقل و انتقالات پولی به‌صورت دیجیتالی و با استفاده از کارت‌های اعتباری و کیفهای پول الکترونیکی انجام شوند. پرداخت‌های دیجیتالی باعث می‌شود که مردم به راحتی کالاهای خود را به صورت اینترنتی خریداری کرده و پرداخت‌شان را به طور دیجیتالی انجام دهند.

* دورکاری: با شروع پاندمی کرونا، بسیاری از شرکت‌ها و ادارات، کارمندان خود را به دورکاری فرستادند. فناوری‌هایی مانند شبکه خصوصی مجازی (شبکه‌ای است که اطلاعات در آن از طریق یک شبکه عمومی مانند اینترنت جابه‌جا می‌شود، اما در عین حال با استفاده از الگوریتم‌های رمزنگاری و احراز هویت، این ارتباط همچنان اختصاصی باقی می‌ماند)، صدا روی پروتکل اینترنت (برای انتقال صدا و فایل‌های رسانه‌ای دیگر)، جلسات مجازی، فناوری ابر (برای حفظ حجم بالایی از داده‌ها) و حتی فناوری‌های تشخیص چهره به کمک افراد آمده است تا آنها بتوانند تمام وظایف کاری خود را از راه دور و در منزل انجام دهند. دورکاری علاوه بر پیشگیری از انتشار ویروس کرونا، در صرفه‌جویی زمان‌های مربوط به رفت‌وآمد به محل کار و برگشت به خانه کمک می‌کند و انعطاف‌پذیری بیشتری دارد.

* یادگیری از راه دور: از زمانی که انتشار ویروس کرونا در دنیا شدت گرفت، ۱۹۱ کشور جهان، مدارس و دانشگاه‌های خود را تعطیل کردند. بسیاری از موسسات آموزشی نیز کلاس‌های درس خود را به صورت آنلاین برگزار کردند و به آموزش محصلان خود از راه دور مشغول شدند. فناوری‌هایی مانند حقیقت مجازی، واقعیت افزوده، چاپ سه‌بعدی و ربات‌های معلم مجهز به هوش مصنوعی در این امر به کمک متخصصان آموزش و پرورش آمده‌اند.

* تفریح و سرگرمی آنلاین: انجام قرنطینه خانگی و اجرای فاصله‌گذاری اجتماعی، شهروندان جامعه را از هم دور کرده است و به همین دلیل آنها به دنبال روشی برای پر کردن این خلأ اجتماعی بودند. فناوری‌ها امروزه برای سرگرم نگه داشتن مردم و نزدیک کردن آنها به هم روش‌های خلاقانه‌ای دارند. کارشناسان با استفاده از اینترنت و فناوری‌های مربوط به آن مانند واقعیت مجازی و واقعیت افزوده توانستند با اجرای برنامه‌های اینترنتی متعددی مانند کنسرت‌های آنلاین، تورهای مجازی موزه‌ها و برنامه‌های دیگر، مردم در قرنطینه مانده را سرگرم کنند. همچنین شبکه‌های اجتماعی به کمک مردم آمدند و با برقراری تماس مجازی، فاصله‌های اجتماعی را کم کردند. بازی‌های اینترنتی هم فناوری دیگری است که مردم و علاقه‌مندان را سرگرم می‌کنند. در یک کلام، این روزها با استفاده از فناوری‌های متعدد می‌توان تا حدی از عوارض بیماری کرونا و پاندمی کووید-۱۹ در امان ماند.

یک درصد از جمعیت جهان بیشترین میزان کربن را در ۲۵ سال گذشته تولید کرده‌اند

## شکاف کربنی دارا و ندار

نگاهی به روند تولید کربن در ۲۵ سال گذشته نشان می‌دهد که میزان انتشار کربن یک درصد مردم جهان یعنی ثروتمندان، بیش از دو برابر میزان انتشار کربن نیمی از جمعیت زمین یعنی مردم فقر است. در واقع، یک درصد از جمعیت جهان، دو برابر ۳٫۱ میلیارد نفری که جزو فقیرترین مردم قرار می‌گیرند، آلودگی ایجاد کرده‌اند و آنها مسئول بیش از دو برابر آلودگی جهان در سال‌های بین ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۵ میلادی بوده‌اند. این جدیدترین نتیجه تحقیقات کنفدراسیون آکسفام با انستیتوی محیط زیست استکهلم است که به تازگی در قالب گزارش‌های «مقابله با نابرابری کربن و مبارزه با فقر» منتشر شده است.

آمارهای جهانی نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۹ متوسط دی اکسید کربن جوی جهان حدود ۴۰۹٫۸ قسمت در میلیون (به طور خلاصه ppm) بود، با دامنه عدم قطعیت مثبت یا منفی ۰٫۱ قسمت در میلیون. سطح دی اکسید کربن امروز بیش از هر دوره ای در حداقل ۸۰۰ هزار سال گذشته است و رکورد جدیدی محسوب می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که میزان افزایش سالانه دی اکسید کربن در جو طی ۶۰ سال گذشته حدود ۱۰۰ برابر سریع‌تر از افزایش طبیعی سال‌های قبل از آن است؛ مانند شرایطی که در پایان آخرین عصر یخبندان ۱۱ هزار تا ۱۷ هزار سال پیش رخ داده است. علت آن هم تشدید فعالیت‌های انسانی است که غلظت دی اکسید کربن در جو را افزایش داده و اثر گلخانه‌ای طبیعی زمین را تقویت کرده است. وضعیت به گونه‌ای است که غلظت دی اکسید کربن به دلیل مصرف سوخت‌های فسیلی حاوی کربن در حال افزایش است و هرچه گیاهان طی سال‌های متمادی از طریق فتوسنتز از جو خارج کرده‌اند، در عرض دوره کوتاهی دوباره در حال بازگشت به جو است. اقیانوس‌ها نیز به اندازه‌ای دی‌اکسید کربن جذب کرده‌اند که pH (کمیتی برای تعیین میزان اسیدی یا بازی بودن یک محلول آبی) خود را ۰٫۱ واحد کاهش دهند و اسیدیته آنها ۳۰ درصد افزایش یابد. در چنین شرایطی کنفدراسیون آکسفام و انستیتوی محیط زیست استکهلم گزارش می‌دهند که در تمام این تغییرات سهم ثروتمندان دو برابر فقرا بوده است. چراکه با مصرف سوخت‌هایی مانند بنزین، گازوئیل، گاز و همین طور انرژی برق، کربن بیشتری وارد جو کرده‌اند.

تازه‌ترین گزارش این دو مؤسسه تحقیقاتی نشان می‌دهد که یک درصد ثروتمند جهان مسئول ۱۵ درصد انتشار کربن بین سال‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۱۵ میلادی بوده‌اند؛ بیشتر از همه شهروندان اتحادیه اروپا و بیش از دو برابر نیمه فقیرترین بشریت. در این مدت، ۱۰ درصد ثروتمندترین افراد جهان (حدود ۶۳۰ میلیون نفر) مسئول ۵۲ درصد کل آلودگی بوده‌اند و یک سوم بودجه جهانی کربن برای جلوگیری از گرمایش ۱٫۵ درجه سانتیگراد را به خود اختصاص داده‌اند، در حالی که نیمه فقیرترین جمعیت جهان فقط ۴ درصد از بودجه را دربر گرفته است. بودجه کربن، مقدار دی اکسید کربن است که می‌تواند بدون ایجاد افزایش دمای کره زمین از ۱٫۵ درجه سانتیگراد به جو افزوده شود؛ هدفی که دولت‌ها در توافقنامه پاریس برای جلوگیری از بدترین تأثیرات تغییر کنترل نشده آب و هوا تعیین کرده‌اند. میزان انتشار کربن، سالانه ۶۰ درصد بین سال‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۱۵ رشد داشته است. ۵ درصد ثروتمندترین‌ها عامل بیش از یک سوم (۳۷ درصد) این رشد بودند. میزان انتشار آلاینده‌های یک درصد ثروتمند؛ سه برابر بیشتر از ۵۰درصد فقیرترین‌ها بود. ۱۰درصد ثروتمندان کسانی هستند که درآمد آنها بالای ۳۵ هزار دلار در سال بوده و یک درصد ثروتمند جهان هم به کسانی اطلاق می‌شود که درآمدشان بالای ۱۰۰ هزار دلار در سال بوده است. فقیرترین‌ها که ۵۰ درصد بشریت را تشکیل می‌دهند تقریباً ۳٫۱ میلیارد نفر هستند؛ ۱۰ درصد ثروتمندترین افراد تقریباً ۶۳۰ میلیون نفر می‌شوند و یک درصد ثروتمندترین تقریباً ۶۳ میلیون نفر از افراد جهان.

بررسی‌های آکسفام و استکهلم نشان می‌دهد که در صورت هدف قرار دادن انتشار بیش از حد کربن توسط ثروتمندان و سرمایه‌گذاری در جوامع فقیر و آسیب‌پذیر، دولت‌ها می‌توانند با نابرابری شدید و بحران آب و هوایی مقابله کنند. در این زمینه، یک مطالعه نشان می‌دهد که ۱۰ درصد ثروتمندترین خانوارهای جهان تقریباً نیمی از کل انرژی مربوط به حمل و نقل زمینی (۴۵ درصد) و سه چهارم کل انرژی مرتبط با هواپیمایی را مصرف می‌کنند. بخش حمل و نقل امروزه حدود یک چهارم انتشارات کربن در سطح جهانی را تشکیل می‌دهد.

در این خصوص، کیم گور، رئیس سیاست‌های اقلیمی مؤسسه آکسفام و نویسنده گزارش می‌گوید: «مصرف بیش از حد افراد ثروتمند در حال تشدید تغییرات آب و هوایی است و این کشورهای فقیر و افراد جوان هستند که تاوان آن را می‌دهند.» او تأکید می‌کند که «چنین نابرابری جدی در تولید کربن نتیجه مستقیم سیاست‌های بلندمدت دولت‌هاست که در ترویج رشد اقتصادی نابرابر و پر کربن نقش داشته است.»

تحقیقات نشان می‌دهد که در حال حاضر به خاطر محدودیت‌های ناشی از پاندمی کرونا تا اندازه‌ای انتشار کربن کاهش یافته است اما با کاهش محدودیت‌های کرونایی آلاینده کربن با سرعت بیشتری باز خواهد گشت. این در حالی است که اگر تولید گازهای گلخانه‌ای سال به سال کاهش پیدا نکند و نابرابری کربن کنترل نشود، بودجه کربن باقیمانده تا سال ۲۰۳۰ به طور کامل تخلیه می‌شود و مسئله مهم در این زمینه، سهم غنی‌ترین‌هاست. به طوری که ۱۰ درصد ثروتمندترین‌ها به تنهایی می‌توانند بودجه کربن را تا سال ۲۰۳۳ تمام کنند؛ حتی اگر هیچ انتشار کربنی به جز مصارف این ۱۰ درصد وجود نداشته باشد. تحقیقات آکسفام و استکهلم درحالی متهم ردیف اول تولید کربن را ثروتمندان می‌داند که تاکنون جوامع صنعتی، کشورهای نفتی و همین طور توسعه نیافته‌ها که دسترسی به تکنولوژی روز دنیا را ندارند، مقصر اصلی نامیده می‌شدند. البته در گزارش «مقابله با نابرابری کربن» به سهم خاورمیانه، چین، اتحادیه اروپا و آمریکا در پیدایش وضع کنونی اشاره شده است. به این ترتیب که در سال ۲۰۱۵، شهروندان ایالات متحده، اتحادیه اروپا و حدود یک پنجم شهروندان چین و هند درآمد خالص بیش از ۳۸ هزار دلار داشته‌اند و جزو ۱۰ درصد محسوب می‌شدند و یک درصد ثروتمندترین افراد نیز با درآمد خالص بیش از ۱۰۹۰۰۰ دلار، شهروندانی از خاورمیانه، چین و ایالات متحده بوده‌اند.

گزارش «مقابله با نابرابری کربن» همچنین تخمین می‌زند که این ۱۰ درصد ثروتمندترین افراد باید تا سال ۲۰۳۰ کاهش مصرفی به اندازه ۱۰ برابر مصرف کنونی خود را رعایت کنند تا جهان فقط افزایش دمای ۱٫۵ درجه سانتیگراد را تجربه کند؛ در غیر این صورت سیاست بودجه کربن قابل اجرا نیست و باید شاهد تغییرات آب و هوایی و حدی شدیدتر، موج‌های گرما و آتش‌سوزی بی‌سابقه، خشکسالی‌ها و سیلاب‌های ویرانکننده و افزایش فقر در جهان باشیم، اما راه چاره چیست؟

رئیس سیاست‌های اقلیمی مؤسسه آکسفام توضیح می‌دهد که دولت‌ها باید از این فرصت پیش آمده در نتیجه شیوع کرونا استفاده کنند و در اقتصاد خود تغییر شکل دهند و فردایی بهتر را برای همه ما بسازند. دولت‌ها باید از طریق وضع مالیات و عوارض و ممنوعیت استفاده از «کربن لوکس» مانند خودروهای پرمصرف آفرود و پروازهای مکرر میزان تولید کربن توسط ثروتمندان را کنترل کنند، اما در مقابل درآمد را در خدمات عمومی و بخش‌های کم کربن برای ایجاد شغل و کمک به پایان فقر سرمایه‌گذاری کنند.

چندی پیش آژانس بین‌المللی انرژی نیز هشدار داد که فقط در ادامه روند مصرف سوخت‌های فسیلی در ۶ ماه نخست ۲۰۲۰ می‌توان به آینده زمین امیدوار بود. این آژانس با کاهش مصرف در نتیجه همه‌گیری کرونا توصیه کرد: «برای ادامه روند کنونی مصرف سوخت‌های فسیلی برنامه‌ریزی کنید.» آژانس بین‌المللی انرژی با بررسی میزان کاهش گازهای $CO_2$ (دی اکسید کربن) در ماه‌های اخیر تخمین زده است که میزان انتشار این گاز آلاینده و مخرب در سال ۲۰۲۰ حدود ۸ درصد نسبت به ۱۰ سال اخیر (تقریباً ۲٫۶ گیگاتن) کاهش می‌یابد که بزرگ‌ترین کاهش سالانه محسوب می‌شود و فقط با حفظ همین شرایط می‌توان تولید دی اکسید کربن برای رعایت بودجه افزایش ۱٫۵ درجه‌ای دما را محدود کرد. البته در اجرا شدن آن ثروتمندان نقش اساسی دارند.

نگاه

گزارش «نیوزویک» درباره دوگانه اقتصادی بایدن-ترامپ

## اقتصاددانان به «بایدن» چه گفتند؟

فرصت امروز: شـمارش معکوس برای انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سـوم نوامبر سـال ۲۰۲۰ آغاز شده اسـت. با اینکه جو بایـدن، نامـزد دموکرات‌ها از دونالد ترامـپ، رئیس‌جمهور فعلی و نامزد جمهوری‌خواهان در نظرسـنجی‌ها پیشـی گرفته اسـت، اما نباید از یاد برد که در سـال ۲۰۱۶ نیز ترامپ از هیلاری کلینتون در نظرسـنجی رسـانه‌ها عقب بود و در انتها نیز به کاخ سـفید راه یافت. اگرچه خروج از معاهدات بین‌المللی و نحوه مدیریت اپیدمی کرونا این روزها به‌عنوان پاشنه آشیل دوره ریاست جمهوری ترامپ برشـمرده می‌شـوند و عملکرد چهارساله او را زیر سـوال برده‌اند، اما در نهایت این نظرسـنجی‌ها نیسـتند که مهمان کاخ سـفید را مشخص می‌کنند.

اینکه پیروزی کدامیک از دو نامزد ریاسـت جمهوری برای حال و روز اقتصاد آمریکا بهتر اسـت، مسـئله‌ای است که در چند هفته گذشـته در کانون بحث‌ها و در تیررس نگاه رسـانه‌ها قرار داشـته اسـت. در این راسـتا، رسـانه‌های مختلف به بررسـی برنامه‌های اقتصادی جـو بایدن و دونالد ترامپ پرداخته‌اند و بازخورد پیروزی هر کـدام را در اقتصاد آمریکا سـنجیده‌اند. ازجملـه «نیوزویک» هفته گذشـته در گزارشـی با عنوان «اقتصاددانان به بایدن گفتند برنامه‌های مالیاتی‌ات محقق نمی‌شـود»، به ارزیابی برنامه مالیاتی بایدن پرداخت و پیشـنهاد افزایش مالیات او را نقد کرد. به اعتقاد لوسـی هارلی مک اون، نویسـنده این گزارش، شاید بایدن مجبور شود از برخی برنامه‌های خود تا حدی عقب‌نشینی کند. خلاصه‌ای از این گزارش را در ادامه می‌خوانید.

«پیش‌درآمـد انتخابات ایـن دوره آمریکا، تعهـدات و الزامات سیاسـی و اقتصادی اسـت که اکنون به مرکز توجه آحاد جامعه تبدیل شـده، به‌خصوص اینکه جو بایدن، نماینده حزب دموکرات از برنامه‌هـای مالیاتی خـود پرده‌برداری کرده و براسـاس گفته اقتصاددانـان نقطـه مقابل ترامپ اسـت. هرچنـد اقتصاددانان و سیاسـیون پس از ارائه این پیشـنهادها تمام تلاش خود را برای پـی بردن به اینکه «آیا وعده‌های بایدن عملی می‌شـود؟» به کار گرفتنـد. نکتـه جالب در ایـن خصوص، ارائـه برنامه درخصوص جلوگیری از تغییرات اقلیمی، مراقبت‌های بهداشـتی و آموزشی و بهبود زیرساخت توسط کمپین او منتشر شده اما همچنان برنامه رسـمی مالیاتی به بیرون درز پیدا نکرده هرچند او در برنامه‌های کمپین تبلیغاتی خود به برخی اعداد و رقم مالیاتی پرداخته است. به عنوان مثال قرار اسـت فشـار مالیاتی زیادی را به شرکت‌هایی وارد کنـد کـه ترامپ در صدد بود در دور دوم ریاسـتش در کاخ سفید، به آنها آسان‌تر گیرد. از سوی دیگر بایدن قرار است مالیات بیشتری را نیز از ثروتمندان بگیرد.

براسـاس گزارشـی از اندیشـکده بنیاد مالیات، بخش زیادی از افزایش مالیات که بایدن پیشـنهاد کرده از افراد و مشاغل با درآمد بالا اخذ می‌شـود، اما در سوی دیگر میدان، بخش دیگری از برنامه بایـدن برای احیای بهتر اقتصاد آمریکا پـس از کرونا، اخذ مالیات کمتر از خانوارهای متوسـط آمریکایی اسـت. یکـی از راهکارهای کاهش بـار مالیاتی بر این خانوارها، اخذ مالیات بیشـتر از افرادی اسـت که بیـش از ۴۰۰ هزار دلار درآمد دارند، امـا گام اول برای بایـدن در صورت پیروزی در انتخابات، لغـو تعهد قانونی «کاهش مالیات برای مشـاغل و افراد ثروتمند» اسـت که ترامپ در سـال ۲۰۱۷ آن را بـه تصویب سـنا رسـانده بـود. این طـرح به گفته کارشناسان مهم‌ترین طرح اقتصادی پس از ریاست‌جمهوری دونالد ریگان بوده و می‌تواند کسـری بودجه آمریکا را تشدید کند، چیزی کـه آمریـکا پس از کرونا با آن مواجه شـد. بایدن قرار اسـت نرخ مالیات را از ۳۷ به ۳۹٫۶درصد برساند.

بخـش دیگری از برنامه بایدن برای مالیات، افزایش نرخ آن برای شـرکت‌ها از ۲۱ به ۲۸درصد است. اگر بایدن به موفقیت برسد در طول یک دهه ۳٫۳ تا ۴ هزار میلیارد دلار مالیات‌ها افزایش خواهد یافت. هرچند برنامه‌های مالیاتی نامزد دموکرات ۱۰ سـاله اسـت اما هنوز که «فقط» حرف‌هایی از آن زده شـده، اقتصاددانان به او درخصوص این برنامه‌ها و میزان موفقیتش هشدارهایی داده‌اند.

در این راسـتا، اریکا یورک، اقتصاددانان مرکز تحقیقات سیاست مالیاتی فدرال درباره میزان راستی‌آزمایی سیاست‌های مالیاتی جو بایـدن می‌گوید: «هزینه‌هایـی که جو بایدن به اقتصـاد آمریکا از طریق بهبود زیرساخت‌ها، بهداشت و آموزش وارد می‌کند طی یک دهه به ۵ تا ۸ هزار میلیارد دلار می‌رسد. به بیان دیگر، برنامه‌های اقتصادی بایدن، شـکاف ۵ هزار میلیـارد دلاری بین مبلغی که از مالیات‌ها جمع می‌شـود با مبلغی که قرار است هزینه شود، ایجاد می‌کند.»

یورک در بخش دیگر صحبت‌هایش به این نکته اشاره می‌کند که افزایش نرخ مالیاتی توسـط بایدن، براسـاس اسناد تاریخی پنجمیـن افزایـش مالیات از دهه ۱۹۴۰ اسـت. هرچند تفاوتی کـه دارد در میزان قابل‌توجهی اسـت که تیم بایدن آن را جمع می‌کنند. به اعتقاد این اقتصاددان، برنامه‌های مالیاتی او همراستا با اهدافش (دریافت مالیات از شرکت‌های بزرگ) نیست، چراکه عمـده این هزینه‌ها را شـرکت‌های سـهامی یا شـرکت‌های با مسئولیت محدود می‌دهند که بار اقتصادی آن می‌تواند بر دوش مردم بیفتد.

بـه گفته یورک، «افزایـش مالیات می‌تواند بـه تولید اقتصادی، اشتغال و دستمزد آسیب زند.» به اعتقاد این اقتصاددان، برنامه‌های بایدن باید بیشـتر از این «ساخته و پرداخته» شود و حتی یکی از وعده‌های مالیاتی خود را نقض کند تا شانس همراهی‌ها را افزایش دهد. عمده اقتصاددانان معتقدند با شرایط فعلی باید رشد اقتصادی بلندمدت وعده داده شـده توسـط نامزدها در سـطح ۱٫۵۱درصد باشـد. در طرف دیگر، اقتصاددان خوش‌بینی به اسـم مارک مازور وجود دارد که مدیر اتاق فکر مرکز سیاسـت‌های مالیاتی اسـت و نسـبت به مشـی مالیاتی بایدن امیدوار است. به اعتقاد او، شاید تا نیمـه اول ۲۰۲۱ با برنامه‌های بایدن در صـورت پیروزی مخالفت شـود، اما به محض اینکه نشانه‌هایی از خروج اقتصاد از رکود یافت شود، این سیاست‌ها نیز به تصویب می‌رسند. مازور گفته‌های خود را این‌گونـه به پایان می‌رسـاند که «هیچ‌کـس پرداخت مالیات را دوست ندارد اما اگر به دنبال بهبود سیستم نظامی و آموزشی یا راه و جاده بهتر هستید، راه دیگری وجود ندارد.»

انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا چه تاثیری بر وضعیت اقتصادی ایران دارد؟

# تعلیق اقتصاد در تنگنای سیاست

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

نزدیک به یک ماه به انتخابات ریاسـت جمهـوری آمریکا باقی مانده اسـت و همه بازارها چشم به انتخابات سوم نوامبر دوخته‌اند. سرنوشت انتخابات ریاسـت جمهوری ایالات متحده شـاید در هیچ دوره دیگری بـه اندازه اکنون برای اقتصاد ایران و جهان مهم و حیاتی نبوده اسـت. همـگان منتظرند تا چهره چهل و ششـمین رئیس جمهـور آمریکا را ببیننـد. دوراهی حـزب دموکرات یـا جمهوری‌خواه بـار دیگر ناظران سیاسی را به دو قطبی چپ و راست تقسیم کرده است. سوال این است که اقتصاد ایـران در صورت پیروزی دموکرات‌ها و یا جمهوری‌خواهان، چه وضعیتی خواهد داشت و کدام انتخاب، نتیجه بهتری برای وضعیت اقتصادی کشورمان به دنبال دارد؟ فارغ از پاسخ این سوال و فرضیه‌های مختلفـی که در این مورد مطرح اسـت، تصور اینکـه از بین جو بایدن و دونالـد ترامپ کدامیک به کاخ سـفید راه می‌یابند، دسـت‌کم برای افکار عمومی ایران جالب اسـت و شهروندان ایرانی کم و بیش خبرهای انتخابات آمریکا را دنبال می‌کنند. نکته جالب اینکه متغیرهای جنسیت و تحصیلات در پیگیری انتخابات ریاسـت جمهوری آمریکا موثر است و مردان بیشـتر از زنان و افراد تحصیلکرده بیشتر از افراد فاقد تحصیلات انتخابات آمریکا را پیگیری می‌کنند.

**چند و چون نگاه شهروندان ایرانی به انتخابات آمریکا**

در تازه‌ترین نظرسـنجی «ایسپا» از پاسخگویان پرسیده شد که «چه میـزان اخبار مربـوط به انتخابات ریاسـت جمهوری آمریـکا را دنبال می‌کننـد؟» از مجمـوع جامعه آمـاری این نظرسـنجی، ۷۶٫۴ درصد گفته‌انـد اخبـار مربوط به ایـن انتخابات را در حـد «خیلی کم و کم» پیگیـری می‌کننـد؛ ۹٫۳ درصد گفته‌اند در حد «متوسـط» پیگیر این اخبار هسـتند و تنها ۱۰٫۹ درصد از پاسخگویان در حد «زیاد و خیلی زیاد» آن را دنبال می‌کنند.

در این بین، جنسـیت و تحصیلات نیز در پیگیـری خبرهای انتخابات ریاسـت جمهوری آمریکا موثر اسـت؛ از یکسـو، کسـانی که تحصیلات آکادمیک و دانشـگاهی دارند، بیشـتر خبرهای انتخابات آمریکا را تعقیب می‌کنند و میزان پیگیری اخبار انتخابات سوم نوامبر سال ۲۰۲۰ در میان افراد تحصیلکرده بیشـتر از افراد فاقد تحصیلات دانشگاهی است. از سوی دیگر نیز مردان بیشـتر از زنان پیگیر انتخابات ریاسـت جمهوری آمریکا هستند و علاقه و پیگیری بیشتری از خود نشان می‌دهند. همچنین جوانان یعنی افراد ۱۸ تا ۲۹ سـاله کمتر از سـایر گروه‌های سـنی، این انتخابات را دنبال می‌کنند. این نظرسـنجی «ایسپا» (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران) با جامعه آماری افراد بالای ۱۸ سال در سراسر کشور (۱۶۱۸ نفر) در ۲۲ تا ۲۶ شهریورماه به شیوه مصاحبه تلفنی انجام شده است.

**واکنش بازارهای مالی به بازگشت لفظی تحریم‌ها**

برای اینکه تصویری از میـزان اثرگذاری انتخابات آمریکا بر معادلات اقتصاد ایران داشـته باشیم، تنها کافی اسـت به تحولات هفته گذشته بازارهای مالی در اثر تشدید تنش‌های لفظی تحریم و ادعای آمریکا در فعال‌سازی مکانیسم ماشـه در برجام نگاهی بیندازیم؛ جایی که قیمت دلار مرز ۲۸ هزار تومان را پشـت سـر گذاشـت و قیمت سـکه نیز بار دیگـر به کانـال ۱۳ میلیون تومان راه یافت. همچنین شـاخص بورس تهران پس از اعلام بازگشـت تحریم‌های سازمان ملل علیه ایران توسط واشـنگتن، در جریان معاملات روز یکشنبه بیش از ۴۷ هزار واحد افت کرد و بازدهی منفی ۲٫۸ درصدی را تجربه کرد. شاخص کل بورس روز شـنبه هم متأثر از فضای تنش‌آمیز تحریم‌هـای لفظی بیش از ۴ هزار واحد ریخته بود.

این روند در روز دوشنبه و در سی و یکمین روز شهریورماه نیز ادامه یافت و شـاخص بورس ۵۷ هزار و ۸۸ واحد کاهش یافت و تا رقم یک میلیـون و ۵۹۵ هزار واحد در آخرین روز تابسـتان عقب رفت. در روز سه‌شنبه و در اولین روز پاییز نیز شاخص بورس تهران ۱۳ هزار و ۹۶۵ واحد افت کرد و به رقم یک میلیون و ۵۸۱ هزار واحد رسید. درمجموع، نماگر بازار سـهام در چهار روز ابتدای هفته گذشـته بیش از ۱۲۱ هزار واحـد افت کرد و تنها در روز چهارشـنبه دوم مهرماه ۳۰ هزار و ۲۷۴ واحد رشد کرد و مجددا به کانال یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد رسید.

همچنین ارزش واقعی سـهام عدالت نیز تحت تاثیر نوسان بازار سهام قـرار گرفت و درحالی کـه ارزش آن تا چندی پیش به مرز ۲۰ میلیون تومان رسیده بود، تا حدود ۱۶ میلیون تومان کاهش یافت. طبق آخرین به‌روزرسـانی گزارش دارایی، ارزش واقعی سـهام عدالت با ارزش اولیه ۴۹۲ هزار تومان در حال حاضر کمی بیشـتر از ۱۶میلیون و ۴۰۰هزار تومان است. ارزش این سهام در تاریخ چهارم شهریورماه کمی بیشتر از ۱۴ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و در تاریخ ۱۳ مردادماه نیز اندکی بیشتر از ۱۷ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان بوده است بنابراین ارزش سهام عدالت نیز از گزند تنش‌های لفظی تحریم‌ها در امان نماند.

**اهمیت اقتصاد در معادله سیاست؛ از تهران تا واشنگتن**

آمریکا هفته گذشـته بازگشـت تحریم‌های سـازمان ملل علیه ایران را رسـما اعلام کرد، تروئیکای اروپایـی در بیانیه‌ی ادعای آمریکا را زیر سـوال بردند، دبیرکل سـازمان ملل متحد با ارسـال نامه‌ای به شورای امنیـت گفت که نمی‌تواند اقدامی برای بازگرداندن تحریم‌ها علیه ایران انجام دهد، حسـن روحانی نیز پیشـاپیش نتیجه این کارزار سیاسی را پیـروزی ایران تلقـی کرد و آن را به مردم تبریک گفت، در همین حال محمدجواد ظریف از جامعه جهانی خواسـت تا مقابل اسـتفاده آمریکا از ابزار تحریم و رفتار قلدرمآبانه واشـنگتن بایستند؛ این ماحصل تمام رخدادهای هفته گذشـته در میدان سیاسـت بود و متأثر از این فضای تنش‌آلود سیاسـی اما بازارهای مالی ایران بار دیگر ملتهب شدند. حالا نزدیـک به یک ماه دیگر یک بزنگاه سیاسـی دیگـر پیش روی اقتصاد ایـران قرار گرفته و آن همانا انتخابات ریاسـت جمهوری ۲۰۲۰ آمریکا است.

در ایـن زمینه، مرتضی افقه کارشـناس اقتصادی با اشـاره به اینکه «انتخابات ریاسـت جمهوری آمریکا از اهمیت بسزایی برخوردار است»، گفـت: «اگر ترامپ دوباره انتخاب شـود، به طـور قطع حلقه محاصره تنگ‌تر خواهد شـد و فشـار علیه اقتصاد ایران نیز مضاعف می‌شـود. با اینکه ایران از لحاظ ذخایر استراتژیک کالایی و همچنین وضعیت ارزی در موقعیت نسـبتا مناسـبی قرار دارد، اما اینکه این فشـار وحشتناک بخواهـد برای چهار سـال دیگر نیز ادامه پیدا کند، قدر مسـلم چنین مسـئله‌ای با دشـواری‌های زیادی روبه‌رو خواهد بود و به نظر می‌رسد باید در وضعیتی که وجود دارد تغییراتی رخ دهد.»

این اقتصاددان ادامه داد: «اما اگر بایدن انتخاب شود، به احتمال زیاد بخشـی از تحریم‌ها برداشته می‌شود و امکان بازگشت آمریکا به برجام قـوت می‌گیرد. در این صورت فروش نفت و صادرات کالاهای غیرنفتی نیز می‌تواند به مانند گذشته انجام شود و درنهایت این مسئله می‌تواند منجر به ورود ارز به کشور شده و از فشاری که الان بر مردم وجود دارد، تا میزان زیادی بکاهد.»

به اعتقاد او، «اگر ترامپ بار دیگر به کاخ سـفید راه یابد، این ذهنیت که شاید توافقی بین ایران و آمریکا در زمینه‌های گوناگون منعقد شود، زیاد اسـت، زیرا به نظر نمی‌رسـد که شـرایط بتواند به این گونه ادامه پیدا کند بنابراین باید منتظر اتفاقاتی باشـیم که ممکن اسـت در پاییز و زمسـتان رخ دهد. البته این امیدواری وجود دارد که با فراهم شـدن شرایط، کشورمان بتواند به اوضاع عادی برگردد و فشار غیرقابل تحملی که به مردم وارد شده و معیشت و زندگی آنها به طور جدی مورد تهدید قرار داده، از بین رود.»

افقه با اشـاره به اینکه «اقتصاد ایران دچار مشـکلات ساختاری است که از دهه‌های قبل تا الان ادامه داشـته است»، یادآور شد: «ناکارآمدی که در اقتصاد ایران طی ۳۰ سـال اخیر وجود داشـته، باعث شـده که وضعیت اقتصادی به این روز بیفتد بنابراین اگر تحریم‌ها نیز یک روز به طور کامل برداشته شـود، ما نباید انتظار معجزه را داشته باشیم و باید یک برنامه اصلاحی درسـت و حسابی در دستور کار قرار گیرد تا بتوان اوضاع را سروسامان داد. در غیر این صورت اگر برنده نوبل اقتصاد را نیز به ایران بیاورند، با این ساختارهای معیوب و فشلی که وجود دارد قطعا چیزی تغییر نمی‌کند.»

**رفع تحریم‌ها بدون FATF راهگشا نخواهد بود**

او به قرار گرفتن ایران در فهرسـت سـیاه FATF اشاره کرد و ادامه داد: «ورود ایران به لیست سیاه FATF، یکی از گرفتاری‌های جدی‌ای اسـت که حتی اگر تحریم‌ها برداشته شـود، اثر خود را همچنان دارد. مبادلات پولی و مالی تنها در صورتی با کشـورهای دیگر میّسـر است که ایران از این لیسـت سـیاه خارج شود، در غیر این صورت رفع کامل تحریم‌هـا نیز کاری را از پیش نخواهد بـرد، بنابراین با توجه به چنین وضعیتـی به نظر می‌رسـد، در کوتاه‌مدت نباید انتظار بهبود را داشـت حتی اگر بایدن رئیس جمهور آمریکا شود.»

این اقتصاددان با بیان اینکه «اگر بایدن رئیس جمهور آمریکا شـود، باید اقداماتی انجام داد تا مردم اثر این گشـایش‌ها برای‌شـان ملموس باشـد»، گفت: «در زمانی که برجام منعقد شد، ایران رشد اقتصادی ۷ درصدی را تجربه کرد، اما این رشد عمدتا مربوط به عملکرد شرکت‌های بزرگ ازجمله پتروشـیمی‌ها بود. برای اینکه مردم آثار بهبود اقتصادی را را لمس کنند، دولت باید دسـت به اصلاحات سـاختاری در اقتصاد بزند و به عنوان نمونه در کسـب و کارهای کوچک و متوسط نیز همان اقداماتی را که در بنگاه‌هـای بزرگ انجام می‌دهد، تکرار نماید تا مردم چنین تغییراتی را در زندگی خود احساس کنند.»

ارزش دلار در سال آینده ریزش خواهد کرد؟

# پیش‌بینی سقوط دلار در سال ۲۰۲۱

اسـتاد اقتصاد دانشگاه ییل پیشـبینی کرد ارزش دلار در سال آینده ریزش کند.

به گزارش «راشـاتودی»، وادار شـدن بانک مرکزی آمریکا به تزریق سـنگین نقدینگی به بازارهای مالی برای کاسـتن از تبعات کرونا باعث شـده است تا دلار تحت فشار زیادی در برابر ارزهای امن قرار گیرد. در همین رابطه، اسـتفان روچ، استاد اقتصاد دانشـگاه ییل پیشبینی کرد سـال آینده با ریزش دلار همراه باشـد. به عقیده روچ، این احتمال که ارزش دلار کاهش شدیدی پیدا کند دیگر یک اتفاق دور از ذهن نیست.

روچ با اشـاره بـه اینکه داده‌های مربوط به شـاخص‌های کلان نظیر پس‌انداز و حسـاب جاری چندان دلگرم‌کننده نیستند، گفت: «کسری حسـاب جاری آمریکا از هر کشـور دیگری در جهان بیشتر است و در سه ماهه دوم سال وضع خیلی بدتر شده است. مجموع پس‌انداز دولت، کسـب و کارها و شهروندان به سطوح پایین کم‌سابقه‌ای است که شاید تنها در طول بحران مالی ۲۰۰۹ مشابه آن را دیده بودیم.»

او که پیشـتر در ماه ژوئن سال قبل نیز پیشبینی سقوط دلار طی دو سـال آینده را مطرح کرده بود، معتقد اسـت این اتفاق سال آینده رخ خواهد داد و اگر روند افزایش کسـری و بدهی حساب‌های دولتی ادامه داشـته باشد، این ریزش تشدید خواهد شـد. به عقیده این اقتصاددان آمریکایی، دلار در برابر حوادث پیش روی خود از ایمنی لازم برخوردار نیسـت. روچ که سـابقه مدیریت شـعبات بانک مورگان اسـتنلی در کشـورهای آسیایی را نیز برعهده داشـته است از احتمال ۵۰ درصدی وقـوع رکود اقتصادی در آمریکا خبـر می‌دهد و می‌افزاید: «فصل پاییز احتمالا باعث اوج‌گیری مجدد شمار مبتلایان به کرونا در آمریکا خواهد شد. شـاید میزان شیوع به حدی بالا باشـد که دولت مجبور به اعمال مجدد قرنطینه‌های سراسری شود که در این صورت تمام پیشبینی‌های خوش‌بینانه از ثبت رشـدهای بالا در سه ماهه سوم و چهارم سال غلط از آب درخواهند آمد.»

در همین حال، شاخص دلار در هفته گذشته سرانجام ریزش کرد.

به گزارش «رویترز»، شـمار افراد متقاضی مزایای بیکاری در آمریکا مجددا در حال نزدیک شـدن به رکورد ثبت شـده تابستان است و این مسـئله می‌تواند کار را برای حفظ نـرخ بیکاری در محدوده تک رقمی دشـوار کند. در حال حاضـر نرخ بیکاری آمریکا ۸٫۵ درصد اسـت که ایـن رقم فاصله قابل توجهی با نرخ بیکاری ۴٫۵ درصدی قبل از بحران کرونا دارد.

عامـل موثر دیگـر بر بـازار ارز، اخبار مربـوط به انتخابات ریاسـت جمهوری آمریکا اسـت. اگرچـه جو بایدن هنوز با اختـلاف اندکی در نظرسـنجی‌ها از ترامپ پیش اسـت اما نمی‌توان با قطعیت درخصوص برنده احتمالی سـخن گفت. در شـرایطی که دونالد ترامپ تردیدهایی درخصـوص پذیرش نتیجـه انتخابات در صورت شکسـت خوردنش را ایجاد کرده، رئیس جمهوری‌خواه سنا آمریکا گفته است پیروز انتخابات از هر کدام از دو حزب در ماه ژانویه رئیس جمهور خواهد شـد و کسی نمی‌توانـد مانع این کار شـود. اختلافـات بین چین و آمریـکا نیز زیر ذره‌بیـن معامله‌گران قرار دارد. آمریکا مجـددا چین را به نقض حقوق بشر متهم و به فشار خود روی اپلیکیشنهای چینی افزوده است. روابط سـرد دو طرف در حال نشـان تدریجی پیامدهای خود روی مناسبات مالی و تجاری اسـت و معامله‌گران از این نگران هستند که فاز نخست توافـق تجاری با وخیمتر شـدن فضای کنونی از دسـت برود و جنگ تجاری بین دو طرف از سر گرفته شود.

اظهارات ترامپ مبنی بر دسـتکاری تعمدی چین در نرخ‌های برابری ارزی بار دیگر باعث نگرانی معامله‌گران از تشـدید اختلافات دو اقتصاد نخست جهان شده است. به گفته ترامپ، چین با دخالت در بازار ارز به دنبال کاهش مزیت رقابتی تولیدکنندگان آمریکایی بوده است.

رئیس جمهور آمریکا همچنین از رد درخواسـتش برای تغییر در نرخ برابری دلار در مقابل سـایر ارزها توسـط مشـاورانش خبر داد و گفت: «پیش مشـاورانم رفتم و از آنها پرسیدم چطور است کاری درخصوص دلار انجـام دهیم؟ آنها گفتند که این کار ممکن نیسـت و باید به طور طبیعی نرخ ارز شناور باشد.»

