

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چرا لیزینگ بازار خودرو را تکان نداد

رکودی که سال گذشته دامن همه صنایع به‌ویژه صناعی که با کالای مصرفی پرهزینه مانند خودرو در ارتباطند را گرفت، بیش از پیش این افسوس را در ذهن صاحبان صنایع برانگیزد که ای کاش لیزینگ‌ها نقشی پررنگ‌تر در بازار ایفا می‌کردند؛ سازوکاری که به اعتقاد کارشناسان با گرفتن آن موجب دو برابر شدن فروش خودرو در...



چرا کاهش قیمت نفت به افزایش تولید فرآورده‌های نفتی در ایران منجر نشد

بازی متفاوت در زنجیره تولید

تازه‌ترین برآورد ماهانه اوپک نشان می‌دهد که نفت ارزان سبب افزایش تولید فرآورده‌های نفتی در سراسر جهان شده است، اما فعالان بخش خصوصی بر این باورند که رابطه‌های میان نفت ارزان و افزایش تولید فرآورده‌های نفتی در کشور وجود ندارد زیرا فاکتورهای تاثیرگذار در این خصوص تنها کاهش قیمت نفت نیست. فرزنان گلچین، رئیس انجمن صادرکنندگان

فرآورده‌های نفتی و مدیرعامل شرکت پترو پردیس درباره رابطه قیمت نفت خام و مصرف فرآورده‌های نفتی، با بیان اینکه در بازارهای جهانی آزاد قیمت نفت خام و نرخ رشد مصرف فرآورده‌های نفتی همواره دارای رابطه معکوس قوی هستند به «فرصت امروز» می‌گوید: پایین آمدن قیمت نفت و به تبع آن قیمت فرآورده‌ها، نرخ مصرف سوخت‌های مصرفی را به سرعت افزایش می‌دهد چراکه در بازارهای آزاد

مصرف‌کننده نهایی تاثیر کاهش قیمت را به صورت فوری و چشمگیر در سبب کالای زندگی خود احساس می‌کند و با توجه به درآمد خود از بنزین خودرو یا سفرهای هوایی ارزان تر بهره می‌برد. وی می‌افزاید: در این میان تمام پالایشگاه‌ها در زمانی که قیمت نفت به‌شدت کاهش پیدا می‌کند تلاش می‌کنند با افزایش حجم تولید اولاً کاهش...

سرمقاله

هزار توی دفع سرمایه خارجی

انوش رحام

تحلیلگر تجارت خارجی

ما در حوزه سرمایه‌گذاری خارجی با مشکل روبه‌رو هستیم و با اینکه قانون مربوط به سرمایه‌گذاری خارجی در سال ۸۱ تصویب شد اما همچنان در جذب سرمایه‌گذاری خارجی مشکل داریم. متأسفانه اقتصاد کشور ما دولتی است و دولت در همه عرصه‌ها حضور دارد. فعالیت‌های اقتصادی ما از نظر رقابت‌پذیری همه در دستان دولت است. یکی از بزرگ‌ترین عامل‌هایی که سبب جذب سرمایه‌گذاری خارجی و FBI می‌شود قوی بودن بخش خصوصی است. ما از گذشته‌های دور در کشورمان سابقه سرمایه‌گذاری خارجی داریم. سابقاً روس‌ها در حوزه شیلات...

بورس

بازار عمیق معاملات را از دست داده است

سهامداران چشم‌په‌راه گزارش‌های ۶ ماهه



سهامداران چشم‌په‌راه گزارش‌های ۶ ماهه



مصرف‌گرایی طبقه متوسط عامل رشد اقتصادی

فعال صنعت فولاد در گفت‌وگو با «فرصت امروز»:

زنجیره صنعت فولاد نیازمند بازمهندسی است

کلیات لایحه احکام برنامه ششم در کمیسیون بودجه تصویب شد

جزئیات این لایحه باید در کمیسیون تلفیق نیز به تصویب برسد. در این جلسه نوبت، معاون رئیس‌جمهوری به گزارش‌های مرکز پژوهش‌ها که در آن انتقادات جدی به لایحه برنامه ششم شده بود، اعتراض کرد. بر این اساس، این لایحه به مجلس نهم نیز ارائه شده بود، اما نمایندگان نیز معتقد بودند که باید دولت لایحه برنامه مفصل‌تری به مجلس بدهد. به همین دلیل در مجلس نهم چندین ماه روی این لایحه کار کردند، اما به تصویب نهایی

رسید. در مجلس دهم مجدداً لایحه احکام برنامه به مجلس ارائه شد و با وجود انتقادات جدی که علی لاریجانی، رئیس‌مجلس به این لایحه داشت دولت حاضر به اصلاح آن نشد، فقط سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی سند جدیدی را با افزایش ۵ تا ۶ ماده به مجلس ارائه داد که به امضای رئیس‌جمهوری نیز نرسیده بود. مرکز پژوهش‌ها هفته جاری با انتشار گزارشی انتقادات جدی را به این لایحه وارد کرده بود.

عضو کمیسیون برنامه و بودجه از تصویب کلیات لایحه احکام برنامه ششم توسعه در کمیسیون بودجه خبر داد. سیدمهدی فرشادان در گفت‌وگو با مهر، از تصویب کلیات لایحه برنامه ششم در کمیسیون برنامه و بودجه با حضور رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و کارشناسان بانک مرکزی خبر داد. نماینده مردم سنندج گفت: پس از تشکیل کمیسیون تلفیق برنامه، توضیحات و

آب عامل اصلی تهدید تمدن ایران

که براساس نوبت‌بندی باید هفته‌ای سه روز آب در شبکه آبرسانی منتقل شود ولی خبری از آب نیست و برخی روستائیان برای حل مشکل خود روستا را ترک کرده‌اند. تاکنون آبرسان هم به اندازه کافی وجود ندارد و مردم روستا به خاطر این مشکل عزم مهاجرت به دیگر نقاط کرده‌اند. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی استان بوشهر می‌گوید: «۶۲۳ روستا در استان بوشهر تحت پوشش این شرکت است. ۵۲۱ روستا دارای شبکه آبرسانی و ۱۰۲ روستا از شبکه آبرسانی بی‌بهره هستند. روزانه ۹۰ هزار متر مکعب آب به شبکه آبرسانی روستایی استان بوشهر تزریق می‌شود ولی به علت فرسودگی شبکه‌های آبرسانی، توزیع آب از طریق شبکه آبرسانی در برخی روستاها با مشقت انجام می‌شود.»

هدارها درباره کمبود آب و وضعیت بسیار وخیم منابع زیرزمینی از حیطة سخنان کارشناسان فراتر رفته است و مسئولان دولتی هم ناگزیر از عبارات صریح‌تری برای تشریح شرایط کشور استفاده می‌کنند؛ عباراتی مانند «تهدید تمدن ایران». به گزارش خبرآنلاین، هرچه بیشتر از آغاز دوره کم‌آبی می‌گذرد، دامنه و عمق خطراتی که بحران خشکسالی، شگون مختلف ملی کشور را تهدید می‌کند بیشتر آشکار می‌شود. کارشناسان اکنون از تهدیدهایی صحبت می‌کنند که از رهگذر خشکسالی، امنیت ملی کشور را تهدید می‌کند، به نزاع‌های داخلی می‌انجامد و توازن جمعیتی را بهم می‌زند. این تهدیدها، مقولاتی بسیار حساس‌تر و خطرناک‌تر از جیره‌بندی چندساعته آب در شهرها یا کمبود تولید محصولات کشاورزی است. پرویز کردوانی که به پدر علم کویرشناسی ایران معروف است از جمله کارشناسانی است که بارها در مورد «غارت شدن آب و تبدیل کشور به بیابانی بزرگ» هشدار داده است. این استاد دانشگاه می‌گوید: «کسی باور نمی‌کند، آب نیست و کشور با بحران کم‌آبی مواجه است اما نشانه‌های آن را می‌توان در گوشه‌وکنار کشور مشاهده کرد که نمونه‌ای از این نشانه‌ها خالی از سکنه شدن روستاهاست.»

احتمال افزایش نزاع بر سر آب

یکی دیگر از پیامدهای ناگوار ادامه خشکسالی، افزایش درگیری‌ها و اختلافات داخلی میان شهرها و مناطق مختلف کشور بر سر آب است. محسن رنایی، استاد دانشگاه اصفهان در این باره هشدار می‌دهد: «تا چهار سال آینده در ایران جنگ بین استان‌ها و شهرها بر سر آب علنی خواهد شد. امروز میدان واقعی جنگ در حوزه آب است. این بحران آب است که واقعاً امنیت ملی ایران را تهدید می‌کند.» رنایی تأکید می‌کند: «جنگ پراکنده آب در ایران هم‌اکنون به‌گونه‌ای خیزنده و آرام شروع شده و فقط اخبار آن منتشر نمی‌شود. در حال حاضر این جنگ به صورت پراکنده رخ می‌دهد اما تا پنج سال آینده شاهد جنگ فراگیر آب در داخل شهرها و بین مناطق و استان‌ها خواهیم بود.»

به نظر می‌رسد پیش‌بینی رنایی چندان بیهوده نباشد، چراکه طی هفته‌های اخیر اخبار متعددی درباره درگیری‌های مختلف بر سر تقسیم آب منتشر شده است. در یکی از این موارد، فرمانده انتظامی شهرستان چادگان از قتل جوانی ۲۰ ساله در یکی از روستاهای شهرستان چادگان بر سر

تهدید مهاجرت جمعیت آنچه کردوانی از آن به‌عنوان خطر مهاجرت به علت خشکسالی نام می‌برد، پدیده‌ای است که روزبه‌روز بیشتر شاهد آن هستیم؛ به‌عنوان نمونه روستاهای محلی در بوشهر از مهاجرت روستائیان این استان به علت تداوم خشکسالی خبر می‌دهند. در روستای باغک از توابع شهرستان تنگستان، افت فشار آب در شبکه آبرسانی این روستا مردم را دچار بحران کرده است. روستائیان باغک بیش از ۴۰ روز است که از آب شبکه بی‌بهره هستند و این در حالی است



ستاب گستر امروز

موسسه توزیع درون شهری

امکان توزیع برنامه ریزی شده برای محموله های قابل حمل با موتور	امکان توزیع در منطقه ای از صبح الی ۹ شب	امکان توزیع اختصاصی برای سازمانها و شرکتهای	اطلاع رسانی دقیق و نظارت از طریق تلگرام و پیامک درباره وضعیت توزیع شما
۲۰ اپراتور پاسخگو به مشتریان	۵۰ بسته بند و سفارشی حرفه ای	امکان توزیع در مناطق متشکل از ۱۵۰ موتور سوار گزینش شده	امکان عقد قرارداد، دریافت پول، در محله و زمان مورد نظر شما
امکان توزیع فوری حداقل ۱۵ دقیقه و حداکثر ۶۰ دقیقه در محدوده تهران بزرگ	توزیع بیش از یک و نیم میلیون بسته در ماه	امکان توزیع برای بخش های دولتی، آب، نرژاها و درگیری های بین مردم را در پی داشته که قتل جوانی در روزهای پیش نتیجه همین مشکل است. این مشکل در بخش های مرزی کشور حساس تر است؛ تازه ترین آمارها می گوید ۴ هزار روستا در این استان جنوب شرقی ایران آب آشامیدنی ندارند. تنها از ۷۳ روستای بخش تلنگ بلوچستان، ۵۵ روستا با تانکر آبرسانی می شوند. آب های آلوده مردم را بیمار کرده است. اکثر روستاهای بخش مرکزی با بحران بی آبی و خشکسالی مواجه هستند. چاه های آب شرب روستاهای سطح بخش کاملاً خشک شده یا اینکه در شرف خشک شدن هستند	امکان عقد قرارداد، دریافت پول، در محله و زمان مورد نظر شما
دریافت قیمت بسیار عادلانه و رقابتی بابت خدمات کم نظیر	گارانتی مسترد کردن وجه دریافتی در صورت ناراضی شما	امکان تحویل سالم محموله در زمان مورد نظر شما	امکان عقد قرارداد با شرکتهای و سازمانهای دولتی و خصوصی

آماده عقد قرارداد با شرکتهای و سازمانهای دولتی و خصوصی

تلفن: ۸۸۸۵۳۹۱۹ - ۸۸۹۳۷۴۲۸
۰۹۱۲۳۳۶۳۵۶۴



فرش



رئیس مرکز ملی فرش اعلام کرد صادرات ۲۷,۶ میلیون دلار فرش دستباف به آمریکا



رئیس مرکز ملی فرش ایران از رشد قابل توجه صادرات فرش دستباف به کشور آمریکا اجرایی شدن برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) خبر داد و میزان صادرات آن را به این کشور در چهار ماه نخست اسفند ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار دلار اعلام کرد. به گزارش ایرنا، حمید کارگر در نشست خبری گفت: میزان صادرات فرش دستباف ایران به آمریکا قبل از سال ۲۰۱۰ میلادی حدود ۸۰ میلیون دلار بود و از سال ۲۰۱۰ تا زمان اجرایی شدن برجام به صفر رسیده بود. وی افزود: میزان صادرات فرش دستباف ایران به کشور آمریکا پس از برجام در بهمن ماه سال ۱۳۹۴ به ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار دلار و در اسفند ماه سال گذشته به ۹ میلیون دلار رسید. کارگر ارزش کل صادرات فرش دستباف کشور را در چهار ماه فروردین تا تیر ماه اسفند ۳ میلیون دلار اعلام کرد و گفت: این رقم در مقایسه با مدت زمان مشابه سال قبل ۳۹۵ درصد به لحاظ ارزش رشد داشته که بخشی از آن متاثر از صادرات به آمریکا بوده است. رئیس مرکز ملی فرش ایران درباره خرید اعتباری فرش دستباف گفت: تفاهم‌نامه‌های بین مرکز ملی فرش ایران و صندوق کارآفرینی امید برای ارائه تسهیلات ارزان قیمت به خریداران فرش دستباف امضا شده است. کارگر گفت: خریداران فرش دستباف ایران می‌توانند تا مبلغ ۱۰۰ میلیون ریال (۱۰ میلیون تومان) از فروشندگانی که حساب خود را به صندوق کارآفرینی امید متصل و در این صندوق ثبت‌نام کرده‌اند، فرش خریداری کنند. وی نرخ سود این تسهیلات را ۴ درصد و مدت زمان بازپرداخت را ۳۶ ماه اعلام کرد و گفت: در مرحله نخست اجرای این طرح کارکنان دولت بازنشستگی می‌توانند با ارائه معرفی‌نامه از دستگاه متبوع خود به صندوق کارآفرینی مراجعه و از این تسهیلات بهره‌مند شوند.

صنعت غذا



رئیس انجمن واردکنندگان مواد غذایی: جذب سرمایه خارجی در گرو معرفی ظرفیت‌های بازار صنایع غذایی



رئیس انجمن واردکنندگان مواد غذایی و آشامیدنی گفت: بازار ایران ظرفیت‌های زیادی برای سرمایه‌گذاری در بخش صنایع غذایی و آشامیدنی دارد که با معرفی این ظرفیت‌ها، می‌توانیم سرمایه‌گذاری خارجی را در این بخش جذب کنیم. علیرضا منافی در نشست خبری، برگزاری نخستین نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی، آشامیدنی، صنایع وابسته و عامل را جذب بازارهای منطقه ذکر کرد و افزود: سرمایه‌گذاران خارجی باید بدانند بهترین گزینه برای ورود به بازار خاورمیانه، سرمایه‌گذاری در ایران است. نمایشگاه بین‌المللی صنایع غذایی، آشامیدنی و صنایع وابسته با مشارکت برندهای معتبر بین‌المللی صنایع غذایی و آشامیدنی فعال در بازار ایران و نیز شرکت‌های مطرح داخلی در بازار صنایع غذایی هفتم تا دهم مهرماه در کیش برگزار می‌شود. مواد غذایی، نوشیدنی‌ها، ماشین‌آلات صنایع غذایی و بسته‌بندی و همچنین سایر صنایع مرتبط از گروه‌های کالایی این نمایشگاه است.

رئیس انجمن واردکنندگان مواد غذایی و آشامیدنی، معرفی ظرفیت‌های بازار ایران را یک ضرورت برای جذب سرمایه‌گذار خارجی عنوان کرد و گفت: این نمایشگاه با افزایش رقابت‌پذیری میان فعالان اقتصادی شناسنامه‌دار، به سرمایه‌گذاری در کشور کمک می‌کند. وی بر خروج دولت از تصدی‌گری در بخش صنایع غذایی تأکید کرد و گفت: تولید خوب نتیجه رقابت‌پذیر شدن بازار است و ما این موضوع را یک گام به سوی پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی می‌دانیم. به گزارش ایرنا، آمارها نشان می‌دهد واردات محصولات غذایی و کشاورزی در سه ماهه نخست اسفند نسبت به مدت مشابه پارسال کاهش یافت.

در بهار اسفند، نزدیک ۵۲ هزار تن محصولات کشاورزی و صنایع غذایی به ارزش بیش از یک میلیارد و ۵۶ میلیون دلار از کشور صادر شد که به لحاظ وزنی نسبت به مدت مشابه پارسال ۱۱ درصد و به لحاظ ارزشی ۱۷ درصد افزایش داشت. ۴۲ هزار تن متعلق به محصولات کشاورزی بود و صنایع غذایی بیش از ۹۰۹ میلیون دلار به خرد از کشور صادرات داشت. بیش از ۷۵ درصد ارزش صادرات محصولات کشاورزی و صنایع غذایی (نزدیک ۸۰۰ میلیون دلار) متعلق به محصولات چوب پسته، لبنیات، شیرینی و شکلات، خرما، گوجه فرنگی، سیب و زعفران بود.

فعال صنعت فولاد در گفت‌وگو با «فرصت امروز»:

زنجیره صنعت فولاد نیازمند باز مهندسی است



علی نادری، مدیرعامل کارخانه میکا سازه که شرکت فعال در زمینه تولید تجهیزات و اجرای پروژه‌های فولادی کشور است، اعتقاد دارد زنجیره فولاد کشور باید باز مهندسی شود زیرا طی این سال‌ها با بی‌اعتنایی به این صنعت، ضربات جدی به آن وارد شده است. وی گفت: گوئی با «فرصت امروز» درباره صنعت فولاد داشت که در زیر می‌خوانید.

