

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

تسهیلات ارزان قیمت
اعتبار اسنادی داخلی
ضمانت نامه بانکی
ارائه مشاوره بانکی

شکوفایی اقتصادی
نمره ۱ بسته با ۴ خدمت

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۰۰۰۰
www.bpi.ir @bankpasargad

یادداشت

مبارزه با فقر و اراده‌های آهنین

محمدحسین عمادی
نماینده دائم ایران در قانو

مقوله برخورداری انسان از منابع و موضوع فقر از ابتدای تاریخ بشر مورد توجه اندیشمندان و رشته‌های مختلف و اخیراً علم اقتصاد بوده است. در هر دوره با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی و پارادایم‌های فکری حاکم بر جامعه انسانی و طبقه متفکر، فقر با مفهوم متفاوتی تعریف شده و بر همان مبنای برای مقابله با آن، راهکار ارائه شده است. از آنجایی که فقر با مسئله انسان و انسانیت ارتباط دارد، حتی علمای علم اخلاق هم به آن توجه کرده و آن را به عنوان عامل از بین برنده جوهر و عزت انسانی مورد توجه قرار داده و مذموم شناخته‌اند.

اما در دوران معاصر که علوم انسانی رشد فزاینده‌ای کرده، موضوع فقر مورد توجه خاص اقتصاددان‌ها قرار گرفته است. به نحوی که این مقوله تا حدی به انحصار علم اقتصاد درآمده است و طبعاً در رشته اقتصاد نیز به شمار مکاتب اقتصادی و به تعداد نخله‌های فکری می‌توانیم فقر را تعریف و تحلیل کنیم. در علم اقتصاد هم همان تنوع و همان تکرر دیدگاه نسبت به تعریف و تحلیل فقر...

بر خلاف گفته دولتمردان، اصلاحات ساختاری در لایحه بودجه سال آینده انجام نشده است

بودجه ۹۹ در بزنگاه مجلس

با وجود هیاهوی دولتمردان درباره ویژگی‌های متفاوت بودجه ۹۹ و کاهش وابستگی بودجه به نفت، بررسی‌ها نشان می‌دهد بودجه سال آینده تفاوت ماهوی نسبت به بودجه سالیان قبل ندارد و همچون سال‌ها و دهه‌های پیش همچنان بودجه رنگ و بوی نفتی دارد. اغلب اقتصاددانان و فعالان اقتصادی نیز بر این عقیده هستند و مرکز پژوهش‌های مجلس به عنوان بازوی کارشناسی و پژوهشی قوه مقننه نیز اعتقاد دارد که متأسفانه لایحه بودجه ۹۹ همچون لایحه بودجه سال ۹۸ بدون اعمال اصلاحات ساختاری به مجلس ارائه شده است. اگرچه حسن روحانی دو هفته پیش و به هنگام تقدیم لایحه بودجه سال آینده به مجلس، از کاهش وابستگی نفتی بودجه سخن گفته بود، اما بررسی‌ها در لایحه‌های مختلف بودجه ۹۹ نشان می‌دهد آنچه به ظاهر شائبه کاهش...

۳

روزهای سخت بازگشت به «لیست سیاه» گروه ویژه اقدام مالی

بیم و امید پیوستن به FATF

۴

مدیریت و کسب و کار



اپل برای پشتیبانی از محصولاتش مشغول کار روی فناوری‌های ماهواره‌ای است

- ارزشمندترین برندهای جهان در سال ۲۰۱۹
- چگونه مدیر مداخله‌گری نباشیم؟
- شیوه‌های معرفی محصول در تجارت الکترونیک
- پر درآمدترین تیم‌های فوتبال جهان در سال ۲۰۱۹
- برترین‌های بازار بابی در سال ۲۰۱۹
- بازار بابی محصولات در بازار هدف

۱۶ تا ۸



هزینه آلودگی هوا معادل هزینه یک سال پرداخت یارانه معیشتی است

خسارت ۳۳ هزار میلیارد تومانی آلودگی هوای تهران

کشاورزی ناپایدار و دریاچه ارومیه در مسیر جدایی؟

۴ گیاهی که ۱۰ برابر سد کرج از دریاچه ارومیه آب می‌خورند

مسئولیت ۶۸ درصد مصرف آب در بخش کشاورزی حوضه آبریز برعهده دارند، چیزی حدود ۲ میلیارد و ۳۹۰ میلیون مترمکعب آب و ۱۰ برابر سد کرج. این در حالی است که این گیاهان تنها ۸ درصد از کل ارزش افزوده اقتصادی تولیدات این منطقه را تشکیل می‌دهند.

همین موضوع باعث شد تا ستاد احیای دریاچه ارومیه روی به کشت گیاهان جایگزین در حوضه آبریز دریاچه ارومیه بیاورد؛ گیاهانی که صرفه اقتصادی دارند و آب زیادی مصرف نمی‌کنند. برای مثال، کشت کلزا در حوضه آبریز دریاچه ارومیه نزدیک به ۲ هزار هکتار افزایش یافته است. به گفته حاجی‌مرادی، این اوضاع در چند سال آینده اصلاح می‌شود و کم‌کم گیاهان کم‌آب بر جایگزین گیاهان پرآب‌پر می‌شوند.

مسئول واحد فنی ستاد احیای دریاچه ارومیه در این رابطه ادامه می‌دهد: «تا به امروز از مجموعه اعتبارات احیای دریاچه ارومیه، ۷۵۰ میلیارد تومان در دو دسته اقدامات سازه‌ای و غیرسازه‌ای برای بهبود بهره‌وری کشاورزی و متعاقب آن کاهش مصرف آب در بخش کشاورزی هزینه شده است. اقدامات سازه‌ای شامل احداث شبکه‌های فرعی آبیاری و زهکشی توسعه سامانه‌های نوین آبیاری است، اقدامات غیرسازه‌ای از قبیل طرح نظام نوین ترویج که در حال حاضر در حوضه آبریز دریاچه ارومیه در حال پیاده‌سازی است. سایر اقدامات غیرسازه‌ای هم شامل اقداماتی مثل اصلاح باغات، استفاده از کشت جایگزین در حوزه محصولات زراعی است.»

مصرف آب کم شد و کسی هم ضرر نکرد

انجام این اقدامات باعث شد تا هدف کاهش ۴۰ درصدی مصرف آب در بخش کشاورزی در حوضه آبریز دریاچه ارومیه تا حد زیادی واقعی شود؛ در پنج سال اخیر در اراضی واقع در پایین‌دست سدهای ملی واقع در حوضه آبریز دریاچه ارومیه، مصرف آب در بخش کشاورزی ۳۲ درصد کاهش پیدا کرد، همچنین گزارش‌های وزارت جهاد کشاورزی نشان می‌دهد که در کل حوضه آبریز دریاچه ارومیه مصرف آب حدود ۲۸ درصد کم شده است و امسال نیز هدف ۴۰ درصدی محقق می‌شود.

حاجی‌مرادی در این رابطه می‌گوید: «در رابطه با قضاوت عملکردها، با توجه به میزان اعتباری که به وزارت جهاد کشاورزی پرداخت شد موفق بودیم. شرط اصلی در حوزه کاهش مصرف آب همراهی وزارت جهاد کشاورزی بوده که اکنون بعد از گذشت پنج سال این امر اتفاق افتاده است، حالا به نقطه‌ای رسیدیم که برای محقق شدن اهدافمان فقط باید بودجه مورد نیاز دستگاه‌ها را تامین کنیم.»

در این میان به نظر می‌رسد این کاهش مصرف آب، به معنای کاهش تولیدات در حوضه آبریز دریاچه ارومیه نبوده است، اما به نظر می‌رسد این پایان مسیر کشاورزی پایدار و دریاچه ارومیه نباشد و همچنان نیاز به انجام اقدامات بیشتری وجود دارد. مسئول واحد فنی ستاد احیای دریاچه ارومیه در این باره نیز توضیح می‌دهد: «لازم است استمرار بر تمکین بر اجرای مصوبات کماکان در دستور کار تمامی دستگاه‌های دولتی باشد و در کنار اینکه در عدد ۴۰ درصد کاهش به ثبات رسیدیم، نباید با برخی اقدامات خلاف جهت تصمیمات پیشین از راه رفتن بازگردیم.»

حسن روحانی از توکیو چه پیامی به آمریکایی‌ها داد؟

آنچه در سفر روحانی به توکیو گذشت

سیاسی، اقتصادی و فرهنگی ژاپن در توکیو اعلام کرد که درهای ایران به روی دولت و شرکت‌های ژاپنی برای مشارکت و سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بزرگ اقتصادی باز است و ایران و ژاپن به عنوان دو دوست قدیمی، نباید اجازه دهند که کشور ثالثی در روابط دوستانه آنها اختلال ایجاد کند. او آنجا هم پیام‌هایی را برای طرف آمریکایی فرستاد و گفت: «بی‌تردید تحریم‌های غیرقانونی آمریکا نمی‌تواند بلندمدت ادامه پیدا کند و آمریکایی‌ها ناچارند روزی این راه بدون خصیت و پر از ضرر را رها کنند. طی این سال‌ها ایران ثابت کرده که با منطق و گفت و گو منافع خود را تامین می‌کند و همیشه معتقد بوده که با منطق مذاکره و افق برد - برد می‌توان به توافقات موثر و پایدار رسید.»

پیش از اینکه حسن روحانی راهی توکیو شود، این سفر مخالفان و موافقانی در داخل کشور داشت. به ویژه آنکه برخی رسانه‌های ژاپنی از استقبال ایالات متحده به میانجیگری احتمالی ژاپن و سفر روحانی سخن گفته بودند. از جمله این عکس‌العمل‌ها انتشار شایعه استعفای رئیس جمهوری از مقام خود آن هم در آستانه سفر به توکیو بود که به گمانه برخی کارشناسان نمی‌تواند بیرون از دایره تگ‌نظری‌های ناشی از رقابت‌های کشدار و ملال‌آور جریان‌های رقیب باشد. به نظر می‌رسد که اعلام رسمی شایعه استعفا آن هم در این هنگام، معنا و مفهوم ویژه داشته باشد. ماهیت دیدار رئیس جمهوری با نخست‌وزیر ژاپن و گفت‌وگوهایی که بنا بر گزارش منابع خبری ژاپن به پیشینه‌ها «حسن روحانی» انجام شد، چرایی انتشار این شایعه را روشن می‌کند. خردادماه امسال نخست‌وزیر ژاپن به همراه پیامی از سوی ترامپ راهی تهران شد تا میانجی‌گری شده و از تنش‌ها میان دو کشور کم کند. تهران در آن زمان از میانجیگری او چندان خوشش نیامد، اما حتی بعد از این سفر نافرجام هم نام آبه شینزو به عنوان یکی از میانجیگران در کنار فرانسه و عمان باقی ماند.

ژاپن فرصتی استثنایی برای ایران

برای ایران ژاپن فرصتی استثنایی است. دو کشور در ۹۰ سال گذشته از روابط خوبی با یکدیگر بهره برده‌اند و هرچند بستگی اقتصادی زیادی مانند آنچه ایران و ژاپن با یکدیگر دارند، وجود ندارد اما احترام متقابل و پیشینه دوستی دو کشور در این راه به شخص خواهد آمد. بدبینی‌هایی که در داخل کشور به اروپایی‌ها و شخص مکرون وجود دارد در مورد آبه شینزو با مثنی آرام و منعطف صدق نمی‌کند. در کنار اینها ژاپن رابطه نزدیک و خوبی هم با ایالات متحده دارد و حرف آبه شینزو برای آمریکایی‌ها برش خواهد داشت. تهران هرچند که اعلام کرده موضوع گفت‌وگو با آمریکا را در سفر به توکیو در دستور کار ندارد، اما هنوز هم نمی‌توان سفر روحانی به ژاپن را در راستای یک سفر معمول و دیدار دو جانبه در نظر گرفت.

رئیس‌جمهوری ایران از روز جمعه در توکیو به سر می‌برد و یکی از دلایل این سفر، گفت‌وگو در مورد تحریم‌ها علیه تهران بوده است. حسن روحانی روز جمعه وارد توکیو شد و مورد استقبال آبه قرار گرفت. روحانی پس از حضور در کاخ نخست‌وزیری به گفت‌وگو با آبه پشت درهای بسته نشست و همزمان با در جریان بودن این گفت‌وگو، معاون ارتباطات و اطلاع‌رسانی دفتر رئیس‌جمهور در توییتر بر اهمیت مذاکرات خصوصی روحانی - آبه تأکید کرد.

به گزارش خبرنگاران، این سفر برای مقامات دو کشور از اهمیت زیادی برخوردار بود. آبه و روحانی در سال‌های اخیر به دفعات با یکدیگر ملاقات داشته‌اند و روابط دو کشور شایعه‌های زیادی قبل از رسیدن روحانی به توکیو مطرح بود. بسیاری از ناظران در مورد این سفر گمانه‌زنی‌های زیادی داشتند و آن را مرتبط با اختلافات میان ایران و ایالات متحده دانستند.

در دیدار رئیس‌جمهور و آبه چه گذشت؟

خبرگزاری رسمی ژاپن کیودو در این زمینه اعلام کرد که سران ژاپن و ایران در مذاکرات عصر جمعه خود در توکیو در مورد برجام و اختلاف تهران و واشنگتن در مورد این قرارداد بین‌المللی بحث و رایزنی کردند. کیودو نوشت که حسن روحانی رئیس‌جمهوری اسلامی ایران در ابتدای این دیدار به آبه شینزو گفته است توافقی هسته‌ای یک توافق بسیار مهم برای ایران است به همین دلیل ما به شدت، خروج یکطرفه و غیرمنطقی آمریکا از این توافق را محکوم می‌کنیم.

خود روحانی هم پس از دیدار با نخست‌وزیر ژاپن در حساب توییتری خود نوشت: «در راستای منافع ملی خود از هیچ‌گونه مذاکره و توافقی، رویگردان نیستیم.» سپس برای شام روحانی و آبه شینزو بر سر میز یلدایی ژاپنی‌ها نشستند که محمدجواد ظریف وزیر خارجه کشورمان آن را در توییتر خود شرح داد و نوشت: «نشست پرمحتوا، دوستانه و صریح رئیس‌جمهور روحانی و آبه شینزو نخست‌وزیر ژاپن؛ تقویت بیشتر همکاری دو جانبه، منطقه‌ای و جهانی. همچنین از میزبانان ژاپنی برای اینکه یلدا را با ما جشن گرفتند، قدران هستیم.»

روحانی در دیدار با آبه شینزو به سرفوت موضوع اختلافات با آمریکا رفت و گفت: «خروج یک‌جانبه آمریکا از تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی مثل برجام، امنیت و صلح در جهان را تهدید می‌کند. تحریم‌های آمریکا نوعی تروریسم اقتصادی تلقی می‌شود و کشورهایی که در راه مقابله با تروریسم فعالیت می‌کنند باید با این کار آمریکا نیز مقابله کنند. ایران همه تلاش خود را برای حفظ برجام در چارچوب تامین منافع خود انجام داده و خواهد داد و از طرف‌های دیگر در برجام نیز می‌خواهیم به تعهدات خودشان عمل کنند.»

رئیس‌جمهور از توکیو به آمریکا چه پیامی داد؟

حسن روحانی همچنین در جمع شماری از مدیران ارشد بخش‌های



نگاه



هوای ۶ شهر ایران ناسالم است

نفس‌های تهران به‌خس‌خس افتاد

رئیس گروه پایش آلودگی هوای سازمان حفاظت محیط زیست در تازه‌ترین اظهارنظر درباره هوای آلوده کلانشهرهای کشور گفت هوای شهرهای کرج با شاخص ۱۰۴، تبریز ۱۰۸، تهران ۱۰۹، اراک ۱۱۷، اهواز ۱۴۵ ناسالم برای گروه‌های حساس و هوای همدان با شاخص ۱۵۵ ناسالم برای تمام گروه‌ها است.

به گفته شهram سپهرنیا، هوای شهرهای زایل با شاخص ۱۴، رشت ۱۵، بیرجند ۱۶، بجنورد ۱۹، اردبیل ۲۱، گرگان ۲۶، یاسوج ۲۸، شیراز ۲۹، شهرکرد ۳۹ و سرپل ذهاب ۴۵ در شرایط پاک قرار دارند. همچنین هوای شهرهای بندرعباس با شاخص ۵۳، سنندج ۵۵، قم ۵۷، زنجان ۶۱، یزد ۶۲، دره شهر ۶۳، گناوه ۶۵، مشهد ۶۵، ارومیه ۸۲، کرمان ۸۹، قزوین ۹۴ و اصفهان ۹۵ قابل قبول هستند.

اما درحالی پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد هوای تهران تا پایان این هفته آلوده‌تر می‌شود، که داستان آلودگی هوای تهران دیگر به جای ماهی چند روز، حالا هر روز دارد تکرار می‌شود.

به گزارش ایرنا، تشدید آلودگی هوا، به یک‌باره روزهای شنبه و یکشنبه این هفته را برای مدارس شهر تهران و جنوب شرق استان به تعطیلی کشاند و آمبولانس‌های اورژانس را در ۲۸ نقطه از تهران مستقر کرد تا شاید مرحمی شوند بر دردی که ممکن است بر شهروندان وارد شود.

هشدارهای چند روز پیش هواشناسی درخصوص آلودگی هوا محقق شد و باز هم دستگاه‌های متولی را به تلاطم انداخت، به گونه‌ای که پلیس طرح پلاک زوج و فرد را از درب منزل اجرائی کرد و جلوگیری از تردد کامیون‌ها در سطح شهر و تشدید بررسی معاینه فنی خودروها را به عنوان راهکار دنبال کرد و متولیان پایش محیط زیست را به سر وقت صنایع آینده فرستاد و آموزش و پرورش را برای تعطیلی مدارس مجاب ساخت.

قانونی هم برای جلوگیری از آلودگی هوا با عنوان «قانون هوای پاک» با ۳۴ ماده و ۳۹ تبصره که در تیرماه ۹۶ به تصویب مجلس شورای اسلامی و سپس شورای نگهبان رسیده است و در مردادماه همان سال از سوی رئیس جمهوری ابلاغ شد را در اذهان عمومی برجسته کرد . این قانون ۱۳ آیین‌نامه دارد که چندین دستگاه اجرائی و مدیریت شهری و وزارتخانه را موظف به انجام اموری مشخص کرده است و سازمان محیط زیست یکی از این نهادهای متولی است.

در ماده۱۷ این قانون عنوان شده است «مواقع اضطراری که به علت کیفیت خاص جوی، آلودگی هوای شهرها به حدی برسد که به تشخیص وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی سلامت انسان و محیط‌زیست را شدیدا به مخاطره بیندازد، سازمان حفاظت محیط‌زیست یا همکاری وزارت کشور (شهرداری‌ها و نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران) ممنوعیت‌ها یا محدودیت‌های موقت زمانی، مکانی و نوعی را برای منابع آلوده‌کننده برقرار کرده و بلافاصله مراتب را از طریق رسانه‌های همگانی به اطلاع عموم خواهد رساند. با برطرف شدن وضعیت اضطراری و کاهش آلودگی هوا، سازمان نسبت به رفع ممنوعیت و محدودیت برقرار شده اقدام و مراتب را به نحو مقتضی به اطلاع عموم خواهد رساند.»