سهام، طلا، دلار و مسکن به ترتیب بالاترین بازدهی را در نیمه نخست امسال داشتند

# طعنه دلار به بورس

فرصت امروز: قیمت دلار در اولین هفته مهرماه مرز ۲۸ هزار تومان را رد کرد و رکورد جدیدی را به ثبت رساند. حالا تصور اینکه نرخ دلار به ۳۰ هزار تومان برسد، چندان هم دور نیست. قیمت سکه نیز متأثر از افزایش نرخ ارز به ۱۳ میلیون تومان رسیده و ادعای آمریکا در فعال شدن مکانیسم ماشه در برجام و تشدید تنش‌های لفظی تحریم، تازه‌ترین بهانه این سرکشی قیمتهاست.

قیمت دلار از کانال ۱۶ هزار تومان در ابتدای فروردین امسال به ۲۸ هزار تومان در ابتدای مهرماه افزایش یافته و قیمت سکه از ۶ میلیون تومان به بیش از ۱۳ میلیون تومان رسیده است، یعنی بازدهی ۷۵درصدی برای دلار و بازدهی ۱۱۰درصدی برای سکه تا در بین بازارهای پنجگانه، رتبه دوم و سوم بیشترین بازدهی را در نیمه نخست امسال از آن خود کنند.

با اینکه شاخص بورس از نیمه تابستان مسیر ریزش را در پیش گرفته و پله پله از ارتفاع ۲میلیون واحدی پایین آمده است، اما بازار سهام همچنان در رتبه نخست بازدهی بازارها قرار دارد. شاخص بورس تهران درحالی از عدد ۵۱۲ هزار و ۹۰۰ واحد در پایان سال گذشته به رقم یک میلیون و ۵۹۵ هزار و ۱۶۰ واحد در روز ۳۱ شهریور امسال رسیده که حاکی از بازدهی ۲۱۰ درصدی در شش ماهه امسال است. به این ترتیب، پس از سهام، بازار طلا (سکه) رتبه دوم بالاترین بازدهی را از آن خود کرده و دلار نیز در جایگاه سوم قرار گرفته است.

رتبه چهارم بیشترین بازدهی نیز به بازار مسکن رسید. طبق آخرین گزارش بانک مرکزی در مردادماه امسال، متوسط قیمت هر متر واحد مسکونی در شهر تهران ۲۳ میلیون و ۱۱۰ هزار تومان بوده که نسبت به متوسط ۱۵ میلیون و ۶۵۸ هزار تومان در آخرین روز اسفند سال گذشته نشان‌دهنده بازدهی ۴۵ درصدی است. رتبه آخر بازدهی در میان بازارهای پنجگانه نیز به بازار پول رسید تا سپرده‌های بانکی در شش ماهه نخست امسال کمترین بازدهی (حدود ۸درصد) را برای سپرده‌گذاران خود به همراه داشته باشند.

سمت و سوی بازار ارز و سکه در ابتدای پاییز

در اولین هفته مهرماه امسال نرخ ارز و سکه افزایش چشمگیری داشت و بازار سرمایه نیز با افت شاخص کل همراه بود، به طوری که نرخ ارز و سکه کانال قیمتی جدیدی را تجربه کردند اما بازار سرمایه برخلاف بازارهای مالی دیگر در فار اصلاح به سر برد. شاخص بورس در نخستین روز هفته گذشته با افت شدید شاخص کل مواجه بود و شاهد قرمزپوش شدن همه نمادهای بازار سرمایه بودیم که این روند در روزهای بعد ادامه داشت و تنها در آخرین روز هفته شاخص بورس رشد مثبتی را تجربه کرد.

در اولین هفته مهر نرخ طلا و سکه نیز همسو با بازار ارز روند صعودی داشت به طوری که هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید از مبلغ ۱۲ میلیون و ۷۷۰ هزار تومان به قیمت ۱۳ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان رسید و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز از قیمت یک میلیون و ۲۰۳ هزار تومان به نرخ یک میلیون و ۲۴۶ هزار تومان افزایش یافت. همچنین دلار و یورو وارد کانال قیمتی جدیدی شدند و قیمت دلار از ۲۶ هزار و ۷۵۰ تومان به مبلغ ۲۷ هزار و ۸۰۰ تومان رسید که این رقم بیانگر افزایش یک هزار و ۵۰ تومانی نرخ دلار است یورو نیز با افزایش ۹۰۰ تومانی از قیمت ۳۱ هزار و ۵۰۰ تومان به ۳۲ هزار ۴۰۰ تومان رسید.

درباره تازه‌ترین تحولات سکه و طلا، نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه هم‌اکنون حباب سکه تمام بهار آزادی طرح جدید به یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان رسیده است، به ایرنا گفت: علت ایجاد حباب در قیمت سکه، تقاضای زیادی است که طی روزهای اخیر از سوی مردم برای خرید سکه به عنوان یک کالای سرمایه‌ای ایجاد شده است. محمد کشتی‌آرای درباره علت تداوم افزایش قیمت سکه و طلای آبشده در بازار ادامه داد: هرچند قیمت انس جهانی در سه روز آخر هفته کاهش قابل توجهی داشت، اما نباید فراموش کنیم که قیمت ارز در بازار آزاد هم روندی مثبت داشته که توانسته تاثیر افت قیمت جهانی طلا را خنثی سازد.

او با رد ادعای نقش‌آفرینی دلالان و سفته‌بازان در روزهای اخیر بازار توضیح داد: قیمت‌گذاری طلا، صرفا برمبنای بهای جهانی طلا و قیمت دلار در بازار آزاد محاسبه می‌شود و بنابراین تنها عاملی که می‌تواند در این کالا ایجاد حباب کند، افزایش تقاضا است. از سوی دیگر سرعت تحولات و تغییر قیمت‌ها در روزهای اخیر به حدی زیاد است که عملا امکان نقش‌آفرینی برای دلالان وجود ندارد بنابراین در شرایطی که مردم حتی سرمایه‌های بسیار خرد خود را هم می‌خواهند به طلا تبدیل کنند طبیعی است شاهد مقداری حباب نیز در بازار باشیم.

به گفته وی، تمام معاملات مربوط به سکه و طلای خام، به صورت کاملا نقدی و فیزیکی انجام می‌شود. به این صورت که حتی کاسبان معتبر بازار هم اگر برای خرید سکه و طلای خام اقدام کنند، باید در ابتدا پول نقد تحویل دهند و بعد سکه را به صورت فیزیکی تحویل بگیرند. در بازار طلا خبری از معاملات فردایی و شیوههای فروشی مانند سلف وجود ندارد، بنابراین امکانی برای سفته‌بازان هم فراهم نیست. بازار در حال حاضر در طلای خام شاهد هیچگونه حبابی نیست، اما درخصوص سکه تمام بهار آزادی که با قیمت ۱۳ میلیون و ۳۶۵ هزار تومان در حال معامله است، یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان این قیمت از حباب تشکیل شده است.

او با اشاره به تاثیر غیرمستقیم شرایط بازار بورس بر افزایش تقاضای خرید سکه و طلا تاکید کرد: علاوه بر رکود در بازار بورس، در حال حاضر بازار طلافروشان هم وضعیت خوبی ندارد که عاملی برای افزایش تقاضای خرید سکه است.

کشتی‌آرای با بیان اینکه نباید تقاضا برای خرید این اقلام را معادل با رونق صنعت طلا تصور کرد، اضافه کرد: خرید و فروش سکه، طلای آب شده یا شمش، کمکی به بخش اقتصادی بازار طلا که کاملا در رکود به سر می‌برد نمی‌کند و عدم استقبال از خرید مصنوعات طلا، برای طلافروشان و کارگاه‌های تولیدی مشکلات فراوانی ایجاد کرده است.

وضعیت بورس در مهرماه از شهریور بهتر خواهد بود

یک کارشناس بازار سرمایه نیز پیشبینی کرد که بورس می‌تواند در مهرماه وضعیت به مراتب بهتری نسبت به شهریورماه داشته باشد. بهزاد صمدی با بیان اینکه شاخص بازار بورس ایران در اواسط مردادماه با توجه به اشباع خرید اندیکاتورها در تمامی تایم فریمها، با فشار عرضه و فروش روبه‌رو شد، به ایسنا گفت: این در حالی بود که در دنیای مجازی شاهد دعوت مردم به بازار سرمایه بودیم. فشار عرضه و فروش حکمفرما بر بازار، منجر به صف های فروش سنگین تر و ترس از دست دادن اصل سرمایه، نا امید شدن از حمایتهای حقوقی‌ها و در عین حال صحبت‌های غیرکارشناسی باعث دلسردی سهامداران در شش هفته گذشته شد.

او با تاکید بر اینکه در ۴۰ روز گذشته مشخص شد حمایتهای دستوری جلسات شورای عالی بورس تاثیر روانی بر بازار ندارد، گفت: اول مهرماه اندیکاتور شاخص قدرت نسبی، به حمایت خط روند پنج ساله خود رسید که محدوده ۵۹ را نشانه گرفته بود. اندیکاتور شاخص قدرت نسبی در پنج سال گذشته همواره به این خط روند، واکنش مناسبی داشته و اول مهر با برخورد دقیق به این خط روند شاهد جمع‌آوری صف‌های فروش سنگین در نمادهای شاخص‌ساز و حمایت قاطعانه از بازار بودیم. هرچند بازار در آن روز به صورت یکپارچه از صف‌های فروش رهایی پیدا نکرد، ولی به مرور زمان می‌توان به کلیت بازار امیدوار بود. امیدوارم سهامداران به پارامترهای بنیادی و تکنیکالی بازار توجه ویژه‌ای داشته باشند.

این تحلیلگر بازار سرمایه با اشاره به وضعیت بورس کالا، توضیح داد: در بورس کالا شاهد رشدهای بالای ۱۰۰درصد در شش ماهه اول سال بودیم. همچنین قیمتهای جهانی نیز در چند هفته گذشته با رشد خیلی خوبی روبه‌رو بودند. از سوی دیگر مهم‌ترین عامل برای بازار بورس ایران رشد نرخ دلار نیمایی و بازار آزاد است. نکته مهم دیگر برای بازار، گزارش‌های ماهانه و سودهای محقق شده فصل تابستان خواهد بود که باعث جذاب شدن قیمتها برای سرمایهگذاری خواهد بود بنابراین به سهامداران توصیه می‌شود با توجه به رسیدن به حمایتهای واقعی اعم از تکنیکال و رونمایی از گزارش‌ها، آگاهانه برای سرمایههای خود تصمیمگیری کنند و از رفتارهای هیجانی پرهیز کنند. به نظر می‌رسد شاخص کل می‌تواند در مهرماه وضعیت به مراتب بهتری نسبت به شهریورماه داشته باشد.

با ابلاغ دستورالعمل اجرایی همسان‌سازی حقوق بازنشستگان

# موعد اجرای وعده بازنشسته‌ها رسید

همانطور که سازمان برنامه و بودجه پیش از این زمان همسان‌سازی حقوق بازنشستگان کشوری و لشکری را اول مهرماه امسال اعلام کرده بود، هفته گذشته و در جلسه هیأت دولت مصوبه همسان‌سازی حقوق بازنشستگان کشوری و لشکری توسط معاون اول رئیس جمهور ابلاغ شد. رئیس سازمان برنامه و بودجه نیز دستورالعمل اجرایی همسان‌سازی حقوق تمامی بازنشستگان کشوری و لشکری را به صندوق‌های بازنشستگی کشوری و سازمان تامین اجتماعی نیروهای مسلح ابلاغ کرد و با این ابلاغ از اول مهرماه حقوق تمامی بازنشستگان کشوری و لشکری همسان‌سازی می‌شود. در واقع، بعد از مدت‌ها رایزنی و وعده‌هایی که در رابطه با همسان‌سازی حقوق بازنشسته‌ها از مهرماه امسال داده شده بود سرانجام با پیشنهاد مطرح‌شده از سوی هیأت دولت موافقت شده و به زودی در رابطه با متناسب‌سازی حقوق بازنشسته‌ها تا ۹۰ درصد حقوق شاغلان همتراز اقدام خواهد شد. به گزارش ایسنا، طبق ماده (۳۰) قانون برنامه ششم توسعه دولت مکلف به ایجاد شرایط مناسب و عدالت در پرداخت‌ها به بازنشستگان است؛ به طوری که با بررسی جهت برقراری عدالت در نظام پرداخت‌ها، رفع تبعیض و متناسب‌سازی دریافتها و برخورداری از امکانات شاغلان، بازنشسته‌ها و مستمری‌بگیران کشوری و لشکری سنوات مختلف را انجام دهند.

بر این اساس طی بودجه‌های سنواتی در رابطه با ترمیم حقوق بازنشسته‌ها تامین منابع صورت گرفت که برای سال جاری حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان پیشبینی شد، اما جلسات بسیاری بین نمایندگان بازنشستگان و سازمان برنامه و بودجه برگزار شد تا اینکه از چندی پیش نوبخت اعلام کرد که قرار است همسان‌سازی حقوق بازنشسته‌ها تا ۹۰ درصد میانگین حقوق شاغلان همتراز صورت گیرد. البته وعده داده شد که از ابتدای مهرماه همسان‌سازی حقوق اجرایی شود.

اما اخیرا هیأت دولت با موضوع مربوط به همسان‌سازی حقوق بازنشسته‌ها موافقت و آن را به سازمان برنامه و بودجه ابلاغ کردند. این در حالی است که طبق مصوبه هیأت دولت صندوق‌های بازنشستگی کشوری و سازمان تامین اجتماعی نیروهای مسلح مکلف شدند علاوه بر امتیازات شغلی از محل منابع داخلی و سایر منابع حاصل از سرمایهگذاری‌های خود و همچنین منابعی که در بودجه پیشبینی شده نسبت به برقراری عدالت در نظام پرداخت و متناسب‌سازی حقوق بازنشستگان و مستمری‌بگیران تحت پوشش خود با ۹۰ درصد میانگین حقوق مشمول کسور بازنشستگی شاغلین هم طبق مشترک صندوق متناسب با سنوات خدمت از نیمه دوم سال اقدام کنند.

بر این اساس افزایش حقوق بازنشسته‌ها باید به نحوی انجام شود که حقوق بازنشستگان هر طبقه بیش از میانگین دریافتی از محل حقوق مشمول کسور بازنشستگی شاغلین هم طبقه مشترک صندوق متناسب با سنوات خدمت نشود. سازمان برنامه و بودجه نیز اخیرا مصوبه دولت در رابطه با متناسب‌سازی حقوق بازنشستگان را ابلاغ کرده و نوبخت طی این ابلاغیه به صندوق بازنشستگی کشوری و سازمان تامین اجتماعی نیروهای مسلح تاکید کرده است که نسبت به متناسب‌سازی حقوق بازنشستگان، وظیفه بگیران و مستمری‌بگیران تحت پوشش برمبنای ۹۰ درصد میانگین حقوق مشمول کسور بازنشستگی شاغلان هم طبقه متناسب با سنوات خدمت اقدام خواهد شد که این سازمان نیز بر موضوع نظارت خواهد کرد.

در حالی همسان‌سازی حقوق از مهرماه آغاز خواهد شد که زمان اجرای کامل این مصوبه به طور کامل مشخص نشده اما چندی پیش رئیس سازمان اداری و استخدامی گفته بود که در صورتی که تامین اعتبار به صورت کامل صورت نگیرد، ممکن است همسان‌سازی در دو مرحله شش ماهه انجام و یک سال به طول انجامد. در رابطه با ترمیم حقوق بازنشسته‌ها در سال جاری حداقل حقوق پرداختی به آنها، ۲میلیون و ۸۰۰ هزار تومان که معادل حداقل پرداختی به شاغلان است.

## دریچه

۴ استارت‌آپ برای علاقه‌مندان به پادکست

### هدیه‌ای برای گوش‌های شما

تلفنهای هوشمند به جزء جدایی‌ناپذیر سبک زندگی تبدیل شده‌اند. سطح استفاده از انواع رسانه‌های مجازی با بالارفتن سطح نفوذ این تلفن‌ها افزایش یافته است. نفوذ تلفن‌های هوشمند در زندگی مردم برای افراد خلاق یک فرصت است تا در این بازار غوطه خورده و کالای‌شان را بفروشند. یکی از این کالاها، پادکست است. اکنون نزدیک به ۱۰ استارت‌آپ ایرانی به طور تخصصی در تولید و توزیع آن در فضای مجازی فعالیت می‌کنند. با ۴ استارت‌آپ در این زمینه آشنا شوید.

* نوار: نوار از آغاز دهه ۹۰ در زمینه تولید و توزیع دیجیتالی کتاب‌های صوتی فعالیت می‌کند. این استارت‌آپ در توضیح کار خود نوشته: «نوار راه حلی است برای زندگی شلوغ امروزی که کتاب‌ها، دانستنی‌های مفید زندگی و کسب و کار و هر چیز خوب دیگری را برای شما شنیدنی و جذاب می‌کند. اینگونه شما می‌توانید همیشه و همه جا با گوش دادن به کتاب‌های صوتی، یاد بگیرید، شگفت‌زده بشوید و از وقت خود بهترین استفاده را ببرید. مثلا موقع پیادهروی روزانه، توی مترو، تاکسی و اتوبوس، زمان مسافرت‌ها، موقع رسیدگی به کارهای خانه، قبل از خواب و یا هر وقت دیگهای می‌تونید از شنیدن کتاب لذت ببرید. نوار با همکاری ناشرین و گویندههای حرفه‌ای و با حفظ حقوق مولفین و مترجمین برای شما بهترین محتواهای صوتی را آماده می‌کند و امیدوار است که به عنوان یک دوست خوب در لحظه‌های زندگی شما حضور داشته باشد.»

* شنوتو: شنوتو کار خود را از سال ۹۳ آغاز کرده است. شنوتو در واقع بستری نرم‌افزاری برای انتشار پادکست و کتاب‌های صوتی در محیط وب و موبایل است. در واقع این نرم‌افزار امکان دسترسی به مجموعه‌ای گسترده از کتاب‌های صوتی را برای مخاطبان فراهم می‌کند. شنوتو می‌گوید تا امروز بیش از ۱۷۰۰ نفر پادکست‌های خود را در شنوتو منتشر کرده‌اند و بیش از یک میلیون و ۵۰۰ هزار دقیقه فایل صوتی در این استارت‌آپ بارگذاری شده است.

* سبکتو: سبکتو یک پلتفرم تولید میکروکتاب است. در این نرم‌افزار می‌توانید کتاب‌ها را به طور نوشتاری و صوتی دریافت کنید. سبکتو از سال ۹۵ راه‌اندازی شده است. در این سایت می‌توانید میکروکتابهای صوتی و نوشتاری و نانوکتاب و میکرومقاله دریافت کنید.

* ناملیک: ناملیک اخبار و مقالات را جمع‌آوری و دسته‌بندی می‌کند. تیم گوینده‌های ناملیک این مطالب را می‌خوانند و با کسب اجازه از صاحبان محتوا، آنها را در قالب پادکست منتشر می‌کنند. انتشار این پادکست‌ها از طریق وب‌سایت و اپلیکیشن‌های موبایل انجام می‌شود. ناملیک در توضیح فعالیت خود نوشته: «وقتی در سال ۹۴ ناملیک را راه انداختیم، تعداد پادکست‌های فارسی به عدد انگشت‌های دو دست نمی‌رسید. خودمان پادکست می‌ساختیم، پادکست گوش می‌دادیم (آن روزها پادکست سریال تازه معروف شده بود) و به دیگران معرفی می‌کردیم؛ ناملیک هم انگیزه‌ای بود تا این علاقه‌مان را به آدم‌های بیشتری منتقل کنیم و جایی برای جمع کردن آدم‌های شبیه خودمان بسازیم. سایت و اپلیکیشن ناملیک را ساختیم، دوستان پادکست‌ساز پیدا کردیم و در تولید چند تا پادکست که بعضی‌شان هنوز منتشر می‌شوند و کلی شنونده دارند همکاری کردیم. حالا نزدیک ۵ سال از آن روزها می‌گذرد. تعداد پادکست‌های فارسی را با ۲۰ دست هم نمی‌شود شمرد و هر روز آدم‌های بیشتری شبیه ما، گوش‌شان را برای شنیدن پادکست‌های خوب تیز می‌کنند.»

حجم تجارت به ۲ میلیارد و ۶۵۰ میلیون یورو رسید

### جزییات تجارت ایران و اروپا در ۷ ماهه ۲۰۲۰

اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به ارائه آمارهایی از وضعیت تجارت ایران با کشورهای اروپایی در هفت ماهه سال میلادی جدید پرداخته است. این برآورد نشان می‌دهد که در هفت ماهه سال جاری میلادی، میزان تجارت انجام شده میان ایران و ۲۷ کشور اروپایی به مرز ۲ میلیارد و ۶۵۰ میلیون یورو رسیده است. این عدد در مقایسه با هفت ماهه نخست سال قبل، کاهشی ۹ درصدی را نشان می‌دهد. این در حالی است که پیش از این افت تجارت مشترک ایران و اروپا، تحت تاثیر تحریم‌های جدید ترامپ در آمارهای قبل خود را نشان داده بود و از این رو بخش قابل توجهی از این کاهش جدید تحت تاثیر شیوع کرونا بوده است.

بررسی آمارها نشان می‌دهد که در ژانویه ۲۰۲۰ که هنوز خبری از انتشار ویروس کرونا در نقاط مختلف جهان نبود، میزان تجارت ایران و اروپا بیش از ۱۷درصد رشد داشته است اما این آمار در ماه دوم کاهش یافته و از ماه سوم منفی شده است. بیشترین کاهش ثبت شده در این تجارت مشترک به ماه جولای بازمی‌گردد که همکاری‌ها حدودا ۲۰درصد کاهش یافته است.

در حوزه صادرات، فعالیت ایران در دو ماه ابتدایی سال جدید بسیار مثبت بوده و طبق آمارهای به ثبت رسیده در ماه نخست بیش از ۴۵ و در ماه دوم بیش از ۴۲درصد صادرات ایران به اروپا افزایش یافته است اما این عدد در ماه‌های بعدی منفی شده و در آوریل رکورد منفی ۶۴ درصد را به ثبت رسانده است. با این وجود در دو ماه اخیر، بار دیگر صادرات ایران به اروپا رشد داشته است.

در حوزه واردات نیز تنها در ماه‌های ژانویه و آوریل، روند واردات ایران از اروپا مثبت بوده و در سایر ماه‌ها نسبت به عملکرد سال ۲۰۱۹، کاهش را نشان می‌دهد. در مجموع نیز میزان واردات ایران از اروپا بیش از ۱۱درصد کاهش یافته اما با این وجود بخش قابل توجهی از کل تجارت دو طرف به شمار می‌آید و تراز تجاری ایران در معامله با اروپا با فاصله‌ای زیاد منفی است.

گزارش اتاق بازرگانی تهران نشان می‌دهد که مانند سال‌های گذشته، آلمان اصلی‌ترین شریک اروپایی ایران به شمار می‌رود و به تنهایی بیش از ۴۱درصد از کل تجارت میان دو طرف را به خود اختصاص داده است. پس از آن ایتالیا، هلند، اسپانیا و فرانسه قرار دارند.

## بانک نامه

تدابیر ویژه بانک مرکزی برای عقبگرد نرخ ارز

### قیمت دلار به ۳۰ هزار تومان می‌رسد؟

دلار در حالی در محدوده ۲۷ هزار تومان اولین هفته مهرماه را به پایان برد که انتظار می‌رفت تدابیر اتخاذشده برای بازگشت ارز حاصل از صادرات غیرنفتی بتواند آرامش این بازار را تا حدی تضمین نماید.

به گزارش خبرآنلاین، نرخ دلار در نیمه اول سال ۱۳۹۹ افزایشی قابل توجه را تجربه کرده است. قیمت دلار از محدوده ۱۵ هزار تومان در اولین روزهای ماه فروردین به ۲۷ هزار تومان در شرایط جاری رسیده است. این رشد قابل توجه سبب شده است در تابستان امسال روند بازدهی بازار ارز حتی از بورس، صدرنشین بازدهی بازارها در دو سال اخیر نیز پیشی گیرد.

در حالی که بسیاری نگران تداوم افزایش نرخ دلار هستند، برخی معتقدند دلار ۲۷ هزار تومانی بخش‌های متفاوت اقتصاد ایران را متأثر کرده و قیمت کنونی قیمت بالایی است. اگر درباره نرخ دلار از رئیس کل بانک مرکزی سوال کنید به سنت دو سال اخیر نرخ را بالا می‌خواند و می‌گوید این نرخ‌ها ماندگار نیست و قیمت‌ها تعدیل خواهد شد.

او در صفحه شخصی‌اش در یکی از شبکه‌های اجتماعی هر از چندی تلاش دارد با سیگنال‌دهی به بازار تلاش کند مانع از رشد قیمت‌ها شود. وی بارها و بارها سرمایه‌گذاران بازار ارز را از حضور در این بازار به دلیل زیان احتمالی برحذر داشته است. البته برخی با استناد به افزایش نرخ دلار سخنان وی در این خصوص را رد می‌کنند اما نکته اینجاست که از منظر ملی، خرید ارز به قصد سرمایه‌گذاری در نهایت به زیان سرمایه‌گذار و کلیت اقتصاد خواهد بود چراکه در شرایط تحریمی ورود تقاضای مضاعف به بازار خود زمینه را برای رشد قیمت‌ها مهیا خواهد کرد.

در آخرین اظهار نظر در صفحه شخصی، همتی تاکید کرده است گشایش ارزی در راه است. وی گفته است: در حوزه بین‌المللی رایزنی‌های ما در بعضی کشورها در آستانه ثمردهی است و از طرف دیگر میزان صادرات نفت و فرآورده‌های آن بهتر و روند بازگشت ارز صادرکنندگان سرعت گرفته که هر سه این عوامل تاثیرات مثبتی خواهند داشت. هرچند از اعلام این نکته از سوی همتی پنج روز می‌گذرد اما توضیحاتی دقیق‌تر در این زمینه از سوی وی ارائه نشده است.

سوال اما این است که چرا دلار گران می‌شود؟ نرخ دلار در بازار تنها در شهریورماه افزایشی نزدیک به ۵ هزار تومان را تجربه کرده است. قیمت دلار در ابتدای این ماه ۲۲ هزار و ۵۰۰ تومان بود اما در شرایط کنونی از ۲۷ هزار تومان فراتر رفته است. در این زمینه، بهاءالدین حسینی هاشمی، کارشناس اقتصادی و مقام اسبق بانکی درخصوص دلایل افزایش نرخ دلار به موضوعاتی فراتر از تشدید تحریم‌ها اشاره می‌کند. وی معتقد است که اتفاقا نپیوستن به اف‌ای‌تی‌اف و قرار رفتن در لیست سیاه تحریم‌های بانکی خود عاملی برای بروز بحران بانکی و تشدید مشکلات در حوزه نقل و انتقال پول بوده است. این نکته اعلامی از سوی وی در توییت یکی از اعضای اتاق بازرگانی، پدرام سلطانی نیز مورد تایید قرار گرفته است. او در صفحه شخصی خود اعلام کرده است: «بانک‌های روسی دیگر تراکنش‌های مربوط به کار با ایران، حتی به روبل روسیه، را انجام نمی‌دهند. آنهایی که می‌گفتند تصمیمات FATF هیچ اثری روی ما ندارد کجا هستند؟»

حسینی هاشمی نیز می‌گوید: عواملی که امروز تاثیر خود را نشان داده‌اند تشدید تحریم‌های اقتصادی، تحریم فروش نفت از سوی ایران، قرارگیری در لیست سیاه اف‌ای‌تی‌اف هستند از سوی دیگر کارکرد سیستمی نادرست نظام بانکی و مشکلاتی از این دست نیز در شکل‌گیری مشکلات امروز بی‌تاثیر نیست.

در عین حال مجیدرضا حریری، رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین نیز با اشاره به اینک امروز دیگر افزایش نرخ دلار تقصیر کسی نیست، گفت: ببینید این یک حساب ساده است که چرا نرخ پول ملی تا این اندازه کاهش پیدا می‌کند. گرچه باید توجه داشت در شرایط امروز ما اتفاقات سیاسی کشورهای دیگر هم بر بازار موثر است. به بیان دیگر حتی تغییر کابینه در کاخ سفید بر بازار این تاثیرات شگرف دارد. این ناشی از نقشی است که ما در عرصه سیاست بین‌الملل برای خود انتخاب کردیم. از سوی دیگر به شکل سنتی در پایان دوره ریاست جمهوری هشت ساله نیز کشور ما دچار آشفتگی سیاسی می‌شود که امسال این مهم همزمان با انتخابات آمریکا و شیوع کرونا بود که شرایط را به شکل شدیدتری تحت تاثیر خود قرار داد.

این عضو اتاق بازرگانی افزود: این وقایع سبب شده تا رقم فروش نفت ایران به ناچیزترین حد خود رسیده است. این در حالی است که ۱۰ سال پیش ما سالانه ۱۲۰ میلیارد دلار درآمد نفتی در کنار ۳۰ میلیارد دلار درآمد غیرنفتی داشتیم. امسال خوش‌بینانه از فروش نفت تنها ۵ میلیارد دلار ارزآوری شود. آمار پنج ماهه صادرات غیرنفتی نیز بیانگر آن است که حداکثر ۳۰ میلیارد دلار درآمد داشته باشیم.

بانک مرکزی حالا به صرافان هشدار داده است: هرگونه اعلام قیمت‌های نامتعارف و خارج از رویه ابلاغی، ایجاد جو روانی نامطلوب و التهاب در بازار ارز، جرم محسوب می‌شود. از سوی دیگر طبق اعلام بانک مرکزی سومین فهرست مشخصات صادرکنندگان متخلف یا به عبارت دیگر صادرکنندگانی که صادرات آنها بیش از یک میلیون دلار بوده و بخش عمده تکلیف خود درخصوص بازگشت ارز حاصل از صادرات را در مهلت مقرر قانونی و به روش‌های اعلامی بانک مرکزی به چرخه اقتصاد برنگردانده‌اند، به قوه قضائیه ارسال شد. باید دید این دست هشدارها و اقدامات می‌تواند تاثیری بر کاهش نرخ‌ها در بازار باقی بگذارد؟

آیا بانک‌ها بیش از ۲هزار واحد تولیدی را «مصادره» کرده‌اند؟

# مصادره به مطلوب

علی نظافتیان دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها: چند وقتی است برخی از رسانه‌های جمعی البته به نقل از مسئولان اجرایی خبر می‌دهند که بانک‌ها بیش از ۲ هزار واحد تولیدی را «مصادره» کرده‌اند. پرسشی که در افکار عمومی نقش می‌بندد، این است که اساسا مگر بانک‌ها تا آن اندازه قدرت، اقتدار و صلاحیت قانونی دارند که واحدهای تولیدی را به نفع خود مصادره کنند؟ فرضا مصادره هم کنند، یک واحد تولیدی نیمه فعال چه دردی از مجموعه دردهای سخت نظام بانکی را درمان خواهد کرد؟ پس ماجرای «مصادره» چیست و بانک‌ها چرا و چگونه واحدهای تولیدی بدهکار را «مصادره» می‌کنند؟

از نظر واژه‌شناسی، «مصادره» از باب مفاعله و ریشه صدر است. در یکی از فرهنگ‌های لغت در معنای واژه «مصادره» آمده است: «اخذ جریمه، جریمه‌گیری، ضبط کردن اموال و دارایی کسی به سبب جرمی که مرتکب شده. در اسلام مصادره سابقه دارد و از زمان خلفای راشدین شروع شده است، به این معنا که اگر والیان (عمال) از راه تجارت یا طریق دیگر اضافه بر حقوق سودی به دست می‌آوردند، خلفا نصف آن سود را به نفع بیتالمال مصادره می‌کردند. این عمل را در آن زمان مقاسمه و مشاطره می‌گفتند.»

اصل ۴۹ قانون اساسی نیز در این مورد تاکید کرده است: «دولت موظف است ثروت‌های ناشی از ربا، غصب، رشوه، اختلاس، سرقت، قمار، سوءاستفاده از موقوفات، سوءاستفاده از مقاطعه‌کاری‌ها و معاملات دولتی، فروش زمین‌های موات و مباحات اصلی، دایر کردن اماکن فساد و سایر موارد غیرمشروع را گرفته و به صاحب حق رد کند و در صورت معلوم نبودن او به بیت‌المال بدهد. این حکم باید با رسیدگی و تحقیق و ثبوت شرعی به وسیله دولت اجرا شود.»

بدین ترتیب، «مصادره» به معنای نوعی مجازات است که در نهایت به سلب مالکیت اموال مجرمین و خطاکاران منتهی خواهد شد. مجازات کردن مجرمین و خطاکاران نیز صرفا در صلاحیت محاکم جزایی قوه قضائیه است. در نتیجه بانک‌ها خواه دولتی باشند و خواه خصوصی هیچگونه قدرت قضایی و صلاحیت قانونی برای «مصادره» واحدهای تولیدی بدهکار و صاحب شدن آنها را ندارند. تا آنجایی که نگارنده اطلاع دارد، قبل یا بعد از انقلاب تاکنون هیچ واحد تولیدی از طریق «مصادره» به تملک بانک‌ها در نیامده است بنابراین این خبر که «بانک‌ها... واحد تولیدی را «مصادره» کرده‌اند» از اساس، غیرواقع و نوعی جوسازی و مغالطه رسانه‌ای علیه بانک‌هاست. پس اصل جریان چیست؟

واقعیت آن است که پرداخت تسهیلات مختلف و برعهده گرفتن تعهدات، رویکرد اصلی و فلسفه تاسیس بانک‌ها است، یعنی حیات بانک‌ها در گروی پرداخت مستمر تسهیلات و وصول به‌موقع مطالبات و مجددا پرداخت تسهیلات به متقاضیان است. بیشتر واحدهای تولیدی نیز ازجمله مشتریان اصلی بانکها هستند. روندی که سال‌هاست ادامه دارد و بخش تولید را از تسهیلات و اعتبارات بانکی بهره‌مند ساخته است، اما بانک‌ها چه به لحاظ قانونی و چه به لحاظ حفظ حقوق سپرده‌گذاران و سهامداران قانونا مجاز نیستند تسهیلات بانکی را بدون وثیقه کافی و معتبر و دارای قابلیت نقدشوندگی بالا پرداخت کنند، زیرا پرداخت تسهیلات بدون وثیقه کافی و معتبر، مساوی با معوق شدن تسهیلات خواهد بود. بحران تسهیلات معوق نیز منتهی به ضعف قدرت تسهیلات‌دهی بانک‌ها خواهد شد بنابراین پرداخت تسهیلات نیازمند فراهم آوردن وثایق موردنیاز بانک است که نوع و میزان آن براساس نتایج حاصل از اعتبارسنجی مشتری، مقررات بانک مرکزی و آیین‌نامه داخلی هر بانک تعیین می‌شود.

اما در مورد وثایق تسهیلات تولیدی، وضع به گونه دیگری است. وثایق این تسهیلات با وثایق سایر تسهیلات معمولا متفاوت است. ریشه این موضوع یعنی «وثایق تسهیلات تولیدی و تملک واحدهای تولیدی بدهکار» در واقع، مصداق ضرب‌المثل معروف «آنچه درو کنی که خود کشته‌ای» است، یعنی اصل ماجرا عمدتا به یکی از مصوبات سالیان پیش مجلس به نام «قانون عدم الزام سپردن وثیقه ملکی به بانکها و دستگاه‌ها و سایر مؤسسات و شرکت‌های دولتی به منظور تسهیل امر سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال بیشتر در طرح‌های تولیدی و صادراتی» برمی‌گردد که در خردادماه ۱۳۸۰ به صورت ماده واحده به تصویب رسیده است. مجلس در مورد این قانون گفته است: «بانک‌ها و دستگاه‌ها و سایر مؤسسات و شرکت‌های دولتی موظفند به منظور تضمین بازپرداخت اعتبارات خود نسبت به اخذ وثایق ذیل اقدام کنند و بدون رضایتگیرنده اعتبار از اخذ وثیقه ملکی خارج از طرح خودداری نمایند.»

گرچه در این قانون، ممنوعیت بانک‌ها از مطالبه وثایق خارج از طرح، ناظر بر مواردی است که تسهیلات‌گیرنده به ارائه وثایق خارج از طرح راضی نباشد، اما در عمل، شبکه بانکی کشور ناچار شده است که در تسهیلات تولیدی، محل اجرای طرح را به منظور تضمین و توثیق تسهیلات پرداختی به واحدهای تولیدی به رهن بگیرد و کسر و کمبود وثایق و تضمینات را با سایر وثایق تکمیل کند. با این فرآیند، تسهیلات مورد درخواست واحدهای تولیدی در چارچوب قرارداد پرداخت و توافق می‌شود دریافت‌کننده تسهیلات در موعد مورد توافق، اقساط تسهیلاتی را که دریافت کرده بازپرداخت نماید.

اما به دلایل موجه و غیرموجه، اقساط تسهیلات پرداخت‌شده در موعد مورد توافق پرداخت نمی شود، بدهی تسهیلات‌گیرنده در سیستم بانک در طبقه معوق جای می‌گیرد و معضل «مطالبات معوق بانک‌ها » از همین نقطه شروع می‌شود. در نتیجه این تحولات، بانک‌ها در مواجهه با موج فزاینده مطالبات معوق عملا چاره‌ای نخواهند داشت جز آنکه تا حد امکان با بدهکاران بانکی مدارا کنند و در چارچوب دستورالعمل امهال به آنان فرصت پرداخت دهند.

در نهایت اگر تلاش بانک‌ها برای مدارا و کمک به مشتری بدهکار به جایی نرسد، چاره‌ای جز استفاده از وثایق تسهیلات به منظور وصول مطالبات معوق نخواهد بود. وثایق تسهیلات نیز در چارچوب مقررات قانونی با صدور اجراییه و تعقیب عملیات اجرایی از طریق ادارات ثبت یا از طریق طرح دعوی در محاکم قوه قضائیه صورت می‌گیرد. بدین ترتیب، بانک‌ها جز با مساعدت و همکاری قانونی ادارات ثبت اسناد و محاکم قضایی قادر به وصول مطالبات خود از بدهکاران بانکی نیستند. در این راستا، اگرچه در امر وصول مطالبات، اولویت اصلی بانکها، وصول نقدی مطالبات معوق است، اما در نهایت برای اموال مورد وثیقه خریدار پیدا نمیشود و بانک‌های طلبکار چاره‌ای جز تملک واحدهای تولیدی نخواهند داشت. پدیده‌ای که ممکن است در عمل منتهی به بنگاهداری بانک‌ها شود. حتی این مرحله نیز نقطه شروع مشکلات است، زیرا بانک‌ها بعد از طی مراحل تملک ناچارند واحدهای تملیکی را اداره کنند، بعضا مطالبات سازمان‌های دولتی و نهادهای عمومی از این واحدها را بپردازند، واحدهای تملیکی را آماده فروش از طریق مزایده کنند و در نهایت آن را ظرف مدت مشخصی از طریق مزایده بفروشند، وگرنه مشمول مقررات انضباطی بانک مرکزی و احتمالا جرائم مالیاتی خواهند شد.

اگر پس از طی این مراحل و تحمل مشکلات مورد اشاره، واحد تولیدی به فروش برسد، اقدامات بانک نیز به ثمر خواهد نشست و منتهی به وصول نقدی مطالبات معوق خواهد شد بنابراین برخلاف آنچه شایع است، بانک‌ها نه واحدهای تولیدی را «مصادره» می‌کنند و نه هیچگونه تمایلی برای وثیقه گرفتن واحدهای تولیدی دارند. تولید هم در تخصص و توان بانک‌ها نیست. نگهداری واحدهای تملیکی نیز هیچ‌گونه ارزش افزوده‌ای برای بانک‌ها دربر ندارد و در کوتاه‌مدت منتهی به برگشت منابع نقدی به بانک‌ها نخواهد شد. البته باید توجه داشت که تامین نیازهای مالی واحدهای تولیدی، یکی از رویکردهای اصلی شبکه بانکی کشور است. در عین حال، وصول مطالبات معوق هم وظیفه شرعی و قانونی بانک‌ها در مقابل مردم سپرده‌گذار و سهامداران بانک‌هاست، وگرنه با پیگرد و برخورد مراجع نظارتی مواجه خواهند شد. لذا صحیح نیست آدرس اشتباه داد و وصول مطالبات معوق توسط بانک‌ها را به عنوان یک پدیده نکوهش شده در جامعه جا انداخت و در مسیر وصول مطالبات، بانک‌ها را با هزار و یک مشکل مواجه ساخت و با عنوان کردن «مصادره واحدهای تولیدی توسط بانک‌ها»، همه مشکلات ریز و درشت واحدهای تولیدی را به گردن بانک‌هایی انداخت که با پرداخت تسهیلات به واحدهای تولیدی به آنها کمک کرده‌اند ولی در عمل با عدم پرداخت مواجه شده‌اند. این قبیل سیاستهای تبلیغاتی، نتیجهای جز ترویج فرهنگ تسهیلات بانکی بی‌بازگشت و ایجاد توقع کاذب در جامعه برای دریافت تسهیلات بانکی و پس ندادن آن به دنبال ندارد. این جریان همچنین منتهی به افزایش مطالبات معوق سیستم بانکی و تضعیف قدرت تسهیلات‌دهی بانک‌ها خواهد شد و بانک‌ها را از ادامه پرداخت تسهیلات به واحدهای تولیدی ناتوان می‌کند که خود سم مهلکی برای اقتصاد کشور است بنابراین باید پذیرفت که مشکلات مالی و غیرمالی تعدادی از واحدهای تولیدی، واقعیتی تلخ و انکارناپذیر است که متاسفانه در مواردی منتهی به تعطیلی واحدهای تولیدی فعال نیز شده است، اما از نظر قانونی و نیز عملیاتی، اقدام بانک‌ها برای وصول مطالبات معوق هم موجب تعطیلی واحدهای تولیدی نیست و می‌شود بین بانک و صاحبان واحد تولیدی بدهکار توافق شود که واحد تولیدی تا مدت مشخصی تحت مدیریت آنان باشد تا تکلیف مطالبات بانک مشخص گردد.

