











اخبار

خرید برگ سبز چای از ۱۰۳ هزار تن گذشت

رئیس سازمان چای گفت از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۱۰۳ هزار و ۳۹۵ تن برگ سبز چای با ارزش بالغ بر ۴۰۰ میلیارد تومان از چایکاران خریداری شده است. حبیب جهان‌ساز، رئیس سازمان چای در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت خرید تضمینی برگ سبز چای اظهار کرد: بنابر آخرین آمار از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۱۰۳ هزار و ۳۹۵ تن برگ سبز چای با ارزش بالغ بر ۴۰۰ میلیارد تومان از چایکاران دو استان گیلان و مازندران خریداری شده است. او از پرداخت ۸۵ درصد مطالبات چایکاران خبر داد و گفت: با احتساب پرداخت ۵ میلیارد تومان که به تازگی انجام شده، ۳۴۰ میلیارد تومان از مطالبات چایکاران پرداخت شده و مابقی هم به مرور به حسابشان واریز می‌شود. جهان‌ساز ادامه داد: ۵۸ هزار و ۷۰۲ تن معادل ۵۶ درصد بهای برگ سبز خریداری شده درجه یک و ۴۵ هزار و ۳۳۲ تن معادل ۴۴ درصد درجه ۲ است. رئیس سازمان چای از تولید ۲۳ هزار و ۲۶۰ تن چای خشک خبر داد و گفت: علی‌رغم تأخیر در برداشت برگ سبز چای نسبت به سال قبل و وجود خشکی هوا در فصل تابستان، تولید نسبت به سال قبل یک درصد رشد داشته، هرچند در چین بهاره ۱۵ درصد بیش از سال گذشته بوده است. به گفته او، با استمرار بارندگی در هفته‌های آتی و بهبود عملکرد پیش‌بینی می‌شود که تولید برگ سبز چای به ۱۳۰ هزار تن برسد. جهان‌ساز در پایان قیمت هر کیلو چای در کارخانه‌های عمده‌فروشی را ۴۰ تا ۴۵ هزار تومان و برای مصرف‌کنندگان ۶۰ هزار تومان اعلام کرد.

افزایش ۱۰۸ درصدی قیمت برنج وارداتی

دپوی ۲۰۰ هزار تنی در گمرک

روند صعودی قیمت برنج وارداتی در مرداد امسال نیز ادامه داشته و تا بیش از ۱۰۰ درصد نسبت به پارسل گران‌تر شده است، افزایش قیمت این محصول عمدتاً تحت تأثیر حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و همچنین دپوی آن در گمرک به دلیل مشکلات ارزی قرار دارد. به گزارش ایسنا، تازه‌ترین آمار از تغییر قیمت برنج‌های وارداتی و البته برنج‌های ایرانی نشان می‌دهد که در مردادماه سال جاری هر کیلو برنج خارجی به طور متوسط بیش از ۱۸ هزار تومان فروش رفته است که این رقم در مقایسه با مرداد ماه سال گذشته که حدود ۸۶۰۰ تومان بوده تا ۱۰۸ درصد افزایش قیمت دارد. برنج وارداتی در فاصله تیر تا مردادماه نیز نسبت به قیمت ۱۶ هزار و ۴۰۰ تومانی بیش از ۱۰۰ درصد گران شده است. وضعیت برنج ایرانی این‌گونه است که قیمت این کالا در مردادماه هر کیلو به طور متوسط حدود ۲۷ هزار تومان بوده که در مقایسه با مردادماه سال گذشته که هر کیلوگرم ۲۳ هزار و ۱۰۰ تومان فروش رفته ۱۷ درصد افزایش قیمت دارد. این محصول نسبت به تیر امسال نیز حدود ۲ درصد گران شده است. افزایش قیمت برنج خارجی در حالی اتفاق می‌افتد که در اردیبهشت ماه امسال واردات این محصول با ارز ۴۲۰۰ تومانی متنوع و با ارز نیماهی که حدود ۲۰ هزار تومان قیمت دارد وارد می‌شود که این موضوع در افزایش قیمت برنج در بازار تأثیر گذاشته است. اما مورد دیگر در رابطه با برنج‌های وارداتی به تأمین ارز و ترخیص آنها برمی‌گردد. این در حالی است که از اول شهریورماه واردات برنج به طور فزاینده‌ای ممنوع شد و از این لحاظ حجمی از برنج‌های وارداتی در گمرک باقی ماند. پیش از این مسئولان گمرک اعلام کرده بودند که از ابتدا تا اواخر مردادماه سال گذشته حدود ۸۰۰ هزار تن برنج وارد و ترخیص شد که واردات این کالا برای مدت مشابه سال جاری حدود ۲۰ درصد کاهش داشت؛ به طوری که تا اواخر مردادماه ۴۰۰ هزار تن ترخیص و ۳۰۰ هزار تن دیگر در گمرک باقی‌مانده بود که با اجرا شدن ممنوعیت فصولی واردات برنج دیگر امکان ترخیص نداشت. با این وجود بعد از اعمال ممنوعیت طی تصمیمی که با توافق دستگاه‌های ذی‌ربط از جمله گمرک و وزارت صمت اتخاذ شد قرار بر این شد تا شرایط جدیدی برای ترخیص محموله‌های برنج در زمان ممنوعیت نیز اعمال شود تا امکان ترخیص وجود داشته باشد. با این حال آخرین گزارش‌های گمرک - معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران - اعلام کرد نشان می‌دهد که حدود ۴۹۷ هزار تن برنج وارداتی از ابتدای سال جاری تاکنون ترخیص شده و گمرک برنج‌هایی که در صف تأمین ارز قرار دارند را نیز به صورت درصدی خارجی می‌کند، اما همچنان بیش از ۲۰۰ هزار تن برنج وارداتی دپوشده هنوز در گمرک وجود دارد و ترخیص نشده که برای ترخیص نیاز به صدور و ارائه اعلامیه ارز از سوی صاحب کالا و بانک است که وقتی این تأمین ارز انجام نشده و به گمرک ارائه نشود امکان ترخیص نخواهد داشت.

افزایش ۳ تا ۶ برابری قیمت کود و سم

رئیس نظام صنفی کشاورزی با اشاره به افزایش سه تا شش برابری قیمت نهاده‌های کشاورزی و به تبع آن افزایش هزینه‌های تمام شده تولید، از نمایندگان مردم در مجلس و تشکل‌ها خواست که از سازمان‌ها و نهادهای مرتبط بخواهند پاسخگوی دلیل این افزایش قیمت‌ها باشند.

محمد شفیع ملک‌زاده در گفت و گو با ایسنا، با بیان اینکه افزایش قیمت نهاده‌های کشاورزی هزینه تولید را افزایش می‌دهد، گفت: قیمت کودهای فسفاته و پتاسه با حذف ارز دولتی شش برابر شده‌اند و برای مثال یک لیتر سم دلتامترین که در اردیبهشت امسال ۴۷ هزار تومان بود در حال حاضر به بیش از ۱۱۰ هزار تومان رسیده یا سم اکسی کلور مس ۴۴ هزار تومانی در بازه سه ماهه به ۱۳۰ هزار تومان و سم فینیتروتیون نیز که در اردیبهشت ۱۰۸ هزار تومان بود در حال حاضر به ۴۳۴ هزار تومان رسیده است. در حقیقت باید پرسید یا این افزایش قیمت‌ها و کاهش نقدینگی، کشاورز چگونه می‌تواند شرایط را تاب بیاورد؟ وی با اشاره به اینکه دولت باید نهاده‌ها و تسهیلاتی ارزان قیمت در اختیار کشاورزان قرار دهد تا بتوانند به کشت بپردازند، گفت: ارائه تسهیلات ارزان قیمت یا ارائه نهاده‌های کشاورزی با قیمت‌های ارزان‌تر به کشاورزان تنها راه کاهش هزینه‌های تولید است. در غیر این صورت کشاورزان حاضر نخواهند بود محصولات استراتژیک و پرزحمتی مانند گندم، جو و کلزا بکارند و با قیمت پایین بفروشند. میل به کاشت صیفی جات بالا رفته است



شروع سال تحصیلی کرونایی و نگرانی‌هایی که پشت درب مدارس جا خوش کرده‌اند

دهد و شبکه شاد و آموزش تلویزیونی و بسته‌های خودخوان و ... هم براساس همین تقسیم‌بندی در جریان آموزش مورد توجه قرار گرفت. اما آنطور که از اظهارات اخیر مسئولان و در رأس آن محسن حاجی‌میرزایی، وزیر آموزش و پرورش برمی‌آید اصل آموزش مبتنی بر آموزش حضوری است و هیچ روشی نمی‌تواند جایگزین کارکردهای مدرسه بشود. پس تا زمانی که ستاد ملی کرونا اعلام ممنوعیت و تعطیلی فعالیت مدارس را نداشته باشد، مدرسه‌ها دایر و آموزش‌ها حضوری خواهد بود البته که حضور دانش‌آموزان با دو قید رعایت حداکثری دستورالعمل‌های بهداشتی و حفظ فاصله‌گذاری اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرد.

حاجی‌میرزایی در این باره تأکید دارد که دانش‌آموزان از روز ۱۵ شهریور در سراسر کشور با رعایت حداکثر دستورالعمل‌های بهداشتی در مدارس حضور پیدا می‌کنند و اگر تراکم مدرسه زیاد باشد این حضور در چند شیفت و با مدت زمان آموزشی ۳۵ دقیقه طی خواهد شد. همین اعلام صریح بازگشایی مدارس پس از مدتی ایهام باز هم برای خانواده‌ها سوال‌برانگیز شد که بالاخره روز شنبه ۱۵ شهریور با وجود شیوع کرونا، فرزندشان چطور در مدرسه حضور پیدا کند. در این مورد علی باقرزاده، رئیس مرکز هماهنگی حوزه وزارتی اظهار کرد که اگر تاکنون مدرسه درباره حضور دانش‌آموزان برای روز اول سال تحصیلی اطلاع‌رسانی نداشته است، خانواده‌ها شنبه صبح پیش از حرکت به سمت مدرسه از طریق مسیرهای ارتباطی با مدرسه و مدیر شرایط را جویا شوند.

صادرات ۳۰۱ هزار تن شیرینی و شکلات طی سال گذشته

برابری نرخ ارز انجام شد. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با تأکید بر اینکه از صنعت شیرینی و شکلات می‌توان به عنوان یک صنعت نمونه نام برد، اظهار داشت: توسعه و تعمیق طراحی مهندسی، نوآوری در تولید محصولات جدید و خودتاکایی در حوزه ماشین‌آلات صنعتی از ویژگی‌های صنعت شیرینی و شکلات کشور است که موجب شده تا بسیاری از ماشین‌آلات موردنیاز در این صنعت توسط سازندگان داخلی تأمین شود. وی افزود: حتی تعمیر، نگهداری، اورهال و تأمین قطعات ماشین‌آلات موجود در این صنعت که عمدتاً ماشین‌آلات اروپایی هستند توسط سازندگان داخلی انجام می‌شود و اینها همه نشان از بلوغ این صنعت در زمینه‌های مختلف از جمله طراحی پایه، بازاریابی، توسعه محصول، ماشین‌سازی، تعمیرات و نگهداری دارد. معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت در پاسخ به این پرسش که چه آفتی را برای توسعه تولید و صادرات صنعت شکلات کشور ترسیم کرده‌اید؟، اظهار داشت: کسب رتبه دوم تولید و صادرات در میان کشورهای منطقه در سال ۱۴۰۴ برای صنعت شیرینی و شکلات ایران هدف گذاری شده است. وی ادامه داد: تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی فعال یکی از موضوعات اصلی امروز وزارت صمت است که سعی شده نقش

پیش‌بینی برداشت حداقل ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تن برنج داخلی

این مقام مسئول درباره آخرین وضعیت واردات برنج بیان کرد: بارها اعلام کرده‌ام که مصرف‌کنندگان برنج ایرانی و خارجی ۲ گروه کاملاً جدا از یکدیگر هستند به طوری که افرادی که بودجه آنها اجازه می‌دهد به سراغ برنج‌های وارداتی نمی‌روند. دبیر انجمن برنج کشور ادامه داد: زمانی که برآورد می‌کنیم امسال تولید برنج حداقل ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تن است، بنابراین حداکثر نیاز کشور به ذخیره‌سازی ۷۰۰ هزار تن بیشتر نخواهد بود، این در حالی است که واردات برنج ادامه دارد. به گفته وی، طی ۳ تا هفته اخیر واردکنندگان اعلام کردند که ۵۰۰ هزار تن برنج در گمرکات مانده است و از دولت برای ترخیص این میزان برنج کمک خواستند که با این وجود جای این سوال مطرح است که چقدر برنج وارد شده که هم‌اکنون ۵۰۰ هزار تن آن در انبارها باقی مانده است. دبیر انجمن برنج کشور با اشاره به اینکه آماری از مزاد برنج‌های وارداتی نداریم، افزود: تصور ما این است که امسال بیش از ۱.۵ میلیون تن برنج خارجی وارد شده است، در حالی که ما به این میزان نیاز نداریم.

این مقام مسئول درباره آخرین وضعیت واردات برنج بیان کرد: بارها اعلام کرده‌ام که مصرف‌کنندگان برنج ایرانی و خارجی ۲ گروه کاملاً جدا از یکدیگر هستند به طوری که افرادی که بودجه آنها اجازه می‌دهد به سراغ برنج‌های وارداتی نمی‌روند.

دبیر انجمن برنج کشور ادامه داد: زمانی که برآورد می‌کنیم امسال تولید برنج حداقل ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تن است، بنابراین حداکثر نیاز کشور به ذخیره‌سازی ۷۰۰ هزار تن بیشتر نخواهد بود، این در حالی است که واردات برنج ادامه دارد.

به گفته وی، طی ۳ تا هفته اخیر واردکنندگان اعلام کردند که ۵۰۰ هزار تن برنج در گمرکات مانده است و از دولت برای ترخیص این میزان برنج کمک خواستند که با این وجود جای این سوال مطرح است که چقدر برنج وارد شده که هم‌اکنون ۵۰۰ هزار تن آن در انبارها باقی مانده است.

دبیر انجمن برنج کشور با اشاره به اینکه آماری از مزاد برنج‌های وارداتی نداریم، افزود: تصور ما این است که امسال بیش از ۱.۵ میلیون تن برنج خارجی وارد شده است، در حالی که ما به این میزان نیاز نداریم.

