



آمارها نشان می‌دهد ۵۴ درصد از جمعیت بیکار کشور در سال گذشته شاغل بوده‌اند

سهام انواع بیکاران در اقتصاد ایران

یک اقتصاددان با اعلام سهم انواع بیکاران در اقتصاد کشور به روایت آمار گفت یک میلیون و...

دلایل بروز اختلالات ارزی به روایت مرکز پژوهش‌های مجلس

شاخص‌های شکنندگی اقتصاد ایران

مرکز پژوهش‌های مجلس با تأکید بر خطر اعمال تحریم‌های دویاره علیه نظام بانکی و اقتصادی کشور، راهکارهایی را برای کم اثر کردن شکنندگی اقتصاد در برابر تحریم‌ها و جلوگیری از بروز اختلالات ارزی ارائه کرد. به گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، در بخشی از این گزارش که با عنوان «شاخص‌های شکنندگی اقتصادی» منتشر شده است، پیامون تأثیرات اقتصاد ایران از نوسانات نرخ ارز و همچنین روند تعاملات بین‌المللی بانک‌ها به ویژه پس از برجام آمده است: به دلیل جهان روایی نسبی دلار در مجموعه تراکنش‌های بین‌المللی و همچنین ایجاد نهادهای بین‌المللی با کارکرد تخصصی پیام‌رسانی مالی، انتقال وجوه، رصد تراکنش‌ها و راستی‌آزمایی...

قرارداد ساخت راه‌آهن شیراز - بوشهر و قرارداد ساخت ۴۵۰ دستگاه مترو میان ایران و دو شرکت چینی امضا شد

شبکه ریلی نونوار می‌شود

۳

مدیریت و کسب‌وکار



تلاش بنیاد گیتس برای توانمندسازی زنان جهان

- ۸ دیدگاهی که موفقیت شما را تضمین می‌کنند
- ۹ ایده برتر در زمینه کسب‌وکارهای پاره وقت
- بازار بای محتوایی و مزایای گیمنیفیکیشن
- توانمندسازی مشتری و خلق روابط وفادارانه
- کفش‌های آدیداس با رنگ‌های پودری
- بازار بای محتوایی و روابط عمومی دشمن یکدیگر نیستند!

۱ تا ۶



ممنوعیت ثبت سفارش با دلار مشکلی ایجاد نمی‌کند

رئیس‌جمهور در جلسه هیأت دولت:

ضربه به دولت، ضربه به نظام است

قرار دادن پیامبر (ص) و ائمه هدی (ع) برای زندگی است چراکه آنچه می‌توانیم به عنوان مشکل جامعه‌مان قلمداد کنیم تنها مشکل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیست. البته ممکن است در این زمینه‌ها هم مشکلاتی باشد، اما از همه مهم‌تر اینکه نگذاریم مشکلات بداخلاقی در جامعه ما رسوخ کرده و از هم فاصله بگیریم. روحانی اظهار داشت: باید مسائل و مشکلات کشور حل و فصل شوند و در این راستا همه باید دست به دست هم دهیم؛ این‌طور نیست که در برابر مشکلات جامعه فقط دولت مسئول است و بقیه سخنگو هستند. اگر بناست کسی از طرف ملت سخنگو باشد، این رئیس‌جمهور است که منتخب مردم بوده و می‌تواند بهترین سخنگو از طرف مردم، مطالبات و خواست مردم باشد.

رئیس‌جمهور با بیان اینکه نادرست است که برخی فکر کنند، سخنگوی مردم هستند و دولت صرفاً باید پاسخگو باشد، اظهار داشت: دولت مسئولیت‌هایی دارد و در برابر مسئولیت‌های خود پاسخگوست و این در حالی است که همه نهادها، قوا، ارکان و ارگان‌ها، در قبال ملت مسئولند و همه باید پاسخگو بوده و به قانون اساسی عمل کنند و کسی که طبق قانون اساسی می‌تواند راجع به قانون اساسی حرف بزند، سؤال کند و تذکر دهد و توضیح بخواهد، رئیس‌جمهور است و بنابراین همه باید به وظایف خود به خوبی عمل کنیم. روحانی با اشاره به ضرورت حفظ انسجام اجتماعی و استقرار اخلاق سیاسی و اجتماعی در جامعه، گفت: در این راستا باید بدانیم انتخابات چهار سال بیکار بوده و هر روز انتخابات نیست؛ مردم در ۲۹ اردیبهشت پای صندوق آرا آمدند و نظر خودشان را اعلام و رئیس‌جمهور و اعضای شورا را انتخاب کردند کما اینکه در مقاطع دیگر نمایندگان مجلس و خبرگان را به همین شکل برگزیدند. رئیس‌جمهور با بیان اینکه بعضی‌ها فکر می‌کنند هنوز دوران انتخابات است و یادشان رفته که انتخابات تمام شده، اظهار داشت: بسیاری از سخنان، حرف‌ها و تکل‌ها از طرف افرادی به گوش می‌رسد که وقتی عمق آن حرف‌ها را کشف می‌شود معنایش این است که هنوز ما در فضای انتخابات و رقابت انتخاباتی هستیم. روحانی با بیان اینکه امروز روز حل مشکلات مردم است و همه باید در این مسیر دست به دست هم دهیم، خاطر نشان کرد: همه حق دارند انتقاد کنند، انتقاد وظیفه همه و در اسلام به معنای سخن‌دلسوزانه و اصلاح‌گرانه است؛ همه در برابر پیشوایان و مسئولان حق نصیحت دارند؛ نصیحت همان انتقاد سازنده و دلسوزانه است و تخریب به معنای نقد نیست.

رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه همه ما بندگان خداییم و همه باید احساس مسئولیت کنیم، اظهار داشت: باید باور کنیم، ضربه به دولت، ضربه به نظام است. اگر کسی فکر می‌کند، تضعیف دولت موجب تقویت نظام می‌شود در اشتباه است. بخش بزرگ مسئولیت و بار سنگین نظام

گلابه رئیس سازمان حمایت از بیمه‌ها:

حق بیمه ماه‌های عادی را هم اندازه ماه‌های حرام می‌گیرند!

رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ضمن انتقاد از بانک‌ها و بیمه‌ها گفت: نمی‌دانم چرا گوش شنوایی نیست؟ چرا مردم برای تمدید کارت پول‌شان باید مدام به بانک مراجعه و وقت خود را تلف کنند؟ جای سؤال است که چرا حق بیمه ماه‌های حرام که چهار ماه است از مصرف‌کنندگان بابت ۱۲ ماه حق بیمه می‌گیرند؟ چرا حق بیمه ماه‌های حرام دوازده دوازدهم دریافت می‌شود حال آنکه باید چهار دوازدهم باشد!

به گزارش ایسنا، سیدمحمود نوابی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در هفتمین جشنواره قدرانی از حامیان حقوق مصرف‌کنندگان فارس، با بیان اینکه تهدید داخلی و کاغذبازی اداری بیشتر از تحریم‌ها به تولید فشار آورده است، تأکید کرد که دستگاه‌های فعال در حوزه هم‌فرسای باید به مردم معرفی شوند.

وی با بیان اینکه بانک، محیط‌زیست، مالیات، تأمین اجتماعی و... هر کدام به نوعی مانعی سر راه تولیدکننده است، گفت: امروز حال تولید در کشور خوب نیست و هر روز به تولیدکننده فشار جدیدی وارد می‌شود.

نوابی با بیان اینکه ما سرمایه‌گذار را با سرمایه‌دار اشتباه گرفته‌ایم، یادآور شد: قانون و مصوبه در کشور زیاد است، اما به آن عمل نمی‌کنیم، آخر چرا باید بانک و بیمه آن‌طور که استاندار و مدیر صنعت به فکر تولید هستند، به فکر نباشند؟ نوابی با بیان اینکه همه باید تولیدکنندگان را حمایت کنند، گفت: مردم پول خود را در بانک می‌گذارند یا به حوزه ارز و طلا سوق می‌دهند حال آنکه تولیدکننده باید دچار مشکلات فراوان باشد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس نیز گفت: امسال و تا پایان دهه فجر بیش از ۲۰۴ پروژه تولیدی و صنعتی در این استان با اعتبار ۳۶۰۰ میلیارد تومان با سرمایه‌گذاری ۱۰۰ درصدی بخش خصوصی در استان فارس افتتاح شد.

علی همتی گفت: از ابتدای امسال تا پایان دی‌ماه صادرات فارس از نظر ارزشی ۲۰ درصد رشد داشت به‌طوری‌که فارس پنج صادرکننده ملی را معرفی و رتبه دوم کشور را در این زمینه کسب کرد.

رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ضمن انتقاد از بانک‌ها و بیمه‌ها گفت: نمی‌دانم چرا گوش شنوایی نیست؟ چرا مردم برای تمدید کارت پول‌شان باید مدام به بانک مراجعه و وقت خود را تلف کنند؟ جای سؤال است که چرا حق بیمه ماه‌های حرام که چهار ماه است از مصرف‌کنندگان بابت ۱۲ ماه حق بیمه می‌گیرند؟ چرا حق بیمه ماه‌های حرام دوازده دوازدهم دریافت می‌شود حال آنکه باید چهار دوازدهم باشد!

به گزارش ایسنا، سیدمحمود نوابی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در هفتمین جشنواره قدرانی از حامیان حقوق مصرف‌کنندگان فارس، با بیان اینکه تهدید داخلی و کاغذبازی اداری بیشتر از تحریم‌ها به تولید فشار آورده است، تأکید کرد که دستگاه‌های فعال در حوزه هم‌فرسای باید به مردم معرفی شوند.

وی با بیان اینکه بانک، محیط‌زیست، مالیات، تأمین اجتماعی و... هر کدام به نوعی مانعی سر راه تولیدکننده است، گفت: امروز حال تولید در کشور خوب نیست و هر روز به تولیدکننده فشار جدیدی وارد می‌شود.

نوابی با بیان اینکه ما سرمایه‌گذار را با سرمایه‌دار اشتباه گرفته‌ایم، یادآور شد: قانون و مصوبه در کشور زیاد است، اما به آن عمل نمی‌کنیم، آخر چرا باید بانک و بیمه آن‌طور که استاندار و مدیر صنعت به فکر تولید هستند، به فکر نباشند؟ نوابی با بیان اینکه همه باید تولیدکنندگان را حمایت کنند، گفت: مردم پول خود را در بانک می‌گذارند یا به حوزه ارز و طلا سوق می‌دهند حال آنکه تولیدکننده باید دچار مشکلات فراوان باشد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس نیز گفت: امسال و تا پایان دهه فجر بیش از ۲۰۴ پروژه تولیدی و صنعتی در این استان با اعتبار ۳۶۰۰ میلیارد تومان با سرمایه‌گذاری ۱۰۰ درصدی بخش خصوصی در استان فارس افتتاح شد.

علی همتی گفت: از ابتدای امسال تا پایان دی‌ماه صادرات فارس از نظر ارزشی ۲۰ درصد رشد داشت به‌طوری‌که فارس پنج صادرکننده ملی را معرفی و رتبه دوم کشور را در این زمینه کسب کرد.

استاندار فارس همچنین به حجم ۵۶۰۰ هکتار مزارع گل محمدی در این استان اشاره کرد و خاطر نشان کرد که با محصول ۲۰۰۰ هکتار از این مزارع امکان شکوفایی اقتصاد یک استان وجود دارد.

استاندار فارس همچنین به حجم ۵۶۰۰ هکتار مزارع گل محمدی در این استان اشاره کرد و خاطر نشان کرد که با محصول ۲۰۰۰ هکتار از این مزارع امکان شکوفایی اقتصاد یک استان وجود دارد.

دریچه



دردسرهای برنامه‌های موبایلی ارسال غذا استارت‌آپ‌های ارسال غذا متحول می‌شوند؟

برنامه‌های موبایلی ارسال غذا پول در نمی‌آورند. این یکی از مهم‌ترین درس‌های استارت‌آپ‌ها در طول چند سال گذشته بوده است. شرکت‌های مهمی مثل «تیک ایست ایزی»، «جین» و «اسپرینگ» که ابتدا امیدبخش به نظر می‌رسیدند دیگر وجود خارجی ندارند. با وجود بازار ۱۰۰ میلیارد دلاری، سودی که حالا به این شرکت‌ها می‌رسد پایین است یا خیلی اوقات سودی در کار نیست. ضمناً این‌ها نتوانسته‌اند از ایده اولیه خود که سلازماندهی سفارش‌های رستوران‌های نزدیک به محل زندگی کاربر بوده فراتر روند و بهره‌وری صنعت رستوران را بالاتر ببرند.

به گزارش آینده‌نگر، «دلپورو» که یکی از بزرگ‌ترین استارت‌آپ‌های اروپا به حساب می‌آید حالا با سرمایه‌های عظیم خود رویکرد تازه‌ای را در پیش گرفته است. مالی شرکت پنج‌ساله‌لندنی که عمداً از بازار شلوغ آمریکا دوری می‌کند در پایتخت‌های اروپایی رسماً همه‌جا حاضر است، در ۲۰۰ شهر و چهار قاره فعالیت می‌کند و توانسته یک میلیارد دلار از صندوق‌های مهم سرمایه‌گذاری سرمایه جלב کند. آنها علاوه بر خدمات معمول ارسال غذا، به شرکت‌های بزرگ هم سرویس می‌دهند و تمامی نیازهای غذایی آنها را برطرف می‌کنند (مثلاً فیس‌بوک انگلیس از مشتریان آنهاست). اما نکته جدید دلپورو چیز دیگری است: آنها بخشی از سرمایه‌هنگت را صرف ساخت آشپزخانه‌های کوچک مختص دلپوری کرده‌اند و آن را به رستوران‌های موفق‌تری که قصد دارند سیستم ارسال غذای‌شان را گسترش بدهند می‌دهند.

این شرکت تاکنون در چندین شهر ۱۰۵ آشپزخانه در اندازه کانتینرهای حمل اثاثیه باز کرده که می‌تواند پنج آشپز را در خود جای دهد. این سرویس در حال گسترش است و به زودی در دیگر شهرهای اروپایی آغاز می‌شود. دلپورو می‌گوید خدمات آشپزخانه‌ای آن ابتدا با هدف کمک به رستوران‌هایی محبوب سطح بالا آغاز شد که نتوانیی پخت غذا متناسب با تقاضای مردم را نداشتند، اما حالا بخشی از این آشپزخانه‌ها در محله‌هایی ساخته می‌شوند که تعداد رستوران‌های سطح بالا در آنجا زیاد نیست. رهان پران، قائم‌مقام امور آشپزخانه‌های دلپورو توضیح می‌دهد: «هدفمان این است که به رستوران‌ها کمک کنیم فعالیت خود را در نقاطی گسترش بدهند که پیش از این فکرش را نمی‌کردند.» مثلاً اینکه با هزینه‌ای بسیار پایین، شعبه‌ای تازه باز کنند. مثلاً دلپورو در یک محوطه پارکینگ در نزدیکی محله کمبرول لندن چندین آشپزخانه مجزا باز کرده که در رستوران‌های مختلف در آنها غذا هندی، تایلندی و ترکی می‌پزند.

وقتی مشتریان از طریق موبایل سفارش خود را می‌دهند، اپ رسیده‌هایی را برای آشپزها چاپ می‌کند که در آن به آنها می‌گوید برای آماده کردن غذا چقدر وقت دارند. بعد از آماده شدن غذا، یک نفر دیگر غذا را به راننده‌ها می‌ساند و تمام دلپورو می‌گوید: «بزرگ‌ترین مشکل صنعت رستوران بحث تعداد بالای کارکنان است و اجاره بالای محل. ما این هزینه‌ها را به حداقل رسانده‌ایم.» وقتی هوا بد است یا تلویزیون برنامه پرطرفداری پخش می‌کند این آشپزخانه‌ها در ساعات شلوغی برای بیش از ۲۰۰ سفارش در ساعت غذا می‌پزند. صاحب یکی از رستوران‌های پارکینگ محله کمبرول می‌گوید: «ما در سه دقیقه پیتزا را آماده می‌کنیم و می‌پزیم.» دلپورو هزینه ساخت رستوران را خودش پرداخت می‌کند – مثلاً اجای همین آشپزخانه پخت پیتزا را از ایتالیا وارد کرد – و بعداً از طریق شراکت در درآمد یا گرفتن اجاره، خرج خود را درمی‌آورد. آنها از طریق اطلاعات مربوط به نیازهای کاربران و همچنین کیفیت هر رستوران تصمیم می‌گیرند که به کدام رستوران در کدام محله آشپزخانه اجاره دهند. گرم ستی، صاحب رستوران ساخت رستوران‌ها در تریشنا در لندن سال پیش یک آشپزخانه دلپورو در نقطه‌ای بسیار دور از رستوران اصلی‌اش افتتاح کرد و راضی است: «هزینه‌ها اصلاً اندازه هزینه رستورانم بالا نیست. من پیشنهاد دلپورو را پذیرفتم چون اطلاعات آنها نشان می‌داد در این محله افراد با درآمد بالایی زندگی می‌کنند که حاضرند برای غذایی که ما می‌پزیم پول خرج کنند.»

البته ماجرا آن‌قدرها هم بی‌دردسر نیست. کسانی که در نزدیکی آشپزخانه‌های دلپورو زندگی می‌کنند از رفت و آمد و سرو و صدای آشپزخانه‌ها ناراحتند. یک شورای محلی در لندن تهدید کرده که آشپزخانه‌های محله کمبرول را تعطیل می‌کند مگر آنکه دلپورو بتواند مجوزهای لازم را بگیرد (دلپورو می‌گوید جواز دارد و در حال مذاکره برای گرفتن بقیه است). در دیگر نقاط اروپا که اتحادیه‌های کارگری قدرتمندتر هستند دلپورو تلاش می‌کند راننده‌هایش را استخدام نکند و با آنها قراردادهای کوتاه‌مدت مقطعه‌کاری ببندد تا آنها تحت حمایت جدی اتحادیه‌ها قرار نگیرند. در حال حاضر مهم‌ترین سؤال برای دلپورو این است که آنها چقدر سود می‌کنند. شرکت می‌گوید در چندین شهر – که اسم‌شان را نمی‌آورد – سیستم به سوددهی رسیده است. البته اطلاعات منتشره نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۶ فروش دلپورو ۱۲۹ میلیون پوند بوده و ضرر آنها هم ۱۲۹ میلیون پوند (ضرر آنها نسبت به سال ۲۰۱۵ چهار برابر شده است). در این میان بقیه استارت‌آپ‌های ارسال غذا تحولات مرتبط با دلپورو را با دقت دنبال می‌کنند. سوچارنا کودالی، تحلیلگر مرکز تحقیقاتی فارستر درباره نتیجه تلاش‌های دلپورو می‌گوید: «مسئله اینجاست که این صنعت نقص‌های ساختاری دارد. کل قضیه به این برمی‌گردد که مردم چقدر می‌خواهند برای این‌گونه خدمات هزینه کنند و تجربه نشان داده که این همیشه پایین‌تر از چیزی است که سرمایه‌گذاران انتظار دارند.» موفقیت یا شکست دلپورو، موفقیت و شکست این صنعت خواهد بود.

یک اقتصاددان با اعلام سهم انواع بیکاران در اقتصاد کشور به روایت آمار گفت یک میلیون و ۷۲۴ هزار نفر معادل ۵۴.۳ درصد از جمعیت بیکار کشور را بیکاران قبلاً شاغل یعنی بیکاران «با داشتن سابقه بیکاری» و «با داشتن سابقه بیکاری» و مابقی یعنی یک میلیون و ۴۶ هزار نفر معادل ۴۵.۷درصد را بیکاران «قبلاً غیرشاغل» تشکیل می‌دهند.

علاءالدین ازوجی در گفت‌وگو با مهر با تشریح «منشاء بیکاری مبتنی بر شواهد آماری» در اقتصاد ایران گفت: یکی از موضوعات مهم جریان ورودی و خروجی نیروی کار در بازار کار، ترکیب بیکاران بر اساس سوابق بیکاری آنهاست.

او با بیان اینکه بیکاران اقتصاد به دو دسته شامل بیکاران «با داشتن سابقه بیکاری» و بیکاران «بدون داشتن سابقه بیکاری» تقسیم می‌شوند، افزود: بدیهی است که هر چه سهم بیکاران «با سابقه بیکاری»، کمتر باشد نشان از تحرک و پویایی اقتصاد و درجه پایین ذخیره بیکاری دارد. این موضوع را می‌توان به‌مثابه منابع جریان‌ی رودخانه و منابع استخر شباهت داد.

این اقتصاددان ادامه داد: وجود بیکاران «با داشتن سابقه بیکاری» شرایط مختلفی از اقتصاد را حکایت می‌کند که همواره بیکاری ساختاری بر کشور غالب است و برون‌رفت از آن، از طریق سیاست‌های متعارف و سنتی امکان‌پذیر نخواهد بود.

افزایش تدریجی بیکاران «قبلاً شاغل»

ازوجی گفت: بر اساس آمار رسمی کشور از ۲۵۸ میلیون نفر جمعیت فعال کشور در سال ۱۳۹۵ زمینه اشتغال برای بیش از ۲.۲ میلیون نفر در این سال

فراهم نبود و در جگره بیکاران کشور قرار گرفتند. دانش‌آموخته اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس با تأکید بر اینکه شناسایی منشاء جمعیت بیکاران قبلاً شاغل یعنی بیکاران «با داشتن سابقه بیکاری» تشکیل داده و ۱.۴۶ میلیون نفر مابقی معادل ۴۵.۷ درصد را بیکاران قبلاً غیرشاغل یعنی بیکاران «بدون داشتن سابقه بیکاری» به خود اختصاص داده‌اند.

وی با بیان اینکه افزایش تدریجی و نسبی سهم بیکاران قبلاً شاغل در اقتصاد نسبت به جمعیت بیکار بدون سابقه شغلی نکته قابل توجهی است، تصریح کرد: بیکاران «بدون داشتن سابقه بیکاری (۱.۴۶ میلیون نفر)» را عمدتاً فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تشکیل می‌دهند که در برخی مناطق کشور، این افراد به دلیل ساختار دستمزد تمایل به کار ندارند و این که فرصت‌های شغلی ایجاد شده توسط بنگاه‌های اقتصادی با وضعیت رشته تحصیلی آنان تناسب نداشته و با توجه به درجه انطباق پایین آموزش و نیاز بازار کار، این وضعیت می‌تواند بیکاری بلندمدت را تشدید سازد.

ازوجی اضافه کرد: اما بیکاران «با داشتن سابقه بیکاری» (۱.۷۲۴ میلیون نفر) وضعیتی به مراتب متفاوتی با بیکاران نوع اول دارند، به‌طوری که بر اساس آمار رسمی کشور، در سال ۱۳۹۵ بیکاری حدود ۲۶۱ هزار نفر آنها (۲۰.۷ درصد) ناشی از «تعطیلی بنگاه یا تعدیل نیرو» در بنگاه‌های

اقتصادی بوده و با توجه به ساختار اشتغال بنگاه‌های موجود، هم نیروی کار دانش‌آموخته و هم نیروی کار غیرتحصیلات عالی را دربر می‌گیرد. این میزان در سال ۱۳۹۴ حدود ۲۷۴ هزار نفر بوده است. ۱۱ درصد بیکاری **انباشته ناشی از مشکلات بنگاه‌ها، تحریک و تعدیل نیرو است** این دانش‌آموخته اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس گفت: در مجموع آمارهای نیروی کار نشان می‌دهد بیش از ۱۱ درصد ذخیره بیکاری کشور در این سال ناشی از مشکلات حاکم بر بنگاه‌های اقتصادی بوده که منجر به اخراج یا تعدیل نیروها شده است. وی تأکید کرد: نکته قابل

توجه این‌که در سال ۹۵، سیاست پرداخت تسهیلات به بنگاه‌های مشکل‌دار صنعتی و کشاورزی در قالب سرمایه در گردش اعمال شده است و بیش از ۱۶ هزار میلیارد تومان از منابع داخلی بانک‌های کشور صرف حمایت از این بنگاه‌های شده است و حتی در صورت عدم پرداخت چنین منابعی در قالب طرح تسهیل و رونق تولید و کمک به واحدهای کوچک و متوسط، و احتمال وجود اشتغال نیروی کار

بیش از این رقم می‌رسید. **هزینه اشتغال مجدد ریزش نیروی کار معادل ۶۰ درصد بودجه عمرانی**

ازوجی با بیان اینکه با یک حساب سرانگشتی می‌توان پی برد که اقتصاد ملی از بابت این اخراج و با تعدیل نیروها، هزینه اقتصادی و اجتماعی بالایی را پرداخت می‌کند، افزود: اگر حداقل هزینه هر فرصت شغلی را ۷۰ میلیون تومان لحاظ کنیم نشان می‌دهد که بیش از ۲۵ هزار میلیارد تومان که بیش

از ۶۰ درصد بودجه عمرانی کشور را شامل می‌شود، منابع نیاز است تا فرصت شغلی جدید برای افراد بیکاری که بابت تعطیلی بنگاه یا تعدیل نیرو بیکار شدند، ایجاد شود. این نکته بر اهمیت موضوع خواهد افزود.

وی ادامه داد: بنابراین می‌توان گفت سیاستگذاری معطوف به حفظ و صیانت از کسب‌وکارهای موجود و به تبع آن اشتغال موجود، راهبرد کلیدی کشور در برون‌رفت از وضعیت بیکاری اقتصاد می‌تواند قلمداد شود تا انباره و ذخیره بیکاری کشور به تدریج به حداقل برسد. به عبارتی اقتصاد ایران هم از بُعد جریان بیکاری و هم از بُعد انباشت مشکلاتی دارد که توجه هر‌زمان را به سیاستگذاری‌ها طلب می‌کند.

بیکاری ۲۶درصدی نیروی کار ناشی از «مشاغل موتقی»

این اقتصاددان در بخش دیگری از اظهاراتش با بیان اینکه، بخشی از بیکاران «با داشتن سابقه بیکاری» مربوط به موقتی بودن کار گزارش شده است که حدود ۴۴۶ هزار نفر معادل ۲۵۶درصد از کل بیکاران قبلاً شاغل را دربر می‌گیرد، گفت: وجود بیکاری فصلی نیز یکی از مضلات بیکاری کشور در دهه‌های اخیر محسوب می‌شود. به این دلیل که فعالیت‌های اقتصادی بنا به دلایل مختلف دچار رکود و رونق می‌شوند و نیروی کار آنها از این بابت تحت تأثیر قرار می‌گیرند.

بیکاران فصلی، بیشتر در معرض آسیب‌های اجتماعی ازوجی گفت: نکته قابل توجه اینکه، استان‌های ایلی بیکاری بالاتر نسبت به متوسط نرخ بیکاری کشور، از بابت بیکاری

فصلی در معرض آسیب‌های بیشتری هستند. این موضوع باعث خواهد شد همواره این طیف از نیروی کار به‌رغم داشتن شغل‌های فصلی همواره در بازار کار در گروه متقاضیان شغل قرار داشته باشند و از جانب دیگر، اشتغال آنها به دلیل حمایت کمتر از طریق نظام بیمه‌ای، دچار آسیب‌های بیشتری نسبت

به بیکاران با منشاء «اخراج و یا تعدیل» قرار دارند. به‌خصوص این‌که از بعد فقر، خانوارهای این طیف از نیروی کار در صورت نداشتن درآمدهای غیرکاری بیشتر در معرض آسیب‌های اجتماعی قرار می‌گیرند. این وضعیت در فعالیت‌های کشاورزی سنتنی، بازرگانی، حمل و نقل و نظایر آن مشهود است.

ریزش ۸۰۰ هزار نیروی کار ناشی از اخراج، تعدیل و مشاغل فصلی

وی ادامه داد: در مجموع، بیکاری ناشی از اخراج، تعدیل یا فصلی بودن فعالیت، بیش از ۸۰۰ هزار نفر از نیروی کار کشور را دربرمی‌گیرد. این موضوع نه‌تنها به ساختار تولید و اشتغال برمی‌گردد، بلکه از بعد فقر و رفاه قابل تأمل و بررسی است و برای بازگرداندن آنها به چرخه تولید و اشتغال کشور بخشی از منابع عمومی و مالی کشور را به خود اختصاص می‌دهد.

ازوجی با بیان اینکه در نهایت، بخشی از بیکاران «با داشتن سابقه بیکاری» ۹۳۳ هزار نفر از جمعیت بیکار را به خود اختصاص می‌دهند که دلایل مختلفی در آمارگیری کشور برای آن متصور است، گفت: با توجه به توصیف، می‌توان ادعا کرد که بهبود وضعیت بازار کار کشور تنها معطوف به «تازه‌واردین» به بازار کار نبوده و موضوع گسترده‌تر از آن است.

گزارش نمی‌دهند و دستگاه‌های نظارتی نمی‌توانند روی کار آنها نظارت کنند، بنابراین پولی که می‌تواند ده‌ها جا هزینه شود، مشخص نیست. البته به گفته نایب‌رئیس فراکسیون مستقیمین ولایتی مجلس، جدول شماره ۱۷ از لایحه بودجه سال ۹۷ حذف شده است. وی تصریح کرد: بودجه تمامی دستگاه‌های موازی کار زیر نظر وزارتخانه فرهنگ می‌رود. با حذف جدول معروف شماره ۱۷ – که شامل بودجه‌ریزی برای برخی دستگاه‌های فرهنگی است – از لایحه بودجه سال ۹۷ به یقین اتفاق بسیار خوشایندی برای حوزه فرهنگ رخ داده است. جعفرزاده با بیان این‌که این تصمیم با توجه تنگناهای بودجه را نیز نداشتند.

سهم انواع بیکاران در اقتصاد ایران



فرصت امروز

اقتصاد جهان

سی‌ان‌ان اعلام کرد

تراپم در رتبه ۷۶۶ میلیارد‌های جهان

شبکه خبری سی‌ان‌ان گزارش داد مجله فوربس فهرست جدید میلیارد‌های جهان را منتشر کرد و نکته جالب توجه در این فهرست سقوط ۲۰۰ رتبه‌ای دونالد ترامپ و قرار گرفتن در رتبه هفتمد و شصت و ششمین میلیاردر جهان است.

به گزارش ایرنا، سی‌ان‌ان در ادامه گزارش داد: ثروت دونالد ترامپ بنا بر این آمار ۳میلیارد و ۵۰۰میلیون دلار اعلام شد که با این میزان در رتبه ۷۶۶ میلیارد‌های جهان قرار گرفت.

بنا بر این گزارش، رتبه نخست ثروتمندترین فرد جهان بنا بر تازه‌ترین داده‌های مجله فوربس متعلق به «جف بزوس» ۵۴ ساله، مدیرعامل و بنیانگذار شرکت آمازون است. سی‌ان‌ان گزارش داد: دارایی وی بنا بر اعلام مجله فوربس ۱۱۲میلیارد دلار است، این درحالی است که بیل گیتس ۶۲ساله و بنیانگذار شرکت «مایکروسافت» با ثروتی برابر با ۹۰ میلیارد دلار، پس از بزوس در رتبه دوم قرار دارد.

وارن بافت، سرمایه‌گذار آمریکایی و مدیرعامل شرکت چندملیتی «برکشایر هاتاوی» با ۸۷ میلیارد دلار و برنارد آرنو، تاجر و کلسینور فرانسوی با ۷۲ میلیارد دلار دارایی به ترتیب سومین و چهارمین فرد ثروتمند جهان معرفی شدند. در رتبه چهارم این فهرست نیز مارك زاكربرگ، بنیانگذار وبگاه اجتماعی «فیس‌بوک» قرار دارد که ارزش دارایی‌های وی ۷۱میلیارد دلار اعلام شده است.