اما منابع آلوده متحرک، سهم قابل توجهی در آلودگی هوا دارند. این گفته مسعود زیند رئیس اداره محیط زیست شهرستان تهران است که این منابع را شامل وسایل نقلیه می‌داند و معتقد است: کامیون‌ها یکی از مهمترین تولیدکنندگان ذرات معلق کمتر از ۲.۵ میکرون هستند که در شرایط اضطرار از ورود آنها به داخل شهر جلوگیری می‌شود.

به گفته وی، همچنین موتورسیکلت‌ها، اتوبوس‌های دیزلی و سایر وسایل نقلیه نیز سهم زیادی در آلودگی هوا دارند که براساس تصمیم کارگروه اضطرار استان در روزهایی که آلودگی هوا تشدید می‌شود تصمیم‌های مختلفی از جمله طرح زوج و فرد از درب منزل و ممنوعیت ورود کامیون‌ها اجرائی می‌شود.

رئیس اداره محیط زیست شهرستان تهران تاکید می‌کند: برای برخورد با موتورسیکلت‌ها قانون مشخصی ارائه نشده است که در روزهای آلودگی مانع حضور حرکت آنها شد ضمن اینکه باید ساماندهی آنها مورد توجه قرار گیرد.

او فعالیت واحدهای آلوده را به عنوان منابع ثابت آلودگی هوا بیان می‌کند که با همکاری انجن‌های مختلف از جمله تولیدکنندگان بتن آماده، شن و ماسه، آسفالت، نخاله‌های ساختمانی و واحدهای فلزی و صنعتی تحت کنترل است.

به گفته زندی، در شرایط اضطرار فعالیت تولید این واحدها متوقف می‌شود ضمن اینکه منابع ثابت سهم کمتری در آلودگی هوای تهران را دارند.

وی با اشاره به اینکه با واحدهای آلوده به شدت برخورد می‌شود، می‌گوید: براساس پایش‌های زیست محیطی در صورت مشاهده واحد آلوده تذکرهای لازم ارائه و با هماهنگی دادستانی واحد آلوده پلمب می‌شود.

رئیس اداره محیط زیست شهرستان تهران معتقد است: تیم‌های کارشناسی این اداره پایش‌های شبانه‌روزی را انجام می‌دهند و به صورت مداوم فعالیت واحدهای فلزی، صنعتی و معدنی را مورد بررسی قرار می‌دهند.

وی عنوان می‌کند: بخش صنعت مسائلا و قوانین زیست محیطی را رعایت می‌کند و بعضی واحدها که تذکر آلودگی دریافت می‌کنند در زمان مشخص به سرعت وضعیت را اصلاح می‌کنند.

زندی با بیان اینکه دوستاناران محیط زیست با سامانه محیط زیست تماس گرفته و فعالیت واحدهای آلوده را گزارش می‌دهند، می‌گوید: نیروهای گشت این اداره براساس گزارش‌های مردمی به محل‌های اعلامی اعزام می‌شوند و در صورت مشخص شدن آلودگی واحد با آن برخورد قانونی می‌کنند.

وی از شهروندان ضمن استفاده از سیستم حمل و نقل عمومی و همکاری در کاهش آلودگی هوا خواست: در صورت مشاهده هرگونه تخلف در حوزه زیست محیطی با سامانه ۱۵۴۸ تماس حاصل کنند. رئیس اداره محیط زیست شهر تهران با تاکید بر اینکه بحث آلودگی هوا چند وجهی است، معتقد است: حدود ۱۶ دستگاه درخصوص کنترل آلودگی هوا دخیل است که باید این بحث را در اولویت کاری خویش قرار دهند و در بلندمدت اجرائی کرده و تنها به روزهای آوارونگی هوا و آلودگی منحصر نکنند.

وی می‌گوید: قانون هوای پاک همه جوانب را در نظر گرفته است و تکلیف دستگاه‌های متولی در آن مشخص شده است در صورتی که با جدیت اجرائی شود شاهد وضعیت بهتری خواهیم بود.

هزینه آلودگی هوا معادل هزینه یک‌سال پرداخت یارانه معیشتی است

خسارت ۳۳ هزار میلیارد تومانی آلودگی هوای تهران



زیان متاثر از آلودگی هوا، برابر ۳ میلیون و ۸۱۰ هزار تومان در سال است.

آمار خسارت ۳۳ هزار و ۲۰ میلیارد تومانی آلودگی هوا در تهران در حالی است که این عدد تقریباً عددی معادل یارانه معیشتی و کمی کمتر از رقم یک‌سال پرداخت یارانه نقدی به خانوارهای ایرانی است. در حال حاضر دولت ماهانه تقریباً رقمی حدود ۳۵ هزار میلیارد تومان بابت یارانه نقدی به حساب خانوار واریز می‌کند که در سال، رقمی در حدود ۴۲هزار و ۵۸۸ میلیارد تومان می‌شود.

برای سال ۱۳۹۹ نیز بنا به گفته رئیس سازمان برنامه و بودجه و بررسی مواد و جداول بودجه، دولت ۴۳ هزار میلیارد تومان برای هدفمندی یارانه‌ها و پرداخت یارانه نقدی به حدود ۷۸ میلیون ایرانی کنار گذاشته است.

همچنین دولت برای سال آ آینده رقمی در حدود ۳۱ هزار میلیارد تومان برای پرداخت یارانه معیشتی به حدود ۶۰ میلیون نفر ایرانی پیش‌بینی کرده است.

در این میان، در سال ۱۳۹۸ رقمی که برای بودجه طرح‌های عمرانی پیش‌بینی شده بود، در حدود ۶۶ هزار میلیارد تومان بود. این یعنی، خسارت آلودگی هوا در تهران تقریباً نیمی از رقم اعتبار طرح‌های عمرانی را دربر می‌گیرد. همچنین برای سال ۱۳۹۹ دولت پیش‌بینی کرده ۷۰ هزار میلیارد تومان به طرح‌های عمرانی اختصاص دهد.

متهم اصلی آلودگی هوا در ایران کیست؟

در حال حاضر خودروهای سواری و کیفیت سوخت مصرفی، دو متهم آلودگی هوا هستند که هر کدام دیگری را مقصر می‌دانند.

شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی به تازگی مرتبط دانستن آلودگی هوا با بنزین را به‌طور کامل رد و اعلام کرد که سوخت توزیع‌ی اعم از بنزین و گازوئیل در کلانشهر تهران از کیفیت بالایی برخوردار است.

براساس گزارش نفتی‌ها، طبق گزارش منتشرشده توسط شرکت کنترل کیفیت هوای تهران، منشأ بیش از ۸۰درصد از آلودگی وسایل نقلیه شهر تهران مربوط به کامیون‌ها، اتوبوس‌ها و مینی‌بوس‌ها گزارش شده که از قضا سوخت مصرفی هیچ‌کدام از آنها بنزین نیست، بنابراین مرتبط دانستن آلودگی هوا با بنزین به‌طور کامل رد می‌شود.

سهم ۱۵درصدی صنایع در مقابل سهم ۷۵درصدی وسایل نقلیه

متهم اصلی آلودگی هوا کیست؟

تهران – در گفت‌وگو ایسنا، در پاسخ به سوالی درباره تعداد و وضعیت واحدهای تولیدی آلوده در تهران، اظهار کرد: تشخیص واحدهای تولیدی آلوده برعهده سازمان حفاظت محیط زیست است و سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت (صمت) در بخش محیط زیست با سازمان حفاظت محیط زیست در زمینه گازسوز کردن کارخانه‌ها و ارتقای شرایط زیست‌محیطی واحدهای تولیدی همکاری می‌کنند. وی ادامه داد: اگر استانداردهای زیست‌محیطی یک واحد صنعتی در سامانه بر خط پایش آلودگی دچار مشکل شود، ابتدا به آن واحد تذکر داده می‌شود، اما اگر واحد موردنظر منشأ آلودگی را برطرف نکند، به لیست واحدهای آلوده می‌رود و باید تا زمانی که آلودگی آن برطرف نشده یک بخشی از فروش خود را به عنوان جریمه پرداخت کند.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران با بیان اینکه عدد آلودگی اندازه مشخصی دارد که این عدد در رسته‌های صنعتی مختلف متفاوت است، تصریح کرد: نمی‌توان به‌طور مطلق اعلام کرد که واحدی آلوده هست یا خیر، چراکه در مواردی واحدهایی که در گذشته آلوده بودند، دوباره به مدار تولید برگشتند. از طرف دیگر ممکن است واحدی که در گذشته سالم بوده، حالا دارای آلودگی بالا باشد. وی همچنین خاطر‌نشان کرد که سامانه پایش آلودگی به صورت بر خط توسط سازمان حفاظت محیط زیست کنترل می‌شود و در این زمینه دستورهای لازم به موقع صادر می‌شود.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان تهران در پایان در پاسخ به اینکه «چه تعداد واحد صنعتی در سال جاری به دلیل مشکلات زیست محیطی مجبور به پرداخت جریمه شدند؟ اظهار بی‌اطلاعی کرد و گفت که سازمان حفاظت محیط

یک حساب سرانگشتی نشان می‌دهد با دلار ۱۲ هزار و ۷۰۰ تومانی، معادل ریالی خسارت آلودگی هوای تهران، ۳۳ هزار و ۲۰ میلیارد تومان برآورد می‌شود، این یعنی با احتساب جمعیت ۸.۷ میلیونی تهران، سهم هر نفر در زیان متاثر از آلودگی هوا، ۳ میلیون و ۸۱۰ هزار تومان در سال است.

به گزارش خبرآنلاین، چند هفته‌ای است که اغلب شهرهای ایران با آلودگی هوا دست و پنجه نرم می‌کنند؛ موضوعی که هنوز راه‌حل و تدبیر واقعی برای آن پیدا نشده و تنها راهکار تاکنون برای کم کردن آلودگی هوا، تعطیلی مدارس یا دانشگاه‌ها و محدودیت در تردد خودروها یا توقف فعالیت برخی واحدهای صنعتی اعلام شده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که آلودگی هوا در حال حاضر، خود به مانی اقتصادی بدل شده‌اند. آمارها حاکی از آن است که آلودگی هوا سالانه ۲۲۵ میلیارد دلار از اقتصاد جهان را از بین می‌برد. اگرچه آمار رسمی درخصوص ایران وجود ندارد، اما بانک جهانی سه سال قبل، در سال ۲۰۱۶ اعلام کرده بود هر سال ۲.۳درصد از تولید ناخالص داخلی ایران به خاطر آلودگی هوا از بین می‌رود و ۲۱ هزار نفر به خاطر این آلودگی جان خود را از دست می‌دهند.

آبان ماه ۹۶ نیز وحید حسینی، مدیرعامل وقت شرکت کنترل کیفیت هوای تهران گفته بود: «هزینه اقتصادی آلودگی هوای تهران بین ۱۲ تا ۱۵ هزار میلیارد تومان است و می‌توان گفت پایتخت معادل بودجه شهرداری هزینه اقتصادی آلودگی هوا را می‌دهد.»

این در شرایطی است که اخیرا مدیرکل محیط‌زیست و توسعه پایدار شهرداری تهران اعلام کرده که گزارشات حاکی از خسارتی سالانه معادل ۲۶ میلیارد دلار به شهروندان تهرانی است که با احتساب جمعیت ۸.۷ میلیونی تهران، سهم هر نفر در زیان متاثر از آلودگی هوا، برابر ۳۰۰ دلار در سال است.

سهم هر نفر از خسارت آلودگی هوا؛ ۳.۸ میلیون تومان

یک حساب سرانگشتی نشان می‌دهد که با توجه به دلار حدود ۱۲ هزار و ۷۰۰ تومانی، معادل ریالی خسارت آلودگی هوا در تهران، ۳۳ هزار و ۲۰ میلیارد تومان برآورد می‌شود. این یعنی با احتساب جمعیت ۸.۷ میلیونی تهران، سهم هر نفر در

اخبار



الزام اپراتورها در استفاده از رمز یک‌بار مصرف برای فروش سیم‌کارت

مدیرکل حفاظت از حقوق مصرف‌کننده رگولاتوری از الزام اپراتورها برای احراز هویت خریداران سیم‌کارت با روش رمز یکبار مصرف (One Time Password) خبر داد.

به گزارش ایسنا، پیمان قره‌داغی گفت: به استناد پروانه اعطاشده به اپراتورها هر مشتری باید در زمان اشتراک به‌طور درست شناسایی شود. در حال حاضر اپراتورها ملزم هستند در هنگام خرید یا فعال‌سازی سیم‌کارت با روش ارسال رمز یک‌بار مصرف (OTP) برای احراز هویت درست مشترکان اقدام کنند.

وی افزود: در این روش در هنگام خرید سیم‌کارت، یک کد یک‌بار مصرف به انتخاب مشترک، یکی از سیم‌کارت‌های دیگری که به نام وی در شبکه اپراتورها ثبت شده، ارسال می‌شود و ادامه فرآیند خرید و فعال‌سازی سیم‌کارت جدید با وارد کردن کد یک‌بار مصرف ارسال‌شده امکان‌پذیر است. قره‌داغی درباره نحوه احراز هویت کاربرانی که برای اولین بار سیم‌کارت می‌خرند، گفت: اگر کاربر سیم‌کارتی از قبل نداشته باشد بایستی برای خرید سیم‌کارت به یکی از دفاتر فروش منتخب اپراتورها مراجعه کند.

مدیرکل دفتر حفاظت از حقوق مصرف‌کننده درباره ضرورت ارائه کد یک‌بار مصرف ینا مراجعه به دفاتر فروش منتخب برای خرید سیم‌کارت گفت: با اجرای این روش، احراز هویت کاربران به‌طور دقیق‌تر انجام شده و از فعال‌سازی سیم‌کارت برای افراد با سوءاستفاده از مدارک شناسایی آنان جلوگیری می‌شود.

وی تأکید کرد: کاربران در صورت مشاهده تخلف و یا رعایت نکردن الزام کد یک‌بار مصرف در دفاتر فروش اپراتورها با دفاتر پیشخوان خدمات دولت می‌توانند موارد تخلف را به سامانه ثبت و پاسخگویی به شکایات ۱۹۵ اعلام کنند.

پر داخت ۹۰درصد مطالبات چاپکاران

مشکلی در فروش چای تولید داخل وجود ندارد

جهانساز گفت ۳۰۵ میلیارد تومان از بهای برگ سبز معادل ۹۰درصد مطالبات چاپکاران واریز شده است.

حبیب جهانساز، رئیس سازمان چای کشور در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از پرداخت ۹۰درصد مطالبات چاپکاران خبر داد و گفت: بنابر آخرین آمار تاکنون حدود ۳۰۵ میلیارد تومان از مطالبات چاپکاران پرداخت و ۱۰درصد مابقی بعد از تخصیص سهم کارخانه‌ها و دولت به حساب چاپکاران واریز خواهد شد.

او افزود: امسال ۱۲۶ هزار و ۷۵۳ تن برگ سبز چای با ارزش بالغ بر ۳۴۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان از چاپکاران دو استان گیلان و مازندران خریداری شد که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱درصد رشد داشته است. رئیس سازمان چای کشور با اشاره به اینکه روند پرداخت مطالبات چاپکاران با سال گذشته قابل مقایسه نیست، بیان کرد: امسال علاوه بر تسریع در پرداخت مطالبات، رقمی بالای ۶۰ میلیارد تومان بیش از بهای برگ سبز توسط کارخانه‌ها به چاپکاران پرداخت شد که این امر مربوط به طرح‌ها و برنامه‌های سازمان چای بوده است.

جهانساز درباره آخرین وضعیت فروش چای داخل، گفت: باتوجه به بهبود کیفیت چای، استقبال مردم نسبت به سال‌های گذشته افزایش پیدا کرده که همین امر موجب شده دیگر همانند سال‌های گذشته مشکلی از حیث فروش چای در کشور نداشته باشیم.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه حذف تعرفه چای وارداتی تاحدودی بازار چای داخل را تحت تأثیر قرار داده است، بیان کرد: طی ماه‌های اخیر با حذف تعرفه چای تاحدودی بحث فروش تجاری کارخانه‌ها کاهش پیدا کرده است که امیدواریم تدبیری برای این موضوع در سال رونق تولید اندیشیده شود تا قدرت رقابت چای داخل با خارج همچنان حفظ شود به طوری که در سال مزین به حمایت از تولید داخل، شرایط به گونه‌ای نباشد که نگاه‌ها بیشتر به سمت واردات باشد.

او در بخش دیگری از اظهارات خود درباره آخرین وضعیت تسهیلات پرداختی به چاپکاران، بیان کرد: سازمان چای تسهیلات برای انواع هرس کفبر، کمربر و احیای باغات پیش‌بینی کرده است به طوری که این تسهیلات ارزان قیمت علاوه بر سرمایه در گردش که از طریق صندوق چای در اختیار چاپکاران قرار می‌گیرد، دو بانک دیگر هم تسهیلات ارزان‌قیمت به چاپکاران و کارخانه‌های چای‌سازی به منظور هزینه‌های سرمایه‌ای همچون خرید ماشین‌الات، عملیات کفبر و کمربر و بهسازی و نوسازی کارخانه‌ها با بهره ۴درصد برای چاپکاران و ۷درصد برای کارخانه‌ها پرداخت می‌کند.

رئیس سازمان چای کشور ادامه داد: تاکنون حدود ۱۷ میلیارد تومان تسهیلات به منظور سرمایه در گردش با بازپرداخت یک ساله از طریق صندوق چای در اختیار چاپکاران قرار گرفته است.

به گفته جهانساز در سال ۹۸ در مجموع ۳۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان از طریق صندوق و بانک‌ها به ۷ هزار و ۳۳۶ نفر چاپکار استان‌های گیلان و مازندران برای عملیات به‌زراعی باغات پرداخت می‌شود که تاکنون در ۴ هزار هکتار نسبت به عملیات به‌زراعی، مدیریت باغات و مکانیزه کردن صورت گرفته است.

www.forsatnet.ir

صنعت، معدن، تجارت

راه فساد در خرید گندم بسته شد



سازمان ملی استاندارد ایران - اعلام کرد: کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران پیشتر این موضوع را به ما اعلام کرده بود و سازمان ملی استاندارد دستورالعملی که توسط متولی اصلی خرید گندم تهیه شده بود را، بررسی کرد که طبق نتیجه آن الک (توری) گندم با استاندارد ملی ایران انطباق نداشت و در پی این نتایج،

در جلساتی از متولیان این بخش خواستیم که این موضوع را اصلاح کنند تا با استاندارد ملی ایران انطباق پیدا کند؛ زیرا وقتی درجه الک با استاندارد ملی ایران انطباق نداشته باشد، می‌تواند کیفیت گندم تحویلی به کارخانه‌های آردسازی و کیفیت آرد تولیدشده آنها را پایین بیاورد.

همچنین برای پیگیری ادعای وجود ضایعات در گندم، خبرنگار ایسنا از یکی از کارخانه‌های آردسازی بازدید کرد و متوجه گندم‌های آلوده به ضایعاتی همچون سنگ و خاک و شن شد. همه اینها در حالی بود که در همان زمان وزارت جهاد کشاورزی با ارسال جوابیه‌ای اعلام کرد که «امسال نیز مانند همه سال‌های گذشته از ابزار سنجش (الک) مشابه (در طرح خرید تضمینی گندم) استفاده شده است، طرح ادعای ورود گندم با متوسط افت غیرمقید ۸ تا ۱۰ درصد یعنی ۷۰۰ هزار تن شن و خاک و ضایعات به کارخانجات و وجود ناخالصی نامتعارف در گندم خریداری شده و اختلاط آن با خاک، ادعایی کاملا کذب بوده، صحت نداشته و قویا تکذیب می‌شود.»

