

اخبار



دبیر انجمن واردکنندگان برنج:

ورود ۱۸۰ هزار تن برنج در انتظار تخصیص ارز

دبیر انجمن واردکنندگان برنج کشور گفت اکنون ۱۸۰ هزار تن برنج در مبادی ورودی کشور در انتظار تخصیص ارز دولتی است تا بازار برای ماه محرم و ورود حجاج منتهب نشود.

«مسیح کشاورز» در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: با توجه به نزدیک شدن ماه محرم و ورود حجاج به کشور مصرف برنج افزایش می‌یابد، بنابراین لازم است این میزان برنج که در مبادی ورودی کشور رسوب کرده هرچه زودتر وارد شود تا شاهد نوسان قیمت‌ها در بازار مصرف نباشیم. وی اظهار داشت: از ابتدای سال تاکنون ۸۰۰ هزار تن برنج توسط بخش دولتی و خصوصی وارد کشور شده است که بخشی از آن سهم شرکت بازرگانی دولتی ایران برای حفظ ذخایر استراتژیک و بخشی سهم بخش خصوصی است. دبیر انجمن واردکنندگان برنج کشور تصریح کرد: بدون احتساب سهم برنج دولت از این میزان، واردات برنج در سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته توسط بخش خصوصی ۱۰ درصد رشد داشته است. به گفته وی، بخشی از این واردات مربوط به ثبت سفارش سال گذشته است که به دلیل عدم تعیین تکلیف نرخ ارز در آن زمان برخی از واردکنندگان وارداتی انجام نداده بودند.

دبیر انجمن واردکنندگان برنج با بیان اینکه واردات برنج کشور بی‌رویه نیست، گفت: با توجه به تحریم‌ها، دولت برای حفظ ذخایر و تامین برنج موردنیاز کشور، سه بخش خصوصی ماموریت داد تا برنج موردنیاز کشور تامین شود تا دچار مشکل نشویم.

وی اضافه کرد: سال گذشته یک میلیون و ۶۵۰ هزار تن برنج وارد کشور شد که به نظر می‌رسد امسال نیز همانند سال گذشته نزدیک یک میلیون و ۶۰۰ هزار تن برنج وارد کشور شود.

وی قیمت برنج وارداتی را همچنان ثابت عنوان کرد و افزود: قیمت برنج وارداتی از سال گذشته تاکنون تغییری نداشته حتی کمتر از قیمت‌های مصوب نیز در بازار به فروش رسیده است. کشاورز ادامه داد: طی این مدت تنها برنج پاکستانی به دلیل مشکلات انتقال ارز و هزینه تبادل در صدی افزایش قیمت داشته است، اما قیمت خود برنج از کشور مبدأ تغییر نخی نداشته است.

وی افزود: با توجه به نزدیک شدن به فصل برداشت، دولت برنامه‌ای برای ممنوعیت واردات برنج به کشور ندارد زیرا در صورت ایجاد ممنوعیت ممکن است شاهد افزایش قیمت برنج داخلی باشیم.

طبق آمارها مصرف سالیانه برنج در کشور نزدیک ۳.۲ میلیون تن است که از این رو سالیانه ۱.۷ تا ۲ میلیون تن برنج موردنیاز کشور از محل تولیدات داخلی و بقیه از محل واردات تامین می‌شود.

اکنون قیمت هر کیلوگرم برنج خارجی هندی متناسب با برندهای مختلف ۶ هزار و ۸۰۰ تا ۸ هزار تومان و قیمت انواع برنج ایرانی در فروشگاه‌های بزرگ از کیلویی ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان تا بیش از ۲۰ هزار تومان و در سطح خردهفروشی‌ها هم دلخواه فروشنده و با ارقام بالاتر عرضه می‌شود.

علاوه بر این، شرکت بازرگانی دولتی ایران نیز برای تنظیم بازار این محصول و همچنین حفظ ذخایر استراتژیک سالانه بخشی از برنج مورد نیاز کشور را در سایر ماه‌های سال تامین و وارد می‌کند.

مدیرعامل اتحادیه مرغداران اعلام کرد

افزایش قیمت گوشت مرغ توسط مرغداران تخلف است

مدیرعامل اتحادیه سراسری تعاونی‌های کشاورزی مرغداران گوشتی ایران اعلام کرد که قیمت مصوب جوجه یک روزه تا گوشت مرغ برای مصرف‌کنندگان که اخیراً از سوی ستاد تنظیم بازار اعلام شده ملاک بازار است و هر کسی که بالاتر از این نرخ‌ها محصول را بفروشد تخلف مرتکب شده و قابل دفاع نیست، اما فصل گرما و دلالان و واسطه‌ها از عوامل دیگر گرانی گوشت مرغ در بازار هستند. به گزارش ایسنا، طی هفته گذشته قیمت گوشت مرغ افزایش یافت و به حدود ۱۷ هزار تومان در بازار رسید، این در حالی است که مهدی یوسف‌خانی رئیس اتحادیه فروش پرند و ماهی اعلام کرد که مرغداران مقصر گرانی گوشت مرغ هستند چرا که هر کیلوگرم مرغ زنده در مرغداری را که باید ۸۵۰۰ تومان بفروشند تا بیش از کیلویی ۱۱ هزار تومان عرضه می‌کنند که با این نرخ‌ها قیمت منطقی برای هر کیلوگرم گوشت مرغ حدود ۱۵ هزار و ۵۰۰ تومان است نه ۱۳ هزار تومان تنظیم بازار. بهمن محمدیاری، مدیرعامل اتحادیه سراسری تعاونی‌های کشاورزی مرغداران گوشتی ایران در این باره به ایسنا، گفت: مرغداران قیمت مرغ زنده را تا ۱۱ هزار تومان افزایش ندادند اما بالاتر از نرخ مصوب می‌فروشند که علت آن گرمای هواست که وزن گیری مرغ را با مشکل مواجه می‌کند و از سوی دیگر باعث افزایش تلفات و مصرف خوراک مرغ می‌شود. وی افزود: قطعاً فروش مرغ زنده با گوشت مرغ بالاتر از نرخ مصوب ستاد تنظیم بازار خلاف قانون است و آن را رد می‌کنیم و مرغداران باید آن را رعایت کنند. محمدیاری گفت: در این راستا با برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته از سوی وزارت جهاد کشاورزی و اتحادیه مرغداران در صدد افزایش ۲۰ تا ۲۵ میلیون قطعه‌ای جوجه‌ریزی هستیم تا با افزایش تولید و عرضه بتوانیم قیمت‌ها را تعدیل کنیم چرا که باید در شرایط فعلی جنگ اقتصادی کنار مردم باشیم.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان اعلام کرد

پیش‌بینی رشد ۵ برابری صادرات سیب درختی در سال جاری

رئیس اتحادیه صادرکنندگان محصولات کشاورزی گفت با توجه به بارندگی‌های ابتدای سال و افزایش دو برابری تولید سیب درختی به نظر می‌رسد امسال صادرات این محصول نسبت به سال ۹۷ به بیش از پنج برابر افزایش یابد. «سیدرضا نورانی» در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: طبق برآوردها به نظر می‌رسد در سال ۹۸ میزان تولید سیب درختی بین ۴ تا ۴.۵ میلیون تن باشد که با صادرات یک تا ۱.۵ میلیون تن از این محصول ارزش صادراتی آن به نزدیک یک میلیارد دلار می‌رسد. به گفته وی، بخشی از سیب درختی وارد صنعت کنسراتر و آبگیری و بخشی سهم تازه خوری کشور است.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان محصولات کشاورزی اظهار داشت: این درحالی است که در سال ۹۷ میزان تولید سیب درختی به دلیل سرمازدگی نزدیک ۲ میلیون تن بود که حدود ۲۰۰ هزار تن آن به ارزش بیش از ۱۵۰ میلیون دلار به کشورهای هدف صادر شده بود که علاوه بر کاهش صادرات، قیمت آن نیز در بازار داخلی افزایش چشمگیری پیدا کرد.



طور قطع طرف هفته‌های آینده، شاهد آرامش بیشتری در بازار کالاهای اساسی خواهیم بود. ممبینی با بیان اینکه با تعدیل نرخ ارز، افت قیمت در بازار کالاهای اساسی را در آینده‌های نزدیک شاهد خواهیم بود، گفت: بر این اساس همانطور که افزایش نرخ ارز در سال گذشته با تأخیری چند ماهه به افزایش قیمت کالاهای در بازار منتهی شد، هم‌اکنون نیز با تعدیل نرخ ارز، ظرف هفته‌های آینده شاهد کاهش نرخ در بازار خواهیم بود. وی با بیان اینکه اصناف با توجه به فصل هشت قانون نظام صنفی کشور، ماموریت رسیدگی به تخلفات واحدهای صنفی در حوزه بازرسی اصناف را به عهده داشته و طی سال‌های اخیر نیز تلاش کرده تا از زمانی که وظیفه و مسئولیت نظارت بر بازار را برعهده گرفته است، تلاش خوبی در این عرصه داشته باشد؛ گفت: در مقابل برخی اشکالات نیز در این رابطه بروز کرده که شکل گیری آن، به عهده اصناف کشور نبوده است.

رئیس اتاق اصناف ایران افزود: ایرادات مرتبط بر حوزه تامین کالا در بازار، عموماً از طریق اصناف رخ نمی‌دهد و زمانی که تامین و عرضه کالا به موقع انجام نشود، به طور قطع بازرسی‌ها نیز اثرگذار نخواهد بود، اگرچه به نظر می‌رسد با بازگشت شرکت بازرگانی دولتی ایران و پشتیبانی امور دام سه وزارت صنعت، معدن و تجارت، عملاً این دو تامین‌کننده عمده کالاهای اساسی نزدیک‌تر به حوزه تصمیم‌سازی‌های منطبق بر تنظیم بازار در وزارت صمت شده و بر همین اساس، وضعیت

رئیس اتاق اصناف ایران از دستور ویژه رئیس جمهور برای تامین مالی بخش بازرسی و نظارت اصناف بر بازار خبر داد و گفت با تعدیل نرخ ارز، شاهد کاهش قیمت کالاهای خواهیم بود. سعید ممبینی در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، گفت: با پیگیری وزیر صنعت، معدن و تجارت و دستور رئیس‌جمهور، قرار بر این است که حق‌السهم بازرسی اصناف از محل جرایم تخلفات صنفی پرداخت شود که این امر، کمک شایانی به تامین مالی بخش بازرسی اصناف خواهد کرد، چراکه ظرف ۱.۵ سال اخیر، به دلیل عدم پرداخت این منابع از سوی دولت، اجرای برنامه‌های مرتبط با بازرسی اصناف، متوقف شده بود که اکنون با این تصمیم، امیدواری وجود دارد که بخش بازرسی اصناف پویاتر شود.

رئیس اتاق اصناف ایران افزود: به لحاظ تامین کالا نیز اتفاقات خوبی رخ داده است و پیش‌بینی می‌شود تا با تزریق به موقع این کالاهای اساسی به بازار، خلأهای مرتبط با تامین کالا نیز برطرف شود؛ چراکه اگر بازار به لحاظ کالایی تامین نباشد، بازرسی اثر نخواهد داشت. وی تأکید کرد: هم‌اکنون می‌توان به جرات گفت که کمبود کالاهای اساسی در بازار وجود ندارد و در حوزه توزیع نیز توافقاتی صورت گرفته تا بتوان هم‌زمان با سرعتبخشی به ترخیص کالاها، تریق آنها را نیز در بازار آغاز کرد و بازار را بیش از شرایط کنونی، تامین کرد. بر این اساس، به

وزیر صمت مطرح کرد

رفع ممنوعیت واردات کالاهای موردنیاز هنرمندان ایرانی

شهرداد روحانی، اسماعیل آذر، نوربخش، اصغر همت، شهرام گیل آبادی، محمد معتمدی، اسماعیل خلیج، حمیدرضا آذررنگ، حبیب‌الله صادقی، مدیرعامل موسسه توسعه هنرهای معاصر، شیرازی و تنی چند از هنرمندان حضور داشتند و مشکلات و دغدغه‌های خود را با وزیر صنعت، معدن و تجارت در میان گذاشتند و خواستار توجه بیشتر وزارت صنعت و توجه به فرهنگ و هنرمندان شدند.

در این نشست موضوعاتی مانند تامین مواد اولیه برای هنرمندان بخصوص هنرمندان نقاش، ضرورت حمایت از هنرمندان و پاسداشت زبان فارسی، فراهم شدن ملزومات برای هنرمندان تجسمی، پیشنهاد برگزاری جشنواره‌های فرهنگی هنری با محوریت صنعت، ضرورت استفاده صنایع و واحدهای تولیدی از موسیقی فاخر و بومی کشور، استفاده از فضاهای صنعتی و تولیدی به منظور تبلیغ هنر اصیل و ضرورت حمایت از هنرمندان تئاتر به ویژه هنرمندان خرمشهر و آبادان مطرح شد.

ملسی اعلام کرد و گفت: باید تولید ملی برای مردم جا انداخته شود. ظرفیت‌های هنری مثل ارکستر سمفونیک تهران ظرفیت‌های مناسبی برای این امر است و واحدهای صنعتی می‌توانند از این راه سود ببرند. رحمانی با اشاره به تأثیر زبان هنر در میان مردم گفت: مسئولان با هنرمندان و دانشمندان اهل کتاب باید ارتباط بیشتری داشته باشند و خواهان تداوم جلسات با هنرمندان برای انجام مصوبات آن شد.

او به ثبت سفارش و ممنوعیت بعضی از کالاها اشاره کرد و گفت: ممکن است که بعضی از کالاهای مورد نیاز هنرمندان تحت کد مجموعه ممنوع شده باشند که با بررسی آنها می‌توان این مشکل را حل کرد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت به قائم مقام بازرگانی خود دستور داد که ملزومات مورد نیاز هنرمندان را بررسی کند و اگر نیاز به رفع ممنوعیت یا صدور مجوزهای خاص دارد را انجام دهد. رحمانی آمادگی وزارت صمت را برای ساخت سربال‌هایی با موضوع صنعت که به فرهنگ‌سازی بپردازد اعلام کرد. در این نشست هنرمندانی چون



گوگل از آغاز تست سرویس حق اشتراک Play Pass خبر داد

اوایل امسال ایل از سرویس جدیدی به نام «پل آرکید» پرده برداشت که سرویس حق اشتراک ماهانه‌ای برای دسترسی به گسترده از بازی‌های موبایل در پلتفرم آی او اس به حساب می‌آید، اما در حالی که سرویس ایل هنوز راه‌اندازی نشده رقیب یعنی گوگل هم شروع به کار آزمایشی سرویس مشابهی را به طور رسمی اعلام کرده است.

به گزارش دیجیاتو، سرویس گوگل که Play Pass نامگذاری شده، به کاربران پلی استور اجازه می‌دهد که با پرداخت مشخص به عنوان حق اشتراک بتوانند به طیف وسیعی از محصولات این فروشگاه دسترسی داشته باشند. مطابق اسکرین‌ش که از سرویس Play Pass منتشر شده، به نظر می‌رسد که این حق اشتراک ماهانه ۴.۹۹ دلار برای کاربران هزینه در پی خواهد البته از آنجا که سرویس هنوز مراحل تست را پشت سر می‌گذارند، احتمال دارد که هزینه نهایی ۴.۹۹ دلار نبوده و هنگام راه رسمی سرویس دچار تغییر شود. در هر صورت، سرویس Play Pass اجازه می‌دهد که با پرداخت حق اشتراک بتوانید به به اپلیکیشن‌های پولی عاری از تبلیغات دسترسی پیدا کرده و احتمالاً آیت‌های خرید درون برنامه‌ای را هم دانلود کنید.

بازی‌های Stardew Valley و Marvel Pinball از جمله محصولاتی هستند که در صورت عضویت در سرویس Play Pass می‌توانید به آنها دسترسی داشته باشید. وبسایت اندروید پلیس در تماس با مقامات گوگل آغاز تست سرویس Play Pass کرده است اگرچه هنوز اطلاعات دقیقی از تاریخ راه‌اندازی رسمی آن در دست نیست.

گوگل با راه‌اندازی این سرویس، امیدوار است در درآمدزایی از پلی استور بتواند خود را به سطح رقیب سنتی‌اش در اپل یعنی اپل برساند که همیشه در آمار و ارقام درآمدزایی بهتری از فروشگاه اپلیکیشن خود داشته است. اعداد و ارقام جدید از آنند که کاربران اپ استور نسبت به کاربران گوگل پلی، هزینه بیشتری برای خرید اپلیکیشن‌ها و بازی‌های موبایل صرف کرده‌اند.

شرکت‌های دانش‌بنیان در راستای استقلال کشور فعالیت می‌کنند

کرده و قابل تبدیل و عرضه به صورت محصول می‌شوند به ایجاد شرکت‌های دانش بنیان کمک می‌شود و از کمک‌های صندوق‌های حامی مثل صندوق نوآوری و شکوفایی بهره‌مند می‌شوند تا به عرصه تولید و محصول برسند.

وی گفت: محصولاتی که توانایی رقابت با نمونه‌های خارجی دارند با سرمایه‌های ریسک پذیر و منابع مالی بیشتر مورد حمایت قرار می‌گیرند. وزیر علوم، تحقیقات و فناوری افزود: در سال‌های اخیر قراردادهای زیادی بین شرکت‌های دانش بنیان و مصرف‌کنندگان محصولات تولیدشده منعقد شده است و در ارزیابی‌هایی که انجام شده عملکرد محصولات داخلی از مشابه خارجی بهتر بود.

وی خاطر نشان کرد: برخی از شرکت‌های جوان در کشور فعالیت می‌کنند که سرمایه‌های خوبی را به عنوان سرمایه حاصل از دانش و فناوری برای خود به دست آورده‌اند.



منصور غلامی در حاشیه رونمایی از محصولات دانش بنیان دانشگاه سهند اظهار داشت در سال‌های اخیر شاهد همت دانشگاه‌ها و مراکز علمی برای تبدیل دانش به فناوری و انتقال فناوری‌های حاصل از دانش نوین به منظور تسهیل در اعطای مجوزهای مورد نیاز شرکت‌های فناوری، کارگروه حمایت از شرکت‌های دانش بنیان تشکیل شده است، و گفت: در حال حاضر سرمایه‌گذاری‌های مناسبی در زمینه تولید دارو و تجهیزات پزشکی در شرکت‌های دانش بنیان شکل گرفته است و برای حمایت از فروش محصولات این شرکت‌ها باید یک هماهنگی میان معاونت‌های دانشگاه بیش از پیش ایجاد شود.