گزارش مؤسسه «نایت فرانک» نشان می‌دهد

افزایش بسیار سریع جمعیت ابرثروتمندان جهان

رشد قوی‌تر جهانی و روند صعودی بازارهای سهام جهان برای افراد فوق ثروتمند ثروت زیادی به همراه آورده است. به گزارش ایسنا به نقل از رویترز، گزارش منتشر شده مؤسسه «نایت فرانک» نشان می‌دهد تعداد کسانی که تا پایان سال گذشته دارایی خالصی به ارزش بیش از ۵۰ میلیون دلار داشته‌اند، ۱۰درصد به نسبت سال ۲۰۱۶ افزایش یافته است و سریع‌ترین نرخ رشد پنج سال اخیر محسوب می‌شود. تعداد افراد فوق ثروتمند جهان در شرایطی به ۱۳۰ هزار نفر رسیده است که تمامی اقتصادهای بزرگ جهان شروع به رشد کرده‌اند. آمریکا شمالی هنوز در صدر دارندگان بیشترین تعداد افراد فوق ثروتمند جهان قرار دارد اما آسیا موفق شده است جای اروپا را در رده دوم بگیرد. به گفته مؤسسه «ولک اشکر»، شهر نیویورک در رده نخست شاخص ثروت این کشور، شهر ایستاده است و پس از آن لندن، سانفرانسیسکو و لس آنجلس قرار دارند. پیش‌بینی می‌شود تعداد افراد فوق ثروتمند جهان تا سال ۲۰۲۲ به ۱۸۱ هزار و ۷۰۰ نفر برسد. همچنین تعداد افرادی که در حال حاضر بیش از ۵ میلیون دلار ثروت دارند ۲.۵ میلیون نفر است که ۲۰۰ هزار نفر بیشتری از سال ۲۰۱۶ است و انتظار می‌رود این رقم تا سال ۲۰۲۲ به ۳۶ میلیون نفر برسد.

با ثروتمندترین مناطق آمریکا آشنا شوید

هر چند به‌طور سنتی، ثروتمندترین مناطق آمریکا در نیویورک و سیلیکون والی بوده‌اند، اما سرشماری‌های جدید نشان می‌دهد مناطق مرکزی این کشور هم رو به توسعه هستند. به گزارش ایسنا به نقل از بلومبرگ، تجزیه و تحلیل‌های سرشماری سال ۲۰۱۶ آمریکا نشان می‌دهد برای دومین سال متوالی از آغاز رصد ۱۰۰ منطقه ثروتمند آمریکا، منطقه «اترتون» در ایالت کالیفرنیا، اعیان‌نشین‌ترین منطقه این کشور است. این منطقه به وسعت ۶ مایل مربع در نزدیکی دانشگاه استنفورد و «منلو پارک» که خانه شرکت‌هایی چون فیس‌بوک و سایر شرکت‌های سرمایه‌گذاری است قرار دارد. میانگین درآمد خانوارهای ساکن این منطقه در سال ۲۰۱۶ به ۴۴۳ هزار و ۴۰۳ دلار رسید که ۵۰هزار دلار بیشتر از میانگین منطقه «چری هیلز» در کلرادو است که در رتبه دوم قرار دارد. منطقه «سکارزديل» با میانگین ۲۸۷ هزار و ۶۰۰دلاری در رده سوم قرار دارد. مناطق «لس آلتوس هیلز» و «هیلز بورو» که هر دو در کالیفرنیا قرار دارند نیز با میانگین درآمد ۲۷۳هزار و ۸۰۰ دلار و ۲۵۰ هزار و ۹۰۰ دلار، به ترتیب در رده‌های چهارم و ششم قرار دارند و منطقه «شورت هیلز» نیوجرسی با میانگین ۳۵۴ هزار و ۵۰۰ دلار در رده پنجم قرار دارد. در بین مناطق تازه اضافه شده به این فهرست، نام سه منطقه از شیکاگو هم به چشم می‌خورد. میانگین درآمد سالانه ساکنان منطقه «کلارندون هیلز» در ایلینویز ۱۵ درصد افزایش به ۱۹۹ هزار و ۳۲۵ دلار رسیده است و بدین ترتیب، این منطقه با ۱۵درصدافزایش، شاهد بیشترین افزایش در میانگین درآمد ساکنان خود بوده است. تجزیه به تحلیل‌های بلومبرگ نشان می‌دهد برای رسیدن به ۱۰۰ منطقه اعیانی‌نشین آمریکا، میانگین درآمد ساکنان آن باید حدود ۲۰۰ هزار دلار در سال باشد که نسبت به ۱۹۰ هزار دلار سال گذشته افزایش نشان می‌دهد.

یادداشت

تحکیم بخش خصوصی با
تشکل گراییحسین پیرموذن
عضو هیات رئیسه اتاق ایران

اقتصاد ایران برای گام برداشتن در مسیر توسعه و سرعت بخشیدن به اهداف همیشگی اش شامل رشد پایدار، افزایش سرمایه گذاری، اشتغال زایی و بهبود سایر شاخص ها، راهی جز توسعه فعالیت بخش خصوصی و کوچک شدن دولت ندارد. این گزاره تقریباً مورد تأیید تمامی دیدگاه ها و نظریه ها قرار دارد، اما رسیدن به این هدف چگونه امکان پذیر است؟ درست است که گام نخست آن به تصمیم و اراده دولت برای کوچک سازی و باز می گردد و دولت باید در جهت آزادسازی و کاهش سهم خود از اقتصاد حرکت کند. گام دوم آن اما به قدرتمندتر شدن بخش خصوصی مربوط است. فعالیت های بخش خصوصی در بخش های مختلف نیاز به تحکیم و تقویت روحیه تشکل گرایی دارد. بخش خصوصی به طور انفرادی نمی تواند اهداف و جایگاه های بزرگ را فتح کند. زمانی که فعالیت اقتصادی با رفتار مدنی همراه می شود، پیشرفت های بیشتری حاصل می شود. در حال حاضر ۱۸۰ تشکل وابسته به اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران فعالیت می کنند اما نیاز است این تشکل ها با ساماندهی جدید به فعالیت ادامه دهند تا از حرکت های موازی جلوگیری شود و تلاش ها در امتداد یکدیگر قرار گیرد. اتاق ایران به عنوان تشکل تشکل ها، فرآیند رتبه بندی تشکل ها را در دستور کار قرار داد تا با ساماندهی آنها به هدف مندسازی نیروی بخش خصوصی کمک کند. طبق ماده ۵ قانون بهبود محیط کسب و کار اتاق ها مکلفند فهرست ملی تشکل های اقتصادی را تهیه و تغییرات آن را اعلام کنند، بنابراین باید برای آن دسته از فعالیت های اقتصادی که فاقد تشکل فعال هستند، تشکل ایجاد شود و در بخش هایی که تشکل های موازی وجود دارد، زمینه ادغام، شبکه سازی، یکپارچه سازی و انسجام آنها فراهم شود. برای عمل به این وظیفه قانونی نیاز به شناخت دقیق از وضعیت تشکل های اقتصادی بود، بنابراین رتبه بندی آنها از سوی اتاق ایران انجام شد این فرآیند از طریق خوداظهاری صورت گرفت. پرسشنامه ای که معاونت تشکل های اتاق تهیه کرد از طریق انجمن ها و اتحادیه های وابسته به اتاق تکمیل شد و با پیش آن تصویری از جایگاه آنها برای اتاق ایجاد شد تا بتوان با نگاهی دقیق تر، مسئولیت های آتی را بر دوش آنها قرار داد. ساماندهی تشکل های موازی و رتبه بندی تشکل ها به تقویت بخش خصوصی می انجامد. بخش خصوصی قدرتمند برای پذیرش مسئولیت های بیشتر آمادگی خواهد داشت. نیاز به تشکل های قدرتمند به ویژه در تعاملات بین المللی احساس می شود. در حال حاضر توانمندی افزایش صادرات در برخی زمینه ها از جمله مواد غذایی در کشور وجود دارد، اما جای خالی کنسرسیوم های قدرتمند که ایجاد آنها از طریق تشکل ها امکان پذیر است، احساس می شود. وجود تشکل های جریان ساز که بتوانند به انسجام بخشی در حوزه تخصصی بپردازند، شرایط را برای درون زایی و برونگرایی که مورد تأکید سیاست های اقتصاد مقاومتی است، فراهم کنند، ضروری است.

دریچه

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی:

اشتغال فراگیر از اردیبهشت ماه
سال آینده خیز می گیرد

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی از خیز بزرگ اجرای طرح اشتغال فراگیر از اردیبهشت ماه سال ۹۷ خبر داد و گفت نتایج این طرح در سال آینده به خوبی قابل رویت خواهد بود. به گزارش ایرنا، علی ربیعی گفت: خوشبختانه کارکرد سامانه برای ثبت نام اشتغال روستایی در این طرح افزایش یافته است. او ادامه داد: عده ای تصور می کردند که تسهیلات ارزان قیمت برای اشتغال روستایی تخصیص می یابد در حالی که اشتغال این مناطق براساس مطالعه دقیق علمی از سوی کارشناسان حوزه کار و ظرفیت های هر منطقه تنظیم شده است. ربیعی از ثبت نام ۳۰۰ هزار نفر در سامانه اشتغال روستایی در وهله نخست خبر داد و گفت: با برآوردی ۸۰ هزار نفر شناسایی شدند که تسهیلات برای اشتغال آنان ۱۴ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده است. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی تأکید کرد: برای ما مهم پرداخت وام نیست و به عبارتی از پاشیدن پول به پشت پرده چیزی نمی کنیم زیرا مهم برای ما ایجاد اشتغال است. وی تأکید کرد: تسهیلات براساس اشتغال در رسته های شناسایی شده تخصیص می یابد که در کنار متقاضی ایجاد شغل باید کارآفرین و مشاوره باشند و بازار فروش هم شناسایی شده باشد. ربیعی با بیان اینکه بین سرعت و دقت دچار گرفتاری شده ایم، ادامه داد: اطمینان می دهم با دقت هایی که صورت گرفته، از اردیبهشت خیز می گیریم و سعی بر این است تا بانک ها در ماه های تیر و شهریور سال ۹۷ به اشتغال فراگیر در رسته های مختلف عمل کنند. وی تأکید کرد: خوشبختانه در برخی از رسته ها نظیر گردشگری خوب عمل شده و منتقاضی برای فعالیت در این بخش زیاد است. رسته های پرکشش متقاضی زیادی دارند و نتایج اشتغال فراگیر از سال ۱۳۹۷ قابل رویت خواهد بود.

فرصت امروز: به نظر می رسد وعده دولت دوازدهم درباره انقلاب ریلی در حال تحقق است و روز گذشته دو قرارداد مهم ریلی در این زمینه میان ایران و شرکت های چینی امضا شد؛ یکی قرارداد ساخت راه آهن شیراز - بوشهر به ارزش ۷۰۰ میلیون دلار بین وزارت راه و شهرسازی و شرکت ساینکاست چین و دیگری قرارداد ساخت ۴۵۰ کیلومتر مترو برای شهرهای اهواز، شیراز و تبریز میان سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) و شرکت پوژن چین. عباس آخوندی، وزیر راه و شهرسازی که این روزها زرمه های استیضاح او در مجلس هر روز جدی تر می شود، چندی پیش از اجرای بزرگ ترین نهضت ریلی در کشور خبر داده و فروردین ماه امسال درباره نوسازی ناوگان لکوموتیو و واگن گفته بود: «سن لکوموتیو و واگن را از ۶۴ سال به ۴۵ سال کاهش داده ایم و به زودی واگن های با عمر ۲۵ سال را هم کنار خواهیم گذاشت».

در همین زمینه، بررسی های مرکز پژوهش های مجلس نشان می دهد که تعداد کل لکوموتیوهای ایران در سال ۱۳۹۱ برابر ۷۷۸ دستگاه و تعداد واگن های باری در سال ۱۳۹۱ برابر ۲۲ هزار و ۲۳۰ دستگاه بوده است. همچنین بررسی آماری تعداد سالن های مسافری نشان می دهد که در پایان سال ۱۳۹۲ تعداد این سالن ها حدود ۲ هزار و ۱۰۵ دستگاه بوده است.

طبق برنامه وزارت راه و شهرسازی، از سال ۱۳۹۲ تا بهمن سال ۱۳۹۶ در جهت توسعه ناوگان ریلی، در مجموع ۱۱۱ دستگاه لکوموتیو نو، ۴۹ دستگاه لکوموتیو بازسازی شده و ۳۰ دستگاه لکوموتیو وارداتی وارد ناوگان ریلی کشور شده است. همچنین ۲۸۷ دستگاه واگن مسافری نو و وارداتی، ۹۱ دستگاه واگن مسافری بازسازی و تبدیل شده، ۷۶ دستگاه واگن خودکشش (ریل باس ترنسیت) و ۲ هزار و ۴۵۰ واگن باری نو به مجموعه ناوگان ریلی کشور افزوده شده است.

در حال حاضر توسعه شبکه ریلی از اولویت های دولت است و ایجاد زیرساخت های حمل و نقل و شهرهای ریل پایه به یک استراتژی بلندمدت

بخش حمل و نقل ایران تبدیل شده است. هم اکنون طول خط آهن کشور به حدود ۱۳ هزار کیلومتر رسیده و دولت در نظر دارد در پایان ۱۴۰۴ طول شبکه ریلی کشور را به ۲۵ هزار کیلومتر افزایش دهد و بخش زیادی از بار و مسافر از جاده به روی ریل منتقل شود. طبق برنامه ریزی های وزارت راه و شهرسازی و شرکت راه آهن قرار است در چشم انداز ۱۴۰۴ بیش از ۳۰ درصد بار و ۲۰ درصد مسافر کشور با شبکه حمل و نقل ریلی جابه جا شوند و یکی از برنامه های مهم و اولویت دولت توسعه شبکه حمل و نقل ریلی در کشور است.

گزارش «فرصت امروز» از امضای ساخت راه آهن شیراز - بوشهر و همچنین قرارداد ساخت ۴۵۰ کیلومتر مترو برای سه کلانشهر کشور را در ادامه می خوانید.

۵ مرکز استان به شبکه ریلی وصل می شوند

قرارداد ساخت راه آهن شیراز - بوشهر به ارزش ۷۰۰ میلیون دلار روز چهارشنبه با حضور عباس آخوندی، وزیر راه و شهرسازی بین شرکت ساخت و توسعه زیربنای حمل و نقل و شرکت ساینکاست چین به امضا رسید.

خبرالله خادمی، مدیرعامل شرکت ساخت و توسعه زیربنای حمل و نقل در آیین امضای این قرارداد، توسعه شبکه ریلی را اولویت دولت دانست و گفت: مسیر تأمین مالی و روند مطالعات و تکمیل برآورد ریالی پروژه ها پیش از این، از سوی وزیر راه و شهرسازی تعیین شده است.

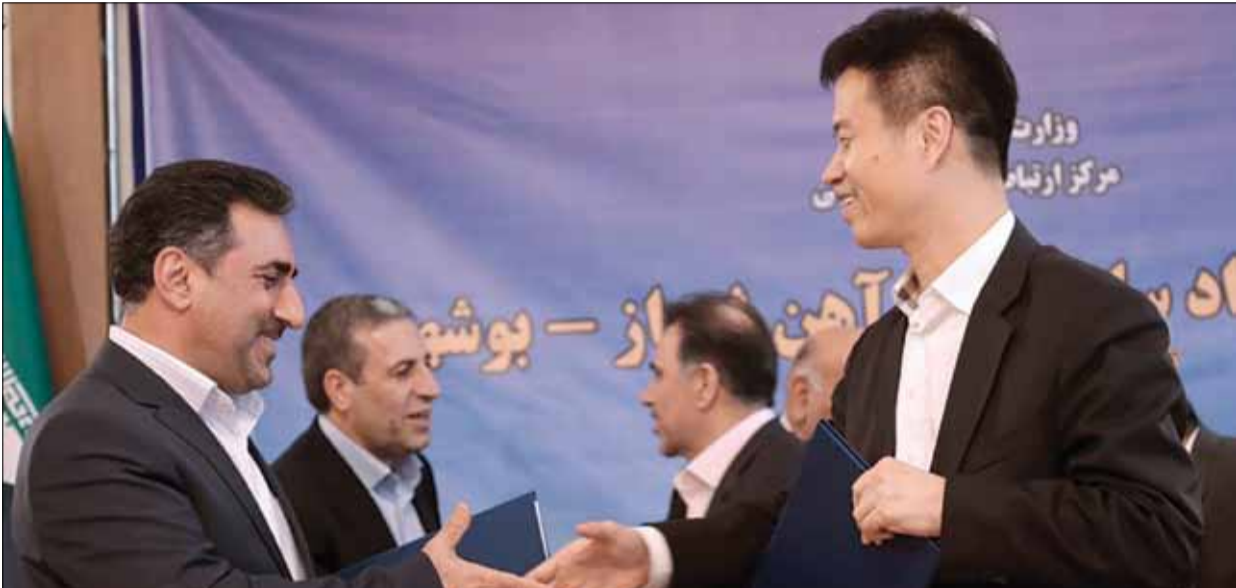
خبرالله خادمی ادامه داد: ۳ هزار و ۴۱۰ کیلومتر مسیر ریلی در حال مطالعه و اجرا داریم که بخش هایی از آن به بهره برداری رسیده، اما هدف اصلی ما اتصال پنج مرکز استان به شبکه ریلی تا اوایل سال ۹۷ است.

او با بیان اینکه برای تکمیل محورهای ریلی باید تأمین اعتبار از منابع خارجی دیگری می شد، افزود: هفت پروژه در برنامه تأمین مالی قرار گرفت که ۲ هزار و ۲۷۰ کیلومتر طول دارد و مطالعات فاز یک و دو آنها باید انجام می شد تا در نهایت، با فاینانس برای تأمین مالی به توافق می رسیدیم.

به گفته خادمی، برای این هفت پروژه،

قرارداد ساخت راه آهن شیراز - بوشهر و قرارداد ساخت ۴۵۰ کیلومتر مترو میان ایران و دو شرکت چینی امضا شد

شبکه ریلی نونوار می شود



۱۲ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان هزینه اجرا در نظر گرفته شد که یکی از این پروژه ها خط آهن شیراز - بوشهر بود.

وی با بیان اینکه مسیر کریدور ریلی به سمت جنوب باید تکمیل می شد تا ادامه مسیر از شیراز به بوشهر متصل شود، افزود: مطالعات فاز یک و دو پروژه تا بوشهر به اتمام رسید و با کارشناسی در شرکت ساخت و همکاری فاینانسری و خدمات مالی براساس فهرست بهای ایران باشد که کار بزرگی محسوب می شود.

وی افزود: مبلغ توافق شده برای این پروژه ۲۳۶۰ میلیارد تومان به صورت ریالی است که معادل ۷۰۰ میلیون دلار یا ۵ میلیارد یوان چین است.

خادمی افزود: برآورد مسافر و بار در این محور طی ۲۰ سال آینده در بخش مسافر سالانه یک میلیون نفر و در بخش بار سالانه ۱۲ میلیون تن است و این مسیر در دو قطعه ۲۵۰ و ۲۰۰ کیلومتری اجرا می شود.

ریل ها به دریا می رسند

عباس آخوندی، وزیر راه و شهرسازی نیز در این مراسم گفت: توسعه شبکه ریلی و اتصال این شبکه به بنادر از مزایای فعالیت دولت دوازدهم بود و در ابتدای فعالیت دولت پروژه جزیره نگین در دستور کار قرار گرفت.

وی با اشاره به اینکه بندر بوشهر در داخل شهر محصور است، گفت: در توسعه بندر بوشهر با محدودیت هایی روبه رو بودیم، بنابراین درصدد برآمدیم که با تکمیل جزیره نگین این بندر را به شبکه ریلی متصل کنیم.

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه احداث این خط هم از نظر مسافری و هم باری مطلوب است، گفت: با اجرای این طرح سوانح رانندگی و مصرف سوخت کاهش می یابد و شبکه ریلی گسترش خواهد یافت.

آخوندی با اشاره به اینکه پروژه راه آهن شیراز - بوشهر با حضور شرکت خصوصی ایرانی با همراهی شرکت چینی انجام می شود، گفت: یکی از مشکلات ما در استفاده از تأمین مالی خارجی (فاینانس) برای پروژه ها، تأمین سهم ۱۵ درصدی آنها توسط طرف ایرانی بود که با همراهی مجلس در بودجه سال

آینده این مشکل نیز برطرف و مقرر شد این میزان از محل منابع صندوق توسعه ملی تأمین شود.

سیما شهرها تا ۴ سال آینده تغییر می کنند

اما قرارداد دیگری که روز چهارشنبه میان سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) و شرکت پوژن چین امضا شد، مربوط به قرارداد تأمین و ساخت ۴۵۰ کیلومتر مترو برای شهرهای اهواز، شیراز و تبریز بود. این در حالی است که نهم اسفندماه نیز قرارداد تأمین و تولید ۹۶۰ دستگاه واگن مترو برای خطوط متروی تهران - کرج میان ایدرو و اشتدالر سویس امضا شده بود.

منصور معظمی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس هیأت عامل ایدرو در آیین امضای قرارداد ساخت ۴۵۰ دستگاه واگن مترو گفت: این قرارداد به منظور حداکثر استفاده از توان داخلی کشور در حوزه واگن سازی، طرف خارجی ملزم به همکاری با شرکت واگن پارس اراک شد، بر این اساس تولید و تأمین واگن های مورد نیاز با فناوری روز جهان برای نخستین بار در شرکت واگن پارس با مشارکت شرکت خارجی انجام خواهد شد.

ارتباطات



پاسخ به نگرانی کسب و کارها

بدون تلگرام چه باید کرد؟

اگرچه این روزها کمتر حرف از فیلترنگ یا مسدود شدن تلگرام می شود، اما به دلیل تجربه های پشت سر گذاشته، اختلال سراسری این پیام رسان در ابتدا ذهن ها را به سمت فیلتر دوباره می برد و نگرانی ایجاد می کند؛ شاید چون هنوز هم فضای انحصاری بر تلگرام حاکم است و همچنان پاسخگویی به بیشتر نیازهای کاربران را به دوش می کشد.

به گزارش ایسنا، تلگرام روز دوشنبه برای مدتی دچار اختلال شد؛ اتفاقی که در یک ماه برای دومین بار رخ می داد؛ برای چند ثانیه وای فای و دنیایی به تلگرام وصل نمی شود، اما مابقی فعالیت های اینترنتی مشکلی ندارند، با روشن کردن فیلترسکن هم تلگرام همچنان باز نمی شود؛ خبر در رسانه ها از توییت تلگرام می آید که اختلال سراسری در این پیام رسان ایجاد شده و کاربران را به صوری دعوت می کند. بعد از چند دقیقه توییت تلگرام نوبد رفع اختلال را می دهد و همه چیز به حالت عادی برمی گردد، اما این سوال هم مطرح شد که در این چند دقیقه که تلگرام قطع بود، کسب و کارها چه اندازه نگران شدند و فعالیت های عادی مردم چقدر مختل شد؟

تلگرام از همان زمان که به صورت جدی وارد عرصه پیام رسانی شد، با خطر فیلترنگ از طرف مسئولان داخلی مواجه بود، اما همواره یکی از وعده های دولت باز گذاشتن فضای مجازی بود؛ بدین ترتیب که لازم نیست کاربران اینترنتی و شبکه های اجتماعی ترسی از فیلتر شدن شبکه های اجتماعی و پیام رسان ها به خود راه دهند و شاید همین مواضع بود که تاکنون مانع از اضافه شدن پیام رسان ها و شبکه های اجتماعی جدید به لیست فیلترینگ شده است.

با وجود این، در روزهایی که به دلیل برخی ناآرامی ها، تلگرام برای مدت کوتاهی مسدود شده بود، تقریباً به نوعی برخی فعالیت ها از این مسدودیت متأثر شدند. کسب و کارها از ضررهای میلیونی خبر دادند، شغل هایی که به صورت مستقیم و غیرمستقیم به تلگرام وابسته بودند، متضرر شدند و کمترین مشکل که ایجاد شده بود، قطع ارتباط در فضاهای خانوادگی و دوستانه بود؛ همه این مسائل هم به دلیل فضای انحصاری تلگرام بود؛ پیام رسانی که برای ما ایرانیان به وسیله های جایگزین رسانه، تسهیل کننده کسب و کار و تقریباً همه کاره تبدیل شده است.

اما وزیر ارتباطات درباره این فضای انحصاری ایجاد شده می گوید: «از همان ابتدای شکل گیری این سرویس های داخلی و خارجی، نگاهی وجود داشته که نسبت به مفهوم به اشتراک گذاری و استفاده از این ظرفیت ها مخالف بود. ما حاصل این نگاه دوقطبی این بوده که یک پیام رسان خارجی (تلگرام) در دولت یازدهم وارد عرصه شد که دسترسی به آن محدود نشده و این فضا انحصاری شده است؛ به طوری که کاربرد به اشتراک گذاری ویدئو، کاربرد رسانه، کاربرد گروه های مرجع و مجموعه ای از این نیازمندی ها در این پیام رسان وجود دارد، بنابراین کوچ مردم از این شبکه اجتماعی به هر جای دیگر کار ساده ای نیست.»

او همچنین یکی از دلایل فضای انحصاری ایجاد شده توسط تلگرام را بستن دست و پای داخلی ها می داند. از طرف دیگر، به گفته آذری جهرمی، اینکه یک پیام رسان خارجی تمامی زیرساخت های فناوری اطلاعات ما را از آن خود کند، نه از دید فناوری، نه امنیتی و نه حکمرانی صحیح نیست. زیرا ممکن است این پیام رسان به هر دلیلی از دسترس خارج شود؛ چه مسدود شدن آن از طرف مسئولان داخلی و چه اتفاقاتی مشابه اختلال ایجاد شده در تلگرام که برای یک ماه گذشته دو بار رخ داد و هیچ تضمینی نیست که این اتفاق دیگر رخ ندهد و یا تفاوت بعدی هم زمان اختلال کوتاه باشد، بنابراین اصلاً منطقی نیست که یک پیام رسان خارجی زیرساخت اشتغال ما باشد، زیرا این شرایط پایدار نیست و امنیت شغلی و اقتصادی ما زیر سوال می رود.

البته همان زمان که پیام رسان تلگرام از داخل مسدود شد، پیام رسان های داخلی که بخواهند جایگزین تلگرام شوند هم معرفی شدند، اما یا با استقبال از طرف کاربران مواجه نشدند و یا نتوانستند از پس هجوم کاربران برآیند و با کسندی روبه رو بودند و همین موضوع باعث شد اگر حتی برخی افراد به کلیشه های عدم اطمینان به پیام رسان داخلی اعتقاد نداشتند، ضعف فنی این پیام رسان ها، آنها را از نمونه های مشابه داخلی مایوس کند.

در نهایت، اگرچه اکنون پیام رسان تلگرام با بیشترین تعداد کاربر در ایران، از نظر فنی و کاربری دچار مشکل نیست، اما بهتر است پیش از اینکه از طرف داخل دسترسی به تلگرام محدود شود، این شرکت برای مدت طولانی دچار اختلال سراسری شود و یا هر اتفاق دیگری که ممکن است کار را برای کسانی که به تلگرام وابسته هستند سخت کند، فکری جدی برای این انحصار تلگرامی کرد.

یادداشت



۳ راهکار برون رفت از بحران ارزی

محمدصادق حمیدیان
عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران

اگر سیاست‌های دولت و بانک مرکزی هماهنگ باشد و بانک مرکزی بتواند بر نرخ تورم کنترل داشته باشد، آنگاه سیاست ارزی و پولی همگام خواهد شد و ثبات در بازار حاکم می‌شود. درحالی که مؤسسه اکونومیست، چشم‌انداز اقتصادی کشورهای جهان را در سال ۲۰۱۸ بررسی می‌کند، اقتصاد ایران هنوز بر تلاطم است و هنوز خط مشی مشخصی برای شاخص‌های کلیدی و کلان آن طراحی نشده است. با این وجود، مؤسسه اکونومیست رشد اقتصادی ۵.۷ درصدی و کسری بودجه‌ای معادل ۲ درصد تولید ناخالص داخلی برای سال میلادی پیش روی ایران پیش‌بینی کرده است. از آنجایی که سر نخ اقتصاد به سیاست کشور گر خورده است، آنچه بیش از همه فعالان اقتصادی را نگران کرده است آینده برجام با دیدگاه‌های سیاسی رئیس‌جمهوری آمریکاست. با در نظر گرفتن همه این موارد، آنچه امروز به عنوان یک معضل جدی ایجاد شده است نوسانات نرخ ارز و تصمیمات متولی آن یعنی بانک مرکزی در خصوص تعیین و کنترل آن است.

در ماه‌های اخیر شاهد تلاطم شدید بازار ارز و افزایش قیمت آن تا مرز ۵ هزار تومان بودیم که عمده علت آن کاهش سود سپرده‌های بانکی و سرازیر شدن آنها به بازار سکه و ارز و اصرار دولت بر تدوام سیاست‌های انبساطی بوده است. همچنین هجوم مردم عادی و شرکت‌هایی که نگران کمبود ارز برای معاملات خود بودند، همه و همه از دلایل جانبی افزایش نرخ ارز است. البته بسیاری از اقتصاددانان هم‌زمان با کاهش سود سپرده‌های بانکی در شهریور ماه این بحران را پیش‌بینی کرده و بابت آن هشدار داده بودند. با این حال بانک مرکزی در وهله اول اقدام به دستگیری دلان ارز و پلمب صرافی‌های غیرمجاز کرد و بعد برای اطمینان دادن به فعالان بازار و سروسامان دادن به بحرانی که ایجاد شده بود سه راهکار ارائه کرد که مورد انتقاد بسیاری از اقتصاددانان قرار گرفت.

انتشار گواهی سپرده ریالی، انتشار گواهی سپرده ریالی مبتنی بر ارز و پیش فروش سکه بهار آزادی سه سیاست این بانک برای کنترل بازار ارز بود.

بانک مرکزی با هدف جذب منابع کوتاه مدت، به بانک‌ها مجوز انتشار گواهی سپرده سرمایه‌گذاری با سود ۲۰ درصد به مدت دو هفته را داد تا از این طریق از حجم نقدینگی در بازار ارز کاسته شود و منابع به صورت نقد در بانک‌ها ذخیره شوند. این راهکار ضمن اینکه به شدت به حوزه تولید داخلی ضربه وارد خواهد کرد، موقتی خواهد بود.

اینکه تحت فشار افکار عمومی و مسئولان این تصمیم گرفته شود در بلندمدت اقتصاد ایران را با بحران مواجه خواهد کرد. آنچه بیش از همه مهم است و متأسفانه در تصمیمات به آن بی‌توجهی می‌شود، رونق تولید و هدایت نقدینگی سرگردان به سمت تولید است. در همه جای دنیا وجود نقدینگی بالا در اقتصاد کشورها یک مولفه مثبت به حساب می‌آید که می‌تواند به سمت تولید روانه شود اما با پیاده کردن سیاست‌های نادرست، این نقدینگی به سمت بازار سوداگرانه هدایت می‌شود و تولید بی‌نصبی می‌ماند. انتشار گواهی سپرده مبتنی بر ارز به دلیل عدم ثبات در قیمت آن راهکاری عملی نخواهد بود.

پیش فروش سکه بهار آزادی با توجه به قیمت‌های بازار فقط ذخیره طلای بانک مرکزی را با محدودیت مواجه می‌سازد، بنابراین آنچه نظر اکثریت کارشناسان اقتصادی است بسته ضد نوسان، فقط و فقط راهکاری مقطعی و ضد التهاب است و در آینده‌ای نه چندان دور دوباره اقتصاد را با بحران مواجه می‌سازد.

هیچ اقتصادی در دنیا تصمیمات آنی و موقتی برای اقتصاد خود را صلاح نمی‌بیند، چون تبعات بعدی آن به مراتب حادتر و مسئله‌سازتر خواهد بود. این اقتصاد نیازمند تدابیر تکنیکی است که قدم اول آن جلب اعتماد سرمایه‌داران و صاحبان نقدینگی است. باید بسترها و زیرساخت یک اقتصاد متعارف را در کشور ایجاد کرد.