## با عرضه خودرو در بورس به نتیجه نمی‌رسیم

کریمی‌سنجری با بیان اینکه اگر خودرو در بورس عرضه و قیمت‌گذاری شود دیگر محدودیت عرضه و تقاضا وجود ندارد و هر فردی به هر تعدادی که بخواهد می‌تواند خریداری کند، بیان می‌کند این کار نه در دنیا تجربه شده و نه تجربه خوبی است.

یک کارشناس خودرویی با بیان اینکه شیوه عرضه خودرو در بورس روش مناسبی نیست و روش‌های مناسب‌تری وجود دارد، می‌گوید: چرا متولیان امر روی توزیع متمرکز هستند و به دنبال حذف فروش رانته‌ای و پارانته‌ای نیستند و چرا باید اختلاف قیمت بین کارخانه و بازار وجود داشته باشد.

حسن کریمی‌سنجری، ادامه داد: اختلاف قیمت موجب شده متقاضی غیرواقعی برای این کالا ایجاد شود. به گفته حسن کریمی‌سنجری برای مدیریت بازار باید روی تولید، قیمت‌گذاری و مدیریت عرضه و تقاضا به نحوی عمل شود که تقاضای کاذب بازار حذف شود. اینکه عرضه یک کالا را در تنگنا قرار دهیم و بعد با همین استدلال بخواهیم آن را به عنوان کالای سرمایه‌ای در بورس عرضه کنیم.

این کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه اگر خودرو در بورس عرضه و قیمت‌گذاری شود دیگر محدودیت عرضه و تقاضا وجود ندارد و هر فردی به هر تعدادی که بخواهد می‌تواند خریداری کند، بیان می‌کند: این کار نه در دنیا تجربه شده و نه تجربه خوبی است. تا زمانی که سمت عرضه را تقویت نکنیم و تقاضاهای غیرواقعی بازار را با مدیریت صحیح حذف نکنیم به نتیجه نمی‌رسیم. او همچنین درباره اصرار خودروسازان برای عرضه خودرو در بورس اظهار می‌کند: اگر خودرو در بورس قیمت بخورد هر چند قیمت‌گذاری دستوری حذف می‌شود و براساس عرضه و تقاضا قیمت تعیین می‌شود و ممکن است خودروسازان از زبان خارج شود، اما مصرف‌کنندگان متضرر می‌شوند.

## نرخ تورم معیار جدید افزایش قیمت خودرو

رئیس شورای رقابت گفت خودروسازان اجازه افزایش قیمت خودسرانه را ندارد و صدور مجوز افزایش قیمت خودرو در بازه زمانی سه ماهه مشروط به افزایش نرخ تورم است.

به گزارش گروه اقتصادی خبرگزاری برنا، رضا شیوا رئیس شورای رقابت با بیان اینکه خودروسازان نمی‌توانند هر سه ماه یک بار خودسرانه قیمت محصولات خود را افزایش دهند، گفت: براساس مصوبات شورای رقابت اگر تورم بخشی نهاده‌های تولید صنعت خودرو که از طریق بانک مرکزی اعلام می‌شود، افزایش پیدا کند خودروسازان می‌توانند با ارائه درخواست به وزارت صمت حداکثر تا سقف نرخ تورم اعلام‌شده هر سه ماه یک بار افزایش قیمت داشته باشند. وی تاکید کرد: این دستورالعمل تا پایان سال هیچ تغییری نخواهد کرد و آخرین مجوز افزایش قیمت خودرو تا پایان سال است و خودروسازان اجازه افزایش قیمت مجدد را ندارد. رئیس شورای رقابت ادامه داد: به دلیل انحصاری بودن تولید خودرو در کشور، خودروسازان موظف هستند براساس دستورالعمل‌های شورای رقابت قیمت‌گذاری محصولات خود را انجام دهند.

## آمادگی سازمان‌های تاکسیرانی کشور برای ارائه سرویس مدارس از امروز

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های کشور گفت با بازگشایی مدارس از ۱۵ شهریور، همراه با سیاست‌های وزارت آموزش و پرورش در شهرهای مختلف درخصوص چگونگی فعالیت مدارس، سازمان‌های تاکسیرانی در سراسر کشور جهت جابه‌جایی دانش‌آموزان، آماده ارائه سرویس مدارس به والدین متقاضی هستند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، مرتضی ضامنی مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری کشور و مدیر سامانه ملی پایش حمل و نقل دانش‌آموزی «سپند» با تبریک آغاز سال تحصیلی جدید اظهار داشت: با توجه به بازگشایی مدارس از ۱۵ شهریور، سازمان‌های تاکسیرانی و حمل و نقل سراسر کشور با برنامه‌ریزی‌های صورت داده شده جهت جابه‌جایی دانش‌آموزان، آماده ارائه سرویس مدارس به خانواده‌های متقاضی هستند.

مدیر سامانه ملی پایش حمل و نقل دانش‌آموزی «سپند» افزود: برنامه‌ریزی و تمهیدات لازم درخصوص چگونگی فعالیت سرویس مدارس در قالب کار گروه ماده ۱۹ که متشکل از نمایندگان وزارت آموزش و پرورش، وزارت کشور، وزارت راه و شهرسازی و نیروی انتظامی است و در ادامه در کارگروه‌های ماده ۱۸ در هر شهر با حضور نمایندگان آموزش و پرورش، اولیا دانش‌آموزان و شهرداری‌های صورت گرفته است. وی درخصوص آخرین آمار ثبت‌نام سرویس مدارس گفت: یک تکلیف قانونی در بحث سرویس مدارس در بخش مدیریت شهری داریم و باید در تاریخ مشخص شرکت‌های واجد شرایط را به آموزش و پرورش معرفی کنیم تا بتوانند نسبت به عقد قرارداد اقدام کنند. پس از اعلام فراخوان، ۱۶۵۴ شرکت در حوزه سرویس مدارس اعلام آمادگی کرده‌اند، که از این تعداد ۱۰۵۹ شرکت توسط شهرداری‌ها مورد تایید قرار گرفتند. مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری کشور ادامه داد: ۵۵ هزار راننده از طریق سامانه سپند برای فعالیت در حوزه سرویس مدارس نام‌نویسی کرده‌اند و صلاحیت این افراد در دو بخش هویتی و خودرویی مورد بررسی قرار گرفته و توسط شهرداری‌ها به تایید رسیده است. وی در پاسخ به سؤالی درخصوص ضمانت اجرایی رعایت پروتکل‌ها توسط رانندگان سرویس مدارس تشریح کرد: در حوزه حمل و نقل عمومی وزارت بهداشت پروتکل‌هایی را ابلاغ کرده است، که این ابلاغیه‌ها در حوزه سرویس مدارس نیز رعایت خواهد شد، ما در این زمینه کاملاً تابع مصوبات ستاد ملی کرونا و وزارت بهداشت هستیم تا بتوانیم با رعایت کامل موارد بهداشتی مانع از شیوع ویروس کرونا در این بخش باشیم. مواردی که باید رعایت شود از طریق شهرداری‌ها به رانندگان اعلام شده و در ادامه با ارائه کارهای آموزشی و پیامکی به رانندگان تاکید خواهد شد.

ضمانی درخصوص نظارت بر استفاده از ماسک توسط دانش‌آموزان و رانندگان گفت: استفاده از ماسک، دستکش و مواد ضدعفونی مستمراً خودرو از الزاماتی است که حتماً باید انجام شود و در حوزه سرویس مدرسه نیز باید انجام شود و دانش‌آموزان نیز در طول سفر موظف به استفاده از ماسک هستند.



سایماندهی عرضه و تقاضا، قیمت پایه و عرضه در بورس در آن مطرح است.

با این حال بار دیگر علی موسوی گفته است: من به همراه یک تیم اقتصادی طرح خودرودار کردن خانواده‌های نیازمند بدون خودرو را مورد بررسی قرار دادم و تدوین کردم و پیش از این هم اعلام کردیم که این طرح برای دولت و همچنین خانوارها بار مالی نخواهد داشت. ما سعی کردیم سازوکار شفاف و روشنی را طراحی کنیم و استفاده از سهام عدالت را به عنوان سازوکار تامین مالی پیش‌بینی کردیم.

وی با بیان اینکه خانوارهای دهک‌های پایین و آسیب‌پذیر با اولویت خانوارهای تحت پوشش نهادهای حمایتی در این طرح مورد توجه قرار گرفتند، گفت: ما سعی خواهیم کرد با بخشی از سهام عدالت این خانوارها خودرودار شوند بدون آنکه هزینه چندانی برای آنها داشته باشد و از سویی افزایش سرمایه‌ای هم برای خودروسازان در پی خواهد داشت که بتواند تولید جدید با تیراژ بالا داشته باشند.

سیدعلی موسوی اظهار کرد: در طرح خودرودار کردن خانواده‌های نیازمند پیش‌بینی شده که برای هر خانوار پنج دهک پایین که جزو خانواده‌های نیازمند و آسیب‌پذیر هستند یک خودرو در نظر گرفته شود. وی درباره منبع تامین مالی این طرح نیز گفت: ما سازوکاری را طراحی کرده‌ایم که این کار به راحتی و بدون هزینه برای دولت انجام شود و ان‌شاءالله به زودی جزئیات این طرح و سازوکار تامین مالی آن را اعلام خواهیم کرد.

اما پس از این، خبر تکذیب عرضه خودرو رایگان منتشر شد.

علی جدی، نایب رئیس دوم کمیسیون صنایع و معادن مجلس طرح عرضه رایگان خودرو را رد کرد و گفت: من مصاحبه آقای موسوی را خواندم اما چنین طرحی در کمیسیون مطرح نشده است. در سه هفته گذشته نمایندگان مجلس در حوزه بوده‌اند.

وی افزود: در طرحی که برای خودرو مطرح شده و ظرف دو هفته آینده جزئیات آن مشخص می‌شود، موضوعاتی از قبیل عرضه خودرو،

علی موسوی گفت من به همراه یک تیم اقتصادی طرح خودرودار کردن خانواده‌های نیازمند بدون خودرو را مورد بررسی قرار دادم و تدوین کردم.

حاشیه‌های سهام عدالت تمام شدنی نیست. پس از حواشی ناشی از فروش وجه سهام عدالت و گلایه متعدد مردم از عدم دریافت یا دریافت با تاخیر سهام عدالت، این بار اعلام شده که برخی نمایندگان مجلس به دنبال طرحی هستند که اقشار ضعیف جامعه با سهام عدالت خود صاحب خودرو شوند.

خودرو رایگان را نخستین بار یکی از نماینده‌های مجلس چند وقت پیش مطرح کرد.

پنجشنبه ششم شهریورماه امسال، یک عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از تدوین طرحی برای خودرودار کردن خانواده‌های نیازمند خبر داد و گفت که در این طرح تامین خودرو برای هر خانوار پنج دهک پایین پیش‌بینی شده است.

## توسعه ناوگان حمل‌ونقل بار و مسافر نیازمند یک استراتژی درازمدت است

گسترده زمینی، حمل‌ونقل کشور به عنوان یکی از مزایا در شرایط تحریم‌ها است که تحقق برنامه‌ها با این ناوگان فرسوده میسر نخواهد شد. وی تاکید کرد: مسئولان می‌بایست توجه بیشتری به موضوع ساخت خودروهای موردنیاز، به روز و با مزیت و همچنین مدیریت حمل بار و مسافر داشته باشند.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با اشاره به بازدید این کمیسیون از ایران خودرو درخصوص وضعیت تولید خودروهای سواری در دو خودروساز بزرگ کشور گفت: شرکت ایران خودرو در تیریز طی بهار سال جاری اقدام به رونمایی مدل‌هایی از موتور دیزل و تولید آن کرده است که از میزان کارایی این محصول در عمل و توانایی تولید انبوه آن اطلاعی ندارم و درخصوص شرکت سایپا نیز بسیاری از قطعات یدکی از کشور چین وارد می‌شود.

دهقانی درخصوص نوسازی ناوگان جاده‌ای با توجه به اینکه انجمن صنفی کالا به این قائل هستند که واردات به صرفه‌تر و ارزان‌تر از تولید داخل تمام می‌شود، گفت: با توجه به قرارگیری کشور در شرایط تحریمی از سوی کشورهای زورگو به ویژه آمریکا، مسئولان می‌بایست از عمق جان خود این موضوع را که طراحی سناریوی خودروسازی

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی به بیان وضعیت ناوگان اتوبوسرانی و حمل‌ونقل جاده‌ای و چالش‌ها و راهکارهای موجود پرداخت.

الله‌وردی دهقانی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، درخصوص وضعیت ناوگان اتوبوسرانی و حمل‌ونقل جاده‌ای اظهار داشت: ناوگان حمل‌ونقلی در وضعیت مناسبی قرار ندارد و زیرا پیشرفت در این حوزه نیازمند یک استراتژی درازمدت است که متاسفانه به فراموشی سپرده شده است.

وی افزود: طی صحبت‌های انجام‌شده با خودروسازان مشخص گردید که هیچ برنامه منسجم و مدونی برای تولید و نوسازی این ناوگان وجود ندارد که شرایط نگران‌کننده‌ای را ایجاد نموده است.

نماینده مردم ورزقان در مجلس شورای اسلامی گفت: خودروهای تولیدی در این حوزه، بیشتر مونتاژی از خودروهای چینی و سایر کشورها هستند که تغییر این شرایط می‌بایست مورد توجه خودروسازان و مسئولان ترافیک شهرها، جاده‌ها و حمل و نقل کالا قرار بگیرد.

