

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

گذاری تاریخی بر فراز و فرود ارزش دلار در بازار ارز ایران

دلایل افزایش نرخ دلار در هفته‌های اخیر

افزایش قیمت دلار در بازار ایران در حالی رخ می‌دهد که دلار در بازارهای جهانی در یک ماه گذشته شیب نزولی داشته است. برای این ...

۴



سن ورود به بازار کار ۲۸ سالگی، سن بازنشستگی ۵۱ سالگی

عجایب بازار کار ایران

بررسی‌ها نشان می‌دهد که ایرانی‌ها به‌طور متوسط ۱۴ سال زودتر از سن معیار سالمندی بازنشسته می‌شوند. پژوهش‌های انجام شده توسط مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد که متوسط سن بازنشستگی در ایران حدود ۵۱ سال است که این سن، ۱۴ سال از سن معیار بازنشستگی در جهان کمتر تلقی می‌شود...

۲

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه:

توازن در کل زنجیره فولاد لازمه رسیدن به توسعه پایدار است

۳

مدیریت و کسب و کار



بنیانگذار واتس‌آپ
فیس‌بوک را ترک می‌کند

- آسیب‌های اشتباهات مدیریت پروژه به کسب و کار شما
- برنامه‌ریزی شرط موفقیت در کسب و کار
- قهوه‌های مجانی تسخیرکننده بازار
- نکاتی که باید هنگام معرفی محصول رعایت کنید
- نقش گسترده فرهنگ در بازار یابی
- دستیابی به بهترین ایده‌های تبلیغاتی

۸ تا ۱۶

مهم‌ترین دستاوردها و اولویت‌های دولت در حوزه نفت چیست؟

دست بالای ایران در اوپک پس از پرچام



۳

یادداشت

به نرخ رشد تعیین شده در برنامه ششم توسعه می‌رسیم



اعلام نرخ رشد سه‌ماهه اول فصل بهار، چشم‌انداز رشد سال ۱۳۹۶ را مشخص کرد و در سال جاری با رونق اقتصادی بالایی روبه‌رو خواهیم بود. بر این اساس، محصول ناخالص داخلی به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ با احتساب نفت در سه‌ماهه نخست سال با ۶۵ درصد افزایش به رقم ۱۸۳ هزار و ۶۴۲ میلیارد تومان و بدون احتساب نفت به رشد ۷ درصدی به ۱۴۵ هزار و ۶۶۹ میلیارد تومان رسیده است. اقتصاددان‌ها معتقدند...

یادداشت

پیش‌بینی روند بازار سرمایه تا پایان سال



با توجه به کاهش نرخ بهره بانکی پیش‌بینی می‌شود نقدینگی‌های خوبی از بازار پول راهی بازار سهام شود، البته با کاهش...

۵

جزییات ساماندهی سه تعاونی غیرمجاز

سپرده‌گذاران صبور باشند

او افزود: «بانک آینده همچون سایر بانک‌های رسمی کشور با صلابت به فعالیت خود ادامه خواهد داد و سپرده‌های مردمی در این بانک محفوظ است. بر این اساس سپرده‌گذاران محترم به شایعات منتشر شده در رسانه‌های مجازی که عموماً خارج از کشور مدیریت می‌شوند، توجه نکنند.» این مقام مسئول بانک مرکزی در خصوص آخرین وضعیت مدیریت دارایی‌ها و بدهی‌های تعاونی اعتبار افضل توس گفت: «مدیریت دارایی‌ها و بدهی‌های تعاونی اعتبار افضل توس با حدود ۱۰۰۰ نفر کارمند و ۲۱۷ شعبه به بانک آینده واگذار شده است. ضمن آنکه انعقاد قرارداد واگذاری تمام امور و وکالت انتقال دارایی‌های تعاونی مذکور به بانک آینده، بازرسی از عملیات و عملکرد شعب تعاونی، بررسی کیفیت تسهیلات اعطایی و سپرده‌ها، بررسی و کارشناسی و ارزیابی املاک تعاونی، حسابرسی از حساب‌ها و عملیات تعاونی از جمله اقداماتی است که توسط بانک آینده در حال انجام است.»

کمرنی همچنین آخرین وضعیت مدیریت دارایی‌ها و بدهی‌ها و ساماندهی تعاونی اعتبار وحدت (ارمان) با حدود ۱۰۰۰ نفر کارمند و ۱۴۵ شعبه توسط مؤسسه اعتباری ملل را تشریح کرد و گفت: «مؤسسه اعتباری «ملل» در همین راستا اقدامات مؤثری از جمله بازرسی اجمالی از حدود ۶۰

فرآیند مدیریت دارایی‌ها و بدهی‌های تعاونی اعتبار در حال تصفیه «افضل توس» توسط بانک آینده با همکاری بانک مرکزی و پس از اخذ نظر مرجع قضایی در حال انجام است.

به گزارش «فرصت امروز»، مدیرکل نظارت بر بانک‌ها و موسسات اعتباری بانک مرکزی با اشاره به تجمع در مقابل شعبه مرکزی بانک آینده گفت: «این تجمع توسط عده‌ای از سپرده‌گذاران تعاونی اعتبار منحل «افضل توس» بوده است و اخبار برخی رسانه‌های مجازی که این افراد را سپرده‌گذاران بانک آینده معرفی کرده‌اند، صحت ندارد.»

عباس کمرنی با توصیه به سپرده‌گذاران برای حفظ آرامش و اطمینان نسبت به محفوظ بودن سپرده‌های آنها تأکید کرد: «متأسفانه برخی شایعه‌سازان برای ایجاد اختلال در کارکرد نظام بانکی و آسیب زدن به حیثیت آن، شایعاتی چون بروز مشکلات برای بانک‌ها منتشر می‌کنند و سپرده‌گذاران را برای خروج سرمایه‌های خود از بانک‌ها برای رسیدن به اهداف خویش ترغیب می‌کنند که با قاطعیت ضمن رد این‌گونه شایعات، از سپرده‌گذاران محترم درخواست می‌کنیم با حفظ آرامش، بانک آینده را که برای ایفای مسئولیت اجتماعی خود وظیفه تعیین تکلیف سپرده‌های مؤسسه منحل افضل توس را به عهده گرفته است، یاری کنند.»

گذری بر صرافی بانک‌ها

شلختگی در فروش ارز مسافرتی

مرکزی ارز مسافرتی را حذف می‌کند تا دیگر اختلاف قیمتی وجود نداشته و به سمت یکسان‌سازی نرخ ارز حرکت کند، باز هم در صرافی بانک‌ها اختلاف قیمت دیده می‌شود که خود جای رانت را باز می‌گذارد؟ همچنین یکی از اهداف بانک مرکزی از تشویق مردم برای خرید ارز از بانک‌ها می‌تواند این باشد که عرضه ارز از سوی بانک‌ها انجام شده و به عبارتی گردش ارزی در بانک‌ها صورت گیرد که امتیازی برای مسافر وجود ندارد که بخواهد ترجیح دهد ارز مورد نیاز را از بانک تأمین کند، چرا که اولاً اختلاف قیمتی متوجه آن نیست و حتی در ۵۵۰۰ دلار تنها حدود ۵۰ هزار تومان باقی می‌ماند که رقم قابل توجهی نیست. از سوی دیگر در مدارک مورد نیاز برای گرفتن ارز مسافرتی وجود ویزا الزامی است. در این شرایط ممکن است ویزای مسافر در همان روز سفر آماده شود که در این حالت به‌طور طبیعی وی هیچ ترجیحی برای دریافت ارز از صرافی بانک‌ها در روز سفر ندارد، بلکه باید در روزهای قبل از بازار آزاد ارز مورد نیاز را تهیه کند. این در حالی است که حتی گفت‌وگو با برخی از متقاضیان ارز مسافرتی با این واکنش همراه بود که چرا باید وقت خود را صرف خرید ارز در صرافی بانک‌ها و با ارائه چند مدرک کرد، درحالی‌که هیچ امتیازی نداشته و به راحتی می‌توان در بازار آزاد از طریق صرافی‌ها آن را تهیه کرد، حتی اگر با اختلاف قیمت ۲۰ تا ۳۰ تومانی همراه باشد.

روانه صرافی بانک‌ها می‌کنند. در سویی دیگر مراجعه به صرافی بانک‌ها و درخواست برای ارز مسافرتی با پاسخ‌های متفاوتی همراه است. تمامی صرافی بانک‌ها هر روز ارز مسافرتی ارائه نمی‌کنند، یعنی ممکن است یک روز صرافی یک بانک ارز مسافرتی بفروشد و روزی دیگر این کار را انجام ندهد. تمامی صرافی بانک‌ها برای فروش ارز مسافرتی شرط ارائه کارت ملی، ویزا، بلیت و پاسپورت را دارند و به‌طور مشخص حداکثر تا ۵۰۰۰ دلار فروش دارند، یعنی رقمی که در حالت معمول، مشتریان عادی تا این سقف قابلیت دریافت ارز از صرافی بانک‌ها را دارند. اما میزان تکرار فروش ارز مسافرتی در صرافی بانک‌ها متفاوت است. برخی فقط یک بار در سال تا سقف ۵۰۰۰ دلار به یک نفر می‌فروشند و برخی هر فصل یک بار. یعنی یک صرافی تا ۲۰ هزار دلار در سال به تقاضای یک نفر پاسخ می‌دهد. نکته دیگر در مورد نرخ ارائه ارز مسافرتی است. برخی صرافی‌ها این ارز را با قیمت یکسان با سایر تقاضاها به فروش می‌رسانند. یعنی مستقیم با قیمت آزاد، اما برخی تا ۱۰ تومان پایین‌تر از نرخ که در صرافی بانک و از سوی بانک مرکزی اعلام شده ارز مسافرتی را می‌فروشند و حتی هستند صرافی‌هایی که اختلاف ۱۵ تومانی را برای فروش ارز مسافرتی در نظر گرفته‌اند. این روند فروش ارز با خود سوالاتی به همراه دارد. اول اینکه چرا باید در شرایطی که بانک

در حالی بانک مرکزی با حذف ارز مسافرتی، متقاضیان را برای خرید آن به بازار آزاد و بانک‌ها روانه می‌کند که هیچ بانکی فروش این ارز را که قرار بود با نرخ آزاد انجام شود در برنامه خود ندارد. در سوی دیگر صرافی بانک‌ها هم از شرایط چندان یکسانی برای فروش ارز مسافرتی برخوردار نیستند. به گزارش ایسنا، در نتیجه بازنگری در مقررات ارزی، بانک مرکزی تصمیم به حذف ارز مسافرتی گرفت. براین اساس از ۲۰ شهریورماه حدود ۳۰۰ دلاری که برای مسافران و همچنین ۲۰۰ دلاری که برای سفر به عتبات عالیات با نرخ مبادله‌ای اختصاص پیدا می‌کرد، کنار گذاشته شده و مسافران باید تمام ارز مورد نیاز خود را از بازار تهیه کنند. البته بانک مرکزی تأکید دارد که این ارز با ارائه مدارک لازم از طریق بانک‌ها تأمین شود. از سال گذشته مجوز فعالیت بانک‌ها در بازار ارز صادر شده و آنها می‌توانند خریدوفروش انجام دهند، ولی طی این مدت تاکنون بانکی در این باره اقدام نکرده، مگر بانک‌های عاملی که تأمین ارزهای تعیین شده مانند ارزی مسافرتی را برعهده داشتند. به هر صورت در شرایطی تأکید بر این است که با حذف ارز با نرخ مبادله‌ای، متقاضیان، ارز مورد نیاز را از بانک‌ها تأمین کنند که شرایط موجود در شبکه بانکی و البته صرافی‌های آنها قابل تأمل است. اول اینکه تقریباً هیچ بانکی ارز عرضه نمی‌کند و در مقابل تقاضا برای تهیه ارز مسافرتی پاسخ منفی داشته و متقاضی را

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

نگاهی آماری به وضعیت راه‌ها

کدام استان‌ها بیشترین آزادراه را دارند؟

براساس آماری که وزارت راه و شهرسازی اعلام کرده بدون احتساب راه‌های روستایی در حال حاضر ۸۷ هزار و ۱۶۶ کیلومتر راه فعال در تمام استان‌های ایران وجود دارد، راه‌هایی که به از آزادراه، بزرگراه، راه اصلی و راه فرعی تقسیم می‌شود.

به گزارش ایسنا، براساس این گزارش در حال حاضر در ایران ۱۰۱ هزار و ۲۴۰ کیلومتر آزادراه، ۱۶ هزار و ۶۲۷ کیلومتر بزرگراه، ۲۵ هزار و ۵۲۸ کیلومتر راه اصلی و ۴۲ هزار و ۶۰۱ کیلومتر راه فرعی وجود دارد.

در نگاه کلی به میزان راه‌های فعال در هر استان، استان فارس با داشتن ۹ هزار کیلومتر بیش از ۱۰ درصد از جاده‌های ایران را در خود جای داده است که از این نظر رکورددار به حساب می‌آید. پس از فارس استان‌های خراسان رضوی با ۷،۴، کرمان با ۷،۳، سیستان و بلوچستان با ۷،۲ و دو استان اصفهان و خراسان جنوبی با ۶،۲ درصد قرار گرفته‌اند.

در این آمار استان تهران با قرار گرفتن ۹۴۰ کیلومتر راه تنها ۱،۱ درصد از جاده‌های کشور را به خود اختصاص داده است. از نظر پوشش آزادراهی شرایط کشور با وجود تمام اقدامات انجام گرفته هنوز با استانداردها فاصله زیادی دارد. طبق آخرین گزارش‌های وزارت راه و شهرسازی، در حال حاضر ۱۳ استان کشور از نعمت آزادراه محروم هستند و در تعدادی از استان‌ها میزان آزادراه حتی به ۱۰۰ کیلومتر نمی‌رسد. در بین استان‌هایی که آزادراه به آنها رسیده استان اصفهان با ثبت ۳۹۹ کیلومتر صدرنشین است و پس از آن استان آذربایجان شرقی با ۲۳۴، استان قم با ۲۲۹، قزوین با ۲۱۷، مرکزی ۲۰۷ و زنجان با ۲۰۰ کیلومتر آزادراه فعال قرار گرفته‌اند. استان تهران نیز طبق آخرین آمارها ۱۹۷ کیلومتر آزادراه فعال دارد.

در حوزه راه‌های اصلی وضعیت تمام استان‌ها شاخص‌هایی مثبت را نشان می‌دهد، اما تنها تعداد محدودی از استان‌های کشور بیش از ۱۰۰۰ کیلومتر راه اصلی دارد. در این آمار استان کرمان با ۱۷۲۸ کیلومتر صدرنشین است و پس از آن اصفهان با ۱۶۹۵، فارس با ۱۵۹۰، خراسان رضوی با ۱۱۵۰ و خوزستان با ۱۰۵۲ کیلومتر قرار دارد. در حوزه راه‌های اصلی نیز بالاترین آمار به خوزستان اختصاص یافته که با ۲۶۷۳ کیلومتر بیشترین پوشش راه اصلی را به خود اختصاص داده است. پس از آن استان‌های سیستان و بلوچستان، فارس، اصفهان، خراسان رضوی و کرمان قرار گرفته‌اند. در حوزه راه‌های فرعی استان فارس با فاصله بسیار زیاد بیشترین پوشش را به خود اختصاص داده است و بر این اساس ۵۱۹۵ کیلومتر از راه‌های فرعی کشور در استان فارس قرار گرفتند. پس از آن استان‌های خراسان جنوبی و رضوی، سیستان و بلوچستان، کرمان، هرمزگان، آذربایجان غربی و شرقی و اصفهان بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. برآوردهای وزارت راه و شهرسازی نشان می‌دهد از مجموع راه‌های فعال در ایران تنها ۲۸ درصد آزادراه هستند و پس از آن ۱۹،۱ درصد بزرگراه، ۲۹،۳ درصد راه اصلی و ۴۸،۹ درصد راه فرعی به حساب می‌آید.

نفت

کدام کشورها مشتری نفت ایران هستند؟

الاکلنگ خرید نفت ایران در آسیا

براساس آخرین آمارهای اعلام شده از سوی مسئولان، ظرفیت تولید نفت خام ایران ۴،۸ میلیون بشکه در روز و تولید نفت خام ایران بیش از ۳ میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه در روز است. صادرات نفت خام و میعانات گازی در مردادماه نیز ۲۶ میلیون بشکه اعلام شده است.

به گزارش ایسنا، بررسی بازارهای جهانی نفت حاکی از آن است که به تبع افزایش تقاضای خرید نفت از ایران از سوی خریداران نفت جهان، صادرات نفت خام و میعانات ایران نیز افزایش یافته است. حجم صادرات صورت گرفته از طریق نفتکش‌ها از بنادر ایرانی در اوت (ماه گذشته) ۲،۵ درصد رشد کرد و به ۲،۴۲ میلیون بشکه در روز در مقایسه با ۲،۲۷ میلیون بشکه در روز، در ژوئیه رسید. همچنین درحالی که هند میزان خرید نفت از ایران را به دلیل مشکلات پیش آمده بین دو کشور برای توسعه میدان گازی فرزادباد کاهش داده است، میزان خرید نفت ایران از سوی چین افزایش یافته است و از ۶۲۸ هزار و ۳۲۲ بشکه در روز در ژوئیه به ۶۹۳ هزار و ۴۱۹ بشکه در روز در اوت رسید. این در حالی است که صادرات به هند در اوت بر مبنای ماه به ماه به میزان ۱۶۷ هزار و ۲۵۸ بشکه در روز کاهش پیدا کرد. در نتیجه فروش کمتر به هند، کره جنوبی با خرید ۲۸۴ هزار و ۷۴۲ بشکه در روز، دومین خریدار بزرگ نفت ایران در اوت شد. صادرات ایران به ژاپن نیز همچنان به روند نزولی ادامه داد و به میزان ۴۳ هزار و ۱۶۲ بشکه در روز کاهش یافت.

همچنین اروپاییان یکی از مشتریان پرموا قرص طلای سیاه ایران محسوب می‌شوند و سهم آنها از صادرات نفت ایران با افزایش تقاضا از سوی ایتالیا، فرانسه، هلند و یونان، رشد چشمگیری پیدا کرد، به‌طوری که یکی از دلایل افزایش صادرات نفت ایران در ماه میلادی گذشته افزایش تقاضا در اروپا بوده است. صادرات نفت ایران به اروپا در اوت بهبود پیدا کرد و به ۸۲،۵ هزار و ۷۴۲ بشکه در روز رسید که تقریباً ۲۰۰ هزار بشکه در روز رشد ماه به ماه داشت. ترکیه نیز با واردات ۲۵۶ هزار و ۲۵۸ بشکه در روز در ماه گذشته، بزرگ‌ترین خریدار نفت ایران در اروپا ماند.

گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس از رشد بخش‌های صنعت، نفت، کشاورزی، ساختمان و خدمات در سال ۱۳۹۶

برآورد رشد ۷/۳ درصدی اقتصاد ایران



فرصت امروز: برآورد مرکز

پژوهش‌های مجلس از رشد اقتصادی سال ۱۳۹۶ در حدود ۳،۷درصد است که نزدیک به برآورد ۳،۳درصدی صندوق بین‌المللی پول و همچنین تخمین ۴درصدی بانک جهانی از رشد اقتصادی امسال ایران است. براساس برآورد مرکز پژوهش‌ها، رشد ارزش‌افزوده بخش‌های کشاورزی در سال جاری ۳،۸درصد، نفت ۴،۱درصد، صنعت ۶ درصد، ساختمان ۲،۵درصد و خدمات ۲،۸درصد خواهد بود.

در گزارش بازوی پژوهشی مجلس آمده است که بررسی وضعیت اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد که ۲،۷ واحد درصد از رشد اقتصادی ۱۲،۵درصدی اعلام شده توسط بانک مرکزی، ناشی از بخش غیرنفتی اقتصاد بوده است، اما با توجه به تکمیل شدن ظرفیت‌های خالی تولید نفت، تداوم این روند در سال ۱۳۹۶

مورد انتظار نخواهد بود.

مقایسه تولید ناخالص داخلی کشور (به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰) در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال ۱۳۹۰ نشان می‌دهد این متغیر حدود ۵ درصد رشد داشته است. همچنین بررسی وضعیت بخش‌های مختلف اقتصاد ایران نشان می‌دهد به سال ۱۳۹۰ نسبت به سال ۱۳۹۰ می‌دهد بین چهار گروه اصلی کشاورزی، نفت، خدمات و صنایع و معادن تنها ارزش‌افزوده گروه صنایع و معادن نسبت به سال ۱۳۹۰ کاهش داشته و به ۹۵درصد از ارزش‌افزوده سال ۱۳۹۰ خود رسیده است. در این دوره گروه کشاورزی، نفت، خدمات به ترتیب ۲۷، ۹ و ۷ درصد رشد داشته‌اند. در گروه صنایع و معادن، بیشترین کاهش بین بخش‌های اقتصادی مربوط به بخش ساختمان است. در واقع ارزش‌افزوده این بخش در سال ۱۳۹۵ حدود ۶۳درصد ارزش‌افزوده این بخش در سال ۱۳۹۰ است. در گروه خدمات

نیز با وجود رشد کلی خدمات، بخش‌های خدمات بازرگانی و نیز خدمات اجتماعی همچنان به سطح تولید سال ۱۳۹۰ نرسیده‌اند. همچنین مقایسه درآمد ملی این دو سال نشان می‌دهد سال ۱۳۹۵ درآمد ملی ۸۰ درصد درآمد ملی سال ۱۳۹۰ است. در این گزارش آمده است که مرکز پژوهش‌های مجلس همواره در سلسله گزارش‌های تحلیل بخش واقعی اقتصاد ایران، دو دغدغه مهم نظام آماری کشور یعنی یکسان‌سازی سال پایه نهادهای آماري و تدوین تقویم انتشار و الزام به رعایت آن را مطرح کرده است. خوشبختانه در سال ۱۳۹۶ شاهد یکسان‌سازی سال پایه حساب‌های ملی بانک مرکزی جمهوری اسلامی و مرکز آمار ایران هستیم. همچنین در فروردین‌ماه سال ۱۳۹۶ بانک مرکزی تقویم انتشار آمارهای خود را روی سایت خود منتشر کرد و تاکنون نیز خود را ملزم به

رعایت این تقویم دانسته است که این امر می‌تواند گامی به جلو در جهت بهبود کیفیت حساب‌های ملی و افزایش شفافیت عملکرد متغیرهای بخش واقعی اقتصاد ایران باشد. درآمدهای ملی این دو سال نشان می‌دهد سال ۱۳۹۵ درآمد ملی ۸۰ درصد درآمد ملی سال ۱۳۹۰ است. در این گزارش آمده است که مرکز پژوهش‌های مجلس همواره در سلسله گزارش‌های تحلیل بخش واقعی اقتصاد ایران، دو دغدغه مهم نظام آماری کشور یعنی یکسان‌سازی سال پایه چشمگیری به‌خصوص در آمار ارائه شده این دو نهاد آماری برای بخش‌های اقتصادی وجود دارد. طبق بررسی‌ها، با در نظر گرفتن جدیدترین آمار و اطلاعات در دسترس برآورد وزارت جهاد کشاورزی از تولید محصولات کشاورزی، برآورد هزینه‌های عمرانی و جاری دولت تا انتهای سال ۱۳۹۶، تحولات مورد انتظار از تولید

و صادرات نفت تا انتهای سال جاری و برآوردهای شرکت‌ها و تشکلات‌های مرتبط با صنایع مختلف شامل خودروسازی، محصولات پتروشیمی و... راجع به میزان تولیدات محصولات‌شان در انتهای سال ۱۳۹۶ پیش‌بینی می‌شود که رشد ارزش‌افزوده بخش‌های کشاورزی در سال‌جاری ۳،۸ درصد، نفت ۴،۱ درصد، صنعت ۶ درصد، ساختمان ۲،۵ درصد و خدمات ۲،۸ درصد باشد. همچنین برآورد مرکز پژوهش‌ها از رشد اقتصادی سال ۱۳۹۶ در حدود ۳،۷ درصد است که نسبت به پیش‌بینی قبلی این نهاد چندان تفاوتی نداشته و نزدیک به برآورد صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی از رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۱۷ است؛ صندوق بین‌المللی پول در آخرین گزارش خود، رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۱۷ را ۲،۳ درصد و بانک جهانی نیز ۲ درصد پیش‌بینی کرده است.

بازار

سن ورود به بازار کار ۲۸ سالگی، سن بازنشستگی ۵۱ سالگی

عجایب بازار کار ایران



می‌کند و حدود ۳۰ سال خود و بازماندگانش مستمری دریافت می‌کنند. بنابراین آنچه پیش از همه مسئله‌ساز است، کم‌کاری ایرانی‌ها در فضای اشتغال و کسب‌وکار است زیرا رشد اقتصادی در سایه کار کردن می‌تواند افزایش یابد و از این رهگذر درآمد دولت نیز افزایش یافته و می‌تواند مزایای بیشتری را به مرحله اجرا بگذارد. مرکز پژوهش‌ها به تمایل بسیار زیاد شاغلان ایرانی برای خروج از اشتغال و ورود به بازنشستگی پیچیده است که بررسی‌ها نشان می‌دهد درصد کمی از جمعیت ایران فعال اقتصادی محسوب می‌شوند.

بر این اساس، از هر ۱۰ ایرانی در سن اشتغال کمتر از چهار نفر یا به عبارت بهتر ۳،۷ نفر تمایل به کار کردن دارند، درحالی‌که این رقم در کشور کانادا ۶۶نفر و برای کشوری چون اسلواکی

۸،۷درصد است. البته موقعیت اقتصادی و اجتماعی این دو کشور با ایران تفاوتی جدی دارد، اما به هر روی تمایل کم برای ورود به بازار کار و فعالیت اقتصادی، چالش دوم پیش روی اقتصاد ایران و به تبع آن رشد منابع در دسترس برای ارتقای کفایت مزایای ایام بازنشستگی است، بنابراین پیش از آنکه نیازمند مداخلات در حوزه‌های بیمه‌های اجتماعی باشد، نیازمند مداخلات فرابخشی است.

چالش دستمزدهای پایین

سومین چالش بی‌تمایلی برای ورود به بازار کار از سوی کارشناسان و فعالان این حوزه، کم بودن دستمزد در مقایسه با هزینه‌های زندگی در ابتدای حقوق و دستمزد در ایران در مقایسه با کشورهایی چون کانادا

و اسلواکی بسیار پایین است و همین مسئله سبب شده پدیده کار کردن و در عین حال فقیر ماندن در اقتصاد ایران شکل گیرد. این پدیده خود عاملی است که سبب می‌شود جوانان، به دلیل حمایت‌های والدین خود تمایل چندانی برای ورود به بازار کار نشان ندهند.

براساس این گزارش، دستمزد کم در بازار ایران خود عاملی برای کم‌کاری یا بی‌انگیزگی برای فعالیت اقتصادی محسوب می‌شود، چرا که اغلب شاغلان مجبورند برای تأمین هزینه‌های زندگی خود همزمان دو شغل و در برخی موارد حتی سه شغل داشته باشند که این مسئله خود فشار بر بازار کار را افزایش داده و سدی در برابر ورود نیروهای تازه‌کار به بازار ایجاد می‌کند. بازار کار ایران نیازمند اصلاح است؛ این اصلاح ضرورت دارد با توجه به بهبود سطح دستمزدها و ایجاد شرایطی برای اشتغال تحصیلمکردگان در بازار صورت گیرد. به نظر می‌رسد افزایش سطح دستمزد برای مکفی شدن درآمد یک شغل خود بتواند زمینه را برای بهبود بحران بیکاری در کشور ایجاد کند. به هر روی خالی شدن مشاغل دوم و سوم، فضا را برای ورود نیروهای تازه‌نفس به بازار کار ایران ایجاد کند.