این تکذیبیه در حالی بود که به گفته مدیرکل سازمان ملی استاندارد، توری (الک) گندم مورد استفاده در فرآیند خرید تضمینی گندم، با استاندارد ملی ایران انطباق ندارد، بنابراین مشخص نبود وزارت جهاد کشاورزی چگونه با استناد به استفاده از توری غیراستاندارد، می‌خواست موضوع مطرح‌شده مبنی بر وجود فساد در طرح خرید تضمینی گندم و آلوده شدن گندم‌ها به شن و خاک و ضایعات را، تکذیب کند؟!

تولید روزانه قارچ به ۴۵۰ تن رسید

قیمت هر کیلو قارچ ۱۲ هزار تومان

داخل تأثیر سویی داشت، بیان کرد: باتوجه به آنکه تولید نسبت به تقاضا فزونی دارد، اما متأسفانه ناآرامی‌های اخیر عراق و بسته شدن مرز مهران بر روی بازار داخل تأثیر بسزایی داشت چراکه عمده قارچ تولیدی ما به این بازار صادر می‌شود.

ضرورت صادرات سالیانه حداقل ۵۰ هزار تن قارچ به بازارهای هدف
این مقام مسئول درباره آخرین وضعیت صادرات قارچ، گفت: هم‌اکنون صادرات قارچ از شلمچه و مرزهای دیگر در حال انجام است، اما بسته شدن مرز مهران در کنار ایجاد چند واحد پرورش قارچ در اربیل عراق و از دست دادن این بازار مشکلات متعددی را برای صادرکنندگان ایجاد کرده است که امیدواریم تمهیداتی برای رفع این بحران به کار گرفته شود.

او با تأکید بر ضرورت صادرات سالیانه حداقل ۳۰ تا ۵۰ هزار تن قارچ به

نوسان قیمت مرغ در راه است

قیمت منطقی هر کیلو مرغ زنده ۹۵۰۰ تومان

او افزود: با ایجاد تعادل نسبی میان عرضه و تقاضا پیش‌بینی می‌شود که از ابتدای هفته آینده قیمت مرغ زنده حدود ۳۰۰ تومان و مرغ گرم ۶۰۰ تومان افزایش یابد.

اسدالله‌نژاد کعشش بازار به واسطه پرداخت حقوق‌های کارمندی و کارگری و همچنین شب یلدا را دلیلی برای افزایش قیمت مرغ در بازار اعلام کرد.

نایب‌رئیس انجمن کانون صنفی مرغداران گوشتی درباره آینده

ایسنا به پیگیری این موضوع ادامه داد تا اینکه سازمان ملی استاندارد ایران رسماً وجود ضایعات در گندم را تأیید کرد. در تاریخ اول مهرماه امسال وحید مرندی مقدم - معاون نظارت بر اجرای استاندارد سازمان ملی استاندارد ایران - در نشست خبری خود اعلام کرد: بررسی‌های ما نشان می‌دهد که در خرید تضمینی گندم در مواردی برای اینکه بتوانند پول بیشتری از خریدار گندم دریافت کنند، گندم را با ناخالصی‌هایی مخلوط کرده‌اند؛ من در بازدیدی که از یکی از کارخانه‌های آردسازی داشتم این موضوع را از نزدیک دیدم اما به دلیل اینکه سازمان ملی استاندارد مسئول نظارت بر کیفیت گندم نیست، از میزان دقیق آن اطلاعی ندارم. با تأیید وجود ضایعات در گندم خرید تضمینی از سوی بازوی اجرایی حاکمیت در حوزه کیفیت و استاندارد مواد غذایی (سازمان ملی استاندارد ایران) و همچنین اعلام علت آن که استاندارد نبودن الک مورد استفاده در فرآیند خرید تضمینی گندم بوده است؛ انتظار می‌رفت برای مقابله با این موضوع و فساد مستتر در آن اقدامات لازم صورت گیرد که این اتفاق نیز افتاد.

طبق مستنداتی که چند روز پیش به دست ایسنا رسید، در نامه‌ای که مشاور وزیر جهاد کشاورزی و مجری طرح خرید گندم در تاریخ بیستم آذرماه با عنوان ارسال صورتحجلسه موضوع الک مورد استفاده در خرید سال ۹۹ ارسال کرده، اعلام شده که «پیرو دعوتنامه شماره ... مورخه ... با موضوع بررسی نهایی و تفاهم درخصوص نوع الک مورد استفاده در خرید تضمینی گندم تولید داخل سال ۱۳۹۹؛ که الک ۲۰ در ۱.۷ میلیمتر مورد توافق کلیه ذی‌نفعان قرار گرفت، به پیوست صورتحجلسه مربوطه برای استحضار و اقدام لازم ارسال می‌شود.»

به این ترتیب انتظار می‌رود با استانداردشدن الک مورد استفاده در فرآیند خرید تضمینی گندم، در خرید تضمینی گندم سال ۱۳۹۹ دیگر شاهد خرید ضایعاتی همچون شن، سنگ و خاک همراه گندم و فساد مطرح‌شده در این زمینه نباشیم.

بازارهای هدف، افزود: اگرچه در شرایط فعلی صادرات به صورت دست و پا گریخته به کشورهای همسایه و حوزه خلیج‌فارس در حال انجام است، اما بهترین بازار صادراتی ایران، عراق به شمار می‌رود که حدود ۵۰درصد صادرات به این کشور انجام می‌شود که به دلیل ناآرامی‌های اخیر با افت صادرات مواجه بودیم. رئیس انجمن پرورش دهندگان قارچ خوراکی مجموع صادرات قارچ در شش ماه نخست سال را ۷ هزار تن اعلام کرد و گفت: با رفع مشکلات عراق، پیش‌بینی می‌شود که تا پایان سال مجموع صادرات قارچ به بازارهای هدف به ۲۰ هزار تن برسد.

افشار در پایان تصریح کرد: باتوجه به خنک‌شدن هوا و گرایش بیشتر به مصرف قارچ به سبب کم‌شدن سسزی، پیش‌بینی می‌شود که قیمت قارچ تا حدودی در بازار افزایش یابد.

بازار مرغ بیان کرد: پیش‌بینی‌ها حاکی از آن است که اواخر دی به سبب تراکم مرغ در واحدها و ازدیاد عرضه در برابر تقاضا قیمت با روند نزولی در بازار روبه‌رو شود که ممکن است این وضعیت ۱۰تا ۱۵ روز استمرار یابد. او قیمت منطقی هر کیلو مرغ زنده با احتساب سود متعارف برای تولیدکننده را ۹ هزار و ۵۰۰ و مرغ گرم ۱۴ هزار تومان اعلام کرد.

اخبار

اجرای طرح زوج و فرد در زمان اوج آلودگی اشتباه است
تأثیر ناچیز بنزین در آلودگی هوا

کارشناس ارشد مدیریت شهری گفت با اجرای طرح زوج و فرد هنگام آلودگی هوا اشتباه است به این دلیل که فقط به پلاک خودروها جهت ورود به منطقه طرح توجه می‌شود در صورتی که پلاک خودرو آلاینده ایجاد نمی‌کند و خودرو است که سبب ایجاد آلودگی می‌شود.

محمدعلی پورنیا، کارشناس ارشد مدیریت شهری در گفت و گو با خبرنگار گروه دانشگاه ایسکاتیوز درباره عوامل مؤثر بر آلودگی هوای شهر تهران اظهار کرد: براساس آماری که از سازمان‌های مربوطه به دست آمده، ۳ الی ۵ درصد از آلودگی هوا به دلیل خودروهای موجود در سطح شهر است، اما سایر متخصصان و فعالان این حوزه معتقد هستند که سوخت از دیگر عوامل مؤثر بر ایجاد آلودگی هوا است.

وی افزود: علاوه بر موارد نام‌برده شده ساختار شهری هم در این زمینه تأثیر بسیاری دارد. به عنوان مثال متأسفانه کارخانه‌های اطراف تهران به گونه‌ای طراحی شده‌اند که در مسیر وزش باد قرار گرفته‌اند که در نتیجه بیشتر آلاینده‌ها به سمت شهر تهران حرکت می‌کنند. بحث ساختار شهری و تأثیر آن در آلودگی هوا دارای چند بعد است؛ اول آنکه شهر تهران ظرفیت مشخصی در تعداد خودرو دارد. دومین نکته در بحث ساختار شهری، نحوه ساختار خود شهر تهران است؛ افرادی معتقد هستند کارخانه‌های اطراف شهر تهران سبب حرکت آلاینده‌ها به سمت شهر می‌شود لذا ظرفیت‌بندی تعداد خودروهای تولیدی از مهم‌ترین عوامل موجود در زمینه آلودگی هوا است.

این کارشناس مدیریت شهری با تأکید بر تأثیر همکاری تمام ارگان‌های مربوطه در حل بحران آلودگی هوا گفت: شخصاً معتقد هستم برای بهبود وضعیت آب و هوا، تمامی ارگان‌های مربوط به این حوزه همکاری لازم را برای تبدیل شدن به یک ارگان جهت پرداختن به موضوع آلودگی هوا را داشته باشند. باید یک ارگان واحدی وجود داشته باشد که با ملاک‌سنجی و آمارهای به دست آمده بتواند به حل این مشکل بپردازد. به طور مثال زمانی که کارخانه‌ها به عنوان یکی از عوامل مهم در آلودگی هوا شناخته شود باید اقدامات لازم را جهت بهبود روند کارخانه‌ها انجام شود نه آنکه به خودروها که درصد کمی در این موضوع دارند پرداخته شود.

پورنیا ادامه داد: پس از شناسایی مشکل و عوامل تأثیرگذار در بحران آلودگی هوا در مرحله بعد باید برای آن راه حل پیدا کنیم. ارگان‌های موردنظر باید آگاهی کامل را نسبت به این موضوع داشته باشند؛ متأسفانه عملکرد شهرداری و هواشناسی طی روزهای گذشته درخصوص بارش باران و وزش باد مناسب نبود بلکه باید به صورت رسمی تعطیلی سه روز در هفته گذشته جهت خروج مردم از شهر توسط این سازمان‌ها اعلام می‌شد. در صورت انجام این امر منشأ تولید آلاینده‌ها دیگر ادامه پیدا نمی‌کرد، اما به طور کلی تمام این موضوعات نشاندهنده عملکرد ضعیف ارگان‌های مربوطه در شرایط آلودگی هوا است.

از بین رفتن کسب و کار فعالان حوزه واردات خودرو

شصت و چهارمین نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان تهران با حضور اوشیروان محسنی بندپی، استاندار و رئیس این شورا و مسعود خونسارای، رئیس اتاق تهران و دبیر شورا، برگزار شد. در این نشست، تحلیل جامع زیربخش‌های کلیدی بلوک‌های هشت‌گانه اقتصاد ایران که توسط مرکز خدمات سرمایه‌گذاری اتاق تهران تهیه شده، ارائه شد. اعضای این شورا همچنین کلیات بودجه سال ۱۳۹۹ را نیز مورد بررسی قرار دادند و البته پای درددل واردکنندگان خودرو نیز نشستند.

به گزارش پدال نیوز، این نشست با تشریح نتایج مطالعه زیربخش‌های کلیدی اقتصاد ایران آغاز شد. فریال مستوفی، رئیس مرکز مشاوره خدمات سرمایه‌گذاری اتاق تهران با ارائه این توضیح که جزئیات این تحلیل برای راهنمایی سرمایه‌گذاران روی سایت مرکز قرار خواهد گرفت، عنوان کرد که نتایج این تحلیل نشان می‌دهد که کدام زیربخش‌ها برای سرمایه‌گذاری مناسب هستند.

در ادامه مهدی قائمی، مجری طرح مطالعاتی زیربخش‌های کلیدی بلوک‌های هشت‌گانه اقتصاد ایران، به ارائه نتایج این تحقیق پرداخت. او با اشاره به اینکه براساس استاندارد سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (UNIDO) و تقسیم‌بندی کلی استاندارد مرکز ملی آمار ایران، در مجموع ۷۹ زیربخش کلی در اقتصاد وجود دارد، ادامه داد: این ۷۹ زیربخش در هشت بلوک اصلی صنعت و معدن با ۳۳ زیربخش، کشاورزی با چهار زیربخش، انرژی با سه زیربخش، بازارهای مالی با سه زیربخش، سلامت با چهار زیربخش، خدمات (بخش خدمات بازرگانی و مستغلات) با پنج زیربخش، خدمات (بخش آموزش و پژوهش) با سه زیربخش، خدمات (زیربخش خدمات عمومی) با چهار زیربخش، بلوک زیرساخت با ۱۱ زیربخش و گردشگری با شش زیربخش قابل طبقه‌بندی است. او با بیان اینکه، روش تحقیق MICMAC بوده و مقاطع زمانی ۱۳۵۲، ۱۳۶۵، ۱۳۷۰، ۱۳۸۰، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۶ مورد مطالعه قرار گرفته است، افزود: این زیربخش‌ها، به زیربخش‌های پیوندی، وابسته، مستقل و خودمختار طبقه‌بندی می‌شوند.

او سپس در تعریف هر یک از این زیربخش‌ها توضیح داد: بخش‌های پیوندی، قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. در واقع هرگونه عملی روی این بخش‌ها منجر به تغییر سایر بخش‌ها می‌شود. بخش‌های وابسته، شامل بخش‌هایی است که از قدرت نفوذ ضعیف در سایر بخش‌ها برخوردار است، اما آنها به شدت برای تولید و ادامه فعالیت خود وابستگی دارند. بخش‌های مستقل نیز از قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی برخوردارند. بخش‌های خودمختار هم قدرت نفوذ و وابستگی ضعیفی در سایر بخش‌ها دارند و تا حدودی از سایر بخش‌ها مجزا هستند و ارتباط کمی با آنها دارند.

کاهش ارزش افزوده در صنایع با تغییر قیمت حامل‌های انرژی

او با اشاره به نتایج مطالعات در مورد زیربخش‌های بلوک صنعت و معدن گفت: براساس این نتایج در سال ۱۳۹۶، تنها شش بخش از صنعت و معدن به عنوان بخش پیوندی شناسایی شده‌اند و یک بخش نیز بخش مستقل است و این در حالی است که ۲۶ بخش دیگر همگی بخش خودمختار هستند. دلالت مهم این نتایج بر لزوم حمایت از ۲۶ بخش خودمختار در راستای افزایش روند توسعه و پیشرفت کشور است. بخش‌های پیوندی در صورت بروز شوک‌ها، عدم حمایت‌ها و سیاست‌های اشتباه امکان تغییر به بخش وابسته یا خودمختار را مستقل را دارند و باید همزمان با پرداختن به ۲۶ بخش خودمختار، به این بخش‌ها نیز توجه ویژه‌ای شود.



خودروهای یورو ۵ به خبرنگار «خودرو امروز» گفت: پیشترانه خودرو با سوخت متناسب، می‌تواند بر اساس مبانی اولیه تعریف‌شده، قدرت مورد نیاز را تولید کند لذا وقتی سوختی که وارد پیشترانه می‌شود کیفیت لازم را نداشته باشد، راننده نیاز خواهد داشت تا برای تأمین قدرت، بیشتر پدال گاز را بفشارد و سوخت بیشتری وارد پیشترانه شود که در نتیجه افزایش آلودگی هوا و مصرف سوخت خودرو را در پی خواهد داشت. به گفته این کارشناس فنی، خودروهای یورو ۵ در صورت استفاده از سوخت یورو ۴ می‌توانند روی دور موتور پایین‌تری کار کنند و در نتیجه میزان آلاینده‌های ورودی به هوا کاهش پیدا می‌کند اما در صورت عدم دسترسی به این سوخت در پیشترانه‌های یورو ۵ نه‌تنها میزان آلودگی تولید شده افزایش پیدا می‌کند بلکه در بلندمدت موجب آسیب‌رسانی به پیشترانه خودرو می‌شود. میلانی افزود: وقتی کیفیت سوخت در پیشترانه یورو ۵ مناسب نباشد، ارتعاشات غیرقابل کنترلی ایجاد می‌شود که موجب ایجاد «تاک» در خودرو خواهد شد، آوانس جرقه تغییر می‌کند و در دوره‌های بالا نیز موتور قدرت لازم را تولید نمی‌کند. وی افزود: ECU خودرو در این شرایط به حالت حفاظتی می‌رود و راندمان پیشترانه کاهش پیدا می‌کند.

ادامه افزود: مهم‌ترین تغییرات در خودروهای یورو ۵ مربوط به کاتالیست خودروها می‌شود که حدود ۳۰ تا ۵۰ یورو هزینه بیشتر را به خودرو می‌افزاید. زاوه در ادامه عرضه سوخت متناسب با پیشترانه‌های یورو ۵ را برای کاهش تولید ضرات آلاینده ضروری خواند و گفت: در صورت عدم استفاده از سوخت یورو ۵، پیشترانه‌های با این استاندارد با سوخت بی‌کیفیت ممکن است آلودگی بیشتری از پیشترانه‌های یورو ۴ تولید کنند. وی افزود: وزارت نفت مدعی است که توانایی تولید روزانه ۱۲ میلیون لیتر بنزین یورو ۵ را دارد. این در حالی است که اگر حتی روزانه ۱۰ میلیون لیتر بنزین یورو ۵ نیز در کشور عرضه شود، این موضوع برای تولید چند سال خودروسازان کفایت می‌کند. این کارشناس خودرو کیفیت پایین سوخت را یکی از مهم‌ترین عوامل آلودگی کلانشهرهای ایران عنوان کرد و افزود: فارغ از بحث‌های حاشیه‌ای، وقتی نگاهی به گستردگی آلودگی در سطح کشور می‌کنیم به این موضوع پی می‌بریم که کیفیت سوخت عرضه‌شده در کشور به گونه‌ای است که موجب افزایش آلودگی هوا شده است و پیش کشیدن بحث‌ها و دلایل دیگر فرافکنی است.

دانیال میلانی، کارشناس فنی خودرو در زمینه عرضه سوخت مناسب برای

خودروسازان ایرانی فارغ از مسائل مربوط به تحریم و دیگر مسائل در بازه‌های زمانی مشخص ملزم به ارتقای استاندارد خودروهای تولیدی هستند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، آیین‌نامه فنی «ساده ۲» قانون هوای پاک، خودروسازان را از ابتدای سال ۱۳۹۸ ملزم به تطبیق خودروهای تولیدی با استاندارد یورو ۵ کرده بود که با درخواست خودروسازان در بهمن ۹۷، این موضوع تا ابتدای سال ۹۹ به تعویق افتاد. با نزدیک شدن به موعد نهایی الزام خودروسازان به ارتقای استاندارد خودروهای تولیدی به یورو ۵ این سوال پیش می‌آید که آیا پازل استانداردسازی خودروها بدون ارائه سوخت یورو ۵ تکمیل می‌شود یا این افزایش هزینه برای ارتقای استاندارد تنها موجب خروج بی‌مورد ارز از کشور و پرداخت هزینه بیشتر از سوی مشتریان می‌شود؟

فرید زاوه، کارشناس صنعت خودرو در این زمینه به خبرنگار «خودرو امروز» گفت: ارتقای استاندارد از یورو ۴ به ۵، هرچند به گستردگی تغییر استاندارد از یورو ۳ به ۴ نیست اما به‌رحال برخی از قطعات فنی خودرو باید در این پروژه ارتقا پیدا کنند و برخی قطعات مورد نیاز نیز باید وارد کشور شود که موجب خروج ارز از کشور می‌شود و به هر حال هزینه‌ای را دربر خواهد داشت. زاوه در

۱۰۶ هزار حلقه لاستیک در اختیار خطوط تاکسیرانی تهران قرار گرفت

در یک سال گذشته در این سامانه ثبت‌نام کرده‌اند.