تفقدی سرعت بخشیدن چرخش مالی شرکت‌های دانش بنیان در زمان فروش محصولات را از نکات ضروری دانست و اظهار امیدواری کرد: با همکاری تمامی معاونت‌ها بتوان از ظرفیت‌های مناسبی که در حوزه‌های مختلف بالین، پایه و داروسازی در دانشگاه شکل گرفته است، بهره‌مند شد.

غلامی با اشاره به اینکه از مراکز رشد حمایت می‌شود، ادامه داد: این حمایت شامل فراهم کردن فضای فعالیت، تامین نیازهای اداری و مشاوره‌های علمی است و به محض اینکه ایده‌ها رشد پیدا

مجوز دانش بنیانی اختیاری است

سورنا ستاری، رئیس بنیاد ملی نخبگان با اشاره به سیاست‌های جدید بنیاد اظهار داشت پست قائم مقامی بنیاد ملی نخبگان تعریف شده است و برای این پست اختیارات تامی را قرار داده‌ایم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی با اشاره به رویکرد بنیاد ملی نخبگان ادامه داد: تغییرات رویکردی بنیاد ملی نخبگان منجر به تغییر برخی از برنامه‌ها شده است و اکنون این تغییرات در جواز تحصیلی قابل مشاهده هستند. ستاری ضمن اشاره به پیشرفت علمی و اعتراض شرکت‌های دانش بنیان، بیان کرد: برای رسیدگی به اعتراضات شرکت‌های دانش بنیان، کمیته تخصصی ایجاد شده است و این کمیته، هفتگی به شکایت شرکت‌ها رسیدگی می‌کند.



دریچه

فناوری‌های نو، بستر ساز توسعه آموزش‌های مهارتی

مشغول به کار شده و بیکار نمانند. وی با اشاره به طرح‌های جدید این اداره برای توسعه آموزش‌های مهارتی، گفت: آموزش مشاغل نو به کودکان، ایجاد دهکده شغلی در مقیاس کوچک در بوستان باراجین و تعامل با مراکز رشد استان از جمله طرح‌هایی هستند که اجرای آنها در دستور کار قرار گرفته است. امینی اضافه کرد: استفاده از وای فای مهارتی نیز یکی دیگر از برنامه‌های تعریف شده سازمان است که برای نشر و ارتقای توسعه مهارت به عنوان میز خدمت ۲۴ ساعته مدنظر قرار دارد.

این مسئول افزود: تلاش می‌کنیم تا کارگاه‌های آموزشی سازمان فنی و حرفه‌ای در حوزه فناوری فعال تر شده و با استفاده از تکنیک‌های روز در حوزه استارت‌آپ‌ها هم دستاوردهای بهتری داشته باشیم.

وای فای مهارتی، گامی برای ارتقای توسعه آموزش‌های مهارتی

معاون آموزش و پژوهش سازمان فنی و حرفه‌ای استان قزوین نیز در این باره به خبرنگار ایرنا گفت: سازمان فنی و حرفه‌ای با توجه به توسعه فناوری‌های نو مانند تلفن هوشمند و اینترنت در جامعه برای استفاده از این زیرساخت‌ها برنامه‌ریزی و اقدام کرده است.

سازمان حاتمی افزود: در این راستا در اولین گام ضمن نوسازی سایت اداره کل، اجرای وای فای هوشمند در دستور کار قرار گرفت که یکی از سیستم‌های مدرن اطلاع‌رسانی از طریق تلفن‌های هوشمند است.

وی اضافه کرد: در این طرح، اطلاعات موردنظر با استفاده از یک شبکه لوکال محلی تا برد آنتن‌های شبکه در دسترس عموم مردم حتی در ساعات غیراداری قرار می‌گیرد و افراد با یک نام کاربری به سامانه وارد شده و درخواست‌ها و خدمات موردنیاز خود را ثبت می‌کنند.

حاتمی با اشاره به مزایای این طرح گفت: استفاده راحت، منطقی و بی‌هزینه به ۲۴ ساعته بودن از جمله مزایای این طرح است که زمینه خدمات‌رسانی آسان‌تر را به مردم فراهم می‌کند.

این مسئول گفت: با اجرای این طرح می‌توان دوره‌های آموزشی و میز خدمت مجازی را در ساعات مختلف شبانه روز تعریف کرده و در دسترس عموم قرار داد.

وی با اشاره به دیگر برنامه‌های این سازمان، افزود: آموزش‌های دوگانه تلفیقی، آموزش‌های منتورینگ (استاد - شاگردی)، مشاوره کارآفرینی به کارورزان و ایجاد محفلی برای تبدیل کارآموزان به کارآفرینان از جمله طرح‌های سازمان هستند که با تاکید بر استفاده از فناوری‌های نو تعریف و اجرا خواهند شد.

این مسئول اضافه کرد: تبدیل مرکز محمودآباد به مرکز تخصصی فرش و ایجاد یک مرکز ویژه اقتصاد مقاومتی در مرکز فنی و حرفه‌ای شماره ۶ ناصراباد نیز از دیگر طرح‌های سازمان برای توسعه آموزش‌های مهارتی در استان هستند.

توسعه فناوری‌های نو در جامعه فرصت‌های ارزشمندی را در بخش‌های مختلف اجتماعی فراهم کرده است که می‌توان از این ظرفیت‌ها برای ارتقای آموزش‌های مهارتی و دستیابی به اشتغال پایدار بهره برد.

به گزارش ایرنا، امروزه توسعه سریع جوامع و ورود فناوری‌ها و تجهیزات مختلف از قبیل اینترنت، گوشی‌های هوشمند، سامانه‌های مکان‌یابی و ردیابی و ... ضرورت همگامی دستگاه‌های متولی آموزش را با این فناوری‌ها روشن ساخته است.

سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای به عنوان یکی از متولیان آموزش مهارتی در جامعه که به صورت مستمر با اشتغال نیروهای کار مرتبط است، نمی‌تواند از فناوری‌های روز دور مانده و همچنان به آموزش‌های سنتی خود مشغول باشد.

۳۱ تیر تا ۶ مردادماه به عنوان هفته ملی مهارت و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تعیین شده است و باید از این هفته به عنوان فرصتی برای بازنگری در نیازهای آموزشی و مهارتی جامعه و سوق دادن آموزش‌ها به سمت فناوری‌های جدید استفاده کرد.

آموزش‌های مهارتی بر اساس فناوری‌های جدید طراحی شوند

استاندار قزوین با تاکید بر ضرورت توجه به فناوری‌های نو در توسعه مهارت‌های فنی و حرفه‌ای، گفت: امروزه جامعه با رشد سریع فناوری‌های جدید مواجه است و باید آموزش‌های فنی و حرفه‌ای بر اساس آنها طراحی شوند.

عبدالمحمد زاهدی با اشاره به سال رونق تولید و ضرورت اشتغال‌زایی، افزود: باید با توجه به شرایط بازار کسب و کار، دانش خود را به روز کرده و بر اساس فناوری‌های جدید و رشد سریع آنها برای توسعه آموزش‌های مهارتی برنامه‌ریزی کنیم.

استاندار با تاکید بر پرهیز از نگاه‌های سنتی در آموزش‌های مهارتی، ادامه داد: نوآوری و توسعه، خلاقیت و سرعت بخشی به کارها و فناوری‌ها ساختن آموزش‌های مهارتی از جمله انتظاراتی است که از دستگاه فنی و حرفه‌ای به عنوان مجری طرح‌های مهارتی در استان وجود دارد و باید مسئولان این دستگاه با برنامه‌ریزی هدفمند برای تحقق اهداف تعیین شده تلاش کنند.

تعریف طرح‌های نوین مهارتی، شرط لازم در اشتغال‌زایی

مدیرکل آموزش فنی و حرفه‌ای استان قزوین نیز در این خصوص گفت: امروزه مهارت‌آموزی برای ایجاد اشتغال و توسعه پایدار در جامعه بسیار مهم بوده و در این راستا استفاده از ظرفیت فناوری‌های نو و تازه ظهور بیش از پیش نمود یافته است.

حجت‌الله امینی افزود: مجموعه آموزش فنی و حرفه‌ای به عنوان زیربنای اشتغال باید با برنامه‌ریزی اصولی خود شرایط را مهیا کند تا شهروندان با مهارت‌آموزی بر مبنای نیازهای جامعه و فناوری‌های نو

لزوم سرعت بخشیدن به چرخش مالی شرکت‌های دانش بنیان

معاون پژوهش و فناوری دانشگاه علوم پزشکی مشهد اظهار داشت شرکت‌های فناور و دانش بنیان ظرفیت تولید محصولات و مواد سلامت محور را دارا هستند و حمایت از این شرکت‌ها راهکاری مناسب در دستیابی به خودکفایی به شمار می‌رود.

به گزارش ایسنا، دکتر محسن تقفدی در نشست با رئیس دانشگاه علوم پزشکی مشهد با بیان اینکه در راستای دستیابی به اهداف دانشگاه‌های نسل سوم و کارآفرین هماهنگی و مشارکت مناسبی میان معاونت‌های دانشگاه شکل گرفته است، خاطر نشان کرد: در حال حاضر حمایت‌های مناسبی به منظور تقویت شرکت‌های دانش بنیان و تامین نیازهای مالی و زیرساختی در مراکز رشد و دانشکده‌هایی دانشگاه شکل گرفته است که این امر موجب تولید محصولات و داروهای متعددی نیز شده است.

وی اجرای تمامی مراحل ثبت و صدور مجوزهای شرکت‌های دانش بنیان و فناور در وزارت بهداشت را یک ویژگی منحصر به فرد نسبت به وزارت علوم دانست و گفت: با تشکیل شرکت‌های دانش بنیان و اشتغال دانش‌آموختگان

معاون پژوهش و فناوری دانشگاه علوم پزشکی مشهد اظهار داشت شرکت‌های فناور و دانش بنیان ظرفیت تولید محصولات و مواد سلامت محور را دارا هستند و حمایت از این شرکت‌ها راهکاری مناسب در دستیابی به خودکفایی به شمار می‌رود.

به گزارش ایسنا، دکتر محسن تقفدی در نشست با رئیس دانشگاه علوم پزشکی مشهد با بیان اینکه در راستای دستیابی به اهداف دانشگاه‌های نسل سوم و کارآفرین هماهنگی و مشارکت مناسبی میان معاونت‌های دانشگاه شکل گرفته است، خاطر نشان کرد: در حال حاضر حمایت‌های مناسبی به منظور تقویت شرکت‌های دانش بنیان و تامین نیازهای مالی و زیرساختی در مراکز رشد و دانشکده‌هایی دانشگاه شکل گرفته است که این امر موجب تولید محصولات و داروهای متعددی نیز شده است.

وی اجرای تمامی مراحل ثبت و صدور مجوزهای شرکت‌های دانش بنیان و فناور در وزارت بهداشت را یک ویژگی منحصر به فرد نسبت به وزارت علوم دانست و گفت: با تشکیل شرکت‌های دانش بنیان و اشتغال دانش‌آموختگان





در دانشگاه‌های نسل چهارم صنعت در کنار دانشگاه قرار می‌گیرد

مدیرکل سابق پژوهش و فناوری وزارت نفت گفت هنگامی که دانشگاه‌ها وارد نسل چهارم می‌شوند، دانشگاه دیگر نمی‌تواند یک مجموعه صرفاً علمی باشد و باید صنعت در کنار دانشگاه قرار بگیرد. به گزارش ایستنا، حمید آلابوش در نشست «مهندسی هزینه» که در موسسه آموزش عالی سبحان نیشابور برگزار شد، اظهار داشت: در مجموعه دانشگاهی تعابیر ویژه‌ای از نسل اول تا نسل چهارم دانشگاه‌ها ایجاد شده و امروز این تعابیر در نسل پنجم دانشگاه‌ها قرار دارد که در آن تمدن‌سازی دانشگاه‌ها مطرح می‌شود. وی ادامه داد: مرز این نسل‌ها کاملاً دقیق نبوده و مشخص نیست که این نسل‌ها کجا تمام شده و از کجا نسل بعدی آغاز می‌شود.

یادداشت



تقویت کسب و کارهای خانگی توسط بانوان

در این زمینه آموزش تولید محصولات گواهی شده و استاندارد در حوزه‌های دامداری و کشاورزی برای بانوان در اولویت است و با دادن آموزش‌های تکمیلی به افزایش بهره‌وری و تولید محصولات سالم کمک می‌کنیم و یک برنامه هم با همکاری معاونت امور زنان و خانواده و وزارت بهداشت داریم که از سال ۹۵ شروع شده که در ابتدای کار فقط آموزش تولیدات محصولات استاندارد را داشتیم و در سال ۹۶ این کار توسعه یافت و یک پروژه آموزشی و اجرایی هم انجام شد و تعهد ما در این طرح در هر استان این بود که حداقل یک محصول بتواند استاندارد تشویقی بگیرد.

در این راستا تعداد ۴ هزار نفر از زنان روستایی تحت پوشش برنامه آموزشی قرار گرفتند که در سال جاری این پروژه برای دادن استاندارد تشویقی به ۱۰۰ محصول پیش‌بینی شده که ۵۰ هزار نفر از زنان روستایی تحت پوشش برنامه‌های آموزشی آن قرار می‌گیرند. اعتقاد ما این است که مشارکت بانوان روستایی در تولید و مصرف محصولات استاندارد و گواهی شده می‌تواند به فرهنگ‌سازی تولید و مصرف محصولات گواهی شده و سالم و ترویج این نوع کسب و کار کمک کند.

پیش‌بینی محصولات برای کشت در استان

قزوین ظرفیت‌های خیلی خوبی هم در صندوق‌های خرد روستایی و هم تسهیلاتی دارد و کارهای خوبی برای زنان شده و تعامل و توان مدیران استان هم بسیار قابل توجه است که می‌تواند در موفقیت طرح‌های الگویی موثر باشد و به دلیل استقبال از طرح‌های نوین، با وجود کارشناسان خوبی که در حوزه مراکز جهاد کشاورزی هستند و زنان علاقه‌مند بسیار تمایل داریم برخی از طرح‌ها را



در این استان اجرا کنیم.

در این میان با تمهیدات فراهم شده سه محصول در قزوین شامل انگور، گوجه فرنگی و سبزیجات استاندارد تشویقی می‌گیرند و یک سایت تولید محصول استاندارد هم راه‌اندازی شده و علاوه بر آن تعداد زنانی که تحت پوشش قرار می‌گیرند در قالب باغچه‌های خانگی اقدام به تولید محصولات گواهی شده می‌کنند.

مهمترین اولویت در سال جاری

اولویت امسال ما رونق کسب و کار و کارآفرینی است زیرا باور داریم وقتی بانوان روستایی با مباحث مربوط به بازار و مشتری شناسی آشنا شوند به تولید کمک می‌شود و ما هم تلاش می‌کنیم با تقویت حضور زنان موفق روستایی در عرصه تولید، زمینه ایجاد اشتغال و درآمد را در عرصه اقتصادی هم برای بانوان مهیا کنیم.

فروغ بنی‌هاشم، مشاور وزیر کشاورزی در امور زنان و خانواده و مدیرکل دفتر توسعه فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی و عشایری، مهمترین برنامه‌های اجراشده برای تقویت توانمندی و اشتغال بانوان روستایی را تشریح کرد.

وضعیت صندوق خرد روستایی

به گزارش مهر، در حوزه کارآفرینی یکی از کارهای ما ایجاد صندوق‌های اعتباری کوچک است تا زمینه دسترسی زنان کارآفرین به منابع مالی تسهیل و تسریع شود. در حال حاضر در سراسر کشور تعداد ۳۵۰۰ صندوق اعتباری خرد و کوچک روستایی راه‌اندازی شده و ۱۰۰ هزار نفر از بانوان فعال عضو آنها هستند.

یادداشت که صندوق‌های خرد روستایی می‌توانند این شرایط را فراهم کنند که زنان بتوانند راحت‌تر وام بگیرند و در کار از آن استفاده کنند زیرا در شرایط عادی شاید این بانوان مشتری بانک‌ها تلقی نشوند و به دلیل نداشتن ضامن وثیقه نتوانند از تسهیلات استفاده کنند ولی با عضویت در صندوق‌های اعتباری خرد و تشکیل صندوق‌ها که شرایط تشکلی‌هایی که در قالب صندوق شکل می‌گیرد می‌توانند مشتری بانک‌ها شوند.

اقداماتی در جهت توانمندسازی زنان

با امضای تفاهم‌نامه وزارت جهاد کشاورزی با تعدادی از بانک‌ها امروز می‌توانیم بانوان را به صندوق معرفی کنیم تا اعضا وام بگیرند البته برای توانمندسازی زنان علاوه بر تشکیل صندوق‌ها که شرایط دسترسی مناسب به وام و اعتبار را فراهم می‌کنند ما آموزش‌هایی را به کارآفرینان برای توسعه کسب و کارهای خرد پیش‌بینی کرده‌ایم زیرا باور داریم دادن تسهیلات بدون آموزش توانمندسازی فقط بدهکار کردن افراد است و در ایجاد اشتغال هرگز وام به تنهایی تاثیر ندارد. باید اذعان کرد وقتی وام در کنار آموزش‌هایی که برای ایجاد یک کسب و کار لازم است قرار می‌گیرد فرآیند توانمندسازی تکمیل می‌شود و بانوان می‌توانند برای خود و دیگران شغل ایجاد کنند.

محورهای آموزش و توانمندسازی زنان

یکی از مولفه‌های آموزش و توانمندسازی آشنایی با بازار و مشتری‌شناسی و شناخت مزیت‌های نسبی و رقابتی محصولات است که سعی می‌کنیم همه این موارد در قالب آموزش‌های کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای پایدار به بانوان روستایی آموزش داده شود و علاوه بر آن آموزش مهارتی هم داریم که هدف ما ارتقای دانش و مهارت زنان روستایی است.