در کشوری که سیاست ارزی آن شناور مدیریت شده است نباید از ارز به عنوان ابزار پولی استفاده کرد که در این صورت در کنار کاهش نرخ ارز حقیقی و افزایش تقاضا برای ارز خارجی، رقابت پذیری صنایع داخلی نیز کاهش می‌یابد. اگر سیاست‌های دولت و بانک مرکزی هماهنگ باشد و بانک مرکزی بتواند بر نرخ تورم کنترل داشته باشد، آنگاه سیاست ارزی و پولی همگام خواهد شد و ثبات در بازار حاکم می‌شود. منبع: ایرنا

دلایل بروز اختلالات ارزی به روایت مرکز پژوهش‌های مجلس

خطر تحریم دوباره بانک‌های ایران چقدر است؟



وضع شد؛ تحریم‌ها بخش‌های متعددی از اقتصاد ایران را نشانه رفتند، اما هم براساس نگاه منطقی و هم براساس بررسی‌های تاریخی می‌توان گفت که تحریم‌ها، بخش‌های آسیب‌پذیر اقتصاد ایران را هدف گرفتند؛ در این بین، بخش مالی و بانکی هم از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار بود. به این جهت که هر معامله اقتصادی بین‌المللی، نیازمند حداقل یک تراکنش مالی و بانکی است و هم آسیب‌پذیری چشمگیری داشت. بنابراین تحریم بخش مالی و بانکی نسبت به دیگر بخش‌ها با شدت و جدیت بیشتری انجام شد.

تحریم شعب خارجی بانک‌های ایرانی، محدود کردن معامله با برخی بانک‌های خاص ایرانی، تحریم کلیه بانک‌های ایرانی، تحریم بانک مرکزی، منع شرکت سوئیفت نسبت به ارائه خدمات پیام‌رسان مالی به بانک‌های تجاری و بانک مرکزی ایران، منع بانک‌های اروپایی و آمریکایی نسبت به تسویه دلاری معاملات به نفع اشخاص حقیقی و حقوقی ایرانی، مجموعه‌ای از تحریم‌های وضع شده علیه نظام بانکی و مالی ایران هستند.

حال این سؤال مطرح است که با گذشت چند سال از زمان وضع تحریم علیه بخش مالی و بانکی و همچنین با وجود اجرایی شدن برجام آیا همچنان خطری از ناحیه تحریم، بخش مالی و بانکی ایران را تهدید می‌کند؟ برای پاسخ به این پرسش چند دلیل اعلام می‌کنیم تا چند دهه پیش مالی و بانکی همچنان آسپ‌پذیر بوده و در معرض خطر وضع تحریم قرار دارد:

الف- در گزارش‌های متعدد وزارت امور خارجه در مورد روند اجرای برجام بر این موضوع تأکید شده که بخش مالی و بانکی در کنار گشایش‌ها، همچنان در سطح بین‌المللی دچار نقص است.

ب- وضع تحریم علیه ایران براساس گفت‌وگوهای مختلفی صورت می‌گیرد. در حال حاضر تنها برای یک مورد یعنی فعالیت‌های هسته‌ای چاره‌اندیشی شده است. درحالی که گفت‌وگوهای دیگری مانند حمایت از تروریسم، نقض حقوق بشر، ساخت موشک‌های بالستیک، اختلال در امنیت منطقه و... همچنان پایرجاست. بررسی‌ها نشان می‌دهد که همین موارد، ظرفیت لازم را برای وضع دوباره تحریم‌های گسترده علیه ایران دارند.

ج- در نگاه سیاست‌گذاران آمریکا، تحریم یک ابزار کارآمد برای پیشبرد اهداف در حوزه سیاست خارجی است و گاهی این ابزار به عنوان سلاح نام برده می‌شود. پیش‌بینی می‌شود تا زمان حاکمیت نسبی اقتصاد آمریکا بر اقتصاد اروپا و دیگر اقتصادها، تحریم به عنوان یک ابزار کارآمد استفاده می‌شود.

د- با توجه به تجربه قبلی تحریم ایران و مشاهده اثرگذاری خاص آن در حوزه مالی، اندیشکده‌های معتبر آمریکایی بر استفاده ایالات متحده آمریکا از تحریم‌های مالی و بانکی علیه ایران پافشاری می‌کنند. براساس نکات فوق می‌توان دو نتیجه زیر را استنباط کرد: الف- شکنندگی‌های نظام بانکی و مالی ایران همچنان در سطحی است که بتوان از طریق تحریم، آن را مختل کرد.

ب- با توجه به نگاه سیاست‌گذاران آمریکایی و توصیه‌اندیشکده‌های معتبر، وضع تحریم‌های مالی و بانکی علیه ایران همچنان محتمل است.

ذکر این نکته ضروری است که برون‌گرایی یکی از مولفه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی در سیاست‌های کلی آن است و این امر نشان می‌دهد بهره‌گیری از فضای بین‌الملل ضروری است اما به دلیل نکاتی که در مورد تحریم ذکر شد باید برای آسیب‌پذیری این حوزه چاره‌اندیشی کرد. به عنوان مثال برای کاهش آسیب پذیری ناشی از وابستگی به نهادهای خارجی در تعاملات مالی و بانکی بین‌المللی، راهکارهایی سه شاخص مطرح شده که عبارتند از تعداد پیمان‌های پولی دوجانبه و چندجانبه با کشورهای خارجی در سال‌های مختلف، حجم پرداخت‌ها و دریافت‌های بین‌المللی در ارتباط با شبکه سوئیفت نسبت به تخمین کل حجم معاملات بین‌المللی و تخمین حجم معاملات بین‌المللی ایران به دلار نسبت به تخمین کل حجم معاملات بین‌المللی ایران به تمامی ارزها.

وابستگی به ارزهای خاص و محدود در میزادلات تجاری و مالی بین‌المللی یکی از مجاری آسیب‌پذیری در بخش خارجی است. توضیح اینکه چنانچه بخش عمده‌ای از ذخایر ارزی بانک مرکزی، متشکل از یک یا دو ارز خاص بوده و همچنین

تبادللات تجاری کشور اکثراً وابسته به تعداد محدودی از ارزها باشد، در این شرایط وضع محدودیت (برای مثال تحریم) در دسترسی کشور به منابع ارزی (برای مثال ممنوعیت دسترسی به منابع ارزی حاصل از فروش نفت) و ایجاد محدودیت نقل و انتقال ارز باعث ایجاد اختلال و آشفتگی در بازار ارز خواهد شد.

تشدید سفته بازی در بازار ارز داخلی به تبع کاهش عرضه، تبدیل وجه نقد مبتنی بر پول ملی به ارز خارجی و تبدیل سایر دارایی‌ها (برای مثال مسکن، سهام، سکه و...) به ارز خارجی و... باعث افزایش اختلال در بازار ارز و بالتبع، افزایش قیمت ارز خواهد شد. تمامی موارد مذکور موجب کاهش ارزش پول ملی، نااطمینانی در بازار ارز و نوسانات متعدد آن، افزایش هزینه تأمین مالی و نقل و انتقال ارز، قاچاق ارز و تشدید پدیده دلارهای خانگی خواهد شد. نکته حائز اهمیت آن است که شکنندگی ارزی قابلیت سرریز شدن به بخش واقعی اقتصاد را خواهد داشت؛ توضیح اینکه با توجه به میزان وابستگی تولید داخلی به واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای و همچنین میزان وابستگی بازار داخلی به واردات کالاهای نهایی، تورم افزایش پیدا خواهد کرد.

روند فزاینده تورم و افزایش‌های ناگهانی در قیمت کالاها موجب نارضایتی عمومی شده و گاهی تنش‌های اجتماعی- سیاسی را در پی خواهد داشت. ذخایر رسمی نرخ ارز خارجی شاخص مناسبی برای تخمین میزان مقاومت اقتصاد در حوزه ارزی هستند.

پاسخ به یک ابهام

آیا سقف کارت به کارت درون بانکی کم شد؟

طریق خودپرداز برای بانک سقف ۱۵ میلیون تومان اعمال کنند و البته تا ۵۰ میلیون تومان قابل افزایش بود، یعنی مشتری می‌توانست از طریق خودپرداز یک بانک برای همان بانک تا این مبلغ انتقال وجه دهد. البته این امکان نیز بیش از یک ماه می‌شود که حذف شده و در مجموع انتقال وجه از طریق خودپرداز در تمامی بانک‌ها به ۳ میلیون تومان کاهش یافته است. اما در کنار این مشتریان می‌توانستند با مراجعه به شعب وجه خود را از طریق کارت تا ۱۵ میلیون تومان انتقال دهند، ولی موضوعی که اخیراً مطرح می‌شود این است که برخی مشتریان اعلام می‌کنند با وجود مراجعه به داخل شعب این امکان نیز از آنها سلب شده و سقف جابه‌جایی به ۳ میلیون تومان رسیده است که آنها را با مشکل مواجه می‌کند. این تغییر در برخی بانک‌ها ظاهراً اعمال شده و در برخی دیگر همچنان سقف جابه‌جایی در درون شعبه از طریق کارت ۱۵ میلیون تومان است. این تغییرات در حالی مشتریان بانک‌ها را با مشکلاتی مواجه کرده که مشخص نیست آیا براساس دستورالعملی از سوی بانک مرکزی اعمال کرده است.

مشتریان برخی بانک‌ها اعلام می‌کنند که با وجود مراجعه به داخل شعب برای انتقال وجه بالاتر از ۳ میلیون موفق به انجام این کار نشده‌اند و بانک به آنها اعلام کرده که سقف کارت به کارت درون بانکی نیز به ۳ میلیون کاهش یافته است. به گزارش ایسنا، سقف کارت به کارت برای دستگاه‌های خودپرداز از گذشته حدود ۳ میلیون تومان بوده و مشتری می‌تواند از خودپرداز هر بانکی به بانک دیگر تا ۳ میلیون تومان در روز جابه‌جا کند، اما از چندی پیش بانک‌ها این امکان را داشتند که برای جابه‌جایی از

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۶۴۹,۰۰۰	
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۴۹,۸۳۰	
سکه بهار آزادی	۱,۵۵۵,۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱,۵۸۸,۸۰۰	
نیم سکه	۷۷۸,۰۰۰	▲
ربع سکه	۴۹۱,۰۰۰	▲
سکه گرمی	۳۴۲,۰۰۰	▲

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۴۹۲	▲
یورو اروپا	۵,۵۹۴	▲
پوند انگلیس	۶,۸۹۲	▲
درهم امارات	۱,۳۵۵	▲

بانک نامه

تخلف در تسویه «ساتنا»

با وجود دستورالعمل بانک مرکزی برای تسویه یک بار در روز در ساتنا برخی بانک‌ها با صدور بخشنامه‌ای داخلی تسویه در این سامانه را به‌طور آتی اعلام کردند. به گزارش ایسنا، حدود یک ماه پیش بانک مرکزی در بخشنامه‌ای تغییراتی در زمان تسویه تراکنش‌ها در سامانه‌های بین بانکی اعمال کرده و طی آن تسویه تراکنش‌های کارتی شاپرک ۲۴ ساعته شد و از سوی دیگر دستور در سامانه‌های پایا و ساتنا تغییر کرد، به‌طوری که قرار بر این شد تا تسویه در ساتنا فقط محدودیت (برای مثال تحریم) در دسترسی به منابع ارزی (برای مثال ممنوعیت دسترسی به منابع ارزی حاصل از فروش نفت) و ایجاد محدودیت نقل و انتقال ارز باعث ایجاد اختلال و آشفتگی در بازار ارز خواهد شد. تشدید سفته بازی در بازار ارز داخلی به تبع کاهش عرضه، تبدیل وجه نقد مبتنی بر پول ملی به ارز خارجی و تبدیل سایر دارایی‌ها (برای مثال مسکن، سهام، سکه و...) به ارز خارجی و... باعث افزایش اختلال در بازار ارز و بالتبع، افزایش قیمت ارز خواهد شد. تمامی موارد مذکور موجب کاهش ارزش پول ملی، نااطمینانی در بازار ارز و نوسانات متعدد آن، افزایش هزینه تأمین مالی و نقل و انتقال ارز، قاچاق ارز و تشدید پدیده دلارهای خانگی خواهد شد. نکته حائز اهمیت آن است که شکنندگی ارزی قابلیت سرریز شدن به بخش واقعی اقتصاد را خواهد داشت؛ توضیح اینکه با توجه به میزان وابستگی تولید داخلی به واردات کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای و همچنین میزان وابستگی بازار داخلی به واردات کالاهای نهایی، تورم افزایش پیدا خواهد کرد.

ایجاد بازار الکترونیک خرید و فروش ارز خدمات «نیما» برای بازرگانان

سامانه نیما (نظام یکپارچه معاملات ارزی) سامانه‌ای برای خرید و فروش ارز در فضایی رقابتی است. به گزارش ایسنا، نیما (نظام یکپارچه معاملات ارزی) یک بازار الکترونیکی است که همه مراحل خرید یا فروش ارز برای کالاهای وارداتی یا عرضه ارز صادراتی را پوشش می‌دهد. این سامانه با همکاری بانک مرکزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت با هدف تسهیل در بازار ارز، حذف واحدهای ارزی غیر مجاز و تسهیل در فرایند تجارت ایجاد شده و ارزش افزوده بالایی برای بازرگانان، بانک‌های عامل و صرافی‌ها ایجاد می‌کند. واردکنندگان با استفاده از این سامانه می‌توانند ارز مورد نیاز را درخواست و در فضای رقابتی، نیاز خود را به بهترین قیمت برآورده کنند. یعنی متقاضیان ارز می‌توانند بانک یا صرافی مورد نیاز خود را انتخاب یا درخواست خود را به مناقصه بگذارند که مشابه این فرآیند برای صادرکنندگان با هدف فروش ارز به بهترین قیمت وجود دارد. سامانه نیما با اتصال به سامانه جامع تجارت بین جریبان کالا و ارز ارتباط ایجاد می‌کند و تأمین ارز برای واردکنندگان و فروش ارز را برای صادرکنندگان با اطمینان و سرعت بالاتر فراهم می‌کند. عدم مراجعه حضوری به صرافی‌ها، دسترسی به تمام صرافی‌ها و بانک‌های عامل به‌طور هم‌زمان، بهبود فرایند تأمین ارز مورد نیاز یا فروش ارز و تراکنش‌های ریالی مرتبط از مزایای نیما است.

تولید

تولید کاغذ روزنامه صفر شد

به‌رغم اعلام مسئولان مبنی بر کاهش ۴۹درصدی ظرفیت تولید کاغذ روزنامه، چاپ و تحریر در سال جاری، رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ معتقد است تولید کاغذ تحریر حدود ۷۰درصد و کاغذ روزنامه حدود ۱۰۰درصد کاهش یافته است.

ابوالفضل روغنی گلپایگانی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره کاهش ظرفیت تولید کاغذ روزنامه و چاپ و تحریر و تأمین نیاز کشور از طریق واردات، اظهار کرد: زمانی که شرایط توسط مسئولان به گونه‌ای فراهم شده که در بازار رقابتی فضا به سود واردکنندگان است بنابراین بخش تولید کشور با چالش مواجه خواهد شد.

وی ادامه داد: در حال حاضر تعرفه واردات کاغذ صفر است، به واردکنندگان ارز مبادله‌ای اختصاص می‌یابد و آنها معاف از پرداخت ۹درصدی مالیات بر ارزش افزوده هستند. این در حالی است که هیچ‌یک از تسهیلات مورد اشاره برای واردکنندگان در بخش تولید وجود ندارد و دست و پای آنها بسته شده است. رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوای ایران با بیان اینکه شرایط برابری به منظور فعالیت تولیدکنندگان واردکنندگان در حوزه کاغذ وجود ندارد، گفت: هیچ کمکی به تولیدکنندگان کاغذ نمی‌شود و در فضای کنونی شرایط برای تولیدکنندگان مهیا نیست و حتی دستگاه‌های دولتی به برخی دلایل که قابل تأمل است حاضرند کاغذ وارداتی با قیمت بالاتر که حدود ۴۰درصد است خریداری کنند. با چوب بی‌کیفیتی بر سر کالای داخلی می‌زنند و این در حالی است که مقوله کیفیت کاغذ شاخص‌های قابل بررسی خود را دارند.

روغنی گلپایگانی ادامه داد: شاید در تولید کاغذ مربوط به کتاب‌های عتیقه عقب و نیازمند واردات در این حوزه باشیم، اما درخصوص سایر کتاب‌ها از جمله رمان قابلیت تولید داخلی وجود دارد و به هیچ‌وجه نیاز به واردات نیست. در شرایطی که هیچ حمایتی از تولید کاغذ در داخل کشور نمی‌شود، بنابراین باید منتظر روزهای بد و بدتر در سال آینده باشیم. ما حتی در زمینه کاغذ بسته‌بندی نیز بیش از ظرفیت، توان تولید داریم اما هیچ حمایتی از این بخش نمی‌شود. وی با تأکید بر اینکه فضای فعلی کاملاً به سود واردکنندگان بوده و اصلاً حمایتی از تولید داخل توسط دستگاه‌های ذی‌ربط از جمله وزارت صنعت، معدن و تجارت نمی‌شود، اظهار کرد: یکی از مشکلاتی که این روزها با آن مواجهیم بحث افزایش قیمت کاغذ است. زمانی که تولیدکننده توان رقابت نداشته باشد و شرایط را واردکننده بر خریدار تحمیل کند، بنابراین انحصار تعیین‌کننده قیمت نهایی است و تنها راه‌حل این مسئله بالا بردن توان تولیدکننده داخلی است تا بتوان فضای رقابتی را ایجاد کرد و موجب شد تا بازار به تعادل برسد. رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوای ایران همچنین در مورد کاهش ظرفیت تولید کاغذ در سال جاری، اعلام کرد: رقم اعلام‌شده مبنی بر کاهش ۴۹درصدی ظرفیت کاغذ واقعی نیست و باید بدانیم که این کاهش ظرفیت بیش از رقم اعلام‌شده است. در حال حاضر حدود ۷۰درصد کاهش ظرفیت تولید در بخش کاغذ تحریر داریم و در بخش کاغذ روزنامه نیز تقریباً با کاهش ظرفیت ۱۰۰درصدی تولید مواجه شده‌ایم و هیچ‌گونه تولید کاغذ روزنامه‌ای صورت نمی‌گیرد. روغنی گلپایگانی ادامه داد: در سال جاری قیمت کاغذ نیز به دلیل موارد عنوان‌شده به شدت گران شده و کاغذ تحریر از هر بند ۶۰ تا ۷۰هزار تومان به حدود ۱۱۰ هزار تومان رسیده و کاغذ روزنامه نیز از ۲۱۰۰ تومان به حدود ۳۵۰۰ تومان افزایش قیمت داشته است.

خبر

ایران، روسیه و قزاقستان برای تجارت گندم تفاهمنامه امضا کردند

جمهوری اسلامی ایران، روسیه و قزاقستان بر پایه یک تفاهمنامه سه‌جانبه، در زمینه تجارت گندم همکاری می‌کنند. به گزارش تسنیم به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت جهاد کشاورزی، ایران، روسیه و قزاقستان بر پایه یک تفاهمنامه سه‌جانبه، در زمینه تجارت گندم همکاری می‌کنند. این تفاهمنامه با هدف خودکفایی کشور در تولید گندم و بهره‌گیری از موقعیت جغرافیایی ایران برای تبدیل شدن به مرکز صادراتی گندم و آرد منطقه امضا شد. با استفاده از این تفاهمنامه می‌توان مشکلات مرتبط با ظرفیت خالی کارخانه‌ها را رفع و ارزش افزوده و اشتغال ایجاد کرد. معاون توسعه بازرگانی و صنایع وزارت جهاد کشاورزی جمهوری اسلامی ایران، معاون وزیر کشاورزی روسیه و رئیس بخش صادرات شرکت ملی قراردادهای غذایی قزاقستان این یادداشت تفاهم را در سفارت ایران در مسکو، پاراف (پیش‌امضا) کردند. وزیران کشاورزی سه کشور بزودی نسخه نهایی این تفاهم همکاری را امضا می‌کنند. بر پایه این تفاهمنامه، انتظار می‌رود فرآوری و بازرصادرات آرد از ایران افزایش یابد و از مزیت‌های ترانزیتی کشور برای سوآپ گندم به سایر کشورهای منطقه بهره‌برداری شود. در این یادداشت تفاهم همکاری سه‌جانبه، امکان اعطای خطوط اعتباری توسط کشورهای روسیه و قزاقستان به شرکت‌های ایرانی و همچنین زمینه ایجاد بازارهای جدید در منطقه و توسعه بازرهای موجود در حوزه گندم و آرد وجود دارد و پیش‌بینی می‌شود با اجرای آن سهم ایران از بازار تجارت آرد منطقه افزایش یابد.

صنعت معدن، تجارت

تولید خاویار پرورشی امسال به حدود پنج تن رسید



خاویار پرورشی امسال تولیدش به حدود پنج تن و صادراتش به حدود ۱.۲ تن رسید. البته این محصول مصرفش در بازار داخلی داغ شده به گونه‌ای که در ایران تا کیلویی ۱۰ میلیون تومان هم به فروش رفت، اما در بازار خارجی با وجود افزایش مشتریان تا کیلویی ۶ میلیون تومان صادر شد، لذا تولیدکنندگان به بازار داخلی تمایل بیشتری پیدا کرده‌اند!

به گزارش ایسنا، بیش از یک دهه است که به دلیل کاهش ذخایر ماهیان خاویاری در دریای خزر، برداشت تجاری اینگونه آبی ممنوع شده است و کشورهای این منطقه متعهد شده‌اند که تنها برای بازسازی ذخایر و انجام تحقیقات خاویار خزر را آن هم به صورت معدود برداشت کنند تا بتوانند به تقویت ذخایر خاویاری خزر کمک کنند. معاون آبی‌پروری سازمان شیلات ایران در این باره به ایسنا، گفت: امسال حدود پنج تن خاویار پرورشی تولید شده است و در برنامه ششم درصددیم تولید را به ۱۰۰ تن برسانیم و حدود ۱۰هزار تن گوشت ماهی خاویاری تولید کنیم که با توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های موجود امکان‌پذیر به نظر می‌رسد.

هم‌اکنون حدود ۹۰ مزرعه پرورش ماهیان خاویاری در کشور وجود دارد

می‌دهد وضعیت صادرات اینگونه آبی چندان تغییری نسبت به سال گذشته نکرده است، چراکه به گفته حسن صالحی – رئیس سازمان شیلات ایران – در سال گذشته نزدیک به یک تن خاویار پرورشی به کشورهایمانند امارات متحده عربی، مجمع کشورهای اتحادیه اروپا، اسپانیا، ایتالیا، بلژیک و… صادر شده بود و امسال آمارها نشان می‌دهد که در ۱۰ ماهه نخست ۱.۲ تن خاویار پرورشی به قیمت کیلویی حدود ۹۰۰ تا ۱۲۵۰ دلار (حدود ۵میلیون و ۸۰۰ هزار تومان) به کشورهای مختلف صادر شده است.

در همین بازه زمانی حدود ۹۴ هزار تن گوشت ماهی خاویاری به کشورهای مختلفی از جمله چین، ویتنام، تایلند، کره‌جنوبی، ژاپن، مالزی، استرالیا، نیوزیلند، کویت، امارات متحده عربی، فرانسه، اسپانیا، بلژیک، ایتالیا، آذربایجان، ارمنستان، لبنان و… صادر شده که ارزشی بالغ بر ۴۱۲ میلیون دلار داشته است و نشان می‌دهد هر کیلوگرم گوشت ماهی خاویار ایرانی حدود ۴.۲ دلار به‌طور متوسط در بازار جهانی عرضه شده است.

صادرات ثابت مانده؛ مشتریان داخلی

بیشتر شدند

اما آمار صادرات خاویار پرورشی و گوشت ماهیان خاویاری نیز نشان

ممنوعیت ثبت سفارش با دلار مشکلی ایجاد نمی‌کند

کشور افزایش یافته و در حال حاضر حداقل ۵۰درصد است، با همان هدف خروج از اتکا به دلار در مبادلات تجاری، طبیعی بود که بانک مرکزی به دنبال چنین سیاستی در واردات کشور به خصوص در شرایط فعلی باشد. رئیس سازمان توسعه تجارت اظهار کرد: اتخاذ این سیاست با توجه به نوع کالاهای وارداتی و کشورهای طرف مبادله، نباید مشکل جدی ایجاد کند. با این وجود از همکاران خواست‌ام در تماس با محافل تجاری چندین توصیه‌ای با نظری باشد دریافت و منعکس کنند.

وی در پایان تأکید کرد: سیاست مذکور صرفاً در امر ثبت سفارش که مربوط به واردات است، انجام می‌شود و ربطی به صادرات ندارد.

افزایش واردات با حذف تعرفه چای وارداتی

افزایش تولید برگ سبز چای را به همراه داشت که مصوبه حذف مالیات بر ارزش‌افزوده و رقابت سخت میان تولید داخل و خارجی، مشکلاتی را برای چایکاران به وجود خواهد آورد. وی در گزارش خود افزود. این مقام مسئول مصرف سالانه چای کشور را ۱۰۵ تا ۱۱۰ هزار تن چای خشک اعلام کرد و افزود: متوسط تولید سالانه چای خشک داخلی ۲۵هزار تن است که با این وجود تأمین مابقی نیاز کشور از منابع وارداتی، حذف مالیات بر ارزش‌افزوده نمی‌تواند در کاهش میزان تولید تأثیرگذار باشد.

به گفته معاون بازاریابی سازمان چای با کاهش و حذف تعرفه چای وارداتی، افزایش کیفیت چای داخلی امری ضروری است، در غیر این صورت نمی‌توان برنامه افزایش تولید را پیش برد. صادق حسنی، مدیر اجرایی صندوق چای با اشاره به اینکه واردات چای حساب و کتاب ندارد، گفت: سال گذشته ۵۶ هزار تن چای به‌طور رسمی و ۴۰هزار تن غیررسمی وارد شد.

دانست و افزود: حذف تعرفه واردات چای خشک در تضاد با اقتصاد مقاومتی و تولید داخل است که این امر به نفع ما نیست.

حال باید منتظر ماند و دید که کاهش تعرفه واردات چای خارجی چه تأثیری بر میزان تولید و فروش چای ایرانی در سال‌های آتی به همراه خواهد داشت.

گودرز خردادپور، معاون بازاریابی و تنظیم بازار سازمان چای در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی با اشاره به اینکه حذف مالیات بر ارزش‌افزوده چای‌های وارداتی به نفع تولید داخل نیست، اظهار کرد: مصوبه اخیر گمرک مبنی بر حذف مالیات بر ارزش افزوده چای وارداتی، کاهش رقابت تولید داخل نسبت به محصولات خارجی را به همراه دارد. به گفته وی، حذف مالیات بر ارزش افزوده به سبب کاهش هزینه‌های تولید، انگیزه واردکنندگان برای واردات را افزایش می‌دهد.

خردادپور ادامه داد: حمایت همه‌جانبه دولت طی سال‌های اخیر از چایکاران،

اخبار



سایه سنگین واردات بی‌رویه بر تولید داخلی کیف

محصولات چرمی کی به مرحله صادرات می‌رسد؟

با وجود توان بسیار بالای ایران در حوزه تولید کیف، متأسفانه وجود برخی از نارسایی‌ها، تولیدکنندگان داخلی را با چالش‌های بسیاری مواجه ساخته است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، در طول سالیان اخیر، تولید داخلی ایران در بخش کیف به توفیقات بسیاری نائل شده است. با همه این اوصاف، ضریب توفیقات حاصل‌شده، به هیچ‌عنوان همسان و همراستا با ظرفیت‌های موجود به نظر نمی‌رسد و وجود برخی از نارسایی‌ها، همچون واردات بی‌رویه، چنان شرایط سخت و دشواری را بر بازار این عرصه، ایجاد کرده که برخی از تولیدکنندگان داخلی، عطای فعالیت در این بخش را به لقایش بخشیدند. کم نیستند افراد و گروه‌های فعال در بخش تولید محصولات چرمی کیف و حتی کفش که معتقدند با وجود مصرف بسیار بالای داخلی این اقلام و محصولات، متأسفانه واردات بی‌رویه مسبب فرصت‌سوزی‌های بسیاری شده است و نه‌تنها مصرف داخلی تولید داخلی شرایط را برای تولیدکنندگان داخلی متحول نساخته، بلکه در بخش صادرات نیز نتوانسته‌ایم به کامیابی چشمگیری نائل شویم. عیسی عبدالملکی، یکی از تولیدکنندگان محصولات چرمی کیف در غرب استان تهران در گفت‌وگو با خبرنگار باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به موفقیت‌های چشمگیر کشورهای همچون ترکیه و چین در عرصه تولید کیف، اظهار کرد: در صورت برنامه‌ریزی اصولی و موثر از تولیدکنندگان داخلی، به‌راحتی چنین توفیقاتی برای تولیدکنندگان داخلی نیز حاصل می‌شود و این امری است که به سادگی با الگوبرداری از طرق و روش کشورهای مذکور محقق خواهد شد. وی افزود: طویعتاً با عرضه و ارائه تسهیلات ارزان‌قیمت، بخش قابل توجهی از مشکلات موجود در این حوزه مرتفع خواهد شد، اما برخی گمان می‌کنند صرفاً و مطلقاً با ارائه تسهیلات و وام‌های اینچنینی، مشکلات فعالان و تولیدکنندگان این حوزه حل و فصل می‌شود، در صورتی که بخش اعظم مشکلات فعلی، ریشه در واردات بی‌رویه دارد.

عبدالملکی بیان کرد: با تسهیلات ارزان‌قیمت، بسیاری از نارسایی‌ها و مشکلات تولیدکنندگان رفع می‌شود، اما با ممنوع‌ساختن و جلوگیری از واردات اقلام و کالاهایی که امکان تولید داخلی آن وجود دارد و به سهولت قادر خواهیم بود، تحولات چشمگیر و عمده‌ای را در تمامی بخش‌های تولیدی رقم بزنیم که حوزه کیف، کفش و بسیاری از عرصه‌های دیگر نیز از این قاعده مستثنی نخواهد بود. وی افزود: در صورت مهار واردات بی‌رویه، نه‌تنها ضریب صادرات به بسیاری از کشورهای منطقه و هدف، افزایش می‌یابد، بلکه قادر خواهیم بود تولیدکنندگان قدر و قدرتمندی همچون ترکیه و چین را نیز به زانو در بیاوریم. این تولیدکننده کیف در غرب استان تهران گفت: در صورتی که تعدد و تکثر تقاضا به میزان کافی برای محصولات داخلی وجود داشته باشد قاعدتاً نقدینگی کافی نیز برای تولیدکنندگان فراهم می‌شود و امکان بازپرداخت اقساط و تسهیلات نیز به سهولت میسر می‌شود، در غیر این صورت در نبود مشتری، کسادی بازار و رکود، معضلات و مشکلات اقتصادی تولیدکنندگان نیز مضاعف و فزاینده خواهد شد.

گرانفروشی سیگار

و انکار دو مقام مسئول!

درحالی‌که قیمت انواع سیگار ایرانی در سطح عرضه از ۵۰۰ تا ۱۵۰۰ تومان گران‌تر از قیمت روی پاکتش فروخته می‌شود، رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و رئیس سازمان صنت، معدن و تجارت استان تهران مشترکاً این موضوع را رد کردند. به گزارش ایسنا، بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد به‌طور میانگین قیمت عرضه سیگار ایرانی بین ۲۰تا ۳۵درصد نسبت به قیمت درج‌شده روی پاکت گران‌تر شده و گفته می‌شود که علت این موضوع اضافه‌شدن بند الحاقی ۷ به تبصره ۶ لایحه بودجه ۱۳۹۷ توسط مجلس شورای اسلامی است که مقرر می‌کند از سیگارهای وارداتی عوارض اخذ شود که این موضوع به بالاترقتن قیمت سیگارهای وارداتی از ابتدای سال آینده منجر می‌شود. با وجود آنکه پیگیری‌های میدانی ایسنا، از احتکار سیگار توسط برخی عرضه‌کنندگان و توزیع کنندگان خبر می‌دهد و به نظر می‌رسد افراد سودجو برای اینکه بتوانند در سال آینده سیگار را با شرایط قیمتی جدید عرضه کنند این محصول را اکنون وارد بازار نمی‌کنند.

