

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

**مشاوره بهترین انتخاب است**

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

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰۰ | www.bpi.ir | @bankpasargad

مشاوره  
تسهیلات  
ارزان قیمت  
اعتبار  
استادای  
داخلی  
ضمانت نامه  
پلتگی

شیوع کرونا چه بر سر کسب و کارهای ایرانی آورد؟

## ریسک‌های سه گانه کرونا برای کسب و کارها

فرصت امروز: بازوی کارشناسی مجلس در جدیدترین گزارش خود به بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای کرونا برای کسب و کارهای ایرانی پرداخت و از مواجهه کسب و کارها با سه سطح ریسک بین‌المللی، ملی و صنعتی گزارش داد. مرکز پژوهش‌ها در این گزارش با عنوان «درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا؛ فرصت‌ها و تهدیدهای کرونا برای کسب و کارهای ایرانی» نوشت: «با شیوع ویروس کرونا در ایران، کسب و کارهای ایرانی با سه سطح ریسک در سطح بین‌المللی، در سطح ملی و در سطح صنعت مواجه شده‌اند.» نهاد پژوهشی مجلس سپس به بررسی هر یک از این ریسک‌های سه‌گانه پرداخت و ابعاد مختلف آن را بررسی کرد. به گفته مرکز پژوهش‌ها، «کاهش تولید در جهان به دلیل شیوع کرونا، ریسک‌های منفی قابل توجهی در سطح بین‌المللی به همراه دارد...

۴

از ۸۶ قلم کالای اساسی، ۷۱ کالا در یک سال گذشته گران تر شده‌اند

## موج گرانی در یک نگاه

۳

**مدیریت و کسب و کار**

● ویروس کرونا برای صنعت بیمه یک تهدید است یا فرصت؟

● سرویس جدید اسنپ چت برای بازار یاب‌ها

● جلب وفاداری مشتریان به برند در شرایط نامطمئن

● همکاری ساترا و مرکز یکپارچه خدمات انیمیشن در ایران

● اتفاقی غیرمنتظره برای یوتیوب

● چگونه آگاهی مشتریان پیرامون برندها را افزایش دهیم؟

سازنده واکسن کرونا:  
زمستان آینده زندگی به حالت  
عادی بازمی‌گردد

۸ تا ۱۶



## بورس تهران در ۳ روز ابتدای هفته بیش از ۵۰ هزار واحد رشد کرد سومین روز سبزپوشی بازار سرمایه

ایران در شاخص «آموزش جهانی برای آینده» در رتبه ۴۲ از بین ۵۰ کشور جهان ایستاد

## اصلاحات آموزشی به وقت کرونا

اما وضعیت کشورها در شاخص WEEFI به چه صورت است؟ طبق گزارش سال ۲۰۱۹، فنلاند، سوئد و نیوزیلند رتبه‌های کلی بهتری را به خود اختصاص داده‌اند. سنگاپور نیز در شاخص کل در جایگاه چهارم قرار داشته و برای محیط سیاسی رتبه چهارم و برای محیط آموزشی رتبه دوم را از آن خود کرده است. این کشور از نظر دو شاخص PISA و WEEFI و از نظر صلاحیت جهانی در بالاترین جایگاه قرار دارد.

\* ایران در کجای جهان ایستاده است؟

از میان ۵۰ اقتصاد مورد مطالعه در این شاخص، ایران با امتیاز ۴۴.۳ از ۱۰۰، در رتبه ۴۲ جهان ایستاده است. برخی از کشورهایی که در این رده‌بندی پایین‌تر از ایران قرار دارند، عبارتند از مصر، پاکستان، عربستان سعودی، کشور ترکیه، همسایه ایران نیز در این شاخص امتیاز ۵۴.۹ را کسب کرده و جایگاه ۳۲ را در این رتبه‌بندی به خود اختصاص داده است. همچنین ایران در رکن «محیط سیاسی» با کسب امتیاز ۵۲.۶ توانسته رتبه ۴۴ را به دست آورد و در دو رکن «محیط آموزشی» و «محیط اجتماعی-سیاسی» به ترتیب با کسب امتیازهای ۴۲.۳ و ۳۶.۵ رتبه‌های ۴۲ و ۴۹ را به خود اختصاص داده است. در رکن «محیط اجتماعی-سیاسی» وضعیت ایران جزو نامناسب‌ترین کشورها بوده است و تنها کشوری که وضعیت بدتری را در این رکن نسبت به ایران دارد، جمهوری کنگو است.

در پایان باید گفت، مطمئناً مهارت‌های مشخصی وجود دارند که می‌تواند آمادگی دانش‌آموزان برای موفقیت در زمینه‌هایی مانند شاخص PISA را تضمین کند. به عنوان مثال، دانش‌آموزان در سنگاپور که در این زمینه بهترین عملکرد را داشته‌اند، چند زبانه هستند و به زبان انگلیسی و یکی از سه زبان مادرین، مالایی و تاملیل صحبت می‌کنند. علاوه بر این، تمرکز بر موضوعات STEM می‌تواند تضمین کند که فارغ‌التحصیلان به راحتی در بازار کار جهانی استخدام می‌شوند. فراتر از آموزش موضوعات خاص، بهترین سیستم‌های آموزشی، آنهایی هستند که دانش‌آموزان را برای تحلیل و تفکر برای خود و ایجاد محیط مناسب یادگیری تشویق می‌کند. از آنجایی که در حال حاضر، جهان دچار اختلال مضاعف ناشی از بیماری کرونا و توسعه اتوماسیون است، اقتصادها فرصت دارند که به بهترین نحو سیستم آموزشی خود را بازسازی کنند.

در جهت رفاه جمعی و توسعه پایدار بررسی می‌شود. برای آگاهی از مسائل جهانی، دانشجویان در کشورهای آلبانی، یونان، لیتوانی، مالت، پرتغال و امارات متحده عربی به طور قابل توجهی نمره بالاتری نسبت به میانگین OECD داشته‌اند. در عین حال، دانشجویان در آلبانی، جمهوری دومینیکن، آلمان، پرو و امارات متحده عربی بالاترین سطح خودکارآمدی در مورد مسائل جهانی را به خود اختصاص داده‌اند.

در آزمون شناختی که موضوعات محلی، جهانی و بین فرهنگی بررسی می‌شود، بیشترین نسبت پاسخ‌های صحیح مربوط به کانادا، کراسی، هنگ کنگ، کره جنوبی، لئون، اسکاتلند (انگلستان)، سنگاپور، جمهوری اسلواکی، اسپانیا، تایوان و چین بوده است. اما، در مورد آگاهی از مسائل جهانی، شکاف‌های زیادی وجود داشته که با توجه به نظرسنجی، این شکاف به سطح آگاهی والدین مرتبط بوده است. آنجل گوریا، دبیر کل OECD در این باره گفته: «برای افرادی با دانش و مهارت کافی، دیجیتال سازی و جهانی شدن موضوعی مهیج بوده است؛ این در حالی است که برای افرادی که آمادگی کافی نداشته‌اند، این روندها می‌تواند به معنای کار آسیب‌پذیر و ناامن و زندگی با چشم‌اندازی کم باشد»

شاخص آموزش جهانی برای آینده (WEEFI) اثرگذاری سیستم آموزشی در آماده‌سازی دانش‌آموزان برای تقاضای شغلی و زندگی، در یک فضای سریع‌تر در حال تغییر از ارزیابی می‌کند. این شاخص بر افراد جوان بین ۱۵ تا ۲۴ سال در ۵۰ اقتصاد تمرکز دارد و سه رکن سیستم آموزشی (رویکرد، سیاست، شرایط آموزشی و اندازه‌گیری‌های وسیع‌تر آزادی جامعه) را به عنوان وسیله‌ای برای آماده سازی جوانان جهت مقابله با چالش‌های کار و جامعه در آینده اندازه‌گیری می‌کند.

شاخص آموزش جهانی برای آینده (WEEFI) اثرگذاری سیستم آموزشی در آماده‌سازی دانش‌آموزان برای تقاضای شغلی و زندگی، در یک فضای سریع‌تر در حال تغییر از ارزیابی می‌کند. این شاخص بر افراد جوان بین ۱۵ تا ۲۴ سال در ۵۰ اقتصاد تمرکز دارد و سه رکن سیستم آموزشی (رویکرد، سیاست، شرایط آموزشی و اندازه‌گیری‌های وسیع‌تر آزادی جامعه) را به عنوان وسیله‌ای برای آماده سازی جوانان جهت مقابله با چالش‌های کار و جامعه در آینده اندازه‌گیری می‌کند.

نمایان این مسئله تفکر انتقادی هرگز تا این حد حیاتی نبوده است. پیشرفت مداوم در هوش مصنوعی، پرورش مهارت‌های مورد نیاز برای کار با آن را بیش از پیش با اهمیت کرده است. این مهارت‌ها عبارتند از توانایی تحلیل، استدلال و زیرسوال بردن تصمیمات، از جمله آنهایی که توسط الگوریتم ساخته شده‌اند. تفکر انتقادی و مهارت‌های مرتبط نیز برای درک حجم داده‌هایی که مشاغل و سازمان‌های دیگر در حال جمع‌آوری آن هستند، دارای اهمیت است.

همچنان ماسک بزنید، واکسن پایان کرونا نیست

## راه پریپچ و خم تولید واکسن کووید-۱۹

مصون شده‌اند. بدین ترتیب می‌توان از افرادی که مصون نیستند، در برابر بیماری محافظت کرد. در این حالت، افرادی که مصون شده‌اند، دیگر در زنجیره انتشار عفونت نقشی ندارند و این امر موجب توقف یا کند شدن شیوع بیماری می‌شود بنابراین برای اینکه ایمنی جمعی رخ دهد، باید افراد زیادی در برابر بیماری ویروس کرونا به دو طریق بالا ایمن شوند و اگر مردم از واکسنیاسیون امتناع کنند، این ایمنی به‌وجود نمی‌آید. محققان می‌گویند باید به مردم در مورد واکسن اطلاع‌رسانی کافی شود تا آنها درک صحیحی از واکسنیاسیون داشته باشند و همینطور آنها بدانند که کدام گروه از افراد و به چه دلیل باید در خط اول دریافت واکسن باشند. بنا به تایید کارشناسان، آن دسته از افراد که بیش از دیگران در معرض خطر کووید-۱۹ هستند، مانند افراد مسن، افراد مبتلا به بیماری‌های زمینه‌ای و کادر درمان باید در ابتدای فهرست کسانی که واکسن دریافت می‌کنند باشند. بعد از این افراد که در گروه پرخطر قرار دارند، نوبت به افراد سالم و جوان‌تر می‌رسد. محققان می‌گویند، اگر واکسنیاسیون نتواند جلوی گسترش کووید-۱۹ را به‌طور کامل بگیرد، می‌تواند از شدت آن بکاهد و آن را حداقل به نوعی سرماخوردگی که کشنده نیست، تقلیل دهد. از طرفی، محققان سازنده واکسن، خود را برای جهش‌های احتمالی ویروس کرونا آماده کرده‌اند و این بدین معناست که ممکن است این ویروس به‌گونه‌ای جهش یابد که بتواند به سلول‌های ایمنی بدن حمله کند. مثلاً این اتفاق برای واکسن ذات‌الریه رخ داده است. محققان رشته‌هایی از باکتری‌های

بود. در کنار یادگیری ریاضیات و علوم، مهارت‌های نرم نظیر تاب‌آوری، یادگیری فعال، خلاقیت، تفکر تحلیلی و حل مسئله برای انجام این نقش‌ها بسیار مناسب خواهد بود. مهارت‌های نرم به ترکیبی از مهارت‌های اجتماعی و ارتباطی و همینطور ویژگی‌های شخصیتی، شغلی، هوش اجتماعی و ضرب هوش هیجانی گفته می‌شود و این مهارت‌های نرم باعث می‌شود تا افراد بتوانند در محیط با اشخاص دیگر به خوبی ارتباط برقرار کنند و عملکرد مناسبی داشته باشند. حال سوال این است که کدام کشورها دارای بهترین سیستم آموزشی برای آمادگی دانش‌آموزان در بازار کار آینده جهان هستند؟

برنامه ارزیابی دانشجویان بین‌المللی (PISA)، یک مطالعه در ارتباط با سیستم آموزشی جهان است که هر سه سال توسط سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) انجام می‌شود. این برنامه به ارزیابی وضعیت تحصیلی افراد ۱۵ ساله در ریاضیات، علوم و مهارت خواندن در ۷۹ کشور می‌پردازد. طبق گزارش سال ۲۰۱۸، شهرهای پکن، شانگهای، چیان گسو و ژجیانگ در سرزمین چین به طور مشترک در رأس این رده‌بندی قرار گرفته‌اند و کشورهای سنگاپور و استونی نیز در رده‌های بعدی ایستاده‌اند. ژاپن و کره جنوبی هم رتبه چهارم و پنجم را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به آمارهای OECD از شاخص PISA، شکاف جنسیتی در این شاخص نسبتاً قابل توجه بوده است، به طوری که در اکثریت کشورها، عملکرد دختران نسبت به پسران بهتر بوده است. البته در تعداد کمی از کشورها نیز شاخص کل PISA برای پسران امتیاز بالاتری نسبت به دختران داشته که شامل کشورهای کلمبیا، کاستاریکا، مکزیک و اسپانیا می‌شوند. یونان هم یکی از کشورهایی است که بیشترین شکاف جنسیتی را در این شاخص داشته است. به غیر از عملکرد ریاضی که در آن پسران عمدتاً امتیاز بالاتری نسبت به دختران کسب کرده‌اند، در دو رکن دیگر یعنی خواندن و علوم، عملکرد دختران در بیشتر کشورها بهتر بوده است.

\* از صلاحیت جهانی تا ۱۰ مهارت برتر در آینده

به گزارش معاونت اقتصادی اتاق تهران، برای سنجش این شاخص، به دانش‌آموزان یک آزمون شناختی و یک پرسشنامه داده شده که توانایی آنها در میزان درک چشم‌انداز و دیدگاه‌های دیگران، تعامل داشتن در روابط باز، مناسب و موثر بین فرهنگی و اقدام

فرصت امروز: براساس آنچه به تازگی مجمع جهانی اقتصاد از مختصات بازار کار آینده جهان گزارش داده، موضوعات علم، فناوری، مهندسی و ریاضیات (STEM) و مهارت‌های نرم برای بازار کار آینده بسیار مهم و کلیدی خواهند بود. با توجه به آزمون جهانی علوم و ریاضی PISA که هر سه سال توسط OECD انجام می‌شود، در میان افراد ۱۵ سال، کشورهای آسیایی بهترین عملکرد را در سطح جهان داشته‌اند؛ به طوری که چین جایگاه نخست و سنگاپور جایگاه دوم را در این رده‌بندی از آن خود کرده‌اند. داده‌های منتشرشده از این نظرسنجی نشان می‌دهد که دانش‌آموزان چقدر برای پیشرفت در این دنیای به هم پیوسته آماده هستند.

همچنین شاخص دیگری که در این خصوص تعریف می‌شود، شاخص آموزش جهانی برای آینده (WEEFI) است. در این شاخص، فنلاند، سوئد و نیوزیلند به ترتیب بهترین رتبه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. ایران نیز در این شاخص، رتبه ۴۲ از بین ۵۰ کشور مورد مطالعه را به دست آورده که تقریباً نامناسب بوده است. نامطلوب‌ترین وضعیت ایران در رکن‌های این شاخص، مربوط به رکن «محیط اجتماعی-اقتصادی» بوده که تقریباً بدترین عملکرد را در میان ۵۰ کشور جهان در این مطالعه داشته است. با توجه به اختلافات به وجود آمده بر اثر شیوع ویروس کووید-۱۹ شاید اکنون فرصت مناسبی برای بازبینی و بهبود سیستم آموزشی کشورها از جمله ایران در راستای آماده‌سازی بیشتر دانش‌آموزان برای بازار کار آینده جهان باشد.

\* آماده‌سازی دانش‌آموزان برای بازار کار آینده

مشاغل آینده تا حد زیادی به درک مناسب از موضوعات علم، فناوری، مهندسی و ریاضیات (STEM) نیاز دارند، زیرا تقاضا برای مشاغلی که شکاف بین انسان و ماشین را کاهش می‌دهد در دهه‌های آتی بیشتر خواهد شد. براساس گزارش مجمع جهانی اقتصاد، تا سال ۲۰۲۵ میلادی با افزایش اتوماسیون ممکن است ۸۵ میلیون شغل از بین بروند و ۹۷ میلیون شغل جدید ظاهر شود که با تقسیم کار جدید بین انسان‌ها، ماشین‌ها و الگوریتم‌ها سازگار تر است.

به گفته مجمع جهانی اقتصاد، مشاغل با تقاضای رو به رشد در آینده شامل دانشمند و تحلیلگر داده، متخصص هوش مصنوعی و یادگیری ماشین و مهندسان رباتیک خواهند

به گفته دانشمندان و متخصصان کادر درمان و بهداشت، واکسن ویروس کرونا نمی‌تواند فوراً به عالم‌گیری کووید-۱۹ پایان دهد و زندگی مردم جهان را به وضعیت عادی و پیش از شیوع کرونا برگرداند. به گزارش دیلی میل، کارشناسان بهداشت می‌گویند برای اینکه پاندمی کرونا به پایان برسد، از هر ۱۰ نفر باید ۸ نفر واکسینه شوند و این کار وظیفه‌ای بسیار سنگین و سخت روی دوش کارکنان کادر درمان می‌گذارد. تازه این شرایط مربوط به زمانی است که واکسن کرونا به اندازه کافی در اختیار مردم دنیا قرار بگیرد. از سوی دیگر، عقاید ضد واکسنیاسیون در شبکه‌های اجتماعی گسترش یافته و بسیاری از مردم در مورد کارایی آن مشکوک هستند و احساس خطر و ناامنی می‌کنند. این موضوع هم کار واکسنیاسیون را سخت‌تر می‌کند. همچنین بر فرض اینکه قرآیند واکسنیاسیون به‌خوبی پیش رود، واکسینه کردن میلیون‌ها نفر در یک بازه زمانی مشخص مشکل است، بنابراین مردم باید همچنان فاصله‌گذاری اجتماعی و پروتکل‌های بهداشتی را رعایت کنند. بنا به گفته کارشناسان حتی ممکن است واکسن آنگونه که از آن انتظار می‌رود، موثر عمل نکند و اقدامات دیگری برای پیشگیری از گسترش بیشتر ویروس کووید-۱۹ لازم باشد. محققان و دانشمندان جهان با سرعت بی‌سابقه‌ای در تلاشند تا واکسن کرونا را حداکثر تا پایان اسمال یا بهار سال دیگر در اختیار مردم سراسر جهان قرار دهند اما ممکن است این واکسن تا آن زمان در دسترس همه مردم قرار نگیرد. گزارش‌ها حاکی از آن است که واکسن‌های فايزر (Pfizer)





رویداد

در راستای ارتقای محیط کسب و کار

#### «مجمع قضایی دعاوی تجاری» افتتاح شد

فرصت امروز: «مجمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری» با حضور مسئولان دادگستری تهران و اعضای اتاق بازرگانی ایران روز گذشته در تهران افتتاح شد. دادگاه‌های تجاری در زمره مهم‌ترین دادگاه‌های اختصاصی قرار دارند. بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته از چندی قبل به اهمیت وجود این دادگاه‌ها برای رسیدگی تخصصی، دقیق، سریع و کم‌هزینه به دعاوی تجاری پی برده و آن را در نظام قضایی خود در کنار سایر مراجع گنجانده‌اند. حالا با راه‌اندازی «مجمع قضایی دعاوی تجاری» در دادگستری تهران، کشورمان نیز از این دادگاه مهم اختصاصی برخوردار شده است. این درحالی بود که تا پیش از این فقدان این محاکم تجاری گاهی روند رسیدگی به دعاوی مهم و حساس تجاری به خصوص در ارقام بالا را در عین نیاز به تعیین تکلیف فوری و دقیق، با اطاله دادرسی روبه‌رو می‌کرد.

تشکیل «مجمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری»، جدا از رسیدگی تخصصی و تعیین تکلیف سریع و کم‌هزینه دعاوی تجاری، محیط کسب و کار کشور را هم ارتقا می‌دهد؛ نکته‌ای که در سخنان رئیس دادگستری تهران در مراسم افتتاح این مجتمع قضایی در روز گذشته نیز به چشم می‌خورد و اسماعیل حسن‌زاده راه‌اندازی مجتمع قضایی دعاوی تجاری را در راستای ارتقای محیط کسب و کار کشور در قالب شاخصه‌های بانک جهانی دانست.

در مراسم افتتاح «مجمع قضایی دعاوی تجاری» چه گذشت؟

به گزارش مرکز رسانه قوه قضائیه، در مراسم افتتاح «مجمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری»، یحیی جعفری رئیس کل محاکم عمومی و انقلاب تهران گفت: «این مجتمع در راستای کمک به اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و یاری رساندن به جهش تولید متشکل از واحدهای صلح و سازش، اداره ارشاد، شعبه بدوی، شعبه تجدیدنظر و نهاد داوری با حضور قضات شایسته و مجرب افتتاح می‌شود.»

او خاطر‌نشان کرد: «با توجه به اینکه قانون آیین دادرسی تجاری هنوز تصویب نشده است بنابراین صلاحیت‌هایی که برای مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری در نظر گرفته شده در قالب دستورالعمل‌هایی از جمله قرار دادهای خرید و فروش میان شرکت‌های تجاری در بسترهای سنتی و الکترونیکی خواهد بود.»

به گفته جعفری، «شرط رسیدگی به دعاوی در مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری آن است که طرفین دعوی در زمره شرکت‌های تجاری باشند، همچنین مباحث داوری نیز در این مجتمع پیگیری می‌شود.» رئیس کل محاکم عمومی و انقلاب تهران افزود: «در مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری علاوه بر تخصص گرای و سرعت رسیدگی به دعاوی، مقوله کیفیت نیز مدنظر است و در همین راستا در این مجتمع از قضات نخبه آشنا با مسائل حقوقی استفاده خواهد شد و حجت الاسلام دهقانی نیا که سرپرستی این مجتمع را پذیرفتند نیز در زمره شخصیت‌های قضایی آشنا به مسائل اقتصادی و تجاری هستند.»

همچنین در ادامه این مراسم، اسماعیل حسن‌زاده رئیس حوزه ریاست دادگستری تهران گفت: «ما در دادگستری تهران در حوزه‌های مختلف برای کمک به بخش‌های مختلف کشور، مجتمع‌های ویژه قضایی دایر کرده‌ایم و این روند ادامه خواهد داشت، مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری نیز که افتتاح شد با درخواست فعالان حوزه اقتصاد کشور تاسیس شد.» وی با اشاره به ارتباط میان محیط کسب و کار و دادگستری گفت: «افتتاح مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری گامی در جهت ارتقای محیط کسب و کار در کشور ما در قالب شاخصه‌های بانک جهانی است.» به گفته حسن‌زاده، «راه‌اندازی دادرسی مجازی و الکترونیک برای رسیدگی به دعاوی شرکت‌های تجاری خارجی فعال در کشور ما در مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری دنبال خواهد شد.»

رئیس حوزه ریاست دادگستری تهران ادامه داد: «مجمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری با سه شعبه آغاز به کار می‌کند و به هیچ وجه پرونده‌های راکد مجتمع‌های قضایی دیگر به این مجتمع ارجاع نخواهد شد همچنین از فعالان حوزه کسب و کار دعوت می‌کنیم تا برای صلاحیت‌های این مجتمع به ما ایده بدهند.» حسن‌زاده اضافه کرد: «در مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری از قضات نخبه‌ای که به حوزه اقتصاد تسلط دارند استفاده می‌شود و در رأس آنها حجت الاسلام دهقانی‌نیا خواهد بود.»

##### تشکیل دادگاه تجاری خواسته بخش خصوصی بود

در ادامه این مراسم امیررضا حجت الاسلام والمسلمین امیررضا دهقانی‌نیا سرپرست مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری هم گفت: «این مجتمع طلیعه‌ای برای رسیدگی به دعاوی تجاری در کشور است که ضامن سه مولفه سرعت، دقت و امنیت مبادلات اقتصادی و تجاری در کشور است.» به گزارش فارس، رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل مجتمع قضایی تخصصی دعاوی تجاری در تهران گفت: «مجمع قضایی تخصصی دعاوی تجاری» در راستای ارتقای محیط کسب و کار در کشور ما در قالب شاخصه‌های بانک جهانی است.» وی با اشاره به ارتباط میان محیط کسب و کار و دادگستری گفت: «افتتاح مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری گامی در جهت ارتقای محیط کسب و کار در کشور ما در قالب شاخصه‌های بانک جهانی است.» به گفته حسن‌زاده، «راه‌اندازی دادرسی مجازی و الکترونیک برای رسیدگی به دعاوی شرکت‌های تجاری خارجی فعال در کشور ما در مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری دنبال خواهد شد.»

به گفته شافعی، «تشکیل دادگاه تجاری یکی از خواسته‌های بخش خصوصی بوده که بارها از سوی فعالان اقتصادی مطرح شده و مورد تأکید این بخش بوده است. به لحاظ تخصصی بودن موضوعات مطروحه درخصوص دعاوی تجاری و جهت تسریع رسیدگی به پرونده‌های تجاری که سهم مهمی در اقتصاد کشور دارند، ایجاد این دادگاه‌ها ضروری بوده است.»

گفتنی است در پایان این مراسم لوح انتصاب سرپرستی مجتمع قضایی تخصصی رسیدگی به دعاوی تجاری از سوی ستایشی قائم مقام رئیس کل دادگستری استان تهران به حجت الاسلام والمسلمین دهقانی‌نیا ارائه شد. محمدجواد حشمتی مهذب رئیس کل دادگستری تهران پیش از این در این باره گفته بود: «مطابق دستور ریاست قوه قضائیه مبنی بر لزوم تخصصی شدن رسیدگی به دعاوی و همچنین لزوم حفظ و ارتقای سطح امنیت اقتصادی جامعه و کاهش آسیب‌های اجتماعی مجتمع قضایی ویژه رسیدگی به دعاوی تجاری افتتاح و مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد.»

تلفن مستقیم: ۰۲۳۳۹۰۸۶۰

اقتصاد امروز

www.forsatnet.ir

«بلومبرگ» از بزرگ‌ترین توافقات منطقه‌ای جهان با حضور چین و غیبت آمریکا و اروپا گزارش داد

## صف آرای تجارتی با توافق ۲/۲ میلیارد نفری



و رویه‌های تجاری بدون کاغذ (paperless) نیز در این توافق گنجانده شده است. همچنین به‌موجب این توافق تجاری، ساده‌سازی رویه‌های گمرکی میان کشورهای مشارکت‌کننده در دستور کار قرار خواهد گرفت. کشورهایی که در پیمان تجاری جدید آسیا-پاسیفیک حضور دارند، همه بر این باورند که این پیمان تجاری روند خروج اقتصاد آنها از بحران ناشی از همه‌گیری ویروس کرونا را تسریع خواهد کرد.

در این راستا، دولت استرالیا روز یکشنبه در بیانیه‌ای اعلام کرد: «تحت پیمان شراکت جامع اقتصادی، کشاورزان و کسب‌وکارهای استرالیایی از فرصت‌های بهتری برای صادرات محصولات خود بهره‌مند خواهند شد. اطمینان شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری‌های بزرگ‌تر افزایش خواهد یافت و فعالیت اقتصادی در حوزه‌های مختلف از جمله خدمات مالی، آموزش، سلامت و بخش‌های مهندسی و صنعتی سود بیشتری کسب خواهند کرد. در استرالیا از هر ۵ شغل، یک شغل به تجارت وابسته است و پیمان شراکت جامع اقتصادی نقشی حیاتی در بازسازی اقتصاد استرالیا و منطقه پس از همه‌گیری کووید-۱۹ خواهد داشت.»

آگوس سوپارمانتو، وزیر تجارت اندونزی نیز که کشورش یکی از بزرگ‌ترین اقتصادهای نوظهور جهان به شمار می‌رود، با ابراز خرسندی از حضور کشورش در توافق تجاری جدید آسیا-پاسیفیک می‌گوید: «نتایج مطالعات یک شرکت تحقیقاتی خصوصی نشان می‌دهد که پیمان شراکت جامع اقتصادی می‌تواند ۵ سال پس از اجرایی شدنش، صادرات کشور را تا ۱۱ درصد و سرمایه‌گذاری را تا ۲۲ درصد افزایش دهد.»

ژاپن نیز به توافق تجاری جدید به عنوان کاتالیزوری برای رشد اقتصادی پساکرونا نگاه می‌کند. هیروشی کاجی‌یاما، وزیر تجارت ژاپن روز یکشنبه در یک نشست خبری درباره این توافق گفت: «من معتقدم که حذف تعرفه‌ها نقش بسیار مهمی در بهبود صادرات ژاپن و افزایش کارایی زنجیره‌های تأمین در منطقه خواهد داشت. من قویا بر این باورم که ما از طریق تعریف مقررات جدید درباره جریان آزاد اطلاعات و ممنوعیت تقاضا برای انتقال فناوری و همچنین حفظ حقوق مالکیت فکری، در حال ایجاد قوانین اقتصادی آزاد و منصفانه هستیم.»

چان چان سینگ، وزیر تجارت سنگاپور نیز معتقد است که توافق جدید آسیا-پاسیفیک باعث رقابتی‌تر شدن صادرات کشورهای عضو توافق خواهد شد و یک بازار بزرگ و یکپارچه را برای چین و دیگر کشورهای منطقه ایجاد خواهد کرد. وزیر تجارت سنگاپور می‌گوید:

«طی این چند سال، ما در مسیر دستیابی به این توافق شاهد فراز

گزارش «اکنونمیست» از بلاتکلیفی دولت‌ها در مقابله با کرونا

### چرا دولت‌ها به مسیر اشتباهی می‌روند؟

وصل می‌شدند اما تعداد آنها اکنون به ۳۰درصد از کل بستری‌شدگان رسیده است. داروهایی مثل دگزامتازون می‌تواند به هزینه‌ای کم، تا حدود زیادی بیماری را درمان کند. به این ترتیب نرخ مرگ‌ومیر هم کم شده است.

برخی پیشرفت‌ها هم در آینده‌ای نه چندان دور حاصل خواهد شد. مثلاً تولید واکسن قطعی شده و احتمالاً به زودی به دست مردم می‌رسد، اما در بهترین حالت هم همچنان این ویروس در سراسر سال ۲۰۲۱ هم مهمان خواهد بود و بخشی از زندگی‌مان را تشکیل خواهد داد. حتی در صورت تزریق واکسن کسی نمی‌تواند اطمینان ۱۰۰درصدی از کارکرد آن داشته باشد. در ضمن ساخت و تزریق میلیاردها دوز از واکسن کرونا هم کار ساده‌ای نیست، به‌ویژه اگر با یک بار تزریق کردن، ایمنی حاصل نشود. احتمالاً جنگ‌هایی هم در این زمینه به راه می‌افتد.

پس فعلاً و تا اطلاع ثانوی باید حالت تدافعی در برابر این واکسن داشته باشیم. آزمایش کردن و رصد بیماری هم جزو ملزومات است. فاصله‌گذاری اجتماعی و روابط دولتی پاک جزو مهم‌ترین موارد است. شددانند. افزایش آزمایش‌های مختلف برای تشخیص هم کمک می‌کند هم برخی کشورها مثل آمریکا، بریتانیا و اسپانیا اشتباه می‌کنند. یکی از مهم‌ترین مسائل هم تردیدی است که اینها بین تعطیل کردن و ماندن در خانه از یک طرف و ادامه فعالیت‌های اقتصادی از طرف دیگر دارند. در واقع نمی‌توانند تکلیف خود را مشخص کنند. از یک‌سو اولویت با اقتصاد است تا مشکلات و بحران‌های اقتصادی ایجاد نشود و از سوی دیگر اولویت با جان مردم است. دولت‌ها باید بتوانند در این زمینه به یک تعادل معقول دست پیدا کنند. ماسک‌ها راحت و ارزان و اثربخش هستند. پس باید اجباری شوند. فعالیت برخی اماکن تفریحی فعلاً باید متوقف شود. تکلیف مدارس باید مشخص شود. همه‌گیری فاصله زیادی تا پایان راه دارد. دولت‌ها باید رفتار درست را در این شرایط بیاموزند.»

اما این آمار هم خبرهای خوبی در خود دارد و هم خبرهای بد. درمان‌ها و داروها به حدی رسیده که کووید-۱۹ مانند روزهای ابتدایی مرگبار نیست. جوامع هم در حال حاضر ابزارزی برای مهار این بیماری دارند، اما همچنان بسیاری از دولت‌ها نمی‌توانند به مردم خود به درستی رسیدگی کنند. ویروس کووید-۱۹ احتمالاً تا سال‌ها به عنوان یک تهدید جدی باقی خواهد ماند. پس دولت‌ها باید عملکرد بهتری داشته باشند.

بایاید با اعداد شروع کنیم. افزایش شمار مبتلایان در قاره اروپا، بخشی از واقعیت را به ما نشان می‌دهد. البته افزایش چشمگیری که در حال حاضر در جهان شاهد آن هستیم به دلیل تست‌ها و آزمایش‌هایی است که با سهولت بیشتری انجام می‌شود و در گذشته ممکن نبود. پس بسیاری از مبتلایانی که شناسایی نمی‌شدند اکنون شناسایی و وارد آمار مبتلایان می‌شوند. ما مدلی طراحی کرده‌ایم که نشان می‌دهد اتفاقا شمار مبتلایان نسبت به گذشته کمتر شده و اوج آن مربوط به ماه مه بوده که در آن روزانه ۵میلیون نفر در سراسر جهان مبتلا می‌شوند. برخی از کشورهای اروپایی هم که فکر می‌کردند ویروس را مهار کرده‌اند حالا با موج دوباره آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند. در آمریکا هم شمار فوتی‌هایی که به صورت رسمی اعلام شده‌اند از چند صد هزار نفر گذشته و به نظر می‌رسد بحران در حال اوج گرفتن است.

که به این بیماری مبتلا شده‌اند و بهبود پیدا کرده‌اند باید با ریه‌های ناسالم به حیات خود ادامه دهند. در کشورهای در حال توسعه مسائلی مانند فقر و گرسنگی، شرایط را پیچیده‌تر هم کرده است. زمستان شمالی مردم را وادار می‌کند در خانه‌های خود بمانند چراکه در این فصل، ویروس به راحتی در هوای آزاد منتشر می‌شود. انفلوآنزای فصلی هم می‌تواند به بار مضاف بر نظام سلامت تبدیل شود.



#### دریچه

چند درصد هزینه کارگران با دستمزد ۹۸ جبران شد؟

#### دخل و خرج خانوارها در سال گذشته

گزارش مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار نشان می‌دهد در سال گذشته هر خانوار شهری ۵۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان درآمد داشته و ۴۸ میلیون و ۶۴۳ هزار تومان هزینه کرده است. هزینه هر خانوار روستایی نیز ۲۶ میلیون و ۵۹۶ هزار تومان بوده در حالی که ۲۹ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان درآمد در سال به دست آورده است. بر این اساس، حداقل دستمزد سالانه کارگران در سال ۹۸ نسبت به متوسط هزینه سالانه یک خانوار شهری ۳۸ درصد و یک خانوار روستایی ۶۹ درصد بوده است.