کشاورزی دانش‌بنیان تأمین‌کننده امنیت غذایی کشور است

کشاورزی دانش‌بنیان می‌تواند امنیت غذایی کشور را تأمین کرده و آن را برابر دشمنان و تحریم‌ها بیمه کند. در ادامه معاون پژوهشی و فناوری سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی نیز با تأکید بر اینکه باید به تولید برنج



نگاه سیستمی و پیوسته داشت، اظهار داشت: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، کشاورزان و مصرف‌کنندگان حلقه‌های بهم پیوسته در عرصه کشاورزی هستند که در صورت هماهنگی کامل به موفقیت، پیشرفت و رضایت دست پیدا خواهند کردند. کامبیز بازارگان تصریح کرد: هماهنگی و تعامل بین اجزای مختلف سیستم برنج سبب ارتقای کمی و کیفی برنج و به ویژه رضایت مصرف‌کننده می‌شود. وی بر لزوم رعایت الگوی مصرف برنج تأکید کرد و گفت: فرهنگ و ادب ایرانی و دینی بر رعایت مصرف به اندازه و جلوگیری از اسراف تأکید کرده است لذا افرادی که دارای تربیت هستند به ویژه روحانیون در اصلاح فرهنگ الگوی مصرف تلاش بیشتری داشته باشند زیرا حلقه مصرف و ذائقه ایرانیان آسیب‌پذیر بوده و به دنبال در تهیه غذای زیاد، مصرف بالا و دور ریختن است.

علی‌اکبر مویدی درباره نقش موثر کشاورزان در کشور اظهار داشت که کشاورزان قهرمانان ملی هستند که در شرایط بحرانی و تحریم کشور را از نظر مسائل غذایی حفظ می‌کنند. به گزارش رئیس موسسه آموزش و ترویج کشاورزی با بیان اینکه به همت کشاورزان

تولیدات این بخش از ۲۶ میلیون تن به ۱۲۲ میلیون تن افزایش یافته است، تصریح کرد: در بخش تولیدات زراعی نیز شاهد افزایش تولید از ۲۰ به ۸۰ تن و تولید حدود ۷ تن کلاز در هر هکتار هستیم. وی با بیان اینکه کشاورزان زمینه پیشرفت کشور با انواع تولیدات و محصولات را فراهم کرده‌اند، درباره تأثیر برگزاری روزهای ملی برای معرفی، تقویت و پیشرفت ظرفیت و پتانسیل افراد در بخش‌های مختلف کشور نیز گفت: به دلیل استقبال فراوان نسبت به سال گذشته برنامه‌های روز ملی از ۹ به ۲۷ برنامه افزایش یافته است. مویدی در ادامه با اشاره به حرکت کشاورزی ایران به سمت کشاورزی دانش‌بنیان، بیان کرد: کشاورزی دانش‌بنیان بر سه رکن نظام تحقیقات، دانش و اطلاعات و کشاورزی براساس نظام نوآوری استوار است. رئیس موسسه آموزش و ترویج کشاورزی ادامه داد:

کانون‌های جدید هماهنگی دانش، صنعت و بازار راه‌اندازی می‌شود

ویرایش جدید دستورالعمل اجرایی افتتاح، راهبری و نظارت بر کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار، ویرایش جدید این دستورالعمل پس از دریافت نظرات و پیشنهادات سایر اعضای کمیسیون مورد تأیید قرار گرفت. در ادامه این جلسه موضوع ۳ کانون متقاضی تاسیس



با حضور نمایندگان هیات موسس آنها در کمیسیون بررسی شد و در نهایت اعضای کمیسیون ضمن تأکید بر تقویت ترکیب هیات موسس و حضور کلیه بازیگران بالادست شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در حوزه‌های مورد بحث، با صدور موافقت اولیه جهت تاسیس کانون‌های «پسماند و بازیافت»، «سلولر و مشتقات سلولزی» و «گردشگری» موافقت کردند. براساس این گزارش، کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار با مشارکت و حضور نمایندگان ارکان اصلی چرخه اقتصاد دانش‌بنیان همچون مجامع دانشگاهی و پژوهشی، مراکز صنفی و حرفه‌ای، بنگاه‌ها، متقاضیان فناوری و نوآوری و نمایندگان بخش‌های دولتی و حاکمیتی در یک زمینه تخصصی مشخص در قالب یک شکل غیردولتی و غیرتجاری و با تصویب معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فعالیت می‌کنند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، هفتمین جلسه کمیسیون کانون‌های هماهنگی دانش، صنعت و بازار با حضور پیمان صالحی معاون نوآوری و تجاری‌سازی فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سایر اعضای کمیسیون برگزار شد. در ابتدای جلسه صالحی ضمن تبیین نقش و جایگاه کانون‌ها در توسعه و نفوذ فناوری در صنعت بیان کرد: در دوره جدید فعالیت این تشکل، معاونت علمی و فناوری با شناسایی حوزه‌های تاثیرگذار و دارای اولویت در کشور تاسیس کانون را با محوریت بخش خصوصی و حضور کلیه بازیگران کلیدی پیگیری می‌کند. سپس مجدداً، مدیرکل دفتر هماهنگی دانش، صنعت و بازار، گزارشی از عملکرد ۹ کانون در حال فعالیت به اعضای کمیسیون ارائه داد. در ادامه پس از تشریح تغییرات صورت گرفته در دستورالعمل اجرایی افتتاح،

برندینگ و ۱۲۵ نکته طلایی (۶)

به قلم: لوگان زانلی نویسنده حوزه برندینگ و تبلیغات
مترجم: امیر آل علی

در مطالب گذشته به ۴۰ نکته طلایی برندینگ اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می پردازیم.

۴۱-سطح تحصیلی آنها را بیابید
بدون شک میزان تحصیلات و یا انواع مختلف کارها، در رفتار اقتصادی افراد تأثیرگذار خواهد بود. به همین خاطر نیز ضروری است تا آنها را در طیف-های مختلف قرار داده و برنامه ریزی دقیقی را داشته باشید.

۴۲-با همه افراد ادبیات یکسان نداشته باشید
میزان اطلاعاتی که لازم است تا در اختیار یک فرد متخصص قرار دهید، با یک دانش آموز کاملا متفاوت خواهد بود. همچنین لحن صحبت نیز تفاوت-هایی را باید داشته باشد. برای مثال یک نوجوان باید احساس کند که با فردی همسن خود در حال ارتباط است. به همین خاطر نیز لازم است تا بدانید با چه افرادی مشغول فعالیت هستید.

۴۳-به نوع خرید مشتریان توجه کنید
شما باید بدانید که چه تعداد از افراد اقدام به خرید اینترنتی کرده و چه میزان از آنها تمایل دارند تا به نمایندگی های فروش مراجعه کنند. این امر باعث خواهد شد تا بتوانید برنامه ریزی بهتری را داشته باشید. برای مثال در صورتی که بیش از نیمی از فروش های شما از طریق اینترنت صورت می گیرد، دیگر ایجاد یک نمایندگی فروش جدید الزامی را در پی نخواهد داشت.

۴۴-مواردی که افراد به اشتراک می گذارند را شناسایی کنید

بدون شک این امر که مطالب شما جذابیت کافی برای به اشتراک گذاشتن را داشته باشند از جمله مواردی است که باید با توجه به این امر که مخاطبان شما بیشتر چه نوع مطالبی را برای اطرافیان خود می فرستند، به دست آورید. در نهایت لازم است تا نام برند خود را در تمامی محتواهای ایجادشده درج کنید تا این اقدام شما را به اهداف مورد نیاز برای برندینگ برساند.

۴۵-بزرگترین ترس های جامعه هدف خود را شناسایی کنید
ترس از جمله احساساتی محسوب می شود که شما می توانید از آن برای بهبود وضعیت برند خود استفاده کنید. شیوه کار نیز در این رابطه از طریق نشان دادن خود به عنوان برطرف کننده آن است. برای مثال یک شرکت تولیدکننده انواع سم، با نشان دادن این امر که خانه افراد بدون محصول شان تا چه حد در خطر حمله موجودات مودی قرار دارد، می تواند از این برانگیختن ترس افراد، در راستای محبوب کردن برند خود و افزایش فروش استفاده کند.

۴۶-بزرگترین عامل ناامیدی در خرید را بشناسید
این امر که بدانید چه عاملی بیشترین تأثیر را در احساس یک خرید بد خواهد داشت باعث می شود تا با حذف آن بتوانید به موفقیت دست پیدا کنید. به همین خاطر نیز لازم است تا همواره خود را به عنوان یک راه حل برای بهبود زندگی افراد معرفی کنید.

۴۷-رویای مشتریان خود را به واقعیت تبدیل کنید
توصیه می شود تا به جای جوائز یکسان و رایج، به دنبال تحقق آرزوهای بزرگ و حتی کوچک افراد باشید. برای مثال ملاقات با یک بازیگر و یا خرید خانه می تواند آرزوهای بزرگ و کوچکی باشد که اگر شما به پلی برای رسیدن به آنها تبدیل شوید، بدون شک به چیزی بیش از یک برند تجاری برای مخاطبان تبدیل خواهید شد.

۴۸-مشکلات موجود مخاطبان خود را مورد هدف قرار دهید
ریشه بسیاری از عدم خریده ها به خاطر وجود مشکلاتی است که در این رابطه برای مخاطبان وجود دارد. برای مثال در صورتی که افرادی مدتی است که شما را دنبال کرده ولی خریدی را انجام نداده اند، احتمال دارد که این امر به خاطر وجود یک مشکل باشد. عدم آگاهی کافی و یا مشکلات مالی، از جمله موارد رایج در این زمینه محسوب می شود. برای مثال یک برند تولیدکننده دوربین-های عکاسی، از طریق ارائه تسهیلات برای خرید محصولات خود و یا برگزاری کلاس های آموزشی، به خوبی می تواند محبوبیت برند و تعداد بیشتر مشتریان را برای خود فراهم آورد.

۴۹-پر فروش ترین محصولات خود را بشناسید
این امر باعث خواهد شد تا تمرکز اصلی خود را بر روی آنها قرار داده و در طراحی های بعدی، دلایل محبوبیت برخی از محصولات خود را به تمامی تولیدات اضافه کنید.

۵۰-علاقه مشترک خود را به اشتراک بگذارید
بدون شک علائق شما می تواند مورد توجه بسیاری از افراد باشد. به همین خاطر در راستای تنوع بخشی به اقدامات خود، لازم است تا این امر را نیز مورد توجه قرار دهید. برای مثال برند نیکون با به اشتراک گذاشتن برترین تصاویر جهان، یک بخش بسیار جذاب را برای افراد بی شماری به وجود آورده است.

۵۱-رقبای خود را بشناسید
در هر زمینه ای از کسب و کار به خصوص برندینگ، رقبا تأثیر بسزایی را دارند. به همین خاطر نیز لازم است تا در ابتدا تمامی رقبای موجود در زمینه کاری خود را به خوبی شناخته و نام آنها را در جایی مکتوب کنید.

ادامه دارد ...
منبع: copyblogger



مشتریان برندها را با چشم های شان ارزیابی می کنند

برندسازی تاثیر گذار و نگاه مشتریان



منظور اجبار دانشگاه ماساچوست به توقف خرید و فروش گوشت وارد آزمایش خود کرد. همانطور که می دانید، درخواست توقف خرید و فروش گوشت در دهه ۷۰ بسیار جسورانه بود. به هر حال در آن زمان هنوز گروه های گیاه خواران و مخالف های کشتن حیوانات پایگاه اجتماعی مناسبی نداشتند.

نکته مهم در مورد آزمایش فوق درخواست جسورانه اش نبود. در عوض شیوه پیگیری درخواست از سوی دانشجویان جالب بود. در این آزمایش دانشجویان به دو گروه تقسیم شده بودند:

- یک گروه شامل افراد ورزشکار و از نظر زیبایی و تناسب اندام در وضعیت بسیار مطلوب بودند.

- گروه دوم از نظر فعالیت فیزیکی و جنب و جوش چندان وضعیت خوبی نداشتند. بنابراین زیبایی ظاهری گروه نخست را نداشتند.

نکته جالب این پژوهش تأثیرگذاری به مراتب بیشتر افراد ورزشکار و دارای تناسب اندام بر روی دیگران بود. به این ترتیب این گروه موفق به اقناع شمار بسیار بیشتری از همکلاسی ها در مقایسه با دیگران شد. نتیجه این پژوهش تأثیر جلوه بصری و زیبایی ظاهری افراد و بالطبع برندها بر روی مردم است. این آزمایش یکی از پشتوانه های کلاسیک برای اثبات اهمیت برندسازی به وسیله جلوه های بصری زیبا و جذاب است.

مشتریان برندهای زیبا را ترجیح می دهند

همان رفتاری که در مورد آزمایش کتر شلی چاپکان روی داد، در حوزه برندسازی نیز صادق است. مشتریان تمایل بیشتری به انتخاب برندهای دارای جلوه ظاهری جذاب تر دارند. بدون تردید این امر به هنگام مشاهده وضعیت برندهایی مانند نایک، اپل، کوکاکولا و استارباکس بسیار بدیهی به نظر می رسد. به هر حال هر کدام از این برندها هزینه های زیادی برای مراقبت از جلوه ظاهری برندشان صرف می کنند. این امر شامل تمام تماس های شان با مشتریان از قبیل آگهی های تبلیغاتی، ارائه خدمات مشتریان و تولید محصولات باکیفیتی می شود. درست به همین دلیل نام این برندها همیشه در ذهن مخاطب هست.

صادقانه بگویم، امروزه هیچ بهانه ای برای داشتن یک برند زشت وجود ندارد. اغلب بهانه های برندها بی پایه محسوب می شود. اکنون فرآیند طراحی برند و تولید محصولاتی کاملاً تحت کنترل شرکتها قرار دارد. به نکات ذیل توجه کنید:

- اگر سایت قدیمی است، آن را آپدیت کنید.
- اگر امکانات و خدماتتان از مد افتاده است، به فکر به روز رسانی شان باشید.

به قلم: جرمی میبلر کارشناس برندسازی

ترجمه: علی آل علی

برندسازی همیشه در تعامل نزدیک به جلوه های بصری قرار دارد. ارزیابی افراد از برندهای مختلف از طریق جلوه های بصری صورت می گیرد. دلیل این امر حساسیت بسیار بالای انسانها به محرک های دیداری است، با این حساب جلوه ظاهری و بصری برند ما ارزشمندش از نگاه مخاطب را مشخص خواهد کرد. به عنوان مثال، یک برند زشت و از مد افتاده با احتساب تمام جزئیاتش مانند سایت رسمی، لوگو و شعار تبلیغاتی بیانگر داستانی خاص است، با این حال داستان مورد نظر کیفیت چندان بالایی ندارد. به همین دلیل مخاطب هدف جذب آن نمی شود. مشاهده چنین پدیده ای به هنگام ورود به عرصه قدیمی و صنعتی کسب و کار وجود دارد. به منظور فهم بهتر ماجرا ورود به یک خانه قدیمی و متروکه را در نظر بگیرید. در چنین خانه ای فرش ها کهنه، میلمان خراب و دیوارها کثیف خواهد بود. آیا چنین تصویری بیانگر یک خانه و زندگی مدرن است؟ در مورد برندها نیز همین ماجرا جریان دارد. یک تصویر نامناسب بیانگر برندی با توانایی بالا و جذاب برای مخاطب نیست.

اگر شرکت ما در زمینه نوآوری حرف های زیادی داشته باشد، ولی جلوه بصری و برندش قدیمی باشد، شانس چندان برای جلب نظر مشتریان نخواهد داشت. درست به همین خاطر ظاهر برند هم اهمیت بسیار بالایی دارد. بازنمایی ارزش های نظیر اعتماد به نفس، نوآوری و خلاقیت از طریق جلوه های بصری یک برند تأثیر انکارناپذیری بر روی مخاطب خواهد داشت.

وقتی من از برند صحبت می کنم، منظرم هرگونه تماس مشتریان با ماست. در این میان فرقی میان تعامل مشتریان با شرکت، کارمندان، محصولات و خدمات وجود ندارد. مشتریان برندها را با چشم های شان قضاوت می کنند، بنابراین باید داستان برندمان را به گونه ای جذاب مقابل دیدگان مشتریان قرار دهیم تا برندسازی تأثیرگذاری داشته باشیم.

برند جذاب یعنی برند ماهر در زمینه اقناع مشتریان
جلب نظر مفهومی فراتر از حوزه بازاریابی است. با استفاده از مفهوم جلب نظر ما با دیگران ارتباط برقرار می کنیم. اغلب اوقات هویت افراد و برندها از طریق روابط آنها با دیگران تعیین می شود. به همین دلیل در حوزه برندسازی نیز این مفهوم اهمیت و کاربرد بالایی دارد.

در اواخر دهه ۷۰ میلادی، دکتر شلی چاپکان، پژوهشگر و کارشناس در زمینه روانشناسی جلب توجه، آزمایشی جذاب را برگزار کرد. او مجموعه ای دانشجویان دانشگاه ماساچوست را با هدف ترغیب همکلاسی های شان به

- اگر بسته بندی محصولاتتان مناسب نیست، طراحی بسته بندی های تازه را در دستور کار قرار دهید.

در دنیای تصمیم گیری کسب و کارها بهبود وضعیت ظاهری برندها بسیار ساده است. تنها نکته مهم در این میان آگاهی به موقع از کاهش جذابیت ظاهری برندمان و تلاش برای بهبود آن است. به این ترتیب دیگر جایی برای نگرانی نخواهد بود. مشکل درست از جایی شروع می شود که برندها نسبت به جلوه ظاهری شان توجه کافی را ندارند. در بسیاری از مواقع شرکتها مشغول فرآیندهای به اصطلاح مهم تر هستند. به راستی بدون ساماندهی مناسب وضع بصری برندمان چگونه امکان امیدواری به جلب نظر مشتریان وجود خواهد داشت؟ در این صورت دیگر کیفیت محصولات، کمپین های بازاریابی و تبلیغاتی و سرمایه گذاری های شرکت نیز به چشم نخواهد آمد.

هر برندی نیاز به ترمیم دارد

دلیل اصلی جلوه زشت بسیاری از برندها عدم ثبات و پایداری آنهاست. بسیاری از برندها جلوه پایدار و ثابتی در بازار کسب و کار و نزد مخاطب ندارند. به همین دلیل نیز مشتریان معمولاً تمایل چندانی به تعامل و خرید از آنها نشان نمی دهند.

هر برندی پس از یک یا دو سال نیازمند بازسازی و بهبود وضعیتش است. بهترین نقطه برای مشاهده نیاز برندمان به بازسازی سایت رسمی آن است. پس از گذشت دو یا سه سال سایت ما جذابیت خود را از دست می دهد. این امر به دلیل پیشرفت سریع حوزه طراحی سایت است، بنابراین ما نیازمند جلوه ای زیباتر برای سایت برندمان خواهیم بود. به راستی یک سایت قدیمی چه پيامی را برای مشتریان مخایره خواهد کرد؟ وقتی یک برند به ظاهر خود اهمیت نمی دهد، چگونه کیفیت محصولات و رضایت مشتریان برای آن مهم خواهد بود؟ اجازه دهید ذهنیت مشتریان در چنین شرایطی را در کمال صداقت بیان کنم: برند مورد نظر دیگر در فهرست برندهای جذاب مشتریان جایی نخواهد داشت.