احتکار سیگار نداریم

در این رابطه یدالله صادقی – رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران – در گفت‌وگو با ایسنا، موضوع افزایش قیمت سیگار را انکار کرد و گفت: قیمت سیگار در شبکه توزیع کنترل شده است و حاضرم به گزارش‌هایی که در این رابطه ارسال می‌شود رسیدگی کنیم. چراکه عمده برنده‌های مصرفی در داخل تولید می‌شوند و بر سیگارهای داخلی به گونه‌ای نظارت می‌شود که امکان نگهداری آنها در انبار نیست.

رانت واردات خودرو را خود دولت ایجاد کرد!

عضو هیأت مدیره انجمن واردکنندگان خودرو گفت ما حاضریم تمام اطلاعات خود را به کمیته تحقیق و تفحص ارائه دهیم و با آنها کمال همکاری را داشته باشیم.

به گزارش کارپرس، مرشد سلوک با اشاره به تحقیق و تفحص مجلس از رانت ایجاد شده در ازای بستن سایت ثبت سفارش گفت: ما همواره اعلام کرده‌ایم که به دنبال شفافیت هستیم و با ایجاد هر گونه رانت مخالفیم و با کمیته تحقیق و تفحص همکاری می‌کنیم.

وی ادامه داد: یکی از اهداف تأسیس این انجمن توسط واردکنندگان خودرو جلوگیری از هرگونه شائبه در بازار و واردات این کالا بوده است. ما در این راه حاضریم تمام اطلاعات خود را به کمیته تحقیق و تفحص ارائه دهیم و با آنها کمال همکاری را داشته باشیم.

سلوک افزود: اما سؤالی که اینجا وجود دارد این است که چگونه این رانت ایجاد شده و نمایندگان محترم نیز باید این را مورد بررسی قرار دهند که این دولت بود که با وجود آوردن این فضا رانت میلیاردی ایجاد کرد. اگر سایت ثبت سفارش به مدت شش ماه بسته نبود یا حداقل مدیران توضیحی برای این عمل داشتند دیگر افرادی نبودند که بتوانند از این رانت استفاده کنند که امروز مجلس بخواهد کمیته‌ای برای تحقیق و تفحص تشکیل دهد.

آیا مسیر خصوصی‌سازی واقعی در صنعت خودرو هموار است؟

نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی می‌گوید باید این واقعیت را قبول کرد تا زمانی که صفر تا ۱۰۰ خودروسازی در کشور به بخش خصوصی واقعی واگذار نشود مشکلات موجود در صنعت خودرو به سهولت حل نخواهد شد.

به گزارش خبر خودرو، رضا عزیزی با اشاره به اینکه دولت نمی‌تواند تولیدکننده و تاجر خوبی باشد، اظهار داشت: در صورتی که بخواهیم در همکاری‌ها و روند توسعه خودروسازی به نتیجه درستی دست یابیم باید صنعت خودرو به اهلس در بخش خصوصی واگذار شود.

وی تأکید کرد: باید دولت و مجلس و دست‌اندرکاران حاکمیتی، مسیر خصوصی‌سازی در صنعت خودرو را هموار و مشکلات موجود را برطرف کنند تا با سیاست‌گذاری درستی که توسط بخش خصوصی عملی می‌شود صنعت خودرو روی ریل توسعه قرار گیرد.

وی گفت: امروز باید از صنعت خودرو حمایت‌های کارشناسی شده و درستی شده و سیاست‌های مناسب و منطقی در این زمینه تدوین شود. بی‌شک خروج از جریان خصلتی و خصوصی‌سازی واقعی سودهای زیادی را برای صنعت خودرو به همراه خواهد داشت.

نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی می‌گوید: باید این واقعیت را قبول کرد تا زمانی که صفر تا ۱۰۰ خودروسازی در کشور به بخش خصوصی واقعی واگذار نشود مشکلات موجود در صنعت خودرو به سهولت حل نخواهد شد.

وی با اشاره به مزایای خصوصی‌سازی بر صنعت خودروسازی کشور، تأکید کرد: با خصوصی‌سازی صنعت خودرو سبک و چابک می‌شود، از این رو معتقدم دولت باید از مدیریت و سهامداری شرکت‌های خودرویی دست برداشته و سهام خودروسازان را به بخش خصوصی واگذار کند.

وی خاطر نشان کرد: دولت باید تنها سیاست‌گذاری کرده و مشکلات را ریشه‌یابی کند و با ارائه راهکارهای حمایتی و اعمال سیاست‌ها، منافع تولیدکننده و مصرف‌کننده را در این بسته سیاستی ببیند.

نماینده وزیران در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: تا زمانی که دست دولت در مجموعه‌های تولیدی، صنعتی و خودرویی است این مشکلات در خودروسازی کشور ادامه خواهد داشت.

عزیزی افزود: بی‌تردید با خصوصی‌سازی واقعی در صنعت خودرو فساد و رانت نیز از بین خواهد رفت.

وی با اشاره به اهمیت اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، تأکید کرد: اصل ۴۴ قانون اساسی اصل خوبی است اما متأسفانه نحوه اجرایی آن در این مدت صحیح نبوده و به خوبی نیز اجرایی نشده است، چنانچه خروجی آن نشان می‌دهد واحدهایی که واگذار شده و اصل ۴۴ روی آنها اعمال شده نه خصوصی است و نه دولتی است بلکه خصلتی بوده، چنانچه امروز شرایط این واحدها نسبت به گذشته بدتر شده است.

وی افزود: امید است این روند به درستی در صنعت خودرو اجرایی شود، البته البته مجلس نیز پیگیر است و انشاءالله با واگذاری واحدها به بخش خصوصی و حمایت از بخش خصوصی به شکل کارشناسی شده شاهد رونق تولید و صنعت خودرو در کشور باشیم.

رای دیوان عدالت اداری از هفته آینده اجرایی می‌شود؟



بیش از یک ماه از اعلام تعرفه‌های جدید واردات خودرو و از سوی دولت نگذشته بود که نمایندگان مجلس شورای اسلامی به‌ویژه کمیسیون اصل ۹۰ هم‌زمان با آشفته‌بازار وارداتی‌ها به فکر سروسامان دادن به این موضوع افتادند. نمایندگان در نیمه‌های بهمن موفق به کسب امضای ۲۱۷ نماینده برای تهیه طرح دوفوریتی با هدف کاهش تعرفه خودروهای وارداتی شدند.

رئیس انجمن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودروی کشور گفت مثلث سه‌گانه بهره بانکی، نرخ ارز و تورم هر وقت کنترل شد و در سطح استانداردهای بین‌المللی شد، می‌توانیم صنعت رقابت‌گذاری داشته باشیم.

به گزارش نصر، محمدرضا نجفی‌منش صنعت خودروسازی را یکی از مهم‌ترین بخش‌های مؤثر در رشد اقتصادی کشور دانست و گفت: در دو سال گذشته که رشد اقتصادی کشور مثبت بوده، یکی از عوامل بسیار مؤثر آن صنعت خودروسازی بوده است و هر وقت که رشد منفی داشته‌ایم، باز هم افول صنعت خودرو از مهم‌ترین عامل‌های آن بوده است.

وی با بیان اینکه صنعت نفت و خودروسازی در کشور دو صنعت بسیار مهم در اقتصاد کشور هستند، گفت: اگر دقت کنیم دشمنان دانا و دوستان نادان هم به صنعت خودرو حمله می‌کنند. الان صنعت خودروسازی ما دارد وارد فاز جدیدی می‌شود، تا

رئیس انجمن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودروی کشور گفت: این که دولت باید از ابتدای هفته آینده رای دیوان عدالت اداری را اجرایی کند، گفت: ترخیص خودروهای وارداتی با تعرفه‌های قبلی، ۳۰ تا ۴۰ درصد کاهش قیمت خواهند داشت.

رئیس انجمن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودروی کشور گفت: این که دولت باید از ابتدای هفته آینده رای دیوان عدالت اداری را اجرایی کند، گفت: ترخیص خودروهای وارداتی با تعرفه‌های قبلی، ۳۰ تا ۴۰ درصد کاهش قیمت خواهند داشت.

رئیس انجمن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودروی کشور گفت: این که دولت باید از ابتدای هفته آینده رای دیوان عدالت اداری را اجرایی کند، گفت: ترخیص خودروهای وارداتی با تعرفه‌های قبلی، ۳۰ تا ۴۰ درصد کاهش قیمت خواهند داشت.

رئیس انجمن نیرو محرکه و قطعه‌سازان خودروی کشور گفت: این که دولت باید از ابتدای هفته آینده رای دیوان عدالت اداری را اجرایی کند، گفت: ترخیص خودروهای وارداتی با تعرفه‌های قبلی، ۳۰ تا ۴۰ درصد کاهش قیمت خواهند داشت.

رسیده‌اند که قانونی در این باره وضع شود تا هر روز با بخشنامه شاهد وضعیت نابسامان این بازار نباشیم، افزود: این طرح دو فوریتی در معاونت قوانین مجلس در حال سیرری کردن مراحل قانونی خود است تا به هیأت‌رئیسه ارجاع شود.

وی در تشریح مفاد این طرح دو فوریتی ادامه داد: یکی از مفاد این طرح این است که سقف تعرفه خودروهای وارداتی ۵۵درصد باشد و بسته به

قیمت و حجم موتور و مایقی مولفه‌هایی که باید در نظر گرفته شود حداکثر ۵۵ درصد باشد اما هم‌اکنون دولت ۷۵ درصد را پیشنهاد داده است.

قلمی‌نسب دربراره زمان رسیدگی به موضوع تعرفه خودرو در هیأت عمومی دیوان عدالت اداری نیز گفت: برای رسیدگی به موضوع تعرفه اساس قانون شعبه صادرکننده دستور موقت پس از صدور دستور موقت، برای رسیدگی به اصل موضوع، پرونده مربوطه را

قیمت و حجم موتور و مایقی مولفه‌هایی که باید در نظر گرفته شود حداکثر ۵۵ درصد باشد اما هم‌اکنون دولت ۷۵ درصد را پیشنهاد داده است.

قلمی‌نسب دربراره زمان رسیدگی به موضوع تعرفه خودرو در هیأت عمومی دیوان عدالت اداری نیز گفت: برای رسیدگی به موضوع تعرفه اساس قانون شعبه صادرکننده دستور موقت پس از صدور دستور موقت، برای رسیدگی به اصل موضوع، پرونده مربوطه را

قیمت و حجم موتور و مایقی مولفه‌هایی که باید در نظر گرفته شود حداکثر ۵۵ درصد باشد اما هم‌اکنون دولت ۷۵ درصد را پیشنهاد داده است.

به هیأت عمومی ارسال می‌کند و هیأت عمومی هم طبق تشریفات و سازوکارهای خاص خود تبادل لایحه انجام می‌دهد و در کمیسیون تخصصی با دقت رسیدگی می‌شود و اگر اکثریت مطلق اعضای کمیسیون تخصصی رای به ورود شکایت دادند موضوع جهت تصمیم نهایی برای طرح در جلسه هیأت عمومی همراه با نظر هیأت تخصصی ارسال می‌شود.

قیمت و حجم موتور و مایقی مولفه‌هایی که باید در نظر گرفته شود حداکثر ۵۵ درصد باشد اما هم‌اکنون دولت ۷۵ درصد را پیشنهاد داده است.

قلمی‌نسب دربراره زمان رسیدگی به موضوع تعرفه خودرو در هیأت عمومی دیوان عدالت اداری نیز گفت: برای رسیدگی به موضوع تعرفه اساس قانون شعبه صادرکننده دستور موقت پس از صدور دستور موقت، برای رسیدگی به اصل موضوع، پرونده مربوطه را

قیمت و حجم موتور و مایقی مولفه‌هایی که باید در نظر گرفته شود حداکثر ۵۵ درصد باشد اما هم‌اکنون دولت ۷۵ درصد را پیشنهاد داده است.

قلمی‌نسب دربراره زمان رسیدگی به موضوع تعرفه خودرو در هیأت عمومی دیوان عدالت اداری نیز گفت: برای رسیدگی به موضوع تعرفه اساس قانون شعبه صادرکننده دستور موقت پس از صدور دستور موقت، برای رسیدگی به اصل موضوع، پرونده مربوطه را

قیمت و حجم موتور و مایقی مولفه‌هایی که باید در نظر گرفته شود حداکثر ۵۵ درصد باشد اما هم‌اکنون دولت ۷۵ درصد را پیشنهاد داده است.

قیمت و حجم موتور و مایقی مولفه‌هایی که باید در نظر گرفته شود حداکثر ۵۵ درصد باشد اما هم‌اکنون دولت ۷۵ درصد را پیشنهاد داده است.

بودجه ۹۷ و فرصت ویژه برای بحران خودروهای فرسوده

یکی از طرح‌هایی که می‌تواند تقاضای گواهی اسقاط در کشور را افزایش دهد، یکی از بندهای بودجه ۹۷ است که بر اساس آن واردکنندگان قطعات خودرو موظف می‌شوند به ازای واردات هر ۲۰ هزار دلار قطعات خودروی وارداتی، یک گواهی اسقاط تهیه کنند.

به گزارش کارپرس، تأثیر خودروهای فرسوده بر آلودگی هوا دیگر بر کسی پوشیده نیست و تمام مسئولان مربوطه اذعان دارند که بهبود آلودگی هوای کلاتشهرها از مسیر اسقاط وسایل نقلیه فرسوده به ویژه دیزلی‌های فرسوده می‌گذرد. اگر اکنون فکری برای اسقاط این خودروها نشود، با توجه به روند رو به افزایش تعداد وسایل نقلیه فرسوده، در سال‌های بعد شاهد بفرنج‌تر شدن اوضاع آلودگی هوا خواهیم بود. اما در مسیر اسقاط خودروهای فرسوده یک خلاء مهم وجود دارد که عامل اصلی عدم رونق اسقاط در کشور است. برای این که مشخص شود این حلقه مقفوده در کجا قرار دارد خوب است ابتدا نگاهی به چرخه اسقاط خودروی فرسوده در کشور بیندازیم.

وقتی مرکز اسقاطی، یک خودرو فرسوده را از دارنده آن می‌خرد، پس از اسقاط باید بتواند گواهی اسقاط آن خودرو را بفروشد و اگر این اتفاق نیفتد، مرکز اسقاط نمی‌تواند به کار خود ادامه دهد. در حال حاضر تنها خریداران گواهی اسقاط از مراکز اسقاط واردکنندگان خودرو هستند. طبق قانون، واردکنندگان خودرو موظف هستند که برای هر خودروی وارداتی براساس میزان مصرف سوخت آن، بین ۲ تا ۸ گواهی اسقاط از مراکز اسقاط تهیه کنند. تصویب این قانون باعث شد خون تازه‌ای به

رگ‌های صنعت اسقاط کشور وارد شود و آمار اسقاط خودروی فرسوده کشور را تا ۳۱۱ هزار در سال ۹۳ افزایش دهد. اما وابسته کردن اسقاط خودروهای فرسوده به واردات خودرو تبعات نامناسبی دارد، به‌طور مثال شاهد آن بودیم که در مدت شش ماهی که سایت ثبت سفارش واردات خودرو بسته بود - و در نتیجه آن میزان واردات خودرو کاهش پیدا کرده بود- دیدیم که میزان اسقاط خودروهای فرسوده نیز با کاهش شدیدی روبه‌رو شد. هم‌اکنون نیز مراکز اسقاط به دلیل نداشتن تقاضای گواهی اسقاط با ۱۰ درصد ظرفیت خود در حال کار کردن هستند.

از طرفی با فرض ثبات تقاضا از طریق واردات نیز این مقدار هنوز با نیاز کشور فاصله دارد، به‌ویژه آن که در سال‌های بعد موج نیاز به گواهی اسقاط به صورت قابل توجهی افزایش می‌یابد. این مسئله زمانی اهمیت دوچندان می‌یابد که تیراژ خودروهای تولیدی طی سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۵ که بر اساس قانون طی سال‌های آینده به فرسودگی می‌رسند، بررسی شوند.

نانوبوشنی برای افزایش مقاومت به خوردگی قطعات خودرو عرضه شد

یک شرکت خارجی برای بهبود قطعات خودرو، نانومحصولی به بازار ارائه کرده که استفاده از آن می‌تواند مقاومت به خوردگی قطعات خودرو را افزایش دهد. به گزارش گروه دانشگاه خبرگزاری دانشجو، شرکت تراک لایت (Truck-Lite) که در حوزه تولید چراغ، آیینه و سامانه‌های ارتباطی برای استفاده در حوزه‌های مختلف نظیر خودرو فعالیت دارد، اخیراً نانومحصول جدیدی در بخش دی‌الکترونیک تولید و به بازار عرضه کرده است. این نانومحصول براساس فناوری nGlide ساخته شده که پتنت مربوط به آن در حال ثبت است. این محصول به‌گونه‌ای مهندسی شده که بتواند خواص ضدخوردگی داشته و مانع از تحلیل سطح در اثر مجاورت با رطوبت شود. وجود ترکیبات موجود در آن مجاورت با رطوبت شرایط را برای خوردگی تسهیل می‌کند.

این نانومحصول در پاسخ به نیاز رو به افزایش در بخش مواد ضدخوردگی عرضه شده است. در حال حاضر نیاز زیادی برای ارائه محصولاتی وجود دارد که بتوانند شرایط سخت محیطی را تحمل کرده و از آسیب‌های حاصل از خوردگی مصون بمانند. براد فان ریبر، قائم‌مقام شرکت تراک لایت، معتقد است با سخت‌تر شدن شرایط محیطی و افزایش احتمال خوردگی، محصولات نیز باید برای مقابله با این شرایط، آمادگی بیشتری داشته باشند.

فان ریبر می‌گوید: «این نانومحصول می‌تواند به شدت میزان بروز مشکلات الکتریکی، خوردگی و اکسیدشدن را در محصولات کاهش دهد. با این کار، عمر محصول نهایی افزایش یافته و قطعات الکتریکی می‌توانند عملکرد بهتری داشته باشند.» این شرکت نانومحصول سری nanoSeal را نیز در لیست فروش انحصاری خود قرار داده که به صورت اسپری و ژل است و می‌توان آن را روی باتری، چراغ و موتور خودرو اعمال کرد. از دیگر محصولات این شرکت می‌توان به nanoShell اشاره کرد که نوعی رنگ روی لعاب است. این نانومحصول برای محافظت از ترمینال باتری و دیگر نقاط تماس، قابل استفاده است. هر دو محصول nanoSeal و nanoShell دارای خواص آبرگری بسیار بالایی بوده و قابلیت کارکرد در دماهای منفی ۴۰ درجه فارنهایت تا منفی ۴۰۰ درجه فارنهایت را دارا هستند.

این شرکت نانومحصول سری nanoSeal را نیز در لیست فروش انحصاری خود قرار داده که به صورت اسپری و ژل است و می‌توان آن را روی باتری، چراغ و موتور خودرو اعمال کرد. از دیگر محصولات این شرکت می‌توان به nanoShell اشاره کرد که نوعی رنگ روی لعاب است. این نانومحصول برای محافظت از ترمینال باتری و دیگر نقاط تماس، قابل استفاده است. هر دو محصول nanoSeal و nanoShell دارای خواص آبرگری بسیار بالایی بوده و قابلیت کارکرد در دماهای منفی ۴۰ درجه فارنهایت تا منفی ۴۰۰ درجه فارنهایت را دارا هستند.

این شرکت نانومحصول سری nanoSeal را نیز در لیست فروش انحصاری خود قرار داده که به صورت اسپری و ژل است و می‌توان آن را روی باتری، چراغ و موتور خودرو اعمال کرد. از دیگر محصولات این شرکت می‌توان به nanoShell اشاره کرد که نوعی رنگ روی لعاب است. این نانومحصول برای محافظت از ترمینال باتری و دیگر نقاط تماس، قابل استفاده است. هر دو محصول nanoSeal و nanoShell دارای خواص آبرگری بسیار بالایی بوده و قابلیت کارکرد در دماهای منفی ۴۰ درجه فارنهایت تا منفی ۴۰۰ درجه فارنهایت را دارا هستند.

این شرکت نانومحصول سری nanoSeal را نیز در لیست فروش انحصاری خود قرار داده که به صورت اسپری و ژل است و می‌توان آن را روی باتری، چراغ و موتور خودرو اعمال کرد. از دیگر محصولات این شرکت می‌توان به nanoShell اشاره کرد که نوعی رنگ روی لعاب است. این نانومحصول برای محافظت از ترمینال باتری و دیگر نقاط تماس، قابل استفاده است. هر دو محصول nanoSeal و nanoShell دارای خواص آبرگری بسیار بالایی بوده و قابلیت کارکرد در دماهای منفی ۴۰ درجه فارنهایت تا منفی ۴۰۰ درجه فارنهایت را دارا هستند.

این شرکت نانومحصول سری nanoSeal را نیز در لیست فروش انحصاری خود قرار داده که به صورت اسپری و ژل است و می‌توان آن را روی باتری، چراغ و موتور خودرو اعمال کرد. از دیگر محصولات این شرکت می‌توان به nanoShell اشاره کرد که نوعی رنگ روی لعاب است. این نانومحصول برای محافظت از ترمینال باتری و دیگر نقاط تماس، قابل استفاده است. هر دو محصول nanoSeal و nanoShell دارای خواص آبرگری بسیار بالایی بوده و قابلیت کارکرد در دماهای منفی ۴۰ درجه فارنهایت تا منفی ۴۰۰ درجه فارنهایت را دارا هستند.

این شرکت نانومحصول سری nanoSeal را نیز در لیست فروش انحصاری خود قرار داده که به صورت اسپری و ژل است و می‌توان آن را روی باتری، چراغ و موتور خودرو اعمال کرد. از دیگر محصولات این شرکت می‌توان به nanoShell اشاره کرد که نوعی رنگ روی لعاب است. این نانومحصول برای محافظت از ترمینال باتری و دیگر نقاط تماس، قابل استفاده است. هر دو محصول nanoSeal و nanoShell دارای خواص آبرگری بسیار بالایی بوده و قابلیت کارکرد در دماهای منفی ۴۰ درجه فارنهایت تا منفی ۴۰۰ درجه فارنهایت را دارا هستند.



تلاش بنیاد گیتس برای تو

می‌کنند، سرمایه‌گذاری خواهد کرد. ملیندا گیتس از جوامع مختلف و ملاقات با مردم سراسر جهان سیستم‌اتیک برای معضل نادیده‌انگاری زنان و نمی‌کنیم. بنیاد گیتس به‌منظور آغاز این برنامه در بازار، اطمینان از دسترسی آنها به خدمات کمک به خودشان» متمرکز کرده است. به‌عنوان محصولات خود را منصفانه قیمت‌گذاری کنند و

بنیاد خیریه ملیندا و بیل گیتس در حرکت بعدی خود، روی توانمندسازی زنان فعال اقتصادی و حمایت از جایگاه عادلانه آنان در بازار متمرکز خواهد شد. به گزارش زومیت بنیاد بیل و ملیندا گیتس که تاکنون زمان و منابع بسیار زیادی را به اهداف بهداشتی و سلامت جهانی اختصاص داده، حالا در دوران #MeToo و Time's Up (جنبش‌هایی که علیه آزار جنسی فعالیت می‌کنند)، مأموریت خود را به سمت دیگری متمرکز کرده است. ملیندا گیتس در مقاله‌ای که در کوارتز منتشر شد، اعلام کرد که این بنیاد در طول چهار سال آینده ۱۷۰ میلیون دلار روی کمک به زنانی که در عرصه‌های اقتصادی فعالیت

دبیرکل کمیسیون ملی یونسکو در ایران عنوان کرد

وجود ۴۲ پارک فناوری در کشور، زمینه‌ای برای توسعه نوآوری

وی، علم و دانش همیشه از طریق تعامل و تبادل گسترش پیدا می‌کند و بر این اساس بسیاری از کشورها به سوی ایجاد اشکال جدیدی از فعالیت علم و فناوری سوق داده شده‌اند و شیوه‌های خلاقانه‌ای از همکاری میان کشورهای

جنوب نیز در حال توسعه است. دبیرکل کمیسیون ملی یونسکو در ایران با بیان اینکه همه ما بر این باوریم که در زمان معاصر اقتصاد دانش‌بنیان پایه و اساس برنامه‌های توسعه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود، خاطرنشان کرد: در چنین اقتصادی که بر محور دانایی شکل گرفته است، همکاری میان دانشگاه و صنعت برای استفاده از منابع علم و فناوری حیاتی است. قیداری با تأکید بر اینکه توانایی رقابت کشورها در اقتصاد جهانی و پاسخگویی به چالش‌های موجود نیازمند انتقال مهارت‌های پایه به جوانان دارد، خاطرنشان کرد: یونسکو از دیرباز به این موضوع توجه



دبیرکل کمیسیون ملی یونسکو در ایران با اشاره به ایجاد ۴۲ پارک فناوری در کشورمان گفت ۱۶ مورد از این پارک‌ها در یونسکو ثبت شده است که می‌تواند ظرفیت خوبی برای توسعه پژوهش و ایجاد نوآوری به شمار رود.

به گزارش ایسنا، دکتر سعیدالله قیداری با ارسال پیامی به بیستمین کنفرانس سراسری همکاری‌های دولت، دانشگاه و صنعت برای توسعه ملی علم، فناوری و نوآوری را از محرک‌های اصلی پیشرفت پایدار، صنعتی، اجتماعی و اقتصادی دانست و افزود: نوآوری تنها عاملی برای رشد اقتصادی و گسترش فرصت‌های رقابت‌جویی نیست بلکه باید آن را به عنوان عامل اصلی تحقق همبستگی اجتماعی، ایجاد فرصت‌های برابر در دستیابی به علم و فناوری و فقرزدایی نیز تلقی کرد. وی با بیان اینکه یافتن راه‌حل برای چالش‌های امروز فقط در سایه نوآوری، پژوهش علمی و هوش و استعداد بشری امکان‌پذیر است، ادامه داد: علم

بهترین سرمایه ما برای حمایت از پیشرفت فراگیر و منصفانه است؛ ضمن آنکه با توجه به محدودیت‌های بیوفیزیکی کره زمین و عدم قطعیت موجود نیز بهترین سرمایه ما برای استقرار پایداری در جهان به شمار می‌آید. به گفته

در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران

تیم‌های استارت‌آپی یادگیری الکترونیکی حمایت می‌شوند

رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه تهران گفت: بنا داریم با برگزاری استارت‌آپ‌هایی در حوزه آموزش الکترونیکی در سال آینده از آنها حمایت کنیم. به گزارش مهر، عباس زارعی، رئیس پارک علم و فناوری دانشگاه تهران در خصوص اهمیت تقویت تکنولوژی‌های جدید گفت: رشد عمومی در تکنولوژی‌های جدید نیاز به ایجاد زیرساخت در رشد افقی دارد. وی اظهار کرد: در رشد افقی تکنولوژی یادگیری الکترونیکی، زیرساخت‌هایی باید وجود داشته باشند تا بتوان آن را به عنوان یک فناوری جدید به سمت پیشرفت هدایت کرد.



یادداشت

ضرورت تغییر نظام آموزشی کشور

بر پایه تربیت دانش‌آموزان کسب و کار آفرین

سال‌های آینده فراهم کنند. دانش‌آموز تابعی از سیستم‌های آموزشی از جمله معلم است تا آنچه را او می‌گوید از دل و جان قبول کند و آن را فراگیرد و با شوق و ذوق ادامه دهد. هیچ‌گاه یاد نمی‌رود که وقتی در دوران راهنمایی با کتاب حرفه‌وفن (نظام آموزشی قدیم) آشنا شدم با چه شوق و ذوقی آمادگی لازم برای انجام آزمایش‌های مختلف را داشتم و حتی بلافاصله بعد از آمدن به خانه قبل از هر چیز به فکر انجام آزمایش‌هایی بودم که به تازگی یاد گرفته بودم. روشن شدن یک لامپ با کلید برق معمولی و نیم‌متر سیم آنچنان شوقی در من برمی‌انگیخت که ساعت‌ها با این وجد و شور زندگی می‌کردم. یا وقتی به شکل مستقیم و کارگاهی با قطعات اتومبیل آشنا شدم دست از پا نمی‌شناختم و باید شکرگزار معلمانی باشم که با تسلط و احاطه کامل به درستی دروس را آموزش می‌دادند. گرچه در سال آینده با معلمی روبه‌رو شدیم که نه‌تنها دانش لازم را برای آموزش نداشت بلکه نمی‌توانست در ما ایجاد انگیزه کند. از این رو مربی و معلم می‌تواند نقش مهم و اساسی در معرفی انواع کسب‌وکارها داشته باشد مشروط به اینکه خود نیز علاقه‌مند به شیوه‌های مختلف کسب‌وکار باشد. ۵: آزمایشگاه‌ها و کارگاه‌ها نیز در سیستم نظام آموزشی جدید می‌توانند بسیار مهم باشند. در سیستم نظام آموزش جدید قرار بر این است تا دانش‌آموز از نزدیک با کسب و کار آشنا شوند و آنها را به‌خوبی لمس کنند، اگر طرح کاد شهید رجایی در ایران به درستی اجرا می‌شد شاید امروز وضعیت کسب‌وکار به گونه‌ای دیگر بود و می‌توانستیم در بخش‌هایی با رشد و توسعه روبه‌رو باشیم. امروز دانش‌آموز حتی فارغ‌التحصیل رشته مکانیک از دانشگاه با قطعات و سیستم اتومبیل آشنا نیست و حتی حضور آنها در برخی نمایندگی‌های اتومبیل صرفاً نمایشی است. برای اینکه این گروه از نزدیک و به تجربه با این نوع از کسب‌وکار آشنا نشوند. اگر آزمایشگاه‌ها و کارگاه‌های مجهز به وسایل و امکانات کافی و جدید باشند می‌توانند ذهن فعال دانش‌آموز را با شیوه‌های مختلف کسب‌وکار آشنا کنند و راهی برای شروعی دوباره و نو بکشایند.

در حال حاضر برخی کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌های مدارس نمی‌توانند جوابگوی نیازهای دانش‌آموزان باشند اما با تغییر سیستم نظام آموزشی طبعاً تعریف و مصداق جدیدی از کارگاه‌ها و آزمایشگاه‌ها به دست می‌آید و دستاوردهای جدیدی نیز حاصل خواهد شد. زمان و مکان نیز می‌تواند در سیستم نظام آموزش جدیدی که بر پایه کسب و کار شکل گرفته متفاوت از سیستم نظام سنتی باشد. دانش‌آموز در یک زمان مشخص به دنبال کسب علم و دانش است اما دانش‌آموز باید به گونه‌ای در این سیستم آموزشی تربیت شود که بتواند از تمامی ظرفیت‌ها زمانی برای آشنایی دنیای کسب‌وکار و بازاریابی آن فعالیت کند. از این رو الزام به حضور در کلاس‌های مدیری در این سیستم جدید نمی‌تواند گره‌گشا باشد، دانش‌آموز باید در زمان‌های مختلف و در مکان‌های متفاوت با نظام‌های کسب‌وکار آشنا شود و آنها را باید در محل کسب‌وکار با گوشت و پوست و چشم و گوش و عقل و جانش درک کند تا ملکه ذهن او شود و بتواند آنها را به صورت عملی در کسب و کار به کار گیرد. اگر به فکر اصلاح و ترمیم ساختار نظام کسب و کار در ایران هستیم، نباید تغییر سیستم نظام آموزشی در جهت آشنایی با دنیای کسب و کار را فراموش کنیم. سیستم نظام آموزشی عامل تعیین‌کننده‌ای در بهبود وضعیت اقتصادی است. اگر چه ثمره این تغییر و تحول نیازمند زمان است اما پس از حداقل دو دهه با جمعیتی از افراد روبه‌رو می‌شویم که می‌توانند تغییری بنیادی در نظام کسب‌وکار به وجود آورند. امروزه همه دانش‌آموزان با دنیای تکنولوژیک تلفن همراه آشنا هستند اما آموزش استفاده درست از این ابزار در جهت تولید و تجارت می‌تواند مقدمه‌ای برای ورود حرفه‌ای آنان به دنیای کسب و کار باشد.