به‌هرحال، مشکلات بانکی واحدهای تولیدی با استفاده از راهکارهای کارشناسی و تنها از مجاری قانونی تا حدود زیادی قابل حل و فصل است. حل مشکلات بانکی واحدهای تولیدی نیز مستلزم همکاری و توافق این قبیل واحدها و بانک‌های تسهیلاتدهنده است. اگر واحد تولیدی توان ارائه وثایق خارج طرح را دارد، هیچ الزامی برای وی نباید وجود داشته باشد که حتما واحد تولیدی خود را به رهن بانک بگذارد. پس تملک نهایی وثیقه‌ها جزو اموال و سرمایه بانک‌ها تلقی می‌شوند و نمی‌توان آنها را خارج از تشریفات قانونی واگذارکرد.

برای حل این مشکل قانونی، بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار می‌توانند با صدور مصوبه به بانک‌ها اختیار دهند که در صورت تملک نهایی واحدهای بدهکار تولیدی توسط بانک‌هایی که از آنان طلب دارند، این واحدها را براساس شرایط خاص در ازای پرداخت نقدی یا اقساطی مطالبات معوق بانک‌ها به تسهیلات‌گیرندگان بدهکار واگذار نمایند. با این تدبیر، بانک‌ها نه متهم به مصادره واحدهای تولیدی و تعطیل کردن آنها می‌شوند و نه متهم به حیف و میل بیت‌المال و فروش اموال تملیکی به ثمن بخس و نه متهم به قصور و تعلل در وصول مطالبات بانکی. آن سوی ماجرا نیز عملکرد اصلاحی بانک‌هاست. رفع این ابهام مستلزم آن است که بانک‌ها نیز قراردادهای خود با تمامی تسهیلات‌گیرندگان و واحدهای تولیدی را دقیقا براساس مقررات و مصوبات ابلاغی بانک مرکزی تنظیم کنند و حساب‌های بین خود و تسهیلات‌گیرندگان را چنان شفاف سازند که مشتری تسهیلاتگیرنده دقیقا بداند که چه مبلغی بابت اصل تسهیلات و چه مبلغی بابت سود و متفرعات آن به بانک بدهکار است. عدم شفاف‌سازی بانک‌ها در این مورد به ضرر آنها تمام خواهد شد و در افکار عمومی اتهام «مصادره واحدهای تولیدی» را متوجه آنان خواهد ساخت.

مخلص کلام آنکه در بررسی مشکلات مالی و بانکی واحدهای تولیدی بایستی همه جوانب را رعایت کرد و موضوع را هم از دریچه مصالح و منافع تسهیلات‌گیرنده بدهکار و هم از دید مسئولیتهای قانونی بانکها در مقابل سپرده‌گذاران و سهامداران خود مورد بررسی قرار داد. همان‌گونه که بروز موانع متعدد در وصول مطالبات معوق بانک‌ها، نتیجهای جز تضعیف قدرت تسهیلاتدهی بانک‌ها و محرومیت واحدهای تولیدی از دریافت منابع مالی موردنیاز به دنبال نخواهد داشت، حل مشکلات واحدهای تولیدی نیز نیازمند خرد جمعی و طراحی راهکارهای کارشناسی است. فرافکنی این مشکلات و بیان موضوعات غیرواقعی نظیر «مصادره واحدهای تولیدی توسط بانک‌ها» و نکوهیده جلوه دادن موضوع وصول مطالبات بانک‌ها در سطح جامعه، به حل این مشکلات کمکی نخواهد کرد.

سومین فهرست صادرکنندگان متخلف به قوه قضائیه ارسال شد

# ۱۰۳۳ صادرکننده با ۴,۹ میلیارد یورو تعهد

به گفته بانک مرکزی، سومین فهرست مشخصات صادرکنندگانی که صادرات آنها بیش از یک میلیون یورو بوده و بخش عمده تکلیف خود درخصوص بازگشت ارز حاصل از صادرات را در مهلت مقرر قانونی و به روش‌های اعلامی بانک مرکزی به چرخه اقتصاد برنگردانده‌اند، به قوه قضائیه ارسال شد. طبق این فهرست، اسامی ۱۰۳۳ صادرکننده که مانده تعهد آنها جمعا به مبلغ ۴,۹ میلیارد یورو می‌رسد، برای قوه قضائیه ارسال شده است تا طبق مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی با صادرکنندگان متخلف برخورد لازم صورت گیرد. این فهرست، سومین لیست ارسالی بانک مرکزی به قوه قضائیه است و مجموع مبلغ دو فهرست قبلی، ۶,۸ میلیارد یورو بوده است. بانک مرکزی همچنین در بخشنامه‌ای به شرکت‌های صرافی اعلام کرد: هرگونه اعلام قیمت‌های نامتعارف و خارج از رویه ابلاغی، ایجاد جو روانی نامطلوب و التهاب در بازار ارز، جرم محسوب می‌شود. بانک مرکزی در این بخشنامه به شرکت‌های صرافی اعلام کرد: برای اجرای مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی درخصوص مدیریت بازار ارز به اطلاع می‌رساند، خرید و فروش ارز (اسکناس و حواله) تنها در چارچوب مقررات اعلامی بانک مرکزی مجاز است. هرگونه اعلام قیمت‌های نامتعارف و خارج از رویه ابلاغی، ایجاد جو روانی نامطلوب و التهاب در بازار ارز، جرم محسوب می‌شود بنابراین علاوه بر برخورد انتظامی با شرکت‌های صرافی متخلف، مدیران و مسئولان این دسته از صرافی‌ها به اتهام «اخلالگر اقتصادی» به مراجع امنیتی و قضایی معرفی می‌شوند.

شاخص بورس تهران در هفته‌ای که گذشت بازدهی منفی ۵ درصدی را ثبت کرد

# تحولات بورس در اولین هفته پاییز

فرصت امروز: بورس تهران در هفته گذشته تحت تاثیر تنش‌های لفظی تحریم قرار داشت و در مجموع بازدهی منفی ۵،۵ درصدی را در نخستین هفته مهرماه به ثبت رساند. شاخص کل بورس تنها در آخرین روز هفته توانست از گزند تنش‌های تحریم بگریزد و رشد ۳۰ هزار واحدی را تجربه کند، وگرنه در چهار روز ابتدای هفته تماما قرمزپوش بود تا بار دیگر ثابت کند چرا بازار سهام را دماسنج اقتصاد و واکنش‌پذیرترین بازارها می‌خوانند.

نگاهی به عملکرد صنایع سی‌وهشت‌گانه بورسی در این هفته تنها از سبزپوشی ۴ گروه در مقابل افت میانگین قیمت‌ها در ۳۳ صنعت حکایت دارد. بیشترین افت هفتگی از آن گروه استخراج نفت و گاز با تک نماد «حفاری» دارد که هفته گذشته متحمل کاهش ۱۶،۳ درصدی شد. پس از آن گروه فرآورده‌های نفتی که روز شنبه پس از توقف دو هفته‌ای با بازگشایی نمادهای معاملاتی خود همراه شد، شاهد کاهش ۱۴،۶ درصدی شاخص گروه خود بود. مخابرات دیگر گروه منفی هفته گذشته بورس تهران بود که زیان ۱۲،۹درصدی به سهامداران دو شرکت زیرمجموعه خود یعنی «اخابر» و «همراه» تحمیل کرد. خودرویی‌ها نیز که دو هفته قبل به گردونه معاملات بازگشتند، با صف‌های سنگین فروش در هفته گذشته دست و پنجه نرم کردند و در نهایت به افت ۱۲،۸ درصدی میانگین قیمت‌ها تن دادند. در این هفته همچنین شاهد رشد شاخص در ۴ گروه خرده‌فروشی، زراعت، کاشی و سرامیک و محصولات شیمیایی بودیم. در این میان گروه خرده‌فروشی با تک سهم «افق» صدرنشین بازده هفتگی با رشد قیمت ۲،۴درصدی شد.

### مهمترین تحولات بورس تهران در هفته گذشته

از مهم‌ترین تحولات اثرگذار بر بازار سهام در هفته گذشته، ممنوعیت فروش حقوقی‌ها، ممنوعیت معاملات الگوریتمی و البته رشد نرخ برابری دلار به ۲۸هزار تومان بود. از ابتدای هفته گذشته، اخبار و شایعات مربوط به تحریم‌های جدید آمریکا و تلاشی که برای فعال‌سازی مکانیز ماشه انجام می‌دهد تا حدودی بر نگرانی معامله‌گران افزود. با این حال به مرور این فضای منفی فروکش کرد و تا حدودی شاهد بازگشت آرامش به گردونه معاملات سهام بودیم، به طوری که شاخص بورس در روز چهارشنبه به مدار صعود بازگشت و با رشد حدود ۲ درصدی تا حدودی امید را به گردونه معاملات بازگرداند. در بازارهای جهانی نیز در کنار افت قیمت طلای سیاه نفت، افزایش نگرانی‌ها از موج دوباره شیوع کرونا و همزمان مبهم بودن چشم‌انداز سیاستهای حمایتی دولت‌ها دیگر کالاها را نیز با نوسان منفی مواجه کرد.

نگاهی به پرمعامله‌ترین صنایع بورسی در هفته گذشته نیز نشان می‌دهد که بیشترین ارزش دادوستدها از آن گروه فرآورده‌های نفتی با معامله ۸ هزار میلیارد تومانی اختصاص پیدا کرد. پس از آن گروه فلزات اساسی با دادوستد ۷ هزار و ۴۶۰ میلیارد تومانی همراه شد. در مجموع ۶ گروه با ارزش بازار بالا شامل فرآورده‌های نفتی، فلزات اساسی، بانک‌ها، محصولات شیمیایی، خودرو و کانه‌های فلزی به ترتیب در صدر پرمعامله‌ترین صنایع بورس (از منظر ارزش) در هفته منتهی به ۲ مهرماه قرار گرفتند و بیش از ۸۳ درصد کل ارزش معاملات هفتگی را به خود اختصاص دادند.

### تابستان با اصلاح شاخص بورس به پایان رسید

شاخص بورس تهران در این هفته، ۹۳ هزار واحد کاهش داشت و بازدهی منفی ۵،۵ درصدی را تجربه کرد. شاخص کل در پایان روز چهارشنبه (۲۶ شهریورماه) با عدد یک میلیون و ۷۰۴ هزار واحد به معاملات پایان داد که این رقم در روز چهارشنبه (۲ مهر ماه) به عدد یک میلیون و ۶۱۱ هزار واحد رسید. شاخص کل (هم‌وزن) نیز از رقم ۴۳۰ هزار و ۲۰۲ واحد به ۴۱۳ هزار و ۴۳۰ واحد کاهش یافت و شاخص قیمت (هم‌وزن) هم از ۲۸۱ هزار و ۹۸۸ واحد به عدد ۲۷۰ هزار و ۹۵۳ واحد افت کرد. در پنج روز معاملاتی این هفته همچنین نمادهای بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران، سرمایه‌گذاری غدیر، فولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت اصفهان و سرمایهگذاری ایران خودرو و گروه پتروشیمی سرمایهگذاری ایرانیان ازجمله نمادهای پربیننده بورس بودند.

در هفته‌ای که گذشت، بیمه و بازنشستگی، سایر واسطه‌گری‌های مالی، خرده‌فروشی، کاشی و سرامیک، شیمیایی و هتل و رستوران با بالاترین درصد بازدهی همراه بودند. در مقابل پیمانکاری صنعتی، چاپ، سایر حمل و نقل، حمل و نقل انبارداری و ارتباطات، چندرشته‌ای صنعتی، استخراج ذغال سنگ، وسایل ارتباطی، قند و شکر، واسطه‌گری‌های مالی و پولی، محصولات کامپیوتری، الکترونیکی و نوری، دارویی، محصولات چوبی، زراعت و خدمات وابسته، استخراج کانه‌های فلزی، منسوجات، اطلاعات و ارتباطات، کانی غیرفلزی، سرمایه‌گذاری‌ها، ماشینآلات و تجهیزات، انبوه‌سازی املاک و مستغلات، لاستیک و پلاستیک، صنایع غذایی به جز قند و شکر، فعالیتهای کمکی به نهادهای مالی واسط، عمده‌فروشی، استخراج سایر معادن، سیمان، آهک و گچ، بانک‌ها و موسسات اعتباری، عرضه برق، گاز، بخار و آب گرم، محصولات چرمی، دستگاه‌های برقی، فلزات اساسی، فعالیت‌های هنری، سرگرمی و خلاقانه، رایانه، استخراج نفت و گاز به جز اکتشافات، محصولات فلزی، خودرو و قطعات، فنی و مهندسی، محصولات کاغذی، مخابرات و فرآورده‌های نفتی از جمله نمادهایی بودند که بازدهی منفی را با خود در بازار به همراه داشتند.

### کدام نمادها بالا و کدام نمادها پایین رفتند؟

همچنین نمادهای کیا الکترود شرق (کیا)، صندوق سرمایهگذاری مدیریت ثروت صندوق بازنشستگی (مدیر)، شهرسازی و خانه‌سازی باغمیشه (ثباغ)، قند نیشابور (قنیشا)، بیمه پاسارگاد (بپاس)، شرکت سرمایهگذاری صبا تامین (صبا)، پتروشیمی سرمایهگذاری ایرانیان (پترول)، بانک دی (دی)، توسعه و عمران امید (امید)، کشتیرانی آریا (حاریا)، فرآورده‌های سیمان شرق (کفرآور)، بیمه کارآفرین (وآفری)، کشاورزی و دامپروری ملارد شیر (زملارد)، عمران و سازندگی استان قزوین (ثقزوی)، جوشکاب یزد (یکاب)، آهن و فولاد ارفع (ارفع)، سپنتا (فپنتا)، ساختمان اصفهان (ثاصفا)، صنایع بهداشتی ساینا (ساینا)، پتروشیمی قائد بصیر (شبصیر)، فرابورس ایران (فرابورس)، کف (شکف)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، شرکت سرمایه‌گذاری دارویی تامین (تیپیکو)، پتروشیمی غدیر (شغدیر)، خدمات کشاورزی (تکشا)، شیمیایی سینا (شسینا)، شرکت سرمایهگذاری خراسان جنوبی (وسخراج)، شرکت سرمایهگذاری ساختمانی اعتمادگستر (ثعتما)، خوراک دام پارس (غدام) جزو مثبت‌ترین نمادهای بازار بودند.

در هفته‌ای که گذشت، پالایش نفت تهران (شتران)، بانک پارسیان (وپارس)، معادن روی ایران (کروی)، سایپا (خساپا)، پالایش نفت تبریز (شبریز)، قند ثابت خراسان (قثابت)، تامین سرمایه بانک ملت (تملت)، پالایش نفت اصفهان (شپنا)، دارویی برکت (برکت)، سالمین (غسالم)، باما (کاما)، لیزینگ صنعت و معدن (ولنصم)، حفاری شمال (حفاری)، پالایش نفت لاوان (شاوان)، صنایع شیمیایی ایران (شیران)، گلوکوزان (غگل)، ذوب آهن اصفهان (ذوب)، ایران خودرو (خودرو)، شرکت سرمایهگذاری وملی (ونیکی)، اعتباری ملل (وملل)، شرکت سرمایهگذاری مسکن (ثمسکن)، سرامیک اردکان (کسرا)، سیمان تهران (سترا)، مس باهنر (فباهنر)، دارویی زهراور (دزهراوی)، بانک سینا (وسینا)، نفت بهران (شبهرن)، تلیسه نمونه (تلیسه)، معادن بافق (کبافق)، شرکت سرمایهگذاری توس‌گستر (وتوس)، شرکت سرمایهگذاری پرئیس (پردیس)، بیمه دی (ودی)، توسعه ساختمان (ثاخت)، بیمه دانا (دانا)، توسعه مولد نیرگاهی جهرم (بجهرم)، رایان سایپا (ولساپا) از جمله نمادهای منفی معاملاتی در بازار بودند.

مهرماه سرآغاز رشد دوباره بورس خواهد بود؟

# سمت و سوی بورس در هفته دوم مهر

یک کارشناس بازار سرمایه گفت روند تثبیت قیمت دلار نیمایی در محدوده ۲۲ تا ۲۳ هزار تومان نشان‌دهنده روند صعودی کلی بازار سرمایه است و به نظر می‌رسد مهرماه برخلاف شهریورماه، سرآغازی مثبت برای بازار سرمایه باشد.

هومین عمیدی به روند معاملات بورس در آخرین روز معاملاتی هفته‌ای که گذشت اشاره کرد و به ایرنا گفت: در روند معاملاتی دومین روز مهرماه، شاهد حمایت سهامداران حقوقی از نمادهای بزرگ بودیم و رشد ۳۰ هزار واحدی شاخص بورس در این روز به واسطه معاملات پرحجم در نمادهای بزرگ رخ داد.

او ادامه داد: حمایت از شرکت‌های بزرگ و شاخص‌ساز بورس، اگرچه در این مقطع می‌تواند روند کلی معاملات بورس را تحت‌الشعاع قرار دهد اما بی‌تفاوتی سهامداران عمده در نمادهای کوچک‌تر و قفل شده در صف‌های فروش می‌تواند تصور یک‌جانبه بودن سیاست حمایت از نمادهای بزرگ بورس را تقویت کند.

به اعتقاد عمیدی، این ذهنیت که فقط باید شاخص کل و نمادهای بزرگ مثبت شود و در نمادهای کوچک شاهد صف‌های فروش قفل شده باشیم با تئوری حمایت از کل بازار سرمایه سازگار نیست. به نظر می‌رسد سیاست الزام شرکت‌ها به بازارگردانی از اواسط مهرماه، یکی از بهترین تصمیمات اتخاذشده در این مدت بود که باید برای کل بازارهای بورس، فرابورس و پایه فرابورس الزامی شود.

وی به مزایای استفاده از اسناد خزانه اشاره کرد و افزود: با توجه به اهمیت اسناد خزانه ضرورت دارد تا شورای عالی بورس در زمینه قوانین اسناد خزانه در بازار پایه فرابورس نیز تجدیدنظر کند تا این شرکت‌ها بتوانند نیز هم‌ردیف با باقی شرکت‌های بورسی و فرابورسی قوانین خرید سهام خزانه را اجرا کنند. عمیدی ادامه داد: ۶ نماد بانکی در بازار پایه فرابورس حضور دارند که مصوبه حمایتی بانک مرکزی در مورد سرمایه‌گذاری بانک‌ها در بازار سرمایه و اجازه صادرشده، به دلیل ضعف موجود در قانون سهام خزانه برای این ۶ بانک اجرایی نشده است.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه با به پایان رسیدن شهریورماه باید در انتظار انتشار گزارش ۶ ماهه شرکت‌ها و گزارش حسابرسی شده شرکت‌ها تا انتهای مهرماه باشیم، افزود: افزایش نرخ‌های اتفاق افتاده برای صنایع متفاوت در کنار میزان تغییرات تولید و فروش شرکت‌ها احتمالا با نتایج متفاوتی همراه خواهند بود که باعث شگفتی بازار می‌شوند.

وی به اقداماتی که زمینه بازگرداندن رونق به معاملات بورس را فراهم می‌کند اشاره کرد و گفت: از جمله ابزارهای تشویقی برای بازگرداندن رونق به معاملات بورس و اعتمادسازی بیشتر سهامداران حقیقی و حقوقی، افزایش سطح اعتبارات مشتریان حقیقی و حقوقی است که می‌تواند موجب افزایش درآمد کارگزاران و افزایش حجم و گردش معاملات شود.

عمیدی با بیان اینکه توجه به این نکته ضروری است که روند معاملاتی محصولات در بورس کالا و فلزات همچنان صعودی و مثبت باشد، گفت: همچنین با راه‌اندازی بورس مسکن، شاهد عرضه دارایی‌های شرکت‌ها به خصوص بانک‌ها در این بازار بوده و ارزش‌گذاری دقیق‌تری نسبت به این دارایی‌ها و در نهایت ارزش‌گذاری شرکت‌ها صورت می‌گیرد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه ورود زیرمجموعه‌های شرکت‌ها به بازار فرابورس در منصفانه کردن ارزش‌گذاری‌ها موثر بوده و این اقدام باید با دقت بیشتری انجام شود، افزود: ظرفیت‌های فعلی قوانین افزایش سرمایه که با مشوق‌های خوبی همراه شده است نباید از چشم هیأت مدیره شرکت‌ها مخفی بماند و باید به سرعت در دستور کار قرار گیرد. متأسفانه شاهد هستیم که در برخی از شرکت‌های سیمانی با وجود تأیید این نوع افزایش سرمایه‌ها در مجامع، از طرف سهامداران عمده تا به امروز اقدام مناسبی شکل نگرفته و انجام این نوع افزایش سرمایه‌ها در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.

عمیدی پیشبینی خود از روند معاملات بورس را اینگونه بیان کرد: به نظر می‌رسد با تثبیت نرخ ارز در قیمت‌های فعلی دوباره شاهد بهبود وضعیت معاملات بورس و بازگشت رشد مجدد به بازار سرمایه باشیم.

## دریچه

چالش‌ها و موانع عرضه خودرو در بورس

### خودرو هم بورسی می‌شود؟

در شرایطی که پراید به عنوان ارزان‌ترین خودرو قیمت ۱۰۰ میلیون تومان را رد کرده است، از یکی دو هفته پیش، زمزمه عرضه خودرو در بورس کالا از سوی بهارستان اعلام شد و گروهی از نمایندگان مجلس در طرح ۲۰ ماده‌ای به فکر ساماندهی بازار خودرو افتاده‌اند؛ طرحی با عنوان «ساماندهی بازار و صنعت خودرو» که تمرکز اصلی آن بر شفاف‌سازی تولید و عرضه خودرو از طریق بورس کالا صورت می‌گیرد. طرحی که گفته شده به‌زودی به اجرا خواهد رسید و محور اصلی آن، عرضه خودرو در بورس کالای ایران به منظور شفافیت بالای معاملات این بورس و تحقق اهداف برای تبدیل خودرو به یک کالای مصرفی است. البته پیش از این نیز تجربه عرضه خودرو در سال ۱۳۹۶ وجود داشت و در دو مرحله خودرو سراتو در بورس کالا عرضه شد که به موفقیت چندانی نرسید.

حالا نمایندگان مجلس و پیشنهاددهندگان طرح می‌گویند که به دنبال جلوگیری از دلالی در بازار خودرو هستند. صحبت از قیمت‌گذاری خودرو در بورس اما در حالی مطرح می‌شود که به گفته رضا شیوا، رئیس شورای رقابت تا وقتی‌که عرضه تا این حد محدود است ورود خودرو به بورس نه‌تنها نمی‌تواند مشکل بازار آن را حل کند بلکه ممکن است با توجه به حجم گسترده تقاضا، قیمت‌های بالاتری در بورس کشف شود. فعالان و صاحب‌نظران اقتصادی هم تأکید می‌کنند که در شرایط فعلی، عرضه خودرو به بورس نه‌تنها مشکلی را حل نخواهد کرد، بلکه منجر به چند قیمتی شدن محصولات در بازار خواهد شد.

به اعتقاد کارشناسان، فراتر از دلالی بازار، بخش مهمی از افزایش قیمت خودرو به افزایش بسیار زیاد هزینههای تولید محصول، مواد اولیه، افزایش قیمت ارز، مشکلات ساختاری صنعت خودرو، مشکلات ساختاری صنایع خودرو و... باز می‌گردد و باتوجه به این چالش‌ها، عرضه خودرو در بورس کالا کمک چندانی نمی‌کند و اگر دولت به فکر تغییر شرایط است باید اصلاحات اساسی در صنعت خودرو اتفاق بیفتد.

اما جدا از نظر نمایندگان مجلس، آیا مدیران بورس کالا با این طرح موافق هستند؟ جواد فلاح، مدیر مطالعات اقتصادی بورس کالای ایران در مورد جزییات عرضه خودرو در بورس کالا گفته است: «در طرح ارائه‌شده، خودروهای وارداتی و داخلی که تیراژ بالا دارند، در بستر معاملاتی بورس کالای ایران قرار خواهند گرفت. در طرحی که نمایندگان مجلس درخصوص عرضه خودرو در بورس کالا مطرح کرده‌اند، قیمت پایه‌ای را خواهیم داشت که در شورای رقابت تعیین می‌شود. با این قیمت پایه، خودرو در تابلو بورس قرار خواهد گرفت و متقاضیان خرید، دارای گواهینامه رانندگی، برمبنای این قیمت پایه مجاز به رقابت با یکدیگر خواهند بود. افرادی که به این شیوه خودرو خریداری می‌کنند تا ۱۲ماه اجازه خرید مجدد نخواهند داشت و در این رقابت خرید، اشخاصی که بالاترین پیشنهاد برای خرید خودروهای عرضه‌شده روی تابلو بورس را ارائه کنند، قادر به خرید آن در بورس کالا خواهند بود.»

همچنین فربد زاوه، کارشناس صنعت و بازار خودرو معتقد است: عرضه خودرو در بورس کالا به بهانه اینکه افراد کف بازار ناسالم هستند، حرفی خنده‌دار و غیرمنطقی است؛ چراکه اگر معاملات خودرو در بورس دستکاری نشود، قیمت خودروها همانی خواهد بود که در بازار است اما اگر در این معاملات اعمال‌نفوذ شود باید منتظر باشیم تا همان سناریوی شکست‌خورده بازار ارز برای خودرو نیز تکرار شود.

به گفته زاوه، عرضه خودرو در بورس کالا هیچ تأثیری در قیمت‌ها در بازار نخواهد داشت و این پروژه از همین‌الان شکست‌خورده محسوب می‌شود.

او در این باره گفت: «عرضه خودرو در بورس به بهانه اینکه افراد کف بازار ناسالم هستند، حرفی خنده‌دار است و منطقی نیست؛ بورس قاعدتاً اگر دستکاری نشود و سازوکار خود را بخواهد طی کند، قیمت خودروها در بورس کالا همانی خواهد بود که در حال حاضر هم در بازار وجود دارد، اما اگر بخواهیم بورس را دستکاری و اعمال‌نفوذ کنیم باید منتظر باشیم تا همان بلایی که بر سر قیمت ارز آمده و در حال حاضر بازار چند نرخی است، مشابه همین سناریو برای خودرو تکرار شود.»

زاوه ادامه داد: «راهکار حل مشکلات فعلی بازار خودرو را نباید در جاده مخصوص جست‌وجو کنیم، مشکلات خودرو در همین نزدیکی‌ها و در بانک مرکزی است. به باور زاوه، روندی که خودروسازی کشور برای افزایش شمار در پیش گرفته است، منجر به افزایش تورم می‌شود و تا زمانی که دولت و بانک مرکزی مدیریت تأمین را واگذار نکنند، آشفتگی حاکم بر بازار خودرو همچنان ادامه خواهد داشت.»

به گفته این کارشناس بازار خودرو، طی سال‌های اخیر هرچند راهکار خصوصی‌سازی در کشور برای پرهیز از مشکلات فعلی حتی در عالی‌ترین سطح مدیریت نظام در قالب اصل ۴۴ ابلاغ شد، ولی انحراف در اجرای این اصل مشکلات را پیچیده‌تر کرد. ورود خودروسازان و قطعه‌سازان به بازار سهام، نه‌تنها مشکلات را کم نکرد که شرکت‌های بزرگ خودروسازی را با بحران نقدینگی و زیان‌های شدید مواجه ساخت.

او در پاسخ به این سؤال که مهم‌ترین اولویت وزیر جدید صنعت، معدن و تجارت در حوزه خودرو چه باید باشد، پاسخ داد: نه‌تنها صنعت خودرو، بلکه کلیه صنایع به اقتصاددانی نیاز دارد که پیش از هر اقدامی، رویه‌های غلط گذشته را اصلاح کند. متأسفانه در حال حاضر آنچه در وزارت صنعت و در رابطه با صنعت شاهد هستیم، رفتارهای سلیقه‌ای مدیران و کارشناسان این وزارتخانه است.

اخبار

## اسناد زائد در فرآیند صدور کارت بازرگانی حذف شد

با دستور زادبوم، گواهی بانک عامل و تعهدنامه محضری با توجه به جایگزینی استعلام سیستمی حساب جاری و چک برگشتی و تعهدنامه الکترونیکی در بستر سامانه جامع تجارت حذف شد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، با دستور زادبوم رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران، گواهی بانک عامل (فرم الف) و تعهدنامه محضری (فرم دال) با توجه به جایگزینی استعلام سیستمی حساب جاری و چک برگشتی و تعهدنامه الکترونیکی در بستر سامانه جامع تجارت از تاریخ ۱۳۹۹/۷/۳ حذف شد.

انتقال درخواست صدور و تمدید کارت بازرگانی طبق قانون و مقررات مبارزه با قاچاق کالا و ارز به سامانه جامع تجارت و تأیید آن براساس استعلامات سیستمی در سامانه یکپارچه اعتبارسنجی و رتبه‌بندی اعتباری به عنوان زیرسامانه ارزیابی اهلیت فعالان اقتصادی در حوزه تجارت، بالاخره پس از چند سال تاخیر با توافق سه‌جانبه وزارت صمت، اتاق بازرگانی ایران و ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز با ابلاغ قائم مقام وزارت صمت از بهمن ماه سال گذشته شروع شد. نهایتاً پس از طی یک دوره آزمایشی، انتقال صدور و تمدید کارت بازرگانی از مردادماه امسال به فرآیند جدید انجام پذیرفت.

از مزایای فرآیند جدید، حذف اسناد فیزیکی که سابق بر این برای احراز شرایط صدور و تمدید دریافت می‌شد و جایگزینی آنها با استعلامات سیستمی است. به این ترتیب ضمن ایجاد تسهیل حداکثری، اطمینان کامل از احراز شرایط صدور و تمدید کارت بازرگانی طبق ماده ۱۰ آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات محقق خواهد شد.

دو نمونه از این اسناد یکی گواهی بانک عامل برای احراز شرط داشتن حساب جاری و نداشتن چک برگشتی (فرم الف) و دیگری تعهدنامه محضری (فرم دال) به عنوان پیش نیاز گواهی ماده ۱۸۶ مالیاتی است که با دستور رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران طی نامه شماره ۲۲۲۱۸/۱۰۰/۹۹ مورخ ۱۳۹۹/۷/۲ اسناد مذکور از روز ۱۳۹۹/۷/۳ حذف شد و به این ترتیب در زمان و هزینه فرآیند صدور و تمدید کارت بازرگانی، صرفه‌جویی و بهبود قابل توجهی صورت خواهد گرفت.

در فرآیند جدید، استعلام سیستمی حساب جاری و چک برگشتی از بانک مرکزی و همچنین تعهدنامه الکترونیکی در بستر سامانه جامع تجارت جایگزین اسناد مذکور شده است که قطعاً از جهت اطمینان‌بخشی برای احراز شرایط صدور و تمدید کارت بازرگانی، بسیار بهتر بوده و نگرانی‌های قبلی از بابت صدور و تمدید کارت بازرگانی به نام اشخاص فاقد شرایط که زمینه سوءاستفاده‌های مختلف از جمله فرار مالیاتی چندده هزار میلیارد تومانی، انباشت بدهی‌های گمرکی معوق، قاچاق کالا و سوءاستفاده‌های ارزی در واردات و صادرات کالا را سبب شده بود، به حداقل کاهش خواهد یافت.

# زیان تولیدکنندگان جوجه یکروزه به ۱۸۰ میلیارد تومان رسید

رئیس انجمن تولیدکنندگان جوجه یکروزه گفت تولیدکنندگان جوجه یکروزه هر ماه از محل فروش جوجه ۱۸۰میلیارد تومان متضرر می‌شوند.

غلامعلی فارغی، رئیس انجمن تولیدکنندگان جوجه یکروزه در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از استمرار بحران جوجه یکروزه خبر داد و گفت: قیمت کنونی هر قطعه جوجه یکروزه یک هزار و ۵۰۰ تا یک هزار و ۷۰۰ تومان است که با قیمت تمام شده خود فاصله معناداری دارد. وی قیمت تمام شده هر قطعه جوجه یکروزه را ۳ هزار و ۴۰۰ تومان اعلام کرد و افزود: با توجه به عرضه جوجه یکروزه با نصف نرخ تمام شده، هر ماه تولیدکنندگان مرغ مادر ۱۷۰ تا ۱۸۰ میلیارد تومان از ناحیه فروش متضرر هستند. فارغی درباره آینده بازار جوجه یکروزه بیان کرد: اگر نهاده با نرخ مصوب به میزان کافی توزیع شود، قیمت جوجه در بازار تا حدودی بهبود می‌یابد، در غیر این صورت بحران قیمت همچنان در بازار ادامه خواهد داشت.

این مقام مسئول تولید ماهیانه جوجه یکروزه را ۱۲۰ میلیون قطعه اعلام کرد و افزود: این در حالی است که نیاز ماهیانه کشور ۸۰ میلیون قطعه است که مازاد تولید نسبت به نیاز کشور منجر به افت قیمت جوجه یکروزه در بازار شده است. وی با اشاره به اینکه آمار دقیقی از صادرات جوجه یکروزه نداریم، بیان کرد: بنابر آمار از ابتدای سال ۱۰ میلیون قطعه جوجه به بازارهای هدف صادر شده است و پیش‌بینی می‌شود که مجموع صادرات به حدود ۳۲ تا ۳۳ میلیون قطعه برسد.

رئیس انجمن تولیدکنندگان جوجه یکروزه در پایان تصریح کرد: با وجود مشکلات متعدد پیش روی صنعت، بنده معتقدم که ارز ۴۲۰۰ تومانی باید حذف شود و در مقابل به مصرف‌کننده یارانه مستقیم پرداخت شود و برای تولیدکننده با تامین منابع مالی از بانک‌ها جبران شود.

رشد ۹ درصدی خرید تضمینی گندم

## نیازی به واردات گندم نداریم

نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران گفت میزان خرید تضمینی گندم امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۹ درصد رشد داشته است.

علیقلی ایمانی، نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه برداشت گندم به پایان رسیده است، اظهار کرد: بنابر آخرین آمار از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۸ میلیون و ۳۰۰ هزار تن گندم مازاد کشاورزان خریداری شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۸ تا ۹ درصد رشد داشته است.

وی با اشاره به اینکه مراکز خرید تا پایان آبان باز هستند، افزود: برخی کشاورزان و دلالان، گندم خود را در انبارها نگه داشته‌اند که با اعلام قیمت بتوانند با نرخ بالاتری عرضه کنند.

ایمانی از قاچاق آرد خبر داد و گفت: کل میزان تولید گندم، وارد چرخه خرید تضمینی نمی‌شود، یک بخشی از مرزهای کشور خارج و بخش دیگر وارد مرغداری‌ها و در انبارها احتکار می‌شود که دولت باید تدابیری بیندیشد تا نان مردم دچار چالش نشود.

نایب رئیس بنیاد ملی گندمکاران ادامه داد: با وجود افزایش چندبرابری قیمت بذر، کود، سم و ... کشاورزان به سمت و سوی تولید اقتصادی می‌روند که بنابر تاکید مقام معظم رهبری انتظار می‌رود مسئولان دولتی حمایت همه‌جانبه از بخش کشاورزی داشته باشند تا کشاورزان بدون دغدغه به تولید ادامه دهند.

به گفته وی، هر زمانی که حمایت از بخش کشاورزی برداشته شود، تولید دچار رکود می‌شود و در صورت حمایت از کشاورزان، رشد محصولات کشاورزی مشهود است.

ایمانی درخصوص نرخ ۴ هزار تومانی خرید تضمینی گندم گفت: با وجود افزایش هزینه‌های سم و کود، توان اقتصادی کشاورز اجازه نمی‌دهد که برای یک هکتار گندم ۳ تا ۴ میلیون تومان هزینه کند و به نظر می‌رسد با اعلام نرخ ۴ هزار تومانی خرید، نگاه دولت بیشتر به مصرف‌کنندگان بوده است.

وی در پایان با بیان اینکه اطلاع دقیقی از وضعیت تولید گندم نداریم، تصریح کرد: با توجه به متوسط کشت و تولید منطقی گندم، آنچه مشهود است نیازی به واردات نداریم.

نوبت اول

## آگهی مزایده الف - ب - ۱۲۳ - ۹۹

شرکت آب منطقه ای گیلان

شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان به استناد بند«و» تبصره ۸ قانون بودجه سال ۱۳۹۹ در نظر دارد مصالح رودخانه ای مازاد حاصل از ساماندهی بازه‌های رودخانه شاهرود در محدوده شهرستان رودبار- نیروگاه برق شهر لوشان با اطلاعات مشروحه جدول ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شماره فراخوان ۱۰۹۹۰۰۱۰۷۶۰۰۰۰۰۴ از طریق فراخوان مزایده عمومی یک مرحله ای به متقاضیان واجد شرایط واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان مزایده از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستادیران) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مزایده گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه، مراحل ثبت نام در سامانه و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند. به پیشنهادهای واصله خارج از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مهلت مقرر واصل شوند ترتیب اثر داده نخواهد شد .

۱- نام و نشانی دستگاه مزایده گزار : شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان- رشت بلوار امام خمینی، تلفن ۹-۳۳۶۶۹۰۲۱- ۰۱۳

۲-نام و نشانی واحد خدمات مهندسی مشاور : مهندسان مشاور طرح و سازه شفارود به نشانی رشت- بلوار آیت الله ضیابری – جنب آموزش و پرورش – کوچه شهید علیزاده ، ساختمان بهار – طبقه سوم - تلفن ۶۰-۳۳۲۶۲۸۵۹ (۰۱۳) و فاکس ۳۳۲۶۴۳۱۳ ( ۰۱۳ )

۳- موضوع مزایده: فروش مصالح رودخانه ای مازاد حاصل از ساماندهی بازه‌های رودخانه شاهرود در محدوده شهرستان رودبار- نیروگاه برق شهر لوشان با مشخصات جدول ذیل :

| ردیف | نام و مشخصات | وضعیت | مقدار تقریبی مصالح (مترمکعب) | قیمت پایه کارشناسی به ازای هر مترمکعب مصالح (ریال) | قیمت پایه کارشناسی کل (ریال) | مبلغ تضمین شرکت در مزایده (ریال) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ۱ | مصالح رودخانه ای مازاد | در وضعیت موجود | ۱۲۳،۸۵۰ | ۲۵۰،۰۰۰ | ۳۰،۹۶۲،۵۰۰،۰۰۰ | ۱،۵۴۸،۱۲۵،۰۰۰ |
| مجموع | | | ۱۲۳،۸۵۰ | – | ۳۰،۹۶۲،۵۰۰،۰۰۰ | ۱،۵۴۸،۱۲۵،۰۰۰ |

۴- مدت اولیه پیمان : ۳ ماه

۵-مبلغ و نوع تضمین شرکت در مزایده : به صورت ضمانت ¬نامه بانکی / فیش واریزی به مبلغ ۱،۵۴۸،۱۲۵،۰۰۰ ریال (یک میلیارد و پانصد و چهل و هشت میلیون و یکصد و بیست و پنج هزار ریال) می باشد و ارائه ضمانتنامه باید به نفع کارفرما طبق فرم پیوست اسناد مزایده ( ضمانتنامه شرکت در مزایده) با مدت اعتبار حداقل سه ماه پس از تاریخ افتتاح پیشنهاد که برای یک دوره سه ماهه دیگر نیز قابل تمدید باشد، ارایه گردد. لازم به ذکر است مشخصات لازم جهت دریافت ضمانتنامه شامل کد اقتصادی شرکت آب منطقه ای گیلان ۴۱۱۳۵۶۴۸۸۹۵۳ و کد پستی ۴۱۸۸۸۶۶۷۸۹ و شناسه ملی شرکت ۱۰۷۲۰۱۴۳۷۵۷ و شماره ثبت ۱۷۱۱ می باشد.

۶-شرایط کلی شرکت کنندگان :

متقاضیان میبایست جهت شرکت در مزایده دارای گواهی صلاحیت پیمانکاری معتبر در رشته آب باشند.

*لازم به توضیح است مزایده گران می بایست در مرحله ارسال پیشنهاد، مدارک و مستندات (بند ۵) شرایط مزایده را بصورت کامل جهت ارزیابی مستندات ارائه نمایند و بارگذاری آنها در سامانه ستاد ایران الزامی می باشد و در غیر اینصورت بدلیل نقص مدارک و مستندات، قیمت پیشنهادی آنها مورد قبول قرار نگرفته و رد خواهد شد.

۷-تاریخ، مهلت و محل دریافت اسناد مزایده از طریق سامانه :

متقاضیان می توانند از ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۱ لغایت رأس ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۸ با واریز مبلغ ۴۰۰،۰۰۰ ریال (چهارصد هزار ریال) به شماره حساب IR ۵۱۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۰۹۳۰۴۰۱۹۸۵۴ بنام تمرکز وجوه درآمد شرکت سهامی آب گیلان نزد بانک مرکزی و همزمان از طریق مراجعه به سامانه ستادایران به آدرس www.setadiran.ir برای دانلود اسناد مزایده اقدام نمایند.

۸- تاریخ، مهلت، محل تحویل و تاریخ بازگشائی اسناد مزایده: مزایده گران می بایست اسناد مزایده را تکمیل و ضمن بارگزاری کلیه اسناد مزایده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تا رأس ساعت ۱۰ صبح روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۱۹ اقدام نموده و نسبت به ارسال پاکات لاک و مهر شده الف (اصل تضمین شرکت در مزایده ) نیز در مهلت مقرر تعیین شده به دبیرخانه حراست شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان واقع در رشت – بلوار امام خمینی(ره) اقدام و رسید دریافت دارند پیشنهاد های واصله رأس ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۱۹ در کمیسیون مزایده بازگشایی می گردد. حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه افتتاح پاکت ج پیشنهادها با ارائه معرفی نامه مجاز می باشد.

۹- مدت اعتبار پیشنهادات : ۱۸۰ روز بعد از آخرین موعد تسلیم پیشنهاد می باشد.

۱۰- مطابق قوانین و مقررات موضوعه مبلغ ۹٪ مالیات بر ارزش افزوده نیز بر عهده برنده مزایده بوده و علاوه بر قیمت کل پیشنهادی از برنده مزایده اخذ خواهد شد.

۱۱- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : تلفن مرکز راهبری و پشتیبانی ۴۱۹۳۴-۰۲۱ می باشد.

شماره تماس دفتر امور تدارکات و خدمات پشتیبانی شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان : ۳۳۶۶۰۹۱۳-۰۱۳

آدرس اینترنتی شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان: WWW.GLRW.IR

آدرس اینترنتی مدیریت منابع آب ایران WWW.WRM.IR

آدرس اینترنتی پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصا ت: iets.mporg.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۷/۵ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۹/۷/۶

۶۱۰

شرکت سهامی آب منطقه ای گیلان

نوبت دوم

## فراخوان مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی(فشرده) یک مرحله‌ای خودروهای استیجاری منطقه

شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران - منطقه استان مرکزی

شماره مجوز: ۱۳۹۹.۳۳۹۱

شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه استان مرکزی در نظر دارد مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (فشرده) (واگذاری اداره امور خودروهای استیجاری منطقه) به شماره ۲۰۹۹۰۹۱۵۳۶۰۰۰۰۰۸ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ،مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی دیجیتال الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۹۹/۰۶/۳۰ می باشد.

براورد اولیه مناقصه: ۳۲/۹۸۷/۸۸۴/۶۵۳ ریال

مهلت زمانی دریافت اسناد: ساعت:۱۹ روز سه شنبه تاریخ ۹۹/۰۷/۰۸

مهلت زمانی ارسال پیشنهاد : ساعت :۱۹ روز : شنبه تاریخ: ۹۹/۰۷/۱۹

زمان بازگشایی پاکتهای ارزیابی کیفی : ساعت: ۸ صبح روز :یکشنبه تاریخ:۹۹/۰۷/۲۰

زمان برگزاری جلسه توجیهی: ساعت: ۱۰ صبح روز : یکشنبه تاریخ: ۹۹/۰۷/۱۳

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکتهای الف:

آدرس: استان مرکزی-اراک-دوراهی شازند-جنب پالایشگاه امام خمینی (ره) شرکت پخش فراورده های نفتی تلفن:۳۳۴۹۳۳۱۰-۰۸۶

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :

مرکز تماس: ۴۱۹۳۴-۰۲۱ دفتر ثبت نام:۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها ، در سایت سامانه www.setadiran.ir بخش "ثبت نام/پروفایل تامین کننده/ مناقصه گر" موجود است.

آدرس :اراک-سه راهی شازند- جنب پالایشگاه- شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی تلفن تماس ستاد و فاکس ۹۴ و ۳۳۶۶۸۸۶۸ – ۰۸۶ کدپستی ۴۱۱۱۳ – ۳۸۶۷۱

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۹/۷/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۹/۷/۵

۵۹۸

روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی

# نمایندگی‌ها لاستیک خودرو نمی‌فروشند

خبرگزاری صدا و سیما به نقل از عضو هیأت مدیره اتحادیه صنف لاستیک‌فروشان و تعویض روغن تهران نوشت فروش تایر به صورت عمده توسط نمایندگی‌ها به دلیل سود پایین ۳ درصدی که ۴۰ سال است برای این صنف تعیین شده به صرفه نیست.

محمدرضا آل سارا افزود: اکنون تایرهای سنگینی که توسط اعضای صنف ما خریداری می‌شود اجازه فروش ندارند تا زمانی که از طرف راهداری حواله‌ای برای ما صادر شود و این یعنی اعضای صنف ما بیش از دو سال است که نقش انباردار را برای سازمان راهداری ایفا می‌کند.

وی گفت: در ابتدا که سامانه توزیع تایرهای خودروهای سنگین به راه افتاد این سامانه به خوبی عمل و بسیاری از مشکلات بازار را برطرف می‌کرد، اما حدود یک سال است که به دلیل صادر نکردن حواله به مقدار کافی از طرف راهداری این سامانه باعث شده تا تایرهای اعضای صنف ما در انبارهای‌شان رسوب کند و تاریخ آنها منقضی شود که همه اینها باعث ضرر و زیان بسیاری به اعضای این صنف شده است.

عضو هیأت مدیره اتحادیه صنف لاستیک‌فروشان و تعویض روغن تهران افزود: از طرف دیگر قیمت تایر خودروهای سبک افزایش چشمگیری داشته که آن هم به دلیل توزیع مناسب و کافی نکردن است. آل سارا ادامه داد: برای مثال نمایندگی‌هایی که مسئول توزیع و فروش عمده تایر تولیدکنندگان داخلی و وارداتی هستند تنها ۳ درصد می‌توانند در فروش عمده خود سود بگیرند و این در حالی است که فقط مالیات و عوارض یک مغازه در سال حدود ۳ درصد است و این باعث می‌شود تا فروشندگان این صنف در نمایندگی‌ها از فروش عمده خود هیچ سودی نبرند.

وی گفت: می‌توان به راحتی قضاوت کرد که هیچ‌کس در نمایندگی‌های این صنف حاضر نیست سرمایه در گرو تولیدکننده بگذارد و با رقم‌های سنگین نیز خرید کند و بعد آن را با ۳ درصد سود در عمده‌فروشی به فروش برساند در حالی که می‌تواند کالای خود را به صورت خرده‌فروشی فروخته و سود بیشتری ببرد.

عضو هیأت مدیره اتحادیه صنف لاستیک‌فروشان و تعویض روغن تهران افزود: البته باید تأکید کنم که سود خرده‌فروشی ما هم ۱۲ درصد است و این در حالی است که در چند سال گذشته تمامی شاخص‌های اقتصادی افزایش چشمگیری داشته است، اما سود تعیین شده برای اعضای صنف ما در عمده‌فروشی و خرده‌فروشی براساس قانونی است که ۴۰ سال پیش تنظیم شده است و حالا از ما انتظار می‌رود تا ما براساس همان قانون هم سود دریافت کنیم و هم به صورت عمده کالا بفروشیم.

# قانون فروش مواد اولیه برمبنای فوب خلیج فارس تعدیل می‌شود؟

نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از راهکارهای مجلس برای حل مشکلات قطعه‌سازان و بازار خودرو خبر داد. علی جدی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص مشکلات قطعه‌سازان در تامین مواد اولیه و ترخیص قطعات از گمرک اظهار داشت: موضوع ترخیص قطعات از گمرک تاکنون طی جلسات متعدد برگزارشده میان خودروسازان و اعضای کمیسیون، مورد طرح و بررسی قرار نگرفته اما در صورت درخواست وزارت صمت، کمیسیون صنایع وظیفه پیگیری این موضوع را برعهده خواهد گرفت.

وی افزود: طرح ساماندهی صنعت خودرو ارائه شده از سوی مجلس یازدهم، مشمول مباحث کلی صنعت خودرو است و موضوع تامین مواد اولیه در آن جای ندارد.

نماینده مردم شیروان در مجلس شورای اسلامی با اشاره به اظهارات قطعه‌سازان مبنی بر امتناع فولادسازان از عرضه ورق فولادی در بورس کالا گفت: در صورت ارجاع این مشکلات به کمیسیون صنایع، به طور قطع کمیسیون صنایع در این راستا مساعدت و پیگیری‌های لازم را ترتیب خواهد داد.

وی تاکید کرد: این مشکلات موردی و ناشی از عدم همکاری دستگاه‌های مرتبط است و شاهد یک خلأ قانونی در این مباحث نیستیم. جدی درخصوص گلایه قطعه‌سازان مبنی بر فروش مواد اولیه با نرخ فوب خلیج فارس گفت: کمیسیون در صدد الزام تولیدکنندگان مواد اولیه به ویژه صنایع فولادی به عرضه ورق فولاد در بورس کالا برای مصارف صنایع داخلی به میزان ۵ تا ۱۵ درصد کمتر از نرخ فوب خلیج فارس است.

وی با اشاره به رشد نرخ ارز و عدم تناسب عرضه و تقاضای خودرو گفت: عرضه پاسخگوی حجم فزاینده تقاضا نیست و در کنار آن بروز تقاضای کاذب نیز موجب عطش بازار و افزایش قیمت خودرو شده است. این نماینده مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه وزارت صمت به عنوان متولی صنایع کشور طی مدت ۴ ماه بدون وزیر اداره می‌شود، بیان کرد: همین عامل سلب تحرک مدیران تصمیم‌گیر را به همراه داشته و دست مجلس را نیز در جایگاه نظارتی بسته که عملا همین موضوع بر مشکلات صنعت خودرو افزوده است.

جدی در ادامه ریزش بورس را موجب هجوم نقدینگی به سمت بازار خودرو دانست و درخصوص راهکار رفع این مشکل تصریح کرد: مجلس به دنبال این است که با راهکارهایی بتواند نقدینگی موجود در بازار را از طریق بورس به سمت تولید هدایت نماید.

وی در این خصوص از لایحه دوفوریتی دولت و تصویب آن در مجلس یاد کرد و گفت: این لایحه این امکان را برای شرکت‌های دولتی فراهم کرد که ۲۰درصد از سهام خود را به منظور اجرای طرح‌های توسعه‌ای داخلی، واگذار نمایند.

جدی با اشاره به اینکه راهکارهای متعددی برای هدایت نقدینگی در دستور کار مجلس قرار دارد، یادآور شد: فروش نفت یکی دیگر از راهکارها برای هدایت نقدینگی به سمت تولید بود که متاسفانه در حال حاضر از سوی دولت متوقف شده است.

نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در پایان خاطرنشان کرد: دولت مصر بود، ۲۲۰ میلیون بشکه نفت را براساس قرارداد سلف به فروش برساند اما نظر مجلس بر فروش قطعی آن در بورس بود که در صورت اجرای آن، رقم قابل توجهی از نقدینگی در کشور جمع‌آوری می‌شد.

# آزادسازی قیمت خودرو هیچ تاثیری بر قیمت بازار آزاد نخواهد گذاشت

یک فعال بازار خودرو از وضعیت بازار خودرو گفت بازار خودرو در یک هفته اخیر راکد بوده و تحت تاثیر پیام نویدبخش رئیس جمهور قرار داشت. کاظم محمدی نیکخواه در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: بازار خودرو در هفته اخیر تحت تاثیر پیام نویدبخش رئیس جمهور قرار داشته و مردم منتظر نتیجه این پیام بودند که بازار خودرو نیز مستثنی از تاثیرات این خبر نبوده و به همین دلیل شاهد رکود بازار خودرو در هفته اخیر بودیم.

وی با اشاره به قیمت خودرو در بازار بیان کرد: قیمت‌ها همچنان دارای حباب است و با توجه به اینکه قیمت مصوب در کف بازار وجود ندارد قیمت‌ها دلخواهانه بوده و تنها فروشنده واقعی به فروش خودرو به ۵ یا ۱۰ درصد زیر این حباب رضایت می‌دهد. مصرف‌کننده واقعی نیز در بازار وجود ندارد و افرادی که قصد حفظ ارزش ریالی سرمایه خود را دارند اقدام به خرید خودرو می‌کنند و متاسفانه این امر موجب شده خودرو از یک کالای مصرفی به کالای سرمایه‌ای مبدل شود. ضمن اینکه شدت افزایش قیمت ارز از اردیبهشت ماه موجب افزایش قیمت انواع کالا شده که تاثیر آن بر خودرو بیش از کالاهای دیگر احساس می‌شود. این فعال بازار خودرو درباره طرح ساماندهی صنعت خودرو توسط مجلس و عرضه خودرو در بورس تصریح کرد: با توجه به شرایط بی‌ثبات اقتصاد کشور عرضه خودرو در بورس همانند روش‌های پیش‌فروش و قرعه‌کشی یک آسپرین است چرا که در طول مدت ۵۰ ساله صنعت خودرو شاهد عرضه آن در بورس نبودیم و این روش نیز مانند راهکارهای دیگر مانند یک آسپرین آزاردهنده عمل می‌کند.

نیکخواه ضمن بیان اینکه تنها راهگشای صنعت خودرو افزایش عرضه است، خاطرنشان کرد: کارخانه‌های تولیدکننده خودرو بر اساس سه مقوله تعریف، ظرفیت‌سازی و ظرفیت تولید برای محصولات سالانه خود برنامه‌ریزی می‌کنند و زمانی که مقرر می‌شود خودروساز طبق برنامه به عنوان مثال حدود ۲ میلیون خودرو در سال تولید کنند اما تنها ۵۰۰ هزار دستگاه و یا یک چهارم آن را تولید می‌کند بنابراین عرضه پاسخگوی تقاضا نبوده و در نتیجه پول‌های سرگردان در دست مردم جذب خودروهایی می‌شود که در کف بازار وجود دارند. همچنین بازنگری سه ماهه قیمت‌ها توسط شورای رقابت ممکن است موجب کاهش ۵ درصدی قیمت خودرو شود اما تاثیری بر قیمت‌های بازار که ۱۰۰درصد افزایش داشته‌اند ندارد بنابراین ورود شورای رقابت در امر قیمت‌گذاری خودرو و یا آزادسازی آن هیچ‌گونه تاثیری بر قیمت بازار آزاد خودرو نخواهد گذاشت و تنها با افزایش عرضه خودرو می‌توان چالش‌های بازار خودرو را رفع کرد.

## اخبار

### هیچ مشکلی بابت سوخت‌رسانی وجود ندارد

سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی گفت خروجی از انبارها و سوختی که به پمپ بنزین‌ها می‌رسد طبق روال عادی گذشته است و مشکلی از این بابت نیست.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایلنا، فاطمه کاهی ضمن تکذیب اخباری مبنی بر عدم توزیع و یا امتناع از سوخت‌رسانی در برخی جایگاه‌ها، اظهار داشت: در حال حاضر سوخت به اندازه کافی وجود دارد و موجودی انبارها کاملا پر است.

وی افزود: خروجی از انبارها و سوختی که به پمپ بنزین‌ها می‌رسد طبق روال عادی گذشته است و مشکلی از این بابت نیست.

سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی خاطرنشان کرد: در حال حاضر هیچ مشکلی نه در بخش موجودی، حمل و نقل و بخش توزیع وجود ندارد و جایگاه‌ها همچون گذشته روال عادی سوخت‌رسانی را انجام می‌دهند.

### پیش‌بینی قیمت خودرو در مهرماه

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو گفت پیش‌بینی ما برای نیمه مهرماه این است چنانچه قرار باشد قیمت دلار افزایش یابد قیمت خودروهای داخلی و خارجی گران خواهد شد. اکنون قیمت سانتافه مدل ۲۰۱۸ دو میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان است.

روند صعودی قیمت دلار قیمت خودروهای خارجی را به شکل بی‌سابقه‌ای گران کرده است. تحلیلگران بازار معتقدند چنانچه دلار ارزان نشود قیمت خودروهای ایرانی و خارجی هم ارزان نخواهد شد.

**پیش‌بینی قیمت خودرو در هفته آینده**

در همین حال دبیر انجمن واردکنندگان خودرو از افزایش بی‌سابقه قیمت خودروهای خارجی خبر داد و به تجارت‌نیوز گفت: با افزایش سرسام‌آور قیمت دلار قیمت خودروهای خارجی و داخلی به شکل بی‌سابقه‌ای گران شده است. با توجه به سیر افزایشی قیمت دلار قیمت خودروهایی خارجی و داخلی مجدد گران خواهد شد چراکه با دلار ۲۸ هزار تومانی خودروسازان مدعی هستند که در حالت زیان قرار دارند.

مهدی دادفر افزود: پیش‌بینی ما برای نیمه مهرماه این است چنانچه قرار باشد قیمت دلار افزایش یابد قیمت خودروهای داخلی و خارجی گران خواهد شد. اکنون قیمت سانتافه مدل ۲۰۱۸ دو میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان است. تویوتا راوفور با قیمت یک میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان خرید و فروش می‌شود. تویوتا پریوس نیز با قیمت یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان معامله شده است. سوناتا نیز با قیمت یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان فروخته شده است.

او اضافه کرد: خودروهای خارجی با قیمت دلار ۴۰ هزار تومانی خرید و فروش می‌شود. متاسفانه بازار فعلی کالاها بازارگردان ندارد و تمام فرآیندها به شکل ناصحیحی اجرا می‌شود.

### سرعت گرفتن توسعه خودرو برقی

نخستین جلسه مشترک ایران خودرو و مپنا برای امکان‌سنجی همکاری مشترک برای توسعه خودروهای برقی برگزار شد و تا کمتر از یک ماه آینده با ادامه نشست‌های مشترک و بررسی ابعاد مختلف، تفاهم‌نامه همکاری تدوین خواهد شد.

به گزارش پایگاه خبری دانستنی آنلاین به نقل از ایکوپرس- در این نشست، راهبردهای پلتفرمی ایران خودرو در توسعه خودروهای هیبریدی، استراتژی‌های تامین قطعات و برآورد قیمتی خودروهای هیبریدی-برقی، تشریح شد. همچنین توانمندی‌ها و راهبردهای شرکت مپنا برای همکاری‌های مشترک با ایران خودرو مورد بررسی قرار گرفت.

معاون طراحی، توسعه و تکوین محصول ایران خودرو در این نشست، با بیان این که پلتفرم K۱۳۲ برای توسعه خودروی هیبریدی-برقی در نظر گرفته شده، اظهار کرد: تمام اجزای این پلتفرم متعلق به ایران خودرو است و قابلیت بالایی برای برقی‌سازی نیز دارد.

کیانوش پورمجیب تصریح کرد: به گونه‌ای برنامه‌ریزی کرده‌ایم که این خودرو را به سمت صنعتی‌سازی ببریم و اگر زمینه‌های اقتصادی فراهم شود، آماده تولید انبوه هستیم.

گورمجیب با اشاره به توانمندی‌های شرکت مپنا، زمینه همکاری را گسترده خواند و تاکید کرد: شکل‌گیری این همکاری می‌تواند حرکت در این مسیر را سرعت بخشد.

ایشان با بیان اینکه اگر خودرویی خوب و در سطح استانداردهای جهانی تولید کنیم، می‌توان به بازارهای صادراتی هم اندیشید، اضافه کرد: اگر همکاری‌های مشترک شکل گرفته و جنبه اجرایی پیدا کند، می‌توان پیش‌بینی کرد ظرف ۱۸ ماه خودروی برقی مبتنی بر پلتفرم K۱۳۲ قابل عرضه باشد.

مدیرعامل بخش تولید مپنا نیز در این نشست، با اشاره به توانمندی‌های موجود در این شرکت در زمینه نیروگاهی، پروژه‌های ریلی و نفت و گاز گفت: با توجه به ارتباط خودروهای برقی به زمینه فعالیت مپنا، وارد این بخش نیز شده‌ایم و قصد داریم در مسیر حل مشکل آلایندگی هوا به کمک خودروساز بیاییم.

محمدرضا روشنی مقدم از آمادگی مپنا برای فراهم کردن زیرساخت توسعه خودروی هیبریدی-برقی خبر داد و گفت: در زمینه امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری شارژر توانمندی لازم وجود دارد.

روشنی مقدم اضافه کرد: امکان جمع‌آوری اجزای پلتفرم برقی نیز توسط مپنا فراهم است. این توانایی با شکل‌گیری استارت‌آپ در این شرکت ایجاد شده است.

محمدرضا روشنی مقدم تاکید کرد: آماده همکاری با خودروسازان در زمینه‌های موردنظر آنان به‌عنوان توسعه‌دهنده، تامین‌کننده و یا شریک در تامین اجزای کلیدی خودروی برقی هستیم.

موسی رفان، مدیرعامل شرکت مهندسی و ساخت برق و کنترل مپنا (مکو) نیز در این نشست، ورود مپنا به حوزه برقی‌سازی خودرو را ناشی از مسئولیت‌های اجتماعی و شرایط کسب و کار دانست و گفت: این فعالیت می‌تواند با توجه به زمینه مرتبط به فعالیت‌های مپنا، موفق عمل کند.

## توانمندی‌های خود در انجام پروژه‌های زیست‌فناوری را محک بزنید

فرصتی فناورانه برای علاقه‌مندان به حوزه زیست‌فناوری با اجرای طرح‌ها و پروژه‌هایی که نیازی از کشور را رفع می‌کنند فراهم شد. ۱۰ مهرماه امسال رویدادی برای شناسایی دانشجویان مستعد، توانمندسازی آنها در حوزه مسائل صنعتی، تیم‌سازی و اتصال این افراد به مجموعه‌های فناور و صنعتی کشور برگزار می‌شود. همه دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های فنی و مهندسی، علوم پزشکی و علوم پایه کل کشور به شرکت در این رویداد و مسابقه فناورانه دعوت شدند. «مسابقه ملی رەزیست ۳» با همکاری بنیاد ملی نخبگان و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود. محورهای اصلی این رویداد شامل ۵ حوزه آب و محیط‌زیست، انرژی، حمل‌ونقل، زیست‌فناوری و هوشمندسازی است.

دریچه

## نوآوری در صنعت اسباب بازی

نسرین قرایی / کارشناس حوزه بازی و اسباب‌بازی در صنایع خلاق و فرهنگی: یکی از نکات زیبای زندگی رسول اکرم (ص) بازی کردن آن حضرت با کودکان برای پرورش شخصیت آنها با توجه به توانایی‌های جسمی و ذهنی کودکان است. چراکه مشارکت سازنده و هدفمند همسالان و بزرگسالان در بازی با کودک می‌تواند موقعیت خوبی برای اثرگذاری و آموزش غیرمستقیم مهارت‌ها و نکات اخلاقی به آنها باشد؛ امری که روانشناسی امروز نیز به آن اشاره دارد.

اهمیت بازی و اسباب بازی از گذشته‌های دور مورد توجه انسان بوده است. این پیشینه طولانی را می‌توان در نگاره‌های به جا مانده از مصر باستان که نشانگر تصاویری از توپ، عروسک، حیوانات کوچک و ارابه‌های دستی است، یافت. در بسیاری از این تصاویر کودکان را با ماسک‌های خاص می‌توان دید که به بازی‌های نمایشی پرداخته‌اند یا بزرگسالانی که در حال ساخت اسباب بازی هستند یا با کودکان بازی می‌کنند. نمونه‌هایی از این تصاویر را در آثار تاریخی به جا مانده از تمدن‌های کهن دیگر مانند روم و یونان باستان نیز می‌توان دید که نمایانگر اهمیت بازی و اسباب بازی است. در بسیاری از داستان‌ها و روایات مصر، یونان و روم باستان آمده است که عروسک‌ها و پیکره‌های سفالی را درون قبر کودکان می‌گذاشتند، تا در زندگی پس از مرگ هم سرگرم‌شان کند و این اهمیت بیش از پیش سرگرمی و نقش اسباب بازی در تفریح کودک را در اعصار گذشته نمایان می‌کند.

بازی فعالیتی آزاد است که کودک داوطلبانه و با هدف لذت و سرگرمی آن را انتخاب می‌کند، گاهی با ابزار و وسایل در کنار همسالان یا بزرگسالان و گاهی بدون هیچ‌یک از آنها. نکته مهم و حائز اهمیت این است که هم‌بازی باید همراه و هم‌سال کودک باشد، نه خیلی بزرگ‌تر نه خیلی کوچک‌تر.

همراه بزرگ‌تر گام‌های متفاوت‌تری برمی‌دارد که قاعده و قوانینش را کودک نه‌تنها نیاموخته که شاید از نظر توانمندی هم در آن سطح نباشد. همراه کوچک‌تر هم با گام‌های کوچک‌تر می‌تواند کودک را به یک‌نواختی و کسالت سوق دهد یا اعتماد نامناسب نسبت به توانمندی‌هایش در وی ایجاد کند. کودک و همبازی‌اش باید در یک حدود سنی باشند. یک گستره سنی مشخص با حیطه توانمندی‌های فیزیکی و شناختی یکسان. بزرگسالان در بازی با کودکان باید همسطح آنان به دنیای اطراف نگاه کنند و فعالیتی را برای همراهی انتخاب کنند که یا کودک در انجام آن نسبتا تواناست و یا می‌تواند با تلاش و مشارکت بزرگسال آن را انجام دهد. یکی از هم‌بازی‌های کودک اسباب بازی است که انتخاب مناسب آن به رشد و توسعه شناختی و فیزیکی بهتر کودک منجر می‌شود و این امر اهمیت رده‌بندی سنی اسباب بازی را به خوبی روشن می‌کند. بیش از ۵۰ درصد از شخصیت انسان در سال‌های پیش از دبستان شکل می‌گیرد. از آنجا که بازی زبان کودک است، خلق بازی و اسباب بازی مناسب نیازمند توجه و سرمایه‌گذاری مادی و معنوی ویژه‌ای است. دانشمندان معتقدند برای آموزش و ترویج هر آموزه و مفهومی بهترین زمان سال‌های پیش از دبستان بوده و بهترین روش برای یادگیری، تجربه و اکتشاف است. همانگونه که ژان پیاژه روانشناس سوئیسی، از پیشگامان مطالعه در حوزه کودک، به یادگیری اکتشافی باور دارد و کودک را دانشمند فعالی می‌داند که از طریق تجربه و اثرگذاری روی محیط آن را کشف می‌کند.

کودک در بازی‌های مختلف با ابزار متفاوت به کشف و تعامل با محیط اطراف خود مشغول می‌شود. در حین بازی با تمرین و تکرار برای خود تجربه‌اندوزی می‌کند. شاهد این امر شباهت برخی از اسباب‌بازی‌ها به ابزار و وسایل دنیای بزرگسالان است، مانند آسیاب بادی، ارابه و اسب که اشیای واقعی در مقیاس کوچک هستند و در نخستین کتاب‌های چاپی از دوره‌های مختلف نیز دیده می‌شوند.

تقلید بازی و ابزار آن از دنیای بزرگسالان قاعدتاً نه‌تنها در سرگرمی کودک که در تجربه و یادگیری آنچه برای دوران بزرگسالی حیاتی است نیز موثر است. کودک در بازی با عروسک‌هایش کارهای پدر و مادر در طول شبانه روز را تکرار کرده و نگهداری، پرورش دادن و بسیاری از ویژگی‌های اخلاقی پدر و مادر را فرا می‌گیرد. در بازی با توپ‌ها، ماشین‌ها یا سایر اسباب بازی‌ها حرکت، توازن، ترتیب، چیدمان، عبور و مرور و ... را بارها و بارها مرور می‌کند. از این رو بازی و اسباب بازی به هر شکلی می‌تواند تجربه‌ای باشد سرشار از یادگیری که نه‌تنها مهارت‌های فیزیکی کودک که مهارت‌های شناختی وی را نیز تقویت می‌کند. بنابراین بازی همانطور که ابزار لذت و نشاط کودک را فراهم می‌آورد، در توسعه جسمی، هوشی، حسی و هیجانی کودک نیز موثر است. اهمیت بازی و اسباب بازی در امر آموزش از سالیان دور و از زمان افلاطون و ارسطو مورد توجه بوده و هست. امروزه بهترین روش‌های آموزشی دنیا بر تجربه، سرگرمی و اکتشاف استوار است مانند، سرگرم‌آموزی، بازی‌آموزی، های اسکوپ و بازی‌های مانند اینها.

آنچه بازی و اسباب‌بازی را اثربخش و هدفمند می‌کند شناخت کافی از دوران کودکی و مراحل رشد کودک است. با توجه به نظریات رشد، در هر دوره سنی از تولد تا پایان کودکی (۱۵ سالگی) توانایی‌های خاصی با توجه به محدودیت‌های فیزیکی و شناختی در کودک ایجاد یا تقویت می‌شود که این امر تعیین‌کننده عملکرد کودک در هر مرحله است. بازی‌ها با توجه به مراحل رشد شناختی، هیجانی و اجتماعی کودک دسته‌بندی‌های گوناگونی دارند. شناخت مراحل رشد و بررسی هر یک کمک می‌کند تا والدین، مراقبین، دست‌اندرکاران آموزشی و طراحان و تولیدکنندگان بازی و اسباب بازی بهترین انتخاب در این حوزه را داشته باشند و در راستای تکمیل مراحل رشد کودک گام بردارند.

عدم تطابق اسباب بازی با گروه سنی مخاطب می‌تواند منجر به بروز مشکلات اساسی در شناخت و باورهای کودک شود و این نیاز به رده‌بندی سنی را بیش از پیش روشن می‌سازد. برای هر گروه سنی ۴ ویژگی اساسی اسباب بازی‌ها باید مورد بررسی و توجه قرار گیرد که عبارتند از: کاربری، کاربردی، محتوا و ایمنی.

یک اسباب بازی باید برای گروه مخاطب قابل استفاده بوده و مهارت‌هایی بیش از حد توان وی را طلب نکند. این امر به کاربری اسباب بازی در گروه سنی مدنظر اشاره دارد. علاوه بر این اسباب بازی‌ها از نظر کاربرد نباید خیلی ساده و پیش پا افتاده باشند و هیچ چالش و جذابیتی را برای مخاطب در پی نداشته باشد. از نظر محتوای اسباب بازی‌ها، طراحان علاوه بر درک و توان تحلیل امور از دید کودک باید مسائل فرهنگی و محیطی را نیز مورد توجه قرار دهند و در آخر ایمنی اسباب بازی است که با توجه به گروه سنی مخاطب باید استانداردهای خاصی را از نظر نوع مواد تولیدی، اندازه و شکل مدنظر داشت.

یکی از چالش‌های اساسی اسباب بازی‌ها عدم تطابق رده‌بندی سنی ذکر شده روی بسته‌بندی آنها با نوع محصول است. این مسئله منجر می‌شود تا کودک در چالش با اسبابی که سنخیتی با توانمندی‌هایش ندارد، دچار تعارضات مختلفی شود که عدم اعتماد به نفس و اتکا به توانایی‌های فردی یکی از آنها است.

شناخت مراحل رشد و ویژگی‌های هر مرحله، استانداردهای رده‌بندی سنی (کاربری، کاربرد، محتوا و ایمنی) و آشنایی کافی با فرهنگ و زیست بوم می‌تواند منجر به آفرینش ابزاری شود که مخاطب را تمام و کمال در راستای اهداف ذکر شده هدایت کند. به نظر می‌رسد باید سازوکارهایی برای رده‌بندی سنی مناسب اسب بازی اندیشیده و طراحی شود.

بر این اساس، صنعت بزرگ اسباب‌بازی‌سازی در کشور که از جمله صنایع خلاق محسوب می‌شود باید تمام این نکات و موارد مهم را در نوآوری‌های خود موردنظر قرار دهد. در واقع نوآوری به معنای عبور از مقدمات و ملزومات مهم و علمی ساخت اسباب‌بازی نیست، بلکه به معنای خلق تجربه‌های جدید و مفرح در کودکان با استفاده از اصول و قوانین پذیرفته شده علمی و آموزشی در این صنعت است. در کشور ما نیز با توجه به وجود بازار مصرف گسترده، ظرفیت قابل توجهی در اختیار این صنعت قرار داد، در صورتی که دستگاه‌های اجرایی همکاری لازم را عرضه کنند. شرکت‌های خلاقی که در این زمینه فعال هستند، آمادگی دارند تا این صنعت را به شکل چشمگیری متحول کنند.

## آمازون نمایشگر هوشمند «اکو شو ۱۰» و اس

**نسل چهارم اسپیکرهای هوشمند «آمازون اکو» با طراحی جدید کروی شکل، پردازنده سفارشی مبتنی بر یادگیری ماشینی و افزایش سرعت در پردازش و پاسخ‌دهی به درخواست‌ها، با قیمت ۹۹ دلار اول آبان ماه (۲۲ اکتبر) به بازار عرضه می‌شود. همچنین آمازون از نمایشگر هوشمند «آمازون اکو شو ۱۰» نیز با قابلیت حرکت کردن روی پایه موتوری و دنبال کردن کاربر رونمایی کرد. به گزارش دیجیاتو، نسل چهارم اسپیکرهای هوشمند آمازون در کنار طراحی جدید کروی، از مزایای دیگری همچون پخش بهتر صدا نیز بهره می‌برند، اما اساسی‌ترین تغییری که در اسپیکر به وجود آمده، ماژول جدید تشخیص گفتار است که می‌تواند به راحتی صدای کاربر را پردازش کرده و سریع‌تر از قبل به درخواست‌های دریافتی واکنش نشان دهد.**

**یکی دیگر از قابلیت‌های اضافه‌شده به آمازون اکو جدید، ماژول سیلیکونی «Neural Edge AZ1» است که قبل از ارسال درخواست به فضای ابری، صدای فرد درخواست‌کننده را با استفاده از الگوریتم‌ها پردازش می‌کند. درنتیجه به نظر می‌رسد پاسخ‌دهی اسپیکر هوشمند سرعت می‌بخشد.**

**براساس اعلام آمازون، اسپیکر جدید ترکیب پلاس» را به همراه دارد و از «Zigbee» نیز پلتفرم‌های ارتباط بین گجت‌های هوش هوشمند منزل با کمک اسپیکر هوشمند یک به آن توجه نشان می‌دهند. اسپیکر نسل چ شبکه بی‌سیم آمازون «سایدواک» (Sidewalk شرکت است نیز کار می‌کند. مهرماه سال گذ به عنوان پروتکلی امن از طریق پهنای باند**

## ارائه یک بسته خدمتی مسیر حرکت شرکت‌های دانش‌بنیان را هموار می‌کند

بسیاری از شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان، فناور و خلاق در زمینه اخذ گواهینامه‌ها و مجوزها و استانداردهای لازم در حوزه کاری خود، با چالش مواجه هستند. فرآیند اخذ این گواهینامه‌ها و هزینه مربوط به آن مسائلی را برای این شرکت‌ها به وجود می‌آورد. بر این اساس، یک بسته خدمتی با عنوان «تهیه گزارش نیازسنجی گواهینامه‌ها و مجوزها» در معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری تدوین شده است.

یکی از مشکلاتی که شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور با آن روبه‌رو هستند، مبحث گواهینامه‌ها، مجوزها و استانداردها است. شناخت هر کدام از این موارد و نحوه کسب یک گواهینامه یا استاندارد، نیاز به دانش و اطلاعاتی دارد که باید آموزش داده شود. در برخی مواقع یک مجوز یا گواهینامه به شرکت دانش‌بنیان، خلاق و فناور، معرفی می‌شود تا آن را اخذ کند و شرکت هزینه قابل توجهی نیز پرداخت می‌کند، اما در نهایت این گواهینامه یا استاندارد کیفیت محصول یا خدمات سودی برای آن مجموعه ندارد و شرکت زیان می‌کند. برای حل این مشکل یک بسته خدمتی با عنوان «تهیه گزارش نیازسنجی گواهینامه‌ها و مجوزها» تعریف شده است. در این خدمت، انواع گواهینامه‌های سیستمی مانند انواع ایزوها (ISO۲۰۰۹ ، ISO۲۰۱۱) و انواع گواهینامه‌های مربوط به محصولات دانش‌بنیان، خلاق و فناور وجود دارد. در واقع براساس جزییات این خدمت، راهنمایی و کمک لازم برای اخذ گواهینامه‌های لازم در این بسته خدمتی گنجانده شده است. همچنین مشاوران و کارشناسان مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، راهنمایی‌های لازم را برای عضویت در انجمن‌ها و مراکز صنفی حوزه کاری آن شرکت در این بسته خدمتی قرار داده‌اند.

یکی دیگر از موارد قرار گرفته در این بسته خدمتی، حمایت‌های مالی برای اخذ گواهینامه‌ها و استانداردهای لازم است. در واقع معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری با تخصیص منابع به شرکت‌های دانش‌بنیان، فناور و خلاق کمک می‌کند تا هزینه‌های لازم برای دریافت و اخذ این گواهینامه‌ها را پرداخت کنند.

## دانش‌بنیان‌ها در هشتمین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت

معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت هشتمین دوره نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت هم‌زمان با هفته پژوهش و بیست¬ و یکمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش و فناوری کشور در محل نمایشگاه بین‌المللی تهران و با رعایت کلیه دستورالعمل‌های بهداشتی ستاد ملی مبارزه با کرونا برگزار می‌شود.

پیمان صالحی با بیان اینکه این نمایشگاه ۲۷ تا ۳۰ آذرماه سال جاری برگزار می‌شود، ادامه داد: دوره قبلی نمایشگاه در سال گذشته یکی از مصداق¬های «رونق تولید» بود که با توجه ویژه معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور تولیدکننده تجهیزات تاکنون منجر به فروش ۲۳۰ میلیارد تومانی محصولات در نمایشگاه شد که حدود دو برابر دوره قبل از آن بود. رئیس نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت درباره حمایت از خرید تجهیزات و به‌روز رسانی آزمایشگاه¬ها و کارگاه¬ها در مدارس و مراکز کار و دانش و فنی و حرفه¬ای در هفتمین دوره نمایشگاه گفت: امضای تفاهم‌نامه میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و وزارت آموزش و پرورش در این دوره از نمایشگاه با اختصاص یارانه ۵۰ درصد برای مدارس و ۷۰ درصد برای پژوهش‌سراهای دانش‌آموزی تاکنون بالغ بر ۴۵ میلیارد تومان تجهیزات آموزشی توسط نهادهای تابعه وزارت آموزش و پرورش خریداری شده است.

وی همچنین افزود: هشتمین دوره نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ایران ساخت، در ۱۴ بخش موضوعی نفت و پتروشیمی، برق، الکترونیک و نرم‌افزار، عمران و ساختمان، مکانیک، شیمی و متالوژی، کشاورزی و محیط‌زیست، فیزیک پایه، تجهیزات عمومی آزمایشگاهی، مواد آزمایشگاهی، مهندسی پزشکی و زیست مواد، تجهیزات تست و آزمون صنعتی، خدمات کالیبراسیون و یک بخش موضوعی جدید برای حمایت از شرکت¬های دانش-بنیان و فناور تولیدکننده تجهیزات آموزشی موردنیاز آموزش و پرورش برگزار می‌شود.

# پیکر «اکو» را با طراحی کروی معرفی کرد

ی تشخیص گفتار مبتنی بر یادگیری ماشینی
ا چنین فرآیندی، صدها میلی ثانیه به زمان
.
ی از ویژگی‌های نسل سوم آمازون اکو و «اکو
شتیبانی می‌کند؛ زیگبی یکی از موفق‌ترین
ند خانگی است. کنترل سایر دیوایس‌های
ی از قابلیت‌هایی است که بسیاری از کاربران
چهارم آمازون علاوه بر پشتیبانی از زیگبی، با
Amazon Sid) که شبکه بی‌سیم محلی این
دشته شبکه بیسیم سایدواک معرفی شد تا
پایین، انرژی موردنیاز دیوایس‌های اینترنت
اشیا را تامین کند و آنها را از فواصل دور به شبکه متصل نماید. همان‌طور که گفته شد، جدیدترین نمایشگر هوشمند پرچمدار خود یعنی «اکو شو ۱۰» را نیز رونمایی کرد که تغییراتی نسبت به نسل قبلی خود دارد. این نمایشگر به جای آنکه در یک موقعیت ثابت بماند، به واسطه قرار گرفتن روی پایه موتوری و با استفاده از فناوری بینایی رایانه و قدرت مکان‌یابی، توانایی چرخیدن و حرکت کردن دارد.