دهقانی ضمن اشاره به لزوم برقراری شرایط ایمنی جاده‌ها و حفظ جان مسافران بیان کرد: با توجه به تحمیل تحریم‌ها و وجود مرزهای

## افزایش ۱۵ درصدی مصرف CNG در راستای طرح دوگانه‌سوز کردن خودروهای عمومی

یابد. وی درباره تعداد خودروهایی که تاکنون دوگانه‌سوز شده‌اند، بیان کرد: آمار دقیقی از میزان خودروهایی که در این طرح شرکت کردند در دست نیست و تا پایان شهریور این آمار مشخص خواهد شد. رئیس هیات مدیره انجمن صنفی CNG و صنایع وابسته در پاسخ به این سوال مبنی بر اینکه این طرح چه زمانی در مورد مسافربرای شخصی اعمال خواهد شد، گفت: اولویت این طرح با خودروهای عمومی بوده که پس اجرای کامل آن برای مسافربرای شخصی نیز اعمال خواهد شد. ضمن اینکه این طرح برای یک میلیون و ۵۰۰ دستگاه خودرو برنامه‌ریزی

رئیس هیات مدیره انجمن صنفی CNG و صنایع وابسته از افزایش ۱۰ الی ۱۵ درصدی مصرف CNG خبر داد. اردشیر دادرس در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: دوگانه‌سوز کردن خودروهای عمومی طرح بسیار خوبی بوده و تاثیر مستقیم بسیاری بر شدت مصرف بنزین خواهد داشت، اما به دلیل اینکه این طرح از اردیبهشت ماه آغاز شده اثرات مستقیم آن را باید در شش ماه دوم سال بررسی کرد. همچنین این طرح موجب شده که مصرف سی ان جی از میزان ۲۱ میلیون متر مکعب در روز حدود ۱۰ الی ۱۵ درصد افزایش



## ایلان ماسک به سومین فرد

اسپیس ایکس دانست که با افزایش ارزش سهام برندگان جوایز تحصیلی بنیاد ملی نخبگان، برگزیدگان المپیادهای هفتگانه که در کشور برگزار می‌شود، دانست و خاطرنشان کرد: خوشبختانه آمار خروج در سال‌های اخیر رو به کاهش و قابل قبولی است. رئیس بنیاد ملی نخبگان بیشترین آمار خروج از کشور را مربوط به رشته‌های مهندسی و علوم پایه عنوان کرد و یادآور شد: با تحولی که در توسعه اقتصاد دانش‌بنیان رخ داد در سال‌های اخیر و تاکید بنیاد ملی نخبگان بر اجرای سیاست‌های بازگشت، موجب کاهش خروج نخبگان از کشور شده است. وی با

به قلم: استان اسکردور / خبرنگار - مترجم: امیر آل‌علی: اگر بخواهیم امسال را برای فردی بیش از حد درخشان تصور نماییم، بدون شک ایلان ماسک گزینه کاملاً شایسته‌ای خواهد بود. براساس آخرین آمارها وی موفق شده است تا پس از کسب جایگاه چهارم ثروتمندترین افراد جهان، اکنون یک پله صعود کرده و مارک زاکربرگ را به رتبه پایین‌تر سوق داده است. در این رابطه دلیل اصلی را باید موفقیت‌های فوق‌العاده دو برند تسلا و

## رصد جامعه ۷۰ هزار نفری نخبگان

حوزه نخبگانی، از سوی بنیاد ملی نخبگان هر ساله آمارهای مرتبط با جامعه تحت پوشش ارائه می‌دهد.

بنیاد ملی نخبگان از سوی بنیاد ملی نخبگان هر ساله آمارهای مرتبط با جامعه تحت پوشش ارائه می‌دهد. بنیاد ملی نخبگان از سوی بنیاد ملی نخبگان هر ساله آمارهای مرتبط با جامعه تحت پوشش ارائه می‌دهد. بنیاد ملی نخبگان از سوی بنیاد ملی نخبگان هر ساله آمارهای مرتبط با جامعه تحت پوشش ارائه می‌دهد.



بنیاد ملی نخبگان از سوی بنیاد ملی نخبگان هر ساله آمارهای مرتبط با جامعه تحت پوشش ارائه می‌دهد. بنیاد ملی نخبگان از سوی بنیاد ملی نخبگان هر ساله آمارهای مرتبط با جامعه تحت پوشش ارائه می‌دهد.

بیشترین میزان بازگشت و خروج نخبگان در رشته مهندسی است معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه در بنیاد ملی نخبگان جامعه ۷۰ هزار نفری از نخبگان مورد رصد و مطالعه ما قرار گرفته است، گفت براساس مطالعات جامع انجام شده بیشترین تعداد بازگشت و خروج نخبگان مربوط به دانشجویان رشته‌های مهندسی و علوم پایه می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به نقل از ایسنا، سوزنا ستاری در حاشیه یکصد و سی‌ونهمین ستاد شورای راهبری اجرای نقشه جامع علمی کشور در جمع خبرنگاران با اشاره به انتشار سالنامه مهاجرت، افزود: این سالنامه براساس آمارهای جهانی در حوزه مهاجرت و پناهنجویی از ایران به سایر کشورها و مهاجرت و پناهنجویی از کشورها مهاجرفرست به ایران تدوین شده است. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری تهیه این سالنامه را حاصل مطالعات جامع دانست که کلیه اطلاعات مرتبط با ایرانیان در کشورهای اخیر به تفکیک سال مورد بررسی قرار گرفته است و اظهار کرد: علاوه بر آن در

## شیوه‌های نوین به یاری رمزنگاری ایمن آمد

ارائه راهکارهای مطمئن برای تأمین امنیت اطلاعات، ارتباطات و تبادلات الکترونیکی یکی از نیازهایی است که این روزها با توسعه فناوری‌های ارتباطی به یکی از دغدغه‌های مهم امنیتی در کشور بدل شده است. این نیاز توسط یک شرکت دانش‌بنیان تأمین شد.

بارها در اخبار شنیده و خوانده‌ایم از درز اطلاعات هویتی یا مالی کاربران شبکه‌ها و خدمات مبتنی بر فناوری‌های ارتباطات و تبادلات الکترونیکی. موضوعی که باعث بروز خسارات جبران‌ناپذیری برای آنها می‌شود، اما پیدا کردن راهی برای پیشگیری از تکرار این نوع اتفاقات به ابزارهایی نیاز دارد پیچیده و مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته؛ ابزارهایی که توسط یک شرکت دانش‌بنیان، بومی‌سازی و تولید شده است.



### دریچه

## رمزنگاری پیام‌ها

در ذهن استفاده کنیم. آن وقت چیزی که به دست می‌آوریم پردازش اطلاعات یا عملیات ذهنی است. روانشناسان شناختی معتقدند نحوه بازنمایی ما از دنیا و نوع عملیاتی که روی آنها انجام می‌دهیم تعیین‌کننده تفاوت رفتار انسان‌هاست. تفاوت نحوه بازنمایی دو هنرمند ایرانی و ایتالیایی را از دنیای خود نشان می‌دهد. توجه به دو مفهوم بازنمایی و پردازش فقط مختص روانشناسان نیست. متخصصان هوش مصنوعی هم تلاش‌های فراوانی برای توصیف و بررسی این مفاهیم انجام داده‌اند. حتی می‌توان گفت تعاریف رایج درباره این مفاهیم در حوزه علوم شناختی برگرفته از مطالعات این دانشمندان است. به خصوص مطالعاتی که توسط شانون

در قالب نظریه پردازش خبر صورت گرفته است. نظریه پردازش خبر که شاخه‌ای از ریاضیات کاربردی است اساساً برای بهبود سامانه‌های ارتباطی مطرح شد، اما بعدها همچون یک استعاره یا زبان رایج در حوزه‌های مختلف علوم شناختی به کار گرفته شد.

براساس این مدل در هر نظام یا سامانه ارتباطی، چند مؤلفه اصلی وجود دارد که عبارتند از منبع پیام، انتقال‌دهنده پیام و گیرنده پیام. نکته بسیار مهمی که در این مدل وجود دارد رمزگردانی و رمزگشایی پیام‌هاست. در مرحله نخست فرآیند ارتباط، پیام‌ها تبدیل به رمز یا نمادهایی می‌شوند که انتقال‌دهنده یا ماشین، قابلیت فهم و پردازش آنها را دارد. به بیان دیگر، پیام‌ها باید به صورتی که برای سامانه قابل فهم باشند، بازنمایی شوند. برای مثال در رایانه‌های امروزی پیام‌ها یا اطلاعات ورودی

به رمزی رقمی تبدیل می‌شوند. وقتی اطلاعاتی مثل یک تصویر یا متن به رمزی رقمی تبدیل شد رایانه می‌تواند آنها را بشناسد و روی آن عملیات محاسباتی انجام دهد. بعد از اینکه محاسبه انجام شد در مرحله پایانی عملیات، رمزگشایی صورت می‌گیرد. بازنمایی و پردازش برای متخصصان علوم اعصاب هم جذاب است. مغز انسان را در عالم تمثیل می‌توان همچون یک رایانه یا ماشین پردازشگر خبر توصیف کرد. گیرنده‌های حسی مغز انسان، همانند اطلاعات ورودی رایانه، پیام‌های مختلفی را از جهان دریافت می‌کنند. جنس این پیام‌ها از انرژی‌های مختلف است، انرژی الکترومغناطیسی، انرژی مکانیکی و موارد دیگر که به صورت نور، صدا، فشار تجربه می‌شوند اما همه این انرژی‌ها تبدیل به رمزی قابل فهم برای مغز می‌شوند که عبارتند از: تغییر بار الکتریکی دو طرف غشاء و پتانسیل عمل. مغز، تنها این رمز را می‌شناسد و عملیاتش را روی آن انجام می‌دهد و پس از پایان عملیات، آن را دوباره از حالت رمز درمی‌آورد.

جواد حاتمى / عضو هیأت علمی دانشگاه تهران: زنی در شهر کوچکی زندگی می‌کند او با اینکه هنوز از همسر اول خود جدا نشده است ۲۰ بار مراسم ازدواج داشته است. چگونه چنین چیزی ممکن است؟ دانشجویی که حوصله شستن جوراب‌هایش را به طور مرتب ندارد به طور یکجا ۹۴ جفت جوراب خریده است و یکی یکی از آنها استفاده می‌کند. بعد همه آنها را با هم داخل ماشین لباسشویی قرار می‌دهد و همه را یکجا می‌شوید. مشکل او صبح روز بعد است که می‌خواهد از بین جوراب‌های درهم ریخته یک جفت جوراب جور را انتخاب کند. سریع‌ترین روش برای جفت کردن همه لنگه جوراب‌ها چیست؟

آیا جواب دو سؤال مطرح شده را پیدا کرده‌اید؟ کلید پاسخ معمای اول در نحوه بازنمایی کلمه ازدواج در ذهن شما است. بسیاری از افراد وقتی به عبارت مراسم ازدواج داشته است فکر می‌کنند، این تصور در ذهن‌شان نقش می‌بندد که فرد موردنظر ما خودش ازدواج کرده است درحالی که داشتن مراسم ازدواج)مانند اجرای خطبه عقد) می‌تواند به معنای برگزاری مراسم ازدواج برای دیگری باشد. به عبارت دیگر اگر شما مسئله را درست بازنمایی می‌کردید راه حل درستی به دست می‌آوردید.

اما مسأله دوم برای حل مسأله دوم یک شیوه مرسوم این است که یک لنگه جوراب را بیرون بیاورید و بعد سایر لنگه‌ها را یکی یکی با لنگه جوراب اول مقایسه کنید. اگر به جفت آن رسیدید آن را کنار بگذارید و اگر نرسیدید لنگه نامناسب را برگردانید و مورد دیگری را بیرون آورید و به همین ترتیب ادامه دهید. با این

روش دانشجویی ما به جواب جور می‌رسد، اما نه با بیشترین سرعت و کمترین انرژی. برای بالابردن بهره‌وری، دانشجوی موردنظر ما باید الگوریتم جست‌وجوی خود را تغییر دهد. او می‌تواند بعد از اینکه لنگه اول را بیرون می‌آورد سراغ لنگه‌های بعدی برود. بهتر است هر بار که لنگه‌ای را بیرون می‌آورد، ابتدا ببیند آیا با لنگه قبلی جور است یا خیر. اگر جور بود که چه بهتر، اما اگر جور نبود آن را برگرداند، بلکه با کمی فاصله در کنار لنگه قبلی قرار دهد. سپس لنگه سوم را بردارد و با دو لنگه قبلی مقایسه کند و به همین ترتیب ادامه دهد. با این روش در حداکثر سرعت جوراب‌ها جور می‌شوند.

حالا که مشکل دانشجویی ما حل شد نوبت آن است که ما هم برداشت خودمان را از این مثال روشن کنیم. بیابید به جای واژه الگوریتم از واژه معادلی مثل پردازش یا عملیات استفاده کنیم و به جای اینکه از این نوع عملیات یا پردازش برای جست‌وجوی جوراب‌ها استفاده کنیم از آنها برای جست‌وجوی اطلاعات یا حل مسئله مربوطه



## سرمایه طرح‌های نوآورانه با مشارکت سه جزئی تأمین می‌شود

طرح‌های نوآورانه، خلاق، دانش‌بنیان و استارت‌آپی اجرایی کرده است. یکی از مدل‌های سرمایه‌گذاری انجام گرفته توسط صندوق نوآوری و شکوفایی، مدل هم‌سرمایه‌گذاری است که به شکل بسیار کارآمدی، اجرا

شده است. زمانی که بانک، تسهیلات بانکی اعطا می‌کند، بازگشت اصل و سود بانکی باید تضمین شده باشد و بعضاً سود زیادی نیز بر اصل وام، تحمیل می‌شود. در مدل هم‌سرمایه‌گذاری، بسیاری از این مشکلات برطرف شده است و با توجه به اینکه سرمایه‌گذاری از طریق عاملین سرمایه‌گذاری صورت می‌گیرد، صندوق نوآوری و شکوفایی نیز از آسیب‌های بنگاهداری مصون می‌ماند. در مدل هم‌سرمایه‌گذاری، صندوق نوآوری و شکوفایی به اتکالی یک سرمایه‌گذار حرفه‌ای در یک طرح نوآورانه، سرمایه‌گذاری می‌کند. این سرمایه‌گذار حرفه‌ای، عامل سرمایه‌گذاری

نام دارد. عاملین صندوق نوآوری و شکوفایی، دهه‌ها صندوق مختلف در کشور هستند که طرح‌های مناسب را به صندوق نوآوری و شکوفایی پیشنهاد می‌دهند و با در طرح‌های صندوق مشارکت می‌کنند.