قنادان به تحویل بیش از ۱۰۶ هزار حلقه لاستیک با نرخ دولتی اشاره کرد و افزود: ۱۰ هزار مورد آن مربوط به خودروهای ون بوده که با ۵۰ درصد تخفیف تحویل شده است و به جرأت می‌توان گفت، تهران تنها شهری در کشور است که نسبت به توزیع لاستیک تاکسی ون با نرخ دولتی اقدام کرده است. وی بهره‌مندی بیش از ۴ هزار نفر از تسهیلات اقساطی فرش، لوازم خانگی و لوازم یدکی را از دیگر خدمات رفاهی ارائه‌شده به تاکسیرانان برشمرد.

مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهر تهران، تداوم همکاری تاکسیرانان در جهت خدمات‌رسانی بیش از پیش به شهروندان را خواستار شد و ضمن تشریح شرایط تسهیلات ۵۰ میلیونی نوسازی و روند افزایش سهمیه سوخت تاکسی‌های دوگانه‌سوز و تاکسی‌های ون که انجام شده است، بررسی طرح بیمایشی سهمیه‌بندی سوخت، اختصاص جایگاه CNG ویژه تاکسی و

مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر سازمان تاکسیرانی شهر تهران از تحویل ۱۰۶ هزار حلقه لاستیک با نرخ دولتی به خودروهای ون و تاکسی‌های شهر تهران خبر داد. به گزارش روز شنبه سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهر تهران، علیرضا قنادان با تبریک روز ملی حمل و نقل به خانواده بزرگ تاکسیران، گفت: رفتار قانون‌مدار جامعه تاکسیران باعث شده تا روند پیگیری مسائل و دغدغه‌های شما برای ما آسان شود. قنادان گزارش سازمان تعزیرات از فعالیت تاکسی‌ها بعد از اجرای سهمیه‌بندی سوخت را مثبت ارزیابی کرد و افزود: این نشست فرصت مغتنمی است تا پیام قدردانی استاندارد تهران به تاکسیرانان قانونمند را ابلاغ کنم. وی محور سخنرانی خود را پاسخ به مسائل و دغدغه‌مندی‌های تاکسیرانان قرار داد و گفت: رفع چالش‌های پیش روی تاکسیرانان همواره از اولویت‌های سازمان بوده است و امروز در سالگرد تاسیس باشگاه رفاه تاکسیران مفتخریم به ارائه خدمت رفاهی به ۶۱ هزار تاکسیران که



در تولید محصولات فناورانه زیستی خود کفا می شویم



ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اداره کل نظارت و ارزیابی تجهیزات و ملزومات پزشکی و انجمن صنفی متخصصین تجهیزات پزشکی، با هدف خودکفایی کشور در تولید محصولات زیست‌فناوری، پزشکی و سلامت، تفاهم‌نامه همکاری امضا کردند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از مهم‌ترین اقدامات ستادهای توسعه فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، همکاری و هم‌افزایی فعالیت‌های علمی و فناورانه با دیگر نهادهای ذی‌نفع و مرتبط با حوزه‌های کاری آنها است. در همین راستا، ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف خودکفایی کشور در تولید محصولات زیست‌فناوری، پزشکی و سلامت تفاهم‌نامه همکاری سه‌جانبه مشترکی با اداره کل نظارت و ارزیابی تجهیزات و ملزومات پزشکی و انجمن صنفی متخصصین تجهیزات پزشکی امضا کرد. براساس این تفاهم‌نامه، مشارکت طرفین برای کمک به تحقیق، توسعه و تولید تجهیزات و ملزومات پزشکی و محصولات فناورانه و دانش‌بنیان حوزه سلامت، زیست‌فناوری و تجهیزات پزشکی بیشتر می‌شود.

دریچه

دوخت ایده به کار آفرینی

نخستین استارت‌آپ ویکنند صنایع پوشاک الگوی دوخت (اسپاد) غرب کشور در کردستان در حالی به ایستگاه پایانی خود رسید که دوخت ایده‌های فناورانه به الگوهای کار آفرینی و تولید در بین شرکت‌کنندگان یکی از اهداف این رویداد بود.

به گزارش ایرنا، ۴۰ ایده در نخستین استارت‌آپ ویکنند صنایع پوشاک الگوی دوخت (اسپاد) غرب کشور با حضور ۵۶ شرکت‌کننده در قالب هشت تیم حضور داشتند که صاحبان ایده در آخرین روز رویداد اقدام به دفاع از دستاوردهای خود کردند.

در این مرحله از رقابت هر گروه در پنج دقیقه باید از ایده خود دفاع کرده و پس از آن در عرض سه دقیقه به سوالات داوران استارت‌آپ پاسخ می‌دادند.

معرفی ایده، هدف طراحی و ساخت ایده، بازارهای هدف، شناخت رقیب، بازاریابی، چشم‌انداز توسعه و ویژگی منحصر‌به‌فرد ایده‌ها از جمله این‌ها مورد توجهی بود که نمایندگان ایده‌ها می‌بایست در دفاعیات خود به آن توجه کنند.

چادر گویلی محافظ کولر آبی

ایده چادر گویلی نخستین ایده‌ای بود که در پنج دقیقه فرصت خود اقدام به معرفی ایده کرد و در دفاع از ایده خود گفت: این چادر چهار فصل، دو کاره ویژه کولرهای آبی است.

در ادامه دفاعیات این ایده که گروهی هشت نفره بودند، قیمت تمام‌شده آن یک میلیون و ۴۰۰ هزار ریال اعلام شد و کاهش مصرف برق در تابستان و کاهش مصرف گاز در زمستان را از ویژگی‌های آن بیان کردند.

این چادر این امکان را دارد که در تابستان به صورت سایه‌بان و در زمستان به صورت پوشش کولر برای جلوگیری از ورود سرما به داخل خانه جلوگیری کند.

شابلون، ایده اتصال طراحان مد و تولیدکنندگان لباس

ایده شابلون که نرم‌افزاری برای اتصال طراحان مد و تولیدکنندگان صنعت تولید پوشاک بود که نماینده این ایده در معرفی آن گفت: شبیه‌سازی و سفارشی‌سازی و هدایت دو جامعه هدف داخلی به سمت ارتباط قوی بین آنها از جمله اهداف این ایده است.

آینده روشن زندانیان

ایده آینده روشن زندانیان نیز از دیگر مواردی بود که از آن دفاع شد که نماینده گروه هدف از ایده خود را حمایت از مددجویان هنرمند زندان‌ها اعلام کرد، این ایده در نظر دارد به صورت برخط محصولات صنایع دستی زندانیان استان کردستان را به دست مشتریان خود برساند. همچنین خریدار در این ایده تنها یک محصول را خریداری نمی‌کند بلکه یک محصولی را تهیه می‌کند که دارای داستان زندگی یک زندانی است، جلوگیری از بازگشت به جرم، ایجاد اشتغال برای زندانیان، آموزش مهارت‌های فنی و حرفه‌ای به مددجویان و در نهایت صادرات صنایع دستی از اهداف دیگر این ایده بود.

پارادوکس، پوششی برای ادارات

پارادوکس دیگر ایده بود که از آن دفاع شد که گروه آن اهداف تولید لباس‌ها و فرم‌های ادارات و مدارس را مدنظر خود قرار داده بودند. همچنین از ویژگی‌های این ایده که اعلام شد این بود که در صورت اجرایی شدن قابلیت آن را دارد که بانوان بدسرپرست، بی‌سرپرست و نیازمندی که از هنر خیاطی بهره‌مند هستند را تحت پوششی خود



اپل برای پشتیبانی از محصولاتش مشغول

ردیابی محصولاتی خود را تا حد بسیار زیادی به پوشش اینترنت همراه و آنتن‌دهی محصولات مستقل در زمینه‌های مربوط به فناوری‌های مخابراتی خبرگزاری بلومبرگ در بخش دیگری از گزارش بلومبرگ، مدیریت این تیم برعهده ما است. فن‌ویک پیش‌ازاین برای شرکت box ۲۰۱۴ گوگل تأسیس کرد و در زمینه عکاسی از انتقال به اپل در سال ۲۰۱۷، در گوگل و شتاب‌دهی فعالیت می‌کردند. اپل، تنها شرکت فناور بزرگ ماهواره‌ای علاقه نشان داده است. این حوزه شتاب‌دهی و سرمایه‌گذاری‌های هوافضا می‌

اپل در حال کار روی فناوری‌های ماهواره‌ای است که به کمک آنها بتواند از محصولات پشتیبانی کند. به گزارش زومیت به نقل از خبرگزاری بلومبرگ در گزارشی اعلام کرد اپل مشغول کار روی فناوری‌های ماهواره‌ای است تا بتواند به کمک آنها، اطلاعات موردنیاز برای پشتیبانی کاربران خود را به دستگاه‌های مدنظرش ارسال کند. این شرکت احتمالاً تا پنج سال آینده سرویس‌هایی بر مبنای همین فناوری‌ها معرفی خواهد کرد. این خبرگزاری در بخشی از گزارش خود اعلام کرد پروژه مذکور هنوز در ابتدای راه قرار دارد و ممکن است از دستور کار خارج شود. همچنین، هنوز مشخص نیست هدف نهایی اپل از کار روی چنین پروژه‌ای چیست. بلومبرگ گزارش داد هنوز مشخص نیست این شرکت آمریکایی برای اجرایی کردن پروژه‌اش، ساخت تجهیزات ماهواره‌ای را در دستور کار قرار خواهد داد یا تصمیم گرفته با سایر شرکت‌های فعال در این حوزه همکاری کند.

در صورت محقق شدن چنین پروژه‌ای، اپل می‌تواند سرویس‌های بسیار کاربردی به کاربرانش ارائه دهد. به عنوان مثال این شرکت می‌تواند سرویس‌های مبتنی بر نقشه و

تولید «رزین‌های پایه حلالی» در کشور امکان‌پذیر شد

می‌دهند. وی گفت: خواص کاربردی مهم این دسته از رزین‌ها که باعث استفاده از آنها در تولید پوشش‌های مختلف هوا خشک می‌شود عبارتند از: رنگ آبگون، پایداری رنگ رزین، مقاومت شیمیایی و جوی مناسب، سرعت خشک شدن بالا، چسبندگی عالی به سطوح و مقاومت در محیط‌های خارجی.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «تاک رزین کاوه» اضافه کرد: به دنبال پیشرفت تولید محصولات پلیمری اکریلیکی، دسته جدیدی از رزین‌های اکریلیکی به بازار معرفی شدند که دارای خصوصیات جدیدی از جمله سخت شدن و تشکیل فیلم به وسیله گرما و خواص فیزیکی و شیمیایی بالا برای مصارف صنعتی چه در داخل و در شرایط خارجی بودند.

سپهرمی اضافه کرد: از جمله خواص بسیار مهم آنها می‌توان به مقاومت‌های شیمیایی و نسوری، درصدم جامد بالاتر در زمان بعد از اعمال، سختی و خواص سطحی اشاره کرد، علاوه بر این با انتخاب مناسب منومرهای مصرفی در زنجیره اصلی و توجه به دانسیته شبکه‌ای شدن می‌توان به زمینه وسیعی از مصارف این دسته از رزین‌های اکریلیک دست یافت.

رزین ترکیبی طبیعی یا مصنوعی است که بسیار چسبنک و تحت شرایطی سخت می‌شود. معمولاً در شکل قابل حل است اما در آب حل نمی‌شود. این ترکیب به طرق گوناگون طبقه‌بندی می‌شود که بستگی به ترکیب شیمیایی و

مورد مصرف آن است و کاربردهای بسیاری در صنعت، هنر و تولید پلیمر دارد. یک شرکت دانش‌بنیان توانسته با به‌کارگیری توان و دانش بومی به تولید چندین محصول از شاخه رزین‌ها دست پیدا کند. شرکت دانش‌بنیان «تاک رزین کاوه» در زمینه تولید «رزین‌های اکریلیک گرما نرم»، «رزین‌های پلاستیکی» و «رزین‌های هیدروکسیل‌دار اکریلیک» مشغول به فعالیت است. ناصرقلی سمیرمی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «تاک رزین کاوه» درباره یکی از تولیدات این شرکت با نام «رزین‌های اکریلیک گرما نرم» گفت: رزین‌های اکریلیک گرما نرم جرم ملکولی بالایی دارند و به صورت

فیزیکی، به واسطه تجزیر حلال و بدون هیچ‌گونه واکنش شیمیایی تشکیل فیلم می‌دهند. این فعال فناور افزود: این رزین‌ها نسبت به رزین‌های با کاربرد و قیمت مشابه، رنگ بهتر، مقاومت‌های نوری و محیطی بالاتری از خود نشان



استارت‌آپ‌های منتخب گیاهان دارویی زیر چتر حمایتی قرار می‌گیرند

استاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در جلسه این ستاد، ضمن اشاره به تغییر نگاه کلان عمومی به زیست‌بوم نوآوری و فناوری در کشور گفت: در آینده رشد کمی و کیفی استارت‌آپ‌های فعال در صنعت گیاهان دارویی شتاب بیشتری خواهد گرفت. هم‌اکنون

نیز می‌توان رض این شتاب را به خوبی حس کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری وی، ضمن تبریک هفته پژوهش، تحقیقات انجام‌گرفته توسط مرحوم پرویز باخانلو از پژوهشگران حوزه گیاهان دارویی را ارزشمند توصیف کرد و اظهار کردند: طی سال‌های گذشته توسط بسیاری از استارت‌آپ در این حوزه تحقیقات ارزشمندی صورت گرفته است و نتایج این زحمات به تدریج خود را در سطح جامعه نشان می‌دهد. محمدحسین عصاره در ادامه افزود: با تکیه بر زیرساخت‌های علمی مبتنی بر همین پژوهش‌ها و تحقیقات آکادمیک، زیست‌بوم نوآوری در حوزه گیاهان دارویی و شرکت‌های استارت‌آبی، رشد بیشتری پیدا کرده

است. در چند ماه اخیر نیز رخدادهای مختلفی در این حوزه برگزار شد که از جمله آنها، یک رویداد عرصه نوآوری با حمایت بانک کشاورزی بود. ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی سعی دارد تا با حمایت از منتخبین جشنواره‌ها و رویدادهای علمی مختلف، انگیزه عمومی پژوهشگران را افزایش دهد و آنان را ترغیب کند که جسارت ورود به عرصه فناوری‌های نو ظهور و تجاری‌سازی ایده‌های جدید علمی را پیدا کنند. به همین خاطر این ستاد سعی دارد استارت‌آپ‌های منتخب و برگزیده زیر چتر حمایتی قرار دهد تا به شرکت‌های بالنده و رشدیافته بدل شوند. وی با تأکید بر افزایش حمایت از طرح‌های نیازمحور، افزود: بسته‌های حمایتی در نظر گرفته‌شده برای طرح‌ها و پروژه‌های علمی تنها در حمایت مالی خلاصه نمی‌شود و در سبب حمایت‌ها، اقلام مختلفی قرار داده شده است، چیدمان این اقلام براساس یک نیازسنجی در مورد نیازهای واقعی شرکت‌ها صورت گرفته است. زیرا این شرکت‌ها به خدمات مختلفی از جمله آموزش و تمهیل در فرآیند صادرات محصولات دانش‌بنیان نیاز دارند.



حمایت‌های صادراتی به شرکت‌های دانش‌بنیان، فناوری و خلاق معرفی می‌شود

رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، گفت با همکاری سازمان توسعه تجارت ایران و بانک توسعه صادرات ایران از طریق برگزاری نشست‌های ترویجی صادرات در استان‌های مختلف، ضمن معرفی حمایت‌های صادراتی، مشکلات و موانع پیش‌روی تعاملات بین‌المللی آنها را بررسی می‌کند. مهدی قلعه‌نوی، رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیان اینکه مجموعه نشست‌های تخصصی ترویج صادرات در مراکز استان‌ها برگزار می‌شود، بیان کرد: این رویداد با حضور مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و همراهی سازمان توسعه تجارت ایران و بانک توسعه صادرات ایران با هدف بررسی مشکلات پیش‌روی دانش‌بنیان‌ها در تعاملات بین‌المللی برگزار می‌شود.

یادداشت



۱۰۰ تیم در دومین استارت‌آپ و یکند دانشگاه آزاد شرکت کردند

مرکزی ادامه داد: در این برنامه تیم‌های استارت‌آپ چهار خروجی و چهار محصول اصلی را به ارزیابان ارائه کردند، در این راستا گروه اول نیز یک محصول اولیه از کار خود را به گروه ارزیابان ارائه کردند. امیران گفت: در بخش دوم دومین استارت‌آپ و یکند دانشگاه آزاد تیم‌های شرکت‌کننده برای کار خود یک نقشه تجارت تهیه کردند، در بخش سوم نیز ساختار امکان‌سنجی و در بخش چهارم مدل تجارت را به گروه ارزیابان ارائه کردند. وی یادآور شد: گروه ارزیابان تیم استارت‌آپ امسال بالغ بر ۴۰ نفر از اعضای هیات علمی و متخصصان استارت‌آپ کشور تشکیل شد که تیم‌های استارت‌آپ از دیدگاه مختلف فنی، اقتصادی و مالی مورد ارزیابی قرار گرفتند تا براساس آن تیم‌های برتر شناسایی شوند. امیران با بیان اینکه امسال داوری بر مبنای یک روش استاندارد ارزیابی شد، خاطر نشان کرد: یک چک‌لیست استاندارد تهیه شد که براساس آن تیم ارزیابان تیم‌های استارت‌آپ را مورد بررسی قرار دادند. وی افزود: امید است در برنامه سوم که در سال ۱۳۹۹ برگزار می‌شود، تیم‌های استارت‌آپ در حوزه‌های مختلف جامعه اکوسیستم استارت‌آپ و سرمایه‌گذاری معرفی شوند. به گزارش ایرنا، دومین استارت‌آپ و یکند در دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی از ۲۷ تا ۲۹ آذرماه با حضور دانشجویان و استادان حوزه‌های مختلف برگزار شد. در این برنامه به سه تیم برتر و اول که توسط گروه ارزیابان تعیین شد، جوایز نقدی پرداخت شد، جایزه تیم اول مبلغ ۶ میلیون، تیم دوم ۵ میلیون و تیم سوم ۴ میلیون تومان بود. همچنین به شش تیم بعدی هدایایی شامل کمک هزینه سفر زیارت به مشهد پرداخت شد.