محمدرضا محمدی

کارشناس اقتصادی

یکی از مشکلات موجود در نظام اقتصادی ایران فعال نبودن آموزش کسب‌وکار در سیستم نظام آموزشی است. سیستم نظام آموزشی می‌تواند پایه و اساس شکل‌گیری نظام کسب و کار در سال‌های آینده باشد. در کشورهای توسعه‌یافته کودکان و نوجوانان از مقاطع تحصیلی مختلف با شیوه‌های مختلف و سیستم‌های موجود در کسب و کار آشنا می‌شوند و می‌توانند با آموزش مناسب، امکان مناسبی برای تولید و تجارت فراهم کنند.

در سیستم نظام آموزشی کودکان از طریق خواندن و فراگیری کتاب‌های درسی با دنیای بیرون آشنا می‌شوند. این آشنایی باید به گونه‌ای باشد که کودک از همان دوران آموزش احساس استقلال کند و بتواند راهی برای کسب درآمد فراهم کند. بنابراین کتاب‌های آموزشی و مربیان و معلمان نقش مهمی در شکل‌گیری یک نظام منسجم کسب‌وکار دارند تا بتوانند آینده خود را براساس داده‌های آموزشی شکل دهند. اگر به فکر فردای روشن نظام کسب‌وکار هستیم از درجه سیستم نظام آموزشی رعایت برخی از موارد ضروری است:

الف: متولیان نظام آموزشی با تغییر و اصلاح سیستم آموزشی موجود می‌توانند دانش‌آموزان را از دوران کودکی و نوجوانی به شیوه‌های مناسب با سازوکارهای ساختار کسب‌وکار آشنا کنند و زمینه‌ها را برای فعال شدن ذهن آنها فراهم کنند. در حال حاضر سیستم نظام آموزشی در این زمینه فعال نیست و هیچ برنامه‌ای ندارد. شاید لازم باشد قبل از هر چیز مسئولان نظام آموزشی برای تغییر سیستم اقدام کنند.

ب: گام دوم پس از تغییر سیستم، طبعاً کتاب‌های آموزشی می‌تواند عامل مهمی برای آشنایی دانش‌آموزان با دنیای شورتانگیز کسب‌وکار باشد. به تناسب سن دانش‌آموزان می‌توان مطالب آموزشی مناسبی تهیه و تدوین کرد و این گروه فعال ذهنی را با دنیای کسب و کار آشنا کرد. این روزها وقتی از دانش‌آموزان سؤال می‌شود که در آینده می‌خواهی چه کاره شوی فقط به چند شغل کلیشه‌ای اشاره می‌کنند. پزشکی یا مهندس و یا معلم شدن و گاه خلبان شدن تنها تصویری است که دانش‌آموز از دنیای کسب و کار دارد. در صورتی که صدها و هزاران شغل وجود دارد که می‌توان ذهن دانش‌آموز را از طریق کتاب‌های آموزشی مناسب با آنها آشنا کرد. دانش‌آموز باید بداند در همین کشور یک گروهی لامپ تولید می‌کنند، گروهی تخته‌وایت‌برد، گروهی میز و صندلی، گروهی سنگ و سرامیک، گروهی شیشه و پنجره و گروهی فرش و گلیم، گروهی کاغذ و خودکار، گروهی کتاب و دفتر، گروهی عینک و لنز، گروهی دوچرخه و اتومبیل و... تولید می‌کنند. باید ذهن بسته آنها را به سمت تولید رهنمون کرد. دانش‌آموز وقتی با انواع تولید و شیوه‌های مختلف آشنا می‌شود بی‌تردید پس از مدتی علاقه‌مندی خود را به گروهی از فعالیت تولیدی نشان می‌دهد و همین آشنایی مقدمه‌ای برای ورود به دنیای کسب‌وکار پس از تحصیل می‌شود. تجربه هنرستان‌های قدیم با طرح کاد نشان می‌دهد که اگر زمینه‌ها فراهم می‌شود دانش‌آموز با توجه به ذهن فعال خود می‌تواند ارتباط خوبی با این دسته از آموزش‌های برقرار کند و کتاب‌های درسی را با اشتیاق بخواند.

ج: بی‌تردید در آشنایی دانش‌آموزان با نظام کسب‌وکار، مربیان و معلمان نقش مهم و ارزنده‌ای دارند و اگر مربی یا آموزش‌دهنده با این دنیای شورتانگیز تولید و تجارت آشنا نباشد طبعاً نمی‌تواند در دانش‌آموز ایجاد انگیزه کند.

مربیان می‌توانند با آموزش‌های لازم بسترها را برای تولید و تجارت در

توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های ایرانی

محور تعامل فناورانه با اتریش قرار می‌گیرد

بین‌المللی هموار می‌کند. این شرکت‌ها ضمن آنکه می‌توانند فناوری را از طرف خارجی دریافت و توسعه دهند، دانش فنی و توانمندی فناورانه خود را به دیگر کشورها صادر کنند. به‌طور خاص در حوزه بومی‌سازی موتور

سه سیلندر یورو ۶ میان اتریش و شرکت دانش‌بنیان ایرانی همکاری صورت گرفت، اما زمینه‌های بالقوه همکاری دو کشور فراتر است و باید در دیگر حوزه‌ها نیز همکاری‌ها توسعه یابد. رئیس بنیاد ملی نخبگان، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و بنیانگذاری توسط جوانانی که دانشگاه و مراکز علمی و پژوهشی خاستگاه آنان است، در کنار بهره‌مندی از نوآوری به عنوان ارزنده‌ترین سرمایه‌های مهم‌ترین ویژگی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی دانست و افزود: اقتصاد دانش‌بنیان با ظرفیت ۳۰ میلیون جوان خلاق ایران و بیش از ۴۷ میلیون

دانشجو، نقش‌آفرینی خود را در اقتصاد ایران آغاز کرده است و ماحصل این حرکت برای اقتصاد کشور، رونق و اشتغال‌زایی ۳۵۰۰ شرکت دانش‌بنیان و هزاران استارت‌آپ با فروش بیش از ۱۵ میلیارد دلار بوده است.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری گفت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های موفق ایرانی و ظرفیت بکر بازار حمل و نقل ایران، زمینه را برای همکاری فناورانه میان ایران و اتریش در حوزه حمل و نقل

الکترونیکی، خودروهای هوشمند و حمل و نقل هوایی فراهم کرده است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در دیدار با میشل‌اشترولگر، وزیر اقتصاد ایالت اتریش علیا (اوبراسترایش) با اشاره به ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های ایرانی برای همکاری فناورانه میان ایران و اتریش گفت: با توجه به ظرفیت بالقوه و بزرگ بازار ایران در حوزه حمل و نقل و حضور شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های ایرانی زمینه مساعدی برای توسعه بازار فناوری‌های اتریش و همکاری در حوزه حمل و نقل وجود

دارد. ستاری، پایه و محور همکاری فناورانه میان ایران و اتریش در حوزه حمل و نقل را شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی دانست و گفت: توسعه نسل جدید کارآفرینی در ایران به کمک این جوانان، راه را برای همکاری



در دانشگاه خلیج فارس برگزار می شود

کارگاه تخصصی «اینترنت اشیا و فرصت های کار آفرینی»

کارگاه تخصصی «اینترنت اشیا و فرصت های کار آفرینی» روز جمعه ۱۸ اسفندماه ۱۳۹۶ از ساعت ۹ تا ۱۳ در بوشهر برگزار می شود. با توجه به توسعه سریع تکنولوژی و نفوذ روزافزون آن در تمامی ابعاد زندگی انسان ها، لزوم همراهی و سازگاری با آن یک ضرورت است. امروزه با پیدایش مفهوم شهر هوشمند با موضوعی چون اینترنت اشیا روبه رو هستیم. با توجه به اینکه این تکنولوژی در ابتدای راه است و همچنین از سویی شهر بوشهر از سوی شورای عالی عتف به عنوان پایلوت شهر هوشمند در کشور انتخاب شده و حتی مقدمات مربوط به انتخاب مشاور و مجری طرح در حال انجام است، لذا لازم است متخصصان و کارآفرینان حوزه فناوری با این مفهوم و برخی از پروژه های اجرای آن در شهر بوشهر آشنا شوند.



یادداشت

رویکرد ما به تبلیغات چگونه باشد

نباید هاپی را در نظر گرفت؛ از دیدگاه چوبین کارشناس تبلیغ پایدها و نباید های تبلیغ با جاذبه طنز به شرح زیر است:

بایدها:

- ۱- مطالب طنز یا خنده آور باید مرتبط با کالا باشد.
- ۲- اوایل تبلیغ مخاطب را با طنز آشنا کنید و بعد اگر می توانید از آن خارج کنید.
- ۳- از طنز یا مطالب خنده آور برای بیان نقاط قوت کالا استفاده کنید.
- ۴- تبلیغ باید ملیح باشد نه مسخره.
- ۵- مطالب طنز یا خنده آور باید ساده و همه فهم باشد.
- ۶- پیام خنده و پیام تبلیغ باید یکبارچه باشد.

نبایدها:

- ۱- در تبلیغ، جوک یا لطیفه تعریف نکنید چون خیلی سریع بی مزه می شود.
- ۲- هیچ گاه کالا را به تمسخر و خنده نگیرید.
- ۳- از پایان بندی هایی که موجب تعجب مخاطب می شود، پرهیز کنید چون این اتفاق فقط یک بار شسبرین است و دفعات بعد برای مخاطب ماجرا معلوم می شود.
- ۴- مطلب طنز یا خنده آور نباید چندان سخت باشد که مخاطب نتواند به راحتی آن را درک کند.
- ۵- مطلب طنز یا خنده آور نباید کالا را تحت الشعاع قرار دهد.
- ۶- هر کجا که نمی دانید باید از چه جاذبه یا تیزی استفاده کنید، سریع سراغ تبلیغ طنز آلود و خنده آور نروید.

جاذبه ترس: بازار با بان برخی مواقع، در پیام های تبلیغاتی از جاذبه ترس استفاده می کنند تا از این طریق در مخاطب نگرانی به وجود آورند و آنها را تحریک به انجام یا عدم انجام کاری کنند. امروزه مطالعات نشان داده است که پیام های ترس آور می تواند اثربخش باشد مشروط بر این که کارشناس تبلیغ بدانند ترس چگونه عمل می کند. کارشناس تبلیغ قبل از استفاده از تبلیغ با جاذبه ترس باید از نحوه عمل این نوع تبلیغ، میزان استفاده از آن و واکنش های متفاوت مخاطبان نسبت به آن اطلاع حاصل کند. همچنین در تبلیغ با محتوای ترس هنگامی که در پیام، توصیه های خاص یا اقدام های ویژه ای برای فرد ارائه می شود به بهترین نحو تأثیر می گذارد.

برای اینکه تبلیغ با محتوای ترس اثربخش شود، پیام تبلیغ باید یک یا چند مورد از انواع اطلاعات زیر را در برگیرد. این اطلاعات به قرار زیر است:

- ۱- دستورالعمل و توصیه های خاص در خصوص این که چگونه باید با موضوع ترس آور روبه رو شده یا آن را کاهش داد.
- ۲- عنوان شود که چگونه رعایت اصول مزبور مشکل را حل خواهد کرد.
- ۳- از ارائه پیام های ترس آور خودداری شود؛ زیرا ترس بالا در مخاطب نتیجه منفی مغایر با آنچه مورد نظر ارائه کننده پیام است می گذارد.

۴- به مخاطبانی که از سطح آگاهی اندکی برخوردارند یا عزت نفس کمی دارند، پیام های بسیار رعب آور نباید ارائه شود.

۵- مشکل باید به سرعت در تبلیغ حل شود تا نگرانی مخاطب سریع کاهش یابد.

جاذبه اخلاقی:

این نوع جاذبه بر تشخیص مخاطبان درباره درست یا غلط بودن چیزی تکیه می کند. از جاذبه اخلاقی وقتی استفاده می شود که هدف، وادار کردن مردم به حمایت و طرفداری از پارای از مسائل اجتماعی است.

منبع: modir.biz

به علت هزینه بالای تبلیغات در دنیای امروز مدیریت آن بسیار اهمیت می یابد و تبلیغات هدفمند و با استراتژی های از پیش تعیین شده فرآیند فروش و برندینگ را تسهیل می کند، اما توجه به اهداف تبلیغات و دوراندیشی نسبت به نتایج آن یکی از مهم ترین گام ها قبل از اجرایی شدن آن است. در ادامه راه حل هایی را برای ارائه تبلیغات هدفمند ارائه می دهیم:

اولین قدم برای تهیه آگهی، جمع آوری اطلاعات لازم برای نوشتن متن آگهی است. اطلاعاتی را که تهیه کننده آگهی باید در مورد کالا یا خدمات به دست آورد با پاسخ دادن به شش پرسش زیر می توان کسب کرد:

- اطلاعات دقیق محصول و خدمات چیست؟
- با چه کیفیتی ارائه می شود و چه مزیت خاصی دارد؟
- چه کاربردی برای مشتری دارد؟
- چگونه با کالای رقیب مقایسه می شود؟
- قیمت کالا چقدر است و در بازار چه جایگاهی دارد؟
- حقایق مهم درباره خریداران احتمالی؟

دومین قدم کسب اطلاعاتی درباره مصرف کنندگان کالای مورد نظر است. تهیه کننده آگهی می تواند با پاسخ به چهار پرسش زیر، اطلاعاتی در مورد مصرف کننده کسب کند:

- جامعه هدف این تبلیغات چه کسانی هستند؟
- بازه سنی مصرف کنندگان ما کدام است؟
- برای کارآمد بودن تبلیغات، اطلاعات باید برای چه بازه سنی ارائه شود؟
- چه کسانی در تصمیم خرید نفوذ دارند؟

گام سوم بررسی قالب زندگی افرادی است که مشتریان آینده ما هستند، پس به تناسب سبک زندگی و قدرت خرید آنها به سراغ طراحی تبلیغات می رویم.

گام چهارم تحلیل اطلاعات جمع آوری شده و تصمیم گیری نهایی است که باز ارزش ترین مرحله مدیریت تبلیغات است.

پس از اینکه تصمیم گرفته شد از چه موضوعی در تبلیغ باید استفاده شود نوبت به آن می رسد که مشخص کنیم پیام و منبع پیام باید دارای چه ویژگی هایی باشند. منبع پیام به طور خلاصه باید ویژگی های زیر را دارا باشند:

- ۱- اعتبار منبع
- ۲- جذابیت فیزیکی و ظاهری
- ۳- مورد علاقه مخاطب بودن
- ۴- معنادار بودن منبع.

گام بعدی در تهیه آگهی تبلیغاتی استفاده از جاذبه های تبلیغاتی در پیام تبلیغی است؛ هر پیام تبلیغاتی برای اینکه بتواند مخاطب را به سوی محتوای پیام خود جلب کند، از یک نوع جاذبه استفاده می کند.

متداول ترین جاذبه هایی که در پیام های تبلیغاتی مورد استفاده قرار می گیرد عبارتند از:

جاذبه منطقی: در جاذبه منطقی به طور مشخص و صریح مزایای کالا، خود کالا، ویژگی های آن و ... عنوان و از پرداختن به مسائل و موضوع های حاشیه ای خودداری می شود. پیام هایی که کیفیت، صرفه جویی، فایده و کاربرد کالا را نشان می دهد از جمله پیام هایی است که در آنها از جاذبه های منطقی استفاده شده است.

جاذبه خنده و طنز: تبلیغاتی که با محتوای خنده ارائه می شود، در زمره تبلیغاتی است که بهتر از همه شهرت یافته و در بین تبلیغاتی که به نمایش درمی آید بیشتر از بقیه به یاد می ماند و در مورد آن صحبت می شود. در بهره گیری از جاذبه خنده و طنز در تهیه آگهی باید، باید و



وانمندسازی زنان جهان

س نوشت: هر چه زمان بیشتری را صرف بازدید می کنم، بیشتر مطمئن می شوم که اگر راه حلی دختران نیابیم، هرگز به اهداف مان دست پیدا نمی کنیم. سرمایه خود را روی «تسهیل فعالیت زنان مالی و همچنین قدرت بخشیدن به آنها برای ان مثال این طرح به زنان کشاورز کمک می کند صنعتی سازماندهی شده داشته باشند که از طریق آن، قدرت قیمت گذاری خود را تقویت کنند. به علاوه به زنان هند و تانزانیا کمک می کند حساب های دیجیتالی افتتاح کنند که خودشان (و نه شوهران شان) کنترل این حساب ها را در دست خواهند داشت. یکی دیگر از اهداف برنامه فوق حمایت از گروه های زنانی است که زنان دیگر را آموزش می دهند. تحقیقات متعددی نشان می دهد که یکی از بهترین و امیدبخش ترین روش های دستیابی به برابری جنسیتی، تأمین سرمایه زنان کارآفرین از طریق میکرو کردیت ها و توانمندسازی اقتصادی دختران است. همانطور که گیتس در این مقاله می نویسد: وقتی پول در دست زنانی باشد که قدرت و دانش استفاده از آن را دارند، همه چیز تغییر می کند.

عضو شورای شهر تهران:

استارت آپ ها افزایش رضایت عمومی را به همراه دارند

کمک کننده هستند. عضو شورای شهر تهران تأکید کرد: بحران های متعددی در شهر و کشور پیش روی ما است و از این رو این روزها توجه به استارت آپ ها برای حل مشکلات اهمیت بسزایی دارد و باید به سوی آن حرکت کنیم. به گفته وی، بحران های متعددی که در شهر و کشورمان پیش روی ما است، نشان می دهد توجه به استارت آپ ها یک ضرورت برای حل مشکلات است و یکی از ضرورت های حرکت به سوی استارت آپ ها درخواست مکرر شهروندان از سیستم مدیریت شهری برای بالابردن استانداردهای خدمات شهری است که راه حل آن حرکت به سوی شهر دیجیتالی است. فراهانی گفت: رویکرد اصلی شهرداری تهران در دور جدید فعالیت ها و شورای پنجم توجه و حرکت به سوی شهر هوشمند است، راهی به جز رفتن به سمت شهر هوشمند و استارت آپ ها نداریم.



و امروز باید به سمت تحول دیجیتال شهر حرکت کنیم. در این راستا معتقدم به میزانی که به سمت مشارکت مردم و نیروهای خلاق می رویم به همان میزان هم می توان مشکلات را حل کرد.

رئیس سازمان امور دانشجویان:

مسابقات روباتیک زمینه ساز کار آفرینی و آشنایی با کسب و کار می شود

صادق نژاد خاطر نشان کرد: در بخش دانش آموزی ۲۶ مقام اصلی در لیگ های مختلف و ۹ مقام در رقابت های فنی انتخاب شدند. رئیس کمیته ملی فیبا با اشاره به برگزیدگان بخش دانشجویی گفت: در این بخش ۱۴ مقام اول تا سوم لیگ های مختلف برگزیده شدند.

در ادامه مجتبی صدیقی، رئیس سازمان امور دانشجویان وزارت علوم در این مراسم با اشاره به تلاش های دیرینه در دانشگاه امیرکبیر در زمینه دانش روباتیک اظهار کرد: خوشبختانه این رویداد در سطوح ملی و بین المللی برگزار می شود و روابط بین المللی خوبی را ایجاد کرده است. وی افزود: روباتیک فصل مشترک مکانیک، برق و رایانه است و جنبه های علمی آن در دانشگاه های دولتی و غیردولتی توسعه یافته است.

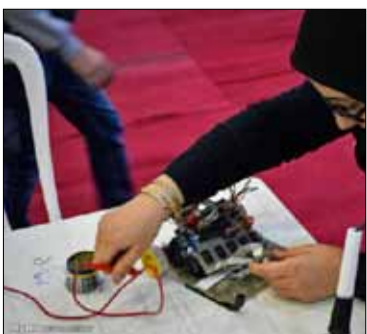
صدیقی برگزاری چنین رویدادهایی را موجب نشاط میان دانش آموزان دانست و ادامه داد: دانشجویان و دانش آموزان باید از اتاق های تاریک کلاس به محیط واقعی علمی وارد شوند.

رئیس سازمان امور دانشجویان وزارت علوم گفت: برگزاری مسابقات روباتیک زمینه ساز کار آفرینی و آشنایی دانشجویان با بازار کسب و کار می شود.

به گزارش مهر، مراسم تقدیر از برگزیدگان مسابقات فیباکاپ آزاد دانشگاه امیرکبیر ۲۰۱۸ AUTCup2018 در ۱۵ اسفند ۹۶ در این دانشگاه با حضور سردار وحید دهقانپان معاون امور اجرایی بیت مقام معظم رهبری، مجتبی صدیقی رئیس سازمان امور دانشجویان، سیداحمد معتمدی رئیس دانشگاه صنعتی امیرکبیر و پروفیسور جکی بالتر رئیس فدراسیون جهانی روباتیک (فیبا) برگزار شد.

سروش صادق نژاد، رئیس کمیته ملی روباتیک فیبا با بیان اینکه این مسابقات از ۱۱ اسفند در دانشگاه امیرکبیر آغاز شد، افزود: این دوره در ۱۵ لیگ و با حضور ۱۶۱ تیم برگزار شد.

وی ادامه داد: تیم های حاضر در مسابقات از کشورهای ایران، کانادا، المان، تایوان، کره جنوبی، مکزیک و افغانستان بودند.



دریچه



بازاریابی محتوایی و روابط عمومی دشمن یکدیگر نیستند!

دو مقوله بازاریابی محتوایی و روابط عمومی در یک عرصه و با اهداف مشترکی در کنار یکدیگر کار می‌کنند، اما برخی‌ها این دو را دشمن یکدیگر می‌پندارند. این دو شباهت‌های زیادی با هم دارند و هدف نهایی هر دو این است که کسب‌وکار را یک یا چند پله به جلو سوق دهند. اما وقتی که تیم‌های بازاریابی محتوایی و روابط عمومی یاد بگیرند که قدر دان یکدیگر باشند و با هم کار کنند، این همکاری مشترک به کسب نتایج قدرتمندی ختم خواهد شد. حاصل این همکاری این است که یک پلتفرم جامع بازاریابی برای برند خلق می‌شود که نه تنها نیازهای مشتریان را مرتفع می‌سازد، بلکه تعامل با آنها را حفظ کرده و آنها را به وکیل مدافعان برند تبدیل می‌کند.

جدا از هم شکست می‌خوریم!

در حالی که ممکن است بازاریابی محتوایی و روابط عمومی هر کدام توابع عملیاتی جداگانه خود را داشته باشند، پتانسیلی که از ترکیب این دو به دست می‌آید بسیار بیشتر از زمانی است که آنها جدا از هم به فعالیت می‌پردازند. روابط عمومی به معنای ایجاد روابط، جای‌گذاری پیام و ساخت مخاطب است. بازاریابی محتوایی بیشتر روی داستان‌سرایی، ایجاد جامعه‌ای برای برند و ایجاد ارزش برای مخاطب تمرکز دارد.

هر دو آنها به اندازه خود مهم و حیاتی هستند و البته هر دو آنها نیز این پتانسیل را دارند که شکاف‌های یکدیگر را پر کنند. برای مثال، تیم روابط عمومی برای ایجاد آگاهی در مورد کارهایی که شرکت انجام می‌دهد ممکن است تحت‌فشار باشد، اما با محتوای جالب و مرتبط، تیم روابط عمومی می‌تواند محتوایی جالب‌توجه‌تر را به مخاطبانش ارائه دهد.

به پتانسیل‌های خود تکیه کنید

به‌صورت معمول، روابط عمومی برای انتشار یک مطلب به رسانه‌ها پول پرداخت می‌کند، در حالی که بازاریابی محتوایی سعی دارد از ابزارهای رایگان موجود بهره‌برداری کند، اما این دو می‌توانند دست در دست یکدیگر داشته باشند. در ادامه گفته شده است که بازاریابی محتوایی چگونه می‌تواند تلاش رسانه‌های پرداختی را تحکیم کند:

نشر آسان‌تر: خروجی و تحویلی بازاریابی محتوایی معمولاً برای مخاطب هدف قابل فهم‌تر است و او می‌تواند به سادگی از خروجی به‌دست‌آمده استفاده کند. برای مثال، انتشار یک پست وبلاگی به نسبت یک بیانیه مطبوعاتی برای یک سایت آسان‌تر است.

انتخاب مثبت‌تر: وقتی به‌صورت هم‌زمان با محتوای باکیفیت و بیانیه‌های مطبوعاتی کار می‌کنید، به نظر شما انتشار کدام یک آسان‌تر است؟ تیم روابط عمومی باید یک تیم بازاریابی محتوایی را برای نوشتن محتوای باکیفیت و تعامل‌گرا برای انتشار در رسانه‌ها پشت سر خود داشته باشد.

افزایش به اشتراک‌گذاری: بازاریابی محتوایی وقتی به درستی انجام شود، از طریق روش‌هایی مانند افزایش به اشتراک‌گذاری محتوا، می‌تواند رسانه‌های پرداختی را تقویت کند.

ساخت رابطه‌ای بهتر: با ارائه محتوای باکیفیت به شرکای ناشر خود، شما یک رابطه را با آنها شکل می‌دهید و همین می‌تواند تمایل آنها برای انتشار محتواها یا بیانیه‌های مطبوعاتی شما در آینده را افزایش دهد.

توزیع درست محتوا را جدی بگیرید

حتما بارها و بارها جمله «محتوا پادشاه است» را شنیده‌اید. اما جاناتان پورلن، معاون استراتژی آژانس BuzzFeed می‌گوید: «محتوا پادشاه و توزیع ملکه است.»

منظور جاناتان پورلن این است که در حالی که عرضه محتوای باکیفیت به مخاطب در هر استراتژی بازاریابی از اهمیت بالایی برخوردار است، اما بدون شناخت وسیله درست برای توزیع این محتوا، تمام رشتنه‌های شما پنبه خواهد شد. اما به صورت عکس نیز می‌توان به این داستان نیز نگاه کرد. یعنی حتی اگر شما بهترین کانال‌ها و منابع برای توزیع محتوای خود را پیدا کنید، اما محتوای شما از کیفیت بالایی برخوردار نباشد و مخاطب آن را به‌عنوان یک محتوای ارزشمند شناسایی نکند، تمام تلاش‌های شما بی‌فایده خواهد بود.

بنابراین رویکرد شما چه برون‌سپاری فرآیندهای بازاریابی محتوایی باشد و چه هدایت کردن تیم روابط عمومی برای توجه بیشتر به بازاریابی محتوایی، باید یک همکاری دوطرفه قدرتمند بین واحدهای بازاریابی محتوایی و روابط عمومی وجود داشته باشد. واحد روابط عمومی باید نوع محتوای موردنیاز کاربر در رسانه‌ها را بشناسد و بداند که این محتوا چگونه می‌تواند اهداف کسب‌وکار را محقق کند. تیم بازاریابی محتوایی نیز باید بداند که می‌تواند از چه منابعی از روابط عمومی استفاده کند و چه نوع محتوایی باب طبع مخاطبان هدف است.

منبع: daartagency

برندهای معروف دنیا چطور در تبلیغات و بازاریابی از هم جلو می‌زنند؟ (۱)



در آخر کارزار میان برندها به کجا می‌رسد؟

ایجاد فضای رقابتی سالم، به رغم سودرسانی شرکت‌هایی که در آن ایفای نقش می‌کنند، برندهای مشخص نیز خواهد داشت. در ادامه قصد داریم به معرفی و مقایسه چند رقیب سرسخت بپردازیم و ببینیم آنها از چه استراتژی‌هایی برای موفقیت خود در این نبرد استفاده کرده‌اند؟

نبرد برگرکینگ با مک دونالد

مک دونالد هر ساله درآمدی معادل ۲۸میلیارد دلار دارد، اما این رقم در سال ۲۰۱۳ میلادی برای برگرکینگ برابر ۱،۱۵ میلیارد دلار اعلام شده است. مک دونالد توانسته در فضای مجازی نیز نسبت به رقیب خود دنبال‌کنندگان و علاقه‌مندان بیشتری به دست آورد. موقعیت مک دونالد کاملاً قابل توجهی است؛ این برند سفارش‌ها و مشتریان بیشتری دارد و در رسانه‌های اجتماعی نیز با استقبال بیشتری مواجه شده است. اکنون این سوال مطرح می‌شود که مک دونالد چطور توانسته از رقیب خود جلو بزند؟ تفاوت موفقیت این دو برند را می‌توان در دنیای مجازی پیگیری کرد. مک دونالد در شبکه‌های اجتماعی تویتر و فیس‌بوک به ماهی‌می‌چون‌شادی و فرهنگ می‌پردازد، اما برگرکینگ در صفحات اجتماعی خود تصاویری از غذاهایش می‌گذارد و همه چیز بر مبنای غذاست. این در حالی است که مک دونالد از تصاویر دیگری به غیر از غذا استفاده می‌کند.

تفاوت دیگر این دو برند در محتوایی است که در صفحات اجتماعی‌شان منتشر می‌شود. هر دو برند از محتوای طنزآمیز استفاده می‌کنند، اما طنزی که برگرکینگ بر آن تکیه دارد، کمی

پیچیده‌تر است، در حالی که مک دونالد به انتشار محتوای شیرین و طنزآمیز علاقه‌مند است.

روش مشخصی برای پیدا کردن بهترین شیوه بازاریابی و تبلیغات وجود ندارد. هر روشی یا به‌کارگیری در بستر مناسب و با کمک ابزارهای صحیح، امکان پیشرفت و شکوفایی دارد. آمارها حکایت از آن دارد، مک دونالد در بازاریابی جایگاه بهتری نسبت به برگرکینگ دارد.

البته برگرکینگ در مورد مسائل گرافیکی، چند قدمی جلوتر از مک دونالد است. برگرکینگ همیشه طراحی و گرافیک جدیدتر، زیباتر و باکیفیت‌تری را در وب‌سایت خود ارائه می‌دهد، اما در مقابل، طراحی‌های مک دونالد کمی قدیمی است. نتیجه نشان می‌دهد مک دونالد با کسب سهم بیشتر از بازار و تعداد مشتریان بالاتر در دنیای واقعی و مجازی، در رتبه بالاتری از برگرکینگ قرار دارد.

نبرد دوراسل با انرجایزر

دو برند تولیدکننده باتری، همواره کیفیت را در بازاریابی محصولات خود مدنظر قرار می‌دهند. یکی از آنها به کیفیت توجه ویژه‌ای دارد و دیگری انرژی را به عنوان کلید اصلی بازاریابی خود تلقی می‌کند.

دوراسل با تأکید روی دو مفهوم دوام و ماندگاری می‌خواهد خود را به عنوان برندی وفادار و مسئول در نظر مشتریان جلوه دهد. جالب است بدانید، این برند در تبلیغات و بازاریابی خود از رنگ مسی و قهوه‌ای استفاده کرده که در روانشناسی رنگ‌ها، به معنای استقلال است.

دوراسل در شعار تبلیغاتی خود می‌گوید: «در هر جایی روی ما حساب کنید»

انرجایزر روی انرژی تأکید دارد. این برند معتقد است انرژی در هر جایی حضور دارد و سبب فعالیت‌ها می‌شود. انرجایزر برای محصولات و تبلیغات خود از رنگ‌های قرمز و زرد استفاده کرده است. این دو رنگ یادآور انرژی و حرکت هستند.

انرجایزر در شعار خود می‌گوید: «این انرژی، مثبت است.»

آمارها نشان از آن دارد، کمپانی دوراسل در تبلیغات و بازاریابی جایگاه بهتری نسبت به انرجایزر دارد. طراحی وب‌سایت و گرافیک به کار رفته در تبلیغات انرجایزر حس و حال مدرن‌تر و بهتری را به ذهن مخاطب القا می‌کند. لازم به ذکر است، دوراسل در شبکه‌های اجتماعی نیز مخاطبان و دنبال‌کنندگان بیشتری نسبت به رقیب خود دارد. البته در مقایسه با دیگر برندها، دوراسل و انرجایزر در شبکه‌های اجتماعی، فعالیت چندانی ندارند. این دو برند تولیدکننده باتری، تنها در مراسم‌های خاص چون کریسمس و... اقدام به نشر محتوا می‌کنند. البته مطالبی که این دو برند در شبکه‌های اجتماعی اشتراک‌گذاری می‌کنند چندان جالب و طنزآمیز نیست. این دو برند تلاش می‌کنند محصولات را در قالب تصاویر و فیلم‌ها به نمایش بکشند. پس دوراسل و انرجایزر در فضای مجازی حضور قدرتمندی ندارند، اما همکاری دوراسل با لیگ فوتبال ملی (NFL)، سبب موفقیت بیشتر این برند نسبت به رقیبش شده است.

اکنون دوراسل سهم بازار بیشتری نسبت به انرجایزر در اختیار دارد و برنده نبرد میان این دو برند، دوراسل است.

ادامه دارد... منبع: hubspot/ucan

ایستگاه تبلیغات



کفش‌های آدیداس با رنگ‌های پودری

محصولات adidas Originals با همکاری رپر آمریکایی، فارل ویلیامز، یک بار دیگر این بار برای مجموعه ۲۰۱۸ بهار و تابستانه برند، رنگ‌های واقعی جشنواره پر جنب و جوش و پرتراوت هولی را انتخاب کردند.

طیف متنوع کفش‌های کتانی Hu Holi Powder Dye با الهام از جشنواره رنگ‌های هند طراحی و تولید می‌شوند: جشن شادی، برابری و انسانیت. این جشن باستانی هر سال ماه مارس در راستای خوشامدگویی به بهار و یاد کردن از رفتار نیک عیسی مسیح در برخورد و مبارزه با شیطان برگزار می‌شود.

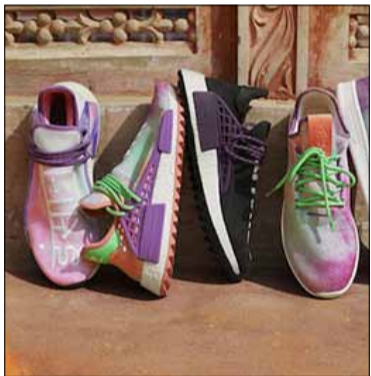
به گفته آدیداس، مجموعه محصولات «غوغای رنگ» برند با همکاری فارل ویلیامز، در حال حاضر برای چهارمین سال، روی ماهیت و روحیه شاداب adidas Originals تاکید می‌کند.

مجموعه فوق یک نوع کفش و لباس منحصر به فرد با رنگ‌های پودری پاستلی را نمایان می‌کند که بازتابی از روحیه شاداب و پرتراوت چنین رویدادی است.

مراسم پیش‌توزیع مجموعه محصولات Hu Holi Powder Dye روز دوم ماه مارس در فروشگاه‌های adidas Originals هند و فضای آنلاین و در ادامه عرضه جهانی آن روز شانزدهم ماه مارس در فروشگاه‌های برتر و اصلی و خرده‌فروشی‌های معتبر صورت خواهد گرفت.

کشف یک دنیا طعم با Pringles

در کمپین جدید «یک دنیا طعم را کشف کنید»، آژانس تبلیغاتی DigitasLbi یک‌سری ویدئوی بهینه شده از لحاظ اجتماعی را ساخته است که مردم را به دنیای زنده، شاد و سرحال Pringles مخصوص به خود هدایت می‌کند. هر فیلم ۲۰ ثانیه‌ای از ترکیب فیلم اکشن زنده و انیمیشن برای هدایت مردم به سوی یک دنیای Pringles فانتزی بهره می‌برد.



DigitasLbi با همکاری شرکت فیلم‌سازی Dark Energy و خانه انیمیشن Cookie Studio این فیلم‌ها را تولید می‌کند. خانه انیمیشن Cookie Studio بیشتر از همه به خاطر کار با شبکه پخش تلویزیونی UKTV، شرکت سازنده وسیله‌های حفظ تناسب اندام FitBit و سامسونگ معروف است.

به گفته مت واتسون، مدیر خلاقیت DigitasLbi، همه کارهای آژانس باید مخاطبان را در مسیر حرکت خود متوقف کند و محرک یک واکنش باشد. کارمندان و مدیران DigitasLbi تجربه عطر و طعم چیپس‌های سیب زمینی Pringles را با طیف وسیعی از دنیای‌های انیمیشنی غنی از حس‌های کمدی و هیجان به ارمان آوردند و به طرفداران برند امکان تجلی طعم مخصوص به خودشان در ابجادی بسیار کوچک را می‌دهند.

هکرها بیلبورد می‌سازند

شرکت بیمه انگلیسی Hiscox با یک ایده خارج از خانه مبتکرانه بر روی خطرات جرایم سایبری تمرکز می‌کند.

آژانس خلاقیت AMV BBDO با مشارکت متخصصان تبلیغات خارج از خانه دیجیتال، Grand Visual، بر روی پوستر HoneyPot کار می‌کند که در لحظه، بازتاب احتمال وقوع حملات سایبری است. کمپین فوق با استخراج داده‌های اطلاعاتی از یک سیستم honeypot خاص کار می‌کند که معمولاً برای هر نوع سرور استاندارد کسب‌وکار کوچک طراحی شده است. همگام با نظارت honeypot بر روی هک‌ها به‌طور زنده، پوستر فوراً با عنوان یا تیتر تبند «جرایم سایبری» پاسخی خلاقانه به این هک‌ها می‌دهد و یک شمارش‌گر به رهگذران تعداد کلی حملات به honeypot را در طول آن روز اعلام می‌کند.

بر اساس مطالعات اولیه، روزانه به‌طور متوسط ۲۲۳ هزار مورد هک صورت می‌گیرد. با هر حمله، در طول روز عنوان یا تیتر پوستر تغییر می‌یابد و به آن واکنش نشان می‌دهد. کمپین فوق طی یک هفته در همه مناطق شهری و جاده‌های انگلستان راه‌اندازی شد.

منبع: mbanews

تبلیغات خلاق



بیش فروشی Up selling و فروش جانبی Cross selling

تعریف و تشریح بیش فروشی Up selling و فروش جانبی Cross selling و کاربرد آنها در ایران موضوع این مطلب است. تقریباً برای هر فردی این اتفاق رخ داده است که به رغم برنامه ریزی و قرار دادن مبلغی مشخص برای خرید کالایی خاص، با تبلیغات فروشنده، کالایی به مراتب گران تر یا پرداخت پول بسیار بیشتر از آنچه قبلاً جهت خرید آن برنامه ریزی شده بود، خریداری کرده باشد. به این شکل از تبلیغات جهت فروش کالای گران تر توسط فروشنده بیش فروشی (up selling) گفته می شود. به عبارتی ساده تر می توان بیش فروشی را ترغیب مشتری به خرید محصول گران تر تعریف کرد. برای مثال زمانی که شما برای سفارش یک همبرگر به رستوران مراجعه می کنید ولی با پیشنهاد فروشنده انتخاب خود را به چیز بزرگتر یا دبل برگر تغییر می دهید، در این حالت شما مورد استراتژی بیش فروشی توسط فروشنده قرار گرفته اید و یا شما قصد خرید یک گوشی ۷۰۰ هزار تومانی دارید اما در محل خرید تصمیم شما توسط فروشنده عوض می شود و یک گوشی ۹۰۰ هزار تومانی می خرید. شما تحت تأثیر سیاست آپ سلینگ قرار گرفته اید. اما زمانی که همراه با گوشی خود اقدام به خرید محافظ گوشی و یک شارژر اضافه می کنید، شما تحت تأثیر استراتژی کراس سلینگ قرار گرفته اید. یکی از اشتباهات رایج فروشندگان این سؤال از مشتری است: چقدر می خواهید هزینه کنید؟ یا پرسش این سؤال، مشتری از نظر فکری محدود می شود؛ در صورتی که فروشنده با درک نیازهای او می تواند محصول گران تری به مشتری عرضه کند و نیازهای او را به خوبی برآورده سازد.

روش استفاده از استراتژی بیش فروشی:

۱- جمع آوری اطلاعات کامل در زمینه محصولات و خدمات قابل ارائه
۲- انتخاب سوالات مناسب جهت شناسایی دقیق نیازهای مشتری

۳- گوش دادن دقیق به پاسخها و صحبت های مشتری و تجزیه و تحلیل آن

۴- ارائه بهترین گزینه خرید با ذکر دلایل واضح و منطقی

فروش جانبی (cross selling):
با استفاده از استراتژی فروش جانبی، علاوه بر فروش کالا، خدمات و محصولات جانبی و مرتبط با آن همچون گارانتی، وارانته و یا تحویل در محل نیز به مشتری پیشنهاد می شود.

در حقیقت تفاوت میان بیش فروشی و فروش جانبی همین نکته است که در بیش فروشی سعی بر تغییر انتخاب مشتری به کالای گران قیمت تر است ولی در استراتژی فروش جانبی به انتخاب مشتری پاسخ مثبت داده اما خدمات و محصولات جانبی به او توصیه می شود.

در ادامه چهار روش برای پیاده سازی استراتژی های بیش فروشی و فروش جانبی شرح داده می شود:

تحقیقات دوره ای

همانطور که می دانید رمز فروش هر کالایی، شناسایی نیازهای مشتریان است. با بررسی های دوره ای (ماهانه، فصلی و سالانه) نیازهای مشتریان مشخص، تفسیر و شفاف سازی می شود. با درک دقیق نیازهای مشتریان با استفاده از بررسی های دوره ای می توان به خوبی استراتژی بیش فروشی را پیاده سازی کرد. به همین علت لازم است که این بررسی ها مورد توجه قرار گیرد.

شروع با مشتریان وفادار

انجام هر کار تازه ای مشکلات مربوط به خود را دارد و این شامل ارائه و فروش محصولات و خدمات جدید نیز است. با توجه به نمودار یادگیری، قبل از ارائه اولیه به مشتریان، لازم است که استراتژی ها با احتیاط اجرا شوند. به همین علت بهتر است که ابتدا از مشتریان وفادار شروع شود. محصول و خدمت جدید به بهترین مشتریان ارائه شود تا عکس العمل و برخورد صادقانه آنها مورد ارزیابی قرار گیرد. برای مثال نظرات آنها در مورد خدمت یا محصول مورد نظر و اثر آن روی برند، هزینه ای که برای آن پرداخت می شود. سوالات ارزشمندی است که می تواند به خوبی استراتژی پیاده سازی بیش فروشی و فروش جانبی را جهت سایر مشتریان بهبود بخشد.

مطالعه موردی

داستان یکی از مشتریانی که با رضایت کامل از یکی از محصولات و یا خدمات گران قیمت استفاده می کند، جمع آوری شود. ارائه یک مثال از زندگی واقعی همیشه از صحبت های نظری اثرگذارتر است. در صورت عدم توانایی جمع آوری مطالعه موردی، استفاده از نقل قول های مشتریان راضی از محصول به عنوان شاهد، در پیاده سازی استراتژی بیش فروشی کمک چشم گیری می کند.

ایجاد احساس نیاز به کالا و خدمات شما

به زبان ساده به نظر می رسد که پس از تولید محصول یا خدمت جدید، با مشتری تماس بگیرید و از او بخواهید که محصول جدید شما را خریداری کند. در این زمان اعتماد نقش بسیار مهمی دارد. در صورت اعتماد مشتریان، از شما درخواست بهترین گزینه را دارند و ارائه مناسب ترین پیشنهاد برای او جزء استراتژی بیش فروشی است. با دلایل منطقی مشتریان را قانع کنید که چرا به محصول شما نیاز دارند. در بیان دلایل، شفاف و صادق باشید تا بتوانید محصولتان را به عنوان ضرورت به مشتریان معرفی کنید.

نتیجه گیری

بیش فروشی (up selling) یکی از استراتژی های مهندسی فروش است که در صورت اجرای دقیق و علمی به توسعه و رشد کسب و کارها منجر می شود. چرا که به وسیله این رویکرد می توان به هدف اصلی فروش که شادتر و موفق تر ساختن مشتری است دست یافت. فروش جانبی (cross selling) نیز یکی از مهارت های ارزشمند فروش است. در این مقاله سعی شد که تنها شما را به ایجاد کمپین های تبلیغاتی به وسیله استراتژی های فروش جانبی جهت توسعه و ارتقای جایگاه خود در بازار رقابتی امروز وادار کند. منبع: qmpmarketing

بازاریابی محتوایی و مزایای گیمیفیکیشن



ردیابی شفاف سازی شود.

گیمیفیکیشن در عمل

تاکنون، گیمیفیکیشن به خاطر نتایج عالی و بی نظیری که برای برندهای قوی در سرتاسر جهان به ارمغان آورده است، در بسیار مورد قدردانی قرار گرفته است. در این مقاله سه مثال از استفاده سواد و استثنایی استراتژی های گیمیفیکیشن برای بازاریابی محتوایی بیان خواهد شد:

۱) مسابقه اینستاگرامی Heineken US Open
در سال ۲۰۱۳، Heineken مسابقه ای را برای یک حساب اینستاگرامی خاص برپا کرد. بازاریابها بیش از ۲۰۰ عکس قرار داده بودند تا از ترکیب و کنار هم قرار دادن آنها یک تصویر تکه تکه و موزاییکی ایجاد شود که تماشاچیان یک مسابقه تنیس را نشان می داد.

۲) بازی شکار لذت با بستنی Magnum
اگر تصور کرده اید که گیمیفیکیشن برای بازاریابی محتوایی یک امر نسبتاً جدید بوده است، در نظر بگیرید که پیش از این Magnum در سال ۲۰۱۱ از یک بازی مهارتی آنلاین هوشمند که شکار لذت نامیده می شد، استفاده کرده است.

در تمامی نسخه های این بازی، بازیکنان یک شخصیتی را کنترل می کردند، Magnum Woman و وظیفه اصلی آنها این بود که به او کمک کنند تا شکلات هایی را جمع آوری کند، درحالی که از یک صفحه وبسایت به وبسایت دیگر می پرید، بازدید برندهای از سامسونگ گرفته تا داو و حتی یوتیوب، این شخصیت سریعاً بازیکنان را درگیر کرد و بازی به سرعت به شکل ویروسی درآمد.

بازی شکار لذت برند Magnum خودش به تنهایی هیجان انگیز نبود، بلکه توانست به خوبی با کانال های اجتماعی Magnum ترکیب شود. با اتمام و تکمیل شکار لذت، بازیکنان می توانستند نتایج خود را در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارند و دوستان خود را به چالش بکشند تا نتایج آنها را به دست بیاورند.

۳) بازی چشم جاسوس M&M
در سال ۲۰۱۳ M&M کمپین بیسکویت نمکی M&M را عرضه و بازاریابی محتوایی بازی سازی شده ای را برای آن ارائه کرد. این رویداد از بخش های مختلفی تشکیل شده بود - در بین آنها یک بازی ساده جاسوسی چشم نیز وجود داشت. این برند یک تصویر بزرگ پر از شکل برند را در صفحه فیس بوک خود منتشر کرد. وظیفه کاربران بسیار ساده بود - پیدا کردن بیسکویت نمکی کوچک پنهان در بین آبجیاتها.

این بازی مورد استقبال بسیاری قرار داد. در این بخش نکاتی وجود دارد

که می تواند به شما کمک کند تا شروع به استفاده از گیمیفیکیشن در بازاریابی محتوایی خود کنید.

۱) در استفاده از گیمیفیکیشن گام های کوچک بردارید

اگر تاکنون هرگز گیمیفیکیشن را در برنامه های بازاریابی خود آزمون نکرده اید، بهترین کار آن است که با یک بازی آسان شروع کنید. به این صورت می توانید یاد بگیرید که تئوری در عمل چگونه کار می کند و ببینید که مخاطبان هدف شما چگونه بازی را دریافت می کنند و با آن ارتباط برقرار می کنند. یک راه برای شروع آن است که به کاربران جایزه بدهید تا از صفحه فیس بوک بازدید و شما را در توییت ردیابی کنند یا ویدئوهای شما را در یوتیوب تماشا کنند.

۲) بازی خود را به گونه ای بسازید که مخاطبان آن را حس کنند

اگر سیستم پاداش و جایزه شما برای بازی آنقدر پیچیده است که کاربران برای آشنایی با آن باید یک دستورالعمل طولانی را بفهمند، هرگز نتایج رضایت بخشی از گیمیفیکیشن به دست نخواهید آورد. به جای ساخت یک محیط بازی سازی شده پیچیده و بزرگ، بهتر است که بازی را به یک مجموعه ای از فعالیت های کوچک تقسیم کنید، به گونه ای که بازدیدکننده ها قادر باشند رفته رفته در مورد آن یاد بگیرند. تنها اطلاعاتی را به بازیکنان بدهید که به منظور حرکت به مرحله بعد به آن نیاز دارند.

۳) گیمیفیکیشن را به اهداف بازاریابی خود ربط دهید

استراتژی گیمیفیکیشن خود را به گونه ای برنامه ریزی کنید که اطمینان پیدا کنید بازدیدکننده ها تنها از وبسایت شما بازدید نمی کنند تا بازی کنند و سپس از صفحه شما خارج شوند. گیمیفیکیشن مورد استفاده قرار می گیرد تا به شما کمک کند آگاهی بهتری نسبت به محصول ایجاد کنید. بازی شما باید بازدیدکننده ها را به سایر بخش های وبسایت تان هدایت کند تا بیشتر درباره محصولات و خدمات شما یاد بگیرند.

۴) با متخصصان مشورت کنید

گیمیفیکیشن اغلب بیشتر از آنچه شما انتظار دارید پیچیده می شود و به شکل بازی های بازاریابی بد از نظر طراحی درمی آید. اگر قبلاً مسئولیت های زیادی داشته اید و اکنون اضافه شدن یک مسئولیت دیگر به آن برای شما بسیار زیاد است، می توانید برای استفاده از محیط های بازی سازی شده از خدمات و محصولات موسسات و شرکت های فعال در این زمینه استفاده کنید.

گیمیفیکیشن یک استراتژی بسیار عالی است که به شما در زمینه بازاریابی محتوایی کمک می کند و همچنین کمک می کند تا به واسطه روش های جدید از طریق تجربه کاربری عالی، به پرورش وفاداری مشتری و ساخت یک تصویر مثبت از برندتان اقدام کنید. با مخاطبان هدف تان تعامل برقرار کنید.

منبع: belovedmarketing



توانمندسازی مشتری و خلق روابط وفادارانه

ای جی رئیس پیشین شرکت بی اندجی به عنوان پرچم دار بهترین عملکردها در بازاریابی شناخته شده است. در اکتبر سال ۲۰۰۶ لافالی با سخنانی خود در انجمن ملی تبلیغ کنندگان شوک بزرگی را به وجود آورد. لافالی اظهار داشت: «مصرف کنندگان قدرتمند هستند. بازاربانان و خرده فروشان تلاش می کنند همراه آنها پیش بروند. آنها به معنای واقعی نام های تجاری ما را به تملک خود درآورده و در دستاوردها سهمیم هستند. ما باید بیاموزیم که به این جریان فرصت بدهیم.

او برای تاکید سخنانش خاطر نشان کرد که چگونه یک نوجوان برای میان وعده پرینگلز برنامه ای انیمیشن ساخته و در پایگاه اینترنتی یوتیوب به اشتراک گذاشته است. او توضیح داد که شرکت پن تن که عرضه کننده محصولات محافظت از سلامتی مو است، برای تشویق بانوان در کوتاه کردن موها و درست کردن کلاه گیس و اهدای آن به بیماران سرطانی فعالیتی تبلیغاتی به راه انداخته است.

امروزه دیگر بازاربانان به جای رویکرد سنتی از بالا به پایین که در آن اختیار تام داشتند از رویکرد پایهای پایین به بالا حمایت می کنند. در سال های اخیر شرکت برگرکینگ جهت جلب توجه مشتریان، فعالیت های تبلیغاتی نظیر واپرفریک اوت، مرغ چاپلوس و وبک آپ وید دکینگ را در رسانه های جدید و محبوب مصرف کنندگان نظیر یوتیوب، مای اسپیس، بازی های ویدئویی و آپاها راه اندازی کرد. توانمندسازی مشتری تنها برای آن دسته از نام های تجاری منطقی است که شعارشان «آنچه شما می خواهید» است و آن دسته از شرکت ها که رقیب اصلی شان (نظیر مک دونالدز) هم اکنون مالک محافظه کارترین بازار مربوط به خانواده هاست.



بازاریابان با فراهم کردن منابع و فرصت ها برای مصرف کنندگان به آنها کمک می کنند تبلیغ کننده نام های تجاری باشند و اشتیاق خود را نشان دهند. شرکت دوری تس مسابقه ای جهت اطلاع از سلیقه آتی مصرف کنندگان برگزار کرد. کانورس گالری از فیلم سازان آماتور درخواست کرد فیلم کوتاه ۳۰۰ ثانیه ای تهیه کنند و در آن از نام تجاری مطرح مصرف کنندگان به آنها کمک می کنند تبلیغ کننده نام های تجاری باشند و اشتیاق خود را نشان دهند.

شرکت دوری تس مسابقه ای جهت اطلاع از سلیقه آتی مصرف کنندگان برگزار کرد. کانورس گالری از فیلم سازان آماتور درخواست کرد فیلم کوتاه ۳۰۰ ثانیه ای تهیه کنند و در آن از نام تجاری مطرح مصرف کنندگان به آنها کمک می کنند تبلیغ کننده نام های تجاری باشند و اشتیاق خود را نشان دهند.

شرکت دوری تس مسابقه ای جهت اطلاع از سلیقه آتی مصرف کنندگان برگزار کرد. کانورس گالری از فیلم سازان آماتور درخواست کرد فیلم کوتاه ۳۰۰ ثانیه ای تهیه کنند و در آن از نام تجاری مطرح مصرف کنندگان به آنها کمک می کنند تبلیغ کننده نام های تجاری باشند و اشتیاق خود را نشان دهند.

شرکت دوری تس مسابقه ای جهت اطلاع از سلیقه آتی مصرف کنندگان برگزار کرد. کانورس گالری از فیلم سازان آماتور درخواست کرد فیلم کوتاه ۳۰۰ ثانیه ای تهیه کنند و در آن از نام تجاری مطرح مصرف کنندگان به آنها کمک می کنند تبلیغ کننده نام های تجاری باشند و اشتیاق خود را نشان دهند.

منبع: hormond

کلید

۳۰

رفتاری که جلوی پیشرفت شما را می گیرد

به احتمال زیاد در محیط کار خود افرادی را می شناسید که به سرعت پله‌های ترقی را طی می کنند و به رده‌های بالای شغلی می‌رسند. در این مقاله علت موفقیت این افراد را بررسی می‌کنیم. طرز فکر اغلب افراد به این صورت است که افراد با تجربه و متخصص، بهتر و بیشتر از سایر افراد می‌توانند در شغل خود پیشرفت کنند و به جایی که می‌خواهند، برسند، ولی هر شخصی که سابقه کار داشته و در جایی مشغول به کار باشد، می‌داند این طرز فکر درست نیست. عده‌ای معتقدند سیاست کاری این افراد سبب پیشرفت‌شان می‌شود و برخی دیگر اعتقاد دارند که علاقه مدیران به این افراد دلیل این امر است، ولی حقیقت این است که نوع برخورد و شخصیت این افراد نقش و تأثیر بیشتری از تجربه و تخصص دارد.

تعریف سبک رفتاری

نحوه برخورد و تعامل شما با سایر افراد در محیط کار شخصیت کاری شما را به‌وجود می‌آورد. دیگران بر اساس رفتارهای شما شروع به شناختن سبک زندگی و نوع شخصیت‌تان خواهند کرد و سپس در مورد کارهایی که می‌توانید و کارهایی که نمی‌توانید انجام دهید نظر خواهند داد. این موارد، سبک رفتاری یا تیپ شخصیتی شما نامیده می‌شوند. چهار نوع سبک رفتار اصلی وجود دارد: مدیریتی، متفکر، احساسی و پراثری. با انجام دادن یک تست شخصیت می‌توانید سبک رفتاری خود را تشخیص دهید. هر سبک رفتار نقاط قوت و ضعف مخصوص به خود را دارا است و نمی‌توان یکی را برتر و دیگری از دیگری دانست، ولی یکی از این سبک‌ها بیشتر از بقیه موجب عدم پیشرفت شغلی می‌شود. هر زمانی که شروع به سخن گفتن می‌کنیم، در واقع پنجره‌ای به روح ما باز می‌شود. از بین این چهار سبک، افراد درون‌گرا و متفکر در پیشرفت حرفه‌ای بیشتر از بقیه دچار مشکل می‌شوند و رنج می‌کشند. آنها شخصیتی صبور و آرام و متفکر دارند و افراد کم حرف و ساکتی هستند. یکی از مشتری‌های من (جی. تی. اودال، نویسنده متن اصلی) که دارای شخصیتی درون‌گرا و متفکر است در پاسخ به این سؤال که چرا زمان سخن گفتن و حرف‌زدن کلمه‌هایش را با احتیاط و تفکر انتخاب می‌کند این‌طور جواب داد: «مشکل اصلی در چگونگی درک رفتارهای افراد درون‌گرا و متفکر توسط سایر تیپ‌های شخصیتی است. اشخاص دارای تیپ شخصیتی متفکر با سیاست‌های رفتاری در محیط کار آشنا نیستند. آنها اهل شایعه‌پراکنی در محیط کار و به دنبال تعریف و تمجید دیگران نیستند. آنها تمام حواس‌شان را روی کار خودشان معطوف می‌کنند و با پشتکار و تلاشی مداوم، کار خود را به نحو احسن و عالی انجام می‌دهند. به‌عنوان نتیجه، من جمله‌های زیر را در مورد افراد درون‌گرا از زبان مدیران آنها شنیده‌ام:

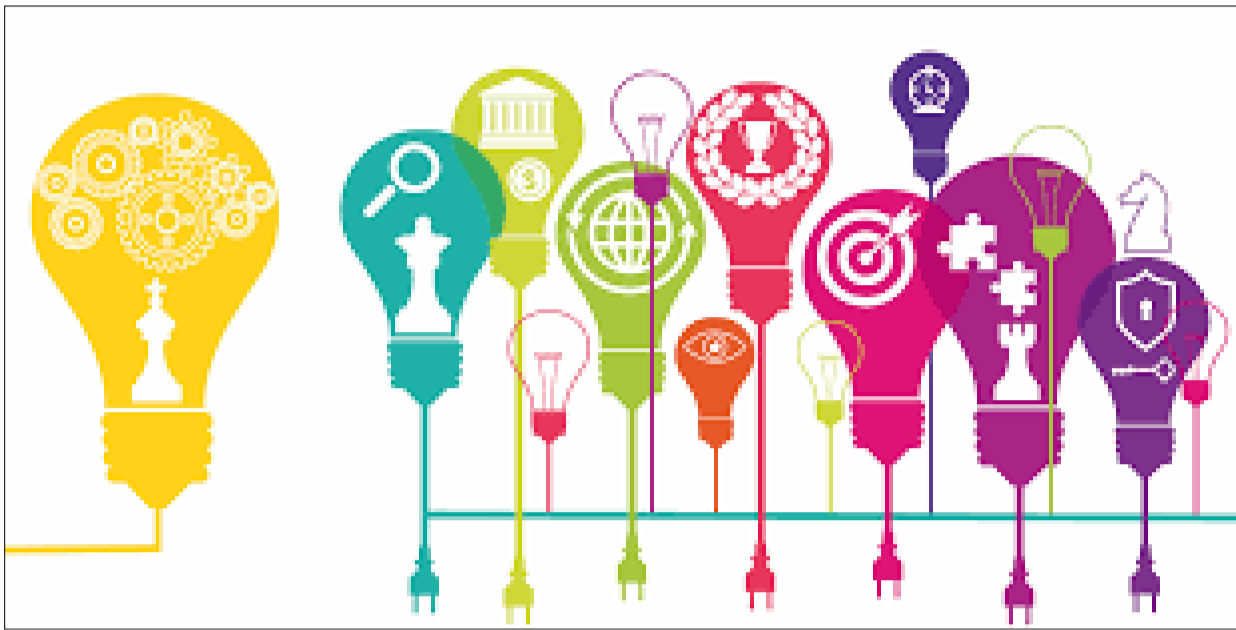
او نسبت به کاری که انجام می‌دهد حس خوبی دارد و خوشحال است و علاقه‌ای به ارتقا و یک پست بهتر ندارد، همچنین اگر اعتراضی داشته باشد می‌تواند به‌راحتی آن را بیان کند. یا او کارش را دوست دارد. من فکر نمی‌کنم که او بتواند از عهده کار بیشتری برآید و حرفی برای گفتن داشته باشد. باور عمومی بر این فرض استوار است که افراد درون‌گرا در مورد رتبه و موقعیت و جایگاه خود ضایع کامل دارند؛ زیرا این افراد هیچ وقت در مورد این موضوع صحبت نمی‌کنند و هرگز به خاطر نگرفتن پادش و ترفیع خشمگین و عصبی نمی‌شوند، اما حقیقت این است که افراد درون‌گرا بسیار حساس و زودرنج و از عصبانی شدن، درگیری و رویارویی با دیگران گریزان هستند، بنابراین ترجیح می‌دهند که احساس واقعی خود را مخفی کنند و بروز ندهند، به همین دلیل در حین انجام کار موضوع ارتقا و پیشرفت را نادیده می‌گیرند و به این مسائل علاقه نشان نمی‌دهند.

اگر درون‌گرا هستید، راهکارهای زیر استفاده کنید

- ۱- لیستی از توانایی‌های خود برای کاهش هزینه‌های شرکت تهیه کنید
- هدف از انجام این کار این است که نتنها هزینه استخدام خود را برای شرکت توجیه کنید، بلکه نشان بدهید که چگونه می‌توانید سودی بیشتر از آنچه از شما انتظار می‌رود عاید شرکت کنید. شمردن توانایی‌ها و تجربیات باعث می‌شود بیشتر به ارزش‌های خود پی ببرید و در نتیجه با اعتمادبه‌نفس و تمرکز بیشتر و بهتری به کار خود ادامه دهید.
- ۲- یک جلسه دونفره با رئیس خود ترتیب دهید
- گزارش آماده کنید و به مدیر مستقیمتان اطلاعات مفیدی در مورد وضعیت شرکت مانند میزان فروش و تولید، تاریخ چک‌ها، زمان خرید کالاهای جدید و... بدهید. با استفاده از جملاتی ساده و بدون حاشیه رفتن، سعی کنید راه‌کارهایی که می‌خواهید به کمک آن پیشرفت کنید و ارتقا بگیرید، برای او بازگو کنید. به احتمال زیاد این اولین باری خواهد بود که رئیس شما متوجه این مسئله می‌شود؛ زیرا این نخستین بار است که شما شیوه رفتاری خود را تغییر داده‌اید و در مورد علایق و توانایی‌های خود سخن گفته‌اید.
- ۳- برای خود یک سقف حقوق تعیین کنید
- در مورد میزان حقوق پایه متناسب با میزان مهارت‌ها و تجربه‌های خود تحقیق کنید. اگر این مبلغ کمتر از مقدار حقوق مورد نظر شما است، میزان درآمد مورد نظر و کارهایی که می‌توانید به کمک رئیس خود برای رسیدن به هدف انجام دهید، با وی در میان بگذارید. این به رئیس شما اجازه می‌دهد تا بداند که شما باید چه مهارت‌ها و توانایی‌هایی به دست بیآورید تا بتوانید ارتقا بگیرید و به حقوق مورد نظر خود دست یابید، همچنین نحوه کسب این مهارت‌ها را به شما توضیح دهید. اجازه ندهید که سبک رفتاری و تیپ شخصیتی‌تان موفقیت مالی و شغلی شما را تحت تأثیر قرار دهد. اگر نقاط ضعف و قوت تیپ شخصیتی خود را به‌درستی بشناسید، می‌توانید به کمک راهکارهای مناسب، به آنچه می‌خواهید برسید.

منبع: inc/zoomit

۹ ایده برتر در زمینه کسب و کارهای پاره وقت



به قلم: جنیفر پیست ترجمه: علی‌آلی

بدون شک ترک شغل فعلی به منظور راه‌اندازی کسب‌وکاری جدید چالشی هیجان‌انگیز است. در عین حال اگر پس‌انداز کافی در اختیار نداشته باشیم، این امر به تهدید اقتصادی تبدیل خواهد شد. در این میان خدمات عمومی اسناد رسمی وجود دارد.

۲- مربی یوگا

همه ما برای اوقات فراغتمان برنامه‌های خاصی داریم. در این میان برخی از افراد به سوی ورزش‌هایی نظیر یوگا گرایش پیدا می‌کنند. بر همین اساس اگر تمرینات یوگای خود را تا سطح حرفه‌ای دنبال کرده‌اید، شاید زمان استفاده از این توانایی‌تان فرارسیده باشد. جست‌وجوی کوتاهی در میان آگهی‌ها و مراجعه به باشگاه‌های اطراف موقعیت مناسبی برای شما در زمینه آموزش یوگا فراهم خواهد کرد. علاوه بر این شیوه‌های سنتی امکان ارائه خدمات ورزشی از طریق اپ‌های مختلف نیز وجود دارد. بر این اساس کلاس‌هایی به صورت آنلاین در سطوح مختلف برگزار خواهید کرد. همچنین فعالیت به عنوان مربی مدیترانه هم گزینه مطلوب دیگری است.

به منظور کسب اطلاعات بیشتر در زمینه فعالیت به عنوان مربی یوگا می‌توان به پایگاه اطلاع‌رسانی Yoga Alliance مراجعه کرد.

۴- خدمات آموزشی و تدریس

فرقی ندارد دارای مدارک تحصیلی آکادمیک باشید یا مهارتی خاص را به صورت فردی فرا گرفته‌اید، در هر صورت امکان ورود به حوزه خدمات آموزشی و تدریس برای شما وجود خواهد داشت. بسیاری از افراد این شغل را به عنوان کاری پاره‌وقت انتخاب کرده و در نهایت افرادی سرشناس در زمینه تدریس شده‌اند. مروری بر سرگذشت خیل عظیمی از استاد‌های دانشگاهی مود این ادعاست. به منظور ورود به عرصه آموزش ابتدا باید مهارت‌های‌تان را مشخص کنید. هنگامی که بدانیم قصد ارائه چه خدمتی را داریم، یافتن مشتری راحت‌تر خواهد بود. پس از این مرحله نوبت به تبلیغات می‌رسد. در واقع مهارت شما را به‌طور هم‌زمان افراد دیگری نیز دارند. به این ترتیب هر که بتوان تبلیغ و جذب مخاطب بیشتری داشته باشد، در نهایت پیروز خواهد بود. اگر کیفیت مناسبی در زمینه آموزش ارائه دهید، شاگردان‌تان به‌طور

ناخودآگاه دوستان‌شان را نیز به شما معرفی خواهند کرد. بدین ترتیب در مدتی اندک تبدیل می‌شوید. به یک برند در زمینه آموزش می‌شوید.

۵- آرایشیگری

بدون شک ارائه سرویس‌های آرایشی و زیبایی انتخاب اول هیچ‌کدام از فعالان عرصه کسب‌وکار نیست. با این حال اگر اندکی خلاقیت و پشتکار داشته باشیم، با ساست‌های کاری مناسب پول قابل توجهی به دست خواهیم آورد. تنوع گسترده خدمات آرایشی دست ما را در زمینه انتخاب باز می‌گذارد. بر این اساس در هر زمینه‌ای که استعداد یا اندک علاقه‌ای داریم، می‌توانیم مشغول به کار شویم. البته پیش از شروع به کار باید گواهی‌های مرتبط در این زمینه را از مراجع دارای صلاحیت دریافت کنیم.

۶- تعمیر لوازم خانه

اگر در زمینه کار با لوازم خانه مهارت دارید، بدون نیاز به دریافت هرگونه گواهی‌نامه می‌توانید مشغول به کار شوید. سامانه‌های مختلفی در زمینه ارائه خدمات تعمیراتی به صورت آنلاین وجود دارد. این سامانه‌ها تنها یک امتحان عملی به منظور اطمینان از مهارت افراد برگزار می‌کنند. همچنین فعالیت به صورت مستقل و تبلیغ در محیط‌های

مناسب نیز گزینه مطلوبی خواهد بود.

۷- کاریکاتورست

تلاش برای ترسیم نقاشی بخش زیادی از اوقات فراغت ما در دوران مدرسه را تشکیل می‌دهد. از کلاس‌های ویژه این هنر گرفته تا یادگاری‌هایی که روی میز یا دفترهای خود به جا می‌گذاریم، شاید به هیچ‌کدام در حالت عادی نتوان به عنوان امکانی برای کسب درآمد نگاه کرد. در این بخش دو راه پیش روی ماست. نخست اینکه به عنوان کاریکاتورست در آموزشگاه‌ها، مدرسه یا روزنامه‌های مختلف مشغول به کار شویم. این کار نیازمند اخذ مدارک رسمی و به‌طور طبیعی در حالت شرکت در فستیوال‌های گوناگون راهکار منطقی‌تری به نظر می‌رسد. شرکت در این فستیوال‌ها نه نیازمند صرف هزینه خاصی است و نه وقت چندانی از شما می‌گیرد. تنها باید آثار خود را به ایمیل یا آدرس دبیرخانه جشنواره ارسال کنید. در صورت انتخاب اثرتان در بخش برگزیده‌ها مبلغ مشخصی به عنوان جایزه دریافت خواهید کرد. به این ترتیب با انجام فعالیتی کاملاً تفریحی مقدار قابل توجهی درآمد کسب می‌کنید.

۸- طراحی جواهرات

حال که بحث از قریحه هنری به میان آمد، طراحی جواهرات نیز گزینه قابل تاملی است. در این مورد نیازی به هیچ نوع مدرک یا دوره آموزشی نیست. افراد در این حرفه معمولاً کار خود را با فروش محصولات دست‌سازشان در سطح خرد شروع می‌کنند. اگر بخت با شما یار باشد و طرح‌های‌تان مورد پسند مشتریان قرار گیرد، وضع‌تان به سرعت دگرگون خواهد شد. به این ترتیب شاید دیگر حتی به این شغل به چشم کاری پاره‌وقت نیز نگاه نکنید. تنها کافی است اندکی خلاقیت در تبلیغ و بازاریابی محصول‌تان به خرج دهید.

۹- مربی ورزشی شخصی

امروزه افراد بیش از هر زمان دیگری به تناسب اندام‌شان توجه می‌کنند. بر همین اساس به مانند مربیگری در یوگا یا اخذ مدرک مربیگری می‌توان از وقت‌های خالی بهترین استفاده را کرد. مزیت فعالیت به عنوان مربی خصوصی نسبت به حضور در کلاس‌های عمومی امکان تنظیم ساعت برگزاری جلسات مطابق با برنامه‌های دیگر است. به این ترتیب نیازی به صرف‌نظر از امر خاصی به منظور فعالیت در شغل پاره‌وقت‌مان نخواهد بود.

منبع: businessnewsdaily

دیدگاه

۸ دیدگاهی که موفقیت شما را تضمین می‌کنند

همه ما افراد منفی‌باف و شکاک زیادی دیده‌ایم که بارها در تمامی فعالیت‌ها، تصمیمات‌شان را تغییر داده و اطرافیان خود را به اشتباه قضاوت و نقد می‌کنند. تفکر منفی مانند یک پارچه خیس است، چرا که تمامی هیزم‌های خشک را تر می‌کند و نمی‌گذارد از آنها برای آتش روشن کردن استفاده کرد. از سوی دیگر تفکر مثبت برای دستیابی به اهداف و رویاها شرطی اساسی است. بر اساس گفته‌های متخصص دیدگاه و نویسنده کتاب «هفت قدم برای تقویت ذهن در راستای فروش و بهبود بهره‌وری»، این نوع تفکر قابل آموختن است و افراد اگر حاضر شوند در برابر روش‌های جدید تفکر انعطاف داشته باشند، قادر خواهند بود منفی‌بافی خود را کنار گذاشته و به افرادی با تفکر مثبت و موفق تبدیل شوند. مشاهدات این کارشناس به هشت مورد منحصر به فرد تقسیم می‌شود که شما می‌توانید با به کارگیری آنها به موفقیت نزدیک شوید.

۱- ذهنیت پیشرفت داشته باشید

مهم‌ترین هدف این است که شما بتوانید در خود ذهنیت پیشرفت ایجاد کنید. این نوع تفکر به شما اجازه می‌دهد که رویاپردازی کرده و مرزهای ایده‌آل‌های خود را بشکنید تا به مراحل بالاتری دست یابید. با تفکر پیشرفت، افراد قادرند که توانایی‌ها و قابلیت‌های‌شان به مرور زمان بهتر شده و می‌توانند با خیال راحت به سراغ آنها بروند.

۲- ریسک‌پذیر باشید

بعضی مواقع باید از بالای دره به پایین پرید. وقتی شما کاری از محدوده آسایش‌تان انجام می‌دهید، ذهن شما چابک و زیرک می‌شود. در نتیجه یاد می‌گیرید که خودتان را به چالش بکشید. اصولاً افرادی که موفق نمی‌شوند از محدوده آسایش خود فاصله بگیرند، ذهنیت محافظه‌کارانه‌ای پیدا می‌کنند و نمی‌توانند شرایط مثبتی برای خود مهیا کنند.



۳- اشتباه‌تان را بپذیرید و به جلو حرکت کنید

قسمتی از پذیرفتن ریسک این است که از اشتباهات‌تان درس بگیرید. به اشتباه بزرگ از یک نظر، موهبتی گرانبهاست، چرا که می‌توان از آن درس گرفت و به جلو قدم برداشت. به گفته بسیاری از کارشناسان، تجربیات هر شخص بزرگترین آموزگار برای وی محسوب می‌شوند.

۴- کنجکاوی خود را حفظ کنید

مهم نیست که چه مدرکی دارید، شما هیچ زمان نباید دست از یادگیری بردارید. عطش شما برای یادگیری باید سیری‌ناپذیر باشد و تا پایان عمر ادامه پیدا کند. دست‌رسی به منبع پایانی از کنجکاوی و ویژگی‌هایی برایتان آشکار کند که تا به حال از آنها باخبر نبودید.

۵- حسادت نوزید و از موفقیت دیگران خوشحال شوید

عامل مهم دیگر در ایجاد تفکر مثبت، این است که از مصیبت قلب برای موفقیت دیگران خوشحال شوید. تشویق و تصدیق موفقیت دیگران می‌تواند درجه خشم و تلخی تفکرات‌تان را پایین آورده و به شما اجازه دهد تا دستاوردها و اتفاقات مثبت‌تان را به یاد آورده و به آنها افتخار کنید.

۶- تفکرات منفی را دور کنید، خوراک تفکرات مثبت را افزایش دهید

این یک قانون است که افراد پیرامون هر فرد، در شخصیت وی تأثیر می‌گذارند. طبق گفته کارشناسان، شما تلفیقی از پنج شخصیت افرادی هستید که با آنها وقت بیشتری می‌گذارید. این بدین معناست که ذهن شما هرآنچه را به دستش برسانید تغذیه کرده و از آن تأثیر می‌گیرد. پس بهتر است که روزانه به ذهن خود تفکر مثبت برسانید تا کم‌کم این نوع تفکر در فعالیت‌های‌تان پذیرفته شود.

۷- سلامتی‌تان را جدی بگیرید

اهمیت و تأثیر سلامتی فیزیکی بر چابکی ذهن‌تان را فراموش نکنید. از آنجایی که این دو مورد با هم در حال تعامل هستند و انسان را متمرکز نگاه می‌دارند، توجه به سرزندگی اولویت بسیار بالایی دارد.

۸- سطح انرژی خودتان را بالا نگه دارید

زمانی که احساس می‌کنید انرژی پایینی دارید، نمی‌توانید عملکرد خوبی از خود به جای بگذارید و به‌طور کلی سرزندگی خود را از دست داده‌اید، دیگر میل و اشتیاقی نخواهید داشت و نمی‌توانید انرژی‌های مثبت پیرامون خود را دریافت کنید. حتی ممکن است تمام موقعیت‌ها و افراد مهم زندگی خود را نیز از دست بدهید.

منبع: entrepreneur/digiato

نقش و جایگاه سازمان‌های غیر دولتی در ترویج حقوق مصرف‌کنندگان در ایران



علیرضا دائمی
کارشناس اقتصادی

امروزه توسعه به عنوان یک فرآیند، مهم‌ترین بحث کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه است. فرآیند توسعه وقتی با ثبات و موفقیت همراه می‌شود که با افزایش مشارکت مردم توأم باشد. مهم‌ترین و اصلی‌ترین شیوه بهره‌گیری از مشارکت فعال و همه‌جانبه مردم، سازمان‌های غیردولتی هستند که به عنوان بخش سوم در کنار بخش خصوصی (بازار) و دولت (عمومی) در اداره جامعه نقش دارند. این سازمان‌ها بستر رشد و ارتقای افراد، بروز توانمندی‌های آنها در ایفای مسئولیت اجتماعی و مؤثرترین کانال مشارکت مردم در فعالیت‌های مرتبط با فرآیند توسعه پایدار به شمار می‌روند.

۱- تعریف و جایگاه سازمان‌های غیردولتی

سازمان‌های غیردولتی، به موسساتی گفته می‌شود که مستقیماً از بودجه دولتی استفاده نمی‌کنند و اعضای آنها در مقابل فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند مسئولیت تفویض شده دولتی ندارند. گاهی از این اصطلاح به مفهوم «سازمان‌های مردمی» نیز یاد می‌شود. به عبارت دیگر، سازمان‌های غیردولتی، شخصیت حقوقی مستقل، غیردولتی، غیرانتفاعی و غیرسیاسی هستند که برای انجام فعالیت داوطلبانه فعالیت می‌کنند.

سازمان‌های خصوصی حمایت از مصرف‌کننده جهت تحقق تعادل منافع میان مصرف‌کننده و تولیدکننده و رفع یا کاهش ضعف عملکرد دولت در این زمینه کمک کنند و برای نائل شدن به اهداف خود، وظایف متنوع و گوناگونی را بر عهده دارند. برای مثال در سازمان‌های تابع ساختار انگلوساکسون مانند «اتحادیه مصرف‌کنندگان آمریکا» و «انجمن مصرف‌کنندگان انگلیس»، محور اصلی فعالیت‌ها، حمایت از حقوق مصرف‌کننده از طریق ارائه اطلاعات راجع به محصولات موجود در بازار است در مقابل، سازمان‌های غیردولتی موجود در کشورهای اسکاندیناوی مثل «شورای مصرف‌کنندگان نروژ» و «شورای مصرف‌کنندگان سوئد»، محور اصلی برنامه‌های خود را بهبود وضعیت مصرف‌کنندگان از طریق ایجاد رابطه میان مصرف‌کنندگان و قوای عمومی می‌دانند. همچنین برنامه اصلی سازمان‌های خصوصی فعال در کشورهایی مثل «سازمان خصوصی مصرف‌کنندگان فرانسه» طرح شکایت در دادگاه به نمایندگی از مصرف‌کنندگان است. با این حال تفاوت‌های موجود در محور اصلی فعالیت، بنیادی نیست و به نوع تفکرات موسسین این نهادها و نیز انتظارات و نیازهای متفاوت مصرف‌کنندگان کشورهای مختلف باز می‌شود.

۲- دلایل و ضرورت‌های حمایت از مصرف‌کننده

به موجب اصل سوم قانون اساسی، پی‌ریزی اقتصاد صحیح و عادلانه طبق ضوابط اسلامی یکی از وظایف دولت برشمرده شده است، بنابراین دولت با انجام برنامه‌ریزی درست اقتصادی می‌تواند زمینه لازم برای برقراری عدالت اجتماعی را فراهم سازد. یکی از این راهکارها حمایت از حقوق تولیدکننده، توزیع کننده و مصرف‌کننده است. مصرف‌کنندگان که شکل‌دهنده تقاضا در بازار کالا و خدمات هستند، در صورتی که از ابزارها و حمایت‌های لازم حقوقی برخوردار باشند، می‌توانند با انتخاب صحیح، تولیدات و خدماتی را که به هر نحو از استانداردهای لازم برخوردار نیستند از صحنه بازار حذف و بدینوسیله رقابت هر چه بیشتر را در میان عرضه‌کنندگان کالا و خدمات جهت ارائه محصولات بهتر ایجاد کنند. آنچه در تمام این تجربیات و تلاش‌ها مشترک است حول سه محور عمده قابل بیان است:

الف- ارائه اطلاعات کامل به مصرف‌کننده قبل از ورود به بازار
ب- فراهم آوردن امکان انتخاب و افزایش قدرت انتخاب و دستیابی به کالا و خدمات مورد تقاضای مصرف‌کننده
ج- حمایت جدی دولت از مصرف‌کننده در تحقق مراحل فوق‌الذکر و برخورد با تخلفات موردی صاحبان واحدهای صنفی (تولیدکننده و عرضه‌کننده) توسط دولت

۳- پیشینه سازمان‌های غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

مصرف‌کننده و حقوق او از زمان تشکیل سازمان جهانی استاندارد (ایزو) در سال ۱۹۴۷ به عنوان یک نگرانی جهانی مطرح شد. در این راستا علاوه بر دولت‌ها، گروه‌های مردمی غیردولتی تحت عنوان

سازمان‌های غیردولتی مصرف‌کننده به سرعت در کشورهای پیشرفته دنیا شکل گرفت. در سال ۱۹۶۲ برای نخستین بار حقوق جدیدی تحت عنوان «حقوق مصرف» با سخنرانی «جان اف کندی» اعلام موجودیت کرد. وی حقوق زیر را به عنوان حداقل حقوق برای مصرف‌کننده برشمرد.

- حق برخورداری از ایمنی
- حق برخورداری از اطلاعات کامل
- حق برخورداری از حمایت دولت
- حق انتخاب

در جهان توسعه یافته سه سیستم برای تشکیلات دفاع از حقوق مصرف‌کنندگان وجود دارد.

سیستم انگلوساکسون: اولین تشکیلات این سیستم در سال ۱۹۲۹ در آمریکا توسط دانشگاهیان به وجود آمد. در این سیستم تشکیلات مصرف‌کنندگان از طریق دریافت حق عضویت از اعضا انتشار روزنامه و مجله که تبلیغات کالاها و خدمات در آنها ممنوع است به حیات خود ادامه می‌دهند.

سیستم کشورهای اسکاندیناوی: این سیستم آمیزه‌ای از مصرف‌کنندگان و قوای عمومی است. بدین ترتیب که تشکیلات مصرف‌کنندگان زیر نظر شورای منتخب دولت فعالیت می‌کنند. نمونه بارز این سیستم نروژ است.

سیستم فدراتیو بازار مشترک اروپا: این سیستم به گروه‌های مصرف‌کنندگانی که با یک هدف تشکیل شده‌اند این امکان را می‌دهد که از یک سو با یکدیگر متحد شوند و از سوی دیگر مصرف‌کنندگان منفرد را متمرکز کنند. در این سیستم گروه‌های مصرف‌کننده در عین استقلال، هم با دولت همکاری دارند و هم از کمک‌های آن برخوردار می‌شوند.

سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی نیز در حوزه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان سیاست‌ها و راهکارهایی را در دستور کار خود قرار داده و از طریق وضع قوانین و امضای تفاهم‌نامه در سطح بین‌المللی و منطقه‌ای، سعی در گسترش چتر حفاظتی برای مصرف‌کنندگان دارند. یکی از بزرگ‌ترین و پرنفوذترین سازمان‌ها، سازمان ملل است که به منظور گسترش و تعمیق فرهنگ حمایت از مصرف‌کننده در سال ۱۹۸۶ راهبردهایی را پایه‌ریزی کرد. در این راهبردها به دولت‌ها توصیه شده است که سیاست حمایت از مصرف‌کنندگان کشورشان را توسعه داده و حمایت کنند.

یکی دیگر از سازمان‌های حمایت‌کننده سازمان تجارت جهانی است. برخی از مصوبات این سازمان به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در جهت حمایت از حقوق اساسی انسان به عنوان یک مصرف‌کننده تنظیم شده است. یکی از بارزترین این قوانین، قانون مالکیت فکری است. در نگاه اول، حمایت از حقوق مالکیت فکری با حمایت از حقوق مصرف‌کننده تفاوت‌های بسیاری دارد، ولی یکی از مهم‌ترین دلایل ایجاد حقوق مالکیت فکری، جلوگیری از ارائه محصول غیرواقعی و تقلبی به مصرف‌کننده است.

با توجه به عملکرد سازمان‌های غیردولتی در کشورهای مختلف می‌توان موارد زیر را به عنوان مهم‌ترین وظایف و مسئولیت‌های این سازمان‌ها در قبال مصرف‌کنندگان برشمرد.

۱- اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی عمومی (ارتباطات)

وجود برندهای مختلف در مورد یک کالا علت اصلی لزوم ارائه اطلاعات در خصوص کیفیت محصولات به مصرف‌کننده است. کسب اطلاع از کیفیت تمام یا اغلب برندها و بررسی رعایت اصول فنی در آنها برای خریدار غیرممکن یا حداقل متضمن صرف پول و هزینه بسیار زیاد است، ضمن آنکه بسیاری از خریداران از نکات فنی لازم برای بازرسی محصول ناآگاهند. هرچند اطلاعات نوعی مصرف‌کننده شامل گواهی کیفیت و برچسب‌های اطلاعاتی می‌تواند وی را در انتخاب کالا یاری کند، اما این اطلاعات صرفاً جنبه مثبت دارد و خریدار نمی‌تواند از معایب موجود در کالا مطلع شود. از این رو در برخی کشورها، سازمان‌های غیردولتی حامی حقوق مصرف‌کننده به عنوان نمایندگان این قشر، وظیفه آگاه‌سازی عمومی و اطلاع‌رسانی را برعهده دارند.

همچنین در برخی از کشورها سازمان‌های غیردولتی بررسی تطبیقی کالاها و برندهای مختلف و ارائه اطلاعات لازم راجع به کیفیت این محصولات را بر عهده دارند. معمولاً این سازمان‌ها دارای ابزارهای علمی هستند که به آنها اجازه «بررسی تطبیقی کالاها» مصرفی» موجود در بازار را می‌دهد.

مطالعه کشورهای مختلف در این خصوص حاکی از آن است که معمولاً دو روش برای معرفی کالا به خریدار وجود دارد. در کشور فرانسه، کالاها براساس رابطه بها و کیفیت‌شان به طبقات مختلف تقسیم شده و نتایج بررسی از طریق انتشار در مجلات در اختیار عموم قرار می‌گیرد، اما در کشورهای انگلستان و بلژیک، سازمان‌های غیردولتی پس از بررسی‌های لازم و با در نظر گرفتن شرایطی چون انتظار مصرف‌کننده و کیفیت کالا، بهترین کالا برای خرید را معرفی می‌کنند تا بهترین خرید محقق شود. ایراد روش اخیر آن است که برای برگزیدن بهترین کالا، امکان در نظر گرفتن تمام عوامل وجود ندارد لذا محصول انتخاب شده با واقعیت منطبق نیست.

۲- افزایش سطح آگاهی مصرف‌کنندگان از طریق اجرای برنامه‌های آموزشی

معمولاً تولیدکنندگان از دسترسی سازمان‌های غیردولتی به

اطلاعات مربوط به فرآیند طراحی و تولید و عرضه کالاها خود یا ارائه اطلاعات صحیح و کافی به آنها خودداری می‌کنند، لذا این سازمان‌ها می‌کوشند تا با افزایش تدریجی آگاهی مصرف‌کنندگان جامعه در کوتاه / درازمدت تولیدکنندگان را در برابر مصرف‌کنندگانی مطلع و آگاه قرار دهند و آنها را به‌طور غیرمستقیم ملزم به افزایش کیفیت و ایمنی محصولات خود کنند. برای نمونه اتحادیه مصرف‌کنندگان انگلستان با هدف افزایش بینش حقوقی و فنی مصرف‌کنندگان، گروه‌های محلی تحت عنوان گروه‌های مصرف‌کننده (Consumer Groups) در نقاط مختلف این کشور تشکیل داده است. در کشور فرانسه نیز در کنار انجمن‌های ملی، گروه‌های محلی مصرف‌کنندگان برای دفاع از حقوق این صنف در زمینه کیفیت محصولات تشکیل شده‌اند که از جمله آنها می‌توان به «انجمن محلی سازمان مصرف‌کنندگان» اشاره کرد.

آگهی فروش

به موجب پرونده کلاسه ۹۶۰۸۳۰ اجرای حقوقی محکوم علیه شرکت کیفکار محکوم به پرداخت مبلغ ۲۱۱۶۰۵۱۰۰ ریال در حق محکوم له فرسان رشیدی کوچکی و مبلغ ۷۵۰۰۰۰ ریال بابت هزینه اجرایی در حق صندوق دولت با توجه به اینکه در خصوص اموالی از قبیل قطعات بنده جرتقیل ثابت، جک و ستون قالب سنتر، فنس، تانکی آب خانوادگی به مبلغ ۲۲۵۰۰۰/۰۰۰ ریال که توسط کارشناس به قیمت فوق‌الذکر ارزیابی گردیده برای مورخ ۹۶/۱۲/۲۷ ساعت ۱۰ الی ۱۱ روز یکشنبه وقت مزایده با حضور نماینده دادستان عمومی و انقلاب شوشتر در محل اجرای احکام حقوقی دادگستری تعیین گردیده است متقاضیان می‌توانند در جلسه مزایده در وقت و ساعت مقرر فوق حضور یابند مزایده از قیمت کارشناسی شروع شده و به بالاترین قیمت پیشنهادی به فروش خواهد رسید ضمناً ضرورت دارد برنده مزایده ده درصد قیمت مزایده را فی المجلس به صندوق دادگستری تحویل نمایند و برنده مزایده اجناسی مبلغ را باید ظرف یک ماه به صندوق دادگستری واریز نمایند بدین است وفق مقررات ذیل ماده ۱۲۹ قانون اجرای احکام در صورتی که برنده مزایده در موعد مقرر (حداکثر یک ماه) بقیه بهای اسامی را نپردازد سیرده او پس از کسر هزینه مزایده به نفع دولت ضبط و مزایده تجدید می‌گردد داوطلبان می‌توانند در صورت تمایل جهت بازدید سه روز قبل از مزایده به اجرای احکام حقوقی مراجعه نمایند شماره م / الف: ۱۵/۶۳۳

اجرای احکام حقوقی دادگستری شوشتر - سید ابراهیم کریمی

آگهی ابلاغ و احضار

آقای سید حسین سعیدی فرزند سعیدعلی مجهول‌الذکر همسر شما خاتم طیبه فرزانه علی اکبر برابر دادنامه قطعی ۱۰۲۵۳ مورخ ۹۶/۱۰/۳ شعبه اول دادگاه شهرفدس با بابت یک عدد سکه بهار آزادی از مهریه و بابت نفقه گذشته و عده و اجراءمثل تقاضای ثبت طلاق نموده است لذا لازم است ظرف مدت ده روز پس از انتشار در دفتر خانه به آدرس شهرفدس بلوار کهنر جنب داروخانه شیشه روزی دکتر بن ب ۲۹۲ حاضر شوید در غیر این صورت طبق مقررات اقدام به ثبت خواهد شد اعتراض بعدی شما ممنوع خواهد بود.

مرد دفتر طلاق ۳ شهرفدس محسن سامی م الف: ۲۲۵۰

اجرائیه

مشخصات محکوم له: علیرضا رستمیان نسلی شهرفدس ۳۰ شهریور ۲۲ م سجاده سوپرمارکت امیرمحمد، مشخصات محکوم علیه: اصنان شقایق مجهول‌الذکر محکوم به بموجب دادنامه شماره ۳۹۹ مورخ ۹۶/۷/۳ شورای حل اختلاف شهرفدس شعبه ۹ قطعیت حاصل کرده است پرداخت مبلغ ۸۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل به علاوه هزینه دادرسی و کلیه خسارات در حق خواهان ونیم عشردولتی حق الاجرا در حق صندوق دولت

شعبه ۹ شورای حل اختلاف شهرفدس م الف: ۲۲۴۷

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

ش ابلاغنامه ۹۶۰۳۶۶ ۱۷۲۱۰۰۶۳۷ ش پرونده ۹۶۰۹۹۸۱۷۲۱۰۰۶۳۷ ش بایگانی ۹۶۰۶۴۵ / آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضلیم به آقای اکبر علیزاده زندینزی فرزند محمد / خواهان آقای محسن احمدی دادخواستی به طرفیت خوانده آقای اکبر علیزاده زندینزی فرزند محمد به خواسته مطالبه خسارت مطروح که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۷۲۱۰۰۶۳۷ شعبه دهم شورای حل اختلاف مجتمع شهرفدس شهرستان گرگان ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۲۰ ساعت ۱۰:۰۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی منسی به علت مجهول‌الذکر بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یکدست در یکی از جراید کنترالانتشار آگهی می‌گردد تاخوانده ظرف یکماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه کپی دادخواست و ضلعانم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

مسئول دفتر شعبه دهم شورای حل اختلاف مجتمع شهرفدس شهرفدس گرگان



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

پیام رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران به مناسبت هفته گرامیداشت مقام زن و روز مادر



ساری - دهقان - رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران به مناسبت هفته گرامیداشت مقام زن و روز مادر با صدور پیامی تولد بانوی بزرگ اسلام حضرت زهرا(س)، هفته گرامیداشت مقام زن و روز مادر را تبریک گفت. متن پیام دکتر سید عباس موسوی به این شرح است: ۲۰ جمادی الثانی روز ولادت پاکترین مخلوق و آفریده خداوند بی همتا - فاطمه زهرا(س) است، همان که فرشتگان هفت آسمان انتظار آمدنش را کشیدند و در سوگ از دست رفتن مظلومانه اش ناله سر دادند، وجودی سرشار از عشق و صبوری که وی را برای همیشه در تاریخ جاودانه ساخت چنان که پیامبر خدا صلی الله علیه و آله میفرماید: دخترم فاطمه، سرور زنان عالم است. فاطمه دختری شایسته برای محمد (ص) و خدیجه، همسری وفادار برای علی(ع) و مادری دلسوز برای حسین و زینب بود؛ از شخصیت فاطمه سخن گفتن بسیار دشوار است. فاطمه یک زن بود، آنچنان که اسلام از زن می خواهد باشد. این روز مبارک و میمون بر تمامی بانوان فاکار و پرتلاش که در راه خدمت به میهن و مردم خویش از هیچ تلاشی دریغ نمی کنند تهنیت باد، آرزوی همه دلسوزان و مشفقان ایران اسلامی برای زنان این دیار که با ایفای نقش مادر و همسر در خانواده، حضور در خشان و موثری را در فعالیت های اجتماعی به ظهور می نشانند تا آبدی و بی نیازی را هدیه این سرزمین نمایند اوج موفقیت و سلامتی است. روزتان مبارک، پاینده و پرپرزو باشید

از سوی سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری قزوین

کارگاه رایگان آموزش هنر باز آفرینی در خانه فرهنگ شهید نواب صفوی برگزار شد

قزوین - خبرنگار فرصت امروز - کارگاه رایگان آموزش هنر باز آفرینی در خانه فرهنگ شهید نواب صفوی سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری با مشارکت انجمن رویش سبز برگزار شد. به گزارش روابط عمومی سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری قزوین؛ کارگاه رایگان آموزش هنر باز آفرینی در قالب سلسله کارگاه های آموزشی رویش با موضوعات «آموزش عملی هنر باز آفرینی»، «شناسایی با فرهنگ هر شهروند یک پاکبان» و «شناسایی با روند تغییرات محیط زیست در جهان» در خانه فرهنگ و فرهنگسراهای سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری برگزار می شود. لازم به ذکر است؛ ساخت لوازم مصرفی از ضایعات قابل استفاده در راستای فرهنگ سازی مصرف صحیح زباله های پلاستیکی و... از جمله اهداف مهم برگزاری کارگاه رایگان آموزش هنر باز آفرینی است.



ساخت خانه های روستایی با نظارت ۳۵۰ مهندس نظام فنی روستایی بنیاد مسکن استان گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - بنا به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گلستان، مهندس زمانی نژاد، مدیر کل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گلستان به مناسبت گرامیداشت روز مهندس، ضمن تبریک این روز به جامعه مهندسیین اظهار کرد: امیدواریم همه مهندسیین با ایده و فکر جدید تحولی در مهندسی ساختمان ایجاد کنند. هدف از بنیاد مسکن انقلاب اسلامی ارتباط تنگاتنگی با نظام مهندسی استان دارد و به موازات سازمان نظام مهندسی، برای ۳۵۰ مهندس پروانه نظام مهندسی صادر کرده است تا روند ساخت واحدهای مسکونی روستایی با نظارت کامل این مهندسان و کارشناسان بنیاد مسکن در استان و شعب شهرستان انجام گیرد. مدیر کل بنیاد مسکن استان در ادامه اظهار کرد: در استان گلستان ۷۰ هزار واحد روستایی در برنامه مقاوم سازی قرار دارد که تا کنون احداث ۵۵ هزار واحد مسکونی انجام و موفق به دریافت پایتکار شده اند. وی در ادامه بیان میکند بنیاد مسکن انقلاب اسلامی در بحث احداث مسکن روستایی بسیار با دقت و با نظارت مستمر مهندسیین خبره انجام می شود. همه این واحدها ناظر فنی روستایی دارند و برای کلیه واحدهای احداثی پروانه ساختمانی و پایان کار صادر می شود. مهندس زمانی نژاد در خاتمه ابراز داشت: ما بدنبال آن هستیم تا بخش اعظم نیروهای مولد ما در روستاها خانه های مقاوم داشته باشند تا جان و مال مردم در برابر حوادث غیر متوقع حفظ شود.

معاون بهره برداری آبفا گلستان:

تمهیدات لازم در خصوص فرا رسیدن نوروز سال ۹۷ اندیشیده شده است

گرگان - خبرنگار فرصت امروز - معاون بهره برداری شرکت آب و فاضلاب استان گلستان گفت: تمهیدات لازم در خصوص فرا رسیدن نوروز سال ۹۷ اندیشیده شده است. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان، مهندس مهیار خسروی افزود: با توجه به ضرورت مراقبت و کنترل دقیق وضعیت آب رسانی شهرها در ایام نوروز و به دلیل افزایش مصرف آب شرب و جلوگیری از بروز نوسانات مصرف و کمبود آب راهکارهای مناسب جهت پیشگیری از قطعی آب در این ایام ارائه شده است. وی با اشاره به اینکه دسترسی به مدیران امور شهرها در این نوروز باید امکان پذیر باشد، اظهار داشت: کشیک تمامی مناطق باید از تاریخ ۲۶ اسفند ماه تا تاریخ ۱۳ فروردین سال ۹۷ با حضور یک مسئول برقرار باشد. مهندس خسروی تأکید کرد: برای اینکه با مشکل قطعی آب مواجه نشویم تمامی مراکز امداد و حوادث باید بصورت آماده باش باشند و در اسرع وقت نسبت به حوادث احتمالی اقدام نمایند. معاون بهره برداری شرکت آب و فاضلاب استان گلستان بازید متناوب از منابع تامین و مخازن ذخیره و شبکه های توزیع آب را ضروری دانست و گفت: این بازدیدها می تواند از بروز حوادث احتمالی که شهرهایی که دارای افت فشار آب هستند، جلوگیری نماید. وی افزود: مناطق باید در ایام تعطیلات نوروزی برای هرگونه حوادث غیرقابل پیش بینی نظیر (قطع برق، شکستگی خطوط انتقال، تغییر ناگهانی کمیت و کیفیت آب) که منجر به تغییر شرایط عادی تامین آب مشترکین تحت پوشش شود، تمهیدات لازم را اندیشیده و به کشیک ستاد اعلام وضعیت نمایند.

سفیران انرژی اشاعه دهنده فرهنگ مصرف بهینه و ایمن انرژی

رشت - مهناز نوبی - مهندس اکبر مدیرعامل گاز گیلان از گسترش آموزه های مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی در لایه های مختلف جامعه خبر داد. وی اظهار داشت: اشاعه فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز از سالهای دور جزو اهداف شرکت گاز استان گیلان بوده و این مهم با گسترش کار رسانی به اقصی نقاط استان و افزایش تعداد مشترکین گاز طبیعی اهمیت بیشتری یافته است. مهندس اکبر در خصوص تعریف این پروژه آموزشی بزرگ در استان گفت: بدنبال بخشنامه دولت به کلیه وزارتخانه ها، سازمان ها، مؤسسات، شرکتهای دولتی و استانداری های سراسر کشور مبنی بر صرفه جویی در مصرف انرژی، در سال ۱۳۹۲ طرح اشاعه فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی با عنوان «سفیران انرژی» توسط شرکت گاز استان گیلان پیشنهاد گردید. وی ادامه داد: هدف این طرح که در نوع خود با توجه به دامنه و گستردگی و نوع اجرای آن کم نظیر می باشد، مدارس شهری و روستایی، مساجد، ادارات، روستاهای مشمول طرح بند ق و کلیه مشترکین گاز طبیعی در سطح استان می باشد و با تعمیم آن به سطح کشور می توان این طرح را بعنوان یک نهضت فراگیر ملی برای ارتقاء فرهنگ عمومی معرفی نمود. مدیرعامل گاز گیلان تصریح کرد: برای حمایت از اجرای هرچه بهتر این مهم، طرح مذکور جزء پروژه های بهبود شرکت گاز استان گیلان قرار گرفت و برای آن روش و دستورالعمل اجرا، برنامه زمان بندی و بودجه های مناسب پیش بینی گردید. مهندس اکبر افزود: برای انجام هر چه بهتر این طرح بزرگ جلساتی با نمایندگان از فرمانداری های استان برگزار و سیاست ها و نحوه انجام امور مشخص شد و بدنبال آن جلسات اولیه برای پیاده سازی آن اجرا گردید که تا اوایل سال جاری بطول انجامید.

با حضور مدیر کل دفتر فنی و امور عمرانی استانداری تهران

ستاد فضای سبز شهرستان ملارد تشکیل جلسه داد

شهرستان ملارد - مژگان علیقاردانی - جلسه ستاد فضای سبز شهرستان ملارد به ریاست علی اکبر خراسانی مدیر کل دفتر فنی و امور عمرانی و سرپرست معاونت فنی و عمرانی فرمانداری ملارد و با حضور اعضای این ستاد با هدف برنامه ریزی برای بزرگداشت هفته منابع طبیعی در محل سالن جلسات فرمانداری برگزار گردید. علی اکبر خراسانی مدیر کل دفتر فنی و امور عمرانی استانداری تهران با تبریک فرارسیدن هفته منابع طبیعی، بر لزوم استفاده از گیاهان مقاوم در برابر کم آبی در توسعه فضای سبز این شهرستان تأکید کرد. افزود: توسعه فضای سبز در شهرستان اعم از مناطق شهری و روستایی از مهمترین و ضروری ترین مسائلی است که از سوی همگان باید مورد توجه جدی قرار گیرد. مدیر کل دفتر فنی و امور عمرانی استانداری تهران گفت: مسئولان استان تهران باید در ۱۰ سال آینده ۶۰ هزار هکتار فضای سبز در استان تهران ایجاد کنند که سهم ملارد از این مقدار ۴۰۰ هکتار است. معاون فرماندار ملارد تصریح کرد: باید به سمت توسعه استفاده از سبب فاضلاب تصفیه شده برای آبیاری فضای سبز در سطح استان به ویژه این شهرستان گام برداریم.

تاخیر در پرداخت آب بها موجب کندی روند خدمات رسانی خواهد شد

شهرقدس - محبوبه ابوالقاسمی - معاون درآمد و امور مشترکین شرکت آب و فاضلاب شهرها و شهرکهای غرب تهران گفت: تاخیر و عدم پرداخت به موقع آب بها و حق اشتعاب یکی از موانع است که موجب کندی در روند خدمات رسانی می شود. محمدرضا فاضلی اظهار داشت: وصول مطالبات می تواند علاوه بر استمرار خدمات بهینه از ایجاد هزینه های اضافی همچنین جرایم احتمالی ناشی از عدم پرداخت دیون برای مشترکین بدهکار جلوگیری کند. وی افزود: اشعاب آب مشترکینی که بدهی بالای ۱۰۰ هزار تومان و یا بالای ۵۰ درصد حق اشتعاب ضمن احتضار قبلی در صورتی که در اسرع وقت در روزهای پایانی سال بدهی خود را نپردازند قطع و جمع آوری خواهد شد. معاون درآمد و امور مشترکین آبهای شهرها و شهرکهای غرب تهران تصریح کرد: به استناد قانون این شرکت می تواند ضمن قطع موقت اشتعاب آب مشترکین بدهکار نسبت به پیگیری قضایی اقدام کند، بدیهی است هزینه های اضافی ناشی از قطع، جمع آوری و وصل مجدد به عهده مشترک خواهد بود.

با حضور دکتر یخکشی رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل آب منطقه ای انجام شد :

بررسی مباحث مهم آب مازندران



ساری - دهقان - به گزارش خبرنگار ما در مازندران و به نقل از روابط عمومی آب منطقه ای مازندران؛ در این جلسه که آقایان رفیعی و عبدالهی، دو نفر از مدیران ارشد آب کشور نیز حضور داشتند، ابتدا معاونین و مدیران شرکت از جمله بخش برنامه ریزی، طرح و توسعه، مالی، پشتیبانی، حقوقی، بازرسی و روابط عمومی ضمن ارائه خلاصه گزارشی از عملکرد حوزه کاری خود چالش ها و راهکارهای پیشنهادی شان را مطرح کردند. سپس دکتر یخکشی رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل این شرکت با اشاره به تنوع مسائل آبی در مازندران از جمله مباحث و مسائل دریا به طول ۴۰۰ کیلومتر، رودخانه بطول ۷۰۰ کیلومتر و ده ها هزار کیلومتر انبار سستی و مدرن، تالابها، دریاچه ها، ده ها سد مخزنی، انحرافی، تنظیمی از جنس بتن، لاستیک، سنگریزه، ۸۰۰ قطعه آب بندان، بالغ بر یکصد هزار حلقه چاه، پدیده خشکسالی، سیل و مباحث مهم کیفی و زیست محیطی و ده ها مسائل اجتماعی گفت: برای خدمت رسانی و پاسخگویی کار مضاعف و سختی را بر عهده داریم و از سویی شاخص های آب در این استان چه در بخش تنظیم و مهار آب و چه در بخش شبکه های آبیاری و زهکشی از یک عقب ماندگی تاریخی برخوردار است بطوریکه به عنوان نمونه ۷۰ درصد از منابع آبی این استان از بخش آب سطحی تامین می شود اما ۱۰ درصد آن قابلیت تنظیم و مهار دارد

با اجرای پروژه های درختکاری توسط شهرداری منطقه ۳ تبریز

محدوده ورزشگاه یادگار امام (ره) از وضعیت صحرایی خارج می شود



تبریز - ماهان فلاح - شهردار منطقه ۳ تبریز گفت: با اجرای پروژه های انبوه کاری و درختکاری، محدوده ورزشگاه یادگار امام (ره) از وضعیت صحرایی و خشک، خارج می شود. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مرتضی موحندیا با عنوان اینکه در آستانه تبریز ۲۰۱۸ استادپوم یادگار امام (ره) تبریز به دلیل برگزاری بازی های مهم فوتبال یکی از بهترین نقاط برای معرفی تبریز در ابعاد داخلی و بین المللی است، خاطرنشان ساخت: جنگل کاری تپه های اطراف این استادیوم از سوی این منطقه در حال انجام است که با این کار این مکان از حالت خشک و صحرایی خارج و جلوه بصری مناسبی به آن بخشیده می شود. وی

مجرد در جلسه هماهنگی سفرهای نوروزی خبر داد

۱۲۰ باب جایگاه عرضه فرآورده های نفتی و سی ان جی به مسافران خدمات ارائه می کنند

جایگاهها در طول تعطیلات نوروز تأکید کرد و از تعامل و همراهی مالکین جایگاهها در این امر قدر دانی نمود و تصریح کرد جایگاههای بین راهی غیر لغیم فروش و کارمزدها پایین در ارائه خدمات به مشتریان و کارهای خدایشانده پیشرو هستند. برپایه این گزارش اسماعیل زاده معاون ستاد اقله نماز آذربایجان غربی گفت: تجهیز و نگهداشت مناسب نمازخانه در جایگاهها بخشنامه محور نیست و باید از روی اعتقاد قلبی و ایمان مالکین جایگاهها بچوشتد و در این صورت است که موفق خواهیم شد وی از ارتقای وضعیت عمومی نمازخانه های بین راهی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ارومیه قدر دانی کرد و افزود در مقایسه با سایر سازمانهای ذیربط وضعیت نمازخانه های بین راهی این شرکت مطلوب است.



ارومیه - خبرنگار فرصت امروز - احمد مجرد مدیر منطقه ارومیه گفت: در تعطیلات نوروز امسال بالغ بر ۱۲۰ باب جایگاه عرضه فرآورده های نفتی و سی ان جی به مسافران استان آذربایجان غربی خدمات مطلوب ارائه خواهند کرد وی از آماده به کار بودن کلیه تجهیزات فنی این جایگاهها خبر داد و افزود مرحله اول طرح نظارت و ارزیابی عرضه فرآورده های نفتی در جایگاهها که از ۵ اسفند شروع شده بود که در این بازدیدها کلیه نقاط ضعف و نواقص فنی جایگاهها براساس چک لیست از پیش تعریف شده مشخص شده و مقرر گردیده مالکین مجاری عرضه در مدت یک هفته نسبت به رفع نواقص اقدام نمایند این مقام مسئول خاطرنشان ساخت مرحله دوم این طرح از ۱۵ اسفند لغایت ۲۸ اسفند و مرحله سوم آن از اول

مجری طرح های خطوط برق چهار شرکت برق منطقه ای خوزستان:

افزایش ۸/۱ برابری ظرفیت خطوط ۱۳۲ کیلو ولت آبادان

اهواز - شبنم جفاوند - مجری طرح های خطوط برق چهار شرکت برق منطقه ای خوزستان خبر از افزایش ۸/۱ برابری ظرفیت خطوط ۱۳۲ کیلو ولت، ایستگاه اصلی آبادان - ذوالفقاری - غربت - رازی و پتروشیمی جدید با استفاده از هادی پر ظرفیت داد. غلامرضا ذاکر مشفق گفت: خطوط انتقال ۱۳۲ کیلو ولت موجود در منطقه آبادان با عمری طولانی عمدتاً در مرکز شهر واقع گردیده، بدیهی است که با توسعه و تراکم ساختمان های شهری مصرف انرژی الکتریکی افزایش یافته و باید به صورتی با احداث خطوط جدید با افزایش ظرفیت توان انتقالی این مشکل را برطرف کرد. وی ادامه داد: یکی از روش هایی که با اعمال کمترین تغییرات در ساختار خطوط جدید و کمترین هزینه در کوتاه ترین زمان منجر به افزایش



جریان عبوری و ظرفیت توان انتقالی می شود استفاده از هادی پر ظرفیت ACSS/DRACK می باشد، در این روش بدون تقویت

افتتاح نمایندگی کانون وکلای استان آذربایجان شرقی در شهرستان مرند



تبریز - اسد فلاح - نمایندگی کانون وکلای استان آذربایجان شرقی در مرند و جلفا افتتاح شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، نمایندگی کانون وکلای استان آذربایجان شرقی در مرند و جلفا با حضور رؤسای دادگستری شهرستان های مرند، جلفا، شبستر و دادستان های عمومی و انقلاب شهرستان های مرند و جلفا و سایر مسئولین شهرستان و وکلای عضو کانون در مرند افتتاح شد. در آیین افتتاح این مراسم رئیس دادگستری شهرستان مرند در عرض تبریک هفته وکالت و عرض خیر مقدم به هیأت مدیره کانون وکلای استان آذربایجان شرقی گفت: بهترین وکیل خداوند است و در قرآن یکی از نامهای مقدس پروردگار علم نیز وکیل ذکر شده است چون او بهترین یار و یاور انسانهاست و در قرآن کتاب آسمانی نیز ۲۴ مرتبه نام وکیل آورده شده است و نشان از اهمیت

رئیس سرپرستی منطقه ۵ بانک شهر:

بانک شهر در پروژه متروی کرج سرمایه گذاری می کند



کرج - خبرنگار فرصت امروز - رئیس سرپرستی منطقه ۵ بانک شهر از آمادگی این بانک برای سرمایه گذاری در تکمیل متروی کرج خبر داد. شهرام عالی پور در نشست هم اندیشی با اصحاب رسانه استان البرز اظهار داشت: بانک شهر با تاسی از وظایف ذاتی و مشتری مدار خود و با الهام از تفکرات نوین ضمن تلاش بی وقفه جهت اجرای تمام پروژه های عمرانی و آبادانی شهر کرج آمادگی لازم را دارد. وی افزود: بانک شهر به دنبال بدست آوردن منافع شخصی نیست و علی رغم کاهش سطح نقدینگی حمایت خود را برپای اجرای طرح های شهری در کرج گذاشته

نداده است. رئیس منطقه ۵ بانک شهر با بیان اینکه این بانک آماده مشارکت در راه اندازی متروی کرج است و در این حوزه

اینکه خدمات نوین بانکداری بانک شهر مورد استقبال مردم استان البرز قرار گرفته است، تصریح کرد: ظرف سه سال گذشته بانک شهر خود را با خدمات روز دنیا منطبق کرده و در حال خدمت رسانی به مردم است. عالی پور با بیان اینکه از چند روز گذشته کارت شهروندی با تخفیف ۵۰ درصدی به قیمت ۲۵۰۰ تومان برای شهروندان در شعب بانک شهر در کرج صادر می شود، عنوان کرد: شهروندان می توانند با داشتن این کارت ۱۶ خدمت متنوع دریافت کنند. رئیس منطقه ۵ بانک شهر با بیان اینکه این بانک عهده دار تامین مالی پروژه عظیم بزرگراه شمالی کرج بوده است، تصریح کرد: پرداخت تسهیلات کم بهره به اصحاب رسانه استان البرز در دستور کار بانک شهر قرار می گیرد.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

پنجشنبه | ۱۷ اسفند ۱۳۹۶ | شماره ۱۰۲۱ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع، نشر گستر امروز

آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲

فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۸۱

امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رهنمودی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۳۲ ربه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

درنگ



تعداد کاربران فعال ماهانه وی‌چت از مرز یک میلیارد نفر عبور کرد

تنسنت، شرکت مادر اپلیکیشن وی‌چت ساعاتی پیش طی نشستی که در پکن برگزار شد اعلام کرد که پیام‌رسان محبوب چینی‌ها حالا بیش از یک میلیارد کاربر فعال ماهانه دارد. وی‌چت رسیدن به این آمار و ارقام فوق‌العاده را بیش از هر چیز مدیون فعالیت‌های اجتماعی کاربران چینی بوده است.

به گزارش دیجیاتو، وی‌چت برای چینی‌ها چیزی فراتر از یک پیام‌رسان است. کاربران ساکن این کشور می‌توانند از طریق آن به قابلیت‌های یک شبکه اجتماعی دسترسی داشته باشند، غذا سفارش بدهند، تاکسی بگیرند، کارهای بانکی خود را انجام داده یا حتی جرمی را به اداره پلیس گزارش بدهند.

جالب است بدانید که وی‌چت در حال حاضر به غیر از چین در کشورهای جنوب شرق آسیا، اروپا و حتی آمریکا هم طرفدارانی پیدا کرده که البته بخش زیادی از آنها مهاجران چینی تباری هستند که از طریق این پیام‌رسان با خانواده خود در کشور مادری ارتباط برقرار می‌کنند.

توجه داشته باشید که رقم یک میلیارد نفر صرفاً به تعداد حساب‌های کاربری فعال اشاره دارد و نه افراد فعال. با این وجود، همین آمار و ارقام تضمین می‌کند که برنامه آینده تنسنت برای ایجاد یک کارت شناسایی مجازی برای شهروندان چینی (که به اندازه کارت‌های شناسایی صادر شده توسط دولت اعتبار دارد) در وی‌چت موفقیت‌آمیز خواهد بود.

گفتنی است که موفقیت وی‌چت در کشور چین فارغ از امکانات و پر و پیمانان مدیون عوامل دیگری هم بوده، از جمله اینکه تقریباً تمام پیام‌رسان‌های رمزنگاری شده مثل واتس‌آپ و لاین و فیس‌بوک مسنجر توسط دولت حاکم در این کشور فیلتر شده‌اند.

در انتها یادآوری این موضوع هم بد نیست که پیام‌رسان وی‌چت طی فیلترینگ مقطعی تلگرام در ایران، برای مدت کوتاهی رفع فیلتر شد، اما به نظر می‌رسد که حالا مجدداً به وضعیت سابق خود بازگشته، چرا که پیامک فعال‌سازی برای آن ارسال نمی‌شود.

معرفی استارت‌آپ



خدمات حمل‌ونقل بین شهری

نام استارت‌آپ: بادپا

وب سایت: badpa.ir

سال تأسیس: ۱۳۹۶

موضوع: حمل‌ونقل بین شهری، حمل خودرو، حمل اسباب و اثاثیه

توضیح بیشتر:

حوزه فعالیت وبسایت بادپا / خدمات حمل و نقل بین شهری، حمل و جابه‌جایی خودرو (شهری و بین شهری)، حمل و جابه‌جایی اسباب و اثاثیه (شهری و بین شهری)



بسته‌بندی خلاق



برای مطالعه ۹۲۴ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

تولید کننده محصولات چرمی هستیم و قصد داریم نام کسب و کار ما را به عنوان یک برند در میان رقبا مطرح کنیم. برای گذر از فرآیند تولید سنتی به تولید حرفه‌ای و صنعتی چه توصیه‌هایی برای من دارید؟

برند شدن در حوزه چرم

پاسخ کارشناس: برند یک محصول یا شرکت نشان‌دهنده شخصیت محصول یا شرکت است. شما برای اینکه برند شوید باید در همه ابعاد به محصول و شرکت خود شخصیت دهید. این شخصیت باید کاملاً هماهنگ با حرفه و محصول شما باشد. اگر زیبایی حرف اول را در تولیدات شما می‌زند باید این زیبایی محور قرار بگیرد. اگر استحکام نقطه تمایز

شماست باید روی آن مانور دهید. اگر خدمات پس از فروش نقطه برتری شرکت شماست باید روی آن مانور دهید. ممکن است شما در همه موارد گام‌های موثری برداشته باشید اما در هر صورت یکی از موارد از بقیه سرآمدتر است. بهتر است آن را محور قرار دهید و البته به بقیه هم توجه داشته باشید. بعد از مشخص شدن این موارد باید آنها را به گروه مشاوران خود منتقل کنید تا لوگو، رنگ لوگو، شعار تبلیغاتی شما، بسته‌بندی شما وغیره

همگی متناسب با شخصیت محصول شما طراحی و تولید شوند. این کارها پایه حرکت شما به سوی برند شدن است. از مشاوران زنده کمک بگیرید تا با همین ابزارهای پایه یک کمپین برندینگ برای شما بنویسند. این کمپین را با حوصله و صبر اجرا کنید. علاوه بر این توجه کنید که تمام رفتارهای شرکت شما به ویژه کارمندان شما که با مشتریان برخورد دارند باید هماهنگ با شخصیت برند شما باشد.

مدرسه مدیریت



نگاهی به برنامه جدید بازاریابی سبز کمپانی Lacoste

محیط‌زیست که به عنوان «بازاریابی سازگار با محیط‌زیست» یا «بازاریابی سبز» نام برده می‌شود، تبدیل به یکی از استراتژی‌های شرکت‌ها در بازار رقابتی امروز شده است. بازاریابی سبز فرآیندی اجتماعی است که افراد و گروه‌ها از طریق فرآیند مبادله محصولات و ارزش آنها، نیاز و خواسته خود را از طریق یک روش اخلاقی که اثرات منفی بر محیط‌زیست را حداقل کند، برآورده می‌کنند. به عبارتی دیگر، در بازاریابی سبز، تقاضای مصرف‌کنندگان در رابطه با ترویج فرهنگ محافظت از محیط‌زیست از طریق استفاده از محصولات یک شرکت، مورد توجه قرار می‌گیرد. نمونه‌های فراوانی از شرکت‌هایی در سطح جهان وجود دارند که تلاش دارند در مقابل حفاظت از

نویسنده: حمیدرضا یعقوبی آوینی
کارشناس ارشد کسب‌وکار (MBA)

با وجود آنکه میحث بازاریابی سبز چند سالی است که توسط برخی از شرکت‌های بزرگ تولیدی-خدماتی و آژانس‌های تبلیغاتی در سطح دنیا مورد استفاده قرار گرفته است، ولی به دلایل گوناگونی، مسائل و مشکلات زیست‌محیطی که امروزه نسل بشر را به خود گرفتار کرده است (حفاظت از منابع طبیعی و حیوانات، جلوگیری از گرم شدن زمین، استفاده پایدار از منابع، کاهش آلودگی‌های صوتی و زیستی)، آنگونه که باید مورد توجه و استفاده از این روش بازاریابی قرار نگرفته است. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در برابر

مسیر موفقیت



چگونه با رئیس پر حرف خود رفتار کنیم

چگونه باید با رئیسی کنار بیایید که مرتب به شما سر می‌زند و به تعریف داستان‌های طولانی می‌پردازد و دستورالعمل‌های کاری را بارها و بارها تکرار می‌کند.

یادتان می‌آید زمانی که کودک بودید و والدین‌تان می‌خواستند مطلب مهمی به شما بگویند، چه پیش می‌آمد؟ یکی از آنها، مطلب را به شما می‌گفت. بعد دوباره آن را بیان می‌کرد. بعد راه دیگری برای بیان همان مطلب پیدا می‌کرد. این داستان تا زمانی پیش می‌رفت که طاقت شما تمام می‌شد و التماس می‌کردید که دیگر مطلب را تکرار نکنند، چون متوجه آن شده بودید.

این موضوع ممکن است در محیط کاری نیز با رئیس‌تان تکرار شود. در اینجا به ذکر مواردی برای برخورد با این شرایط می‌پردازیم.

برای کمی اضافه‌کاری، زمان باز کنید

امکان دارد که رئیس شما تنها پر حرف باشد. این‌گونه شرایط سخت می‌شود، شما قصد ندارید بی‌احترامی کنید و تنها نیاز دارید که روی کارتان تمرکز کنید. سعی کنید طوری برنامه‌ریزی کنید که صحبت کردن رئیس، در زمان رفتن به سراغ موضوع کاری بعدی صورت بگیرد؛ به این ترتیب، داستان خسته‌کننده بعدی او به تعویق می‌افتد.

احتمالاً دیدار هفتگی معمول خود را با رئیس داشته‌اید، اما ایرادی ندارد که ۱۰ دقیقه دیگر به برنامه کاری‌تان اضافه کنید. به این ترتیب می‌توانید از حس رضایت رئیس از سر زدن مکرر، به نفع خود استفاده کنید. (در یک موقعیت زمانی محدود، بهانه‌ای برای انجام دادن کاری بیاورید که نیاز است تا پایان روز به اتمام رسد.)

او را به یک چای دعوت کنید

یک احتمال دیگر نیز مطرح است؛ این‌که تعداد کارمندان هم‌رتبه او کم باشد و او نتواند با اشخاص زیادی ارتباط برقرار کند. ترفیع جایگاه شغلی می‌تواند انزوا به وجود بیاورد؛ ممکن است همکاران جدید خود را نتانساند و سطح شغلی‌اش نیز از حد شخصی که چند هفته پیش با آنها کار می‌کرد، بالاتر رفته باشد. امکان دارد رئیس شما، شخص دیگری را سراغ نداشته باشد تا با او هم‌صحبت شود. این موضوع به معنی این نیست که شما باید به مدت طولانی در دسترس باشید و تنها در مکالمات او شرکت کنید؛ تنها نیاز است کمی همدردی به خرج دهید.

گاهی او را به یک چای دعوت کنید تا برای اندک زمانی، از محصه نجات پیدا کنید. همیشه می‌توانید این جمله را بگویید: «همین الان باید این پروژه را سر و سامان بدهم اما امروز عصر فرصت می‌کنید یک فنجان چای با من بنوشید؟». حتی می‌توان از این فرصت‌ها برای یادگیری بیشتر از ترفیع گرفتن به جایگاه مدیریت استفاده کنید و خود را برای برنامه‌های آینده آماده کنید.

ارائه گزارش زودتر از موعد در ارتباط با روند پیشرفت کار

ممکن است رئیس قصد داشته باشد از نحوه عملکرد کاری‌تان سر در بیاورد. مدیرانی وجود دارند که نه به کارمندان آزادی کامل می‌دهند و نه آنها را تحت کنترل شدید قرار می‌دهند؛ بلکه حالتی بین این دو را رعایت می‌کنند. این دسته مدیران سعی می‌کنند پیشنهادات کوتاه ارائه کنند و گاهی روی روند پیشرفت کار نظارت کنند.

شما می‌توانید پیش‌دستی کنید و نگرانی او را با ارائه زودتر از موعد از نحوه پیشرفت پروژه رفع کنید. گزارش‌های منظمی از روند کار در ارتباط با پروژه‌های اصلی ارائه کنید. با گزارش‌های نسبتاً مرتب شروع کنید و به‌تدریج، زمان بین ارائه آنها را بیشتر کنید. می‌توانید به آهستگی نیاز رئیس به اطلاع پیدا کردن از جزئیات کار را کم کنید و به او اطمینان بدهید که کارها روی روال انجام خواهند شد.

با ظرافت به مشکل اصلی اشاره کنید

در نهایت، می‌توانید مکالمه‌ای با رئیس ترتیب دهید و در مورد برقراری ارتباط بیشتر از حد او صحبت کنید. افراد عموماً می‌خواهند بدانند که کارشان خوب پیش می‌رود و بهترین راه برای پیشرفت، گاهی دریافت بازخورد در مورد کارهایی است که به‌خوبی پیش نمی‌روند. اگر رئیس خود را مستقیماً در جریان رفتارشان نگذارید، چگونه باید بدانند بیش از اندازه به شما سر می‌زند؟

نکاتی وجود دارد که به شما کمک می‌کنند بدون این‌که از حد خود فراتر روید یا به ناله و شکایت متوسل شوید، به رئیس‌تان بازخورد دهید. زمانی که تصمیم به انجام این کار گرفتید، تنها روی آن و اثرش روی خود تمرکز کنید.

برای مثال، ممکن است این عبارت را امتحان کنید: «متوجه شده‌ام که شما گاهی اوقات دستورالعمل مربوط به پروژه‌ای را که من پیش‌تر دریافت کرده‌ام، پس از چند ساعت برابم تکرار می‌کنید. اطمینان دارم که قصدی از این کار ندارید، اما گاهی پیش می‌آید که تصور کنم از ابتدا درست متوجه منظورناتان نشده‌ام.»

با استفاده از این روش، رئیس متوجه می‌شود که تکرار دستورالعمل‌ها، با وجود چک کردن روند کار، استقلال شما زیر سؤال می‌برد. شرح دیدگاه خودتان در مورد مسائل، به رئیس کمک می‌کند تا به دنبال راه دیگری برای همکاری با شما باشد؛ راهی که فضای مناسب در اختیارتان قرار دهد.

منبع: AMP, FASTCOMPANY/zoomit