تولید ۵۵ میلیون تن فولاد در سند ۱۴۰۴ یکی از مهم‌ترین آمارهای مربوط به این صنعت است، از نظر شما محقق می‌شود؟
خوشبختانه کشور ما در زمینه فولاد از مزیت‌هایی مثل گاز ارزان، سنگ آهن و... برخوردار است. این شرایط در صورتی برای ما مزیت است که صادرات صنعت فولاد را از مسیر اصلی خود منحرف کند و از نظر من این صنعت نیازمند مهندسی دوباره است تا بتواند به توان اصلی خود برسد. بر اساس چشم‌انداز صنعت فولاد کشور باید دو هدف تامین نیاز داخلی و تامین صادرات محقق شود. نیاز اولیه کشور بر اساس چشم‌انداز ۱۴۰۴ برای ۸۰ میلیون نفر طراحی شده است. به شکلی که سهم هر فرد ۴۰۰ کیلوگرم فولاد است که برای ۸۰ میلیون نفر، ۳۲ میلیون تن است و ۲۵ میلیون تن هم سهم صادرات است که تاکنون نتوانسته‌ایم به این رقم برسیم. **۲۲ میلیون تن تولید فولاد می‌تواند ما را به خودکفایی**

از نظر بنده ما باید با توجه به امکاناتی از جمله سوخت ارزان، سنگ آهن و... که در اختیار داریم، محصولات نیمه‌تمام مثل بیلت و گندله، آهن اسفنجی و... را صادر کنیم که مطمئن هستم در این زمینه هیچ رقیبی در جهان نخواهیم داشت. به‌عنوان مثال کشورهای جنوب خلیج فارس آهن اسفنجی تولید می‌کنند اما به دلیل عدم توان لازم

واردات

با دستور افخمی‌راد در راستای حمایت از مصرف‌کنندگان ایرانی

ثبت سفارش واردات لوازم خانگی به شرط داشتن نمایندگی رسمی



رئیس سازمان توسعه تجارت ایران اعلام کرد: از دیروز ۲۶ مردادماه واردات لوازم‌خانگی تنها از طریق نمایندگی‌های رسمی آنها در ایران که دارای خدمات پس از فروش هستند، ممکن خواهد بود.

به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، ولی‌الله افخمی‌راد با اعلام این خبر افزود: این تصمیم در راستای ساماندهی واردات لوازم خانگی و اجرای ماده ۴ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از امروز به اجرا درآمده است.

وی تصریح کرد: مرکز اصناف و امور بازرگانی، اسامی نمایندگی‌های رسمی دارای خدمات پس از فروش لوازم خانگی را به قائم‌مقام وزیر در امور تجارت ارائه کرده است و دفتر ثبت

سفارش واردات و صادرات نیز تنها موظف است به این ۲۷ نمایندگی رسمی دارای خدمات پس از فروش، خدمات ارائه دهد. رئیس سازمان توسعه تجارت با بیان اینکه این دستورالعمل به گمرکات کشور نیز ابلاغ شده است، گفت: ثبت سفارش‌های قبلی در خصوص لوازم‌خانگی مشمول این قانون نمی‌شود. به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، شرکت‌های توسعه تجارت گلزار، صنایع دوخت و بافت مصمم، تهران پوران، صنایع فرسان لیان، نگین جان و مه، گروه تجاری سنابویان، بهی، شاپ سرویس منطقه آزاد چابهار، بازرگانی نیکان چابهار، امید آینده پویا فارسی، شکوفامتن، سهنجد الکترونیک کیش، صنایع

قیمت گندم تولید شده در کشور دو برابر قیمت جهانی است



رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق تهران می‌گوید قیمت گندم تولید شده در کشور دو برابر قیمت جهانی است و باید دولت اقداماتی برای منطقی شدن قیمت تولید این محصول استراتژیک در کشور انجام دهد.

کاوه زرگران می‌گوید: «گندم از چند منظر قابل بررسی است، یکی اینکه بحث خودکفایی را در نظر بگیریم و استقلال تولید پیدا کنیم و این قابل تقدیر است، ما به هر حال افزایش تولید داشته‌ایم که البته نکتات و آن‌قلتهایی روی آن وجود دارد ولی به هر حال تولید گندم در کشور افزایش داشته و این مهم است.»

به گزارش اتاق تهران، او در ادامه می‌گوید: «بحث اقتصادی مهمی درباره تولید گندم وجود دارد و آن این است که قیمت گندمی که ما در کشور تولید می‌کنیم تقریباً دو برابر قیمت جهانی است زیرا قیمت تمام شده ما بالاتر است و قیمت خرید تضمینی ما هم بالا در نظر گرفته شده است، امروز گندم ۱۲۷۰ تومان است در حالی که در دنیا ۱۵۰-۱۶۰ دلار است و تحویل بنادر ما با حدود ۱۸۰ دلار می‌شود؛ در نتیجه می‌توان گفت با ۵۰ درصد خرید تضمینی ما، همه کشورهای حاضر هستند

کنند راندمان ما در هکتار نسبت به روسیه و بسیاری از کشورهای دیگر پایین‌تر است و این‌ها باعث می‌شود که قیمت تمام شده ما بالا باشد و علاوه بر این احساس می‌کنیم باید سود زیادی به تولیدکنندگان مان بدهیم یعنی یک دهه ما در ۱۰ سال گذشته قیمت خرید تضمینی مان ۷۵ برابر شده است ولی در بخش‌های دیگر اقتصادی این رشد را نداشته‌ایم. یعنی سعی شده است با خرید به قیمت کاذب، انگیزه ایجاد کنیم که کشاورزان بایند و این محصول را تولید کنند.»

او در ادامه درباره تجربه تولید گندم در کشورهای دیگر در منطقه این است که یک قیمت‌مان معقول شود و اقتصادی باشد. او در پاسخ به اینکه چگونه باید این قیمت منطقی شود، می‌گوید: «گندم دیم و آبی با هم متفاوت هستند و کشاورهایی که شرایط خدادادی‌شان اجازه می‌دهد کشت دیم داشته باشند خب قیمت تمام شده پایین‌تری دارند ولی نکته مهم این است که ما اصرار داریم در تمامی مناطق کشور گندم بکاریم حتی در جاهایی که بستر مناسب نه از لحاظ زمین و نه آب وجود دارد؛ توجه

قاچاق

عزم جدی دولت برای مبارزه با قاچاق و فساد امروز در ۵ استان کالاهای قاچاق امحا می‌شوند



معاون فرهنگی و پژوهش ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز با بیان اینکه امروز در پنج استان کالاهای قاچاق امحا می‌شوند، تأکید کرد: دولت، عزم جدی خود را برای برخورد ریشه‌ای با پدیده قاچاق و فساد آغاز کرده است.

سیدمحمدرضا عبادی در گفت‌وگو با ایرنا به ابلاغ آیین‌نامه‌های قانون مبارزه با قاچاق کالا در تیرماه اسفند از سوی دولت اشاره کرد و افزود: طبق ماده ۵۵ این آیین‌نامه، امحای کالاهای قاچاق برای برخورد قاطع با پدیده قاچاق و فساد لازم‌الاجراست.

وی کالاهای قاچاقی که امروز در پنج استان امحا می‌شوند را خودرو (در استان فارس)، البسه، لوازم آرایشی و بهداشتی، پارچه، میوه و... اعلام کرد و گفت: کالاهایی که در تهران نابود می‌شوند، نتیجه بررسی بیش از یک هزار و ۴۰۰ پرونده قاچاق است.

تأکید ستاد مبارزه با قاچاق کالا بر امحای خودروهای قاچاق



سخنگوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز درباره احتمال امحا نشدن خودروهای میلیاردی قاچاق تصریح کرد که ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در امحا شدن این خودروها تأکید دارد، چرا که اقدامی قانونی است.

به گزارش ایسنا، قاسم خورشیدی اظهار کرد: براساس قانون، تمامی کالاهای قاچاق مکشوفه به هیچ عنوان نباید در بازار داخلی باز توزیع شوند و باید مورد امحا و انهدام قرار گیرند که مسئولیت این کار بر عهده سازمان جمع‌آوری اموال تملیکی است.

وی افزود: طبق نظر ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، خودروهای قاچاق مکشوفه که بحث آن در روزهای گذشته در رسانه‌ها مطرح شده است، براساس قانون باید مورد امحا قرار بگیرند. سخنگوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز اضافه کرد: براساس آیین‌نامه‌های جدید قانون کالاهای قاچاق مکشوفه، سازمان اموال تملیکی مسئول اصلی در این زمینه است و اگر کالای قاچاقی در بازار توزیع شود، مسئولیت آن با سازمان جمع‌آوری اموال تملیکی است.

۶۰ خودروی لوکس قاچاق در انتظار صادرات یا انهدام



رئیس سازمان اموال تملیکی گفت: ۶۰ خودروی لوکس قاچاق پس از طی کردن فرآیند قانونی در انتظار صادرات یا انهدام هستند.

امین دلیری در گفت‌وگو با فارس، با اشاره به اینکه فردا چهارشنبه (امروز) ساعت ۱۰ صبح انهدام سراسری کالاهای قاچاق در کشور و نیز در استان تهران انجام خواهد شد، اظهار داشت: این کالاها در اختیار سازمان اموال تملیکی قرار گرفته و مجوز انهدام آن از سوی مراجع قضایی صادر شده است.

رئیس سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی با بیان اینکه بیش از ۶۰ خودروی لوکس خارجی که به ظن قاچاق توقیف شده در اختیار این سازمان قرار دارد، تصریح کرد: این خودروها در حال طی کردن فرآیند تعیین تکلیف قانونی هستند، تا پس از اخذ مجوز از مراجع قضایی نسبت به تعیین تکلیف آنها براساس ماده ۵۵ و ۵۶ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز اقدام شود. وی با بیان اینکه هنوز مجوز قضایی برای انهدام خودروهای قاچاق صادر نشده است، ادامه داد: در صورتی که تقاضایی برای صادرات این خودروها وجود نداشته باشد، مجوز انهدام آنها صادر خواهد شد، همچنین در میان این خودروها برندهایی مانند پورشه، بنز و رولز رویز مشاهده می‌شود.

دلیری با اشاره به آیین‌نامه اجرایی ماده ۵۵ و ۵۶ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز تصریح کرد: این آیین‌نامه ۳ مرداد سال جاری ابلاغ شده که مربوط به حوزه فروش، صادرات و انهدام کالاهای قاچاق است.

تحریک تقاضا و عرضه مسکن بدون ایجاد تورم

وزیر راه و شهرسازی گفت: توانستیم در بخش مسکن بدون تورم، تقاضا و عرضه ایجاد کنیم. به گزارش ایرنا، عباس آخوندی با بیان اینکه در بخش مسکن هم خوشبختانه امسال سالی بود که به تدریج توانستیم از سیاست‌های سال گذشته بهره‌گیری کنیم؛ همواره اعتقاد بر این بود که در حوزه مسکن امکان اقدامات شوک گونه نیست، دیگر بزرگ‌تر از مسکن مهر که نمی‌شود شوکی وارد کرد، مسکن مهر بزرگ‌ترین شوکی بود که می‌شد به مردم وارد کرد. این مقام عالی وزارتخانه ادامه داد: سود تسهیلات در حوزه پس‌انداز به ۱۱ درصد کاهش پیدا کرده است یعنی ۱۶۰ میلیون تسهیلات تا نرخ سود ۱۱ درصد که اتفاق مهمی است. به همین دلیل استقبال از پس‌انداز به رشد چشمگیری رسیده است و روزی ۴۰۰ تا ۴۵۰ نفر پس‌انداز جدید به ثبت می‌رسد که تعداد پس‌اندازکننده‌ها از ۶۲ هزار نفر و میزان آن از ۱۲۰۰ میلیارد تومان عبور کرده است. آخوندی با بیان اینکه این وضعیت نشان‌دهنده این است که سیاست ما مبنی بر تحریک تقاضا و عرضه بدون ایجاد تورم آثار خود را نشان داده است، گفت: اینکه هم امکان خرید افزایش پیدا کرده و هم امکان هدایت تسهیلات هست و هم تورم در بخش مسکن از میزان تورم میانگین کمتر بوده، بهترین اتفاق ممکن است.

خرج ۳۳ درصدی مسکن بر دوش ایرانی‌ها

بر اساس اعلام معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی سپهر مسکن از کل هزینه خانوارها در ایران ۳۳ درصد اعلام شده است. به گزارش ایسنا، هزینه‌های مسکن که هنوز بخش قابل توجهی از درآمد خانوارهای ایرانی را می‌بلعد تقریباً معادل دوبرابر میانگین جهانی است. البته در برخی کشورهای توسعه‌یافته هزینه مسکن کمترین ۱۰ درصد می‌رسد. از جمله دلایل اصلی بالا بودن هزینه مسکن در ایران، قیمت بالای زمین، تمرکزگرایی در کلانشهرها، نبود برنامه‌های مشخص برای مسکن استیجاری، تطبیق اجاره بها با سود بانکی، ننگانه‌های اقتصاد کلان، نوسانات قیمت نفت، نوسانات اقتصاد مسکن و چالش‌های طرف عرضه و تقاضا است. معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی با بیان اینکه به طور متوسط هر خانوار ۳۳ درصد درآمدش را صرف مسکن می‌کند، اظهار کرد: این رقم برای دهک‌های پایین خیلی بالاتر است و به اقتصاد خانوارها ضربه می‌زند. همچنین با نقشی که مسکن در اقتصاد کلان دارد و چه‌رنامه‌ای از وضعیت موجود که ۳۳ میلیون خانوار در برابر ۲۲ میلیون مسکن داریم، نشان می‌دهد که در حال حاضر با کاهش یک میلیون واحدی مسکن برای خانوارهای کشور روبه‌رو هستیم.

مالیات‌ستانی از خانه‌های خالی، عصای دست وزارت شهرسازی

سفته‌بازان ۵/۱ میلیون واحد را خالی گذاشته‌اند



جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

۱۰۰ خانه برای هر ۱۰۴ خانوار ایرانی، این جدیدترین آماری است که وزارت راه و شهرسازی از وضعیت ساخت‌وسازها در نقاط مختلف کشور داده و نزدیک شدن این دو عدد را نشانه‌ای از حرکت به سمت تعادل در عرضه و تقاضای مسکن دانسته است؛ رویه‌ای که هرچند تا رسیدن به تعادل نهایی روی کاغذ راه طولانی ندارد، اما در عرصه عمل همچنان مسیری طولانی در پیش دارد. این عملکرد مثبت البته با یک ابهام مهم نیز روبه‌رو است؛ کاهش قابل توجه درخواست برای دریافت پروانه جدید ساخت‌وساز مسکن که در طول تمام ماه‌های گذشته تداوم داشته باعث شده این نگرانی به وجود آید که فاصله میان عرضه و تقاضای مسکن بار دیگر افزایش یابد. بر این نگرانی زمانی افزوده می‌شود که نگاهی به آمار جدید بازار نشان از بالا رفتن دوباره تقاضا برای خرید خانه‌های جدید دارد و در صورت قطعی شدن حرکت بازار به سمت رونق قطعا این نیاز وجود خواهد داشت که حرکت به سمت بازگرداندن انبوه‌سازان و خانه‌سازان شدت بگیرد. با وجود آنکه رسیدن بازار مسکن به این شرایط تنها یک نتیجه را القا می‌کند و آن نیاز سریع به ساخت واحدهای جدید است، اما یک عدد بزرگ در این تحلیل خلل وارد می‌کند و آن وجود بیش از ۱/۵ میلیون واحد مسکونی خالی از سکنه در کشور است؛ موضوعی که هرچند معاون آخوندی آن را تأیید کرده، اما ثابت در این آمار را ناشی از اختلال سفته‌بازان در این عرصه می‌داند. مظاهریان درباره وضعیت این واحدها گفته است: طبق آمار سال ۱۳۹۰، یک میلیون و ۶۰۰ هزار خانه خالی داریم (یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد مسکونی در محدوده شهری و ۴۰۰ هزار واحد مسکونی در محدوده روستایی) که

این کارشناس عرصه مسکن ادامه داد: باقی ماندن واحدهای خالی از سکنه نیز ریشه در همین نگاه‌های دلال‌منشانه دارد، زیرا بخش زیادی از این واحدها زمانی کلید خورد که همچنان بازار در رونق بود و سفته‌بازان انتظار داشتند مانند گذشته با قیمتی بالا این واحدها را به فروش برسانند اما با توجه به شرایط این سال‌ها بسیاری از آنها ترجیح داده‌اند واحدهای شان را خالی بگذارند. شهپار شقاقی، صاحب‌نظر عرصه مسکن نیز در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» به سهم واحدهای لوکس در افزایش آمار خانه‌های خالی اشاره کرد و گفت: هرچند بخشی از این واحدها به مسکن مهر و خانه‌هایی اختصاص دارد که در طول سال‌های گذشته بدون هیچ امکاناتی ساخته شده‌اند و بعید است مشتری خاصی برای آنها پیدا شود اما قطعا بخشی از این مشکلات به دست سفته‌بازان و سودجویانی ساخته شده که قصد دارند اقتدر این واحدها را نگه دارند تا بار دیگر شرایط برای سود کلان آنها پیدا شود.

سنگرهای آنهاست؛ سنگرهایی که گرفتن آنها به معنی ورود به عرصه جدیدی از رونق بدون تورم‌های غیرمنطقی خواهد بود. از مسکن مهر تا واحدهای لوکس بدون مشتری احمدرضا سرحدی، کارشناس بازار مسکن و رئیس هیأت‌مدیره انجمن مهندسان صنعت ساختمان در گفت‌وگو با «فرصت امروز» صرف شکل‌گیری آمارهای کلان از واحدهای مسکونی خالی از سکنه را ریشه گرفته از سال‌های اوج‌گیری سفته‌بازی در بازار مسکن می‌داند و می‌گوید: وقتی از سال‌های پایانی دهه ۷۰ تا ابتدای دهه ۹۰، بازار مسکن به‌عنوان یکی از تنها سنگرهای افزایش نجومی سرمایه‌های در نظر گرفته می‌شد، قطعاً افزایش حضور دلال‌ها و به دنبال آن بالا رفتن عرضه غیرقابل چشم‌پوشی بود و بسیاری از مشکلات امروز نیز ریشه در همان عملکرد دارد. به گفته وی، هرچند سفته‌بازان این روزها و به دنبال کاهش حاشیه سود بازار مسکن ترجیح می‌دهند شانس خود را در دیگر بازارها و حتی در احتکار مواد غذایی امتحان کنند، اما همچنان نتیجه عملکرد آنها در بازار به شکلی واضح قابل رصد است.

تلاش شهرداری برای تصاحب اراضی راه‌آهن

معاون فنی و زیربنایی راه‌آهن از احداث چهار ایستگاه جدید در اراضی عباس‌آباد، میدان آزادی در تهران و ایستگاه جدید در شهر ری خبر داد و گفت: ایستگاه راه‌آهن در شهر تهران می‌ماند. به گزارش ایرنا، سعید محمدزاده در نشست خبری با تأکید بر اینکه خروج ایستگاه‌های راه‌آهن از شهرها باعث افزایش زمان سفر و افزایش هزینه سفر می‌شود، اظهار داشت: همه مردم باید راحت‌ترین دسترسی را به ایستگاه‌های راه‌آهن داشته باشند. معاون فنی راه‌آهن از ساخت ایستگاه‌های جدید راه‌آهن در تهران خبر داد و گفت: ساخت ایستگاه‌های جدید در میدان آزادی، اراضی عباس‌آباد و شهر ری را در دستور کار داریم. وی ادامه داد: ایستگاه‌های راه‌آهن را به مجتمع‌های بزرگ اقتصادی، تجاری رفاهی تبدیل می‌کنیم، چرا که در همه دنیا ایستگاه‌های راه‌آهن به یک نقطه اقتصادی بزرگ شهر تبدیل شده‌اند. محمدزاده با اشاره به تلاش شهرداری برای تصاحب اراضی راه‌آهن در مناطق ۱۷ و ۱۸ تهران گفت: در مقطعی مدیران تصمیم گرفتند راه‌آهن تهران - تبریز در مناطق ۱۷ و ۱۸ تهران را به زیرزمین منتقل کنند. وی افزود: مذاکراتی با شهرداری انجام دادیم و مبنای تصمیم هزینه‌کرد راه‌آهن در این پروژه استفاده از اراضی آزاد شده بود. وی ادامه داد: در این دولت با مذاکرات انجام شده قرار شد راه‌آهن اراضی حاصل شده از این پروژه را به شهرداری واگذار کند و در ازای آن شهرداری اراضی دیگری را به راه‌آهن بدهد. وی با بیان اینکه شهرداری تهران این موضوع را پذیرفت، گفت: در بهار ۹۴ مذاکرات با شهرداری تهران در این باره ادامه پیدا کرد و مقرر شد مذاکرات انتقال اراضی انجام شود.