همه شرکتها باید طراحی و برندسازی را جدی بگیرند. اگر سایت شما قدیمی است، به روز رسانی آن ضروری خواهد بود. این امر در مورد سایر جلوه های ظاهری برندمان نیز صادق است. بازآفرینی برند همیشه امری مهم در حوزه کسب و کار محسوب می شود. به هر حال مشتریان همیشه پیش از خرید به برند محصولات نگاه می کنند. اگر برند یک محصول جذاب نباشد، آنها قید خرید محصول را می زنند.

منبع: stickybranding

ایستگاه بازاریابی

شبکه Hulu چگونه همه را غافلگیر کرد؟

بازاریابی تاثیر گذار با عنصر غافلگیری

به قلم: میشل دژموند کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل علی

آیا شما نیز به دنبال راهکاری برای گفت‌وگو با مردم هستید؟ امروزه تلاش اغلب کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات ترغیب هرچه بیشتر مردم به سوی گفت‌وگو و تعامل با برندهاست. یکی از راهکارهای تازه در این زمینه غافلگیری مخاطب محسوب می‌شود. به عنوان مثال، شبکه آنلاین Hulu پیش‌نمایش مربوط به فصل چهارم سریال ورونیکا مارس را یک هفته زودتر از زمان مورد انتظار طرفدارها به نمایش درآورد. این امر موجب ایجاد هیجان در میان مخاطب‌های این کانال شد. کانال Hulu چندین قبل نیز به هنگام برگزاری فستیوال سالانه‌اش بدون اطلاع‌رسانی قبلی و پیش از پخش مستند شبکه نت‌فلیکس اقدام به نمایش مستندش کرد. این امر موجب جلب توجه شمار بالایی از مخاطب‌ها شد. همچنین اقدامی بسیار کارآمد در مقابل رقیب اصلی‌شان یعنی نت‌فلیکس بود.

بدون تردید غافلگیری‌های لحظه‌ای و بدون اطلاع‌رسانی قبلی تاثیر بسیار زیادی بر روی مخاطب دارد. البته این امر فقط از سوی برندهای بزرگ پیگیری نمی‌شود. بسیاری از هنرمندان مطرح نیز از آن استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، برخی از خواننده‌ها پیش از توزیع عمومی آلبوم‌های خود اقدام به اهدای برخی نسخه‌ها به عنوان هدیه می‌کنند. این امر توجه عمومی به آلبوم موردنظر را به شدت افزایش خواهد داد.

شبکه Hulu فصل نخست سریال ورونیکا مارس را بین سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۷ به نمایش درآورد. طرح نمایش فصل چهارم این سریال براساس انتظار طرفدارها در تاریخ ۲۶ جولای رقم می‌خورد، با این حال مدیران این شبکه این فصل را در تاریخ ۱۹ جولای به نمایش درآوردند. به این ترتیب سر و صدای زیادی در مورد این اقدام شبکه Hulu به پا شد. غافلگیری طرفدارها موجب تماشای سریع بسیاری از فصل‌های سریال از سوی آنها در کمتر از یک هفته شد. به این ترتیب شرکت از اقدام غافلگیری‌کننده‌اش سود بسیار زیادی کسب کرد. شاید اگر برنامه شبکه Hulu در زمان مقرر انجام می‌شد، این مقدار توجه جلب نمی‌کرد. به همین دلیل بحث تاثیرگذاری الگوی بازاریابی مبتنی بر غافلگیری بسیار داغ است. پیتر نیلور، مدیر مسئول بخش تبلیغات در شرکت Hulu، پیرامون اقدام اخیر شرکت اینگونه اظهار نظر کرده است: «این اقدام تلاشی برای جلب نظر مردم به کمپین مان بود. به این ترتیب نمایش فصل چهارم سریال به مذاق بسیاری از طرفدارها خوش آمد. این امر حتی ایده ادامه ساخت سریال را نیز در شرکت مطرح ساخت.»

به بیان پیتر، شبکه Hulu پیش از این نیز از الگوی غافلگیری برای کمپین‌های بازاریابی‌اش استفاده کرده است. این امر به طور مشخص در راستای مقابله هرچه بهتر با نت‌فلیکس صورت می‌گیرد. جالب اینکه با مشاهده موفقیت چنین الگوی حتی دست‌اندرکاران نت‌فلیکس نیز به استفاده از الگوی بازاریابی مشابه ترغیب شده‌اند. پیتر نیلور موفقیت‌های به دست آمده از طریق بازاریابی غافلگیری را به خاطر برنامه‌ریزی دقیق شرکت Hulu می‌داند. تیم بازاریابی شرکت از مدت‌ها قبیل به فکر ایده‌ای جالب و هیجان‌انگیز برای جلب نظر مخاطب بود. به این ترتیب طرح غافلگیری مشترک‌های شبکه و سایر مردم در دستور کار قرار گرفت. بسه عقیده نیلور، استفاده از این شیوه بازاریابی علاوه بر ایجاد هیجان در میان کاربران، موجب جلب توجه رسانه‌ها و همچنین افزایش شمار مشتریان شرکت می‌شود. به همین دلیل باید انتظار ادامه استفاده از این شیوه را داشته باشیم.

اکنون بسیاری از شبکه‌های کابلی و پخش آنلاین از الگوی بازاریابی مبتنی بر غافلگیری برای جلب مشترک استفاده می‌کنند. اگرچه استفاده بی‌شمار آن در طول بازه زمانی محدود موجب کاهش شدید تاثیرگذاری‌اش خواهد شد، بنابراین استفاده از آن باید به صورت هوشمندانه صورت گیرد.

بدون تردید همه برندها فرصت و موقعیت برابری برای استفاده از عنصر غافلگیری را ندارند. پروفیسور کوین مک تیگو، استاد بازاریابی در دانشکده کسب و کار دانشگاه نورث وست، نکات جالبی را بیان می‌کند. به باور وی برخی از برندها و افراد امکانات بهتری برای استفاده از عنصر غافلگیری در بازاریابی دارند. به عنوان مثال یک خواننده مشهور به دلیل شهرت بالای خود امکان بهره‌مندی از تاثیرگذاری بیشتر با استفاده از غافلگیری طرفدارانش را دارد، با این حال برای یک برند کمتر شناخته شده، چنین فرصتی فراهم نخواهد بود. به مانند هر تکنیک بازاریابی، در اینجا نیز برندها باید اهداف و انتظارات خود را به خوبی مشخص کنند. بی‌شک دسترسی به برخی از اهداف از طریق این الگو امکان‌پذیر نیست. رمز موفقیت در بازاریابی مبتنی بر غافلگیری نیز شناخت سازگاری برنامه‌مان با الگوی موردنظر در کنار بررسی توانمندی‌های برندگان است.

منبع: adweek



بازاریابی دیجیتال با شبکه‌های اجتماعی نوظهور

بررسی ۵ شبکه اجتماعی جدید در عرصه بازاریابی



به قلم: پاملا بامپ نویسنده حوزه رشد مخاطب در موسسه HubSpot

ترجمه: علی آل علی

بازاریابی دیجیتال به طور معناداری با شبکه‌های اجتماعی گره خورده است. هنگامی که ما در اپ استور یا گوگل پلی عبارت «شبکه‌های اجتماعی» را جست‌وجو می‌کنیم، شمار بسیار زیادی اپ ظاهر می‌شود. بدون تردید موفقیت شبکه‌های اجتماعی بزرگ بسیاری از شرکت‌ها را به فکر ایجاد پلتفرم‌های تازه انداخته است، با این حال آیا همه شبکه‌های اجتماعی نوظهور به اندازه الگوهایی مانند اینستاگرام و فیس‌بوک موفق خواهند بود؟ از نقطه نظر بازاریابی، آیا چنین پلتفرم‌هایی تغییری در جریان بازاریابی و کار بازاریاب‌ها ایجاد خواهد کرد؟

پاسخ صحیح به پرسش فوق منفی خواهد بود. در حقیقت، کارشناس‌های شبکه‌های اجتماعی در موسسه HubSpot به نحوه توسعه و تحول شبکه‌های اجتماعی قدیمی در سال ۲۰۱۹ توجه دارند. از نظر آنها بررسی فرآیند توسعه چنین پلتفرم‌هایی در تک‌به‌تکی از وضعیت بازاریابی دیجیتال را برای ما ممکن می‌کند. کلی هندریکسون، مسئول بخش شبکه‌های اجتماعی موسسه HubSpot، در سال ۲۰۱۹ چشم به تغییرات برخی از پلتفرم‌های تقریباً فراوش شده دوخته است: «بدون تردید همچنان در ادامه سال ۲۰۱۹ شاهد خبرهای جذابی از سوی شبکه‌های اجتماعی قدیمی خواهیم بود. اکنون ما شاهد تلاش‌های اسنپ چت برای ایجاد تغییراتی کاربردی در نحوه استفاده کاربران از امکاناتش هستیم. همچنین فیس‌بوک نیز پس از رسوایی مربوط به نقض حریم شخصی کاربران در تلاش برای ایجاد ساز و کارهای قابل اعتمادتری است.» به این ترتیب مواجهه شبکه‌های اجتماعی بزرگ با چالش‌های مختلف در عمل منجر به تلاش گسترده آنها برای حفظ جایگاهشان خواهد شد.

صرف نظر از فیس‌بوک و اسنپ چت، ما شاهد تلاش پلتفرم‌هایی نظیر Reddit و پیترست برای ارتقای کیفیت تبلیغات و ابزارهای بازاریابی هستیم. این امر با هدف کسب سود بیشتر از همکاری با برندهای مختلف صورت می‌گیرد.

بدون تردید فعالیت در شبکه‌های اجتماعی بزرگ و محبوب نتیجه مناسبی برای برندها در بی خواهد داشت. تلاش‌های بازاریابی و تبلیغات در چنین پلتفرم‌هایی همیشه با استقبال و تعامل مطلوب کاربران مواجه می‌شود، با این حال در رابطه با نسل جوان توجه صرف به شبکه‌های اجتماعی محبوب کافی نیست. بسیاری از جوان‌ها علاوه بر پلتفرم‌هایی نظیر اینستاگرام و توئیتر در شبکه‌های اجتماعی جدید و در حال توسعه نیز عضویت دارند. به همین دلیل به عنوان یک برند در حال توسعه حضور ما در شبکه‌های اجتماعی نوظهور و مورد توجه نسل جوان ضروری خواهد بود.

بدون تردید مشاهده روند توسعه شبکه‌های اجتماعی جدید ارزیابی درستی از ارزش فعالیت در هر کدام را برای ما پدید می‌آورد. اگر برند ما در شبکه‌های اجتماعی مناسب عضویت زودهنگام داشته باشد، شانس بالاتری در مقایسه با رقبا برای جلب نظر کاربران خواهد داشت. این امر شامل ایجاد سابقه‌ای مناسب برای برندها در پلتفرم موردنظر و امکان بهره‌مندی از تبلیغات ارزان‌تر همراه با دامنه وسیع‌تری از مخاطب هدف است. متأسفانه بسیاری از برندها پس از شهرت جهانی یک پلتفرم اقدام به حضور در آن می‌کنند. به همین دلیل فرآیند جلب نظر کاربران برای آنها بسیار دشوار خواهد شد. به این ترتیب با انتخابی هوشمندانه آینده برندگان در زمینه بازاریابی و تبلیغات تضمین می‌شود.

در این مقاله به منظور کمک به شما برای آگاهی از آخرین تغییرات دنیای بازاریابی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی اقدام به معرفی پنج پلتفرم اجتماعی نوظهور و در حال توسعه کرده‌ایم. تمام شبکه‌های اجتماعی مورد بحث در این مقاله پس از سال ۲۰۱۶ تأسیس یا برپندسازی مجدد شده‌اند. همچنین تمامی آنها توجه دامنه نسبتاً وسیعی از کاربران، سرمایه‌گذارها و رسانه‌های جمعی را به خود جلب کرده‌اند.

در مورد هر پلتفرم ما به شما در زمینه فهم نحوه استفاده از آن، دامنه اصلی کاربران و دلیل توسعه فرآیند بازاریابی در آن کمک خواهیم کرد.

۱. تیک توک

سال شروع به کار: ۲۰۱۷

تعداد کاربران: بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر فعال در ماه

در سال ۲۰۱۸، شرکت طرح اپ Musically اقدام به راه‌اندازی اپ مشابهی تحت عنوان تیک توک کرد. از آن زمان تا به حال تیک توک از مرز ۵۰۰ میلیون کاربر فعال در روز عبور کرده است. با بیش از ۸۰۰ میلیون داندلود در سراسر جهان، تیک توک در اپ استور از فیس‌بوک، اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی نوظهور محبوب‌تر است.

بدون تردید کاربران قدیمی شبکه‌های اجتماعی به خوبی پلتفرم‌های Vine و Musically را به یاد می‌آورند. تیک توک به نوعی ترکیب هر دو پلتفرم فوق است. این پلتفرم به کاربران اجازه ضبط فیلم‌های کوتاه مانند پلتفرم Vine را می‌دهد. همچنین به مانند اسنپ چت و Musically کاربران امکان افزودن شکلک‌ها و افکت‌های مختلف را به ویدئوی‌شان دارند. همچنین امکاناتی نظیر درج متن و

موسیقی متن نیز به این پلتفرم اضافه شده است. همانطور که انتظار می‌رود، پلتفرم تیک توک بیشتر مورد علاقه نسل جوان است. براساس آمار رسمی تیک توک اغلب کاربران آنها کمتر از ۳۰ سال سن دارند.

پس از آنکه ویدئوی مورد علاقه‌مان را در تیک توک ساختیم، این اپ به ما اجازه شخصی‌سازی محتوا را می‌دهد. افزودن هشتگ دلخواه، متن موردنظر و همینطور ایجاد پیوند میان ویدئوی مان و سایر پست‌ها از جمله امکانات این پلتفرم محسوب می‌شود.

علاوه بر سر و صدای زیاد این اپ در رسانه‌هایی نظیر نیویورک تایمز، کم‌دین‌های مشهوری نظیر جیم فالن نیز از آن استقبال کرده‌اند. به این ترتیب سلبریتی‌های مشهور نیز در این پلتفرم حضور فعالی دارند.

به بیان کریستال وو، مسئول بخش انجمن شبکه‌های اجتماعی موسسه HubSpot، تیک توک هر روز بیشتر به محیطی مناسب برای برندها بدل می‌شود: به عنوان مثال حضور واشنگتن پست در تیک توک و استقبال فراوان کاربران از این برند نمونه خوبی به نظر می‌رسد.

امکان استفاده از دامنه وسیع موسیقی‌های جهانی در این اپ بسیاری از کاربران را هیجان‌زده کرده است. به این ترتیب دست برندها نیز برای ایده پردازی در زمینه تولید محتوا در تیک توک بسیار باز خواهد بود. نکته مهم درخصوص تیک توک توجه نسل جوان به آن است، بنابراین باید مطلقاً با سلیقه آنها اقدام به تولید محتوا و بازاریابی دیجیتال کنیم.

۲. کافتین

سال شروع به کار: تاسیس در ۲۰۱۶ و شروع به کار رسمی در ۲۰۱۸

تعداد کاربران: به طور رسمی اعلام نشده است

پلتفرم تلویزیونی کافتین از سوی طراح‌های قبلی برند اپل ساخته شده است. این پلتفرم به کاربران اجازه راه‌اندازی نوعی شبکه تلویزیونی شخصی را می‌دهد. امکانات گسترده این اپ موجب استقبال سازندگان حرفه‌ای پادکست شده است. به همین دلیل در طول چند ماه اخیر تعداد زیادی از پادکست‌های تصویری به این پلتفرم منتقل شده‌اند. در بخش کامنت‌ها نیز علاوه بر امکان درج متن از شکلک‌های مختلف نیز استفاده شده است.

علاوه بر امکان تولید پادکست و ضبط زنده ویدئو در این پلتفرم، با اتصال گوشی همراه به تلویزیون یا رایانه شخصی امکان لذت بردن از بازی‌های مختلف درون این برنامه نیز وجود دارد. به این ترتیب این شبکه اجتماعی بدل به گزینه‌ای جذاب برای گیمرها نیز شده است.

شرکت سازنده کافتین تا به حال آمار رسمی کاربران خود را منتشر نکرده است، با این حال سرمایه‌گذاری ۱۴۰ میلیون دلاری آنها برای توسعه کافتین بیانگر حضور شمار قابل توجهی از کاربران در آن است. بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار این پلتفرم برند مشهور فکس قرن ۲۱ است.

با وجود سرمایه‌گذارهای بزرگ، پلتفرم کافتین شانس بسیار بالایی برای جلب توجه جهانی دارد. به این ترتیب پوشش بسیاری از رویدادهای بزرگ ورزشی و جهانی مزیت آن محسوب می‌شود. همین امر شمار بالایی از کاربران را به این پلتفرم علاقه‌مند کرده است.

کافتین یکی از بهترین مثال‌ها در زمینه نحوه جلب نظر کاربران نسل جوان شبکه‌های اجتماعی است. همانطور که این پلتفرم در حال جلب نظر هرچه بیشتر کاربران است، اگاهی ندیای بازاریابی و تبلیغات نیز به آن توجه بیشتری نشان می‌دهد. به این ترتیب اکنون بسیاری از برندها در حال تولید پادکست‌های زنده حول محور پرسش و پاسخ میان خود و طرفداران‌شان هستند. بدون تردید تجربه طرح پرسش‌های مستقیم از برند مورد علاقه‌مان و پاسخگویی مدیرعامل یا مسئول ارشد آن به ما بسیار جذاب خواهد بود. همچنین این پلتفرم مکان مناسبی برای ضبط و به اشتراک‌گذاری ویدئوهای مربوط به نمایش پشت صحنه کسب و کار خواهد بود. دامنه اصلی علاقه برندها به این پلتفرم در حوزه ورزش، سرگرمی، بازی و اخبار است.

اگر برند شما ایده‌های جذابی برای اجرای برنامه زنده و نسبتاً طولانی مدت دارد، استفاده از پلتفرم کافتین ضروری خواهد بود. مشکل اصلی بسیاری از برندها علاقه به تولید ویدئوهای زنده و ناتوانی در یافتن مخاطب علاقه‌مند به چنین محتوایی است. حضور در شبکه اجتماعی کافتین فرصت دستیابی راحت به کاربران علاقه‌مند را به ما خواهد داد.