یکی از روش‌های توسعه سرمایه‌گذاری در پروژه‌های عرضه شده توسط شرکت‌های دانش‌بنیان، روش مشارکت سه جزئی است. براساس این مدل سرمایه‌گذاری، علاوه بر صندوق نوآوری و شکوفایی، شتابدهنده، مرکز

رشد و یا یک پژوهش‌کننده فعال در زیست‌بوم نوآوری کشور نیز امکان مشارکت در طرح سرمایه‌گذاری را پیدا می‌کند. با توجه به اینکه استارت‌آپ‌ها و طرح‌های نوآورانه عرضه شده توسط شرکت‌های دانش‌بنیان، از ریسک تجاری بالایی برخوردار هستند، اخذ وام بانکی برای تجاری‌سازی این طرح‌ها چندان روش مناسبی به نظر نمی‌رسد. بر این اساس، معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری تلاش کرده است تا با جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد یک شبکه گسترده از صندوق‌های سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری و نوآوری در سراسر کشور، جایگزینی مطمئن برای سیستم تسهیلات بانکی فراهم کند. صندوق نوآوری و شکوفایی به عنوان همکار مالی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در زیست‌بوم نوآوری کشور، طرح‌های مختلفی را برای سرمایه‌گذاری در





## حمایت هوشمند از بازار سرمایه به معنای تزریق نقدینگی نیست

عضو شورای عالی بورس با تاکید بر اینکه از نظر حجم معاملات می‌توان گفت بازار به روال قبلی خود برگشته است، گفت امروز در دو ساعت اول بازار، حجم معاملات به ۲۱ هزار میلیارد تومان رسید که روند خوبی بوده است. به گزارش سنا، سعید اسلامی درباره حمایت هوشمند از بازار سرمایه اظهار داشت: حمایت هوشمند نه به معنای تزریق نقدینگی بلکه به معنای حمایت از سیاست‌گذاری‌هاست. وی ادامه داد: هر چقدر نقدینگی بیشتری به بازار سرمایه تزریق شود این بازار نیاز به حمایت بیشتری پیدا می‌کند و منظور از حمایت هوشمند، حمایت از سیاست‌گذاری‌ها و ساز و کارهای بازار آزاد و رفع محدودیت‌ها است.



### یادداشت

## گفتنی‌های ایران در میان تولیدکنندگان علم جهان

بار در رتبه نخست جهان قرار گرفت که به سال‌ها برتری آمریکا در تعداد منتشرات علمی پایان داد. آمریکایی‌ها در سال ۲۰۱۸، ۶۹۹ هزار اثر علمی منتشر کرده بودند که در سال ۲۰۱۹ با کاهش ۲۱ هزار اثر علمی همراه بوده است. در مقابل چین، رشد خیره‌کننده ۷۹ هزار اثر علمی را داشت که ۱۳ درصد رشد در سال ۲۰۱۹ را نسبت به ۶۰۵ هزار اثر علمی منتشر شده در سال ۲۰۱۸ نشان می‌دهد. رشد ۱۳ درصدی در این تعداد از منتشرات علمی کم‌سابقه و بسیار دشوار است. ایران در میان ۱۰ کشور برتر تولیدکننده علوم زیستی و حوزه انرژی مستندات سال ۲۰۱۹ حکایت از جایگاه مطلوب ایران در تولیدات علمی حوزه انرژی و مهندسی زیستی دارد. ایران با انتشار ۴۳۸۹ مقاله در حوزه انرژی جایگاه دهم این حوزه و جایگاه هشتم مهندسی زیستی را با انتشار ۸۸۲ مقاله از آن خود کرده است. منتشرات علمی در حوزه هوافضا به میزان ۵۶۵ مقاله و ۱۶۲۰۹ مقاله مهندسی، جایگاه ۱۲ را در این حوزه‌ها نصیب ایران کرده است. ایران در تولیدات علمی حوزه علوم کامپیوتر، با انتشار بیش از ۷۰۳۴ مقاله در سال ۲۰۱۹ رتبه ۱۷، در مهندسی شیمی با ۵۱۰۴ مقاله در جایگاه ۱۱ قرار گرفته است. دانشمندان ایرانی همچنین با انتشار ۲۹۱۴ مقاله علوم اجتماعی به رتبه ۳۱ این حوزه و با انتشار ۱۳۲۲ مقاله در جایگاه ۲۱ جهانی در حوزه کسب و کار و مدیریت قرار گرفتند. روند پرشتاب کشورها در رسیدن گوی سبقت از یکدیگر، پیشرفت‌های روزافزون دانش و فناوری، رقابت را در میدان تولید علم و فناوری بیش از پیش دشوار کرده است؛ این واقعیت، بیان‌کننده مسیر دشوار دانشمندان ایرانی در ارتقای جایگاه علمی خود آن هم در شرایط تحریم‌ها و محدودیت‌ها است. ایران در مسیری قرار دارد که بسیار دشوار است اما در این مسیر به مدد خلاقیت و انگیزه نیروی انسانی جوان خود شتابان و با امید به نتایج امیدوارکننده به جلو پیش می‌رود.

چندی پیش ایران براساس یک گزارش بین‌المللی، در میان ۱۵ کشوری جای گرفت که بیشترین میزان تولیدات علم را به خود اختصاص داده‌اند؛ اتفاقی که بی‌سابقه بود و در نوع خود منحصر به فرد. این واقعیت نشان داد دانشمندان ایرانی پرشتاب در تولید علم پیش گرفته‌اند و حرف‌های زیادی برای گفتن دارند.

واقعیت‌های پیشرفت یک کشور نسبت به دیگر کشورها به مؤلفه‌ها و واقعیت‌ها گوناگونی بستگی دارد. دورانی بود که ملاک و معیار پیشرفت و توسعه‌یافتگی یک کشور را از دود کارخانه‌ها و تعداد صنایع سنگینش می‌سنجیدند. امروز اما توسعه ابعادی بسیار کوچک و در ابعاد نانومتری یافته، سرعت این پیشرفت نیز از به وسعت درنوردیدن مرزهای ارتباط در کسری از ثانیه رسیده است. ریشه پیشرفت‌های فزاینده و تگ‌تر شدن عرصه رقابت کشورها را می‌توان در واژه «تولید علم» دریافت.

اما ایران چه سهمی را از کارزار تولید علم در جهان دارد؟ به استناد آمارهای بین‌المللی این میزان نسبت به گذشته پیشرفت قابل توجهی داشته است. چندی پیش، آخرین داده‌های پایگاه استنادی اسکوپوس در ۲۰۱۹ که پایگاه SCIMAGO آن را منتشر کرده است، آمار تازه‌ای از وضعیت ایران در میان تولیدکنندگان علم ارائه کرد. این پایگاه که مقاله‌ها، مجله‌ها، کتاب‌ها، کنفرانس‌های معتبر علمی در سراسر جهان را نمایه می‌کند، بیان کرد رتبه ایران در تعداد منتشرات علمی جهان را یک پله بهبود در جایگاه پانزدهم جهان قرار گرفته است. جایگاهی که بالاترین رتبه کشور تاکنون به حساب می‌آید.

ایرانیان در ۲۰۱۹ جمعاً ۶۷۷۴۴ اثر علمی منتشر کردند که در مقایسه با ۵۹۹۱۱ اثر منتشر شده در سال ۲۰۱۸، ۱۳ درصد افزایش یافته است. این جایگاه تازه نشان می‌دهد نسبت به سال گذشته ۷۸۴۴ اثر بیشتر منتشر شده است.

کشور چین نیز با انتشار ۶۴۸ هزار اثر علمی در مقایسه با ۶۷۸ هزار اثر علمی منتشرشده توسط آمریکایی‌ها در سال ۲۰۱۹، برای اولین

توسعه اشتغال

## صنایع روستادوست با ایده‌های دانش‌بنیانی همراه می‌شود

حاصل این معضل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی راهکارهای گوناگونی دارد که شاید یکی از آنها بهره بردن از ایده‌های خلاق و نوآورانه‌ای باشد که بتواند مسیری درست برای نگره داشتن یا بازگرداندن روستاییان در مناطق بومی باشد. همین موضوع دغدغه‌ای شد برای کمیته امداد امام خمینی و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تا با برگزاری «رویداد ملی صنایع روستادوست» زمینه توسعه اشتغال در مناطق روستایی را فراهم کنند. دانش‌بنیان‌ها، مخترعان، صاحبان ایده، صنعتگران و کارآفرینان هم دعوت هستند تا با شرکت در این رویداد، ایده‌های خود را عرضه کنند. علاقه‌مندان تا ۲۵ مهرماه فرصت دارند در این رویداد فناورانه ثبت نام کنند.

رویدادی برای روستاییان و شناسایی فرصت‌های جدید و نوآورانه اشتغال در مناطق روستایی. تقویت بهره‌وری در تولید و توسعه اشتغال در این مناطق و حمایت از مخترعان و صاحبان ایده‌های صنعتی نوآورانه، بهانه‌ای شد برای معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تا از برگزاری این رویداد حمایت کند.

سال‌ها است که مهاجرت روستاییان به شهرهای بزرگ به یکی از اتفاقات تلخ کشور تبدیل شده است. زمین‌های کشاورزی که فروخته می‌شوند و روستاییانی که بار سفر می‌بندند و برای داشتن زندگی بهتر و درآمدی بیشتر روانه شهرها می‌شوند. این مهاجرت‌ها نتیجه نبود اشتغال و حمایت‌های مادی از روستاییان است.

## ثروت‌مندان جهان تبدیل شد

درصدی تنها در یک سال دارد. حال باید دید که این شخصیت جنجالی تا چه حد می‌تواند موفقیت‌های خود را تداوم بخشد. در واقع ممکن است اتفاقاتی خلاف پیش‌بینی‌ها نیز رخ دهد. نکته جالب دیگر این است که وی تا سال گذشته، حتی بین ۲۰ ثروتمند برتر جهان نیز جای نداشته است.

منبع: mashable.com

کسب‌وکارهای فوق‌العاده خوبی مواجه شده‌اند. در این ن سال است که دیگر فعالیت مدیریتی ندارد، بزوبس (موسس آمازون) دانست. پیش‌بینی‌ها پسند که تا سه سال آینده، رقابت آنها بسیار سلا فراتر از حد تصور بوده و بیاتر رشد ۵۰۰

## «امنیت» ارمان زیرساخت‌های شبکه شد

انعطاف لازم برخوردار نیستند. این فعال فناوری ادامه می‌دهد: براساس همین نیاز و با به یکارگیری ابزارهای تولید کد و برنامه‌های جانبی، علاوه بر ایجاد قابلیت‌های

لازم، نیازمندی‌های مدیریت متعدد بومی همانند داشبوردهای نظارت بر امنیت و تهیه گزارش‌های خاص منظوره فراهم می‌شود.

عباس‌نژاد، از نیاز مبرم سامانه‌های پادشده به خدمات طراحی، نصب، راه‌اندازی و توسعه گفت و ادامه داد: برای تأمین این نیاز کاربران، تعداد زیادی از متخصصین و دانش‌آموختگان داخلی در حوزه‌های سرویس‌های زیرساختی و شبکه، سرویس‌های امنیتی، سرویس‌های نظارتی و زیرساخت‌های احراز هویت مشغول به فعالیت هستند و هر ساله نیز

به تعدادشان افزوده می‌شود. تلاش کردیم علاوه بر توسعه دانش و فناوری این سامانه‌ها، توسعه دانش و تجربه را با استفاده از نیروی انسانی دانش‌آموخته و متخصص ادامه دهیم.

ویژگی‌های شگفت‌انگیز و منحصر به فرد فضای مجازی و شبکه‌های رایانه‌ای ارزنده با یک واژه منادار می‌شود: امنیت. زیرساخت‌های شبکه برای حفظ امنیت هويت کاربران‌شان باید از سازوکارهای امن بهره بگیرند و این کار توسط یک شرکت دانش‌بنیان داخلی محقق شده است.

شرکت دانش‌بنیان فن‌آور کپکشان دانا دو سامانه «مدیریت متمرکز هويت‌های دیجیتال و احراز هويت امن» و «زیرساخت متمرکز نظارت و امنیت بر نقاط انتهایی شبکه» بومی‌سازی شده‌اند.

عباس‌نژاد، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان با اشاره به اینکه دو سامانه یادشده، از تمامی قابلیت‌های موردنیاز کسب و کارهای داخلی برخوردار است، می‌افزاید: این سامانه‌ها به شکل بومی و

متناسب با نیاز سازمان‌ها طراحی و بهینه‌سازی می‌شوند. دو سرویس زیرساختی و پایه اولیه، تنها قادر به ارائه خدمات معین و مشخصی هستند و به دلیل بسته بودن منبع، امکان تغییر چندانی نداشته و از



## کیش در آستانه تحقق ایده شهر هوشمند

ایجاد فیبر نوری دریایی پشتیبان انجام شد که با مساعدت وی، این طرح در اولویت برنامه‌های شرکت ارتباطات زیرساخت کشور قرار گرفت و با اتمام این پروژه‌ها در بیستم شهریور این دو طرح زیرساختی به بهره‌برداری خواهد رسید.

وی درخصوص گام نخست عملیات اجرایی survey دریایی از جزیره کیش تا حد فاصل بنادر چارک - گرز، اظهار داشت: شرکت ارتباطات زیرساخت کشور با همکاری سازمان منطقه آزاد کیش اجرای پروژه فیبر نوری دریایی به طول تقریبی ۲۳ کیلومتر، انجام شده است.

مدیر فناوری و اطلاعات سازمان منطقه آزاد کیش با بیان اینکه گام دوم اجرای طرح با هدف توسعه شبکه فیبر نوری درون جزیره و به منظور ارتقای کمی و کیفی خدمات ارتباطی ثابت و سیار انجام شده است، افزود:

قرارداد مشارکت در احداث و بهره‌برداری از تونل ارتباطی کیش؛ به روش ساخت، بهره‌برداری و انتقال فی مابین این سازمان و شرکت فناپ تکام منعقد شد و هم‌اکنون به نتیجه رسیده است.



دو پروژه فیبر نوری جزیره کیش با هدف ایجاد زیرساخت‌های کیفیت‌بخشی به ارتباطات پایدار در کسب و کارها و تحقق ایده شهر هوشمند بیستم شهریورماه توسط رئیس جمهور افتتاح می‌شود.

به گزارش مهر، مدیر فناوری و اطلاعات سازمان منطقه آزاد کیش از افتتاح دو پروژه زیرساختی به منظور ایجاد شهر هوشمند، همچنین پیاده‌سازی شبکه ۵G در این منطقه آزاد خبر داد و گفت: دو پروژه زیرساختی فیبر نوری با هزینه‌ای بالغ بر یک هزار میلیارد ریال طی دو سال گذشته در دستور کار مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمان منطقه آزاد کیش قرار گرفت که خوشبختانه عملیات هر دو پروژه به اتمام رسیده است و به زودی شاهد افتتاح پروژه‌ها و آغاز خدمت‌رسانی به ساکنان و صنوف مختلف در این منطقه خواهیم بود.