دریچه

تداوم عقلانیت برای تغییر ساختارهای اقتصادی

زشت و زیبای اقتصاد ایران

دستیار ویژه رئیس‌جمهور در امور اقتصادی و رئیس مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی، بیستم شهریورماه در گردهمایی دانش‌اموختگان دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف به ارائه نظرات خود درباره چگونگی پیدایش و رشد ابرچالش‌های اقتصاد ایران پرداخت. گزیده‌ای از سخنان مسعود نبلی به نقل از ایلنا در ادامه آمده است:

کنکاش در چرایی و چگونگی شکل‌گیری یک مشکل، گام نخست فرآیند حل آن قلمداد می‌شود. از آنجا که دولت مهم‌ترین و مؤثرترین نهاد در عملکرد تاریخی اقتصاد ایران طی حداقل ۷۰ سال گذشته بوده، به‌عنوان شروع فرآیند آسیب‌شناسی می‌توانیم نقطه آغاز را دولت بگذاریم. لذا ریشه‌یابی مشکلات را از واکاوی تحولات دولت شروع می‌کنیم.

اقتصاد ایران سیر تحولات عمده خود را از دهه ۳۰ شمسی در شرایطی آغاز کرد که ماهیتی روستایی با نقش مسلط کشاورزی در بخش کلایی همراه با دولتی با توان بسیار محدود هم به‌لحاظ مالی و هم لحاظ توان انسانی داشت. از مجموع جمعیت حدود ۱۶ میلیونی، تقریباً ۱۳ میلیون نفر روستایی بوده و تنها ۳میلیون نفر در شهرها سکونت داشتند و دولت نیز از توانمندی بسیار محدودی در تأمین امنیت، ارائه خدمات آموزشی و تأمین بهداشت و عرضه خدمات درمانی برخوردار بود.

در ادامه تحولات اقتصادی دهه ۳۰شمسی، رشد اقتصادی و رشد سرمایه‌گذاری در دهه ۴۰ شتاب گرفت، به‌گونه‌ای که این دهه را به عصر طلایی اقتصاد ایران تبدیل کرد. اما همزمان با این دستاوردها، در همین دوران بذر بزرگ‌ترین و مخرب‌ترین مشکل اقتصاد ایران یعنی کسری بودجه «زمین» کاشته و پایه اساسی‌ترین بیماری اقتصاد ایران گذاشته شد، چراکه سیاستمداران خود را مقید به قید بودجه نمی‌دیدند و تصور می‌کردند باید به هر قیمت کارهای بزرگی را به انجام برسانند. نقل قولی از نیکیتا خروشچف وجود دارد که می‌گوید: «سیاستمداران پل می‌سازند حتی اگر رودخانه‌ای وجود نداشته باشد».

با پیروزی انقلاب اسلامی، همان ذهنیتی که در سال‌های قبل از انقلاب شرط لازم و کافی برای تحولات کشور را اراده دولت می‌دانست، ادامه یافت. اما تغییری که صورت گرفت اضافه شدن مفهومی به رفتار دولت بود به نام عدالت. از طرف دیگر، در سال‌های اول دهه ۶۰ شمسی جمعیت کشور رشد خیره‌کننده‌ای یافت و همزمان جنگ تحمیلی هشت‌ساله هم به وقوع پیوست که هر دو به افزایش قابل توجه مخارج دولت انجامید. لذا مشاهده می‌کنیم که درآمدهای دولت از محل صادرات نفت در سال ۱۳۶۷ حدوداً یک‌ششم مقدار آن در سال ۱۳۵۷ بوده، درحالی‌که مخارج دولت نسبت به همین سال حدوداً نصف شده است. این یعنی کسری بودجه بسیار بزرگ و فاجعه‌بار. در سال ۱۳۶۷ کسری بودجه ۵۳ درصدی به وجود آمد که از این ۵۳درصد، حدود ۵۰ واحد درصد آن از طریق استقراض از بانک مرکزی تأمین شد؛ در نتیجه کسری بودجه که از دهه ۴۰ شمسی در اقتصاد ایران ظاهر شده بود، به زخم کهنه و عمیقی تبدیل شد که تا به امروز ادامه پیدا کرده است.

مسیری که باید تغییر کند

پنج ابرچالش بودجه، صندوق‌های بازنشستگی، نظام بانکی، محیط زیست و منابع آبی، مسائلی هستند که به تدریج تبدیل به موانع رشد و سرمایه‌گذاری می‌شوند و درست در تقابل با ضرورت مهمی قرار می‌گیرند که اقتصاد ایران در مواجهه با آن است؛ ضرورتی به نام اشتغال‌زایی در مقیاس گسترده.

نتیجه آنکه این ابرچالش‌ها، نتیجه و حاصل سیاست‌هایی بوده‌اند که در طول زمان خودمان اتخاذ کرده‌ایم و کسی از بیرون نظام تصمیم‌گیری بر ما تحمیل نکرده است. گام نخست، کنکاش در چرایی شکل‌گیری چالش‌های کنونی اقتصاد ایران است، چنانکه امروز اقتصاد کشور یک چهره زیبا مزین به رشد اقتصادی قابل قبول، تورم تکریمی و اشتغال سالانه بیش از ۶۰۰ هزار نفر است و در عین حال دارای چهره دیگر نگران‌کننده از ابرچالش‌های موجود است. این دو چهره متضاد یکدیگر نیستند و حتی باهم سازگارند. دستاوردهای ارزشمندی را که امروز از نظر رشد اقتصادی و تورم و اشتغال در اختیار داریم حاصل برداشتن قدم‌هایی در مسیر عقلانیت، اما «در چارچوب ساختارهای موجود» بوده است. آنچه عمیقاً به آن نیاز داریم تداوم عقلانیت اما با اراده قوی برای «تغییر ساختارهای موجود» اقتصاد کشور است. دستیابی به نتایج ارزشمند موجود نوید آن را می‌دهد که می‌توان از زمان باقیمانده حسن استفاده را کرد و آینده بهتر را رقم زد و کاری کرد که سال ۱۴۰۰ آغازی مبارک بر قرنی جدید با خطاهای کمتر برای اقتصاد ایران باشد.

یادداشت

به نرخ رشد تعیین شده در برنامه ششم توسعه می‌رسیم



مهدی تقوی

استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی

علام نرخ رشد سه‌ماهه اول فصل بهار، چشم‌انداز رشد سال ۱۳۹۶ را مشخص کرد و در سال جاری با رونق اقتصادی بالایی روبه‌رو خواهیم بود. بر این اساس، محصول ناخالص داخلی به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ با احتساب نفت در سه‌ماهه نخست سال با ۶۵ درصد افزایش به رقم ۱۸۳ هزار و ۶۲۲ میلیارد تومان و بدون احتساب نفت به رشد ۷ درصدی به ۱۴۵ هزار و ۶۶۹ میلیارد تومان رسیده است. اقتصاددانان معتقدند اعلام نرخ رشد مثبت اقتصادی به معنای رونق در اقتصاد است. کسانی که می‌گویند رشد اقتصاد در ایران واقعی نیست، برخورد سیاسی با اقتصاد دارند؛ اقتصاد ایران از سال ۱۳۹۲ از تلاطم‌های سیاسی و تصمیمات لحظه‌ای در امان بوده است و تأثیر این رفتارهای منطقی را در رشد اقتصاد و کنترل تورم و رکود می‌بینیم. ما در سال ۱۳۹۶ به نرخ رشد تعیین‌شده در برنامه ششم توسعه خواهیم رسید. این چشم‌اندازی است که در مقابل اقتصاد ایران است ولی مشکلات تحمیل شده از هدفمندی یارانه‌ها بر اقتصاد ایران یک شبه حل نمی‌شود؛ رفع آسیب‌های آن سسوانمی اقتصادی نیاز به زمان زیادی دارد. مردم ثبات اقتصادی را درک می‌کنند ولی اصلاح خرابی‌ها زمان‌بر است. اقتصاد ایران به زمان نیاز دارد تا مشکلات تحمیل شده به پیکره اقتصاد رفع شود وگرنه کل اقتصاد ایران از صنایع مادر و صنایع وابسته به نفت تا صنایع کوچک با رشد اقتصادی روبه‌رو هستند.

منبع: اتاق ایران

تعاون

سه‌م بالای زنان کارآفرین در بخش تعاون

دبیرکل اتاق تعاون ایران از فعالیت ۲۷ هزار تعاونی زنان در کشور خبر داده و سهم بانوان کارآفرین در بخش تعاون را نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی قابل توجه می‌داند. به گفته وی، مشکل اشتغال کشور با همراهی تعاونی‌ها حل‌شدنی است. ماشاءالله عظیمی اظهار کرد: در حال حاضر بیش از یک‌چهارم ظرفیت تعاونی‌ها را تعاونی‌های زنان تشکیل می‌دهند که بیشتر در گرایش‌های فرش، صنایع دستی و گردشگری مشغول فعالیت هستند.

مهم‌ترین دستاوردها و اولویت‌های دولت در حوزه نفت چیست؟

دست بالای ایران در اوپک پس از برجام



صنعت نفت ایران با قدمت ۱۰۰ ساله‌اش صنعت پیری محسوب می‌شود، به‌طوری که بسیاری از میادین و مخازن نفتی و گازی در نیمه دوم عمر خود قرار دارند و همین موضوع باعث می‌شود برداشت از آنها با چالش مواجه شود و نیاز به فناوری، سرمایه و تکنولوژی ویژه‌ای داشته باشد. در این راستا افزایش ضریب بازیافت از میادین برای برداشت هرچه بیشتر از مخازن همواره مورد توجه بوده و بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که برای جلوگیری از هدررفت ثروت ملی، باید افزایش ضریب بازیافت را به‌طور ویژه‌ای مورد توجه قرار داد. هم‌اکنون میزان ذخایر هیدروکربور مایع قابل استحصال باقیمانده کشور حدود ۱۵۷ میلیارد بشکه است که در صورت افزایش ۱۰ درصدی متوسط ضریب بازیافت نفت، بالغ بر ۷۰ میلیارد بشکه به حجم ذخایر قابل استحصال نفت افزوده می‌شود. این میزان با احتساب بهای کنونی هر بشکه نفت، معادل ۶۰ هزار و ۵۰۰ میلیارد دلار ارزش دارد. به گزارش ایسنا، طبق آخرین آمار اعلام شده میزان ضریب بازیافت مخازن نفتی ایران به‌طور میانگین ۲۷ تا ۲۸ درصد است. میانگین ضریب بازیافت زیر ۳۰ درصد به این معنی است که اگر حدود ۷۰۰ میلیارد بشکه نفت در اختیار داشته باشیم، تنها حدود ۲۰۰ میلیارد بشکه آن قابل استحصال است. البته نمی‌توان برای ضریب بازیافت استاندارد خاصی در نظر گرفت زیرا ضریب بازیافت، استاندارد جهانی مشخصی ندارد و میدان‌ها متناسب با کیفیت زمین، مخزن و... ضریب بازیافت‌های متفاوتی دارند. در ایران نیز میزان ضریب بازیافت در میادین مختلف متفاوت است و در یک میدان ۶۰ درصد و در میدانی دیگر مانند آزادگان این ضریب کمتر از ۱۰ درصد است. ذخیره نفت درجای میدان‌های مشترک غرب

احتیاج به سرمایه و فناوری در حوزه نفت

افزایش ضریب بازیافت مخازن در دل امضای قراردادهای جدید نفتی مهم‌ترین اولویت وزارت نفت در دولت دوازدهم اعلام شده است. به گفته بیژن زنگنه، وزیر نفت کشورمان، افزایش برداشت از مخازن، مسئله اصلی ما است و به هیچ وجه نباید در این زمینه کوتاه باشیم. ایمن نفت، ثروت مملکت و بیت‌المال است و باید روی صدم درصد ضریب بازیافت آن هم حساسیت داشته باشیم. اگر به افزایش ضریب بازیافت توجه نکنیم، بسیاری از ذخایرمان را از دست می‌دهیم و تولیدمان به وضعی بحرانی دچار خواهد شد. به گفته وی،

ایران دست برتر را در آن سازمان داشت تا جایی که توانست با اعمال نظر خود قیمت نفت را افزایش دهد. به گزارش ایران، پس از اجرای برجام، دولت ایران تمام همت و تلاش خود را بر بازگشت به جایگاه پیشین خود در اوپک معطوف کرد. البته در این زمان با توجه به کاهش حبایی قیمت جهانی نفت، عربستان و برخی کشورهای عربی بحث فریز نفتی را مطرح کردند. بر این پایه کشورهای عضو اوپک باید حجم تولیدهای خود را در هر سطحی که هست، نگه دارند. این به معنای آن بود که ایران باید حجم تولید خود را افزایش ندهد اما با دیپلماسی ایران پس از توافق برجام، تولیدکنندگان اوپک و غیراوپک به توافق رسیدند که بازار باید کنترل شود و ایران هم به سهمیه خود پیش از تحریم‌ها بازگردد.

کادرسازی و تربیت نیرو در سطح بین‌الملل

محمدعلی خطیبی، نماینده پیشین ایران در سازمان اوپک با اشاره به موفقیت روزافزون این سازمان در صورت حرکت در یک بسستر اقتصادی و به دور از تقلیل‌های سیاسی گفت: عملکرد گذشته ایران در این نهاد موفق بوده، هر چند در برهه‌هایی با مشکلاتی روبه‌رو بوده است اما در چشم‌اندازه آینده اوپک، ایران باید بیش از پیش نقش هدایتگر داشته باشد و خود را همچنان به‌عنوان یکی از اعضای اصلی و کلیدی آن مطرح کند و نقش تعیین‌کننده‌ای در تصمیم‌های آن داشته باشد. برای اینکه ایران بتواند در چشم‌اندازه آینده اوپک تأثیرگذار باشد باید به کادرسازی و تربیت نیرو بپردازد، یعنی نیروهایی برای سطح بین‌الملل تربیت کند که بتوانند در عرصه‌های مختلف نقش آفرینی و از جایگاه کشور دفاع کنند.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه:

توازن در کل زنجیره فولاد، لازمه رسیدن به توسعه پایدار است



به گزارش خبرنگار فولاد، دکتر بهرام سبحانی جبران بازدید مدیرعامل و اعضای هیأت مدیره بورس کالای ایران از فولاد مبارکه با اشاره به عملکرد این شرکت در چهار سال گذشته اظهار کرد: تولید فولاد خام در پایان سال ۹۱ برابر با ۶ میلیون و ۶۵۰ هزار تن بوده که در پایان سال ۹۵ به ۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تن رسیده است. در سال ۹۶ هم برنامه تولید ۸ میلیون و ۶۳۰ هزار تن هدف قرار داده شده که با ۳۰ درصد رشد همراه است و در چهارماهه نخست سال از برنامه هم پیشی گرفته‌ایم. وی با بیان اینکه در فولاد مبارکه نسبت به سال ۹۱ بالغ بر ۲۸ درصد افزایش ظرفیت داشتیم، افزود: حدود ۵۳۰۰ میلیارد ریال در پروژه‌های داخل و خارج فولاد مبارکه سرمایه‌گذاری کرده‌ایم که تمام آن از منابع داخلی شرکت بوده است. مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه اصفهان اضافه کرد: طرح ۵ میلیون تنی کنسانتره سنگان در اواسط سال آینده راه‌اندازی می‌شود و توسعه سبّا از ۷۵۰ هزار تن به ۱۶ میلیون تن انجام شده و آماده بهره‌برداری رسمی است. همچنین در کارخانه فولاد مبارکه که تولید از ۵۴ به ۷۲ میلیون تن افزایش یافته است.

وی با تأکید بر اینکه در کنار توسعه کمی، توسعه و بهبود کیفی محصولات را هم انجام داده‌ایم، گفت: تولید ورق آجدار در مجتمع فولاد سبّا، اضافه کردن تجهیزات گاززدایی و تولید ورق‌های روبه خودرو، سامانه گوگردزدایی و تولید ورق فولادهای API مورد استفاده در خطوط لوله انتقال گاز و نفت ترش و صنایع دریایی از آن جمله هستند. ضمناً دو طرح توسعه فولاد هرمزگان از ۱.۵ میلیون تن و نورد گرم شهید خراسی به ظرفیت ۳ میلیون تن که با اروپایی‌ها قرارداد داریم، از طرح‌های آینده در افزایش تولید است.

دکتر سبحانی تصریح کرد: در حقیقت استراتژی فولاد مبارکه این است که با به پای توسعه صنعت فولاد کشور در افاق ۱۴۰۴ به ظرفیت ۲۵ میلیون تن فولاد خام دست پیدا کند.

مدیرعامل فولاد مبارکه در بخش دیگری از صحبت‌های خود مشکلات مداخله‌ای دولت در بخش خصوصی را مهم خواند و افزود: بحث اقتصاد آزاد یکی از موضوعات مهم است. در زنجیره فولاد، از سنگ آهن تا محصول نهایی که به دست صنایع پایین دستی می‌رسد، باید توازن برقرار باشد و این توازن هم باید به دست خود صنایع صورت گیرد. به علاوه و تقاضا، قیمت‌ها نوسان پیدا می‌کند؛ به‌طور مثال نرخ سنگ آهن و گندله‌ای که فولاد

اینکه اگر می‌خواهیم در حوزه صادرات شفاف باشیم، باید واردات هم شفاف باشد، نحوه قیمت‌گذاری و نحوه تخصیص محصولات وارداتی هم باید مشخص باشد که مطمئنم در عرصه بورس این اتفاق می‌تواند بیفتد. سلطانی‌نژاد خاطرنشان کرد: حتی امکان عقد قراردادهای بلندمدت هم مدتی است که در بورس کالا برقرار شده و چه در فرآیندهای داخلی و چه در فرآیندهای بین‌المللی، مثل صادرات و واردات، انعقاد قراردادهای بلندمدت امکان‌پذیر است.

وی در ادامه بیان کرد: این موردنظر ما است که کل زنجیره صنعت فولاد در بورس کالا عرضه شود. اینکه ما فقط یک قسمت از ساختار زنجیره تولید را شفاف کنیم، شاید خیلی به صلاح زنجیره تولید نباشد، بلکه باید کل زنجیره شفاف باشد و فرآیند کشف قیمتش مشخص باشد و این در بورس کالا می‌تواند اتفاق بیفتد.

مدیرعامل بورس کالای ایران در مورد مزیت‌های عرضه محصولات فولاد مبارکه از طریق بورس کالا برای مصرف‌کنندگان گفت: یکی بحث اطمینان خاطر از تأمین مواد اولیه است و دیگری بحث تخصیص که مشخص می‌کند کالا را چه کسی خریداری کرده است، یعنی گذشته از بحث شفافیت، یکی از کارکردهای بورس کالا بحث تخصیص است؛ یعنی تخصیص و توزیع مناسب و مؤثر کالای واسطه‌ای بین صنایع پایین دستی که یکی از مأموریت‌های بورس کالا است. در مورد کالایی مثل ورق، علاوه بر کشف قیمت، موضوع تخصیص آن هم بسیار مهم است که چگونه به صنایع پایین دستی تخصیص پیدا می‌کند و این مسئله تنها شامل ورق‌های تولید نمی‌شود، بلکه ورق‌های وارداتی را هم شامل می‌شود. وی همچنین در مورد شایعات در مورد فشارهای برخی افراد روی تصمیمات بورس کالا تصریح کرد: چنین موضوعاتی به هیچ‌وجه صحت ندارد. بورس کالا تحت نظارت سازمان بورس فعالیت می‌کند و تمامی مقررات بورس کالا توسط سازمان بورس و شورای عالی بورس تصویب می‌شود. نظارت مؤثر هم وجود دارد و دغدغه‌ای بابت این‌ها نیست. هیأت‌مدیره بخواد بر فرآیند کشف قیمت دخالت داشته باشد یا در تصمیمات مؤثر بر بازار ورود کند، وجود ندارد. سلطانی‌نژاد اظهار کرد: هیأت‌مدیره ما فراتر از موضوع بنگاه و مؤسسه خودشان به بورس کالا نگاه می‌کنند و من به جرات می‌توانم بگویم کلیه تصمیمات اتخاذشده بدون لحاظ منافع بنگاه یا صنایع خاصی اتخاذ شده است.

این عرصه متحمل می‌شوند تا آن محصول به بازار بورس کالا برسد، ندیده بودیم. وی افزود: محصول ورق جزو محصولات مادر و پایه تولیدی بسیاری از محصولات دیگر است. اگر این محصول را نداشته باشیم، وابسته به واردات خواهیم بود و محصولات نهایی تولیدشده از آن قطعاً کیفیت مدنظرمان را نخواهند داشت؛ ضمن اینکه آن امنیتی که تولید ورق در داخل فراهم می‌کند بسیار مهم است.

مدیرعامل بورس کالای ایران با اشاره به اینکه در حوزه بازار ورق‌های فولادی چالش‌هایی مطرح است و به نظرم رعایت منافع هم واحدهای بالادستی و هم پایین دستی هر دو در بورس امکان‌پذیر است و ما می‌توانیم با یک روش میانه‌ای که منافع هر دو طرف رعایت شود به یک مدل کشف قیمت مناسب در بورس برسیم. وی تأکید کرد: نکته اساسی‌تر اینکه در مورد شفاف‌سازی در بورس این مسئله تنها نباید مخصوص صنایع بالادستی باشد، بلکه صنایع پایین‌دستی هم باید در عرصه شفافیت در حوزه تولیدشده کام برآورد؛ ضمن

در تعیین قیمت ندارد. فروشنده و خریدار در کنار هم به توافق می‌رسند و بورس کالا فقط فضای مذاکره را فراهم می‌کند. وی با اشاره به اینکه فولاد مبارکه هم نقشی در تعیین قیمت ندارد، تأکید کرد: برخی برای بهره‌برداری‌های خاص خود، آب را گل آلود می‌کنند.

تصمیمات هیأت مدیره بورس کالا بدون لحاظ منافع بنگاه خاصی اتخاذ می‌شود

بنابر این گزارش، در ادامه دکتر حامد سلطانی‌نژاد، مدیرعامل بورس کالای ایران که به همراه اعضای هیأت مدیره بورس کالای ایران از شرکت فولاد مبارکه بازدید می‌کردند، اظهار کرد: انسان از دیدن چنین قطب‌های تولیدی که نه‌تنها در کشور ما یک ستاره درخشان است، بلکه در دنیا حرفی برای گفتن دارد، خوشحال می‌شود. چندین سال است در بورس کالا شاهد عرضه محصولات فولاد مبارکه هستیم، اما از نزدیک هیچ‌وقت فرآیند تولید و زحماتی که فعالان

نرخ ارز نقدی		
نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۳,۹۲۰	▲
یورو اروپا	۴,۷۵۵	
پوند انگلیس	۵,۳۲۸	▲
درهم امارات	۱,۰۷۹	▲

همچنین استانداران پیشنهادی هفت استان کشور از هیات وزیران رای اعتماد گرفتند. بر این اساس فریدون همتی، عبدالمحمد زاهدی، موسی خادمی، محمدمهدی مروج الشریعه، اسماعیل تابدار، محمد احمدی و محمدعلی نجفی به ترتیب به عنوان استانداران استان‌های هرمزگان، قزوین، لرستان، خراسان جنوبی، فارس، کهگیلویه و بویراحمد و البرز منصوب شدند.

باین حال تا پایان جنگ هشت ساله، قیمت دلار در بازار آزاد دو رقیمی باقی ماند که مهم‌ترین دلیل را باید کنترل تورم داخلی عنوان کرد، اما با پایان جنگ و آغاز بازسازی، تورم در کشور با افزایش همراه شد و همین امر روی نرخ دلار نیز تاثیر گذاشت. در سال ۶۸ تورم نخستین‌بار قیمت دلار سه رقیمی شد و تا ۱۲۰ تومان بالا رفت. اگرچه تا چهار سال بعد از این جهش قیمت، قیمت دلار افزایشی بود اما جهش ناگهانی رخ نداد. سال ۷۲ و ۷۴ اما سال‌های پر تنش قیمت دلار بود. در سال ۷۳ قیمت دلار وارد کانال ۲۰۰ تومانی شد و میلان قیمت در این سال به بالای ۲۶۰ تومان رسید. بعد از آن نیز قیمت این ارز حدود ۵۰ درصد افزایش پیدا کرد و مقاومت ۴۰۰ تومانی را شکست و دو سال بعد از آن قیمت دلار در بازه ۴۰۰ تومان باقی ماند اما در سال ۷۶ مجدداً افزایش قیمت این ارز فعالان اقتصادی را غافلگیر کرد و این حال افزایش قیمت در سال ۷۸ بود که قیمت دلار را به بالای ۸۰۰ تومان رساند. با وجود این افزایش،

شماره مجوز: ۱۳۹۶.۲۷۴۵

روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه ساری

[illegible]

مرکز توزیع نیروی برق بیرجند

شناسه آگهی: ۸۵۱۶۳

YΔ

شرکت گاز
استان گلستان

95



نماد «سپرده‌گذاری مرکزی» در تابلوی الف فرابورس درج شد

نماد شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) در فهرست نرخ‌های تابلوی (الف) شرکت فرابورس ایران درج شد. نماد شرکت سپرده‌گذاری مرکزی به استناد دستورالعمل پذیرش، عرضه و نقل و انتقال اوراق بهادار در فرابورس و موافقت هیأت پذیرش این شرکت روز ۲۱ شهریورماه در فهرست تابلوی الف شرکت فرابورس قرار گرفت.

حضور فرابورس ایران در مجمع سالانه فدراسیون بورس‌های جهانی

فرابورس ایران در مجمع سالانه فدراسیون بورس‌های جهانی (WFE) که به میزبانی بورس تایланд در شهر بانکوک برگزار شد، حضور یافت و در خصوص تغییر وضعیت عضویت خود از وابسته به دائم در این فدراسیون به مذاکره پرداخت. مجمع سالانه فدراسیون بورس‌های جهانی موسوم به WFE با موضوع اصلی نقش بورس‌ها در توسعه پایدار به‌عنوان پیام‌آور تغییر و توسعه اقتصادی، با حضور نمایندگان از بورس‌های جهانی و منطقه‌ای از جمله فرابورس ایران در شهر بانکوک برگزار شد. فدراسیون جهانی بورس‌ها به‌عنوان معتبرترین نهاد صنعت بورس، تمامی جنبه‌های دادوستد اوراق بهادار را از لحاظ فنی، تجاری، حقوقی و اقتصادی مدنظر قرار می‌دهد و رسالت اصلی آن ارتقای استانداردهای بازار و آمارهای قابل اتکا و حمایت از قانون‌گذاران، سیاست‌گذاران و سازمان‌های دولتی جهت ایجاد بازار شفاف و منصفانه است. به گفته مهسا توکلی، رئیس اداره برنامه‌ریزی و امور بین‌الملل فرابورس ایران، هر ساله موضوعی به‌عنوان تم اصلی این فدراسیون انتخاب می‌شود که سال گذشته این موضوع به ارتباط میان بورس‌ها اختصاص داشت و این بار تم اصلی، نقش بورس‌ها در توسعه پایدار در نظر گرفته شد. توکلی با بیان اینکه در این دیدارها در خصوص تبدیل وضعیت عضویت فرابورس از وابسته به دائم در WFE که پیش‌بینی می‌شود فرایندی سه‌ساله باشد، گفت: گوهایی صورت گرفت، افزود: پیش از این در تاریخ ۲۲ ژوئن ۲۰۱۶ فرابورس به‌عنوان عضو وابسته در فدراسیون جهانی بورس‌ها پذیرفته شد. فرابورس ایران با بورس چین‌گوانگ بنگلادش و بورس مالزی در خصوص تقویت انجمن Islamic Finance گفت‌وگو کرد و بورس چین‌گوانگ را به منظور تشکیل جساتی به ایران دعوت کرد.