۳. لاسو فیس‌بوک

سال شروع به کار: ۲۰۱۸

تعداد دانلود: بیش از ۷۰ هزار دانلود در آمریکا

پلتفرم لاسو در سال ۲۰۱۸ از سوی غول دنیای شبکه‌های اجتماعی یعنی فیس‌بوک رونمایی شد. هدف اصلی از تأسیس چنین پلتفرمی رقابت مستقیم با تیک توک بود. نگاهی کوتاه به شباهت امکانات لاسو به تیک توک به خوبی این ادعا را ثابت خواهد کرد.

اگرچه پلتفرم لاسو به نازگی شروع به کار کرده است، به احتمال زیاد در آینده یکی از شبکه‌های اجتماعی بسیار محبوب خواهد بود. مزیت اصلی آن حضور

فیس‌بوک در کنارش است. به این ترتیب آنها فرصت کافی برای استفاده از تجربیات و مهارت کارمندان این برند را خواهند داشت. همچنین تبلیغ فیس‌بوک برای این پلتفرم شمار بسیار بالایی از کاربران را به خود جلب خواهد کرد.

بدون تردید هنوز دامنه کاربران لاسو بسیار اندک است. همچنین نمودارهای منحصر به فرد این پلتفرم نیز هنوز جزئیات دقیق کاربران را نشان نمی‌دهد، با این حال تلاش فیس‌بوک برای دستیابی به کاربران جوان تیک توک بیانگر اهداف برنامه‌های بلندمدتی است. به همین دلیل وضعیت فعلی لاسو به هیچ وجه در آینده پایدار نخواهد ماند. وقتی فیس‌بوک قصد دستیابی به هدفی را داشته باشد، بدون تردید از قبل برنامه‌های خود را مدون ساخته است. به هر حال فیس‌بوک به خوبی از کاهش دامنه کاربران نسل جوانش آگاهی دارد.

به مانند تیک توک، پلتفرم لاسو برای بازاریابی دیجیتال برندهای فعال در زمینه سرگرمی، مد، پوشاک و تولید برنامه‌های زنده تصویری گزینه جذابی خواهد بود.

۴. Houseparty

سال شروع به کار: ۲۰۱۶

تعداد کاربران: بیش از ۲۰ میلیون

Houseparty یک اپ پیام‌رسان تصویری گروهی است. این شبکه اجتماعی به کاربران امکان مکالمه تصویری زنده تا سقف حضور هشت کاربر را می‌دهد. به منظور ایجاد تجربه‌ای لذت بخش از فعالیت در Houseparty امکان ارسال گیف، شکلک و بسیاری محتوای بصری دیگر نیز در حین تماس تصویری وجود دارد.

اگرچه این اپ بیش از سه سال تجربه فعالیت دارد، با این حال اخیراً دستخوش تغییرات عمده‌ای شده است. درست پس از اعمال این تغییرات استقبال کاربران از آن به شدت افزایش یافته است. نام اصلی این پلتفرم در ابتدا Meerkat بود. با این حال اندکی بعد تحت عنوان Houseparty دست به بازسازی برندش زد. از آن زمان تا به حال رتبه آنها در اپ استور از یک میلیون به ۲۰ میلیون داندلود رسیده است.

در سال ۲۰۱۸ Houseparty علاوه بر امکانات قبلی‌اش دسترسی کاربران به بازی‌های مختلف را نیز فراهم کرد. همچنین امکان چت آنلاین در داخل بازی نیز یکی از ایده‌های جالب آنها محسوب می‌شود. به این ترتیب دیگر گیمرها مجبور به تحمل دشواری‌های گوناگون حین بازی برای ارسال پیام نیستند.

دامنه برندهای علاقه‌مند به فعالیت تبلیغاتی در این پلتفرم به شدت بالاست. به عنوان مثال برندهای حوزه تولید لوازم آرایشی در تلاش برای درج تبلیغات‌شان در درون بازی‌های آنلاین این پلتفرم هستند. همچنین شرکت‌های تولید لوازم ورزشی نیز پست‌های تبلیغاتی در Houseparty را گزار می‌کنند.

بدون تردید Houseparty همچنان نیازمند زمان و خلاقیت بیشتر برای دسترسی به جایگاه بهتر در میان رقباست، با این حال انگیزه و موفقیت آنها، به ویژه پس از بازسازی برندگان، امیدواری بسیار زیادی پدید آورده است.

۵. استیمیت

سال شروع به کار: ۲۰۱۶

تعداد کاربران: نزدیک به ۱.۲ میلیون

این پلتفرم درست مانند Reddit است. در حالی که Reddit در صورت محبوبیت مطالب اکانت‌ها به آنها عنوان‌های افتخاری و امکانات جانبی متعدد می‌دهد، در استیمیت در صورت فعالیت مناسب کاربران سکه‌های ویژه در یافت می‌کنند. به مانند Reddit در اینجا نیز امکان تعامل با پست‌های مختلف از طریق لایک، درج کامنت و باز نشرشان وجود دارد.

مزیت اصلی پلتفرم استیمیت طراحی بسیار ساده رابط کاربری‌اش است. به این ترتیب کاربران در استفاده از امکانات مختلف آن دچار سردرگمی نخواهند شد. استفاده از پس‌زمینه سفید موجب پایداری بیشتر این پلتفرم به سادگی سنتی شبکه‌های اجتماعی شده است.

از آنجایی که سکه‌های استیمیت در استفاده از امکانات جانبی بسیار باارزش است، کاربران اقدام به خرید و فروش آن نیز می‌کنند. به همین دلیل در رابط کاربری این پلتفرم تعداد سکه هر کاربر به نمایش درمی‌آید.

اکنون استیمیت نزدیک به یک میلیون کاربر در اختیار دارد. براساس پیش‌بینی کارشناس‌های حوزه شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی دیجیتال به دلیل رویکرد متفاوت این پلتفرم شناس موفقیتش بسیار بالا خواهد بود.

اگرچه پلتفرم استیمیت آینده بسیار روشنی پیش رو دارد، با این حال بازاریاب‌ها و برندها نباید از همین الان سرمایه‌گذاری هنگفتی بر روی آن انجام دهند. این پلتفرم هنوز در مرحله ابتدایی قرار دارد. به همین دلیل شمار اندک کاربران فعلی استیمیت موجب ناراضی بازاریاب‌ها در صورت سرمایه‌گذاری و اختصاص زمان زیادی به آن خواهد شد.

منبع: hubspot

رهبری

۳ اشتباه بزرگ کارآفرینان از زبان مارک کوبان

به قلم: جیسنو فل نویسنده حوزه کارآفرینی و کسبوکار
مترجم: امیر آل‌علی

اگر چه کاملا طبیعی است که کارآفرین‌ها را افرادی باهوش، پرسور و جاه‌طلب تلقی کنیم، با این حال قرار داشتن در بالاترین مرتبه شرکت نیز باعث نمی‌شود تا آنها را بدون هیچ‌گونه اشتباهی تلقی کنیم.

در موارد متعددی مشاهده شده است که حتی بهترین کارآفرین‌ها نیز مرتکب اشتباهاتی شده‌اند. به همین خاطر نیز لازم است تا این تفکر که مدیران و کارآفرین‌ها هیچ‌گاه اشتباه نمی‌کنند را دور بیندازید، با این حال طبیعی دانستن این امر نباید به مجوزی برای مرتکب شدن به آنها تبدیل شود. درواقع شما باید واکنش مثبتی را نسبت به این موضوع داشته و آن را یک فاجعه و یا پایان کار خود تلقی نکنید.

در این رابطه این امر که به توصیه برترین‌ها گوش دهید، به شما برای کاهش اشتباهات کمک بسیاری را خواهد کرد. در این رابطه، میلیاردر خودساخته آقای مارک کوبان به معرفی سه اشتباهی پرداخته است که به عقیده وی از جمله رایج‌ترین و بزرگترین اشتباهات کارآفرینان محسوب می‌شود. در همین راستا و در ادامه به بررسی آن خواهیم پرداخت.

۱-عدم درک درست اصول تجارت

تفاوتی ندارد که در چه زمینه‌ای از کسبوکار مشغول فعالیت هستید، یکسری از اصول همواره ثابت و مشترک هستند، با این حال مشاهده می‌شود که بسیاری از کارآفرین‌ها اعتقادی به این امر نداشته و برای خود اصولی را تعیین می‌کنند. این امر اقدامی با ریسک بالا و غیرضروری محسوب می‌شود. به همین خاطر نیز لازم است تا قبل از شروع فعالیت، اصول کسبوکار را به خوبی فرا گرفته و با ذهنیتی درست وارد آن عرصه شوید. درواقع هیچ فردی صرفا با تشکیل یک شرکت، کارآفرین نخواهد بود. به همین خاطر نیز لازم است تا آمادگی لازم برای این عرصه بسیار مهم که آینده یک برند و چندین کارمند را در پی دارد، کاملا آماده و با دانش درست باشید. عدم ذهنیت و درک اصول تجارت، باعث خواهد شد تا شرکت، صرفا به دنبال اقداماتی باشند که کاملا در تضاد رقیب اصلی محسوب می‌شود. برای مثال اگر برند رقیب شما پیراهنی به رنگ آبی را تولید کند، شما اقدام به استفاده از رنگ قرمز خواهید کرد. این امر اگرچه یک اقدام رایج محسوب می‌شود، با این حال کاملا غلط بوده و تفاوت و تمایز شما باید کاملا ریشه‌ای باشد تا بتوانید در کسبوکار خود کاملا موفق ظاهر شوید. به همین خاطر نیز این امر که یک اقدام کاملا رایج محسوب می‌شود، به معنای درست بودن آن نیست. بدون شک با آگاهی از اصول تجارت، تمامی مشکلات در این زمینه را برطرف خواهد کرد. به همین خاطر صرفا در اختیار داشتن یک ایده را نباید به معنای نقطه شروع کسبوکار خود تلقی کنید.

۲-عدم درک درست از مقوله رقابت

بسیاری از برندها در زمینه رقابت کاملا ابتدایی رفتار کرده و از عقاید عجیبی نیز برخوردار هستند. برای مثال در گفت‌وگو با یک کارآفرینی وی نکته بسیار جالبی را مطرح کرد. درواقع او عقیده داشته که حضور رقبای قدرتمند نوعی اعتبار برای عرصه کاری محسوب می‌شود.

به همین خاطر نیز وی از جایگاه خود کاملا راضی بوده و برنامه‌ای برای رقابت با غول‌های عرصه کاری خود ندارد. این امر در حالی است که وجود یک رقیب قدرتمند، باید باعث افزایش انگیزه شما باشد. درواقع وجود برندهای جهانی در عرصه کاری شما هیچ‌گونه مزیتی محسوب نمی‌شود و باید به عنوان یک مشکل در ذهن تلقی کرد.

علت این امر نیز به این خاطر است که این برندها سهم اصلی بازار شما را برعهده دارند که باعث می‌شود تا بدون برنامه درست رقابتی، حتی حفظ جایگاه فعلی نیز امری کاملا دشوار باشد. در نهایت اقدام شما در زمینه رقابت دارای حساسیت‌های بسیار بالایی است و یک اقدام اشتباه می‌تواند شما را وارد یک بحران کند. به همین خاطر نیز ضروری است تا اصول رقابت را نیز فرا گرفته و همواره به دنبال افزایش دانش خود در این زمینه باشید.

بدون شک بسیاری از روش‌ها در این زمینه با گذشت زمان، تاثیر خود را از دست خواهند داد. به همین خاطر نیز به روز بودن کاملا ضروری است.

۳-عدم تیم‌گرایی

بسیاری از شرکت‌ها موفقیت خود را در گرو وجود افرادی خاص می‌دانند. همین امر نیز باعث می‌شود تا تمرکز اصلی خود را بر روی آنها قرار دهند. این امر نه تنها موجب نارضایتی سایر افراد می‌شود، بلکه اصل کار تیمی را نیز زیر سوال خواهد برد. درواقع درست به مانند یک تیم فوتبال، اگر صرفا به یک یا چند ستاره وابسته باشید، با بروز یک مشکل عملا فلج خواهید بود. به همین خاطر نیز ضروری است تا اصول کار تیمی را فرا گرفته و تنها به دنبال ایجاد تیمی قدرتمند باشید. در این رابطه حتی اگر ستارگانی قادر به هماهنگی نیستند، لازم است تا کنار گذاشته شوند. بدون شک یک تیم هماهنگ و قدرتمند، از چندین ستاره توانایی بالاتری را خواهند داشت. در نهایت لازم است تا اولویت شما بر روی حفظ تیم فعلی باشد. درواقع بسیاری از مشکلات افراد به سادگی قابل حل خواهد بود. به همین خاطر استخدام نیروی جدید و جایگزین کردن سریع افراد، تنها هزینه‌های شما را افزایش خواهد داد.

در نهایت توجه داشته باشید که ریشه اصلی اشتباهات بزرگ کارآفرینان به علت دانش ناقص و یا عقاید نادرستی است که بسیاری از کارآفرین‌ها با آن مواجه هستند. به همین خاطر نیز نباید از شک کردن به دانسته‌ها و یادگیری عمیق، واهم‌ای داشته باشید.

منبع: entrepreneur

مدیریت کسب‌وکار

چگونه مدیر بهتری باشیم؟

مدیریت بهتر با جلب احترام تیم کارمندان



اختیار کارمندان باشد. در مورد تنظیم زمان جلسات نیز باید روزهای غیر کاری را مدنظر داشت. به طور معمول کارمندان نیاز به اندکی فرصت برای تمرکز بر روی موضوع گفت‌وگو دارند. به همین دلیل برگزاری جلسات در میان ساعت اداری موجب سردرگمی آنها خواهد شد.

۲. بیان واضح انتظارات و اهداف

وظیفه اصلی هر مدیری تدوین مسیر حرکت شرکت و اهداف پیش روی است. آنها باید با استفاده از اطلاعات در دسترس و امکانات موجود اقدام به برنامه‌ریزی دقیق و تعریف اهداف کاربردی کنند. نکته مهم در اینجا توانایی مدیران در راستای بیان وظیفه هر کارمند است. همچنین تشریح مناسب و ساده انتظارات و اهداف نیز الزامی است. به این ترتیب کارمندان درک مناسبی از اهداف پیش روی شرکت و نقش‌شان در این راستا خواهند داشت. متأسفانه مشکل اصلی بسیاری از مدیران ناتوانی در زمینه تدوین برنامه‌های منسجم و انتقال درست آن به کارمندان است. البته در برخی موارد مدیران توانایی عالی در زمینه طراحی برنامه و اهداف دارند، با این حال ضعف توانایی ارتباطی موجب ناکامی در زمینه تحقق آن برنامه می‌شود، با این حساب مدیران باید به فکر ارتقای سطح توانایی ارتباطی‌شان باشند. در غیر این صورت مشکلات زیادی در زمینه تعامل با کارمندان و پیشبرد اهداف شرکت خواهند داشت.

۳. حمایت از کارمندان با فراهم‌سازی امکانات

هر تیم کاری به منظور دستیابی به موفقیت نیازمند امکانات درست است. در برخی از موارد امکانات موردنیاز جنبه سخت‌افزاری (رایانه، دسترسی به اینترنت و نرم‌افزارهای کاربردی) دارد. گاهی اوقات نیز کارمندان نیازمند حمایت معنوی و پشتیبانی روحی مدیران هستند. در هر حالت وظیفه یک مدیر رسیدگی به نیازهای تیم‌اش است.

در زمینه مدیریتی همیشه ارزیابی توانایی‌های کارمندان اهمیت بالایی دارد. به عنوان مثال، برخی از کارمندان توانایی بهتری در زمینه دور کاری و فعالیت در منزل دارند. به این ترتیب بهره کاری آنها افزایش چشمگیری خواهد یافت. همچنین برخی از کارمندان علاقه‌مند به کار بدون وقفه تا اتمام یک پروژه هستند. به این ترتیب شاید آنها دو یا سه روز پشت سر هم کار کنند. وظیفه یک مدیر کارآمد در این میان حمایت از کارمندش و تلاش برای فراهم‌سازی امکانات موردنیاز برای اوست. چنین فعالیتی از نسوی یک مدیر موجب اعتماد بیشتر اعضای تیم و افزایش اعتبار وی در جایگاهش می‌شود.

۴. رفتار محترمانه با کارمندان

برخی از افراد پس از دستیابی به جایگاه مدیریتی بدل به افرادی یک دنده، خودرآی و غیر قابل تغییر می‌شوند. این امر جای تعجب ندارد. به هر حال همه ما تجربه تعامل با چنین مدیرانی را داشته‌ایم. در چنین شرایطی اغلب کارمندان کمتری تمایلی به تعامل خلاق و پویا با مدیر بخش نشان نمی‌دهند. این امر ناشی از احساس نارضایتی آنها از عدم رفتار محترمانه مدیر موردنظر با خودشان است. بدون تردید رفتار مودبانه و همراه با احترام هیچ هزینه‌ای برای مدیران در پی ندارد. این امر موجب افزایش شهرت و اعتبار آنها نیز می‌شود. شاید تا همین دهه پیش فعالیت به عنوان یک مدیر خوش اخلاق نوعی امتیاز اضافه بر سازمان محسوب می‌شد، با این حال اکنون بدون توجه به چنین امری هیچ مدیری توانایی کسب موفقیت را نخواهد داشت. امروزه کارمندان در برابر رفتار غیرمحترمانه مدیران‌شان واکنش‌های بسیار شدیدی نشان می‌دهد. این واکنش‌ها اغلب در تلاش برای ترک شرکت و یافتن شغلی تازه نمایان می‌شود.

بدون تردید همه ما در دنیای کسب و کار روزهای بد و پرفشاری را پشت سر می‌گذاریم. با این حال چنین امری به معنای رفتار نامناسب با دیگران و کارمندان‌مان نیست. چنین امری فقط شهرت و اعتبار ما را خدشه‌دار خواهد کرد. هر اتفاقی هم که رخ دهد، وظیفه ما مدیریت اوضاع است، بنابراین اگر خردمان عامل بهم ریختگی اوضاع شویم، دیگر هیچ توانایی برای مدیریت بهینه اوضاع نخواهیم داشت.