نمایشگر هوشمند ۱۰ اینچی جدید همانند نسل قبلی خود تصاویری با رزولوشن اچ دی ارائه می‌دهد و از ماژول «AZ1» و «نت‌فلیکس» نیز پشتیبانی می‌کند.

اکو شو ۱۰ مجهز به دوربین جدید ۱۳ مگاپیکسلی است و در هنگام ارتباط تصویری با کاربر قابلیت زوم کردن را نیز دارد. وقتی کاربر در محیط خانه یا آشپزخانه در حرکت است، دوربین با کمک پردازشگر مبتنی بر بینایی ماشین، وی را دنبال می‌کند. نمایشگر جدید هوشمند با قیمت ۲۴۹,۹۹ دلار به فروش می‌رسد.

## از واردکننده به بازیگر بین‌المللی صنعت توربین تبدیل شدیم

توربین و تجهیزات جانبی آن از جمله نیازهای صنعتی در کشور است. این نیاز با تلاشی دانش‌بنیان بومی‌سازی شد و در اختیار صنایع نیروگاهی نفت و گاز قرار گرفت. پیش از این واردات تنها مسیر تامین این نیاز در کشور بود.

شرکتی دانش‌بنیان از سال ۷۸ در کشور پا گرفت تا پاسخی باشد به نیاز صنعت نفت و گاز در حوزه تامین توربین‌های گاز و بخار نیروگاهی. بازاری بزرگ که پیش از آن توسط دیگر کشورها تامین می‌شد. در حال حاضر این شرکت با ثبت تولید و تحویل بیش از ۳۰۰ واحد توربین‌های گاز و بخار نیروگاهی به بازار ایران و منطقه خاورمیانه در کارنامه خود، یک بازیگر بین‌المللی در صنعت توربین محسوب می‌شود.

یادداشت

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری:

## صداوسیما برنامه‌های جدید دانش‌بنیان می‌سازد

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری در حاشیه دیدار رئیس و مسئولین سازمان صداوسیما از مجموعه پارک فناوری پردیس معاونت علمی، گفت همکاری‌های دوجانبه معاونت و رسانه ملی از سابقه و عمق قابل توجهی برخوردار است. با توجه به تاکیدات مجدانه رهبر فرزانه انقلاب، برای حمایت از زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان کشور، سازمان صداوسیما سعی کرده است تا صدای رسای این زیست‌بوم در جامعه باشد.

پرویز کرمی، مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری ضمن تشریح سوابق و جزییات همکاری‌های دوجانبه میان صداوسیما و معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، گفت: صداوسیما تلاش‌های قابل تقدیری برای پژواک و معرفی تلاش‌های فعالان دانش‌بنیان در جامعه انجام داده است. با این همه، همکاری‌های دوجانبه در گام دوم انقلاب باید به شکل ساختارمندتری پیگیری شود.

توسعه همکاری‌های دوجانبه

نماینده تام‌الاختیار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در سازمان صدا و سیما در ادامه افزود: در دیدار رئیس و مسئولین دو نهاد توافقات بسیار خوبی صورت گرفت و با توجه به دستورات و اقدامات رئیس محترم سازمان صداوسیما، فعالان دانش‌بنیان و فناور به زودی حضور پررنگ‌تر و پرتعداد در شبکه‌های مختلف سیما و صدا خواهند داشت.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، افزود: با توجه به تفاهم صورت گرفته مقرر شده است تا کمیته‌ای مشترک میان مسئولین دو نهاد برای پیگیری برنامه‌های جدید و همکاری‌های مشترک تشکیل شود. در نشست مشترک برگزار شده همچنین، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری به عنوان نماینده معاونت و هماهنگ‌کننده شرکت‌های دانش‌بنیان با نماینده رسانه ملی تعیین شد.

ساخت چند برنامه جدید

رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در ادامه گفت: براساس دستور و مساعدت رئیس صدا و سیما، ۵۰درصد از زمان برنامه‌های شبکه ۴ سیما به عنوان شبکه دانش کشور باید به بازتاب فعالیت‌های صورت گرفته در زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان اختصاص یابد. همچنین در این نشست که با حضور علی فروغی رئیس شبکه سه برگزار شد، مصوب شد تا این شبکه نیز به عنوان شبکه جوان، چند برنامه جدید برای معرفی اقتصاد دانش‌بنیان محصولات، خدمات و توانمندی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور به جامعه، در دستور داشته باشد.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری ضمن اشاره به جزییات برنامه‌های در دست تهیه، افزود: ساخت دوره جدیدی از برنامه‌های فناوری‌محور، تهیه تیزرهای تبلیغاتی و ساخت مستندهای جدید در ارتباط با زیست‌بوم نوآوری کشور از دیگر دستورات رئیس سازمان صداوسیما در این نشست بود.

وی ضمن توضیح نحوه تصمیم‌گیری در مورد محتوای برنامه‌های در دست تهیه، گفت: در این نشست با توجه به نقطه نظرات مطرح شده، ساخت سریال با موضوع اقتصاد دانش‌بنیان و فعالیت‌های فناورانه در دستور کار قرار گرفت. همچنین رئیس سازمان صداو سیما اعلام کرد که بخش مشخصی از برنامه‌های خبری این رسانه به بازتاب رخدادها و توانمندی‌های حوزه نوآوری و فناوری در کشور تخصیص می‌یابد.

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، در ادامه افزود: شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی صداوسیما نیز براساس راهبردهای تعیین‌شده از سوی کمیته مشترک، به معرفی محصولات دانش‌بنیان در خارج از مرزهای کشور خواهند پرداخت. ریاست سازمان صداوسیما همچنین در این نشست بیان کرد که شبکه نهال باید با تهیه برنامه‌های ویژه کودکان و نونهالان آنها را با زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان آشنا سازد.

به گفته مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، تصمیم‌گیری در مورد محتوا و خط مشی برنامه‌های جدید و پیگیری تصمیمات اخذشده در این نشست، از جمله وظایف کمیته مشترک تعیین‌شده میان دو نهاد خواهد بود.

## نخستین تاکسی‌های پرنده مهرماه به آسمان ایران می‌آیند

اگر بگوییم که نیمی از عمر ما یا ساعات روزمره‌مان را در ترافیک از دست می‌دهیم پربیراه نگفته‌ایم؛ ترافیکی که گاه یک مسیر نیم ساعته را برای‌مان تا دو ساعت ادامه‌دار می‌کند و به روح و روان‌مان لطمه می‌زند. اما رفع این چالش روزمره را در حال حاضر چاره‌ای نیست و تنها با اتخاذ برخی سیاست‌ها و بهبود رفتارهای ترافیکی، عوارض آن کمی سبک‌تر شده است. البته که اجرای برنامه‌های حمل‌ونقل هوشمند را باب ورود به کاهش این مشکلات می‌دانند؛ برنامه‌هایی که افزایش بهره‌وری، کاهش ترافیک، کاهش آلودگی هوا، کاهش تصادفات و ایجاد کسب‌وکارهای نوین را به دنبال دارد. توسعه حمل‌ونقل هوشمند یکی از اولویت‌های ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل هوشمند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. این کار ذیل برنامه‌های مختلفی در ستاد پیگیری می‌شود. یکی از آنها اجرای طرح تاکسی هوایی است؛ پرنده‌های بین‌شهری که قرار است نقش تاکسی‌های زردی را بازی کنند که روزانه تعداد بالایی از شهروندان را برای رسیدن به مقصد جابه‌جا می‌کنند.

منوچهر منطقی، ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل هوشمند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره این تاکسی‌ها می‌گوید: فعلا قرار است از این نوع وسایل نقیله در مناطق کم‌تردد استفاده شود. این کار اگر در استان‌ها و شهرهای کمتر برخوردار هم قابلیت اجرایی داشته باشد قطعا رونق اقتصادی را برای آنها به همراه خواهد داشت.

به گفته او، طرح تاکسی هوایی با هواپیماهای ۴ تا ۱۹ نفره آغاز می‌شود. در این طرح همه فرودگاه‌های کم‌تردد کشور فعال می‌شود و هواپیماهای موجود در این کلاس می‌توانند خدمات‌رسانی بیشتری داشته باشند. منطقی ادامه می‌دهد: این طرح پیش از انقلاب کلید خورده بود اما به دلایل متعددی اجرای آن به تعویق می‌افتاد، اما ما در ستاد این طرح را به صورت جدی پیگیری کردیم و با توان دانش‌بنیان‌های‌مان توانستیم آن را به مرحله اجرا برسانیم.

## فناوران در ۴ سطح از خدمات بیمه درمانی بهره‌مند شدند

در راستای گسترش بیمه در میان فعالان فناور زیست‌بوم نوآوری کشور شرکت‌های دانش‌بنیان، فناور و خلاق می‌توانند در چهار سطح مختلف از خدمات بیمه شبکه فناوری و نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری بهره‌مند شوند.

متقاضیان تا ۱۵ مهرماه فرصت دارند تا کارکنان شرکت و والدین خود را برای دریافت بسته حمایتی بیمه ثبت نام کنند.

طیف گسترده‌ای از فعالان زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان کشور اعم از شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور و همچنین شرکت‌های مستقر در پارک‌های علم و فناوری می‌توانند از این بسته خدمتی استفاده کنند.

براساس طرح ارائه‌شده از سوی شبکه فناوری و نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری (تینت)، متقاضیان می‌توانند در چهار سطح مختلف از خدمات بیمه‌ای استفاده کنند، کارکنان این شرکت‌ها علاوه بر همسر و فرزندان، می‌توانند والدین خود را نیز تا سقف ۷۰ سال بیمه کنند.

این بسته خدمتی، میزان کم‌نظیری از خدمات درمانی را شامل هزینه‌های بیمارستانی تخصصی و عمومی، زایمان، درمان نازایی، انواع هزینه‌های پاراکلینیکی و دندانپزشکی را ارائه می‌دهد.

نرخ حق بیمه از طریق این طرح در مقایسه با سایر بیمه‌های درمان تکمیلی و طرح‌های مشابه به میزان قابل توجهی پایین‌تر و ارزان‌تر است. همچنین این طرح، مشکل محدودیت ۵۰ نفر پرسنل برای شرکت‌های طرف قرارداد را ندارد.

در طرح ویژه این بسته خدمتی مجموع تعهدات برای هزینه‌های بیمارستانی و جراحی‌های مهم، در دو سرفصل ۵۰ و ۱۰۰ و در مجموع ۱۵۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده است.

علاقه‌مندان تا ۱۵ مهر سال جاری فرصت دارند تا با مراجعه به سامانه شبکه فناوری و نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری ضمن اطلاع از جزییات بیشتر این طرح، نسبت به تکمیل فرم‌های ثبت‌نامی اقدام کنند.

## کارگاه برندینگ

### جهش ۲۵۰ میلیارد دلاری صنعت خرده‌فروشی آنلاین در ۵ سال آینده

به قلم: کاترین داگلاس موران کارشناس کسب و کار دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

براساس گزارش موسسه مارکاتوس، مشتریان در زمینه خرید از خرده‌فروشی‌های حضوری وفاداری بسیار زیادی از خود نشان می‌دهند. همین امر موجب بروز مشکلاتی برای خرده‌فروشی‌های آنلاین در زمینه جلب نظر مشتریان شده است. شاید در نگاه نخست خرید آنلاین سرعت بسیار بیشتر در کنار دردسر کمتر برای برندها به ارمغان بیاورد، اما نکته مهم در این بین لذت خرید به صورت حضوری است. این نکته در مورد خرده‌فروشی‌های آنلاین دقیقا برعکس است. بر این اساس اغلب مشتریان در زمینه خرید آنلاین وفاداری بسیار اندکی به برندها دارند. یکی از دلایل اصلی این امر دشواری برندسازی در فضای آنلاین است. خرده‌فروشی‌های حضوری در دهه‌های متمادی با تعامل مستقیم با مشتریان موفق به برندسازی مناسبی شده‌اند. علی رغم دشواری‌های فعالیت در زمینه خرده‌فروشی آنلاین برخی از نکات این حوزه را به شدت سودآور کرده است. شیوع ویروس کرونا در طول ماه‌های اخیر خرده‌فروشی‌های آنلاین را به شدت از رقبای حضوری‌شان جلو انداخته است. بر این اساس بسیاری خرده‌فروشی‌های حضوری نیز اقدام به ورود به عرصه دیجیتال کرده‌اند.

امروزه خرید آنلاین یک گزینه دلبخواهی نیست. بسیاری از مشتریان برای خرید مطمئن و ایمن چاره‌ای جز مراجعه به فروشگاه‌های آنلاین ندارند. این امر با شیوع ویروس کرونا خطرهای زیادی پیش روی مردم قرار داده است. خرده‌فروشی‌های حضوری نیز با استفاده از شرایط کنونی در تلاش برای حضور هرچه بهتر در عرصه دیجیتال هستند.

براساس گزارش موسسه مارکاتوس، فروش خرده‌فروشی‌های آنلاین در بازه زمانی ۵ سال آینده افزایش قابل توجهی خواهد داشت. این افزایش معادل ارزش ۲۵۰ میلیارد دلاری است. یکی از دلایل اصلی این ارزیابی درگیری بلندمدت با ویروس کروناست. با این حساب رفتار مشتریان در زمینه خرید برای مدتی طولانی معطوف به خرده‌فروشی‌های آنلاین خواهد بود. امروزه برندهای بسیار زیادی در معرض کسب سودهای فراوان از خرده‌فروشی آنلاین هستند. این امر انگیزه سایر برندها برای حضور در این صنعت را افزایش داده است. بر این اساس در سال‌های آینده شاهد افزایش رقابت میان خرده‌فروشی‌های آنلاین خواهیم بود.

مهمترین چالش پیش روی خرده‌فروشی‌های آنلاین مسئله جلب وفاداری مشتریان است. اگر خرده‌فروشی‌ها توانایی جلب تعامل پایدار مشتریان را نداشته باشند، هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات هنگفتی را متحمل خواهند شد. این امر در طول دوران کرونا کمتر مورد توجه کارآفرینان قرار گرفته است. یکی از دلایل اصلی این امر عدم احساس نیاز خرده‌فروشی‌های آنلاین به جلب وفاداری مشتریان است. وقتی مشتریان در شرایط کرونایی انتخاب دیگری پیش روی ندارند، توجه به جلب وفاداری آنها مدنظر اغلب کسب و کارها نخواهد بود. برندهای تازه‌وارد به عرصه خرده‌فروشی آنلاین باید نسبت به این نکته توجه بسیار زیادی داشته باشند. در غیر این صورت سهم چندانی از سود سرشار حوزه موردنظر نخواهند برد.

**منبع: grocerydive.com**

### فولکس واگن رقیب جدید تسلا

به قلم: شان سزیمکازکی خبرنگار
مترجم: امیر آل‌علی

با توجه به این امر که مدیرعامل فولکس واگن اعلام کرده است که برند تسلا ۵ سال از سایر خودروسازها جلوتر است، به نظر می‌رسد که هیچ شانسی برای رقابت با این برند محبوب، وجود ندارد. با این حال برای جلب توجه بازار، همواره راهکارهایی وجود دارد. در این راستا فولکس واگن قرار است تا برای خودروهای برقی خود، ۲ سال شارژ رایگان را در نظر بگیرد تا افراد بیشتری به سمت خرید، ترغیب شوند. بنا بر اخبار منتشرشده این استراتژی قرار است که برای جدیدترین محصول آنها که تا چند هفته دیگر رونمایی خواهد شد، به اجرا گذاشته شود. نام این خودرو ID ۴ بوده و بسیاری از تحلیلگران این استراتژی را کاملا هوشمندانه توصیف کرده‌اند، با این حال نکته‌ای که ممکن است باعث شکست این طرح شود این است که برخی از افراد از برق خانگی برای شارژ اتومبیل‌های خود استفاده می‌کنند. به همین خاطر نیز ممکن است برای این دسته از افراد، چنین طرحی جذابیت لازم را نداشته باشد. درواقع نکته‌ای که کاملا مشهور است این است که فولکس واگن برای رقابت جدی‌تر، باید به دنبال تنوع دادن به طرح‌های خود باشد. در غیر این صورت ممکن است هزینه‌ها در این زمینه، با نتایج موردانتظار، همراه نباشد. به هر ترتیب باید دید که این محصول جدید، قدرت به چالش کشیدن ارزشمندترین برند خودروسازی حال حاضر جهان را خواهد داشت؟

**منبع: cnet.com**

بررسی پروژه‌های برندسازی مشترک برندها

# برندسازی مشارکتی با چاشنی شکست

به قلم: ربکا ریزباتو کارشناس بازاریابی در موسسه HubSpot
ترجمه: علی آل‌علی

برندسازی فرآیندی دشوار و حساس است. این امر برای بسیاری از کسب و کارها نگران‌کننده به نظر می‌رسد. همین امر موجب همکاری میان برندهای مختلف برای ساماندهی بهینه این فرآیند می‌شود. برندسازی با کمک دیگر برندها درست مانند مشارکت و همکاری میان دانش‌آموزان در مدرسه برای ارائه پروژه‌های کلاسی است. بدون تردید همه ما سابقه مشارکت در پروژه‌های مختلف در طول دوران تحصیل‌مان را داشته‌ایم. وقتی یک برند در عرصه کسب و کار شروع به همکاری با دیگر برندها می‌کند، علاوه بر منفعت جانبی این فرآیند، امکان یادگیری نکات تازه از سوی هر کدام از آنها نیز افزایش پیدا می‌کند.

بدون تردید برندسازی با کمک دیگر برندها گزینه جذابی برای کسب و کارها محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان ناتوانی کسب و کارها برای موفقیت در زمینه مشارکت با هم در تمام حوزه‌هاست. شکست یکی از پیامدهای طبیعی و احتمالی مشارکت میان کسب و کارهاست بنابراین برندها در زمینه برندسازی با مشارکت یکدیگر باید آمادگی مواجهه با شکست را نیز داشته باشند.

امروزه بسیاری از کسب و کارها در حوزه بازاریابی، مدیریت کسب و کار و برندسازی فقط به پیروزی و موفقیت فکر می‌کنند. بنابراین در صورت مواجهه با هرگونه ناکامی یا ایراد احتمالی توان مدیریت آن را از دست می‌دهند. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از مهمترین نکات در زمینه شکست برندسازی مشترک برندهای مختلف است. در این میان نگاهی به وضعیت برخی از نمونه‌های مشهور در زمینه شکست برندسازی مشترک خواهیم انداخت. سپس به سراغ واکاوی هرچه دقیق‌تر موضوع از طریق بررسی دلایل احتمالی شکست همکاری برندسازی خواهیم رفت.

**همکاری تارگت و نیمن مارکوس**

خرده‌فروشی تارگت و موسسه طراحی و فروش لباس نیمن تارگت در سال ۲۰۱۳ اقدام به همکاری گسترده برای برندسازی در مورد لباس‌های تازه کردند. برند تارگت در طول دهه‌های متمادی فعالیتش از نظر فروش لباس مشکل داشت. همین امر آنها را به سوی همکاری با نیمن مارکوس سوق داد. این همکاری با امیدواری بسیار گسترده برای بهبود وضعیت هر دو برند شروع شد. میزان سرمایه‌گذاری هر کدام از طرفین نیز قابل توجه بود.

اگر شما از طرفدارهای لباس و پوشاک لوکس باشید، به خوبی از قیمت‌های بالای گزینه‌های نیمن مارکوس آگاهی دارید. این امر بسیاری از خریداران را نسبت به خرید محصولات این برند ناامید می‌سازد. نکته مهم اینکه لباس‌های این برند در اغلب مراسم‌های بزرگ و بین‌المللی از سوی مهمان‌های ویژه مورد استفاده قرار می‌گیرد. با این حساب نیمن مارکوس یک برند لوکس و جذاب محسوب می‌شود.

ماهیت کسب و کار تارگت به عنوان یک خرده‌فروشی ارائه محصولات با قیمت پایین بود. این امر در دهه‌های متمادی شمار بالایی از مشتریان را جذب کرده بود. اشتباه اصلی مدیران ارشد تارگت اقدام برای همکاری با نیمن مارکوس بود. موسسه نیمن مارکوس یک تولیدکننده لباس‌های لوکس با سطح تیم بسیار بالا محسوب می‌شود. همین امر مشتریان تارگت را نسبت به خرید لباس‌های موردنظر منصرف می‌ساخت. کسب و کارها در زمینه بازاریابی و برندسازی باید به دنبال همکاری‌های بلندمدت باشند. این امر در صورت عدم تمرکز بر روی کسب و کارهای دارای اهداف و دامنه مشتریان مشترک امکان‌ناپذیر خواهد بود بنابراین هر کسب و کار در عمل باید تمرکز بالایی بر روی فرآیند برندسازی مشترکش داشته باشد. در غیر این صورت با مشکلات عمده‌ای مواجه خواهد شد.

تارگت به عنوان یک خرده‌فروشی عمده شهرتش را مدیون ارائه گزینه‌های ارزان برای مشتریان است. اگر آنها به این نکته توجه نداشته باشند، در بلندمدت امکان تاثیرگذار مناسب بر روی مشتریان را از دست خواهند داد. این امر دقیقا برای آنها و نیمن مارکوس روی داد. سال ۲۰۱۳ از نقطه نظر فروش پوشاک برای هر دو برند فاجعه‌بار بود. تاثیرات بلندمدت این همکاری نامناسب تا سال‌ها بعد نیز گریبانگیر تارگت بود. همین امر موجب صرف نظر طولانی‌مدت تارگت از ایجاد تغییرات در بخش ارائه پوشاک شد.

**همکاری کرفت و استارباکس**

یکی از همکاری‌های برندسازی که برای مدت زمانی طولانی دوام آورد، مربوط به کرفت و استارباکس است. نکته جالب در این میان پایان تلخ این همکاری با طرح مسئله در دادگاه و تبدیلش به یک نبرد واقعی بود. وقتی همکاری برندسازی کرفت و استارباکس شروع شد، این همکاری همراه با موفقیت بسیار زیادی بود. همین امر برندهای متعددی را نسبت به مشارکت در این حوزه ترغیب کرد. در ادامه فرآیند موردنظر بسیاری از شعبه‌های کرفت اقدام به تبلیغ برای استارباکس کردند. این امر در تبدیل استارباکس به یکی از کافه‌های مشهور در سراسر دنیا نقش مهمی ایفا کرد. با این حساب شاید استارباکس بسیار بیشتر از کرفت از همکاری دوجانبه‌شان سود برد.

براساس ادعای ویلیام نئومن، خبرنگار نیویورک تایمز، پایان همکاری کرفت و استارباکس در سال‌های بعد ناشی از ادعای استارباکس مبنی بر ناتوانی کرفت برای عمل به تعهداتش بود. این امر خشم مدیران ارشد کرفت را برانگیخت. به این ترتیب استارباکس امکان استفاده از شعبه‌های کرفت را از دست داد. این امر در کوتاه‌مدت برای استارباکس یک فاجعه تمام عیار بود. نتیجه این همکاری برندسازی در دادگاه‌های بین‌المللی و کشورهای مختلف تعیین شد. اگرچه هنوز هم شکایت‌های زیادی بین کرفت و استارباکس وجود دارد، اما نتیجه همکاری برندسازی آنها کاملا مشخص است.

بازاریابی و برندسازی در دنیای کنونی بدون آگاهی از نیازهای کسب و کار امکان‌پذیر نیست. بسیاری از کسب و کارها در مسیر جلب نظر مخاطب هدف اقدام به همکاری با هر برندی می‌کنند. این نشانه‌ای خطرناک از سوی کسب و کارها محسوب می‌شود. وقتی یک برند اقدام به برندسازی مشترک با یک موسسه یا شرکتی دیگر می‌کند، باید نسبت به تغییر هویتش در فرآیند همکاری آگاهی داشته باشد. برندهایی که تجربه همکاری، حتی در کوتاه‌مدت، را داشته‌اند، تا مدت‌ها کنار یکدیگر برای مشتریان ترسیم شده‌اند. همین امر در صورت همکاری نامناسب میان برندها مشکلات عمده‌ای را ایجاد خواهد کرد.

**همکاری Forever ۲۱ و آتکینز**

سال گذشته از نظر همکاری کسب و کارها برای برندسازی مشترک سال پرباری بود. برند Forever ۲۱ و آتکینز در سال گذشته نسبت به بازاریابی و برندسازی مشترک اقدام کردند. این همکاری در ابتدا ماهیت طولانی مدت داشت، اما پس از گذشت چند ماه به فاجعه‌ای تمام‌عیار تبدیل شد.

ماهیت همکاری میان Forever ۲۱ و آتکینز ارسال رایگان اسنک‌های آتکینز از سوی Forever ۲۱ بود. این امر در ابتدا همکاری جذابی برای بهبود روابط میان طرفین محسوب می‌شد. نکته مهم در این میان تفاوت حوزه فعالیت دو برند و عدم استقبال مشتریان از همکاری میان آنها بود. اغلب برندها در زمینه همکاری با یکدیگر برای بازاریابی و برندسازی به سلیقه مشتریان توجه ندارند. کسب و کارها برای موفقیت باید همیشه به نظرات مشتریان توجه داشته باشند. در غیر این صورت امکان همکاری و تاثیرگذاری بر روی مشتریان را از دست خواهند داد. امروزه بسیاری از برندها در فرآیند بازاریابی و برندسازی، علی رغم سرمایه‌گذاری گسترده، از همان ابتدا با شکست مواجه می‌شوند. دلیل این امر ذهنیت متفاوت مشتریان از یک برند و تمایل برای حفظ آن ذهنیت است.

اگر کسب و کارها بدون اطلاع از نظرات مشتریان اقدام به ایجاد تغییر در کسب و کار و وضعیت‌شان نمایند، ریسک بزرگی پیش روی آنها قرار خواهد گرفت. احتمال ریزش مشتریان در تمام همکاری‌های برندسازی وجود دارد. نکته جالب اینکه اغلب کسب و کارها نسبت به این نکته مهم از همان ابتدا توجهی ندارند. برهمین اساس مواجهه با شکست در عرصه کسب و کار و همکاری برندسازی امری رایج محسوب می‌شود. اگر برندها از همان ابدا نسبت به وضعیت همکاری‌شان با هم توجه داشته باشند، تعداد شکست‌های برندسازی به شدت کاهش خواهد یافت.

**همکاری برند شل و لگو**

یکی دیگر از همکاری‌های طولانی‌مدت میان برندها در زمینه برندسازی مشترک مربوط به شرکت شل و لگو است. این همکاری نزدیک به ۵۰ سال ادامه داشته است. با این حساب شکست همکاری موردنظر باید همراه با دلایل مشخصی باشد. در ابتدا، همکاری لگو با یک شرکت نفتی از نقطه نظر اقتصادی منطقی به نظر می‌رسد. برندهای عرصه سرگرمی برای کسب سرمایه باید اقدام به همکاری با شرکت‌ها و حتی اشخاص مختلفی نمایند. لگو با همکاری شل نیازی برای همکاری با سرمایه‌گذارهای متعدد و درگیری‌های حقوقی نداشت. همین امر همکاری موردنظر را بلندمدت ساخت.

پس از گذشت چند دهه از همکاری میان لگو و شل شهرت لگو در زمینه تولید اسباب بازی و سرگرمی به شدت افزایش یافت. این امر در کنار کاهش شهرت شل به دلیل فعالیت همراه با تخریب محیط زیست موجب بروز مشکلاتی شد. یکی از نکات مهم در این میان عدم تاثیرگذاری همکاری میان این دو برند در بلندمدت بود. نتیجه همکاری برندسازی شل و لگو برای هر دو طرف مطلوب بود، اما دیگر توجیهی برای لگو نداشت. همین امر همکاری موردنظر را به پایان رساند. نکته جالب در این میان عدم شکایت طرفین از هم در دادگاه‌های مختلف بود. با این حساب قطع همکاری شل و لگو یکی از دوستانه‌ترین شکست‌ها و پایان همکاری‌های عرصه کسب و کار محسوب می‌شود.

امروزه همکاری میان برندها در عرصه‌های مختلف با شکست مواجه می‌شود. این امر نتیجه حتمی هر همکاری نیست. بسیاری از برندها مانند شل و لگو همکاری بلندمدت و موفقی با هم داشته‌اند. نکته مهم در این میان شناسایی زمان مناسب برای پایان موفقیت‌آمیز همکاری است. در غیر این صورت مانند لگو با فشار مشتریان و کاهش فروش نیروی اجبار به همکاری موردنظر پایان خواهد داد.

**چرا همکاری برندسازی شکست می‌خورد؟**

بررسی همکاری‌های ناکام در زمینه برندسازی ایده جذابی در اختیار برندها قرار می‌دهد. اگر شما نیز قصد همکاری با دیگر برندها برای برندسازی موفقیت‌آمیز را دارید، تجربه همکاری برندهای بزرگ به کارتان خواهد آمد. نکته مهم در این میان عدم کفایت بررسی نمونه‌های شکست خورده است. کارشناس‌های کسب و کار برای کمک هرچه بهتر به برندها اقدام به ارزیابی نکات مشترک در شکست‌های متعدد برندسازی مشترک بوده‌اند. در ادامه برخی از دلایل اصلی شکست همکاری برندسازی کسب و کارها مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این نکات کمک قابل توجهی به شما برای جلب نظر مخاطب هدف و ادامه طولانی‌مدت همکاری را خواهد داشت.

**۱.ارتباطات ضعیف**

همکاری با یک برند دیگر برای برندسازی مشترک نیاز به ارتباط نزدیک میان دو طرف دارد. برخی از برندها نسبت به این نکته توجه کافی را ندارند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها ایجاد خواهد کرد. وقتی شما نسبت به ایجاد ارتباط مناسب با کسب و کار طرف قراردادتان توجه به خرج ندهید، بسیاری از امور براساس حدس و گمان مدیریت خواهد شد.

بدون تردید حوزه‌های فعالیت برندهای همکاری در زمینه بازاریابی یا برندسازی دارای تفاوت‌های معناداری است. همین امر موجب ضرورت ارتباط نزدیک آنها با هم می‌شود. یکی از نمونه‌های مناسب در مورد ارتباط نزدیک میان برندها مربوط به شل و لگو است. این دو برند در بیش از ۵۰ سال همکاری برندسازی جلسات هفتگی منظمی برای بهبود شرایط همکاری برگزار می‌کردند. این امر تاثیر بلندمدت و پایداری بر روی همکاری طرفین داشت.

یکی دیگر از نکات مهم در زمینه ارتباطات مربوط به تلاش برای نمایش جلوه‌ای انسانی از کسب و کارهاست. این امر در راستای ارتباط نزدیک میان طرفین امکان‌پذیر می‌شود. اگر شما نسبت به جلب نظر مخاطب هدف براساس نقاط مشترک کسب و کارهای‌تان اقدام نکنید، تفاوت‌ها موجب ناامیدی مشتریان می‌شود.

**۲.عدم هماهنگی داستان برندها**

همکاری برندسازی باید به نوعی مکمل هر کسب و کار باشد. اگر کسب و کارها دارای تفاوت عمده‌ای هستند، داستان آنها برای مخاطب هدف جذاب نخواهد بود. به عنوان مثال، همکاری یک برند تخصصی در زمینه تولید خودرو با شرکت‌های حوزه IT هیچ معنایی برای مشتریان ایجاد نخواهد کرد. برعکس، حوزه تولید پوشاک ورزشی و همکاری برندهای فعال در این حوزه با تیم‌های ورزشی مطرح یکی از بهترین نمونه‌ها محسوب می‌شود. وقتی داستان برندها امکان تکمیل هم را داشته باشد، همکاری موردنظر بسیار جذاب خواهد بود. این امر در مورد اغلب همکاری‌های برندسازی صحت دارد. نکته مهم از بین رفتن نقطه اشتراک میان کسب و کارها پس از گذشت زمان است بنابراین توجه به وضعیت کسب و کارها و تلاش برای نزدیکی مداوم‌شان به هم به منظور ادامه همکاری برندسازی ضروری است. در غیر این صورت باید نسبت به پایان دادن به همکاری موردنظر در مدت زمانی مشخص اقدام کرد. امروزه اشتباه اصلی برندها تلاش برای ادامه همکاری برندسازی حتی در شرایط بسیار دشوار است. همین امر مشکلات عمده‌ای پیش روی برندها قرار می‌دهد.

**۳.عدم توجه به مشتریان**

همانطور که در مثال‌های قبل مشاهده کردیم، همکاری میان برندها باید برای مشتریان نیز معنادار باشد. گاهی اوقات همکاری میان برخی از برندها برای مشتریان معنادار نیست. همین امر موجب بروز مشکلات عمده‌ای برای آنها می‌شود. مشتریان باید همیشه در مرکز فعالیت برندها قرار گیرند. این امر شامل تلاش برای جلب نظر آنها یا دست‌کم اطلاع از نظرشان در مورد همکاری میان برندهاست. اگر کسب وکارها به این نکته توجه نداشته باشند، در میانه همکاری با واکنش‌های منفی و متعدد از سوی مشتریان مواجه خواهند شد. این امر در بلندمدت موجب تاثیر منفی بر روی فعالیت کسب و کارها خواهد شد.

**۴. نگارش قراردادهای نامناسب**

همکاری میان برندها باید براساس قراردادهای معتبر باشد. برخی از برندها در این زمینه نسبت به نگارش قرارداد به طور کلی یا توجه به کیفیتش غفلت می‌کنند. نتیجه این امر درگیری‌های عمده در دادگاه‌ها بر سر مفاد قرارداد و تخلف یکدیگر است. نمونه‌های متعددی در این زمینه وجود دارد. بدون تردید درگیری میان برندها در دادگاه علاوه بر هزینه بالا از نظر مادی موجب بدبینی مشتریان نیز می‌شود. اگر شما قصد همکاری با یک برند دیگر را دارید، باید نسبت به نظرات مساعد مشتریان، مدیران ارشد و حتی کارمندان دو طرف اطمینان حاصل کنید. سپس با نگارش متنی مناسب و دقیق اقدام به عقد قرارداد برای مدت زمانی مشخص نمایید. یکی از ایرادات اغلب قراردادهای برندسازی مشارکتی مربوط به عدم تعیین زمان مشخص است. این امر در بلندمدت ایرادات بسیار زیادی به همراه خواهد داشت بنابراین از همان ابتدا باید نسبت به وقوع مشکلات برندسازی و همکاری دوجانبه اقدام کرد.

**منبع: blog.hubspot.com**

بررسی گزینه مسابقه در بازاریابی اینستاگرامی

# برگزاری مسابقه بازاریابی در اینستاگرام از ابتدا تا انتها

**به قلم: بیتانی کارترایت** کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

اینستاگرام با داشتن بیش از یک میلیارد کاربر فعال در طول ماه یکی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های آنلاین محسوب می‌شود. بسیاری از مردم دست‌کم یک حساب کاربری رسمی در این پلتفرم دارند. همین امر برندها و بازاریاب‌ها را نسبت به حضور در اینستاگرام ترغیب می‌کند. امروزه راهکارهای بازاریابی بسیار متنوعی پیش روی برندها قرار دارد. برخی از برندها در زمینه بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف اقدام به استفاده از مسابقه‌های جذاب می‌کنند. استراتژی برگزاری مسابقات در فضای آنلاین همیشه طرفدارهای خاص خود را داشته است. اکنون با شیوع ویروس کرونا و قرنطینه همراه با کاهش اجباری ساعت‌های کاری چنین استراتژی جذابیت‌های بیشتری خواهد داشت.

برگزاری مسابقات بازاریابی در اینستاگرام امر ساده‌ای نیست. توجه به تعداد بالای برندهای حاضر در اینستاگرام باید پیام روشنی برای بازاریاب‌ها داشته باشد. رقابت گسترده در اینستاگرام کار هر بازاریابی را سخت خواهد کرد بنابراین آگاهی از تکنیک‌های برگزاری مسابقه آنلاین اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. چالش اصلی در این میان عدم آگاهی بازاریاب‌ها از نحوه طراحی و شروع فرآیند بازاریابی است. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی موضوعات فوق خواهد بود. در ادامه شیوه برگزاری مسابقه بازاریابی در اینستاگرام و توصیه‌های مهم در این زمینه را با هم مرور خواهیم کرد.

### تعیین اهداف مشخص

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی امر کم‌هزینه‌ای محسوب می‌شود، با این حال چنین امری به معنای بازاریابی کاملا رایگان نیست. برندها برای فعالیت در هر حوزه‌ای باید هزینه مشخصی صرف نمایند. با این حساب توجه به اهداف مشخص برای بازاریابی ضروری خواهد بود. در غیر این صورت برندها بودجه‌شان را دور ریخته‌اند.

یکی از ایرادات اصلی بازاریاب‌ها عدم برنامه‌ریزی و تعیین اهداف پیش از حضور در عرصه بازاریابی است. این امر به معنای شروع فعالیت بازاریابی و سپس نگرانی در مورد اهداف پیش روی است. وقتی یک کمپین بازاریابی دارای اهداف از پیش تعیین شده نباشد، به سرعت با مشکلات حل‌ناشدنی مواجه خواهد شد.

فعالیت در هر بخش از بازاریابی باید با تعیین اهداف مشخص شروع شود. بدون شک هر برندی براساس نیازهای مشخص اقدام به حضور در عرصه بازاریابی می‌کند بنابراین باید اهداف موردنظر به خوبی برجسته و مشخص شود. اگر شما در زمینه تعیین اهداف بازاریابی برندتان با مشکل مواجه هستید، به کمپین‌های قبلی‌تان نگاه کنید. ایرادات اصلی کمپین موردنظر کدام است؟ ارزیابی ایرادات کمپین‌های قبلی نکات مفیدی برای تعیین اهداف تازه در اختیار شما قرار خواهد داد.

یکی از نکات مهم در زمینه برنامه‌ریزی و تعیین اهداف برای برگزاری مسابقه در اینستاگرام تعیین زمان مشخص برای آن است. مسابقات برای همیشه امکان اجرا ندارد بنابراین پیش از شروع مسابقه باید نسبت به بازه زمانی‌اش فکر کرد. در غیر این صورت جلب نظر مخاطب هدف برای شرکت در مسابقه بسیار دشوار خواهد شد.

### ایجاد شیوه ورود به مسابقه

ورود به مسابقه بازاریابی باید شیوه خاصی داشته باشد. در غیر این صورت شاید تعداد زیادی از کاربران وارد مسابقه شده و اطلاعات اندکی در اختیار شما قرار گیرد. برندها در هر صورت باید بر روی مخاطب هدف تاثیر گذاشته و در نهایت جایزه مشخصی به برندگان اعطا نمایند. اگر فرآیند ثبت نام در مسابقات وجود نداشته باشد، یافتن کاربران برنده مسابقه بسیار دشوار خواهد شد.

امروزه برندها از برگزاری مسابقات بازاریابی با هدف جمع‌آوری اطلاعات از مخاطب هدف استفاده می‌کنند، با این حساب ایجاد روندهای مشخص برای ثبت نام کاربران امری ضروری خواهد بود. نکته مهم در این میان احترام به حریم خصوصی کاربران است. معنای این امر درخواست برای دسترسی به اطلاعات عمومی مانند ایمیل، شماره تماس و چند پرسش در موردنظر کاربران در مورد برند است. اگر شما اقدامی فراتر از این انجام دهید، با واکنش منفی مخاطب هدف مواجه خواهید شد.

گام بعد در زمینه ساماندهی مسابقه بازاریابی مربوط به تعیین نحوه شرکت در مسابقه است. این امر شامل بیان هدف اصلی مسابقه و سپس تعیین شیوه پیروزی در آن است. امروزه کاربران بسیار زیادی تمایل به شرکت در مسابقات برندها دارند بنابراین شما باید برندگان پرتعدادی را اعلام نمایید. تمرکز بر روی یک برنده انگیزه کاربران برای شرکت در مسابقه را به شدت کاهش خواهد داد. اگر کسب و کار شما تجربه برگزاری مسابقه در اینستاگرام را نداشته است، مشاهده نمونه‌های موفق از برندهای بزرگ ایده مناسبی خواهد بود. این امر اطلاعات مفید و کاربردی در اختیار برندها قرار می‌دهد.

### خلق هشتگ مناسب

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بدون توجه به کاربرد هشتگ‌ها امکان‌ناپذیر است. اغلب کاربران برای جست‌وجوی محتوای مورد علاقه‌شان اقدام به استفاده از هشتگ‌ها می‌کنند. این امر اینستاگرام و بسیاری از پلتفرم‌های دیگر را بدل به نوعی موتور جست‌وجو کرده است. اگر مسابقه یک برند فاقد هشتگ مناسب باشد، انگیزه کاربران برای شرکت در آن کاهش خواهد یافت.

نقش اصلی هشتگ فراهم‌سازی شرایط دسترسی ساده کاربران و بازاریاب‌های برند به محتوای تولیدی کاربران است. برخی از برندهای بزرگ به طور مداوم اقدام به بازنشر محتوای باکیفیت مخاطب هدف در طول برگزاری مسابقه می‌کنند. استفاده از هشتگ فرآیند جست‌وجو میان میلیون‌ها محتوای مختلف در اینستاگرام را ساده‌تر خواهد کرد.