امیر سوزاگران با اشاره بر لزوم اهمیت پایداری ارتباطات جزیره کیش با سرزمین اصلی اظهار داشت: مکاتبات و مذاکرات متعددی از سوی سازمان منطقه آزاد کیش با وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، مبنی بر ضرورت



## ایستگاه بازاریابی

## بحران تولید محتوا در بازاریابی

ترجمه: علی آل علی

امروزه مشتریان انتظارات بسیار زیادی از برندها در زمینه تعامل در فرآیند خرید دارند. اگر برند شما فقط به دنبال فروش بیشتر بدون کمترین تعاملی با مشتریان باشد، به احتمال زیاد به هدفش نخواهد رسید. تعامل با مشتریان به معنای طراحی کمپین‌های بازاریابی به صورت کلیشه‌ای نیست. شما نیازمند ارتباط با مشتریان در سطح عمیق و عاطفی نیز هستید.

برندهای بزرگ و موفق در زمینه تعامل با مشتریان حتی در صورت عدم بازاریابی برای مدت زمان طولانی باز هم از حمایت مشتریان برخوردار خواهند شد. دلیل این امر سطح بالای تعامل میان برندهای موردنظر با مشتریان است. امروزه رفتار مشتریان در زمینه خرید محصولات براساس احساساتشان صورت می‌گیرد بنابراین برندهای موفق در زمینه تاثیرگذاری عاطفی بر روی مخاطب هدف در زمینه بازاریابی و فروش کامیاب خواهند شد.

براساس گزارش موسسه واکر اینفو، مدیران ارشد کسب و کارها نیاز اصلی استارت‌آپ‌ها برای تعامل با مشتریان را شناسایی رفتار خریدشان توصیف کرده‌اند. این امر نیازمند گردآوری دامنه وسیعی از اطلاعات است بنابراین برندها در عمل مسیر بسیار دشواری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهند داشت.

بسیاری از برندها نسبت به وضعیت بازاریابی‌شان ارزیابی بیش از اندازه خوش‌بینانه‌ای دارند. دلیل این امر دشواری تولید محتوا در عرصه بازاریابی است بنابراین برخی از برندها با تولید محتوای متوسط دچار ارزیابی‌های آرمانی از وضعیت برندشان می‌شوند. امروزه واکنش مشتریان به محتوای بازاریابی همراه با پیچیدگی‌های بسیار زیادی است بنابراین تولید محتوای سطحی کمترین موفقیتی در زمینه جلب نظر آنها در پی ندارد. همین امر موجب بروز بحران تولید محتوا در صنعت بازاریابی شده است.

## بحران تولید محتوا

امروزه فضای آنلاین تنها کانال ارتباطی برندها با مشتریان است. اگر شما هنوز هم بر روی الگوهای سنتی بازاریابی سرمایه‌گذاری می‌کنید، بخش قابل توجهی از بودجه بازاریابی‌تان از بین خواهد رفت. سازگاری با الگوهای بازاریابی نوین کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این مسیر با مشکلات عمده‌ای مواجه هستند. نکته مهم در این میان ارزیابی رفتار و سلیقه مشتریان برای تولید محتوای بهتر است.

اگر برندها شناخت دقیقی از مشتریان نداشته باشند، امکان موفقیت در زمینه بازاریابی را نخواهند داشت. این امر در طول سال‌های اخیر معیار اصلی برای ایجاد تمایز میان برندهای موفق و شکست‌خورده بوده است.

## ایجاد تمایز با دیگر برندها

عملکرد متفاوت نسبت به دیگر برندها اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه محتوای بازاریابی بسیار زیادی در دسترس مشتریان قرار دارد بنابراین اگر کمپین برند ما شباهت بسیار زیادی به دیگران داشته باشد، موفقیت چندانی در انتظار ما نخواهد بود. اشتباه اصلی برخی از کارآفرینان و بازاریاب‌ها تلاش برای تقلید از کمپین‌های موفق دیگر برندهاست. این امر در صورت عدم توجه به شخصی‌سازی و ایجاد تفاوت در نمونه‌های اصلی موجب واکنش منفی و گسترده کاربران خواهد شد. همچنین احتمال پیگیری حقوقی دیگر برندها نیز وجود خواهد داشت.

تولید کمپین‌های بازاریابی متمایز با رقیب کار ساده‌ای نیست. مهمترین نکته در این میان انتخاب میان فعالیت بازاریابی فراوان با نتیجه اندک و طراحی کمپین‌های اندک اما تاثیرگذار است.

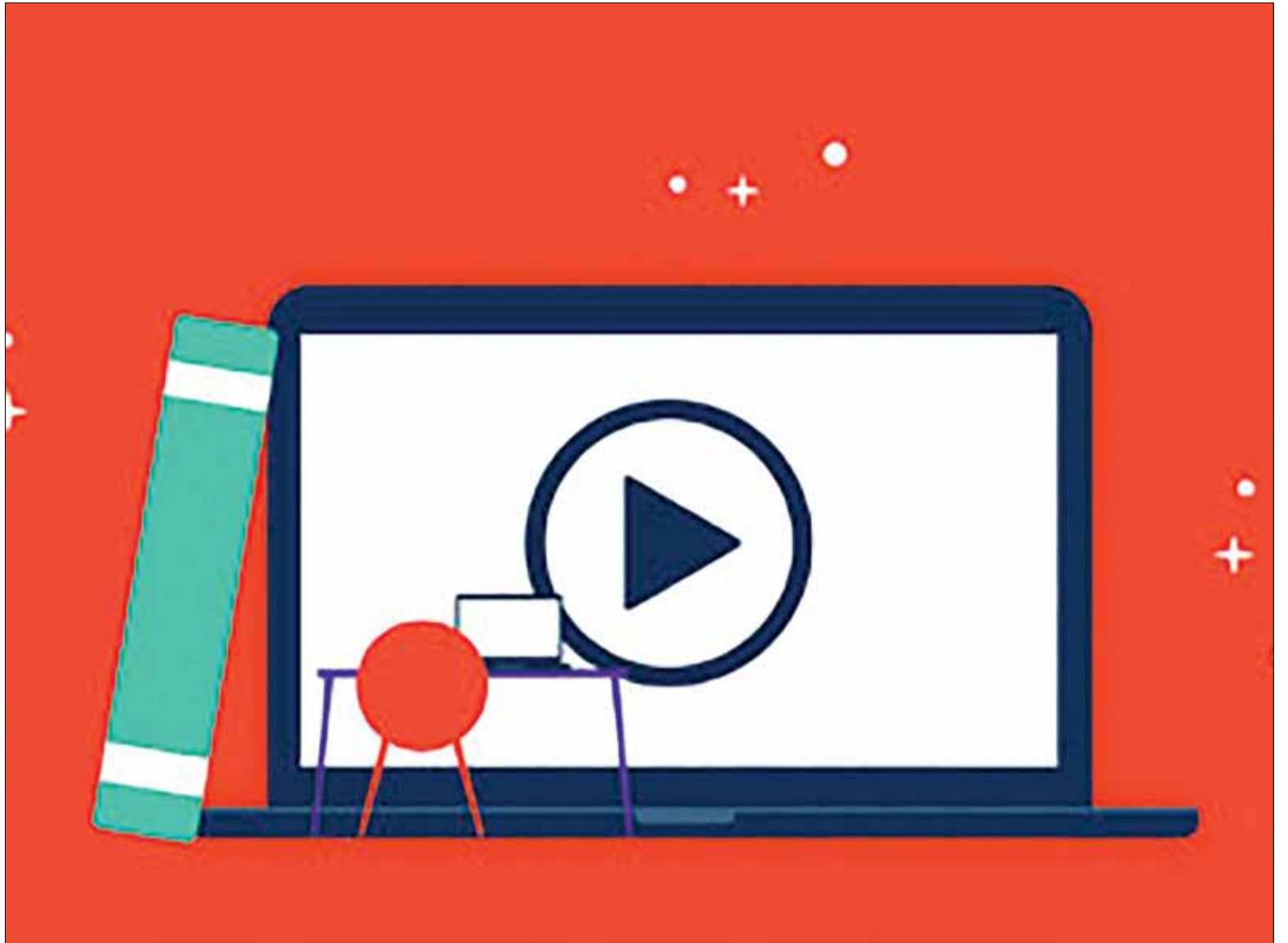
## تعامل عاطفی با مخاطب هدف

طراحی کمپین‌های بازاریابی برای تعامل عاطفی با مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب برندها در این بخش با مشکل مواجه هستند. اگر شما شناخت درستی از مشتریان‌تان داشته باشید، موفقیت در این عرصه بسیار ساده‌تر خواهد بود. گام بعدی گردآوری اطلاعات گسترده از مشتریان و تولید محتوا براساس آن است. شاید این امر بسیار ساده به نظر برسد، اما درست به همین دلیل اغلب برندها نسبت به جدک‌بست آن غفلت می‌کنند.

منبع: marketingprofs.com



## بازاریابی با طراحی ویدئوهای آموزشی



به قلم: گرگ بال کارشناس حوزه بازاریابی و مدیرعامل موسسه رسانه‌های بال  
ترجمه: علی آل علی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و دنیای دیجیتال چالش‌های خاص خود را دارد. بسیاری از برندها علی‌رغم سرمایه‌گذاری مناسب در این حوزه کمتر مورد توجه مخاطب هدف قرار می‌گیرند. امروزه یکی از راهکارهای مناسب برای جلب نظر مخاطب هدف به کمپین‌های بازاریابی تولید ویدئوهای آموزشی است. فعالیت هر کسب و کار در بازار به معنای تلاش برای حل یکی از مشکلات مشتریان است بنابراین تولید ویدئوهای آموزشی پیرامون نحوه استفاده از محصولات یا گفت‌وگو پیرامون دیگر مشکلات مشتریان ایده مناسبی خواهد بود. براساس گزارش موسسه Wyzowl، ۸۴ درصد از کاربران در شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با مشاهده تبلیغات ساده اقدام به مشاهده ویدئوهای آموزشی می‌کنند بنابراین انتخاب این حوزه در عمل مزیت‌های بسیار زیادی برای مشتریان به همراه خواهد داشت. استفاده از ویدئوهای آموزشی برای فروش هرچه بیشتر محصولات نیز ایده منطقی است. اغلب مشتریان پیش از خرید یک محصول اقدام به مقایسه گزینه‌های متعدد و انتخاب بهترین نمونه براساس اطلاعات در دسترس‌شان می‌کنند. اگر شما در قالب یک ویدئوی جذاب اقدام به توضیح ویژگی‌های محصولات‌تان نمایید، تجربه بسیار بهتری در زمینه فروش خواهید داشت. جلب توجه مخاطب هدف در بازه زمانی کوتاهی بدل به نوعی چالش دشوار برای برندها شده است بنابراین اگر شما موفقیت قابل توجهی در این زمینه کسب کنید، در رقابت با دیگران موفق‌تر عمل خواهید کرد. پیش از پرداختن به موضوع اصلی این مقاله پیرامون طراحی و تولید ویدئوهای آموزشی جذاب باید به معنای دقیق این الگوی از بازاریابی توجه داشته باشیم. بسیاری از بازاریاب‌ها و کارآفرینان در عمل حوزه‌های مختلف را با هم اشتباه می‌گیرند بنابراین در پایان اجرای کمپین امکان دستیابی نتایج دلخواه‌شان را نخواهند داشت.

## ویدئوهای آموزشی چه نوع محتوایی هستند؟

ویدئوهای آموزشی در ساده‌ترین معنا شامل محتوایی با محوریت بیان یا آموزش یک امر است. چنین ویدئوهایی اغلب نقش مکمل در فرآیند بازاریابی را دارند بنابراین استفاده از آنها در مقیاسی وسیع صورت می‌گیرد. اگر شما دارای محصولاتی تازه و نوآورانه هستید، استفاده از چنین الگویی بهترین راهکار برای بازاریابی بهینه خواهد بود. معرفی محصولات در قالب چنین ویدئوهایی بسیار ساده و کاربردی خواهد بود. برخی از کسب و کارها در زمینه توضیح برخی از حوزه‌های فعالیت‌شان با مشکلات فراوانی مواجه هستند. یکی از مشکلات اساسی برندها ناتوانی در زمینه بیان اصطلاحات تخصصی کسب و کارشان به زبانی ساده است. اگر شما نیز با چنین مشکلی مواجه هستید، باید نسبت به استفاده از محتوای ویدئوی آموزشی اقدام کنید. در غیر این صورت همچنان با مشکلات عمده در زمینه تعامل با مشتریان مواجه خواهید بود.

## توصیه‌های کاربردی برای بازاریابی آموزشی بهتر

پس از آشنایی با مفهوم و مزیت‌های استفاده از الگوی بازاریابی آموزشی باید برخی از تکنیک‌های مهم در این حوزه را نیز مورد بحث قرار دهیم. در ادامه برخی از مهم‌ترین گام‌ها در فرآیند بازاریابی مبتنی بر ویدئوهای آموزشی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

## ۱. شناخت مخاطب هدف

بازاریابی و تبلیغات بدون شناخت مخاطب هدف امکان‌پذیر نیست. برخی

از کسب و کارها در طول سال هزینه‌های بازاریابی گزافی را صرف طراحی محتوا می‌کنند. مشاهده بازخورد منفی یا اندک پس از صرف هزینه‌های گزاف همیشه دردناک است بنابراین شما باید راهکاری برای غلبه بر این چالش پیدا کنید. امروزه بهترین راهکار برای بازاریابی بهتر آشنایی با سلیقه مشتریان است. این امر نیازمند یافتن مشتریان هدف و سپس سرمایه‌گذاری بر روی آنهاست. شناخت مخاطب هدف در بازار کنونی کار چندان دشواری نیست. بسیاری از کسب و کارها با گردآوری اطلاعات مربوط به مشتریان فعلی‌شان امکان شناسایی دامنه‌سنی یا شغلی مشتریان هدف‌شان را خواهند داشت. همچنین اگر شما بودجه اندکی در این حوزه دارید، مشاهده نحوه فعالیت رقیب بهترین ایده خواهد بود. این امر همیشه اطلاعات جامعی در اختیار شما قرار خواهد داد.