۵. ضرورت رفتار پایدار

مدیران باید به شیوه‌ای آرامش‌بخش برای اطرافیان‌شان فعالیت کنند. کارمندان تمایل به آگاهی و پیش‌بینی وضعیت مدیران‌شان دارند. اگر شما در یک لحظه اقدام به فریاد و نمایش عصبانیت‌تان کنید و لحظه‌ای دیگر در کمال آرامش و حالتی بسیار دوستانه با دیگران رفتار کنید، احساس عدم اعتماد در میان کارمندان تقویت خواهد شد. به هر حال هیچ‌کس احساس خوبی از همکاری با یک فرد غیرقابل پیش‌بینی ندارد. یکسی از نکات ضروری در زمینه مدیریت الزام به رفتار یکسان و مداوم با کارمندان است. به این ترتیب آنها تصویری پایدار و ایستا از ما در ذهن‌شان شکل خواهد گرفت.

یکی از ایرادهای اصلی برخی از مدیران در زمینه مدیریت شرکت‌ها ترجیح

یک کارمند بر دیگری است. به این ترتیب جو بی‌اعتمادی میان کارمندان شکل خواهد گرفت. مدیریت مطلوب در گرو تعامل با دیگران بدون پیش‌فرض و رفتارهای احساس‌ساز است. توصیه من در اینجا تلاش برای فاصله‌گیری از وضعیت دمدمی مزاحی است. به این ترتیب کارمندان تصویر پایداری از ما در ذهن خواهند داشت.

۶. نمایش احترام و اعتمادمان به کارمندان

ایسن بخش مربوط به بیان احساس‌مان به کارمندان است. ما امکان انجام کارهای مهم با مشارکت هرچه بیشتر کارمندان را داریم. این امر بیابگر احترام و اعتماد ما به آنها خواهد بود. دادن آزادی عمل به افراد و تقویت روحیه‌شان در زمینه انجام کارها به سبک دلخواه بیابگر اعتمادمان به آنهاست. به این ترتیب انگیزه آنها برای فعالیت و کار بیشتر خواهد شد.

ضرورت اعطای آزادی عمل به کارمندان داشتن شناخت مناسب از آنهاست. بدون شناخت درست کارمندان امکان درک نقاط قوت و ضعف‌شان فراهم نیست. به این ترتیب ما توانایی لازم برای اعطای آزادی عمل در موقعیت مناسب به کارمندان را نخواهیم داشت. نکته مهم در این میان توجه به توانایی‌ها و عملکردهای قبلی کارمندان است. گاهی اوقات یک کارمند به منظور نمایش توانایی‌اش در زمینه‌ای خاص اقدام به تلاش زیاد می‌کند. در صورتی که تلاش وی از سوی ما مشاهده و تشویق نشود، انگیزه وی به سرعت از بین می‌رود. یکی از بهترین شیوه‌ها برای تقویت انگیزه کارمندان اعطای آزادی عمل است. به این ترتیب کارمند موردنظر انگیزه دوچندانی برای فعالیت بهتر پیدا خواهد کرد.

۷. ترغیب کارمندان با مشارکت شخصی

وقتی مدیران انتظارات بزرگ از کارمندان دارند، این امر بیابگر اعتمادشان به کارمندان است. البته انتظار مدیران نباید بسیار عجیب و غریب باشد. همچنین سرمایه‌گذاری صرف بر روی عملکرد یک کارمند بسیار غیرمنطقی خواهد بود. معمولا در برخی از زمان‌ها مدیران نیازمند کار بیشتر و عملکرد بسیار بهتر کارمندان هستند. به عنوان مثال، وقتی یک پروژه بزرگ باید در کمترین زمان ممکن انجام شود، مدیران انتظار کار بیشتر از تیم‌شان را دارند. در این صورت مدیر موردنظر باید نخستین فرد در زمینه انجام کار بیشتر باشد. در غیر این صورت کارمندان درخواست مدیر موردنظر برای کار بیشتر را جدی نخواهند گرفت.

۸. جشن گرفتن پیروزی‌های کوچک

بدون تردید هر کسی علاقه‌مند به جشن گرفتن برای موفقیت در یک زمینه خاص یا نتیجه‌بخشی تلاش‌های خود است. وقتی یک تیم کاری به موفقیت قابل ذکری دست پیدا می‌کند، وظیفه یک مدیر قدردانی از اعضای تیم و ساماندهی یک جشن کوچک است. این امر علاوه بر ایجاد احساس مناسب در کارمندان موجب نزدیکی هرچه بیشتر اعضای تیم به یکدیگر می‌شود. به این ترتیب در آینده فعالیت اعضای شرکت بسیار راحت‌تر صورت خواهد گرفت.

بدون تردید قدردانی از موفقیت اعضای شرکت تاثیر انکارناپذیری بر روی روحیه‌شان دارد. به این ترتیب به عنوان یک مدیر پس از دستیابی به هر موفقیتی اقدام به برگزاری جشنی هرچند کوچک کنید. این امر اهمیت

۹. عدم تغییر مداوم تصمیمات

به محض اینکه یک تصمیم گرفته شود، باید در راستای آن اقدام کنیم. اشتباه بسیاری از مدیران تغییر مداوم نظرشان پس از تصمیم‌گیری است. یکی از کابوس‌های هر کارمندی تغییر عقیده و نظر مدیران به صورت بی‌وقفه است. این امر توانایی و انرژی کارمندان را تحلیل خواهد برد. البته این امر به معنای بی‌توجهی به مشکلات نیست. در صورت بروز مشکلات وظیفه ما رسیدگی به آنها خواهد بود. در این میان شاید تغییر نظر و عقیده نیز اجتناب‌ناپذیر باشد، با این حال تغییر مداوم نظرم‌مان راهکار مطلوبی نخواهد بود. توصیه من در اینجا استفاده از نظرات کارمندان پیش از تصمیم‌گیری و سپس اتکا به آن است.

۱۰.اهمیت ثبات جایگاه کارمندان

بدون تردید استخدام افراد مناسب در جایگاه مناسب امری ضروری است. پس از آنکه به مدیریت یک بخش رسیدید، به کارمندان اجازه تغییر زمینه کاری‌شان را بدهید. به این ترتیب کارمندان در بخشی که توانایی مناسب‌تری دارند، مشغول به کار خواهند شد. یکی از نکات نامناسب مدیریتی تلاش برای تغییر حوزه کاری کارمندان به صورت مداوم است. این امر اجازه افزایش مهارت کارمندان در یک زمینه خاص و بدل شدن به افرادی ماهر را از آنها می‌گیرد. به این ترتیب توصیه من مشورت با کارمندان برای انتخاب جایگاه مناسب‌شان و سپس عدم تغییر مداوم آن است.

منبع: forbes

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم: تخصیص اعتبار برای کمیسیون تبلیغ و ترویج شورای توسعه فرهنگ قرآنی استان قم

قم - خبرنگار فرصت امروز: اولین جلسه کمیسیون تبلیغ و ترویج شورای توسعه فرهنگ قرآنی استان قم با حضور مدیر کل و مدیر دفتر قرآن و عترت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم و نمایندگان دستگاه‌های فرهنگی، در سالن جلسات مجتمع شهید آوینی برگزار شد. به گزارش روابط عمومی فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، سیدموسی حسینی کاشانی در جلسه کمیسیون تبلیغ و ترویج شورای توسعه فرهنگ قرآنی استان قم گفت: با توجه به برنامه‌ریزی و پیگیری در خصوص قراردادن ردیف بودجه اعتبارات سال ۹۷ در برنامه ریزی اولیه، قرار است ۵۰۰ میلیون ریال از اعتبار به بخش آموزش، ۴۰۰ میلیون ریال به بخش تبلیغ و ترویج و همچنین ۱۵۰ میلیون ریال برای طرح‌های پژوهشی اختصاص یابد. وی در ادامه افزود: با توجه به برنامه‌های دستگاه‌های اجرایی و طرح موضوع و ارائه برنامه، طرح در نشست شورای فرهنگ عمومی استان بررسی و در صورت تایید، مصوب خواهد شد. مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم با اشاره به تخصیص اعتبار کمیسیون‌ها عنوان کرد: این فعالیت جهت تسریع در تایید و تصویب طرح با توجه به اختصاص اعتبار بالایی کمیسیون‌ها خواهد بود تا ان‌شاءالله بتوانیم به جذب بودجه بهتری برسیم تا بتوانیم کارها و طرح‌های بیشتری را انجام دهیم. شایان ذکر است که شورای توسعه فرهنگ قرآنی، زیر مجموعه شورای فرهنگ عمومی استان است و سه کمیسیون در شورا به نام‌های کمیسیون تبلیغ و ترویج، کمیسیون آموزش و کمیسیون پژوهش دارد که مدیریت کمیسیون تبلیغ و ترویج با اداره کل ارشاد، کمیسیون آموزش با اداره کل آموزش و پرورش و کمیسیون پژوهش با مدیریت دانشگاه انجام می‌پذیرد.



مدیر هماهنگی ترویج جهاد کشاورزی همدان:

نظام نوین ترویج عملکرد دوسویه دارد

همدان - فاطمه صنیعی وحید: مدیر هماهنگی نظام ترویج جهاد کشاورزی استان همدان گفت: با توجه به اینکه اقلیم‌ها حتی درون استان هم یکسان نیستند بنابراین باید برای هر اقلیم دیدگاه خاصی را برای تولید در نظر گرفت به همین دلیل در نظام نوین ترویج، نظام پهنه بندی طراحی شد که هر پهنه مسئول یا مسئولین خاص خود را دارد که موظف هستند پاسخگوی بهره برداران موجود در پهنه باشند که از طریق شبکه رایانه ای به محققین، کارشناسان و صاحب نظران متصل می شوند و نیازهای خود را مطرح میکنند. جواد رشیدی افزود: از طرف دیگر در این نظام بحث در آمد زایی مد نظر گرفته شده و با توجه به کاهش میزان آب، تحولاتی که در اقلیم کشور به وجود آمده، کاهش بارندگی‌ها و لزوم صرفه جویی در مصرف آب از کارهایی است که کشاورزان باید انجام دهند؛ افزایش بهره‌وری با توجه به عناصر آب، خاک و اکوسیستم است که این افزایش یک جانبه نیست و باید جوانب مختلف در نظر گرفته شود چرا که کشاورزی امروزه نسبت به ۴۰ الی ۵۰ سال پیش پیچیده تر شده و فقط تولید حائز اهمیت نیست و زیر ساخت‌ها نکته مطرح شده هستند و با تکیه بر دانش، علم و فنون جدید میتوان کشاورزی را توسعه دهیم؛ بحث توسعه پایدار فقط افزایش تولید نیست بلکه زیر ساخت‌های تولید نیز باید حفظ شود که ضمن حفظ سه عامل آب، خاک و اکوسیستم تولید افزایش پیدا کند به نحوی که امنیت لازم غذایی در جامعه تضمین شود. وی گفت: در روش‌های قبلی ترویج دستورالعمل‌ها از بالا به پایین بود ولی در نظام نوین ترویج به صورت دوسویه است که وظیفه نظام نوین ارتقاء امنیت غذایی، کاهش فقر، افزایش درآمد و تولید، پایداری توسعه و بهبود کیفیت محصولات کشاورزی است؛ در بحث کشاورزی با توجه به بحران‌هایی که در کره زمین به وجود آمده از جمله بحران‌های خاص زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی که بر نقاط مختلف دنیا ایجاد شده ضرورت توسعه پایدار بر کشاورزی را نسبت به سوابق گذشته چشم گیر تر کرده. وی خاطر نشان کرد: نگاه اصلی نسل امروز باید به نیازهای نسل آینده نیز توجه کند به همین دلیل صرفه جویی، استفاده درست از منابع و تلاش حداکثری برای حفظ منابع از وظایف نسل امروزی است



استاندار آذربایجان شرقی در سفر به مراغه:

مدیران توجه کافی به سند تدبیر توسعه داشته باشند

سرمایه‌گذاری و توسعه برخوردار است. حمید شکرآفرود، تانکون ۱۳۷ پرونده بهره‌برداری برای واحدهای صنعتی در این شهرستان صادر شده که زمینه اشتغال برای سه هزار و ۱۵۹ نفر را فراهم کرده است. شکرآفرود ادامه داد: وجود ۴۴ معدن با ظرفیت مناسبی از منابع زیرزمینی، زمینه مساعدی برای توسعه اقتصادی و تولیدی را در این منطقه فراهم ساخته است.

مراغه در زمره ۱۰ شهر برتر کشور

وی اضافه کرد: وجود ۵۱۴ اثر ثبتی، مطالعاتی و حفاظتی از جمله ۱۷۴ اثر ثبت شده ملی و ۳۴۹ اثر حفاظت شده، این شهرستان را در زمره ۱۰ شهر برتر کشورمان از نظر میراث فرهنگی و تاریخی قرار داده است.

مراغه مهم ترین قطب کشاورزی منطقه

وی با اشاره به ظرفیت‌های بخش کشاورزی مراغه گفت: هم اکنون این شهرستان با بیش از ۲۰۸ هزار هکتار مرتع، ۲۱ هزار هکتار باغ با ۳۲۰ هزار تن تولید سالانه میوه و ۲ هزار و ۴۱۳ میلیارد تومان درآمد و نیز ۷۷ هزار هکتار اراضی زراعی با ۱۷۹ هزار تن تولید سالانه و ۱۵۸ میلیارد تومان درآمد حاصله مهم ترین قطب کشاورزی منطقه است. در این جلسه تعدادی از فعالان بخش خصوصی شهرستان مراغه نیز به طرح مسائل و مشکلات خود پرداختند.

در راستای استفاده مطلوب از ظرفیت‌های علمی و تخصصی در زمینه زمین شناسی

شرکت ملی حفاری ایران با شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و دانشگاه صنعت نفت توافق نامه همکاری امضاء می کند

ارشد و دکتری به کار اشتغال دارند، گفت: زمین شناسی شرکت به موارات اجرای پروژه‌های حفاری در مناطق نفتخیز کشور نسبت به ارایه خدمات به شرکت‌های متقاضی مباردت می ورزد، گفتنی است: اداره زمین شناسی شرکت ملی حفاری ایران در سال ۸۷ فعالیت مستقل خود را با ارایه خدمات زمین شناسی به پروژه حفاری ۱۲۰۱ در طرح توسعه بخش خشکی میدان گازی آغاز و متعاقب آن از سال ۹۰ در پروژه‌های حفاری فازهای ۱۴، ۱۷ و ۱۸ طرح توسعه میدان گازی پارس جنوبی همکاری و نسبت به خدمات زمین شناسی در اجرای طرح‌های حفاری ۲۰۰۴ و هم‌اکنون ۱۰ حلقه در میدان نفتی آزادگان جنوبی، حفاری و تعمیر ۱۴ حلقه چاه در شرکت نفت و گاز اروندگان اقدام و پیش‌تر خدمات زمین شناسی در میدان‌های نفتی یاران جنوبی در غرب کارون در استان خوزستان، آذر در استان ایلام و یک حلقه چاه اکتشافی در صوفیکم در شمال کشور را به موفقیت انجام داده بود.



بر اساس آن همکاری در جنبه‌ها با توجه به امکانات طرفین در زمینه‌های مطالعاتی و عملیات زمین شناسی امکان پذیر است. رئیس اداره زمین شناسی شرکت ملی حفاری ایران با بیان اینکه در زمان حاضر در این اداره ۶۰ نفر نیروی متخصص دارای تحصیلات کارشناسی

اهواز - شبنم قیواند: رئیس اداره زمین شناسی شرکت ملی حفاری ایران از امضای توافق نامه همکاری میان این شرکت با شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و دانشگاه صنعت نفت در زمینه ارایه خدمات تخصصی زمین شناسی به صورت دو جانبه خبر داد. فرهاد محسنی در توضیح بیشتر در این باره گفت: پس از رایزنی‌های به عمل آمده بین این شرکت و دانشگاه صنعت نفت، به تازگی تبادل توافق نامه با این دانشگاه در هیئت مدیره شرکت مصوب و به زودی مبادله خواهد شد. وی افزود: مفاد این توافق نامه حول محور تجهیزات مطالعات مغزه، آزمایش‌های سیال مخزن و همکاری‌های مطالعاتی زمین شناسی و استفاده ملی حفاری از تجهیزات آزمایشگاهی دانشگاه است. محسنی با بیان اینکه اداره زمین شناسی شرکت زیر مجموعه معاونت مدیرعامل در پروژه‌های حفاری می باشد، اظهار کرد: هم‌چنین قرارداد دیگری با شرکت ملی مناطق جنوب محقق و به توافقاتی مابین دو شرکت در بخش عملیات حفاری چاه‌های نفت و گاز الحاق خواهد شد که

استاندار آذربایجان شرقی:

مسئولان و مردم روحیه امید را تقویت کنند

مسئولان و مردم باید برای افزایش روحیه نشاط و شادابی در جامعه تلاش کنند؛ چراکه امیدآفرینی، از مهم‌ترین عوامل حل مشکلات است. وی ادامه داد: به‌رغم بسیاری از مشکلات، شاهد مهاجرت معکوس در بسیاری از روستاهای استان و بازگشت نخبگان هستیم که باید اتخاذ تدابیر مناسب از این فرصت به وجود آمده استفاده کنیم. پورمحمدی همچنین به محدودیت منابع دولتی اشاره کرد و گفت: مدیران دستگاه‌های اجرایی برای استفاده هرچه بیشتر از توان بخش خصوصی و مشارکت خیران، نهایت تلاش خود را به کار گیرند.

پورصغری، معاون علمی، فرهنگی و اجتماعی سازمان برنامه و بودجه کشور هم در این جلسه برنامه‌های این سازمان برای استان آذربایجان شرقی را تشریح کرد.



بودجه این استان را متناسب با استان‌های هم‌تراز اختصاص دهد. **امیدآفرینی از مهم‌ترین عوامل حل مشکلات است** پورمحمدی با بیان اینکه ملت ایران از شرایط سخت تحریم‌های اقتصادی نیز با موفقیت عبور خواهد کرد، افزود: در این شرایط همه

تبریز - فلاح: استاندار آذربایجان شرقی با تأکید بر اینکه همه مسئولان و مردم برای افزایش روحیه نشاط و شادابی در جامعه تلاش کنند، گفت: امیدآفرینی، از مهم‌ترین عوامل حل مشکلات است. دکتر محمدرضا پورمحمدی در نشست بررسی مسائل و مشکلات بودجه‌های دستگاه‌های اجرایی استان با حضور معاون علمی، فرهنگی و اجتماعی سازمان برنامه و بودجه کشور، با اشاره به توانمندی‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، صنعتی و تولیدی استان آذربایجان شرقی، خواستار توجه ویژه این سازمان در بحث تخصیص اعتبارات دستگاه‌های اجرایی شد.