بورس کالا

تالار صادراتی میزبان عرضه ۵۵ هزار تن سنگ آهن

تالار صادراتی بورس کالای ایران روز چهارشنبه ۲۲ شهریورماه میزبان عرضه ۵۵ هزار تن سنگ آهن دانه‌بندی مجتمع سنگان بود. ۱۰ هزار تن تختال C، ۵ هزار تن سید شمش فولادی، ۵ هزار تن شمش بلوم شرکت فولاد خوزستان و ۴ هزار تن شمش هزارپوندی شرکت ایرالکو در تالار محصولات صنعتی و معدنی عرضه شد. این گزارش حاکی است ۲۸هزار تن انواع قیر و ۴۰۰ تن عایق رطوبتی نیز در تالار صادراتی عرضه شد. علاوه براین، ۵۱ هزار و ۸۰۳ تن انواع قیر، مواد پلیمری، مواد شیمیایی و وکیوم‌باتوم نیز در تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی عرضه شد. تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۲۳۴ هزار و ۷۵۰ تن گندم خوراکی، ۱۲هزار تن گندم دوروم، ۳۰۰ تن شکر سفید، ۱۵۰ تن جو دامی و ۱۴۵ هزار قطعه جوجه یک‌روزه بود. همچنین ۱۹هزار و ۲۰۶ تن گندم خوراکی در قالب طرح قیمت تضمینی در این تالار عرضه شد. بازار فرعی بورس کالای ایران نیز عرضه ۷ هزار و ۱۳۷ تن ضایعات فلزی، بشکه خالی، کنسانتره فسفات، کود مایع ازته، ورق گرم ضخامت ۲ و قند کله و خردشده را تجربه کرد.

بورس انرژی

نخستین عرضه CSO در رینگ

بین‌الملل بورس انرژی

روز چهارشنبه ۲۲ شهریورماه ۹۶، در آخرین جلسه معاملاتی هفته جاری، کالاهای آیزوریسیکل پالایش نفت اصفهان، خلال ۴۱۰ پالایش نفت آبادان، نفتای سنگین تصفیه نشده، خلال ۴۰۴ و نفتای سبک پالایش نفت شیراز، سی‌اس‌او پالایش نفت سازند و خلال ۴۰۲ پالایش نفت کرمانشاه در رینگ داخلی عرضه شدند. روز چهارشنبه رینگ بین‌الملل بازار فیزیکی میزبان عرضه کالاهای آیزوریسیکل و خلال ۴۰۴ پالایش نفت شیراز، خلال ۴۰۲ پالایش نفت اصفهان و سی‌اس‌او پالایش نفت سازند بود. گفتنی است این نخستین عرضه سی‌اس‌او در رینگ بین‌الملل بورس انرژی ایران و میزان عرضه مذکور ۲۰هزار تن بوده است.



نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

داده گستر عصر نوین در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که آسان پرداخت پرشین در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
های وب	۲,۸۵۰	۱۸۵
آپ	۱۲,۴۲۵	۴,۹۹
چدن	۲۰,۴۷	۴,۹۷
فایرا	۱,۲۸۶	۴,۸۹
خاور	۷۵۳	۴,۸۷
غشاذر	۱,۹۲۶	۴,۷۳
دتماد	۷,۲۱۷	۴,۷

بیشترین درصد کاهش

دارویی لقمان صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. قندلرستان در رده دوم این گروه ایستاد. فراوری مواد معدنی ایران هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
دلما	۳,۶۶۵	(۴,۹۸)
قلرست	۶۰,۳۴	(۴,۸۹)
فراور	۱۱,۴۴۹	(۴,۵۵)
قهکمت	۴,۲۷۷	(۴)
پاکشو	۱۱,۴۰۴	(۳,۹۴)
ثاباد	۲,۴۶۵	(۳,۷۱)
قصفا	۹,۲۰۵	(۳,۶۷)

پرمعامله ترین سهم

داده گستر عصر نوین پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. فولاد مبارکه اصفهان در رده دوم این گروه ایستاد. سایپا هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
های وب	۲۸۵۰	۲۳۹,۸۱۵
فولاد	۱۹۱۶	۴۰,۶۴۱
خساپا	۱۱۴۶	۳۴,۰۴۶
وصندوق	۱۴۶۰	۲۳,۸۵۵
خاور	۷۵۳	۲۵,۳۴۳
شپنا	۳۱۸۹	۲۴,۱۰۳
وخاور	۲۳۱۰	۲۲,۹۲۴

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را داده گستر عصر نوین به خود اختصاص داد. فولاد مبارکه اصفهان رتبه دوم را به دست آورد. پالایش نفت اصفهان هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
های وب	۲۸۵۰	۷۲۶,۸۳۴
فولاد	۱۹۱۶	۷۷,۸۵۸
شپنا	۳۱۸۹	۷۶,۸۶۵
وخاور	۲۳۱۰	۵۲,۹۴۸
وصندوق	۱۴۶۰	۴۹,۳۳۱
خساپا	۱۱۴۶	۳۹,۰۲۰
پاکشو	۱۱۴۰۴	۳۳,۲۲۴

بیشترین سهام معامله شده

سایپا در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که به پرداخت ملت در این گروه دوم شد و سرمایه گذاری صندوق بازنستگتی در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خساپا	۱۱۴۶	۲۸۵۶
پرداخت	۲۱۱۵۵	۱۸۸۱
وصندوق	۱۴۶۰	۱۵۶۲
شپنا	۳۱۸۹	۱۵۳۳
فولاد	۱۹۱۶	۱۴۷۹
خاور	۷۵۳	۱۲۳۷
خرامیا	۷۵۸	۱۱۵۹

بالترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته داروسازی زاگرس فارمد پارس به دست آورد. سرمایه گذاری توسعه آذربایجان در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
ددام	۴۸۲۳	۹۶۵
وآذر	۴۴۷۴	۸۹۵
کساپا	۱۶۰۹	۸۰۴
خکیمک	۱۱۹۲	۵۹۶
خمجور	۲۲۹۲	۵۷۳
شپارس	۲۰۰۸	۵۰۲
خریخت	۱۱۷۵	۳۹۲

کمترین نسبت P/E

روز گذشته شیشه و گاز در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه گذاری خورزمی جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
ککار	۴۰۳۴	۱,۹۱
وخارزم	۷۶۶	۲۰۰۴
واعتبار	۱۴۷۷	۲,۷۴
پردیس	۱۰۹۹	۳,۲۹
ما	۱۵۷۹	۳,۵۰
ویانک	۱۸۴۵	۳,۵۵
وصنا	۱۱۰۰	۳,۶۴

روند افزایشی بازار سهام متأثر از بازارهای جهانی است

تداوم رشد بورس نیازمند تدبیر مسئولان



بود که تکاپوی معامله‌گران در سهم‌های کوچک و برخودار سرمایه پایین در آن جلوه می‌کرد.

آیفکس بار دیگر سبزپوش شد

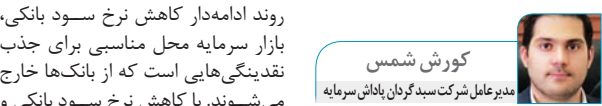
آخرین روز کاری این هفته با سبزپوشی آیفکس، گشایش یک نماد و بازگشایی سه نماد معاملاتی و خبر به تعویق افتادن عرضه یکجای سهم مدیریتی غیرکنترلی شرکت پتروشیمی اصفهان پایان یافت. روز چهارشنبه ۲۲ شهریورماه شاخص کل فرابورس با بیش از نیم واحد رشد سبزپوش شد و در ارتفاع ۹۴۴ واحدی ایستاد که نمادهای «مارون» و «دوب» به ترتیب ۲,۵ و ۱,۳ واحد از آیفکس حمایت کردند و در مقابل نماد «میدکو» با بیش از یک واحد اثر منفی مانع از رشد بیشتر این نماگر شد. نگاهی به توقف و بازگشایی نمادهای فرابورسی نشان می‌دهد نماد معاملاتی شرکت بیمه زندگی خاورمیانه «خاور» در تابلوی پایه‌ج بازار پایه فرابورس ایران گشایش یافت. در همین حال نمادهای معاملاتی شرکت شهرسازی و خانه‌سازی باغمیشه «تیاغ»، شرکت سرمایه‌گذاری چشم‌انداز توسعه شمال «وشمال» و نماد معاملاتی واحدهای صندوق سرمایه‌گذاری اعتباری شرکت‌های کارگزاری تماییلی برای پس از برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه بازگشایی شدند. بازارهای ن‌گانه فرابورس در آخرین روز معاملاتی هفته

روند بازار و شاخص کل شدند. ریسک بالای سرمایه‌گذاری در بورس منجر به ایجاد شبهه در سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری در این بازار شده است. بنابراین مسئولان حاضر در بورس باید تدابیری را جهت کاهش ریسک موجود در بازار برای سرمایه‌گذاری و نیز افزایش سود حاصل در بورس اتخاذ کنند تا قادر به جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و نیز ورود سرمایه‌های سرگردان در بورس باشند. بنابراین رشد این روزهای بازار سهام بیش از همه ناشی از قیمت‌های جهانی بوده و اگر حمایتی از آن صورت نگیرد پس از خیزهای اندک با افت همراه می‌شود. بر این اساس روز چهارشنبه بورس تهران با معاملاتی متعادل و به نسبت کم‌حجم در اغلب نمادهای معاملاتی روبه‌رو بود، در حالی‌که به مدد حمایت خریداران اغلب حقوقی در گروه پالایشی‌ها بازار سهام شاهد سبزپوش شدن نماگرهای منتخب بود. با این همه روند بازار سرمایه نشان می‌دهد اغلب معامله‌گران در هفته‌های پایانی شهریورماه استراتژی کوتاه‌مدت‌نگری را با شناسایی تک‌سهم‌ها و شرکت‌های کوچک بازار در دستور کار قرار داده‌اند؛ بازاری که با توجه به دستورالعمل جدید سقف معاملات اعتباری شرکت‌های کارگزاری تماییلی برای تحرک در گروه‌ها و شرکت‌های بزرگ ندارد. در آخرین روز معاملاتی هفته بازار سهام بازاری متعادل و به نسبت کم‌حجم

غلبه استراتژی کوتاه‌مدت‌نگری در بازار سهام

این روزها رشدی که در بورس شاهد آن هستیم ناشی از کاهش نرخ سود بانکی نبوده، بلکه روند افزایشی بازار متأثر از نوسانات قیمت در بازار جهانی است و شرکت‌های فلزی که متأثر از این نوسانات هستند با رشد همراه بودند و باعث تاثیرگذاری در صعودی شدن

یادداشت



کوروش ششمس

مدیرعامل شرکت سیدگروان پایش سرمایه

با توجه به کاهش نرخ بهره بانکی پیش‌بینی می‌شود نقدینگی‌های خوبی از بازار پول راهی بازار سهام شود، البته با کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی، گروهی سپرده‌های کوتاه‌مدت خود را به بلندمدت تغییر دادند و از این طریق تا یک سال آینده نیز سرمایه خود را در بانک‌ها نگه داشتند اما با توجه به

نگاه

معاون نظارت بر نهادهای مالی سازمان بورس مطرح کرد

آینده صندوق‌های با درآمد ثابت

کنند. وی ادامه داد: البته با توجه به اینکه معمولاً قرارداد سپرده صندوق‌ها یک‌ساله است، کاهش نرخ سود بانکی در کوتاه‌مدت اثر کمتری بر فعالیت صندوق‌های سرمایه‌گذاری خواهد داشت. اما در خصوص مبالغ حاصل از صدور واحدهای سرمایه‌گذاری جدید که منجر به سپرده‌گذاری جدید می‌شود، قطعاً نرخ‌های جدید حاکم خواهند بود. عضو هیات‌مدیره سازمان بورس ادامه داد: در این میان، صندوق‌های سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار با درآمد ثابت باید مقررات سقف سپرده‌گذاری ۵۰درصد از کل منابع صندوق نزد بانک‌ها را رعایت کنند. در صورتی

که بیشتر از ۵۰درصد منابع صندوق در بانک‌ها سپرده شود، کارمزد مدیر صندوق صرفاً برای همان محدوده مجاز قابل محاسبه خواهد بود. البته کارمزد مدیر در خصوص میزان سپرده، تابعی از کل سود سپرده خواهد بود نه درصدی از اختلاف نرخ مصوب و مذاکره شده. به گفته سعیدی، از زمان ابلاغ سقف ۵۰درصدی سپرده‌گذاری صندوق‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌ها یک سال فرصت خواهند داشت تا مقررات جدید سازمان بورس را رعایت کنند. وی از راه‌اندازی بانک اطلاعاتی نهادهای مالی دارای مجوز از سازمان بورس و ماهیت و فعالیت نهادهای مالی بازار سرمایه اطلاع کسب کنند.

وزیر ارتباطات خبر داد

آغاز مذاکره وزارت خارجه برای حل مشکل تحریم اپلیکیشن‌های ایرانی



خارجی خواهد بود، گفت: نه این موضوع درست نیست و ما نگاه سلبی در این

حوزه نداشته و حضورمان به معنای حمایت از شبکه‌های داخلی است و نه محدودیت. وی با اشاره به فعالیت خود در شبکه‌های اجتماعی فیلترشده در ایران همچون توییتر گفت: استفاده از فیلترشکن غیرقانونی است و من به‌عنوان وزیر ارتباطات، مجوز ورود بدون فیلتر به اینترنت دارم و از این جهت از فیلترشکن استفاده نمی‌کنم.

مخالفتی برای سرویس پخش زنده اینستاگرام وجود ندارد

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات اعلام حمایت از شبکه‌های اجتماعی داخلی در کشور گفت: از روز گذشته حساب کاربری خود را در شبکه‌های «سروش»، «بیسفون پلاس»، «کلوب» و «تیبان» آغاز کرده‌ام و امیدوارم با حضور فعال خود در این شبکه‌ها، پاسخگوی سئالات مردم باشم و همچنین در ترویج استفاده از شبکه‌های سرویس‌های داخلی موثر واقع شوم.

آذری‌جهرمی در پاسخ به سئوالی مبنی بر اینکه آیا حضور در شبکه‌های داخلی به معنای محدودیت شبکه‌های

وزیر ارتباطات از آغاز مذاکره وزارت خارجه برای حل مشکل تحریم اپلیکیشن‌های ایرانی در فروشگاه‌های جهانی اپلیکیشن خبر داد و گفت که مخالفتی با لایو اینستاگرام وجود ندارد. به گزارش خبرنگار مهر، محمدجواد آذری‌جهرمی در حاشیه بازدید از سومین لیگ بازی‌های رایانه‌ای در جمع خبرنگاران از پیگیری برای محدودیت‌های به وجود آمده در حوزه دسترسی به اپلیکیشن‌های ایرانی در بازارهای جهانی اپلیکیشن از جمله «اپ‌استور» و «گوگل‌پلی» خبر داد و گفت: تمامی تلاش این است که این موضوع به صورت کلی حل شود. بر این اساس وزارت امور خارجه رایزنی‌های خود را آغاز کرده و مباحث در حال انجام است که در صورت به دست آمدن نتیجه، آن را اعلام خواهیم کرد.

وی با اشاره به اینکه محدودیت تبادلات مالی روی «اپ‌استور» و «گوگل‌پلی» برای بازی‌های موبایلی نیز وجود دارد، ادامه داد: موضوع پرداخت آنلاین برای بازی‌های خارجی، یکی از مواردی است که باید آن را با مذاکره با بانک مرکزی حل کنیم.

عضویت جهرمی در چهار شبکه اجتماعی داخلی

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با اعلام حمایت از شبکه‌های اجتماعی داخلی در کشور گفت: از روز گذشته حساب کاربری خود را در شبکه‌های «سروش»، «بیسفون پلاس»، «کلوب» و «تیبان» آغاز کرده‌ام و امیدوارم با حضور فعال خود در این شبکه‌ها، پاسخگوی سئالات مردم باشم و همچنین در ترویج استفاده از شبکه‌های سرویس‌های داخلی موثر واقع شوم. آذری‌جهرمی در پاسخ به سئوالی مبنی بر اینکه آیا حضور در شبکه‌های داخلی به معنای محدودیت شبکه‌های

اخبار



فهرست جدید دانشگاه‌های برتر دنیا منتشر شد

به رسم هر سال، پایگاه «آموزش عالی تایمز» فهرستی از ۱۰۰۰ دانشگاه برتر دنیا را با در نظر گرفتن همه جوانب منتشر کرده که به بررسی کلی آن و کشورهایی که دارای پیشرفت قابل توجه یا پسرفت قابل ملاحظه‌ای هستند، می‌پردازیم.

به گزارش ایسنا و به نقل از یو. دبلیو نیوز، دانشگاه‌های بریتانیایی برای نخستین‌بار در ۱۴ سال گذشته دو رتبه نخست را در رتبه‌بندی جهانی دانشگاهی آموزش عالی تایمز (Times Higher Education) به خود اختصاص داده‌اند. دانشگاه «آکسفورد» در رتبه بالاتری قرار دارد و دانشگاه «کمبریج» از مقام چهارم به جایگاه دوم صعود کرده است. به‌طور کلی، آمریکا همچنان در رتبه‌بندی دانشگاه‌ها، با داشتن ۶۲ نماینده در ۲۰۰ دانشگاه برتر دنیا دو برابر بیشتر از انگلیس با ۳۱ نماینده حائز رتبه است. آلمان با ۲۰ دانشگاه، هلند ۱۳ و استرالیا هم با هشت دانشگاه در جمع ۲۰۰ دانشگاه برتر حضور دارند. اما این پیشرفت ادامه‌دار دانشگاه‌های چینی است که همچنان به چشم می‌خورد و برای نخستین‌بار دو نماینده در ۳۰ رتبه نخست دارد. ضمن اینکه دانشگاه‌های دارای رتبه پایین چین نیز دستاوردهای بزرگی کسب کرده‌اند. تقریباً تمام دانشگاه‌های چینی موقعیت خود را بهبود بخشیده‌اند، که نشان می‌دهد تعهد این کشور گذشته را تقویت کرده است. «فیل بتی»، مدیر ارشد رتبه‌بندی جهانی گفت: روند صعودی چین در جدول امسال قابل توجه است و نشان می‌دهد چگونه چشم‌انداز آموزش عالی جهانی در حال تغییر است. با دو نماینده در ۳۰ رتبه نخست، دانشگاه‌های پیشرو در چین در حال حاضر بخشی از نخبگان جهانی هستند و دانشگاه‌هایی معتبر را در آمریکا، انگلستان و اروپا پشت سر گذاشته‌اند.

اما نتایج نشان می‌دهد سایر کشورهای آسیای شرقی نسبت به این غول آسیایی احساس رقابت می‌کنند. کره جنوبی، که در سال‌های اخیر پیشرفت داشته است، یکی از قربانیان موفقیت چین در سال جاری است. دانشگاه توکیو ژاپن (UTokyo) نیز زیر سایه سنگین چین به سر می‌برد. کشورهای غرب چین هم باید سخت تلاش کنند تا ثبات خود را حفظ کنند، زیرا همسایگان شرقی آنان، خود را برای پیوستن به نخبگان جهانی آماده می‌کنند.

سالی سخت برای آمریکا

در میان دانشگاه‌های آمریکا، پیشرفت‌های قابل توجه شامل صعود سه پله‌ای دانشگاه «پنسیلوانیا» و رسیدن به مقام مشترک دهم و صعود چهار پله‌ای دانشگاه «جان هاپکینز» و رسیدن به رتبه سیزدهم مشاهده می‌شود. بزرگ‌ترین اتفاق فهرست سال گذشته، دانشگاه «کالیفرنیا برکلی» بود که پس از اعلام کاهش بودجه دولتی با کسری بودجه ۱۵۰ میلیون دلاری مواجه شد و سقوطی هشت پله‌ای از رتبه ۱۰ به ۱۸ داشت. دو پنجم از موسسات آموزشی آمریکا در ۲۰۰ رتبه برتر، یعنی ۲۹ موسسه از ۶۲ موسسه با تنزل رتبه مواجه شده‌اند، چرا که بودجه تحقیقاتی آنها نسبت به سال گذشته کاهش یافته است.

در مقابل، پنج موسسه از هفت نماینده برتر چین درآمد تحقیقاتی خود را افزایش دادند. این بدان معنی است که رتبه برخی از دانشگاه‌های پیشرو در آمریکا اکنون توسط موسسات آسیایی تصاحب شده است. «دانشگاه ملی سنگاپور» از دانشگاه «کارنگی ملون» عبور کرده است. دانشگاه «سنسینگها» در حال حاضر بالاتر از موسسه فناوری «جورجیا» است و رتبه دانشگاه «علم و صنعت هنگ‌کنگ» از دانشگاه «کالیفرنیا سانتا باربارا» بهتر است. در همین حال، دانشگاه «پکن» در حال حاضر با دانشگاه «نیوپورک» هم‌رتبه هستند.

علاوه بر این، نشانه‌هایی وجود دارد که دانشگاه‌های آمریکا در حال حاضر تحت تأثیر سیاست‌های ضد مهاجرتی هستند، زیرا دانشجویان بین‌المللی کمتر به دانشگاه‌های آمریکا وارد می‌شوند. «فیل بتی» افزود: آمریکا شاهد آن است که سلطه‌اش بر رتبه‌بندی جهانی در سال جاری کاهش یافته و قافیه را به موسسات علمی انگلیسی و آسیایی باخته است. امسال برای نخستین‌بار، دانشگاه‌های آمریکا هیچ‌کدام از دو رتبه برتر رتبه‌بندی را در اختیار ندارند که بیانگر یک ضربه واقعی به بخش آموزش عالی این کشور است. در همین حال، نگرانی‌های مالی در مورد دانشگاه‌های عمومی آمریکا، عدم اطمینان در مورد سطوح درآمد تحقیقاتی آینده، سیاست‌های ضد مهاجرت و ادامه روند صعودی کشورهای آسیایی به این معنی است که موقعیت آمریکا در سال‌های آینده ممکن است متزلزل شود. سطوح آینده درآمدهای تحقیقاتی دانشگاه‌های آمریکا تحت اداره و هدایت دولت «ترامپ» و تأمین بودجه برای علوم انسانی، هنر و سلامت زیر سوال قرار دارد. در همین حال، در یک آمارگیری مشخص شد در پی سیاست‌های ضد مهاجرت، تقریباً نیمی از دانشگاه‌های آمریکا کاهش درخواست دانشجویان بین‌المللی را در مقطع کارشناسی گزارش داده‌اند که ادامه این روند ممکن است بیشتر روی امور مالی آمریکا تأثیر بگذارد.

اخبار



آیفون‌های جدید به شارژ سریع مجهز می‌شوند

اپل در مراسم رونمایی از محصولات جدید خود، از قابلیت شارژ سریع آیفون X، آیفون ۸ و آیفون ۸ پلاس نیز پرده‌برداری کرد. به گزارش ایسنا به نقل از اینگجت، اپل همزمان با رونمایی از مدل‌های جدید آیفون اعلام کرد که باتری مدل‌های جدید آیفون می‌توانند در عرض ۳۰ دقیقه تا ۵۰ درصد شارژ شوند. از لحاظ باتری، شرکت اپل تاکنون از رقبای اندرویدی خود عقب‌تر مانده بود، اما اکنون با معرفی قابلیت جدید شارژ بی‌سیم و سریع می‌توان گفت باتری آیفون‌های جدید دیگر چیزی از رقبای اندرویدی خود کم ندارند.

هم‌اکنون شرکت اپل ادعا می‌کند گوشی‌های جدید آیفون ایکس، آیفون ۸ و ۸ پلاس که در مراسمی در اپل پارک واقع در کوپرتینوی کالیفرنیا رونمایی شد، از قابلیت شارژ سریع بهره می‌برند، به‌گونه‌ای که در عرض ۳۰ دقیقه، تا ۵۰ درصد شارژ می‌شوند.

این امر می‌تواند پیشرفت چشمگیری نسبت به آیفون ۷ باشد که شارژ کامل آن یک ساعت و نیم طول می‌کشید.

البته قابلیت شارژ سریع به صورت پیش‌فرض برای آیفون‌های جدید عمل نمی‌کند و کاربران در صورت خرید یکی از مدل‌های جدید آیفون، باید بودجه‌ای جداگانه برای خرید لوازم جانبی جهت شارژ سریع در نظر بگیرند.

گوشی‌های آیفون همواره با شارژر پنج ولتی و یک‌آمپری عرضه می‌شده‌اند، اما در صورتی که برای شارژر مدل‌های جدید آیفون از یک شارژر پنج ولتی استفاده شود، کاربران قادر به شارژ سریع آنها خواهند بود.

برای انجام شارژ سریع کاربران نیاز به یک تبدیل برق USB-C خواهند داشت که باید گفت این رابط به همراه گوشی‌های جدید آیفون و در درون جعبه آنها عرضه نخواهد شد.

رقابت ۳۵۰ برنامه‌نویس تلفن همراه در دانشگاه شریف

چهارمین مارتن برنامه‌نویسی تلفن همراه با حضور ۳۵۰ برنامه‌نویس از امروز در دانشگاه صنعتی شریف آغاز به کار می‌کند. به گزارش ایسنا، چهارمین دوره مارتن برنامه‌نویسی تلفن همراه با حضور ۳۵۰ نفر برنامه‌نویس کشور در قالب ۹۰ تیم برنامه‌نویس از ۲۳ شهرومراه در دانشگاه صنعتی شریف برگزار خواهد شد. شرکت‌کنندگان این رقابت از دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های سراسر کشور و از شهرهای تهران، شیراز، اصفهان، مشهد، یزد، مازندران، کرمان، خمین، مرکزی، سمنان، ایلام، خوزستان، کردستان، آذربایجان شرقی، قم، گلستان، گیلان، همدان، زنجان و کرج هستند. این رقابت از ساعت ۸ صبح امروز آغاز می‌شود و تا ساعت ۸ صبح روز شنبه، ۲۵ شهریورماه ادامه دارد.

محققان دانشگاه‌های بروکسل و لیسبون ارائه‌دادند

طراحی یک روش جدید برای همکاری روبات‌ها

محققان دانشگاه‌های بروکسل و لیسبون در قالب یک پروژه تحقیقاتی تحت نظر اتحادیه اروپا موفق به طراحی روشی برای همکاری روبات‌ها شده‌اند. به گزارش ایسنا و به نقل از اینگجت، برای ایجاد هماهنگی و همکاری بین روبات‌ها راه‌های مختلفی وجود دارد که هر کدام از آنها چالش‌های مختص به خود را دارد. یکی از راه‌های ایجاد ارتباط بین روبات‌ها این است که به آنها برنامه‌ای داده شود تا بر اساس تغییراتی که در محیط پیرامونی آنها رخ می‌دهد فعالیت خود را ادامه دهند و کل مجموعه برای دستیابی به هدفی بزرگ‌تر همکاری کنند، هرچند که پیاده‌سازی این روش ساده نیست. روش دیگر این است که یک مرکز فرماندهی مرکزی برای مجموعه روبات‌ها تعریف شود و فعالیت‌های آنها بر این اساس تنظیم شود اما این روش در صورت از کار افتادن مرکز اصلی با اختلال در آن نمی‌تواند به خوبی پاسخگوی نیازها باشد و ممکن است در موارد حساس خطر آفرین نیز باشد. حال محققان اروپایی ترکیبی از این دو روش را برای مدیریت مجموعه‌های رباتیک طراحی کرده‌اند.

در این روش تک‌تک روبات‌ها به صورت انفرادی کار می‌کنند، اما زمانی که به هم متصل می‌شوند همگی با هم براساس دستورات یک روبات مرکزی کار می‌کنند. روبات مرکزی ثابت نیست و می‌تواند با دیگر روبات‌ها جایگزین شود و به همین دلیل در صورت بروز مشکل، تیم روبات‌ها با یک روبات مرکزی دیگر به کار خود ادامه خواهد داد و از روبات مرکزی سابق جدا شده و به روبات فرمانده جدید متصل می‌شوند. محققان اروپایی اعلام کرده‌اند که در حال حاضر در تلاش برای پیاده‌سازی این سیستم برای روبات‌های بزرگ‌تر و دارای مفاصل انعطاف‌پذیر با قابلیت حرکت در سه بعد هستند.

این است که سرویس‌های مورد نیاز بازی‌های رایانه‌ای در ایران با کیفیت بالا طراحی شود، اضافه کرد: امروز تاخیر طبیعی در بازی‌های آنلاین حدود ۱۰۰ میلی‌ثانیه است، اما ما شاهد هستیم که برخی از این بازی‌های خارجی بالغ بر ۴۰۰ میلی‌ثانیه در شبکه کشور تاخیر دارند که با استاندارد جهانی فاصله دارد و کارایی بازی را از بین می‌برد، به همین دلیل طراحی فنی شبکه به سمت اینکه بتوانیم شرایطی فراهم کنیم که کاربران ایرانی بتوانند در بازی‌های آنلاین بین‌المللی شرکت کنند، مدنظر ما قرار دارد. جهرمی از اختصاص ۱۰ میلیارد تومان وام در قالب تسهیلات وجوه اداره‌شده وزارت ارتباطات به تولیدکنندگان بازی‌های آنلاین در سال گذشته خبر داد و گفت: از آنجایی که بازی‌های رایانه‌ای یکی از صنایع سودآور است، وزارت ارتباطات با حمایت از بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای بر تقویت این صنعت تأکید دارد.

تشکیل کارگروه ساماندهی گیم با حضور وزارت ارشاد و معاونت علمی و وزارت ارتباطات

جهرمی در مورد ساماندهی بازی‌های رایانه‌ای در کشور گفت: گیم یکی از چهار حوزه پرطرفدار در میان کاربران فضای مجازی در دنیا است و انتقال مفاهیم، فرهنگ‌سازی و تربیت از طریق بازی‌های رایانه‌ای در دنیا رایج است، بر این اساس ما نیز نگاه ویژه‌ای به این بخش داشته و یکی از محورهای اصلی شبکه اطلاعات را به این موضوع اختصاص داده‌ایم.

وی افزود: در همین حال قرار است کمیته‌ای با همکاری وزارت ارشاد، وزارت ارتباطات و معاونت علمی رئیس‌جمهور در راستای ساماندهی بازی‌های خارجی در کشور و تقویت بازار بازی‌های داخلی تشکیل شود.

چهره جایگزین شده است و کاربران می‌توانند با نگاه کردن به آیفون، قفل آن را باز کنند. دوربین آیفون ایکس نیز یک دوگانه ۱۲ مگاپیکسلی و دارای لرزشگیر اپتیکال است. محصول دیگر اپل، نسل سوم ساعت هوشمند این شرکت و نخستین مدل با قابلیت اتصال به شبکه LTE (اینترنت پرسرعت) است. با این ساعت هوشمند می‌توان بدون همراه داشتن آیفون، تماس تلفنی برقرار کرد. این ساعت در صورت مجهز بودن به قابلیت ارتباط مخابراتی ۳۹۹ دلار و بدون آن ۳۲۹ دلار هزینه دارد و از تاریخ ۲۲ سپتامبر به فروش می‌رسد.

قیمت آیفون ۸ دارای ظرفیت ۶۴ گیگابایت، ۶۹۹ دلار و آیفون ۸ پلاس ۷۹۹ دلار است. این گوشی‌ها از تاریخ ۲۲ سپتامبر (۳۱ شهریور) عرضه می‌شوند. قیمت آیفون ایکس ۶۴ گیگابایتی، ۹۹۹ دلار است. این گوشی از تاریخ ۲۷ اکتبر پیش‌فروش شده و ۳ نوامبر نیز روانه بازار می‌شود. قیمت‌های آیفون اس‌ری به ۳۴۹ دلار، آیفون ۶س به ۴۴۹ دلار و آیفون ۷ به ۵۴۹ دلار کاهش یافته است.

مراسم رونمایی از محصولات جدید اپل برگزار شد

فناوری تشخیص چهره در آیفون ایکس

آیفون ۸ دارای دوربین ۱۲ مگاپیکسلی است و همچنین از لرزشگیر اپتیکال بهره می‌برد. آیفون ۸ پلاس هم دارای دو سنسور برای دوربین دوگانه‌اش است و در نور کم عملکرد بهتری نسبت به گذشته دارد. آیفون ۸ پلاس همچنین از دوربین دوگانه‌اش برای «نورپردازی پرتره» استفاده می‌کند که موجب تنظیم نور محیط در زمان ثبت تصاویر پرتره می‌شود.

فناوری Face ID، جایگزین حسگر اثر انگشت در آیفون ایکس

در این مراسم همچنین از گوشی جدید اپل، آیفون ایکس رونمایی شد. بدنه آیفون ایکس در جلو و پشت دستگاه از شیشه ساخته شده و در رنگ خاکستری و نقره‌ای عرضه شده است. نمایشگر آیفون ایکس مانند آیفون ۸ از فناوری True Tone بهره می‌برد. همچنین اپل در آیفون ایکس بالاخره دکمه هوم را به‌طور کامل از دستگاه حذف کرده و فناوری حسگر اثر انگشت با فناوری جدیدی به نام Face ID (تشخیص



سه‌شنبه شب اپل از تلویزیون جدید خود رونمایی کرد. این دستگاه قابلیت پخش با کیفیت 4K HDR را دارد.

برای نخستین بار

دوچرخه‌های خورشیدی در ایران

برای نخستین بار در ایران، دوچرخه‌های خورشیدی وارد چرخه حمل‌ونقل می‌شوند.

بنا بر اعلام داتیس‌خودرو، دوچرخه‌های خورشیدی در حالی قرار است وارد چرخه حمل‌ونقل شوند که پیش از این دوچرخه و موتورسیکلت‌های برقی با باتری‌های قابل شارژ به‌عنوان راهکاری برای کاهش آلودگی هوا در کلانشهرها مطرح شده و اقدامات حمایتی گسترده‌ای برای ورود این دست از وسایل نقلیه پاک به چرخه حمل‌ونقل صورت گرفته بود. با این حال نیاز به شارژ مداوم باتری در دوچرخه‌ها و موتورسیکلت‌های برقی نبود.

زیرساخت‌های لازم و مناسب شهری در زمینه تأمین ایستگاه‌های شارژ باتری استفاده از این وسایل را تا حدی با چالش مواجه کرده است.

میلاد علینقی، مدیرعامل شرکت داتیس‌خودرو از ورود نخستین دوچرخه خورشیدی با باتری‌های قابل شارژ توسط نور خورشید خبر می‌دهد و می‌گوید: باتری قابل شارژ این دوچرخه‌ها هیچ‌وقت تمام نمی‌شود و به راحتی می‌توان از امکان شارژ آنها توسط نور خورشید استفاده کرد.

مدیرعامل داتیس‌خودرو به‌عنوان نماینده انحصاری برند ایتالیایی لئوس (LEAOS) در ایران ادامه می‌دهد: با ورود دوچرخه‌های خورشیدی به ایران فصل جدیدی از حمل‌ونقل، ورزش و سبک زندگی در بین ایرانی‌ها گشوده می‌شود.

مدیرعامل داتیس خودرو اعلام کرد: این شرکت که پیش از این با ارائه خدمات ویژه به خودروهای هیبریدی و سبز گام‌های مثبتی برای کاهش آلودگی هوا و حفظ محیط‌زیست برداشته است، این‌بار با دریافت نمایندگی انحصاری دوچرخه‌های دست‌ساز و خورشیدی لئوس در ایران، پای این محصول جدید و خاص را علاوه بر ایتالیا، آلمان، آمریکا و اتریش به ایران باز کرده تا روپای استفاده از دوچرخه‌های برقی بدون تمام شدن شارژ برای دوچرخه‌سواران محقق شود.

به گفته علینقی، دوچرخه‌های لئوس علاوه بر شارژ با سلول‌های خورشیدی با برق شهری هم شارژ می‌شوند و هنگام حرکت سرعت‌شان به ۴۵ کیلومتر در ساعت هم می‌رسد. بنا بر اعلام داتیس‌خودرو، داشتن نمایشگر دیجیتال و ترمزهای هیدرولیک در کنار بدنه دست‌ساز و شیک که در مدل‌های سفارشی هم امکان تولید دارد، بیانگر تلفیق هنرمندانه‌ای از علم و هنر ایتالیا است. تلفیقی زیبا برای آنهایی که به محیط زیست، ترافیک و سلامت‌شان اهمیت می‌دهند و در هر شرایطی می‌خواهند لوکس زندگی کنند.

پورشه کاین توربو مدل ۲۰۱۸ معرفی شد

پورشه در نمایشگاه خودروی فرانکفورت ۲۰۱۷ از قوی‌ترین مدل شاسی‌بلند کاین رونمایی کرد. به گزارش زومیت، پورشه قدرتمندترین عضو خانواده شاسی‌بلند کاین را به نام کاین توربو در نمایشگاه خودروی فرانکفورت امسال معرفی کرد.

این خودرو استانداردهای جدیدی در سگمت خودروهای شاسی‌بلند اسپورت تدوین می‌کند. کاین توربو به پشیرانه V8 توئینتوربو به حجم ۴ لیتر مجهز است که می‌تواند ۵۵۰اسب بخار قدرت تولید کند. توانایی‌های حرکتی این خودرو نیز به لطف بهره‌گیری از ادواتی چون آیرودینامیک فعال، سیستم تعلیق بادی تنظیم‌شونده با سه محفظه باد، تایرها با چندمنظوره، اسپویلر سقف و ترمزهای تقویت‌شده با عملکرد بالا بهبود پیدا کرده است. این تجهیزات، شامل مدل استاندارد این خودرو خواهد بود؛ اما به‌صورت آپشن امکان سفارش سیستم فرمان‌پذیری چرخ‌های عقب و کنترل چرخش بدنه نیز وجود دارد.

همچنین با توجه به اینکه سیستم برق کاین جدید از نوع ۴۸ ولتی است، امکان دستیابی به عملکرد بسیار خوبی با کمک سامانه‌های موجود وجود دارد که از این نظر باید گفت کاین ۲۰۱۸ رفتاری همانند یک خودروی اسپورت تمام‌عیار خواهد داشت.

کاین توربوی جدید می‌تواند سرعت خود را در ۴.۱ ثانیه از صفر به ۱۰۰ کیلومتر بر ساعت برساند و حداکثر سرعت آن به ۲۸۶ کیلومتر بر ساعت می‌رسد. البته پورشه پکیچی با نام Sport Chrono برای کاین عرضه خواهد کرد که در صورت سفارش آن، زمان صفر تا صد خودرو به ۳.۹ ثانیه کاهش پیدا خواهد کرد.

در سینه کاین توربوی جدید یک قلب تپنده ۸ سیلندر به حجم ۴ لیتر وجود دارد که به یاری دو توربوشارژ می‌تواند ۵۵۰اسب بخار قدرت تولید کند که در مقایسه با نسل قبلی خود ۳۰اسب بخار بیشتر است. حداکثر گشتاور تولیدی کاین توربوی جدید معادل ۷۷۰ نیوتن متر است که این عدد نیز ۲۰ نیوتن متر از نسل قبلی کاین توربو بیشتر خواهد بود.

برنامه‌ریزی برای رشد فروش صنعت خودرو تا ۵۰ میلیارد دلار

براساس برنامه‌ریزی صورت گرفته از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، در چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴ میزان فروش سالانه صنعت خودرو و قطعه باید به ۵۰ میلیارد دلار افزایش یابد.

به گزارش ایسنا، در حالی دولت دوازدهم عزم خود را برای خروج از رکود و ایجاد رونق اقتصادی جزم کرده است که صنعت خودرو و قطعه به‌عنوان یکی از صنایع اشتغال‌زا و با ارزش افزوده بالا برای تحقق این هدف مدنظر قرار گرفته است. در این زمینه مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت برای سال جاری رشد تولید خودرو را برنامه‌ریزی کرده‌اند و آن طور که از اظهارات این مسئولان برمی‌آید این افزایش تولید در سال‌های آینده نیز ادامه خواهد یافت. در این رابطه این وزارتخانه در «برنامه راهبردی صنعت خودرو» پیش‌بینی کرده که در سال ۱۴۰۴ میزان فروش سالانه صنعت خودرو و قطعه باید به ۵۰ میلیارد دلار در سال افزایش یابد. این هدف‌گذاری در حالی است که طبق همین برنامه تا پایان سال جاری فروش صنعت خودرو و قطعه باید به ۲۰ میلیارد دلار برسد.

وزارت صنعت، معدن و تجارت اخیراً ویرایش دوم «برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت» را منتشر کرد که در آن راهبردهای این وزارتخانه برای توسعه بخش صنعت کشور پیش‌بینی شده است. بخشی از برنامه راهبردی این وزارتخانه در حوزه صنایع مربوط به «برنامه راهبردی صنعت خودرو» است. در برنامه راهبردی صنعت خودرو راهکارهایی در زمینه توسعه و گسترش کمی و کیفی صنعت خودرو و قطعه ایران در حوزه‌های مختلف پیش‌بینی شده است.

تازه‌ترین آمار واردات خودرو اعلام شد

گمرک ایران از واردات ۳۷ هزار و ۶۲۳ دستگاه انواع خودرو در پنج ماهه اول سال جاری خبر داد. واردات انواع خودروی سواری در پنج ماهه اول سال گذشته ۲۶ هزار و ۲۷۶ دستگاه و به ارزش ۶۹۰ میلیون و ۷۰۳ دلار قرار بود، اما واردات خودرو در پنج‌ماهه سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر تعداد ۴۲۶۴ درصد افزایش داشته است. همچنین ارزش واردات انواع خودروی سواری در مدت یاد شده به میزان یک میلیارد و ۳۳ میلیون دلار بود. واردات انواع خودروی سواری به ایران در پنج‌ماهه اول سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل به لحاظ ارزش نیز ۴۹.۵ درصد افزایش داشته است. به طور کلی خودروی سواری کمتر از ۱۵۰۰ سی‌سی در ردیف تعرفه‌ای ۸۷۰۳۲۲۹۰ جدول مقررات صادرات و واردات طبقه‌بندی می‌شود و واردات این خودروها مشمول ۴۰درصد حقوق و عوارض گمرکی به ازای هر دستگاه خودرو است.

واردات خودروهای سواری بین ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی‌سی در ردیف تعرفه‌ای ۸۷۰۳۲۳۱۹ طبقه‌بندی شده و مشمول ۴۰درصد حقوق و عوارض گمرکی به ازای هر دستگاه خودرو است. خودروهای سواری از ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ سی‌سی هم در ردیف تعرفه‌ای ۸۷۰۳۲۳۲۹ طبقه‌بندی و مشمول ۵۵ درصد حقوق و عوارض گمرکی به ازای هر دستگاه خودرو است. واردات خودروهای سواری با حجم موتور بیش از ۲۵۰۰ سی‌سی نیز کماکان ممنوع است.

دی ۹۷ آخرین اولتیماتوم استاندارد خودروها

رئیس سازمان ملی استاندارد ایران می‌گوید مهلت تعیین شده تا ابتدای دی‌ماه سال ۱۳۹۷ به منظور راییت ۸۳ مورد استاندارد خودرویی افزایش نمی‌یابد و هر خودرویی که نتواند این میزان استاندارد را رعایت کند با توقف تولید مواجه خواهد شد.

نیره پیروزبخت در حاشیه نشست مربوط به شورای تعیین صلاحیت موسسه استاندارد و اندازه‌شناسی کشورهای اسلامی که با حضور مقامات ترک ظهر دیروز در محل ساختمان سازمان ملی استاندارد ایران برگزار شد، در پاسخ به اینکه برخی اعلام کرده‌اند استانداردهای ۸۳ مورد خودرویی را تا خردادماه سال ۱۳۹۸ رعایت خواهند کرد، اظهار کرد: این برنامه در شورای سیاست‌گذاری خودرو تصویب شده و قرار نیست تغییری در زمان آن ایجاد شود. آخرین مهلت تعیین شده ابتدای دی‌ماه سال ۱۳۹۷ است و اخیراً وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز روی این مسئله و رعایت استانداردها تأکید کردند. وی همچنین در پاسخ به اینکه زمزمه‌هایی مبنی بر افزایش قیمت خودروها در صورت رعایت ۸۳ مورد استاندارد تعیین شده به وجود آمده است، خاطرنشان کرد: سازمان ملی استاندارد در مورد مباحث قیمتی ورود نمی‌کند و در این رابطه شورای رقابت و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان مسئول هستند. سازمان استاندارد تنها موظف به ارتقای کیفیت‌هاست، چراکه این مسئله با جان و سلامت مردم سر و کار دارد.

این شرکت خواهند بود. کامیون آکتروس با مشخصات فعلی تا سال ۲۰۱۹ تولید و پس از آن نسخه‌ای جدید و مطابق با آخرین استانداردهای اروپا تولید خواهد شد. در مرحله بعدی، خط تولید جدیدی نیز پیش‌بینی شده است. بر اساس این قرارداد، سهم داخلی‌سازی خودروهای تولیدی بنز در ایران در سال نخست ۲۰ درصد است که در صورت داشتن صرفه اقتصادی تا ۵۰درصد نیز قابل افزایش خواهد بود.

از جمله موارد دیگری که در تفاهم‌نامه همکاری میان ایران‌خودرو و گروه خودروسازی دایملر آلمان لحاظ شده است، نیازسنجی و تولید محصولات جدید و جایگزینی آنها با محصولات فعلی در قالب شرکت مشترک این دو خودروسازی است. همچنین مذاکراتی در راستای تولید پیش‌رانه مشترک میان ایران‌خودرو دیزل و دایملر آلمان انجام شده است که در صورت رسیدن به تفاهم بین طرفین، به‌عنوان یکی دیگر از شرح وظایف شرکت سرمایه‌گذاری مشترک، وارد مرحله برنامه‌ریزی و اجرا خواهد شد.



بر عهده خواهد داشت. دومین شرکت که طی ماه‌های آتی به‌صورت رسمی ایجاد و ثبت خواهد شد، مسئولیت تولید خودروهای تحت برند بنز را بر عهده خواهد داشت و نسل فعلی و آینده کامیون‌های آکتروس نیز از جمله تولیدات

هر دو شرکت رسید؛ شامل ایجاد دو شرکت مشترک در جهت تولید، فروش و عرضه خدمات پس از فروش خودرو خواهد بود. نخستین شرکت به شکل انحصاری مسئولیت فروش محصولات تجاری شرکت مرسدس بنز در ایران را

تفاهم‌نامه همکاری با شرکت بنز در زمینه تولید و فروش خودروهای سواری، نسبت به آینده این همکاری ابراز امیدواری کرد و خواستار همکاری‌های بیشتر میان دو شرکت شد. این قرارداد که دیروز به امضای مدیران ارشد

بومی‌سازی نانوپوشش‌های سبز برای صنایع خودرو و لوازم خانگی

و در آب و محیط واسط نامحلول خواهد بود. آزاد، چالش کنونی این شرکت را ارتباط با صنایع بزرگ دانست و اظهار کرد: حدود پنجاه سال است که در صنعت خودرو از پوشش‌های وارداتی استفاده می‌شود، در حالی که شرکت بنز از این نوع پوشش‌ها برای خودروهای تولیدی خود بهره می‌برد، ما در موضعی قرار داریم که برای عرضه این پوشش‌ها به صنعت خودرو به لحاظ فنی مشکلی نداریم و قادر هستیم این ۵۰ سال را جبران کنیم، اما نیاز داریم که راه ارتباط ما با این صنایع هموار شود.

وی سوءاستفاده برخی شرکت‌ها از نام نانو را از دیگر چالش‌های پیش روی این شرکت نام برد و افزود: محصولاتی به بازار عرضه شده که فقط نام نانو را یدک کشیده و هیچ‌گونه گواهی و کیفیتی ندارند. ضمن اینکه برای سایر شرکت‌ها

مشکل ایجاد کرده و اعتبار نانو را از بین می‌برند. برای این موضوع باید از سوی ستاد نانو راه‌حلی اندیشیده شود. نانوپوشش‌های زیرکونیومی موفق به اخذ تاییدیه نانومقیاس از ستاد ویژه توسعه فناوری نانو شده است.

این شرکت استفاده از این مواد مضر حذف شده و این موضوع موجب شده تا از این پوشش‌ها به‌عنوان پوشش‌های سبز یاد شود.

این محقق، کاهش مصرف آب و انرژی را از دیگر مزایای این نانو پوشش ذکر کرد. وی ادامه داد: پوشش‌های نانومتری زیرکونیومی دارای دو سطح است؛ یکی سطح داخلی که به‌صورت بسیار محکمی به سطح زیرلایه می‌چسبد و دیگری سطح خارجی است که دارای خلل و فرج است و موجب می‌شود لایه بعدی که می‌تواند لایه رنگ باشد، در این خلل و فرج نفوذ کرده و چسبندگی بسیار خوبی به سطح زیرین داشته باشد.

آزاد، پوشش‌های نانومتری زیرکونیومی را در زمره پوشش‌های تبدیلی دانست و خاطرنشان کرد: فرایند اعمال این پوشش‌ها به این صورت است که لایه‌های اتمی سطحی زیرلایه با یکسری یون‌های واسط وارد واکنش شده و روی سطح فلز پوشش ایجاد می‌شود. لایه حاصل‌شده یک اتصال محکم با فلز پایه خواهد داشت

تبدیلی زیرکونیومی شدید. به گفته وی، تاکنون زنجیره کاملی از تولید مواد اولیه و تولید و عرضه این پوشش‌ها بومی‌سازی شده و به صنایع متقاضی عرضه شده است.

آزاد با اشاره به پوشش‌های فسفات‌ه رایج در صنعت به توصیف مزایای پوشش‌های نانومتری زیرکونیومی پرداخت و یادآور شد: اگر ضخامت پوشش‌های رایج فسفات روی را ۱۰ هزار نانومتر در نظر بگیریم، پوشش‌های تبدیلی زیرکونیومی تولیدی این شرکت حداقل ۱۰۰ برابر نازک‌تر هستند که این موضوع چندین مزیت را در پی دارد. این محقق، اقتصادی بودن را یکی از این مزیت‌ها دانست و ادامه داد: با کاهش ضخامت پوشش مقدار ماده مصرف شده در پوشش نیز کاهش می‌یابد و این به معنی کاهش مستقیم هزینه پوشش است.

وی کاهش مسائل زیست‌محیطی را به دیگر مزایای این پوشش نام برد و گفت: در پوشش‌های کروماته و فسفات‌ه از برخی مواد شیمیایی سمی از جمله اسیدفسفریک و فلزات سنگین استفاده می‌شود که در نانوپوشش‌های تولیدی

پژوهشگران یک شرکت تولیدکننده مواد شیمیایی به دانش فنی اعمال پوشش‌های تبدیلی با ضخامت نانومتری دست یافته‌اند که به گفته آنها این پوشش زیست‌سازگار است و می‌تواند جایگزین مناسبی برای صنایع لوازم‌خانگی و صنایع خودرو باشد. به گزارش ایسنا، یکی از شرکت‌های تولیدکننده مواد شیمیایی با صنایع بزرگی مانند صنایع تولید لوازم‌خانگی، قطعات و مجموعه‌های خودرویی، صنعت برق، صنایع فلزی و صنایع آلومینیوم همکاری مستمر دارد و اکنون پس از سال‌ها فعالیت در حوزه تولید انواع شوینده‌های صنعتی و پوشش‌های سطحی، موفق به اعمال پوشش‌های زیرکونیومی با ضخامت نانومتری شده است.

فرهنگ آزاد، از محققان این طرح با بیان اینکه از سال‌ها قبل دستیابی به دانش فنی اعمال نانوپوشش‌ها در دستور کار واحد تحقیق و توسعه این شرکت قرار داشته است، گفت: پس از حدود پنج سال تلاش، توانستیم به این مهم دست یابیم و در حال حاضر موفق به تجاری‌سازی نانوپوشش‌های



تازه‌های خودرو



بی‌ام‌و موتوراسپرت از مدل جدید خودروی مسابقه‌ای خود با نام GTE M۸ در نمایشگاه خودروی فرانکفورت ۲۰۱۷ رونمایی کرد.

روزنامه سخن روز از مهرماه روی کیوسک مطبوعات می‌رود

روزنامه سخن روز با زمینه انتشار سیاسی و فرهنگی و با روش تحلیلی خبری با صاحب‌امتیازی رشید غربی اندیشی از مهرماه سال جاری منتشر می‌شود. به گزارش روابط عمومی روزنامه سخن روز، این روزنامه که قبلا در قالب هفته‌نامه منتشر می‌شد پس از انتشار ۵۰۰ شماره با دریافت مجوز انتشار از هیات نظارت بر مطبوعات، به‌صورت روزنامه‌ای و با زمینه انتشار سیاسی و فرهنگی پا به عرصه فعالیت‌های فرهنگی و مطبوعاتی می‌گذارد. رشید غربی‌اندیشی صاحب‌امتیاز روزنامه سخن روز با اعلام اینکه مدیرمسئولی این روزنامه بر عهده دکتر مسعود پرورد است افزود: روپکرد این نشریه که با حضور روزنامه‌نگاران و افراد پیشکسوت عرصه مطبوعات است، خبری و تحلیلی خواهد بود.



یادداشت

لیدرهای تولید خودروهای برقی را بشناسید

بسیاری از شرکت‌های خودروسازی در جهان عزم خود را برای تولید انبوه خودروهای برقی جزم و از برنامه‌های خود بدین منظور رونمایی کرده‌اند. به گزارش ایستا نقل از روتترز، بسیاری از کشورهای جهان قصد دارند با هدف مقابله با آلودگی هوا و کاهش میزان انتشار آلایندها و گازهای گلخانه‌ای و حفظ بیشتر محیط زیست، خودروهای تمام الکتریکی و برقی را به تولید انبوه برسانند. افزایش روزافزون خودروهای برقی و محبوبیت استفاده بیشتر از این خودروهای پاک، موجب شده است شرکت‌های خودروسازی در سراسر جهان به رقابتی تنگاتنگ پرداخته و هر یک از برنامه‌های خود برای طراحی و تولید خودروهایی بهتر و با توان پیمایش بیشتر رونمایی کنند. دولت انگلیس قرار است تا سال ۲۰۴۰ تولید و فروش تمامی خودروهای بنزینی و دیزلی را در این کشور ممنوع اعلام کند تا بدین وسیله با معضل آلودگی هوا مقابله کرده و خودروهای دوستدار محیط زیست را به کار بگیرد. پس از انگلستان، کشورها و شهرهای دیگری همچون فرانسه، مالدیپ، مکزیکو سیتی و اتن نیز می‌خواهند روند تولید و فروش خودروهای بنزینی و دیزلی را متوقف کنند. دولت چین نیز در همین راستا قصد دارد ساخت و تولید خودروهای بنزینی و دیزلی که محیط زیست را آلوده می‌کند و موجب آلودگی هوا و سسپ بیماری بسیاری از شهروندان می‌شود، ممنوع اعلام کند، اما مقامات دولتی این کشور هنوز زمان دقیقی را مشخص نکرده‌اند. طبق گزارش‌های منتشر شده، چین می‌خواهد حداقل یک پنجم فروش خودرو در این کشور را تا سال ۲۰۲۵ به بازار این خودروها اختصاص دهد. دولت هند هم قصد دارد تا سال ۲۰۳۰ میلادی، خودروسان این کشور را موظف کند تمامی خودروهای تولیدی در این کشور را برقی کنند در زیر به شرکت‌های عظیم خودروسازی در جهان که قصد تولید انبوه خودروهای برقی و الکتریکی را دارند، نگاهی می‌اندازیم.
خودروساز آمریکایی تسلا که اخیراً فرایند تولید و عرضه جدیدترین خودروی برقی خود یعنی تسلا ۳ را آغاز کرده است، از جمله پیشگامان صنعت خودروسازی برقی در جهان به شمار می‌رود. آلین ماسک – مدیر ارشد اجرایی شرکت تسلا – عنوان کرده است که این شرکت قصد دارد تا سال ۲۰۲۰ تعداد ۵۰ هزار دستگاه خودروی تمام برقی را تولید و وارد بازار کند. این رقم حدوداً شش برابر تعداد خودروهای برقی است که هم‌اکنون توسط این شرکت در ایالات متحده آمریکا تولید شده و به فروش رسیده است. شرکت خودروسازی تویوتا نیز اعلام کرده که قصد دارد میزان انتشار آلایندهای تمامی خودروهای تولیدی خود را تا سال ۲۰۵۰ به عدد صفر برساند. این خودروساز ژاپنی اغلب روی تکنولوژی خودروهای هیبریدی تمرکز داشته است، همانطور که مدل هیبریدی تویوتا پریوس در بازار بسیار موفقیت‌آمیز عمل کرد، اما با این حال، تویوتا در ماه گذشته اعلام کرد که با همکاری شرکت مزدا، می‌خواهد تا سال ۲۰۲۰ خودروهای تمام برقی را به تولید انبوه رسانده و به بازار عرضه کند.



بنیانگذار واتس‌اپ فیس‌بوک را ترک می‌کند

برایان اکتون، بنیانگذار واتس‌اپ با انتشار پستی در فیس‌بوک اعلام کرد که قصد دارد این کمپانی را برای ایجاد کسب‌وکار غیرانتفاعی جدیدی ترک کند. همانطور که اشاره کردیم، اکتون تصمیم خود را در یک پست فیس‌بوکی اعلام کرده است. وی در پست خود چنین اظهار نظر کرد: «پس از هشت سال در واتس‌اپ، من تصمیم گرفتم از این کمپانی جدا شوم و مرحله جدیدی را در زندگی خود آغاز کنم. من بسیار خوش‌شانس هستم که در این سن انعطاف‌پذیری لازم را برای قبول چالش‌ها و ریسک‌های جدید در زندگی خود دارم. من تصمیم گرفته‌ام یک کسب‌وکار غیرانتفاعی را آغاز کنم که در آن به فناوری و تکنولوژی‌های ارتباطی خواهم پرداخت. این موضوعی است که مدتی به آن فکر کرده‌ام و حالا زمان عمل کردن و تمرکز بر کسب‌وکار جدید فرارسیده است. من اطلاعات بیشتری در ماه‌های آینده در این خصوص به اشتراک خواهم گذاشت. این موضوع به‌طور حتم یک تصمیم بسیار سخت است. من به دستاوردهای واتس‌اپ در چند سال اخیر افتخار می‌کنم و بسیار هیجان‌انگیز است که ببینم روزانه تعداد بسیار زیادی از افراد واتس‌اپ را مورد استفاده قرار می‌دهند».

اکتون سرویس واتس‌اپ را در سال ۲۰۰۹ با همکاری جان کوم، مدیرعامل کنونی این کمپانی استارت زد. این دو همدیگر را زمانی‌که در باهو مشغول به کار بودند، ملاقات کردند و با یکدیگر آشنا شدند. پس از گذشت پنج سال از آغاز به کار سرویس واتس‌اپ، فیس‌بوک با پرداخت بیش از ۲۲میلیارد دلار، این سرویس پیام‌رسان را تصاحب کرد. البته توافق اولیه صورت‌گرفته برای تصاحب واتس‌اپ توسط فیس‌بوک نزدیک به ۱۹ میلیارد دلار بود.

در حال حاضر، واتس‌اپ با در اختیار داشتن بیش از یک میلیارد کاربر ماهانه، محبوب‌ترین سیستم ارتباطی است که مورد استفاده قرار می‌گیرد. زمانی که فیس‌بوک استارت‌آپ واتس‌اپ را تصاحب کرد، تعداد کاربران فعال ماهانه این کمپانی ۴۵۰میلیون نفر بود. بخش اعظمی از کاربران واتس‌اپ را افرادی تشکیل می‌دهند که خارج از خاک آمریکا زندگی می‌کنند. ۱۰۰ هزار دستگاه خودروی برقی را تا سال ۲۰۲۰ و ۲۰۲۰ وارد بازار کرده و به فروش برسانند. شرکت خودروسازی بی‌ام و (BMW) نیز که در سال ۲۰۱۳ تولید یک خودروی برقی به نام آ ۳ آغاز کرده بود، روز س‌شنبه اعلام کرد که آمادگی تولید انبوه خودروهای برقی تا سال ۲۰۲۰ میلادی را دارد. این خودروساز آلمانی همچنین به تولید ۱۲ مدل تمام برقی تا سال ۲۰۲۵ متعهد شده است. سرجیو مارچيون، مدیر اجرایی شرکت خودروسازی فیات که سال‌ها با تولید خودروهای الکتریکی مخالفت می‌کرد در مصاحبه‌ای در ماه ژوئیه به تبلیگران بازار اعلام کرد که سرانجام به جریان جدید ایجاد شده در بازار خودروساز آمریکایی تسلا که اخیراً راه‌اندازی شده است و به منظور کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای و مقابله با آلودگی هوا، می‌خواهد تا سال ۲۰۲۲ خودروهای برقی تولید کند. بنابر اعلام شرکت خودروسازی ولوو (Volvo) تمامی خودروهای ساخت این شرکت، از سال ۲۰۱۹ به بعد برقی با هیبریدی خواهد بود. شرکت خودروسازی جنرال موتورز هم‌اکنون بیشترین فروش را از خودروهای شاسی بلند و کامیون‌های برقی است که هم‌اکنون در ایالات متحده آمریکا دارد. در حال حاضر خودروی برقی شورولت بولت ساخت این شرکت رقیب سرسختی برای تسلا به شمار می‌رود. جنرال موتورز قصد دارد سالانه به تعداد ۳۰ هزار دستگاه خودروی شورولت بولت را تولید کند. ماری باره، مدیر اجرایی جنرال موتورز خاطرنشان کرده است که این خودروساز قرار است از پیش از سال ۲۰۲۰ یک خودروی جدید تمام برقی خود را به بازار عرضه کند. شرکت خودروسازی فورد نیز می‌خواهد تا سال ۲۰۲۰ میلادی، به میزان ۴۵ میلیارد دلار در بخش تولید خودروهای برقی سرمایه‌گذاری و در پنج سال آینده از ۱۳ مدل جدید برقی رونمایی کند.

کاهش ۱۰۰ دلاری قیمت آیفون‌های قبلی با معرفی آیفون‌های جدید اپل

مانند سال‌های گذشته، با معرفی آیفون‌های جدید اپل، قیمت آیفون‌های ۶s، ۶s پلاس، ۷ و ۷ پلاس هر کدام ۱۰۰ دلار کاهش یافت. دیگری برای بار شری خرید مدل‌های قبلی آیفون اما به خاطر داشته باشید این قیمت به این معنی است که هم‌اکنون آیفون ۷ با قیمت ۵۴۹ دلار و آیفون ۷ پلاس با قیمت ۶۶۹ دلار به فروش می‌رسند.
سسال گذشته قیمت آیفون 6s و 6s پلاس ۱۰۰ دلار کاهش یافت و اکنون آOLED از دلاری جدید، قیمت آن با ۱۰۰ دلار تخفیف ۴۹۹ و ۵۴۹ دلار رسیده است. همچنین تخفیف ۵۰ دلاری برای آیفون SE ارائه شده که باعث می‌شود قیمت آن به ۳۴۹ دلار برسد. به گزارش رومیت، اگر عاقله‌ای به خرید آخرین پرچمدان‌های اپل ندریسند، اکنون زمان مناسبی است که پرچمدان‌های قبلی را در قیمتی کمتر خریداری کنید. البته باید در نظر داشته باشید که قیمت‌های نهایی به کشوری که در آن زندگی می‌کنید و به شرایط مالیات نیز بستگی دارد. ضمناً قیمت‌های مشخص شده توسط اپل با قیمت‌های پیشنهادی اپراتورها نیز تفاوت خواهد داشت.



حاضر هیچ‌کدام از این موضوع در طول مراسم شب گذشته نکرد. البته زاین دیبیلی که پیش از آن ۵۰۰هزار نفر را برای پیش‌پژیه‌ای اپل و بستن یاد خاطرنشان کنیم که در حقیقت اپل در این خصوص کست احتمالی ندارد. احتمالاً تا سال ۲۰۱۹ قاتر به تولید انبوه پتل OLED خواهد بود.

کسب‌وکار امروز



سمینار فرآیندهای کسب‌وکار در ایران برگزار شد

سمینار مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار در مناطق یک و ۲۱ شهرداری تهران توسط نماینده انحصاری انجمن بین‌المللی مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار در دانشگاه علم و صنعت برگزار شد. به گزارش ذاکرتیو، نماینده انحصاری انجمن بین‌المللی مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار در ایران که در مرکز رصد دانشگاه علم و صنعت مستقر است، سمینار ۳۲ ساعته‌ای برگزار کرد. در این سمینار مفاهیم مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار توسط مهرداد کرمانی، ریاست‌نماینده‌گی انحصاری انجمن بین‌المللی مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار در ایران برای شهرداری‌های منطقه یک و ۲۱ ارائه شد. از جمله مباحث مطرح‌شده در این سمینار، مفاهیم اولیه در حوزه مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار، چرخه مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار، لزوم توجه و پیاده‌سازی مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار در سازمان، مدیریت فرآیندهای شهرداری تهران و… بود.

دریچه

چگونه به بهترین نحو با دیگر شرکت‌ها قرارداد ببندیم

در هر کسب‌وکاری، معامله با سرمایه‌گذاران یا دیگر شرکای تجاری اجتناب‌ناپذیر است. هر چقدر کیفیت قرارداد بیشتر باشد، میزان درآمد برند نیز افزایش پیدا خواهد کرد. مشارکت، جنبه لازم و ضروری همه کسب‌وکارها است. گاهی همکاری با شرکت‌های بزرگ می‌تواند باعث افزایش اعتبار شرکت‌های کوچک‌تر شود، بنابراین در شرایط خاص باید نهایت استفاده را برد و با شرکت‌های بزرگ‌تر یا سرمایه‌گذاران قرارداد همکاری امضا کرد. فرانک تالاریکو (Frank Talarico)مدیرعامل شرکت Goodwill تا به حال با برندهای زیادی همکاری کرده است. ما در ادامه این مقاله به نقل از زومیت راهکارهای او را برای ایجاد یک همکاری خوب و ارزشمند با شرکت‌های دیگر بررسی کرده‌ایم.

۴- استراتژی مناسبی برای روابط عمومی داشته باشید

فراوش تکنیک که شما قراردادی را برای افزایش مزیت هر دو طرف‌ها امضا کرده‌اید. این مزایا شامل افزایش روابط عمومی شرکت‌ها نیز می‌شود. هر چقدر روابط عمومی قوی‌تر باشد، برند شما بیشتر دیده خواهد شد. این موضوع به نفع شرکت است و امکان همکاری‌های آینده را افزایش خواهد داد. حتی بعد از گذشت مدتی مشاهده می‌کنید که شرکت‌های دیگر خودشان برای همکاری با شما پیش‌قدم خواهند شد.

۵- پیروزی‌ها را با هم جشن بگیرید

شما و همکاران هر دو برای پیروزی تلاش کرده‌اید بنابراین این موفقیت را با هم جشن بگیرید. اعضای هر دو تیم را در یک رستوران دور هم جمع کنید و تجربیات خود را با هم به اشتراک بگذارید. این کار سبب آشنایی کارمندان با یکدیگر و محکم شدن روابط میان آنها می‌شود.

هر چقدر آشنایی اعضای تیم بالاتر رود میزان اعتماد آنها نیز به یکدیگر بیشتر خواهد شد. همه ما از همکاری با افرادی که دوست‌شان داریم لذت می‌بریم و این موضوع در مورد شرکت‌ها نیز صدق می‌کند. پروژه‌ها را با یکدیگر تقسیم کنید و بهترین عملکردها را ارائه دهید. هر چند روابط میان اعضای دو تیم بیشتر باشد، مدت همکاری میان آنها نیز افزایش پیدا خواهد کرد. منبع : INC

۱- آنها باهوش‌تر از شما نیستند

هیچ فرصتی را تنها با این احتمال که شاید فرد مورد نظر عاقله‌ای به همکاری نداشته باشد از دست ندهید. اکثر کسب‌وکارهای نوپا یا استارت‌آپ‌ها تنها به این دلیل که کوچک یا متفاوت هستند، احساس می‌کنند شرکت‌های بزرگ‌تر نمی‌خواهند با آنها وارد معامله شوند.

بستن یک قرارداد تنها زمانی امکان‌پذیر می‌شود که خودتان را به‌عنوان عضوی از کسب‌وکار آنها در نظر بگیرید.

هیچ موقع از آنها نپرسید که آیا مایل به همکاری هستند یا خیر. در عوض

ببینید چگونه می‌توانید به آنها کمک کنید که به اهداف‌شان برسند و اینکه آنها چگونه می‌توانند شما را در رسیدن به اهداف‌تان یاری کنند.

۲- از مراحل بالا شروع کنید

فرانک تالاریکو به‌عنوان متخصصی که تا به حال قراردادهای زیادی امضا کرده، می‌گوید: «من همیشه از بالاترین مقام در سلسله‌مراتب یک شرکت شروع می‌کنم. البته ریسک مذاکره با روسا بالا است و ممکن است هرگز دیده نشودید، اما از طرف دیگر صحبت کردن با یک مدیرعامل به شما کمک می‌کند که صحبت‌های خود را واضح، مختصر و مفید بیان کنید. این کار همچنین این مزیت را دارد که افراد بالاترین‌به از ابتدای کار در جریان شرایط شما قرار بگیرند.»

به علت جمع آوری اطلاعات شخصی

اسپانیایی‌ها فیس‌بوک را ۱.۲میلیون یورو جریمه کردند

یک نهاد نظارتی در اسپانیا فیس‌بوک را به علت جمع آوری اطلاعات شخصی کاربران خود ۱.۲میلیون یورو جریمه کرده است.

به گزارش مهر به نقل از سی ان بی‌بی، فیس‌بوک از این اطلاعات برای شناسایی دقیق‌تر ویژگی‌های افراد و ارسال تبلیغات هدفمند برای کاربران خود استفاده می‌کرد. جریمه مذکور پس از آن صورت می‌گیرد که نهادهای نظارتی در اسپانیا، بلژیک، فرانسه، آلمان و هلند تحقیقات مفصلی را در مورد نحوه گردآوری و استفاده فیس‌بوک از داده‌های خصوصی کاربران و میزان رعایت حریم شخصی آنان به عمل آوردند. ۱.۲ میلیون یورو جریمه فیس‌بوک بخش ناچیزی از درآمد ۴میلیارددلاری آن در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۷ و سرمایه آن در بازار سهام به میزان ۲۳۵میلیارد دلار محسوب می‌شود.



در فروشگاه‌های شهر برندهای ترکیه‌ای روز روز افزایش می‌یابند و بر تعدادشان افزوده می‌شود.

مدتی است که فروشگاه‌های زنجیره‌ای پوشاک اغلب با برندهای مدتی است که فروشگاه‌های زنجیره‌ای پوشاک اغلب با برندهای

ترکیه‌ای کار می‌کنند و در سطح شهر رشد پیدا کرده و فروشگاه‌های اطراف را هم تحت تأثیر قرار داده‌اند. در این میان برخی از برندهای سطح شهر نسبت به تولیدات داخل برتری خاصی ندارند، اما با قیمت‌های چند برابری و این ذهنیت که برند خاصی هستند در بین مردم جایگاه یافته‌اند.

ابوالقاسم شیرازی، رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پوشاک تأکید کرد: ورود برندهای مختلف خارجی در سال‌های اخیر ضربه شدیدی به تولید داخل وارد کرد و هیچ فردی از تولیدکنندگان داخلی حمایت نکرد. در سال جدید واردکنندگان شبکه اجتماعی حذف کرده‌اند. از حذف داده‌های مربوط به آنها انحصاری محصولات‌شان را به فروش برسانند. رشد قارچ‌گونه این گونه



بودن محصولات ثابت شود فقط می‌تواند گزارش‌های لازم را ارجاع دهد که غلط بودن گزارش مشکلاتی را برای اتحادیه به وجود می‌آورد.

آموزش استفاده از هشتگ‌ها در تبلیغ و بازاریابی

هشتگ‌ها نمادهای پیشوندی هستند که معمولاً قبل از موضوعی می‌آیند که داده‌ها یا اطلاعات زیادی در شبکه‌های اجتماعی درباره آنها وجود دارد.

به گزارش پارک بازاریابی ایران، از این نماد برای برجسته کردن یک مطلب و پیگیری راحت‌تر تمامی مطالبی که در خصوص یک موضوع است در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌شود.

این واقعیت غیرقابل انکار است که امروزه شبکه‌های اجتماعی گسترش چشمگیری داشته و در تمامی جنبه‌های زندگی مردم، صنایع، بازار، دولت‌ها و... تأثیر داشته‌اند، بنابراین لازم است در تبلیغ و بازاریابی نیز از این اهرم بسیار مهم و پر کاربرد غافل نباشید و بهترین و مناسب‌ترین استفاده‌ها را داشته باشید.

برای اینکه بتوانید به بهترین نحو از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید باید مهارت‌ها و دانش کافی در خصوص نحوه استفاده از آن را به دست آورید. نماد هشتگ در زمینه تبلیغ، بازاریابی و برندسازی می‌تواند بسیار کمک‌کننده باشد. در صورتی که بخواهید تمامی مطالب مربوط به برند یا تبلیغات‌تان مورد بازدید بسیاری از افراد قرار بگیرد و همچنین افراد به راحتی بتوانند به تمامی مطالبی که شما در خصوص برند یا تبلیغات خود در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرده‌اید دسترسی داشته باشند و به راحتی پیگیری کنند، بهتر است از نماد هشتگ استفاده کنید.

برای اینکه از هشتگ‌ها بهترین استفاده را کرده و واکنش‌ها و بازخوردهای زیادی را دریافت کنید، پیشنهاد می‌شود از روش‌هایی که در ادامه آموزش داده می‌شود استفاده کنید.



راه اول) استفاده از یک شعار

گاهی می‌توانید شعار خیلی کوتاهی را انتخاب کرده و از آن به‌عنوان کلید واژه‌ای که افراد می‌توانند شما را بشناسند یا برای مخاطبان جذب‌کننده باشد استفاده کنید. بنابراین یکی از راه‌هایی که می‌توانید از هشتگ استفاده کنید این است که علامت هشتگ(#) را قبل از شعار کوتاه خود که معمولاً بین یک تا سه حرف است استفاده کنید.

راه دوم) استفاده از یک لغت مستقیم

گاهی بهتر است از لغتی که مستقیماً به برند شما مربوط است استفاده کنید و این لغت را از طریق هشتگ پررنگ کرده و در ذهن‌ها ثبت کنید. این لغت باید توانایی این را داشته باشد که برند و فعالیت شما را در ذهن مخاطبان تداعی کند.

راه سوم) استفاده از لغت‌های کلی

از نظر مشاوره تبلیغات و بازاریابی، گاهی ممکن است شما از واژه‌ای که مستقیماً به برند شما مربوط نباشد استفاده کنید. بدین منظور که شما یک لغتی را به‌عنوان هشتگ انتخاب می‌کنید که مربوط به زمینه فعالیت شماست نه مستقیماً برند و شرکت‌تان. معمولاً از این روش، شرکت‌ها و برندهایی استفاده می‌کنند که هنوز شناخته شده نیستند و از طریق این لغت قصد دارند ذهن خواننده را آماده کنند که چه نوع مطلبی را می‌خواهد مطالعه کند.

راه چهارم) استفاده از یک کلیدواژه

در این روش شما یکی از واژه‌هایی را که در متن‌تان بسیار تکرار شده و موضوع اصلی مطالب‌تان در خصوص آن است، انتخاب کرده و به‌عنوان هشتگ درج می‌کنید. معمولاً شرکت‌ها و برندها باید این کلیدواژه را براساس اتفاق و رویدادی که در شرکت آنها روی می‌دهد یا روی داده است، انتخاب کنند.

نکاتی که برای طراحی تبلیغات ترغیب‌کننده باید بدانید



اضافه وزن را درنظر بگیرید. همه اینها دلالت بر مفهومی مشترک دارند اما در عمل کاربردهای متفاوتی دارند.

مثلاً واژه تیل‌میل احساس خوبی مخاطب هدف را به سمت اعتقاد و پذیرش براند و محصول‌تان می‌برد، باید انگیزه‌ها و ارزش‌های او را به دقت بشناسید و بررسی کنید. باید تبلیغات ترغیب‌کننده را بشناسید و راه به کار بردن آنها را به‌خوبی بدانید. دانستن ارتباطات بصری و اجرای آن به‌طور ترغیب‌کننده برای مخاطب، امری بسیار پیچیده است. با این وجود چطور در صنعت طراحی شاهد حضور گسترده طراحان و گرافیست‌های مختلف هستیم؟ گرچه بسیاری از تبلیغات گرافیکی برای مخاطبان جذاب هستند و برای انتقال پیام موردنظر توجه لازم را جلب می‌کنند، اما با این وجود شناخت مفهوم در پس‌زمینه طراحی برای طراحان باسابقه و تازه‌کار همواره ضرورت دارد. با ما همراه باشید تا درادامه به نقل از سایت chetor بیشتر به این موضوع بپردازیم.

معانی، ارتباطات و بسترسازی در طراحی تبلیغات ترغیب‌کننده
ویلیام جیمز می‌گوید «گرچه قسمتی از ادراکات ما بنابر چیزهایی است که در جلوی دیدگان‌مان هستند، اما بخش دیگری که شاید اهمیت بیشتری هم دارد، از ذهن ما نشأت می‌گیرد.»

۱- معانی

معانی پلی ارتباطی میان عوامل عینی و انتزاعی هستند. هر پیام حاوی دو بخش جداگانه است؛ صورت ظاهری و مفهومی عمقی و درونی که به چیز خاصی اشاره دارد. توانایی برقراری ارتباط و پیوند میان این دو بخش به توان افراد در تصور و تجسم کردن بازمی‌گردد. همه ما نسبت به آنچه می‌بینیم تفکراتی داریم که بنابر محیط یا احساسات در ما شکل می‌گیرند. ما فقط درباره آنچه می‌بینیم، فکر نمی‌کنیم بلکه احساسات و خاطره نیز در ما می‌گیرد. واژه‌ها و تصاویر با معانی مشترک می‌توانند واکنش‌های کاملاً متفاوتی را در ما برانگیزانند. مثلاً واژه‌های چاق، تیل‌میل، تنومند و دارای

مغز ما این‌خاصیت را دارد که اطلاعات جدید را با اطلاعات قدیمی مقایسه و میان آنها ارتباط برقرار کند، پس جای تعجب نیست که بیشتر ادراکات و تصمیمات ما بنابر فعالیتهای

ناخودآگاه ذهنی صورت می‌گیرند. این نوع از ارتباط درواقع یادآوری وابسته به گذشته و اطلاعات قبلی است که از سویی حافظه صورت می‌گیرد. با تفکر درباره موضوعی خاص، ذهن به یاد چیزهای دیگر می‌افتد و به سمت فکر کردن به آنها هدایت می‌شود. پس اگر افکاری که با دیدن تبلیغات محصول‌تان در ذهن مخاطب شما شکل می‌گیرد مثبت و خاطره‌انگیز باشد، گامی بزرگ به جلو برداشته‌اید.

حتی ایجاد لبخندی ساده بر لب مخاطب، با دیدن تبلیغات ترغیب‌کننده شما بسیار مفید خواهد بود؛ لزومی ندارد که تبلیغ حتما حاوی شوخی و نمک ویژه‌ای باشد، بلکه همین لبخند هم گاهی کفایت می‌کند و قادر است که واکنش مثبت مخاطب را نسبت به محصول شما برانگیزاند.

در مسیر توسعه تدریجی هوش مصنوعی در دهه ۶۰ میلادی، نوعی رایانه وجود داشت که عملکرد سلول‌های به کاررفته در آن به‌صورت تحریک هر سلول به‌وسیله سلول دیگر صورت می‌گرفت، یعنی پاسخ‌دهی هر سلول باعث تحریک سلول دیگر می‌شد و در نهایت برنامه‌ای که شبیه‌سازی شده بود، نتیجه لازم را ارائه می‌کرد. روان‌شناسی انسان‌ها نیز به همین ترتیب عمل می‌کند. احساسات، ایده‌ها و اهداف افراد درمورد چیزهایی که می‌بینند و می‌خوانند با هم مرتبط است. به همین دلیل به کارگیری افراد معروف و مشهور در تصدیق و تأیید برندها بسیار مفید واقع می‌شود.

مردم مایل هستند به تبلیغاتی توجه کنند که از سویی مشاهیر ارائه می‌شود، چرا که آنها با کیفیت‌های گوناگونی در ارتباط هستند و آنها را می‌شناسند و علاوه‌بر اینها به این افراد علاقه‌مند هستند. به‌طور کلی وقتی مردم احساس می‌کنند آنچه می‌شنوند صدای قدرت و مسئولیت است بهتر و دقیق‌تر به آن توجه می‌کنند.

۲- بسترسازی

بستری که مشاهدات ما در آن صورت می‌گیرد نیز در تأثیرپذیری ما نقش

عمده‌ای دارد. تبلیغات ترغیب‌کننده می‌توانند نشانگر انواع رویدادها و دارای اهداف گوناگونی باشند. مثلاً اگر در آنها اهداف و رویدادهای تاریخی، اجتماعی، فصلی، فرهنگی و سیاسی لحاظ شود، موضوعی دیگر می‌افتد و به سمت فکر کردن به آنها هدایت می‌شود. پس اگر افکاری که با دیدن تبلیغات محصول‌تان در ذهن مخاطب شما شکل می‌گیرد مثبت و خاطره‌انگیز باشد، گامی بزرگ به جلو برداشته‌اید.

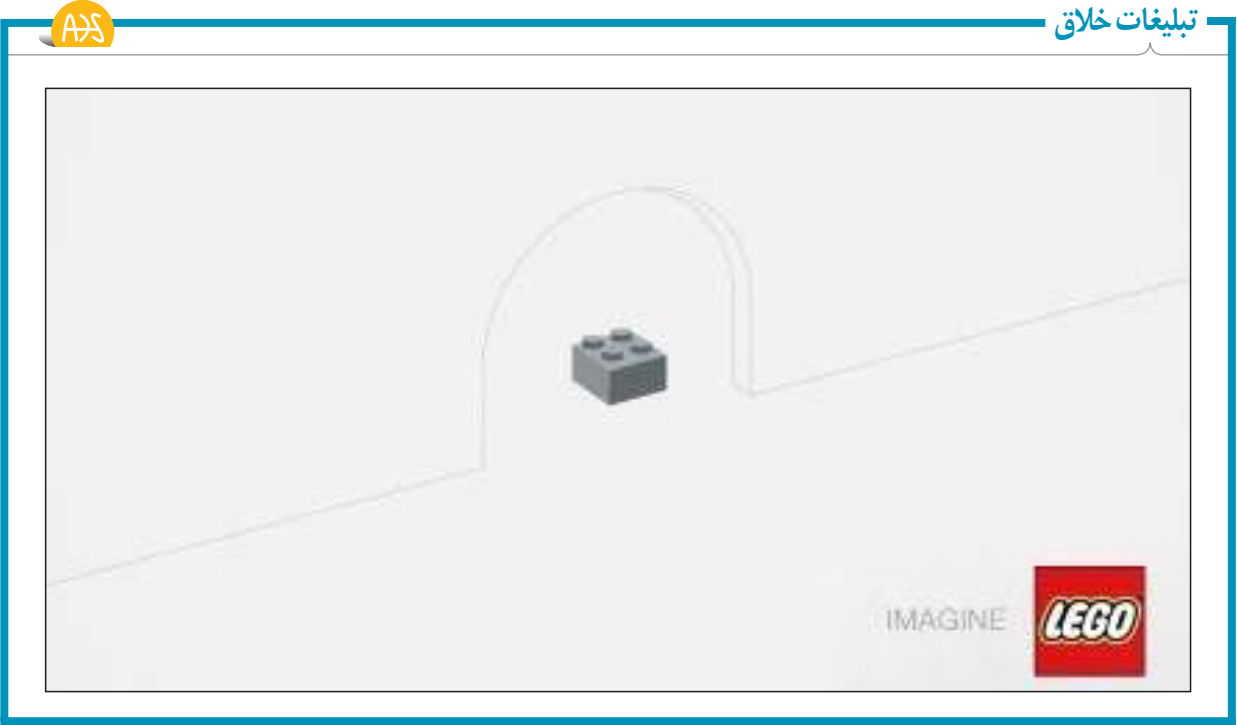
بسترسازی برای مخاطب بسیار حائزاهمیت است. گاهی نیز برای جلب توجه مخاطب می‌توان از عنصری چشمگیر در پس زمینه کار بهره گرفت؛ عنصری که به یکباره توجه مخاطب را شدیداً به خود جلب می‌کند.