شرط ورود سرمایه‌گذاران خارجی به بنادر ایران

معاون وزیر راه و شهرسازی با اشاره به استراتژیک و محوری بودن بندر چابهار به جهت نزدیکی به چین و تأکید نظام بر توسعه همه‌جانبه منطقه چابهار و سواحل مکران، گفت: شرط دولت برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی شراکت آنها با ایرانی‌ها است. به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، محمد سعیدنژاد با اشاره به اینکه مطالعات طرح جامع بندر چابهار توسط مشاوران ایرانی و خارجی انجام شده و این بندر در پنج فاز ساخته می‌شود و به بهره‌برداری می‌رسد، گفت: تا قبل از این دولت پروژه توسعه بندر چابهار با ۱۵۰ میلیارد تومان هزینه، ۳۳ درصد پیشرفت عملیاتی داشته است، اما با روی کار آمدن دولت یازدهم این برنامه توسعه‌های هم‌اکنون ۸۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد که حدود ۲۵۰ میلیارد تومان هزینه داشته است. محمد سعیدنژاد در تشریح سه اقدام محوری دولت در بندر چابهار گفت: دولت یازدهم پشتیبانی کرد که صندوق توسعه ملی برای پروژه چابهار ۳۳۰ میلیون دلار اعتبار جهت خرید تجهیزات تخصصی دهد که این امکان سرمایه‌گذاری از طریق یک شرکت خصوصی شروع شده است. مدیرعامل سازمان بندر و دریانوردی تصریح کرد: سرمایه‌گذاری خارجی با شرط مشارکت با سرمایه‌گذاری ایرانی اجازه فعالیت در بندر ایران را دارد. به گفته سعیدنژاد، سهم سرمایه‌گذار ایرانی در مشارکت با سرمایه‌گذاری خارجی، حداقل باید ۵۱ درصد باشد.

آگهی برگزاری مناقصه عمومی

شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در نظر دارد عملیات اجرایی به شرح ذیل را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	محل نامین اعتبار	برآورد (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
۹۵-۲-۸۶	انجام خدمات مشترکین منطقه فلاورجان	جاری	۴/۴۷۱/۵۹۱/۸۲۴	۳۲۴/۰۰۰/۰۰۰
۹۵-۲-۸۷	انجام خدمات مشترکین منطقه شش شهر اصفهان	جاری	۳/۳۰۱/۲۶۵/۷۱۴	۱۶۱/۰۰۰/۰۰۰
۹۵-۲-۹۰	انجام خدمات مشترکین و خدمات عمومی منطقه فولادشهر	جاری	۲/۲۴۰/۶۶۵/۵۰۴	۱۱۳/۰۰۰/۰۰۰

مهلت تحویل اسناد به دبیرخانه: تا ساعت ۱۵:۳۰ روز شنبه به تاریخ ۹۵/۶/۶
تاریخ گشایش اسناد مناقصه: از ساعت ۸ صبح روز یکشنبه به تاریخ ۹۵/۶/۷
دریافت اسناد: سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان www.abfaesfahan.ir
پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات www.iets.mporg.ir
شماره تلفن گویا: ۸-۰۳۰-۳۶۶۸۰۰۳۱ (داخلی ۳۸۸)

نام روزنامه: فرصت امروز
تاریخ انتشار: ۹۵/۰۵/۲۷

شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان

استادان، مدرسان، پژوهشگران و مدیران کتابخانه‌های مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی

مجلات و کتب عمومی و تخصصی خارجی را از ما بخواهید

موسسه فرهنگی و مطبوعاتی نشرآوران

جهت ثبت سفارش به نشانی اینترنتی زیر مراجعه نمایید:

www.nashravar.com

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای
به شماره ۵۲-۹۵ نوبت اول

سازمان جهاد کشاورزی استان اردبیل در نظر دارد تامین بارگیری حمل و باراندازی لوله های پلی اتیلن اتصالات و متعلقات پلیمری و فلزی شبکه فرعی آبیاری تحت فشار خداآفرین (واحد عمرانی اول شرق دره رود) شهرستان پارس آباد از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای به تولید کنندگان و تامین کنندگان دارای صلاحیت واگذار نماید.

کارفرما: سازمان جهاد کشاورزی استان اردبیل

مبلغ برآورد: ۳۲/۰۷۱/۵۹۸/۰۸۲ (سی و دو میلیارد و هفتاد و یک میلیون و پانصد و نود و هشت هزار و هشتاد و دو) ریال

تضمین شرکت در مناقصه: ۱۶۰۳۵۷۹۹۰۴ ریال (یک میلیارد و ششصد و سه میلیون و پانصد و هفتاد و نه هزار و نه صد و چهار) ریال

مدت انجام کار: ۶ ماه شمسی از تاریخ ابلاغ پیمان از سوی خریدار

محل تحویل اقلام: استان اردبیل شهرستان پارس آباد-بخش اصلاندوز-روستای نورمحمد کندی- کارگاه شبکه خداآفرین (ناحیه عمرانی اول)

- شرح مختصری از مشخصات و مقادیر: لوله پلی اتیلن تا قطر ۸۰۰ میلی متر- تبدیل پیچی- کمربند پلی اتیلن- شیر فشار شکن و کشویی وسایر متعلقات مربوطه

مشاور: مهندسین مشاور مهتاب قدس: واجدین شرایط می توانند اسناد ارزیابی و مناقصه را از محل های زیر دریافت نمایند:

تهران - خیابان دستگردی - کوی تخرستان - تلفن: ۰۲۱-۲۲۲۳۳۹۶۹

اردبیل - شهرک رضوان - خیابان نامجو- پلاک ۱۴۳- تلفن: ۰۹۱۲۰۶۹۱۳۹۶ - کدپستی ۵۶۱۵۷۳۹۴۱۱

قیمت فروش اسناد: دو میلیون ریال

مهلت دریافت اسناد: از تاریخ انتشار نوبت اول آگهی تا آخر وقت اداری ۹۵/۵/۳۱

محل تحویل اسناد: اردبیل، شهرک اداری، سازمان جهاد کشاورزی استان اردبیل، دبیرخانه کمیسیون معاملات و مهلت آن تا آخر وقت اداری مورخه ۹۵/۶/۱۷ می باشد.

- تاریخ گشایش پیشنهادات: مورخه ۹۵/۶/۱۸ خواهد بود.

- به تعداد موجود مناقصه گران کفایت خواهد شد.

- هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.

دبیر خانه کمیسیون مناقصات سازمان جهاد کشاورزی اردبیل

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۵/۵/۲۷
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۵/۵/۳۰

سیاست

نخست‌وزیر ترکیه: تهران و آنکارا بهترین راه حل بحران سوریه را ارائه خواهند داد

با عراق و سوریه نیز حل خواهیم کرد. یلدیرم به سفر هفته گذشته محمد جواد ظریف به آنکارا و اعلام همبستگی دولت ایران با دولت و ملت ترکیه در کودتای نافرجام نیز اشاره و تأکید کرد: ایران و ترکیه دو کشوری هستند که منطقه را به خوبی می‌شناسند، بنابراین برای حل مسئله این منطقه نیز این دو کشور بهترین راه حل‌ها را ارائه خواهند داد. نخست‌وزیر ترکیه گفت: تمامیت ارضی سوریه حفظ خواهد شد و مردم سوریه سرنوشت خود را تعیین خواهند کرد. ترکیه فعالیت‌های لازم را در این زمینه انجام می‌دهد.



حسن روحانی دیروز در دیدار با «آلن امه نیامتو» وزیر روابط خارجی و همکاری‌های بین‌المللی برنودنی، گفت: امروز اهداف و آرمان‌های مشترکی میان ایران و کشورهای آفریقای وجود دارد و در بسیاری از مجامع و تحولات بین‌المللی می‌توانیم با وحدت نظر پشتیبان هم باشیم.

نیالی یلدیرم، نخست‌وزیر دیروز در آنکارا گفت: مشکلات منطقه را بهتر از ایران و ترکیه کسی نمی‌داند و این دو کشور بهترین راه‌حل را برای حل بحران سوریه ارائه خواهند داد. به گزارش ایرنا، وی این مطلب را در سخنرانی خود در جمع نمایندگان حزب حاکم عدالت و توسعه در مجلس ترکیه عنوان کرد که شبکه‌های خبری نیز آن را به طور زنده پخش کردند. او با اشاره به اینکه ترکیه مسئولیت‌هایی در منطقه دارد و بحران سوریه نیز باید با حفظ تمامیت ارضی آن کشور حل شود، تصریح کرد: همان‌طور که روابط خود را با روسیه حل و فصل کردیم،

تیتراخبر

یکی از مقامات کاخ سفید اعلام کرد: واشنگتن برای همکاری با روسیه در راستای تحقق اهداف مشترک در سوریه تلاش می‌کند اما در صورت شکست این همکاری آماده است اقداماتی را اتخاذ کند که به طولانی شدن جنگ در این کشور منجر می‌شود. تعداد قربانیان درگیری‌های خونین ۳۹ روزه در کشمیر با کشته شدن پنج نفر دیگر در روز سه‌شنبه به ۷۰ کشته و حدود ۷ هزار مجروح افزایش یافت.

جامعه

پلمب شیمیایی فروش‌های ناصر خسرو

وی ادامه داد: مدیریت این مهم نیز با همکاری و همکاری تمامی دستگاه‌های مسئول و ذی‌ربط انجام خواهد شد. عزم پلیس نیز برای برخورد با تخلفات و ساماندهی این صنف جدی است که امیدواریم در سایه تعامل با دیگر دستگاه‌های مسئول شهری و متولی امنیت در شهر تهران با یک اقدام منسجم، مشترک و هماهنگ به نقطه قابل قبولی در زمینه ارتقا و تأمین امنیت هر چه بیشتر پایتخت برسیم. وی تصریح کرد: در این طرح، چند محل تولید شبهه و پیش‌ساز شبهه، ۲۰ نقطه عمده و انبار بزرگ نگهداری تهران از سوی پلیس مطرح و پس از بحث و بررسی راهکارهای مختلف، اجرای آن تصویب شد.



یک اصله درخت چنار کهن سال که از دو سال قبل، مشکلاتی برای احداث و تجهیز ایستگاه بی‌آر تی «مولوی» در خیابان ولی عصر (عج) به وجود آورده بود، با اقدام مناسب شهرداری منطقه ۱۱ تهران حفظ شد.

تیتراخبر

رئیس پلیس پایتخت از شناسایی و پلمب ۲۰ نقطه عمده و انبار بزرگ نگهداری مواد شیمیایی و ۶۰ مغازه‌ای که دارای ۳۰ انبار بودند در محدوده ناصرخسرو خبر داد. به گزارش ایسنا، سردار حسین ساجدی‌نیا صبح دیروز در حاشیه اجرای طرح ساماندهی شیمیایی فروشان خیابان ناصرخسرو گفت: با توجه به وجود تهدیدهای زیست‌محیطی و امنیتی، استقرار و فعالیت صنف شیمیایی فروشان خیابان ناصرخسرو در شهر تهران، ساماندهی این موضوع در کمیسیون شورای تأمین استان تهران از سوی پلیس مطرح و پس از بحث و بررسی راهکارهای مختلف، اجرای آن تصویب شد.

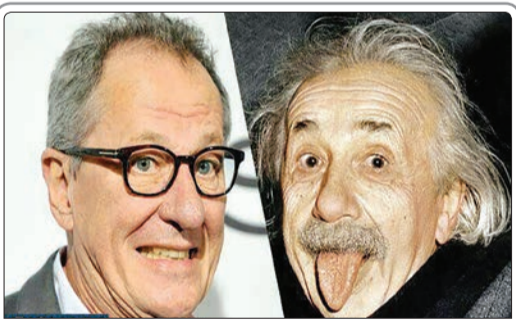
تیتراخبر

مهدی نوید ادهم، دبیرکل شورای عالی آموزش و پرورش گفت: نمره‌های شدن برخی دروس در پایه پنجم و ششم مطرح شده است که در دست بررسی است، اما هنوز درباره آن تصمیم‌گیری نشده. رئیس اداره محیط زیست شهر تهران با توجه به افزایش تعداد مگس‌های سفید در پایتخت و ایجاد مزاحمت برای شهروندان، از تشدید برخورد شهرداری تهران برای مبارزه با مگس‌های سفید خبر داد.

فرهنگ

جنتی: انتشار یا لثارات غیر قانونی است

شهر مشهد گفت: با توجه به مزین بودن شهر مشهد به مردق مظهر امام رضا (ع)، اجرای کنسرت‌ها در این شهر مخالفانی از جمله نماینده محترم ولی فقیه در خراسان رضوی را داشت که ما به نظر ایشان احترام گذاشته و با اینکه این کنسرت‌ها مشکل خاصی نداشت اما از ادامه اجرای آنها در این شهر صرف‌نظر کردیم. جنتی همچنین گفت: کنسرت‌ها در دیگر شهرهای استان خراسان رضوی از جمله سبزوار، نیشابور، چناران و دیگر شهرها اجرا خواهد شد و جلوگیری از آنها هیچ وجه قابل پذیرش نخواهد بود.



«جفیری راش» بازیگر برنده اسکار برای فیلم «درخشیدن»، نقش اصلی سریال «هاغه» درباره انیشتین، دانشمند بزرگ را ایفا خواهد کرد.

تیتراخبر

علی جنتی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در حاشیه چهارمین جشن ایثار در پاسخ به پرسشی که خبرنگاران درباره ادامه انتشار هفته‌نامه یا لثارات کردند، ضمن اشاره به ارائه مجوزهای موقت فعالیت به این نشریه، گفت: هیات نظارت بر مطبوعات مجوز این نشریه را صادر کرده و بنا بر تخلفات بی‌دری که داشته با توجه به مفاد قانون مطبوعات با اکثریت آرای اعضا، آن را لغو پروانه کرده و ادامه انتشار آن غیرقانونی است.

تیتراخبر

نمایشگاهی از عکس‌های ساسان توکلی فارسانی، عکاس تصویربردار و فیلمساز از عباس کیارستمی در شعبه لس‌آنجلس گالری سیجون از ۲۹ مرداد تا ۳ شهریور برگزار می‌شود. توکلی فارسانی در طول چهار سال همکاری با عباس کیارستمی، در پروژه‌هایی مانند هفت چنار، باغ ایرانی، باغ بی‌برگی، فرش ایرانی، گاو، نامه‌نگاری ویدیویی با ویکتور اریس حضور داشته است.

ورزش

لوزانو: امیدوارم بازی با ایتالیا بازی سال ایران باشد

سرمربی تیم ملی والیبالی ایران گفت: اگر صد درصد توان مان را در بازی با ایتالیا ارائه دهیم، می‌توانیم پیروز شویم و امیدوارم بازی برابر ایتالیا بازی سال ایران باشد. به گزارش ایسنا، راتول لوزانو سرمربی تیم ملی والیبالی ایران بعد از شکست برابر روسیه گفت: در هر سه ست با اشتباهات زیاد بازی را شروع کردیم و این موضوع بازی را سخت کرد. هم ست اول و هم ست دوم وقت استراحت گرفتیم و این موضوع را یادآوری کردیم که اشتباهات زیاد است. با توپ‌گیری و دفاع روی تور تلاش کردیم عقب ماندگی را جبران کنیم. روسیه هم خوب



ژانو هاولانز، رئیس پیشین فیفا در سن ۱۰۰ سالگی به علت بیماری ذات‌الریه درگذشت. هاولانز ۲۴ سال ریاست فیفا را بر عهده داشت.

تیتراخبر

سرمربی تیم ملی والیبالی ایران گفت: اگر صد درصد توان مان را در بازی با ایتالیا ارائه دهیم، می‌توانیم پیروز شویم و امیدوارم بازی برابر ایتالیا بازی سال ایران باشد. به گزارش ایسنا، راتول لوزانو سرمربی تیم ملی والیبالی ایران بعد از شکست برابر روسیه گفت: در هر سه ست با اشتباهات زیاد بازی را شروع کردیم و این موضوع بازی را سخت کرد. هم ست اول و هم ست دوم وقت استراحت گرفتیم و این موضوع را یادآوری کردیم که اشتباهات زیاد است. با توپ‌گیری و دفاع روی تور تلاش کردیم عقب ماندگی را جبران کنیم. روسیه هم خوب

تیتراخبر

تیم کی‌هیل مدافع چپ‌پا ستایش از آنتونیو کونته پرداخت و تأکید کرد او این تیم را متحول کرده است. جلسی در نخستین بازی لیگ، وست‌هم را برد. پس از کناره‌گیری نکونام از بازی خداحافظی‌اش، فدراسیون فوتبال اعلام کرد که برای نکونام مراسم باشکوهی برگزار می‌کند.

روسیه استقرار بمبافکن‌های روسی در همدان را تأیید کرد

شمخانی: همکاری ایران و روسیه برای مبارزه با تروریسم در سوریه راهبردی است



همدان انجام دادند. به گفته این خبرگزاری، مسکو و تهران قرارداد نظامی را امضا کرده‌اند که به روسیه اجازه استقرار هواپیماهایش را در پایگاه هوایی شهر همدان می‌دهد. به گزارش ایرنا، شمخانی که مقام عالی هماهنگ‌کننده اقدامات سیاسی امنیتی ایران با سوریه و روسیه است به همکاری‌های ایران و روسیه اشاره کرد و گفت: با همکاری‌های سازنده و گسترده میان ایران، روسیه، سوریه و جبهه مقاومت شرایط برای تروریست‌ها بسیار دشوار شده و این روند با آغاز عملیات جدید و گسترده تا نابودی کامل آنها ادامه خواهد داشت. به گزارش مهر، بمبافکن‌های روسی از پایگاه همدان برای بمباران مواضع داعش و جبهه النصره در استان‌های «حلب»، «دیرالزور» و «دلب» سوریه به پرواز درآمده‌اند. حملات انجام گرفته (توسط این بمبافکن‌ها)

همزمان با اعلام خبر استقرار بمبافکن‌های روسیه در ایران توسط وزارت دفاع این کشور، دبیر شورای عالی امنیت ملی هم تلویحا این خبر را تأیید کرد. به گزارش ایرنا، علی شمخانی در واکنش به انتشار برخی خبرها مبنی بر استفاده روسیه از فضا و امکانات ایران برای حمله به تروریست‌ها در سوریه گفت: همکاری‌های تهران - مسکو برای مبارزه با تروریسم در سوریه راهبردی است و ما در این زمینه تبادل ظرفیت و امکانات داریم.