## ۲. استفاده از مجری مناسب

طراحی و ضبط ویدئوهای آموزشی همیشه همراه با حضور یک مجری یا دست‌کم پخش صدای وی است. نکته مهم در این میان انتخاب هوشمندانه مجری موردنظر است. شما در تبلیغات‌تان جلوه‌ای واضح از برندگان را نمایش می‌دهید بنابراین جلوه موردنظر باید کاملاً حرفه‌ای و هماهنگ با انتظارات مشتریان باشد. استفاده از عنصر طنز در فرآیند معرفی محصولات یا آموزش نکات اهمیت بالایی دارد. اعتراض اغلب کاربران در زمینه مشاهده ویدئوهای آموزشی ماهیت بیش از اندازه خشک‌شان است. ایجاد تعادل میان انتقال محتوا و شوخی‌های جذاب اهمیت بالایی دارد. بدون تردید این امر همراه با دشواری‌های خاصی است. به عنوان مثال، اگر شما قصد تولید محتوای ویدئویی در زمینه نحوه کمک‌های امدادی را دارید، باید از عنصر شوخی پس از هر چند دقیقه بیان مطلب برای تغییر جو و همچنین فرصت به بازدیدکنندگان برای یادگیری مطالب توجه نمایید. اگر ویدئوی شما پشت سر هم و بدون توقف محتوای آموزشی را بیان کند، احتمال ناتوانی در زمینه حفظ مخاطب تا پایان محتوا افزایش خواهد یافت. امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی واکنش مثبتی به ویدئوهای بی‌روح و یک سوپه ندارند بنابراین شما باید به دنبال استفاده از لحن مناسب و همراه با شوخی‌های محترمانه برای افزایش جذابیت ویدئوی‌تان باشید.

## ۳. انتخاب مزیت فروش اصلی

استفاده از ویدئوهای آموزش برای فروش محصولات گزینه تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها برای معرفی هرچه بهتر محصولات‌شان در بازارهای مختلف از این تکنیک استفاده می‌کنند. نکته مهم در این میان تاکید بر روی مزیت فروش برند است. برخی از کسب و کارها قیمت محصولات‌شان را بسیار پایین تعیین می‌کنند. مزیت رقابتی شما هر چه باشد، باید به خوبی در طول ویدئو مورد تاکید قرار گیرد. در غیر این صورت مشتریان تمایلی برای خرید محصولات موردنظر نشان نخواهند داد.

برخی از برندها به منظور اطمینان از ترغیب شدید مشتریان برای خرید، اقدام به طراحی چندین مزیت رقابتی برای محصولات‌شان می‌کنند. این امر شانس آنها برای فروش مناسب را به شدت افزایش خواهد داد. اگر محصول شما نوآوری تازه‌ای به همراه دارد، تاکید بر روی آن بهترین مزیت رقابتی برندگان خواهد بود.

## ۴. ترغیب مخاطب به سوی عملی خاص

هر ویدئوی بازاریابی باید مخاطب را به سوی عملی خاص هدایت کند. هدف موردنظر همیشه شامل خرید محصولات نیست. شاید هدف اصلی کمپین بازاریابی برند شما افزایش دامنه ترافیک سایت رسمی

باشد. هر هدفی که برای بازاریابی در ذهن دارید، باید به خوبی آن را در محتوای بازاریابی‌تان جای دهید. اغلب برندها پیام موردنظرشان را در پایان ویدئو درج می‌کنند. این امر از نظر منطقی تاثیرگذاری بیشتری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. شما پس از بیان نکات مربوط به محصولات‌تان باید انتظار دریافت نتیجه بهتر در زمینه خرید یا عمل به هدف اصلی‌تان از سوی مشتریان را داشته باشید.

## ۵. نگارش متن قوی

برخی از برندها صرف استفاده از محتوای ویدئویی برای بازاریابی را به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کافی می‌دانند. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از متن قوی، حتی در بازاریابی ویدئویی، است. بیان نکات اساسی در قالبی جذاب همیشه تاثیرگذاری بیشتری بر روی مخاطب هدف دارد. برخی از برندها علی‌رغم سرمایه‌گذاری هنگفت بر روی حوزه بازاریابی فقط به جلوه‌های بصری توجه دارند. این امر همیشه نقطه ضعف برندها در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود بنابراین شما در زمینه انتخاب متن مناسب برای بازاریابی باید به هدف اصلی برندگان توجه داشته باشید.

گاهی اوقات برندها دارای اهداف مشخصی برای بازاریابی هستند، اما در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهند. نگارش متن قوی به معنای توجه به تجربه کلی مخاطب در طول مشاهده ویدئو آموزشی برند است. استفاده از مثال‌های مناسب و ارجاع به سایر نکات آموزشی بدون توجه به شخصیت‌پردازی توانایی جلب نظر مخاطب هدف را خواهید داشت بنابراین باید در عمل برنامه‌ریزی مناسبی در جهت خلق شخصیت‌های داستانی داشته باشید.

## ۶. خلق شخصیت برای ویدئو

حضور شخصیت‌های مختلف در ویدئوهای آموزشی تاثیر قابل توجهی بر روی انتقال بهتر مفاهیم دارد. متأسفانه هنوز هم تصور اغلب برندها از بازاریابی آموزشی بیان صرف برخی از نکات است. شما امروزه با بیان نکات آموزشی بدون توجه به شخصیت‌پردازی توانایی جلب نظر مخاطب هدف را خواهید داشت بنابراین باید در عمل برنامه‌ریزی مناسبی در جهت خلق شخصیت‌های داستانی داشته باشید.

شخصیت‌های حاضر در ویدئو براساس نیاز بازاریاب‌ها در فرآیند بیان نکات شکل می‌گیرد بنابراین شاید شما در عمل نیاز به ۳ یا حتی ۴ شخصیت نیز داشته باشید. نکته مهم در این میان عدم انتخاب شخصیت‌های بیش از اندازه زیاد است. اگر شما این امر را مورد توجه قرار ندهید، ویدئوی بیش از اندازه شلوغی خواهید داشت. بی‌شک این امر نقش منفی بر روی تعامل شما با مخاطب هدف خواهد داشت.

## ۷. استفاده از محتوای بصری برای انتقال بهتر مفاهیم

استفاده از محتوای بصری مانند جدول یا اینفوگرافی در سخنرانی‌های تخصصی کسب و کار بسیار رایج است. مزیت اصلی چنین محتوایی امکان بیان ساده و سریع‌تر اهداف اصلی است. اگر شما نیز در زمینه کسب و کار با مشکلات متعددی برای بیان پیام اصلی‌تان مواجه هستید، باید در فرآیند طراحی ویدئوی بازاریابی‌تان از انواع جدول و نمودارهای کاربردی استفاده نمایید.

هرچه توانایی یک برند برای استفاده از محتوای بصری بیشتر باشد، تاثیرگذاری نهایی ویدئو آموزشی افزایش خواهد یافت. امروزه بازاریابی با استفاده از محتوای بصری بدل به عرصه‌ای از رقابت شدید شده است. اگر شما نسبت به توانایی‌تان در این حوزه تردید دارید، استفاده از تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله کمک قابل توجهی به شما خواهد کرد.

منبع: business.com





## آینده مشاغل در گذر زمان



سراسر دنیا به نیروی کار در بالا بردن رشد اقتصادی تأثیراتی به همراه داشته است. مشارکت زنان همچنین باعث گسترده شدن پیشرفت‌های اقتصادی شده است. طبق نظر کانچی و سن مقررات‌زدایی از بازارهای کار، متلاشی‌شدن روند تولید، صنعت‌زدایی و افزایش بخش خدمات از اصلی‌ترین عواملی است که در پی زنده شدن نیرو و بازار کار وجود دارند. اگرچه زنان -در حالی که زنان کمی بیش از نیمی از جهان را شکل می‌دهند- هنوز با مشارکت در نیروی کار از ناپرابری‌ها در مسائل جنسی رنج می‌برند، اما مشارکت اقتصادی آنها بسیار کمتر از پتانسیل آنهاست. زنان به عهده -گرفتن کارهای بدون مزد را ادامه می‌دهند و با بررسی پرداختی‌ها به زنان مشخص می‌شود که آنها بخش اعظم بخش‌های غیررسمی و فقیر هستند.

حاصل اصلاحات اجتماعی و سیاسی در سراسر جهان، برابری فرصت بین زنان و مردان است؛ برابری فرصت‌ها برای زنان باعث افزایش مشارکت زنان در بازار کار به اندازه مردان خواهد شد. به طوری که تولید خالص داخلی را ۱۲ درصد در ایتالیا، ۱۹ درصد در اسپانیا، ۱۶ درصد در ژاپن، ۹ درصد در آمریکا، ۸ درصد فرانسه و آلمان افزایش خواهد داد. همچنین طبق محاسبات البورگ-ویتک افزایش تعداد کارکنان زن به اندازه کارکنان مرد باعث رشد ۳۴ درصدی تولید خالص داخلی در یونان می‌شود. این ارقام نشان‌دهنده درآمد بالقوه از دست‌رفته است که در بازارهای جدید مهار خواهند شد. به علاوه در جوامعی که سالخورده‌گی به سرعت در حال افزایش است، زیاد شدن مشارکت زنان در نیروی کار می‌تواند تأثیر کمیاب نیروی کار را کاهش دهد.

میزان مشارکت بالای زنان در نیروی کار با در نظر گرفتن سطوح بالاتر تحصیلی آنها، در ایجاد نیروی کار با مهارت‌های عالی تأثیر بسزایی می‌گذارد. تا زمانی که زنان پیوستن به صفوف نیروهای کار را ادامه دهند، مقررات بازار کار و قوانین بخش‌های خصوصی نیازمند اصلاحند تا از این طریق زنان بیشتری وارد بازار کار شوند؛ زیرا کارکنان زن به عنوان بخش بنیادی در رشد و ثبات برابری در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه محسوب می‌شوند.

آنها امروزه اهمیتی بیش از پیش یافته است. یکی از چالش‌های عمده موثر بر آینده کار، تغییر در روند اقتصاد از تولید به خدمات و یا اقتصاد دانش‌محور است. این نگرش جدید اقتصادی باعث کاهش در راندمان تولید و گستردگی بخش خدمات شده است، چراکه دانش به عنوان زیربنای اقتصاد قرار می‌گیرد.

در دوران پس از جنگ دوم جهانی رشد بخش‌های خدماتی در سراسر جهان به عنوان بستر توزیع درآمد و ایجاد اشتغال مورد توجه جدی قرار گرفته است. در جهان کنونی اهمیت بخش خدمات و بازار جهانی آن به حدی است که کشورهای توسعه‌یافته حجم فزاینده‌ای از فعالیت‌های تجاری خود را به آن اختصاص داده‌اند؛ به طوری که در این کشورها طی دو دهه اخیر بیشترین تحول نه در بخش صنعت، بلکه در بخش خدمات رخ داده و این در حالی است که در کشور ما رشد این بخش‌ها محدود مانده است. به عنوان مثال می‌توان گفت به جز بخش حمل و نقل، فناوری اطلاعات و توزیع در دیگر فعالیت‌های این بخش مانند صنعت گردشگری و... دیگر بخش‌ها با بن‌بست رشد مواجه بوده است. از آنجا که فناوری به کار گرفته شده در این فعالیت‌ها عمدتاً متکی به کاربر است و در نتیجه کمتر در معرض رقابت و منسوخ شدن هستند، گسترش آنها یکی از مهمترین راه‌های ایجاد اشتغال است.

طبق پیش‌بینی‌ها، مشاغل خدماتی بر پایه فناوری و مشاوره‌ای بیشترین سهم را از بازار کار خواهند داشت و تقاضا برای دانش خدمات ویژه و مهارت‌هایی مثل مشاوره برای مالکیت معنوی یا مشاوره مدیریت استراتژیک افزایش می‌یابند. این عوامل همراه با افزایش تقاضا برای خدمات مالی به دلیل تعداد بالای کارکنان مستقل و به دلیل طولانی شدن سن بازنشستگی نیز باعث پراهمیت‌تر شدن بخش خدمات خواهد شد. زنده شدن کار در آینده

روند دیگری که آینده مشاغل را شکل خواهد داد، مشارکت زنان در نیروی کار است، به طوری که به گواه بسیاری از کارشناسان این عرصه مشارکت زنان در نیروی کار به عنوان یکی از بزرگترین تغییرات اجتماعی در ۵۰ سال گذشته به شمار می‌آید. ورود میلیون‌ها زن در

با تغییر سریع ماهیت مشاغل آینده شده و میزان وابستگی مشاغل در آینده به کامپیوترها و روبات‌ها افزایش زیادی پیدا خواهد کرد که این ابزارهای نوین در تمامی مشاغل آینده به طور گسترده و فراگیر استفاده خواهند شد.

از آنجا که مشاغل آینده، دانش‌بنیان و عقلانیت‌محور هستند، زنجیره این مشاغل را هم دانشگاه‌ها، سازمان‌های کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند. به طوری که جامعه در آینده تولیدکننده و مصرف‌کننده مشاغل سازمان‌های کوچک و متوسط بوده و دانشگاه‌ها تامین‌کننده دانش موردنیاز آن خواهند بود و بدین ترتیب مشاغلی که در این زنجیره قرار نگیرند در سال‌های پیش رو حذف خواهند شد.

جامعه اطلاعاتی و مشاغل در آینده جهان بعد از دهه ۸۰ میلادی وارد الگوی تکنواقتصادی متکی بر جامعه اطلاعاتی شد. این جامعه اطلاعاتی شامل جریان‌ها، روابط و فناوری‌هایی است که مبتنی بر دانش اطلاعاتی هستند. در جامعه اطلاعاتی دو اتفاق عمده در اقتصاد توجه دانشمندان این حوزه را به خود جلب کرد؛ اول پیدایی کسب و کار تازه که عمدتاً بر دانش و اطلاعات متکی بودند و به طور انفعالی با کمترین سرمایه‌گذاری و با پایین‌ترین هزینه، بالاترین درآمد و بیشترین فایده را عاید خود کردند و در نتیجه، به یکباره جایگاه والایی در میان دو بخش اصلی اقتصاد یعنی کشاورزی و صنعت دست یافتند. دومین اتفاق اقتصادی در حوزه بازار کار رخ داد و حاکی از این بود که به طور روزافزون بر مشاغل حرفه‌ای تخصصی افزوده شد؛ مشاغلی که در مقایسه با مشاغل متعارف و معمول به سطوح بالاتری از دانش و توانایی کار با اطلاعات نیاز دارند. به جز دو اتفاق مذکور، باید به مجموعه تحولاتی اشاره کرد که در حوزه فناوری به طور کلی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی روی داده؛ تحولاتی که نه تنها به خودی خود منشأ تحولات اجتماعی گسترده کوتاه‌مدت و بلندمدت شد، بلکه زمینه را برای وقوع دو اتفاق مذکور نیز فراهم آورد.