اعتبارات استان متناسب با استان‌های هم‌تراز تخصیص یابد وی با بیان اینکه اعتبارات تخصیص یافته به آذربایجان شرقی در شان این استان نیست، افزود: انتظار داریم سازمان برنامه و بودجه کشور،

نحوه دریافت الکترونیکی قبوض برق به شهروندان بوشهری ابلاغ شد



توعیض منزل باید کد دستوری *۲* را به سرشماره‌های یاد شده ارسال و از این طریق نسبت به حذف شماره تلفن خود اقدام و سپس طبق روش یاد شده برای دریافت قبض به صورت الکترونیکی اقدام کنند وی اظهار کرد: در روش دوم برای اقدام در زمینه دریافت قبض به صورت پیامکی مشتریان می توانند شماره تلفن سرپرستان خانوار را در منزل خود به صورت حضوری به مأموران قرائت ارائه دهند. وی یادآور شد: شبکه توزیع اکنون در بخش اتوماسیون نیازمند توجه جدی است زیرا صنعت برق با روش‌های کهنه قبلی قابل مدیریت نیست. مذکور می‌شود که ادامه گفت: برای اینکه مردم کمترین خاموشی دریافت و این شبکه گسترده مدیریت شود گام نخست باید حرکت به سمت اتوماسیون در بخش شبکه‌های توزیع حقوق شود.

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر گفت: با توجه به ابلاغ نحوه دریافت قبوض الکترونیکی برق به شهروندان محترم هم استانی، انتظار می رود مشتریان در اسرع وقت نسبت به آن اقدام کنند. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر، اردشیر مذکور در این رابطه اظهار داشت: از تاریخ یکم مهرماه سال جاری قبض کاغذی برق حذف و صورت حساب تنها از طریق پیامک به آنان ارسال می شود. وی بیان کرد: مشتریان کان در روش نخست برای اقدام در زمینه دریافت قبض به صورت پیامکی می توانند با گرفتن کد دستوری *۱* شناسه قبض *#* ارسال آن به سر شماره‌های ۰۵۰۰۱۷۷۱۱۲۱ و یا ۱۵۲۱۰۲۰۰ اقدام کنند. مذکور ادامه داد: مشتریان گرامی در صورت تعویض خط تلفن همراه یا در صورت مستاجر بودن

مدیرعامل آب منطقه‌ای مازندران:

هسته اتاق فکر باید همه را مشارکت دهد تا جریان‌سازی فکر کردن در سیستم اتفاق بیفتد

همه بخش‌ها از جمله طرح توسعه، بهره‌برداری، مطالعات و همچنین ظرفیت پیمانکاران و مشاورین و حتی ظرفیت ذینفعان و مستشرکین به‌خصوص کشاورزان برای پیشبرد این هدف بلند که سیستم‌ها برای تعالی و پویایی به آن نیاز دارد، استفاده کنید. در این جلسه هریک از اعضای هسته پیشنهاداتی را در مورد مأموریت‌های اتاق فکر در شرکت ارائه دادند و مقرر شد در جلسات بعدی ضمن بهره‌گیری از نقطه‌نظر افراد باتجربه، از اساتید و نخبگان به‌صورت عضو مدعو دعوت شود و هریک از اعضا تلاش کنند تا در حوزه عمل خود اتاق فکرهای کوچکتر تشکیل دهند، تا نسبت به شناسایی مسئله و دریافت پیشنهاد از همکاران اقدام کنند و نتایج آن را به دبیرخانه هسته اتاق فکر ارائه نمایند.



پایان یأس و ناامیدی را آفت تداوم تلاش چنین هسته‌هایی برشمرد و گفت: هیچ کس مطلق نیست. همیشه اجماع و نظرات جمع پاسخ‌بهتری برای حل مسئله ارائه می‌دهد که امیدوارم شما جوانان بتوانید با بهره‌گیری از ظرفیت

ساری - دهقان: به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی آب منطقه‌ای مازندران در اولین جلسه اتاق فکر آب منطقه‌ای مازندران که با حضور مدیرعامل شرکت در سالن جلسات برگزار شد، آقای دکتر یخکنشی با اشاره به ساختار این هسته و مسئولیت مهم آن به جوانان شرکت گفت: انتظار داریم این هسته که ترکیب آن از جمعی از جوانان بخش‌های مختلف شرکت تشکیل شده، بتواند موضوع مسئله‌یابی، اندیشه‌ورزی در سیستم را اجرایی نماید.

مدیرعامل آب منطقه‌ای مازندران با بیان اینکه مأموریت این هسته نباید فقط در مجموعه ساختمان اداری خلاصه شود گفت: با توجه به تنوع موضوعات در بخش آب، باید دامنه فعالیت مان را از گلوگاه تا رامسر گسترش دهیم. ایشان در

فرماندار بندرعباس:

تلاش کنید وحدت و همدلی بیشتری بین اهالی روستا ایجاد شود

عزیززاده کناری فرماندار در محل سالن کنفرانس فرمانداری تشکیل گردید. فرماندار بندرعباس در این جلسه اظهار داشت: حریم جاده‌های روستاهای بخش تخت توسط اداره مربوطه بازسازی شود. وی در ادامه گفت: عملیات اجرای آسفالت روستای کوه دازان اول

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: فرماندار بندرعباس گفت: مسئولان دستگاه‌های اجرایی جهت مرتفع نمودن مشکلات مردم تلاش جهادی نمایند. به گزارش روابط عمومی فرمانداری شهرستان بندرعباس، بررسی مسائل و مشکلات بخش تخت به ریاست

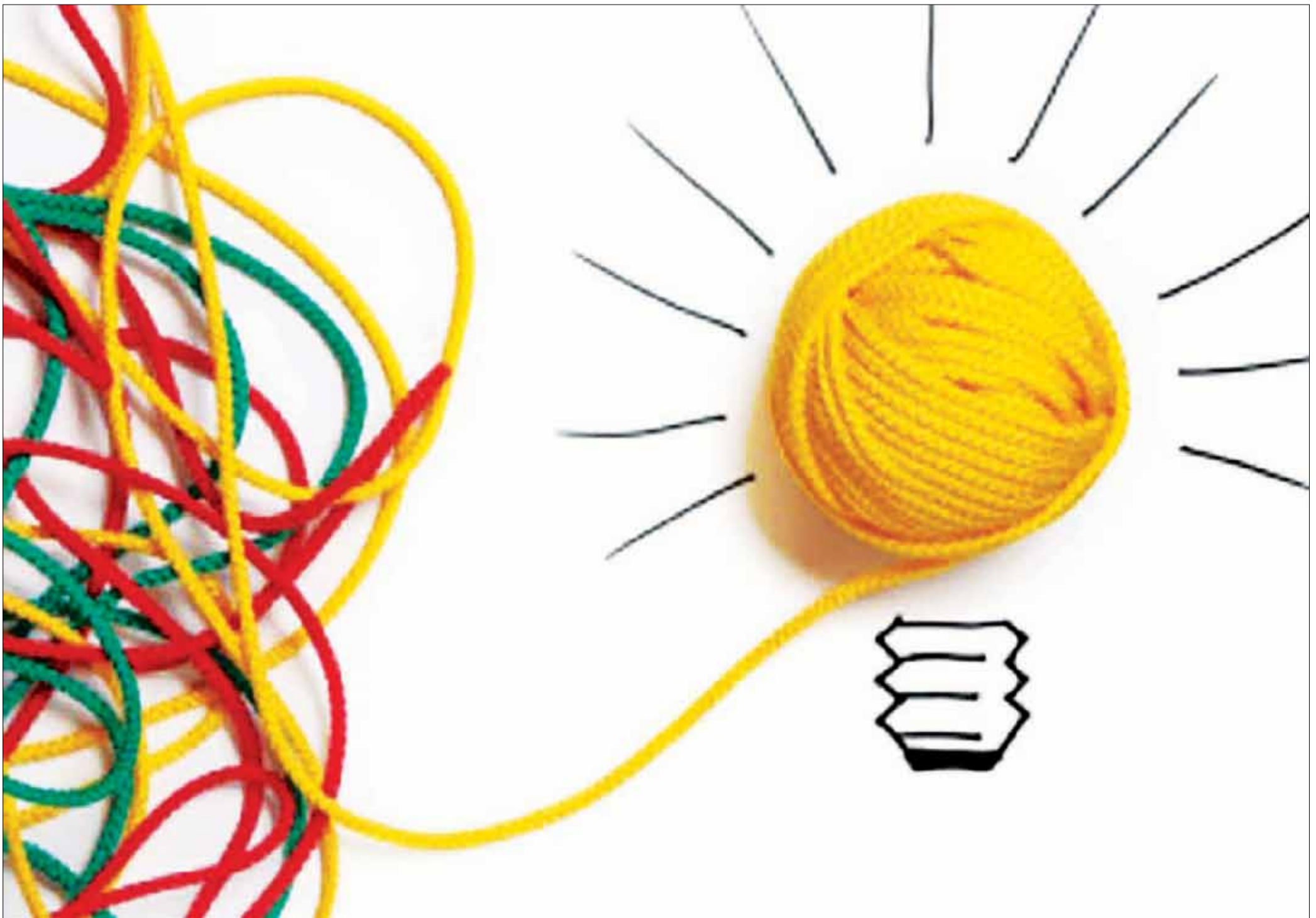
سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری سمنان خبر داد؛

اقدامات ویژه در بهینه‌سازی و صرفه‌جویی در آبیاری فضای سبز شهری

سمنان - باباحمدی: سید محمد قاسمی سرپرست سازمان سیما منظر و فضای سبز شهرداری سمنان گفت: بهینه‌سازی و صرفه‌جویی در آبیاری فضای سبز شهری با جدیت تمام در دستور کار این سازمان می باشد و به همین منظور راندمان آبیاری فضای سبز شهری تا ۷۰ درصد بهبود یافته است. وی افزود: جایگزینی گیاهان پوششی مقاوم به کم‌آبی به جای چمن تاثیر به‌سزایی در کاهش میزان آبیاری شهری دارد. گیاهان پوششی و درختچه‌های مقاوم به خشکی برای شادابی و طراوت نیاز به آب کمی دارد. قاسمی خاطر نشان کرد: در این راستا معاونت اجرایی این سازمان اقداماتی را جهت بهینه‌سازی و صرفه‌جویی در مصرف آب جهت آبیاری فضای سبز شهری انجام داده است و با کاهش سطح کاشت چمن در فضای سبز شهری و با تغییر الگوی کاشت و استفاده از گیاهان پوششی و گیاهان با نیاز آبی کم در دست اقدام دارند.



با تمام توان از خلاقیت جوانان حمایت می‌کنیم



سفر کاروان علم و فناوری به شهرستان‌های غرب استان مازندران، با حضور در نشست شورای اداری ادامه یافت. در این نشست که استاندار مازندران و جمعی از دانشگاهیان و فعالان دانش‌بنیان و فناور این استان حضور داشتند سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در سخنانی راهکارهایی را برای رونق زیست بوم منطقه بیان کرد.

میهن دوستی مازندرانی‌ها

به گزارش معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این نشست، سخنانش را با یادآوری پیشینه درخشان و ارزنده مازندران در تربیت و تقدیم افتخارآفرینانی در طول تاریخ و به ویژه دوران دفاع مقدس آغاز کرد.

وی با بیان اینکه خطه مازندران زادگاه رزمندگان، سرداران بزرگ و خلبانان تاریخ‌سازی چون شهید علی‌اکبر شیروی و شهید حسین خلعتیری از خلبانان تیزپرواز و افتخارآفرین در دوران دفاع مقدس است، ادامه داد: این دو خلبان ارزشمند در جمع دیگر خلبانان بزرگ دیگری چون شهید دوران، شهید علی بختیاری، شگفتی آفرینند و در نخستین روزهای دفاع مقدس، با نوآوری‌ها و شجاعت‌شان، به نیروی دریایی دشمن آسیبی جدی وارد کردند.

ستاری با اشاره به افتخارآفرینی و شهیدپروری استان مازندران گفت: سرزمین مازندران، افراد برجسته‌ای را در دوران دفاع مقدس که آگاه، دانش‌آموخته، میهن دوست و خلاق بودند، به کشور تقدیم کرده و اکنون نیز مازندران از ظرفیت‌های ارزشمندی برخوردار است. بیش از ۲۰۰ هزار دانشجوی خلاق این استان، برگ برنده‌ای است که باید مازندران را سرآمد و برجسته کند.

ستاری با تأکید بر اینکه نگرش و زیرساخت‌های استان باید در مسیر توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و رونق زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری قرار بگیرد، اظهار داشت: استان مازندران باید به این باور برسد که از خام‌فروشی دستاوردی حاصل نخواهد شد و خواه در تولیدات کشاورزی یا معدن، با خام‌فروشی بچه‌های تحصیلکرده شاغل نمی‌شوند.

ستاری با ذکر مثالی از اهمیت پیوند نوآوری با ماده گفت و ادامه داد: در حالی که یک شیشه چندمیلی لیتری عطر، ارزش افزوده‌ای برابر ده‌ها بشکه نفت خام دارد، تنها چند گرم از یک داروی بیوتک هزاران برابر این میزان ارزش افزوده خلق می‌کند؛ نوآوری، برگ برنده اقتصاد کشورها و شاهراه رسیدن به توسعه پایدار است اتفاقی که دیگر با خام‌فروشی و منبع‌محوری ممکن نیست. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، رمز موفقیت صنایع استان را استقبال از فناوری و توجه به بعد دانشی کار عنوان کرد و گفت: مهم دانشی است که روی ماده اولیه سوار می‌شود. اینکه استان یکی از قطب‌های تولیدکننده مواد غذایی است اما این صنعت با ساختار کنونی و بدون بهره‌گیری از دانش، فناوری و نوآوری در خلق ارزش افزوده و بهره‌مندی از توانایی‌های نیروی انسانی تحصیلکرده خود، به مثابه ارزشمندترین دارایی‌اش، موفق نخواهد بود.

خلق ارزش افزوده به دست جوانان خلاق

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، ایجاد چنین ارزش افزوده‌ای را تنها به دست جوانان خلاق و کارآفرین امکان‌پذیر دانست و گفت: این ارزش افزوده به دست جوانان همین استان و در شتابدهنده‌ها، مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری، با ساده‌ترین ابتکارها دست یافتنی است. بر همین اساس است که کسب و کارهای موفق و سرآمد داستان‌های آغاز مسابهبی دارند و کار خود را از یک نوآوری در فضایی محدود آغاز کرده‌اند، اما با ایستادگی، پشتکار و نهراسیدن از شکست، به موفقیتی چشمگیر دست یافته‌اند. مهم، محیطی است که مجال بروز نوآوری و تجربه را برای این جوانان فراهم می‌کند.

ستاری با اشاره به ظرفیت‌های مغفول استان مازندران در تولید و فرآوری مواد دارویی و غذایی حوزه دام، طیور و آبزیان گفت: در تولید محصولات فرآوری شده حوزه دام، طیور و آبزیان مشکلاتی داریم، این در حالی است که فرآورده‌های دارویی انسانی که دارای پیچیدگی بالاتری به لحاظ فناوری است توانمند هستیم و بیش از ۹۷ درصد داروی مورد نیاز کشور توسط شرکت‌های داخلی تأمین می‌شود. ورود شرکت‌های دانش‌بنیان و ایجاد محیط لازم برای فعالیت این کسب و کارها است که می‌تواند کشور را در تأمین این فرآورده‌ها توانمند کند.

وی افزود: بچه‌های دانش‌آموخته و خلاق که چنین کاری را انجام داده‌اند، می‌توانند در حوزه دام، طیور و آبزیان هم چنین گامی را بردارند. در این حوزه اقتصاد بسیار خوبی وجود دارد و می‌تواند کسب و کارهای استان را هم رونق ببخشد.

ستاری، تأمین داروهای کشور به دست شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی را افتخارآفرین دانست و گفت: ایران با کمک جوانان خلاق و کارآفرین خود بهترین شرکت‌های دانش‌بنیان دارویی منطقه را دارد و از بهترین زیست بوم استارت‌آپ‌ها در میان کشورهای منطقه برخوردار است.

رشد باورنکردنی ارزش افزوده استارت‌آپ‌ها

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، با اشاره به عزم جدی استان برای ورود دانش و فناوری به صنعت گفت: در حالی که کشور هلند در شرایط مشابه آب و هوایی به استان مازندران قرار دارد، اما ارزش افزوده حاصل از فرآوری مواد خام و دستاوردهای آنان در تولید محصولات دانش بنیان قابل مقایسه نیست. بخش قابل توجهی از بذر دنیا و توسعه فناوری‌های مواد اولیه، ساخت و طراحی گلخانه‌ها در هلند صورت می‌گیرد. مازندران نیز باید عزم خود را مبنی وارد کردن نوآوری را به صنایع و همچنین حوزه‌های کشاورزی، دامپروری و آبی پروری جزم کند. این کار با پتانسیل نیروی انسانی فوق‌العاده این استان امکانپذیر است.

وی، نقش آفرینی بیش از ۴ هزار و ۵۰۰ شرکت دانش‌بنیان را نشانی از تحول زیست‌بوم کشور به سوی توسعه دانش‌محور دانست و گفت: این کسب و کارها

در سال گذشته بیش از ۹۰ هزار میلیارد فروش داشته‌اند و جوانان خلاق و بنیان‌گذار این کسب و کارها، به زودی با کنار زدن صنایع سنتی، به بزرگ‌ترین و درآمدزاترین کسب و کارهای کشور بدل خواهند شد.

ستاری با بیان اینکه کسب و کارهای سنتی در روبرویی با کسب و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی بازنده خواهند بود، ادامه داد: تنها راه ماندگاری در این فرآیند، سرمایه‌گذاری و حمایت از این کسب و کارهای خلاقانه است. در حالی که تا دو سال پیش سهام بسیاری از این استارت‌آپ‌ها با هزینه‌های اندک قابل خریداری بود، اکنون با رقم‌های میلیاردی ارزش‌گذاری می‌شوند. این موضوع نشان‌دهنده رشد و نفوذ فزاینده این کسب و کارها در فضای کسب و کار کشور است.

استارت قدرتمند در مسیر توسعه

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری از ماندگاری جوانان نخبگان در کشور به واسطه فعالیت در کسب و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی گفت و ادامه داد: در حالی که مانورهای تبلیغاتی غیرمنصفانه و نادرستی روی مهاجرت نخبه‌ها از ایران صورت گرفت، اما در هر سال حداکثر ۲۵۰۰ نفر دانشجویان از ایران به آمریکا مهاجرت می‌کرد که اکنون خوشبختانه این تعداد به حدود ۱۵۰۰ نفر رسیده است. اینکه یک شرکت دانش‌بنیان ۱۰ نفر از دانش‌آموختگان جوان را مشغول به کار می‌کند، یعنی ۱۰ نفر را از فهرست مهاجرت‌کنندگان به خارج از کشور کاسته و در کشور ماندگار کرده است. هر کدام از این جوانان می‌توانند اشتغال قابل توجهی ایجاد کنند.