دبیر علمی دومین استارت‌آپ و یکند دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی گفت از مجموع ۱۰۰ تیم استارت‌آپی که در این رویداد شرکت کردند ۹ گروه برگزیده و مورد تجلیل قرار گرفتند. حیدر امیران روز شنبه در گفت و گو با خبرنگار گروه دانشگاه و آموزش درباره انتخاب برگزیدگان دومین استارت‌آپ و یکند دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی اظهار داشت: این تیم استارت‌آپی در گروه‌های مختلف ۲ تا ۱۰ نفره روی ایده‌های خود فعالیت کردند. وی افزود: ۹ گروه در اختتامیه این رویداد انتخاب شدند که سه گروه اول به ترتیب در رتبه‌های اول، دوم و سوم قرار گرفتند و همچنین از شش گروه دیگر در اختتامیه این رویداد تقدیر شد. دبیر علمی دومین استارت‌آپ و یکند دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی یادآور شد: تقریباً ۴۰ درصد از شرکت‌کنندگان در این رویداد از دانشجویان این دانشگاه و مابقی از سایر دانشگاه‌های کشور بودند. امیران اجرای برنامه استارت‌آپ و یکند را با هدف شناسایی استعدادها و توانایی‌های تیم‌های استارت‌آپی عنوان کرد. دبیر علمی دومین استارت‌آپ و یکند دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی افزود: در واقع هدف این است که در دومین استارت‌آپ و یکند استعدادهای جوانان در حوزه‌های صنعت، خدمات و کشاورزی شناسایی و به جامعه کارآفرینی معرفی شوند. امیران با بیان اینکه در دومین برنامه استارت‌آپ و یکند تیم‌های شرکت‌کننده به سرمایه‌گذاران معرفی می‌شوند، یادآور شد: گروه‌های استارت‌آپی ایده‌های خود را در قالب یک استارت‌آپ سازماندهی کردند که این ایده‌ها مورد تایید ارزیابان قرار گرفت. وی به استقبال گسترده تیم‌های استارت‌آپی اشاره کرد و گفت: در این رویداد از همکاری ۷۰ نفر ارزیاب بهره گرفته شد و آنها نیز این گروه‌ها را هدایت کردند. دبیر علمی دومین استارت‌آپ و یکند دانشگاه آزاد واحد تهران

نخستین جشنواره «روستایی شو» در پایتخت برگزار می‌شود

درباره نوآوری و داستان تلاش خستگی‌ناپذیر خود با مخاطبان سخن می‌گویند. سازمان دانشجویان جهاد دانشگاهی، کانون توسعه کارآفرینی روستایی اندیشه پویا (سمن تکرا)، ستاد توان‌افزایی و حمایت سمن‌های استان تهران و سازمان‌های مختلف و ذی‌نفعان روستا در برگزاری جشنواره «روستایی شو» مشارکت دارند. این رویداد چهارم دی ماه از ساعت ۸ تا ۱۷ در محل سالن ستاد توان‌افزایی و حمایت از سمن‌های استان تهران واقع در خیابان انقلاب اسلامی، خیابان خاقانی، پلاک ۷۹، روبه روی دانشگاه خوارزمی برگزار می‌شود. علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر درباره ثبت‌نام در این رویداد می‌توانند با شماره تلفن‌های ۰۲۱-۴۱۰۹۶۰۶۰۰ و ۰۲۱-۸۸۳۱۴۶۳۱-۲ تماس گرفته و یا به نشانی <https://evnd.co/TO۰۷> مراجعه کنند.

جشنواره «روستایی شو»، نخستین رویداد نوآوری روستایی کشور با هدف شناسایی و معرفی شاخه‌های دانش بومی منطبق با کهن الگوها، حفظ منابع طبیعی و محیط زیست در پایتخت برگزار می‌شود. به گزارش روز شنبه کانون توسعه کارآفرینی روستایی اندیشه پویا، شناسایی و معرفی روش‌های نوآورانه، ترویج و گسترش نوآوری‌ها، تجربیات و ایده‌های نوین برای الگوبرداری مناسب و ارتقای جایگاه و منزلت روستائینی با تقدیر و اهمیت‌بخشیدن به تلاش‌ها و نوآوری‌های روستاییان از دیگر اهداف برگزاری این رویداد است. روستاییان سراسر کشور نوآوری‌های خود را در قالب فیلم به دبیرخانه جشنواره ارسال کرده و مورد داوری قرار گرفته‌اند. آثار دریافت‌شده از روستاییان نوآور در سراسر کشور در سه گروه روستایی نوآور، روستایی نوآور و دیوار نوآور توسط کمیته داوری جشنواره مورد ارزیابی قرار گرفته و منتخبین در روز جشنواره



کار روی فناوری‌های ماهواره‌ای است

شرکت‌های بزرگ با کمک فناوری‌های مبتنی بر ماهواره در حال وقوع هستند. اسپیس ایکس و آمازون هر دو مشغول کار روی برنامه‌های جداگانه‌ای هستند که به آنها اجازه می‌دهد از طریق ماهواره، اینترنت همراه در اختیار کاربران خود قرار دهند. این شرکت‌ها در حال حاضر چندین ماهواره در بخش‌هایی از مدار زمین دارند. البته عرصه فناوری‌های فضایی در گذشته شاهد اتفاق‌های ناخوشایندی هم بوده و شکست خوردن شرکت‌های مثل Iridium و GlobalStar و Teledisc را دیده است. این شرکت‌ها در دهه ۹۰ میلادی سرمایه‌گذاری‌های مفصلی در حوزه فناوری‌های فضایی کردند، اما درگیر مشکلات اقتصادی و فنی شدند و در نهایت شکست خوردند. بلومبرگ در گزارش خود اعلام کرد تیم کوک، مدیر عامل اپل، شخصاً به این پروژه علاقه‌مند است. همین مسئله احتمالاً یکی از دلایل افزایش سرمایه‌گذاری اپل در حوزه فناوری‌های فضایی و ماهواره‌ای است. این سرمایه‌گذاری در سال ۲۰۱۹ به رقم ۱۶ میلیارد دلار رسیده است که در مقایسه با سال گذشته ۱۴ درصد افزایش یافته است.

پهلود بخشد و با کمک فناوری‌های ماهواره‌ای، خود را افزایش دهد و خود را به شرکتی کاملاً ماهواره‌ای تبدیل کند. ارزشش اعلام کرد در حال حاضر ۱۲ مهندس حال اضافه‌شدن به این تیم هستند. براساس یکل ترلا و جان فن‌ویک، دو مهندس هوافضا Sky کار می‌کرده است؛ شرکتی که در سال بی فضا فعالیت می‌کند. این دو مهندس پیش شرکت‌های آقاری آن روی پروژه‌های هوافضا گی نیست که به فعالیت‌های حوزه فناوری شاهد تغییرات گسترده‌ای است که خبرگزاری نامسد. این تغییرات به دلیل کاهش هزینه

خط تولید آبگرمکن و آب‌شیرین‌کن خورشیدی افتتاح شد

شرکت صنایع الکترونیک ایران (صایا) بازدید کرد. این شرکت به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکننده‌های محصولات بازار الکترونیک کشور به شمار می‌رود و بیش از ۴۰۰۰ نیروی انسانی را در حوزه‌های گوناگون به کار گرفته است.

معاون علمی و فناوری صبح روز گذشته و در سفر به استان اصفهان خط تولید آب‌شیرین‌کن و آبگرمکن خورشیدی «ایران ساخت» یک شرکت فناور داخلی را افتتاح کرد. با افتتاح این خط تولید، راه ورود انرژی‌های سبز به ساختمان‌ها و منازل با کمک فناوری بومی باز می‌شود.

بازدید از دستاوردهای نوآورانه دانشگاه صنعتی اصفهان، بخش دیگری از سفر یک‌روزه ستاری به اصفهان خواهد بود. در این بازدید معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و مسئولان دانشگاه صنعتی اصفهان درباره توسعه فعالیت‌های فناورانه و نوآورانه این دانشگاه گفت‌وگو کردند.



در بخش دیگری از این سفر یک‌روزه، تعدادی از شرکت‌های دانش‌بنیان دستاوردها و توانمندی‌های‌شان را به معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ارائه کردند. آیت‌الله سید یوسف طباطبایی نژاد امام جمعه و نماینده ولی فقیه در استان اصفهان میزبان ستاری و همراهان وی بودند و در خصوص توانمندی نیروی انسانی، زیست‌بوم نوآوری و حمایت از ایده‌های نوآورانه برای رونق اقتصاد دانش‌بنیان گفت و گو کردند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، فعالان زیست‌بوم نوآوری استان اصفهان دیروز ۳۰ آذرماه دستاوردهای خود را به سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ارائه کردند. در نخستین بخش از سفر یک روزه معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری به اصفهان، شرکت خط تولید آبگرمکن و آب‌شیرین‌کن‌های خورشیدی «ایران ساخت» افتتاح شد. شرکت دانش‌بنیان فناوری‌های سبز اویسا که این طرح فناورانه را اختراع و تجاری‌سازی کرده است، خط تولید این محصولات دانش‌بنیان را در اصفهان راه‌اندازی کرده است که این کارخانه با حضور ستاری افتتاح و به بهره‌برداری می‌رسد. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین از محصولات فناورانه

فناوری‌های حوزه بندار و دریانوردی توسعه می‌یابد

دانش‌بنیان بندری و دریایی در بندار کشور برای رفع نیازهای فناورانه سازمان بندار و دریانوردی از دیگر مفاد این تفاهم‌نامه است. در این تفاهم‌نامه مشترک مقرر شده است که پروژه‌های مشترک فناورانه و موردنیاز سازمان بندار و کشتیرانی با همکاری

با انعقاد یک تفاهم‌نامه همکاری میان ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان بندار و دریانوردی، فناوری‌های حوزه بندار و دریانوردی در کشور توسعه می‌یابد.

دانشگاه‌های دارای ظرفیت در خصوص دانش و فناوری‌های مرتبط بندری و دریایی و شرکت‌های دانش‌بنیان مرتبط و استفاده از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان و خصوصی در توسعه دریانوردی در حوزه هوشمندسازی بندار و حمل‌ونقل و کنترل ترافیک دریایی با استفاده از فناوری‌های نوین هم‌پیکری شود. «برگزاری مشترک رویدادهای کارآفرینی در حوزه بندار و حمل‌ونقل دریایی مانند چالش فناوری، ایده‌بازار و موارد مشابه»، «مشارکت و حمایت از تدوین مطالعات راهبردی در حوزه بندار و حمل‌ونقل دریایی نظیر نقشه‌راه فناوری و آمارنامه دریایی ایران» و «مشارکت و حمایت از تولید و توسعه نرم‌افزارهای مدیریت و مهندسی سواحل



(نظیر مدل‌سازی و تجهیزات اندازه‌گیری مشخصه‌های دریایی، نرم‌افزارهای مهندسی و مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی کشور) به منظور توسعه دریانوردی، از دیگر توافقاتی است که در این تفاهم‌نامه آمده است.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، این تفاهم‌نامه همکاری در راستای سیاست‌های کلی کشور برای رونق تولید، توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و ایجاد زیست‌بوم کارآفرینی حوزه بندار و کشتیرانی به امضا رسید. براساس این تفاهم‌نامه مشترک، ایجاد و ارتقای زمینه همکاری‌های علمی، تحقیقاتی، پژوهشی، فنی، خدماتی، آموزشی و تولیدی کاربردی در حوزه بندار و دریانوردی توسعه خواهد یافت. در این تفاهم‌نامه تأکید شده است که دو طرف باید از توسعه کسب‌وکار و فعال‌سازی زنجیره تأمین قطعات تجهیزات دریایی و بندری و مصالح نوین دارای کاربرد در سازه‌های دریایی توسط شرکت‌های دانش‌بنیان و بخش خصوصی در کشور حمایت کنند. همچنین افزایش مشارکت و همکاری در طرح اخذ گواهینامه‌ها و استانداردهای مرتبط دریایی برای محصولات فناورانه تولید داخل و حمایت از استقرار شرکت‌های

کارگاه برندینگ

BRAND

استراتژی بازاریابی برگرکینگ برای کریسمس
کمپین برگرکینگ برای پروازهای
همراه با تاخیربه قلم: دیانا کریستی کارشناس تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

برگرکینگ همیشه عملکرد مطلوبی در زمینه بازاریابی داشته است. امسال نیز آنها در تلاش برای جلب نظر مخاطب در روزهای سال نو اقدام به طراحی کمپینی جذاب کرده‌اند. اغلب افراد در روزهای سال نو قصد سفر و گشت و گذار در شهرهای مختلف را دارند. این امر ترافیک بی‌سابقه‌ای در فرودگاه‌ها ایجاد می‌کند. گاهی اوقات به دلیل شرایط نامناسب آب و هوا یا دیگر مشکلات پیش‌بینی نشده ساعت‌های پرواز به تاخیر می‌افتد. در چنین شرایطی مسافرها مجبور به انتظار چند ساعته در فرودگاه خواهند شد. تیم بازاریابی برگرکینگ با استفاده از همین نکته اقدام به طراحی کمپین بازاریابی تازه‌اش کرده است. بر این اساس مسافران در صورت مواجهه با تاخیر در پرواز امکان بهره‌مندی از برگر بزرگ این غول دنیای فست‌فود به صورت رایگان را خواهند داشت.

اپ رسمی برگرکینگ در فرآیند کمپین تازه این برند نقش اساسی را بازی می‌کند. بر این اساس مسافرها باید مشخصات پروازشان را در اپ رسمی این برند درج کنند. سپس با تایید رسمی تاخیر در پرواز موردنظر کد خرید برگر رایگان برای آنها نمایش داده خواهد شد. این کمپین از ۱۸ تا ۳۰ دسامبر برای مسافرهای کشورهای مختلف فعال خواهد بود. نکته مهم در این میان فعالیت شعبه‌های مختلف برگرکینگ در فرودگاه‌های بزرگ است. به این ترتیب دامنه وسیعی از مسافرها امکان بهره‌مندی از برگرهای رایگان را خواهند داشت.

بدون شک برگزاری یک کمپین بزرگ مانند آنچه برگرکینگ مدنظر دارد، نیازمند استفاده از تجربه‌های موفق قبلی است. در این زمینه برگرکینگ کمپین چند ماه گذشته‌اش در کشور آلمان را مدنظر قرار داده است. در آن کمپین برگرکینگ به مشتریانی که موسیقی‌های مشهوری نظیر فیلم جنگ ستارگان را با صدای بلند همخوانی کنند، برگر رایگان جایزه می‌داد. این کمپین با هدف شناسایی میزان علاقه مشتریان به برگرهای بزرگ برگرکینگ برگزار شد. موفقیت آن کمپین نقش مهمی در توسعه کمپین فرودگاه‌ها بازی کرده است.

یکی از نکات هم درباره کمپین تازه برگرکینگ افزایش تمایل کاربران به دانلود اپ رسمی‌اش است. هر برندی در تلاش برای توسعه سطح ارتباط با مشتریان اقدام به راه‌اندازی اپ رسمی می‌کند. در این زمینه برگرکینگ نیز افزایش شمار مخاطب‌های اپ رسمی‌اش را به عنوان یکی از اهداف اصلی مدنظر دارد. وقتی شمار کاربران اپ رسمی برگرکینگ افزایش پیدا کند، بسیاری از هزینه‌های بازاریابی آنها کاهش خواهد یافت. به این ترتیب اپ رسمی شرکت بدل به کانال ارتباطی اصلی آنها با مشتریان خواهد شد.

سرمایه‌گذاری بر روی گوشی‌های هوشمند استراتژی اصلی برگرکینگ در طول سال‌های اخیر بوده است. تیم بازاریابی این برند به خوبی از اهمیت این پلتفرم آگاهی دارد بنابراین آنها برنامه وسیعی برای طراحی کمپین‌های بیشتر با نقش آفرینی اپ رسمی‌شان مدنظر دارند. این غول دنیای فست‌فود در حال آزمایش ثبت و تحویل سفارش به صورت آنلاین نیز هست. این امر نقش مهمی در کاهش شلوغی بیش از حد شعبه‌های رسمی برگرکینگ خواهد داشت. بدون شک جذابیت‌های کمپین تازه برگرکینگ موفقیتش را تضمین خواهد کرد. نکته مهم در اینجا انتظار برای مشاهده اقدامات بعدی این برند موفق برای توسعه اپ رسمی‌اش است.

منبع: marketingdive



بازاریابی محصولات در بازار هدف



به عنوان توصیه نخست بررسی فعالیت آنلاین و آفلاین رقبا را مدنظر داشته باشید.

۲. شناسایی مزیت رقابتی برندگان

پس از بررسی نحوه فعالیت رقبا نوبت به تقویت جایگاه خودمان می‌رسد. هر برندی دارای مزیت رقابتی مشخصی است. شاید این نکته در ابتدا عجیب به نظر برسد، به هر حال بسیاری از برندهای شکست‌خورده نیز در دنیای کسب و کار فعالیت دارند. نکته مهم درخصوص آنها عدم آگاهی از مزیت‌های‌شان است. به همین خاطر نیز با شکست در فروش محصولات مواجه می‌شوند. برندهای موفق همیشه آگاهی دقیقی از مزیت‌های‌شان دارند. آنجولود دی سیمون، موسس برند ناولوسه بوتی، عامل اصلی موفقیت برندش در دنیای کسب و کار را آگاهی دقیق از توانایی‌ها عنوان کرده است: «اگر توانایی و مزیت‌های برندان را بشناسید، توانایی موفقیت در حوزه کسب و کار را خواهید داشت.»

مزیت رقابتی یک برند شامل کارها یا ارزش‌های منحصر به فرد آن است. این کارها از سوی دیگر رقبا قابلیت انجام ندارد. به همین خاطر ما را در موقعیت خاصی قرار می‌دهد. به عنوان مثال، برند اپل را در نظر بگیرید. این برند توانایی گسترده‌ای در زمینه تولید گوشی و سایر دستگاه‌های هوشمند دارد. مزیت رقابتی این غول دنیای IT فرصت غلبه بر سایر رقبا را فراهم می‌کند. با بررسی هرچند سطحی آمارهای فروش امکان آگاهی از اختلاف میان اپل و سایر برندهای فعال در عرصه تولید دستگاه‌های دیجیتال وجود دارد. این امر به دلیل آگاهی دقیق اپل از توانایی‌ها و مزیت‌های رقابتی‌اش است. مدیران این برند به طور مداوم بر روی تقویت این مزیت‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند بنابراین مشاهده موفقیت مداوم این برند چندان عجیب نخواهد بود.

۳. افزایش مهارت بازاریابی و ارزیابی بیرونی وضعیت برند

بدون تردید رقبای ما نیز دارای مزیت رقابتی هستند. این امر نیاز به بررسی دقیق‌تر وضعیت رقبا را ایجاد می‌کند. بدون شک هیچ برندی توانایی فعالیت و بازاریابی محصولاتش بدون توجه به رقبا را ندارد. رقابت گسترده در بازارهای مختلف این امر را ضروری می‌سازد بنابراین ما همیشه باید نسبت به مزیت‌های رقبای‌مان حساس باشیم.

امروزه هر برند در حوزه مشخصی از تبلیغات و بازاریابی مهارت دارد. برخی از برندها مانند بوئتی در حوزه تبلیغات تلویزیونی سرمایه‌گذاری فراوانی کرده‌اند بنابراین مشاهده عملکرد مطلوب آنها در زمینه بازاریابی محصولات از طریق تلویزیون جای تعجب نخواهد داشت. اگر ما نیز به دنبال یافتن مهارت و تخصص در حوزه‌ای خاص از بازاریابی محصول هستیم، باید عملکرد رقبا را زیر نظر داشته

برترین‌های دنیای بازاریابی به انتخاب موسسه Marketing Dive

برترین‌های بازاریابی در سال ۲۰۱۹

مجدد این غول دنیای نوشیدنی‌های گازدار قلمداد می‌کردند. عملکرد پستی در سال ۲۰۱۹ تمام پیش‌بینی‌های منفی را باطل کرد. اکنون طرفدارهای پیسی منظر ادامه روند موفق این برند در سال ۲۰۲۰ هستند.