برخی از نکات مهم درخصوص انتخاب هشتگ به شرح ذیل است:

• انتخاب هشتگ باید در نهایت کوتاهی صورت گیرد. هشتگ‌های بلند اغلب انگیزه‌ای در مخاطب هدف ایجاد نمی‌کند بنابراین شانس شما برای تاثیرگذاری بر روی کاربران به شدت کاهش خواهد یافت.

• ارتباط مفهومی میان هشتگ با ماهیت برند و مسابقه باید مدنظر قرار گیرد. این امر دشواری بسیار زیادی برای برندها به ارمغان خواهد آورد. شاید شما نیاز به اختصاص زمان فراوان برای انتخاب نام مناسب برای هشتگ داشته باشید. این امر در نهایت امر ارزش‌اش را خواهد داشت.

• هشتگ یک برند باید خاطره‌انگیز و به یاد ماندنی باشد. در غیر این صورت به سرعت از سوی کاربران فراموش خواهد شد. استفاده از المان‌های نوستالژیک ایده مناسبی در راستای جلب توجه پایدار کاربران خواهد بود.

• هشتگ‌ها باید ویژگی منحصر به فرد نیز داشته باشند. استفاده از هشتگ‌های عمومی به هیچ وجه ایده مناسبی نیست بنابراین در ابتدای مسیر بازاریابی هرگز به دنبال استفاده از چنین الگوهایی نباشید.

### تعیین تم مشخص برای مسابقه

اینستاگرام یک پلتفرم مبتنی بر جلوه‌های بصری است بنابراین برندها در ابتدای برگزاری مسابقه‌شان باید تم موردنظر برای ارسال تصاویر از سوی کاربران را تعیین نمایند. اگر برند شما به این نکته توجه نداشته باشد، در نهایت چند هزار تصویر بدون ارتباط معنادار با هم دریافت خواهد کرد. چنین رویدادی مدیریت کمپین بازاریابی برای هر برندی را دشوار خواهد کرد.

یکی از بهترین عملکردها در مورد اعلام تم مشخص برای بازاریابی مربوط به مجله D Magazine است. این مجله در مسابقه اینستاگرامی‌اش از کاربران برای ارسال بهترین جلد مجله درخواست مطرح کرد. تم اصلی مسابقه نیز استفاده از طیف رنگ آبی بود. نتیجه نهایی این مسابقه میلیون‌ها محتوای دارای ماهیت مشترک بود بنابراین بازاریاب‌های مجله به خوبی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا کردند.

### تعیین نحوه انتخاب برندگان

کاربران در شبکه‌های اجتماعی با هدف پیروزی در مسابقات اقدام به تولید محتوا و مشارکت می‌کنند بنابراین شما باید ایده مشخصی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته باشید. این امر اهمیت بسیار زیادی از نقطه نظر بازاریابی دارد. وقتی ماهیت و نحوه انتخاب برندگان در یک مسابقه آنلاین مشخص نباشد، کاربران نسبت به حضور در آن انگیزه کافی را نخواهند داشت.

امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای انتخاب برندگان مسابقه وجود دارد. نکته مهم در این میان تصمیم‌گیری در این رابطه پیش از برگزاری مسابقه و سپس اطلاع‌رسانی دقیق است. یکی از شیوه‌های مناسب برای انتخاب برندگان رأی‌گیری از کاربران است. به این ترتیب محتوای دارای رأی بیشتر به عنوان برنده مسابقه اعلام خواهد شد. این شیوه تعامل بسیار زیادی از سوی کاربران طلب می‌کند. مزیتش نیز دعوت شرکت‌کنندگان از تمام دوستان‌شان برای رأی دادن است.

یکی دیگر از راهکارهای مناسب برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده از هیأت داوران است. این امر کمتر مورد توجه برندها قرار دارد. دلیل آن نیز ماهیت تخصصی هیأت داوران است. اگر شما توان جلب نظر کارشناس‌های حرفه‌ای برای تعیین برندگان را نداشته باشید، همیشه با اعتراض‌هایی در زمینه دلیل اعلام یک محتوای خاص به عنوان برنده مواجه خواهید بود. درست به همین خاطر اغلب برندها اقدام به استفاده از گزینه رأی‌گیری می‌کنند. البته گزینه رأی‌گیری نیز دارای ایراداتی است. یکی از ایرادات مشخص در این زمینه امکان تقلب با ربات‌های رأی‌دهنده است.

وظیفه اصلی بازاریاب‌ها در حوزه بازاریابی تعیین اهداف مشخص و روند تعیین برنده مسابقه است. سپس باید نسبت به اطمینان از عدم تقلب کاربران اقدام کرد. این امر سختی زیادی به همراه دارد، اما در صورت رعایتش امکان جلب اعتماد کاربران فراهم خواهد شد.

### تعیین جایزه مناسب

پس از تعیین نحوه انتخاب برندگان مسابقه باید به دنبال جایزه‌های مناسب نیز بود. برخی از برندها هرگز به جایزه مناسب تا پایان کمپین‌شان فکر نمی‌کنند. اگر جایزه یک برند به اندازه کافی جذاب نباشد، امکان جلب نظر و مشارکت کاربران وجود نخواهد داشت. همین امر در بلند مدت موجب کاهش جذابیت‌های مسابقه یک برند برای مخاطب هدف خواهد شد. امروزه برخی از برندها به طور مداوم با شکست در زمینه برگزاری مسابقات اینستاگرامی مواجه هستند. یکی از دلایل اصلی چنین امری بی‌توجهی به جایزه مناسب است.

شاید هدف اصلی کاربران از شرکت در مسابقه‌های آنلاین مربوط به جایزه‌ها نباشد، اما بخش قابل توجهی از کاربران با نیم نگاهی به چنین حوزه‌ای اقدام به شرکت در آن می‌کنند بنابراین انتخاب جایزه اهمیت بسیار بالایی دارد. ایجاد هماهنگی میان جایزه برند و ماهیت کسب و کار ضروری است. اگر شما قصد تاثیرگذاری طولانی‌مدت بر روی مخاطب هدف را دارید، باید جایزه‌هایی مناسب برای آنها تعیین کنید. به عنوان مثال، برند ریباک در اغلب مسابقه‌هایش کفش‌های تازه شرکت را به عنوان جایزه مسابقه تعیین می‌کند. این امر انگیزه قابل توجهی در میان طرفداران برند برای شرکت در مسابقه ایجاد می‌کند.

اغلب شرکت‌های فعال در زمینه مد و پوشاک برای حضور در مسابقات آنلاین تمهیدات ویژه‌ای لحاظ می‌کنند. این امر شامل ارائه برخی از لباس‌های با تخفیف فراوان و همچنین تعیین سقف خرید رایگان برای برندگان مسابقه است. همین امر موجب شهرت بالای مسابقات مربوط به برندهای خرده‌فروش و حوزه مد در میان کاربران اینستاگرام می‌شود.

### تعیین شرایط مسابقه

حضور در یک مسابقه باید همراه با تعیین دقیق شرایط فعالیت باشد. برخی از برندها به دلیل عدم تعیین شرایط شرکت در مسابقه مجبور به حذف برخی از کاربران پس از شروع فرآیند می‌شوند. این امر نتیجه بسیار دشواری برای برندها در پی دارد. اعتبار یک کسب و کار در زمینه برگزاری مسابقه، در صورت عدم توجه به نکات جانبی، با خطر مواجه خواهد شد بنابراین بازاریاب‌ها باید پیش از شروع رسمی مسابقه نسبت به تعیین نحوه فعالیت و رقابت در آن اقدام نمایند. در غیر این صورت هم برندشان و هم کاربران دچار سردرگمی خواهند شد.

برخی از مهمترین نکات در زمینه تعیین شرایط مسابقه به شرح ذیل است:

• تعیین نام و مشخصات دقیق برای مسابقه به منظور تشخیص از سایر مسابقات مشابه
• تعیین زمان شروع و پایان مسابقه
• اعلام رسمی نحوه شرکت در مسابقه
• تعیین محتوای مورد تایید برای رقابت در مسابقه
• اعلام دقیق و تفصیلی نحوه انتخاب برندگان مسابقه

### بازاریابی برای مسابقه

برگزاری مسابقات نوعی اقدام بازاریابی محسوب می‌شود. نکته جالب در این میان ضرورت بازاریابی و تبلیغات برای مسابقات است. اگر شما به این نکته توجه نداشته باشید، امکان جلب نظر مخاطب هدف را از دست خواهید داد. امروزه برندهای بزرگ پیش از شروع رسمی مسابقه‌شان اقدام به بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف برای مدت زمانی طولانی می‌کنند. این امر تاثیر روانی قابل ملاحظه‌ای بر روی مخاطب هدف دارد. اگر شما به موقع برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام نکنید، تا مدت‌ها امکان جلب نظر مخاطب هدف را نخواهید یافت.

برندهای بزرگ نظیر ریباک از ماه‌های قبل از شروع مسابقه اقدام به تبلیغش می‌کنند. این امر محدود به پلتفرم اینستاگرام نیست. بدون تردید اغلب کاربران در چند شبکه اجتماعی حضور دارند بنابراین تبلیغات برای جلب نظر مخاطب هدف دارای اهمیت فزاینده‌ای خواهد بود.

استفاده از وبلاگ رسمی برند برای بازاریابی مسابقه امر جالبی است. این امر نیاز به جلب نظر مخاطب هدف در بازه زمانی کوتاه مدت را تامین خواهد کرد. امروزه برخی از برندها حتی وبلاگ رسمی برای برندشان ندارند. این امر چالش بزرگی در مسیر بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. اگر شما علاقه‌مند به بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید این نکته را به بهترین شکل ممکن مدنظر قرار دهید.

### ارزیابی نحوه عضویت کاربران در مسابقه

ارزیابی اطلاعات کاربران حاضر در مسابقه اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه برخی از کاربران برای افزایش شانس‌شان در زمینه پیروزی در مسابقات اقدام به تقلب‌های گسترده می‌کنند. این امر شامل حضور با چند حساب کاربری در مسابقه نیز می‌شود. یکی از راهکارهای جلوگیری از چنین تقلب‌هایی ارزیابی مداوم شرایط ثبت نام و کاربران حاضر در مسابقه است. اگر این نکته را مدنظر قرار ندهیم، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت کاهش خواهد یافت.

امروزه برخی از کاربران نسبت به تقلب‌های گسترده در مسابقات شکایت دارند. رسیدگی سریع به چنین شکایت‌هایی باید در اولویت فعالیت برندها قرار داشته باشد. در غیر این صورت اعتبار کسب و کارها به شدت زیر سوال خواهد رفت.

### بهبود مداوم مسابقات

برگزاری مسابقه گام نهایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیست. بسیاری از برندها باید به طور مداوم برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به آپدیت مسابقات نمایند. مسابقات آنلاین مثل بازی‌های رایانه‌ای یا موبایلی نیاز به آپدیت در طول زمان دارند بنابراین اگر مسابقه شما طولانی‌مدت است، در طول برگزاری مسابقه نقطه ضعف‌ها را شناسایی و نسبت به رفع‌شان اقدام نمایید.

برخی از برندها پس از تعیین شرایط اولیه مسابقه و برگزاری‌اش دیگر توجه به آن ندارند. این امر موجب کاهش انگیزه کاربران در طول زمان برگزاری مسابقه و ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد شد بنابراین شما باید همیشه به دنبال تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌های قابل توجه باشید. در غیر این صورت شانس چندانی برای ادامه تعامل سازنده با مخاطب هدف نخواهید داشت.

امروزه برگزاری مسابقات در فضای اینستاگرام بدل به گزینه‌ای جذاب برای برندها شده است. برخی از بازاریاب‌ها به طور مداوم در تلاش برای سرمایه‌گذاری در حوزه موردنظر هستند. اگر شما توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را نداشته باشید، در انتهای مسیر با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهید شد.

**منبع: blog.hubspot.com**

## ایستگاه بازاریابی

# چگونه مهارت فروشندگی‌مان را تقویت کنیم؟

**به قلم: مکس فریدمن** کارشناس فروش و بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

کارآفرینان در زمینه مدیریت کسب و کار نیاز به مهارت‌های متعددی دارند. یکی از مهارت‌های اصلی در این میان توانایی فروش کالا و خدمات مختلف است. این امر به ویژه در مراحل ابتدایی شروع کسب و کار دارای اهمیت فراوانی است. بسیاری از کسب و کارهای تازه تاسیس توانایی استخدام فروشندگان حرفه‌ای را ندارند. همچنین آگاهی از اهداف اصلی برند نیز اغلب اوقات مورد توجه فروشندگان نیست بنابراین فعالیت کارآفرینان در این زمینه امری ضروری خواهد بود. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای تقویت مهارت فروشندگی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. مهارت‌های موردنظر نقش مهمی در بهبود وضعیت برندها از نظر فروش خواهد داشت.

### ۱. مطالعه پیرامون مشتریان

شناخت مشتریان مهمترین گام برای فروش محصولات به آنهاست. اشتباه برخی از فروشندگان و کارآفرینان تلاش برای فروش محصولات با تکیه بر برخی از تکنیک‌های فروش است. این امر همیشه نتیجه دلخواه برای برندها را به ارمغان نخواهد آورد. هرچه شناخت برندها از سلیقه مشتریان بیشتر باشد، شانس بالاتری برای تاثیرگذاری بر روی آنها خواهند داشت.

امروزه سلیقه مشتریان در حوزه‌های مختلف به سرعت تغییر می‌کند بنابراین برندها باید آمادگی ارائه محصولات منطبق با سلیقه تازه مشتریان را داشته باشند. نکته مهم‌تر در این میان اهمیت فروش آنلاین است. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به حضور در فضای آنلاین می‌کنند. اگر کسب و کار شما هنوز نسبت به این نکته بی‌توجه است، باید تجدیدنظر اساسی در وضعیت کسب و کارتان صورت دهید.

### ۲. شناسایی شخصیت گروه‌های مشتریان

امروزه مشتریان یک طیف یکدست از خریداران نیستند. گروه‌های مختلف مشتریان دارای سلیقه و حتی معیارهای متفاوت برای ارزیابی محصولات هستند. بنابراین شخصی‌سازی محصولات برای دامنه متنوع مشتریان امری ضروری خواهد بود. اگر برندها نسبت به این نکته مهم توجه نداشته باشند، به طور مداوم با مشکلاتی عمیق در زمینه جلب نظر مشتریان مواجه خواهند شد.

اشتباه اصلی برخی از برندها تمرکز بر روی یک گونه خاص از مشتریان است. با این حساب آنها در عمل شانس جلب نظر دامنه وسیعی از مشتریان را از دست خواهند داد. بدون تردید تلاش برای جلب نظر دامنه متنوع از مشتریان کار دشواری است. این امر نیازمند شناسایی دقیق سلیقه‌های متفاوت مشتریان، طراحی محصولات متنوع و در نهایت بازاریابی تاثیرگذاری برای آنهاست.

### ۳. آشنایی با مزیت‌های محصولات برند

امروزه هر برندی در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به طراحی محصولی منحصر به فرد می‌کند. اگر یک برند محصول منحصر به فردی نداشته باشد، کار بی‌نهایت دشواری برای بازاریابی و فروش پیش روی خواهد داشت. همین امر موجب جلب توجه برندها به فرآیند آشنایی با مزیت محصولات‌شان شده است. این امر امکان بازاریابی بهتر و بیان مزیت‌های محصولات در کمپین‌های فروش را فراهم می‌کند.

عدم آگاهی فروشندگان از مزیت یک محصول شرایط دشواری برای فروش ایجاد خواهد کرد. یکی از شرایط رایج در این فضا ناتوانی فروشندگان برای پاسخگویی دقیق به مشتریان است بنابراین همیشه مشتریان با گزینه‌های دیگر برای خرید مواجه و علاقه‌شان از برند موردنظر منحرف خواهد شد.

### ۴. تعیین اهداف فروش مشخص

ارزیابی توانایی فروش برند در بازه‌های زمانی مختلف اهمیت دارد. بسیاری از برندها با اعمال تکنیک‌های تازه در تلاش برای بهبود وضعیت فروش‌شان هستند. نکته مهم در این میان تعیین اهداف مشخص و سپس ارزیابی توانایی برند برای تحقق آنهاست. این امر شامل تعیین تعداد مشخص برای فروش در بازه زمانی یک ماهه است. اگر کسب و کار شما در بازه زمانی موردنظر موفق به تاثیرگذاری بر روی مشتریان و فروش موردنظر شد، امکان ارزیابی موفقیت‌آمیز از فعالیت برند وجود خواهد داشت.

امروزه فروش در بازارهای گوناگون کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان برنامه‌های مختلفی را دنبال می‌کنند، اما بدون تعیین اهداف و معیارهای مناسب برای ارزیابی وضعیت برند نتیجه تمام تلاش‌ها قابل ارزیابی نخواهد بود.

**منبع: business.com**

رهبری

## چگونه حق امتیاز یک برند دیگر را کسب کنیم؟

ترجمه: علی آل‌علی

ایجاد کسب و کار تازه همیشه همراه با نگرانی‌ها و نیاز برای فعالیت سخت است. برخی از کارآفرینان انگیزه یا توان تاسیس کسب و کار تازه را ندارند. این امر موجب بروز مشکلاتی برای کارآفرینان یا حتی فراموشی شروع یک کسب و کار مستقل می‌شود. در این میان برخی از کارآفرینان برای شروع فعالیت کاری‌شان به دنبال ایده‌های ساده‌تر مانند خرید حق امتیاز دیگر شرکت‌ها هستند. خرید خق امتیاز به معنای فعالیت به مثابه یکی از شعبه‌های یک برند مطرح است. این امر شاید در نگاه نخست جذابیت زیادی نداشته باشد، اما امکان کسب اعتبار و تجربه در حوزه کسب و کار را فراهم می‌سازد. بسیاری از برندهای بزرگ در ابتدا به عنوان زیرشاخه شعبه شرکت‌های دیگر فعالیت داشته‌اند بنابراین شما باید امکانات کسب و کارتان را در ابتدا مورد بررسی قرار دهید. برخی از نکات مهم در زمینه خرید حق امتیاز سایر کسب و کارها به شرح ذیل است.

**۱. سرمایه‌گذاری مداوم**

شروع کسب و کار به عنوان زیرشاخه یا شعبه یک برند دیگر نیازمند سرمایه‌گذاری مداوم برای توسعه کسب و کار است. بسیاری از کسب و کارها برای همیشه زیرشاخه و شعبه برندهای بزرگ باقی می‌مانند. با این حساب شما باید انگیزه کافی برای عبور از این مرحله را داشته باشید. در غیر این صورت مانند بسیاری از برندهای دیگر بدل به گزینه‌های حاشیه‌ای مخاطب هدف خواهید شد.

برخی از کارآفرینان در زمینه سرمایه‌گذاری بر روی کسب و کارشان زیاده‌روی می‌کنند. این امر موجب ایجاد اختلال و مشکلات اساسی در زندگی شخصی می‌شود. با این حساب شما باید هرچه سریع‌تر نسبت به بهبود وضعیت کسب و کار و سرمایه‌گذاری منطقی در آن اقدام نمایید.

**۲. تحقیقات در مورد شرکت موردنظر**

انتخاب یک شرکت برای فعالیت به عنوان شعبه‌اش کار ساده‌ای نیست. هیچ کسب و کاری علاقه‌مند به شروع فعالیت به عنوان شعبه یک شرکت شکست خورده نخواهد بود بنابراین کارآفرینان پیش از انتخاب نهایی باید دست به بررسی دقیق و متمرکز بزنند. برخی از کارآفرینان در این زمینه دقت لازم را به خرج نمی‌دهند. نتیجه این امر تصمیم‌گیری‌های غیرتخصصی است. اگر شما بدون توجه به این نکته اقدام به بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نمایید، مشکلات زیادی پیش روی‌تان قرار خواهد گرفت.

**۳. ثبت درخواست برای اخذ حق امتیاز**

امروزه کسب و کارها به طور رسمی برای اعطای حق امتیازشان در بازارهای مختلف اقدام می‌کنند. این امر شامل درج فرم‌های موردنیاز در سایت رسمی و درخواست برای ارسال ایمیل از سوی کسب و کارهای دارای شرایط لازم است. به عنوان مثال، اگر شما علاقه‌مند به فعالیت به عنوان یکی از شعبه‌های مک دونالد در بازار محلی‌تان باشید، پس از ثبت درخواست تیم مدیریتی مک دونالد شرایط شما را مورد بررسی قرار خواهد داد. در نهایت نیز اعلام نظر رسمی از طریق ایمیل صورت خواهد گرفت. مهمترین نکته در زمینه ثبت درخواست اعلام مزیت‌های کسب و کار به صورت دقیق است. این امر در تصمیم نهایی مدیران ارشد برند مورد نظر تاثیر قابل ملاحظه‌ای دارد.

**۴. آشنایی با برند موردنظر**

آشنایی با برند موردنظر پس از اخذ اولیه حق امتیاز باید سریع صورت گیرد. این امر شامل حضور در یکی از شعبه‌های این برند و آشنایی با نحوه مدیریت کسب و کار است. بدون تردید شما تا مرحله کنونی آشنایی نسبی با وضعیت کسب و کار موردنظر پیدا کرده‌اید، اما این امر برای مدیریت بهینه کسب و کار کافی نیست بنابراین شما باید به دنبال آشنایی عملی با فعالیت به عنوان نمادگی برند موردنظر نیز باشید.

خوشبختانه برندهای محتلف شرایط ساده‌ای برای آشنایی هرچه بیشتر کارآفرینان علاقه‌مند با کسب و کارشان فراهم می‌کنند. به عنوان مثال، نایک برای اعطای حق امتیاز به یک برند اقدام به ارائه آموزش‌های تخصصی و حتی دعوت از تیم کارآفرینان برای شرکت در دوره‌های آموزشی می‌کند. این امر با هدف بهبود توانایی و آشنایی کارآفرینان موردنظر با ماهیت کسب و کار و نحوه مدیریتش صورت می‌گیرد.

**۵. گفت‌وگو با دیگر شعبه‌های برند موردنظر**

مدیریت شعبه یک برند بزرگ کار ساده‌ای نیست. شما مسئولیت گسترده‌ای در مورد وضعیت شعبه‌تان خواهید داشت بنابراین گفت‌وگو با سایر دارندگان حق امتیاز برند موردنظر امری ضروری خواهد بود این امر اعتماد به نفس شما برای مدیریت بهینه کسب و کار را افزایش می‌دهد. امروزه کارآفرینان بسیار زیادی بدون آشنایی دقیق از نیازهای عملی فعالیت در حوزه کسب و کار اقدام به مشارکت با دیگر برندها می‌کنند. نتیجه این امر در نهایت ناتوانی برای فعالیت مناسب در عرصه کسب و کار است.

**۶. اطمینان از سودآوری نمایندگی**

شروع کسب و کار به عنوان نماینده یک کسب و کار دیگر امر ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این زمینه با مشکلاتی مواجه هستند. بهترین توصیه در این میان درخواست کمک از تیم مدیریت ارشد برند موردنظر است. گاهی اوقات کمک موردنظر شامل ارائه خدماتی مانند بازاریابی و حسابداری به صورت رایگان می‌شود. هرچه باشد، شروع فعالیت همراه با کمک‌های مشخص تیم مدیریتی بسیار ساده‌تر و راحت‌تر خواهد بود بنابراین همیشه باید درخواست کمک از برند دارای امتیاز را مدنظر قرار داد.

**منبع: myasbn.com**

# نکات مدیریتی فیلم RAY

به قلم: کریک جونز
کارآفرین

اگر بخواهیم بهترین فیلم‌ها را برای کارآفرین‌ها و افرادی که در تلاش برای رسیدن به هدفی هستند را معرفی نماییم، بدون شک مواردی که از زندگینامه افراد موفق جهان ایجاد شده است، بهترین گزینه خواهد بود. در این راستا ارزش آنها را حتی می‌توان از مستندها نیز بالاتر دانست. علت این امر به این خاطر است که در مستند، نگاهی از بیرون به قضایا داریم. این امر می‌تواند خسته‌کننده باشد. با این حال در فیلم‌های زندگینامه، شما از کودکی تا پیری، همراه با شخصیت اصلی خواهید بود. این امر باعث خواهد شد تا به درک بهتری از آنها دست پیدا کنید. همچنین این شیوه روایت، به مراتب جذاب‌تر بوده و باعث می‌شود تا شما تا لحظه آخر، کاملا درگیر بمانید. در این راستا یکی از بهترین فیلم‌های این سبک، در رابطه با زندگی ری چالز است که جیمی فاکس با بازی فوق‌العاده خود موفق شد تا اسکار سال ۲۰۰۴ را به دست آورد. در رابطه با ری چالز ذکر این نکته ضروری است که وی یکی از نوابغ موسیقی بوده و سبک‌های جدیدی را وارد این عرصه کرده است. این امر در حالی است که وی از ۷ سالگی، بینایی خود را به صورت کامل از دست داده است. در این رابطه بسیاری از تحلیلگران بر این باور هستند که این مسئله باعث شده است تا وی بتواند قدرت شنوایی فوق‌العاده‌ای را به دست آورد که در کار او کاملا تاثیرگذار بوده است. در ادامه به بررسی نکات اصلی این فیلم خواهم پرداخت.

**۱-محدودیت تنها در ذهن شما وجود دارد**

ممکن است تصور نمایید که از دست دادن بینایی، به معنای ناکارآمدن شدن خواهد بود. در این راستا برخی برای موفقیت نه تنها سلامت کامل را شرط اصلی می‌دانند، بلکه امکانات را نیز در نظر می گیرند. این امر در حالی است که ری چالز عملا هیچ یک از آنها را نداشته است. وی در سنین کودکی بینایی خود را از دست داده و در خانواده‌ای بسیار فقیر و بدون پدر بزرگ شده است. در این راستا وی در ابتدای کار خود، مورد تمسخر نیز قرار گرفته و رویای او برای تبدیل شدن به یک پیانیست و خواننده مطرح، غیرممکن تلقی می‌شد. با این حال وی نه‌تنها موفق شد تا به محبوب‌ترین هنرمند زمان خود تبدیل شود، بلکه از این طریق ثروت بسیار زیادی را نیز به دست آورد. این موضوع تلنگری به افرادی خواهد بود که بهانه‌های مختلف را برای رها کردن رویاهای خود دارند. با توجه به این امر که داستان فیلم واقعی است، بدون شک شما نیز می‌توانید هر هدفی را به واقعیت تبدیل نمایید. در طول فیلم شاهد این امر هستید که اگرچه سختی‌های زیادی متحمل ری چالز می‌شود، با این حال به این علت که او در مسیر علاقه اصلی خود گام برداشته است، ابدا ناامید نشده و همواره در تلاش برای برداشتن گام‌های بعدی است.

**۲-به اندازه خواسته خود به دست خواهید آورد**

در یکی از دیالوگ‌های طلایی این فیلم، بیان می‌شود که اگر به دنبال پول کم باشید، به همان اندازه به دست خواهید آورد. با این حال اگر هدف شما مبالغ بالا باشد، مسیر برای شما هموار خواهد شد. درواقع منظور کلی از جمله فوق این است که هر فردی باید به دنبال اهداف ارزشمندی در زندگی خود باشد. بدون شک با چشم‌انداز و اهداف کوچک، موفقیت‌های بزرگ را به دست نخواهید آورد. در این راستا جاه‌طلب بودن بسیار مهم بوده و هنگامی که در مسیر مورد علاقه خود گام بردارید و ناامید نشوید، بدون شک اتفاقات مثبتی رخ خواهد داد. در بخش‌های مختلف این فیلم شاهد تصمیمات بزرگ آقای چالز هستیم که باعث می‌شود تا وی چندین گروه را برای رسیدن به سطوح بالاتر، رها کند.

**۳-ارزش خود را محدود نکنید**

در ابتدای فیلم شاهد این موضوع هستیم که نخستین مدیر برنامه چالز، در تلاش است تا وی را فریب دهد. درواقع ممکن است برای بسیاری از افراد رهایی از فقر و رسیدن به رفاهی نسبی، کاملا رضایت‌بخش باشد. با این حال چالز به علت اعتقادی که به خود دارد، در برابر اقدامات مشکوک آنها ساکت نمانده و هیچ‌گاه اجازه نمی‌دهد که معلولیت او، زمینه سوءاستفاده را مهیا سازد. در نهایت وی همواره تلاش کرده است تا موسیقی مدنظر خود را تولید نماید. به همین خاطر وی ابدا به منفی‌بافی حتی سرمایه گذارهای خود نیز توجهی نداشته است. نتیجه آن نیز باعث شده است تا نام وی در تاریخ موسیقی، ماندگار شود. درواقع معلولیت نباید باعث شود که خود را به دیگران وابسته تلقی نمایید. در سکانس‌های متعدد نیز مادر چارلز، تلاش کرده است تا فرزند خود را مستقل بزرگ نماید تا احساس ضعف نداشته باشد.

**۴-همه چیز در پول خلاصه نمی‌شود**

ممکن است تصور کنید که افراد موفق، دارای ویژگی‌های اخلاقی بسیار خوبی هستند، با این حال این موضوع ابدا درست نبوده و آنها نیز درست به مانند هر فرد دیگری، ممکن است اشتباهاتی را مرتکب شوند. درواقع عدم توجه کافی به زندگی شخصی و تعهد به خانواده، درگیر شدن با مواد مخدر و بدرفتاری با اطرافیان شهرت و اعتبار او را به مرز نابودی نیز کشاند. با این حال در کنار این موضوع باید توجه داشته باشید که هیچ‌گاه برای تغییر دیر نبوده و وی با اراد ای فوق‌العاده طی یک دوره سخت درمانی، به شرایط مطلوب بازگشت و اشتباهات گذشته خود را جبران کرد. درواقع نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که اگرچه موفقیت‌های کاری زمینه رفاه و کسب ثروت را به همراه خواهد داشت، با این حال خوشبختی تنها زمانی ایجاد می‌شود که به خانواده خود توجه کافی را داشته باشید. در این راستا یکی از مزیت‌های آشنایی با زندگینامه افراد موفق این است که به شما فرصت عدم تکرار اشتباهات را می‌دهد. این امر باعث خواهد شد تا با مشکلات به مراتب کمتری مواجه شوید.

**۵-بدون تیم مناسب، هیچ موفقیتی را به دست نخواهید آورد**

آشنا شدن با برخی از افراد در زندگی ری چالز، بالاترین تاثیر را داشته است. آنها وی را به سمت تبدیل شدن به یک موزیسین مطرح، سوق دادند. در کنار این موضوع شما باید نسبت به انتخاب تیم خود نیز وسواس بالایی را داشته و در صورت نیاز، از اعمال تغییرات، واهمه نداشته باشید. درواقع به هر میزان که افراد حرفه‌ای و دلسوز بیشتری را در کنار خود داشته باشید، شانس موفقیت شما نیز افزایش پیدا خواهد کرد. درواقع بدون سرمایه‌گذاران، بازاریاب‌ها و مدیران تولید شاید ری چارلز در سطح یک هنرمند محلی باقی می‌ماند.

**۶-مقصری برای بسیاری از اتفاقات وجود ندارد**

یکی از مواردی که در فیلم به آن تاکید ویژه‌ای شده است، درگیری‌های روحی ری چارلز است. این امر باعث شوک‌های عصبی ناگهانی نیز شده است. علت آن نیز به این خاطر بوده است که وی در سنین کودکی، در حین بازی با برادر کوچک‌تر خود، با صحنه غرق شدن او مواجه شده وی به شوک فرو رفت. این امر باعث شد تا وی نتواند فردی را برای کمک خبر نماید. در این رابطه وی حتی خود نیز تلاشی برای نجات برادر خود انجام نداده است. درواقع شاید بتوان گفت یکی از دلایل اعتبار او، تلاش برای فراموش کردن این غم بزرگ بوده است، با این حال وی پس از توصیه‌های پزشک خود پس از ترک اعتیاد، با این مسئله نیز کنار می‌آید که علت مرگ برادرش، بی‌احتیاطی خود او بوده است و از یک کودک، انتظار اقدامی فوق‌العاده نمی‌رود. در این راستا فراموش نکنید که تا زمانی که با خود به صلح نرسید، نمی‌توانید به درستی مسیر موفقیت خود را طی نمایید. درواقع این موضوع نیز اشتباه است که تصور کنید همواره باید تنهایی با مشکلات خود، مواجه شوید. بدون شک اگر موضوعی به درگیری ذهنی شما تبدیل شده است، لازم است تا آن را برطرف نمایید. در این رابطه توصیه می‌شود که گذشته را رها کرده و از محکوم کردن مداوم خود، جلوگیری نمایید. فراموش نکنید که بزرگ‌ترین موفقیت‌های ری چالز، پس از طی کردن این دوره و ترک اعتیاد او به دست آمده است.

**منبع: prweb.com**

# چطور از هدر دادن زمان جلوگیری کنیم؟

از ماه مه، به سال ۲۰۰۷، زمانی که سیستم‌های عامل شبکه‌های مجازی هنوز وب‌سایت‌ها بودند، بازگشتم. من فیس‌بوک، توییتر و ردیت را از تلفنم حذف کردم. در طول ماه، اگر می‌خواستم از این سیستم‌های عامل استفاده کنم، مجبور بودم به صورت دستی در میز دسکتاپ لاگین کنم.

این تصمیم را پس از گوش دادن به مصاحبه تریستان هریس، «طراح اخلاق حرفه‌ای» سابق در گوگل گرفتم. من همیشه می‌دانستم که زمانم را در شبکه‌های مجازی هدر می‌دهم، اما هنوز کاملاً متوجه نشده بودم که چقدر عادت‌های شبکه‌های مجازی در من نهادینه شده‌اند.

خدمات بزرگ طراحی شده‌اند تا از آسیب‌پذیری‌های روان‌شناختی ما، به ویژه نیاز به تأیید مکرر دیگران، از جمله لایک، ستاره‌های طلایی و قلب‌ها استفاده کنند. این عادات کوچک برای لذت، ما را به چک کردن آن در صبح‌ها و شب‌ها ترغیب می‌کنند، به طوری که توجه ما به تبلیغ‌کنندگان فروخته می‌شود. این یک مدل کسب و کار است.

من نمی‌خواستم به طور کامل از آن فاصله بگیرم، همان‌طور که بسیاری از مردم این کار را انجام داده‌اند. من فقط می‌خواستم از حضور دائمی فیس‌بوک، توییتر و ردیت خارج شوم. آنها را در جیبم نمی‌خواستم، من نمی‌خواستم بدون اینکه تصمیم بگیرم به طرف آنها کشیده شوم. من می‌خواستم آنها به آنچه که قبلاً بودند برگردند: وب‌سایت‌های سرگرم‌کننده‌ای که ممکن است در یک روز خاص آن را بازدید کرده و یا بازدید نکنم.

**آنچه آموختم**

وقتی که این سرویس‌ها در تلفن همراهم وجود نداشتند، هیچ مشکلی برای استفاده نکردن از آنها برایم پیش نیامد. دلم برای آنها تنگ نمی‌شد، اما چندین بار در روز ناخودآگاه، تلفنم را بیرون کشیدم و از آنها را چک می‌کردم. این وسوسه معمولاً در لحظاتی رخ می‌داد که در حال انتظار بودم: زمانی که غذا در حال گرم شدن در مایکروویو بود، زمانی که یک دوست به دستشویی رفته بود یا حتی زمانی که یک وب‌سایت به آرامی بارگذاری می‌شد.

تا روز ششم تلفن من تبدیل به یک جسم غیرجالب شده بود. من آن را بسیار کمتر از قبل بیرون میاوردم و زمان کمی را برای آن صرف می‌کردم. وسوسه ناخودآگاه هر زمان که هنوز اتفاق می‌افتاد، یادآوری می‌شد تا یا مسئولیتی که اجتناب می‌کنم را انجام دهم، صبر کنم و یا کتاب یا مقاله‌ای بخوانم. (من از برنامه‌ای به نام Pocket استفاده کردم که مقاله‌های آنلاین را برای خواندن آفلاین ذخیره می‌کند.)

هر زمان که وارد توییتر، فیس‌بوک یا ردیت شدم، آنها را کاملاً خسته‌کننده و حتی زننده یافتم. این‌گونه در وبلاگم آن را توضیح دادم:

... پس از صرف زمان کمی به دور از این پلتفرم‌ها، هر زمان که وارد می‌شوم، آنها را به عنوان مخزن برای احساسات محض و انرژی که می‌خواهم صرف چیزهای مهم کنم، می‌بینم. آنها جاهایی هستند که وقتی حوصله‌تان سر رفته، یا هنگامی که از چیزی که باید انجام دهید اجتناب کنید می‌روید. من می‌دانم که بسیاری از این احساسات تجسم خالص است - من قطعاً از این پلتفرم‌ها آن‌گونه استفاده کرده‌ام.

از زمان آغاز آزمایش، فراوانی زمان را احساس کردم. بخشی از این زمان ۴۵ یا ۹۰ دقیقه است که من دیگر هر روز آن را آنلاین هدر می‌دهم، اما نکته مفیدتر آن این است که من دیگر به طور مداوم حواس‌پرتی‌ها را تجربه نمی‌کنم. من به صورت طولانی‌مدت فعالیت‌های آفلاین را ادامه می‌دهم و به آسانی در آنها غوطه‌ور می‌شوم. یک ساعت اکنون مانند یک واحد زمانی طولانی به نظر می‌رسد.

شبکه‌های مجازی حداقل برای من به عنوان یک اسفنجی که توجهات منحرف‌کننده و زمان را به خود جذب می‌کرد بود و البته، برخلاف خواندن، کار کردن، فعالیت بدنی یا اجتماعی زندگی واقعی، شبکه‌های مجازی فعالیتی هستند که نیاز به هیچ تلاشی ندارند. شبکه‌های مجازی هیچ نیازی به اعتماد به نفس، عزیمت و یا قصدی ندارند و هیچ‌گونه ریسکی را به وجود نمی‌آورند. اساساً، ساده‌ترین راه برای صرف وقت را حذف کردم، بنابراین همه چیزهایی که باقی مانده‌اند، فعالیت‌هایی هستند که حداقل نیاز به تعهد و عزیمت دارند. من بیشتر مطالعه می‌کنم، پیاده‌روی می‌کنم، بیشتر اجتماعی شده‌ام و بدون خودمحوری زیاد کار می‌کنم. من احساس می‌کنم آزادتر از همیشه برای انجام این کارها هستم، زیرا هیچ رقیب فوق‌العاده آسانی وجود ندارد که آنها را تحت فشار قرار دهد و تمام این زمان جدید برای من است.

**فیس‌بوک می‌داند شما کارهای مهم‌تری برای انجام دارید**

حوالی روز نهم اتفاق جالبی افتاد، فیس‌بوک متوجه غیبت من شد. هنگامی که شما گذاشتن پست را متوقف می‌کنید، در نهایت جریان نوتیفیکیشن‌ها خشک می‌شود، زیرا هیچ چیزی برای لایک و یا ریپلای وجود ندارد. به طور معمول من وارد سیستم می‌شوم و هیچ نوتیفیکیشنی را مشاهده نمی‌کنم، به سرعت اخبار خبری را نگاهی می‌اندازم و آن را می‌بندم.

یک روز، من چندین نوتیفیکیشن پیدا کردم و شگفت‌زده شدم. فکر اول من این بود که کسی عکسی‌های قدیمی را لایک کرده است.

اما هیچ‌کس این کار را نکرده بود. من نوع جدیدی از نوتیفیکیشن را مشاهده کردم: «نظر جیم را در مورد این عکس ببینید» یا «جین در استاتوس خود نظر داد»، انگار که استفاده شخص دیگری از فیس بوک چیزی است که من باید در مورد آن اطلاع داشته باشم.

این نوتیفیکیشن‌های جاسوسی برای من مانند لحظه «امپراتور هیچ لباسی نپوشیده است» بود. پس از آن مشخص شد که فیس‌بوک می‌داند که کاربران آنها کارهای مهم‌تری برای انجام دارند و بی‌سر و صدا امیدوار است که متوجه نشوند که چقدر کم از آن را می‌گیرند. فیس‌بوک می‌داند که بیشتر ارزشی که ارائه می‌دهد در سطح غذای موش‌های آزمایشگاهی است: لذت کوچک و برنامه‌ریزی شده‌ای که ما آموخته‌ایم چندین بار در روز انتظارش را داشته باشیم. فیس‌بوک اکنون در مورد هدف اولیه خود نیست - در تماس بودن با دوستانی که ممکن است از آنها دور شویم. از اواسط دهه ۲۰۰۰ زمانی که:

- ما راه‌های کمتری برای تماس داشتیم
- فیس‌بوک هیچ پولی به دست نمی‌آورد
- هنوز کشف نکرده بودیم که حفظ صدها روابط سطحی آنلاین واقعاً زندگی ما را غنی نمی‌کند.