خدمات، بااهمیت‌تر از سایر بخش‌ها توجه بیشتر به برخی فعالیت‌های خدماتی با توجه به توان کارآفرینی

بنابر تحقیقات به عمل آمده در کشور، هم‌اکنون در میان لیست‌های مشاغل پردرآمد کشور بیشترین تعداد را مشاغل خدماتی به خود اختصاص داده‌اند؛ این در حالی است که هم‌اکنون مشاغل تولیدی نسبت به دو دهه قبل با روندی نزولی روبه‌روست.

به گزارش گروه تحقیق، تفسیر و پژوهش‌های خبری ایرنا، مشاغل کم و بیش عمری مشخص دارند که در جریان تحولات کار و شغل، دچار تغییر و تحول بسیاری می‌شوند. در دورانی که همه چیز در حال تغییر سریع و روزافزون است؛ برخی از مشاغل به دلیل عدم کارکرد و به عبارتی نبود تقاضا برای آن یا به طور کلی از بین می‌روند یا اینکه تغییر شکل داده و کیفی‌تر می‌شوند. از طرف دیگر با ظهور روبات‌ها و کامپیوترهایی با قدرت پردازش بالا، بسیاری از مشاغل یدی و خدماتی به آنها سپرده می‌شود. کارگران کارخانه‌ها با روبات‌های صنعتی، نیروهای خدماتی با روبات‌های نظافتی، منشی‌های پاسخگوی تلفن با سامانه‌های پاسخگوی هوشمند آنلاین، فروشندگان بلیت با کیوسک‌ها یا سامانه‌های صدور بلیت، معلمان با سامانه‌های چندرسانه‌ای آموزش الکترونیکی و یا جراحان با روبات‌های هوشمند جراح جایگزین می‌شوند.

مشاغل در گذشته، حال و آینده مشاغل در گذشته بیشتر به صورت موروثی و خانوادگی بود به گونه‌ای که شغل و هویت اجتماعی در هم تنیده شده بودند و نام خانوادگی افراد غالباً براساس پیشه خانوادگی آنها مشخص می‌شد که این موضوع بعد از شکل‌گیری نظام ثبت احوال کشور اتفاق افتاد. از این رو این هویت چندان سیال نبود که به سادگی دستخوش تغییر شود و اغلب چند نسل هم عهده‌دار پیشه و شغل سلف خود بودند، با این رویکرد پایداری و ثبات یکی از مهم‌ترین خصوصیات مشاغل گذشته بود و افراد شاغل در این نوع مشاغل، به نوعی ضمانت شغلی داشتند که به دلیل این پایداری مسئله تغییر شغل هم کمتر مطرح بود. اما به گواه کارشناسان بسیاری از مشاغل امروز و حتی آینده ناپایدار هستند، چراکه پیشرفت‌ها و تحولات سریع اجتماعی و تکنولوژیکی باعث حذف



آگهی مزایده اموال غیر منقول

حسب پرونده کلاسه ۹۸۰۵۲۵ به موجب دادنامه شماره ۹۸۰۹۹۷۱۸۳۰۱۰۱۸۵۷ صادره از شعبه اول دادگاه حقوقی مسال...

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

هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک و زمین تصرفات مالکانه بلااعراض...

آگهی رای هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد و املاک شهرستان سندج تصرفات مالکانه بلااعراض متناهیان ذیل ناپید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی می گردد...

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

برابر رای شماره ۹۸۰۹۹۷۱۸۳۰۱۰۱۸۵۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک و زمین تصرفات مالکانه بلااعراض متناهیان ذیل ناپید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی می گردد...

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

برابر رای شماره ۹۸۰۹۹۷۱۸۳۰۱۰۱۸۵۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک و زمین تصرفات مالکانه بلااعراض متناهیان ذیل ناپید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی می گردد...

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای سید ناصر اسماعیلی سوته با ارائه استشهاده محلی مصدق در دفتر خانه ۱۵۹ فریدونکنار طی درخواست شماره ۵۵۴۸ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۰ تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ششدانگ یک عرصه و اعیان یک قطعه زمین تحت پلاک ۴۹۹ فرعی از ۱۲ - اصلی - شماره سریال ۱۶۱۳۷۵ واقع در قریه سوته بخش یازده حوزه ثبتی شهرستان فریدونکنار که در ذیل ثبت ۱۳۳۵۱ صفحه ۷ دفتر جلد ۸۲ ثبت گردیده و در اثر جابجایی مفقود شده را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ اصلاحی آیین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی نا چنانچه اشخاص مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشند ظرف ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی اعتراض خود را همراه اصل سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابقت مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی بنام مالک خواهد نمود ضمناً ششدانگ پلاک برابر سند رهتی شماره ۳۴۴۸۲ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۱ و ۳۴۴۶۷ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۰۹ و ۴۰۲۷۰ مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۲۴ تنظیمی دفترخانه ۱۰۵ امل در رهن شرکت تولیدی فرآورده های لبنی دوشه امل قرار دارد.

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمدعلی ثباتی با ارائه دو برگ استشهاده المثنی که در دفترخانه اسناد رسمی ۱۴۸ بابل تصدیق امضاء شده و طی درخواست شماره ۱۹۰۴۲۱۰۱۹ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۰۲ - ۱۳۹۹- تقاضای صدور سند المثنی ششدانگ تحت پلاک شماره ۴ فرعی از ۳۰۹۰ - اصلی بخش دوغرب حوزه ثبتی بابل که ذیل دفتر ۵۱۳ صفحه ۳۳۲ و ثبت ۴۴۹۸۵ به نام محمدعلی ثباتی صادر و تسلیم گردید در اثر جابجایی مفقود شده را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ - آیین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تا چنانچه اشخاص مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابقت مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی بنام مالک خواهد نمود. تمامیت مورد ثبت متن برابر سند رهتی شماره ۱۱۹۳۱۴ مورخ ۲۴ - ۰۳ - ۱۳۹۵ دفترخانه ۲۷ بابل در رهن بانک مسکن قرار دارد.

آگهی انتقال شرکت عمارت برج سنا سهامی خاص به شناسه ملی ۱۴۰۰۹۰۳۷۱۰

به موجب نامه شماره ۱۲۴۹۹۳۲۰۹ مورخ ۱۳۹۹/۰۵/۰۶ اداره ثبت شرکتها و موسسات غیرتجاری استان کهگیلویه و بویر احمد و مستند به صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۹/۰۳/۲۰ مرکز اصلی شرکت به نشانی استان تهران، شهرستان تهران - بخش مرکزی - شهر تهران، محله سفلیس شمالی، خیابان آذربایجان بزرگراه نواب صفوی پلاک ۵۱۸ مجتمع اداری تجاری سهیل طبقه ۱۰ واحد ۱۰۰۲ کد پستی ۱۳۴۶۹۵۴۹۵۷ انتقال یافت و در اداره ثبت شرکتها و موسسات غیرتجاری تحت شماره ۵۴۲۸۶۸ به ثبت رسید.

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظریه دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ و برابر رای شماره ۲۵۴۴ مورخ ۱۳۹۹/۰۳/۱۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۵/۱۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی فریدونکنار تصرفات مالکانه و بلااعراض متناهیان آقای حمید سرفه جو فرزند عباسعلی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۵۱.۱۸ متر مربع به شماره پلاک ۳۸۳۹ و ۳۹۴۰ فرعی که به پلاک ۱۲۸۳۷ فرعی استاندارد شده از ۶۶ اصلی واقع در فریدونکنار بخش ۲ خریداری از خانم افسانه و الهه توانگر باالمنافسه مالک رسمی محرز گردیده است. لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیر الانشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل نا دوامه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض / گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمدعلی ثباتی با ارائه دو برگ استشهاده المثنی که در دفترخانه اسناد رسمی ۱۴۸ بابل تصدیق امضاء شده و طی درخواست شماره ۱۹۰۴۲۱۰۱۹ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۰۲ - ۱۳۹۹- تقاضای صدور سند المثنی ششدانگ تحت پلاک شماره ۴ فرعی از ۳۰۹۰ - اصلی بخش دوغرب حوزه ثبتی بابل که ذیل دفتر ۵۱۳ صفحه ۳۳۲ و ثبت ۴۴۹۸۵ به نام محمدعلی ثباتی صادر و تسلیم گردید در اثر جابجایی مفقود شده را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ - آیین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تا چنانچه اشخاص مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابقت مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی بنام مالک خواهد نمود. تمامیت مورد ثبت متن برابر سند رهتی شماره ۱۱۲۳۹۲ مورخ ۲۳ - ۱۲ - ۱۳۹۱ دفترخانه ۲۷ بابل در رهن بانک ملت شعبه بارفروش بابل قرار دارد.

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمدعلی ثباتی با ارائه دو برگ استشهاده المثنی که در دفترخانه اسناد رسمی ۱۴۸ بابل تصدیق امضاء شده و طی درخواست شماره ۱۹۰۴۲۱۰۱۹ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۰۲ - ۱۳۹۹- تقاضای صدور سند المثنی ششدانگ تحت پلاک شماره ۴ فرعی از ۳۰۹۰ - اصلی بخش دوغرب حوزه ثبتی بابل که ذیل دفتر ۵۱۳ صفحه ۳۳۲ و ثبت ۴۴۹۸۵ به نام محمدعلی ثباتی صادر و تسلیم گردید در اثر جابجایی مفقود شده را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ - آیین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تا چنانچه اشخاص مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابقت مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی بنام مالک خواهد نمود. تمامیت مورد ثبت متن برابر سند رهتی شماره ۱۱۹۳۱۴ مورخ ۲۴ - ۰۳ - ۱۳۹۵ دفترخانه ۲۷ بابل در رهن بانک مسکن قرار دارد.

چگونه در صنعت مهمان یاری موفق شویم؟

به قلم: هانا دربی طرح استراتژی کسب و کار در موسسه گوروس  
ترجمه: علی آل علی

صنعت مهمان یاری (Hospitality Industry) در طول دهه گذشته تغییرات بسیار زیادی داشته است. بخش قابل توجهی از تغییرات در این حوزه مربوط به تعداد استرات‌آپ‌هاست. اغلب ما در این صنعت شاهد استارت‌آپ‌های تازه تاسیس بسیار زیادی هستیم. این امر در طول یک دهه اخیر موجب ظهور رقبای جدی در صنعت مهمان یاری شده است. امروزه رقابت در این حوزه بسیار نزدیک است بنابراین موفقیت در چنین بازاری به هیچ وجه ساده نخواهد بود. بررسی نکات اساسی برای موفقیت در بازار مهمان یاری هدف اصلی مقاله حاضر است بنابراین در ادامه برخی از نکات مهم برای موفقیت و حضور هرچه بهتر در این صنعت را مرور خواهیم کرد.

۱. تعامل با مخاطب هدف

پیش از راه‌اندازی کسب و کار باید نسبت به شناسایی مشتریان هدف اقدام کرد. بسیاری از کسب و کارها پس از شناسایی مشتریان‌شان اقدام به تعامل با آنها می‌کنند. نکته اصلی در این میان اهمیت عامل زمان است. اگر شما پیش از شروع رسمی فعالیت برندگان برنامه مشخصی برای تعامل با مخاطب هدف داشته باشید، فرآیند کلی کسب و کارتان بسیار ساده‌تر خواهد شد. ایراد اصلی استارت‌آپ‌های تازه تاسیس تلاش برای رقابت با برندهای دیگر بدون در اختیار داشتن کمترین آگاهی از مشتریان است. امروزه هزینه‌های تعامل با مخاطب هدف در قالب بازاریابی و تبلیغات بسیار بالاست بنابراین شما باید نسبت به برنامه‌های دقیق‌تان در زمینه تعامل با مخاطب هدف و ارزشمندی آنها اطمینان حاصل نمایید. در غیر این صورت شناسن چندانی برای دوام در صنعت مهمان یاری نخواهید داشت. یکی از دلایل عمده‌ای امر تنوع بسیار بالای کسب و کارهاست. امروزه امکان تعیین مرزی مشخص برای صنعت مهمان یاری وجود ندارد. این امر موجب بروز رقابت‌های گسترده در عرصه کسب و کار می‌شود.

۲. توجه به تجربه مشتریان

یکی دیگر از معیارهای مهم برای موفقیت در صنعت مهمان یاری مربوط به عملکرد برندها در زمینه جلب رضایت و ارائه تجربه مناسب از خرید به مشتریان است. اغلب ما شاهد نظراتی مانند «آخرین اقامت من در این هتل این برند» یا «بدترین تجربه ممکن برای اقامت» بوده‌ایم. چنین نظراتی امکان نابودی کسب و کارها در کمترین زمان ممکن را دارد. امروزه اغلب استارت‌آپ‌ها در صنعت مهمان یاری در کمتر از یک سال با شکست مواجه می‌شوند. این امر علاوه بر شرایط دشوار فعالیت در حوزه موردنظر، ناشی از عدم توجه به تجربه مشتریان نیز هست. مهم‌ترین دارایی هر کسب و کاری مشتریانش است. بنابراین کارآفرینان باید توجه ویژه‌ای به تجربه خرید آنها داشته باشند. اقامت در هتل، کافه یا مسافرخانه برند ما به معنای اعتماد مشتریان به کسب و کارمان است. اگر ما از این اعتماد به خوبی استفاده نکنیم، در ادامه فرآیند کسب و کار با مشکلات عمیقی مواجه خواهیم شد.

۳. اهمیت تداوم در صنعت مهمان یاری

برندهای قدیمی و دارای سابقه طولانی در زمینه خدمت‌رسانی به مشتریان همیشه سطح بالاتری از توجه مشتریان را دریافت می‌کنند. امروزه اعتبار برندها دارای اهمیت بسیار زیادی است. کارشناس‌های کسب و کار معیارهای متنوعی برای اعتبار برندها عنوان می‌کنند. نکته مهم در این میان نقش تداوم در فعالیت در زمینه بهبود اعتبار برند است. برخی از استارت‌آپ‌ها در عرصه کسب و کار پس از گذشت چند ماه فعالیت پرهیجان و جذاب برای مشتریان به طور ناگهانی ناپدید می‌شوند. این امر تاثیر بسیار نامطلوبی بر روی تجربه تعامل مشتریان خواهد داشت. اگر شما به دنبال موفقیت بلندمدت در عرصه کسب و کار هستید، باید تداوم در ارائه خدمات را مدنظر داشته باشید. برخی از برندها به طور مداوم با دوره‌هایی از پرکاری و کم‌کاری در زمینه بازاریابی، برندسازی و تعامل با مشتریان مواجه می‌شوند. این امر به خوبی فقدان برنامه‌ریزی مناسب در چنین برندهایی را نشان می‌دهد.