اگر می‌خواهید از چنین تکنیکی استفاده کنید باید به جوانب آن کاملاً واقف باشید تا از هدف خود دور نشوید. مثلاً فرض کنید برای تبلیغ شیرینی‌های یک قنادی از تصویر انگشتری استفاده شده که نگین آن یک کیک فنجانی است و پیامی که ارائه می‌کند نیز چنین است: «کیک‌های کوچک برای مراسم بزرگ». چنین تبلیغی نشان می‌دهد که این کیک‌ها خوشمزه و مناسب برای مهمانی‌های مهم هستند، اما اگر قصد دارید نکته و پیامی صاف و پوست‌کنده به مخاطب منتقل کنید باید از به کار بردن جلوه‌های هنری در کار بپرهیزید زیرا این نوع از جلوه‌ها مانع از دریافت مستقیم معنا در مخاطب می‌شوند و به عبارتی دیگر او را از مسیر خارج می‌سازند. توماس جفرسون (Thomas Jefferson) می‌گوید «اگر برای انجام کاری دلیل قانع‌کننده‌ای سراغ ندارید، دلیل خوبی‌بی تفاوت نشان می‌دهند.

۳- بسترسازی

بستری که مشاهدات ما در آن صورت می‌گیرد نیز در تأثیرپذیری ما نقش

برگرفته از: printmag



ایستگاه تبلیغات

دستیابی به بهترین ایده‌های تبلیغاتی

لویسنسون، معروف‌ترین نویسنده و چهره سرشناس بازاریابی و تبلیغات چریکی، پنج گام را برای توسعه خلاقیت‌های فردی و دستیابی به بهترین ایده‌های تبلیغاتی ارائه کرده است. به گزارش هورموند، این پنج گام به شرح زیر است.

گام اول: آنچه را که در مورد محصولات یا خدمات شما برای‌تان خارق‌العاده، جذاب یا ارزشمند است شناسایی کنید

تأکید تبلیغات چریکی بر همین نقطه است؛ نقطه‌ای که آغاز ایده پردازی است. آنچه شما را مجذوب خود می‌کند، برای دیگران نیز می‌تواند سرگرم‌کننده، غیرمنتظره و منحصربه‌فرد باشد. پس پیش از هر چیز باید ارزش‌ها و برتری‌های خود را نسبت به سایر رقبا شناسایی کرده و از آن به‌عنوان شروع تبلیغات چریکی استفاده کنید.

گام دوم: خط رقابت خود را با دیگر شرکت‌ها مشخص کنید

زمانی که برتری‌ها و ارزش‌های درونی خود را شناختید باید دریابید که چگونه می‌توان از آنها به‌صورت خط متمایزکننده‌شما از سایر رقبا استفاده کرد. برای این منظور بدانید که مشتریان با گرایش به سمت شما چه چیزهایی را کسب می‌کنند که در سایر گزینه‌های رقیب وجود ندارد. **گام سوم:** مرز میان تبلیغات خود و باورپذیری را از میان بردارید.

فراوش نکند که می‌خواهید ایده‌ای تبلیغاتی را ارائه کنید، اگرچه باید تمامی گفته‌های شما مبنی بر واقعیت باشد اما در تبلیغات همیشه جایی برای اغراق و بزرگنمایی وجود دارد. موفق‌ترین آگهی‌های تبلیغاتی آنهایی هستند که با انتخاب واژه‌ها، تصاویر و مفاهیمی ساده و باورپذیر به آسانی برای مخاطبان قابل‌درک هستند و در ذهن‌شان جای می‌گیرند. کاری نکنید که مخاطب با خود بگوید «هن که باور نمی‌کنم» شنیدن این حرف، ساده‌ترین راه برای شناخت یک تبلیغ چریکی ناموفق است.

گام چهارم: مخاطبان خود را از جا بپرانید.

کاری کنید که مخاطب، لحظه‌به‌لحظه تبلیغ شما را دنبال کند. اگر تبلیغی تهیه کنید که هیچ‌کس به آن نگاه نمی‌کند، مطمئن باشید خلاقیت لازم را ندارد. مردم تنها به تبلیغاتی توجه دارند که برای آنان تازگی داشته و با خواسته‌های‌شان همخوانی داشته باشد. طراحی و ارائه تبلیغات چریکی کم‌هزینه برای دفعاتی محدود می‌تواند حواس مخاطبان را جمع کرده و آنان را به‌طور کامل مجذوب آگهی کند.

گام پنجم: به مشتریان نشان دهید که دقیقاً چه کاری را باید انجام دهند.

بسیاری از آگهی‌های تبلیغاتی در توجه به چهار گام قبلی موفق می‌شوند و توجه مخاطبان را به خود جلب می‌کنند ولی تنها نکته‌نهایی در این است که پس از جلب‌توجه مخاطب، او چه باید بکند؟ تبلیغات چریکی موفق به این نکته به‌خوبی توجه می‌کند و آنچه را که از مخاطب انتظار می‌رود در آخرین لحظه به‌صراحت به او اعلام می‌شود. مخاطب را مجذوب تبلیغات خود رها نکنید. به بیان ساده‌تر دست او را بگیرید و به مقصدی که انتظار دارید او را هدایت کنید.

حذف رقبای کپی کار در تبلیغات

برای حذف رقبای کپی کار در تبلیغات سه گزینه پیش رو خواهید داشت.

۱- فراوش کردن رقبایا، با این امید که بسیاری از مشتریان بالقوه قابلیت‌های شما را می‌شناسند و می‌دانند که این ایده‌های کپی شده توسط رقبا از آن شما بوده است، از این‌رو نسبت به آنها واکنشی نشان نمی‌دهند و به خرید محصول شما روی می‌آورند.

در بیشتر موارد این گزینه بهترین گزینه است، زیرا تعداد محدودی از رقبا به کپی‌برداری از کلیه فعالیت‌ها یا ایده‌های خلاقانه شما دست می‌زنند. بیشتر شرکت‌ها اگرچه در جست‌وجوی اطلاعات رقیب خود هستند اما در برابر مشتریان و در فعالیت‌های تبلیغاتی خود را نسبت به رقبا بی‌تفاوتی می‌آورند.

۲- نشان دادن واکنش‌های محدود نسبت به فعالیت‌های رقبا با ایجاد تغییرات جزئی در تبلیغات. برای مثال اگر یکی از رقبا محصولات خود را به حدی کاهش دهد که این تغییر، زنگ خطری برای بازار شما باشد، می‌توانید با تأکید بر ارزش و کیفیت محصولات خود به مشتریان، اهمیت این مسئله را در مقایسه باقیمت محصول یادآوری کنید.

برخی شرکت‌ها با رقبایی سروکار دارند که دائماً به تقلید فعالیت‌های تبلیغاتی آنها می‌پردازند. در این صورت این گزینه بهترین راهکار است. با این کار به این دسته از رقبا نشان می‌دهید که نسبت به کپی‌برداری آنها بی‌تفاوت نبوده‌اید و شما نیز قادرید با ایجاد کوچک‌ترین تغییر در تبلیغات خود مشتریان را نسبت به اقدام منفی آنها آگاه سازید.

۳- سربه‌سر شدن با رقبای جدی. برای مثال، اجرای تبلیغات مقایسه‌ای با تأکید بر برتری محصولات شما در برابر اصلی‌ترین رقیب‌تان و ذکر جزئیات مزیتی منحصربه‌فرد محصول شما و سایر نکاتی که می‌توانند وجود رقابت جدی میان شرکت شما و رقبای‌تان را برای عموم مشتریان آشکار سازند. این گزینه تنها در شرایطی بهترین راهکار محسوب می‌شود که کپی‌برداری رقبا سهم بازار شما را به‌شدت تهدید کند و حساب مخارج و درآمدهای شما را به هم بریزد که درنتیجه چاره‌ای جز شاخ‌به‌شاخ شدن با رقیب وجود ندارد. با انتخاب این گزینه بخشی از هزینه‌های تبلیغاتی شما برای معرفی رقیب‌تان صرف می‌شود و به‌ندرت سرمایه‌گذاری منطقی به شمار می‌آید. حتی اگر تبلیغ شما به‌گونه‌ای باشد که مخاطبان شما را دلزده کند بازهم این اقدام میزان آگاهی از نام و برند رقیب را در ذهن مخاطبان افزایش می‌دهد.

نکاتی که باید هنگام معرفی محصول رعایت کنید

معرفی یک محصول چالش بزرگی برای استارت‌آپ‌ها است. بسیاری از سرمایه‌گذاران بعد از چنین رویدادهایی در مورد ارزشمند بودن یا نبودن استارت‌آپ تصمیم می‌گیرند.

تصور کنید که شما صاحب یک استارت‌آپ هستید و می‌خواهید محصول خود را به دیگران معرفی کنید. شما ماه‌ها برای توسعه این محصول تلاش کرده‌اید و اکنون زمان راه‌اندازی آن فرا رسیده است. تصور کنید در یک مراسم رسمی هستید و روزنامه‌نگاران می‌خواهند صحبت‌های شما را چاپ کنند. مطمئنا متن سخنرانی خود را از قبل آماده کرده‌اید و آن را حفظ هستید. سه نکته‌ای که در ادامه این مقاله به نقل از زومیت بررسی شده است، کمک می‌کنند که سخنرانی بهتری داشته باشید.

۱- جذابیت

روزنامه‌نگاران به دنبال جذابیت هستند. درواقع می‌خواهند متنی بنویسند که مخاطب را به خواندن آن جذب کنند. بسیاری از سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها دچار شک و تردید می‌شوند زیرا استارت‌آپ‌های زیادی وجود داشته‌اند که نتوانسته‌اند مسیر را ادامه دهند و محکوم به شکست شده‌اند، بنابراین باید ثابت کنید که کسب‌وکار شما با بقیه استارت‌آپ‌ها فرق می‌کند و مانند آنها شکست نخواهید خورد. روی مواردی تمرکز کنید که شرکت شما را از دیگران متمایز می‌کند. اگر چیزی که می‌خواهید معرفی کنید، نخستین محصول‌تان است، شرایط کمی دشوار خواهد شد. در این صورت باید روی مواردی مانند رشد کاربران و دیگر دستاوردهایی که داشته‌اید تمرکز کنید. اما اگر قصد معرفی نسخه دوم محصول‌تان را دارید، بهتر است این موضوع را حتما عنوان کنید. به‌عنوان مثال ثابت و پتانسیل محصول، نرخ حفظ مشتری و میزان رشد از جمله مواردی هستند که می‌توانند در چنین شرایطی در نظر گرفته شوند، بنابراین فراموش نکنید که باید تأکید زیادی روی موفقیت‌های خود داشته باشید. اگر این محصول چندمین دستاورد استارت‌آپ شما است، می‌توانید محصولات قدیمی‌تر خود را نیز معرفی کنید. از دلایل موفقیت خود در گذشته صحبت کنید و بگویید که مطمئن هستید این بار نیز محصول‌تان از کیفیت بالایی برخوردار است. چنین صحبت‌هایی می‌توانند توجه روزنامه‌نگاران را بسیار جلب کنند. گاهی اوقات برای نمایش جذابیت‌ها بهتر است به اعداد اکتفا نکنید. اگر بینندگان را یا اعضای تیم استارت‌آپ، دارای موفقیت‌های خوب و چشمگیری هستند، می‌توانید این موارد را نیز در سخنرانی خود لحاظ کنید. درمورد استعدادهای اعضای تیم‌تان صحبت کرده تا اعتمادها را به سمت خود جلب کنید. اگر مربیان یا افراد باتجرب‌های به شما در این زمینه مشاوره داده‌اند و می‌دانید که ناشناس باعث افزایش اعتبار می‌شود، حتما آنها را نیز معرفی کنید.

۲- تأثیرگذاری

معرفی تأثیر محصول به اندازه معرفی جذابیت‌های آن مهم است. آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که محصول شما در کوتاه‌مدت چه تأثیری بر تغییر رفتار کاربران خواهد گذاشت؟ در بلندمدت چطور؟ محصول شما چه فرصت‌های جدیدی را آشکار خواهد کرد؟ روزنامه‌نگاران دوست دارند بدانند که محصول شما چه تأثیری بر صنعت مرتبط خواهد گذاشت و چگونه باعث رشد آن خواهد شد. آیا استارت‌آپ شما ارزش‌های فعلی بازار را بر هم خواهد زد؟ در این صورت به‌طور کامل توضیح دهید که چه ارزش‌هایی را هدف قرار داده‌اید. همچنین بگویید چرا بر هم زدن این ارزش‌ها مفید هستند؟ چرا مردم باید به تغییر وضعیت فعلی صنعت اهمیت دهند؟

به‌عنوان مثال یک استارت‌آپ سنگاپوری، دیده شدن هنر را یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها می‌داند. آنها ریسک خریداری کردن محصولات هنری را کاهش داده‌اند. به این صورت که شخص می‌تواند پیش از خریداری کردن محصول، نمای آن را در اتاق مورد نظر یا هر محل دیگری ببیند. این تغییر رفتار در ارزش بازار، می‌تواند میزان فروش محصولات هنری را افزایش دهد.

۳- زمانبندی

زمانبندی یکی دیگر از شاخص‌های مهم معرفی یک محصول است. آیا محصول شما با یک داستان یا رویداد در ارتباط است؟ آیا در جریان بودن ترندهای خاصی باعث می‌شود که محصول شما بهتر دیده شود؟ اگر جواب بله است، از فرصت سود ببرید و این موضوع را حتما عنوان کنید. گاهی اوقات یک حادثه یا یک مشکل اجتماعی می‌تواند بهترین فرصت برای معرفی محصولی باشد که برای رفع آن اقدام خواهد کرد. اگر چنین فرصتی سراغ ندارید و تازه می‌خواهید واکنش بازار را نسبت به ایده‌تان بدانید، بهتر است برای معرفی محصول خود کمی صبر کنید. روزنامه‌نگاران ترجیح می‌دهند محصولات قدیمی و مرتبط با نیازهای بازار را تحت پوشش قرار دهند تا اینکه در مورد یک محصول جدید اما نامرتبط مقاله بنویسند.

منبع: FORBES



قهوه‌های مجانی تسخیرکننده بازار

مشتريان بالقوه داشته باشد.

در اینجا با انحراف از بحث اصلی اضافه می‌کنم که بسیاری از کمپانی‌های بزرگ و نامی دنیا (که حتی تصورشان هم برای عامه مردم غیرممکن است) از این راهبرد تبعیت می‌کنند؛ تا جایی که حتی برای بیرون دادن (RELEASE) و رونمایی از محصولات جدیدشان، در راستای ایجاد صف و ازدحام به صورت ساعتی افرادی را

از آنجا که یک ابرقدرت همیشه یک ابرقدرت است، تأکید می‌کنم که برنامه‌های مدیریت یکپارچه بازاریابی یک ابرقدرت تجاری هم باید نشان از قدرت و برتری داشته باشند. طی برنامه‌های بازاریابی مک‌دونالد دیده شده که در کشورهای آمریکای

شمالی، به صورت شهری یا استانی، به طور معمول دو بار در سال به مدت یک هفته به عموم مراجعه‌کنندگان در کلیه شعب این استوران‌ها، قهوه مجانی داده می‌شود. ارائه قهوه (عموماً به صورت ۲۴ ساعته) به صورت رایگان در تمامی شعب یک استان، آن‌هم است‌های بزرگ کشورهای آمریکای شمالی، جدا یک حرکت انقلابی در حوزه تبلیغات و بازاریابی است.

این امر مستلزم دارا بودن یک مدیریت مجتمع بازاریابی قدرتمند در سطح یک منطقه جغرافیایی بزرگ است، چرا که پیش از آن برنامه‌های مدون اطلاع‌رسانی

از طرق مختلف اعم از بیلبورد، تبلیغات در فضای مجازی، تبلیغات در فضای داخلی رستوران‌ها و... باید اتفاق بیفتد تا اهدافی چون خبرسازی گسترده، بازآبادآوری طعم و مزه قهوه ویژه مک‌دونالد در ذهن مشتریان بالفعل و ایجاد فضای سسمپلینگ گسترده برای مشتریان بالقوه، محقق شود.

ضمناً در این راستا مهم‌ترین اهداف غایی یعنی آگاهی‌رسانی عمومی با تمرکز بر اینکه مک‌دونالد فقط یک رستوران برای سرو غذا نیست، همین‌طور اعلام برتری در رقابت با کلیه کافی‌شاپ‌ها و ایجاد شلوغی در فضای رستوران هم باید، منتج شود. البته تأکید می‌کنم که مراجعه افراد جهت تهیه قهوه رایگان، در بسیاری مواقع سفارشات جانبی غیررایگانی (اعم از سفارش مافین یا پای یس...) را هم در کنار خود به ارمان می‌آورد که شاید آنها نیز بتوانند بخش کوچکی از پوشش هزینه‌های پروموشن قهوه مجانی (FREE COFFEE) باشند. به هر حال این اقدام فراگیر مجدداً برند را در آذهان زنده کرده و ضمن پوشش هزینه‌ها، جذب کردن مشتریان جدید و بازجذب مشتریان قدیم، همواره ابزاری برای ابراز قدرت‌نمایی و تسخیر مجدد بازار محسوب می‌شود.

با نظری منطقی به مجموعه هزینه‌ها باید گفت که به واقع فقط از این مجموعه بر می‌آید که با دست و دلبازی چنین برنامه‌های

بازاریابی را اجرا کند.

در بررسی رستوران‌های مشابه همانند برگ‌کینگ یا ون‌دیز یس... هیچ‌گاه حرکاتی مشابه دیده نشده است. در بررسی کافی شاپ‌ها، صرف‌نظر از کافی‌شاپ‌های دارای شعبات کشوری، در آنها که مشهور و بین‌المللی هستند همانند استارباکس نیز هرگز چنین پروموشن‌هایی حتی در سطح ضعیف‌تر هم دیده نشده است.

در بسیاری از مراسم و برنامه‌های عمومی هم، ساعت‌ها ماشین بزرگ (TRUCK) توزیع قهوه رایگان مک‌دونالد وجود دارد و ضمن ارائه انواع قهوه‌ها بهترین کیفیت، سعی در اغوا و تحریک ذائقه مردم دارد، نکته اینجاست که مشابه این کار هم توسط هم‌صنفان دیده نشده است.

حتی طی برنامه‌های دیگر حدود دو بار در هر سال به تمام مشتریانی که هر کدام از آیت‌های صبحانه را می‌خرند نیز قهوه به صورت رایگان داده می‌شود که این برنامه یکپارچه بازاریابی هم کاملاً خصوصیات موارد فوق‌الذکر را دارد.

آنچه نیاز به تأکید دارد اینکه نگاه صحیح به برنامه‌های جامع بازاریابی و تبلیغات به‌عنوان سرمایه‌گذاری برگشت‌پذیر است، البته اگر به صورت یکپارچه، کاملاً هماهنگ، برنامه‌ریزی شده و هدفمند انجام شود.

نکته حائز اهمیت اینکه هنوز هم شرکت‌ها و کارخانه‌هایی هستند که علاوه بر قدرت مالی، به برنامه‌های جامع بازاریابی و تبلیغات نگاه مثبتی ندارند یا حرکات بسیار سنتی، نامطلوب یا بی‌هدفی انجام می‌دهند، که البته بدین ترتیب انتظار برگشت سرمایه برای‌شان غیرمنطقی تلقی می‌شود.

ارتباط با نویسنده: leilagshirazi@gmail.com

نقش گسترده فرهنگ در بازاریابی

بازاریابی فرهنگی موضوع ساده‌ای نیست و اهمیت آن بیشتر از چیزی است که این روزها مرسوم و متداول شده است. در واقع فرهنگ چیزی است که بازاریابان را قادر می‌سازد ارتباط و تعامل بیشتری را با مخاطبان خود برقرار کرده و این‌گونه باعث افزایش رشد کسب‌وکار خود شوند. عدم پذیرش اهمیت فرهنگ در برندسازی و ایجاد کسب‌وکار همان چیزی است که شما را در معرض ضعف رقابتی قرار می‌دهد. به گزارش ibazaryabi، آقای Rob Fields از فعالان حوزه بازاریابی و کسب‌وکار معتقد است که برندها هرگز به‌طور مستقیم با مصرف‌کنندگان ارتباط برقرار نمی‌کنند، بلکه این ارتباط همیشه از طریق فرهنگ صورت می‌گیرد و به همین علت نباید به هنگام توسعه استراتژی‌های بازاریابی نادیده گرفته شود.

در واقع فرهنگ جایی است که شما زمینه و فرصت تعامل و رشد کسب‌وکار خود را در آن پیدا می‌کنید.

فرهنگ چیست؟

پاسخ به این سوال فلسفی کمی سخت است. فرهنگ اصطلاح پیچیده‌ای است اما می‌توان تعریف عامه آن را مجموعه دانش‌ها، باورها، هنر، اخلاق، آداب و رسوم، قابلیت‌ها و عادت‌های افراد یک جامعه دانست. برخی‌ها هم معتقدند که معنای فرهنگ به سرعت در حال تغییر است یا اصلاً چیزی به نام فرهنگ وجود ندارد.

چگونه فرهنگ با استراتژی بازاریابی مرتبط می‌شود؟

بعضی از بازاریابان معتقدند که اصلاً نیازی به سرمایه‌گذاری در تبلیغات چندفرهنگی یا هدف قرار دادن یک گروه خاص نیست. همین‌طور از نظر آنان در عرض چند سال آینده، هر یک از مصرف‌کنندگان به «جریان اصلی» خواهند پیوست و از هدف قومی خود دور خواهند شد. برای همین باید به مجموع مشتریان، فارغ از فرهنگ و قومیت آنها نگاه کنیم. این در حالی است که گروهی دیگر کاملاً مقابل این باور قرار دارند؛ آنان معتقدند که در جوامع چندوجهی همیشه صدای تمایز فرهنگی به گوش می‌رسد و کسب‌وکارها نباید آنها را نادیده بگیرند.

برای مثال اگر شما کشور کانادا را در نظر بگیرید، کل هزینه‌های مصرف‌کنندگان در کانادا در پنج سال گذشته ۲۱ درصد افزایش یافته است. در این میان سهم کانادایی‌های آسیای جنوبی ۷۶ درصد و سهم کانادایی‌های چینی ۴۰ درصد بوده است. این نشان می‌دهد که آنان بازارهای مهمی برای کسب‌وکارهای کانادایی هستند. بازاریابان باید چگونگی دسترسی به آنها را پیدا کنند و این تنها در سایه بازاریابی فرهنگی محقق می‌شود. خانم Vanessa Vachet در مقاله خود در مورد اهمیت بازاریابی فرهنگی مثال جالبی را آورده است.

«پدر من در اصل فرانسوی هستن ولی الان به مدت ۴۰ سال است که بیشترین زمانش را در سرزمین مادریش، کانادا سپری می‌کند. با این حال هنوز هم هر روز صبح، اخبار فرانسوی گوش می‌دهد، به زبان محلی صحبت می‌کند، غذاهای فرانسوی می‌خورد، موسیقی فرانسوی گوش می‌دهد و مطابق سنت‌های فرانسوی عمل می‌کند. او ممکن است که در کاغذ به‌عنوان «جریان اصلی» در نظر گرفته نشود ولی هنوز فرهنگ فرانسوی خود را دارد. می‌توان گفت تقریباً نیم قرن زندگی در کانادا اعتقادات فرهنگی او را از بین نبرده است و احتمالاً هرگز این اتفاق نخواهد افتاد.»

یک مثال ساده برای فهم بهتر بازاریابی فرهنگی

سلیقه و ترجیحات ما به واسطه زبان، فرهنگ، مذهب، ارزش‌ها و عادت‌های کشور مادری‌مان شکل می‌گیرد. به طور مثال نوشتیدن آب بر پرتقال هنگام صبح یک جریان اصلی در تمام کشورها به شمار می‌آید. چینی‌ها باوجود اینکه آب پرتقال دوست دارند اما تمایل ندارند که هنگام صبح آن را بنوشند زیرا معتقدند که خیلی سرد و اسیدی است و برای صبحانه ترجیح می‌دهند نوشیدنی‌های گرم مصرف کنند. شاید همین نمونه ساده بتواند اهمیت بازاریابی فرهنگی را برای شما روشن کند، علاوه بر این بازاریابان باید خلاقیت خود را برای جذب مخاطبان متنوع به کار بگیرند.

شاید در گذشته ترجمه بروشور یا تراکت‌های تبلیغاتی برای کسب‌وکارها به زبان‌های دیگر کافی بود اما امروزه بازاریابان باید پیشرفت کنند. برای مثال استفاده از تصاویر مرتبط با فرهنگ هر یک از مخاطبان برای برندها، شیوه خلاقانه‌ای است که نشان می‌دهد شما درک بالایی در مورد جوامع آنها دارید.

نتیجه‌گیری بازاریابی فرهنگی

بازاریابی مؤثر در هر کمپین شامل مواردی همچون زبان‌ها و ارزش‌های آن فرهنگ خواهد بود. مصرف‌کنندگان زمانی به تبلیغات اهمیت می‌دهند که شخصی‌سازی شده باشند.

به یاد داشته باشید که تصمیمات مصرف‌کنندگان تا حدود زیادی از قلب آنها نشأت می‌گیرد و قلب جایی است که فرهنگ در آن زندگی می‌کند، نفس می‌کشد و رشد می‌کند.

برای همین شرکت‌ها و سازمان‌ها قبل از شروع استراتژی و هدف‌گذاری روی مخاطبان خاص باید درک کاملی از فرهنگ‌ها و چالش‌های مشتریان خود داشته باشند. سپس باید مطمئن شوند که پیام‌های بازاریابی آنها کاملاً معتبر هستند.

استراتژی بازاریابی دقیقاً باید انعکاسی از سنت‌ها و هنرهای فرهنگی باشد. همین‌طور بازاریابان باید دائماً بازار هدف‌شان را که همیشه در حال تغییر است، ارزیابی کنند.

شرکت‌ها باید همیشه از خود بپرسند که آیا کسب‌وکار آنها شبیه جوامع و مشتریان‌شان است یا خیر؟

منبع: quoteendquote

آنچه نیاز به تأکید دارد اینکه نگاه صحیح به برنامه‌های جامع بازاریابی و تبلیغات به‌عنوان سرمایه‌گذاری برگشت‌پذیر است، البته اگر به صورت یکپارچه، کاملاً هماهنگ، برنامه‌ریزی شده و هدفمند انجام شود



کار تابل



برنامه‌ریزی شرط موفقیت در کسب‌وکار

مترجم: امیر آل علی

برنامه‌ریزی به‌عنوان یک اصل بسیار مهم و البته پذیرفته شده برای شروع و مدیریت هر کسب‌و کاری است.

برنامه‌ریزی راهنمای شما برای حرکت رو به جلو است و نقشه راهی برای گام‌های منظم و مدیریت شده شما است.

همیشه به خاطر داشته باشید برنامه‌ریزی یک فرآیند است که باید همیشه انجام شود و هرگز قطع نمی‌شود.

برنامه‌ای که شما آماده می‌کنید یک سند زنده است که دارای حیات است و باید نسبت به تغییر شرایط داخلی و خارجی محیط کسب‌وکار عکس‌العمل نشان دهد و تغییراتی در بخش‌های مختلف آن ایجاد شود.

هدف از برنامه‌ریزی، متمرکز شدن برهدف و منحرف نشدن در کسب‌وکار است. وقتی از هدف منحرف نشوید می‌توانید برآوردهای مالی‌تان را ساده کنید، وقتی برآوردهای مالی‌تان ساده شود کنترل هزینه‌ها را به‌دست می‌گیرید و با کمبود سرمایه مواجه نمی‌شوید و بر عملکردتان و هزینه‌ها کنترل و تسلط دارید و با تسلط بر هزینه‌ها و عملکرد، از فرصت‌ها استفاده می‌کنید و منافع اقتصادی‌تان را افزایش می‌دهید و می‌توانید کیفیت کسب‌وکار‌تان را بالا ببرید و ارزش کارتان را حفظ و در کسب‌وکار‌تان رشد کنید.

در نتیجه آرامش فکری بیشتری دارید و می‌توانید تصویری روشن از آینده مالی و درآمد پنج‌ساله آینده‌تان پیش‌بینی کنید، در نهایت آرزوهای‌تان، جنبه عملی به خود می‌گیرد.

با استفاده از برنامه‌ریزی در کار و شغلی که داریم می‌توانیم مسئولیت‌ها و وظایف کاری مختلف را زمان‌بندی کنیم و با نظم بیشتری به انجام کارها و مسئولیت‌های کاری خود بپردازیم، در این صورت استرس کمتری هم بابت کمبود وقت خواهیم داشت.

این امر باعث می‌شود کیفیت کاری نیز افزایش یابد. قطعاً زمانی‌که با استفاده از یک برنامه‌ریزی خوب و در زمان‌بندی مشخص همه کارها و مسئولیت‌های کاری خود را با نظم انجام می‌دهیم کیفیت کاری ما نیز افزایش خواهد یافت.

توصیه‌های حرفه‌ای از مدیران موفق

– برنامه‌ریزی در موارد زیر یک مدیر را یاری می‌دهد:

۱- قدرت تصمیم‌گیری‌تان افزایش می‌یابد و می‌توانید تصمیم‌های صحیح در زمان مناسب بگیرید.

۲- فرصت کافی را برای تصحیح خطاهای اجتناب‌ناپذیر ایجاد می‌کنید.

۳- تمرکز‌تان بر انجام فعالیت‌های ضروری برای رسیدن به آینده مالی مطلوب افزایش می‌یابد.

– برنامه‌ریزی می‌تواند به صورت کوتاه‌مدت و بلندمدت باشد. یک برنامه‌ریزی خوب به ما کمک می‌کند تا بتوانیم به اهداف خود نزدیک شویم. به همین خاطر باید همواره مورد توجه قرار بگیرد.

خبر



حمایت از تولید اپلیکیشن‌های پستی

مدیرعامل پست می‌گوید: فراخوان شناسایی ایده‌های استارت‌آپی پستی در حال آماده‌سازی است تا با در اختیار گذاشتن فضا و امکانات به فعالان سرویس‌های نوین پستی و تولید اپلیکیشن شاهد توسعه استارت‌آپ‌ها در حوزه پست باشیم.

حسین مهری در گفت‌وگو با فارس، با اشاره به برنامه شرکت ملی پست برای توسعه کسب‌وکارهای نوین در بخش پست، گفت: به‌زودی فراخوان شناسایی فعالان استارت‌آپی در این بخش توسط پست اعلام می‌شود.

وی گفت: یک ساختمان برای توسعه استارت‌آپ‌ها در بخش پست تجهیز شد که برخی دستگاه‌ها به شکل کار ایراد وارد و اعلام کردند جذب فعالان باید از طریق فراخوان انجام شود.

وی اضافه کرد: فراخوان در حال آماده‌سازی است تا از این طریق شرکت‌هایی که در حوزه پست از جمله سرویس‌های نوین پستی و تولید اپلیکیشن فعال هستند حمایت شوند و فضا و امکانات در اختیار آنها قرار دهیم تا در حوزه پست نیز شاهد توسعه استارت‌آپ‌ها باشیم.

وی پیش‌بینی کرد: از زمان اعلام فراخوان حدود یک ماه زمان لازم است که شرکت‌ها آماده همکاری شوند.

اشتباهات مدیریت پروژه که به کسب‌وکار شما آسیب می‌زنند



که برای استفاده ازاین‌گونه محصولات، کارمندان به دوره‌های آموزشی فرستاده شوند تا بتوانند به درک صحیحی از عملکرد پلتفرم دست پیدا کنند و بتوانند وظایف خود در نرم‌افزار را دنبال کنند و از عملکرد کلی آن اطلاعات جامعی به دست آورند.

آموزش خصوصاً در زمانی‌که یک ابزار در بخش بازاریابی یا فروش مورد استفاده قرار می‌گیرد، ضروری می‌شود. اگر می‌خواهید بیشترین بهره را از نرم‌افزار مدیریت پروژه به دست آورید، باید از این خطاها و اشتباه‌ها ب‌حذر باشید.

۱- نداشتن معیارها

و اهداف واضح

محصولات نرم‌افزار به‌عنوان سرویس امکانات بسیاری ارائه می‌دهند که اگر اهداف مشخص و از پیش تعیین‌شده‌ای وجود نداشته باشد، کار کردن با آنها سخت می‌شود. به‌خوبی جست‌وجو کنید

و ابزارهایی پیدا کنید که برای سبک کسب‌وکار شما طراحی شده‌اند. چند نسخه رایگان این ابزارها را امتحان کنید و ببینید کدام یک به شما بهترین نتیجه را می‌دهد. پس از این مرحله بررسی و آزمایش، از قانون DUMB استفاده کنید؛ قانونی که می‌گوید ابزاری که استفاده می‌کنید باید قابل اجرا (Doable)، قابل فهم (Understandable)، قابل مدیریت (Manageable) و سودمند (Beneficial) باشد.

۲- نداشتن آموزش‌های استفاده از نرم‌افزار

اینکه انتظار داشته باشید تمام اعضای تیم شما به‌طور خودکار استفاده از نرم‌افزار مدیریت پروژه را یاد بگیرند، اشتباه است. هر کسی مهارت تکنولوژی ذاتی ندارد، معمولاً توصیه می‌شود

کار را با اجزای کوچک‌تر ساده کرد. Workfront یک نرم‌افزار مدیریت پروژه است که به کاربر امکان می‌دهد پروژه را براساس میزان کاری که برای به ثمر رساندن آن نیاز دارد، به اجزای کوچک‌تر تقسیم کند. بدین ترتیب کارهای انجام‌شده را می‌توان به قسمت بازبینی و تأیید ارسال کرد و با یک رابط کاربری مشتری‌مدار پروژه را به ثمر رساند. کاربران حتی می‌توانند روی گردش کار توافقی با یکدیگر مذاکره کنند. سیستم این نرم‌افزار مانند آن است که چهارتمان‌های مختلف را روی فضای

ایری داشته باشید و همه اعضای تیم‌ها بتوانند با مجوزهای مشخص‌شده به آن دسترسی داشته باشند. همیشه به خاطر بسپارید که پروژه‌ها باید اولویت‌بندی شوند.

۴- گم کردن عملکرد

کارمندان

با وجود اینکه با کمک نرم‌افزارهای مدیریت پروژه امکان دور کاری کارمندان وجود دارد، اما همچنان معضلی برای گزارش عملکرد داخلی کارمندان باقی می‌ماند. روشن نبودن نحوه پر کردن گزارش عملکرد یا آگاهی نداشتن شخص از چگونگی انجام کار و ارتباط برقرار کردن با بخش مربوطه از جمله عواملی است که به پدید آمدن این مشکل منتهی می‌شود. این معضل خصوصاً در زمانی‌که سازمان باید بهره‌وری و کارآمدی کارمند را بررسی کند و در صورت نیاز به آن بها دهد، می‌تواند به یک تنگنای کاری منتهی شود.

برای حل مشکل از ابزارهای کنترل و دنبال‌کننده زمان استفاده کنید. این ابزارها برای کسانی که دور کاری می‌کنند مفید هستند. بدین ترتیب

می‌توانید مدت‌زمان صرف‌شده برای انجام هر پروژه را اندازه‌گیری کنید. می‌توانید معیاری از تعداد کارهایی که در یک بازه زمانی یک‌ماهه به پایان رسیده است، به دست آورید و بدین ترتیب یک مقیاس برای اندازه‌گیری کارایی و بهره‌وری در ابتدای هر ماه داشته باشید. با کمک اندازه‌گیر بهره‌وری که در نرم‌افزار مدیریت پروژه وجود دارد، می‌توانید یک ارزش‌یابی ماهانه از عملکرد کارمندان داشته باشید.

۵- کمبود ارتباطات

ارتباطات مؤثر، هسته هر پروژه خوب است و گذران روزها بدون برقراری ارتباط با سایر اعضای تیم و مشتریان برای پیشرفت مضر است و می‌تواند به کسب‌وکار شما آسیب برساند. اعضای تیم که از مدیریت ارتباطات مشتری نرم‌افزار مدیریت پروژه استفاده می‌کنند، نباید فقط به این دلیل که از یک سیستم مبتنی بر فضای ابری استفاده می‌کنند، احساس جدا بودن کنند. راهنماهای ساده پروژه همچون گزارش‌های تحویل دانی و کنترل منظم موقعیت و ارتباطات فرد به فرد با اعضای تیم، به حفظ انگیزه کارمندان کمک می‌کند و آنها را بیشتر در جریان امور روزمره نگه می‌دارد.

تنها ثبت‌نام کردن برای یک نرم افزار مدیریت پروژه به کسب نتایج معجزه‌آسا منتهی نمی‌شود، اما می‌تواند بسیاری از فرآیندها را آسان کند به شرط آنکه از اشتباهاتی که در بالا به آنها اشاره شد دوری کنید و بکوشید به بهترین نتیجه از برنامه‌های مدیریت پروژه دست یابید.

منبع:ENTREPRENEUR



کارشناس تغذیه – افرادی که به سلامتی خود اهمیت می‌دهند برای رژیم روزانه خود از یک متخصص تغذیه مشورت می‌گیرند. می‌توانید مسیری حرفه‌ای را برای تبدیل شدن به یک متخصص تغذیه در پیش بگیرید.

کلید



فرآیند خلاقیت و کار آفرینی

خلاقیت به عبارت خیلی ساده همان حل مسئله با شیوه‌ای نو و متفاوت است. فرد با رویه‌رو شدن با مسئله، به دنبال جواب، راه‌حل و تصمیم مناسب است.

به گزارش هورموند، فرد اگر براساس تجربه‌ها و دانسته‌ها، جواب مسئله‌ای روشن و بدیهی باشد سریع تصمیم می‌گیرد. اگر مسئله کمی پیچیده باشد سعی می‌کند با منطق و استدلال و جمع‌آوری اطلاعات آن را حل کند. در این صورت او از طریق تفکر منطقی مسئله را حل کرده است.

یعنی از برخورد با مسئله با ذهن به تصمیم رسید، تقریباً در این حالت از نیمکره چپ استفاده کرده و شاید نیازی به استفاده از نیمکره راست نبوده است.

اما وقتی یک مسئله مهم که برای فرد جنبه حیاتی دارد و جواب آن از طریق تجربه‌های قبلی و استدلال حل نشود، چه باید بکند؟ اولاً باید پس از برخورد با مسئله ابعاد مسئله را بیشتر بررسی کند، مسئله را با ظرفیت خلاق نیمکره راست بیشتر بررسی کند؛ ایده‌های مختلف ارائه دهد، از تداعی، شهود، کلی‌گرایی و توانایی بصری خود استفاده کند، با احساسات و عواطف درونی خود ارتباط برقرار کند و با مشورت و کارهای تیمی و همفکری با دیگران و در نهایت صبر و توکل و دادن فرصت‌های مناسب به ذهن کم‌کم جواب‌های مختلف را وارسی و آزمایش و راه‌حل مناسب را انتخاب و اجرا می‌کند.

آنچه بیان شد فرآیند حل خلاقانه مسئله یا همان فرآیند خلاقیت نام دارد. به عبارت دیگر فرآیند خلاقیت عبارت است از:

۱- آماده‌سازی: برخورد با مسئله، بررسی آن، جمع‌آوری اطلاعات و شناخت کامل مسئله.

۲- نهفتگی: هر شناخت مسئله فرد نیاز به آرامش دارد تا با به کارگیری بعد خلاقیت و...

مسئله را در درون خود نیز بررسی کند. شاید یک روز با بیشتر ظاهراً آن مسئله را فراموش کرده باشیم اما چون آن مسئله دغدغه ذهنی است، ذهن به دنبال حل آن است.

۳- بصیرت: درست، صحیح و... ناگهان جرقه‌ای در ذهن زده می‌شود و فرد احساس می‌کند جواب مسئله برایش روشن شده است. همه اجزا و قطعات ایده در جای خود قرار می‌گیرد و همه ایده‌های مربوط به یکدیگر را تکمیل کرده و تفکرات نامربوط ناپدید می‌شود. این مرحله با عواطف بسیار توام است.

۴- اثبات: به دنبال کشف، بینش و شهودی که به فرد دست می‌دهد ایده حاصله مورد آزمون قرار می‌گیرد و در مرحله اثبات، وارسی یا آزمون، صحت و سقم ایده مورد بررسی قرار می‌گیرد تا روشن شود چه یافته است، آیا به راستی به حل مسئله دست یافته است یا نه.

عناصر خلاقیت

۱- اگر افراد را مورد مقایسه قرار دهیم کدام یک از آنها را خلاق‌تر معرفی می‌کنیم؟ احتمالاً فردی را که بتواند ایده‌های فراوان و زیاد در یک مسئله‌ای که پاسخ‌های آن روشن نباشد ارائه دهد.

این فرد به علت فرآیندهای ذهنی آماده‌تر و تجربه بیشتر نسبت به دیگران توانسته است ذهن خود را بیشتر و بهتر با این مسئله درگیر کند و ابعاد مختلف مسئله را مورد مذاقه قرار داده است، به عبارت دیگر ذهن او پویا است. این نشانه‌های

اول و مهم ذهن خلاق است.

۲- اگر افراد مقایسه شوند و فردی نسبت به دیگران بتواند ایده‌های خود را به‌طور پخته‌تر و در عین حال کاربردی ارائه دهد، نسبت به دیگران در این شاخص بهتر آمادگی ذهنی از خود نشان داده است یعنی توانسته است ذهن خود را نسبت به مسئله مورد بررسی بسیط نشان دهد، پس نشانه دوم ذهن خلاق، بسیط بودن است.

۳- در بررسی کارهای خلاقانه افراد نشانه بعدی که می‌تواند به‌عنوان یک شاخص در مورد خلاقیت مورد بررسی قرار گیرد میزان نو و جدید بودن است. این نشانه را ابتکار گویند.

۴- نشانه‌های دیگری که از دوران کودکی بسیار فعال است و به عبارتی ذات خلاقیت تلقی می‌شود تخیل است. تخیل یعنی توانایی تجسم پدیده‌ها در ذهن، هر چه این تجسم از طبیعت و محیط کمتر باشد و بیشتر حاصل ذهن فرد باشد آن تخیل عمیق‌تر است.

در فضای کسب‌وکار، افراد خلاق به لحاظ داشتن توانایی تخیل، مشکل و نارسی‌های سیستم خود را در ذهن مجسم می‌کنند و در زمان‌های مختلف با تجسم روی مسئله می‌اندیشند و حاصل ذهن خود را به‌موقع ارائه می‌دهند، بنابراین تخیل در ایده‌سازی نقش بسیار مهمی دارد.

۵- نشانه دیگری که از عناصر خلاقیت به شمار می‌آید انعطاف ذهنی است، یعنی ذهن نرمش خود ابعاد و زوایای مختلف مسئله را بررسی می‌کند. در این صورت امکان خلاقیت مهیا می‌شود.

ضرورت جدایی آژانس‌های تبلیغاتی از مشاوران بازاریابی

وقتی که مدیرعامل نیاز به مشاور بازاریابی را در کنار خود احساس می‌کند، یعنی نیاز به مشاور دارد که وی مورد روش توزیع، درصد سود شبکه توزیع، چیدمان چارت سازمانی، رفتارافزارها و سخت‌افزارهای بازاریابی و صدها مورد دیگر اطلاعات لازم و کافی داشته باشد و بتواند این موارد را با روش‌های اجرایی به وی انتقال دهد، اما آیا یک نفر که مدتی مدیرعامل یک شرکت بوده و پس از ورشکستگی اقدام به ارائه مشاوره کرده، توان انجام چنین کاری را دارد مشاوره بازاریابی نیاز به تیمی دارد که حداقل متشکل از ۱۰ تا ۱۵ نفر بوده و این افراد دارای تخصص‌ها و تجربیات متعدد در قسمت‌های مختلف حوزه بازاریابی داشته باشند. برخی از این تخصص‌ها عبارت است از مدیریت بازاریابی با گرایش بازاریابی مالی، اعتبار بازاریابی بین‌الملل، رشته اقتصاد، حقوق بازرگانی و استراتژی.

۴- نبود برنامه زمانبندی شده

اکثر افرادی که شغل خود را به واژه مشاوره متوسل می‌دانند، نظرشان بر این است که مدیرعامل شرکت از آنها سوال می‌پرسد و آنها هم یک جواب کلی ارائه می‌کنند. به‌عنوان مثال مدیرعامل در مورد نحوه قیمت‌گذاری از آنها می‌پرسد و آنها می‌گویند که قیمت باید پایین باشد یا می‌گویند که قیمت باید بالا باشد. از آنجا که تحقیقات بازاریابی صحیحی صورت نپذیرفته است، هرگز دلیل قانع‌کننده‌ای برای حرف خود ندارند و باز هم از آن خودشان برنامه زمانبندی شده‌ای برای شرکت تحت مشاوره ندارند، هرگز نمی‌توانند نکات مورد نظر مدیران را به موقع ارائه کنند و معمولاً نوسادوری پس از مرگ سربار را پیشنهاد می‌دهند.

نقاط ضعف شرکتهای مشاوره تبلیغات

۱- ارائه خدمات غیر تخصصی

برخی افراد با ارائه قیمت‌های بالاتر و بدون انجام امور کارشناسی و همچنین بدون محاسبه قیمت تمام‌شده در مناقصات شهرداری شرکت کرده و با موفقیت در مناقصه و ارائه حوزه رتبه‌بندی تبلیغات می‌شوند. پس از آن منظور بر کردن رسانه و همچنین کسب سود ناشی از کسب بیلبورد، مجبور به ارائه خدمات مشاور تبلیغات می‌شوند. این افراد معمولاً استفاده از چند بیلبورد را عامل موفقیت برنده‌های داند و با توسل به نام «کمپین تبلیغاتی» اقدام به دریافت وجه و ارائه تبلیغات می‌کنند که نتیجه آن نیز حذف برند از گستره بازار می‌شود.

۲- عدم بررسی و گزارش در مورد تبلیغات صورت پذیرفته

در اغلب موارد شرکت‌های تبلیغاتی به دلیل عدم ارائه پیشنهاد صحیح و کارشناسی، نتیجه انجام تبلیغات خود را برای شرکت‌ها بررسی نکرده و گزارشی از کارایی یا اثربخشی تبلیغات ارائه نمی‌کنند. عدم دستیابی به انتظار مدیران عامل یا مدیران فروش شرکت‌ها به تبلیغات، باعث عدم ادامه همکاری شرکت‌های تبلیغاتی و شرکت‌ها می‌شود. شاید اگر مدیران قبل از ارائه تبلیغ آن نتیجه ادراکات خود مطلع شوند، پس از انجام تحقیقات نیز با دریافت گزارش‌ها بر اساس تأثیر تبلیغ آن، با هم عاقلانه‌تر به ادامه همکاری با شرکت‌ها باشند.

۳- تجميع فعاليت‌هاى مشاور تبليغاتى و مشاور بازاریابى

همان گونه که در بالا اشاره شد، در سال‌های اخیر حضور بدون کنترل افراد در حوزه تبلیغات و رقابتی‌ت‌ها بین مدیران شرکت‌های تبلیغاتی و مجبور به ارائه خدمات متمایز نسبت به رقیب کارداندان و در اغلب موارد نیز با ارائه خدمات مشاور بازاریابی رایگان، مدیران شرکت‌ها را ترغیب به همکاری می‌کنند. ارائه خدماتی از قبیل به‌کارگیری بازاریابی، تدوین برنامه استراتژیک بازاریابی، تحقیقات بازاریابی و توزیع و قیمت‌گذاری به صورت رایگان امری غیرممکن است.

۱- نبود تحصیلات مرتبط با حوزه مدیریت
زاریابی

دانش بازاریابی، دانشی است که از آزمایشگاه بیرون آمده و بیشتر تئوری‌های آن نتیجه مستندسازی دقیق علمی تجربیات شرکت‌های بزرگ بوده است و این دوری‌ها طی آزمایشاتی که صورت پذیرفته است، به سبب نرسیده یا در شاد شدن، لذا تجربه کوتاه یک نفر به سبب نگره بدون در نظر گرفتن دانش موجود در مورد بازاریابی، قطعا ریسک زیادی را به دنبال خواهد داشت. دیگر اینکه انجام تحقیقات بازاریابی، نیاز به فراگیری و تجربه است. اما با توجه به اینکه بازارها و رفتارهای مصرف‌کنندگان به سرعت در حال تغییر است و به همین دلیل، نیاز به به‌روزرسانی و به‌نگار کردن اطلاعات و داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده را به سطحی مطمئن داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده را به سطحی مطمئن کرده‌اند.

۲- نبود تجربه

برخی از شرکت‌های مشاوه بازاریابی، از تجمع کنندگان غیر فارغ التحصیلان رشته بازاریابی در مقطع کارشناسی اخذ است که به تازگی با نامی‌نامی در موضوع اخذ دفاع کرده‌اند. این شرکت‌ها در چند سال اول مورد اعتماد نیستند زیرا این افراد از فراز تشبیه‌های بازاریابی اطلاع بوده یا روش‌های ارائه خدمات مشاوه اثریخی را نمی‌دانند. بعنوان مثال، شما از دستورالعمل‌ها یا بررسی رسک‌های بازاریابی نمی‌نساندین. این شرکت‌ها به سبب تجربه چند ساله و انجام تحقیقات متعدد در بازاریابی متفاوت و شهرهای مختلف، امکان رشد دارند. لذا به منظور افزایش کارایی و نتیجه‌بخشی، پیشنهاد می‌شود که دوره بر اینکه مشاوه باید دارای مدارج علمی بازاریابی باشد، سرنوشت یک شرکت را بدست رزم خواهد داد.

۳- تک نفره بودن مشاوران بازاریابی

بازاریابی نیز باعث ارائه تبلیغات غیراثربخش برای شرکت‌ها شده است؛ بدین معنا که با به هم ریختگی اقتصاد کشور، همه پا در کفش یکدیگر می‌کنند. بدین معنا که برج‌سازان پا در کفش شرکت‌های تبلیغاتی کرده‌اند و شرکت‌های تبلیغاتی نیز پا در کفش شرکت‌های بازاریابی!

شرکت‌های بازاریابی دارای تخصص‌های متعدد در حوزه‌های توزیع، ترفیعات، قیمت‌گذاری و محصول هستند. حال در نظر داشته باشید که تبلیغات تنها بخشی از ترفیعات هستند. در صورتی که آژانس‌های تبلیغاتی که در کشورهای دیگر جهان نقش ایده‌پردازی و خلاقیت را دارند، جای‌شان را با شرکت‌های رسانه‌دار چاب‌جا کرده‌اند!

در این شرایط تنها عاملی که باعث موفقیت شرکت می‌شود، شناسایی صحیح نیاز و انتخاب شرکت مورد نظر است؛ بدین معنا که اگر مدیران شرکت با انجام تحقیقات بازاریابی می‌دانند که برای پیامبری انتقال دهند و خودشان خلافت به خرج داده‌اند، باید به دنبال شرکت‌های رسانه‌دار باشند و اگر به دنبال برنامه‌ریزی بازاریابی و فروش و همچنین مدیریت برنامه‌ریزی یکپارچه هستند، باید ابتدا از خدمات مشاوره بازاریابی و برنامه‌ریزی استفاده کنند و پس از انجام برنامه‌ریزی لازم و تدوین زیرساخت‌های لازم، به دنبال شرکت‌های تبلیغاتی باشند. البته از یک موضوع نمی‌توان گذشت و آن هم این است که آژانس‌های تبلیغاتی و رسانه‌داران یکی هستند که اکثراً دارای تیم مجرب ایده‌پردازی و خلافت هستند.

شرکت‌های مشاوره بازاریابی نیز در ایران دارای شکل‌های متفاوتی هستند. برخی از نقاط ضعفی که در این شرکت‌ها وجود دارد، عبارتند از:

صنعت تبلیغات با روند فعلی که صورت غیر تخصصی به خود گرفته، به خاطر منظر شدن منافع ملی در این عرصه، لازم است تا حاکمیت با اختیاراتی که به مسئولان اجرایی آن داده وارد عمل شود که این بخش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می تواند با کنترل هایی که روی شرکت های تبلیغاتی دارد، نسبت به عملکرد آن نظارت های کافی داشته باشد و از ورود افراد غیرمتخصص در این حوزه جلوگیری شود.

چنانچه در حال حاضر شاهد هستیم که در سال‌های اخیر گروه‌های غیرمتخصص نظیر برج‌سازان، پزشکان و مهندسان و اقشار مختلف غیر کارشناس وارد فضای تبلیغات محیطی و خریدوفروش این رسانه شده‌اند و سازمان زیباسازی در مناقصه‌هایی که برگزار می‌کند صرف داشتن حساب بانکی مخفی را یکی از شروط اعطای امتیاز مطرح کرده و همان معیارها و ضوابطی که برای انتخاب پیمانکاران ساختمانی در نظر گرفته شده برای پیمانکاران رسانه‌های نیز اعمال می‌شود. از طرف دیگر نیز اکثریت این شرکت‌های رسانه‌دار با اعلام اینکه مشاوره بازاریابی و رایگان می‌دهند اقدام به ارائه خدمات مشاوره بازاریابی کرده و در پی آن ورشکستگی شرکت‌ها را در نظر دارند.

مشکلات به وجود آمده در این صنعت ناشی از عدم تخصص گرای بوده و گروه‌های وارد این عرصه شده‌اند که هیچ‌گونه تفکیر علمی و تجربی لازم را برای اداره آن ندارند. در واقع اشتراک رسانه‌ای و کار آژانس تبلیغاتی و اعطای مجوز فعالیت به افراد و گروه‌های که تخصص و دانش مربوط را داشته باشند، از رواج واسطه‌گری و یکسری اقدامات بی‌فایده در این صنعت منباعت می‌کند. به عمل می‌آورد. حضور افراد غیر کارشناس در حوزه

برقراری تعادل بین غرور و اعتماد به نفس در مدیریت

یک مدیر عالی می‌داند برای حل مشکلات، چه زمانی باید روی اطلاعات و شش خود و چه زمانی به ایده‌های کارمندان اتکا کند.

یکی از نکاتی که هر مدیر کسب و کار باید به آن توجه داشته باشد این است که شما به عنوان یک فرد نمی‌توانید در همه موارد نظر صحیح و قطعی داشته باشید. این قانون خصوصاً زمانی که با افرادی باهوش کار می‌کنید، بسیار بیانی است.

به گزارش زومیت، برای تبدیل شدن به یک رهبر عالی باید فهمی کامل موارد مهم داشته باشید. نحوه تفکر افراد، اینکه چه زمانی باید به حقایق و آمار تکیه کنید، چه چیزی به اطرافیان انگیزه می‌دهد و اینکه چگونه ایده‌های جدید را از زیبایی کنید، برخی از این موارد هستند. وقتی قصد داشته باشید که به دانش ناقص خود اعتراف کنید، موحی از درک متقابل در تیم‌ریان می‌یابد.

به‌عنوان مثال اگر شما با این تصور که همیشه تفکرات صحیح دارید به سبک کاری رویرید، به‌احتمال زیاد شانس شنیدن ایده‌ها و نظرات دیگران را از دست خواهید داد. شما در ذهن خود مشغول پردازش ایده‌های خود هستید و اصلاً وقت نمی‌گذارید تا نظرات دیگران را نمی‌شنوید. در این مواقع وقتی ایده‌ها ارائه می‌شوند، می‌توانید به دلیل باورهای متخالف می‌شنوید.

در اینجا باید خط باریک بین اعتمادبه‌نفس و غرور را روشن کنیم. اعتمادبه‌نفس یعنی شما می‌دانید که در زمینه‌ای خاص، مهارتی قابل توجه دارید. غرور یعنی شما تلاش می‌کنید تا این مهارت را به رخ همه بکشید و به آنها ثابت کنید که چنین مهارتی ندارند.

یکی از فاکتورهای مهم استخدام مدیر برای سازمان، قدرت آنها در انتخاب و جذب بهترین نیروهای کاری و تشکیل تیم است.

لو ادلر، مشاور کسب و کار و مدیرعامل شرکت مشاوره استخدام Adler در مقاله اخیر خود نکته اساسی در استخدام مدیران کارآمد را شرح می دهد. به گزارش رومیت، من در حال حاضر مشاور استخدامی شرکتی هستم که قصد دارد تعدادی مدیر سطح سوم جذب کند. مدیران این شرکت برای جذب افرادی که آنها را شغل های قبلی تأکید دارند، لیست مهارت ها و تجربیات این نامزدان استخدام برای مدیران می بیند و تنها کارایی در پروژه های و وظایف گذشته باید مورد بررسی قرار بگیرد.

من برای مشاوره بهتر به مدیران این شرکت، داسنن نخستین تجربه مدیریت خود را برای آنها تعریف کردم. زمانی که برای نخستین بار در سن ۲۶ سالگی یک وظیفه مدیریتی در کارخانه خودروسازی داشتم، روزی مدیر ارشد من درخواست کرد که برای تشکیل جلسات استحضامی همراه با او به مأموریت بروم. وقتی قبول نکردم و کارهای زیاد روزانه خود را به او یادآوری کردم، با پاسخی ربه‌روردم که هنوز به‌عنوان یک درس به یاد دارم:

استخدام افراد بالاستعداد، مهم‌ترین وظیفه‌ای است که داریم. تمام وظایف من به این نصیحت او گوش کردم و جلسات استخدامی ما موفق بود و چند نیروی عالی جذب کردیم که همگی امروز مدیرعامل یا معاون عملیاتی شرکت‌های معتبر هستند. در آن روز وظایف دیگر را نیز تا آخر وقت انجام

برقراری تعادل بین این دو مورد کلید اساسی رهبری شما است. اگر تنها بررور داشته باشید، با این تصور که همه چیز را می‌دانید به جلسه می‌روید. اگر اعتماد به نفس، یکدلی و درک داشته باشید، با این تصور که ممکن است فردی در تیم، ایده‌های بهتر داشته باشد و حتی نظر شما را نقض کند، به جلسه می‌روید. همین تعادل بین حق داشتن و آماده بودن برای شنیدن نظرات جدید، شما را از یک مدیر معمولی به مدیری عالی تبدیل می‌کند.

یک چالش‌ها در این زمینه مشکلات شرکت مانند ساختن مجسمه است که هر فردی یک ابزار دارد و بخشی از آن را پرداخت می‌کند. هر رهبر خوب می‌تواند با یکدیگر بر مهارت‌های خود، یک مجسمه خوب بسازد، اما یک مدیر عالی با کمک گرفتن از دیگران، اثری به یادماندنی خلق می‌کند.

هرگاه غرور و عدم اطمینان از تأیید نظرات دیگران وارد مراحل تصمیم‌گیری شوند، تمام روند کار را مختل می‌کند. در این حالت تمام تیم بیکار می‌شوند و بنابراین اشتباه کردن ایده‌های خود تنها عصبانی‌تر خواهند شد، دلیل آن هم تنها این است که مدیرشان تصور می‌کند تمامی ایده‌هایش درست است. همه مردم کار کردن در چنین محیط‌هایی نفرت دارند.

نکته مهم دیگر در برقراری تعادل حیاتی، داشتن ایده است. به بیان دیگر تیم شما همیشه، مدبرشان نظر و پاسخ می‌خواهند. بهتر است همیشه با ایده‌هایی در ذهن خود وارد جلسات شوید و آتش ایده‌ها را شما روشن کنید. نکته کلیدی در این رفتار، این است که کارمندان خود را به‌خوبی بشناسید و بدانید چه زمانی به پاسخ شما و چه زمانی به شنیده شدن ایده‌هایشان نیاز دارند.

منبع: INC

INC: منبع

اخبار

برگزاری مراسم عید غدیر در اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز** - به مناسبت سالروز اعلام ولایت و امامت مولای متقیان حضرت علی (ع) غدیر خم ، مراسم مشترکی در حسینه اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان و سازمان جهاد کشاورزی استان با حضور مسئولین، کارشناسان و کارکنان دستگاه های مذکور برگزار شداین مراسم با تلاوت آیاتی از کلام الله مجید آغاز ، در ادامه مولودی خوانی در وصف پیامبر مکرّم اسلام(ص) ، حضرت علی (ع) و حادثه غدیر خم توسط یکی از پرسنل اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری انجام گرفت.سپس حجت الاسلام معصومی فر مسئول نمایندگی ولی فقیه در سازمان جهاد کشاورزی استان طی سخنانی پیرامون غدیر بیان داشتند: ماجرای غدیر تنها مختص شیعیان نیست و تعلق به جهان اسلام دارد ، نفس وجودی غدیر را همگی قبول دارند زیرا آغازگر غدیر پیامبر مکرّم بودند به همین دلیل تعلق به جهان اسلام دارد.در ادامه چند روایت از ائمه اطهار در خصوص غدیر خم بیان داشتنداین مراسم با قرعه کشی و اهداء هدیه به پنج نفر از حضاری که دارای نام علی بودند و پذیرایی به پایان رسید.

برگزاری کارگاه آموزشی- مشورتی پروژه همسو سازی برنامه اقدام ملی مقابله با بیابانزایی و تخریب سرزمین در گلستان

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز** - کارگاه دو روزه آموزشی- مشورتی پروژه همسو سازی برنامه اقدام ملی مقابله با بیابانزایی و تخریب سرزمین با حضور مدیر کل دفتر امور بیابان سازمان جنگل ها، مراتع و آبخیزداری کشور به میزبانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان و با حضور معاونین فنی ادارات کل ۲۲ استان کشور برگزار شدبه گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان،ابوطالب قزل سفلو مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان با بیان این که این کارگاه آموزشی فرصت مناسبی برای تبادل اطلاعات و تجربیات استان های کشور در جهت مقابله با بیابان زایی است، اظهار کرد: صنعتی شدن، مصرف زیاد سوخت های فسیلی و تخریب پوشش گیاهی از مهم ترین عوامل بروز تغییر اقلیم استوی با اشاره به اینکه تغییر اقلیم، کمبود آب شیرین و بیابان زایی به عنوان سه چالش مهم جهانی مطرح است، تصریح کرد: سرانه بیابان در جهان ۲۰۰۰مترمربع و در ایران ۴۳۰۰مترمربع است که بیش از دو برابر سرانه جهان است. پدیده بیابانزایی به همراه تغییرات اقلیمی و کاهش تنوع زیستی به عنوان عمده ترین چالش های توسعه پایدار شناخته شدند.مهندس قزل سفلو با بیان اینکه اراضی دشتی استان گلستان شرایط بیابانی ضعیفی دارد، گفت: اجرای پروژه های مقابله با بیابانزایی در استان گلستان فرصت مناسبی برای کاهش و جلوگیری از این پدیده است. وی در ادامه از اجرای پروژه تحقیقاتی در خصوص گیاهان مقاوم به شوری و خشکی با دانشگاه گنبد کاووس، اجرای پروژه پژوهشی با پژوهشکده های محیط های خشک و نیمه خشک در ایستگاه تولید بدر چیرقویمه گنبد با ۱۸ نوع گراس سازگار و مقاوم به خشکی وشوری، انجام مطالعات پهنه بندی و اجرایی مناطق در معرض بیابان زایی، اجرای پروژه ترسیب کربن در حوزه تیل آباد و آزادشهر از سال ۱۳۹۳تاکنون به عنوان اقدامات اجرایی بیابان زدایی، اجرای پروژه های بونه کاری در مراتع شمال استان با مشارکت تعاونی بر تعدادران و بهره برداران، اجرای پروژه های ذخیره نزولات در مراتع شمال استان، به تصویب رسیدن دومین پروژه ترسیب کربن استان از طرف دفتر عمران سازمان ملل در سال ۱۳۹۶ به عنوان اقدامات این اداره کل در جهت مقابله با بیابان زایی در گلستان نام برد. در ادامه، مدیر کل دفتر امور بیابان سازمان جنگل ها، مراتع و آبخیزداری کشور اظهار کرد: مساحت بیابان های ایران براساس شاخص های تعریف شده سازمان جنگل ها، مراتع و آبخیزداری کشور ۳۲ میلیون هکتار است و هر جایی که توان تولید اکولوژیکی کاهش پیدا می کند بیابان زایی شدن اتفاق می افتد.

شهردار منتخب رشت خبر داد

ضرورت تشکیل گروه همیاران محرم

رشت-مهناز نویری - عصر روز دوشنبه بیستم شهریور نشست هم اندیشی دکتر مسعود نصرتی شهردار منتخب رشت با شهرداران مناطق پنجگانه، مدیر ارتباطات و اموربین الملل، رئیس سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی و رئیس سازمان سیما منظر و فضای سبز شهرداری رشت در راستای برنامه ریزی ویژه برای برگزاری مراسم دهه علشورا در ساختمان تاریخی شهرداری برگزار شد. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت، دکتر نصرتی درسخناتی با تأکید بر ضرورت برگزاری مراسمی متفاوت با سالهای گذشته اذعان داشت: جلسه امروز در راستای همفکری و انجام کار تلفیقی شهردارهای مناطق با سازمانهای مرتبط جهت اجرای برنامه های خلاقانه و متفاوت با سالهای گذشته است. شهردار رشت با تأکید بر پرهیز از دولتی کردن مراسم دهه محرم یادآور شد: هرگاه برنامه ای از صفر تا صد برگزاری آن دولتی شود از جایگاه مردمی دور خواهد ماند. بنابراین اگر می خواهیم مراسم و عزاداری ویژه ماه محرم به عنوان تأثیرگذارترین جریان مذهبی همچون جشن عید شعبان موفق شود باید به صورت خودجوش و مردمی اداره شود. وی در ادامه افزود: با توجه به مدت کوتاه باقی مانده تا ماه محرم شایسته است تا با همفکری مسئولین شهرستانی، نیروی انتظامی، مساجد و صداو سیما در برگزاری هرچه بهتر مراسم ایام قیام گام برداشت. دکتر نصرتی از ضرورت تشکیل گروه همیاران محرم خبر داد و گفت: مناطق و سازمانهای می توانند با متمرکز کردن حمایت های خود با شهرداری مرکز نقش بسزایی در توزیع عادلانه حمایت مادی شهرداری با هیات های مذهبی داشته باشند. مدیر ارتباطات و اموربین الملل شهرداری رشت گفت: علاوه بر برگزاری جلسات شهرداری و سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی با هیأت مذهبی در سال گذشته جلسه ای نیز با پیرغلامان که یک کار متفاوت و معنادار بود از سوی روابط عمومی شهرداری رشت برگزار شد. فاطمه قدیمی با تأکید بر نقش پر رنگ پاکبان ها در زیبا سازی شهر یادآور شد: سال گذشته با همیاری سازمانهای مردم نهاد اقدامات خوبی در زمینه پاکسازی و جمع آوری ظروف غذایی یکبار مصرف رها شده در خیابانهای سطح شهر انجام شد که اسماel نیز انجام این برنامه پیشنهاد می گردد. مدیر عامل سازمان سیما منظر و فضای سبز شهرداری رشت نیز ضمن تشریح برنامه های سازمان تحت مدیریت خود ویژه ایام محرم در سالهای گذشته اذعان داشت: از آنجایی که این سازمان سالانه تعدادی از دست ساخت دارد و باتوجه به اینکه الکسکته شمرده ضروری است تا نسبت به ترمیم و یا ساخت این المان اقدامات شایسته انجام پذیرد.در ادامه این نشست مدیران مناطق نظرات و پیشنهادات خود را ارائه دادند.

مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان خبر داد

رشد ۱۶۰ درصدی در ظرفیت پست های انتقال و فوق توزیع صنعت برق استان

اهواز - **شبنم قجاوند** - رئیس هیات مدیره و مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: پست دائم ۱۲۲/۳۳ کیلو ولت کوی ملت برقرار و وارد مدار شد. محمود دشت بزرگ اظهار داشت: عملیات احداث فاز اول این پست شامل تأمین تجهیزات، عملیات ساختمانی، نصب و راه اندازی به ظرفیت ۵۰ مگاوات آمپر با ارزش سرمایه گذاری بالغ بر ۴۵ میلیارد ریال به پایان رسید. وی افزود: کاهش بارگیری از ترانس پست های زرگان، زیتون و ملی راه، افزایش ظرفیت و تأمین انرژی برق مورد نیاز نواحی توشک، پوشش، افزایش پایداری و کاهش محدودیت و احتمال خاموشی شبکه توزیع و افزایش قابلیت مانور در شبکه توزیع از اهداف بهره برداری این پست دائم است. دشت بزرگ تأکید کرد: با احتساب ترانس فوق، از تابستان ۹۵ تاکنون، افزایش ۵۴۶ مگاوات آمپری در ظرفیت پست های انتقال و فوق توزیع شامل یک پست انتقال و ۱۲ پست فوق توزیع صورت گرفته که نسبت به مدت مشابه رشدی حدود ۱۶۰ درصدی را نشان می دهد.

عملیات بانکی بدون ربا نیازمند عزم جدی است

بوشهر - **خبرنگار فرصت امروز** - به مناسبت هفته بانکداری اسلامی، نمایشگاه دستاوردهای بانک مهر اقتصاد در مصالای نمازجمعه شهر خورموج گشایش یافت. در آیین بازگشایی این نمایشگاه، نماینده محترم ولی فقیه و امام جمعه خورموج، فرمانده ناحیه مقاومت شهرستان دشتی، مسئول حوزه نمایندگی ولی فقیه در سپاه و مسئولین شهرستان دشتی و اقشار مختلف مردم و مشتریان از این نمایشگاه بازدید کردند.عبدالحمید دشمن زباری - سرپرست اداره امور شعب بانک مهر اقتصاد استان بوشهر در حاشیه بازدید از نمایشگاه، هدف از برپایی این نمایشگاه ها را در سراسر کشور ترویج و فرهنگ سازی بانکداری اسلامی عنوان کرد و بیان داشت: در استان بوشهر نیز این نمایشگاه از سوی بانک مهر اقتصاد که وابسته به بسیج مستضعفان است برای آگاهی بخشی و آشنایی مردم ، کسبه و مشتریان بانک ها با بانکداری بدون ربا و انجام تجارت و معاملات سالم برپا شده است. وی در ادامه با بیان این که در قرآن کریم و همچنین احادیث ائمه (ع) توصیه های زیادی به پرهیز از ربا سفارش شده است، به حدیثی از امام علی (ع) اشاره کرد و گفت: امام علی (ع) در سخنانشان در باره دوری از ربا فرموده اند«ای مردم ابتدا احکام را یاد بگیرید و سپس تجارت کنید» به خدا قسم که ربا در میان این امت ناپیداتر از حرکت مورچه سیاه بر روی تخته سنگ سیاه در شب ظلماتی است». دشمن زباری با بیان این که تحقق عملی و اجرای قانون عملیات بانکی بدون ربا، نیازمند عزم جدی است و تنها مختص متولیان نظام بانکی کشور نیست، اظهار داشت: همه مسئولین نظام بانکی کشور و اقشار مختلف مردم در این راستا موظفند به وظایف خود عمل کنند تا بتوانیم عملیات بانکی بدون ربا را در نظام بانکداری نهادینه کنیم.

مراسم معارفه سرپرست حراست شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند

اراک - **خبرنگار فرصت امروز** - به گزارش روابط عمومی شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) شازند دراین جلسه با حضور چند تن از مسئولین شرکت با صدور حکمی از طرف مهندس جمشیدی مدیر عامل محترم جنب آقای رضا آقا محمدی به عنوان سرپرست اداره حراست منصوب گردید.

کسب رتبه دوم کشوری شرکت مخابرات منطقه مرکزی

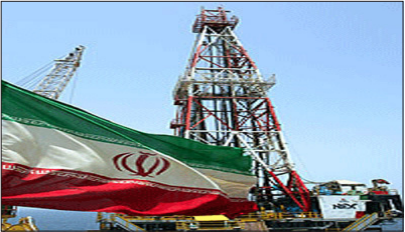
اراک - **خبرنگار فرصت امروز** - در ارزیابی عملکرد سال گذشته،مخا برات منطقه مرکزی در بین مناطق مخابراتی کشور موفق به کسب رتبه دوم کشوری گردید. در همین راستا جنب آقای دکتر سربایان ،مدیر عامل محترم شرکت مخابرات ایران با اهدای لوح تقدیر از مدیریت و همکاران مخا برات منطقه مرکزی تقدیر به عمل آوردند. کسب این موفقیت ارزشمند را از تمامی همکاران محترم تبریک عرض نموده، سلامتی و مزید توفیقات همگان را از خداوند متعال می نماییم.



تغییر مسیر رود و پمپاژ آب به مسیر جدید با استفاده از شش دستگاه پمپ- حفاری و تعمیق مسیر گذر از رودخانه به میزان ۳ متر پایین تر از تراز خط لوله موجود، از جمله اقدامات انجام یافته این عملیات می باشد. وی، جوشکاری ۱۵ شاخه لوله ۱۲ اینچ (۹ شاخه با پوشش بتنی)-اتصال نهایی (Tie in) بخش جدید به خط لوله موجود در کمتر از ۱۰ ساعت (شامل: تخلیه حدود ۲۰ کیلومتر از خط لوله،

در حکمی از سوی مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران

مدیرعامل جدید شرکت ملی حفاری منصوب شد



تولیدی و توسعه ای تابع شرکت ملی نفت ایران به منظور بهبود اجرای پروژه های حفاری و به کارگیری روش های نوین مدیریتی در راستای بهبود فرایند،چابک سازی شرکت و کاهش قیمت تمام شده پروژه ها را خواستار شد. بررسی و ارائه راهکارهای مناسب در

اهواز - شبنم قجاوند- در حکمی از سوی مدیرعامل شرکت

ملی نفت ایران مهندس سپهر سپهری به عنوان مدیرعامل و رئیس هیات مدیره شرکت ملی حفاری ایران منصوب شد. علی کاردر در این حکم برنامه ریزی و اتخاذ راهکارهای لازم به منظور افزایش راندمان حفاری و کاهش زمان های انتظار و اتخاذ تدابیر لازم به منظور تربیت نیروی انسانی متخصص و گامزدار از جمله وظایف مدیرعامل جدید ملی حفاری عنوان کرد. مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران همچنین بهره گیری از مدیران و متخصصان جوان در جهت ارتقاء شاخص های عملکردی شرکت ملی حفاری و اتخاذ تدابیر و راهبردهای لازم با هدف ارتقای سلامت اداری و شفاف سازی تعاملات مالی در تمامی فعالیت های این شرکت از دیگر وظایف سپهری بر شمرد. کاردر تعامل هرچه بیشتر شرکت ملی حفاری ایران با شرکتهای

یکی از قدیمی ترین پست‌های فوق توزیع اصفهان در منطقه مبارکه

پست ۶۳/۲۰ کیلوولت قند نقش جهان بهینه‌سازی شد



غرب، پروژه بهینه‌سازی ایستگاه مذکور کلید خورد. این گزارش حاکی است با توجه به بار بالای ایستگاه مقرر شد بهینه‌سازی در

مدیر کل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان مازندران:

خدمتگزاری به ایثارگران یک توفیق بزرگ است



بنیاد مازندران این است که ایثارگران عزیز پاسخ بگیرند و با رضایت از بنیاد خارج شوند و در جهت تحقق این عمل، از هیچ کوششی دریغ نمی کنیم. رضایی عنوان کرد: حس مسئولیت پذیری خدمت به ایثارگران باید در وجود همه ما و مسئولین نهادهی‌نه شود. وی تصریح

ساری - **دهقان** - به گزارش خبرنگار مازندران ، عباسعلی رضایی مدیر کل بنیاد شهید و امور ایثارگران مازندران پیش از ظهر روز بیست و یکم شهریور ماه پس از دیدار عمومی با ایثارگران استان که در این اداره کل برگزار گردید طی سخنانی گفت: خانواده های عزیز شهدا و ایثارگران، چشم و چراغ ملت و پرچمداران نظام هستند. وی افزود: باید با تلاش و کوشش مضاعف به ایثارگران خدمت کنیم تا رضایت مندی آنان فراهم گردد. رضایی تأکید کرد: خدمتی که به خانواده های معظم شهدا، جانبازان و آزادگان ارائه می گردد از باب تکریم و وظیفه و با نگاه حل مشکل و راه اندازی و تسریع کار ایثارگران باشد. وی گفت: باید در مقابل مسائل مربوط به ایثارگران پاسخگویی خوبی باشیم و درخواست های این عزیزان را با دقت بررسی نموده و رسیدگی کنیم. وی تصریح کرد: تلاش ما و مجموعه همکاران در



کشاورزی، قنبری دبیر اجرایی خانه کشاورز استان، شفعی رئیس سازمان نظام مهندسی کشاورزی آذربایجان شرقی، رئیس منطقه آزاد ارس و محققان و کارشناسان مراکز تحقیقاتی، جنگل و مراتع در مجتمع فرهنگی رفاهی شهید کسای تبریز بر گزار می شود، ضمن بیان این مطلب افزود: حفاظت و صیانت از جنگل و مراتع در واقع همان حفظ و پایداری عوامل تولید یعنی آب و خاک در کشاورزی

مدیر حراست آبفای هرمزگان، مدیر برتر صنعت آب و برق کشور معرفی شد

انجام وظایف محوله تقدیر و تشکر می‌گردد. از خداوند متعال برای شما و مجموعه همکاران آن دفتر بهروزی و توفیق خدمت به نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران در ظل عنایات حضرت ولی عصر(عج) خواستارم.

نبر در سال ۹۵، عمار حیدری بعنوان مدیر برتر در بین مدیران حراست صنعت آب و برق کشور معرفی شد. در متن این لوح آمده است: بدینوسیله از خدمات و تلاش های شایسته آن برادر گرامی در

راستای پیاده سازی مبانی حاکمیت شرکتی با هدف تدوین و تبیین راهبردهای مدیریتی در شرکت از دیگر وظایفی است که بر عهده سپهری محول شده است. مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران در این حکم بر استفاده از ظرفیت شرکت های دانش بنیان و دانشگاه ها در راستای بکارگیری روش های نوین حفاری و حمایت از ساخت و ارتقای هرچه بیشتر بومی سازی در صنعت حفاری کشور تأکید نمود. ضرورت توجه به حوزه **HSEQ** در راستای دستورالعمل های مدون و الزامات پادفند غیرعامل به ویژه ارتقای هرچه بیشتر ضریب ایمنی دستگاه های حفاری را مدنظر قراردادن استانداردهای جهانی مربوط و تدوین و پیشنهاد راهبردهای موردنیاز در چارچوب سیاست های اقتصاد مقاومتی از دیگر مواردی است که در شرح وظایف مدیرعامل جدید شرکت ملی حفاری ایران به آن اشاره شده است.

دو مرحله اجرا گردد که فاز اول پروژه از دی‌ماه سال ۱۳۹۵ آغاز و تا پایان سال با انجام اصلاحات ساختمانی و تعویض تابلوهای حفاظت و کنترل ترانس ۲ انجام شد. فاز دوم پروژه نیز از فروردین‌ماه سال ۱۳۹۶ شروع و با تعویض تابلوهای حفاظت و کنترل ترانس یک و بهینه‌سازی تجهیزات فشارقوی و انجام اصلاحات مداری در خردادماه به بهره‌برداری رسید. نصب و راه اندازی برقرگرهای شبکه ۶۳ کیلوولت اجرای شبکه زمین به طور کامل، نصب تجهیزات اندازه گیری و بهینه سازی کوبیکل‌های ۲۰ کیلوولت از اهم فعالیت‌های روز رسانی پست مذکور بوده است. در پایان گفتنی است : شرکت مهندسی دانشمند به عنوان مشاور و شرکت رهبا نیروی صفاغان نیز پیمانکار پروژه بوده و این پروژه در طی ۱۰ ماه انجام گرفته است.

کرد:امروز خدمتگزاری به ایثارگران را برای خود یک مدال افتخار بدانیم و ازاین فرصت خدمت رسانی بهترین بهره را ببریم. مدیر کل بنیاد مازندران اولویت کار در بنیاد را خدمت رسانی بی منت به ایثارگران دانست و گفت: خانواده‌ها و معطم شهدا و ایثارگران ولی نعمتان نظام هستند لذا توجه به دغدغه‌ها و حل مشکل آنان باید در اولویت کاری همه مسئولان قرار گیرد. مدیر کل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان مازندران در این دیدار با بیش ۷۰ تن از خانواده‌های گرانقدر شهدا و ایثارگران ملاقات و از نزدیک مشکلات و درخواست‌های آنان را در بخش های مسکن، درمان، اشتغال، تسهیلات و ... مورد رسیدگی قرارداد. بر اساس برنامه ریزی صورت گرفته و به منظور هماهنگی با دیدار عمومی استانداری، ملاقات عمومی در سه شنبه هفته بصورت ستادی و شهرستانی برگزار می گردد.

رئیس سازمان جهادکشاورزی استان آذربایجان شرقی:

عدم تعادل دام و مرتع باعث تخریب و از بین رفتن جنگل و مراتع می شود

است و باعث تداوم و ثبات سکونت بهره بردارن در مناطق روستایی است. وی گفت: جاده‌های آتش بر در جنگل‌های ارسباران خیلی کم است و در صورت بروز آتش سوزی در جنگل و مراتع خاموش کردن آن مشکل است و باید هرچه زودتر به فکر چاره بود. مهری خاطر نشان کرد: اولین همایش ملی صیانت و حفاظت از جنگل های ارسباران بر اساس سند تدبیر و توسعه کشاورزی استان که یکی از بندهای نه گانه آن صیانت و حفاظت از جنگلهای ارسباران است، برگزار می شود. رئیس سازمان جهادکشاورزی استان آذربایجان شرقی تصریح کرد: امروز با همت دولت در اثر گازرسانی و اعطای تسهیلات سوخت فسیلی و دیگرمکن خورشیدی تا حدودی تخریب مراتع و جنگل ها کاهش یافته است ولی جرای بی رویه دام و عدم تعادل دام و مرتع، هنوز به باعث تخریب و از بین رفتن جنگل و مراتع هستند. مهری تأکید کرد: باید بین ظرفیت واقعی مراتع از نظر پوشش گیاهی و تولید علوفه و تعداد دام مورد تغلیف موازنه ایجاد شود.