مطمئناً «لذت نوتیفیکیشن» همه آن چیزی نیست که افراد از فیس‌بوک می‌گیرند؛ ما می‌خواهیم عکس‌های دوستان‌مان را ببینیم (گاهی) و ویدئوهای حیوانات بامزه وقتی در مقابل هستند امری ناخوشایند نیست. اما اینها برای انگیزه دادن به کاربران به منظور چک کردن فیس‌بوک چندین بار در روز کافی نیست - لازم نیست که گفته شود، اما مشتریان فیس‌بوک ۱٫۳ میلیارد کاربر روزانه نیستند، بلکه ۵ میلیون تبلیغ‌کننده هستند. اعداد کوچک در دایره قرمز، اولین چیزی است که وقتی صفحه بارگذاری می‌شود، می‌بینیم. دلیل آن این است که ما اغلب به آن سر می‌زنیم و تبلیغ‌کنندگان حاضر به پرداخت آنچه انجام می‌دهند هستند.

آیا من واقعاً در هنگام انتظار تلفن خود را از جیبم بیرون می‌آورم چون به طور ناگهانی خواستار دیدن عکس‌های تعطیلات دوستم هستم؟ نه، این به این دلیل است که من متوجه شدم که در جیب من یک وعده به طور روزافزونی پاداش کوچک وجود دارد: کسی ممکن است من را منش کرده باشد یا چیزی را که گفتم لایک کرده باشد. اگر پس از آن، عکس‌ها و مقالات و پست‌های دیگران را مشاهده می‌کنم، این امری تصادفی است.

حتی در اینستاگرام محبوب من نیز آگهی‌ها به طور فزاینده‌ای بیشتر شده‌اند و در حال حاضر آنها فیدها را به صورت تاریخی تقسیم‌بندی کرده‌اند تا پست‌های دوستان‌تان را در طول هفته مشاهده کنید - یک عکس از ۱۰ دقیقه پیش، بعد از آن یکی از شش روز قبل، سپس یکی از هشت ساعت پیش و ... ظاهراً این «تجربه‌ای است که کاربران می‌خواهند» در صورتی که کاربر اینستاگرام به طور واضح آن را نمی‌خواهد و هنوز هیچ گزینه‌ای برای خاموش کردن آن وجود ندارد.

آنچه که این تغییر ناخواسته واقعاً انجام می‌دهد، اطمینان از یک جریان مستمر از نوتیفیکیشن‌های در حال انتظار است. فیس‌بوک اینستاگرام را در سال ۲۰۱۲ برای یک میلیارد دلار خریداری کرد.

**اکنون چه؟**

بنابراین شبکه‌های مجازی به نوعی توجه من را از دست داده‌اند، یا حداقل نسخه ۲۰۱۷ آن. من این خدمات را کاملاً رها نمی‌کنم، اما همچنان به استفاده از آنها در سبک ۲۰۰۷ متعهد هستم: من از آنها برای به اشتراک گذاشتن چیزهایی که فکر می‌کنم مردم می‌خواهند ببینند، برای ارتباط با مردم زمانی که روش‌های بهتر وجود ندارد، برای ارسال و دریافت دعوت‌نامه به رویدادهای واقعی، و برای دیدن کارهایی که مردم انجام می‌دهند استفاده می‌کنم.

آنها برای همیشه در تلفن همراه من وجود نخواهند داشت، آیکون‌های راه‌اندازی سریع را در مرورگر دسکتاپ خود حذف کرده‌ام و آماده‌ام دوباره رمزهای عبور را حفظ کنم. به رغم تمام تلاش‌های فیس‌بوک و توییتر برای مشکل کردن این امر، من قصد دارم از آنها مانند وب‌سایت استفاده کنم.

**منبع: Raptitude/ucan**

اخبار

رئیس دانشگاه علوم پزشکی اصفهان تصریح کرد:

## تأمین رایگان اکسیژن بیمارستانها توسط فولاد مبارکه اقدامی راهگشا و ارزشمند

اصفهان – قاسم اسد: رئیس دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در گفت‌وگوی تلفنی با رادیوفولاد از اقدام فولاد مبارکه در تأمین رایگان اکسیژن بیمارستان‌های تحت پوشش این دانشگاه به‌عنوان اقدامی راه‌گشا و ارزشمند یاد کرد. دکتر طاهره چنگیز تصریح کرد: رؤسای بیمارستان‌هایی که دغدغهٔ تأمین اکسیژن را داشته‌اند، همواره قدردان و سپاس‌گزار فولاد مبارکه به جهت این حمایت ارزشمند و حیاتی خواهند بود. وی در ادامه به کمک‌های فولاد مبارکه در خصوص تأمین بخشی از تجهیزات موردنیاز بیمارستان‌های درمانگر بیماران مبتلا به کرونا اشاره کرد و از دیگر صنایع استان دعوت کرد تا همچون فولاد مبارکه به حمایت از سیستم درمان استان بپردازند. رئیس دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در ادامه با اشاره به هزینهٔ ۵ میلیارد تومانی تأمین لباس‌ها و وسایل حفاظتی کارکنان حوزهٔ بهداشت و درمان استان در هر هفته، خاطرنشان کرد: دانشگاه علوم پزشکی همچنان متقاضی حمایت صنایع استان اصفهان در ادامهٔ این مسیر است و با توجه به کافی نبودن بودجه‌های دولتی، نقش حمایتی صنایع از اهمیت بسیاری برخوردار است. خانم دکتر چنگیز در ادامه اظهار داشت: به‌منظور قدردانی از حمایت‌های فولاد مبارکه و ارج نهادن به زحمات کارکنان این شرکت، از هیچ تلاشی در راستای ارتقای سلامتی این عزیزان فروگذار نخواهیم کرد. وی با بیان اینکه یک‌سوم از کل مبتلایان قطعی که اخیرا در کشور شناسایی شده‌اند، مربوط به استان اصفهان بوده است، اظهار داشت: این امر نشان از جدیت در فرایند شناسایی مبتلایان جدید در استان اصفهان و یک امتیاز برای این استان به شمار می‌رود. به گفتهٔ وی آمارهای منتشرشده حاکی از آن است که مبتلایان زیادی در استان داریم و انتظار می‌رود شهروندان این موضوع را یک هشدار جدی بدانند. وی با تأکید بر اینکه این احتمال وجود دارد که مبتلایان بسیاری که هنوز ابتلای آن‌ها مشخص نشده، در جامعه در حال تردد باشند، ابراز امیدواری کرد مبتلایان جدید نیاز به بستری شدن در بیمارستان نداشته باشند و با قرنطینهٔ خانگی دوران بیماری خود را بگذرانند و سلامتی خود را بازیابند. وی خاطرنشان کرد: با برنامه‌ریزی و اجرای طرح چرخش بیمارستان‌های مرجع در اصفهان سعی شده تخت کافی برای بیماران در نظر گرفته شود و به این ترتیب برای کارکنانی که شش ماه به‌صورت مستمر مسئولیت مراقبت از بیماران را در بیمارستان‌های مرجع به عهده داشته‌اند، امکان استراحت بیشتری فراهم شود.

مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر:

## بوشهر مهیای پذیرش غیرمستقیم کشتی‌های ۵۰ هزار تنی است

**بوشهر – خبرنگار فرصت امروز:** مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گفت: این بندر مهیای پذیرش غیر مستقیم کشتی‌های ۵۰ هزار تنی کالاهای اساسی است.

به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر، سیاوش ارجمندزاده در این ارتباط اظهار داشت: بوشهر تا سال گذشته تنها امکان پذیرش کشتی‌های ۲۰ هزار تنی داشت که با بهره‌برداری از پروژه لایروبی کانال دسترسی بندر بوشهر اکنون شرایط برای پذیرش کشتی‌های ۳۰ هزار تنی در این بندر فراهم است. وی بیان کرد: با این حال یکی از رویکردهای استان در جهت رونق بندری پذیرش کشتی‌های کالای اساسی با ظرفیت‌های ۴۰ تا ۵۰ هزار تنی است. ارجمندزاده ادامه داد: در حال حاضر گرچه به لحاظ عمق کنونی کانال امکان پذیرش مستقیم کشتی‌های یاد شده وجود ندارد اما با سبک سازی در لنگرگاه امکان پذیرش غیرمستقیم کشتی‌های ۴۰ تا ۵۰ هزار تنی با هزینه قابل رقابت با سایر بنادر جنوبی کشور وجود دارد. وی یادآور شد: از سال گذشته تاکنون ۶ کشتی با حدود ۷۰ هزار تن کالای اساسی برنج در بوشهر پهلو گرفته و در روزهای آینده نیز یک کشتی ۲۸ تنی حامل کالاهای اساسی در بندر بوشهر پهلو می‌گیرد. ارجمندزاده اظهار داشت: با این حال افزایش عمق کانال دسترسی بندر بوشهر برای پذیرش مستقیم کشتی‌های ۵۰ هزارتنی در اولویت قرار دارد که انتظار است ک مسئولان استان از جمله نمایندگان برای تحقق این مهم تلاش جدی داشته باشند. وی اظهار کرد: امرارمعاش عمده جمعیت ساحل نشین استان بوشهر به طور مستقیم و غیرمستقیم از راه دریا صورت می‌گیرد که چنین شرایطی می‌طلبد پروژه‌های توسعه ای بندر در اولویت‌های اصلی و مهم استان قرار گیرد.

روابط عمومی گاز گلستان :

## پایداری جریان گاز در منازل زلزله زده گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان گلستان از پایداری جریان گاز در مناطق زلزله زده استان خبرداد.سیدجلال ابوالقاسمی در خصوص وضعیت گاز در مناطق زلزله زده استان، اظهارکرد: جریان گاز در مناطق زلزله زده استان برقرار است و مشکل خاصی در این زمینه وجود ندارد.وی توضیح داد که در اثر ریزش آوار بر روی کنتور و رگلاتور گاز برخی از منازل مسکونی در روستایی قطع شده است که بسیار محدود و جزئی است.ابوالقاسمی بیان کرد: خوشبختانه تأسیسات شرکت گاز این مناطق تخریب و یا دچار آسیب دیدگی جدی نشده و اگر خسارتی هم وارد شده باشد جزئی بوده و نگرانی در این خصوص وجود ندارد.رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان گلستان ادامه داد کرد: از بامداد روز حادثه مسئولان گاز شهرستان و تیم های تعمیرات و امداد این شرکت در حال آماده باش هستند تا چناچه مشکلی وجود داشته باشد سریعاً مرتفع شود.

## انتخاب اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان مرکزی بعنوان دستگاه برتر در جشنواره‌شهیدرجایی

**اراک – خبرنگار فرصت امروز:** اداره کل آموزش فنی و حرفه ای موفق به کسب رتبه برتر جشنواره شهید رجایی برای سومین سال متوالی در بین دستگاههای اجرایی استان شد به گزارش روابط عمومی اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان مرکزی،منصور جلیلوندمدیرکل آموزش فنی و حرفه ای استان در حاشیه برگزاری آیین تجلیل از دستگاههای برتر استان در مراسم جشنواره شهید رجایی و گرامیداشت هفته دولت با بیان اینکه بالندگی و شکوفایی انقلاب اسلامی ،همواره مرهون عزم و اراده پولادین خدمتگزاران صدیق و پرتلاش در عرصه های مختلف بوده است . در این راستا این اداره کل طی ارزیابی های صورت گرفته در بین دستگاههای اجرایی استان در سال ۱۳۹۸ موفق به کسب رتبه برتر در گروه علمی،فرهنگی و آموزشی برای سومین سال متوالی گردید که مهندس آقازاده استاندار محترم مرکزی با اهدا لوح تقدیر و تندیس از زحمات کارکنان خدوم آموزش فنی و حرفه ای تقدیر نمود. جلیلوند ضمن تقدیر و تشکر از کلیه همکاران مجموعه اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان در ارائه خدمات آموزشی ،تکریم ارباب رجوع و رضایت مندی مراجعین و استمرار اقدامات شایسته این مجموعه در خدمت به نظام مقدس جمهوری اسلامی و مردم شریف استان را از عنایات الهی دانست.

## کارگاه آموزشی سامانه اطلاعات مکانی تحت وب طی سه روز در آبفای گیلان برگزار شد

**رشت–زینب قلیپور:** معاون منابع انسانی و تحقیقات شرکت از برگزاری کارگاه آموزشی سه روزه سامانه اطلاعات مکانی تحت وب توسط گروه GIS شرکت خبر داد.مژگان امیدی معاون منابع انسانی و تحقیقات آبفای گیلان با اشاره به پیاده سازی نرم افزار سیستم اطلاعات مکانی آب و فاضلاب مبتنی بر وب از ابتدای سال جاری در این شرکت اظهار داشت: به منظور مدیریت تاسیسات، انجام پروژه های شرکت، اجرای الزامات و دستورالعمل های شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور و ارتقای زیر ساخت SDI این طرح اجرا شد و کارگاه آموزشی سه روزه در شهریور ماه با حضور نمایندگان کلیه مناطق و امور استان تشکیل شد.وی همچنین افزود: در این کارگاه آموزشی نحوه عملکرد سامانه اطلاعات مکانی تحت وب تشریح و گزارشی از کلیه عوارض اطلاعات مکانی موجود در سامانه هر یک از مناطق و امور ارائه و فلوچارت روند اجرای GIS و تهیه نقشه های ازبیلت شرح داده شد.گفتنی است با توجه به یکپارچگی شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی، دستورالعمل برداشت اطلاعات عوارض محدوده های روستایی شرکت های آب و فاضلاب - ابلاغی از سوی شرکت مهندسی - بررسی و چالش های عمده مطرح شد و جمع آوری و تکمیل اطلاعات و نقشه های مکانی در دستور کار شرکت قرار گرفت.

## ساخت خانه برای ایتام گلستانی توسط بنیاد مسکن استان گلستان

**گرگان – خبرنگار فرصت امروز:** سید محمد حسینی، مدیرکل بنیاد مسکن گلستان گفت: براساس تفاهم نامه پنج جانبه همکاری بین سازمان برنامه و بودجه کشور، صندوق توسعه ملی، کمیته امداد امام خمینی(ره)، سازمان بهزیستی کشور و بنیاد مسکن انقلاب اسلامی قرار است برای ایتام تحت پوشش این دو نهاد حمایتی واحد مسکونی ساخته شود.وی گفت: اطلاعات و تعداد این افراد از طریق مرکز به استان ابلاغ شده و قرار است در مرحله نخست ۶۵ واحد مسکونی برای ایتام بسازیم.مدیرکل بنیاد مسکن استان افزود: برای احداث این منازل ۵۰ میلیون تومان به صورت بلاعوض ( ۲۵ میلیون تومان از سوی صندوق توسعه ملی و ۲۵ میلیون تومان از سوی کمیته امداد و بهزیستی) و ۵۰ میلیون تومان تسهیلات قرض‌الحسنه ساخت مسکن روستایی با نرخ سود ۵ درصد و بازپرداخت ۱۵ ساله پرداخت می‌شود.وی بیان داشت: اقدامات اولیه برای اجرای این طرح در دستور کار قرار گرفته و جلسات مشترک نیز بین کمیته امداد و بنیاد مسکن استان برگزار شده و تا یک ماه آینده ساخت این واحدهای مسکونی در استان آغاز خواهدشد.

سرهنگ رضایی جانشین سپاه کربلای مازندران:

# دفاع مقدس سند افتخار یک ملت است

**ساری - دهقان :** به گزارش خبرنگار مازندران به نقل رروابط عمومی آب منطقه ای مازندران وی با بیان این مطلب گفت: امروز دنیا انقلاب اسلامی را با دفاع مقدس آن و شخصیت های آن دوران می شناسد. جانشین سپاه کربلای استان افزود: متاسفانه مجموعه فرهنگی کشور نتوانست درست و شایسته دفاع مقدس را به جامعه و جهان معرفی کند. ایشان با اشاره به اوضاع کشور در سال ۵۹ گفت: درآن مقطع نیروهای مسلح شرایط و آمادگی برای دفاع نداشت. قدمت تاسیس بسیج ما کمتر از یک سال بود. سپاه ما بسیار نوپا بوده و ارتش هم به دلیل فرار برخی از سران آن و یا اعدام برخی از آنها شرایط بسیار نامناسبی داشت. از طرف دیگر شرایط کشور عراق به گونه ای بود که آنها به ازای هریک میلیون نفر جمعیت یک لشگر پیاده داشتند. یعنی کشور ۱۴ میلیونی عراق در آن شرایط دارای ۱۴ لشگر پیاده نظام بود که این بدون احتساب دیگر نیروهای مسلح آن کشور از جمله هوایی، دریایی، گارد ویژه و... است. از طرف دیگر ۴۰ کشور جهان از کشور عراق حمایت کردند که تمامی ابر قدرت ها از جمله آمریکا، شوروی، کشورهای قدرتمند اروپایی نیز جزء آنها بودند و متاسفانه سازمان های بین المللی نیز در کنار آنها قرار گرفتند اما ایران بود و ایران و استراتژی آنها سقوط کشور در مدت کمتر از یک هفته بود و حداقل انتظار آنها جدایی خوزستان از میهن عزیز اسلامی بود. اما دیدیم به فضل الهی و استقامت ملت بزرگ ایران دشمنی که آمده بود بماند و اسم برخی از شهرهای ما را تغییر داده بود با شکست مواجه شد و بعد ازهشت سال حتی یک وجب از خاک ما را نتونست تصرف کند و ما در این جنگ توانستیم ابهت دو ابرقدرت جهان را بشکنیم و به قول حضرت امام (ره) اینهایی که قصد داشتند مانع صدور انقلاب شوند با دفاع فرزندان این مرز و بوم در این هشت سال انقلاب ما به ملت های دیگر جهان صادر شد. سرهنگ رضائی با اشاره به برنامه های شوم دشمن از جمله دین زدایی تصریح کرد: مشرکین و کفار در برهه ای از زمان به اسپانیا حمله کردند. اسپانیایی که یک روز کشور مسلمان بود امروز کسی اسپانیا را در دنیا به عنوان کشور مسلمان نمی شناسد و دشمن همان برنامه را می خواست برای ایران اسلامی پیاده کند که به فضل الهی و استقامت مردم دشمن شکست خورد و باور داریم تا زمانی که ایمان این ملت استوار و استقامت آنها پایدار باشد این ملت پیروز خواهد بود و ان شااله دشمن این آرزو را برای همیشه به گور خواهد برد. جانشین سپاه کربلای مازندران با اشاره به کینه غیرقابل تصور دشمن نسبت به این نظام بر هوشیاری جوانان و تلاش بیشتر برای حفظ این نظام تاکید و گفت: امروز تنها راه نجات کشور قوی شدن در همه عرصه ها از جمله اقتصادی و فرهنگی است. وی در پایان ضمن قدردانی از مدیریت و حضور کارکنان شرکت آب منطقه ای مازندران در این همایش با اشاره به توانمندی و اوج آمادگی نیروهای مسلح گفت: امروز دشمن به خوبی می داند که از راه نظامی نمی تواند به این نظام آسیب برساند و اگر خطایی کند نیروهای مسلح ما با سیلی محکمی پاسخ آن را خواهند داد. لذا با اعمال تحریم های ظالمانه می خواهد مشکلات اقتصادی ما را تشدید کند که باید با تلاش مضاعف این مکر و نقشه شوم دشمن را نقش بر آب کنیم. شایان ذکر است در این مراسم از ۴۰ نفر از رزمندگان و پیشکسوتان دوران دفاع مقدس با اهدای لوح تقدیری تجلیل به عمل آمد.

با اعتبار ۴۰ میلیون ریال و با هدف حذف آهن از آب شرب؛

# تصفیه خانه آب مجتمع سراجوی غربی مراغه طراحی و احداث شده است

**آذربایجان شرقی –فلاح:** همزمان با هفته بیست و یکم پویش ملی هر هفته الف –ب- ایران طرح آبرسانی به ۳۳ روستای استان آذربایجان شرقی با حضور مقام عالی وزارت نیرو بصورت ویدئو کنفرانسی به بهره برداری رسید. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، با اجرای این طرح‌ها در ۲۰ استان کشور از جمله در ۳۳ روستای آذربایجان شرقی، ۲۸۱ هزار نفر از جمعیت روستایی از آب سالم و پایدار برخوردار می‌شوند. وزیر نیرو در مراسم افتتاح همزمان طرح‌های آبرسانی به ۴۰۰ روستا در ۲۰ استان کشور از طرح آبرسانی به ۳۳ روستا در استان آذربایجان شرقی که در ۱۴ شهر استان واقع شده اند و با جمعیت ۲۰۲۸۰ نفر بهره برداری نمود این طرح در قالب پویش ملی هر هفته الف –ب –ایران هفته بیست و یکم همزمان با چند استان دیگر از طریق ویدئوکنفرانس با حضور وزیر نیرو به بهره‌برداری رسید. وزیر نیرو در این مراسم با اشاره به افزایش بیش از ۴ درصدی عرضه انرژی نسبت به پارسال و افزایش ۳۰ درصدی صادرات انرژی در سال ۹۹، از جبران حدود ۱ میلیارد مترمکعبی بیلان منفی سفره‌های آب زیرزمینی با اجرای طرح‌های تعادل بخشی آب‌های زیرزمینی خبر داد و گفت: با هدف کاهش میزان فروچاله‌ها طرح‌های سازگاری با کم آبی هم در همه استان‌ها در حال اجراست. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در آیین افتتاحی این طرح‌ها که همزمان با بهره‌برداری از طرح‌های آبرسانی به ۴۰۰ روستای کشور و با حضور ویدئو کنفرانسی وزیر نیرو انجام گرفت، با قدردانی از توجه ویژه وزارت نیرو به طرح‌های آبرسانی روستایی گفت: برای اجرای این طرح مبلغ ۲۳۴،۸۸۴ میلیون ریال که مبلغ ۲۱۹،۸۸۴ میلیون ریال از محل اعتبارات صندوق توسعه ملی و مبلغ ۱۵،۰۰۰ میلیون ریال از محل اعتبارات بودجه عمومی هزینه شده است . وی همچنین به طرح تصفیه خانه آب مجتمع سراجوی غربی شهرستان مراغه اشاره کرد و افزود: این تصفیه خانه با هدف حذف آهن از آب شرب با ظرفیت ۲۸ لیتر بر ثانیه و با اعتبار ۴۰ میلیون ریال جهت تامین آب روستاهای مجتمع سراجوی غربی طراحی و احداث گردیده است.

مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان عنوان کرد :

# با تفکر دفاع مقدس توانسته ایم بر توطئه های دشمنان انقلاب پیروز شویم

**اهواز - شبنم قجاوند:** مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان گفت : با تکیه بر تفکر دفاع مقدس توانسته ایم بر توطئه های متعدد دشمنان انقلاب اسلامی پیروز شویم و استقلال سیاسی و اقتصادی مان را حفظ کنیم . مهندس قباد ناصری که به مناسبت آغاز چهلمین سالگرد آغاز جنگ تحمیلی و دفاع مقدس با همراهی مدیران و روسای ستادی در پایگاه مقاومت شهید تندگویان این شرکت حضور یافته بود ، هفته دفاع مقدس را به ارکان و اعضای این پایگاه تبریک گفت و از رشادت و پایمردی رزمندگان در دفاع از کیان انقلاب و حفظ تمامیت ارضی کشورمان تقدیر کرد . وی طی سخنانی با اشاره به اینکه در تجاوز دشمن بعثی به خاک کشورمان یک دفاع منسجم با همکاری همه قوای نظامی و غیرنظامی شکل گرفت اظهار داشت : اگر آن رشادت ها و پایمردی رزمندگان نیروهای مسلح کشورمان در دفاع از تمامیت ارضی کشورمان نبود ، امروز علاوه بر اینکه شاهد حضور بیگانگان در کشور می بودیم سرنوشتی مشابه افغانستان را پیدا می کردیم . مهندس ناصری ادامه داد : شهدای گرانقدر ما ، سرداران و سربازان ایثارگر ما در طول ۸ سال دفاع مقدس با نثار خون و جانشان در راه پایداری انقلاب اسلامی باعث شدند تا توطئه های دشمنان یکی پس از دیگری نقش بر آب شود و شکست بخورد . وی در بخش دیگری از سخنانش اظهار داشت : ملت غیور ایران با روحیه ای نشأت گرفته از فرهنگ ایثار و شهادت و با روحیه ی بسیجی ، چه در طول ۸ سال دفاع مقدس و چه سالهای پس از آن که جنگ های روانی و اقتصادی دشمن را شاهد بوده ایم پای انقلاب و نظام مقدس اسلامی ایستادند و نتیجه ی آن ثبات و استقلال سیاسی و اقتصادی کشورمان و زبونی و خاری دشمنان ، استکبار و وابستگانش است . مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان تصریح کرد : همین روحیه ی بسیجی ملت ایران کلید رهایی بخشی و خلاصی از مشکلاتی بوده که بواسطه ی عداوت دشمنان با انقلاب و وضع تحریم های ظالمانه و جبارانه بوجود آمده اند . این مقام مسئول افزود : با روحیه ی بسیجی و تفکر جهادی که در سایه ی رهبری خردمندانه مقام معظم رهبری صورت گرفته است امروز شاهد جهش و پیشرفت چشمگیر در صنایع مختلف همچون نفت - دفاعی - مهندسی - پزشکی - کشاورزی و هسته ای بوده و هستیم به گونه ایکه توانسته ایم انحصار این صنایع را از دست قدرت های بزرگ جهانی ربوده و ثابت کنیم هدف این انقلاب که قطع وابستگی به بیگانگان بوده ، بخوبی محقق گشته است . وی با اشاره به جنگ روانی شدید دشمنان و اعلام وضع تحریم های ظالمانه جدید علیه کشورمان گفت : ۴۱ سال است که گوشمان با نام تحریم آشنا شده و واژه ی تحریم برای ملت قدرتمند ایران واژه ی ناملموس و جدیدی نیست و در سایه ی همین تحریم ها بوده که موفق به شکست دشمنان و کسب دستاوردهای مختلف در صنایع مختلف شده ایم . وی با اشاره به نقش صنعت نفت و کارکنان آن در دوران دفاع مقدس اظهار داشت : کارکنان صنعت نفت در دوران دفاع مقدس هم در خط مقدم جنگ با گرفتن اسلحه با دشمن متجاوز می جنگیدند و هم در جبهه ی تولید با ایثار و از خود گذشتگی در زیر شدیدترین بمباران ها و موشکباران ها به بازسازی تأسیسات و استمرار فرآیند تولید و صادرات این ماده استراتژیک می پرداختند . مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در خاتمه افزود : امروز هم در یک وضعیت ناعادلانه صنعت نفت بعنوان صنعت نخست و خاکریز اول جنگ اقتصادی هدف حملات آمریکا قرار گرفته و تحریم های گوناگون علیه آن وضع شده اما با تکیه بر خرد و دانایی ولی امرمان و توجه به اصل اقتصاد مقاومتی توانسته ایم قطعات و تجهیزات مختلف مورد نیاز این صنعت پیچیده را توسط مهندسان و متخصصان ایرانی طراحی و تولید کرده و با نگاه به حمایت از کالای ایرانی ، موجب جهش تولید و رونق اقتصادی برای تولیدکنندگان ایرانی شویم .

مسعود ناصری، رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان هرمزگان خبر داد :

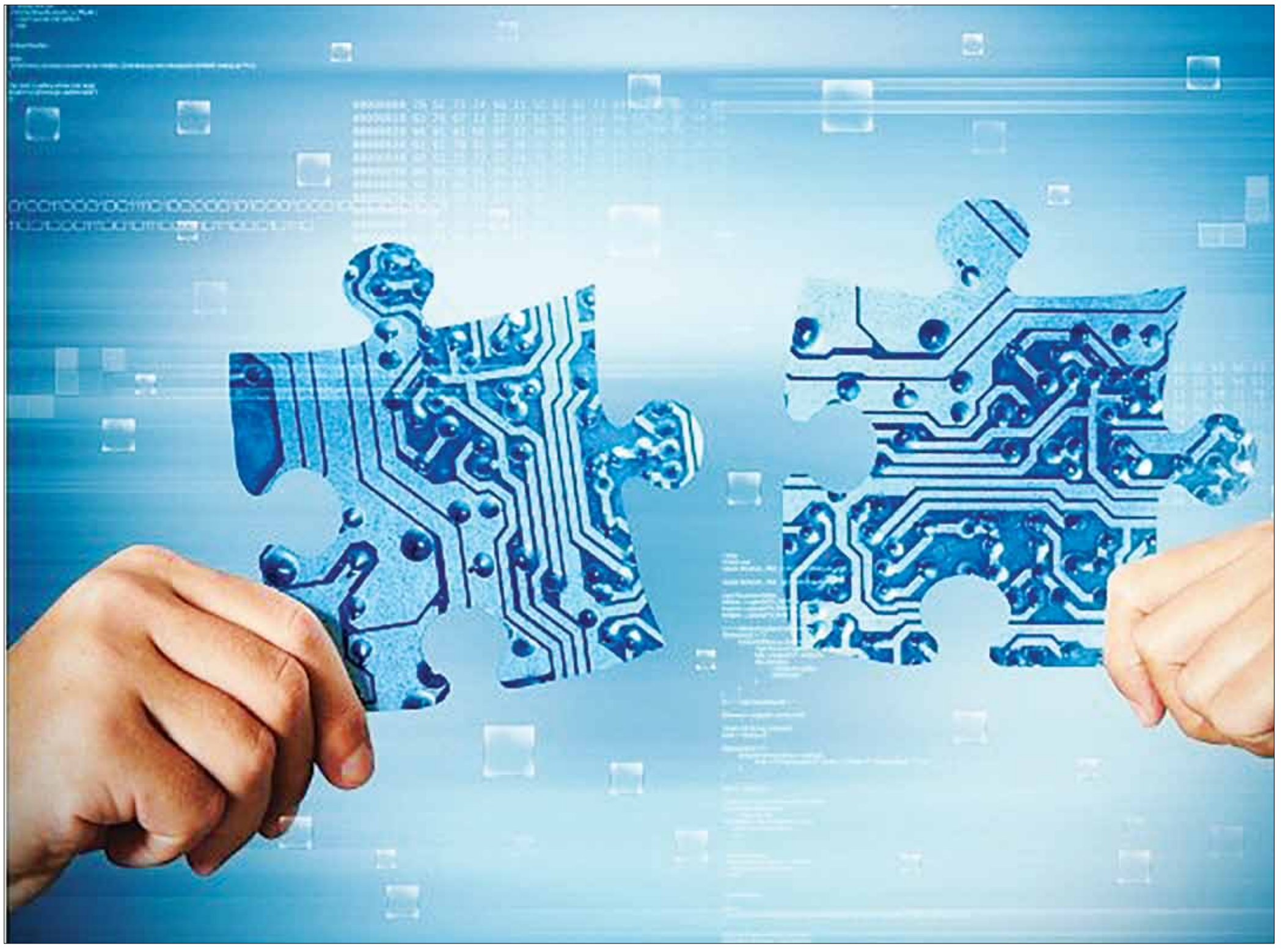
# پرداخت تسهیلات ۵۰ میلیون ریالی برای گازکشی منزل

**بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز:** مسعود ناصری، رئیس روابط عمومی شرکت گاز استان هرمزگان از اختصاص تسهیلات به متقاضیان لوله کشی گاز خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان هرمزگان،مسعود ناصری، رئیس روابط عمومی این شرکت در راستای کمک به شهروندان جهت تسهیل در اشتراک پذیری گاز افزود: با همکاری و هماهنگی با بانک های صادرات و تجارت زمینه اعطای وام به متقاضیان این استان به مبلغ ۵۰ میلیون ریال فراهم شده است. وی افزود: اختصاص این سهمیه از سال ۹۹ در دستور کار شرکت گاز استان هرمزگان قرار گرفت و پیرو جلسات متعدد صورت گرفته مقرر شد مبلغ ۵۰ میلیون ریال این تسهیلات به متقاضیان جهت لوله کشی گاز قرار گیرد و بازپرداخت این تسهیلات سه الی پنج ساله می باشد. مسعود ناصری با بیان این مطلب که اعطای این وام می‌تواند بخش بزرگی از مشکلات مردم این استان را در راستای بهره مندی از نعمت گاز طبیعی مرتفع کند،تصریح کرد: هم استانی هایی که در مناطق گازدار شده سکونت دارند و علمک گاز درب منزل و یا مجتمع آن ها نصب شده می‌توانند پس از تشکیل پرونده جهت اخذ اشتراک گاز، با دریافت معرفی نامه از سوی ادارات شهرستانی گاز و با مراجعه به شعب منتخب بانک صادرات و کلیه شعب بانک تجارت در شهرستان خود نسبت به اخذ تسهیلات بانکی جهت لوله کشی گاز داخل منازلشان، اقدام کنند. این مقام مسئول افزود: شرکت گاز استان هرمزگان در راستای مسئولیت های اجتماعی خود و رفاه بیشتر مردم هرمزگان جهت استفاده از گاز شهری، به ایجاد زیرساخت ها و توزیع گاز شهری، انعقاد قرارداد با برخی بانک‌های صادرات و تجارت جهت دادن تسهیلات به شهروندان متقاضی درخصوص گازکشی در منازل آنها اقدام کرده و بی شک با استفاده شهروندان از گاز طبیعی، الگوی زندگی آنان به سمت رفاه بهتر و بیشتر تغییر پیدا خواهد کرد و دیگر نیاز به رفت و آمدهای غیرضروری جهت تعویض سیلندر گاز در بیرون از منزل نمی‌باشد و به خصوص در این ایام که با بیماری فراگیر کرونا دست و پنجه نرم می‌کنیم.

# کمک ۷۰۰ میلیون ریالی حجه الاسلام والمسلمین شهرستانی به کمیته امداد قم

**قم - خبرنگار فرصت امروز:** مدیرکل کمیته امداد استان قم از کمک ۷۰۰ میلیون ریالی نماینده آیت الله العظمی سیستانی در ایران، برای تأمین ملزومات آموزش غیرحضوری به دانش آموزان و دانشجویان خبر داد. به گزارش سایت خبری کمیته امداد، اکبر میرشکار، مدیرکل کمیته امداد استان قم با اشاره به آغاز سال تحصیلی گفت: امسال با توجه به تغییر رویکرد آموزشی در کشور نیازهای تحصیلی دانش آموزان نیز تغییر کرده است. وی ضرورت تهیه لوازم آموزشی غیر حضوری مانند تبلت را خاطر نشان کرد و گفت: دانش آموزان نیازمند و تحت حمایت کمیته امداد بدلیل گرانی تبلت امکان تهیه آنرا ندارند و ما از خیران و نیکوکاران درخواست می کنیم کمیته امداد را برای تهیه این ملزومات کمک کنند. مدیرکل کمیته امداد استان قم ضمن قدردانی از مراجع عظام تقلید که همیشه این نهاد را در خدمت رسانی به نیازمندان یاری می کنند گفت: در همین راستا حجه الاسلام والمسلمین سید جواد شهرستانی نماینده آیت الله العظمی سیستانی در ایران، مبلغ ۷۰۰ میلیون ریال برای تأمین ملزومات آموزش غیرحضوری به دانش آموزان و دانشجویان تحت حمایت کمیته امداد استان قم کمک کرد.

# ستاری: رسانه ملی تریبون پرقدرت برای ترویج زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان است



سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری و عبدالعلی علی‌عسگری رئیس سازمان صداوسیما از مجموعه شرکت‌ها و توانمندی‌های پارک فناوری پردیس معاونت علمی بازدید کردند. در این بازدید بر توسعه همکاری‌های دوجانبه و استفاده از ظرفیت‌های رسانه ملی در معرفی هرچه بیشتر زیست بوم نوآوری و اقتصاد دانش‌بنیان در کشور تاکید شد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در جریان این بازدید، گفت: اختراع و پژوهشی که بخش خصوصی حاضر به خرید و سرمایه‌گذاری روی آن نیست، احتمالاً از ارزش ذاتی کافی برای تجاری‌سازی برخوردار نیست، اختراع و نوآوری ارزشمند توانایی حل یک مشکل از مشکلات جامعه را دارد و طبیعتاً سرمایه‌گذار نیز برای آن پیدا می‌شود.

**بسته‌های خدمتی**

سورنا ستاری، رئیس بنیاد ملی نخبگان ضمن تاکید بر توسعه هرچه بیشتر زیرساخت‌های اقتصاد دانش‌بنیان در کشور، افزود: در حال حاضر معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، بیش از ۱۴۰ بسته خدمتی مختلف به شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور عرضه می‌کند، خروجی تدریجی این خدمات در این بازه زمانی شش ساله به تولد بیش از ۵۳۰۰ شرکت دانش‌بنیان انجامیده است.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان ضمن توضیح گام‌های برداشته شده در راستای فرهنگ‌سازی و تقویت زیست‌بوم فناوری و نوآوری بیان کرد: رسانه ملی تریبون پرقدرت برای ترویج زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان است. رسانه ملی ظرفیت‌های قابل توجهی در اختیار دارد، در صورت توسعه همکاری‌های دوجانبه، بستر مناسبی برای توسعه بازار محصولات دانش‌بنیان، خلاق و فناور ایجاد می‌شود.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با اشاره به ظرفیت‌های گسترده رسانه ملی در تبیین اقتصاد دانش‌بنیان در جامعه، گفت: بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان رشدیافته و بالنده هستند، معرفی محصولات شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان از صداوسیما می‌تواند رشد این شرکت‌ها را نیز به شکل قابل توجهی تسریع بخشد.

بازارسازی برای محصولات دانش‌بنیان

ستاری ضمن مهم ارزیابی کردن تبلیغات و معرفی محصولات دانش‌بنیان، افزود: بازدید امروز رسانه ملی از این مرکز می‌تواند نقطه عطفی در همکاری‌های دوجانبه باشد. با توجه به دستورات و پیگیری‌های رئیس محترم صداوسیما برای ایجاد کمیته همکاری‌های مشترک رسانه‌ای، انتظار می‌رود که روند معرفی توانمندی‌های زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان در صداوسیما، جهش یابد. براساس توافق صورت گرفته، شبکه‌های برون مرزی نیز در راستای معرفی هرچه بیشتر محصولات و خدمات فناورانه ایران ساخت تلاش می‌کنند.

روحیه فناورانه و ارزش‌های انقلاب اسلامی

عبدالعلی علی‌عسگری، رئیس سازمان صداوسیما نیز در این بازدید ضمن اشاره به موفقیت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در توسعه زیرساخت‌های نوآوری در کشور گفت: تمام تلاش ما در این سازمان حمایت از زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان در کشور است. روحیه جهادی موجود در میان فعالان فناور ریشه در ارزش‌های انقلاب اسلامی دارد.

**توسعه زیست بوم**

رئیس سازمان صداوسیما، با اشاره به وظایف این سازمان در گسترش فرهنگ کارآفرینی و نوآوری در کشور گفت: همان خط سلطه که امیرکبیر را شهید کرد، در دوران ستم‌شاهی نیز تلاش کرد تا ایران همواره واردکننده و وابسته باشد. انقلاب اسلامی نقطه آغاز حماسه خودکفایی در کشور است.

علی‌عسگری در ادامه افزود: رهبر انقلاب همواره از تلاش‌های انجام گرفته در زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان حمایت کرده‌اند و سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری هم که پرچمدار این زیست‌بوم هستند، تلاش‌های قابل تحسینی در این حوزه انجام داده‌اند.

**خودکفایی در دوران دفاع مقدس**

وی با اشاره به همکاری‌های سازنده شکل گرفته بین دو نهاد، گفت: بخشی از تاریخ کمتر روایت‌شده دوران دفاع مقدس، تلاش‌های صورت گرفته برای خودکفایی در حوزه دفاعی در کارخانجات تولیدی و صنایع سپاه و ارتش است. پدر آقای ستاری، شهید منصور ستاری، خود یکی از سرآمدان بومی‌سازی صنایع دفاعی در دوران دفاع مقدس هستند.

**توجه به ذخایر و توانمندی‌های طبیعی**

رئیس سازمان صداوسیما افزود: با توجه به تنوع آب و هوایی کشور، عرصه‌هایی مانند کشاورزی و امنیت غذایی، ظرفیت‌های فراوانی برای فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان دارد. تکمیل زنجیره ارزش در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی و فناوری اجتماعی از جمله دیگر عرصه‌های مهم برای فعالیت‌های نوآورانه است.

وی ضمن تاکید بر بهره‌گیری از توان همه شبکه‌های صدا وسیما افزود: حتی شبکه نهال نیز می‌تواند با فرهنگ‌سازی در میان نونهالان کشور آنها را از همان ابتدا با فرهنگ کارآفرینی و نوآوری آشنا کند. مستندسازی و شبکه‌ها و رادیوهای برون مرزی نیز بستر بسیاری خوبی برای بازاریابی بین‌المللی محصولات دانش‌بنیان و فناور است.

رئیس رسانه ملی، در پایان بیان کرد: شبکه سه به عنوان شبکه جوان، برنامه‌های جدیدی را برای معرفی بیشتر توانمندی‌های دانش‌بنیان کشور، با همکاری معاونت علمی عرضه خواهد کرد.