۴. اثرگذاری دیجیتال بر روی مشتریان

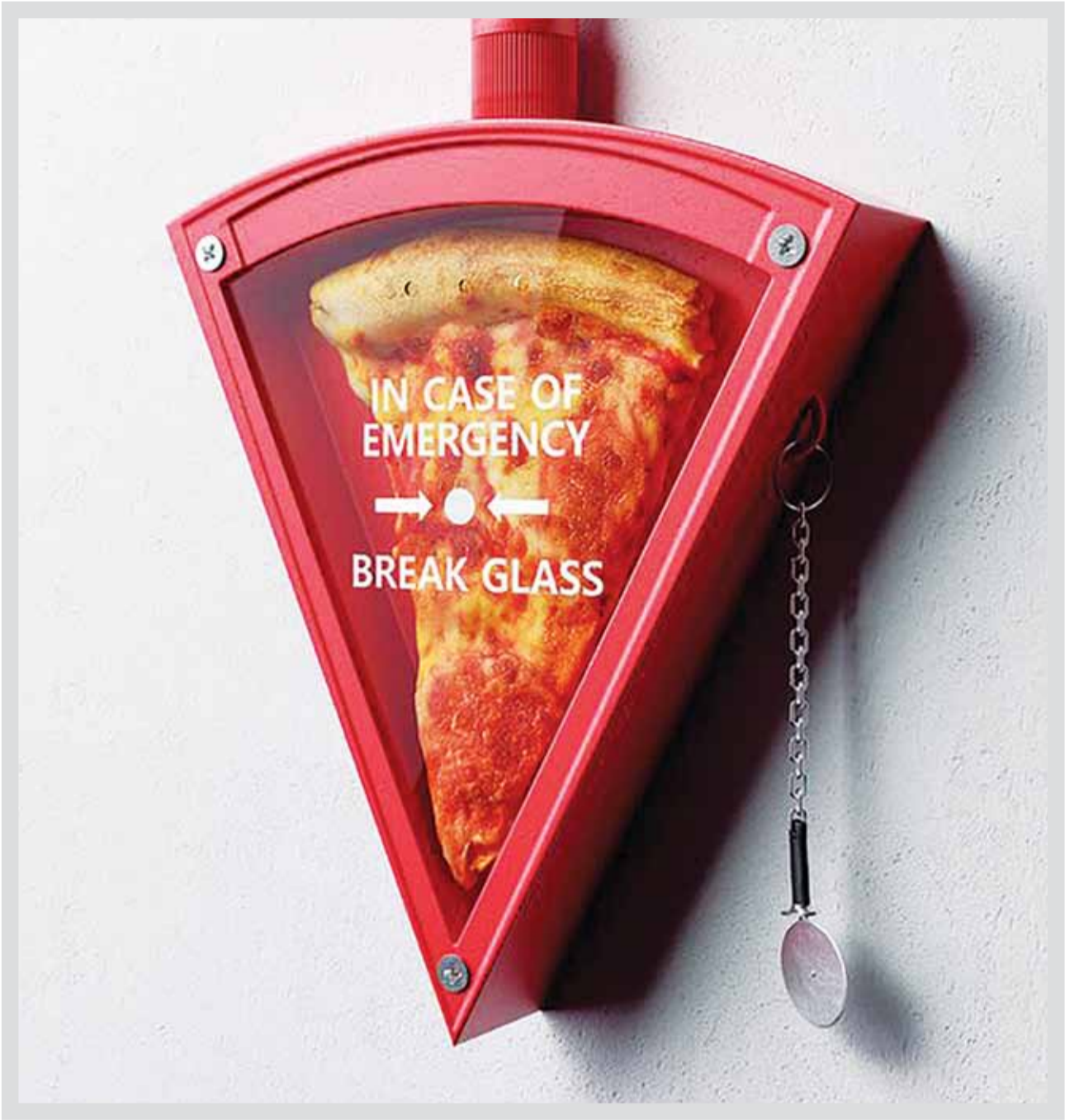
امروزه ما در دنیای دیجیتال زندگی می‌کنیم. تمام جزئیات زندگی ما به حوزه دیجیتال نیز سرایت کرده است. شاید یافتن فردی بدون داشتن اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی سخت‌ترین کار دنیا نباشد، اما چندان هم ساده نیست. این امر به معنای ضرورت حضور برندها در شبکه‌های اجتماعی است. فضای دیجیتال سطح تعامل میان برندها و مشتریان را بسیار ساده کرده است. همچنین با حضور در چنین فضایی هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات نیز به شدت کاهش می‌یابد.

یکی از نکات در صنعت مهمان یاری مربوط به دریافت نظرات مثبت از سوی مشتریان در سایت‌های ارزشیابی است. امروزه برخی از سایت‌های معتبر اقدام به رتبه‌بندی اقامتگاه‌های مختلف می‌کند. اگر برند شما در چنین سایت‌هایی رتبه مناسبی دریافت کند، تعداد مشتریان‌تان به شدت افزایش خواهد یافت. کسب رتبه‌های برتر در سایت‌های ارزیابی اقامتگاه‌های بین‌المللی کار ساده‌ای نیست. شما باید برای مدت زمانی طولانی خدمات مناسب به مشتریان ارائه کنید. برخی از کارآفرینان پس از چند ماه فعالیت استاندارد در حوزه مهمان یاری به دلیل عدم دریافت نظرات مثبت از فعالیت در این حوزه ناامید می‌شوند. نکته مهم در این میان فرآیند طولانی ثبت یک برند در فهرست علاقه‌مندی مشتریان است بنابراین شما باید بازه زمانی بسیار طولانی برای ورود به فهرست اقامتگاه‌های توصیه شده سایت‌های ارزیابی را مدنظر داشته باشید. در غیر این صورت فعالیت شما در عرصه کسب و کار همیشه همراه با ناامیدی و دلسردی خواهد بود.

۵. ضرورت ارزیابی وضعیت بازار

ارزیابی وضعیت بازار به کارآفرینان در زمینه اتخاذ تصمیم‌های درست کمک می‌کند. برخی از کسب و کارهای در صنعت مهمان یاری به طور مداوم تصمیم‌های نارسای اتخاذ می‌کنند. این امر نقش مهمی در توسعه بلندمدت کسب و کارها دارد. تصمیم‌گیری درست بدون داشتن اطلاعات معتبر و درست از بازار کسب و کار امکان‌ناپذیر است بنابراین شما پیش از هرگونه تصمیم‌گیری باید نسبت به ارزیابی دقیق وضعیت بازار اقدام نمایید. خوشبختانه امروزه ابزارهای هوشمند متعددی در دسترس کارآفرینان برای ارزیابی سریع و دقیق وضعیت بازار وجود دارد. اگر شما در این زمینه با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستید، همکاری با برخی از آژانس‌های کسب و کار ایده مناسبی خواهد بود. نکته مهم در این میان سطح بودجه در دسترس برندگان است. اگر شما بودجه اندکی دارید، چنین همکاری‌هایی گزینه مناسبی برای شما نخواهد بود. فعالیت در صنعت مهمان یاری دامنه گسترده‌ای از کسب و کارها مانند رستوران‌داری، هتل‌داری و حتی تاسیس یک کافه کوچک را شامل می‌شود. نکته مهم در این میان حفظ جایگاه کسب و کارمان در بازار و تلاش برای توسعه‌اش است. این امر بدون توجه به توصیه‌های مورد بحث در این مقاله امکان‌ناپذیر خواهد بود.

منبع: smallbusinessbonfire.com



از این جملات در ایمیل‌تان اجتناب کنید تا تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد

پاسخ دهد، اما اگر به موضوع ایمیل علاقه‌ای داشته باشد، با سرعت بیشتری به موضوع رسیدگی می‌کند. باید درخواست خود را به طور خلاقانه‌تری بیان کنید. عبارت «اگر فراموش کرده‌اید...» تضمین می‌کند مخاطب برای بار دوم و سوم هم توجهی به ایمیل شما نخواهد داشت.

می‌خواستم یادآوری کنم

گاهی پیگیری درخواست‌هایی که ارسال می‌کنید، ضروری است. اگر مخاطب تعهد داده کاری انجام می‌دهد، اما هنوز اتفاقی نیفتاده، باید مسئله را پیگیری کنید. اگر می‌خواهید موضوعی را یادآوری کنید، باید از روش بهتر و خلاقانه‌تری استفاده کنید. باید به جملاتی که در اول ایمیل خود نوشته‌اید، توجه کنید. شاید تنها خواسته‌های‌تان را مطرح کرده‌اید و هیچ پیشنهادی که منفعت مخاطب را هم دربردارد، ارائه نکرده‌اید. همیشه باید قبل از اینکه درخواستی کنید، چیزی برای بخشش داشته باشید.

امیدوارم این پیشنهاد را دوست داشته باشید

از این جمله در خیلی ایمیل‌ها استفاده می‌شود. فرستنده قصد دارد اعلام کند به نظر مخاطب احترام می‌گذارد، اما جمله «امیدوارم دوست داشته باشید» می‌گوید این دو نفر همدیگر را نمی‌شناسند. برای هر دوستی، باید شروع خوبی داشته باشید، اما خیلی بعید است «امیدوارم خوش‌تان بیايد» آغاز مناسبی باشد.

امیدوارم آخر هفته خوبی داشته باشید

این جمله برای نوشتن ایمیل دوستانه بسیار مناسب است. اگر نویسنده سؤال کند «مسابقه چطور بود؟» نشان می‌دهد از نظر شخصی با شما آشناست؛ یا اگر بپرسد «کتاب بعدی شما چه زمانی منتشر می‌شود؟» نشان می‌دهد از نظر حرفه‌ای با شما آشنایی دارد.

جمله «امیدوارم آخر هفته خوبی داشته باشید»، تلاش شما برای دوست داشتن با خواننده ایمیل را نشان می‌دهد. این واقعاً می‌خواهد طرف مقابل درساره برنامه آخر هفته خود صحبت کند؟ قطعاً نه. شما دوست دارید پاسخ درخواست اصلی‌تان را دریافت کنید.

در طی زمان، برخی روابط حرفه‌ای به روابط دوستانه تبدیل می‌شود. ارتباطات اولیه که از طریق ایمیل انجام می‌شود، همیشه باید حرفه‌ای بیان شوند. پس اصلاً خوب نیست با طرف مقابل تظاهر به دوستی کنید.

شگفت‌زده می‌شوید اگر بدانید

با بیان این جمله، نه‌تنها طرف مقابل از پیشنهاد شما شگفت‌زده نمی‌شود، بلکه حتی تمایلی به خواندن ادامه ایمیل نخواهد داشت. این جمله همانند وانمود کردن به یک دوستی غیرواقعی است. آیا مخاطب باید احساس کند مجبور است این پیشنهاد را بپذیرد؟ اگر پیشنهاد مطرح

شده خیلی جالب باشد، نیاز نیست شگفت‌زدگی مخاطب را پیش‌بینی کنید.

آیا می‌دانستید

شاید سؤال پرسیدن، بهترین راه برای جذب مخاطب باشد، اما شروع ایمیل با جملات پرسشی، به معنای آن است مخاطب از برخی مسائل اطلاع ندارد و شما می‌توانید مشکل او را حل کنید.

جملاتی چون «آیا می‌دانستید» یا «قطعاً از این پیشنهاد شگفت‌زده می‌شوید» سیگنال‌های روشنی را ارسال می‌کند مبنی بر اینکه به زودی چیزی به فروش می‌رسد. شاید چنین منظوری نداشته باشید، اما بیشتر مخاطبان این طور برداشت می‌کنند. پس ایمیل شما هیچ نتیجه‌ای نخواهد داشت.

نام من ... است

مخاطب نام شما را می‌داند، زیرا نام‌تان در صفحه اینباکس دیده می‌شود.

می‌خواهم خودم را معرفی کنم

گاهی نیاز نیست از ابتدای کار، خودتان را به مخاطب معرفی کنید. با این حال بهتر است قبل از هر چیزی، درخواست و پیشنهاد خود را مطرح کنید. وقتی مخاطب به موضوع علاقه‌مند شود، به دنبال این می‌رود شما چه کسی هستید و از چه طریق با او تماس گرفته‌اید.

می‌دانم مشغله‌های زیادی دارید

بدون شک چنین جمله‌ای با یک «اما» همراه است. برای مثال، می‌دانم ناراحت می‌شوی اما ... وقتی می‌دانید مخاطب شرایط مناسبی برای دریافت پیشنهاد شما ندارد، چرا مزاحم او می‌شوید؟

در مقابل اگر می‌دانید مخاطب برنامه زیادی دارد، بهتر است با کوتاه کردن ایمیل و بیان درخواست به صورت واضح، کمتر وقت او را بگیرید.

می‌خواستم سریعاً خواهشی داشته باشم

ما به خوبی می‌دانیم این «سریعاً» هرگز سریع و کوتاه نیست. خواهش و درخواستی که هیچ پیشنهاد مقابلی برای مخاطب نداشته باشد، سرگرم‌کننده به نظر نمی‌رسد. پیشنهادات خود را به گونه‌ای مطرح کنید که مخاطب متوجه شود در مقابل لطفی که به شما دارد، نتایج رضایت‌بخشی به دست می‌آورد.

نکته مهم اینکه، شاید اهداف والایی در سر داشته باشید. ممکن است تلاش کنید صمیمی، مؤدب و حرفه‌ای به نظر برسید، اما اگر ایمیل‌های‌تان را با جملات بالا آغاز کنید، مخاطب درک خوبی از زحمات شما نخواهد داشت.

باید راه خوبی برای بیان صمیمیت، احترام و حرفه‌ای بودن خود پیدا کنید، خصوصاً وقتی می‌خواهید مخاطب ایمیل‌تان را تا پایان بخواند.

منبع: inc/ucan