دیروز، وزارت دفاع روسیه انهدام شماری از مواضع داعش در سوریه به دست بمبافکن‌های روسی را که در شهر «همدان» ایران مستقر شده‌اند تأیید کرد.

به گزارش مهر، «راشادتوی» دیروز اعلام کرد که بمب افکن‌های دوربرد «تی یو - ۲۲ام ۳» روسیه نخستین حمله هوایی خود علیه مواضع داعش در سوریه را از پایگاه هوایی ایران، واقع در

متهم سرشناس روانه زندان شد

مدیر عامل هلال احمر: در پرونده شرکت رشد، حقوق هلال احمر را پیگیریم

در متن خبرهای دروغین‌شان از نام و تصویر اشتباه استفاده می‌کنند و مردم را گمراه می‌کنند. بعد ادعا دارند خبرهایشان موق است. از این خیالپرآزان می‌خواهم ظرف یک هفته اگر مدرکی دارند منتشر کنند تا من نیز آگاه و همراه آنها شوم وگرنه پس از یک هفته بدون هیچ شوخی و مدارایی این بار سکوت نخواهم کرد و هر خبر کذب و دروغی را تا حکم نهایی دادگاه، دنبال و اعاده حیثیت خواهم کرد. منتظر حکم دادگاه هستم تا یک بار برای همیشه تکلیف این اخبار مشخص شود و همچنین شکایات جدیدی را علیه خیالپرآزان مطرح خواهم کرد و تا انتها آن را پیگیر خواهم بود. اینجانب مهناز افشار همه را به چالش باور نکردن اخبار فاقد سند و مدرک و شنیدن صدای وجدانشان دعوت می‌کنم»

منتشر شدن خبر ممنوع‌الخروجی‌اش در رسانه‌ها مطرح شد تا اینکه دیروز دادستان تهران از بازداشت متهم شرکت رشد وابسته به سازمان هلال احمر خبر داد و گفت که پرونده با اعلام شکایت سازمان هلال احمر در دادسرای کارکنان دولت تحت رسیدگی است و متهم به دلیل عدم توانایی تودیع وثیقه ۲۹میلیارد تومانی روانه زندان شده است. فلاح با تأکید بر اینکه درباره جزئیات شکایت این پرونده قضایی اظهار نظری نمی‌کند و هنوز درباره این پرونده محکومیت قطعی داده نشده است، گفت: خوشبختانه دستگاه قضایی به خوبی پیگیر این موضوع است و از رسیدگی خوب و سریع آن تشکر می‌کنیم. این پرونده به هر نتیجه‌ای که برسد باید حکم قانونی را بپذیریم. فلاح با بیان اینکه شرکت رشد متعلق به سازمان تدارکات هلال احمر به تهیه دارو و تجهیزات از آلمان کمک می‌کرد، افزود: به دلیل مشکلات و اختلافی که در زمان مدیرعامل وقت این شرکت ایجاد

دادستان کرمانشاه تشریح کرد

انهدام دو تیم تروریستی در کرمانشاه و هلاکت ۴ تروریست

دادستان کرمانشاه دیروز به عملیاتی دیگر برای انهدام یک تیم تروریستی اشاره کرد و گفت: شب گذشته نیز در منطقه جوانرود نیز یک تیم تروریستی با تلاش مأموران انتظامی و نظامی متلاشی شد که در آن عملیات نیز یک نفر از تروریست‌ها به هلاکت رسید و تعدادی نیز دستگیر شدند.

دادستان عمومی و انقلاب کرمانشاه گفت: با تلاش سربازان گمنام امام زمان (عج) و همکاری نیروهای نظامی و انتظامی دو تیم تروریستی در کرمانشاه متلاشی شد و چهار تروریست به هلاکت رسیدند. به گزارش ایسنا، مجتبی ملکی در این باره اظهار کرد:

همراه با المپیک

را جابه‌جا کند و مجبور شدیم یک بار وزنه را از دست بدهیم و وزنه ۲۳۱ کیلوگرم را انتخاب کنیم. او افزود: ۲۳۱ کیلوگرم وزنه‌ای بود که تاکنون در تمرین نزده بودم و فکر می‌کردم می‌توانم آن را بزنم اما خب نشد. براری در پاسخ به این پرسش که نمی‌شد برای مهار وزنه در حرکت دوم روی تخته می‌آمد و بعد در حرکت سوم پشت وزنه ۲۳۱ کیلوگرم قرار می‌گرفت گفت: وزنه ۲۳۰ کیلوگرم مدال نبود و اگر من می‌آمدم و آن را می‌زدم تمام انرژی‌ام تخلیه می‌شد و تصمیم گرفتم تمام انرژی‌ام را برای وزنه ۲۳۱ کیلوگرم جمع کنم و شرمند شدم. روز دهم المپیک: دومین مدال طلای میزبان در روز ناکامی آمریکا و چین برزیلی‌ها دومین طلای خود را در المپیک ریو جشن

براری: نمی‌خواستیم برای وزن ۲۳۰ کیلوگرم بیایم وزنه بردار ۱۰۵ کیلوگرم ایران گفت: فاصله زمانی برای وزن وزنه در دوزب زیاد شده بود و بدنم سرد شد. به گزارش ایسنا از ریو، محمدرضا براری پس از کسب مقام ششم المپیک در دسته ۱۰۵ کیلوگرم وزنه‌برداری بیان کرد: بعد از ضربه ۲۲۰ کیلویی، درخواست وزنه برای چندبار عوض شد، چرا که وزنه ۲۳۱ کیلویی برنز بود اما فاصله دوزب من زیاد شده بود و ۵ دقیقه نشستم و کمی سرد شدم. برای ادامه داد: سطح رقابت دسته ۱۰۵ کیلوگرم بالا بود البته من می‌توانستم تا رده پنجم بیایم اما مسابقه به‌گونه‌ای شد که من برای کسب مدال برنز روی تخته آمدم. خودم و مربی یک حرکت را از دست دادیم چون دو بار وزنه انتخاب شده بود و نمی‌توانست دیگر وزنه



استفاده از فرصت تبلیغات المپیک توسط برندهایی که اجازه استفاده از نام آن را ندارند

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: www.adweek.com

این روزها شاهد برگزاری بزرگ‌ترین رویداد ورزشی جهان در قالب مسابقات المپیک در کشور برزیل هستیم. این رویداد فارغ از جنبه ورزشی آن، فرصت بسیار مناسبی است تا برندها و شرکت‌های تجاری بزرگ با تبلیغات محصولات و خدمات خود را به میلیون‌ها بیننده در سراسر جهان معرفی کرده و از این طریق به میزان قابل توجهی آمار فروش خود را افزایش دهند. اما در این میان هستند شرکت‌ها و برندهای کوچک و متوسطی که حتی اجازه استفاده از نام المپیک را نداشته و امکان تبلیغ در آن برای این کسب‌وکارها فراهم نیست.

پرداخت میلیون‌ها دلار پول به مسئولان برگزارکننده مسابقات نظیر کمیته بین‌المللی المپیک سبب می‌شود تا شرکت‌های بزرگ تجاری حق استفاده از تبلیغات محیطی و پخش تلویزیونی رقابت‌ها را به دست آورده و برای بسیاری دیگر از برندها که توان پرداخت چنین مبلغی را ندارند، مسابقات المپیک رویدادی است که این کسب‌وکارها حق استفاده از نام یا نشان آن را در تبلیغات تجاری خود ندارند.

محدودیت‌های ایجاد شده در زمینه استفاده از نام و نشان بازی‌های المپیک به دلیل تغییراتی است که توسط IOC (کمیته بین‌المللی المپیک) در قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به حق پخش تلویزیونی و تبلیغات بازی‌های المپیک ایجاد شده است.

این لیست که موارد منع استفاده از علائم و نشان‌های ثبت شده در تبلیغات شرکت‌های تجاری را توضیح می‌دهد، بسیار طولانی بوده و همین موضوع سبب شده است تا بسیاری از شرکت‌ها و برندهای کوچک و متوسط از استفاده از رویداد بزرگی نظیر المپیک در این رابطه تبلیغات تجاری‌شان محروم شوند. در این رابطه سختگیری‌های صورت گرفته به حدی است که آن دسته از برندها که حامی مالی رسمی مسابقات محسوب نمی‌شوند حتی اجازه توییت کردن نشان مسابقات در توییتر یا باز نشر آن در فیس‌بوک را نیز ندارند!



با این حال فعالان حوزه صنعت تبلیغات معتقدند که جایی برای نگرانی وجود ندارد. چرا که شرکت‌ها و برندهایی که حامی رسمی المپیک نیستند، می‌توانند با استفاده از افراد تأثیرگذار و سفیران مسابقات المپیک محتوای تبلیغاتی مخصوص به خود را تولید کرده و از آن در کارزارهای تبلیغاتی خود استفاده کنند. در همین چارچوب بسیاری از بازاریابان متخصص در حوزه شبکه‌های اجتماعی به خوبی می‌دانند که ایجاد محتوای زنده و به اشتراک گذاشتن آن با مخاطبان حاضر یکی از بهترین روش‌های بازاریابی بوده و به میزان قابل توجهی بازگشت سرمایه‌گذاری صورت گرفته از سوی شرکت‌ها در حوزه تبلیغات را تضمین می‌کند. تنها وظیفه‌ای که در این زمینه بر عهده برندها قرار دارد آن است که آژانس تبلیغاتی و شخص مناسبی را برای تولید محتوای مورد نظر خود بیابند.

یکی از مهم‌ترین کارهایی که در این راستا می‌توانند صورت دهید، برقراری تماس با افراد تأثیرگذار در کشور برگزارکننده آن رویداد خاص است. به‌عنوان مثال شما می‌توانید با یکی از کاربران فعال در شبکه‌های اجتماعی در کشور میزبان ارتباط برقرار کرده و از وی بخواهید تا اطلاعات جامع و کاملی از برند شما در اختیار توریست‌ها و تماشاگران رقابت‌ها قرار دهد. در رابطه با المپیک ریو، شما می‌توانید با استفاده از روش فوق جمعی از مردم برزیل را برای تبلیغ برندگان سازماندهی کرده و از آنها بخواهید محصولات و خدمات شما را به‌عنوان نکاتی از سوی مردم محلی در اختیار گردشگران خارجی قرار دهند.

به یاد داشته باشید که المپیک یک رویداد صرفاً ورزشی نبوده و از ابعاد وسیع‌تری برخوردار است. تبادل فرهنگی، سیاسی و دیپلماتیک از جمله دیگر ابعاد رقابت‌های المپیک بوده و شما باید آن دسته از مخاطبان این رویداد را که به دلایل غیر ورزشی به تماشای بازی‌ها می‌نشینند نیز در نظر گرفته و از ظرفیت‌های موجود در این زمینه به بهترین شکل ممکن بهره‌مند شوید. همانند ورزشکاران شرکت‌کننده در رقابت‌های المپیک که به دلیل بهترین بودن در این رویداد بزرگ حاضر می‌شوند، افراد تأثیرگذار محلی نیز از اهمیت بسیار زیادی برخوردارند. فراموش نکنید که بهترین کارزار تبلیغاتی با استفاده از افراد مناسب استفاده شده و استراتژی و اهداف کمپین تبلیغاتی مورد نظر شما به وضوح برای آنان توضیح داده شود.

در این صورت خواهید دید که حتی محدودیت‌های اعمال شده برای شرکت‌ها و برندهایی که حامی مالی رسمی مسابقات المپیک نیستند نیز نمی‌تواند از بهره‌مندی این شرکت‌ها از چنین رویداد بزرگی جلوگیری کرد.

نگاهی به آگهی محیطی پرشیا خودرو

حرکت نزدیک هدف

که پرشیا خودرو قرار است به دارندگان محصولات برند BMW ارائه دهد. این آگهی محیطی از جنبه‌هایی مانند طراحی و نحوه پیام‌رسانی قابل بررسی است که «فرصت امروز» به همین منظور گفت‌وگویی را با کیانوش هاتفی، مدیر ایده‌پردازی و مشاور تبلیغاتی و امیرعباس کمالی، مدیر آژانس تبلیغاتی بلندگو مجری طرح آگهی محیطی برند پرشیا خودرو داشته که در ادامه می‌خوانید.

راحتی نتوانند آگهی برندی را از برند دیگر تفکیک کنند. در نتیجه آگهی‌ای که از این ویژگی‌های مشترک استفاده نکرده باشد، فوراً به چشم مخاطبان خواهد آمد. چند وقتی است که شرکت پرشیا خودرو آگهی محیطی اکران کرده که در آن از تصویر ماشین استفاده نکرده و گروه ایده‌پردازی برای رساندن پیام تبلیغاتی‌شان از آلمان آچار بهره‌بردار کرده‌اند. این آگهی با هدف معرفی خدمات ویژه‌ای است

پرشیا خودرو

فروش و خدمات BMW در ایران

۳۶۵ روز پشتیبانی طلایی



لوکسی است که نیاز به سرویس و نگهداری درست دارد و این موضوع دغدغه بزرگی برای صاحبان این خودرو محسوب می‌شود. کسانی که از این برند استفاده می‌کنند، در تلاش برای دستیابی و دریافت بهترین و ایده‌آل‌ترین خدمات پس از فروش و سرویس خودروی خود هستند. پس در جلسه ایده‌پردازی از این نگرش مصرف‌کننده خط طراحی هسته پیام کمپین را گرفته و ایده اصلی را بر پایه خدمات طلایی و متمایز پرشیا خودرو در تمامی روزهای سال پایه‌ریزی کردیم. شعار کمپین «۳۶۵ روز پشتیبانی طلایی» انتخاب شد و از آچار طلایی به‌عنوان المان تصویری این تبلیغ استفاده و سعی کردیم پیام آگهی را کوتاه و ساده به مخاطبان منتقل کنیم.

اکران محدود آگهی به خاطر گروه مخاطبان خاص آن

کمالی درباره رسانه‌های استفاده شده برای اکران طرح آگهی برند پرشیا خودرو می‌گوید: مخاطبان محصولات BMW فراگیر و از نظر تعداد زیاد نیستند. به همین دلیل ابتدا سعی شد از طریق وب‌سایت شرکت و بعد رسانه‌های اجتماعی طرح اکران شود. در آینده به احتمال زیاد طرح به‌صورت محدود در رسانه‌های محیطی اکران خواهد شد. در انتخاب رسانه سعی به هرچه دقت زیادی صورت بگیرد، چون به هر حال تعداد محدودی مخاطب محصول هستند و این مخاطبان معمولاً در مناطق بالای شهر سکونت دارند. به همین دلیل از رسانه‌های محیطی این مناطق بهره‌بردار خواهد شد. پرشیا خودرو تصمیم دارد که خدمت خود را در قالب این کمپین تا پایان سال ادامه دهد. فعلاً برای شروع یک طرح برای این کمپین طراحی شده است.

گروه مخاطبان آگهی تبلیغاتی

کمالی درباره گروه مخاطبان این آگهی می‌گوید: پرشیا خودرو در ارائه این خدمات با سه دسته از مشتریان روبه‌رو است؛ دسته اول کسانی که از خود پرشیا خودرو اوتومبیل BMW خریداری کرده‌اند. دسته دوم کسانی که از رقبای پرشیا خودرو BMW خریداری کرده‌اند و دسته سوم کسانی که در بازار آزاد محصولات را خریداری و استفاده می‌کنند. به هر حال برخی مشتریان بالقوه نیز شاید روزی به سمت خرید محصولات BMW بروند و در راستای آن نیاز به خدمات داشته باشند. بنابراین در مرحله ایده‌پردازی سعی کردیم تمامی مشتریان و اهداف موجود در برف را پوشش دهیم.

آچار طلایی المان اصلی آگهی

کمالی می‌گوید: BMW خودروی

یکی از گروه‌ها بر مابقی برتری پیدا می‌کند. اما این آگهی حتماً کسانی را که قصد خرید BMW دارند ترغیب به خرید از پرشیا خودرو خواهد کرد. چون مخاطبان ایرانی در حین خرید کالا سعی می‌کنند از برند یا مشخصات مشخص و آشنای زیادی برخوردار باشند. حال وقتی مخاطب آگهی را ببیند، این موضوع را حین خرید در نظر خواهد گرفت. هاتفی می‌گوید: پرشیا خودرو روز به مشتریان ارائه کند. در شعار آگهی نیز به این موضوع اشاره شده ولی تصویر آگهی نکته‌ای در این باره نمی‌گوید که اگر

آگهی مورد نظر هم از لحاظ پیام‌رسانی به مخاطب و هم از لحاظ زیباشناختی و تصویری جالب توجه است. البته قبل از برند پرشیا خودرو، برندهای زیادی سراغ اجرا و اکران آگهی‌هایی با مضمون خدمات پس از فروش رفته‌اند و حتی مواردی را می‌توان مثال زد که از آلمان آچار برای ایده‌پردازی و پیام‌رسانی استفاده کرده‌اند اما این المان در آگهی پرشیا خودرو درست و بجای و متناسب با هدف استفاده شده است

هدف آگهی مشتریان بالفعل برند است

هاتفی در مورد گروه مخاطبان این آگهی می‌گوید: تصویر آگهی بیشتر مشتریان بالفعل برند پرشیا خودرو را هدف قرار داده است و مخاطبان نیز با دیدن آگهی احساس خواهند کرد که خدمات مخصوص این دسته از مشتریان است. شاید آدرس وب‌سایت مابقی مخاطبان را کنجکاو به دریافت اطلاعات بیشتر کند ولی خود آگهی همگی دارندگان خودروی BMW را هدف قرار نداده است. البته هدف قرار دادن چندین گروه مخاطب در یک آگهی شیوه راحتی نیست و ناخودآگاه

تبلیغ برای برندی لوکس

امیرعباس کمالی، مدیر آژانس تبلیغاتی بلندگو و مجری طرح آگهی محیطی برند پرشیا خودرو درباره آن می‌گوید: برند پرشیا بزرگ‌ترین فروشنده و ارائه‌دهنده خدمات

ایستگاه تبلیغات



استارباکس، باریستای ناشنوا استخدام می‌کند



استارباکس یکی از مراکز فروش خود را در مازنی به استخدام کارکنان ناشنوا اختصاص داده است. این نخستین اقدام برند در سطح جهانی برای به کار گرفتن کارمندان ناشنوا است. این مرکز که در منطقه بنگسار قرار دارد، ۱۰ کافه‌چی ناشنوا و سه کارمند بدون مشکل شنوایی دارد.

اگر به زبان بدن آشنا نیستید، می‌توانید از طریق کارت‌های منو سفارش خود را بنویسید. هر مشتری یک شماره دارد که با آماده شدن سفارش، شماره‌اش چشمک می‌زند.

به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، این کمپانی سیاتلی قهوه‌های آموزش و استخدام کارکنان جدیدش از مرکز زبان اشاره در مازنی کمک گرفته است. پیش از این هم استارباکس چنین اقدامات الهام‌بخشی در کارنامه خود داشته مثل استخدام سربازان جنگ.

اخبار مرتبط حاکی از این است که در ماه فوریه، یک باریستای اهل ویرجینا خبر داد که برای ارائه خدمت بهتر به یک مشتری ناشنوا، زبان اشاره را می‌آموزد.