**درج نام شرکت‌های دانش‌بنیان**

پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و نماینده معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در صدا و سیما ضمن تشکر از حمایت و همکاری‌ها و تجربیات ارزشمند رسانه‌ای دونهاد گفت: با ایجاد دفتر همکاری‌های دوجانبه می‌توانیم کیفیت و کمیت اقدامات انجام‌شده در حوزه فرهنگ‌سازی و ترویج اقتصاد دانش‌بنیان در رسانه ملی را ارتقا دهیم.

کرمی با تشکر از رئیس رسانه ملی برای دستور مساعد، خواستار پخش تیزر رایگان و اختصاص زمان و برنامه‌های مرتبط با معرفی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در شبکه‌های سه، ایران کالا، شبکه چهار، آموزش و بخش‌های خبری و با ذکر نام و برند شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور شد که مورد موافقت رئیس رسانه ملی قرار گرفت.

**تبدیل ایده به محصول**

مهدی صفاری‌نیا، رئیس پارک فناوری پردیس معاونت علمی نیز در جریان این دیدار گفت: تولید ثروت از دانش یکی از اهداف اصلی این مجموعه محسوب می‌شود. پارک فناوری پردیس معاونت علمی، حلقه واسط بین دانشگاه و صنعت است. هسته‌های فناور دانشگاهی ایده‌ها و طرح‌های خود را با استفاده از امکانات این مجموعه به لبه تجاری‌سازی نزدیک می‌کنند.

**گسترش فعالیت**

رئیس پارک فناوری پردیس معاونت علمی، افزود: از سال ۱۳۸۰ زمین‌های فاز یک پارک فناوری پردیس معاونت علمی خریداری شد و به تدریج زیرساخت‌های این مجموعه مانند صندوق پژوهش و فناوری، شتاب‌دهنده‌ها و مرکز نوآوری شکل گرفت.

وی گفت: در دوره جدید یک شعبه جدید برای خدمات‌دهی به شرکت‌های خارج از پارک تاسیس شد، این مجموعه به عنوان زیرمجموعه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با ایجاد کارخانه نوآوری و مجموعه، های وب در محله نوبنیاد تهران، تلاش کرد تا فعالیت‌های خود را گسترش دهد.

صفاری‌نیا افزود: تا سال قبل، بخش خصوصی بیش از ۲۳۰۰ میلیارد تومان در این پارک سرمایه‌گذاری کرده است. بیش از ۲۸ شرکت از ایرانیان جذب شده از خارج از کشور نیز در این مجموعه مستقر شده‌اند.

**معرفی محصولات به مشتری خارجی**

مجتبی رضایی، مدیرعامل شرکت بیناب سنجش دماوند، که با حمایت برنامه جذب نخبگان ایرانی خارج از کشور، از کانادا به ایران بازگشته است، یکی از مدیران فناور حاضر در این نشست بود و محصول فناورانه این شرکت را که دستگاه سنجش آلاینده‌های هوا است را معرفی کرد. این فعال فناور از رئیس رسانه ملی درخواست کرد تا این سازمان، با استفاده از شبکه‌های برون مرزی، نسبت به معرفی توانمندی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور ایرانی به مخاطب خارجی اقدام کند.

مهناز قمی، مدیرعامل شرکت فناور ایکس نانو سینا نیز که تولیدکننده نانو داروها است، شرحی از فعالیت‌ها و محصولات این شرکت را به حاضران در جلسه ارائه کرد.

چند مدیر و فعال فناور نیز نقطه نظرات و درخواست‌های خود را با مسئولین حاضر در نشست در میان گذاشتند.

**امکانات پارک**

پارک فناوری پردیس معاونت علمی، هسته مرکزی ناحیه نوآوری پردیس در شمال شرق تهران است. بیش از ۲۴۰ واحد فناور در این مرکز فعال هستند و نزدیک به ۵۰۰۰ فعال فناور، به صورت روزانه از امکانات این پارک استفاده می‌کنند.

معافیت‌های مالیاتی، بسته‌های حمایت مالی، لغو محدودیت استقرار در ۱۲۰ کیلومتری شهر تهران برای شرکت‌های فناور و ده‌ها خدمت دیگر از جمله مزایایی استقرار شرکت‌های فناور در ناحیه نوآوری پردیس معاونت علمی محسوب می‌شود.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تلاش است تا با توسعه زیرساخت‌ها، در فازهای جدید، ده‌ها هکتار به ظرفیت این پارک اضافه کند.

**بازدید از بخش‌های مختلف**

در این دیدار همچنین معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با همراهی رئیس سازمان صداوسیما و دیگر مسئولین و مدیران حاضر در این نشست، با مدیران و فعالان فناور برخی شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور، مستقر در پارک فناوری پردیس معاونت علمی گفت‌وگو کردند. بررسی چالش‌های این شرکت‌ها و راهکار برون‌رفت از این مسائل، از جمله مباحثی بود که در مورد آن گفت‌وگو شد.

در حاشیه این بازدید همچنین، نمایشگاهی از برخی محصولات دانش‌بنیان و فناورانه مجموعه پارک فناوری پردیس معاونت علمی، برگزار شد. رئیس و مدیران سازمان صداوسیما به همراه معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این بازدید با آخرین محصولات دانش‌بنیان عرضه‌شده در این پارک آشنا شدند.

بازدید از بخش‌های مختلف پارک فناوری پردیس معاونت علمی، بخش دیگری از برنامه‌های این رویداد بود.

سازمان آگهی ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

## مفقودی

کارت هوشمند ناوگان به شماره انتظامی ۱۳۴ ع ۳۷ ایران ۳۳ به شماره کارت ۲۸۶۸۱۶۴ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

## مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز پیکان سواری ۱۶۰۰ آی به شماره موتور ۱۱۱۵۸۲۷۳۳۵۰ و شماره شاسی ۸۲۴۶۲۲۳۱ و شماره انتظامی ۵۲۲ ل ۲۹ ایران ۲۱ بنام مرتضی محمدی مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۸۰۰۲۹۸۴هیات اول موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تنکابن تصرفات مالکانه بلامعارض مالکیت متقاضی سارا حبیب پور فرزند خسرو دو دانگ مشاع از شش دانگ یک قطعه زمین مشجر به مساحت ۶۵۰/۷۱ مربع قسمتی از پلاک ۱۹ اصلی به کلاسه ۹۵/۳۷۶۶ واقع در بخش ۳ ثبت تنکابن خریداری شده از علیرضا قلئی مالک رسمی محرز گردیده لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض برثبت خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م الف : ۱۹۹۰۴۹۴۸

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۰۶/۲۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۰۷/۰۵

شهریار شکوری سرپرست ثبت اسناد و املاک تنکابن

## آگهی موضوع ۳ قانون وماده ۱۳ ایین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابرکلاسه پرونده شماره۱۳۹۷۱۱۴۴۱۰۰۱۸۰۰۱۵۵۴ورای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۰۰۱۸۰۰۰۷۲۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک عباس اباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی اقای /خانم رحیم موسی پسندی فرزند قربانعلی به شماره شناسنامه ۲ صادره ازتنکابن نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۳۱۶/۵۰ مترمربع قسمتی از پلاک ۵ اصلی واقع در قریه پسنده سفلی خریداری از مالک رسمی / عادی سید نصرالدین حسینی محرزگردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض دادخواست خود را به مراجه قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهدشد.

م الف : ۱۹۹۰۴۸۵۹

تاریخ انتشار اول: ۱۳۹۹-۰۶-۲۲

تاریخ انتشار دوم: ۱۳۹۹-۰۷-۰۵

ابراهیم حسین زاده سرپرست ثبت اسناد و املاک عباس آباد

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۸۰۱۲۱۹۸ به کلاسه ۳۲۰ سال ۹۹ هیات اول موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تنکابن تصرفات مالکانه بلامعارض مالکیت متقاضی نواب شاپوری به کد ملی ۲۲۱۹۱۴۵۸۷۵ صادره از تنکابن فرزند یوسف رضا شش دانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای به مساحت ۱۶۶۴۶ متر مربع قسمتی از پلاک ۹و۶ فرعی از ۴۷ اصلی بخش ۴ واقع در قریه کوده خریداری شده از مجتبی خراسانی لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض برثبت خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م الف : ۱۹۹۰۴۹۳۹

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۹/۰۶/۲۲

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۹/۰۷/۰۵

هادی ملاحسینی سرپرست ثبت اسناد و املاک تنکابن

## آگهی مزایده تاسیسات و ماشین آلات موجود در پلاک ثبتی ۶۱۲/۲۰۵۹

بانک صنعت و معدن استان کهگیلویه و بویراحمد بموجب پرونده اجرایی کلاسه ۹۵۰۰۰۴۷ و به استناد سند شماره ۸۹۰۰ مورخ ۱۳۹۱/۱۰/۰۷ تنظیمی دفترخانه۸۳ یاسوج جهت وصول طلب خود به مبلغ ۶/۳۷۹/۶۵۵/۵۱۷ (شش میلیارد و سیصد و هفتاد و نه میلیون و ششصد و پنجاه و پنج هزار و پانصد و هفده) ریال اصل و خسارت تاخیر تا روز وصول طلب علیه شرکت میتکرال جهان آسال (سهامی خاص) به شناسه ملی ۱۰۳۲۰۳۲۴۹۸۶ و شماره ثبت ۳۸۱۹۶۷ در تاریخ ۱۳۸۹/۰۵/۳۰اداره ثبت شرکت های تهران (بدهکار) و شرکت شهرکهای صنعتی استان کهگیلویه و بویراحمد (راهن) اقدام به صدور اجرائیه نموده که پس از تشکیل پرونده به کلاسه مذکور و ادامه عملیات اجرایی برابر مقررات ماده ۳۴ اصلاحی قانون ثبت و به علت عدم پرداخت بدهی از طرف بدهکار و به درخواست بستانکار (۲۱۶۵ - ۹۹مورخ ۱۳۹۹/۰۴/۲۳) مورد وثیقه که در پلاک ۶۱۲/۲۰۵۹ دو هزار و پنجاه و نه فرعی از ششصد و دوازده اصلی واقع در بخش ۲۶ فارس بویراحمد علیا یاسوج که طی سند مالکیت به شماره چاپی ۲۹۳۲۵۷ سری ب سال ۹۶با شماره دفتر یادداشت الکترونیکی ۱۳۹۷۲۰۳۲۰۰۰۱۰۰۱۳۲۳ بنام دولت جمهوری اسلامی ایران به نمایندگی شرکت شهرک های صنعتی استان کهگیلویه و بویراحمد قرار دارد واقع در یاسوج - شهرک صنعتی قودگاه- فاز۳ توسعه - خیابان تدبیر غربی فرعی سوم می باشد با مشخصات و موارد ذیل الذکر عبارتست از:

۱- دستگاه تولید پاکت های پلاستیکی عرض ۸۰ cm
۲- دستگاه تولید پاکت های پلاستیکی عرض ۴۰cm
۳- یک دستگاه دوخت ریلی افقی، دو دستگاه سوخت پدالی،یک دستگاه دوخت پنوماتیک و نوار نقاله
۴-دستگاه دوخت و برش پاکت پلاستیکی عرض ۴۰cm
۵-دستگاه بسته بندی دوخت و برش و ساخت جعبه تمام اتوماتیک
۶-کندر بازیافت پلاستیک
۷-کمپروسور اسکرو به همراه تجهیزات جانبی (مخزن، درایر، فیلترها و...)
۸-هیتر تابشی صنعتی ۶ متری
۹-استیار برق ۳ فاز با ترانس هوایی توزیع و کابل کشی سیستم برقی به همراه تابلوهای برق دستگاهها و توزیع موارد وثیقه برابر نظریه مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۱۴ کارشناس رسمی دادگستری به مبلغ ۲/۰۱۰/۰۰۰/۰۰۰ (دو میلیارد و ده میلیون ) ریال ارزیابی گردیده است، که بر اساس نظریه مزبور برخی از تاسیسات و تجهیزات مندرج خراب و مستعمل یا با کمبود قطعات مواجه بوده اند. مطابق با صورتجلسه مورخ ۹۵/۰۵/۱۶ مامور اجرا اموال فوق الاشار در امانت و نزد امین اموال(حافظ) است اقلام موصوف در روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۱۶ از ساعت ۹ صبح الی ۱۲ ظهر در محل اداره اجرای اسناد رسمی یاسوج واقع در خیابان هجرت سد(ساختمان قدیم اداره کل ثبت اسناد و املاک استان ک ب) از طریق مزایده به فروش میرسد مزایده از مبلغ ۲/۰۱۰/۰۰۰/۰۰۰ (دو میلیارد و ده میلیون) ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی (بابرداخت ۱۰ درصد مبلغ بابه ارزیابی در روز مزایده و واریز مابقی فروش حداکثر ظرف ۵ روز پس از مزایده) فروخته می شود. طالبین میتوانند جهت کسب اطلاعات بیشتر همه روزه در ساعات اداری به اداره اجرای اسناد رسمی یاسوج مراجعه نمایند. خریداران می توانند در وقت مقرر در محل حضور یافته و در جلسه مزایده شرکت نمایند. حق حراج به عهده متعهد خواهد بود. ضمنا کلیه بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و بدهی های مربوط به آب و برق و گاز و تلفن اعم از حق انشعاب یا حق اشتراک و مصرف در صورتیکه مورد مزایده دارای آنها باشد اعم از اینکه رقم قطعی آنها معلوم شده یا نشده باشد تا تاریخ مزایده بر عهده برنده مزایده خواهد بود که تنظیم سند انتقال اجرای موکول به ارائه مفاصاحساب دارایی » شهرداری شرکت شهر کهای صنعتی استان کهگیلویه و بویراحمد و نیز آب و برق و گاز و غیره خواهد بود. چنانچه روز مزایده مصادف با تعطیل رسمی غیر مترقبه گردد، مزایده روز اداری بعد از تعطیلات در همان محل و ساعت انجام می شود و حقوق دولتی و حق مزایده طبق مقررات وصول خواهد شد. ضمنا ملک موصوف بنا به اظهار بستانکار (نامه وارده شماره ۲۲۴۸-۹۹ مورخ ۱۳۹۹/۰۵/۰۱ دارای بیمه نامه حوادث و آتش سوزی تا مورخه ۱۳۹۹/۱۰/۲۹ می باشد.

تاریخ انتشار ۱۳۹۹/۰۷/۰۵

سرپرست اداره اجرای اسناد رسمی یاسوج مهرداد همت زاده

## آگهی فقدان سند مالکیت

آقای عزیز جمشیدی راد برابر درخواست وارده به شماره ۲۱۸۷۲ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۹ وبا تقدیم دو برگ استشهادیه مصداق به شماره ۳۱۵۶۸ مورخ ۱۳۹۹/۶/۱۹ مدعی است شش دانگ پلاک ۴۰ فرعی از ۲۰۷۳۰ اصلی بخش دو شهر ایتا به نام خانم فرنگیس یاوری در صفحه ۸۷ دفتر ۲/۶۶به شماره ثبت ۹۹۳ به نامش ثبت سپس طی سند قطعی بشماره ۳۹۴۵ مورخه ۱۳۹۱/۱۲/۰۲ دفتر خانه اسناد رسمی شماره ۸۸ شش دانگ بنام عزیز جمشیدی راد منتقل گردید وسند بشماره ۲/۷۹۶۶۷ بعلت سهل انگاری طبق ماده ۱۲ آیین نامه قانون ثبت دریک نوبت آگهی می شود تا چنانچه فرد یا افرادی مدعی انجام معامله با وجود سند مالکیت در نزد آنان ـ میباشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ۱۰ روز مراتب را به این اداره اعلام دارند در غیر اینصورت نسبت به صدور سند مالکیت طبق مقررات اقدام وسند مالکیت اولیه از درجه اعتبار ساقط وابطال خواهد شد.

رونوشت : جهت اطلاع واقدام به ستاد اجرایی فرمان امام (ره)

محمد عباسی ـسرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک

## آگهی موضوع ۳ قانون وماده ۱۳ ایین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابرکلاسه پرونده شماره۱۳۹۷۱۱۴۴۱۰۰۱۸۰۰۱۸۲۰ورای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۰۰۱۸۰۰۲۴۹۶ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک عباس اباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی اقای /خانم سید محمد اقا سید علی فرزند سید محسن به شماره شناسنامه ۹۳۰۳ صادره ازتهران نسبت به ششدانگ عرصه یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۲۵۸/۲۱ مترمربع قسمتی از پلاک ۳۱۳ اصلی واقع در قریه کلار اباد خریداری از مالک رسمی / عادی محرزگردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض دادخواست خود را به مراجه قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهدشد.

م الف : ۱۹۹۰۴۸۹۰

تاریخ انتشار اول: ۱۳۹۹-۰۶-۲۲

تاریخ انتشار دوم: ۱۳۹۹-۰۷-۰۵

ابراهیم حسین زاده سرپرست ثبت اسناد و املاک عباس آباد

## آگهی موضوع ۳ قانون وماده ۱۳ ایین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابرکلاسه پرونده شماره۱۳۹۷۱۱۴۴۱۰۰۱۸۰۰۰۸۴۶ورای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۱۰۰۱۸۰۰۲۲۹۱ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک عباس اباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی اقای /خانم بیژن کریمیان فرزندقدرت اله به شماره شناسنامه ۹۵۳ صادره ازاصفهان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۳۷۰ مترمربع قطعه ۱۱ تفکیکی باقیمانده از قطعه ۲۶ تفکیکی از پلاک ثبتی ۱۵۱فرعی از۱۴۵ اصلی واقع در قریه محمد حسین اباد خریداری از مالک رسمی / عادی رسول پند اموز محرزگردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض دادخواست خود را به مراجه قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهدشد.

م الف : ۱۹۹۰۴۷۱۴

تاریخ انتشار اول: ۱۳۹۹-۰۶-۲۲

تاریخ انتشار دوم: ۱۳۹۹-۰۷-۰۵

ابراهیم حسین زاده سرپرست ثبت اسناد و املاک عباس آباد

## آگهی مزایده اموال غیر منقول

حسب پرونده کلاسه ۹۸۰۵۱۲ به موجب نیابت اعطایی از شعبه اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان رضوانشهر موضوع اجرای دستور ضبط وجه الوثاقه و فروش وثیقه تعرفه شده اقای فریدون پوربخش و اخذ وجه الوثاقه به میزان ۲/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به سود اقای رضا سعیدی وسکه با وکالت بهنام اسروش که در همین راستا وثیقه تودیع شده توسط کارشناس رسمی دادگستری ارزیابی و به شرح ذیل توصیف اجمالی گردیده است:یک قطعه زمین باقی به مساحت ۴۲۸۶/۱۵ متر مربع متعلق به اقای فریدون پوربخش واقع در شانترمن روستای پانکو خیابان شهید نادری خیابان زنده یاد برزو عزیززاده بعد از کوچه امیررضا جنب منزل مالک دارای سند رسمی به شماره پلاک ۲۲۵ فرعی از ۵۴ اصلی مفروز از ۳۳ فرعی از اصلی بخش ۲۵ گیلان با حدود اربعه شمالا متصل به کوچه احداثی و شرقا متصل به زمین شالیزاری خانم حمیرا پوربخش و جنوبا متصل به زمین شالیزاری خانم حمیرا پوربخش و اقای ایرج رمضان نژاد و غربا متصل به خانه ومحوطه مالک که با توجه به موقعیت فعلی و جغرافیایی و موقعیت مکانی و نوع کاربری قیمت کل ملک مساحت ۱۵۰۰ متر فی الحال تبدیل به شالیزار شده است.

بنابراین مقرر شده ملک موصوف از طریق مزایده حضوری در روز چهارشنبه مورخه ۱۳۹۹/۰۷/۲۳ از ساعت ۱۰ الی ۱۱ در دفتر اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال بفروش برسد. قبل از موعد مقرر هریک از شرکت کنندگان به دفتر اجرا مراجعه و حضور خود برای شرکت در مزایده را اعلام نمایند . و هر یک از شرکت کنندگان موظف هستند به اندازه ده درصد قیمت پایه کارشناسی چک تضمینی از بانک اخذ و چک مزبور را به همراه پیشنهاد خود به صورت پاکت دربسته به دفتر اجرا ارائه نمایند و پس از پایان وقت مزایده هیچ پیشنهادی پذیرفته نمی باشد. و در صورت برنده شدن شخص برنده لازم است الباقی قیمت پیشنهادی را تا سقف ده درصد پیشنهاد خود فی المجلس پرداخت کند که غیر اینصورت مبلغ مندرج در چک تضمینی به نفع دولت ضبط و مزایده تجدید میگردد و علاوه بر ان الباقی بهای مزایده از تاریخ برگزاری به مدت یک ماه باید پرداخت گردد. و همچنین کسانی که تمایل دارند میتوانند تا قبل از پنج روز به زمان برگزاری مزایده به دفتر اجرا مراجعه تا مقدمات بازدید فراهم اید و همچنین کلیه هزینه های نقل و انتقال و واگذاری برعهده خریدار می باشد.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹/۰۷/۰۵

سید رحیم مهرجوی ـمدیر اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان ماسال

۵ راهکار تامین مالی کسب و کارها

# چالش تامین مالی کسب و کار

به قلم: مایک میرز کارشناس کسب و کار و امور مالی
ترجمه: علی آل‌علی

تمام کســب و کارها، علی‌رغم تفاوت‌های حوزه فعالیت‌شان، دارای یک نکته مشترک هستند: نیاز به تامین مالی برای ادامه فعالیت. این نکته همیشــه دغدغه اصلی صاحبان کســب و کار و علاقه‌مندان به تاسیس شرکت است. شاید در نگاه نخست اغلب کسب و کارها با بودجه مناسبی کار را شروع نمایند، اما الگوی قدیمی کارآفرین پولدار از مدت‌ها پیش دیگر کاربرد ندارد. امروزه اغلب کســب و کارها با شــیوه‌های مختلف تامین سرمایه متولد می‌شوند بنابراین هر کارآفرینی در چنین بازاری باید نکات مهم برای تامین مالی کســب و کارش را به خوبی بداند. در غیر این صورت امکان بقا در حوزه کســب و کار به شــدت دشوار خواهد شد. در ادامه برخی از مهمترین تکنیک‌ها برای تامین مالی سرمایه کسب و کار را مرور خواهیم کرد.

۱. تامین سرمایه برای خرید تجهیزات شرکت

مدیریت کســب و کار بدون بودجه و توان مالی امکان‌ناپذیر اســت. امروزه کســب و کارها به طــور مداوم نیازمند خرید تجهیزات تازه برای فعالیت مناســب کارمندان هســتند. این امر بار مالی قابل توجهی بر روی کســب و کارها ایجاد می‌کند. اگر شــما به فکر خرید تجهیزات برای کســب و کارتان هستید، باید به وام‌های مختلف در این حوزه توجه نمایید. سازمان‌های دولتی و شــرکت‌های بیمه برای خرید تجهیزات کسب و کار اقدام به اعطای وام‌های مختلف با شرایط گوناگون می‌کنند. شاید استفاده از چنین وام‌هایی در نگاه نخست بی‌فایده به نظر برسد، اما در شرایط اضطراری تاثیر قابل توجهی بر روی ادامه فعالیت کسب و کار خواهد داشت.

یکی دیگر از راهکارهای تامین ســرمایه موردنیاز در راســتای خرید تجهیزات سازمانی شامل مشــارکت با شــرکت‌های تولیدکننده تجهیزات در بازه زمانی طولانی است. این امر شامل تعهد برای خرید محصولات موردنیاز شرکت در بازه زمانی طولانی در ازای دریافت تخفیف قابل توجه است. این امر برای برندهایی با وضعیت مالی نامساعد بهترین راهکار خواهد بود.

۲. اخذ وام‌های کاری

وام‌هــای کاری یکی از رایج‌ترین شــیوه‌های تامین مالی کســب و کارهاســت. امروزه بانک‌ها وام‌هــای مختلفی در اختیار کســب و کارها و کارآفرینان قرار می‌دهند. اگر شــما علاقه‌مند به اخذ چنین وام‌هایی هستید، پیش از هر اقدامی باید نسبت به مطالعه دقیق شرایط اقدام کنید. بســیاری از کسب و کارها بدون اطمینان از توانایی بازپرداخت وام‌ها اقدام به اخذشان می‌کنند. نتیجــه این امر اغلب اوقات ناتوانی برای بازپرداخت وام و در نهایت ورشکســتگی کســب و کار خواهد بود.

اخذ وام در راســتای بهبود وضعیت کســب و کار صورت می‌گیرد بنابراین اگر شــما نسبت به توانایی بازپرداخت آن اطمینان ندارید، باید بازنگری اساسی در وضعیت‌تان انجام دهید. در غیر این صورت خطر ورشکستگی همیشه در کنارتان خواهد بود.

امروزه بســیاری از بانک‌ها در ازای ارائه وام در ســود نهایی شرکت‌ها سهیم می‌شوند. این امر نوعی تامین ســرمایه مطمئن و شراکت پرسود محسوب می‌شود. اغلب کارآفرینان بدون تامین ســرمایه امکان فعالیت در عرصه کســب و کار را ندارند بنابراین بایــد در کمترین زمان ممکن ســرمایه مدنظرشان را تامین نمایند. همکاری با بانک‌ها در طول تاریخ مطمئن‌ترین شیوه برای تامین سرمایه محسوب می‌شود.

اگــر شــما در زمینه اخذ وام تردیدهایی در مورد امکان پــس دادن مبلغ موردنظر دارید، باید موضوع را با بانک موردنظر یا مشاورهای مالی شرکت در میان بگذارید. این امر فرصت مناسبی در اختیار شما برای انتخاب راهکارهای جایگزین خواهد داد.

۳. استفاده از کارت اعتباری کسب و کار

یکی از تکنیک‌های مدیریت مالی مربوط به استفاده از کارت بانکی واحد برای تمام هزینه‌های کســب و کار است. مزیت‌های شــیوه امکان ارزیابی هزینه‌های جاری شرکت در طول ماه است بنابراین شــما برای اخذ وام رقم دقیقی در اختیار خواهید داشــت. همچنین در صورت تمایل برای صرفه‌جویی در هزینه‌های شرکت به راحتی امکان اعمال استراتژی‌های مختلف را خواهید داشت.

بسیاری از کسب و کارها بدون اطلاع از سرمایه موردنیازشان اقدام به اخذ وام می‌کنند. نتیجه این امر اغلب اوقات اخذ وام‌هایی بیشــتر از مبلغ موردنیاز اســت. بســیاری از کسب و کارها در صــورت مواجهه با باقی مانده وام موردنیازشــان اقدام به صرف هزینه‌های غیرضروری می‌کنند. نتیجه نهایی این امر افزایش بار مالی کسب و کار و بازپرداخت دشوار آن خواهد بود.

۴. فروش سهام شرکت

اگر کسب و کار شما از زمان تاسیس گردش مالی مثبت داشته باشد، امکان عرضه سهامش در بورس وجود خواهد داشت. این امر گزینه‌ای جذاب برای کسب و کارها محسوب می‌شود. امروزه سهام بسیاری از کسب و کارها در بورس عرضه می‌شود. این امر فرصت مناسبی در اختیار کسب و کارها و سرمایه‌گذارها برای مشارکت سودآور می‌دهد.

اگر شــما تجربه عرضه سهام کســب و کارتان در بورس را ندارید، باید با احتیاط بسیار زیادی در این زمینه اقدام کنید. برخی از کســب و کارها در بلندمدت با عرضه سهام‌شــان امکان ارائه سود به سهامداران را پیدا نمی‌کنند بنابراین تعداد سهم‌های فروخته شده باید متناسب با توان پرداخت ســود کســب و کار تعیین شــود. در غیر این صورت چالش‌های مالی گسترده‌ای پیش روی کسب و کارها خواهد بود.

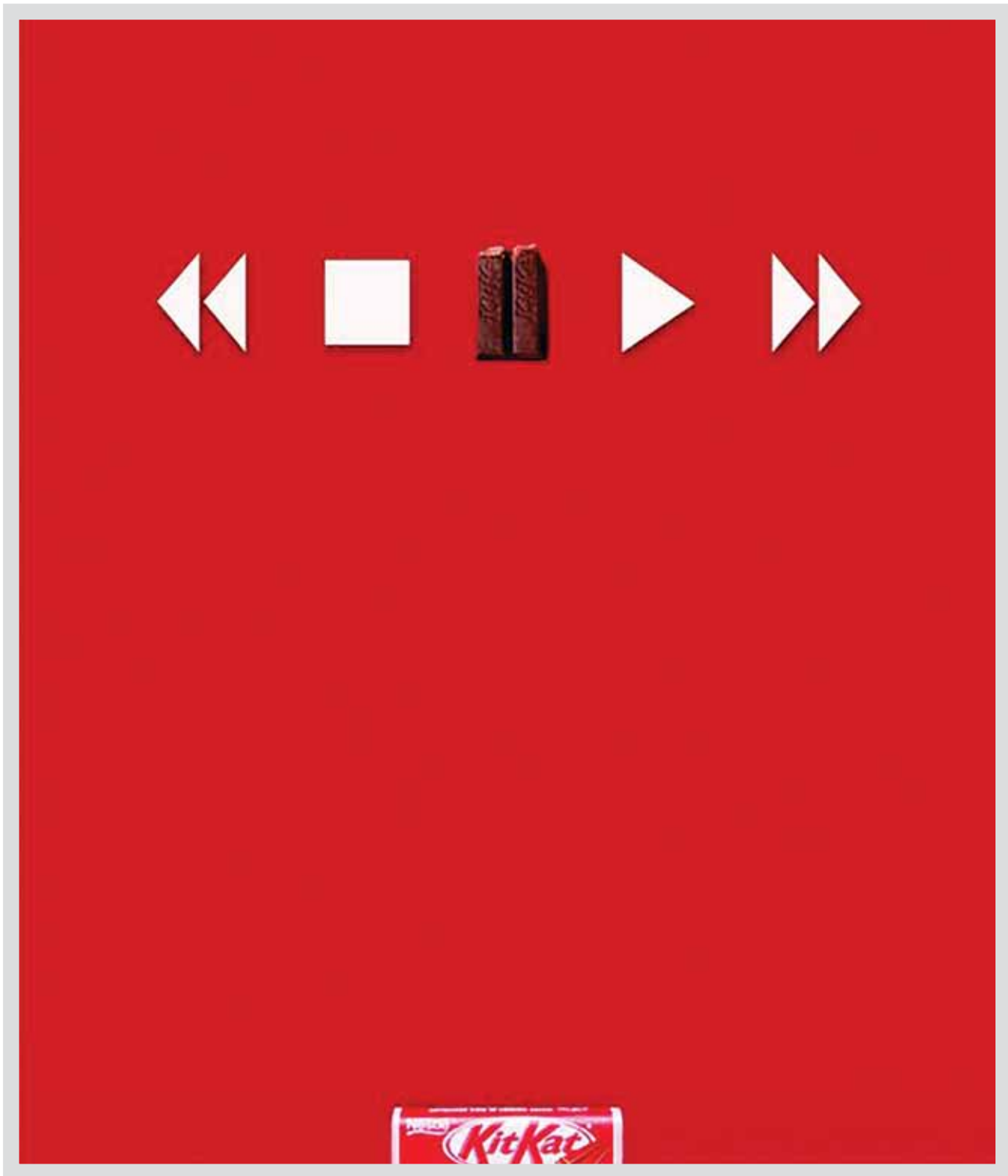
۵. مشارکت با دیگر کسب و کارها

امروزه بسیاری از شــرکت‌ها در عمل توانایی تامین سرمایه موردنیازشان را ندارند. همین امر ایده مشــارکت کسب و کارها با هم برای تامین ســرمایه را بدل به گزینه‌ای جذاب کرده است. بدون تردید وقتی صحبت از مشــارکت میان کســب و کارها می‌شود، مثال‌های بسیار زیادی به ذهن می‌آید. نکه مهم در مورد برندهای بزرگ اغلب مربوط به مشــارکت برای تامین تخصص و فناوری موردنیاز به منظور حضور بهتر در یک بازار است. تفاوت اصلی در اینجا نیاز به سرمایه در دسترس است بنابراین همکاری شما با دیگر شرکت‌ها باید بر محور سرمایه در دسترس صورت گیرد. در غیر این صورت هیچ‌کدام امکان بهبود وضعیت مالی‌تان در بازار را نخواهید داشت.

**منبع: smallbusinessbonfire.com**

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| شنبه | ۵ مهر ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۳۱ | 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 بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM








# ۷ عادت شوکه‌کننده‌ای که شما را به یک میلیونر تبدیل خواهد کرد

بــه تازگی در مورد اینکه چه چیــزی باعث ایجاد تفاوت در زندگی‌ام شد فکر می‌کردم. چگونه من از یک قربانی به یک شخص پیروز تبدیل شدم و چه اتفاقی در طول مسیر زندگی‌ام افتاد بنابرایــن در اینجا به برخی بینش‌ها درباره آنچه برای من تاثیرگذار بود می‌پردازیم.

شــما متوجه خواهید شــد که تاکید این مقاله بر عادات اســت، زیرا تعیین کردن هدف یک کار عالی اســت اما به دســت نمی‌آیند مگر اینکه عادات را تمرین کرده و تبدیل به عادات خود کنید.

چیزی که من می‌خواهم با شما به اشتراک بگذارم، عاداتی اســت که من را از مریض بودن، ورشکسته بودن و تیره‌بخت بودن به یک آدم ســالم، شــاد و مولتی میلیونر تبدیل کرد و من این را برای ایجاد اشتیاق کاذب نمی‌گویم، فقط واقعیت را می‌گویم، هر کاری که می‌خواهید را با این عادت‌ها انجام دهید.

اما...

شــما احتمالا از این لیســت متنفر خواهید شد زیرا آن چیزی که شــما انتظارش را دارید نخواهد بود، اما اگر شما می‌دانســتید که چگونه سالم، شاد و مولتی میلیونر باشید، آیا تا حالا به این ویژگی‌ها نمی‌رسیدید؟

چیزی که بعضی از شــما را ناامید می‌کند این اســت که این لیســت به شــدت به اعمالی برای ســالم بودن تمایل دارد. شما به دنبال تکنیک‌های مذاکره قدرتمند، نکته‌های رسانه‌های اجتماعی یا برخی از رازهای گمشده برای ثروت و رفاه هستید.

ببخشــید که شــما را ناامید کردم اما این عادات جذاب نیستند، فقط تاثیرگذار هستند.

برخی از شما از این مقاله متنفر خواهید شد و نه به این دلیل که فکر می‌کنید این لیســت تاثیرگذار نیســت بلکه شــما به این دلیل از این پســت متنفر خواهید شد که در قلب خود می‌دانید که این لیســت واقعا تاثیرگذار اســت و این بدان معنا اســت که شــما باید با وقعیت روبه‌رو شده و خود را تغییر دهید.

واقعیت این اســت کــه تنهــا زمانی که ما بــا خودمان بی‌رحمانه صادق باشیم و گاهی اوقات انتخاب‌های سختی را انجام دهیم، اســت که می‌توانیم به موفقیت‌های واقعی دست یابیم.

فرمــول زیر می‌تواند یکــی از مهم‌تریــن فرمول‌ها برای سلامت، شادی و خوشبختی و موفقیت باشد که شما تا به حال یاد گرفته‌اید.

**خون پاک = تفکری روشن**

تفکری روشن = انتخاب‌های عاقلانه

**انتخاب‌های عاقلانه = نتایج عالی**

یک بار دیگر نیز این فرمول را بخوانید و آن را فرا بگیرید زیرا دســتیابی به موفقیت به صورت واقعی و یا انجام کاری واقعا شــگفت‌انگیز نیاز به چنــد عنصر خیلی مهم دارد که آنها عبارتنــد از ایجاد انرژی، تصمیم‌های عاقلانه گرفتن و تفکری روشن داشتن.

در نظــر داشــته باشــید که من ایــن را بــرای قضاوت اخلاقیات شــما نمی‌نویســم و به خورد و خوراک شما نیز کاری ندارم و فرشته هم نیستم.

حــال که این حرف‌ها را با شــما زدم می‌خواهم ۷ عادت برای رســیدن به سلامت، شادی و ثروت را با شما در میان بگذارم.

**۱. آب بنوشید**

مقــدار زیادی آب بنوشــید برای مثال حداقل شــش یا هشــت لیوان در روز آب بنوشــید. شــما باید برای از بین بردن سم‌ها و اینکه بدن‌تان به درستی عمل کند نیاز دارید تا تشــنگی خود را کاملا برطرف ســازید. اگر شما تشنگی خود را با سه یا چهار قوطی نوشابه در روز برطرف می‌کنید دســت نگهداریــد، زیرا شــواهد مربوط به مصرف شــکر و شــیرین‌کننده‌های مصنوعی که با شــرایطی مانند چاقی، دیابت، فشــار خون بالا، مشــکلات قلبــی و آلزایمر همراه است، بسیار زیاد است.

**۲. مقدار زیادی غذای زنده بخورید**

غــذای زنده، زنده اســت، دارای انــرژی و نیروی زندگی است. هویج، کرفس، ســیب، آناناس و آجیل نمونه‌هایی از غذاهای زنده هســتند. غذاهای مرده دارای انرژی یا نیروی حیات نیســتند. مثلا، چیپس، پفــک، کیک‌ها و کوکی‌ها، آب‌نبــات، پیتزا، لازانیا، سوســیس و کالبــاس از غذاهای مرده به حســاب می‌آیند. آژانس‌هــای تبلیغاتی ذهن ما را شست‌وشــو داده‌اند تا فکر کنیم اینها غذای واقعی هستند، اما آنها موادی تولیدی هستند.

خوردن غذای زنده شــما را زنده نگه می‌دارد اما خوردن غذای مرده شــما را بــه مرگ نزدیک‌تــر می‌کند. کیفیت زندگی خود را بالا ببرید.

**۳. یک‌بار در هفته سالم خرید کنید**

بــه دنبــال غذاهــای ارگانیــک بگردید که بــدون مواد نگه‌دارنده و دیگــر مواد افزودنی باشــند و اصلاح ژنتیکی هم نشــده باشند. غذاهای ناسالم را از خانه خود دور کنید تا وسوســه نشوید و غذاهای سالم را در دسترس خود قرار دهید.

**۴. هر روز تمرین‌های قلبی-عروقی (کاردیو) انجام دهید**

این پمپاژ قلب شما، گردش خون‌تان را سالم نگه داشته و ظرفیت ریه‌های شــما را افزایش می‌دهد و به ســوخت و ساز شما کمک می‌کند تا چربی بسوزانید.

**۵. حداقل ۳بار در روز تمرینات مقاومتی انجام دهید**

شــما به چیزی بیشــتر از کاردیو نیاز دارید. هرچه شما بزرگ‌تــر می‌شــوید، ماهیچه‌های شــما تحلیــل می‌روند. ماهیچه بیشــتری بســازید و رنگ پوســتی بهتر داشــته، انعطاف‌پذیر شوید و راحت‌تر چربی بسوزانید.

**۶. مغز خود را تغذیه کنید**

هــر روز زمانی کنار بگذارید تا به مغــز خود تغذیه داده و آن را پــرورش دهیــد. کتاب‌هــای مثبــت بخوانیــد، به پادکســت‌های مثبت و دیگر رسانه‌های صوتی گوش دهید و ویدئوهایی در مورد رشد شخصی و توسعه خود را تماشا کنید. ارتعاشات خودآگاه خود را در سطح بالایی نگه دارید تــا وقتی به جهان بیرون پا می‌گذارید، افراد و شــرایطی با ارتعاشات را بالا به خود جذب کنید.

**۷. یک مکان مقدس برای خود ایجاد کنید**

همــه ما به یــک مکان بــرای تفکر، آرامــش و تفکرات ضــروری نیازمندیم. این مکان می‌تواند یک باغ، یک بالکن یا حتی یک کمد باشــد، اما جایی را ایجاد کنید تا بتوانید به آن پناه ببرید و حتی بهتر است اگر بتوانید نفس خود را به طور روزانه توسعه دهید.

هنگامی که شما این عادت‌ها را تبدیل به یک روال عادی در زندگی خود کنید، افزایش چشــمگیری در سرزندگی، انرژی و هوش و قدرت ذهنی خود مشــاهده خواهید کرد. شما راحت‌تر و روشن‌تر فکر می‌کنید، خلاقیت شما بهبود می‌یابد و مهارت تفکرات حیاتی شما نیز بهبود می‌یابد.

تمام اینها به تشــخیص بهتر منجر خواهد شد، بنابراین تمــام تصمیماتی را که در مورد زندگی، ســلامت، روابط، ســرمایه‌گذاری و فرصت‌هــای تجاری می‌گیریــد نیز بهتر می‌شــود و از نظر روانی هم حس بهتر و شادتری خواهید داشت.

بــه ذهن و بدن خود ســوخت، اســتراحت و تمرینی را کــه برای خدمت به شــما بدان نیاز دارند بدهید، ســپس آنها برای رســاندن شما به جایی که می‌خواهید برسید در دسترس شما خواهند بود و شما را به آنجا می‌رسانند.

آیا برای رسیدن به آن چیزی که می‌خواهید آماده‌اید؟

**منبع: RandyGage/ucan**