به گزارش ایسنا، تعیین حداقل دستمزد کارگران یکی از مهمترین چالش‌های حوزه روابط کار و دغدغه شورای عالی کار در ماه‌های پایانی هر سال است. حداقل مزد، میزان مزدی است که همه ساله توسط شورای عالی کار براساس ماده ۴۱ قانون کار تعیین و ابلاغ می‌شود و کارفرما به پرداخت کمتر از آن برای کار با حداکثر ساعات کار قانونی مجاز نیست. تصویب حداقل مزد در سایه سه‌جانبه‌گرایی باید به نحوی صورت گیرد که هزینه‌های زندگی خانوار کارگری برای تامین نیازهای ضروری را پوشش دهد. درآمد خانوار نیز به وجوه و ارزش ریالی کالاها و خدماتی گفته می‌شود که در برابر کار انجام شده یا سرمایه به کار افتاده و یا از طریق منابع دیگر نظیر حقوق بانئستگی، درآمد حاصل از دارایی‌ها و ... به مجموع اعضای خانوار تعلق می‌گیرد.

مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار در گزارشی نسبت حداقل دستمزد کارگران به متوسط درآمد و هزینه خانوارهای کشور برای نقاط شهری و روستایی را مورد بررسی قرار داده است. براساس این گزارش، متوسط هزینه سالانه یک خانوار شهری با ۴۰ میلیون و ۲۷۲ هزار تومان در سال ۱۳۹۷ به ۴۸ میلیون و ۶۴۳ هزار تومان در سال ۱۳۹۸ رسیده است. در مقابل متوسط درآمد سالانه خانوار شهری با ۲۴ درصد افزایش از ۴۳ میلیون و ۴۹۰ هزار تومان در سال ۱۳۹۷ به ۵۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان در سال ۱۳۹۸ رسیده است. در ینش روستایی نیز متوسط درآمد سالانه یک خانوار با افزایش ۲۷ درصدی از ۲۳ میلیون و ۳۱۱ هزار تومان در سال ۱۳۹۷ به ۲۹ میلیون و ۷۰۲ هزار تومان در سال ۱۳۹۸ رسیده است.

به عبارتی می‌توان گفت سال گذشته هر خانوار شهری ۵۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان درآمد داشته و ۴۸ میلیون و ۶۴۳ هزار تومان هزینه کرده است. هزینه هر خانوار روستایی نیز سال گذشته ۲۶ میلیون و ۵۹۶ هزار تومان بوده در حالی که ۲۹ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان درآمد در سال به دست آورده است. این گزارش حاکی از آن است که درآمد خانوارهای شهری در سال گذشته نسبت به سال قبل آن از رشد ۲۴ درصدی و هزینه‌ها از رشد ۲۰ درصدی برخوردار بوده است. نکته قابل توجه اینکه در سال گذشته بیشترین سهم منابع درآمدی یک خانوار شهری با ۵۱ درصد و خانوار روستایی با ۳۶ درصد از محل سایر درآمدهای خانوار بوده است.

در سال ۹۸ نسبت حداقل دستمزد سالانه کارگران به متوسط درآمد سالانه خانوارهای شهری ۲۴ درصد و خانوارهای روستایی ۶۲ درصد بوده است این در حالی است که حداقل دستمزد سالانه کارگران نسبت به متوسط هزینه سالانه یک خانوار شهری ۳۸ درصد و خانوار روستایی ۶۹ درصد بوده است.
گفتنی است طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوار با هدف برآورد متوسط هزینه و درآمد یک خانوار شهری و یک خانوار روستایی همه ساله در سطح کشور و استان‌ها انجام می‌شود. این طرح امکان بررسی ترکیب هزینه و درآمد و چگونگی توزیع آن در خانوارها، شناخت الگوی مصرف خانوارها و ضریب اهمیت هر کالا در سبد مصرفی خانوار را فراهم می‌کند.

وزیر راه و شهرسازی هشدار داد

#### گرانفروشان بلیت هواپیما به تعزیرات معرفی می‌شوند

قیمت بلیت هواپیما برای پروازهای داخلی بالاخره مشخص شد و شرکت‌های هواپیمایی می‌توانند بلیت‌های خود را نهایتا تا ۱۰درصد بالاتر از نرخنامه خردامه‌ام امسال بفروشند و به گفته وزیر راه و شهرسازی گرانفروشان به تعزیرات معرفی می‌شوند.

قیمت بلیت هواپیما ۱۸ مهرماه امسال برای پروازهای داخلی اعلام شد و براساس نرخنامه جدید ابلاغ شده از سوی انجمن شرکت‌های هواپیمایی حداکثر نرخ پروازهای داخلی به ۷میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسیده بود که البته قرار شد از ابتدای آبان ماه این قیمت‌ها اعمال شود.

انتشار این خبر نارضایتی و اعتراض‌هایی از سوی مردم در فضای مجازی را به همراه داشت و نمایندگان مجلس شورای اسلامی هم نسبت به این اقدام انتقاداتی را مطرح کردند. در نهایت وزیر راه و شهرسازی قیمت جدید ابلاغ شده برای بلیت پروازهای داخلی را لغو کرد و مقرر شد در جلسات ایرلاین‌ها با سازمان هواپیمایی کشوری برای این موضوع تعیین تکلیف شود.
بعد از گذشت بیش از یک ماه بالاخره تکلیف قیمت بلیت هواپیما مشخص شد و شورای عالی هواپیمایی کشوری ضمن صدور مجوز افزایش ۱۰ درصدی نرخ پروازهای داخلی دامنه قیمتی نیز لغو شده و ایرلاین‌ها تنها مجاز به رعایت سقف نرخ‌های ابلاغی شدند. وزیر راه و شهرسازی در این باره به ایسنا، گفت: در جلسات شورای عالی هواپیمایی کشوری براساس محاسبات انجام شده، محدودیت حداقل نرخ پروازهای داخلی لغو و مقرر شد شرکت‌های هواپیمایی مجاز باشند روی نرخنامه اعلام شده در خردادماه امسال ۱۰ درصد اضافه کنند.

به گفته محمد اسلامی، هیچ کدام از ایرلاین‌ها حق ندارند بیشتر از ۱۰ درصد تصویب شده روی قیمت بلیت‌های‌شان اعمال کنند و در صورتی که این سقف را رعایت نکنند مرتکب تخلف شده و به سازمان تعزیرات حکومتی معرفی خواهند شد. این مصوبه به همه شرکت‌ها ابلاغ شده و سازمان هواپیمایی کشوری و انجمن شرکت‌های هواپیمایی موظفند نرخنامه جدید را هرچه سریع‌تر و براساس مصوبه اخیر ابلاغ کنند.

## موج گرانی در یک نگاه



درصد، لاستیک اتوبوس ۱۵،۸ درصد و گوساله زنده هم ۱۱ درصد کاهش یافته است. همچنین در میان کالاهایی که طبق گفته وزارت صمت ارزان‌تر شده‌اند، بیشترین کاهش قیمت به کاغذ چاپ ۷۰ گرمی اندونزی برمی‌گردد که قیمت هر بند از آن از ۵۱ هزار و ۶۰۰ تومان در شهریور سال گذشته به ۳۹ هزار و ۱۰۰ تومان در شهریورماه امسال رسیده است.

##### از افزایش قیمت تا کاهش مصرف کالاهای اساسی

تحولات قیمتی کالاهای اساسی و اقلام خوراکی در طول یک سال گذشته درحالی است که با افزایش قیمت این دست کالاها و اقلام، بالطبع میزان مصرف آن در اقشار جامعه و به خصوص دهک‌های ضعیف و پایین درآمدی کاهش می‌یابد. ابتدای همین هفته بود که مرکز آمار ایران از تغییر منفی میزان مصرف کالاهای اساسی گزارش داد و اینس می‌تواند زنگ خطری برای دولتمردان و مسئولان وزارت صمت و سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان باشد تا با کنترل و نظارت بیشتر بر بازارها از گرانی سرسام‌آور و افسارگسیخته کالاهای اساسی جلوگیری کنند.

داده‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که متوسط مصرف کالاهای اساسی در سه سال گذشته یعنی از سال ۱۳۹۵ تا سال ۱۳۹۸ کاهش قابل توجهی داشته و این کاهش به خصوص در میان اقشار با درآمد کمتر چشمگیرتر بوده است. براساس نتایج طرح هزینه درآمد خانوار مرکز آمار، میزان مصرف برنج خارجی ۸ درصد، گوشت گوساله ۲۰ درصد، گوشت گوسفندی ۲۹ درصد، روغن نباتی ۶ درصد، قند و شکر ۴ درصد در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال ۱۳۹۵ کاهش یافته است. همچنین در میان خانوارهای دهک سوم درآمدی که قشر کم‌درآمد جامعه محسوب می‌شوند، کاهش مصرف کالاهای اساسی مشهودتر بوده است، چنانچه میانگین مصرف گوشت گوساله ۵۵ درصد، گوشت گوسفندی ۳۰ درصد، برنج خارجی ۲۲ درصد، روغن نباتی ۲۲ درصد، قند و شکر ۹ درصد و مرغ ماشینی ۲،۵ درصد در دهک سوم درآمدی طی یازده زمانی سه سال گذشته کاهش یافته است.

از ۱۰۱ قلم کالای اساسی که در گزارش وزارت صمت فهرست شده‌اند، قیمت ۷۱ کالا بین ۰،۳ درصد تا ۲۰،۲۶ درصد در شهریورماه امسال نسبت به شهریور پارسال افزایش قیمت داشته است. در این بین، حبوبات (ازجمله لپه، عدس و همینطور برنج هندی) و آهن‌آلات (ازجمله انواع تیرآهن، میلگرد و ورق سیاه) از شهریورماه ۱۳۹۸ تا شهریورماه ۱۳۹۹ بیش از ۱۰۰ درصد افزایش قیمت داشته‌اند و قیمت آنها دو تا سه برابر شده است؛ به طوری که قیمت انواع آهن‌آلات ۲۰،۲۲ درصد، قیمت لپه ۱۲۲،۷ درصد، عدس ۱۵۲،۳ درصد و برنج هندی ۱۸۸،۳ درصد افزایش داشته است.

در مرتبه بعدی، کالاهایی قرار دارند که بین ۵۰ تا ۱۰۰ درصد افزایش قیمت داشته‌اند که عمدتا شامل برنج و حبوبات می‌شوند. ازجمله قیمت برنج پاکستانی ۹۰،۳ درصد، شکر کیلویی و بسته‌بندی ۵۷،۶ و ۵۱،۴ درصد، تخم مرغ ۶۱،۸ درصد، کنجاله سویای وارداتی ۹۷،۹ درصد. لوبیا قرمز ۹۱،۹ درصد و لوبیا چیتی ۶۰،۲ درصد در یک سال اخیر افزایش پیدا کرده است. همچنین قیمت برخی از اقلام خوراکی کمتر از ۵۰ درصد افزایش داشته است که شامل نخود درجه یک با ۳۹،۱ درصد، موز درجه یک با ۳۲،۲ درصد، ذرت خارجی با ۴۰،۹ درصد، قند حبه با ۴۸،۷ درصد، ماکارونی با حدود ۴۰ درصد و پنیر ۵۲۰ گرمی با ۴۰،۸ درصد می‌شوند. قیمت گوچه فرنگی نیز ۲۴،۳ درصد، گوشت مرغ ۲۸،۶ درصد، ماکارونی برند تک ماکارون حدود ۴۰ درصد، تن ماهی ۱۷،۸ درصد، روغن نباتی حدود ۱۰ درصد، برنج طارم داخلی ۱۶،۶ درصد، مایع دستشویی حدود ۲۱ درصد و برخی از لوازم خانگی ساخت ایران از جمله یخچال فریزر و لباسشویی هم نزدیک به ۳۰ درصد بیشتر شده است.

اما قیمت کدامیک از کالاهای اساسی در یک سال گذشته کمتر شده است؟ وزارت صمت در گزارش خود، ۱۵ قلم کالا را برشمرده است که نرخ آن از شهریور پارسال تا امسال کاهش داشته و ازجمله آن، گوشت گوساله و گوسفند به ترتیب ۸،۳ و ۱،۵ درصد ارزان‌تر شده است. قیمت سیب‌زمینی درجه یک نیز ۱۹،۹ درصد، کاغذ روزنامه وارداتی ۱۶،۸

تغییر و تحولات تورمی با شیوع کرونا

### کرونا چگونه تورم را فریب داد؟

و در مقدار مصرف ضرب می‌شود تا هزینه اقلام خانوار به دست آید. این عدد، به هزینه همین سبد در سال پایه که اکنون در آمارهای رسمی کشور، سال ۱۳۹۵ است تقسیم می‌شود. حاصل این تقسیم در ۱۰۰ ضرب می‌شود و شاخص قیمت مصرف‌کننده یا CPI به‌دست می‌آید. تورم نیز تغییرات شاخص قیمت مصرف‌کننده را اندازه‌گیری می‌کند. نکته مهم در محاسبه شاخص قیمت و بعد از آن تورم، این است که سهم هزینه کالاها و خدمات مختلف در سبد هزینه خانوار متفاوت است و باید به نوعی این تفاوت را نشان داد. به‌نظر شما، تغییر قیمت بلیت سینما و تغییر قیمت برنج، تأثیر یکسانی در شاخص قیمت و تورم دارند؟ البته این تأثیر یکسان نیست زیرا سهم بلیت سینما و برنج در هزینه خانوار یکسان نیست. این تفاوت به صورت یک ضریب یا وزن که از نسبت هزینه یک کالا یا خدمت مشخص به کل هزینه خانوار به دست می‌آید، در محاسبه شاخص قیمت و تورم لحاظ می‌شود. با این حال این وزن یا ضریب اهمیت، برای سال پایه محاسبه می‌شود و تا زمانی که سال پایه تغییر نکند، ثابت می‌ماند. به عنوان نمونه در ایران، سال پایه برای محاسبه شاخص قیمت و نرخ تورم در آذر ۱۳۹۶ از سال ۱۳۹۰ به سال ۱۳۹۵ تغییر کرد.

با تغییر سال پایه در محاسبه شاخص قیمت مصرف‌کننده و نرخ تورم از سال ۱۳۹۰ به سال ۱۳۹۵، ضریب اهمیت گروه‌های کالا و خدمات نیز تغییر کرده است. به عنوان نمونه، ضریب اهمیت تفریح و فرهنگ و همچنین آموزش کاهش یافته و در مقابل، ضریب اهمیت مسکن، آب، برق، گاز و دیگر سوخت‌ها افزایش یافته است. این تغییر به معنای کاهش سهم هزینه تفریح و فرهنگ و همچنین آموزش در کل هزینه خانوار و افزایش سهم مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌هاست. حال پرسش اینجاست که در سال ۱۳۹۹ و با وجود همه‌گیری کرونا، ضریب اهمیت گروه‌های کالا و خدمات ثابت مانده است؟ پاسخ منفی است. با این حال این تغییر در شاخص قیمت مصرف‌کننده و نرخ تورم لحاظ نمی‌شود، زیرا سال پایه تغییر نگرفته است. البته این موضوع فقط در ایران دیده نمی‌شود. در بسیاری از کشورها این ضرایب به صورت پیوسته به‌روزرسانی نمی‌شوند و این همان موضوعی است که مقاله صندوق بین‌المللی پول به آن اشاره کرده است.

یک بررسی نشان می‌دهد تغییر در ضرایب اهمیت، شاخص قیمت

فرصت امروز: جدیدترین گزارش وزارت صمت نشان می‌دهد که از ۸۶ قلم کالای اساسی در شهریورماه امسال ۷۱ کالا گران‌تر شده‌اند و بیشترین افزایش قیمت هم به گروه آهن‌آلات و حبوبات اختصاص داشته است. این ۷۱ قلم کالا بین ۰،۳ درصد تا ۲۰،۲ درصد در شهریورماه امسال نسبت به خرداد سال گذشته افزایش قیمت داشته و در سوی مقابل، قیمت ۱۵ قلم کالا نیز در این بازه زمانی کاهش داشته است. کمترین کاهش قیمت مربوط به جوجه یک روزه گوشتی بوده است که هر قطعه از آن در شهریورماه به قیمت ۱۸۰۰ تومان عرضه شده و بیشترین کاهش قیمت هم به کاغذ چاپ ۷۰ گرمی اندونزی مربوط بوده که قیمت هر بند آن از ۵۱ هزار و ۶۰۰ تومان در شهریور سال گذشته به ۳۹ هزار و ۱۰۰ تومان در شهریورماه امسال رسیده است. قیمت سیب‌زمینی درجه یک نیز ۱۹،۹ درصد، کاغذ روزنامه وارداتی ۱۶،۸ درصد، لاستیک اتوبوس ۱۵،۸ درصد و گوساله زنده هم ۱۱ درصد کاهش یافته است.

گزارش وزارت صمت در حالی از افزایش قیمت ۷۱ قلم کالای اساسی خبر می‌دهد که گزارش‌های میدانی، اعداد و ارقام بالاتری را از میزان رشد قیمت آنها نشان می‌دهند. نکته مهم دیگر اینکه این موج گرانی در بین کالاهای اساسی و اقلام خوراکی متاسفانه به کاهش مصرف آن در جامعه به ویژه در دهک‌های پایین درآمدی منجر شده است؛ چنانچه طبق گزارش اخیر مرکز آمار ایران، متوسط مصرف کالاهای اساسی از سال ۱۳۹۵ تا سال ۱۳۹۸ کاهش قابل توجهی داشته و این کاهش به خصوص در میان اقشار با درآمد کمتر چشمگیرتر و مشهودتر بوده است.

##### کالاهای اساسی در یک سال چقدر گران شدند؟

گزارش تازه وزارت صنعت، معدن و تجارت از قیمت کالاهای اساسی در شهریورماه امسال از افزایش سرسام‌آور قیمت برخی از کالاها و اقلام خوراکی در یک سال گذشته حکایت دارد. این گزارش نشان می‌دهد که بیشتر کالاهای اساسی در یک سال گذشته گران‌تر شده‌اند و قیمت برخی از آنها از جمله برنج و حبوبات بین ۲ تا ۳ برابر افزایش یافته است.

پاندمی کرونا باعث شد تا سبد مصرف خانوار در سراسر جهان تغییر کند، اما برخی از شاخص‌های اقتصادی نظیر تورم از این تغییرات سریع جا ماندند، چنانچه نتایج یک بررسی نشان می‌دهد نرخ تورم در ماه‌های نخست شیوع کرونا، بیشتر از مقداری بوده که رسما اعلام شده است. به گزارش «ایرناپلاس»، تعطیلی، دورکاری و فاصله اجتماعی موجب شده مردم سهم بیشتری از بودجه خانوار را به مواد غذایی و مسکن تخصیص دهند و به‌طور همزمان، افراد کمتری کالاها و خدمات غیرضروری مانند بلیت هواپیما یا لباس بخرند. از آنجایی که میلیون‌ها نفر شغل خود را از دست داده‌اند و سطح درآمد نیز کاهش پیدا کرده، احتمالا پرداخت برای اقلام غیرضروری همچنان پایین باقی بماند. با این حال، شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI) این تغییرات ناگهانی در الگوهای پیشین را نشان نمی‌دهد زیرا وزن‌های CPI به‌طور مستمر به‌روز رسانی نمی‌شود. برای نمونه، این شاخص می‌توانست با کاهش قیمت کالاهای غیرضروری که دیگر خریداری نمی‌شوند، کاهش یابد. مقاله اخیر صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد تورم در سه ماه نخست شیوع کرونا از آنچه که فکر می‌کردیم بیشتر بوده است. پرداخت‌های خانوار در این دوره، با استفاده از داده‌هایی که از کارت‌های نقدی و کارت‌های اعتباری استخراج شده جمع‌آوری و الگوی مصرف و سبد جدید خانوار در دوران پس از کرونا شناسایی شده است. بر این اساس، وزن‌های شاخص قیمت مصرف‌کننده مطابق با الگوی جدیدی که در دوران همه‌گیری کرونا ایجاد شد، تعدیل شده و در نهایت، نتایج نشان داد که تورم بیشتر از آنچه بوده که فکر می‌کردیم.

شاخص قیمت مصرف‌کننده، وزن‌ها و نرخ تورم؛ همه اینها چه معنایی می‌دهد. اکنون نگاهی به روش محاسبه تورم بیندازیم. عددی که به انواع نرخ تورم به‌صورت ماهانه، فصلی و سالانه اعلام می‌شود از کجا می‌آید؟ به عنوان نمونه، مرکز آمار ایران با استفاده از قیمت ۴۵۵ قلم از کالاها و خدماتی که خانوارها مصرف می‌کنند، نرخ تورم را برای بازه‌های زمانی مشخص، محاسبه می‌کند. اگر گزارش‌های مرکز آمار را دیده باشیید، عبارت ۱۰۰=۱۳۹۵ برای‌تان آشناست. این عبارت یعنی سال ۱۳۹۵ به‌عنوان سال پایه در نظر گرفته شده و محاسبه شاخص قیمت مصرف‌کننده براساس سبد مصرفی خانوار، در سال ۱۳۹۵ انجام می‌شود. در هر ماه یا سال، قیمت‌های جدید اقلام این سبد جمع‌آوری



ثبات سکه در کانال ۱۲ میلیون تومان

#### دلار بالاخره سد مقاومتی را شکست

کاهش قیمت دلار در حالی از روز یکشنبه این هفته آغاز شد که در روز دوشنبه نیز ادامه یافت و نرخ هر دلار آمریکا به ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان رسید. روز دوشنبه و در بیست و ششمین روز آبان قیمت هر دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی ۱۰۰ تومان دیگر ارزان شد و به ۲۵ هزار و ۹۰۰ تومان رسید. همچنین قیمت خرید دلار نیز با کاهش همراه بود و ۲۴ هزار و ۸۰۰ تومان تعیین شد. قیمت فروش یورو هم با کاهش نسبت به قیمت‌های پایانی روز کاری قبل معادل ۳۰ هزار و ۶۰۰ تومان و قیمت خرید یورو نیز ۲۹ هزار و ۴۰۰ تومان اعلام شد.

همچنین بهای سکه تمام بهار آزادی طرح جدید تغییری نداشت و همان ۱۲ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان قیمت خورد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم هم با کاهش ۲۰۰ هزار تومانی به قیمت ۱۱ میلیون تومان و ۸۰۰ تومان معامله شد. قیمت نیم‌سکه بهار آزادی نیز به ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی هم ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان اعلام شد. در بازار طلا نیز هر گرم طلای ۱۸ عیار با کاهش محدود، به مبلغ یک میلیون و ۱۶۸ هزار تومان و هر مثقال طلا به بهای ۵ میلیون و ۶۰ هزار تومان فروخته شد. انس جهانی طلا نیز بدون تغییر نسبت به روز قبل به قیمت هزار و ۸۹۲ دلار معامله شد.

محبوب‌ترین ارز دیجیتال به کدام سو می‌رود؟

#### بیت‌کوین در برزخ

چنانچه قیمت بیت‌کوین بخواهد به اهدافی همچون ۱۰۰ هزار دلار برسد، باعث نگرانی و ریسک‌های قابل توجه برای بقیه ساختارهای مالی موجود در دنیا شده و واکنش دولت‌ها را به دنبال خواهد داشت. به گزارش گروه اقتصادی خاص، بیت‌کوین- و ارزهای دیجیتال در دهه گذشته شاید به سورتی کاملاً پابانماز بزرگ‌ترین پدیده نوظهور جهانی در حوزه مالی به شمار می‌آمند. بیت‌کوین که طبق ادعای مطرح شده در سپیدنامه اولیه خود توسط شخصی با نام مستعار ساتوشی ناکاموتو به عنوان یک راه حل اشتراک‌گذاری و مبادله ارزش دیجیتال بر بستر فناوری نوین جدیدی با نام بلاک‌چین ابداع شده، حالا پس از یک مسیر پر فراز و نشیب دوباره مسیر رشد جدیدی را آغاز کرده که موجب مطرح شدن اهداف قیمتی قابل توجهی توسط فعالان این بخش برای ارزش بیت‌کوین شده است. حاصل شدن اهداف قیمتی که توسط فعالان این بخش مطرح می‌شود از لحاظ ساختاری و علوم مالی به سادگی امکان‌پذیر نیست، اما چنانچه قیمت بیت‌کوین بخواهد به اهدافی همچون ۱۰۰هزار دلار به ازای هر بیت‌کوین که توسط بسیاری از فعالان این حوزه وعده داده شده است برسد، عامل نگرانی و ریسک‌های قابل توجه بسیاری برای باقی ساختارهای مالی موجود در دنیا و در تحت تملک دولت‌ها خواهد شد؛ موضوعی که در تحلیل بیت‌کوین و باقی ارزهای دیجیتال نباید به سادگی از کنار آن عبور کرد. از سال ۲۰۰۹ که بیت‌کوین در انجمن‌های اینترنتی ظهور کرد تا بعدها که در وب دارک (Dark Web) توسط ساختارهای زیرزمینی مانند سایت غیرقانونی سیلک روآد (SilkRoad)مورد توجه قرار گرفت و بهای آن به بیش از هزار دلار رسید تا بسته شدن این سایت و هک شدن بزرگ‌ترین صرافی رمزارزی وقت در سال ۲۰۱۳ و درنهایت سقوط قیمت بیت‌کوین به علت غیرقابل اتکا بودن و اعتمادپذیری زیرساخت‌های بهره‌برداری تا رشد قابل توجه دوباره آن در سال ۲۰۱۷ بر بستر صرافی‌های جدید و اضافه شدن مزایای فنی به کد برنامه بیت‌کوین و نزول دوباره قیمت بیت‌کوین از ۱۹هزار و ۸۰۰ دلار تا ۳ هزار و ۱۰۰ دلار در سال ۲۰۱۸، این ارز دیجیتال مسیر پر نوسانی را طی کرده است که گرچه موجب جذابیت فراوان آن برای بخت‌آزمایی سرمایه‌گذاران برای دریافت سودهای چند صد درصدی شده اما همین نوسان‌پذیری زیاد و بی‌ثباتی قیمت آن باعث فاصله گرفتن سرمایه‌گذاران نهادی از جهت‌دهی سرمایه به سمت این رمزارز دیجیتال برای سرمایه‌گذاری شده است.

در این بین، علاوه بر بیت‌کوین در سال‌های گذشته پروژه‌های بزرگی توسط دو شبکه اجتماعی مطرح دنیا معرفی شد که با مخالفت شدید دولت‌ها در سراسر جهان مواجه شد؛ پروژه لیبرا که توسط فیس‌بوک مطرح شد و در ابتدا با کسب حمایت شرکت‌های بزرگی همچون Visa, Master Card, Paypal همراه شد، اما پس از مطرح شدن عمومی پروژه، وزارت خزانه‌داری و فدرال رزرو آمریکا با ایجاد یک «پول خصوصی» توسط بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی اینترنتی دنیا مخالفت کرده و پروژه فوق را متوقف ساختند.

پروژه دیگری که توسط شرکت تلگرام به عنوان یک شبکه اجتماعی با ۴۰۰ میلیون نفر کاربر با نام Telegram Open Network و رمزارز Gram مطرح شد و با استقبال شدید مخاطبین مواجه شد، پروژه‌ای که در کشور خودمان توسط نهادهای ناظر مالی ممنوع اعلام شد و موجب شد تا مقامات فیلتر شدن پیشرفته‌ترین شبکه اجتماعی جهان از لحاظ فنی در ایران فراهم نشود. درنهایت این پروژه نیز توسط SEC یا همان کمیسیون بورس و اوراق بهادار دولت آمریکا ممنوع اعلام شد و جلوی اجرایی شدن این شبکه و رمزارز آن در کشورهای مختلف جهان گرفته شد. بانک‌های مرکزی و بانکداران بزرگ در جهان در ۱۰ سال گذشته از ایجاد پول‌های خصوصی و ارزهای مردم نهاد به موجب نظارت‌ناپذیری دقیق بر روی این رمزارزها و آزادی مالی که این رمزارزها برای کاربران خود خلق می‌کنند نگرانی بسیاری داشته و ترجیح داده‌اند تا با همکاری دولت‌های مرکزی در کشورهای تأثیر گذار، جلوی همه گیر شدن استفاده از این رمزارزها را تا حدی بگیرند، حالا پس از گذشت ۱۰ سال از مطرح شدن پدیده‌ای همچون بیت‌کوین در دنیای مالی صدای معرفی شدن رمزارزهای دولتی به گوش می‌رسد و دولت‌های بزرگ در تلاشند تا هرچه سریع‌تر با معرفی رمزارزهای دولتی علاوه بر تغییر قابل توجه ساختارهای پولی و بازار پول و بدهی، جلوی رشد رافوز ارز پول‌های خصوصی و شبکه‌های مالی غیردولتی را بگیرند.

دولت ونزوئلا با معرفی «پترو» اولین گام رسمی توسط یک دولت را در این مسیر برداشت و حالا دولت چین با معرفی «یوان دیجیتال» در حال ایجاد یک تحول مالی دیجیتال است که بزرگ‌ترین اتفاق مالی ۵۰ سال گذشته پس از حذف استاندارد طلا توسط دولت نیکسون در آمریکاست.

ورود دولت چین به بخش رمزارزها و معرفی یوان دیجیتال موجب تسریع پروژه مشابه در جهان شده به‌طوری که در هفته‌های گذشته «کریپتین لاگارد» ریاست بانک مرکزی اروپا از احتمال در پیش بودن معرفی یک ارز دیجیتال توسط اتحادیه اروپا خبر می‌دهد و در ایالات متحده نیز فدرال رزرو به وزارت خزانه‌داری این کشور دستور داده است تا با بررسی زیرساخت‌های موردنیاز به تأمین نیازهای ایجاد یک ارز دیجیتال هرچه سریع‌تر اقدام کند.

شیوع کرونا چه بر سر کسب وکارهای ایرانی آورد؟

# ریسک‌های سه‌گانه کرونا برای کسب وکارها



مرکز پژوهش‌ها در ادامه این گزارش به فرصت‌هایی که پاندمی کرونا برای کسب و کارها پدید آورده پرداخت و نوشت: «در کنار چالش‌ها و تهدیدهایی که کرونا به‌وجود آورده است، فرصت‌هایی نیز وجود دارد که با برنامه‌ریزی صحیح می‌توان از آن بهره‌برداری نمود. پیش‌نیاز تبدیل تهدید فراگیری بیماری کرونا به فرصت برای کسب درآمد برای انواع کسب‌وکارها و حتی دولت‌ها، تغییر نگرش در افکار و بنیان‌های فکری و روی آوردن به تفکر خلاقانه و مبتکرانه برای استفاده از هر نوع ابتکار و خلاقیت در زمینه‌های کاری است؛ فرصت‌هایی برای بخش‌های خصوصی مانند توسعه مشاغل خانگی، کسب‌وکارهای دیجیتال و پلتفرمی، بسته‌بندی کالاها، توسعه اقلام بهداشتی، استارت‌آپ‌ها، هوش مصنوعی، حوزه سلامت و برندسازی در توزیع مویرگی و …) و همچنین فرصت‌هایی برای تصمیم‌گیران و سیاستگذاران مانند توسعه کامل و فرایند دولت الکترونیک و ایجاد سهولت در دریافت مجوزها و تکمیل و تهیه نظام جامع آماری و اطلاعاتی دولت در بخش‌های مختلف ازجمله تکمیل سامانه‌های مالیاتی، نظام جامع آمار و اطلاعات شاغلان (رسمی و غیررسمی)، شناسایی ضعف‌های زیرساختی بخش بهداشت و درمان و …) بیش از گذشته فراهم است.»

پایان بخش گزارش مرکز پژوهش‌ها، چند توصیه و پیشنهاد برای حمایت از کسب‌وکارهاست و ازجمله مواردی که نهاد پژوهشی مجلس به آن اشاره کرده و می‌تواند در دستور کار قرار بگیرد شامل «اعمال حمایت‌های مالی و تسهیلاتی اعطای تسهیلات سرمایه‌ر در گردش، استفاده از ظرفیت اوراق گام (گواهی اعتبار مولد) کاهش انواع هزینه‌ها و عوارض و …، اعمال حمایت‌های ساختاری (فراهم‌سازی فوری زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری برای دسترسی‌های موردنیاز، تسهیل فوری مجوزهای ایجاد یا توسعه فروشگاه‌های مجازی (اینترنتی) و راه‌اندازی سایر کسب‌وکارها و…، حمایت از صنایع تکمیلی زنجیره تولید غذا در بخش کشاورزی (جهت حفظ و افزایش امنیت غذایی) و فعال شدن دیپلماسی اقتصادی در دوران کرونا (جهت حفظ بازارهای صادراتی و وارداتی موردنیاز) است.»

تأثیر دارد و به نوعی با کاهش فروش و تولیدات، درآمد‌ها کاهش یافته و به‌تبع آن تعدیل نیروها و ورشکستگی بنگاه‌ها و در ادامه کاهش انواع درآمد‌های مالیاتی را به همراه خواهد داشت.»

مرکز پژوهش‌ها در تبیین ریسک سوم که همان ریسک سطح صنعت-کسب‌وکار است، افزود: «شرکت‌ها با مشکلات فراوانی در زنجیره تأمین مواد اولیه و لجستیک، کاهش فروش و بهره‌وری مواجه هستند (بخش عرضه)، همچنین نگرش و انتظار مشتریان در حال تغییر است (بخش تقاضا) که پیامد آن افزایش ریسک‌های کسب‌وکارها است. کسب‌وکارهای فروش آنلاین، تولیدکنندگان محصولات غذایی و بهداشتی و شرکت‌هایی که قابلیت دور کاری دارند ریسک پایین‌تری را تجربه می‌کنند و سایر کسب‌وکارها ریسک متوسط تا زیادی خواهند داشت. بررسی‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین بخش‌هایی که درنتیجه شیوع بیماری با کاهش تقاضا روبه‌رو شده‌اند بخش‌های خدماتی هستند و به‌دلائل مختلفی رصد میزان دقیق تأثیرپذیری زیربخش‌های خدماتی بسیار مشکل‌تر از زیربخش‌های مرتبط با تولید کالااست.» به اعتقاد بازوی کارشناسی مجلس، «تجربه‌های مختلف کشور به‌خصوص در مواجهه پایپای با انواع بحران‌ها نشان می‌دهد یکی از اصلی‌ترین اهداف در طراحی سیاست‌های کشور باید تمرکز بر افزایش تاب‌آوری باشد. برای رسیدن به هدف تاب‌آوری، نقش نظام نوآوری به‌عنوان یک رویکرد جامع بسیار مهم است تا بتواند از ظرفیت‌های مختلف فناوری و نوآوری به‌خصوص فناوری‌های جدید در جهت کاهش مشکلات و حل آنها استفاده کند. تاب‌آوری کسب‌وکارها در این شرایط بسیار حائز اهمیت است. بر این اساس بررسی‌ها نشان می‌دهد که عمده‌ترین عوامل مؤثر بر افزایش تاب‌آوری در سطح کسب‌وکارها شامل تحول‌پذیری، احتیاط و نگاه به کل زنجیره ارزش و اکوسیستم و تنوع در طراحی راه‌حل‌ها و تأکید بر نوآوری، مدیریت نوسانات زنجیره تأمین، حفظ و افزایش ظرفیت تولید، حفظ و تقویت نیروی انسانی، مدیریت هزینه‌ها و بدهی‌ها و جریان نقدینگی و حفظ و افزایش فروش و ظرفیت‌های مربوط به آن، هستند.»