ستاری، با بیان اینکه تولید اشتغال و خلق ارزش افزوده محدود به استارت‌آپ‌های حوزه خدماتی نیست، ادامه داد: اکنون استارت‌آپ‌های حوزه فناوری‌های پیشرفته نیز وارد میدان شده‌اند و استارت‌آپ‌های حوزه بیوتک، هوافضا و نانوفناوری، سلول‌های بنیادی بهترین زیست‌بوم استارت‌آپی منطقه را شکل داده‌اند.

بخش خصوصی و نقش کلیدی‌اش

رئیس ستاد فرهنگسازی اقتصاد دانش‌بنیان، رونق پژوهش‌های کارآمد و محصول‌محور را با همکاری بخش خصوصی دانست و گفت: وقتی درباره پارک‌های علم و فناوری صحبت می‌کنیم، در واقع از زیرساخت‌هایی سخن می‌گوییم که با سرمایه‌گذاری بخش خصوصی ایجاد می‌شود و از نوآوری، ارزش افزوده خلق می‌کند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در بودجه دولتی، محصول کارآمدی با تأکید بر اینکه با تکیه صرف پژوهشگاه‌ها بر بودجه دولتی، محصول کارآمد حاصل نمی‌شود، بیان کرد: اگر به دنبال تولید محصول از پژوهش هستیم باید میدان را برای حضور بخش خصوصی گسترده کنیم. بر همین اساس، قراردادهای جدید را که حمایت می‌کنیم، با حضور بخش خصوصی منعقد می‌شود چراکه برای رسیدن پژوهش به محصول، مشتری باید در فرآیند کار نقش آفرین باشد.

به گفته معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، در نمونه‌های موفق پارک‌های علمی و فناوری یا مراکز رشد، نسبت سرمایه‌گذاری دولت به بخش خصوصی یک به ۱۰ است. در پارک فناوری پردیس به عنوان الگویی موفق از حضور بخش خصوصی، در یک محیط ۳۰ هکتاری که فازهای بعدی آن در دست تکمیل و احداث است و با اشتغال بیش از ۵ هزار جوان دانش‌آموخته در بیش از ۲۵۰ واحد مستقر، بیش از ۹ هزار میلیارد تومان درآمد حاصل شده است.

دانشگاه و میدان دادن به نوآوری‌ها

وی با بیان اینکه نقش بخش خصوصی در دانشگاه‌ها نیز برجسته است، اظهار داشت: دانشگاهی که تصور کند با پول دولت می‌تواند به جایی برسد در اشتباه است. سقف آرزوهای دانشگاه که جزئی جدایی‌ناپذیر از جامعه به شمار می‌رود و نقشی سرنوشت‌ساز ایفا می‌کند، باید از محل فروش فناوری، قراردادهای ارتباط با صنعت و شرکت‌های دانش بنیان کسب درآمد کند. بخش قابل توجه درآمد دانشگاه‌های موفق دنیا از همین محل تأمین می‌شود و دانشگاهی که در تأمین بیش از ۹۸ درصد بودجه خود به شهریه و بودجه دولتی وابسته است، نمی‌تواند در تحقق بلندپروازی‌های فناورانه و نوآورانه کارآمد باشد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان، شأن و رسالت اصلی دانشگاه و پژوهشگاه‌ها را تحریک‌بخشیدن به جامعه و حل مشکلات اساسی دانست و اظهار داشت: تکیه دانشگاه به شهریه و بودجه دولتی به میزان بیش از ۱۵ درصد معنادار نیست و زمانی این نگرش تغییر می‌یابد که توجه ویژه‌ای به پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و شتابدهنده‌ها صورت بگیرد. بخش مهم دانشگاه، ارتباط با محیط پیرامونی است و دانشجویی با صرف هزینه مردم جامعه درس خوانده است، باید در مسیر حل مشکلات همین جامعه و مردمش حرکت کند.

وی افزود: با همین تحول در اندیشه‌ها و نگرش‌ها، اکنون مدل‌های موفقتری در پایتخت و شهرهای بزرگ کشور پیاده‌سازی شده است که می‌تواند الگوی دیگر استان‌ها باشد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان، با بیان اینکه هیچ دانشگاهی در دنیا به تنهایی وارد تولید محصول تولید نمی‌شود، گفت: دانشگاه تولید محصول و خلق فناوری را به کمک شرکتهایی که توسط دانشجویان یا اساتید دانشگاه ایجاد شده و از سوی دانشگاه حمایت شده، محقق می‌کند و درآمدش از این محل را در پژوهش‌ها و تحقیق و توسعه‌های بعدی، تجهیز آزمایشگاه‌ها، کمک به تحقق خلاقیت دانشگاهیان و در نتیجه رونق اقتصاد، صرف می‌کند.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در پایان این نشست گفت: در حال حاضر جزو تولیدکننده ماشین‌آلات نانوفناوری هستیم و اینکه بتوانیم ماشین‌سازی کنیم و تجهیزات نانویی را به کشوری مانند چین که در حوزه ماشین‌سازی توانمند است با کیفیتی بالا و مزیت‌های رقابتی، به فروش برسانیم اتفاقی باورنکردنی در رونق تولید دانش‌بنیان است، این گام به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان محقق شده است و تمامی استان‌ها، در همین مسیر گام بردارند.

نوآوری «زیست‌بوم» به رونق تولید صنایع دانش‌بنیان می‌انجامد

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور گفت رونق تولید دانش‌بنیان به عنوان یکی از اساسی‌ترین اولویت‌های سال جاری فعالان زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری است. رونق این تولیدات با تعاملی سازنده میان دانشگاهیان، صنایع، فعالان دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها بر بستر زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری رنگ واقفیت می‌گیرد.

به گزارش ایسنا، سوزنا ستاری در دومین بخش از سفر یک روزه‌ای که به شهرستان‌های غرب استان مازندران داشت، ضمن بازدید از تازه‌ترین دستاوردهای دانش‌بنیان فعالان کارخانه سلمان، با بیان اینکه رونق تولید به کمک تزییق نوآوری‌های فعالان زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری به بدنه صنعت صورت می‌گیرد، ادامه داد: رونق تولید دانش‌بنیان، اصلی‌ترین اولویت سال جاری فعالان زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری است. این راه با تزییق نوآوری کسب و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی به صنایع، تعامل دانشگاه‌ها و جوانان خلاق با صنعت هموار می‌شود؛ خوشبختانه اکنون این تعامل به لطف رونق یافتن زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری، به تولیدات ارزنده و خدمات اثرمند منجر شده است.

وی افزود: ما در معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری تلاش کردیم تا با فراهم کردن زیست‌بومی جدید و پویا، شکل تازه‌ای از تعامل میان نوآوری دانشگاهیان با توانمندی‌های صنعت شکل بگیرد. حاصل این زیست‌بوم، رونق گرفتن صنایع دانش‌بنیان با ارزش افزوده و اشتغال خارق‌العاده است. صناعیی که به مدد تزییق نوآوری کسب و کارهای دانش‌بنیان، به کمک دانشگاهیان، می‌توانند تولید را رونق ببخشند و راه را بر واردات بی‌رویه محصولات دیگر کشورها ببندند.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور همچنین از تأمین نیازهای فناورانه تحریمی به کمک فعالان زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی گفت و ادامه داد: یکی دیگر از مزیت‌های میدان‌دادن به کسب و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی، تأمین محصولات و خدمات دانش‌بنیانی است که محدودیت‌ها و تحریم‌ها دست یافتن به آنها را دشوار کرده بود. شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آبی، در سال‌های اخیر به خوبی مسیر صعب‌العبور تأمین مهم‌ترین و پیشرفته‌ترین نیازهای فناورانه کشور را هموار کردند. باید محیطی مساعد برای فعالیت فناورانه این افراد ایجاد شود.

ستاری، اهمیت توجه استان به ایجاد لازمه‌های اصلی زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری را یادآور شد و گفت: باید در استان‌ها مراکز نوآوری و پارک‌های علم و فناوری و همچنین بخش‌های فعال در حوزه سرمایه‌گذاری روی ایده‌های خلاق جوانان دانش‌آموخته فعال شود. گام‌های خوبی در مسیر پیموده شده اما تا نقطه ایده آل فاصله وجود دارد که کاهش آن، نیازمند عزم و تحول جدی در نگرش همه بخش‌های استان است.

وی، صنایع مازندران را ظرفیتی ارزشمند برای رونق زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری دانست و افزود: در این بخش از استان مازندران، ظرفیت‌های بسیار خوبی برای رونق زیست بوم کارآفرینی و نوآوری وجود دارد؛ لازم است تا توجه و تمرکز بیشتری بر روی توسعه زیرساخت‌ها، این ظرفیت بالقوه در خدمت رونق کسب و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی قرار بگیرد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور با اشاره به گام‌های جدی و اثرمند معاونت علمی و فناوری برای حمایت زیرساختی از توسعه زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری، ادامه داد: در مسیر حمایت از زیست‌بوم نوآوری استان مازندران، جدی و مصمم گام برمی‌داریم و اولویت سال جاری نیز حمایت از این زیرساخت‌ها با هدف رونق هرچه بیشتر زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری است. استان باید با یک نگاه همراه و همدل، تمامی امکانات خود را در اختیار سرمایه‌های خلاق و دانش‌آموخته‌اش قرار دهد، معاونت علمی و فناوری نیز همراه و هم‌پای استان، تمام‌قد از رونق زیست‌بومی که میزبان این سرمایه ارزشمند باشد، حمایت می‌کند.

ستاری اجرایی شدن قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در سال‌های اخیر را یکی از گام‌های جدی برای رونق این زیست‌بوم عنوان و تصریح کرد: نتیجه اعتماد به خلاقیت و نوآوری‌های جوانان، با درخشش بیش از ۴هزار و ۵۰۰ شرکت دانش‌بنیان و بیش از ۶هزار استارت‌آپ که نیازی مهم و فناورانه تولید می‌کنند یا با ارائه خدمتی نوآورانه، راه تازه‌ای پیش روی جامعه می‌گشایند، نمایان شد. اجرایی شدن قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و نیز حمایت از استارت‌آپ‌ها، در اقتصاد و اشتغال اثرمند بوده است؛ به طوری‌که فروش سال گذشته این شرکت‌ها بیش از ۹۰هزار میلیارد تومان بود؛ این میزان فروش قطعا در سال جاری نیز افزایش خواهد داشت.

فرهنگ کار آفرینی با آموزش‌های صحیح و تکمیلی معنا پیدا می‌کند

نماینده مردم اراک، خنداب و کمیجان در مجلس شورای اسلامی گفت با حمایت دولت تجهیزات آموزشی فنی و حرفه‌ای به گونه‌ای طراحی شود که پاسخگوی نیازهای روز باشد. مجلس و دولت انگونه که شایسته فنی و حرفه‌ای است حمایت نکرده‌اند.

به گزارش ایسنا، سیدمهدی مقدسی در بازدید از فنی و حرفه‌ای استان مرکزی گفت: در دنیا و کشور ما حرفه‌آموزی و مهارت‌آموزی به عنوان یک ضرورت در فرهنگ کار عنوان نشده است.

وی افزود: حرفه آموزی و مهارت‌آموزی باید در مدارس از دوره پیش دبستانی آغاز شود، در بسیاری از کشورهای پیشرفته آموزش‌ها جهت‌دار و با استراتژی روشن بوده و افراد از کودکی آینده خود را تصور کرده و رقم می‌زنند. متأسفانه در کشور ما برخی از افراد تحصیلکرده دچار سرخوردگی هستند و هیچ امیدی نسبت به آینده ندارند و این حس هر چند موقت باشد باز هم نباید ایجاد شود.

وی با بیان اینکه «برای نجات کشور باید فرهنگ آموزش کاربردی و فنی و حرفه‌ای به معنای واقعی ترویج داده شود»، بیان کرد: پیشرفت علم و تکنولوژی باید مورد توجه قرار گیرد به ویژه اینکه در سطح دنیا هم اگر افراد مدارک و علم خود را به روز نکنند بی‌سواد خوانده می‌شوند.

مقدسی ادامه داد: برای آموزش به افراد تجهیزات نیز باید به گونه‌ای باشد که جوابگوی نیاز روز و تکنولوژی‌های پیشرفته باشد تا بتوان به جرأت بر ارائه آموزش کامل توسط فنی و حرفه‌ای تاکید کرد که در این راستا حمایت دولت و مجلس نیاز جدی است تا آموزش و تربیت به صورت کاربردی باشد. فنی و حرفه‌ای باید مورد توجه و حمایت قرار گیرد.

وی اضافه کرد: نگاه به اداره جامعه و ساختار اداری کشور باید تغییر یابد به این‌ معنا که برخی سازمان‌ها به مردم واگذار شوند. نظام آموزشی در حال حاضر اقیانوسی با عمق یک متر و نیازمند تغییر است، وی تاکید کرد: فرهنگ کارآفرینی با آموزش‌های صحیح و تکمیلی معنا پیدا می‌کند و برای رسیدن به نتیجه مطلوب باید دستگاه‌های مرتبط با حرفه‌آموزی و فن‌آموزی به نحوی عمل کنند که فارغ‌التحصیلان و کارآموزان بتوانند در محیط واقعی کار به صورت اثربخش ورود کنند. تجهیزات آموزشی فنی و حرفه‌ای برای تأمین نیازهای روز کافی نیست در نتیجه باید دولت این نیازها را به گونه‌ای طراحی کند که تجهیزات پاسخگوی نیازهای روز باشد. پرسنل فنی و حرفه‌ای باید انگیزه نیروهای انسانی فنی و حرفه‌ای و آموزش‌دهندگان را ارتقا دهد تا این مسیر به درستی سپری شود.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی –اقتصادی

| شنبه **|** ۱۲ مرداد ۱۳۹۸ **|** شماره **|** ۱۳۶۴ **|** صفحه **|** ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

افزایش خلاقیت در کار با سه اقدام ساده

<p>به قلم: جیسیسون فل نویسنده حوزه کارآفرینی و کسب‌وکار</p>
<p>مترجم:امیرآل علی</p>

خلاقیت اگرچه برای بسیاری از افراد یک امر ذاتی تلقی می‌شود، با این حال واقعیت این است که این امر کاملا اکتسابی بوده و افراد باید آن را در خود پرورش دهند، با این حال با توجه به این امر که توانایی‌های افراد با یکدیگر متفاوت است، برخی از ذهنی خلاق‌تر بهره‌مند هستند. با تمرین، می‌توانید این تفاوت‌های کوچک را عملا بی‌معنا بسازید. در محیط کاری، وجود خلاقیت امری کاملا ضروری بوده و به همین خاطر نباید این امر را صرفا یک مزیت تلقی کرد. در این رابطه توجه داشته باشید که خلاقیت صرفا شامل مرحله فکر کردن نبوده و شما باید بتوانید آن را در دنیای واقعی نیز پیاده‌سازی کنید. با این حال علت اصلی این امر که بسیاری از افراد به دنبال تقویت خلاقیت خود نیستند، تصور آنها بر روی این موضوع است که نیاز به انجام اقدامات بزرگ و زمان‌بر خواهند داشت، با این حال برای افزایش خلاقیت، بزرگی اقدام مطرح نبوده و استمرار داشتن آن راز موفقیت محسوب می‌شود. به همین خاطر اقدامات ساده ولی موثر به این علت که امکان تمرار هر روزه آنها فراهم است، بهترین گزینه‌های موجود است. در همین راستا و در ادامه به بررسی سه اقدام ساده برای افزایش خلاقیت در کار خواهیم پرداخت.

۱-از یک جا نشستن خودداری کنید

امروزه روانشناس‌ها ثابت کرده‌اند که ذهن و جسم با یکدیگر



تجربیه‌ای دارای درس‌ها و نکته‌های ارزشمندی خواهد بود

هر تجربه‌ای دارای درس‌ها و نکته‌های ارزشمندی خواهد بود که به افزایش توان ذهنی شما کمک خواهد کرد، با این حال برای این امر می‌توانید از اقدامات بسیار ساده استفاده کنید. برای مثال انجام متفاوت یک فعالیت همیشگی در راستای فاصله گرفتن از روزمرگی، اقدامی کاملا سودمند است. درواقع برای یک ذهن خلاق، لازم است تا آمادگی لازم را در خود شکل دهید. به همین خاطر این امر که به یک باره بخواهید از ذهنی خلاق برخوردار

شوید، بدون شک مشکل‌ساز بوده و به علت بی‌نتیجه بودن، شما را کاملا ناامید خواهد ساخت. در این راستا ضروری است تا صبر کافی را داشته و از بیش از حد عجول بودن فاصله بگیرید. در نهایت فراموش نکنید که به هر میزانی که ورودی‌های ذهن شما متنوع‌تر باشد، خروجی‌های آن نیز به خلاقیت نزدیک‌تر خواهد بود.

۲-عوامل حواس‌پرتی را نابود سازید

بسیاری از شرکت‌های بزرگ به مانند گوگل، از اتاق‌های فکر برخوردار هستند که در آنها هیچ-گونه عامل حواس‌پرتی وجود نداشته و این امر باعث می‌شود تا امکان تفکر عمیق وجود داشته باشد. درواقع شما باید بر روی یک موضوع تمرکز کافی کنید تا به ایده‌های خلاقانه در رابطه با آن نزدیک شوید. به همین خاطر نیز در صورتی که امکان ایجاد یک اتاق فکر ندارد تا زمانی را با خود خلوت کنید، لازم است تا تمامی مواردی را که باعث حواس‌پرتی شما می‌شود را شناسایی کرده و آنها را نابود

سازید. در این رابطه فکر کردن برای یافتن بهترین راه‌حل‌ها نیز به افزایش خلاقیت شما کمک خواهد کرد. برای مثال در صورتی که صدا مهم‌ترین عامل حواس‌پرتی در محل کار شما محسوب می‌شود، می‌توانید از گوشی‌های صداگیر استفاده کنید. در نهایت مطالعه مقالات مرتبط و مشاهده جدیدترین خلاقیت‌ها در این زمینه کمک شایانی محسوب می‌شود.

منبع: entrepreneur