مدیر بازاریابی سال: آندرا زاهومنسکی

عنوان مدیر اجرایی و مدیر بازاریابی در بسیاری از برندها از سوی یک نفر مدیریت می‌شود بدون تردید هر برندی برای موفقیت در عرصه بازاریابی نیازمند یک مدیر ماهر است. آندرا زاهومنسکی در سال ۲۰۱۹ علاوه بر مدیریت کمپین‌های برند KFC نقش مهمی در طراحی سبک زندگی منحصر به فرد این برند و توسعه آن میان مشتریان بازی کرد. بنابراین انتخاب آندرا زاهومنسکی به عنوان مدیر بازاریابی سال کاملاً منطقی خواهد بود.

خبر مهم بازاریابی سال: خرید فناوری تبلیغاتی سیزمک از سوی آمازون

آمازون از چندی پیش اقدام به فعالیت در زمینه نمایش محتوای تبلیغاتی در

به قلم: جتیفرو اسپینسر مدیرعامل موسسه‌های اِی‌جنت
ترجمه: علی آل‌علی

هنگامی که ما محصولی را رونمایی می‌کنیم، باید بازار هدف مناسب را نیز مورد شناسایی قرار دهیم. برندهای بزرگ همیشه بازارهای مشخصی برای فروش محصولات‌شان در نظر دارند. اغلب برندها در تلاش برای معرفی محصولات‌شان به بازار هدف نوعی ارزش اضافی به آن می‌بخشند. شاید ارزش موردنظر واقعی نباشد، اما تلاش برندها ایجاد تاثیر روانی بر روی مشتریان است. محصولات هر برند باید جایگاه مناسب در بازار را پیدا کند. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فراهم نمی‌شود. افزایش روز به روز حجم رقابت در بازار نیاز به برنامه‌ریزی برای بازاریابی محصولات را دوجندان کرده است. مفهوم بازاریابی محصولات چندان برای کارآفرینان آشنا نیست. این مفهوم پس از افزایش رقابت جهانی بر سر فروش محصولات ایجاد شد. هدف اصلی این مقاله بررسی راهکارهای مناسب برای بازاریابی محصولات است. در ادامه برخی از راهکارهای مناسب در این حوزه مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. ارزیابی عملکرد رقبا

فعالیت رقبا در حوزه کسب و کار ما امر عجیبی نیست. امروزه هر بازار میان شمار فزاینده‌ای از برندها تقسیم شده است بنابراین در رقابت میان برندهای مختلف امکان پیروزی فقط متعلق به بهترین محصولات همراه با بازاریابی مناسب خواهد بود. توصیه نخست من در زمینه بازاریابی محصولات توجه به نحوه فعالیت رقباست. شاید در نگاه نخست این توصیه بسیار بدیهی به نظر برسد، اما اغلب برندها توجهی به آن ندارند.

برندهای بزرگ همیشه بخش قابل توجهی از تمرکشان را معطوف به بررسی وضعیت رقبا می‌کنند. مزیت این امر امکان آگاهی از تغییرات حوزه کسب و کار بدون نیاز به صرف هزینه‌های هنگفت است. تولید محصولات با کیفیت تنها عامل ضروری برای موفقیت در حوزه کسب و کار نیست. اکنون نیاز به قیمت‌گذاری دقیق محصولات، بازاریابی، تبلیغات و برندسازی بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. تلاش برای برنامه‌ریزی مستقل در تمام این حوزه‌ها انرژی و هزینه بسیار زیادی طلب می‌کند. به همین خاطر بررسی نحوه فعالیت رقبا گزینه ساده‌تری خواهد بود.

راهکار بررسی عملکرد رقبا چندان دشوار نیست. اگر برند موردنظر دارای سایت رسمی باشد، اطلاعات موجود در آن بخش زیادی نیاز ما را رفع خواهد کرد بنابراین

ترجمه: علی آل‌علی

سال ۲۰۱۹ همراه با اتفاق‌های هیجان‌انگیز بسیاری در حوزه بازاریابی بود. اکنون با رسیدن به روزهای پایانی سال بررسی بهترین عملکردها در حوزه بازاریابی جذابیت خاص خود را خواهد داشت. به همین خاطر در مقاله کنونی در چهار بخش به بررسی برترین برندها و افراد فعال در حوزه بازاریابی خواهیم پرداخت.

برند بازارباب سال: پیسی

امسال برای پیسی از نقطه نظر بازاریابی تکرارشدنی بود. این برند پس از نزدیک به یک دهه افول در زمینه بازاریابی دوباره به اوج بازگشته است. این امر ناشی از ایجاد تحول در استراتژی کلی برند است. بنابراین در سال ۲۰۲۰ نیز باید آماده مشاهده ادامه روند موفق این برند باشیم. پیسی در روزهای نخست سال ۲۰۱۹ افزایش ۱۲ درصد بودجه تبلیغاتی‌اش را اعلام کرد. اگرچه این خبر جذابیت بالایی داشت، اما نظر بسیاری از برندها نسبت به این اقدام پیسی مساعد نبود. آنها این افزایش بودجه را مقدمه‌ای برای شکست

باشیم. این امر مانند یک دوره آموزشی خواهد بود. نیاز اصلی در این میان آگاهی از شیوه‌های نظارت بر عملکرد رقباست. اگر ما در این زمینه مهارت مشخصی نداشته باشیم، به سرعت دچار مشکل خواهیم شد.

گاهی اوقات چند برند در بازاری واحد اقدام به تبادل اطلاعات می‌کنند. این امر نیازمند وضعیت برابر برندهاست. بدون تردید یک برند موفق هرگز نکات کلیدی کسب و کارش را بدون هیچ زحمتی در اختیار برندی با وضعیت نامساعد قرار نمی‌دهد. توصیه من در این میان یافتن یک برند دارای وضعیت مشابه خودمان است. سپس باید اقدام به بازاریابی محصولات برای یکدیگر کنیم. این امر موجب بهره‌مندی هر طرف از دیدگاه بیرونی نسبت به فرآیندهای بازاریابی‌اش می‌شود. گاهی اوقات ما به دلیل تمرکز بیش از حد بر روی بازاریابی محصولات از نحوه ارزیابی مخاطب نسبت به فعالیت‌مان غافل می‌شویم. این بخش به طور مشخص بسر روی بازاریابی آگاهی از نمای بیرونی فعالیت‌های برندگان تمرکز دارد.

۴. استفاده از بازاریابی تاثیرگذار (اینفلوئنسرها)

بازاریابی تاثیرگذار یکی از شیوه‌های جذاب برای جلب نظر مخاطب محسوب می‌شود. تا پیش از این برندها اغلب به سراغ همکاری با سلبریتی‌ها می‌رفتند. ایراد اصلی این شیوه عدم باورپذیری تبلیغات بود. بی‌تردید یک سلبریتی بدون تخصص در حوزه‌های مختلف کسب و کار امکان تاثیرگذاری روانی بسر روی مخاطب را نخواهد داشت. همین امر موجب ظهور افرادی با تخصص‌های مختلف در حوزه‌های خاص شد. به این ترتیب آنها با ارزیابی محصولات برندهای مختلف موفق به جلب نظر دامنه وسیعی از برندها شدند. اکنون الگوی بازاریابی تاثیرگذار در سراسر جهان شهرت بسیار زیادی دارد. همکاری برند ما با افراد تاثیرگذار مشهور در بازار رقبا مزیت‌های بسیار زیادی به همراه دارد. نکته مهم افزایش اعتبار برند ما در مقایسه با سایر رقباست.

ایراد اصلی برندها در زمینه همکاری با اینفلوئنسرها انتخاب افراد نامناسب است. فرد تاثیرگذار موردنظر باید شناخت درستی از حوزه کسب و کار ما داشته باشد. فقط در این صورت همکاری ما نتیجه‌بخش خواهد بود. برخی از افراد تاثیرگذار با استفاده از لایک و فالوور تقلبی اقدام به جلب همکاری برندها می‌کنند. بدون تردید همکاری با چنین افرادی هیچ نتیجه رضایت‌بخشی برای برندها به همراه نخواهد داشت، بنابراین گام نخست در بازاریابی تاثیرگذار شناخت اینفلوئنسر حرفه‌ای و مشهور است.

منبع: entrepreneur

منبع: marketingdive

رهبری

راهکارهای مداخله کمتر در فعالیت کارمندان
چگونه مدیر مداخله‌گری نباشیم؟

ترجمه: علی آل علی

مدیریت کسب و کار یکی از امور پیچیده محسوب می‌شود. بسیاری از افراد پیش از تصدی موقعیت مدیریت سال‌ها در دانشگاه درس می‌خوانند. سپس وارد بازار کار شده و چند سال در شرکت‌های مختلف تجربه کسب خواهند کرد. فقط پس از کسب تجربه کافی امکان تصدی موقعیت مدیریتی در شرکت‌ها وجود دارد. یکی از چالش‌های اصلی در علم مدیریت توجه بیش از حد مدیران به نکات ریز است. هر کارمندی علاقه‌مند به داشتن حدودی از آزادی عمل است بنابراین مدیران باید به آزادی عمل کارمندان احترام بگذارند. تلاش برای دخالت در تمام جزئیات فعالیت کارمندان نتیجه مناسبی برای مدیر مورد و در مقیاسی وسیع‌تر شرکت نخواهد داشت.

خلاقیت و نوآوری انتظار اصلی هر مدیری از کارمندان است. اگر ما به عنوان مدیر در تمام جزئیات فعالیت کارمندان دخالت کنیم، هرگز امکان توسعه خلاقیت کارمندان فراهم نمی‌شود. نکته جالب در این میان بیان عدم آزادی عمل برای بروز خلاقیت به عنوان دلیل اصلی ترک شرکت‌ها از سوی کارمندان است بنابراین با دخالت در فعالیت کارمندان علاوه بر نیروی کار معمولی، کارمندان باتجربه نیز تمایل به ترک شرکت پیدا خواهند کرد. پرسش اصلی در این مقاله بسیار واضح است: راهکارهای کاهش مداخله بیش از حد مدیران در فعالیت کارمندان چیست؟ بررسی پاسخ‌های مناسب برای این پرسش از توان یک کارشناس خارج است. به همین خاطر در ادامه نظرات برخی از کارآفرینان موفق مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. تمرکز بر ایجاد ارتباط بهتر میشل میگلو: گروه حقوقی ایکو

مدیران علاقه‌مند به دخالت در کارهای کارمندان همیشه نگران سرنوشت امور بدون حضور مستقیم خود هستند. این امر تا حد زیادی ریشه در بی‌اعتمادی مدیران به کارمندان در کنار علاقه به مدیریت تمام امور دارد. توصیه من در این بخش تلاش برای ایجاد ارتباط بهتر با کارمندان است. بدون شک هر مدیری دارای دامنه وسیعی از وظایف و کارهای مهم است بنابراین تمرکز بر روی امور کوچک موجب ایجاد چالش مدیریتی برای ما خواهد شد. تقویت کانال‌های ارتباطی میان مدیران و کارمندان بخش قابل توجهی از فضای بی‌اعتمادی را رفع خواهد کرد. به این ترتیب ما فرصت کسب اطلاعات درباره هر پروژه را خواهیم داشت. این امر دیگر نوعی دخالت مستقیم در فعالیت کارمندان نخواهد بود.

۲. اختصاص زمان برای خود شاون بیرن: برند My Biz Niche

زمان عنصر محدود و باارزشی در حوزه مدیریت است. به نظر من مدیران باید زمان کافی برای خود اختصاص دهند. اگر ما همیشه در تلاش برای حضور در میان کارمندان و بیان توصیه‌های کاربردی به آنها باشیم، دیگر امکان فعالیت مستقل آنها فراهم نمی‌شود. این امر فارغ از هر نوع بحث دیگری موجب ایجاد نوعی وابستگی میان کارمندان و مدیر موردمنظری می‌شود. به این ترتیب دیگر فرصتی برای مدیر موردنظر به منظور رسیدگی به سایر امور باقی نخواهد ماند. زمان عنصر مهمی در مدیریت کسب و کار است. به همین خاطر باید آن را به طور برابر برای کارهای مختلف تقسیم کرد. در غیر این صورت فعالیت مناسب و هماهنگ تمام بخش‌های تحت مدیریت ما با خطر مواجه می‌شود.

۳. ترغیب کارمندان به یافتن راهکارها به صورت مستقل متیو کیسیون: موسسه Flewid

کارمندان نقش بچه‌های اعضای تیم مدیریتی را دارند. بدون تردید تنها گذاشتن فرزندان معنوی در محیط کار بسیار دشوار خواهد بود. به همین خاطر اغلب مدیران در تلاش برای راهنمایی مداوم کارمندان هستند. این امر شاید در نگاه نخست جذاب و تاثیرگذار به نظر برسد، اما نتیجه نامناسبی بر روی خلاقیت و توانایی فعالیت مستقل کارمندان خواهد داشت. بسیاری از مدیران پس از دوره‌های طولانی حمایت از کارمندان به فکر ایجاد استقلال عمل در فعالیت آنها می‌افتند. بی تردید این امر مشکلات بسیار زیادی برای ما به ارمغان خواهد آورد. جالب اینکه گاهی اوقات کارمندان نیز علاقه‌ای به فعالیت مستقل ندارند. به همین خاطر توصیه من اجبار کارمندان به فعالیت مستقل است. این امر گاهی اوقات با ترغیب آنها نیز صورت می‌پذیرد. به هر حال ما باید راهکارهای مناسب برای تقویت انگیزه کارمندان به منظور فعالیت بدون حمایت مداوم تیم مدیریتی را پیدا کنیم. این امر رمز موفقیت ما در زمینه مدیریت پیچیده کسب و کار محسوب می‌شود.

۴. تقویت انگیزه مدیریتی کارمندان رب ریستی: موسسه بازاربایی Rebl

مدیریت کارمندان همیشه کار ساده‌ای نیست. برخی از مدیران تمایل به دخالت جزئی در کار کارمندان دارند. این امر از نقطه نظر علم مدیریت جدید رد می‌شود، بنابراین ما باید به دنبال راهکارهایی برای ترک این عادت عجیب باشیم. برخی از برندها به منظور تقویت انگیزه کارمندان اقدام به آموزش تکنیک‌های مدیریت به آنها می‌کنند. این امر نقش مهمی در بهبود کیفیت عملکرد کارمندان دارد. به این ترتیب آنها توانایی مدیریت حیطه وظایف‌شان به صورت کارآمد را کسب می‌کنند.

۵. تمرکز بر عنصر اخراج

جیسون کیز: گروه کسب و کار کیز
اوقات ما نیازمند عنصر اجبار برای ترک عادت دخالت در جزئیات در جزئیات فرآیندهای فعالیت کارمندان هستیم. برخی از مدیران دخالت در امور کارمندان را جزئی از وظیفه‌شان می‌دانند به همین خاطر ترک این عادت برای آنها بسیار دشوار است. به عنوان مدیر بالادستی چنین افرادی باید از عنصر تهدید به اخراج به صورت موثر استفاده کرد. البته این امر نباید موجب نادیده گرفتن دستاوردهای مثبت مدیر موردنظر شود. هدف اصلی در اینجا ایجاد سازگاری در مدیران با الگوهای مدیریت نوین است. در غیر این صورت امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی کارمندان از بین می‌رود. امروزه کارمندان انتظارات مشخصی از مدیران دارند. یکی از مهم‌ترین انتظارات آنها احترام به آزادی عمل‌شان است. بنابراین با بیتوجهی به این امر بخش قابل توجهی از کارمندان ما ترغیب به ترک شرکت خواهند شد.

۶. باور به نادرستی دخالت جزئی

احمال سالم: موسسه آموزشی سوپر کس

یکی از نکات مهم درباره مدیران علاقه‌مند به دخالت در فعالیت کارمندان باور آنها نسبت به شیوه درست فعالیت‌شان است بنابراین گام نخست برای رفع این عادت ایجاد باور به نادرستی شیوه مذکور خواهد بود. بدون شک این امر باید از سوی مدیران ارشد صورت گیرد بنابراین گفت‌وگوی صمیمی با چنین مدیرانی برای ترغیب‌شان به سوی استفاده از الگوهای تازه‌تر مدیریتی ایده مناسبی خواهد بود. در این شرایط انتقاد مستقیم از مدیر مورد نظر ایده مناسبی محسوب نمی‌شود. ما ابتدا باید نحوه عادت‌کردن وی به مدیریت همراه با سطح دخالت بالا را درک کنیم. این امر در طول زمان به عنوان شیوه مدیریتی مطلوب در چنین مدیرانی شکل گرفته است بنابراین ما باید با گفت‌وگوی حرفه‌ای نسبت به ایجاد آگاهی در آنها پیرومان نتایج نامناسب چنین الگوهایی از مدیریت اقدام کنیم.

منبع: allbusiness

ارزشمندترین برندهای جهان در سال ۲۰۱۹



به قلم: یوسف خان نویسنده حوزه بازاریابی و کسب‌وکار

مترجم: امیر آل علی

به جایگاه سه برند اصلی جهان دست پیدا کرده است. پیش‌بینی‌ها نیز حاکی از آن است که در سال آینده آمازون رقابت بسیار جدی‌ای را با دو غول دیگر برای رسیدن به جایگاه بالاتر و با رساندن فاصله به

کمترین میزان ممکن، خواهد داشت. جالب است بدانید که درآمد سالانه آمازون در مقایسه با سال گذشته رشدی ۱۷ درصدی را داشته است که حتی خوش‌بینی‌ترین تحلیلگران نیز ابتدا نزدیک به چنین رقمی را نیز پیش‌بینی نمی‌کردند. علت اصلی این موضوع را نیز باید در سرویس‌های ابری این شرکت دانست که مورد استقبال فوق‌العاده‌ای قرار گرفته است.

۴- مایکروسافت

ارزش برند: ۱۰۸٫۸ میلیارد دلار

مایکروسافت در ۱۰ سال گذشته، همواره یکی از نام‌های موجود در فهرست برترین برندهای جهان بوده و این سابقه به نوعی ارزش برای آن تبدیل شده است. در سال گذشته نیز به علت موفقیت‌های این شرکت در زمینه افزایش ارتباط خود با مشتریان، مایکروسافت چندان تغییری را نداشته است، با این حال به علت رشد فوق‌العاده سایر برندها، یک رتبه پست‌تر را در مقایسه با سال گذشته داشته و به جایگاه چهارم دست پیدا کرده است. نکته قابل توجه دیگر این شرکت تداوم پیشرفت و استقبال از سرویس‌های ابری و سرورهای تولیدی این شرکت است که مایکروسافت را باید در این زمینه بهترین برند موجود در بازار دانست. همچنین سال ۲۰۱۹ از یک نظر دیگر برای مایکروسافت مثبت تلقی می‌شود. در واقع این شرکت موفق شده است تا برای دومین سال متوالی، عنوان خلاق‌ترین برند جهان را به دست آورد که به علت توجه به موضوعاتی نظیر ارتباط خوب با مشتری در سراسر جهان، رفتار شایسته با کارمندان و توجه به مسائل محیطی زیستی است.

۵- کوکاکولا

ارزش برند: ۶۳٫۴ میلیارد دلار

کوکاکولا را باید نخستین برند موجود در لیست خود دانست که در زمینه تکنولوژی فعالیت ندارد، با این حال به علت سابقه فوق‌العاده و محبوبیت بالای آن در سراسر جهان، این برند موفق شده است تا جایگاه سال گذشته فیس‌بوک را به دست آورد. با توجه به اختلاف کم این شرکت با سایر نام‌های موجود نظیر سامسونگ و تویوتا باید منتظر اقدامات این برند باسابقه برای حفظ و یا ارتقای جایگاه خود در سال آینده باشیم.