نتایج یک پژوهش در مورد دستگاه‌های خودپرداز نشان می‌دهد

## آلودگی ۹۷ درصدی خودپردازها

انجام پژوهش درخصوص آلودگی سطوح عمومی در کشورهای مختلف اهمیت زیادی دارد، چراکه به دلیل تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی نمی‌توان نتایج آن را تعمیم داد. در ایران تحقیقات درخصوص آلودگی دستگاه‌های خودپرداز بسیار کم است. به همین دلیل پژوهشگران دانشگاه علوم پزشکی مازندران، وضعیت آلودگی بانکی‌رای می‌فحه کلید دستگاه‌های خودپرداز شهر ساری را مورد بررسی قرار دادند و الگوی مقاومت آنتی‌بیوتیکی باکتری‌های آن را شناسایی کردند. در انجام این مطالعه «علیرضا زارع» و «حمیدرضا گلی»، پژوهشگران میکروب‌شناسی دانشگاه علوم پزشکی مازندران، به همراه همکاران‌شان مشارکت داشتند. برای انجام این پژوهش در طول مدت سه ماه (تیرماه تا شهریورماه ۱۳۹۸) از کلیه دستگاه‌های خودپرداز مناطق پرجمعیت شهر ساری نمونه‌برداری انجام شد. پس از انتقال نمونه‌ها به آزمایشگاه، از نظر وجود نوع باکتری بررسی شدند. در این مطالعه، از ۲۰۰ نمونه جمع‌آوری شده در ۱۹۴ نمونه آلودگی میکروبی مشاهده شد و فقط در ۴درصد نمونه‌ها آلودگی میکروبی وجود نداشت. در نمونه‌های آلوده، ۳۰۲ میکروارگانیزم از هشت نوع باکتری به‌دست آمد که ۷۰ مورد مربوط به کلیسلا پنومونیه، ۶۱ مورد استافیلوکوکوس اپیدرمیدیس، ۵۵ مورد سودوموناس آئروژینوزا، ۴۸ مورد پروتئوس میرابیلیس، ۴۱ مورد اشرشیا کولای، ۱۴ مورد استافیلوکوکوس اورئوس، ۱۰ مورد باسیلوس سوبتلیس و سه مورد باسیلوس سرتوس بودند.

بررسی الگوی مقاومت آنتی‌بیوتیکی باکتری‌های این مطالعه حاکی از

افزایش قابل توجه میزان مقاومت باکتری‌ها در برابر آنتی‌بیوتیک‌هایی مثل آمپی‌سیلین، کوتریموکسازول، تتراسایکلین و همچنین افزایش نسبی مقاومت در برابر آنتی‌بیوتیک‌های سفنازیدیم و سیپروفلوکساسین بود. یکی از دلایل مؤثر در ایجاد این سطح بالای مقاومت، خوددرمانی و مصرف خودسرانه این گروه آنتی‌بیوتیکی به دلیل ارزانی و دسترسی ساده آنهاست. به گفته پژوهشگران این مطالعه به دلیل استفاده روزانه تعداد زیادی از مردم از دستگاه‌های خودپرداز، وجود هر گونه آلودگی در آنها سلامت عمومی جامعه را به مخاطره انداخته و به عنوان کانون آلودگی برای افراد به ویژه افراد دارای ضعف سیستم ایمنی، عمل می‌کند. این محققان با توجه به اثر اسپری ضدعفونی‌کننده در کاهش آلودگی این سطوح، پیشنهاد می‌کنند: «توان با ضدعفونی اینن صفحه کلیدها با اسپری الککل ۷۰درصد توسط بانک مربوطه و یا نصب محلول‌های ضدعفونی‌کننده دست در کنار این دستگاه‌ها و استفاده کاربران از آنها، میزان آلودگی را کاهش داد. همچنین می‌توان در انجام برنامه‌های کنترلی بهداشتی نظیر نصب پلاکاردهای بهداشتی در کنار دستگاه‌ها یا بخش برنامه‌های آموزشی از رسانه ملی به کنترل آلودگی‌ها و ارتقای سلامت عمومی جامعه کمک کرد.»

نتایج به دست آمده از این مطالعه به صورت مقاله علمی پژوهشی با عنوان «الگوی مقاومت آنتی‌بیوتیکی باکتری‌های جداشده از صفحه کلید دستگاه‌های خودپرداز شهر ساری» در مجله دانشگاه علوم پزشکی مازندران، منتشر شده است.

طبق اعلام بانک مرکزی

## قانون جدید چک از اواخر آذرماه اجرا می‌شود

وی افزود: قانون جدید چک با هدف بازگرداندن اعتبار به چک، تهیه و تدوین شده است و کاهش قابل ملاحظه آمار چک‌های برگشتی نشان می‌دهد در مسیر درستی حرکت می‌کنیم. درخصوص چک حامل، واگذار شدن چک در سامانه‌هایی که برای این کار تدارک دیده شده ثبت می‌شود تا روند گردش چک مشخص باشد و از سوءاستفاده‌ها و پول‌شویی‌ها از این طریق کاسته شود.

صادقی در پایان گفت: روند رفع سوءاثر از چک برگشتی تغییر چندانی نخواهد کرد. فرد برای رفع سوءاثر از چک برگشتی خود یا باید مبلغ چک را پرداخت کند یا نامه‌ای از قوه قضائیه مبنی بر سرتق یا سوءاستفاده چک برگشتی خود در اختیار داشته باشد یا اینکه با مراجعه به دفاتر اسناد رسمی و ارائه رضایت‌نامه رسمی فرد شاکی، رفع سوءاثر از چک را انجام دهد.

هموطنان ارائه خواهد شد. برای مثال فردی که می‌خواهد برای معامله خود از چک استفاده کند، نمی‌تواند بیشتر از مبلغ اعتباری که توسط سامانه‌های اعتبارسنجی چک برای وی تعیین شده است، چک صادر کند. به گفته وی، در گذشته برای مردم لازم بود برای انجام معاملات خود صادرکننده چک را بشناسند تا بتوانند به چک صادرشده اعتماد کنند، اما طبق قانون جدید، این شناسایی با بانک مرکزی و نظام بانکی از طریق اعتبارسنجی انجام خواهند داد.

صادقی بیان کرد: مطابق ماده ۵ مکرر قانون جدید چک، افراد بدحساب و صادرکنندگان چک بی‌محل، مشمول محدودیت‌هایی نظیر عدم امکان دریافت دسته چک، عدم امکان افتتاح حساب بانکی جدید، عدم امکان دریافت تسهیلات بانکی، عدم امکان صدور ضمانت‌نامه بانکی و اعتبار اسنادی خواهند شد.

فرصت امروز: بازوی کارشناسی مجلس در جدیدترین گزارش خود به بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای کرونا برای کسب وکارهای ایرانی پرداخت و از مواجهه کسب‌وکارها با سه سطح ریسک بین‌المللی، ملی و صنعتی گزارش داد. مرکز پژوهش‌ها در این گزارش با عنوان «درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا؛ فرصت‌ها و تهدیدهای کرونا برای کسب‌وکارهای ایرانی» نوشت: «با شیوع ویروس کرونا در ایران، کسب‌وکارهای ایرانی با سه سطح ریسک در سطح بین‌المللی، در سطح ملی و در سطح صنعت مواجه شده‌اند.»

نهاد پژوهشی مجلس سپس به بررسی هر یک از این ریسک‌های سه‌گانه پرداخت و ابعاد مختلف آن را بررسی کرد. به گفته مرکز پژوهش‌ها، «کاهش تولید در جهان به‌دلیل شیوع کرونا، ریسک‌های منفی قابل توجهی در سطح بین‌المللی به همراه دارد. بحران کرونا، زنجیره تأمین جهان شامل چین و کشورهای صنعتی را به‌شدت دچار چالش کرده است و تقاضای نهایی برای کالاها و خدمات کاهش یافته است (شوک‌های کوتاه‌مدت عرضه و تقاضا). همچنین کشورهای مختلف در مراحل مختلف بیماری کرونا هستند بنابراین ریسک بازگشت بیماری هم وجود دارد و زمان پایان کامل بیماری در جهان نامشخص است و عملاً این ریسک صادرات کالا‌های غیرنفتی ایران خصوصاً به کشورهای همسایه و واردات مواد موردنیاز (زنجیره تأمین صنایع و کسب‌وکارهای داخلی) را شامل می‌شود.»

این گزارش در تبیین ریسک دوم یعنی ریسک سطح ملی-اقتصادی ادامه داد: «کاهش صادرات به سایر کشورها بر کم شدن درآمد‌های ارزی کشور تأثیرگذار است. کاهش درآمد‌های مالیات از کسب‌وکارها بر محدود شدن منابع درآمدی دولت هم مؤثر است. از طرفی هزینه‌های دولت به‌واسطه تخصیص بودجه‌های بهداشتی، درمانی و حمایتی افزایش یافته است. در نتیجه این ریسک وجود دارد که به‌دلیل کسری شدید بودجه دولت، کم‌تیمت‌وکیفیت کمک‌های دولتی برای رفع موانع پیش روی کسب‌وکارها به‌شدت تحت تأثیر قرار گیرد. عدم فعالیت بخشی از صنایع و کسب‌وکارها بر حجم کلی فعالیت‌های اقتصادی

نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد که تقریباً تمام دستگاه‌های خودپرداز آلوده به باکتری هستند و این باکتری‌ها نسبت به آنتی‌بیوتیک‌های مختلف، مقاومت قابل توجهی دارند. در نتیجه وجود این آلودگی‌ها برای شهروندان جامعه به ویژه سالمندان و افراد دارای ضعف سیستم ایمنی، خطرناک است و ریسک زیادی به همراه دارد.

هرچند این پژوهش در سال گذشته و پیش از شیوع کرونا در شهرستان ساری انجام شد، اما نتایج آن را می‌توان به زمان حاضر تعمیم داد، چراکه با شیوع کرونا، دستگاه‌های خودپرداز بانک‌ها به مکان‌هایی تبدیل شده‌اند که حاوی بیشترین میزان آلودگی هستند و طیف وسیعی از باکتری‌ها و ویروس‌ها ازجمله ویروس کووید-۱۹ می‌توانند از طریق تماس با سطوح آلوده خودپردازها منتقل شوند. از آنجا که در استفاده از دستگاه‌های خودپرداز، تماس دست کاربران با صفحه کلید آنها، اجتناب‌ناپذیر است، این موضوع می‌تواند ریسک زیادی برای مشتریان بانکی به دنبال داشته باشد.

در این بین، مطالعات مختلف در سراسر جهان حاکی از آن است که بر روی سطوح تمامی صفحه کلیدهای مورد مطالعه حداقل یک گونه باکتری پاتوزن وجود دارد. همچنین مشکل دیگری که باوجود حضور میکروارگانیزم‌ها در سطوح عمومی وجود دارد، افزایش باکتری‌های مقاوم به آنتی‌بیوتیک و دارای مقاومت‌های چندگانه دارویی در سراسر دنیا است. عفونت با باکتری‌های مقاوم به دارو، سبب افزایش شکست در درمان و افزایش شدت بیماری‌ها می‌شود.

## قانون

مدیر اداره اطلاعات بانکی بانک مرکزی ضمن اعلام جزئیاتی از تغییرات ایجادشده در قانون جدید چک، گفت این قانون جدید از اواخر آذرماه سال جاری به شکل گام به گام اجرا خواهد شد.

محبوب صادقی در یک برنامه تلویزیونی درباره پیشرفت‌ها و چالش‌های روند اجرای قانون جدید چک و خدمات جدید نظام بانکی در چارچوب آن، گفت: پس از احصا و شناسایی نیازها و مشکلات قانون پیشین چک، در سال ۱۳۹۷ قانون جدید چک توسط نمایندگان مجلس تدوین و به بانک مرکزی برای اجرا ابلاغ شد.

وی ادامه داد: قانون جدید، یکی از مشکلات کنونی چک، یعنی عدم امکان شناسایی و اعتبارسنجی صادرکننده را حل کرده است. اعتبارسنجی چک به صورت سامانه محور انجام خواهد گرفت و به طور کلی بیشتر امکانات جدید چک به صورت نرم‌افزاری و سیستمی به



## نماگر بازار سهام



بازار سرمایه به تغییر نرخ سود حساس است

### تب و تاب بورس نسبت به سود بانکی

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی، هرگونه افزایش نرخ سود بانکی در شرایط فعلی را مفید به حال اقتصاد کشور ندانست و گفت افزایش نرخ سود تسهیلات به افزایش تورم دامن خواهد زد. مهدی تقوی با بیان اینکه بازار سرمایه به تغییر نرخ سود بانکی حساس است، به سنا، گفت: شاید برخی تصور کنند با افزایش نرخ سود بانکی، بخشی از پول‌های سرگردان جامعه جمع‌آوری می‌شود، اما باتوجه به شرایط فعلی اقتصاد ایران، این اقدام در صورت اجرا نه تنها تاثیر مورد انتظار را ندارد، بلکه آثار تورمی جدید نیز به جا خواهد گذاشت. این اقتصاددان با تاکید بر اینکه افزایش نرخ سود سپرده بانکی مشکلی از اقتصاد را حل نمی‌کند، توضیح داد: افزایش نرخ سود تسهیلات همچنین بخش تولید و صنعت را زیر فشار می‌گذارد و افرادی را که به وام‌های ضروری نیاز دارند با مشکل مواجه می‌کند. به گفته تقوی، در صورتی که نرخ سودهای بانکی روند صعودی به خود بگیرد، قطعاً رکود عمیق در کل اقتصاد را نیز شاهد خواهیم بود. عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی در پاسخ به سوالی درخصوص تاثیر افزایش احتمالی نرخ سود بانکی بر دیگر بازارها از جمله بازار سرمایه هم گفت: از آنجا که بازار سرمایه یک بازار پویا و در عین حال حساس به اتفاقات و اخبار پیرامونی است، ممکن است با افزایش نرخ سود بانکی، برخی افراد ریسک‌گریز به هوای کسب سود بیشتر، از بازار سرمایه به سمت بانک‌ها حرکت کنند. تقوی با اشاره به اینکه هیچ کشوری سپرده بانکی را تبدیل به ابزار سرمایه‌گذاری نمی‌کند، افزود: زمانی که سود سپرده‌های بانکی مهار شود، قیمت تمام شده پول نیز کاهش می‌یابد. از طرف دیگر اگر سود سپرده بانکی از حالت سرمایه‌گذاری خارج شده و در جایگاه خود قرار گیرد، نرخ تورم نیز در درازمدت روندی کاهشی را تجربه خواهد کرد. وی با بیان اینکه تصمیم‌گیرندگان برای هرگونه تغییر در نرخ سود بانکی ابتدا باید ساختار اقتصادی کشور را هم در نظر داشته باشند، افزود: شاید بهتر باشد آن‌ها که در شرایط فعلی از لزوم افزایش سود بانکی سخن می‌گویند، به موضوع راهکارهای مهار تورم بپردازند و تلاش برای مهار سفته‌بازی و کسب سود واهی از دیگر بازارها را که نسبتی با تولید ندارند، در دستور کار قرار دهند.

تعطیلی بورس منوط به تعطیلی بانک‌ها

### بورس با تعطیلی ۲ هفته‌ای تهران، تعطیل نمی‌شود

با مطرح شدن بحث تعطیلی دو هفته‌ای تهران، گمانه‌زنی‌هایی درباره احتمال تعطیلی بورس تهران نیز مطرح شده که رئیس سازمان بورس آن را منوط به تعطیلی بانک‌ها دانست و گفت قرار است بانک‌ها با حداقل نیرو کار خود را ادامه دهند و به تبع آن بازار سرمایه نیز تعطیل نمی‌شود. بحث تعطیلی دو هفته‌ای تهران البته موضوع تازه‌ای نیست و از مدت‌ها قبل و با گسترش شیوع ویروس کرونا بارها این موضوع از سوی مسئولان کشور مطرح و با مخالفت همراه شد تا اینکه هفته گذشته استاندار تهران با این موضوع موافقت کرد. اعلام امکان تعطیلی دو هفته‌ای تهران از سوی استاندار تهران با واکنش‌هایی از سوی کارشناسان بازار سهام همراه بود و بسیاری از کارشناسان اعلام کردند که در صورت شامل شدن بورس برای تعطیلی دو هفته‌ای، بازار تحت تاثیر این اتفاق قرار می‌گیرد و می‌تواند زمینه افزایش عرضه از سوی سهامداران را در بازار فراهم کند. رئیس جمهور روز یکشنبه در جلسه هیأت دولت ضمن صدور دستورات لازم به دستگاه‌های اجرایی اعلام کرد: با توجه به گسترش بیماری، افزایش ابتلا و مرگ و میر و فشار سنگین به بخش بهداشت و درمان، دولت ناچار است مطابق نظر کارشناسان، سیاست‌ها و محدودیت‌های جدیدی مقرر کند و با تعطیلی فراگیر، مانع پیشروی این ویروس مخرب شود. حال به دنبال مطرح شدن این خبر از سوی رئیس جمهوری، از یکشنبه شب شک و تردیدهایی درباره احتمال تعطیلی بورس مطرح شد که در این زمینه حسن قالیباف اصل، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار در گفت و گویی اعلام کرد: قرار است بانک‌ها با حداقل نیرو کار خود را ادامه دهند و به تبع آن بازار سرمایه نیز تعطیل نمی‌شود. به گفته وی، در صورتی که تعطیلی بانک‌ها توسط هیأت دولت به طور رسمی اعلام شود، بورس هم تعطیل خواهد شد. گفتنی است شیوع ویروس کرونا از اسفندماه گریبان کشور را گرفت و استان تهران در وضعیت قرمز کرونا قرار دارد؛ برخی محدودیت‌ها نیز در این استان پیش‌بینی شده است اما به نظر می‌آید این محدودیت کارایی زیادی در کاهش تردها و در پی آن کاهش آمار مبتلایان به کوید-۱۹ ندارد. شاید موضوع تعطیلی تهران، راه حل قطعی کاهش ابتلا به کرونا در این استان نباشد اما می‌توان امیدوار بود که با تعطیلی دو هفته‌ای در کنار تعطیلی شهر با اعمال محدودیت‌های سنگین‌تر، این شاهد قطع زنجیره ابتلا به کرونا باشیم.

او موضوع اجتماعی را از دیگر عوامل موثر بر ایجاد روند صعودی شاخص بورس دانست و افزود: متضررین بازار سرمایه به صورت خودجوش اعتراض‌هایی را به وضعیت معاملات بازار داشتند که این موضوع مسئولان را به این سمت سوق داد تا واکاوی و ریشه‌یابی‌هایی را برای بهبود شرایط بازار و کاهش نارضایتی‌ها انجام دهند که این موضوع در کنار دیگر عوامل باعث حرکت مثبت و رو به رشد در بازار شد.

روحي معتقد است، این سه عامل باعث بهبود وضعیت بازار و خروج شاخص بورس از حالت نزولي و حرکت بازار به سمت روند رو به رشد شد. البته باید منتظر ماند و دید جریان روند نقدینگی به این بازار تا چه میزان قدرت عبور شاخص بورس از کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد را خواهد داشت و امیدواریم هرچه زودتر شاهد این اتفاق در بازار باشیم.

#### روند کنونی بازار سهام را نمی‌توان دائمی دانست

وی با بیان اینکه شاخص بورس با ورود به کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد و بهبود حجم معاملات بازار می‌تواند تا کانال یک میلیون و ۳۵۰ هزار واحد رشد کند، خاطرنشان کرد: سهامداران باید این موضوع را مدنظر قرار دهند که شاخص بورس نمی‌تواند مسیر صعودی پرشتایی همچون گذشته را در پیش گیرد مگر اینکه مولفه‌های جدید برای بازار تعریف شود و حمایت‌های بی‌شائبه‌ای از این بازار صورت گیرد. روحي با اشاره به اینکه با مدیریت فروش سهام عدالت و حمایت دولت از بازار، می‌توان شاهد بهبود وضعیت بورس بود، افزود: بازار بعد از اصلاح پرشتایی که تجربه کرد برای رشد دوباره با مقاومت‌های متعددی همراه است که امیدواریم از آن مقاومت‌ها به راحتی عبور کند. این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه روند کنونی بازار را که به سمت رشد پیش رفته است نمی‌توان دائمی دانست، گفت: روز یکشنبه در اواخر زمان معاملات اکثر سهام از مرحله صف خرید خارج شدند و به سمت تعادل حرکت کردند، این موضوع باعث می‌شود تا بسیاری از سهام و گروه‌ها به صورت متعادل معامله شوند و صف خرید با فروش سنگینی را تشکیل ندهند. سهامداران اگر در وضعیت فعلی سهامی را دارند که با رشد کمی همراه بوده است بهتر است با سهامی که با موقعیت مناسبی همراه هستند تغییر دهند.

روحي با بیان اینکه اکنون زمان تجدید ارزیابی شرکت‌ها است که این موضوع می‌تواند موتور حرکتی برای رشد دوباره بازار باشد، گفت: گزارش شرکت‌ها در شش ماهه نخست سال بسیار مثبت بوده است و امیدواریم این روند در گزارش ۹ ماهه شرکت‌ها ادامه‌دار باشد که این موضوع می‌تواند باعث قرار گرفتن شرکت‌ها و بازار در وضعیت مناسب و تاثیر آن بر کل روند بازار باشد.

بورس تهران در ۳ روز ابتدای هفته بیش از ۵۰ هزار واحد رشد کرد

# سومین روز سبزپوشی بازار سرمایه



(شگویا)، پالایش نفت لاوان (شاون)، توسعه و عمران استان کرمان (کرمان)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، سهامی زوب آهن اصفهان (دوب)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، بیمه تجارت نو (بنو)، بیمه کوثر (کوثر) و بانک دی (ودی) با تاثیر مثبت بر شاخص این بازار همراه بودند. همچنین نمادهای سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات (وسپهر)، صنعتی مینو (غصینو)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، ریل سیر کوثر (حسیر)، پالایش نفت شیراز (شیراز)، فراپورس ایران (فراپورس)، تولیدات پتروشیمی قائد بصیر (شصیر)، سرمایه‌گذاری پویا (پویا)، نفت پاسارگاد (شپاس) و شرکت بیمه اتکایی امین (اتکام) تاثیر منفی بر شاخص این بازار را داشتند.

#### ۳ عامل تاثیرگذار بر بازگشت بورس به مدار رشد

شاخص بورس که از ابتدای سال ۹۹ روند پرشتاب صعودی را در پیش گرفته و رکورد ۲ میلیون واحدی را ثبت کرده بود، از میانه مردادماه وارد فاز اصلاحی شد و این روند تا انتهای هفته گذشته ادامه داشت، تا اینکه با شروع هفته جاری شاخص بورس وارد مدار مثبت شد و در سه روز گذشته بیش از ۵۰ هزار واحد رشد کرد. حال سوال این است که چرا و چگونه ورق بورس برگشت و شاخص بورس بر مدار صعود قرار گرفت؟ در پاسخ به این پرسش، یک کارشناس بازار سرمایه با تحلیل وضعیت کنونی بازار سهام، سه مولفه را به عنوان اصلی‌ترین عوامل تاثیرگذار بر بازگشت دوباره روند صعودی به شاخص بورس اعلام کرد و گفت: علت روند صعودی شاخص بورس و افزایش حجم معاملات در بازار ناشی از سه عامل است. نخستین علت مربوط به عوامل تکنیکالی است که شاخص در کانال نزدیک به یک میلیون و ۲۲۰ هزار واحد در نقطه حمایتی قرار داشت و این منطقه به عنوان کف بازار شناخته شد. جلال روحي در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، ادامه داد: فعالان و سرمایه‌گذاران در این محدوده اقدام به خرید و ورود نقدینگی‌های در اختیار خود به این بازار کردند. زمانی که دیگر عوامل تاثیرگذار بر رشد شاخص بورس را مورد بررسی قرار می‌دهیم، مشاهده می‌کنیم که همه سهام در نقطه اشباع فروش سهام بودند، اصلاح حدود ۷۰ درصدی سهام حاضر در بازار در سه ماه گذشته نشان‌دهنده ورود بورس به مرحله جدیدی از معاملات است.

این کارشناس بازار سرمایه افزود: هفته گذشته وضعیت بازار به گونه‌ای بود که شاهد کاهش حجم و ارزش معاملات بازار بودیم، این موضوع نشان داد بازار به نقطه‌ای رسیده است که سهامداران دیگر تمایلی به عرضه سهام خود در بازار با قیمت‌های فعلی ندارند. به گفته وی، برخی از سهام که در وضعیت خاص قرار دارند همچنان با صف فروش همراه هستند و به وضعیت تعادل و موقعیت مناسبی برای خرید نرسیده‌اند.

روحي به دومین عامل تاثیرگذار در روند صعودی شاخص بورس اشاره کرد و افزود: روز سه‌شنبه هفته جاری نمایندگان مجلس طرح سوال از وزیر اقتصاد را بر گزار خواهند کرد که این موضوع باعث می‌شود تا مدیران مربوطه به بازار سرمایه به تلاش برخیزند، بازار را از حالت رکود خارج و مواردی را برای دفاع از خود مطرح کنند. البته ۱۳ مردی که به عنوان عوامل استیضاح وزیر مطرح شده است بیشتر مربوط به مسائل بازار است که خرید و فروش‌های غیرمتعارف حقوقی‌ها و عدم حمایت از بازار جزو مسائلی است که در این جلسه بررسی خواهند شد.

فرصت امروز: بورس تهران از ابتدای این هفته در مدار صعود قرار گرفت و پس از رشد ۲۶ هزار واحدی در روز شنبه و رشد ۹ هزار واحدی در دومین روز هفته، روز دوشنبه هم ۱۶ هزار واحد رشد کرد تا در مجموع سه روز نخست هفته جاری بیش از ۵۰ هزار واحد اوج بگیرد و در آستانه کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد بایستد. این در حالی است که بازار سرمایه در تمام طول هفته گذشته قرمزپوش شد و حالا با ادامه روند افزایشی شاخص کل، امیدها برای تداوم این روند قوت گرفته است.

شاخص کل بورس در روز دوشنبه و در بیست و ششمین روز آبان، ۱۶ هزار و ۳۸۹ واحد رشد داشت و در ارتفاع یک میلیون و ۲۷۳ هزار واحد قرار گرفت. شاخص کل (هم وزن) نیز با ۵۳۳ واحد افزایش به ۳۷۰ هزار و ۱۳۹ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۳۴۹ واحد رشد به ۲۴۲ هزار و ۴۱۵ واحد رسید. شاخص بازار اول ۱۹ هزار و ۷۷۲ واحد و شاخص بازار دوم ۲ هزار و ۷۳۸ واحد افزایش داشتند. در معاملات این روز بیش از ۹ میلیارد و ۶۱۲ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۸۳ هزار و ۲۹۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. در آن سوی بازار سرمایه شاخص فراپورس نیز افزایش یافت و در واقع، تمام شاخص‌های بورسی روز مثبتی را پشت سر گذاشتند.

#### کدام نمادهای شاخص بورس را بالا کشیدند؟

نمادهای ایران خودرو، فولاد مبارک که اصفهان، سرمایه‌گذاری سیمان تامین کشتیرانی جمهوری اسلامی، بهساز کاشانه تهران، تامین سرمایه امین و گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو ازجمله نمادهای پربیننده روز دوشنبه بورس بودند. نمادهای ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۲هزار و ۴۸۱ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با یک هزار و ۷۰۴ واحد، ایران خودرو (خودرو) با یک هزار و ۱۱۱ واحد، بانک ملت (بملت) با ۹۲۶ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۹۱۹ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با ۸۸۴ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۸۰۹ واحد، مخابرات ایران (اخیر) با ۷۵۷ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۷۵۷ واحد و پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با ۷۲۳ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل نیز نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۶۷۹ واحد، زامیاد (خرامیا) با ۳۴۳ واحد، خدمات انفورماتیک (رانفور) با ۲۸۷ واحد، صنایع شیمیایی ایران (شیران) با ۲۵۸ واحد، نفت و گاز پتروشیمی تامین (تاپیکو) با ۲۵۷ واحد، گروه صنعتی پاکشو (پاکشو) با ۲۵۴ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۲۲۶ واحد، بورس اوراق بهادار تهران (بورس) با ۱۳۸ واحد، سایر اشخاص بورس انرژی (انرژی ۳) و توسعه معادن و فلزات (ومعدان) با ۱۱۵ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه بودند. گروه خودرو هم در معاملات دوشنبه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳میلیارد و ۶۴۱ هزار برگه سهم به ارزش ۱۴ هزار و ۶۰۷ میلیارد ریال داد و ستد شد. شاخص فراپورس نیز بیش از ۵۷ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۶ هزار و ۹۶ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲میلیارد و ۱۳۸ هزار برگه سهم به ارزش ۴۵ هزار و ۷۱۵ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، پتروشیمی مارون (مارون)، مدیریت انرژی امید تابان هور (وهور)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، پتروشیمی تندگوین



## آگهی فراخوان مناقصه»

شماره: ۴۶- ۹۹

#### نوبت اول

شماره مجوز ۱۳۹۹.۴۶۳۷

شرکت گاز استان آذربایجان شرقی در نظر دارد امور نگهداری و تعمیرات و خدمات پشتیبانی اداره گاز منطقه ۳ تبریز را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) بر گزار و به پیمانکار ذیصلاح واگذار نماید. بدین منظور از کلیه شرکت ها و پیمانکاران خدمانی با سابقه و دارای صورت های مالی حسابرسی شده و صلاحیت معتبر در زمینه نگهداری- خدمات عمومی- امور تاسیساتی و گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاران از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و با توانایی تهیه تضمین شرکت در فراپند ارجاع کار طبق آیین نامه تعیین معاملات دولتی به مبلغ -/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (سه میلیارد) ریال دعوت مینماید، حداکثر تا ۱۰ روز پس از انتشار نوبت دوم این آگهی اعلام آمادگی خود را و فرمهای تکمیل شده ارزیابی، تصویر مدارک مذکور و مستندات مندرج در فرم ارزیابی را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ارسال نمایند. ضمنا در اسناد مناقصه توزیعی، تاریخ تحویل پاکت و گشایش پیشنهادات قید گردیده است. مناقصه گران باید در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ثبت نام و گواهی امضای الکترونیکی را دریافت نمایند.

تلفن ۲۴۴۴۷۲۴ و ۲۴۴۴۸۰۹۵-۰۴۱

دورنگار ۰۴۱-۲۴۴۴۷۰۸۹

روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۹/۸/۲۷

تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۹/۸/۲۸

## اطلاعیه سازمان ملی استاندارد ایران

استاندارد ملی ایران به شماره ۱- ۹۱۱۹ تحت عنوان پلاستیک ها- سامانه های لوله گذاری برای تخلیه فاضلاب و پساب ساختمان - پی وی سی صلب (PVC-U)- قسمت ۱- ویژگی های لوله ها، اتصالات و سامانه برمبنای مصوبات هفتاد و هفتمین اجلاس شورای عالی استاندارد مورخ ۱۳۹۳/۴/۲۰ مشمول مقررات استاندارد اجباری می باشد. در یک هزار و چهارصد و شصت و چهارمین اجلاس کمیته ملی استاندارد شیمیایی و پلیمر، جایگزین استاندارد ملی ایران به شماره ۹۱۱۹ تحت عنوان پلاستیک ها - لوله، اتصالات و سیستم لوله کشی پلی وینیل کلرید سخت (PVC-U) - مورد تصویب و تصویب شد. الزامات قانونی: که مراتب جهت اطلاع عموم و توجه به الزامات قانونی آگهی می گردد. الزامات قانونی: لذا کلیه تولید کنندگان و وارد کنندگان این فرآورده سه ماه از تاریخ انتشار آگهی در روزنامه رسمی مهلت خواهند داشت تا نسبت به رعایت استاندارد مذکور اقدام لازم را به عمل آورند.

واردات فرآورده های مشمول مقررات استاندارد اجباری پس از انقضای مهلت مقرر بر حسب ضرورت و اولویت باید منطبق با استاندارد ملی و یا استانداردها و ضوابط فنی معتبر و مورد قبول سازمان باشد. صادرات فرآورده های مشمول اجرای استاندارد اجباری منوط به صدور گواهی انطباق بر اساس استاندارد تعیین شده توسط کشور هدف یا استانداردهای بین المللی مورد قبول طرفین و یا مشخصات فنی اظهار شده توسط مراجع قانونی و یا ذیصلاح کشور هدف و یا صدور گواهی انطباق توسط سازمان ملی استاندارد ایران خواهد بود. کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی ذیربط می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر در مرکز به سازمان ملی استاندارد ایران و در استانها به ادارات کل استاندارد مراجعه نمایند.

م.الف: ۲۶۰۰

دفتر روابط عمومی و ارتباطات بین الملل



معاون بازرگانی داخلی وزارت صمت:

**کالاهای اساسی در گمرک نمی‌مانند**

معاون بازرگانی داخلی وزارت صمت گفت وضع ذخایر استراتژیک کشور در شرایط بسیار خوبی است و روند ورود کالا به کشور فوق‌العاده تسهیل شده و کالا در گمرک نمی‌ماند.

به گزارش ایسنا، عباس قبادی در برنامه تیتراشب شبکه خبر با اشاره به تسریع ترخیص کالاهای اساسی از بندر و گمرکات گفت: ۳.۷ میلیون تن کالای اساسی در گمرکات بوده است، ۴ میلیون تن هم دیگر کالاها بوده و الباقی نیز کالاهای کانتینری که در مجموع ۸.۳ میلیون تن کالا بوده است.

وی ادامه داد: با صدور دستورالعمل جدید، تاکنون ۱.۳ میلیون تن کالا ترخیص شده است.

معاون بازرگانی داخلی وزارت صمت اضافه کرد: حدود ۴۰۰ هزار تن در حال ترخیص است و حدود ۶۰۰ هزار تن کالا هم کار ترخیص‌شان در حال انجام است.

ترخیص ۴۰ درصد از برنج‌های رسوبی در گمرکات

قبادی همچنین افزود: ۲۰۰ هزار تن برنج ماهه‌ها در گمرکات مانده بود که به سرعت حدود ۴۰ درصد آن ترخیص شده است.

وی با بیان اینکه کالاهای ترخیص شده همه کالاهای اساسی (گروه یک) و کالاهای گروه ۲۱ و ۲۲ و ۲۳ است، افزود: تمام تلاش ما این است که کالا به وفور در بازار باشد وقتی کالا فراوان در بازار باشد قیمت‌ها کاهش خواهد یافت.

دبیر ستاد تنظیم بازار گفت: همه کالاهایی که وارد می‌شود باید ثبت سفارش و ثبت آماری داشته باشد و بحث ارز آن هم تعیین تکلیف شده باشد.

در صورت انجام نشدن اقدام به‌موقع توسط واردکنندگان

#### کد تخصیص ارز واردات نهاده‌های دام و طیور باطل می‌شود

ستاد تنظیم بازار درخصوص نهاده‌های دام و طیور که تخصیص و تامین ارز آنها انجام ولی اقدام موثر و به‌موقع توسط واردکنندگان انجام نشده و کالا وارد کشور نشده است، مقرر کرد که کد تخصیص ارز آنها باطل و کد به واردکنندگان واجد شرایط واگذار شود.

به گزارش ایسنا، ستاد تنظیم بازار مقرر کرد تا شرکت پشتیبانی امور دام برای ترمیم ذخایر راهبردی گوشت گوساله (منجمد ۵ تکه) و گوشت مرغ منجمد تا سقف تکالیف مصوب از طریق انعقاد قرارداد پیش‌خرید با تولیدکنندگان توانمند در حوزه گوساله پروری و زنجیره‌های تولید طیور اقدام کند.

براساس این مصوبه، انعقاد قرارداد، مشروط به استفاده از ظرفیت غیرفعال مجموعه‌های مذکور با نرخ مصوب اعلامی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و مصوبات هیأت مدیره در قبال تحویل نهاده موردنیاز از جمله ذرت، کنجاله سویا و جو به نرخ مصوب و براساس ضریب و مقادیر اعلامی معاونت امور دام وزارت جهاد کشاورزی به ازای هر کیلوگرم مرغ و دام پروری زنده خواهد بود. این تصمیم به دلیل بالابودن قیمت تمام شده واردات گوشت گوساله منجمد و گوشت مرغ با ارز نیما و حمایت از تولید داخل بوده است.

همچنین در این ستاد درخواست شرکت پشتیبانی امور دام کشور درخصوص تکمیل ذخایر استراتژیک خرید نهاده‌های دام و طیور (جو، ذرت و سویا) و فرآورده‌های پروتئینی (گوشت مرغ منجمد و گوشت گوساله منجمد) از شرکت‌های واردکننده بخش خصوصی در قبال پرداخت وجه کالا به صورت ریالی مطرح شد و مشروط به تأیید هیأت مدیره شرکت و خرید و فروش در سقف قیمت مصوب کارگروه تنظیم بازار مورد موافقت قرار گرفت. اختصاص ۴۰۰ هزار تن ذرت برای مصرف کارخانجات صنعتی تا پایان سال ۱۳۹۹

همچنین با توجه به مشکلات تامین مواد اولیه کارخانجات صنعتی مصرف‌کننده ذرت (کارخانجات صنعتی فروکنوز، گلوکز، دکستروز، نشاسته و ...) مقرر شد، میزان ۴۰۰ هزار تن ذرت، برای مصرف کارخانجات صنعتی تا پایان سال ۱۳۹۹ از محل واردات ذرت با ارز ۴۲۰۰ تومان تامین شود. وزارت جهاد کشاورزی مکلف است ۴۰۰ هزار تن ذرت اختصاص یافته به این بخش را از طریق سامانه بازارگاه ثبت، توزیع و نظارت کند.

در طرح «بوم‌واره» انجام می‌شود

#### ۹۰ میلیون تومان خدمت رایگان برای استنارت‌آپ‌ها

استارت‌آپ‌ها می‌توانند با ثبت‌نام در طرح بوم‌واره بین ۶۰ تا ۹۰ میلیون تومان خدمات رایگان دریافت کنند.

به گزارش ایرنا، «بوم‌واره» طرحی است که براساس آن استارت‌آپ‌ها می‌توانند بین ۶۰ تا ۹۰ میلیون تومان خدمات رایگان از شرکت‌های مختلف دریافت کنند و برای دریافت این خدمات کافی است کسب و کار خود را در سامانه نوآفرین وزارت ارتباطات به ثبت برسانند.

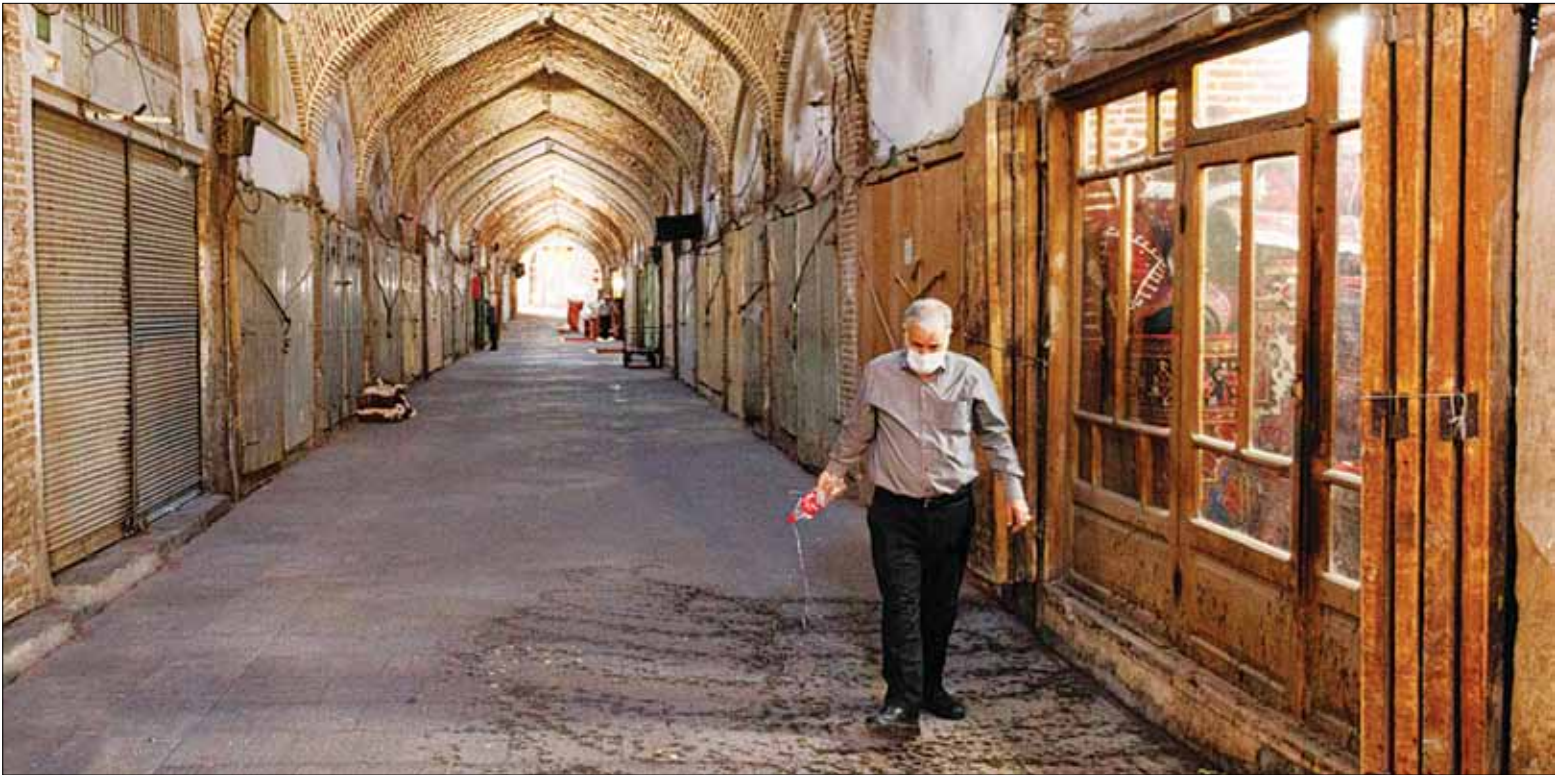
«بوم‌واره» یکی از زیرخدمت‌های سامانه «ایران نوآفرین» است، در این پلتفرم، بستری فراهم شده تا شرکت‌های بزرگ و متوسط ارائه‌دهنده خدمات، محصولات خود را به صورت رایگان و نیم بها به کسب و کارهای نوپا ارائه دهند. این طرح خردادماه امسال با افتتاحیه رئیس جمهوری شروع به کار کرده و ۶ ماه از آغاز فعالیت آن می‌گذرد.

تجربیات سیاست‌گذاری جهانی نشان می‌دهد بسته‌های تشویقی – حمایتی موفق دو ویژگی کلیدی دارند. ویژگی اول‌شان این است که غیرمالی هستند و به استارت‌آپ‌ها پول و تسهیلاتی ارائه نمی‌شود.

مسئله بعدی، غیرمستقیم بودن این کمک‌هاست؛ به این ترتیب ارائه‌دهندگان خدمات می‌توانند درخواست ارائه خدمت داشته باشند و استارت‌آپ‌ها می‌توانند آن را دریافت کنند که این در واقع بازاری برای خدمات B۲B (مدل تجارت به تجارت) ایجاد می‌کند. تاکنون حدود ۵۶۰۰ میلیون تومان خدمت در قالب طرح بوم‌واره به کسب و کارها ارائه شده است.

رئیس اتاق اصناف:

## بسته پیشنهادی اتاق اصناف برای حمایت از واحدهای صنفی ارائه شد



و تصویب به زودی اعلام وصول شود. ممبینی تاکید کرد: مهمترین موارد مطرح‌شده در این جلسه پیرامون اشکالات قانون نظام صنفی، ارائه طرح از سوی نمایندگان و پیگیری تصویب موارد اصلاحی قانون نظام صنفی در مجلس شورای اسلامی بود.

به گزارش ایرنا، براساس آخرین مصوبه ستاد ملی مقابله با کرونا صنوف مختلف در گروه‌های ۳، ۲ و ۴ از ۲۰ آبان تا ۲۰ آذرماه بعد از ساعت ۱۸ اجازه فعالیت ندارند و در صورت تخلف شامل جریمه و پلمپ می‌شوند.

شده و باید مشکلات جدی اقتصادی اصناف دیده شود. وی با اشاره به مشکلات اقتصادی اصناف در پی شیوع ویروس کرونا، اظهار امیدواری کرد با حمایت مجلس بخشی از خسارت‌های واردشده جبران و مسائل و مشکلات اقتصادی که امروز اصناف گرفتار آن هستند، با همراهی دولت و نمایندگان مجلس رفع شود.

رئیس اتاق اصناف ایران با توجه به اهمیت اصلاح قانون نظام صنفی کشور، گفت: ضرورت توجه به این موضوع در قالب طرح در دستور کار نمایندگان مجلس شورای اسلامی قرار گرفت و امیدواریم برای بررسی

رئیس اتاق اصناف ایران از ارائه بسته پیشنهادی این اتاق به دولت در راستای حمایت از واحدهای صنفی برای محدودیت‌های کرونایی خبر داد.

به گزارش ایرنا از اتاق اصناف ایران، «سعید ممبینی» در نشست اعضای هیأت رئیسه اتاق اصناف با اعضای کمیسیون اقتصادی مجلس، افزود: برخی از صنوف بیش از ۹ ماه است که تعطیل هستند و برخی دیگر نیز در شرایط رکود اقتصادی قرار دارند که بر همین اساس، بسته حمایتی پیشنهادی اتاق اصناف که بار هزینه مالی نیز ندارد ارائه

معاون گمرک به ایسنا اعلام کرد

### ترخیص ۹۰درصدی کالای اساسی مشروط شد

این کالاها با نرخ مصوب و یا عرضه در سامانه‌ها از جمله بازارگاه و شبکه‌های توزیع تعیین شده انجام می‌شود. وی این را هم گفت که ترخیص قطعی کل کالا نیز مشروط به اخذ و ارائه اعلامیه تامین ارز یا کد رهگیری بانکی است. این در حالی است که کالاهای اساسی دارای اولویت کالایی (۲۱) نیز مشمول این تسهیلات خواهند بود.

**نامه بانک لازم نیست**

ارونقی یادآور شد: برای ترخیص درصدی کلیه کالاهای اساسی در صف تخصیص یا تامین ارز بانکی نیاز به صدور نامه از سوی بانک‌های عامل نیست ولی برای ترخیص قطعی کالاهای اساسی اخذ و ارائه کد رهگیری الزامی است.

**تکلیف گمرک در ترخیص مواد اولیه تولید**

این مقام مسئول در گمرک ایران در ادامه با اشاره به اینکه گمرک در رابطه با کلیه مواد اولیه و قطعات و ملزومات مرتبط با تولید با

### امسال تولید در شهرک‌های کشاورزی به ۶۰۰ هزار تن می‌رسد

و مستثنیات مردم برای شهرک‌های کشاورزی پیش‌بینی شده است، گفت: موانعی بر سر راه وجود دارد که در حال رفع آنها هستیم. اخیراً نیز درخصوص رفع این موانع با کمیسیون کشاورزی مجلس جلسهای داشتیم و آنها تصمیم گرفتند با طرح یک فوریتی به توسعه شهرک‌های کشاورزی کمک کنند که امیدواریم هرچه زودتر این طرح به نتیجه برسد و با رفع موانع بتوانیم به سرعت شهرک‌ها را گسترش دهیم. وی اضافه کرد: حدود ۵۶۰۰ هکتار از عرصه‌های واگذارشده از سال ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ در حال ساخت و ساز هستند و بسیاری از آنها به بهره‌برداری رسیده‌اند.

رئیس هیأت مدیره شهرک‌های کشاورزی با بیان اینکه ۱۹۷ شهرک در عرصه ملی و ۱۳۳ شهرک در مستثنیات مردم فعالیت دارند، افزود: همچنین بیشترین سطح گلخانه‌ای مربوط به استان اردبیل، بیشترین شهرک در حوزه آذربایان در استان هرمزگان و در حوزه دام و طیور نیز بیشترین شهرک متعلق به استان گلستان است.

جایگاه های بعدی قرار گرفته اند.

استان خوزستان از نظر میزان استخراج اسمی باستاند پروانه های بهره برداری در نیمه نخست ۹۹ با رقم یک میلیون و ۶۵۹ هزار تن بالاترین سهم را از آن خود ساخت و پس از آن آذربایجان شرقی با یک میلیون و ۳۵۹ هزار تن و فارس با ۹۰۱۶ هزار تن در رده های بعدی جای گرفته اند. به گزارش ایرنا، ایران با شناسایی حدود ۵۷ میلیارد تن ذخیره معدنی که ۳۷ میلیارد تن آن قطعی و بقیه احتمالی است، در جهان جایگاه پانزدهم را به خود اختصاص داد و سالیانه از پنج هزار و ۶۰۰ معدن فعال کشور بطور متوسط ۴۰۰ میلیون تن انواع مواد معدنی استخراج می شود که سهم مصالح ساختمانی آن ۶۰ تا ۶۵ درصد برآورد شده است.

دارد. سال گذشته باصدور ۲۸۷ فقره پروانه بهره برداری از معدن برای استخراج اسمی ۱۱ میلیون و ۸۱۲.۴ هزار تن زمینه اشتغال دو هزار و ۵۹۸ نفر را فراهم کرده بود.

برابر آمارهای صادره توسط وزارتخانه مزبور، در نیمه نخست امسال استان فارس با ۲۹ فقره پروانه بهره برداری از معدن بالاترین سهم را به خود اختصاص داد و سپس استان‌های مرکزی و اصفهان به ترتیب با ۲۷ و ۲۴ در رده بعدی قرار دارند.

باستاند آمار مورد بررسی استان فارس با زمینه سازی اشتغال ۲۹۴ نفر در قالب پروانه های یاد شده، بیشترین سهم را از آن خود ساخت و پس از آن کرمان و آذربایجان شرقی به ترتیب با ۲۴۵ و ۲۱۳ نفر در



دبیر انجمن قطعه‌سازان:

## ظرفیت قطعه‌سازی پاسخگوی تولید سالیانه ۳ میلیون خودرو است

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو گفت ظرفیت قطعه‌سازی کشور پاسخگوی تولید سالیانه ۳ میلیون دستگاه خودرو است، اما امسال برای تولید یک میلیون و ۲۰۰ هزار خودرو برنامه‌ریزی شده است.

به گزارش خبرنگار اقتصادی ایرنا، «مازیار بیگلو» در نشست خبری اعضای هیأت مدیره انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در محل هتل المپیک، افزود: امروز با مشکل تقاضای کاذب خودرو در بازار مواجهیم، زیرا اختلاف قیمت بازاری و کارخانه‌ای آن به حدی است که به یک کالای سرمایه‌ای بدل شده است.

به گفته این مقام صنفی، ثبت‌نام بیش از ۵ میلیون نفر در یک دوره قرعه‌کشی خودروسازان، به دلیل سود بیش از ۱۰۰ درصدی بردگان قرعه‌کشی و ناشی از اختلاف قیمت‌هاست.

وی معتقد است که تولید کنونی خودروسازان پاسخگوی نیاز بازار است و مطابق مطالعات انجام شده از سوی وزارت صنعت و سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدو)، نیاز واقعی بازار حدود یک میلیون و ۱۰۰ هزار دستگاه در سال تخمین زده شده است.

بیگلو گفت: اگر دولت به جای صادرات مواد اولیه نظیر فولاد، مس، آلومینیوم و ... که به مثابه خام‌فروشی است، اجازه دهد این مواد با قیمت مناسب (به قیمت تمام شده همراه با درصدی سود) به دست تولیدکنندگان برسد، آنگاه صادرات قطعات خودرو آفندر زیاد می‌شود که می‌تواند نیاز ارزی واردات خودرو را پوشش دهد. کاهش دپوی قطعات خودرو در گمرکات

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در ادامه یادآور شد: قطعات و مواد اولیه موردنیاز خودروسازان و قطعه‌سازان دپو شده در گمرکات، تا مردادماه امسال به ۴۰۰ میلیون دلار رسیده بود، اما با همراهی بانک مرکزی در پایان همان ماه به ۳۰۰ میلیون دلار کاهش یافت.

وی گفت: با موافقت بانک مرکزی با گزینه بدون انتقال ارز، کاهش دپوی قطعات و مواد اولیه را شاهد خواهیم بود.

بیگلو درخصوص واحدهای تعطیل شده قطعه‌سازی، افزود: با آغاز دور تازه تحریم‌ها در سال ۹۸، واحدهای فعال قطعه‌سازی به ۹۰۰ واحد کاهش یافت، در سال ۹۹ نیز تاکنون ۲۰۰ واحد تعطیل یا نیمه‌تعطیل شده‌اند و اگر گشایشی ایجاد نشود بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ واحد دیگر نیز به تعطیلی کشیده خواهند شد.

طرح ساماندهی صنعت و بازار خودرو

وی در ادامه درخصوص طرح ساماندهی صنعت و بازار خودرو که از سوی مجلس شورای اسلامی تهیه شده، گفت: در این طرح مقرر شده به نسبت صادرات قطعات و خودرو، به همان اندازه مجوز واردات خودرو داده شود.

این مقام صنفی خاطرنشان کرد: این موضوع موجب ارزیابی بیشتر نمی‌شود و قطعه‌سازان نیز موافق آن هستند.

وی بیان داشت: اختلاف نظر اساسی در این طرح در فروش خودروها در بورس است، هرچند قرار نیست تراش‌کار آن همانند بورس کالا باشد. بیگلو ادامه داد: قرار است در این زمینه، سایتی زیر نظر نهادهای نظارتی ایجاد شود که نوع معاملات در آن شبیه معاملات بورسی است، اما الزامات بورس را نخواهد داشت.

به گزارش ایرنا، روز گذشته «حجت‌الله فیروزی» سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس از تصویب کلیات طرح تولید و ساماندهی عرضه خودرو در جلسه این کمیسیون خبر داد و گفت: براساس طرح، همه خودروها به‌استثنای خودروهایی که به تیراژ محدود در سال تولید می‌شوند، باید در بورس کالا عرضه شوند.

در ۷ ماهه سال ۹۹

## تولید خودروی سواری با ۲۰ درصد رشد به ۴۷۸ هزار دستگاه رسید

طی هفت ماهه امسال ۴۷۸ هزار و ۸۰۰ دستگاه خودروی سواری در کشور تولید شد که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۲۰ درصدی را ثبت کرده است. به گزارش خبرنگار مهر، بررسی آمار وزارت صمت از وضعیت تولید در کشور نشان می‌دهد که در هفت ماهه سال ۹۹ تعداد ۴۷۸ هزار و ۸۰۰ دستگاه خودروی سواری در کشور تولید شده است؛ این در حالی است که سال گذشته ۳۹۷ هزار و ۲۰۰ دستگاه از این محصول تولید شده بود. بدین ترتیب تولید خودروی سواری در ۷ ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۲۰ درصدی داشته است.

همچنین در ۷ ماهه سال ۴۶ هزار و ۷۹۷ دستگاه وانت تولید شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل (۳۸ هزار و ۱۳۹ دستگاه) رشد ۲۲.۷ درصدی یافته است. تا مهرماه ۹۹۶ دستگاه اتوبوس، مینی بوس و ون نیز تولید شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل (هزار و ۹۴ دستگاه) با افت ۹ درصدی مواجه شده است.

در هفت ماهه امسال ۳۴۷ دستگاه کمباین و ۱۱ هزار و ۲۷۳ دستگاه تراکتور تولید شده که به ترتیب نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۴۲.۸ درصدی و ۴.۶ درصدی ثبت شده است.

### تعطیلی نمایشگاه‌داران خودرو از روز شنبه

رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو از تعطیلی نمایشگاه‌داران خودرو از شنبه خبر داد و گفت با اعمال محدودیت‌های بیشتر برای مقابله با شیوع این ویروس از شنبه نمایشگاه‌داران خودرو تعطیل هستند. به گزارش خبرنگاری تسنیم، سعید مومنی، رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو، گفت: از شنبه کل صنوف به جز صنفی که مواد غذایی مردم را تامین می‌کنند تعطیل هستند و فروشندگان خودرو از این قاعده مستثنی نیستند.

وی اظهار کرد: در شرایط فعلی بازار خودرو راكد است و فعلا خرید و فروشی در بازار صورت نمی‌گیرد.

رئیس اتحادیه فروشندگان خودرو تصریح کرد: البته هنوز ابلاغیه‌ای به اتحادیه برای تعطیلی‌ها نشده اما در مجموع صنف ما جزو مشاغل گروه ۲ بوده و مشمول تعطیلی‌ها است.

وی گفت: با تمام تلاش‌هایی که دلالتان می‌کنند و حتی با خریدن برخی سایت‌ها و ... نه تنها توفیقی در شرایط کنونی نداشته‌اند بلکه همین حالا اگر پرایدی را به بازار ببرید کسی حاضر نیست از شما به قیمت ۱۱۰ میلیون تومان خریداری کند.

وی در حالی معتقد است پراید صفر کیلومتر به این قیمت خریدار ندارد که همچنان بسیاری از آگهی‌دهندگان قیمت‌های اعلامی خود را در محدوده ۱۲۵ میلیون تومان نگه داشته‌اند، اما نکته مهم این است که بازار با رکودی عمیق روبه‌روست. این نکته که خودروهای پس از ریزش ۱۰ تا ۳۰ میلیون تومانی هنوز خریدار ندارند از سوی رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران نیز تایید شده است.

وی درباره دلایل از دست رفتن فرصت دلالتان در بازار گفت: دلالتان روی اتفاقات مربوط و نامربوط سرمایه‌گذاری می‌کنند، آنها تبلیغات عجیب و غریبی راه انداخته بودند که پراید ۲۰۰ میلیون تومان می‌شود و ... چراکه فکر می‌کردند ترامپ در آمریکا رأی خواهد آورد. وقتی باختند و فضا از دست‌شان خارج شد طبیعتاً نتوانستند به سرعت ماجرایس جایگزین را بیافرینند و در نتیجه با موج ریزش قیمت دلار و ... خودرو نیز با کاهش قیمت روبه‌رو شد و آنها تلاش خود برای بالابردن قیمت و یا حتی ممانعت از ریزش قیمت را به کار بستند.

وی در جواب این سوال که دلیل عمده رکود بازار انتظار برای کاهش بیشتر است یا اتفاقاتی دیگر زمینه را برای ایجاد این وضعیت ایجاد کرده است؟ گفت: من فکر می‌کنم بخشی از ماجرای رکود در بازار خودرو نیز به نبود قدرت خرید و نبود نقدینگی کافی باز می‌گردد به عبارتی طبقه مصرف‌کننده واقعی در شرایط کنونی با نبود نقدینگی و کاهش قابل توجه قدرت خرید روبه‌روست.



نادیده گرفت. همین حالا در شرایطی که بازار انتظار کاهش قیمت را دارند، برخی شایعات بر رشد قیمت خودرو بین ۱۵ تا ۳۰ درصد استوار است و همین نشان می‌دهد دلالتانی پرزور با تمام قدرت می‌خواهند مانع ریزش قیمت‌ها شوند.

از سوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو مطرح شد

## گلیاه از وضعیت اسفبار قطعه‌سازان

در تامین مواد اولیه به شدت اختلال ایجاد کرده است، جای داشت که وزارت صمت منسجم کار می‌کرد. از ابتدای امسال به طور متوسط هر دو ماه یک بار، سکان این وزارتخانه در دست یک نفر بوده است که هر کدام یک شیوه و نگرش به این صنعت نگاه کرده‌اند که تنها دو حاصل از این آشفتگی به چشم قطعه‌سازان رفته است.

وی افزود: اصلی‌ترین مشکلی که در این حوزه وجود دارد بحث قیمت‌گذاری دستوری است که سبب شده زیناش برای خودروساز و قطعه‌ساز باشد و سود آن در جیب دلالتان برود. این درحالی است که موضوع قیمت‌گذاری صحیح خودرو با یک برنامه‌ریزی منسجم قابل انجام بود اما تاکنون این مسئله حل نشده است. در هیچ جای دنیا سراغ نداریم که دولت هم تعیین‌کننده قیمت باشد و هم مدیران را در زمینه خودرو تعیین کند.

این عضو هیأت مدیره انجمن سازندگان قطعات ضمن مقایسه قیمت‌ها در آبان ماه سال جاری و میزان افزایش آنها نسبت به آبان ماه سال گذشته و در عین حال کمترین میزان رشد قیمت کارخانه‌ای خودروسازان، گفت: به طور مثال پژو پارس سال گذشته ۷۸ میلیون بود و اکنون به ۱۲۱ میلیون رسیده است که تنها ۵۵ درصد رشد داشته است یا پژو ۲۰۶ تنها ۵۸ درصد رشد قیمت داشته است و این در حالی است که نرخ دلار از ۱۱ به ۲۷ هزار تومان رسیده و در آبان ماه سال جاری نسبت به آبان سال گذشته، رشد ۱۴۵ درصدی داشته است. به

عضو هیأت مدیره انجمن قطعه‌سازان اعلام کرد

## داخلی‌سازی ۸۶ میلیون دلاری قطعات خودرو

این دو صنعت بازنده و دلالتان و واسطه‌ها بزرگترین بردگان اختلاف قیمت کارخانه‌ای و بازاری خودروها باشند.

وی گفت: علاوه بر مشکلات ارزی، دشواری تامین مواد اولیه و تجهیزات، مواردی همچون سرمایه‌گذاری‌های غیرمولد و شرکت‌های تو در تویی، منجر به زیان خودروسازان شده و عمده این زیان‌ها به قطعه‌سازان منتقل می‌شود.

مسئول کمیته ساخت داخل انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو ادامه داد: امروز خودروسازان با به‌روز نکردن قراردادهای خود با قطعه‌سازان و عمل نکردن به تعهدات‌شان، بروز مشکلات متعدد در صنعت قطعه‌سازی و ورشکستگی برخی فعالان این صنعت را رقم زده‌اند.

### لزوم تعدیل قراردادهای قطعه‌سازان

«شاپور سامعی» رئیس کمیته ارزی انجمن یادشده نیز گفت: امسال شاهد بودیم قیمت مواد اولیه وابسته به ارز، بسیار بیشتر از رشد نرخ ارز بوده است.

وی محدودیت‌های بانک مرکزی در تخصیص ارز را یادآور شد و افزود: امروز نرخ ارز نیمایی به نرخ بازاری نزدیک شده، هرچند بانک مرکزی تا اندازه‌ای با گزینه بدون انتقال ارز برای ترخیص مواد اولیه و تجهیزات باقی‌مانده در گمرکات موافقت کرده است.

سامعی به اعتبار ۶ ماهه ثبت سفارشات کالاها و در مقابل مدت زمان

یک کارشناس صنعت خودرو گفت نوسانات قیمت در بازار تا حد زیادی طبیعی است زیرا فاکتورهای کلان اقتصادی کشور از ثبات و پایداری مناسبی برخوردار نیستند.

به گزارش خبرنگاری خبرآنلاین، بازار خودرو آماده تغییر مسیر می‌شود. حباب بزرگی در بازار خودرو طی سال‌های اخیر شکل گرفته است، از یک سو افزایش قیمت دلار و از سوی دیگر ممنوعیت واردات خودرو به کشور، رشد بیش از پیش قیمت خودروها در بازار را رقم زد به طوری که ارزان‌ترین خودروهای بازار ایران پس از کاهشی نزدیک به ۲۵ درصدی در محدوده ۱۰۰ تا ۱۲۰ میلیون تومان قرار گرفته‌اند. این در حالی است که اسفندماه سال گذشته ارزان‌ترین خودروها در بازار ایران رنج قیمتی بین ۵۰ تا ۶۰ میلیون تومان داشتند.

رشد شدید قیمت‌ها در بازار به واسطه رشد قابل توجه تورم از یک سو و بالا رفتن انتظارات تورمی از سوی دیگر و همچنین ورود سرمایه‌گذاران به بازار خودرو با هدف کسب سود و نه خرید خودرو برای استفاده، عوامل مهم افزایش قیمت خودرو تلقی می‌شوند. حالا هرچند انتظارات بر کاهش قیمت‌ها استوار بود اما ریزش قیمت بسیار کند اتفاق می‌افتد. اینجاست که فعالان این صنف و البته مسئولان مرتبط ماجرا را مرتبط با دلالتان می‌دانند. نایب رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران می‌گوید دلالتانی که خودرو را گران خریدند حاضر به فروش ارزان آن نیستند و دبیر انجمن خودروسازان نیز دلالتان را منتفع اصلی افزایش قیمت خودرو می‌داند نه خودروسازان و سیاست‌گذاران را.

فرید زاوه، کارشناس صنعت و بازار خودرو در گفت‌وگو با خبرنگاری خبرآنلاین، در پاسخ به این سوال که نقش دلالتان در بازارها و البته بازار خودرو چقدر می‌تواند واقعیت داشته باشد؟ گفت: نمی‌توان نقش آنها را

اعضای هیأت مدیره انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور ضمن ابراز نگرانی از روند ادامه‌دار مشکلات مجموعه صنعت خودرو کشور، صراحتاً معتقدند که دیگر جانی برای قطعه‌ساز کشور باقی نمانده و اوضاع آنها بسیار بد و اسفبار شده است و عدم چاره‌اندیشی برای حل مشکلات، صنعت قطعه‌سازی کشور را به انتهای مسیر تولید خواهد رساند. به گزارش ایسنا، انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور صبح امروز (دوشنبه) در نشست خبری خود با اصحاب رسانه، به بیان مشکلات مجموعه صنعت خودروسازی کشور بانک مرکزی درخصوص تخصیص ارز، عملکرد دولت و وزارت صمت در رابطه با آزادگذاری تولیدکنندگان دولتی مواد اولیه همچون فولاد، آلومینیوم، مس، پتروشیمی‌ها و... برای قیمت‌گذاری، کمبود نقدینگی و همچنین قیمت خودرو و به‌تبع مشکلاتی که برای قطعه‌سازان کشور به دنبال خودروسازان ایجاد می‌شود، گلیاه کردند.

در این نشست، علی‌نادی-عضو هیأت مدیره انجمن سازندگان قطعات- به بیان مشکلات این صنعت در سه بخش اشاره کرده و گفت: در بخش اول که در صنعت خودروسازی به شدت مهم است، مربوط به دولت است. متأسفانه سیاست‌های کوتاه‌مدت و قاعده و قوانین پیچیده کار را برای صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی سخت کرده است. از ابتدای سال جاری هم‌زمان با شیوع ویروس کرونا و تشدید تحریم‌ها که

عضو هیأت مدیره انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو گفت از ابتدای برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل در صنعت خودرو تاکنون، ۸۶ میلیون دلار داخلی‌سازی قطعات خودرویی محقق شده است.

به گزارش خبرنگار اقتصادی ایرنا، «علی‌نادی» در نشست خبری اعضای هیأت مدیره انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در محل هتل المپیک افزود: ۳۴۰ میلیون دلار داخلی‌سازی از میزهای تعمیق ساخت داخل که از سال گذشته تاکنون چهار میز برگزار شده، انتظار می‌رود.

مسئول کمیته ساخت داخل انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو تأکید کرد: محرک اصلی تحقق اهداف در این برنامه، پرداخت مطالبات قطعه‌سازان از سوی خودروسازان است.

به گفته این مقام صنفی، اکنون مطالبات قطعه‌سازان از خودروسازان به بیش از ۳۰ هزار میلیارد تومان رسیده که تاکنون ۱۰ هزار میلیارد تومان آن سر رسید شده است.

وی ادامه داد: مشکل اصلی قطعه‌سازان کمبود نقدینگی است و اگر مطابق با قراردادهای تعهدات بتوانند مطالبات خود را دریافت کنند، هیچ نیازی به حمایت‌های دولتی یا تسهیلات بانکی ندارند.

نادی یادآور شد: بخش بزرگی از مشکلات خودروسازی و قطعه‌سازی به قیمت‌گذاری دستوری خودرو برمی‌گردد؛ موضوعی که سبب شده

رئیس هیأت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی

## حذف قیمت خودرو از آگهی اینترنتی، تأثیری بر بازار نداشت

ممنوع شده است. وی افزود: متأسفانه این روند همچنان ادامه دارد و این موضوع برای خریداران مشکلاتی ایجاد کرده است، همچنین خریدهایی از این قبیل نسبت به گذشته از سهولت کافی برای فروشنده و خریدار برخوردار نیست.

رئیس هیأت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی بیان کرد: در حال حاضر افرادی تحت عنوان دلال و سودجو در بازارهای مسکن و خودرو فعالیت دارند که موجب گرانی شدند همچنین مسئولان مربوط آنطور که باید، برای حل این مسائل عمل نکرده‌اند.

آلفت نسب ادامه داد: هم‌اکنون نیز بهتر است که نهادهای نظارتی و

آلفت نسب گفت درج قیمت در آگهی‌های خودرو و مسکن تأثیر منفی در جو بازار ندارد و معتقدیم این تصمیم بیشتر بازار را غیرشفاف کرد.

رضا آلفت نسب، رئیس هیأت مدیره اتحادیه کسب و کارهای مجازی در گفت و گو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، درباره درج قیمت آگهی‌های خودرو و مسکن در فضای مجازی، اظهار کرد: مدتی است که به دستور دادستانی و مقامات قضایی کشور و به دلیل جلوگیری از تشدید جو روانی در بازار، درج قیمت در آگهی‌های خودرو و مسکن در بستر فضای مجازی





## ۹۳ شهر خدمات آزمایشگاهی خود را به اشتراک گذاشتند

گستره جغرافیایی خدمات آزمایشگاهی با شکل‌گیری شبکه‌ای از خدمات و تجهیزات توسعه یافت؛ شبکه‌ای که به ایجاد زنجیره محصولات و خدمات آزمایشگاهی در کشور منجر شد. بنا بر اعلام شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی، در حال حاضر ۹۳ شهر به عضویت این زنجیره درآمده‌اند. شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با ایجاد شبکه‌ای از آزمایشگاه‌ها در حوزه‌های مختلفی مانند فنی و مهندسی، مکانیک، مواد و متالورژی، برق و الکترونیک، شیمی، هوا فضا، معدن، محیط‌زیست، کشاورزی و گیاهان دارویی، زیست‌فناوری و پزشکی، داروسازی، سلول‌های بنیادی، مهندسی بافت، علوم شناختی و مغز، صنایع دستی، مواد غذایی و ... خدمات آزمایشگاهی ارائه می‌کند.



### دریچه

## اثرات اقتصادی ویروس کرونا بر بخش بین‌المللی آموزش عالی در کشورها

محمدامین مولا / پژوهشگر رصدخانه مهاجرت ایران؛ دانشجویان بین‌المللی در بسیاری از کشورها، خصوصاً کشورهایی که به عنوان مقاصد اصلی دانشجویان بین‌المللی شناخته می‌شوند، منبع درآمد قابل توجهی برای این کشورها تلقی می‌شوند. مشاغل آکادمیک و پشتیبان در دانشگاه‌های کشورهای سراسر دنیا که اتکای قابل توجهی به دانشجویان بین‌المللی دارند، به این درآمد بستگی دارد. بنابراین حمایت از دانشگاه‌هایی که با افت درآمد ناشی از کاهش تعداد دانشجویان بین‌المللی و یا تعطیلی مقاطع تحصیلی روبه‌رو شده‌اند به عنوان اقدامی ضروری برای حفظ رفاه و منافع عمومی در این کشورها تلقی می‌شود.

براساس گزارش Deloitte Access Economics به عنوان نمونه در کشور استرالیا، بخش بین‌الملل دانشگاه‌ها ۴۱ میلیارد دلار به اقتصاد این کشور کمک کرده‌اند و در سال ۲۰۱۸ از ۲۶۰ هزار شغل تمام وقت پشتیبانی کرده‌اند. با توجه به محدودیت‌های ناشی از ویروس کرونا و از بین رفتن ترم تحصیلی دانشجویان، انتظار می‌رود که دانشگاه‌ها مبلغی بین ۳ تا ۴/۴ میلیارد دلار از درآمد خود را از دست دهند.

براساس تخمین‌ها پیش‌بینی می‌شود که بیش از ۲۱ هزار شغل در شش ماه آینده در معرض خطر قرار داشته باشند و در صورت ادامه‌دار شدن همه‌گیری ویروس کرونا، این میزان بیکاری در این بخش افزایش یابد.

بخش آموزش بین‌المللی به قدری از نظر اقتصادی دارای اهمیت است که آسیب دیدن این بخش می‌تواند بهبود اقتصادی قابل انتظار پس از پایان همه‌گیری کرونا را در بسیاری از کشورها کند و تضعیف کند بنابراین خروج دانشجویان بین‌المللی به مدت طولانی ممکن است خسارات جبران‌ناپذیری را بر اقتصاد کشورهای مقصد وارد کند زیرا دانشجویان بین‌المللی نه‌تنها در تأمین مالی مؤسسات آموزش عالی بلکه آنها در تأمین مالی ارائه‌دهندگان خدمات اسکان، رستوران‌ها و سایر مواردی که نیازهای دانشجویان بین‌المللی را تأمین می‌کنند، نقش دارند(study in us, ۲۰۲۰).

برای درک اهمیت اقتصادی بخش آموزش بین‌الملل، صادرات کالاها و خدمات آموزشی استرالیا طی سال‌های ۱۹۸۶ تا ۲۰۱۹ نشان می‌دهد که از رشدی نمایی برخوردار است. طبق طبقه‌بندی حساب‌های ملی استرالیا، کل صادرات آموزش و پرورش شامل کل شهریه‌هایی که دانشجویان بین‌المللی پرداخت می‌کنند و همچنین کل هزینه‌هایی است که آنها برای خدمات و کالاهای آموزشی در استرالیا می‌پردازند. صادرات آموزش و پرورش استرالیا از نزدیک صفر در دهه ۱۹۷۰ به ۳۷ میلیارد دلار در سال مالی گذشته (۲۰۱۹-۲۰۱۸) رسیده است. در سال ۲۰۱۹-۲۰۱۸، این بخش تقریباً ۴۰ درصد از صادرات خدمات استرالیا و ۹ درصد صادرات کالاها و خدمات را شامل می‌شد.

این در حالی است که در سال گذشته کل صادرات بخش کشاورزی استرالیا به جهان حدود ۴۴ میلیارد دلار بوده است. نکته حائز اهمیت دیگر تعداد زیاد دانشجویان بین‌المللی چینی

## برگزاری ۱۴ نشست؛ همایش مولوی پژوهی کار خود را آغاز کرد

همایش بین‌المللی مولوی پژوهی به دور سوم خود رسید. این رویداد از روز گذشته با حضور محققان برجسته ملی و بین‌المللی کار خود را آغاز کرد و تا ۲۶ آذرماه سال جاری ادامه دارد.

صندوق حمایت از پژوهشگران و فنانون معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از این رویداد حمایت می‌کند. این همایش با همکاری گسترده متخصصان زبان و ادبیات فارسی و اعضای هیأت علمی دانشگاه‌های مختلف در سه حوزه کلی برگزار می‌شود.

نوآوری‌های علمی شامل مبانی اندیشه‌های مولوی، نسخه‌شناسی آثار مولوی، مولوی و شمس، نقد و تحلیل شرح‌های آثار مولوی، پژوهش‌های کاربردی حوزه مولوی پژوهی شامل هنر، ادبیات کودک و نوجوان، روانشناسی و مشاوره و مولوی پژوهی در حوزه بین‌الملل شامل مولوی پژوهی در ترکیه، چین، بنگلادش،

هندوستان، منطقه بالکان و کشورهای عرب زبان مجورهای این همایش است. سومین همایش بین‌المللی مولوی پژوهی به صورت نشست‌های هفتگی برگزار می‌شود. برگزاری نشست‌ها در روزهای دوشنبه و سه‌شنبه هر هفته



که در آن استادان و محققان از خارج کشور که در حوزه مولوی پژوهی فعالیت می‌کنند، حضور دارند و آخرین یافته‌های خود را درباره آ و آثار مولانا و وضعیت مولوی پژوهی در مناطق مختلف جهان ارائه می‌دهند.



## سازنده واکسن کرونا: زمستان آینده

چشمگیری کم می‌شود. شاهین در مصاحبه تحلیل‌های جدید نشان دهد که واکسن نرخ تولید هیروژن، سود و کلر، پارافین کره، آ ب اکسیژنه ۳۵ تا ۵۰ درصد محصولات دانش‌بنیان ما است. وی همچنین بیان کرد: ما در کلرپارس در تلاش هستیم تا همزمان با گسترش دامنه فعالیت‌های داخلی‌مان، مسیر صادرات محصولات را هموارتر سازیم و به بازارهای بین‌المللی خود بیفزاییم. ما هم‌اکنون محصولات خود را به ۱۵ کشور جهان از جمله عراق، سوریه، افغانستان، اوکراین، پاکستان، گرجستان، ارمنستان و ... صادر می‌کنیم. این فعال دانش‌بنیانی ادامه داد: استفاده از

شرکت آلمانی «BioNTech» به همراه کمپانی آمریکایی «فایزر» (Pfizer) یکی از گزینه‌های اصلی واکسن کرونا را توسعه داده و حالا هم‌بنیانگذار BioNTech از پیش‌بینی خود برای زمان بازگشت زندگی به حالت عادی صحبت کرده است. به گزارش دیجیاتو، واکسن کرونا فایزر در فاز سوم آزمایش‌های بالینی اثربخشی بیش از ۹۰ درصد داشته و بسیاری امیدوارند که واکسن این کمپانی بتواند دوباره زندگی را به حالت عادی بازگرداند، البته علاوه بر آن، واکسن‌های دیگری نیز در حال توسعه هستند و برای عبور از شرایط دشوار کنونی تنها یک واکسن کافی نیست. به تازگی هم‌بنیانگذار BioNTech، پروفیسور «وگور شاهین» ابراز امیدواری کرده که انتقال ویروس کرونا به نصف کاهش پیدا کند که در نتیجه تعداد مبتلایان جدید به طور

## کلر دوست‌دار محیط‌زیست به بازار جهانی رسید

دارد. کلر در دما و فشار عادی گازی زردرنگ و متمایل به سبز و دارای بوی سوسوزآور و تحریک‌کننده و از نظر شیمیایی نیز بسیار فعال است و در طبیعت به صورت ترکیب با عناصر دیگر یافت می‌شود. به گفته

ابوالفضل باباپور، مدیرعامل این شرکت، تولید هیروژن، سود و کلر، پارافین کره، آ ب اکسیژنه ۳۵ تا ۵۰ درصد محصولات دانش‌بنیان ما است. وی همچنین بیان کرد: ما در کلرپارس در تلاش هستیم تا همزمان با گسترش دامنه فعالیت‌های داخلی‌مان، مسیر صادرات محصولات را هموارتر سازیم و به بازارهای بین‌المللی خود بیفزاییم. ما هم‌اکنون محصولات خود را به ۱۵ کشور جهان از جمله عراق، سوریه، افغانستان، اوکراین، پاکستان، گرجستان، ارمنستان و ... صادر می‌کنیم. این فعال دانش‌بنیانی ادامه داد: استفاده از



آخرین فناوری دوست‌دار محیط‌زیست در تولید کلر و سودسوزآور باعث شده تولیدات شرکت عاری از هر گونه ناخالصی جیوه باشد و در نتیجه محصول تولیدشده آسیبی به محیط زیست نرساند.

تولید کلر و سودسوزآور عاری از ناخالصی جیوه و دوست‌دار محیط‌زیست یک شرکت دانش‌بنیان، مشتریانی از صنایع مختلف آب و فاضلاب، شوینده و بهداشتی، نیروگاه‌ها، دارویی و غذایی دارد. این محصولات هم در بازار داخلی و هم بازار جهانی به فروش می‌رسد. شرکت کلرپارس، یکی از مجموعه‌های دانش‌بنیانی است که توسط وزارت نیرو برای تأمین کلر شرکت‌های آب و فاضلاب در تبریز ایجاد شد. این شرکت یکی از مجموعه‌های پیشرو در صنعت کلر آلکالی با رویکرد سبز در منطقه محسوب می‌شود؛ شرکتی که محصولاتش در صنایع مختلف آب و فاضلاب، شوینده و بهداشتی، نیروگاه‌ها، دارویی و غذایی، پتروشیمی، پالایشگاه نفت و گاز، رنگ‌سازی، کاغذسازی و نساجی کاربرد دارد. کلر به عنوان عامل گندزدا در صنعت آب و فاضلاب، سفیدکننده در صنعت نساجی، عامل اکسیداسیون در واکنش‌های شیمیایی و در فرآیند تولید بیش از ۳۰ هزار ماده شیمیایی کاربرد دارد. کلر به شکل نمک‌های کلرید در طبیعت و بدن انسان وجود



تولید ۴ پروبیوتیک دارویی

## بیماران با باکتری‌ها درمان می‌شوند

پروبیوتیک‌ها باعث ارتقای سیستم ایمنی بدن می‌شود و کیفیت زندگی را از طریق رقابت با ارگانیزم‌های بیماری‌زا بهبود می‌دهد. پروبیوتیک‌ها باکتری‌ها و مخمرهایی هستند که برای سلامتی بدن به ویژه برای سیستم گوارش مفیدند. معمولاً باکتری‌ها ما را یساده بیماری می‌اندازد، اما بدن ما پر از باکتری است. هم باکتری‌های خوب و هم باکتری‌های بد. پروبیوتیک‌ها در دسته باکتری‌های خوب قرار می‌گیرند و تأثیر زیادی در سلامتی بدن دارند. به همین دلیل این ارگانیزم‌های زنده را به صنعت دارویی هم وارد کرده‌اند تا داروهایی برای افزایش سیستم ایمنی بدن و رفع مشکلات شکمی تولید کنند. ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم از تولید این داروها حمایت کرده است.



## یادداشت

## مجلس در حمایت از شرکت‌های خلاق و صنایع نرم پیشگام می‌شود

جامعی بگیریم و موازی‌کاری را حذف کنیم و اینکه قوانین ضمن داشتن انسجام، پاسخگویی بیشتری داشته باشند در نظر داریم که نظرات ذی‌نفعان این حوزه را دریافت کرده و بعد تصمیم‌گیری کنیم، بر این اساس با برخی نهادها نیز جلسه‌ای برگزار خواهیم کرد تا بعد از اخذ نظرات آنها در مورد برنامه‌های حمایتی در مجلس تصمیم بگیریم.

همچنین محمدمهدی زاهدی عضو کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس نیز با اشاره به نیاز شرکت‌های خلاق و صنایع نرم به حمایت‌های قانونی بیشتر، گفت: خوشبختانه امروز به همت فعالان فناور و دانش‌بنیان، در همه عرصه‌های دفاعی و پزشکی شاهد رشد هستیم و ما باید از این شرکت‌ها حمایت کنیم و مانع فعالیت آنها نباشیم چراکه قوانین دولتی سخت‌گیرانه وجود دارد و مانع فعالیت شرکت‌های خلاق می‌شود، در حالی که ما باید به استقبال این شرکت‌ها برویم و همه‌جانبه از شرکت‌های خلاق حمایت کنیم.

زاهدی همچنین بیان کرد: یکی از اصلی‌ترین فعالیت‌های کمیسیون مرتبط در مجلس یازدهم، حمایت از شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان است. امیدواریم تلاش این شرکت‌ها ادامه پیدا کند، چراکه ما در بسیاری از زمینه‌ها تحریم هستیم و نیازمند طراحی و ساخت و عرضه محصولات و خدمات از سوی شرکت‌های خلاق و صنایع نرم هستیم. حمایت از شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان می‌تواند ما را به جایی برساند که بتوانیم حتی دستگاه‌های تولیدی و بومی را به سایر کشورها صادر کنیم. بر این اساس، مجلس تمام تلاش خود را می‌کند تا قوانین لازم در این زمینه در زودترین زمان ممکن به تصویب برسد. ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری تلاش دارد تا با رایزنی با نهادهای موثر در حمایت از زیست‌بوم شرکت‌های خلاق، به ویژه مجلس شورای اسلامی، بسترهای قانونی حمایت از این شرکت‌ها را تا حد امکان گسترده‌تر سازد. در حال حاضر، تقریباً نیمی از حمایت‌های تخصیص‌یافته به شرکت‌های دانش‌بنیان، در اختیار شرکت‌های خلاق نیز قرار می‌گیرد.

## آموزش مدیران؛ شبکه تامین مالی زیست‌بوم نوآوری توسعه می‌یابد

در این کارگاه آموزشی به بحث‌های تخصصی مدیریتی صندوق‌ها، موضوعات مالی و اداری، تجاری‌سازی، ارزیابی شرکت‌ها و چالش‌های پیرامون آن، مسائل حقوقی و تخصصی صندوق‌ها و مباحث زیرساختی و نرم‌افزاری پرداخته شد.

همچنین مدیران عامل صندوق‌های پژوهش و فناوری حاضر در کارگاه، ضمن بازدید از صندوق توسعه فناوری‌های نوین و دانشگاه تهران از تجربیات مدیر عامل آن صندوق‌ها نیز بهره‌مند شدند. این نشست از سوی دبیرخانه انجمن صنفی کارفرمایی صندوق‌ها و نهادهای سرمایه‌گذاری خطرپذیر کشور در محل صندوق توسعه فناوری‌های نوین، برنامه‌ریزی شد و دوره دوم آن نیز در حال برگزاری است. مدیران حاضر در این نشست با مباحث کاربردی‌تری در حوزه مدیریت سرمایه و تامین مالی طرح‌های فناورانه و مبتنی بر نوآوری، آشنا می‌شوند. این دانسته‌ها به آنها کمک می‌کند تا تصمیمات مدیریتی خود را با اعتماد به نفس بیشتری اتخاذ کنند.

یکی از راهبردهای معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، توسعه شبکه تامین مالی زیست‌بوم نوآوری کشور است. در این زمینه آموزش و همکاری متقابل مدیران و سرمایه‌گذاران فعال در این شبکه از اهمیت قابل توجهی برخوردار است.

بر این اساس، کارگاه آموزش حرفه‌ای توانمندسازان فناوری‌های نوین با حضور مدیران و سرمایه‌گذاران فعال در حوزه سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر برگزار شد.

این همایش که با حضور مدیران و سرمایه‌گذاران از نهادهای مختلفی مانند صندوق توسعه فناوری‌های نوین، صندوق پژوهش و فناوری دانشگاه تهران، صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی توسعه صادرات و فناوری شریف، پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، کارگروه صندوق‌های پژوهش و فناوری، صندوق زیست‌فناوری، صندوق توسعه فناوری ایران‌بان، صندوق توسعه صادرات و تبادل فناوری و برخی واحدهای مالی دیگر برگزار شد، دو روز به طول انجامید.



# زندگی به حالت عادی باز می‌گردد

دیگر نیز سفارش داده است. در حالی که برخی افراد به بازگشت زندگی به حالت عادی در بهار پیش رو اشاره می‌کنند، به اعتقاد پروفیسور شاهین به زمان بیشتری نیاز داریم. هم‌بنیانگذار BioNTech اعلام کرده:

«اگر همه چیز طبق برنامه پیش برود، عرضه واکسن کرونا اواخر سال جاری یا اوایل سال آینده میلادی آغاز می‌شود.»

این کمپانی می‌خواهد تا بهار آینده ۳۰۰ میلیون دوز واکسن در سراسر جهان عرضه کند. به اعتقاد پروفیسور شاهین، تابستان باعث کاهش نرخ ابتلا به کرونا خواهد شد و باید به نرخ بالای تزریق واکسن تا پیش از پاییز و زمستان آینده دست پیدا کنیم تا زندگی در زمستان به روال عادی بازگردد.

های به این موضوع اشاره کرده که انتظار دارد انتقال کرونا میان مردم را کاهش دهد و دیگر باشیم. لام کرده:

کن موثر نرخ انتقال ویروس بین مردم کاهش صد نباشد، اما ۵۰درصد خواهد بود. همین دور چشمگیری کاهش دهد.»

سفارش داده‌اند و برای مثال بریتانیا تا پیش از ن واکسن را دریافت می‌کند و ۳۰ میلیون دوز

## ایده‌ها را برای رفع چالش‌های صنایع معدنی ارسال کنید

بازوی سرمایه‌گذاری جسورانه شرکت صنایع و معادن احیا سپاهان منتشر شده است، نهادهای مختلفی همکاری می‌کنند.

شبکه فن بازار معاونت علمی، ستاد توسعه فناوری‌های فوتونیک، لیزر، مواد پیشرفته و ساخت معاونت علمی، صندوق نوآوری و شکوفایی و بنیاد ملی نخبگان از جمله نهادهای همکار در این طرح هستند.

کاربردهای نوین مواد معدنی، بازرگانی و لجستیک مواد معدنی و تولید مواد و تجهیزات پیشرفته از جمله محورهایی هستند که بر روی آنها سرمایه‌گذاری انجام می‌شود. همچنین فناوری‌های نوین و هوشمند در زنجیره ارزش معادن و صنایع معدنی و ایده‌های ارزش‌آفرین در استحصال عناصر نادر خاکی، تولید زغال‌سنگ، آهن، مس، طلا و منگنز،

صنایع فلزی و پایین دستی نیز از جمله مواردی هستند که مورد علاقه سرمایه‌گذار قرار دارند و از ظرفیت جذب سرمایه برخوردار هستند.

جذب سرمایه برای تبدیل ایده‌ها و طرح‌های نوآورانه به طرح‌های شکوفا و تجاری‌سازی شده از جمله راهبردهای معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری است. بر این اساس فراخوانی برای رفع نیازها و چالش‌های معدن‌کاری کشور و ایجاد صنایع جدید دانش‌بنیان منتشر شد.

این فراخوان در راستای کمک به توسعه بازار شرکت‌های دارای محصول کاربردی در بخش معدن و صنایع معدنی منتشر شده است. در این رویداد، شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور دارای ایده و طرح‌های فناورانه مرتبط با بخش معدن و صنایع معدنی برای رفع نیازها و چالش‌های معدن‌کاری کشور و ایجاد صنایع جدید دانش‌بنیان دعوت به همکاری شده‌اند. حمایت از افراد دارای ایده و طرح نوآورانه برای حل مسائل و رفع نیازهای فناورانه

شرکت مجتمع صنایع و معادن احیا سپاهان از اهداف برگزاری این رویداد است.

در این فراخوان که با همکاری شرکت سرمایه نوآوری احیا به عنوان



## گسترش کار آفرینی حوزه گیاهان دارویی؛ ۳۹ بسته معرفی شد

سنتی، بحث و بررسی پیرامون احکام پیشنهادی در حوزه صنعت گیاهان دارویی و طب سنتی برای برنامه ششم و همچنین بحث و بررسی پیرامون اولویت‌بندی در مزیت‌های اقتصادی و نسبی تولید در

استان‌ها، از جمله برنامه‌های این کارگروه است. ارائه برنامه‌های پیشنهادی به ستاد در راستای رفع خلایای قانونی و توسعه زیرساخت‌های اقتصاد دانش‌بنیان و مشارکت در تدوین برنامه عملیاتی سالیانه ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی برای اجرایی‌سازی سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی نیز بخش دیگری از اهداف این کارگروه را تشکیل می‌دهد. کارگروه تخصصی توسعه فناوری و کارآفرینی همچنین برای هم‌اندیشی و بحث و تبادل نظر پیرامون نقشه توسعه کارآفرینی در حوزه صنعت



گیاهان دارویی و طب سنتی و بررسی راهکارهای سرمایه‌گذاری و مکان‌یابی واحدهای فرآوری مواد موثره، در حوزه صنعت گیاهان دارویی، تلاش می‌کند.

توسعه کارآفرینی مبتنی بر صنعت گیاهان دارویی یکی از اقدامات ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری است. در این راستا، ستاد کارگروهی تخصصی برای

توسعه فناوری و کارآفرینی تشکیل داد که تاکنون ۳۹ بسته کارآفرینی در حوزه گیاهان دارویی را معرفی کرده است. تاکنون صدها طرح مختلف کارآفرینی با کمک و حمایت این ستاد در سراسر کشور اجرایی شده است. برای توسعه این فعالیت‌های کارآفرینی، این ستاد یک کارگروه تخصصی توسعه فناوری و کارآفرینی نیز تشکیل داده است. این کارگروه براساس راهبرد دوم سند ملی گیاهان دارویی و طب سنتی، برای ساماندهی نظام آموزش، پژوهش و توسعه فناوری و نوآوری در حوزه گیاهان دارویی و فرآورده‌های گیاهی تلاش می‌کند

و تشویق و حمایت از این اقدامات را در اولویت قرار داده است. بررسی طرح‌ها و پروژه‌های ارجاعی به ستاد، بحث و تبادل نظر پیرامون راهکارهای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های گیاهان دارویی و طب



## اتفاقی غیرمنتظره برای یوتیوب

به قلم: جی پیترز خبرنگار  
 مترجم: امیر آل علی

یوتیوب به عنوان بزرگترین بستر اشتراک گذاری ویدئو، به علت سهمیم کردن تولیدکنندگان محتوا در سود خود، با نرخ رشد فعالیت بسیار بالایی همراه است. با این حال طی چند ساعت گذشته اتفاقی بی سابقه برای این برند محبوب رخ داده است. درواقع امکان دسترسی به آن برای یک ساعت مختل شد. این موضوع خود زمینه انواع شایعات نظیر حملات سایبری را به همراه داشته و برخی نسبت به افشای اطلاعات خود با نگرانی هایی مواجه بودند. در این راستا اگرچه هنوز بیانییه رسمی منتشر نشده است، با این حال به نظر می رسد که با شیوع ویروس کرونا و افزایش چشمگیر تعداد و میزان استفاده افراد از اینترنت، سرورهای این شرکت با مشکلاتی سطحی مواجه شده و بعید است که بار دیگر شاهد چنین اتفاقی باشیم. در این راستا نکته مهم دیگر این است که این اختلال جهانی بوده و کاربران منظر بیانییه و توضیحات بیشتر هستند.

منبع: theverge.com

## خالق پایتون به مایکروسافت پیوست

به قلم: استیون نیکولز خبرنگار  
 مترجم: امیر آل علی

خالق زبان برنامه نویسی پایتون که برای بیش از ۶ سال در Dropbox مشغول فعالیت بوده است پس از بازنشستگی در این شرکت روز گذشته اعلام کرده است که به مایکروسافت پیوسته و با این اقدام مایکروسافت را می توان برنده عنوان بهترین استخدام سال، دانست. اگرچه هنوز مشخص نیست که برنامه مدیران این شرکت برای بهترین استفاده ممکن از آقای گایدو ون روسوم، چه خواهد بود، با این حال پیش بینی ها حاکی از آن است که هدف اصلی امکان استفاده بهتر از پایتون خواهد بود. حال باید دید که این تغییر، چه تاثیری را بر موفقیت مایکروسافت به همراه خواهد داشت. درواقع این استخدام ایدا خبر خوبی برای برندهای رقیب محسوب نخواهد شد. تحت این شرایط ممکن است شاهد تغییراتی در تیم شرکت های دیگر نیز باشیم.

منبع: zdnet.com

## رکوردشکنی علی بابا

به قلم: ماری میسنزال نویسنده حوزه کسب و کار  
 مترجم: امیر آل علی

استفاده از رویدادهای مختلف، سیاست بسیاری از برندها محسوب می شود، با این حال امسال علی بابا موفق شده است تا آماري خیره کننده را به ثبت برساند. در این راستا نکته ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که این شرکت یک هلدینگ بوده و در بخش های مختلفی فعالیت دارد. با این حال سودآورترین کسب و کار آنها مرتبط با فروشگاه اینترنتی است. در این راستا طی چند روز اخیر و به مناسب روز مجردها، این شرکت موفق شده است تا بیش از ۷۴ میلیارد دلار فروش داشته باشد. درواقع آمارها حاکی از آن است که این روز، در حال تبدیل شدن به بزرگترین رویداد خرید در دنیا است که حتی از جمعه سیاه نیز محبوب تر است. بدون شک بهبود جدی اوضاع کرونا در کشور چین به عنوان بازار اصلی، در خلق چنین آمار شگفت آوری بی تاثیر نبوده است. در این راستا برای نخستین بار شاهد طولانی شدن مدت این جشن بوده ایم که ۴ روز به طول انجامیده و این امر نیز در ثبت این آمار تاثیر گذار بوده است. درواقع بسیاری از تحلیلگران این عامل را مهمترین دلیل رکوردشکنی علی بابا می دانند. در این راستا آمارهای جالب دیگری نیز نظیر افزایش تقاضا برای کالاهای لوکس و موارد غذایی کشورهای مختلف، به چشم می خورد. حال باید دید که برنامه این شرکت برای تداوم این موفقیت ها چه خواهد بود.

منبع: businessinsider.com

## کمپین استارباکس برای ترویج سفارش موبایلی

به قلم: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات  
 ترجمه: علی آل علی

استارباکس در طول دوران کرونا کاهش شدیدی در میزان سفارش هایش تجربه کرده است. این برند در ماه های ابتدایی شیوع کرونا تمام شعبه هایش را تعطیل کرد. این اقدام ضرر هنگفتی به کسب و کار استارباکس در کشورهای مختلف وارد کرد. اکنون با نزدیک شدن به تعطیلات سال نوی میلادی بازاریاب های این برند در تلاش برای ترغیب مخاطب هدف به سوی ثبت سفارش از طریق اپ موبایلی اش دست به طراحی کمپین تازه ای زده است. بر این اساس کاربران از طریق دانلود و ثبت سفارش از طریق اپ رسمی استارباکس در زمان باقی مانده تا کریسمس امکان بهره مندی از تخفیف های مختلف را خواهند داشت. کمپین تازه استارباکس در شبکه های اجتماعی مختلفی نمایش داده می شود. این امر جذابیت های کمپین جاری را به شدت افزایش می دهد. کاربران امکان مشاهده ویدئوهای بازاریابی کمپین تازه اسنپ چت در توئیتر، فیس بوک، اینستاگرام و اسنپ چت را دارند. یکی از نکات جالب در این میان دعوت از کاربران برای بازگردانی پست های مختلف درباره تجربیات از سفارش آنلاین از طریق اپ استارباکس است. این امر محتوای تولیدی کاربران بسیار زیادی در اختیار بازاریاب های استارباکس به منظور تعامل با مخاطب هدف قرار می دهد. استارباکس یکی از برندهای محبوب در حوزه بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف است. این برند در طول دوران کرونا تعامل بسیار نزدیکی با مخاطب هدفش داشته است. همین امر خوش بینی بسیار زیادی برای کمپین جاری این برند ایجاد کرده است.

منبع: mobilemarketer.com



شیوه های تکراری و بدون به روز رسانی باشد، به زودی با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد شد.

استفاده از معیارهای انتقادی برای بهبود مداوم فرآیند جلب وفاداری مشتریان از سوی برندها گزینه بسیار مطلوبی خواهد بود. متأسفانه برخی از برندها در طول سال های اخیر به این نکته توجه کافی را نشان نداده اند. به همین علت علی رغم سرمایه گذاری قابل ملاحظه در این حوزه نتیجه مطلوبی دریافت نمی کنند.

### ۳. تمرکز بر روی مشکلات مشتریان

ویژگی اصلی برندهای محبوب در میان مشتریان چیست؟ بسیاری از کارآفرینان پاسخ مشخصی برای این پرسش ندارند. اگر به دقت وضعیت برندهای محبوب را بررسی کنیم، ویژگی مشترک تمام آنها توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان براساس شناخت به موقع مشکلاتشان است. خرید هر محصول در عرصه کسب و کار براساس نیازهای خاص مشتریان روی می دهد، با این حساب یکی از استراتژی های عالی در زمینه جلب وفاداری مشتریان مربوط به تعامل مداوم با آنها براساس نیازهایشان است.

امروزه بسیاری از برندها به دلیل ناتوانی برای آگاهی به موقع از نیازهای مشتریان در عمل شکست سختی در زمینه جلب وفاداری آنها می خورند. وقتی یک برند توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به را نداشته باشد، انتظار غلبه بر مشکلات کسب و کار و جلب وفاداری بلندمدت مشتریان بیش از اندازه غیرواقعی است.

### ۴. اتکا بر منابع اطلاعاتی مطمئن

استفاده از اطلاعات مربوط به مشتریان برند برای پیشبرد طرح های مختلف بازاریابی و برندسازی امری رایج محسوب می شود. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به بازاریابی هوشمند می کنند. این امر شامل گردآوری اطلاعات اساسی در مورد مشتریان و استفاده از آن در فرآیند تعامل با آنهاست. بدون تردید تعامل با مشتریان براساس سلیقه شان امر جذابی محسوب می شود. نکته مهم در این میان اهمیت اطلاعات دقیق و معتبر در مورد آنهاست. اگر یک برند از اطلاعات نادرست در مورد مشتریان استفاده کند، به جای جلب وفاداری شرایط ترک برند از سوی مشتریان را فراهم خواهد کرد. این امر یکی از اشتباهات رایج کسب و کارها در زمینه تعامل با مشتریان و طراحی برنامه های جلب وفاداری است. توجه به منبع اطلاعات و ارزیابی میزان اعتبارش همیشه باید در دستور کار کسب و کارها قرار داشته باشد.

امروزه مقوله اعتماد در کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر یک کسب و کار به عنوان منبع مورد اعتماد مشتریان شناخته نشود، به سرعت با ریزش مخاطب هدف و سپس مشتریان وفادار مواجه خواهد شد. برخی از برندها به طور سنتی به عنوان منبع اطلاعاتی معتبر از سوی مشتریان شناخته می شوند. به عنوان مثال، اکنون اغلب مردم در بازارهای جهانی ادعاهای برند نایک را بدون نیاز به هرگونه اثبات مورد پذیرش قرار می دهند. تجربه نایک و دیگر برندهای معتبر به خوبی بیانگر اهمیت اعتماد مشتریان است. کسب و کارها برای ایجاد دامنه قابل ملاحظه ای از مشتریان وفادار باید به ایجاد اعتماد متقابل توجه داشته باشند. در غیر این صورت تلاش های برند به طور مداوم با مشکل مواجه خواهد شد.

منبع: brandingstrategyinsider.com

نظر مخاطب هدف از طریق ایجاد برندی حرفه ای با تولید محصولات کاربردی هستند. کارآفرینان در هر حوزه ای از کسب و کار امکان طراحی سلسله مراتبی برای جلب اعتماد و وفاداری هرچه بیشتر مشتریان را دارند. مهمترین مسئله در این میان توجه به نقاط پیوند میان برند و مشتریان است. به عبارت دیگر، فرآیند برند نباید بیش از اندازه بی ارتباط با سلیقه و نیازهای مشتریان باشد.

میگوئل پاتریسیو، مدیرعامل برند کرفت هاینز، در مورد نحوه تبدیل این استراتژ آپ به یکی از غول های عرصه مواد غذایی اظهارنظر جالبی دارد. وی بر روی اشتباه تیم های مدیریت قبلی برای تمرکز صرف بر روی اهداف کوتاه مدت و دم دستی تاکید می کند. بر این اساس پس از غلبه بر گرایش شدید در بدنه مدیریتی شرکت هاینز برای دستیابی به اهداف کوتاه مدت امکان سرمایه گذاری برای جلب نظر مشتریان وفادار در مقیاس جهانی امکان پذیر شد. با این حساب تا زمانی که برندها دید محدودی به عرصه کسب و کار داشته باشند، سرمایه گذاری بر روی مشتریان جهانی بسیار بلندپروازانه خواهد بود. این امر حتی امکان تعامل بهینه با مشتریان حاضر در بازارهای محلی را نیز از بین خواهد برد.

### توصیه هایی برای جلب وفاداری مشتریان

بدون تردید هر برندی دارای برنامه منحصر به فردی برای جلب نظر مشتریان وفادار به کسب و کارش است. در این میان برخی از برندها دارای برنامه بهتری در مقایسه با سایر رقبای شان هستند. در این بخش به بررسی برخی از تکنیک ها و توصیه های کاربردی برای جلب وفاداری هرچه بهتر مشتریان خواهیم پرداخت.

۱. همکاری تمام بخش های شرکت برای جلب وفاداری مشتریان جلب وفاداری مشتریان فقط در حیطه وظایف یک بخش خاص از شرکت نیست. بسیاری از اوقات تیم های بازاریابی و تبلیغات مسئول اصلی جلب وفاداری مشتریان محسوب می شود. همانطور که پیش از این نیز اشاره شد، جلب وفاداری مشتریان بیشتر در حوزه برندسازی معنا پیدا می کند. یکی از نکات مهم در این میان هماهنگی کامل بخش های مختلف شرکت برای بازاریابی و تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است. اگر این نکته مدنظر برندها قرار نگیرد، شناس چندانیه برای برندها به منظور تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف باقی نخواهد ماند.

همکاری بخش های مختلف یک شرکت موجب بازنامایی جلوه ای یکدست از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می شود. متأسفانه بسیاری از کسب و کارها به این نکته مهم توجه کافی ندارند بنابراین در عمل چهره ای ناقص از کسب و کارشان ارائه می کنند. این امر شانس کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش می دهد.

### ۲. توجه به معیارهای انتقادی

توسعه برنامه برند در زمینه جلب وفاداری مشتریان باید با استفاده از معیارهای مناسب صورت گیرد. برخی از برندها پس از تعیین چند معیار اولیه دست از اقدام برای جلب نظر مخاطب هدف به طور کلی می کشند. امروزه برندهای بزرگ به طور مداوم اقدام به بازبینی شیوه های تعامل با مخاطب هدف می کنند. این امر اشتباهات گذشته برندها را به بهترین شکل ممکن نشان می دهد. اگر یک کسب و کار به دنبال جلب نظر مخاطب هدف و تبدیل آنها به مشتریان وفادار براساس

به قلم: لری لایت کارشناس برندسازی

ترجمه: علی آل علی

برندها در مواجهه با شرایط نامطمئن به سختی توانایی برنامه ریزی دارند. بسیاری از کسب و کارها در مواجهه با شرایط نامطمئن بیش از هر امر دیگری به فکر ادامه روند فروش شان هستند. این نوع نگاه به بازار در موقعیت های نامطمئن بسیار آرمانی است. وقوع رویدادهای ناگوار در هر سطحی بر روی میزان خرید مشتریان تاثیر می گذارد. اگر کسب و کارها به دنبال افزایش فروش در این شرایط باشند، با پیش فروش های اشتباهی وارد عرصه کسب و کار خواهند شد. بهترین راهکار در این میان تلاش برای به حداقل رساندن ضررهای احتمالی است. فرآیند جلب وفاداری مشتریان به برند یکی از اقدامات مفید برای برندسازی و کاهش ضررهای احتمالی در موقعیت های نامطمئن، مانند کرونا، است.

یکی از اشتباهات کسب و کارها در زمینه جلب وفاداری مشتریان مربوط به تلاش برای سرمایه گذاری بیشتر بر روی حوزه بازاریابی است. این امر شاید در نگاه نخست نقش مهمی در توسعه جذابیت های برند و جلب وفاداری مشتریان داشته باشد، اما از نظر فنی با فرآیند مورد بحث ما فرق دارد. جلب وفاداری مشتریان بیشتر نوعی اقدام در حوزه برندسازی است بنابراین با سرمایه گذاری صرف در حوزه بازاریابی امکان موفقیت در این بخش وجود نخواهد داشت.

شیوع ویروس کرونا بسیاری از کسب و کارها را دچار ضرر کرده است. برخی از برندها در طول سال های متمادی با شرایط سودآوری مطلوبی مواجه بودند. مواجهه با کرونا بسیاری از برنامه ریزی های دنیای کسب و کار را برعکس کرده است. برندهای دارای دامنه وسیعی از مشتریان وفادار در این میان شانس بسیار بالاتری برای کاهش قابل ملاحظه ضررهای شان دارند. یکی از ویژگی های اساسی برای خروج از شرایط نامطمئن از سوی برندها توانایی انعطاف پذیری است. اگر یک کسب و کار این توانایی را نداشته باشد، به شدت با مشکلات اساسی مواجه خواهد شد.

امروزه برنامه ریزی برای جلب وفاداری مشتریان یکی از فرآیندهای کانونی هر کسب و کاری محسوب می شود. شاید در نگاه نخست جلب وفاداری مشتریان فرآیند بسیار دشوار به نظر برسد. در این زمینه حق با کارشناس ها و کارآفرینان سختگیر است. نکته مهم امکان بهبود فرآیند جلب وفاداری مشتریان با بررسی برخی از نکات اساسی است. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای جلب وفاداری مشتریان هدف در زمینه کسب و کار مورد بررسی قرار خواهد گرفت. با این حال پیش از پرداختن به تکنیک های اصلی نیاز به بررسی عمیق تر در مورد مسئله مشتریان وفادار ضروری خواهد بود.

### پلکان دستیابی به مشتریان وفادار

دستیابی به مشتریان وفادار یک شبه روی نمی دهد. کسب و کارها باید سرمایه گذاری و برنامه ریزی مناسبی برای دستیابی به هدف موردنظر انجام دهند. در غیر این صورت جلب نظر مشتریان و تبدیل شان به مشتریان وفادار امر غیرممکنی خواهد بود. اغلب برندها برای تبدیل خریداران معمولی به مشتریان وفادار مراحل مختلفی را مدنظر قرار می دهند. این امر با توجه به ماهیت فعالیت هر برند متفاوت است. برخی از برندها از همان ابتدا به دنبال جلب



### ایستگاه بازاریابی

### ۷ دلیلی که نشان می‌دهد افراد درون‌گرا، فروشندگانی عالی هستند

اگر شما هم یک درون‌گرا باشید، ممکن است تنهایی را دوست داشته باشید، ممکن است بعد از مناسبت‌ها و جشن‌های مختلف خسته شوید یا دوستان انگشت‌شماري داشته باشید.
معمولاً هم متفکر و خلاق هستید و مهارت‌های گوش دادن شما، بسیار بهتر از افراد برون‌گرا است. پس چرا مردم فکر می‌کنند که افراد برون‌گرا، بهترین فروشندها هستند؟ اولین چیزی که ما را به یاد یک فروشنده خوب می‌اندازد، شخصی است که صریح و پر جنبه است و دوستان زیادی دارد. درست است که این ویژگی‌ها می‌توانند در فرآیند فروش مفید باشند، اما تنها ویژگی‌هایی نیستند که یک انسان را به فروشنده‌ای موفق تبدیل می‌کنند.
حالا من همین‌جا به شما می‌گویم که یک فرد درون‌گرا، در واقع یک فروشنده فوق‌العاده است. این هم دلایلی که نشان می‌دهد افراد درون‌گرا، فروشندگان عالی‌ای هستند:

#### ۱. آنها هوشیار هستند

تنها ۷۰درصد از ارتباطات شما، کلماتی است که می‌گویید و ۹۳ درصد دیگر ارتباطات‌تان، زبان بدن و ارتباط غیرکلامی است. هوشیار و پاسخگو بودن، یکی از مهم‌ترین مهارت‌های یک فروشنده حرفه‌ای است. افراد درون‌گرا، به زبان بدن، تغییر در لحن صدا و دیگر نشانه‌های غیرکلامی، که بسیار هم برای فروشندگی مهم است، توجه بیشتری دارند. هنگامی که شما با مشتری خود جلسه‌ای دارید، این هوشیار بودن نه تنها می‌تواند به شما کمک کند که مشتری‌تان را بهتر درک کنید، بلکه برد و باخت یک معامله را مشخص می‌کند، چراکه شما می‌توانید برای خدمت هرچه بهتر به مشتری و ایجاد تجربه خریدی عالی، رفتار خود را تغییر دهید.

#### ۲. همیشه برنامه‌ریزی دارند

درست برعکس افراد برون‌گرا که همواره برنامه‌ریزی می‌کنند و از آن برنامه پیروی نمی‌کنند، درون‌گرایان معمولاً برای خود یک برنامه منسجم دارند و از همه هم پیروی می‌کنند. همین فرق بین یک فروشنده موفق با یک فروشنده معمولی است. یک برنامه، برای مشتریان، ثبات و امنیت فراهم می‌کند. بهترین فروشندها برای بستن قراردادهان، همیشه سیستمی ثابت دارند و همه چیز را از قبیل پیش‌بینی کرده‌اند. برای همین هم در معاملات، هیچ‌گاه غافلگیر نمی‌شوند. بنجامین فرانکلین (Benjamin Franklin) می‌گوید:

#### ۳. آنها شنوندگانی فوق‌العاده‌اند

در فروش، به همان اندازه که صحبت مهم است، گوش دادن نیز مهم است. به عنوان یک فروشنده، باید از دردها، نیازها و خواسته‌های مشتری خود، آگاه باشید. افراد درون‌گرا شنوندگانی قوی هستند و می‌توانند نیازهای مشتریان خود را فراهم سازند. شما هم می‌توانید از این ویژگی در هر بخش از فرآیند فروش، به سود خود استفاده کنید.

#### ۴. برای روابط عمیق، ارزش قائلند

افراد درون‌گرا، دوست ندارند هزار نفر دور خودشان جمع کنند، در عوض، آنها ترجیح می‌دهند یک تعداد کمی از افراد، روابط عمیقی برقرار کنند. هنگامی که دارید با یک مشتری سروکله می‌زنید، اگر بتوانید به جای ارتباط‌های سطحی، بین خودتان و او، یک رابطه عمیق ایجاد کنید، شانس موفقیت‌تان افزایش می‌یابد. فروشنده‌ی، تماماً از اعتماد و روابط است. شما باید یک فرد درون‌گرا، یک برگ برنده دارید، چراکه به طور غریزی، تمایل به ایجاد این نوع روابط دارید.

#### ۵. آنها واقع‌گرا هستند

طبی فرآیند فروش، افراد برون‌گرا احساسات را با کار خود قاطی می‌کنند و بدون اینکه اطلاعات کافی داشته باشند، حرف‌هایی می‌زنند که بعداً نمی‌توانند ثابت کنند، اما برعکس، افراد درون‌گرا، واقعیت نتایج محصولات‌شان را می‌بینند و ثابت می‌کنند.
و برای همین هم قبل از اینکه مشتری از آنها خرید کند، همه هشدارهای لازم را به او می‌دهند. همین کار، بازپراخت کالا و مشتریان ناراضی را به حداقل می‌رساند. همین یعنی درون‌گرایان نه تنها می‌توانند فروشندگان قابلی باشند، بلکه به خاطر فروشندگی خوب، درصد مشتریان تکراری آنها، بالاتر است.

#### ۶. آنها خوندنهدار تر هستند

افراد برون‌گرا شخصیت‌های بزرگی دارند و از اعلام حضور کردن نمی‌ترسند، در حالی که درون‌گرایان محافظه‌کار و ساکت هستند. مطالعات جدید نشان می‌دهد که همین شخصیت خوش‌مشرب، جذاب و کلیشه‌ای، در واقع مشتریان احتمالی را می‌براند. در واقع، برخی از مردم هنگامی که با این نوع فروشندها هم‌کلام می‌شوند، نسبت به آنها گارد می‌گیرند. این تغییر جدید در نحوه واکنش مردم به فروشندگان، برای درون‌گرایان، یک مزیت به حساب می‌آید.
شخصیت محتاط و خوندنهدار شما، دقیقاً همان چیزی است که به شما کمک می‌کند با مشتری خود ارتباط برقرار کنید، زیرا رفتارتان باعث می‌شود تا آنها احساس کنند که شما به جای دستور دادن، سعی می‌کنید با آنها حرف بزنید.

#### ۷. ترجیح می‌دهند اصلاً حرف نزنند

در گذشته، افراد برون‌گرا اغلب به‌ خاطر تماس‌های تبلیغاتی‌شان با مشتریان، بسیار مناسب فروشندگی بودند، چراکه برای تماس‌های تبلیغاتی، شما باید پرتیزی باشید و مهارت‌های اجتماعی را به خوبی بلد باشید.

امروزه، تماس با مشتریان، اغلب سخت است. به همین علت، ما بیش از قبل، تمرکز خود را روی برقراری ارتباط از طریق ایمیل گذاشته‌ایم. این دقیقاً همان نقطه‌ای است که افراد درون‌گرا می‌توانند در آن برتری خود را اثبات کنند، آن هم بدون اینکه مانند افراد برون‌گرا، اجتماعی و پرحرف باشند.

جورج برنارد شاو (George Bernard Shaw) می‌گوید:

بزرگ‌ترین مشکلی که در ارتباط برقرار کردن وجود دارد، این است که خیال کنیم همین الان‌ها هم آن ارتباط را برقرار کرده‌ایم.

#### چگونه مانند افراد درون‌گرا، فروشندگان حرفه‌ای باشیم؟

برای اینکه موثر باشید، باید از قبل تحقیق کنید و آماده باشید. این، اعتماد به نفس شما را افزایش خواهد داد و به شما این امکان را می‌دهد که زمان کمتری را صرف چاره‌اندیشی کنید. در عوض، می‌توانید با اعتماد به نفس کامل، با دیگران صحبت کنید. به خودتان زمان دهید تا انرژی خود را بازیابید. رویدادهای شبکه‌سازی (Networking) و تماس‌های پشت سر هم بخش فروش، انرژی درون‌گرایان را کاملاً تخلیه می‌کنند. درون‌گرایان به راحتی از فعالیت‌های اجتماعی خسته می‌شوند و همین تعامل را برای آنها کمی دشوار می‌کند. در برنامه خود، زمانی برای تنها بودن با خودتان بگنارید یا از روش‌های سنتی دیگری مثل یک فیچان قهوه، انرژی خود را بازیاب کنید. و در آخر، برای تلاش نکردن، درون‌گرا بودن‌تان را بهانه نکنید، چراکه بسیاری از درون‌گرایان، مانند ایلان ماسک (Elon Musk)، مارک زاکربرگ (Mark Zuckerberg) و جی کی رولینگ (JK Rowling)، در تجارت و کارآفرینی حرف اول را می‌زنند.
کلید موفقیت این است که خودتان را بفهمید و مهارت‌های خود را گسترش دهید. در کل، ارزش و پتانسیل درون‌گرایان در بخش فروش، تا حدود زیادی نادیده گرفته می‌شود. درون‌گرا بودن شما، به هیچ وجه جلوی یک فروشنده عالی بودن را نمی‌گیرد. در حقیقت، اگر مهارت‌های خود را بهبود ببخشید و خودتان را به عنوان یک فرد درون‌گرا ببینید، می‌توانید با دیگران رقابت کنید و حتی از رقبای‌تان جلو بزنید.
اما شما هم یک فرد درون‌گرا هستید؟ اگر جواب‌تان مثبت است، چطور این درون‌گرا بودن به شما در حرکت به سوی موفقیت و بهبود بخش‌های مختلف زندگی‌تان کمک کرده است؟

منبع: Addicted۲Success/ucan

# چگونه آگاهی مشتریان پیرامون برندگان را افزایش دهیم؟

#### توسعه ارزش‌های برند

ارزش‌های هر برند در حوزه کسب و کار دارای تفاوت‌های معناداری با رقبایش است. بسیاری از برندها در بلندمدت برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف برنامه‌های بسیار زیادی در حوزه بازاریابی و تبلیغات دارند. یکی از نکات اساسی برای تاثیر گذاری بسر روی مخاطب هدف مربوط به استفاده از ارزش‌های کسب و کار است. بسیاری از برندها توجه چندانی به توسعه ارزش‌های کسب و کارشان ندارند. همین امر در بلندمدت برای آنها مشکلات بسیار زیادی ایجاد می‌کند.

مشتریان به طور پیشفرض دارای آگاهی بسیار اندکی از ارزش کسب و کارها هستند بنابراین فرآیند آگاهی‌بخشی به مشتریان نقش مهمی در تقویت شناخت ارزش‌ها از سوی آنها خواهد داشت. امروزه برندهایی نظیر نایک و آدیداس به خوبی در زمینه توسعه ارزش‌های‌شان در بازارهای مختلف سرمایه‌گذاری می‌کنند. دلیل این امر سابقه طولانی مدت تعامل آنها با مشتریان هدف‌شان است. برخی از کسب و کارها علی رغم فعالیت طولانی‌مدت در بازار توان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از ارزش‌های‌شان را ندارند. دلیل این امر اجرای نادرست یا بی‌توجهی کلی به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است.

امروزه یکی از راهکارهای جذاب برای بازاریابی و ایجاد آگاهی پیرامون برند مربوط به داستانسرایي است. مهمترین مسئله در این میان استفاده از المان‌های مختلف برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مشتریان است. اگر این نکته مدنظر برندها قرار نداشته باشد، به سرعت با مشکلات متعدد در زمینه بازاریابی مواجه خواهند شد.

#### ساده‌سازی فرآیند به اشتراک‌گذاری محتوای برند

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی فقط برای افزایش فروش صورت نمی‌گیرد. بسیاری از برندها در عمل تمایل به آگاهی‌بخشی پیرامون کسب و کارشان نیز دارند. امروزه شبکه‌های اجتماعی امکان بازاریابی به شیوه‌های مختلف را فراهم می‌سازد. استفاده از انواع فرمت‌های محتوایی در کنار دسترسی به مخاطب جهانی اهمیت بالایی دارد.

یکی از نکات مهم برای بازاریابی بهینه در شبکه‌های اجتماعی مربوط به میزان توانایی هر برند برای ساده‌سازی فرآیند به اشتراک‌گذاری محتوایش است. این امر در بلندمدت تاثیر بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. وقتی دسترسی و به اشتراک‌گذاری محتوای یک برند ساده باشد، کاربران تمایل بسیار زیادی برای بازنشر آن خواهند داشت. این امر باید به طور ویژه‌ای در سایت برندها مورد توجه قرار گیرد. وضعیت شبکه‌های اجتماعی به دلیل رعایت بازنشر شیوه‌های بازنشر مشخص در آنها روشن است. نکته مهم بهینه‌سازی سایت رسمی برند برای بازنشر محتواس.

ایجاد سازگاری میان ماهیت سایت برند و تجربه کاربری گوشی‌های هوشمند مسئله مهمی برای برندها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در عمل توانایی توسعه تجربه کاربری گوشی‌های هوشمند را ندارند. همین امر شانس آنها برای بازنشر محتوای‌شان از سوی مخاطب هدف را کاهش می‌دهد. این امر به معنای کاهش نرخ آگاهی مشتریان از برند خواهد بود.

امروزه ایجاد آگاهی پیرامون برند یکی از نکات بسیار مهم برای کسب و کارها محسوب می‌شود. هر کسب و کاری در تلاش برای تعامل با مخاطب هدف شیوهای متفاوت دارد. مهمترین مسئله در این میان تغییر شیوه تعامل با مخاطب هدف در صورت بروز هر گونه مشکلی است. بسیاری از برندها تمایل بسبیل اندکی برای ایجاد تغییر در نحوه فعالیت برنشان در صورت بروز مشکلات بازاریابی را دارند. این امر میزان آگاهی مشتریان از وضعیت یک برند را به شدت پیچیده خواهد کرد.

#### چگونه آگاهی مشتریان از برند را افزایش دهیم؟

طی برخی از راهکارهای ساده برای ساماندهی فرآیند آگاهی‌بخشی پیرامون برند فقط بخشی از پروژه بزرگ پیش روی کسب و کارها محسوب می‌شود. برندها علاوه بر ایجاد شیوه‌های برای آگاهی‌بخشی پیرامون برند باید به دنبال بهینه‌سازی این فرآیند نیز باشند. این امر در ادامه مورد بررسی دقیق و هرچه بهتر قرار خواهد گرفت بنابراین در ادامه برخی از نکات و شیوه‌های ضروری برای بهبود نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و ایجاد آگاهی پیرامون برند را مرور خواهیم کرد.

#### عرضه رایگان برخی محصولات

امروزه خرید برخی از محصولات به معنای نیاز برای خرید خدمات جانب‌شان نیز هست. این امر در مورد برخی از حوزه‌ها مانند گوشی‌های هوشمند صحت دارد. وقتی شما به عنوان مشتری اقدام به خرید یک گوشی هوشمند می‌کنید، نیاز بالایی به لوازم جانبی‌اش نیز خواهید داشت. خرید محصولات جانبی یک گوشی هوشمند هزینه قابل ملاحظه‌ای برای برندها به همراه دارد. یکی از استراتژی‌های تقویت شناخت مشتریان از برند عرضه برخی از محصولات جانبی به صورت رایگان در کنار محصول اصلی است.

این امر در مورد برخی خدمات نیز صحت دارد. اگر یک کسب و کار در زمینه فروش خودرو فعالیت دارد، بیمه خودروهای تازه فروخته شده برای یک سال به صورت رایگان ایده جذابی خواهد بود. این امر تمایل مشتریان برای خرید از برند را به شدت افزایش می‌دهد. امروزه بسیاری از شرکت‌های فعال در زمینه طراحی نرم‌افزارهای حرفه‌ای از این شیوه به خوبی استفاده می‌کنند. شیوه موردنظر شامل ایجاد دسترسی رایگان به نرم‌افزار برند برای مدت زمانی محدود است. این امر نقش بازاریابی عملی برای نرم‌افزار را بازی می‌کند.

#### تولید محتوای بازاریابی رایگان

امروزه تولید محتوا ساده‌تر از زمان دیگری است. وجود شبکه‌های اجتماعی گسترده شیوه بازاریابی برندها را بسیار ساده کرده است. تولید محتوای جذاب و سرگرم‌کننده از سوی برندها نقش مهمی در ایجاد آگاهی در میان مشتریان دارد. اشتباه برخی از برندها در زمینه بازاریابی تلاش برای فروش محصولات در هر شرایطی است. این امر موجب بی‌توجهی مداوم مشتریان به محصولات برند می‌شود. یک راهکار بهتر در این میان تلاش برای سرگرم ساختن مخاطب هدف در برخی از شرایط است. شاید این امر در ابتدا بسیار سخت باشد، اما تاثیرگذاری به مراتب بهتری بر روی مخاطب هدف دارد.

وقتی از تولید محتوا صحبت می‌کنیم، منظورمان فقط محتوای متنی نیست. فرمت‌های تصویری نیز در طول دهه‌های اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده‌اند بنابراین توجه به بازاریابی ویدئویی امری ضروری برای برندها خواهد بود. امروزه برخی از برندها به دلیل تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه های متفاوت در عمل آگاهی‌بخشی پیرامون کسب و کارشان را به خوبی پیاده می‌کنند، با این حساب توجه به فرآیند بازاریابی محتوایی با استفاده از فرمت‌های مختلف امری ضروری خواهد بود.

منبع: blog.hubspot.com

| به قلم: آلیه دگر کارشناس بازاریابی در موسسه HubSpot |
|-----------------------------------------------------|
| ترجمه: علی آل‌علی                                   |

آیا تا به حال بحث و گفت‌وگوی طرفداران برندهایی نظیر اپل، نایک یا تردید جوز را شنیده‌اید؟ بسیاری از مردم علاقه‌مند به استفاده از محصولات یک برند برای مدت زمانی طولانی هستند. آگاهی از برند (Brand Awerness) مفهومی کاربردی برای موفقیت بلندمدت کسب و کارها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال المان‌هایی ماندگار در ذهن آنها هستند. این امر تعامل میان برندها و مشتریان را در کمترین زمان ممکن امکان‌پذیر خواهد ساخت. امروزه مشتریان به راحتی امکان تشخیص تبلیغات و ماهیت محصولات برندهایی نظیر اپل، نایک و مایکروسافت از رقبایشان را دارند. دلیل این امر آشنایی مشتریان با چنین برندهایی در طول دهه‌های متمادی است. بسیاری از برندها در عرصه فروش محصولات‌شان با رقابت بسیار نزدیکی مواجه هستند. این امر به معنای امکان از دست دادن مشتریان برند در هر لحظه است. وقتی مشتریان در دوره‌ای میان برندها قرار می‌گیرند، شانس هر کسب و کار برای جلب نظر مشتریان برابر خواهد بود. مفهوم آگاهی از برند در این میان نقش مهمی برای جلب نظر مشتریان در کمترین زمان ممکن بازی می‌کند.

هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی مفهوم آگاهی مشتریان پیرامون برند و نحوه بهبودش از سوی برندهاست. در ادامه این بحث را به صورت تخصصی‌تر دنبال خواهیم کرد. این امر کمک شایانی به برندها برای رقابت بهتر در بازارهای مختلف خواهد کرد.

#### آگاهی از برند به چه معناست؟

آگاهی از برند به معنای میزان آشنایی مشتریان با یک برند است. به عبارت بهتر، هرچه یک برند سریع‌تر مورد شناسایی مشتری قرار گیرد، آگاهی بیشتری در میان مشتریان یک بازار ایجاد کرده است. امروزه مشتریان به طور معمول تبلیغات برندهای بزرگ را در کمترین زمان ممکن مورد شناسایی قرار می‌دهند. این امر در خصوص محصولات آنها نیز صحت دارد بنابراین برندها در موقعیتی مناسب برای بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف قرار دارند. یکی از نکات مهم درخصوص آگاهی پیرامون برند ارتباط‌اش با شهرت کسب و کارهاست. هرچه شهرت یک کسب و کار بیشتر باشد، شانس بالاتری برای شناسایی سریع از سوی مشتریان خواهد داشت بنابراین ارتباط میان عرصه تبلیغات هدفمند و افزایش آگاهی مشتریان پیرامون برند امری طبیعی است.

بسیاری از برندها توجه ویژه‌ای به شرایط آگاهی از برند ندارند. این امر موجب بروز مشکلاتی برای کسب و کارها در بلندمدت می‌شود. وقتی یک برند به ایجاد آگاهی و شناخت در میان مشتریانش اقدام نکند، به طور مداوم درگیر رقابت با برندهای کوچک و بزرگ خواهد بود. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد می‌نماید. رقابت مداوم بخش قابل ملاحظه‌ای از توان برندها را اشغال می‌کند بنابراین امکان بازاریابی اختصاصی و افزایش تعداد مشتریان وفادار برند تا حد زیادی کاهش می‌یابد. بدون تردید توجه به فرآیند آگاهی‌بخشی پیرامون کسب و کار دارای اهمیت بسیار زیادی است، با این حال صرف تاکید بسر روی اهمیت این بخش برای جلب نظر کسب و کارها کافی نخواهد بود. در ادامه برخی از نکات اساسی و مهم از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق این فرآیند مورد بررسی قرار می‌گیرد. به این ترتیب برندها توانایی شناخت بهتر مزیت‌های آگاهی‌بخشی پیرامون کسب و کارشان را خواهند داشت.

#### تقویت اعتماد مشتریان به برند

مسئله اعتماد مشتریان به برند همیشه مورد توجه کسب و کارها قرار داشته است. بسیاری از برندها به طور سنتی توانایی تاثیرگذاری چندانی بر روی مخاطب هدف ندارند. دلیل این امر عدم شناخت مشتریان از کسب و کار آنهاست. تجربه مشترک همه افراد در زمینه خرید تمایل به سوی برندهای باسابقه و خوشنام است. در این میان کسب و کارهای دیگر باید به سختی در تلاش برای جلب توجه مشتریان باشند.

آگاهی‌بخشی پیرامون کسب و کار راهکاری برای ایجاد شناخت بیشتر از سوی مشتریان است. این امر در بلندمدت امکان بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را افزایش می‌دهد. بسیاری از برندها در فرآیند بازاریابی و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات بسیار زیادی مواجه می‌شوند. این امر به دلیل استقبال اندک کاربران از کمپین‌های بازاریابی چنین برندهایی روی می‌دهد. همچنین فقدان بازخورد مناسب از سوی کاربران نیز بازاربازها را دچار مشکل می‌کند. افزایش سطح تعامل میان برند و مخاطب هدف امر عجیبی نیست. نکته مهم در این امر ضرورت شناخت هرچه بیشتر مشتریان از یک برند به منظور تعامل نزدیک با آن است. این امر در مورد برندهای بزرگ به خوبی روی می‌دهد. بنابراین رابطه معناداری میان میزان اعتماد مشتریان به یک برند و آگاهی‌شان از آن وجود دارد. تقویت این ارتباط از طریق سرمایه‌گذاری بر روی نمایش هرچه بهتر برند به مشتریان امکان‌پذیر خواهد بود.

#### امکان راه‌اندازی انجمن مشتریان

بحث مشتریان وفادار برای هر کسب و کاری مهم است. بسیاری از برندها در طول بازه‌های زمانی طولانی اقدام به بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌کنند. اگر به وضعیت برندهای بزرگ توجه کرده باشید، اغلب آنها سطح مشخصی از تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را دارند. این امر موجب ایجاد دامنه وسیعی از مشتریان وفادار برای برند می‌شود. کسب و کارهای کوچک در نقطه مقابل به طور مداوم درگیر رقابت برای جلب نظر مشتریان هستند.

آگاهی‌بخشی پیرامون کسب و کار شانس برندها برای جلب توجه مخاطب هدف را افزایش می‌دهد. امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای فروش بیشتر به دنبال راه‌اندازی انجمن مشتریان هستند. این امر به تبدیل دامنه وسیعی از مشتریان عادی برند به مشتریان وفادار کمک زیادی می‌کند. شاید تنها نکته منفی در این میان تمایل اندک مشتریان برای حضور در انجمن برندها باشد. این نکته فقط از طریق تعامل بیشتر با مخاطب هدف قابل حل و فصل خواهد بود.

امروزه بسیاری از برندها برنامه‌های قابل توجهی برای آگاهی‌بخشی پیرامون کسب و کارشان و ایجاد انجمن مشتریان دارند. این امر همراه با ارائه تخفیف‌های گسترده موجب تبدیل خریداران به مشتریان وفادار برند می‌شود. براساس گزارش موسسه فوربس، نزدیک به ۵۰ درصد فروش ثابت برندهای بزرگ و بین‌المللی در طول یک دهه اخیر از سوی مشتریان ثابت‌شان روی داده است. با این حساب سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان وفادار امری مهم و ضروری محسوب می‌شود.



#### چگونه آگاهی‌بخشی پیرامون برند را ساماندهی کنیم؟

صحبت از هر استراتژی در زمینه کسب و کار همیشه همراه با پرسش‌های مهمی در زمینه اجرای آن است. بسیاری از برندها آگاهی دقیقی از ضرورت بازاریابی و تبلیغات در دنیای کسب و کار دارند، اما در عمل امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نمی‌کنند. حوزه آگاهی‌بخشی پیرامون برند نیز همین شرایط را دارد. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را ندارند.

آگاهی‌بخشی پیرامون برند توانایی کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را افزایش می‌دهد. نکته مهم در این میان نحوه اجرای استراتژی موردنظر است. امروزه بسیاری از برندها به دلیل ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در عمل شرایط مالی بسیار دشواری را تجربه می‌کنند. در ادامه برخی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس الگوی آگاهی‌بخشی پیرامون برند را مورد بررسی قرار خواهیم داد. راهکارهای موردنظر تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی نحوه فعالیت برندها خواهد داشت.

#### تقویت نمای انسانی به جای نمای تجاری

وقتی برندها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند، باید نکات بسیار متعددی را مدنظر قرار دهند. این امر یکی از نکات اساسی برای بازاریابی و تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را شامل می‌شود. امروزه برندها در زمینه تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف به طور مداوم درگیر باورپذیر ساختن ادعاهای‌شان هستند. این امر با توجه به اعتبار بیشتر محتوای تولیدی کاربران در مقایسه با ادعاهای تجاری شرایط دشواری را پدید آورده است. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس شیوه‌های متنوع است. یکی از شیوه‌های مهم در این میان تلاش برای تقویت جلوه انسانی کسب و کار است.

امروزه مشتریان تمایل بالایی برای تعامل با برندها دارند. مسئله اساسی در این میان سطح توانایی هر برند برای نمایش جلوه‌ای انسانی و تعامل‌برانگیز از خودش است. برخی از برندها در طول دهه‌های متمادی به طور طبیعی این شیوه را یاد گرفته‌اند، با این حال سایر برندها باید با تمرین و الگوبرداری از سایر کسب و کارها شیوه موردنظر را اعمال نمایند.

تقویت نمای انسانی از کسب و کار امکان بازاریابی مشتریان فعلی برای برند را افزایش می‌دهد. معنای این امر معرفی کسب و کار از سوی مشتریان فعلی برند به دوستان و آشنایان‌شان است. شاید این امر نوعی واکنش طبیعی از سوی مشتریان هر برندی باشد، اما در حقیقت بستگی به میزان توانایی کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از جلوه‌ای انسانی دارد.

#### اجتماعی ساختن کسب و کار

حضور در متن بازار کسب و کار برای هر برندی مزیت‌های خاصی دارد. شاید این ادعا در ابتدا بسیار عجیب به نظر برسد. در هر صورت هر برندی به طور طبیعی در متن بازار کسب و کار حضور دارد بنابراین ادعا در مورد حضور یک کسب و کار در متن بازار ادعای عجیبی خواهد بود. نکته مهم در این میان حضور حاشیه‌ای بسیاری از برندها در بازار است. این برندها شاید سابقه فعالیت بسیار طولانی نیز داشته باشند، اما همیشه در پشت پرده یا سایه حضور دارند.

برندهای علاقه‌مند برای توسعه کسب و کار باید خود را به مرکز بازار بکشانند. این امر بدون ایجاد آگاهی در مشتریان امکان‌پذیر نخواهد بود. هرچه همکاری یک برند با مشتریان و دیگر کسب و کارهای خوش‌آوازه بیشتر شود، سطح تاثیرگذاری‌اش بر روی مشتریان نیز افزایش خواهد یافت. این امر در بلندمدت موجب افزایش تاثیرگذاری برندها برای مخاطب هدف می‌شود.

میزان اجتماعی بودن کسب و کارها بر روی نتیجه فرآیند بازاریابی و



رویارویی صنعت بیمه با بیماری قرن

## ویروس کرونا برای صنعت بیمه یک تهدید است یا فرصت؟



### سرویس جدید اسنپ چت برای بازار یاب‌ها

به قلم: اندرو ها تکنیسون کارشناس بازاریابی و تبلیغات  
 ترجمه: علی آل علی

اسنپ چت در طول سال‌های اخیر به طور مداوم مورد توجه بازار یاب‌ها قرار گرفته است. بسیاری از پلتفرم‌های اجتماعی برای جلب نظر برندها اقدام به رونمایی از سرویس‌های ارائه اطلاعات بازاریابی به طور منظم کرده‌اند. سرویس‌هایی نظیر گوگل بیزینس یا اینستاگرام به طور مداوم اطلاعات دست اولی در اختیار بازار یاب‌ها قرار می‌دهد. اکنون اسنپ چت نیز به دسته شبکه‌های اجتماعی فعال در این زمینه پیوسته است.

بازاریاب‌ها برای فعالیت و تولید محتوا در اسنپ چت به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه دسترسی به اطلاعات معتبر مواجه هستند. این امر تیم فنی اسنپ چت را به سوی طراحی سرویسی انحصاری برای بازار یاب‌ها سوق داده است. بر این اساس بازار یاب‌ها فرصت دسترسی به اطلاعات رسمی و دقیق در مورد وضعیت این پلتفرم و کاربران را دارند.

وقتی شبکه‌های اجتماعی در تلاش برای ایجاد شرایط بهینه برای بازار یاب‌ها هستند، باید به حریم خصوصی کاربران توجه ویژه‌ای نمایند. بسیاری از کاربران نسبت به همکاری نزدیک میان پلتفرم‌های اجتماعی و برندها خوش‌بین نیستند. بنابراین اسنپ چت در زمینه متقاعد ساختن کاربرانش شرایط دشواری پیش روی خواهد داشت.

اسنپ کلنکت به بازار یاب‌ها فرصت ارزیابی اطلاعات کلی در مورد وضعیت اسنپ چت و ترندهای برتر در آن را می‌دهد. این نکته اهمیت بالایی برای افزایش هماهنگی کمپین‌های بازاریابی با سلیقه کاربران در این پلتفرم دارد. اگر برندها به این نکته مهم توجه نداشته باشند، کمپین‌های بازاریابی‌شان به طور مداوم مورد بی‌توجهی کاربران قرار می‌گیرد.

بدون تردید سرویس اسنپ کلنکت در ابتدای مسیر قرار دارد بنابراین عدم مشاهده اطلاعات دقیق مانند اینستاگرام یا گوگل ام‌ری طبیعی در ابتدای راه خواهد بود. نکته مهم در این میان بهبود مداوم خدمات اسنپ چت در زمینه موردنظر است. این امر با توجه به پیشرفت مداوم خدمات اسنپ چت در حوزه‌های مختلف امری محتمل خواهد بود. استقبال بازار یاب‌ها از پلتفرم اسنپ چت در طول ماه‌های اخیر با رونمایی از امکان خرید درون برنامه‌ای افزایش بسیار زیادی پیدا کرده است بنابراین اقدام جدید اسنپ چت در زمینه همکاری بیشتر با بازار یاب‌ها در همین چارچوب قابل ارزیابی است.

منبع: socialmediatoday.com

### همکاری ساترا و مرکز یکپارچه خدمات

#### انیمیشن در ایران

ساترا و مرکز نوآوری و شتابدهی رایمون با هدف هم‌افزایی در حوزه تنظیم‌گری و تولید محتوای انیمیشن تفاهنامه همکاری منعقد کردند.

به گزارش دیجیاتو، دو مقوله «همکاری در اجرای پروژه‌های مشترک تولیدی و توسعه شبکه رسانه‌ای» و «ارائه تسهیلات به رسانه‌های صوت و تصویر معرفی‌شده از سوی ساترا» از جمله اهداف تفاهنامه بین ساترا و مرکز نوآوری رایمون اعلام شده است که فی‌مابین معاونت کاربران و تنظیم‌گری اجتماعی ساترا و مرکز نوآوری و شتابدهی رایمون منعقد شده است.

از دیگر اهداف این تفاهنامه می‌توان به «همکاری در تولید و پخش محتواهای تولیدی و رسانه‌ای اعم از برنامه‌های تلویزیونی»، «سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های حوزه رسانه و تنظیم‌گری اشاره کرد. گفتنی است بازار انیمیشن ایران در فضای مجازی از جمله بازارهایی است که در بین آحاد مردم با استقبال روبه‌رو شده و بسیاری از آثار کوتاه انیمیشنی در فضای مجازی توانستند قدرت ویژه‌ای در بخش مارکتینگ شرکت‌ها داشته باشند و تعدادی از آنها مانند «پرین دیرین» که از یک فضای استارت‌آپی برخاسته است، پای‌شان به VODها باز شده و حالا تبدیل به مجموعه‌های سریالی مستقلی شده‌اند که درآمدزایی مناسبی پیدا کرده‌اند.

همچنین باید گفت که با توجه به طرح کلان شبکه ملی اطلاعات که توسط مرکز ملی فضای مجازی تعیین شده، محتوای حوزه کودک باید سهمی ۱۵ درصدی از محتوا در کشور را به خود اختصاص دهند و رشد ۳۰ درصدی بازی‌های رایانه‌ای نیز در این طرح مصوب شده است و هر دوی این موارد باید به بخش قابل توجهی از مخاطبین در سالیان آتی دست یابد. این مهم می‌تواند از طریق ساخت و پخش انیمیشن‌ها به تحقق برسد.

گفتنی است؛ شرکت رایمون مدیا از مراکز یکپارچه ارائه‌دهنده خدمات و تولید انیمیشن، بازی‌های ویدئویی و جلوه‌های ویژه دیجیتالی در ایران است. این مرکز با در اختیار داشتن فضایی با زیربنای ۴هزار متر مربع در شرق تهران، بیش از ۲۵۰ نفر از نیروهای فنی فعال و متخصص در حوزه انیمیشن، بازی و فعالیت‌های نوآورانه را در خود جای داده است. این مرکز با بهره‌گیری از امکانات مدرن و فنی خود بستر مناسبی جهت ارائه خدمات فنی و تخصصی به جامعه CGI کشور است. این مرکز توانسته ادغام هنر و موضوعات فنی را در کنار هم جای دهد و صرفا به بعد فنی ماجرا تکیه نکند و از همین رو تولیدات قابل توجهی به دست مصرف‌کنندگان برسد.



سازمان آگهی‌ها

۰۷۳۳۱۴۳۸۶۰

محمدرضا محمدی

کارشناس اقتصادی

جهان همواره در حال تغییر و دگرگونی است. تاریخ چند هزار ساله نشان می‌دهد که کره زمین همواره با تغییرات مختلفی در هستی روبه‌رو بوده و انسان‌ها برای ماندگاری زمینه‌های زیستی خود را با آن تغییرات همسو کرده‌اند.

اگر امروز جهانی پر از تنوع و تکثر خدمات، محصولات و کالاها وجود دارد به دلیل تغییر و دگرگونی در ذات جهان هستی است که همواره در حال تکامل است. جهان براساس تضادهای رشد می‌کند. هر نوع تغییر و تبدیلی که در نظام هستی شکل می‌گیرد ناشی از تضادهایی است که هر از گاهی در جهان پدید می‌آید. شاید اگر در جهانی یکسان و یکنواخت زندگی می‌کردیم زندگی به رشد و توسعه نمی‌رسید. هر قدر که جهان با تضادهای بیشتر روبه‌رو می‌شود آدمی نیز خود را برای رسیدن به موقعیت بهتر، تغییر می‌دهد. از این رو هر اتفاق و رویدادی در جهان مثل زلزله، سیل و یا ویروس می‌تواند میمون و مبارک باشد و زمینه‌ای برای رشد جهان هستی به شمار بیاید.

طی حدود یک سال اخیر کره زمین با پدیده فراگیری روبه‌رو شد که تقریباً همه بخش‌های زندگی آدمی را دستخوش تغییر و تبدیل کرد. ویروس کرونا در جهان یک پیام بزرگ برای تغییر و رسیدن به رشد و وضعیت جدید وقت دهند، اما برخی دیگر از شرکت‌ها از دل این تهدید یک فرصت عالی برای رسیدن به موقعیت عالی‌تر است.

برخی از شرکت‌ها و سازمان‌های خصوصی و دولتی به دلیل نداشتن آمادگی برای تغییر و تبدیل و فراهم‌نساختن زمینه‌ها برای رشد و توسعه دچار سردرگمی و پریشان‌حالی‌اند و نمی‌توانند خود را با وضعیت جدید وفق دهند، اما برخی دیگر از شرکت‌ها از دل این تهدید فرصت‌های عالی خلق کردند و به درآمدهای کلان رسیدند.

صنعت بیمه در ایران در میان انبوه سازمان‌ها و شرکت‌ها یک صنعت پیشرو و رو به توسعه است و طی دهه‌های گذشته توانسته با تغییر وضعیت، ماندگاری خود را حفظ کند. ویروس کرونا یک فرصت بسیار عالی برای صنعت بیمه است تا با استفاده از راهکارهای نوین ارتباطی به رشد برسد. زیرا اگر نتواند همگام با فرصت‌های موجود حرکت کند چه‌بسا در بحران‌های مالی قرار گیرد.

طی یک سال اخیر علی‌رغم تلاش‌های بیمه مرکزی ایران برای فرهنگ‌سازی بیمه از کانال‌های نوین ارتباطی آنچنان که باید و شاید صنعت بیمه خود را با این تحولات جدید همسو نکرده است.

سازمان‌هایی که منتظرند تا ویروس کرونا از کره خاکی رخت بربندد تا آنها بتوانند با آسودگی خیال وارد بازار شوند و مشتریان جدید را بیمه کنند راه به جایی نمی‌برند. بی‌تردید سازمان‌هایی موفقند که همواره خود را با تغییرات و تحولات همسو می‌کنند و با سوار شدن روی این موج توانمندی خود را برای ماندگاری به اثبات می‌رسانند. آیا به راستی ویروس کرونا برای صنعت بیمه یک تهدید به شمار می‌رود یا یک فرصت عالی؟ اگر خوب به بنیان‌های رشد و توسعه نگاه کنیم توسعه‌یافتگی از دل تضادهای بلند می‌شود بنابراین باید خیلی خوشحال باشیم که نظام کیهانی علی‌رغم میل ما مسیر توسعه را به ما نشان می‌دهد.

طی یک سال کنونی چه سازمان‌ها و شرکت‌هایی بیشترین خسارت بر آنها تحمیل شد؟ پاسخ مشخص است؛ شرکت‌هایی که نتوانستند از دل این تهدیدها، فرصت‌ها را شناسایی و مسیر رو به رشدی برای خود

ترسیم کنند. صنعت بیمه ایران با تکنولوژی نسبت خیلی نزدیکی ندارد و هنوز بخش زیادی از سازوکارهای صنعت بیمه سنتی است از این رو وقتی با عارضه‌ای به نام ویروس روبه‌رو می‌شود در گوشه‌ای به انتظار می‌نشیند تا دوباره وضعیت به حالت قبل بازگردد در صورتی که نظام کیهانی شفاف و روشن مسیرها را نشان می‌دهد اما ذهن سنتی و جامد نمی‌تواند این تغییرات بپذیرد.

به راستی ویروس کرونا یک پدیده‌ای مبارک برای کسب و کارها در عصر کنونی است. آمارها نشان می‌دهد شرکت‌هایی که از قبل آمادگی لازم را برای ارائه خدمات اینترنتی داشتند به سودهای خیلی خوبی دست یافتند و برعکس شرکت‌های سنتی در مسیر شکست قرار گرفتند.

جهان امروز جهان تغییر و تبدیل است. اگر سازمانی نتواند آمادگی لازم را برای تغییر و ورود به دنیای متکثر کنونی فراهم کند نیست و نابود می‌شود. مدیران صنعت بیمه باید به هوش باشند که همواره آمادگی را برای تغییر و تبدیل وضعیت فراهم کنند زیرا با حذف کووید-۱۹ آیا مسیر برای رشد و توسعه فراهم می‌شود؟ آیا امکان ندارد اتفاقی دیگر در جهان روی دهد که سازمان‌ها را با چالش جدید مواجه کند؟

سازمانی که بتواند هوشمندانه با اتفاق‌های طبیعی و غیرطبیعی روبه‌رو شود موفق است. به راستی ویروس کرونا آیا موجب رشد صنعت بیمه را فراهم نمی‌کند؟ آیا موجب نمی‌شود تا اهالی بیمه برای ماندگاری خود از دنیای مجازی بهتر استفاده کنند؟ چند درصد از شرکت‌های بیمه در ایران طی یک سال اخیر برنامه‌های جدید و همسو با تکنولوژی‌های پیشرفته ارائه داده‌اند؟

صنعت بیمه حافظ سلامت و امنیت یک جامعه است. طی یک سال اخیر چند درصد از شرکت‌های بیمه‌ای اقدام‌های کاملاً حرفه‌ای و همسو با تحولات جهانی انجام داده‌اند؟ چرا ما همچنان منتظریم که ویروس کرونا حذف شود تا کسب و کار را رونق دهیم؟ فرض را بر این بگذاریم که این ویروس برای همیشه باقی بماند و حتی ویروس جدیدتری نباید که سازوکارهای سنتی را با چالش‌های بیشتری روبه‌رو کند. وظیفه ما در برابر این بحران‌ها چیست؟ آیا نباید ما تغییر کنیم و همسو با تحولات به سمت رشد و توسعه گام برداریم؟

استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی می‌تواند اتفاق‌های مبارکی را در

صنعت بیمه رقم بزند اما آمارها نشان می‌دهد که این صنعت طی حدود

یک سال اخیر آنچنان که باید و شاید هنوز نتوانسته راهکاری نوین و

مفاوت از قبل ارائه کند.

مدیرکل روابط عمومی و امور بین‌الملل بیمه مرکزی به تازگی گفت:

صنعت بیمه در هیچ شرایطی فرصت ارزشمند فرهنگ‌سازی و معرفی

محصولات نوین بیمه‌ای را از دست نمی‌دهد هر چند به دلیل شرایط

خاص همه‌گیری ویروس کرونا در حال حاضر این فعالیت‌ها بیشتر در

بستر دیجیتال و فضای مجازی صورت می‌گیرد.

این یک اشاره برای صنعت بیمه است که از ظرفیت موجود دیجیتالی

برای رسیدن به اهداف سازمانی استفاده کند. حذف بیمه کاغذی یک

اتفاق مبارک است. بیمه اینترنتی یک اتفاق مبارک است. تمدید بیمه

غیرحضوری یک امر مبارک است. فروش آنلاین بیمه امر مبارکی

است. بیمه مرکزی در راستای اهداف سازمانی اقدام‌های موثری برای

همسویی شرکت‌های بیمه با نوآوری‌های تکنولوژیکی برداشته اما تا

زمانی که خود شرکت‌های خصوصی به این باور نرسند نمی‌توان انتظار

تغییر اساسی داشت.

ما امروزه در دنیای کاملاً حرفه‌ای و بر بستر تعاملات اینترنتی زندگی

می‌کنیم. مردم همه نیازهای فیزیکی و خدماتی خود را از طریق فضاها‌ی مجازی برطرف می‌کنند، پس فرصتی ارزشمند در دستان ماست تا بتوانیم در عصر کنونی سوار بر این فرصت شویم و به رشد و توسعه سازمان خود کمک کنیم.

همه شرکت‌های بیمه و حتی برخی از نمایندگان فروش بیمه دارای سایت‌های اختصاصی‌اند و حتی در شبکه‌های مجازی حضور دارند اما واقعیت چیز دیگری را نشان می‌دهد. صنعت بیمه چقدر از طریق بازار اینترنتی بیمه می‌فروشد؟

برخی از افراد می‌گویند هنوز بسترهای لازم اعتمادسازی میان مردم و سازمان از جمله سازمان بیمه برقرار نشده است بنابراین در یک فضای بی‌اعتمادی طبعاً مردم به شبکه‌های اینترنتی کمتر اعتماد می‌کنند. از یک جهت این حرف برای جامعه ایرانی درست است اما آیا باید دست روی دست گذاشت و کاری نکرد. آیا در زمانه‌ای که آمدن ویروس کرونا امکان ارتباط حضوری را از ما کم کرده نباید اقدامی موثر به کار گرفت؟

متأسفانه فرهنگ استفاده از اینترنت در ایران به شکل بیزینسی هنوز جا نیفتاده است. بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها یک سایت راکد و جامد درست کردند که نقش آلبوم عکس و خاطرات را بازی می‌کند. دوستی می‌گفت من به شما قول می‌دهم که اگر شما به ۱۰۰ تا شرکت ایرانی برای کاری ایمیل بزنید امکان پاسخگویی در حد یک درصد است. تقریباً با اصلاً ایمیل‌ها باز نمی‌شود یا اصلاً توجهی نمی‌کنند یا اصلاً بلد نیستند و یا اهمیتی به مخاطب نمی‌دهند. به همین دلیل سایت‌های شرکت‌ها و سازمان‌ها بیشتر نمایشی است در صورتی که در دنیای امروز از این امکانات برای بهره‌وری بیشتر به شکل جدی استفاده می‌کنند.

در صنعت بیمه هم هنوز استفاده از فضاها و شبکه‌های مجازی برای رشد و توسعه سازمانی همه‌گیر نشده و اگر تعدادی از شرکت‌های نمایندگی با استارت‌آپ‌ها به صورت فرادا فعالیت می‌کنند نشانه تعلق فردی آنها به اینترنت و کسب درآمدهای شخصی است. این یک ضرورت برای دنیای جدید است تا در زمانه‌ای که شکل ارتباطی با مشتری به دلیل ویروس کرونا تغییر می‌کند شرکت‌ها بتوانند فعالیت مستمر مانند گذشته داشته باشند.

فروشنندگان بیمه عمر نیز از این ظرفیت بزرگ در عصر کرونا‌یی استفاده درست نمی‌کنند. دوستی می‌گفت چندی قبل برای تمدید بیمه عمر با یک شرکت خصوصی سه هفته منتظر بودم تا کدهای جدید پرداخت برای من ارسال شود!!!

اینترنت امکان بزرگی برای ارتباط‌سازی ایجاد کرده است. اما اغلب فروشندگان مایلند در ارتباط‌های حضوری به فروش دست پیدا کنند. در صورتی که بازاریابی اینترنتی می‌تواند راه را برای رسیدن به فروش بیمه بسیار هموارتر کند.

صنعت بیمه عمر ایران هنوز ارتباط تنگاتنگی با دنیای مجازی ندارد و نمی‌تواند نیازهای بازاریابی خود را از این طریق برطرف کند گرچه گاهی نشانه‌های خوبی در این زمینه دیده می‌شود.

جهان همواره در حال تغییر و دگرگونی است. سازمان‌ها و شرکت‌ها زمانی می‌توانند باقی بمانند که خود را با این تغییرات همسو کنند. امروز با آمدن ویروس کرونا امکانی فراهم شد تا به تغییر وضعیت برای رسیدن به رشد و توسعه به عنوان یک امر مهم نگاه کنیم.

ویروس کرونا یک فرصت بسیار مبارک برای تغییر شرکت‌هایی است که به فردای روشن سازمان خود می‌اندیشند.



#### خدمتگزاری در این شرایط سخت، نوعی آزمون است



**اصفهان – قاسم اسد:** منصور یزدی زاده، مدیرعامل ذوب آهن اصفهان، با آیت ... کاظم صدیقی، امام جمعه موقت تهران دیدار کرد. آیت ... صدیقی در این دیدار با آرزوی سلامتی و توفیق برای سربازان اقتصادی کشور، گفت: در مسیر زندگی و کار، لازم است، هیچ قدرتی را ورای قدرت الهی و هیچ اتفاقی را جز به مشیت الهی نبینیم و نپنداریم. وی با بیان این که نباید نگران جریان امور باشیم، افزود: توکل به غیر خدا گمراهی به دنبال دارد و تنها در تقوای الهی است که خود او راه نجات را نشان می دهد و باید فقط به خدا توکل کرد. امام جمعه موقت تهران بر اجرای قانون و قانونمندی در کشور تأکید کرد و گفت: با تقوای الهی و در مسیر قانون حرکت کردن هیچ گزندى به انسان نمى رسد. قانون ما برگرفته از شرع است و بنابراین تابع قانون بودن جای نگرانی برای ما نمى گذارد. اگرچه برخی اوقات سختی و مرارت هم در انجام کارها داشته باشیم. ... آیت ... صدیقی، خدمت به کشور و هموطنان را دارای اجر و ثواب بسیار دانست و تصریح کرد: باید فرصت خدمتگزاری در این شرایط سخت را نوعی آزمون بدانیم و سعی کنیم از آن سربلند بیرون بیاщим. منصور یزدی زاده، مدیرعامل شرکت نیز در این دیدار به تشریح عملکرد و دستاوردهای ذوب آهن اصفهان پرداخت و مشکلات و موانع شرکت را در این شرایط سخت بیان کرد.

#### بهره برداری و آغاز عملیات اجرایی پروژه‌های گازرسانی در استان گلستان

**گرگان – خبرنگار فرصت امروز:** با حضور مدیر کل پدافند غیر عامل استان گلستان دو پروژه بهره برداری از پروژه ی پایداری گازرسانی به ۶ روستای شهرستان مینودشت و آغاز عملیات اجرایی پروژه ایجاد و پیاده سازی پایگاه اطلاعات مکانی شبکه توزیع گاز ۶ روستای استان، طی مراسمی بصورت ویدئو کنفرانس بطور رسمی افتتاح شدند. این مراسم علی طالبی سرپرست شرکت گاز استان گلستان با اشاره به نمونه هایی از کاربرد پدافند غیرعامل در حوزه گاز گفت: برای برنامه ریزی و اجرای اقدامات مؤثر و پیشگیرانه در حوزه پدافند غیرعامل ، لازم است تهدیدات و رویدادهای طبیعی و غیرطبیعی بدرستی شناسائی شوند که این خود مستلزم همکاری و تعامل بیشتر اداره کل پدافند غیرعامل با دستگاه های اجرایی و بویژه شرکت گاز است.در مراسم افتتاح پروژه های شرکت گاز استان گلستان مدیر کل پدافند غیر عامل استان با اشاره به اهمیت پدافند غیر عامل در تمام عرصه های عملیاتی و اجرایی ، زیستی ، سایبری و ... اظهار داشت: با توجه به رویکرد مردم محور پدافند غیرعامل، موضوع تداوم ، پایداری و استمرار گازرسانی و امداد رسانی به موقع از مصادیق پدافند غیرعامل در حوزه گازرسانی است.

#### افراد برتر مسابقه مجازی «نوگلان حسینی» با حضور شهردار گرگان معرفی شدند

**گرگان – خبرنگار فرصت امروز:** آئین معرفی برترین های نخستین دوره مسابقه مجازی نوگلان حسینی روز دوشنبه ۱۹ آبان با حضور مدیر کل سازمان تبلیغات اسلامی استان، مسئولان کانون مداحان و بنیاد دعبل خزاعی استان، شهردار و برخی اعضای شورای اسلامی شهر گرگان، مشاور امور بانوان و خانواده شهردار در سالن اندیشه شهرداری گرگان برگزار شد.دکتر عبدالرضا دادبود شهردار گرگان در این آئین با اشاره به نقش سازنده و تربیتی مداحان اهل بیت (ع) اظهار کرد: تاثیر مداحان در حرکات بزرگ تاریخی کشور ما از به وقوع پیوستن انقلاب اسلامی تا موفقیت در هشت سال دفاع مقدس ننگار ناشدنی است. دادبود افزود: شوری که مداحان به این حرکات مردمی می‌بخشند در کنار شعور مردمان باعث به ثمر رسیدن حرکت های بزرگ فرهنگی شدوی نقش مداحی را نقشى ماندگار و تاثیر گذار خواند و گفت: مداحان شور و نشاط خاصی به جامعه می بخشدند و افرادی که در این حوزه فعالیت می کنند نیاز به مراقبت ویژه دارند.شهردار گرگان اظهار امیدواری کرد این مداحان نوجوان با تداوم حرکت در این مسیر فرهنگی مذهبی آینده درخشانی پیش رو داشته باشند.در پایان این نشست از افراد برتر مسابقه در محورهای مداحی و پسران و خطبه خوانی و دکلمه دختران در رده سنی نونهالان و نوجوانان با اهدای لوح تقدیر و هدیه تجلیل به عمل آمد.

#### دیدار مدیران آموزش و پرورش و شرکت گاز استان گیلان در زمینه اشاعه فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی

**رشت– زینب قلیپور:** در ابتدای این جلسه مهندس اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان ضمن عرض خیر مقدم به میهمانان، گزارشی از وضعیت گازرسانی و ارائه خدمات مرتبط با گاز در سطح استان بیان نمود.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان اظهار داشت: دانش آموزان به عنوان آینده سازان میهن اسلامی می توانند با فراگیری فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی، آن را در سطح جامعه گسترش و همچنین به نسل های بعدی منتقل نمایند.وی با اشاره به استفاده وزارت آموزش و پرورش از نرم افزار شاد برای برگزاری کلاس های مجازی بیان نمود: امیدواریم با همکاری و تعامل شایسته با آموزش و پرورش در خلال برگزاری کلاس های مجازی و با به صورت فوق برنامه بتوانیم نکات و توصیه های مفید در خصوص استفاده صحیح از گاز طبیعی را به دانش آموزان منتقل نماییم.در ادامه معاون توسعه مدیریت و پشتیبانی آموزش و پرورش استان ضمن استقبال از این پیشنهاد اظهار داشت: آموزش و پرورش استان گیلان دارای ۳۰۰ هزار و ۲۰۰ مدرسه، ۳۸۰ هزار دانش آموز و ۲۶ هزار همکار می باشد که در میان حدود دو سوم جمعیت استان نفوذ دارد و اجرای این طرح از طریق آموزش و پرورش می تواند تا حد زیادی زمینه ساز نهادهی شدن فرهنگ استفاده از گاز طبیعی در استان شود.وی افزود: ویروس کرونا موجب به وجود آمدن فرصت استفاده از فضای مجازی برای تعلیم و تربیت دانش آموزان و فرهنگ سازی در سطح جامعه شده است.

#### رتبه دوم روابط عمومی برق منطقه ای خوزستان در جشنواره روابط عمومی های وزارت نیرو

**اهواز – ششیم قجائود:** روابط عمومی شرکت برق منطقه ای خوزستان در جشنواره روابط عمومی های صنعت آب و برق رتبه دوم را کسب کرد. در دومین ارزیابی روابط عمومی های صنعت آب و برق وزارت نیرو، روابط عمومی شرکت برق منطقه ای خوزستان در بخش ارتباط با پایگاه خبری پاون (وزارت نیرو) رتبه دوم را به دست آورد.بخش ارتباط خبری با پاون در رابطه با پوشش حرفه ای و سریع اخبار مربوط به شرکت برق منطقه ای خوزستان و ارسال آن به پایگاه خبری وزارت نیرو است تا پس از ارزیابی در آن منتشر شود. آیین تجلیل از مدیران برگزیده روز ۲۸ ماه جاری با حضور وزیر نیرو و مدیران ارشد صنعت آب و برق کشور، به صورت ویدئو کنفرانس برگزار خواهد شد.

مهندس ضیائی تأکید کرد :

#### جلسات تدوین برنامه راهبردی و عملیاتی شهر دوستدار کودک به صورت منظم برگزار می شود

**قزوین – خبرنگار فرصت امروز:** توجه به نیازهای کودکان در تهیه برنامه های راهبردی شهر دوستدار کودک و مشارکت آنان در فرایندهای مدیریتی و تصمیم سازی ، می تواند ضمن تاثیر بر مراحل رشد و تربیت و شکوفایی شخصیتی آنان ، زمینه ساز طراحی متناسب شهرها بر اساس نیازهای فیزیکی و روان شناختی کودکان فرض شود . حمید ضیائی ، رییس شورای اجرایی شهر دوستدار کودک شهرداری قزوین با بیان خبر فوق افزود: در راستای رسیدن به اهدافی مانند تقویت نقش شهروندی کودکان و مشارکت پذیری آنان، تأمین حقوق و نیازهای کودکان در شهر و ارائه خدمات اجتماعی متناسب با آنان، ایجاد فضاهای شهری منطقی و منطبق بر خواسته های کودکان؛ جلسه تدوین برنامه راهبردی و عملیاتی شهاله شهر دوستدار کودک شهرداری قزوین در معاونت شهرسازی و معماری شهرداری قزوین برگزار شد. وی تصریح کرد: این معاونت به عنوان دبیرخانه شهر دوستدار کودک در نظر گرفته می کشد تا به صورت زیر ساختی و پایه ای و بر اساس برنامه های راهبردی- عملیاتی که سه باره زمانی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت، مدیریت قزوین را به سوی شهر دوستدار کودک پیش برد . ضیائی در پایان ضمن تقدیر از شهردار و رییس و اعضای شورای اسلامی شهر در حمایت از شهر دوستدار کودک شهرداری قزوین ، تأکید کرد : جلسات تدوین برنامه راهبردی و عملیاتی شهر دوستدار کودک به صورت منظم برگزار خواهد شد و دبیرخانه شهر دوستدار کودک شهرداری قزوین آمادگی خود را جهت دریافت پیشنهادها و نظرهای ارزشمند فعالان حوزه کودک جهت تقویت این شهر و ارائه خدمات بیش تر به کودکان شهر به عنوان سرمایه های معنوی مان اعلام می کند.

مدیر کل بهزیستی استان مرکزی:

#### هفت هزار تماس با اورژانس اجتماعی بهزیستی استان مرکزی برقرار شد

**اراک – خبرنگار فرصت امروز:** مدیر کل بهزیستی استان مرکزی گفت: هفت هزار و ۸۸ تماس در سال جاری برای دادن گزارش و گرفتن کمک در سال جاری برقرار شد. «زهرامینیافزود: اختلاف خانوادگی، کودک آزاری، همسرآزاری بیشترین موارد فراوانی در تماس های ثبت شده است. وی اظهار داشت: مشکلات و تنگناهای کنونی اقتصادی بر افزایش شمار کودکان کار و بالا رفتن چرخه آسیب‌های اجتماعی اثر دارد و همه تلاش بهزیستی برای سامان این مسایل به کار گرفته شده است. مدیر کل بهزیستی استان مرکزی گفت: خدمات مددکاری اجتماعی، روانشناسی، اقدامات بهداشتی و درمانی، آموزشی، حقوقی، پزشکی، خدمات روانپزشکی، اشتغال باحرفه آموزی برای خانواده‌ها با ارائه‌ای کارگاه مهارت ورزی خطای مادران، اشتغال بدون حرفه آموزی برای کودک و خانواده از جمله خدماتی است که بهزیستی در این راستا ارایه کرده است. امینی افزود: پرداخت مستمری به ۷۹ کودک و هر ماه یک میلیون و هشت هزار ریال، سوادآموزی کودکان کار و خیابانی، اخذ شناسنامه برای هفت کودک بی هویت، پیگیری اخذ دفترچه بیمه برای کودکان کار و خیابانی و تهیه کفش به مبلغ ۴۰ میلیون ریال برای کودکان کار با استفاده از کمک بخیرین از دیگر خدمات این نهاد حمایتی در استان مرکزی است. وی اظهار داشت: اجرای طرح مهرانه ویژه اهدای انواع نوشتافزار به کودکان کار و خیابانی در قالب ۶۰ بسته اسمال انجام شد.

## ایجاد فرصت



**ساری – دهقان:** عضو هیأت عامل و معاون مهندسی و

امور زیربنایی سازمان بنادرودریانوردی اسکله رو – رو ریلی را از پروژه های بسیار مهم ملی برشمرد که بهره برداری از آن مورد تأکید مقام عالی وزارت راه و شهرسازی و مدیرعامل سازمان بنادر نیز می باشد و بر اجرای این پروژه استراتژیک با کیفیت استاندارد و در سطوح جهانی تأکید کرد. به گزارش خبرنگار مازندران و نقل واحد ارتباطات واطلاع رسانی اداره کل بنادرودریانوردی امیرآباد محمدرضا اله یار به همراه مدیران کل معاونت مهندسی و امور زیربنایی سازمان بنادر و دریانوردی در سلسله جلسات تحلیل و بررسی پروژه های در دست اقدام بندرامیرآباد با محوریت " تکمیل پروژه اصلاح پل متحرک اسکله رو – رو ریلی بندرامیرآباد به روش طرح و ساخت (DB) " که با حضور مشاور، کارفرما و کارشناسان فنی بندر برگزار شد با بیان این مطلب اظهار داشت این پروژه که از نوع بازسازی و تعمیراتی محسوب می شود به نوبه خود دارای پیچیدگی های خاصی می باشد که باید در این مسیر کیفیت را به صورت امری مهم در تمامی مسائل حتی در مباحث فنی از قبیل طرح اختلاط بتن ، جوشکاری و ... در نظر گرفت. وی با اشاره به اینکه عملکرد این پروژه از حساسیت بسیار بالایی برخوردار است بر بازدید متوالی از پروژه توسط مهندسین ناظر و مشاوران طرح ،



کنترل بر کیفیت اجرا و مستندسازی تمام مراحل پروژه تأکید کرد. معاون مهندسی و امور زیربنایی سازمان بنادر پیشرفت فیزیکی این پروژه را ۶۵ درصد عنوان کرد و مانیتورینگ لایروبی بستر محل پروژه با توجه به رژیم رسوب گذاری و عمق کاهشی دریای خزر جهت تحکیم و کاهش هزینه های پروژه با همکاری اداره کل سواحل و بنادر سازمان بر اساس گزارش دقیق مشاور را خواستار شد. عضو هیأت عامل ضمن اجرای دقیق قرارداد فسی مابین بندرامیرآباد و پیمانکار پروژه و بهره بردن کامل از ظرفیت های این قرارداد بر استفاده از توانمندی ها و امکانات سایر دستگاه ها و وزارت خانه ها در تسهیل ، کنترل کیفیت و ساخت سازه های مورد نیاز در اجرای این پروژه تأکید کرد.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان اعلام کرد:

### آغاز ثبت نام سی و دومین جشنواره معرفی کارگران، گروههای کار و واحدهای نمونه آذربایجان شرقی



**آذربایجان شرقی – ماهان فلاح:** مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی از آغاز فرایند ثبت نام کارگران، گروههای کار و واحدهای نمونه استان آذربایجان شرقی در سی و دومین جشنواره امتنان خبر داد. بهـ گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، حسین فتحی با اعلام این خبر اظهار کرد: واحدهای تولیدی صنعتی خدماتی و کشاورزی استان به منظور ثبت نام و شرکت در این جشنواره به مراجعه به نشانی اینترنتی <http://emntenan.mcls.gov.ir> می توانند نسبت به درج اطلاعات درخواستی مربوط به کارگران و گروههای کاری نمونه و نیز واحد تولیدی اقدام کنند. فتحی اضافه کرد: فرایند ثبت نام در سی و دومین جشنواره امتنان از کارگران، گروه های کار واحدهای نمونه اسنان در ۳ بخش صنعت، کشاورزی و خدمات از تاریخ ۱۴ آبانماه لغایت ۱۴ آذرماه سال جاری ادامه دارد و علاقه مندان برای شرکت در این دوره از جشنواره می توانند

**اهواز – ششیم قجائود:** به مناسبت هفته کتاب و کتاب خوانی ، مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از کتابخانه فنی و تخصصی این شرکت بازدید کرد . در نخستین روز از هفته کتاب و کتاب خوانی ، مهندس سبب افزایش دانش و معلومات تخصصی این شرکت بازدید کرد و فرا رسیدن این مناسبت را به سرپرست این بخش تبریک گفت . وی که در این بازدید از سوی علیرضا کرطلابی مدیرخدمات – داریوش نجفی رییس دفتر مدیریت و دبیرخانه – قاسم صالحی مورکائی رییس روابط عمومی – ثریا بهرامی رییس امور کارکنان و کبری منجزی مشاور مدیرعامل در امور بانوان همراهی می شد ضمن تبریک این ۳ وعده تناول می شود ، کتاب خواندن روزانه نیز به یک فرهنگ و یک عادت در میان همگان مبدل شود . مهندس

تخصصی طی سخنانی گفت : بنا به فرموده بزرگان کتاب غذای روح است و می بایست همچون غذای جسم که روزانه ۳ وعده تناول می شود ، کتاب خواندن روزانه نیز به یک فرهنگ و یک عادت در میان همگان مبدل شود . مهندس

مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم :

### ۲۰۰۰ معبر در قم مزین به نام شهداست



**قم – خبرنگار فرصت امروز:** مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم گفت: ۲ هزار و ۱۲۶ معبر در قم به نام شهدا نام‌گذاری شده است که ۹۰ درصد معابر را تشکیل می‌دهد.

مهدی کلاترزاده در مراسم رونمایی از ۴۰ پلاک کوچه و خیابان با نام شهدا به اشاره به آمار مربوط به نام‌گذاری معابر، اظهار کرد: از کل معابر نامگذاری شده ۲ هزار و ۱۲۶ معبر به نام شهدا در قم نامگذاری شده است و حدود ۹۰ درصد معابر قم مزین به نام شهدای والا مقام است. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم با اشاره به تفکیک درصد مناطقی که به نام شهدا مزین شده است، تصریح کرد: منطقه یک ۵۸درصد، منطقه دو ۶۳.۱ درصد، منطقه سه ۸۹ درصد، منطقه چهار ۸۹.۶ درصد، منطقه پنج ۸۵ درصد، منطقه ۶ ۸۸.۷ درصد، منطقه هفت ۸۴.۳ و منطقه هشت ۸۶.۳ درصد به نام شهدا مزین شده است.

کلاترززاده اضافه کرد: ۲۷ کوچه و خیابان با عناوین دینی و مذهبی، ۲ هزار و ۱۲۶ کوچه و خیابان با نام شهدا، ۵۷ کوچه و خیابان با نام طبیعت، ۷ کوچه‌ه و خیابان با عناوین فرهنگی از زمین های کشاورزی به کشت کلزا اختصاص داده شد که در نهایت دو هزار و ۱۹۵ هکتار به مرحله سطح سبز رسیده است که خوشبختانه سطح سبز آن در وضعیت خوبی قرار دارد. فتحی با بیان اینکه رعایت تاریخ کشت مناسب غلات پاییزه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و این تاریخ کشت با توجه به اقلیم هر منطقه متفاوت است، اظهار کرد: کشاورزان حتما باید به توصیه مراکز جهاد کشاورزی درخصوص رعایت زمان کشت و استفاده از بذور اصلاح شده توجه نمایند و حتما پس از کشت

**آذربایجان شرقی – ماهان فلاح:** رئیس سازمان جهادکشاورزی استان آذربایجان شرقی از تحقق ۹۱ درصدی کشت گندم پاییزه در آذربایجان شرقی خبر داد. به گزارش خبرنگار ما در آذربایجان شرقی، اکبر فتحی با بیان اینکه از ۴۵۰ هزار و ۷۷۳ هکتار برنامه کشت پاییزه گندم تا نیمه پاییز حدود ۴۰۸ هزار و ۷۹۷ هکتار از اراضی زراعی استان آذربایجان شرقی زیر کشت گندم (آبی‌دیم) رفته است گفت: برنامه ابلاغی وزارت جهادکشاورزی جهت کشت گندم در سال زراعی جاری برای استان آذربایجان شرقی، ۶۷ هزار و ۷۲۲ هکتار گندم آبی و ۳۸۲ هزار هکتار گندم دیم بود که از این میزان؛ کشت گندم به صورت آبی با ۴۸ هزار و ۷۹۷ هکتار سطح کشت و ۷۳ درصد پیشرفت و کشت گندم دیم با ۳۶۰ هزار هکتار سطح کشت و ۹۴ درصد پیشرفت نسبت به برنامه ابلاغی در سالجاری محقق شده است. وی، ادامه داد: طبق برنامه ابلاغی سهم استان در خصوص کشت کلزا، ۹ هزار هکتار ابلاغ شده بود که از این میزان دو هزار و ۲۸۵ هکتار با (۱۰۰ درصد ابیاری)

#### معاون مهندسی و توسعه امور زیربنایی سازمان بنادرودریانوردی:

## اسکله رو–رو ریلی بندرامیر آباد باید با کیفیت بالا اجرا شود

مدیرکل بنادرودریانوردی امیرآباد نیز در این جلسه با بیان اینکه مستند سازی امور فنی این پروژه ، تجربه ای راهبردی را در آینده برای بنادر دیگر می تواند به همراه داشته باشد اجرای کامل و دقیق برنامه زمانبندی شده از سوی پیمانکار را خواستار شد. محمد علی اصل سعیدی پور همچنین یادآور شد پروژه باید به گونه ای اجرا شود که ضمن رعایت دستورالعمل های زیست محیطی و کیفیت مطلوب ، هزینه های جدیدی را بر پروژه تحمیل نکند. در این جلسه پیمانکار پروژه تکمیل پروژه اصلاح پل متحرک اسکله رو – رو ریلی از افزایش محدودیت ها به وجود آمده به دلیل اپیدمی ویروس کرونا ، تغییرات و افزایش نرخ ارز و افزایش قیمت مصالح و مشکل تأمین این مصالح در بازار را از چالش های پیش رو این پروژه برشمرد و عنوان کرد با حمایت مدیران ارشد سازمان بنادر و دریانوردی و پشتیبانی مدیر کل بنادر و دریانوردی امیرآباد انشالله طبق مفاد قرارداد این پروژه مهم با توان حداکثری پیش خواهد رفت تا هر چه سریعتر به بهره برداری برسد. در پایان سفر یک روزه عضو هیات عامل و معاون مهندسی و توسعه امور زیر بنایی از شرکت کشتی سازی صدرا نیز بازدید گردید تا شرایط لازم جهت سفارش ساخت پنج فروند شناور راهنمابر برای بنادر شمالی کشور مورد بررسی قرار گیرد.

از اینـ ظرفیت اجرا این جشنواره هر سال با هدف معرفی کارگران، گروههای کار و واحدهای نمونه جامعه کار و تولید برگزار می گردد. حسین فتحی با اشاره به ضرورت همراهی و مشارکت گسترده واحدهای تولیدی صنعتی و خدماتی استان در این جشنواره خاطرنشان کرد: فراخوان عمومی جشنواره در سطح استان و شهرستان با بهره گیری از رسانه های دیداری، شنیداری بویژه ظرفیت های فرمانداری، ادارات تأمین اجتماعی، صنعت، معدن و تجارت، آموزش فنی و حرفه ای، بازرسین کار، فضاهای مجازی، هفته نامه ها و مجلات شهرستانی جهت اطلاع رسانی به کلیه مدیران واحدها و کارگران بنگاههای اقتصادی جهت مراجعه به سایت و انجام ثبت نام بعمل آمده تا شاهد حضور گسترده مجموعه ها و نیز توانمندپها و ظرفیت های ویژه نیروهای ارزشمند و اثربخش جامعه در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باشیم.

مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان :

### فرهنگ کتابخوانی میان کارکنان باید بیشتر ترویج شود

ناصری با اشاره به پیچیدگی امور در صنعت نفت و نیاز به بروز رسانی اطلاعات و دانش کارکنان افزود : ضرورت دارد تا جدیدترین منابع ، کتب و مجلات علمی و تخصصی حسب نیاز کارکنان تهیه و در اختیار کارکنان قرار گیرد تا بدین وسلیه سبب افزایش دانش و معلومات تخصصی همکاران جهت پیشبرد امور شویم . در این بازدید خانم مهناز درویشی سرپرست کتابخانه فنی و تخصصی نیز گزارشی از وضعیت کتابخانه ، آمار اعضا و تعداد کتب و مجلات موجود در مخزن کتابخانه و برنامه های خرید منابع جدید ارایه کرد . در پایان این بازدید ، لوح سپاس امضا شده توسط مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان به سرپرست کتابخانه فنی و تخصصی اهدا شد .

ناصری با اشاره به پیچیدگی امور در صنعت نفت و نیاز به بروز رسانی اطلاعات و دانش کارکنان افزود : ضرورت دارد تا جدیدترین منابع ، کتب و مجلات علمی و تخصصی حسب نیاز کارکنان تهیه و در اختیار کارکنان قرار گیرد تا بدین وسلیه سبب افزایش دانش و معلومات تخصصی همکاران جهت پیشبرد امور شویم . در این بازدید خانم مهناز درویشی سرپرست کتابخانه فنی و تخصصی نیز گزارشی از وضعیت کتابخانه ، آمار اعضا و تعداد کتب و مجلات موجود در مخزن کتابخانه و برنامه های خرید منابع جدید ارایه کرد . در پایان این بازدید ، لوح سپاس امضا شده توسط مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان به سرپرست کتابخانه فنی و تخصصی اهدا شد .

و تاریخی، ۹ کوچه با عناوین سیاسی و ۳ کوچه و خیابان با عناوین اقتصادی در قم نام گذاری شده است. ابوالقاسم مقیمی، مدیرعامل سازمان فرهنگی هنری ورزشی شهرداری قم هم در این مراسم اظهار داشت: یکی از افتخارات شهرداری ترویج فرهنگ شهادت است. ما سال ۹۹ را درگزار شهدای بهشت معصومه (س) و گلزار شهدای علی بن جعفر(ع) آغاز کرده و با یادمان شهدا سال را به پایان می رسانیم. وی با اشاره به نام گذاری روز قم و اجرای ویژه برنامه هایی از سوی شهرداری به این مناسبت بیان کرد: دو سال است که به میمنت سالروز ورود بانوی کرامت، روز قم نام گذاری شده است و شهرداری و شورای اسلامی شهر قم ویژه برنامه‌هایی را در دستور کار دارد که اغلب این برنامه‌ها در راستای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت است

غلات آبی باید آبیاری انجام پذیرد. وی با بیان اینکه انتخاب بذر مناسب و با توجه به کیفیت و پتانسیل خاک مزرعه و درکنار آن، استفاده از زمان طلایی کشت، دو عامل بسیار موثر در افزایش تولید محصول و پیشگیری از آفات و بیماری‌های آن است اضافه کرد: رعایت تناوب کشت در مزرعه ضمن اینکه از بروز آفات و بیماری‌ها پیشگیری می‌کند، در افزایش ۲۰ تا ۳۰ درصدی تولید در واحد سطح نیز موثر است. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان در بخش پایانی سخنان خود در خصوص کشت جو نیز، گفت: سهم جو استان طبق برنامه ابلاغی بالغ بر ۸۲ هزار هکتار بود که خوشبختانه ۶۶ هزار و ۸۴۰ هکتار اجاری و ۱۲ هزار هکتار به سطح سبز تبدیل شده است.

وی با بیان اینکه با هر روز تأخیر در کشت پاییزه، شاهد کاهش یک درصدی محصول خواهیم بود گفت: امیدوارم مدیران جهادکشاورزی شهرستان ها درکنار ترغیب رزاعان جهت کشت به موقع پاییزه، بیمه محصولات کشت پاییزه را نیز در نظر داشته باشند.



## آگهی مزایده مال غیرمنقول پرونده اجرائی کلاسه ۹۹۰۰۰۷۶

مقدار ۴/۱۴ دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۵۰ متر مربع به شماره پلاک ثبتی ۱۵۴۷۸ فرعی از ۴۴۷۶ اصلی مفروز و مجزی شده از ۱۰۰۷۰ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۷ ثبتی تهران با حدود شمالا به طول ۵ متر به قطعه سوم شرقا به طول ۱۰ متر به قطعه ۴۵ تفکیکی سابق جنوبا به طول ۵ متر به کوچه ۶ متری احدائی و غربا به طول ۱۰ متر به قطعه ۷ تفکیکی پلاک فرعی ۱۳۸۴۲ از ۴۴۷۶ اصلی در تاریخ ۱۳۵۲/۰۶/۰۱ ذیل شماره ۱۸۸۳۹۳ و ۸۴۹۳۰ صفحه ۵۸۱ ۴۵۷ دفتر املاک جلد ۱۱۹۶ ۵۶۸ به نام سیدعلی تک تهرانی و بانو عصمت محسنی آهونی بالمنافسه هر یک نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ ثبت و اسناد مالکیت به شماره چاپی ۴۵۳۸۸۰ و ۴۵۳۸۸۱ صادر و تسلیم شده است سپس به مع الواسطه طی سند انتقال به شماره ۱۰۵۷۶-۸۵/۱/۷ دفتر ۷۳۶ تهران ششدانگ به محمدرضا حق شناس نوشری منتقل گردیده است. برابر نظریه مورخ ۱۳۹۹/۰۷/۰۲ کارشناس رسمی دادگستری توصیف اجمالی ملک مذکور عبارت است از:ادرس ملک فوق واقع در تهران خیابان پیروزی خیابان شهید شاه آبادی (دهم فروردرین) کوچه شهید رضا قربانی پلاک ۳۳ می باشد. مطابق با کبی گواهی تمدید پایان کار ساختمان به شماره گواهی ۸۳۳۶۵-۱۴۲۰ و تاریخ صدور گواهی ۱۳۸۵/۰۸/۱۰ صادره از شهرداری منطقه ۱۴ تهران با مساحت زمین طبق سند ۵۰ متر مربع بوده و مساحت زمین پس از اصلاحی ۴۵ متر مربع است(ارزیابی حاضر در وضعیت فعلی و موجود و بدون لحاظ هر گونه عقب نشینی فعلی و آتی ملک می باشد) در کبی تمدید گواهی فوق ذکر شده که نوع اسکلت فلزی و بنای مسکونی احدائی در طبقه همکف به مساحت ۳۲ متر مربع و بنای مسکونی احدائی در طبقه اول به مساحت ۳۲ متر مربع و مجموع بنای احدائی ۶۴ متر مربع می باشد در بازدید مشخص گردید که ملک فوق دارای یک حیاط با کف موزاییک بوده که در داخل حیاط یک سرویس بهداشتی ایرانی با کف سرامیک وجود دارد در قسمت همکف یک اتاق با دیوار نقاشی شده که دارای کمد دیواری بوده و یک راه رله ارتباطی فی مابین طبقه همکف و اول بوده و طبقه اول نیز دارای یک اتاق که دیوار آن نقاشی شده بود و قسمت هایی از آن تخریب شده و به صورت نیمه تمام رها شده و فضایی به عنوان آشپزخانه که دارای چند کابینت و یک سینک بوده و شیرآلات آن نیز برداشته شده و وجود ندارد و یک راه رله ارتباطی به بام بوده که در قسمت بام نیز قسمتی از فضای بام با اتاقک فلزی محصور شده و پوشش نمای اصلی ساختمان از نوع سیمان می باشد. بنا به اظهارات افراد حاضر در داخل ملک، ملک فوق دارای انشعاب آب و گاز و برق است (بنا به اظهارات افراد فوق انشعاب گاز قطع می باشد) و سیستم گرمایش بخاری و سرمایش با کلر آبی است (در روز بازدید کلر آبی فعال نبوده و کار نمی نمود) لازم به ذکر است که برای ملک مورد نظر نامه استعلام طرح تفصیلی شهرداری و سایر مدارک ارائه نگردیده و لذا اظهارنظری در مورد قرار گیری ملک مورد نظر در طرح های شهرداری و یا عقب نشینی و اصلاحی برای ملک فوق و یا سایر

۱۵۵۷۴ م الف  
رییس اداره چهارم اجرای اسناد رسمی تهران- شبیبی

شناسه آگهی ۱۰۴۴۷۲۴

## پیش نویس آگهی اخطار ارائه سند مالکیت

خانم اقدس اسمعیلی توکل‌ی نظر بر اینکه آقای غلامرضا خداینده اصالتاً طی درخواست شماره ۱۴۸۹-۱۰۴۸۰۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۲/۳۰ مبنی بر صدور سند مالکیت به مقدار سهم خود از ششدانگ یک قطعه زمین محصور و مشجر قطعه ۶ تفکیکی بمساحت ۱۶۲۵ متر مربع بشماره ۳۲ فرعی از ۱۳۱ که ذیل ثبت ۶۳۰۵۱ صفحه ۱۱۹ دفتر ۵۹ به شماره چاپی ۲۹۲۸۵۷ به نام آقای رافیک آذرنیا ثبت، صادر و تسلیم گردیده است که مع الواسطه طی سند انتقال به شماره ۵۱۸۰۵ به آقای غلامعلی خداینده منتقل سپس گردید سپس متقاضی مذکور آقای غلامرضا خداینده با ارائه گواهی حصر وراثت به شماره ۲۵۲۱ مورخ ۱۳۶۹/۰۵/۲۷ طی درخواست مذکور و همچنین درخواست واصله از دفتر ۴ لواسان تقاضای مقدار سهم خود را نموده است با توجه به اعلام نامبرده مبنی بر اینکه سند مالکیت نزد حضرتعالی میباید که ضمن اخطار ارائه سند مالکیت به شماره ۰۵۷۵۶-۱۰۴۸۰۰ مورخ ۱۳۹۹۸۵۶/۰۶/۱۸ بعلت عدم حضور نامبرده اخیرالذکر (اخطارشونده)، در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸/۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی می شود، چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اصل سند مالکیت را به این اداره تسلیم ننماید، طبق مقررات سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۵۵۷۰ م الف  
کفیل اداره ثبت اسناد و املاک لواسان- فیروز فجری

شناسه آگهی ۱۰۴۴۷۰۴

### فقدان سند مالکیت

آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز اعتراضی خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم و رسید دریافت نمایند و پس از انقضای مهلت مزبور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۵۵۷۱ م الف  
رییس اداره ثبت اسناد و املاک فشم- علی نجفی بانه

شناسه آگهی ۱۰۴۴۷۰۷

### آگهی فقدان سند مالکیت

آقای مازیار رامرودی اصالتاً با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۴۷۳۸۲۲ فاقد تاریخ دفترخانه ۳۸ تهران طی درخواست وارده ۱۰۲۳۰۲۳۰۸۳ مورخ ۹۹/۰۷/۲۹ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده اند که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد: ۱- نام و نام خانوادگی: آقای مازیار رامرودی مالک ششدانگ ۲- شماره پلاک: ۱۶۷۷۹ فرعی از ۱۲۶ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران ۳- علت: جابه جایی ۴- خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت ششدانگ آپارتمان مسکونی واقع در سمت شرقی طبقه سوم به پلاک ثبتی ۱۶۷۷۹ فرعی از ۱۲۶ اصلی مذکور قطعه ۸ تفکیکی شده از ۱۵۳۲۷ فرعی از اصلی مذکور قطعه ۸ تفکیکی واقع در بخش ۱۱ تهران به مساحت ۵۹.۰۲ متر مربع که مقدار ۲ متر مربع بالکن است، بنام مازیار رامرودی بشماره چاپی ۱۰۶۶۸۰ سری د سال ۹۷ با شماره دفتر الکترونیکی ۰۹۱۴۲۰۳۰۱۰۲۳۰۱۳۹۸۲۰۳ ثبت گردیده است. لذا با توجه به اعلام مراتب نسبت به سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۵۵۸۰ م الف  
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کن تهران

شناسه آگهی ۱۰۴۴۷۳۸

### فقدان سند مالکیت

سیده صدیقه عباس میری با تسلیم دو برگ استشهادیه مصدق شده در دفترخانه چهار فشم اعلام سند مالکیت هفت سهم مشاع از ۶۳ سهم ششدانگ یک قطعه زمین مشجر به مساحت ۳۰۷۲/۹۴ متر مربع تحت پلاک ۷۶۸ فرعی از ۳۵ اصلی واقع در رونه رودبار قصران بخش یازده تهران ذیل دفتر املاک الکترونیکی ۰۵۱۰۰۴۱۰۰۳۰۱۳۹۵۲۰۳ ثبت گردیده است. لذا با ۹۴ نام سیده صدیقه عباس میری ثبت و صادر و تسلیم گردید سپس مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده اند اعلام که سند بعلت جابه جایی مفقود گردیده است لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰

### آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای بهروز احدی اصالتاً با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده طی شماره ۸۰۲۳-۹۹/۸/۳ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۲۹۳ تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۲۳۰۲۳۵۳۷-۹۹/۸/۵ مدعی فقدان سند مالکیت عرصه واعیان ششدانگ یکدستگاه آپارتمان مسکونی به شماره ۶۲۸۸ فرعی از ۱۲۶ اصلی قطعه یک تفکیکی مفروز و مجزی شده از ۵۳۶۵ فرعی از اصلی مذکور بخش ۱۱ حوزه ثبت کن تهران به مساحت ۹۲/۷ متر مربع واقع در سمت غربی طبقه یک که مقدار ۴/۲۵ متر مربع آن بالکن است ذیل ثبت و صفحه الکترونیک شماره ۲۵۶۳۷-۱۰۲۳۰۲۳۰۱۳۹۸۲۰۳ به شماره چاپی ۰۱۲-۷۵۰۰ به نام خانم سیمین غفاریان ثبت و صادر گردید و سپس تمامی ششدانگ طبق سند قطعی شماره ۵۲۷۱۳-۹۸/۸/۲۰ دفترخانه ۴۶۱ تهران به آقای بهروز احدی منتقل گردید بعلت سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی آن را از این منطقه نموده اند. لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در روزنامه کثیرالانتشار (همین روزنامه) آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم و یا وجود سند مالکیت آن نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف ۱۰ روز اعتراض خود را کتبا به ضمیمه اصل سند مالکیت به این واحد ثبتی تسلیم نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد. بدیهی است اصل سند مالکیت پس از ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد و به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. در صورت عدم وصول اعتراض ظرف مهلت مقرر قانونی سند مالکیت المثنی پلاک مذکور صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۵۵۷۶ م الف  
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کن تهران

شناسه آگهی ۱۰۴۴۷۳۴

## آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی شهرستان ساری

برابر رای شماره ۰۹۶۲۱۰۴۵۶۰۰۳۱۰۴۵۶۰۰ مورخ ۱۳۹۹۰۰۶-۳۱ که در هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه ۲ ساری تصرفات مالکانه ندا مودنی نقندر فرزند احمد بشماره ملی ۰۹۴۶۲۸۷۳۳۰۹ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی بمساحت ۷۰۰۰۴۰ متر مربع از ۳۱ اصلی واقع در قریه قرق بخش ۲ ثبت ساری خریداری لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م الف : ۱۹۹۰۶۷۱۲

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۲-۰۸-۱۳۹۹

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۲۷-۰۸-۱۳۹۹

حسن یوسفی مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو ساری

### آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

شماره ۲۶ قزوين تأييد ومحرزگردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۸/۲۷ تاریخ انتشار دوم: ۹۹/۱۰/۱۲
علی شهباسری- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۲ قزوين ۱۵۲۹ م الف

برابرای شماره ۰۱۴۴۰۰۳۰۹۰۶۸۰۰۱۳۹۹۰۸/۰۲ مورخ ۱۳۹۹۰۰۱۳۸ کلاسه ۱۳۹۹۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۱۳۸ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستفردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوين تصرفات مالکانه وبلامعارض متقاضی آقای محمدپرهیزکاری به شناسنامه شماره ۱۸ که ملی ۰۸۸۰۹۹۱۵۰۵۹ صادره از رودبار قزوين فرزند محرمعلی در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۲۲۳۵۴ مترمربع پلاک ۲۳ اصلی واقع در بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوين واگذاری از آقای روح اله محمودی برابر سند رسمی به شماره ۱۴۲۳۱۰ مورخ ۱۳۹۹/۵/۱۵ دفتر خانه اسناد رسمی

مهربانو عباس میری

با تسلیم دو برگ استشهادیه به مصدق شده در دفترخانه چهار فشم اعلام سند مالکیت هفت سهم مشاع از ۶۳ سهم ششدانگ یک قطعه زمین مشجر به مساحت ۳۰۷۲/۹۴ متر مربع تحت پلاک ۷۶۸ فرعی از ۳۵ اصلی واقع در رونه رودبار قصران بخش یازده تهران ذیل دفتر املاک الکترونیکی ۰۵۰۹-۱۰۴۱۰۰۳۰۱۳۹۵۲۰۳ به شماره چاپی ۳۲۴۶۶۱ الف ۹۴ نام مهربانو عباس میری ثبت و صادر و تسلیم گردید سپس مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده اند اعلام که سند بعلت جابه جایی مفقود گردیده است لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰







#### چرا هیچ وقت برای دیجیتال سازی کسب و کار دیر نیست؟

به قلم: راب دنس مدیرعمل برند راک و کارشناس کسب و کارهای دیجیتال  
ترجمه:علی آل علی

امروزه اغلب سرمایه‌گذارها و سهامداران کسب و کار تمایل بالایی برای اخذ شیوه‌های دیجیتال‌سازی از سوی برندها دارند. این امر به نوعی ضرورت برای کسبب و کارهای مختلف بدل شده است. توسعه فناوری‌های کاربردی در عرصه کسبب و کار با سرعت بسیار زیادی جریان دارد. همین امر توجه به دیجیتال ساختن فرآیندهای شرکت‌ها را ضروری می‌سازد. برخی از کارآفرینان همیشه دید منفی نسبت به دیجیتال‌سازی فرآیند کسبب و کارشان دارند. این امر به اجتناب مداوم از خودکارسازی یا دست‌کم دیجیتال‌سازی بخش‌های مختلف کسبب و کار منجر می‌شود. برخی دیگر نیز زمان کنونی را بسیار دیر ارزیابی می‌کنند. بر این اساس اگر یک کسبب و کار در اوایل یک یا دو دهه قبل اقدام به دیجیتال‌سازی فرآیندهایش می‌کرد، زمان مناسبی بود، اما اکنون شرایط به طور کلی متفاوت شده است. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از دلایل اساسی و مهم برای دیجیتال‌سازی کسبب و کار در هر زمان و شرایطی است. استدلال اصلی در ادامه امکان دیجیتال‌سازی کسبب و کار تحت هر شرایطی است.

##### افزایش چابکی سازمانی

جهان در حال تحول نیازمند کسبب و کارهای تازه و جدید است. بسیاری از کسبب و کارها به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با شکست مواجه می‌شوند. یکی از دلایل اصلی در این میان سرعت عمل پایین کسبب و کارهاست. استفاده از ترندهای تازه در زمینه مدیریت کسبب و کارهمیشه دارای اهمیت بالایی است، با این حساب اگر یک برند در زمینه استفاده از ترندهای تازه در حوزه مدیریت و توسعه کسبب و کار دیر عمل نماید، باید نسبت به دیجیتال‌سازی بخش‌های گسترده‌ای از سازمانش اقدام کند. چابکی سازمان یکی از معیارهای مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. بسیاری از برندها در طول زمان اقدام به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس شیوه‌های مختلف می‌کنند. این امر در صورت عدم توجه به چابک‌سازی سازمان زمان زیادی از کسبب و کارها خواهد گرفت. نکته مهم در این میان بررسی سرعت عمل کسبب و کار است. یکی از بهترین مپیارها در این میان میزان تخصص هر کسبب و کار در زمینه استفاده از ترندهای تازه است. برخی از برندها در طول زمان به طور پلکانی سرعت عمل‌شان در قبال رویدادهای مختلف بهبود پیدا می‌کند. یکی از نکات مهم در این میان استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای افزایش سرعت فعالیت برند است. دسترسی به اطلاعات مهم پیرامون مسترتیان همیشه یکی از دغدغه‌های مهم کسببب و کارها محسوب می‌شود. برخی از برندها در این مسیر بر روی شیوه‌های سنتی تمرکز دارند. مسئله اصلی در این میان عدم کارایی شیوه‌های سنتی برای جلب نظر مخاطب هدف است. با این حساب هرچه توانایی یک برند برای اخذ شیوه‌های دیجیتال در زمینه توسعه کسبب و کار بیشتر باشد، تعامل دقیق و نزدیک‌تری با مخاطب هدف خواهد داشت.

##### کاهش هزینه‌های تولید

هزینه‌های کسبب و کار در طول سال‌های اخیر به طور مداوم افزایش یافته است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها به دلیل نگرانی نسبت به هزینه‌های راه‌اندازی کسببب و کار به طور مداوم شروع به کارشان را موکول به آینده می‌کنند. این امر همیشه همراه با ریسک ورود سریع‌تر رقبا به بازار خواهد بود. اگر کسبب و کار شما به دنبال کاهش هزینه‌های تولید و به طور کلی مدیریت سازمان است، باید به استفاده از فناوری‌های دیجیتال به عنوان گزینه‌ای ضروری فکر نماید. براساس گزارش موسسه دایکرت دایو، استفاده از فناوری‌های دیجیتال در عرصه مدیریت کسببب و کار موجب کاهش ۳۶ درصدی هزینه‌های تولید می‌شود. این امر به معنای امکان سرمایه‌گذاری بر روی بخش‌های دیگر کسبب و کار و بهره‌گیری از مزیت‌های این حوزه خواهد بود. استفاده از ساز و کارهای دیجیتال برای تولید و بازاریابی محصولات موجب تحول در هزینه‌ها می‌شود. یکی از نکات جالب در این میان مربوط به هزینه‌های بخش خدمات مشتریان است و این بخش به طور معمول یکی از مهمترین حوزه‌های کسببب و کار را شکل می‌دهد. هزینه‌های این بخش همیشه برای کسبب و کارها ایجاد دغدغه می‌کند. با استفاده از فناوری‌های دیجیتال امکان کاهش هزینه‌های این بخش و تعامل آنلاین با مخاطب هدف وجود دارد.

##### تقویت انگیزه کارمندان

پیش از ورود فناوری دیجیتال به عرصه کسبب و کار برخی از کارها مانند بازاریابی، برندسازی و مدیریت سایت وجهه بسیار حرفه‌ای داشت. امروزه به لطف توسعه فناوری‌های مختلف ورود به عرصه‌های گوناگون کسبب و کار بسیار ساده شده است. همین امر موجب افزایش انگیزه کارمندان در شرکت‌های مختلف برای پیگیری سلیقه شخصی‌شان در حوزه کسبب و کار می‌شود. امروزه بسیاری از برندها در فرآیند تقویت انگیزه کارمندان‌شان ناکام می‌مانند. این امر ناشی از ناتوانی آنها برای تقویت انگیزه کارمندان براساس انتظارات جدید آنهاست. کارمندان همیشه تمایل به ارتقای سازمانی دارند. اگر مسیر ارتقای سازمانی برای آنها باز باشد، امکان تحول در وضعیت کسببب و کار فراهم خواهد شد. در غیر این صورت کسببب و کارها به طور مداوم با مشکلاتی در زمینه تقویت انگیزه کارمندان برای بهره‌وری بهتر مواجه خواهند بود. استفاده از شیوه‌های دیجیتال برای مدیریت کسبب و کار همیشه درهای ورود کارمندان به عرصه‌های تازه را باز خواهد گذاشت. تقویت انگیزه کارمندان برای فعالیت بهتر و تاثیرگذارتر براساس این الگو امکان‌پذیر خواهد بود. در غیر این صورت کسببب و کارها به طور مداوم با چرخه‌های کاهش انگیزه مخاطب هدف مواجه خواهند شد.

##### استفاده از داده‌های کوچک

مفهوم ابرداده‌ها در عرصه کسببب و کار برای بسیاری از افراد جذاب است. نکته مهم در این میان استفاده از داده‌های مختلف براساس سطح نیاز و وضعیت کلی شرکت است. ابرداده‌ها الزامات بسیار زیادی برای پردازش طلب می‌کند. این الزامات به جز برندهای بزرگ در دسترس دیگر کسببب و کارها نیست. گوگل به عنوان یک شرکت بزرگ توانایی پردازش ابرداده‌ها را دارد، با این حال یک کسبب و کار محلی نه توان و نه نیازی برای پردازش ابرداده‌ها خواهد داشت. بهره‌گیری از فناوری دیجیتال در عرصه کسببب و کار امکان به کارگیری داده‌های کوچک را افزایش می‌دهد. امروزه اغلب کسببب و کارهای کوچک و میان رده به داده‌های خرد نیاز دارند. پردازش چنین داده‌هایی بسیار ساده و سریع روی می‌دهد. نتیجه نهایی نیز تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف خواهد بود.

##### افزایش کارایی سازمان

میزان کارایی کارمندان و به طور کلی شرکت بستگی به ابزار و امکانات در دسترس دارد. استفاده از فناوری‌های نوین امکان ایجاد تحول در کارایی کارمندان و شرکت را فراهم می‌سازد. بسیاری از کسبب و کارها همچنان براساس فناوری و ابزارهای قدیمی اقدام به مدیریت کسببب و کار می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد. برخلاف تصور عمومی نسبت به هزینه‌های بالای اخذ فناوری‌های نوین، اغلب اوقات این فرآیند بسیار ساده و سریع روی می‌دهد. مهمترین مسئله شناسایی نقاط ضعف شرکت و تلاش برای رفع آنها براساس فناوری‌های دیجیتال در دسترس است. این امر تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر روی وضعیت کسببب و کار خواهد داشت.

منبع: smallbusinessbonfire.com

## فرصت امروز

#### روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

|سه‌شنبه| ۲۷ آبان ۱۳۹۹ | شماره ۱۶۶۵ | 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، پلاک۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



### بهترین روش های پس انداز با درآمد کم در شرایط بد اقتصادی

به مغزتان فرصت لازم را می‌دهید تا تعیین کند آیا واقعا به ماشین گرفتن نیاز دارید یا نه. استفاده از این دو نرم‌افزار تاکسی بسیار ارزان و مقرون به صرفه است اما به هر حال پیاده‌روی از هر چیزی ارزان‌تر است!

۶. دورهمی‌های دوستانه را اول به خاطر کرونا و دوم به خاطر پس‌انداز تعطیل کنید!

هر هفته دیدار با دوستان آن هم برای شام، ناهار یا صبحانه‌ای مثل کله پاچه به هزینه‌های‌تان اضافه می‌کند. برای صرفه‌جویی و پس‌انداز ماهانه، حداقل یکی از این ملاقات‌ها را که ریسک بیماری شما را نیز افزایش می‌دهد بدون صرف هزینه بگذرانید. می‌توانید برای دودین با دوستان‌تان به پارک بروید یا در محوطه بیرونی مراکز تفریحی با هم دیدار کنید و ساعتی گفت‌وگو کنید. به این شکل پولی را که ممکن بود خرج کنید، پس‌انداز می‌کنید.

##### ۷. خلاقیت داشته باشید

اگر احساس می‌کنید نمی‌توانید به اندازه کافی به اهداف کوتاه‌مدت‌تان برسید، برای تقویت پس‌اندازتان باید راه‌های خلاقانه را مدنظر قرار دهید. مثلا می‌توانید لباس‌ها یا وسایلی را که دیگر از آنها استفاده می‌کنید، در سایت دیوار به فروش برسانید. یک قلک نیز تهیه کنید و به صورت روزانه نیز کمی به پس‌اندازهای‌تان بیفزایید. اگر در آینده نزدیک برنامه سفر دارید، از یک یا دو ماه قبل به جای رفتن به رستوران یا تهیه غذا از خارج از خانه، خودتان آشپزی کنید. اگر برای خرید یک خودرو برنامه‌ریزی می‌کنید، حتی بعد از آنکه تمام اقساط خودرو به پایان رسید نیز همچنان به پرداخت قسط – در حساب پس‌انداز مربوط به خرید خودرو – ادامه دهید. این مبلغ می‌تواند پیش قسط بسیار مناسبی برای خرید خودروی بعدی‌تان باشد.

هر گز نمی‌توانید پیش‌بینی کنید چه اتفاقاتی در آینده خواهند افتاد یا چه اهدافی در آینده برای‌تان به وجود خواهد آمد تا برای‌شان پس‌انداز کنید. برنامه‌ریزی برای اهداف بلندمدت و پس‌انداز برای اهداف کوتاه‌مدت آمادگی‌تان را برای رو به رو شدن با هر اتفاقی در آینده تضمین می‌کند.

منبع: asmalllife/bazdeh

یک راه دیگر این است که برای خرید، زمان مشخصی تعیین کنید. اگر بدانید تنها برای خرید ۵ قلم کالا زمان دارید با وسوسه کمتری مواجه می‌شوید. و بسیاری از خریدهای غیرضروری که فقط به واسطه زیبایی قفسه فروشگاه‌ها انجام داده‌اید را ترک می‌کنید.

##### ۳. دنبال تفریحات رایگان باشید

یکی از سخت‌ترین بخش‌های بودجه‌بندی و پس‌انداز با درآمد کم این است که بعد از اختصاص پول کافی برای هزینه‌های ماهیانه به فهرست بودجه‌بندی نگاه کنید و ببینید چیز زیادی برای‌تان نمانده است.

خب این خیلی بد است اما نباید باعث شود شما از تفریحات خود غافل شوید. تفریح کردن هم خوب است اما نباید باعث شود شما به حساب پس‌اندازتان دستبرد بزنید! پس باید چه کار کرد؟ از تفریحات رایگان بهره برد. در شرایط کنونی که خیلی از جاها هم بسته هستند و کرونا فرصت بسیاری از تفریحات را از شما گرفته زمان مناسبی است که خودتان را عادت دهید مثلا به جای رفتن به کنسرت گرانقیمت خواننده محبوب‌تان برنامه کوهنوردی بگذارید یا به جای رفتن به مجموعه ورزشی گرانقیمت با دوستان‌تان اطراف دریاچه چیتگر دوچرخه‌سواری کنید.

##### ۴. قانون ۳۰/۲۰/۵۰ را حتما امتحان کنید

حالا که فهرست مخارج‌تان را نوشته‌اید می‌دانید که هر ۱۰۰۰ تومانی از پول‌تان کجا باید خرج شود و به این ترتیب با توجه به قاعده ۳۰/۲۰/۵۰ باید عمل کنید ۵۰ درصد: نیازهای ضروری: این نیازها شامل اجاره مسکن، غذا و قبوض آب و برق هستند. ۲۰ درصد: تعهدات مالی: وام‌های دانشجویی، وام مسکن، بیمه یا سایر تعهدات مالی که دارید. ۳۰ درصد: خریدهای شخصی: خرید هر آنچه که برای‌تان ضروری است را در این فهرست بنویسید.

##### ۵. آیکون اسنپ یا تپسی را روی تلفن‌تان پنهان کنید

چون با این ابزار که فقط با یک لمس ساده کار می‌کند، هر زمان که حس پیاده‌روی یا استفاده از وسایل نقلیه عمومی را ندارید خیلی راحت یک ماشین می‌گیرید. اگر آن را در جایی بگذارید که پیدا کردنش کمی سخت باشد،

جهان دوران بسیار سختی را پشت سر می‌گذارد و بیماری کرونا چند میلیارد انسان کره زمین را با سختی‌ها و چالش‌های زیادی همراه کرده است. در این بین موج بیکاری افراد، کاهش درآمدها، تعدیل نیرو، دور کاری به شکل گسترده و اجتناب کسبب و کارها از استخدام افراد جدید باعث کاهش درآمد بسیاری از افراد به خصوص در کشورهایی نظیر ایران که با مشکلات تحریم نیز روبه‌رو هستند شده است. در این شرایط افراد نه تنها به پس‌انداز فکر نمی‌کنند بلکه برای برآورده کردن نیازهای روزانه خود هم با مشکلات زیادی دست به گریبان هستند، اما در این نوشتار به شما می‌گوییم که حتی با داشتن درآمد کم هم می‌توانید پس‌انداز داشته باشید و ۷ مورد از بهترین روش‌های پس‌انداز با درآمد کم در شرایط بحران اقتصادی را برای شما بازگو می‌کنیم شاید انجام برخی از این روش‌ها بتواند مشکلات اقتصادی شما را کاهش دهد.

##### ۱. صبحانه و ناهار خانگی را جایگزین هر خرید

##### دیگری بکنید

همکاری داشتیم که هر روز صبح برای اینکه تایم بیشتری بخوابد و از طرفی سر زمان مقرر در محل کار حاضر شود هر روز از سوپرمارکت سر خیابان یک شیشه شیر و دو تا کیک شکلاتی می‌خرد و به عنوان صبحانه می‌خورد. پس از حدود یک سال و نیم که این برنامه منظم زندگیش بود دچار مشکلات گوارشی شدید شد و ترجیح داد مدتی را با نان و پنیر و نان کره خانگی سپری کند. ماه اول پس از داشتن این رژیم غذایی علاوه بر اینکه اوضاع سلامت دستگاه گوارش او بهبود یافت حدود ۳۰۰ هزار تومان در مخارج ماهیانه‌اش صرفه‌جویی شده بود! حالا فکرش را بکنید این عادت با ناهار خانگی هم جایگزین شود و شما هزینه‌های گزاف رستوران‌گردی را به عنوان پس‌انداز در حساب بانکی‌تان نگه دارید.

##### ۲. در زمان خرید برای خودتان محدودیت زمانی

##### بگذارید

خریده‌های‌تان را زمانی انجام دهید که مجبورید در فاصله زمانی اندکی در جای دیگری حاضر شوید. اینطوری از خریده‌های بیهوده و ولخرجی‌های آنی جلوگیری می‌کنید.