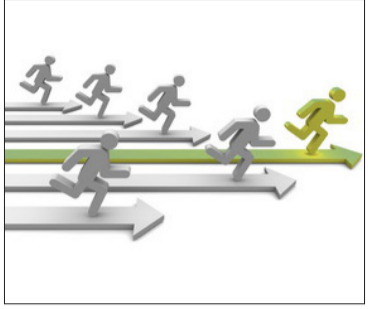
آگهی: پیتزا فروشی upper Crust - شعار: مردم مدت کمی صبر دارند. ارسال ۲۴ ساعته و هفت روزه هفته

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکار آفرینی (۳۹)

رقابت نکنید

ترجمه: علی آلی علی



همان طور که اغلب افراد درگیر با صنعت بازاریابی به خوبی آگاه هستند، اغلب برنامه‌های بازاریابی کلان بر پایه رقابت تنگاتنگ با سایر موسسات حاضر در بازار کار استوار هستند. این برنامه‌های بازاریابی اغلب مدیران را ترغیب به برنامه‌ریزی برای کسب سهم بیشتر از بازار فروش، به دست آوردن مشتریان رقیبا و همچنین درگیری رسانه‌ای یا حتی از طریق کمپین‌های مختلف با دیگر برندها می‌سازد.

با این حال هیچ دلیل منطقی مبنی بر اینکه چرا همه برندها بازار فروش را تبدیل به میدان نبرد کرده‌اند وجود ندارد. به عبارت بهتر به جای رقابت در بازارهای محلی و حتی جهانی، می‌توان از منفعت همکاری و مشارکت سود بیشتری به دست آورد. به طور قطع این همکاری به معنی عدم وجود قوانین مشخص بر عملکرد شرکا نیست. در واقع از این طریق می‌توان با کاهش هزینه‌های رقابت، هم مشتریان را راضی نگه داشت و هم سود خود را افزایش داد.

همکاری با سایر برندهای حاضر در بازار روشی است که از مدت‌ها قبل در کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ دنیا شده است. برای مثال می‌توان به فروشگاه‌های اجاره ویدئو، رستوران‌های واقع در یک منطقه توریستی و همچنین آژانس‌های مسافرتی گوناگون اشاره کرد.

ایده

هنگامی که در سال ۱۹۸۹ کمونیسم در اروپای شرقی اعتبار خود را از دست داد، بسیاری از برندها و موسسات اروپای غربی دریافتند که به‌زودی با بازارهای تقریباً دست نخورده‌ای روبه‌رو هستند. این امر برای برندهای اروپای غربی مانند یک رؤیا بود که می‌توانست وضعیت اقتصادی آنان را متحول سازد. یکی از کشورهای که در این زمان هدف غول بزرگ اتومبیل‌سازی آلمان قرار داشت، جمهوری چک بود. البته این کشور از مدت‌ها قبل کارخانه تولید اتومبیل «شکودا» را حاکم بر بازار خود می‌دید. این برند مشهور کشور چک عمدتاً به خاطر تولید اتومبیل‌های بادوام شهرت داشت. اگرچه مدل طراحی اتومبیل‌های این برند بسیار قدیمی بود و در رقابت با فولکس واگن هیچ شانس نداشت، اما فولکس واگن برای ورود به بازار جمهوری چک تصمیم به همکاری با برند اسکودا، به جای رقابت با آن، گرفت. در عین حال لازم به ذکر است که همکاری برند فولکس واگن با اسکودا تنها به زمینه اقتصادی محدود نبود. در واقع در سال ۱۹۹۱ غول اتومبیل‌سازی آلمانی اقدام به طراحی دوباره کارخانه اسکودا، آموزش مهندسان آن شرکت و همچنین همکاری و ارائه مشاوره در تولید اتومبیل‌های جدید اسکودا کرد.



در حقیقت برنامه بازاریابی فولکس واگن برخلاف دیگر شرکت‌های آلمان غربی آن زمان بود. اغلب برندها برای ورود به بازار کشورهای اروپای شرقی اقدام به خریداری برندهای مطرح آن کشورها و در ادامه تعطیل کردن آنها می‌کردند. در این میان برند فولکس واگن نه تنها مانع تعطیلی برند اسکودا شد، بلکه زمینه رشد و کسب تجربه این برند را در بازارهای اروپای شرقی نیز مهیا ساخت. به این ترتیب برند اسکودا توانست در شرایطی که اغلب کارخانه‌ها و موسسات کشورهای اروپای شرقی یکی پس از دیگری تعطیل یا ورشکسته می‌شدند، ماجراجویی خود را تحت سرمایه‌گذاری فولکس واگن آغاز کند. البته یکی از عواملی که در موفقیت‌های آن دوره برند اسکودا نقش مؤثری ایفا کرد، میزان بسیار پایین حقوق کارگران کشور چک در آن زمان (به دلیل شرایط حاکم بر اروپای شرقی) بود.

در این میان شرکت فولکس واگن هم علاوه بر کسب سود مناسب از بازار کشور چک، به صرفه‌جویی در هزینه‌های خود از برند پارسا، که کشور چک برای به دست گرفتن بازار این کشور استفاده کرد.

آنچه در عمل باید انجام دهید

همکاری تجاری باید برای هر دو طرف سودآور باشد. از رضایت طرف مقابل خود مطمئن شوید، برای این کار لازم است تا کمی هم به فکر آنها باشید.
- توجه داشته باشید که فعالیت شما نباید به هیچ وجه مخالف قوانین کشور یا منطقه مورد نظرتان باشد.

برای مطالعه ۵۱۸ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

خرده‌فروشی آنلاین را مدیریت می‌کنم. می‌خواهم واحد تحقیقات بازار را در داخل شرکت راه‌اندازی کنم. چه توصیه‌ای در این خصوص برای من دارید؟

تحقیقات بازار آنلاین

پاسخ کارشناس: تحقیقات بازار به این معناست که به‌طور مرتب اطلاعاتی درباره مسائل مرتبط با عرضه‌کننده کالا و خدمات گردآوری، ثبت و تجزیه و تحلیل کنید که این کار باعث مشخص شدن نقاط ضعف و قوت سازمان می‌شود و فروش‌تان را افزایش خواهد داد. برای راه‌اندازی واحد تحقیقات بازار ابتدا باید تحقیقات زیادی پیرامون مشتریان به عمل آورید. به‌عنوان مثال مشتریان بالقوه را شناسایی کنید، نیازهای مشتریان را بشناسید، مشکلات داخلی را

شناسایی و نیازهای مشتریان را برطرف کنید. ابزارهای متفاوتی برای انجام این کار وجود دارد؛ یکی از این ابزارها پرسشنامه است به این ترتیب که تحلیلگر لیستی از پرسش‌های لازم برای دستیابی به اطلاعات مورد نیاز را تدوین کند و این سوالات را از طریق فردی، تلفنی، اینترنتی و... از افرادی که شرایط لازم را برای پاسخگویی دارند بپرسد. روش دیگر برای جمع‌آوری اطلاعات، مشاهده است. از این ابزار می‌توان برای ثبت و ضبط اعمال و رفتار مشتریان استفاده کرد. برای اطمینان بیشتر از این روش می‌توان از مشاهده‌گرهای مستقل استفاده کرد.

اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالشی روبه‌رو هستید، در صورت تمایل مشکل خود را از طریق سایت clinic.forsatnet.ir با ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش پیگیری کنید.

باید و نبایدهای تهیه Business plan برای فروشگاه آجیل و خشکبار

ترغیب مشتری به خوردن تنقلات سالم



امیر اکابلی
a9631m@gmail.com

امروزه مخاطبان بیش از پیش به سلامتی و استفاده از محصولات سالم توجه نشان می‌دهند. این موضوع باعث شده محصولات سالم و پرانرژی مانند خشکبار و آجیل با رونق بیشتری همراه شوند و مصرف آنها نسبت به گذشته افزایش پیدا کند. این بازار پررونق، بازیگران مختلفی اعم از تولیدکنندگان خشکبار و آجیل بسته‌بندی شده، فروشگاه‌های آجیل و خشکبار و... را وارد عرصه کسب‌وکار کرده است. در این بازار رقابتی هر یک از کسب‌وکارها باید در راستای افزایش سهم بازار، برنامه‌ریزی‌های مناسبی را در حوزه بازاریابی و تبلیغاتی اتخاذ کنند تا از این طریق بتوانند جایگاه مناسبی از محصولات خود را در سبد خانواده‌های ایرانی ایجاد کنند. فروشگاه‌های عرضه‌کننده آجیل و خشکبار باید تحلیل مناسبی از این بازار داشته باشند. برای دست یافتن به برنامه‌ریزی مدون و تحلیل این بازار می‌توان Business plan یا طرح مناسبی از کسب‌وکار را تدوین کرد که در ادامه به بخش‌های مهمی از Business plan کسب‌وکار آجیل و خشکبار اشاره خواهد شد.

کدام مدیریتی مانند مقدمه می‌ماند و در صورتی که پتانسیل این موضوع را داشته باشد که توجه مخاطبان را جلب کند، خوانندگان آن را تا پایان می‌خوانند. با توجه به این موضوع فروشگاه‌های عرضه‌کننده آجیل و خشکبار به‌صورت B2C فعالیت‌های خود را پیش می‌برند و ارتباط تنگاتنگی با مصرف‌کنندگان نهایی دارند. از طرفی روند جمعیتی کشور نشان می‌دهد که هرم جمعیتی ایران از نوجوانی به سمت بزرگسالی تغییر کرده و این موضوع باعث شده استفاده از تنقلاتی مانند چیپس و پفک در میان این افراد کاهش پیدا کند و به سمت استفاده از محصولات سالمی مانند آجیل و خشکبار پیش برود. در پایان این بخش از طرح کسب‌وکار، می‌توان به سرمایه و پرسنل مورد نیاز نیز اشاره و توضیحاتی را در این خصوص در طرح کسب‌وکار لحاظ کرد.

در راستای Market Study در بازار خشکبار و آجیل این موضوع بسیار حائز اهمیت است که یکی از رقبای محصولات آجیل و خشکبار، محصولاتی مانند چیپس و پفک هستند که سهم بازار مناسبی در بازار ایران دارند. با توجه به این موضوع با تمرکز بر مقوله سلامتی، محصولات آجیل و خشکبار می‌توانند بخشی از سهم بازار تنقلات کشور را تصاحب کنند

برنامه بازاریابی Marketing Plan برنامه بازاریابی یکی از مهم‌ترین بخش‌های طرح کسب‌وکار است که باید در راستای Study در بازار خشکبار و آجیل این موضوع بسیار حائز اهمیت است که یکی از رقبای محصولات آجیل و خشکبار، محصولاتی مانند چیپس و پفک هستند که سهم بازار مناسبی در بازار ایران دارند. با توجه به این موضوع با تمرکز بر مقوله سلامتی، محصولات آجیل و خشکبار می‌توانند بخشی از سهم بازار تنقلات کشور را تصاحب کنند. از طرفی در بازار خشکبار و آجیل، شناخت تازه‌واردها و تأمین کنندگان جدید در حوزه خشکبار بسیار حائز اهمیت است. از طرفی بخشی

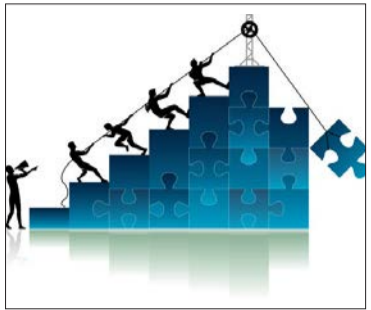
از رقبای این بازار، برندهایی مانند مانی، چی‌توز، مزمز و... هستند که محصولات خشکبار را با بسته‌بندی‌ها مناسب به بازار عرضه می‌کنند و این برندها شبکه توزیع قوی‌ای را در بین سوپرمارکت‌ها دارند و از این طریق می‌توانند محصولات خود را در شلف‌های فروشگاه‌های قرار دهند. یکی دیگر از نکاتی که در Business plan باید به آن اشاره شود، نقاط قوت، ضعف، تهدیدات و فرصت‌های سازمان است. به‌عنوان نمونه ارائه محصولات با کیفیت و بدون مواد نگهدارنده و خشکبارهای آجیل و خشکبار می‌شود. با توجه به این موضوع باید فروشگاه‌های عرضه‌کننده آجیل و خشکبار بر اساس Market Pull (قیمت بازار محور) انجام می‌شود. با توجه به این موضوع باید فروشگاه‌های عرضه‌کننده آجیل و خشکبار بر اساس مناطق جغرافیایی و قیمت محصولات در بازار، محصولات خود را قیمت‌گذاری کنند. به‌عنوان نمونه قیمت محصولات فروشگاه منطقه یک با منطقه ۱۲ تهران متفاوت است.

ارائه آن به مخاطبان وجود داشته باشد. در این میان مشتریان تمایل دارند قبل از خرید از محصولات آن را تست کنند. با توجه به این موضوع باید فروشگاه‌های آجیل و خشکبار محصولات اینترنتی کرده‌اند و مشتریان قرار می‌دهند و اجازه تست محصولات را به آنها بدهند. این موضوع مشتریان را ترغیب به خرید بیشتر محصولات می‌کند. معمولاً استراتژی قیمت‌گذاری فروشگاه‌های عرضه‌کننده آجیل و خشکبار بر اساس Market Pull (قیمت بازار محور) انجام می‌شود. با توجه به این موضوع باید فروشگاه‌های عرضه‌کننده آجیل و خشکبار بر اساس مناطق جغرافیایی و قیمت محصولات در بازار، محصولات خود را قیمت‌گذاری کنند. به‌عنوان نمونه قیمت محصولات فروشگاه منطقه یک با منطقه ۱۲ تهران متفاوت است. توسعه محصول در این فروشگاه‌ها بسیار حائز اهمیت است. به عبارت دیگر فروشگاه‌های آجیل و خشکبار می‌توانند محصولات جدیدی مانند چیپس، میوه، عسل، قهوه و دمنوش، گز و پشمک، شکلات و... را به مشتریان عرضه کنند چون در حال حاضر مخاطبان با کمبود زمانی در زندگی روزمره مواجه هستند و ترجیح می‌دهند بخشی از خرید خود را از یک فروشگاه انجام دهند. این موضوع در روزهای نزدیک به عید بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد زیرا مشتریان در راستای خرید عید می‌توانند بخش اعظمی از محصولات موردنیاز خود را از فروشگاه خریداری کنند. در صورتی که محصولات فروشگاه آجیل و خشکبار به خوبی بسته‌بندی شود و مورد استقبال مخاطبان

مدیریت امروز

کارمندان وفادار چه کسانی هستند و چگونه کارمندان وفادار داشته باشیم؟

پیمان احمدی



یکی از بزرگ‌ترین درگیری‌های ذهنی یک مدیر، از دست دادن کارمندان و تبعاً از دست دادن مشتریان به واسطه ترک مجموعه توسط کارمندان است. برای اینکه یک مدیر بتواند کارمندان خود را وفادار کند باید اصولی را در رفتار با آنها رعایت کند. در ابتدا تعریفی از کارمندان وفادار و ویژگی‌های آنان ارائه می‌دهیم و سپس نحوه برخورد با این کارمندان را بیان می‌کنیم. شاید بتوان گفت یک کارمند وفادار خود را بخشی از مجموعه می‌بیند و همانند مالک و سهامدار مجموعه عمل می‌کند، ویژگی توصیفی این افراد عدم توجه آنها به خودشان است (حتی وقتی که لازم است به خود توجه کنند). آنها همانند چرخی هستند که هرگز صدا نمی‌دهند، بنابراین هرگز نیاز به روغن کاری ندارند. این گونه کارمندان مشارکت بیشتری در کارها داشته و ایده‌های نوآورانه بیشتری ارائه می‌دهند، برای انجام کارهای مختلف داوطلب می‌شوند و افراد را برای استخدام در مجموعه ترغیب می‌کنند، نسبت به مجموعه تعصب دارند و از آن در مقابل دیگران دفاع می‌کنند.

در مقابل این گونه کارمندان وفادار، مدیر نیز باید وفاداری خود را به آنها نشان دهد و قدردان این نوع از کارمندان خود باشد. مدیر برای اینکه بتواند کارمندان وفادار داشته باشد یا وفاداری کارمندان خود را حفظ کند باید اصولی را رعایت کند که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- کارمندان خود را در کارها و بخش‌هایی قرار دهد که بیشترین تناسب را با توانایی‌های آنها داشته باشد.
- ۲- کارمندان برای کارهای خوبی که انجام می‌دهند مورد توجه و قدرانی قرار گیرند و حتی در مواردی که لازم باشد، می‌توانند پاداش دریافت کنند البته این پاداش باید در راستای اهداف مجموعه باشد.
- ۳- باید با کارمندان با احترام برخورد شود و به شخصیت انسانی آنها توجه کرد.
- ۴- باید به ایده‌ها و خلاقیت‌ها و پیشنهادها کارکنان در مجموعه اهمیت داده شود.
- ۵- با کارمندان به‌گونه‌ای رفتار شود که احساس کنند بخش مهمی از مجموعه هستند و کاری مهم را برعهده دارند و خود را جدا از مجموعه احساس نکنند.
- ۶- کارمندان باید در محیط کار اخلاق کاری را بیینند و با همکاری کار کنند که آنها نیز اخلاق کاری را رعایت می‌کنند.



۷- کارمندان باید در فضای دوستانه کار کنند و امکان برقراری رابطه خوب با همکاران خود را داشته باشند (البته یکی از مشکلات مجموعه‌ها، روابط بسیار دوستانه کارمندان است که امری غیرقابل اجتناب است و تنها مدیر با هوشمندی خود می‌تواند این روابط را در جهت اهداف مجموعه هدایت کند).

۸- از طرفی کارمندان باید امکان پیشرفت و ترقی در شغل و سمت خود را داشته باشند تا با انگیزه‌ای بیشتر به کار بپردازند.

۹- مدیر باید همواره زمینه آموزش و یادگیری مطالب جدید را در ارتباط با کار برای کارمندان خود فراهم کند.

۱۰- مدیران سازمان‌ها نباید با تحت فشار قرار دادن کارکنان، آنان را وادار به دروغ گفتن کنند که این یکی از آفات هر سازمانی است.

۱۱- مدیران سازمان‌ها باید با شیوه‌های جدید بهره‌مندی از منابع انسانی که در سال‌های اخیر جزو سرمایه‌های سازمان محسوب می‌شود آشنا شوند.

در آخر باید گفته شود شاید برخی کارمندان وفادار در یک مجموعه جزو بهترین کارمندان از نظر کارایی و سودآوری برای مجموعه نباشند و به اصطلاح کارمند ستاره نباشند ولی این کارمندان وفادار، جزو با ارزشی برای مجموعه محسوب می‌شوند که از دست دادن آنها برای مجموعه‌ها معمولاً گران تمام می‌شود و مشکلات بسیاری را به وجود می‌آورد، زیرا اینها کسانی هستند که مجموعه را جزئی از خود می‌دانند و نظر مشتریان را نسبت به مجموعه همواره مثبت نگه می‌دارند و مدیر باید با هدایت درست و مناسب و آموزش‌های لازم (در صورت نیاز) آنها را به کارمندان ستاره و برجسته تبدیل کند.

در پیچه

قشر متوسط هند، از رويا تا واقعيت

ترجمه: سارا گلچين
منبع: Iivemint

آزادسازی اقتصاد هند در سال ۱۹۹۱ باعث رشد بالای طبقه متوسط در هند شد. در سال‌های اول اصلاحات اقتصادی در ابتدای دهه ۹۰ میلادی، رهبران سیاسی و اقتصادی و البته رسانه‌های مهم هند آمار و ارقامی از بازار مصرف بکر طبقه متوسط ارائه می‌دادند.

کسب‌وکارهای بین‌المللی و داخلی نیز پس از اینکه دولت آزادسازی اقتصاد را شروع کرد، تلاش خود را برای تثبیت موقعیت و تعیین سهم خود از بازارهای جدید و روبه‌رشد طبقه متوسط در حال توسعه هند آغاز کردند. در ۲۵ سال گذشته، هم دولت‌ها و هم تحلیلگران از هند همین روند را ادامه دادند و گفت‌وگوهای آزادسازی اقتصاد در این کشور با قدرت ادامه یافت. امروز اما آشکار شده است که قدرت اقتصادی قشر متوسط هند آنطور که در ۲۵ سال گذشته درباره‌اش تبلیغ می‌شد، افزایش نیافته و بیشتر از اینکه یک واقعیت باشد، افسانه است.

این قشر از جامعه هند فقیر نیستند، اما قشر متوسط واقعی هم نیستند. در حالی که برآورد شده قشر متوسط هند بخش قابل توجهی از جمعیت این کشور را تشکیل می‌دهند، اما بسیاری از آنها از اینکه اکنون در قشر متوسط این کشور جا می‌گیرند، نفع می‌برند. از زمان آزادسازی اقتصادی در هند در ۲۵ سال گذشته، میلیون‌ها نفر از مردم این کشور از درآمد کمتر از ۵ هزار دلار در سال به درآمدهای بالاتر رسیدند.

بیشترین افزایش درآمد هندی‌ها که باعث ورودشان به دسته متوسط جامعه شد، در ۱۲ سال گذشته بوده است، اما نسبت به چین آمار هندی‌ها چندان مناسب نیست. برخلاف چینی‌ها که توانستند نیمی از جمعیت فقیر خود را از فقر نجات داده و به سطح درآمد سالانه ۱۰ هزار دلار برسانند، هندی‌ها تنها توانستند با سیاست آزادسازی اقتصادی کمتر از ۲۰ درصد از جمعیت‌شان را از زیر خط فقر بیرون آورده و به جمع قشر متوسط جامعه راه دهند. درآمد جمعیت فقیر هند البته کمتر از چینی‌ها افزایش داشته و رقم آسب‌پذیر ۵ تا ۱۰ هزار دلار را نشان می‌دهد.

نکته مهم‌تر اینکه قشر متوسط جامعه هند ثروت چندان در اختیار ندارد. گزارش تازه شرکت خدمات مالی چند ملیتی Credit Suisse برآورد می‌کند قشر متوسط هند کمتر از یک‌چهارم ثروت کشور را در اختیار دارند. این در حالی است که در کشورهای چین و برزیل، قشر متوسط تقریباً صاحب یک‌سوم ثروت کشور هستند.



گزارش ۲

تفاوت‌های میان طبقه متوسط و مرفه جامعه

آزاده اتحاد

azadeh اتحاد@gmail.com

به گفته نشریه فوربز، ثروت تنها ۴۰۰ نفر از ثروتمندترین شهروندان آمریکایی روی هم از سرمایه کل ۱۵۰ میلیون آمریکایی فقیر بیشتر است، اما تکلیف آن دسته‌ای که این میان قرار دارند، چه می‌شود؟ مقصود همان طبقه متوسط است؛ طبقه‌ای که هر تغییر و تحولی در جامعه دهد، بیشترین آسیب را می‌بیند.

خانواده‌های این طبقه هم عادات و آداب پولدار بودن را به بچه‌های خود یاد می‌دهند و هم عادات و آداب فقیر بودن. بچه‌های این طبقه که همیشه جایی میان زمین و آسمان زندگی می‌کنند، ۶۵ درصد جمعیت آمریکا را تشکیل می‌دهند. این روزها مرز بین طبقه متوسط و فقیر دیگر خیلی باریک شده، اما این ۶۵ درصد جمعیت آمریکا خودشان به سه دسته تقسیم می‌شوند: ۲۰ درصد را طبقه متوسط رو به بالا تشکیل می‌دهند، ۳۵ درصد متوسط رو به پایین و ۱۰ درصد هم متوسط میانه. آنهایی که جزو طبقه متوسط رو به بالا هستند، عادات مشابهی با طبقه پولدار جامعه دارند. آنهایی که جزو طبقه متوسط رو به پایین هستند، عادات مشابهی با طبقه فقیر جامعه دارند. آن‌هایی که در میانه قرار دارند، ملمه‌های هستند از عادات طبقه پولدار و طبقه فقیر.

اگر جزو طبقه متوسط هستید، نه فقیرید و نه ثروتمند. البته آمارهای اخیر نشان می‌دهد که هرچه جلوتر می‌رویم انگار این طبقه متوسط در تمام کشورهای دنیا دارد آب می‌رود، دلش هم بحران اقتصادی است که گریبان کل دنیا را گرفته؛ بحرانی که پولدارها را پولدارتر می‌کند و طبقه متوسط را به سمت طبقه فقرا سوق می‌دهد. براساس تازه‌ترین اطلاعاتی که مؤسسه جهانی مک‌کنزی از اداره بودجه کنگره آمریکا به دست آورده، ۸۱ درصد خانوارهای طبقه متوسط می‌گویند بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۴ در درآمدشان ثابت مانده یا پایین آمده است.

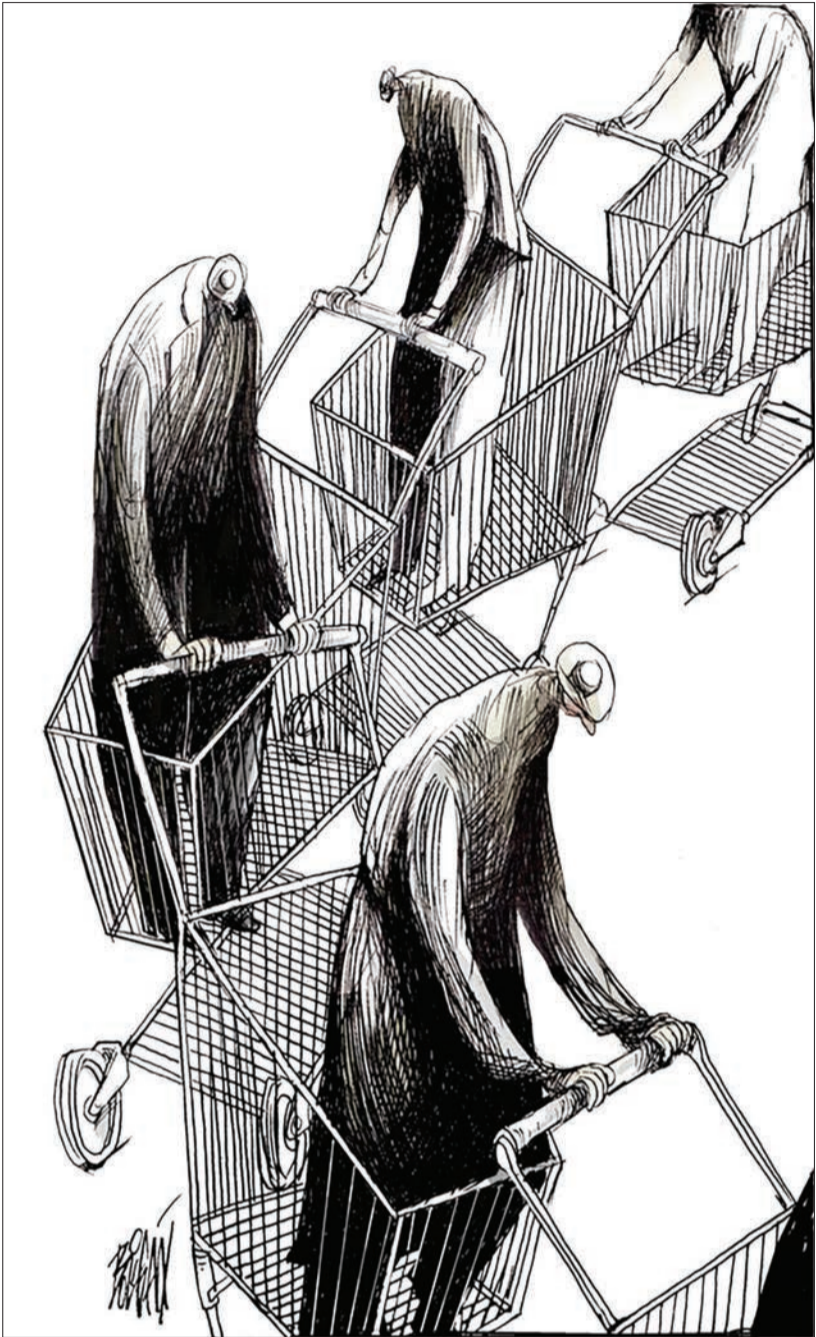
بزرگ‌ترین سؤال طبقه متوسط این است: «چطور پولدارها پولدارتر می‌شوند و ما نمی‌شویم؟» حقیقت این است که بر خلاف تصور متوسط‌ها و فقرا، پولدارها پول خود را برای روز مبادا کنار نمی‌گذارند تا آینده خود را تضمین کنند، آنها پول خود را به کار می‌گیرند. هدف‌شان افزایش توانایی

زندگی می‌کنند، اما خیلی ثروتمند نیستند و در همه جای دنیا هم به طور مساوی توزیع نشده‌اند. طبق تعریف جهانی، خط فقر براساس درآمد ماهانه افراد تعیین می‌شود. در سال ۲۰۱۳، برای یک فرد تنها ۷۶۰ یورو در ماه، برای یک زوج بدون فرزند ۱۴۷۶ یورو، ۱۹۳۰ یورو برای یک زوج با دو فرزند تعریف شده است. فردی با سطح درآمد ۱۲۳۹ یورو تا ۲۲۳۱ یورو در ماه هم جزو طبقه متوسط شمرده می‌شود. به همین ترتیب یک خانواده بدون فرزند، با درآمد ۴۴۱۰ یورو و یک خانواده با دو فرزند با درآمد ۳۱۸۹ تا ۵۵۵۷ یورو هم در این دسته جای می‌گیرند.

رشد چشمگیر

نتایج مطالعات سازمان‌های جهانی از جمله سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، روی این طبقه جالب است. این طبقه در میان جمعیت کشورهای در حال ظهور رشد چشمگیری داشته‌اند. به‌خصوص در کشور چین که در سال‌های اخیر طبقه فقیر آن به‌طور قابل توجهی کاهش داشته‌است. طبق مطالعات، پیش‌بینی می‌شود که جمعیت طبقه متوسط در دنیا تا سال ۲۰۳۰، حدوداً سه برابر شود و از یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر به ۴ میلیارد و ۹۰۰ میلیون نفر برسد. براساس چشم‌انداز سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، هزینه‌های طبقه متوسط کشورهای چین و هند روی هم، در حال حاضر چهار برابر بیشتر از هزینه طبقه متوسط در آمریکا است و تا سال ۲۰۳۰ به شش برابر نیز می‌رسد.

در آمریکای لاتین، از اواخر قرن بیستم سیاست‌های تعدیلی صندوق بین‌المللی پول با هدف مبارزه با تورم اعمال شد و در نتیجه گسترش جمعیت طبقه متوسط انجامید. سپس در اوایل سال‌های ۲۰۰۰، بانک‌های مرکزی با کاهش نرخ‌های بهره خود، نقدینگی را در میان مردم افزایش دادند که به افزایش مصرف‌گرایی منجر شد. در آرژانتین، پس از بحران مالی سال ۲۰۰۱، حدود ۹۰ درصد از طبقه متوسط به طبقه فقیر جامعه سقوط کردند و سال ۲۰۱۲ نزدیک به ۵۵ درصدشان به وضع خود بازگشتند. در هند هم که تولید ناخالص داخلی طی ۱۵ سال اخیر چهار برابر شده‌است، با ورود شرکت‌های معتبر دنیا و سرمایه‌گذاری آنها در هند، تقاضای داخلی در میان مردم بالا رفت. طبقه متوسط در شهرهای مهم و بزرگ هند، به مصرف‌گرایی انبوه روی آورده‌اند. مشابه این وضعیت در نیجریه هم مشاهده شد. جمعیت این کشور تا سال ۲۰۵۰، بنا به پیش‌بینی‌ها به ۳۸۹ میلیون نفر می‌رسد. تا آن زمان نیمی از جمعیت این کشور، از طبقه متوسط خواهند بود. قدرت خرید آنها افزایش خواهد یافت و برخلاف امروز، قادر خواهند بود آخرین مدل‌های تکنولوژی را خریداری کنند.

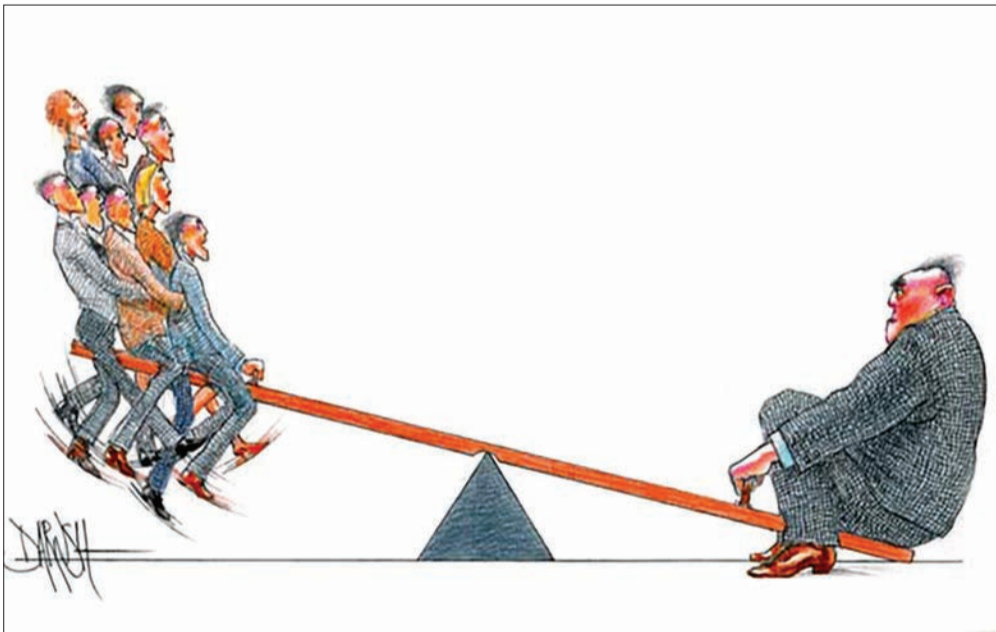


راضی نگه می‌دارد؛ چه به لحاظ رفتاری چه اجتماعی. این موفق‌ترها و بهترها هستند که می‌توانند روی شما تأثیر بگذارند. البته این را هم باید بدانید که پولدار بودن صرفاً به معنای بهتر بودن افراد نیست. اما اگر درآمدتان کم است و می‌خواهید درآمد بیشتری داشته باشید، سعی کنید با افرادی که درآمدشان از شما بیشتر است و از شأن اجتماعی خوبی هم برخوردارند، معاشرت کنید.

طبقه متوسط کار می‌کنند که پول دربیابند، ثروتمندان کار می‌کنند که یاد بگیرند

«وقتی جوان هستید، کار کنید تا یاد بگیرید نه اینکه صرفاً پول دربیابید.» طبقه متوسط به آسانی در مقابل پیشنهاد شغلی که درآمدش از درآمد شغل فعلی‌شان بیشتر است، کارشان را عوض می‌کنند. پولدارها می‌دانند که کار کردن صرفاً به معنای پول درآوردن نیست، به‌خصوص در دوران جوانی البته که این تعریف در کشورهای مختلف دنیا متفاوت است. با این حال پولدارها می‌دانند کار کردن در ابتدای راه مساوی است با توسعه و بهبود مهارت‌ها در نهایت رسیدن به پول. یعنی شاید در ابتدای راه کارشان را با فروشندگی آغاز کرده باشند تا دنیای فروش کالا را بهتر درک کنند و در نهایت خودشان بشوند صاحب یک شرکت پوشاک. اگر می‌خواهید پولدار باشید، باید مهارت‌های لازم برای پولدار شدن را یاد بگیرید. مطمئن باشید تمام پولدارهای دنیا از همان ابتدا با دریافت دستمزدهای آن چنانی پولدار شدند.

طبقه متوسط روی پول درآوردن تمرکز می‌کند، طبقه مرفه روی پس‌انداز کردن پس‌انداز کردن از اهمیت زیادی برخوردار است. سرمایه‌گذاری شاید حتی مهم‌تر باشد، اما به هر حال پول درآوردن شالوده هر دوی این‌هاست. شما باید این را بدانید که پس‌انداز و سرمایه‌گذاری کنید اما برای رسیدن به اهداف بزرگ قاعدتاً باید بیشتر پول دربیابید. پولدارها این را می‌دانند؛ بنابراین بیشتر کار می‌کنند تا بیشتر پول دربیابند و بیشتر پس‌انداز و سرمایه‌گذاری کنید، اگر می‌خواهید پولدار شوید اول توانایی‌های درآمدزایی‌تان را بالا ببرید، بعد روی توانایی‌های پس‌انداز و سرمایه‌گذاری خود کار کنید.



راه‌اندازی یک شرکت یا شبکه هستند؛ همه دنبال کار هستند.» طبقه متوسط همیشه گرایش به کار کردن برای دیگری دارد. بله اشتباه نکنید؛ آنها برای خودشان شغل دارند. پول درمی‌آورند اما پولدارها خودشان رئیس خودشان هستند و شغل ایجاد می‌کنند. پولدارها همیشه صاحب یک بیزینس هستند. آنها در واقع نردبان طبقه متوسط هستند. پولدارها این را می‌دانند که برای پول بیشتر درآوردن نیاز به نیروهای بیشتری دارند. بنابراین نردبان‌های بیشتری تولید می‌کنند.

طبقه متوسط با همه دوست هستند، ثروتمندان با عقل و احتیاط برای خود دوست پیدا می‌کنند

«همیشه بهتر است با کسانی بهتر از شما هستند، معاشرت کنید. کسانی را برای دوستی انتخاب کنید که به لحاظ رفتاری از شما بهترند و می‌توانید از شان الگو برداری کنید.» پولدارها می‌دانند که اگر دور و برشان پر از آدم‌های موفق باشد، موفقیت سراغ‌شان خواهد آمد. بنابراین سعی کنید بیشتر با آدم‌های موفق دوستی کنید؛ دوستی با بازنده‌ها شما را به هر آنچه که دارید،

درآمدزایی است و این صرفاً به معنای سخت کار کردن نیست. شاید پولدارهایی در دنیا وجود داشته باشند که برای سرمایه‌شان شبانه‌روزی کار کرده‌اند اما این دربار همه پولدارها صدق نمی‌کند. اکثریت این دسته از افراد جامعه به جای اینکه به دنبال تضمین امنیت سرمایه و پولی که در اختیار دارند، باشند، به دنبال سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف، جدا از کار اصلی خودشان، هستند؛ به‌عنوان مثال سرمایه‌گذاری در املاک و مستغلات که از نگاه طبقه متوسط جامعه خطرناک به نظر می‌آید. بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که مهم‌ترین تفاوت میان پولدارها و قشر متوسط جامعه ریسک‌پذیری است. قشر متوسط جامعه تقریباً از ایجاد هرگونه تغییری در رویکرد مالی خود واهمه دارند و همیشه از ترس از دست دادن پول خود سعی می‌کنند محافظه‌کارانه زندگی کنند، اما پولدارها همان‌طور که روزی سرمایه اولیه خود را به دست آورده‌اند، اطمینان دارند که باز هم از پس این کار برمی‌آیند و به همین خاطر از ریسک کردن نمی‌ترسند. نگاهی به مهم‌ترین تفاوت‌های طبقه متوسط و مرفه می‌اندازیم؛

طبقه متوسط بی‌دغدغه زندگی می‌کند، سر طبقه مرفه برای دغدغه درد می‌کند

پیتیر مک‌ویلیامز می‌گوید: «دغدغه و سختی را با آغوش باز بپذیرید. با سختی کشیدن راحت باشید. شاید زندگی به کام‌تان تلخ شود اما می‌گذرد؛ این بهایی است که شما برای داشتن یک زندگی رویایی می‌پردازید.» یک شغل «امن» داشتن، کار ساده‌ای است. خیلی راحت است که برای دیگری کار کنید. طبقه متوسط فکر می‌کند، راحت بودن مساوی است با خوشحال بودن اما پولدارها این حقیقت را می‌دانند که اگر زندگی‌شان را در شرایط سخت قرار دهند، نتایج رویایی به دست خواهند آورد. اگر بخواهید خودتان را راه بیندازید، قاعدتاً خطری می‌کنید و خب خطر کردن هم کار آسانی نیست، اما کمی خطر کردن شاید به نفع خودتان باشد؛ چرا که در نهایت به آرامش‌تان منجر می‌شود. شاید در ابتدای این راه شکست بخورید، اما باید بدانید که شکست خوردن اتفاق خوشایندی است. اگر شکست نخوردید یعنی زیاد به خودتان زحمت ندادید.

طبقه مرفه مالک آن نردبان بالا می‌رود

«ثروتمندترین افراد دنیا به دنبال

حملات DDoS را جدی بگیرید



سازمان‌های رسانه‌ای باید بیش از پیش، حملات DDoS را جدی بگیرند. این دسته از حملات، معمولاً مقدمه حملات جدی‌تر هستند. حملات DDoS معمولاً بدون هشدار قبلی بوده و کاربران تنها زمانی متوجه آنها می‌شوند که با خطای خراب یا پایین بودن وبگاه خود مواجه شوند. در چنین وضعیتی، ذهن سازمان درگیر سوالاتی می‌شود چون: «چه کسی چنین کاری را کرده؟ آیا از رقیب بوده؟ چرا چنین کاری را کرده است؟» دلایل زیادی پشت حملات DDoS وجود دارد، اما الگوی موجود در جهان افزایش این نوع حملات به رسانه‌ها را نشان می‌دهد. نمونه اخیر این نوع حملات، حمله به رسانه سوئیسی بود که طی تحقیقات مشخص شد از جانب روسیه نبوده اما توسط چند هکر مستقر در روسیه صورت گرفته است.

در پایان سال گذشته، شبکه خبری BBC نیز مورد حمله قرار گرفت. این در حالی است که ادعا می‌شود، بیش از ۵۰ درصد شرکت‌های رسانه‌ای جهان طی دوسال گذشته مورد حمله DDoS قرار گرفته‌اند. در دنیای که هر سازمان، تیم IT مختص خود را دارد و به این دلیل نظرات در مورد امنیت متفاوت است، اما مهم است سازمان‌هایی که اطلاعات مهم امنیتی ندارند نیز، مانند رسانه‌ها از خطرات بی‌توجهی به امنیت سایبری، آگاه باشند. مسائل مختلفی وجود دارد که رسانه‌ها باید از آن آگاه باشند.

قابلیت اجرای ساده این نوع حملات: امروزه، اجرای حملات DDoS بسیار آسان است. هر کسی می‌تواند در ازای ساعتی ۵ دلار، بدون دانش فنی، خدمات DDoS را خریداری و به یک وبگاه حمله کند. این موضوع را در کنار انگیزه‌های مختلف برای حملات DDoS قرار دهید و خواهید دید چرا این دسته از حملات به صنایع افزایش یافته است. انگیزه‌ها:

به‌طور سنتی، مشکلات سیاسی و خراب‌کاری، دلایل اصلی حملات به سازمان‌های رسانه‌ای بوده است. نمونه بارز این نوع حملات، حمله به BBC بود که نوعی قدرتمندی مخالفان این شبکه تلقی می‌شود.

حملات اخیر، رشد فعالیت‌های مجرمانه، سرقت اطلاعات و فروش DDoS به بیت‌کوین را نشان می‌دهد. این وضعیت برای سازمان‌های رسانه که اعلام بی‌طرفی می‌کنند نیز، ممکن است اتفاق بیفتد. نکته جالب، همبستگی اختلافات سیاسی در جهان واقعی با حملات سایبری یا به اصطلاح واکنش‌های مجازی، است.

انواع حملات DDoS: حملات DDoS، اغلب به‌عنوان مراحل مختلف زنجیره حملات سایبری مورد استفاده قرار می‌گیرند. مراحل زیر به‌عنوان مراحل مختلف حمله سایبری به ثبت رسیده‌اند و همه باید از آنها آگاه باشند.

شناسایی: در این مرحله ابتدایی، مجرمان سایبری، حملات DDoS کوچک را برای شناسایی وضعیت امنیت و توانایی پاسخگویی فرد یا شرکت آغاز می‌کنند. اگر آنها متوجه شوند که امنیت سازمان ضعیف است، جست‌وجو برای یافتن نقاط ضعف را پیگیری می‌کنند. اطلاعاتی که در این مرحله به دست می‌آید، برای مرحله سرقت اطلاعات، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

جایگذاری بدافزار: اکنون که هکرها وارد شبکه شده‌اند، تجهیزات بدافزاری خود را نصب می‌کنند. برای پوشش این مرحله، هکرها اغلب از حملات DDoS استفاده می‌کنند تا سازمان دچار سردرگمی شود و نتواند بدافزار را شناسایی کند.

تکمیل مأموریت یا سرقت اطلاعات: در مرحله پایانی، آنها حملات DDoS جدیدی آغاز می‌کنند تا بتوانند اطلاعات محرمانه موردنظر خود را به سرقت ببرند. در حالی که تیم IT سازمان درگیر جلوگیری از حمله این چنینی است، هکرها می‌توانند به آسانی مأموریت خود را به انجام برسانند.

نتیجه‌گیری: برخلاف آنچه گفته شد، یک شرکت رسانه‌ای ممکن است در رخدادی مستقل، مورد حمله DDoS قرار بگیرد. البته، مهم این است که در داخل شبکه اتفاق غیرعادی درک نشود. به‌علاوه، این حملات می‌توانند سرخشی برای شناسایی هکرها باشند.

برای نمونه، اگر تیم IT بداند حمله از کجا اتفاق افتاده، ممکن است بتواند عامل حمله و هدف او را حدس بزند. همچنین TTP یا «تاکتیک، روش و فرآیند» حمله، می‌تواند عامل حمله را مشخص کند.

اما چرا باید این ریسک را پذیرفت؟ جلوگیری از این دسته حملات می‌تواند از بسیاری آسیب‌ها یک خانه، ابتدا به دنبال ضعف در قفل‌ها می‌گردد، هکرها نیز برای اجرای مأموریت‌های خود، ابتدا از حملات DDoS استفاده می‌کنند. پس به نفع همه سازمان‌هاست که هیچ‌گاه، هیچ نوع از حملات سایبری را دست کم نگیرند.

منبع: www.barsam.ir

آب‌های خلیج فارس میزبان پروژه‌های اماراتی

مسجد و خانه‌های شناور در خلیج فارس



افتتاح شاخه مرکز منطقه‌ای علوم و فناوری در کتابخانه ملی فارس



شاخه مرکز منطقه‌ای اطلاع‌رسانی علوم و فناوری در مرکز اسناد و کتابخانه ملی فارس افتتاح شد. به گزارش مهر، گروه کامیال سروستانی، رئیس مرکز اسناد و کتابخانه ملی فارس در مراسم افتتاحیه این شاخه، گفت: سازمان اسناد و کتابخانه ملی موسسه‌ای آموزشی، علمی، پژوهشی و خدماتی است که در دو بخش کتابخانه ملی و اسناد ملی به فعالیت تخصصی می‌پردازد و همواره برای همکاری با سازمان‌های اطلاع‌رسانی آمادگی دارد.

در ادامه دکتر محمدجواد دهقانی با اشاره به اهمیت اطلاع‌رسانی در دنیای امروز و بیان این نکته که وظیفه خطیر اطلاع‌رسانی در سطح کشور و منطقه بر عهده مرکز منطقه‌ای است، اظهار داشت: مرکز منطقه‌ای اطلاع‌رسانی علوم و فناوری و آمادگی دارد تا شاخه خود را در تمام دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی افتتاح کند. با راه‌اندازی شاخه مرکز منطقه‌ای اطلاع‌رسانی علوم و فناوری در مرکز اسناد و کتابخانه ملی فارس، امکان استفاده از تمامی ۴ میلیون مدرک علمی و منابع اطلاعاتی به زبان‌های فارسی و انگلیسی و عربی برای مراجعان به این کتابخانه فراهم شده است. از این پس مرکز اسناد و کتابخانه ملی فارس همچون سایر شاخه‌های مرکز منطقه‌ای در کشور، دسترسی وسیع بدون محدودیت به متن کامل مقالات الکترونیکی فارسی، مقالات الکترونیکی عربی، مقالات کنفرانس‌ها، اطلاعات کتاب‌شناختی و متن کامل برخی از پایان‌نامه‌های انگلیسی و محتوای پایگاه‌های موضوعی موجود در وبسایت مرکز منطقه‌ای را خواهند داشت.

این منابع شامل بیش از ۲ میلیون مقاله انگلیسی، ۲۴ هزار عنوان مقاله عربی از کشورهای اسلامی، ۸۳ هزار مقاله فارسی، ۴۶ هزار کتاب، ۶۳ هزار مقاله از کنفرانس‌ها، نقشه‌ها، پایان‌نامه‌ها، ۳۶ هزار طرح تحقیقاتی در قالب چکیده یا متن کامل، ۵۸ هزار عنوان مقاله روزنامه‌ها و... است.

زیبایی‌های دریا و مرجان‌ها حدود ۵۰۰ فوت مربع در نظر گرفته شده است. بیش از ۲۰۰ معمار و طراح پروژه جهان روی این طرح کار کرده‌اند و نتیجه شگفت‌انگیز تلاش آنها باعث شده برخی کشورهای ساحلی اروپایی نیز برای اجرای چنین پروژه‌های مشتاق شوند. مدیرعامل شرکت سازنده، جوزف کلایندینست، اعلام کرده: تا پایان سال جاری بالغ بر یکصد واحد این پروژه به بهره‌برداری خواهد رسید.

مسجد شناور

یکی دیگر از خبرهای ساخت‌وساز شناور توسط دولت امارات، احداث مسجدی شناور است که به گفته طراحان می‌تواند بین ۱۰ مسجد بزرگتر جهان جای گیرد. این مسجد توسط

رویا پاک سرشت

royapakseresh@gmail.com

دولت امارات تفاوت‌هایی محسوس با سایر کشورهای عرب حوزه خلیج فارس دارد. نوآوری در ساخت‌وسازهای تجاری و اداری، جذب سرمایه‌های کلان خارجی و اعتمادسازی برای اجرای پروژه‌های بین‌المللی از عواملی هستند که نام امارات را به دفعات در خبرهای مختلف اقتصادی به گوش مخاطبان می‌رساند. بهادان به پروژه‌های جدید در حوزه تکنولوژی و فناوری از دیگر نقاط تفاوت امارات و سایر رقبای منطقه‌ای است. دولت امارات اخیراً از دو طرح جذاب و فناوری‌محور رونمایی کرده است. هر دو طرح قابلیت این را دارند که نه تنها رضایت شهروندان داخلی را جلب کنند، بلکه

توجه گردشگران خارجی را نیز به خود اختصاص دهند. **خانه‌های لوکس شناور دوبی** طرح نخست که اخیراً علاقمندان بین‌المللی زیادی را جذب کرده، طرح خانه‌های لوکسی است که به شکل دوپلکس طراحی شده‌اند. این خانه‌های رویایی حاصل بیش از ۵ هزار ساعت پژوهش، ۲۵ میلیون دلار هزینه و ۱۳ هزار ساعت طراحی هستند. شرکت طراح و مجری اجرای این پروژه رویایی شرکت مشهور و بین‌المللی Kleindienst است. فاز اول این پروژه در سال ۲۰۱۵ آغاز شد و در همان زمان با استقبال بالایی در بخش پیش‌فروش روبه‌رو شد. شنبدها حاکی است، قیمت پیش‌خرید این خانه‌ها ۱۲

گزارش ۲

نیوکاسل و گیتس هد آنلاین شدند

دستیابی به وی‌فای عمومی و استفاده شهروندان از فضای مجازی در هر نقطه‌ای از شهر برای کشورهای توسعه‌یافته موضوع جدیدی نیست. شهرداری‌های بسیاری از شهرهای تورستی و بزرگ تلاش کرده‌اند با افزایش خدمات وی‌فای، محیطی آنلاین برای گردشگران و شهروندان فراهم کنند.

به گزارش «فرصت امروز»، اخیراً دو شهر نیوکاسل و گیتس هد در بریتانیا، شبکه‌های وی‌فای عمومی تمام‌عیاری ایجاد کرده‌اند که بر جذابیت‌های عمومی این شهرها می‌افزاید. اگرچه پیش از این نیز اغلب مکان‌های عمومی و مهم هر دو شهر به وی‌فای سراسری مجهز بودند، اما اکنون شرایطی فراهم شده که شهروندان تقریباً همواره آنلاین باشند و دسترسی آنان به وی‌فای‌های شهری چه در حال حرکت و چه در حالت ایستا، فراهم باشد.

ساخت نورون‌های عصبی توسط IBM

محققان شرکت IBM با الگوبری از نورون‌های مغزی انسان، سلول‌هایی عصبی ساخته‌اند. به گزارش «فرصت امروز»، از قابلیت‌های مهم این سلول‌های انتقال‌دهنده پیام‌های عصبی، رمزگذاری، ذخیره و پردازش اطلاعات است. اهمیت این نورون‌ها از این جهت است که می‌توان بدون نظارت به یادگیری پرداخت. این سیستم ترم‌افزاری مؤثر یک گام جلوتر از سیستم‌های دیگر است، چرا که نه فقط بر اصول پزشکی و زیست‌شناختی، بلکه بر خلاقیت‌های دنیای فناوری مبتنی است. سیستم‌های نورون‌های مغزی مصنوعی با استفاده از موادی خاص که به **phase-change materials** مشهورند ساخته می‌شوند. این مواد پایه و اساس دیسک‌های Blu-ray را تشکیل می‌دهند که امکان ثبت مجدد اطلاعات، بازیابی

۲۰۰۰ مشترک خسارت اختلال و قطعی اینترنت گرفتند



شرکت مخابرات استان تهران توافق‌نامه سطح خدمات اینترنتی (SLA) را برای مشترکین خود اجرا کرد. به گزارش ایسنا، مدیر عامل شرکت مخابرات استان تهران، با اشاره به اجرای توافق‌نامه سطح خدمات اینترنتی (SLA) برای مشترکان گفت: تاکنون در قالب توافق‌نامه سطح خدمات اینترنتی، به ۲ هزار مشترک بابت اختلال و قطعی اینترنت خسارت پرداخت شده است. صیدی افزود: برای ارائه خدمات اینترنتی قراردادهایی نوشته می‌شود که طی آن، مشترک خدماتی را به شکل‌های طلایی، نقره‌ای یا برنزی دریافت می‌کند و پس از مشخص شدن میزان قطعی هر یک از این سطوح، شرکت ارائه‌کننده اینترنت ملزم به پرداخت مبلغی به‌عنوان خسارت به کاربران خود می‌شود. وی خاطر نشان کرد: براساس این توافق‌نامه در مواردی که میزان اختلال یا قطعی اینترنت بیش از ۴ درصد باشد، به مشترکان خسارت پرداخت می‌شود.

کارت گرافیک‌های قدرتمندان nVidia با لپ‌تاپ سازگار شد

انویدیا سه کارت گرافیک قدرتمند خود را روانه بازار کرد. به گزارش فارس به نقل از انگجت، برترین کارت گرافیک در این رده است و دو کارت گرافیک دیگر در سطح پایین‌تری هستند، اما در همه آنها از فناوری ۱۶ نانومتری استفاده شده است. قیمت GeForce GTX ۱۰۸۰M که گران‌ترین کارت گرافیک عرضه شده در این مجموعه است ۶۰۰ دلار اعلام شده است. با استفاده از این کارت‌های گرافیک که قبلاً نمونه‌های مشابه‌شان برای رایانه‌های شخصی نیز عرضه شده، می‌توان از قابلیت‌هایی همچون هدست‌های واقعیت مجازی روی لپ‌تاپ‌ها هم استفاده کرد. کارت گرافیک‌های یاد شده دارای ۲۵۶۰ هسته پردازنده و بین ۸ تا ۱۰ گیگابایت حافظه GDDR5X هستند. در نسخه‌های رومیزی این کارت‌های گرافیک نیز قابلیت مشابهی وجود دارد. البته clock speed این دو سری از تراشه‌ها با یکدیگر متفاوت است. در مدل لپ‌تاپ این سرعت ۱۵۵۶ مگاهرتز و در مدل رومیزی این سرعت ۱۶۰۷ مگاهرتز است.

با استفاده از این کارت‌های گرافیک اجرای بازی‌های سنگین و پیچیده مانند Mirror's Edge Catalyst، Overwatch، Rise of the Tomb Raider روی لپ‌تاپ‌ها به سادگی ممکن می‌شود. اجرای بازی‌ها با دقت 4K و با نمایش ۸۹ فریم در ثانیه و صرفه جویی ۷۰ درصدی در مصرف انرژی در مقایسه با کارت گرافیک‌های قبلی از مزایای استفاده از این محصولات است.



یک خبر خوش برای علاقه‌مندان به فیلم جنگ ستارگان دیدن روبات BB-8 است. این روبات خاطر انگیز از طریق تلفن‌های همراه کنترل می‌شود. همچنین به ضبط صدا و تصویر و فرمانبرداری از دستورات کاربر می‌پردازد. این روزها روبات BB-8 محبوب‌ترین روبات‌های جهان است.

اخبار گردشگری



سלטانی فر عنوان کرد زیرساخت‌های گردشگری کشور در حال توسعه

معاون رئیس‌جمهوری و رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری گفت: یک‌هزار و ۷۵۰ طرح زیرساخت‌های گردشگری کشور با مشارکت بخش خصوصی درحال اجراست. مسعود سلتانی در یکشنبه شب در جمع خبرنگاران اظهار داشت: ۸۲۰ طرح از این تعداد، هتل‌های یک تا پنج ستاره است. وی با بیان اینکه صدور ویزا تا مدتی قبل یک ماه اعتبار داشت، افزود: اتباع ۱۹۰ کشور اکنون می‌توانند بدون مراجعه به سفارتخانه و کنسولگری‌ها ویزای سه ماهه دریافت و به ایران سفر کنند.

رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با اشاره به استقبال سرمایه‌گذاران خارجی برای فعالیت در ایران پس از توافق برجام، آینده صنعت گردشگری در کشور را روشن ارزیابی کرد. سلتانی فر با یادآوری ظرفیت‌های کهنگیلویه و بویراحمد برای رونق گردشگری بیان کرد: افزایش زیرساخت‌های گردشگری از برنامه‌های دولت در این استان است. وی افزود: طرح بزرگ هتل و پارک‌ابی در پاسوج در راستای این امر همزمان با سفر هیات دولت کلنگ‌زنی شد.

سلطانی فر ابراز کرد: این طرح با زیربنای ۹هزار ۲۰۰ متر مربع ساخته می‌شود که ۵هزار و ۵۰۰ متر مربع آن به هتل و ۳هزار و ۷۰۰ متر به پارک آبی اختصاص دارد. وی گفت: تا این طرح با ۱۵۲ میلیارد ریال اعتبار اجرا می‌شود و تا اول سال آینده بهره‌برداری خواهد شد. کاروان تدبیر و امید از ۲۴ تا ۹۲ تانکون به استان‌های خوزستان، هرمزگان، سیستان و بلوچستان، ایلام، لرستان، چهارمحال و بختیاری، اردبیل، خراسان رضوی، زنجان، گلستان، خراسان جنوبی، بوشهر، اصفهان، قم، گیلان، فارس، آذربایجان شرقی، شهرستان‌های استان تهران (شهریار، ملارد، قدس، اسلامشهر، ری، رباط کریم و بهارستان)، خراسان شمالی، کردستان، همدان، مازندران، یزد، سمنان، کرمان، آذربایجان غربی و کرمانشاه سفر کرده است.

پژوهشگر آلمانی مطرح کرد

گسترش همکاری آلمان با ایران در زمینه گردشگری

کاترینا مولر، قوم شناس و پژوهشگر دانشگاه توپینگن آلمان ضمن آنکه از گسترش همکاری زیارتی و سیاحتی بین آلمان و ایران خبر داد، تأکید کرد: هدف ما این است که یک گروه پژوهشی مشترک را با دانشمندان در رشته‌های علوم انسانی و الهیات از کشورهای آلمان و ایران برای تحقیقات گردشگری برنامه‌ریزی کنیم. به گزارش ایرنا، این پژوهشگر در جشن میلاد حضرت اسام رضا (ع) با عنوان «شب خراسان» در موزه قوم‌شناسی برلین که به همت رایزنی جمهوری اسلامی ایران برگزار شد، افزود: ما می‌خواهیم این موضوع چندین سال ادامه داشته باشد و همچنین بتوانیم تبادل بین دانشگاه‌های موردنظر ایجاد کنیم.

کاترینا مولر درخصوص گام‌های بعدی برای افزایش همکاری‌ها بین ایران و آلمان گفت: گام بعدی برنامه‌ریزی یک کنفرانس خواهد بود که سال آینده دانشمندان هر دو کشور درخصوص امور سیاحتی و زیارتی در شهر مشهد گرد هم می‌آیند چراکه تحقیقات دکترا می‌نیز درباره حرم مطهر حضرت امام رضا (ع) است. در این تحقیقات حرم امام رضا به‌عنوان منبع زندگی و ارزش‌ها در ایران و رابطه مردم با این مکان مقدس بررسی می‌شود.

وی افزود: از نظر سابقه علمی این موضوع را بررسی کردم و در مردم‌شناسی رابطه روحی و احساسی، هم بخشی از کار علمی است. بنابراین در این دوره تحقیقاتی من در مشهد شاهد رابطه عمیق احساس روحی مردم نسبت به امام رضا (ع) بودم، بعد از دیدن این ارتباط دریافتم که به هیچ شکل یک فرهنگ ایرانی امروز را نمی‌توان جدا از میراث امام رضا (ع) و این منبع ارزشی دانست. زیارت و ارزش که عنوان تحقیقات من است بعد از تکمیل آن یک دستاورد بزرگی برای من خواهد بود.

قوم شناس دانشگاه توپینگن افزود: در این چند سال که به‌عنوان یک دانشمند فعالیت علمی بین دو کشور آلمان و ایران را آغاز کردم شاهد اتفاق‌های خوبی بودم، دانشمندان زیادی از ایران به دانشگاه‌های آلمان دعوت شدند و دانشمندان زیادی نیز از آلمان در ایران فعالیت کردند. وی درخصوص کنفرانسی که اخیراً در دانشگاه توپینگن برگزار شد و دانشمندان ایرانی و آلمانی در کنار یکدیگر حضور پیدا کردند، افزود: یک ماه قبل در آلمان کنفرانسی برگزار شد که دانشمندان هر دو کشور گرد هم آمدند و در خصوص موضوع گردشگری و زیارتی و همچنین سیستم تحقیقاتی علمی ایران و آلمان تبادل اطلاعات کردند و نکات مشترک زیادی در این زمینه پیدا کردند.

این گردهمایی‌ها و ارتباط‌ها می‌تواند باعث روشن شدن ذهن ایرانی‌ها نسبت به آلمان‌ها و بالعکس شود. مولر ادامه داد: در این خصوص گفت‌وگوهای زیادی صورت گرفت و دیدگاه‌های مختلف نیز وجود داشت. در آنجا ما دریافتیم که دانشجویان آلمانی برای یک ترم تحصیلی به ایران سفر می‌کنند در حالی که دانشجویان ایرانی برای یک دوره کامل به آلمان می‌آیند. مولر تصریح کرد: اگر این موضوع برعکس شود می‌تواند منجر به بهتر شدن علم و ترقی برای هر دو طرف شود و امیدواریم در آینده همکاری بین دانشگاه فردوسی مشهد با دانشگاه توپینگن نیز به خوبی پیش برود. کنفرانسی که ما در توپینگن برگزار کردیم گام اول برای پیمودن یک راه طولانی مدت است.

رالی گردشگری بانوان در مسیر تهران، البرز، قزوین و زنجان برگزار می‌شود

رالی بانوانه



طاهره خواجه‌گیری

برگزاری نخستین رالی بانوان در هفته نخست شهریورماه اتفاق جالب توجهی است که در حوزه اقتصاد گردشگری رخ می‌دهد. اینکه این رالی در حوزه اقتصاد گردشگری قرار می‌گیرد، به این دلیل است که برگزاری چنین امری در بخش اوقات فراغت تعریف می‌شود و اینکه ویژه بانوان است می‌تواند نقش مؤثری در شکل‌دهی و ساماندهی فراغت زنان و دختران داشته باشد. از طرفی چون این رالی با هدف گردشگری انجام می‌شود و قرار است مکان‌های کمترشناخته‌شده شهرهای مسیرش را معرفی کند، می‌تواند زمینه‌های رونق بازار صنایع دستی این شهرها را هم فراهم کند. اما اینک این رالی به چه صورت و تحت چه شرایطی و با چه هدفی برگزار می‌شود، سوالاتی بوده که رقیبه حاتمی‌پور، مدیرعامل آژانس گردشگری فلامینگو و برگزارکننده این رالی به آنها پاسخ داده است.

حاتمی‌پور در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» ابتدا به برگزاری جشنواره‌ای چند منظوره در کاخ موزه سعدآباد اشاره کرده و می‌گوید: یکی از بخش‌های این جشنواره برگزاری رالی است. این رالی از تهران به مقصد استان البرز، قزوین و زنجان انجام می‌شود. زمان برگزاری آن نیز پنجشنبه و جمعه چهارم و پنجم شهریورماه است. وی هدف برگزاری چنین رالی‌ای را شناساندن مناطق ناشناخته

و کمترشناخته‌شده واقع در این مسیر می‌داند و می‌گوید: همچنین ایجاد روحیه نشاط و ورزش در بانوان و رقابت سالم بین آنها و به نوعی ساماندهی اوقات فراغت زنان از دیگر اهداف برگزاری چنین کاری است که در حوزه گردشگری انجام می‌شود.

رالی بازی بانوانه

حاتمی‌پور در مورد تعداد بانوانی که در این رالی شرکت می‌کنند، چه اتومبیل‌هایی می‌توانند داشته باشند و هزینه‌های حضور در آن چقدر است، می‌گوید: ۲۰ تا ۳۰ نفر در این رالی شرکت کرده‌اند و البته کامکان ثبت‌نام ادامه دارد و نوع اتومبیل هم آزاد است. در مورد هزینه‌ها هم باید اشاره کنم که هزینه قابل‌پیش‌بینی برای شرکت‌کننده تا ۴۵۰ هزار تومان برآورد شده بود اما با مساعدت سازمان

میراث فرهنگی زنجان و اتاق بازرگانی قزوین و زنجان و میراث فرهنگی استان البرز هزینه‌ها را تأمین کرده‌ایم و از شرکت‌کنندگان هزینه‌ای دریافت نمی‌شود. مدیرعامل آژانس گردشگری فلامینگو در پاسخ به این پرسش که هزینه‌های برگزاری چنین جشنواره‌ای در حوزه گردشگری چقدر برآورد می‌شود، می‌گوید: با احتساب هزینه‌های جشنواره در کاخ موزه سعدآباد و هزینه‌های رالی بیش از ۱۰۰ میلیون تومان هزینه حضور در آن در ادامه و در مورد توجیه اقتصادی چنین کاری به «فرصت امروز» می‌گوید: قرار است از طریق اجاره غرفه‌ها و جذب حامی مالی بخشی از هزینه‌گردمان را برگردانیم، اما اگر چنین امری نیز محقق نشود ما به مسئولیت اجتماعی خود پاسخ داده‌ایم زیرا کارآفرین

این رالی مسابقه نیست

مدیرعامل آژانس گردشگری فلامینگو ضمن تأکید بر اینکه برگزاری این رالی صرفاً جنبه نمادین دارد و اهداف گردشگری را دنبال می‌کند، ادامه می‌دهد: سعی کرده‌ام در حوزه میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری کارهایی انجام دهم که به شهرت و پیشرفت نمادهای سنتی

فرصت امروز

اخبار میراث



رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان قزوین مطرح کرد

مسابقه چوگان ایرانی به مناسبت روز جهانی بناها و محوطه‌های تاریخی

رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان قزوین گفت: استان قزوین به‌عنوان قطب ورزش چوگان معرفی می‌شود و در حال حاضر این استان جزو چهار استان دارای هیأت ورزشی چوگان است. محمدعلی حضرتی در گفت‌وگو با ایسنا، تصریح کرد: چوگان یکی از کهن‌ترین ورزش‌های ملی و به‌عنوان یک ورزش مطرح و هیجان‌انگیز آمیخته با خصلت‌های ورزش پهلوانی است. استان قزوین نیز از گذشته‌های دور از زمان دوره صفوی یکی از مراکز برگزاری چوگان بوده است.

وی افزود: احیاء و معرفی چوگان را از دو سال پیش در برنامه‌های خود قرار دادیم، در همین راستا در روز قزوین در سال ۱۳۹۳ مسابقه چوگان را در محل دولتیاه صفوی برگزار کردیم، همچنین در روز ۹۴ نیز مسابقات چوگان چندجانبه برگزار کردیم. در سال جاری نیز پیشنهاد کردیم همزمان با روز قزوین یک تیم از کشور تاجیکستان به علت اشتراکات در حوزه فرهنگ و زبان و داشتن تیم چوگان معتبر به این مسابقات دعوت شوند، این پیشنهاد مطرح شده است و باید سازوکار اداری و مالی آن با مشارکت نهادهای مسئول تأمین شود.

رئیس میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان قزوین خاطرنشان کرد: استان قزوین در بازی چوگان در کشور از جایگاه خوبی برخوردار است و استان قزوین جزو چهار استان اول کشور است که دارای هیأت ورزشی چوگان است و هیأت ورزشی چوگان از حیأت ورزشی سوارکاری مستقل است. وی همچنین تصریح کرد: تیم چوگان قزوین در مسابقات برگزار شده تیم خوب و معتبری است و برای ارتقای آن زمین اختصاصی ورزش چوگان در اراضی نجف‌آباد در نظر گرفته شده است که با تأمین اعتبار آماده و به‌صورت استاندارد برگزار می‌شود، چرا که زمین چوگان چهار برابر زمین فوتبال مساحت دارد و باید سازوکار خاصی در نظر گرفته شود.

حضرتی خاطرنشان کرد: سال گذشته با برگزاری مسابقات چوگان و یک نمایشگاه ویژه تاریخ و فرهنگ چوگان در محوطه دولتیاه زمین معرفی استان قزوین به‌عنوان قطب چوگان فراهم کردیم و با مشارکت نهادهای استان این مسئله تثبیت شده است. وی یادآور شد: باید تلاش کنیم تا استان قزوین به‌عنوان قطب چوگان کشور معرفی و ظرفیت‌های استان را در این زمینه افزایش دهیم.

سه اثر میراث فرهنگی سیستان و بلوچستان آماده ثبت جهانی است



مدیر کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان گفت: یکی از اولویت‌های سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری افزایش پرونده‌های ثبت جهانی است. این استان که در این خصوص پرونده سه اثر تاریخی برای ثبت در فهرست آثار جهانی مهیا شده است. به گزارش ایسنا، کامبیزمشتاق‌گوهری اظهار کرد: مرمت مجموعه بناهای تاریخی درحوزه سیستان و راه‌اندازی دو پایگاه جدید میراث فرهنگی در بمبور و کویر لوت از جمله اولویت‌های اداره کل میراث فرهنگی استان است. شهر سوخته و بیابان لوت از استان در فهرست آثار جهانی ثبت شده و پرونده سه اثر دیگر را برای ثبت جهانی مهیا کرده‌ایم. وی گفت: در چهار ماهه اول امسال ۲ میلیارد و ۸۵۰ میلیون دلار درآمد کشور از محل گردشگری به‌دست آمده که سهم استان از این مبلغ قابل توجه نبوده است. امسال بیشترین گردشگران به شهرستان‌های چابهار و هامون سفر کرده‌اند.

وی با بیان اینکه در سال جاری طرح ضربت ایجاد اشتغال برای ۱۲ هزار نفر را در دستور کار قرار دادیم، افزود: با پشتیبانی‌های صورت‌گرفته استانی و ملی توانستیم یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون ریال اعتبار برای این منظور به تصویب برسانیم و تلاش شده است تا برای شناسایی جامعه مخاطب و اشتغال‌زایی برای آنها برنامه‌ریزی کنیم. در این راستا تاکنون ۲۰۰۰ نفر ثبت سامانه شدند که ۹۰ درصد فعالان این حوزه بانوان هستند. گوهری اظهار کرد: یکی دیگر از اولویت‌های صنایع دستی، حفاظت از آثار تاریخی است که در حوزه توسعه شهرها قرار دارند و به واسطه توسعه شهر در معرض تخریب قرار می‌گیرند، که در این خصوص تعیین حریم آثار تاریخی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. وی، صنایع دستی را جزو حرفه‌هایی دانست که بازده سریع الوصول دارد و تصریح کرد: سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع دستی می‌تواند به اشتغال پایدار بینجامد. مدیرکل میراث فرهنگی استان، ورود آژران خارجی برای سفر به اماکن زیارتی کشور را یکی از ظرفیت‌های گردشگری استان دانست و تأکید کرد: از این فرصت باید بیش از پیش در جهت توسعه ظرفیت‌های گردشگری استفاده کنیم.

مدیرکل میراث فرهنگی لرستان خبر داد

تجهیز گنجینه دوم قلعه فلک‌الافلاک

این قلعه که در گذشته دارای کاربری‌های حکومتی، نظامی، زندان و... بوده امروزه به‌عنوان فضاهای اداری، موزه‌ای، آزمایشگاهی و گنجینه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد. مدیر کل میراث فرهنگی لرستان اظهار کرد: این اداره کل به لحاظ فراوانی اشیای تاریخی - فرهنگی و در راستای نگهداری مناسب، تأمین حفاظت و امنیت آنها اقدام به ایجاد و تجهیز گنجینه دوم با اعتباری

مشاور بین‌الملل معاون صنایع دستی کشور:

اجلاس مجمع جهانی صنایع دستی، سهم‌خواهی ایران از بازار دنیاست



رساندن و سهم‌خواهی ایران از بازار دنیاست. به گزارش روابط عمومی معاونت صنایع دستی کشور، در این گردهمایی که با حضور ۷۵ نفر از مدیران رسانه‌ای در اصفهان برگزار شد، مقرر شد پوشش کامل خبری از قبل از اجلاس و درحین برگزاری اجلاس به زبان‌های انگلیسی، عربی، فرانسه، اسپانیایی و چینی انجام شود. همچنین مراسم افتتاح مجمع عمومی به‌صورت زنده در شبکه‌های خبری با هماهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران پخش می‌شود. لازم به ذکر است شبکه‌های تلویزیونی اینترنتی با هماهنگی مجمع عمومی صنایع دستی اصفهان تمامی رویدادها و رخدادهای مربوط به هجدهمین مجمع عمومی شورای جهانی صنایع دستی را پوشش می‌دهند.

طرحی را ارائه داد که همه ساله شهرهای جهانی صنایع‌دستی انتخاب شوند. مشاور معاونت صنایع دستی کشور افزود: اکثریت آرا میزبان این اجلاس به شد. وی اظهار کرد: با برگزاری این مجمع تمام تغییرات و تحولات به یک فرصت تبدیل می‌شود و این امکان به ثبات

به‌منظور همکاری‌های مشترک صورت گرفت

نشست مشترک معاون صنایع دستی کشور با مدیرعامل شهر کتاب

نشست مشترک بهمن‌نامورمطلق، معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور با مهدی فیروزان، مدیرعامل مؤسسه شهر کتاب با حضور جمعی از مدیران دو حوزه برگزار شد. به گزارش روابط عمومی معاونت صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، این نشست به منظور همفکری و تعامل برای توسعه همکاری‌های مشترک میان معاونت صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور

و مجموعه فرهنگی شهر کتاب با حضور بهمن‌نامورمطلق و مهدی فیروزان، مدیرعامل مؤسسه شهر کتاب برگزار شد. گفتنی است در این دیدار بحث و تبادل نظر درخصوص ظرفیت‌های دو مجموعه در راستای فعالیت‌های فرهنگی و نیز رونق بیشتر اقتصاد صنایع دستی و فروش صنایع دستی و کتاب با انجام برنامه‌ها و پروژه‌های مشترک در آینده نزدیک