۶- سامسونگ

ارزش برند: ۶۱ میلیارد دلار

سامسونگ اگرچه تقریباً بازار جهانی را به رقیب اصلی خود اپل در سال گذشته واگذار کرده و فاصله مناداری میان این دو شرکت شکل گرفته است، با این حال در سال ۲۰۱۹ عملکرد مالی مثبتی را داشته است، ولی این میزان ابتدا کافی نبوده و پیش‌بینی می‌شود که در سال آینده سامسونگ گام‌های بزرگی را بردارد. اگرچه مزیت این شرکت در مقایسه با اپل، فعالیت در چندین حوزه است، با این حال نمی‌توان کتمان کرد که سودآورترین بخش، بازار تولید گوشی‌های هوشمند است که به جز استقبال نسبتاً خوب از میان‌رده‌های آن، نیاز

به تغییراتی برای رقابت با پرچمدارهای دیگری نظیر اپل و برندهای نوظهور چینی نظیر شیائومی و هواوی به شدت حس می‌شود.

۷- تویوتا

ارزش برند: ۵۶٫۲ میلیارد دلار

تویوتا چند سالی است که در جایگاه برترین برند خودروسازی جهان تکیه زده و امسال نیز عملکرد خوبی را خصوصاً در زمینه میزان فروش داشته است، با این حال به صورت کلی، اوضاع برای برندهای خودروسازی چندان جالب به نظر نمی‌رسد. علت این امر به این خاطر است که هر ساله شاهد کاهش برندهای خودروسازی در لیست‌های صدماتی هستیم، با این حال این امر برای ابر برندهای این حوزه، یک خبر خوش محسوب شده و به معنای کاهش قدرت رقبا است. نکته بسیار مهم در رابطه با علت موفقیت بسیار بالای تویوتا، باید پیشگام‌بودن این شرکت در زمینه استفاده از سوخت‌های جایگزین و گسترش تعداد نمایندگی‌ها و تنوع مدل‌های آن دانست که باعث شده است تا امکان جذب هر سلیقه‌ای فراهم باشد. بهترین خودروی هیبریدی سال ۲۰۱۹ نیز متعلق به این شرکت است.

۸- مرسدس بنز

ارزش برند: ۵۰٫۸ میلیارد دلار

باسابقه‌ترین شرکت خودروسازی جهان، در سال ۲۰۱۹ عملکرد نسبتاً مناسبی را داشته و همین امر باعث شده است تا در بین ۱۰ برند برتر باقی بماند، با این حال با توجه به وجود رقبای سرسخت در خود آلمان و کشورهای دیگر، برای سال آینده برنامه‌های جدیدی نیاز است تا این شرکت بتواند جایگاه خود در بازار را حفظ کند.

۹- مک دونالد

ارزش برند: ۴۴٫۵۳ میلیارد دلار

بزرگترین مجموعه رستوران‌های زنجیره‌ای جهان در سال گذشته عملکردی فوق‌العاده را به ثبت رسانده و یک پله صعود را در مقایسه با سال گذشته تجربه کرده است. همکاری با برند اوبر برای گسترش سرویس غذایی این شرکت، یکی از دلایل کسب این موفقیت محسوب می‌شود. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که با توجه به اعتراضات گسترده در رابطه با ناسالم‌بودن غذاهای این برند، اخیراً عرضه انواع سالاد و میوه نیز در دستور کار این شرکت قرار گرفته است.

۱۰- دیزنی

ارزش برند: ۴۴٫۳ میلیارد دلار

در صنعت تولید انیمیشن، دیزنی را باید برندی بدون رقیب به حساب آورد. اگرچه این شرکت در سال گذشته در لیست ۱۰ برند ارزشمند جهان جایگاهی را نداشته است، با این حال امسال به علت فعالیت‌هایی نظیر تولید لایو اکشن‌هایی از شخصیت‌های معروف خود مانند شیرشاه و علاءالدین که با فروش فوق‌العاده همراه بوده‌اند، موفق شده است تا به فهرست امسال راه یابد. همچنین اکران قسمت چهارم انیمیشن داستان اسباب‌بازی‌ها و یخ‌زده نیز به کسب چنین موفقیتی کمک بسیاری را کرده است.

۱۱ مهارت سازماندهی که هر رهبر هوشمندی به آن نیاز دارد



آنها به شما اجازه می‌دهد همه چیز را به صورت منظم پیش ببرید. کارایی یک مهارت است که در طول زمان توسعه می‌یابد، بنابراین کار بر روی آن و بهبود زمینه‌های مشکل‌ساز برای تبدیل شدن به یک رهبر قوی‌تر را ادامه دهید.

۱۰. ارتباطات واضح

یک رهبر قدرتمند باید همیشه بتواند به طور واضح ارتباط برقرار کند. با مهارت‌های سازماندهی، خواهید دید که این کار آسان‌تر است.

به لطف این مهارت، همیشه می‌دانید که چه اتفاقی افتاده است و می‌توانید هر گونه مسائل را حل کنید. شما همچنین می‌توانید دقیقاً همان چیزی را که به آن نیاز دارید منتقل کنید. زیرا سازماندهی شده هستید و وضعیت موجود را در آن لحظه می‌دانید. با توجه به توانایی شما برای بیان مسائل به شیوه‌ای ساده و مختصر، به راحتی می‌توانید وظایف را به انجام برسانید.

برای ارتباط خوب، باید در توانایی‌های خود به عنوان یک رهبر اعتماد کنید. اگر از مهارت‌های مختلف که بالا ذکر شد استفاده کنید، اعتماد بیشتری نسبت به صدای خود خواهید داشت که تأثیر مثبتی بر بقیه تیم دارد.

۱۱. توانایی مراقبت از خود

در صورتی که در زندگی شخصی خود سازماندهی نداشته باشید، هیچ‌یک از موارد فوق مؤثر نخواهند بود. توانایی مراقبت از خود چسبی است که همه چیز را کنار هم نگه می‌دارد. شما باید سالم غذا بخورید، به خوبی بخوابید و از سلامت عمومی خود به خوبی مراقبت کنید. سازماندهی در هر جنبه‌ای از زندگی شما ضروری است تا اطمینان حاصل شود که تعادل سالم دارید.

احساس در کنترل نبودن، خستگی، تنش یا هر چیز منفی دیگری تأثیر عمیقی بر توانایی‌های شما به عنوان یک رهبر خواهد داشت. نگاهی به آنچه مردم از شما در هر بخش از زندگی‌تان انتظار دارند ببینید و استراتژی‌های مشابهی را برای هر جنبه اتخاذ کنید.

کلام آخر

این ۱۱ مهارت، برای هر رهبر هوشمندی که سازماندهی بیشتری می‌خواهد ضروری است. با بهبود خودتان، نه تنها حس اعتماد به نفس بیشتری خواهید داشت، بلکه به کسانی که به دنبال هدایت و الهام از شما هستند کمک بیشتری خواهید کرد.

منبع: Lifehack/ucan

آگاهی از اینکه کدام مهلتش در حال پایان است منجر به برنامه‌ریزی بهتر و استرس کمتر می‌شود. همانطور که تجربه کسب می‌کنید، در شناسایی مهم‌ترین وظایف اعتماد به نفس بیشتری خواهید داشت.

این اشتباه است که انرژی خود را به موضوعات کم‌اهمیت متمرکز می‌کنید و مهم‌ترین چیزها نادیده گرفته می‌شود. اولویت‌بندی شما را در مسیری قرار می‌دهد که در آن نیاز دارید همه چیز را کامل کنید.

۷. توانایی کار با هم

همکاری درست زندگی را ساده‌تر می‌کند. تنها مشکل این است که از جانب شما نیاز به سازماندهی دارد. یک رهبر سازمان‌یافته افرادی که ممکن است بهترین فرد برای انجام یک کار خاص باشند را می‌شناسد. نداشتن سازماندهی شما را مجبور به سرگردانی برای جست‌وجوی کمک می‌کند.

۸. تعیین اهداف

برای یک فرد سازمان‌یافته تعیین اهداف آسان و سپس دستیابی به آنها آسان‌تر است. یک رهبر هوشمند قادر است به دیگران نشان دهد که می‌تواند اهداف تعیین کند، برای رسیدن به آنها کار کنند و در نهایت به آنها دست یابد. تنها راه انجام این کار توسط سازماندهی است.

اگر از مسیر حرکت بی‌اطلاع باشید، نمی‌توانید به هدف برسید. شما باید اقداماتی را که لازم است درک کنید. در غیر این صورت هرگز به چیزی دست نخواهید یافت. سازماندهی به شما کمک می‌کند تا هر مرحله و هرگونه مشکل مرتبط با آن را شناسایی کنید.

۹. کارایی

سازماندهی و کارایی با هم ارتباط مستقیم دارند، زیرا شما نمی‌توانید یکی را بدون دیگری داشته باشید. کارایی منجر به نیاز برای برنامه‌ریزی می‌شود، بنابراین با مشکلات کمتری مواجه خواهید شد.

کارآمد بودن همچنین به شما اجازه می‌دهد بدانید هر لحظه در کجای یک پروژه قرار دارید. به این خاطر که شما چیزها را به گونه‌ای سازماندهی کرده‌اید تا بتوانید مشکلات را پیش از آنکه رخ دهند از بین ببرید. به یاد داشته باشید کارایی و توانایی شما برای شناسایی مسائل در هماهنگی با هم کار می‌کنند.

برای یادگیری این مهارت، شما باید برای هر پروژه زمان کنار بگذارید و آن را به بخش‌های مختلف تقسیم کنید. بدانید چگونه هر مرحله باید پیشرفت کند و چه کسی مسئول هر قسمت است. شناسایی مشکلات و چگونگی حل و فصل

آگاهی دارید. همچنین نشان می‌دهد که در رابطه با آنچه انجام می‌شود، به طور دقیق اطلاعات دارید و هیچ مشکلی با تکمیل تعدادی از پروژه‌ها وجود ندارد. به لطف برنامه‌ریزی، درک شما از زمان در جنبه‌های مختلف بهبود می‌یابد. این به شما کمک می‌کند تا کنترل پروژه را حفظ کنید و همچنین با درک وقایع از پس مشکلات بر بیایید.

۴. توانایی سازماندهی منابع

مهم است که از منابع خود بیشترین استفاده را ببرید و این نیز نیاز به سازماندهی دارد. حتی دانستن زمان استفاده از این منابع مهم است، تا از خستگی جلوگیری شود یا در زمان‌های نادرست مورد استفاده قرار نگیرد.

سازماندهی به این معناست که به شدت از منابع موجود و کسانی که ممکن است با یک پروژه تماس داشته باشند آگاهی داشته باشید. قدرت شما نیز باید در اتصال منابع صحیح به نیازهای لازم باشد عدم انجام این کار به معنای منابع هدر رفته است.

برای اینکه در این مورد از سازماندهی اطمینان داشته باشید، ابتدا باید منابع خود را قبل از آغاز یک پروژه جدید شناسایی کنید. این به شما امکان می‌دهد که در هنگام مشکل از آنها استفاده کنید.

۵. توانایی محول کردن

محول کردن هنری است که همه به آن مسلط نیستند. یک رهبر مؤثر همچنین اهمیت اجرای بی‌مشکل یک پروژه را درک می‌کند.

غیرممکن است که همه جنبه‌های یک پروژه را خودتان به تنهایی اداره کنید. در اینجا محول کردن وظایف به کمک شما می‌آید. آگاهی از اینکه چه کسی برای یک کار خاص بهترین است، شما را برای نظارت بر همه جنبه‌های پروژه آزاد خواهد کرد.

یک رهبر سازمان‌یافته، می‌داند که تیمش از نقاط قوت و نقاط ضعف‌شان آگاه هستند. آگاهی از پیش به این معنا است که هنگامی که یک مشکل ایجاد می‌شود، شوکه نمی‌شوید زیرا شما می‌دانید که از چه کسی درخواست کمک کنید.

به لطف سازماندهی، تیم شما کارایی بیشتری خواهد داشت و کارها با فشار کمتری روی شانه‌های شما انجام می‌شوند.

۶. درک اولویت‌ها

اولویت‌بندی زندگی شما را ساده‌تر خواهد کرد. ایجاد فهرست «کارها» و

عدم سازماندهی اغلب منجر به هرچ‌ومرج یا حداقل افزایش سطح استرس می‌شود. نیاز به داشتن توانایی سازماندهی وقتی که یک رهبر هستید، اهمیت بیشتری دارد. پس از همه، مردم برای الهام‌گرفتن نزد شما می‌آیند، اما برای سازماندهی بیشتر، از کجا باید شروع کنیم؟ یا ما همراه باشید تا ۱۱ مهارت کلیدی سازماندهی که هر رهبر باید از آنها آگاهی داشته باشد را به شما معرفی کنیم.

۱. روش مدیریت زمان

مدیریت زمان ضعیف ریشه بسیاری از مشکلات در یک شرکت است. به عنوان رهبر، این مسئولیت شماس است که اطمینان حاصل کنید همه چیز مانند ساعت کار کند. این تنها با داشتن یک درک قوی از آنچه که باید سازماندهی شود، امکان‌پذیر است.

شکست در این منطقه باعث می‌شود نتوانید در وظیفه رو به روی خود به درستی کار کنید. توانایی شما برای مقابله با همه چیز کاهش می‌یابد.

از موارد زیر آگاه باشید:

- وظایفی که باید تکمیل شوند
- مهلت آنها
- میزان کار مورد نیاز
- هر چیزی که نمی‌تواند با هر هزینه‌ای به تعویق بیفتد یا پشت گوش انداخته شود

روزانه آن را یادداشت کنید.

۲. توانایی برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی باعث می‌شود سازماندهی راحت‌تر باشد، اما زمانی که پای برنامه‌ریزی به میان می‌آید، اغلب بیشتر ما در آن به مشکل برمی‌خوریم. باز هم، برنامه‌ریزی ضعیف منجر به اختلال در سازمان‌یافتگی و فشار بیشتر بر شما می‌شود.

به یاد داشته باشید که برنامه‌ریزی اشکال مختلفی دارد. از جمله مدیریت زمان و نحوه انجام یک پروژه. با این حال، یک رهبر هوشمند باید یک گام به جلو بردارد تا تفاوت ایجاد کند. شما همچنین باید از برنامه‌های دیگران آگاهی داشته باشید.

۳. برنامه‌ریزی

برنامه‌ریزی به دیگران نشان می‌دهد که شما در مورد آنچه انجام می‌دهید

سورنا ستاری:

با همکاری وزارت امور خارجه چالش‌های زیست‌بوم نوآوری را رفع می‌کنیم



مانند آموزش، مشاوره، تحقیقات بازار، مجوز و استانداردسازی دنبال می‌کند. تاکنون نیز ۳ هزار و ۵۰۰ خدمت توسط آن به شرکت‌های فناور ارائه شده است.

به گفته وی، ۱۷ کارگزار فعال در حوزه صادرات شرکت‌های فناور وجود دارند تا خدماتی برای توسعه بازار محصولات شرکت‌های فناور ارائه دهند.

از اقداماتی است که با همکاری بخش خصوصی دنبال می‌کنیم و پس از ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری که ظرفیت صادراتی دارند مورد حمایت قرار می‌گیرند تا با حداکثر توان برای ورود به بازارهای صادراتی آماده شوند.

قلعه‌نوی به فعالیت کردید توسعه صادرات و تبادل فناوری اشاره کرد و گفت: این مرکز تقویت توان صادراتی شرکت‌ها را با ارائه خدماتی

ایده‌ها مربوط به کشور چین است که آن را بومی‌سازی کردیم و در حال توسعه آن هستیم. محدودیت مالی هم برای این اقدام وجود ندارد. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری سرمایه‌گذاری خطرپذیر را نظام تامین مالی این زیست‌بوم دانست که بخش خصوصی اساس آن است و گفت: سال گذشته بیش از ۱۲ هزار میلیارد تومان منابع از نظام بانکی کشور به شرکت‌های دانش‌بنیان تزریق شد که خود این موضوع نشان‌دهنده رونق فعالیت‌های این حوزه و توسعه آن است.

ستاری سپس اذعان کرد که زیست‌بوم نوآوری در کشور را تشریح کرد و ادامه داد: فعالیت هزار استارت‌آپ جدید، ۶ هزار شرکت دانش‌بنیان با درآمدزایی ۱۵۰ هزار میلیارد تومان، ۳۰۰ شتاب‌دهنده و مرکز نوآوری و هشت کارخانه نوآوری در این زیست‌بوم تا سال ۱۴۰۰ ترسیم شده است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به توسعه پهنه‌های نوآوری در دل شهر و در مجاورت مراکز علمی گفت: ناحیه نوآوری شریف یکی از این مناطق است که در آن یک هاب نوآوری، پنج برج فناوری، چهار پژوهش‌سکده، پنج مرکز نوآوری، هفت شتاب‌دهنده و پنج سرمایه‌گذار خطرپذیر مستقر هستند. همچنین با استقرار ۵۰۰ شرکت در این ناحیه نوآوری بیش از ۳ هزار شغل آن هم به صورت مستقیم ایجاد شده است.

ستاری وظیفه معاونت علمی و فناوری را تبدیل سرمایه‌گذاری عظیم در حوزه آموزش به زیست‌بوم نوآوری آن هم در قالب فعالیت استارت‌آپ‌ها و مرحله بعد شرکت‌های دانش‌بنیان دانست و گفت: مسائل و چالش‌هایی در این زمینه وجود دارد که آنها را مطرح و رفع می‌کنیم تا محیط برای کسب و کارها و رقابت آنها فراهم شود.

سرمایه‌گذاری در حوزه دانش‌بنیان راه نجات اقتصاد دانش‌بنیان است

همچنین غلامرضا انصاری معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه در این نشست هم‌اندیشی درباره ضرورت توسعه فعالیت دانش‌بنیان‌ها در کشور سخن گفت و بیان کرد: در این فعالیت سرمایه‌گذاری خوبی نیروی انسانی شده است که ثمره‌های آن را می‌بینیم و امروز این حوزه یکی از افتخارات جمهوری اسلامی ایران به شمار می‌رود.

وی ادامه داد: یکی از راه‌های نجات اقتصاد کشور سرمایه‌گذاری در حوزه دانش‌بنیان است. با توجه به آلودگی شدید اقتصاد به نفت حوزه دانش‌بنیان یکی از زمینه‌هایی است که ارزش افزوده بالایی برای اقتصاد دارد و می‌تواند این اقتصاد گرفتار به نفت را نجات دهد.

انصاری همچنین گفت: این نشست فرصتی است تا همکاران من در نمایندگی‌های ایران در خارج ارتباط بین حوزه دانش‌بنیان برقرار کنند تا تلاش کنیم تولیدات دانش‌بنیان بازار خود را پیدا کنند و آن را توسعه دهند. زیرا این حوزه نه تنها باعث افتخار برای ایرانیان است بلکه با کمک آن می‌توان توجه جهانیان را جلب کنیم.

تعاملات و همکاری‌های بین‌المللی حوزه علم و فناوری اجبار است پس از آن مهدی قلعه‌نوی، رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری نیز با بیان اینکه تغییرات حوزه فناوری، حجم سرمایه‌گذاری دنیا در این حوزه، تنوع آن و توسعه اثرگذاری آن در زندگی مردم ارتباطات و همکاری‌های بین‌المللی در این حوزه را تبدیل به اجبار کرده است، دانش و فناوری حوزه‌ای پاک و بدون حاشیه است بنابراین نقطه ورود مناسبی برای گسترش تعاملات است. پس روسای نمایندگی‌ها در خارج از کشور را باید ژنرال‌های عرصه ارتباطات بین‌المللی بدانیم. زیرا با تعاملات خود می‌توانند توسعه این حوزه را سرعت دهند.

قلعه‌نوی ادامه داد: البته در مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری اقداماتی در این زمینه انجام شده است. در برخی کشورها کمیته مشترک همکاری‌های علم و فناوری راه‌اندازی کرده‌ایم. همچنین انجام تحقیقات مشترک نیز دیگر برنامه‌ای است که با حمایت بخش دولتی در این زمینه انجام می‌شود.

وی همچنین افزود: توسعه صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در نشست هم‌اندیشی درخصوص همکاری‌های بین‌المللی در حوزه علم و فناوری تبدیل سرمایه‌گذاری عظیم در بخش آموزش کشور به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان را از اقدامات مهم معاونت علمی دانست و گفت مسائل و چالش‌هایی در این زمینه وجود دارد که آنها را مطرح و رفع می‌کنیم.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان؛ نشست هم‌اندیشی درخصوص همکاری‌های بین‌المللی در حوزه علم و فناوری با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، انصاری معاون اقتصادی وزارت امور خارجه و سفرای جدید ایران در ۲۰ کشور خارجی برگزار شد. حاضران این نشست به تبادل نظر و مرور فرصت‌ها برای توسعه همکاری‌های بین‌المللی در این حوزه پرداختند.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این نشست از مشکلات وابستگی به اقتصاد نفتی سخن گفت و بیان کرد: جدایی دانشگاه و صنعت از جامعه یکی از آسیب‌های اقتصاد نفتی است. بیش از ۱۰۰ سال از تحویل آن به کشورمان می‌گذرد؛ نفتی که فروش آن ما را وابسته به فناوری خارجی کرد.

ستاری ادامه داد: در اقتصاد نفتی کارخانه‌ها بدون پایه صنعتی و عدم نیاز به نیروی متخصص شکل می‌گیرند. همچنین در این اقتصاد دانشگاه‌ها متکی به بودجه دولت و بی‌نیاز از حل مسائل اجتماعی و اقتصادی می‌شوند. چنین اقتصادی منجر به ایجاد جامعه‌ای مصرف‌گرا، تجمل‌گرا، فقدان خودباوری با نگاهی مثبت به استخدام دولتی می‌شود؛ اقتصادی که تامین مالی آن با وام است و فرهنگ عمومی مردم براساس واردات شکل گرفته است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری همچنین گفت: دلیل عدم پیشرفت در کشورهای وابسته به منابع زیرزمینی نیز همین است که پایه‌های اقتصادی آنها براساس رانت شکل گرفته است. این رانت ناشی از خام‌فروشی است که در فعالیت بخش‌های مختلف مشکل ایجاد کرده است.

زیست‌بومی منطبق با فرهنگ ایرانی شکل گرفت ستاری در بخش بعدی سخنان خود از اقتصاد دانش‌بنیان سخن گفت و بیان کرد: نیروی انسانی خلاق و مستعد پایه و اساس این اقتصاد است. امروز بیش از هر زمان دیگری روی حوزه‌های آموزش و پژوهش سرمایه‌گذاری می‌کنیم اما نتیجه‌ای نگرفتیم. یک دلیل آن تفاوت فعالیت‌ها با فرهنگ و بوم ما است پس باید زیست‌بومی منطبق با کشورمان شکل بگیرد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین افزود: در حال حاضر زیست‌بوم نوآوری و کارآفرینی در کشور شکل گرفته است. نیروی انسانی بازیگر اصلی این زیست‌بوم است و خوشبختانه از این نظر در ایران هیچ مشکلی با وجود ۲۴ میلیون نیروی انسانی جوان و ۶ میلیون دانشجو وجود ندارد.

ستاری وضعیت موجود در زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان را برای سفر و روسای نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور تشریح کرد و ادامه داد: استارت‌آپ‌ها، مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌ها تامین‌کننده بخشی از نیروی انسانی برای این زیست‌بوم هستند. در حال حاضر ۶ هزار استارت‌آپ و ۱۸۰ شتاب‌دهنده و مرکز نوآوری در این زیست‌بوم نقش‌آفرینی می‌کنند. همچنین ۴۷ پارک علم و فناوری نیز در کشور وجود دارد که بازیگران دیگر زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان محسوب می‌شوند.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با اشاره به فعالیت بیش از ۴ هزار و ۶۰۰ شرکت دانش‌بنیان در این زیست‌بوم گفت: این شرکت‌ها ۹۰ هزار میلیارد تومان سال گذشته فروش داشتند و ۳۰۰ هزار شغل مستقیم به واسطه فعالیت آنها ایجاد شد.

ستاری به جذب نخبگان ایرانی نیز اشاره کرد و افزود: این اقدام نیز راهکاری برای تامین نیروی انسانی خلاق زیست‌بوم اقتصاد دانش‌بنیان است. هزار و ۴۰۰ تحصیلکرده مستعد از ۱۰۰ دانشگاه برتر دنیا ظرف سه سال گذشته به کشور بازگشتند. پلتفرم بازگشت نیروی انسانی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۸۰۳۱۴۰۰۱۰۰۳۸۴۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو شهرکرد تصرفات مالکانه پلامعارض متقاضی آقای ایرج حیدری سورشجانی فرزند اسکندر شماره شناسنامه ۱۱۸ صادره از سورشجان در ششادنگ یک باب خانه به مساحت ۲۰۰/۵۶ متر مربع پلاک ۲۷۵۵ فرعی از ۲۱۲ اصلی واقع در فریه سورشجان خریداری از مالک رسمی آقای نیاز علی سورشجانی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت اقصای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول یکشنبه ۱۳۹۸/۱۰/۰۱
تاریخ انتشار نوبت دوم چهارشنبه ۱۳۹۸/۱۰/۱۶
ایرج علیاری - سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو شهرستان شهرکرد
۱۲۳

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۸۰۳۱۴۰۰۱۰۰۳۸۴۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو شهرکرد تصرفات مالکانه پلامعارض متقاضی آقای اکبر وطن خواه فرزند اسفندیار شماره شناسنامه ۹۹۲۹ صادره از شهرکرد نسبت به ششادنگ یک باب خانه به مساحت ۱۷۶/۳۳ متر مربع به پلاک ۴۰۰۰ فرعی از ۲۲ اصلی املاک واقع املاک واقع در فریه شهر خریداری از مالک رسمی آقای حسین دهقانی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت اقصای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول یکشنبه ۱۳۹۸/۱۰/۰۱
تاریخ انتشار نوبت دوم چهارشنبه ۱۳۹۸/۱۰/۱۶
ایرج علیاری - سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو شهرستان شهرکرد
۱۲۷

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۸۰۳۱۴۰۰۱۰۰۳۸۴۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو شهرکرد تصرفات مالکانه پلامعارض متقاضی آقای محمد جواد پرویزی بامدی فرزند حاجنمرد شماره شناسنامه ۱ صادره از فارسان نسبت به ششادنگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۱۰/۱۵ متر مربع به پلاک ۱۳۱۳ اصلی املاک واقع در مزرعه مهدی آباد شهرکرد خریداری از مالک رسمی آقای مهدی بلالی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت اقصای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول یکشنبه ۱۳۹۸/۱۰/۰۱
تاریخ انتشار نوبت دوم چهارشنبه ۱۳۹۸/۱۰/۱۶
ایرج علیاری - سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو شهرستان شهرکرد
۱۲۴

ترندهای بازاریابی شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۲۰

به قلم: لورا دونواون مدیر بخش بازاریابی فیسبوک
مترجم: امیرالعلی

یکی از مهم‌ترین سوالاتی که ذهن بازاریاب‌ها را با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال درگیر می‌سازد، ترندهای سال آینده بوده و با توجه به اهمیت و حاکمیت شبکه‌های اجتماعی در زندگی مردم، ضروری است تا این بخش مورد بیش‌ترین توجه قرار گیرد. در همین راستا به بررسی ۵ ترند بازاریابی شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۲۰ خواهیم پرداخت.

۱- خرید اجتماعی

آمارها در رابطه با میزان خرید از طریق شبکه‌های اجتماعی دیوانه کننده می‌باشد. برای مثال در آمریکا ۷۸ درصد خریدهای اینترنتی به واسطه شبکه‌های اجتماعی انجام می‌شود. برای مثال ممکن است فردی ویدئو یا تصویری از یک محصول را منتشر کند که زمینه آشنایی سایرین فراهم شده و تقاضا برای آن با رشید چشمگیر همراه می‌شود. با این حال نکته‌ای که باید در این رابطه برای سسال جدید مورد توجه جدی خود قرار دهید این است که مراحل خرید باید کاملا کوتاه و ساده شود. برای مثال دیگر مخاطب نمی‌خواهد زمانی را برای پیدا کردن محصول شما در سایت تلف نماید. به همین خاطر نیز لازم است تا امکان خرید مستقیم از طریق شبکه اجتماعی را ایجاد نمایید. تحت این شرایط مخاطب قادر خواهد بود تا با طی کردن چند مرحله ساده و در کم‌تر از ۳ دقیقه خرید خود را نهایی سازد. در حال حاضر نه تنها فیسبوک، بلکه اینستاگرام نیز از امکانات بسیار خوبی برای حساب‌های تجاری برخوردار بوده و لازم است تا از آن‌ها به خوبی استفاده نمایید. به عنوان نکته پایانی، ذکر این امر ضروری است تا باید تفاوتی میان افرادی که قبلا خریدی را انجام داده‌اند با سایرین وجود داشته باشد. برای مثال بهتر است تا اطلاعات افراد را پس از خرید خود ذخیره نمایید تا در صورت تمایل به خرید مجدد، تنها به یک کلیک ساده نیاز باشد.

۲- داستان سرایی

واقعبیت این است که دیگر مخاطب صرفا با دیدن محصول و مشاهده قابلیت‌های آن، به تمایل لازم برای انجام خرید دست پیدا نخواهد کرد. یکی از دلایل این امر، رایج شدن اقدام مذکور بوده که باعث می‌شود تا جذابیت این شیوه فروش برای مخاطب به شدت کاهش پیدا کند. تحت این شرایط ضروری است تا به دنبال داستان سرایی برای تحت تاثیر قرار دادن مخاطبان خود باشید. برای این موضوع، خلاقیت بسیار مهم بوده و بهتر است تا از کپی برداری از اقدامات سایرین خودداری نمایید. همواره این جمله را به خاطر داشته باشید که مخاطب در صورتی که تمایل کنجکاو شود، تمامی اقدامات لازم برای کسب اطلاعات بیش‌تر را انجام خواهد داد. نمونه این اقدام را می‌توان در رابطه با نحوه بازاریابی ساز کالیمبا مشاهده نمود. این ساز که به عنوان پیانو دستی معروف می‌باشد و در چند وقت اخیر بسیار محبوب شده است. تنها از طریق انتشار اجرای قطعه‌های موسیقی معروف از طریق این ساز، به شهرت دست پیدا کرده است. به همین خاطر قبل از تلاش برای معرفی امکانات محصول خود، لازم است تا علاقه لازم را در مخاطب ایجاد نمایید. تحت این شرایط مطالب شما، حتما خواننده خواهد شد. همچنین توجه داشته باشید که قدرت تاثیر ویدئوها، به مراتب بیش‌تر از تصاویر بوده و لازم است تا محوریت اصلی کار خود را بر روی تولید کلیپ‌های خلاقانه و حرفه‌ای قرار دهید.

۳- چت بات‌ها

بیش از ۸۰ درصد نیاز مشتری در سال آینده، بدون باز به واسطه انسانی انجام خواهد شد. برای مثال اگر در گذشته تصور می‌شد که برای ارتباط با مشتری نیاز به وجود یک پاسخگو آنلاین و فردی تحت عنوان پشتیبان فروش بوده است. با این حال در سال آینده با توجه به ظهور انواع چت بات‌ها، دیگر فعالیت به این شیوه نتیجه لازم را به همراه نخواهد داشت. فراموش نکنید که شما در بازار کاری خود با انواع رقبا مواجه هستید و عدم بروز شدن، نتیجه‌ای جز از دست دادن فرصت‌ها را به همراه نخواهد داشت. به همین خاطر نیز ضروری است تا در زمینه تولید چت بات فعالیت جدی‌ای را داشته باشید. در رابطه با تعریف چت بات، باید به ابزارهایی اشاره کرد که به واسطه هوش مصنوعی خود می‌توانند پاسخگوی بخشی از نیاز افراد باشند. در این رابطه فراموش نکنید که چت بات شما باید از قابلیت صوتی نیز برخوردار باشد. در غیر این صورت چندان مورد رضایت کاربران قرار نخواهد گرفت. بدون شک به هر میزانی که ابزار طراحی شده، از قابلیت انجام کارهای بیش‌تری برخوردار باشد، مزیت رقابتی بالاتری را خواهید داشت.

۴- پشتیبانی

این امر که پس از فروش محصول، مشتری خود را رها کنید، یدترین اشتباهی خواهد بود که می‌توان در سال جدید مرتکب آن شد. درواقع با یک برنامه ریزی درست می‌توان آن‌ها برای تبلیغ محصول استفاده نمود. با ایت حال این امر باید به نحوی باشد که صداقت در آن مشاهده شود. در غیر این صورت سایرین کاملا متوجه مصنوعی بودن اقدامات خواهند شد. همچنین ضروری است تا پشتیبانی کامل و ۲۴ ساعته‌ای را از محصولات خود داشته باشید. برای این موضوع تکنولوژی نیز می‌تواند کارها را بسیار ساده کرده و امکان فعالیتی با کیفیت را مهیا سازد.

۵- اینفلوئنسرها

اینفلوئنسرها را باید افرادی دانست که به واسطه شبکه‌های اجتماعی به شهرتی دست پیدا کرده‌اند. آمارها در رابه با این افراد بسیار جالب بوده و در کشور آمریکا، بیش از ۵۰ درصد خریدهای اینترنتی به واسطه آن‌ها انجام می‌پذیرد. به همین خاطر نیز برای سال آینده باید به آن‌ها توجه ویژه -یا را داشته باشید. با این حال فراموش نکنید که نوع فعالیت اینفلوئنسر، باید با حوزه کاری شما ارتباطی را داشته باشد. برای مثال از یک بلاگر مد و فشن، می‌توان برای تبلیغ برند پوشاک استفاده نمود. با این حال این امر ابتدا برای یک بلاگر غذا، مناسب نخواهد بود. همچنین ضروری است که توجه داشته باشید که میکروباگرها نیز بنا بر پیش‌بینی‌ها در سال آینده نقش مهم‌تری را ایفا خواهند کرد. در آخر فراموش نکنید که اولویت اول شما باید تبلیغات به صورت غیر مستقیم باشد. همچنین از مشتریان خود نحوه آشنایی با محصولات را بررسی کنید. این امر باعث خواهد شد تا نسبت میزان موفقیت هریک از اقدامات خود، به آگاهی لازم دست پیدا کنید.

منبع: business۲community



**Fuel up...
feel good!**

McDonald's

Coca-Cola

McDonald's @ Caltex

111-BIG-MAC 112-44-622
www.mcdonalds.com.pk

مسیر موفقیت

اقدام کردن رمز موفقیت است

اقدام کردن رمز موفقیت شماست

رسیدن به موفقیت و اهداف تنها با اقدام و عملی کردن آنچه در ذهن دارید و برای رسیدن به آن تلاش می‌کنید، اتفاق می‌افتد. توانایی اقدام و عملی کردن ایده‌ها قدرت نهایی برتر و رمز موفقیت شماست. تا زمانی که ایده‌هایتان را عملی نکنید نمی‌توانید کشف کنید که آیا قیمت نیاز به تغییر دارد، آیا بازاریابی‌تان باید اصلاح شود یا اینکه اصلا این استراتژی که به کار گرفته‌اید کارساز است یا نه؟

برای رسیدن به موفقیت لازم است

۱. اجرا کنید
۲. ارزیابی کنید
۳. تغییر دهید
۴. سپس مجدداً اجرا کنید

اگر برای رسیدن به اهداف‌تان مصمم هستید و می‌خواهید به موفقیت برسید از خودتان بپرسید چه چیزی وجود دارد که شما امروز باید برای آن اقدام کنید؟

منبع: randygage/ucan

شما دارای پتانسیل زیادی برای عظمت هستید؛ ذهن، بدن، مهارت‌ها و استعدادهای ذاتی؛ اما هیچ یک از این چیزها شما را به عظمت نمی‌رساند. شمار افرادی که قدرت شگفت‌انگیز، مهارت و استعدادشان را از بین می‌برند، فراوانند. افرادی که دارای قدرت، مهارت و استعداد کمتری نسبت به شما هستند، می‌توانند به سادگی از شما با اجرا و عمل در حالی که شما هنوز در حال بحث هستند، پیشی بگیرند.

چرا اقدام کردن را به تعویق می‌اندازید؟

بازها دیده‌ام افراد برای عملی نکردن و ارائه نکردن یک محصول جدید، راه‌اندازی وبلاگ، تولید یادکست، ایجاد کمپین و... بهانه‌تراشی می‌کنند. بیشتر افراد به علت ترس‌هایی که برای اقدام کردن دارند قبیل از اجرای کردن ایده‌هایی که در زندگی حرفه‌ای‌شان دارند وقت و انرژی زیادی را صرف این می‌کنند که یک بار دیگر با نظرسنجی آن را ارزیابی کنند و در زندگی شخصی هم با پرسیدن نظر دیگران درباره آن ایده و نتیجه‌ای که خواهد داد عملی کردن کارهایی که در فهرست برنامه‌های‌شان دارد را به تعویق می‌اندازند. علت این کار در هر دو مورد هم معمولاً ترس از اقدام کردن است.

رندی پال گیچ یک نویسنده آمریکایی و سخنران انگیزشی است که در زمینه موفقیت کتاب خودآموزی می‌نویسد و در مورد موفقیت و رفاه سخنرانی می‌کند. او در زمینه اهمیت اقدام و عمل کردن هم در زندگی حرفه‌ای هم شخصی نکاتی را با ما به اشتراک می‌گذارد. با ما همراه باشید تا در این باره بیشتر بدانید.

چرا رقیب از شما پیشی می‌گیرد؟

وقتی با شرکت‌ها مشورت می‌کنم، می‌دانید ۲۰ درصد مواقع چه چیزی را متوجه می‌شوم؟ حتی اگر آنها بهترین محصول، بهترین بازار و بهترین موقعیت مالی را هم داشته باشند باز توسط یک رقیب جدید شکست می‌خورند.

فکر می‌کنید چرا؟

چون رقیب آنها در حال اجرا و عمل است ولی آنها در شرکت به جای اقدام، اجرا و عملی کردن برنامه‌های‌شان در حال بحث، آماده‌سازی، تکمیل، آزمایش بازار و ارزیابی عوامل غیرضروری هستند و به جای اینکه حواس‌شان روی اصل موضوع و اجرای کردن آن متمرکز باشد مشغول حاشیه‌های کار است. این سناریو برای اکثر افراد در زندگی شخصی‌شان هم صدق می‌کند.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | اول دی ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۵۶ | 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، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲

سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM