

تعاون

مدیرکل تعاونی‌های خدماتی وزارت تعاون
خبر داد

ساماندهی ۹۰ درصد تعاونی‌های اعتبار آزاد



مدیرکل تعاونی‌های خدماتی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی از ساماندهی ۹۰درصد تعاونی‌های اعتبار آزاد خبر داد و گفت: تشکیل موسسات مالی و اعتباری تعاونی سسهایی عام در انتظار مجوز بانک مرکزی است.

علیرضا ناطقی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: بسیاری از موسسات مالی که هم‌اکنون در سطح شهر فعالیت می‌کنند در واقع ماهیت و ریشه تعاونی داشته‌اند، به‌عنوان نمونه بانک شهر، بانک ایران زمین، موسسه مالی و اعتباری مولی‌الموحدين، موسسه مالی و اعتباری عسکریه و موسسه آرمان و نور که در حال تأسیس است همگی تعاونی بوده‌اند و لذا تأسیس آنها بعد از این به سرعت بانک مرکزی در اعطای مجوز تشکیل‌بری‌م‌کرد.

وی تشکیل موسسات مالی و اعتباری تعاونی سه‌امی‌عام را یکی از برنامه‌های مهم وزارت تعاون ذکر کرد که نیازمند همت و سرعت بانک مرکزی در اعطای مجوز است.

ناطقى تصریح کرد: در مورد موسسات مالی و اعتباری به آن مواردی که مدنظر بانک مرکزی بوده عمل کرده‌ایم، به نحوی که در بحث ساماندهی، بالای ۹۰درصد تعاونی‌های اعتبار آزاد را ساماندهی کردیم که این تعاونی‌ها با تغییر موضوع فعالیت داده یا تبدیل به موسسه مالی و اعتباری شده یا منحل شده‌اند.

مدیرکل تعاونی‌های خدماتی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با اشاره به آماده شدن چارچوب‌های لازم از سوی وزارت تعاون افزود، در حال حاضر، از ناحیه وزارت تعاون چارچوب‌ها فراهم شده و تعاونی‌های متقاضی موسسه مالی و اعتباری آماده تأسیس هستند و تنها مجوز بانک مرکزی نیاز است که صدور آن باید تسریع شود.

به گفته وی ورود تعاونی‌ها به عرصه بانکداری و بیمه براساس قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴ است و همان‌گونه که بیمه تعاون تشکیل شده، ورود به عرصه بانکداری هم به‌عنوان یک الزام و تکلیفی که در قانون آمده باید عملیاتی شود.

همکاری شرکت تعاونی فراگیر ملی کارگران صنعت کشور با بخش تولید



مدیرعامل شرکت تعاونی فراگیر ملی کارگران حرفه و صنعت کشور از همکاری با شرکت‌های تولید کشاورزی و طیور خبر داد و گفت: شرکت تعاونی فراگیر ملی با هدف حمایت از اقشار آسیب‌پذیر جامعه تشکیل شده است.

به گزارش ایرنا، مسعود نیازی روز دوشنبه در مراسم امضای تفاهم‌نامه همکاری سه‌جانبه میان تعاونی فراگیر ملی کارگران حرفه و صنعت کشور، شرکت یکتا پوپک پارسیان و شرکت رویان صنعت میرا که در محل کانون عالی انجمن‌های صنفی کارگران برگزار شد، افزود: این تعاونی با ۰۰۰هخمیلیون ریال سرمایه اولیه در قالب ۶۰ هزار سهم ۱۲۰هزار ریالی تشکیل شده است. وی اظهار داشت: طی پنج تا شش ماه که از تشکیل تعاونی یادشده می‌گذرد با راه‌اندازی فروشگاه‌هایی با همکاری بسیج کارگری در قالب تفاهم‌نامه امروز می‌توانیم تولیدات شرکت‌ها را در این مراکز عرضه کنیم.

وی اظهار کلان تفاهم‌نامه را در راستای شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی و افزایش سهم بخش‌خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی هدف قرار داد و گفت: شرکت تعاونی فراگیر ملی با هدف حمایت از اقشار آسیب‌پذیر جامعه تشکیل شده است.

به گزارش ایرنا، مسعود نیازی روز دوشنبه در مراسم امضای تفاهم‌نامه همکاری سه‌جانبه میان تعاونی فراگیر ملی کارگران حرفه و صنعت کشور، شرکت یکتا پوپک پارسیان و شرکت رویان صنعت میرا که در محل کانون عالی انجمن‌های صنفی کارگران برگزار شد، افزود: این تعاونی با ۰۰۰هخمیلیون ریال سرمایه اولیه در قالب ۶۰ هزار سهم ۱۲۰هزار ریالی تشکیل شده است. وی اظهار داشت: طی پنج تا شش ماه که از تشکیل تعاونی یادشده می‌گذرد با راه‌اندازی فروشگاه‌هایی با همکاری بسیج کارگری در قالب تفاهم‌نامه امروز می‌توانیم تولیدات شرکت‌ها را در این مراکز عرضه کنیم.

وی اظهار کلان تفاهم‌نامه را در راستای شتاب بخشیدن به رشد اقتصاد ملی و افزایش سهم بخش‌خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی هدف قرار داد و گفت: شرکت تعاونی فراگیر ملی با هدف حمایت از اقشار آسیب‌پذیر جامعه تشکیل شده است.

به گزارش ایرنا، مسعود نیازی روز دوشنبه در مراسم امضای تفاهم‌نامه همکاری سه‌جانبه میان تعاونی فراگیر ملی کارگران حرفه و صنعت کشور، شرکت یکتا پوپک پارسیان و شرکت رویان صنعت میرا که در محل کانون عالی انجمن‌های صنفی کارگران برگزار شد، افزود: این تعاونی با ۰۰۰هخمیلیون ریال سرمایه اولیه در قالب ۶۰ هزار سهم ۱۲۰هزار ریالی تشکیل شده است. وی اظهار داشت: طی پنج تا شش ماه که از تشکیل تعاونی یادشده می‌گذرد با راه‌اندازی فروشگاه‌هایی با همکاری بسیج کارگری در قالب تفاهم‌نامه امروز می‌توانیم تولیدات شرکت‌ها را در این مراکز عرضه کنیم.

تعطیل شده و دچار مشکل شده بودند، دسته‌بندی کردیم و براساس میزان پدیی‌ها ۷۷ واحد تولیدی مشخص شدند. پس از آن با پیگیری آقای نعمت‌زاده، تشکیل کارگروه تسهیل تولید در دستور کار قرار گرفت و اکنون هفته‌ای دو بار این جلسه با حضور استاندار تشکیل می‌شود و مشکلات این واحدهای تولیدی در این کارگروه در حال پیگیری است.»

نقدینگی همچنان سد راه تولید

کارگروه تسهیل تولید، با هدف شناسایی بهتر مشکلات تولید و حل سریع‌تر مشکلات واحدهای تولیدی، تشکیل شده است. اما وقتی به بطن ماجرا به‌صورت دقیق نگاه می‌کنیم، مشکل جدی دیگری به‌غیراز نقدینگی و رکود موجود در بازار نمی‌بینیم. احمدیه درباره مشکلات واحدهای تولیدی استان اصفهان اظهار می‌کند: «نقدینگی و سرمایه در گردش مهم‌ترین مشکل واحدهای تولیدی فعال و طرح‌های در حال راه‌اندازی است که امیدواریم در این کارگروه بتوانیم آن را برطرف کنیم.» فروتن نیز بزرگ‌ترین مشکل واحدهای تولیدی استان اصفهان را کمبود نقدینگی و نبود بازار می‌داند که آن را طحری جدی برای واحدهای تولیدی این استان تلقی می‌کند.

اصناف

ارزیابی کارنامه کوتاه کارگروه تسهیل تولید

عزم دولتی‌ها برای حل مشکلات تولیدی



در توان این کارگروه است، در حال برطرف کردن این مشکلات هستیم.» او ادامه داد: «تاکنون دو جلسه اصلی با حضور استاندار و هفت جلسه با کارگروه‌های زیرمجموعه تشکیل شده است. ۱۵ مورد در این جلسات مطرح شده که بیشتر مرتبط با مشکلات نقدینگی واحدهای تولیدی بوده و به نتیجه خوبی رسیده و در برخی از موارد از بانک‌ها برای واحدهای تولیدی مهلت گرفته شده است.» حمیدرضا فروتن، رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت همدان نیز در این زمینه در گفت‌وگو با «فرصت امروز» بیان می‌کند: «پیش از تشکیل این کارگروه، ما با حمایت استاندار همدان، تمام واحدهایی را که معوقات بانکی داشتند و به همین دلیل گاهی

عسل داداشلو

نیمه اردیبهشت‌ماه سال جاری بود که اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهور از تصمیم‌گیری دولت برای تشکیل کارگروه رفع موانع تولید و سرمایه‌گذاری در استان‌ها خبر داد؛ کارگروه‌هایی که به ریاست استاندار و با حضور مسئولان استانی دستگاه‌های مرتبط و بانک‌ها تشکیل شوند و به رفع مشکلات واحدهای صنعتی و تولیدی بپردازند.

سابقه تشکیل کارگروه‌های اقتصادی، در تاریخ اقتصاد ایران بسیار طولانی و پر و پیمان است، نمونه بارز آنها در همین چند سال اخیر شورای گفت‌وگو، کارگروه اشتغال و سرمایه‌گذاری، شورای عالی صادرات و ستاد تسهیل و کمیسیون‌های تخصصی اتاق بازرگانی هستند که کارنامه فعالیت آنها چندان به مذاق بخش خصوصی خوش نیامده، به غیرشورای گفت‌وگو که در دولت یازدهم شکل منظم‌تری به خود گرفت و به توفیقات بیشتری دست پیدا کرد، مابقی این ستادها و شوراهای در عمل کار چندان‌ی از پیش نبردند.

همین تاریخچه کارگروه‌های این چنینی بود که موجب شد بخش خصوصی در همان ابتدای صحبت از تشکیل ستاد تسهیل تولید، در مقابل آن جبهه بگیرد و ناامیدوارانه به آن بنگرد. مثلاً محسن احتشام، رئیس اتاق بازرگانی خراسان جنوبی، همزمان با اعلام این



وزیر صنعت، معدن و تجارت عنوان کرد

طرح ساماندهی اصناف کوچک



ساماندهی کنیم.

نعمت‌زاده از طرحی در وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ساماندهی واحدهای صنفی خبر داد و گفت: این طرح باید به‌تدریج از سوی اتاق اصناف ایران به اجرا درآید.

وی به اصناف توصیه کرد تا رعایت اصناف، خودداری از غش معامله، پرهیز از ارائه مطالب ناردرست و خلاف واقع و توجه به بهداشت و حفظ محیط زیست را در دستور کار خود قرار دهند. وی خاطر‌نشان کرد: رضایت و قناعت به سود متعارف نیز باید در دستور کار قرار گیرد، به این معنا که کسبه باید از خرید ارزان، سود خود را به دست آورند نه آنکه از فروش گران، سودآوری داشته باشند؛ چرا که این روش به‌خودی‌خود، سبب کنترل قیمت هم می‌شود.

این عضو کابینه یازدهم خاطرنشان کرد: به جای سازمان‌های عریض و طویل نظارتی، می‌توان سیستم خودکنترلی را در واحدهای صنفی جایگزین کرد، همان‌طور که در گذشته نیز این سیستم به خوبی جواب می‌داده است. از سوی دیگر، امروز یکی از مشکلات جدی تولید و تجارت، موضوع ورود غیررسمی کالا به کشور است که لطعات زیادی به تولید و اشتغال داخلی می‌زند. وی ادامه داد: اگر مبارزه با کالای قاچاق و ورود آن به مبادی عرضه، کار ساده‌ای بود تا به حال باید معضل قاچاق حل

می‌شود که به نفع مصرف‌کنندگان و اصناف است البته در یک‌سال اخیر، گروه مشاوره حقوقی اتاق اصناف ایران ایجاد شده که در جهت تعالی آن، معاونت حقوقی رئیس‌جمهور نیز قول مساعد داده است.

نعمت‌زاده اضافه کرد: توجه به آموزش، ارتقای دانش کسب‌وکار نوین با حفظ ارزش‌های اخلاقی و ملی موضوعی مهم است، این در حالی است که امروز دنیا پیشرفت‌های حائز اهمیتی در حوزه اخلاق و تعالیم اسلام است. وی افزود: ساماندهی تشکلهای صنفی، صنعتی و خدماتی و انتخاب بهترین‌های صنفی، در انتخابات سال گذشته اتحادیه‌های صنفی به‌خوبی مشاهده شد؛ به نحوی که بیش از ۳۰۰ اتاق در سراسر ایران، مسئولان انتخاب شده‌اند. از سوی دیگر، همکاری در ساماندهی اصناف بدون جواز یکی از دغدغه‌های جدی جامعه صنفی کشور است که به خاطر مسائل اشتغال، مردم به ناچار رو به این کار آورده‌اند و منجر به رشد کمی شده است.

وزیر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: در اغلب کشورها، یک صنف به حدود ۱۳۰ تا ۱۵۰ نفر خدمات‌رسانی می‌کند که در ایران، این رقم به ۳۰ نفر می‌رسد، یعنی تعداد واحدهای صنفی ما نسبت به افراد جامعه بیشتر است، به همین دلیل این واحدها باید گران‌تر بفروشند یا اینکه با حداقل سود، کالای خود را عرضه کنند تا رونق کسب‌وکار کافی داشته باشند، بنابراین حتماً باید این مسئله را

وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه ۱۷درصد تولید ناخالص ملی توسط اصناف صورت می‌گیرد، بر ضرورت ایجاد بانک اصناف به‌عنوان یک بانک تخصصی در این حوزه تأکید کرد. به گزارش ایرنا، محمدرضا نعمت‌زاده دیروز در مراسم روز اصناف، افزود: بحث ایجاد بانک اصناف از مدت‌ها قبل مطرح بوده که ضرورت دارد این‌موضوع هرچه سریع‌تر عملیاتی شود. وی افزود: اتاق اصناف ایران باید موضوع راه‌اندازی بانک اصناف را در دستور کار خود قرار دهد تا یک بانک با شرایط اسلامی و ویژه در این حوزه فعالیت خود را آغاز کند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه اغلب سیاست‌ها و برنامه‌های کشور توسط اصناف اجرایی خواهد شد، اظهار داشت: چنانچه بتوانیم قانونگرایی را در اصناف پیاده‌سازی کنیم به نفع اصناف، مصرف‌کنندگان و در جهت ایجاد جامعه مدنی خواهد بود.

نعمت‌زاده سپس اصناف را حلقه اتصال قوه حاکمه با مردم دانست و افزود: در حالی که عنوان بازار و بازارچه یک واژه فارسی است، در اغلب شهرهای کشور آثار آن همچنان وجود دارد.

وی با بیان اینکه نخستین موضوع در حوزه اصناف، توجه ویژه به مسئولیت اجتماعی و ملی در جهت توسعه اقتصاد، فرهنگ و اخلاقی اجتماعی است، اظهار داشت: ایران ۳ میلیون مرکز آماده در بخش صنفی دارد که این مراکز می‌توانند مروج اخلاق کسب‌وکار و تجارت و اصناف انسانی باشند.

وی سپس از تشکیل گروهی حقوقی برای ساماندهی اصناف در اتاق اصناف ایران خبر داد و تصریح کرد: همراهی هرچه بیشتر با سیاست‌ها، برنامه‌ها و قوانین و مقررات، مورد نظر است و اگر بتوانیم قانون‌گرایی را در اصناف به نحو احسن پیگیری کنیم، نتایجی حاصل

اشتغال

معاون وزیر کار اعلام کرد

آموزش‌های بازارمحور ضامن اشتغال جویندگان کار



معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی اجرای الگوی آموزش‌های بازار محور را در به کارگیری توانمندی‌های افراد در عرصه‌های تولید و اشتغال موثر دانست.

کوروش پرند در گفت‌وگو با ایسنا، یکی از برنامه‌های مهم سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای را گسترش آموزش‌های بازار محور ذکر کرد و گفت: آموزش‌های بازار محور ضامن اشتغال افراد جویای کار است و اجرای این طرح زمینه اتصال مهارت و اشتغال را فراهم می‌کند.

وی از تعاونی‌ها، کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و نخبگان مهارتی به‌عنوان پشتیبانان طرح آموزش‌های بازار محور نام برد و تصریح کرد: این افراد با ایجاد تیم‌های حرفه‌ای و استفاده از تجارب مشاوران، زنجیره تولید را به وجود آورده و به موفقیت اجرای طرح کمک می‌کنند.

معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی با اشاره به ظرفیت صندوق کارآفرینی امید و رویکرد حمایتی آن ابراز امیدواری کرد: با اجرای الگوی آموزشی بازار محور و حمایت این صندوق، توانمندی افراد در زمینه تولید و اشتغال به نحو شایسته به کار گرفته شود.

به گفته وی، آموزش‌های بازارمحور با محوریت کارآفرینان دنبال می‌شود و براساس آن مهارت‌جویان پس از طی دوره‌های آموزشی لازم به فرصت‌های شغلی دست می‌یابند.

معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در عین حال یکی از مشکلات کسب‌وکارهای کوچک را عدم بازاریابی و فروش عنوان کرد و گفت: بسیاری از کسب‌وکارهای خرد و کوچک با وجود رسیدن به مرحله تولید با مشکل عرضه محصول و بازاریابی مواجه هستند که امیدواریم با اجرای الگوی آموزش‌های بازار محور این معضل برطرف شود.

پرند از کشت گیاهان دارویی، فرآوری سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی، صنایع غذایی و چرم و پوشاک به‌عنوان حرفه‌های در اولویت ارائه آموزش‌های بازارمحور نام برد.

مس

امضای تفاهم‌نامه همکاری شرکت مس و صندوق بیمه فعالیت‌های معدنی



تفاهم‌نامه همکاری شرکت ملی صنایع مس ایران و صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی با هدف حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی علاقه‌مند به فعالیت در حوزه تولید کنسانتره مس امضا شد.

به گزارش ایمیدرو، تفاهم‌نامه همکاری شرکت ملی صنایع مس و صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی روز گذشته با حضور مهدی کرבاسیان، رئیس هیات عامل ایمیدرو امضا شد.

براساس این تفاهم‌نامه، حمایت از معدنکاران فعال در کل زنجیره معدنکاری مس شامل اکتشاف، استخراج و فرآوری از طریق صدور بیمه‌نامه‌های سرمایه‌گذاری اکتشاف، بهره‌برداری، فرآوری و بیمه‌نامه اعتباری توسط صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی و به درخواست شرکت ملی صنایع مس ایران انجام می‌شود.

طبق تفاهم‌نامه مذکور، شرکت ملی صنایع مس تعهد می‌کند که بررسی اولیه برای دریافت پوشش بیمه‌ای برای سرمایه‌گذاری فرآیندهای اکتشاف و بهره‌برداری معدن را انجام دهد و سپس به صندوق معرفی کند.

همچنین، این شرکت «انعقاد قرارداد تضمین خرید محصولات بدون پیش پرداخت» و نیز «همکاری با صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی در انجام نظارت بر حسن اجرای سرمایه‌گذاری‌ها» را تعهد می‌کند.

صندوق بیمه سرمایه‌گذاری فعالیت‌های معدنی نیز «صدور بیمه‌نامه‌های مربوط براساس بررسی فنی و اقتصادی و تهیه گزارشات امکان‌سنجی، البته با دریافت هزینه خدمات از متقاضیان»، «معرفی اشخاص حقیقی و حقوقی واجد شرایط به بیمه‌گذاران جهت انجام فرایند اکتشاف یا بهره‌برداری» و «نظارت بر حسن اجرای تفاهم‌نامه و بیمه‌های صادره» را متعهد می‌شود.

عمران



مُسکن ۶۰ میلیونی، درد مُسکن را دوا نمی‌کند

احمدرضا سرحدی، عضو اسبق هیات‌مدیره نظام مهندسی استان تهران اظهار کرد: اگر وام‌های ۶۰ میلیونی وارد بازار شوند قطعا قیمت مسکن بالا می‌رود، در نتیجه به نفع خریداران نیست که صبر کنند وام‌ها بیایند؛ چون وام‌ها وارد بنگاه‌ها می‌شوند و به فعالیت‌های دلّای اختصاص می‌یابند و قیمت مسکن افزایش می‌یابد. تجربه نشان داده وام‌های مسکن جز رونق دلّالی، کمک تعیین‌کننده‌ای در خانه‌دار شدن افراد نداشته‌اند. به گزارش ایسنا، وی افزود: البته این امکان که با گشایش در اقتصاد و ارتباطات بین‌المللی قیمت مسکن کاهش یابد نیز محتمل است. اگر وضع اقتصاد و صنعت بهتر شود قیمت مسکن هم پایین خواهد آمد؛ چون در آن صورت سرمایه‌گذاری در بخش مسکن و سوداگری کاهش و جذابیت خود را از دست می‌دهد. بنابراین به کسانی که مسکن را به‌عنوان یک کالا نگاه می‌کنند توصیه سرمایه‌گذاری در این بخش نمی‌شود؛ چرا که آینده روشنی برای افزایش قیمت مسکن متصور نیستیم. این کارشناس مسکن تصریح کرد: دولت این امید را دارد که تا یک سال دیگر مشکلات و موانع توسعه اقتصاد کشور را بردارد تا بتواند در بخش مسکن رونق ایجاد کند، بنابراین به نظر می‌رسد تا یک سال آینده قیمت خانه بالا نخواهد رفت.

کمیسون عمران موافق استیضاح آخوندی نیست

عضو کمیسیون عمران با بیان اینکه در کمیسیون عمران اکثریت اعضا با استیضاح وزیر راه و شهرسازی مخالف‌اند، گفت: نظر اعضای کمیسیون این است که مجموعه دلایل استیضاح‌کنندگان برای استیضاح عباس آخوندی، برای انجام این کار مناسب نیست و اکثر اعضای کمیسیون تخصصی با انجام استیضاح مخالفند.

به گزارش ایلنا، محمد دامادی در مورد جلسه کمیسیون عمران با وزیر راه و شهرسازی گفت: وزیر راه برای بررسی موضوع استیضاح در کمیسیون عمران حاضر شد که این جلسه به دلیل پایان نیافتن تمامی محورهای استیضاح به جمع‌بندی نرسید و قرار بر این شد تا سه‌شنبه هفته آینده آخوندی دوباره در کمیسیون عمران با استیضاح‌کنندگان جلسه‌ای داشته باشد.

دامادی همچنین پیش‌بینی کرد، درصورتی‌که بنای استیضاح‌کنندگان به کشیدن استیضاح به صحن علنی باشد، عباس آخوندی با رأی اعتماد مجدد مجلس همراه می‌شود و به کار خود در وزارت راه و شهرسازی ادامه خواهد داد.

◀ جواد هاشمی

از بهره‌برداری از قطعه نخست آزادراه حرم تا حرم و کلنگ‌زنی قطعه دوم آن، تعیین‌تکلیف آزادراه‌های تهران – شمال، اصفهان – شیراز و تبریز – مرند که هریک از مرحله تعیین نقشه‌های کلی تا جذب سرمایه‌گذار در سال‌های گذشته اوضاع چندان خوبی نداشتند و حالا برای آینده برنامه‌ای قطعی دارند تا کلنگ زدن کنارگذر جنوبی تهران. این طرح‌ها در کنار چند پروژه راه‌سازی دیگر که در هیأت دولت به تصویب رسیده و به اعتقاد عباس آخوندی کار راه‌سازی را وارد پروژه‌هایی جدیدی کرده است، کارنامه

آزادراهی دولت یازدهم را می‌سازند. پروژه‌هایی که افق آزادراه‌ها را تا جایی روشن کرده که وزیر راه در رابطه با آن وعده‌هایی بزرگ می‌دهد. بر مبنای سند جامع حمل‌ونقل کشور میزان آزادراه‌های فعال در ایران باید از ۲۳۰۰ کیلومتر فعلی با رشدی نزدیک به چهار برابری به بیش از ۱۰ هزار کیلومتر برسد، هدفی بزرگ که هرچند رسیدن به آن در چند سال آینده دور از دسترس به نظر می‌رسد اما پروژه‌های بزرگی که مراحل پایانی خود را پشت سر می‌گذارند آخوندی را بر آن داشته که وعده‌هایی بزرگ بدهد. به گزارش «فرصت امروز»، وزیر راه روز گذشته در مراسم رسمی کلنگ‌زنی آزادراه کنارگذر جنوبی تهران اعلام کرد، با برنامه‌ریزی‌های انجام گرفته دولت فعلی آزادراه‌ها را به ۵۲۰۰ کیلومتر خواهد رساند، هرچند این رقم نسبت به نیاز را روشن می‌کند.

فعلی کشور محدود است اما لااقل بخشی از مشکلات این حوزه را رفع می‌کند.

البته نگاه وزیر راه بیش از آنکه به بخش‌بندی کردن آزادراه‌ها در مناطق مختلف کشور متوجه باشد صرف طبقه‌بندی بخش‌های ترافیکی مختلف شده است. «به دلیل قرارگرفتن محوره‌ای مواصلاتی تهران در مسیر شرق به غرب و چه شمال به جنوب این نگرانی را به وجود آورده که حتی در صورت کنترل کردن معضلات درون شهری نیز نتوان امید داشت با این فشار خارجی اوضاع تهران در دو حوزه ترافیک و آلودگی هوا بهبود پیدا کند. از این‌رو، دولت در طرحی بزرگ که البته با مشارکت ۷۰ درصدی قرارگاه خاتم‌الانبیا همراه خواهد بود این کنارگذر را در زمانی کوتاه از حداقل‌های آبیک قزوین تا چرم‌شهر ورامین خواهد ساخت و البته آن را به‌وسیله

شهر تهران با جمعیت بیش از ۱۰ میلیون نفری خود و البته قرار گرفتن در رأس تمام جاده‌ها و معابر ترانزیتی کشور عملاً باری را تحمل می‌کند که حتی از جمعیت فعلی خود نیز بالاتر است. نیاز تمام خودروهای ترانزیتی کشور به عبور از بزرگراه‌ها و آزادراه‌های منتهی به پایتخت تهران به شدت کاهش یافته و خودروهایی که تنها قصد عبور از پایتخت را دارند دیگر بدون نیاز به ورود به تهران از طریق سه جاده اصلی به خارج هدایت شوند.

افتتاح قطعه اول کنارگذر تهران ظرف ۱۲ ماه

در بخش دیگری از این مراسم استاندارد تهران تلاش کرد با خاطرنشان کردن دلایل اهمیت این آزادراه برای این استان قرارگاه خاتم را به افزایش سرعت ساخت آن مجاب کند.

سیدحسین هاشمی گفت:

دو آزادراه دیگر تکمیل خواهد کرد. ضلع نخست آزادراه حرم تا حرم که به کمربندی جدید تهران ورودی و خروجی دارد و یک طرح آزاد راهی دیگر محیطی، کاهش بار ترافیکی پایتخت، پایین‌ین شری‌آباد و سفر برای خودروهای عمومی و شخصی، صرفه جویی کلان در مصرف سوخت و البته تکمیل کردبو‌های شمال به جنوب و شرق به غرب کشور تنها بخشی از اهداف و برنامه‌های در نظر گرفته شده برای این آزاد راه بسیار مهم را می‌سازد. درصورتی‌که دولت بتواند با ثبت رکوردی مقبول مانند آنچه در قطعه نخست آزادراه حرم تا حرم اتفاق افتاد کار ساخت کمربندی جنوبی تهران را نیز پیش ببرد، میزان پوشش آزادراهی کشور ۱۵۸ کیلومتر دیگر نیز رشد پیدا می‌کند و البته راه برای اهداف کلانی چون احیای جاده ابریشم و تکمیل شبکه آزادراهی ایران باز خواهد شد.

سند راهبردی زیباسازی شهر تهران تدوین شد

معاون برنامه‌ریزی و توسعه سازمان زیباسازی شهر تهران از تدوین «سند راهبردی زیباسازی شهر تهران» توسط مرکز مطالعات و اسناد راهبردی شهرداری تهران خبر داد. به گزارش تسنیم، عیسی علیزاده با بیان اینکه این سازمان از چهار سال قبل تولید محتوایی برای همه حوزه‌های فعالیتی خود انجام داده است، ادامه داد: تولیدات سازمان در حوزه دانش زیباسازی به متناوب مورد استقبال مناطق شهرداری و کلاتشهرها قرار گرفته و به‌عنوان یک دستورالعمل مورد استفاده قرار گرفته است. وی با تأکید بر اینکه سازمان بنا دارد ستادی عمل کند بنابراین باید سطح دانش خود را ارتقا بخشد، افزود: این تولیدات محتوایی هر سال از سوی سازمان زیباسازی شهر تهران به‌روز شده و اسناد کاملی است. به گفته علیزاده این رویکرد سازمان را بر

اجاره‌بهای آپارتمان زیر ۴۰ متر در تهران

میلیون پول پیش و یک میلیون تومان اجاره در نظر گرفته شده که معادل پرداختی ماهانه آن یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان است، یک واحد آپارتمان ۴۰ متری واقع در پونک، شهرک نفت، یک خوابه، با پارکینگ به قیمت ۱۰ میلیون پول پیش و ۹۰۰ هزار تومان اجاره در نظر گرفته شده که معادل پرداختی ماهانه آن یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان است، یک واحد آپارتمان ۴۰ متری واقع در کرمان جنوبی، طبقه اول، به قیمت ۳۶میلیون رهن کامل در نظر گرفته شده که معادل پرداختی ماهانه آن یک میلیون و ۸۰ هزار تومان است، یک واحد آپارتمان ۴۰ متری واقع در اتوبان شهید محلاتی، خیابان شاه‌آبادی، طبقه اول، به قیمت ۱۵ میلیون پول پیش و ۳۵۰ هزار تومان اجاره در نظر گرفته شده که معادل پرداختی ماهانه آن ۸۰۰ هزار تومان است.

متراژ	منطقه	قیمت (معادل پرداختی ماهانه)
۴۰ متر	میدان شهدا، طبقه دوم	یک میلیون و ۵۰ هزار تومان
۴۰ متر	نارمک، تسلیحات، طبقه اول	۸۴۰ هزار تومان
سوئیت ۳۰ متر	شریعتی، پل رومی	یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان
۴۰ متر	پونک، شهرک نفت	یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان
۴۰ متر	اتوبان شهید محلاتی، خیابان شاه‌آبادی، طبقه اول	یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان
۴۰ متر	خیابان دامپزشکی، خوش، همکف، طبقه اول	۸۵۰ هزار تومان

فرصت امروز

حمل و نقل

وزیر راه و شهرسازی:

مذاکره با سازندگان هواپیماهای کوتاه‌برد

وزیر راه و شهرسازی از برنامه دولت برای خرید هواپیماهای کوچک با محور توسعه مناطق محروم خبر داد و گفت: با عرضه‌کنندگان هواپیماهای زیر ۱۰۰ صندلی در نمایشگاه هوانوردی فرانسه مذاکراتی داشته‌ایم.

به گزارش فارس، عباس آخوندی به سفر اخیر خود به کشور فرانسه اشاره کرد و اظهار داشت: این سفر به دعوت رسمی دولت فرانسه انجام شد. وی با اشاره به اینکه بزرگ‌ترین نمایشگاه صنعت هوانوردی دنیا در فرانسه برگزار شده بود، بیان کرد: در این سفر با عرضه‌کنندگان دست اول صنعت هوانوردی صحبت شد. آخوندی بیان کرد: در حال حاضر، متوسط سن ناوگان هوایی کشور ۲۰ سال است و نیازمند نوسازی این صنعت هستیم.

وزیر راه و شهرسازی افزود: در شرایط تحریم با خرید هواپیماهای دست دوم توانسته‌ایم تا این لحظه صنعت هوانوردی را سر پا نگه داریم و حتی متوسط سن ناوگان را دو سال کاهش دهیم. آخوندی یادآور شد: قطعاً در شرایط پس از تحریم باید سند نوسازی صنعت هوانوردی کشور را داشته باشیم تا بتوانیم به سرعت در این عرصه عمل کنیم. وی با اشاره به دیدار خود با کمیانی‌های تولیدکننده هواپیما در نمایشگاه فرانسه بیان کرد: حدود ۶۰فرودگاه در کشور داریم که لازم است در این فرودگاه هواپیماهای کوچک پرواز داشته باشند.

آخوندی بیان کرد: قطعاً هواپیماهای زیر ۱۰۰ صندلی در فرودگاه‌های کشور به توسعه مناطق کمتر توسعه‌یافته کشور، کمک می‌کند. وزیر راه و شهرسازی افزود: در نمایشگاه هوانوردی فرانسه با متولیان و عرضه‌کنندگان هواپیماهای کوتاه‌برد رایزنی‌هایی به عمل آمد، همچنین با عرضه‌کنندگان هواپیماها با برد متوسط و بلند نیز مذاکراتی داشتیم.

آخوندی یادآور شد: امیدواریم همزمان با تحقق اهداف گروه دیپلوماسی در مذاکرات با ۵+۱ بتوانیم مقدمات تجارت بین‌المللی را فراهم کنیم. وی بیان کرد: همچنین در این سفر درباره توسعه فرودگاه‌ها و مشارکت‌های بین‌المللی در توسعه فرودگاهی ایران مباحثی مطرح شد.

آخوندی گفت: با وجود هیاهوها استقبال از ما و مذاکرات در فرانسه سازنده بود؛ بنگاه‌های کاملاً بازارهای ایران را می‌شناسند، ضمن آنکه بخش دولتی فرانسه نیز استقبال مناسبی از ما داشت.

فرمانده قرارگاه خاتم‌الانبیا:

ساخت ۶۰ درصد از آزادراه‌های کشور توسط قرارگاه خاتم

فرمانده قرارگاه خاتم با بیان اینکه بیش از ۶۰ درصد از آزادراه‌های کشور توسط قرارگاه خاتم‌الانبیا ساخته شده، گفت: تا دوماء دیگر بزرگ‌ترین پالایشگاه کشور افتتاح می‌شود.

به گزارش ایلنا، سردار عبداللّهی در مراسم کلنگ‌زنی آزاد راه کنارگذر جنوبی تهران با بیان اینکه قرارگاه خاتم همانند دوران دفاع مقدس با روحیه زمان جنگ و با استفاده از ظرفیت‌هایی که وجود دارد در اکثر نقاط کشور متولی پروژه‌های عمرانی است، گفت: در حوزه راه‌آهن چیزی حدود ۴هزار کیلومتر را در دست اجرا داریم و همچنین ۶۰ درصد آزادراه‌های کشور توسط قرارگاه خاتم‌الانبیا ساخته شده یا در حال ساخت است. وی با بیان اینکه ۶۰ درصد مراحل زیرسازی قطعه اول آزاد راه جنوبی تهران انجام شده است، گفت: ساخت آزاد راه اراک خرم‌آباد هم که اهمیت بسیار زیادی دارد و ترافیک و سبک و سنگین جنوب کشور را به مرکز منتقل می‌کند، برعهده قرارگاه خاتم است و این آزادراه به آزادراه حرم تا حرم که قطعه اول آن سال گذشته افتتاح شد، وصل می‌شود.

فرمانده قرارگاه خاتم‌الانبیا با اشاره به مشخصات آزادراه کنار گذر جنوبی تهران گفت: آزادراه آبیک – چرمشهر به طول حدود ۱۶۰ کیلومتر دیروز کلنگ‌زنی شد. این آزادراه ترافیک شرق کشور و ترافیک استان‌های قزوین، البرز، مرکزی و تهران را به هم متصل و در نهایت این ترافیک را به شرق کشور منتقل می‌کند.

وی ادامه داد: این آزادراه از بعد مسائل امنیتی بسیار اهمیت دارد چرا که با توسعه شهر تهران یکی از مزیت‌های ساخت این آزادراه پدافند غیرعامل است. سردار عبداللّهی با بیان اینکه ۴۰ درصد زیرسازی قطعه اول این آزادراه از چرمشهر تا اتوبان قم به طول ۴۰ کیلومتر انجام شده است، گفت: در حال حاضر حجم بالایی از ماشین‌آلات قرارگاه خاتم در این پروژه مشغول کار هستند.

وی با بیان اینکه خبر خوب قرارگاه خاتم افتتاح بزرگ‌ترین پالایشگاه کشور است، گفت: در آینده‌ای نه‌چندان دور، یعنی حدود دو ماه دیگر شاهد افتتاح بزرگ‌ترین پالایشگاه کشور خواهیم بود. وی افزود:

با بهره‌برداری از فازهای ۱۵ و ۱۶ پالایشگاه چیزی حدود ۱۰ میلیارد مکعب گاز، ۴٫۸ میلیون بشکه معانات‌گازی تولید شده است و تدبیر فنی‌ها این بود که فازهای این پروژه تکمیل شود.

سردار عبداللّهی با اشاره به پروژه طولانی بوروکراسی‌های اداری گفت: اگر این موارد تسهیل شود تأثیر بسیار مثبتی در پیشرفت فیزیکی پروژه‌ها خواهد داشت.

وی همچنین با اشاره به ساخت آزادراه مشهد سبزوار به طول ۲۳۰ کیلومتر گفت: ساخت این آزادراه در دستور کار قرارگاه خاتم است و همچنین قطعه اول آزاد راه کنار گذر جنوبی تهران را هم در طول یک‌سال به بهره‌برداری می‌رسانیم.



خبر

تصویب یارانه ۳هزار میلیاردی برای کشاورزی



مدیرکل بودجه وزارت کشاورزی، یارانه بخش کشاورزی، نهاده‌ها و عوامل تولید از محل اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها برای امسال را بیش از ۳۰۰۰ میلیارد تومان اعلام کرد و گفت: این میزان تصویب شده اما هنوز تخصیص نیافته است.

حسن قاسمی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه تمرکز در بودجه‌ریزی بر زیرساخت‌ها و حوزه‌های زیربنایی آب و خاک است، اظهار کرد: براساس قانون، یارانه بخش کشاورزی از محل اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها حدود ۲۴۰۰ میلیارد تومان و یارانه نهاده‌ها و عوامل تولید بخش کشاورزی حدود ۷۳۲ میلیارد تومان است.

وی با بیان اینکه این میزان یارانه تصویب شده برای امسال می‌تواند بسیاری از اهداف و برنامه‌های راهبردی بخش کشاورزی را پیش ببرد، خاطرنشان کرد: در سال گذشته یارانه نهاده‌ها و عوامل تولید کشاورزی ۷۸۳ میلیارد تومان بود و یارانه‌ای برای بخش کشاورزی از محل اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها تصویب نشد که البته به دلیل محدودیت منابع مالی دولت، مبلغی از این بابت به حساب بخش کشاورزی واریز نشد.

مدیرکل بودجه وزارت جهاد کشاورزی همچنین بودجه این وزارتخانه از محل اعتبارات عمرانی را بالغ بر ۶۰۰۰ میلیارد تومان عنوان کرد.

ممنوعیت استفاده از شیرین کننده و طعم‌دهنده مصنوعی در آبمیوه‌ها



اداره کل استاندارد تهران بر ممنوعیت استفاده از هرگونه شیرین‌کننده مصنوعی، طعم‌دهنده‌های طبیعی و مصنوعی، رنگ و نگهدارنده در آبمیوه‌ها و نکتارها تاکید کرد.

به گزارش ایسنا، براساس اعلام سازمان ملی استاندارد، نوشیدنی‌های بر پایه آب میوه به سه دسته آبمیوه، نکتار و نوشیدنی‌های میوه‌ای بدون گاز و گازدار تقسیم می‌شوند که هر کدام از این موارد از لحاظ درصد و میزان آبمیوه محتوی متفاوت هستند.

به گفته مسلم بیات، مدیرکل استاندارد تهران با توجه به تفاوت میان این نوشیدنی‌ها در آبمیوه و نکتار استفاده از شیرین‌کننده‌های مصنوعی، طعم‌دهنده‌های طبیعی، مشابه طبیعی و مصنوعی مطابق با استاندارد ملی ممنوع است.

این در حالی است که در نوشیدنی‌های میوه‌ای استفاده از طعم‌دهنده‌ها و رنگ‌های طبیعی تا رسیدن به طعم و رنگ مطلوب مجاز است. براساس این گزارش، آبمیوه‌ها و نکتارها به روش فیزیکی از میوه سالم و رسیده یا از رقیق شدن آبمیوه تغلیظ شده کنسانتره یا پوره میوه با آب آشامیدنی تا رسیدن به غلظت مطلوب به همراه افزودنی‌های مجاز خوراکی که در هر فرآورده در استاندارد ملی مربوط مشخص شده است تهیه می‌شود.

بیات همچنین تاکید کرده است که استفاده از هرگونه رنگ، شیرین‌کننده و طعم‌دهنده‌های مصنوعی و نگهدارنده در هر سه نوع نوشیدنی غیرمجاز است.

ایده دستگاه داخلی جمع آوری میوه‌ها روی زمین ماند



عضو هیات علمی دانشکده کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس در گفت‌وگو با ایانا، از ساخت دستگاه جمع‌کننده میوه پس از ساخت دستگاه برداشت خبر داد و گفت: ساخت این دستگاه‌ها حاصل پایان‌نامه دانشجویان کارشناسی ارشد بوده است.

غلامحسین نجفی درباره سازوکار این دستگاه افزود: این دستگاه به شکل یک چتر وارونه است که در زیر درخت قرار می‌گیرد و از برخورد میوه با زمین و در نتیجه آلوده شدن و آسیب‌رسانی به آن جلوگیری می‌کند.

وی ادامه داد: این دستگاه با هزینه تمام‌شده ۳۰۰ هزار تومان بسیار مقرون‌به‌صرفه است و از ویژگی‌های آن سادگی سیستم است که نیازی به آموزش ندارد.

نجفی با بیان اینکه دستگاه‌ها به‌راحتی قابل تولید انبوه هستند، اما به‌دلیل عدم حمایت مسئولان تاکنون نتوانسته‌ایم کاری از پیش ببریم، تصریح کرد: پاسخ مسئولان به پیگیری‌های ما این است که تا وقتی می‌توانیم این دستگاه را وارد کنیم، نیازی به تولید داخلی نداریم.

بازارهای جهانی را از دست داده‌ایم

در جازدن ۱۰ ساله تولید خرما در کشور

مولود غلامی

خرما یکی از مواد غذایی است که در ماه رمضان مصرف بیشتری دارد و در سبد غذایی خانوارها جای می‌گیرد. این محصول دارای رقم‌های مختلفی است و براساس نوع، کیفیت و مرغوبیت، با قیمت‌های متفاوت به فروش می‌رسد. بیش از ۱۸ نوع خرما در ایران تولید می‌شود که استعمران، شاهانی، مضافتی، کبکاب، پیارم، ربی، خاصوبی، دیری، حلاوی و غیره از جمله مهم‌ترین انواع آن به شمار می‌روند. ایران با تولید سالانه یک میلیون تن خرما در رتبه سوم جهان پس از مصر و عربستان قرار دارد و این میزان تولید در ۱۰ سال اخیر ثابت مانده است. قیمت پایین خرما، هزینه‌های دستمزد و گرده‌افشانی و حمایت نکردن دولت از باغداران، رغبتی برای افزایش تولید خرما در نخلداران ایجاد نمی‌کند. با ادامه این روند، به‌زودی ایران، کشوری که

گلایه نخلداران جنوب از وضعیت بد اقتصادی

دست کشاورز کوتاه و خرما بر زمین

نماینده‌گی از کشاورزان حاضر می‌شوند و خود را در تمامی امور دخالت می‌دهند. مسائل صنفی خود را نیز از تریبون کشاورزان مطرح می‌کنند اما نمایندگان واقعی کشاورز نیستند. این‌گونه است که وضعیت کشاورزی کشور چنین است که شاهد آن هستیم و اوضاع روز به روز بدتر هم می‌شود.

در آخر هم سودش برای دلالتان است و رنجش برای کشاورزان؛ کشاورزانی که هیچ پشتوانه‌ای ندارند تا در چارچوب قوانین صنفی از آنها حمایت کنند. اگر کسی هم بخواهد یک شرکت مستقل و منسجم برای حمایت از خرما ایجاد کند باید مسئولان دولت یا نماینده مجلس نیز در آن سهامدار باشند. در غیراین صورت اجازه فعالیت نمی‌گیرند. آیا نماینده مجلسی را سراغ داریم که از راه کشاورزی ارتزاق کند و مشکلات من کشاورز را بداند و درک کند؟!

بخش کشاورزی با همه همه‌هایی که به آن وارد می‌شود همچنان ۲۵ درصد از صادرات ناخالص ملی را به خود اختصاص داده و حدود ۲۵ درصد نیز در اشتغال‌زایی سهم دارد. افزون بر این کشاورزان

چرخه معیوب، واسطه‌ها و سلف‌خرها سوده‌های هنگفت به جیب می‌زنند و دست نخلداران و کشاورزان از سود محصول‌شان کوتاه است.

نخلداران و کشاورزان جنوب کشور بسیار ضعیف هستند و اوضاع معیشتی مناسبی ندارند. مشکل ما کشاورزان این است که یک تشکل قوی و مستقل نداریم؛ اتحادیه یا صنفی که از ما حمایت کند و محصولات ما را به‌موقع بخرد و سودش را بازگرداند. مشکل دیگر بخش کشاورزی این است که تصمیم‌های بخش بدون حضور نمایندگان کشاورزان گرفته می‌شود و کسانی که برای کشاورزان نسخه می‌پیچند از کشاورزی چیزی نمی‌دانند. شاید بیراه نباشد اگر بگوییم که دست‌شان هم به خاک نخورده و یک گیاه در گلدان نکاشته‌اند چه رسد به کشت و کار! تمامی تصمیم‌ها پشت اتاق‌های در بسته برای کشاورزان گرفته می‌شود و تشکل‌ها هم جایی در این اتاق‌ها ندارند.

برخی تشکل‌های حزبی که خود را در بخش کشاورزی جا زده‌اند در برنامه‌های تلویزیونی به

بازار خرما در دست دلالتان و واسطه‌ها

کشاورزان بدون پشتوانه، بدون تشکل قوی



صنایع تبدیلی و فرآوری برای تولید شیر و لواشک مصرف می‌شود، از باغداران به قیمت هر کیلوگرم ۳۰۰ تومان خریداری می‌شود. این قیمت‌های کم و بسیار اندک باعث شده تا بخشی از نخلداران، نخلستان‌های خود را رها کنند و امیدی به آینده نداشته باشند. بنابراین دولت و وزارت

کشاورزی برای حمایت از کشاورزان باید این رقم‌ها را خریداری کنند و بسته‌های حمایتی را برای این محصولات اختصاص دهند. خرماهایی مانند مضافتی، پیارم و سایر رقم‌های شناخته شده و خوراکی به هر طریقی که باشد در بازار به فروش می‌رسند.

در مجموع وزارت جهاد کشاورزی در خرید تضمینی

کرامت‌الله و کیلی‌پور

رئیس مجمع ملی خبرگان کشاورزی و کشاورز نمونه کشور

در سال گذشته نخلداران جنوب محصول خرماي خود را به پایین‌ترین قیمت فروختند. مضافتی درجه با خوشه کیلوگرمی ۵۰۰ تا ۷۰۰ تومان از کشاورزان خریداری شد درحالی‌که قیمت همین خرما در فروشگاه‌ها اکنون با بیش از ۹۰۰ تومان به دست مصرف‌کننده می‌رسد. در این میان سلف‌خرها و سردخانه‌داران سودهای سرشاری می‌برند و ضررش برای کشاورز و مصرف‌کننده است.

در سایر ارقام خرما نیز کمابیش وضعیت به همین شکل است. خرماي زاهدی درجه یک حدود ۲ هزار تا ۲۵۰۰ تومان و پیارم از ۶ تا ۱۴ هزار تومان بر حسب کیفیت خرما (رنگ، اندازه و گوشتدار بودن) متغیر است. خرماي پیارمی که از نخلدار در بهترین صورت کیلوگرمی ۱۴ هزار تومان خریداری شده اکنون در فروشگاه‌های بزرگ تهران و سایر شهرها تا ۳۵ هزار تومان فروخته می‌شود. پیارم درجه یک در بازارهای اروپا و آمریکا بین ۱۲ تا ۱۵ دلار به فروش می‌رسد. بازم در این

سعید خسروی

عضو هیات‌مدیره نخلداران هرمزگان و مدیرعامل اتحادیه نخلداران حاجی آباد

در ماه رمضان، مصرف خرما در کشور بیشتر است و تاکنون هر چه در انبارها بود، به بازار عرضه شد. قیمت‌ها نیز مناسب بود اما سودش به جیب واسطه‌ها و سردخانه‌دارانی رفت که محصول خرماي نخلداران را در سال گذشته به بهای اندک هر کیلوگرم (مضافتی) ۷۰۰ تا ۸۰۰ تومان (با خوشه) خریده بودند. دولت در سال‌های اخیر پیشنهاد خرید توافقی خرما از کشاورزان را داد اما نتوانست به قول خود عمل کند و شرایط خرید توافقی را تضمینی مشکل بود. نخلداران باید خرماي خود را در کارتن ۱۰ کیلوگرمی به سازمان تعاون روستایی تحویل می‌دادند و سازمان از طریق مزایده یا مناقصه آنها را به فروش می‌رساند. سازمان تعاون روستایی در سال گذشته اتحادیه نخلداران را عامل خرید معرفی کرد اما در ادامه، مسئولان همکاری نکردند و ما (اتحادیه نخلداران) ضرر کردیم.

دولت اگر می‌خواهد از نخلداران حمایت کند باید رقم‌های ناشناخته خرما را که مصارف صنعتی دارند به‌صورت تضمینی بخرد. این رقم از خرما که در

عنایت‌الله و کیلی‌پور

نخلدار نمونه کشور

خرید تضمینی خرما توسط دولت با قیمت‌های اندک، هزینه برداشت محصول نخلدار را هم نمی‌دهد. برای کشاورز توجیه اقتصادی ندارد که محصول خود را به قیمت کیلوگرمی ۸۰۰ تا ۹۰۰ تومان بفروشد. با این نرخ پایه و اولیه که دولت تعیین می‌کند، گاهی کشاورز حتی نمی‌تواند یا حاضر نمی‌شود محصولش را برداشت کند.

خرماي ایران به دلیل طعم و مزه بهتر، می‌تواند در بازارهای خارجی قدرت رقابت داشته باشد. البته تا دو سال پیش کمابیش این شرایط حاکم بود اما تحریم‌ها باعث شد تا قیمت خرماي ایرانی سقوط کند. در بازار داخل نیز وضعیت مطلوبی برای نخلداران وجود ندارد و دلالت و سلف خرما، با قیمت کم محصول را می‌خرند و حاصل دسترنج کشاورزان را نقدی نمی‌پردازند. گاهی کشاورزان تا ماه‌ها پس از فروش محصول باید در پی نقد کردن چک خریدار باشند.

مصرف خرماي مضافتی در داخل بیشتر از سایر رقم‌هاست. این نوع خرما در ابتدای فصل برداشت به‌صورت کال و نارس از نخلداران به قیمت ۴۰۰ تا

مقابله ندارند. نماینده نخلداران در وزارتخانه مربوط نیز به دنبال تجارت خودش است و خرماي حراج شده کشاورزان را می‌خرد و در زمان مناسب می‌فروشد.

کسی اصلاً به فکر کشاورز نیست

وزارت جهاد کشاورزی متولی تولید محصولات کشاورزی است اما هیچ‌گاه از تولیدکنندگان و کشاورزان حرفه‌ای که به‌صورت علمی کار می‌کنند، کمک و اطلاعات نمی‌گیرد. اگر این افراد در فروش محصولات نقش داشته باشند و به کمک گرفته شوند، بخش وضعیت کشاورزی و تولید بهتر خواهد شد. بعضی خصوصی کشاورزی باید قوی و شرکت حمایتی خرما تشکیل شود. بازار محصولات کشاورزی به‌ویژه در جنبه واسطه‌ها و قدرتمداران قرار دارد. تشکل‌هایی که در وزارتخانه‌های صنعت و کشاورزی شکل گرفته در دست چنگ نفر که نه کشاورز هستند و نه از کشاورزی اطلاع دارند، است و ما کشاورزان از تصمیم‌هایی که برای‌مان می‌گیرند خبر نداریم.

خرماي پیارم، اشرف خرماهاست و استان هرمزگان به‌عنوان قطب تولید این محصول، جای زیادی برای توسعه تولید آن دارد اما محصول کشاورز روی زمین

می‌ماند و هر که زحمت می‌کشد، چیزی نصیب نمی‌شود. این مسئله در سال‌های آینده خلاهایی را در تولید به وجود می‌آورد. در کل سیاست‌های اقتصادی کشور بر پایه واردات است و تولید و صادرات جایگاهی در آن ندارند. وجود سودهای کلان و پورسانت‌های گزاف در واردات رواج دارد بنابراین، نگاه‌ها و سیاست‌ها به سمت واردات می‌چرخد.

با توجه به شرایط اقلیمی و تغییراتی که در آن به وجود آمده، همچنین بحران آبی که کشور با آن دست و پنجه نرم می‌کند، نخل خرما با کمترین مصرف آب، بازده مناسب اقتصادی، اشتغال‌زایی و زیست‌محیطی (بیابان‌زدایی و تولید اکسیژن)، می‌تواند یکی از بهترین گزینه‌ها باشد. نخل با مصرف کمترین میزان آب و تحمل دمای از ۱۰ تا ۴۰ درجه سانتی‌گراد با میانگین دمای ۵۰ درجه، سود اقتصادی مناسبی نیز عاید کشور می‌کند. خرما، یکی از محصولات اساسی که با شرایط اقلیمی ایران سازگار است و حمایت و تقویت تولید و ایجاد صنایع تبدیلی و فرآوری خرما، می‌تواند جایگزین خوبی باشد برای محصولات آب‌بر کم‌بازده، گرچه موضوع خشکسالی و بحران آب اکنون دستاویزی شده برای عداوت با باقیمانده کشاورزی هزاران ساله ایران را نبودد کنند.



نقدی جسورانه

به کار بزرگان عرصه تبلیغات

محسن جاوید

مدرس و طراح گرافیک



در دنیای رو به جلوی امروز و با در نظر گرفتن شتاب پیشرفت در تمام زمینه‌ها و علوم مختلف، میزان مطالعه افراد یک جامعه ملاک و شاخص تعیین‌کننده‌ای در سهم آنها در پیشرفت‌های مهم جهان محسوب می‌شود. اغلب کشورهای پیشرفته مردمی اهل مطالعه دارند و کتاب به‌عنوان یک منبع علمی ارزشمند و روزنامه‌ها و مجلات به‌عنوان منابع آگاهی‌دهنده در زمینه اخبار گوناگون و اطلاعات روز، نقش مهمی را در زندگی انسان ایفا می‌کنند، بنابراین مطالعه روزنامه همیشه در برنامه روزانه مردم این جوامع جا دارد. این مسئله و قیاس را زمانی می‌توانیم بهتر متوجه شویم که به تیراز روزنامه‌های کشورهای پیشرفته دنیا نگاه می‌کنیم. کشور ژاپن با جمعیتی حدود ۱۲۸ میلیون نفر روزنامه‌ای به نام «یومیوری شیمبون» دارد که با تیراز روزانه بیش از ۱۰ میلیون نسخه پرتیراژترین روزنامه جهان است و تنها سه روزنامه اول این کشور روزانه بالغ بر ۲۲ میلیون نسخه تیراز دارند و جمع تیراژ تمام روزنامه‌های ژاپنی ۶۵ میلیون نسخه در روز را رد می‌کند. این در حالی است که متأسفانه در کشور ما جمع حدود ۷۰ روزنامه فعال حداکثر تیراژی در حدود یک میلیون و ۲۰۰ هزار نسخه در روز تیراژ دارند که سهم عمده آن مربوط به یکی دو روزنامه است که فروش آنها به دلیل داشتن نیازمندی‌های پرکاربردشان است نه خود روزنامه؛ به‌طوری که اگر نیازمندی‌های آنها حذف شود، بعید می‌دانم بتوانند حتی با روزنامه‌های رده دوم هم رقابت کنند. در این میان ظهور روزنامه‌هایی که فارغ از تمام این مسائل با شبی نرم به تهیه اخبار و مطالب کیفیت‌محور پرداخته و تلاش می‌کنند نیازهای خبری مخاطب را با بهترین اخبار روز و در دسترس‌ترین‌های منطقی و کاربردی برآورده کنند، جای دلگرمی دارد.

خوشبختانه «فرصت امروز» از این دست روزنامه‌هاست که به شکلی تخصصی به زمینه‌های اقتصادی و مدیریتی که از بزرگ‌ترین عرصه‌های دچار ضعف و چالش در مملکت ما است پرداخته و در این مسیر بسیار امیدوارکننده و رو به جلو قدم برداشته است. «فرصت امروز» را روزنامه‌ای می‌بینم که در عرصه تخصصی شخصی من یعنی تبلیغات، بازاریابی و گرافیک، بسیار خلاق و جسور عمل می‌کند و به موضوعاتی می‌پردازد و نقدهایی را از آثار بزرگان دست می‌گیرد که کمتر روزنامه‌ای جسارت چنین کاری را دارد. حقیقت این است که امیدوارم این روند ادامه داشته باشد و با گذشت زمان این نقطه قوت رو به افول نرود. یکی از اموری که حس می‌کنم جای آن در این روزنامه خالی است، (البته در صفحات تبلیغات و بازاریابی)، در تقابل قرار دادن تبلیغات و متدهای خارجی با داخلی و نمایان کردن کاستی‌ها و کی‌پرداری‌های بی‌حد و حصر داخلی است. این حرکت می‌تواند نقطه شروعی برای به چالش کشیدن شرکت‌های داخلی در پرداخت به ایده‌های نوین و پرهیز از کی‌های خارجی باشد. به نظر «فرصت امروز» می‌تواند در این زمینه تبدیل به یک شاخص موفق شود.

اندکی صبر، سحر نزدیک است

علی قادری

مدیر آنلیه و کارشناس تبلیغات



به‌طورکلی نقد کردن در همه حوزه‌ها اصول و چارچوب خاص خود را دارد؛ چارچوبی که در حوزه تبلیغات فشرده‌تر و سخت‌تر است. کمپین‌های تبلیغاتی دستاورد فعالیت یک تیم هستند، بنابراین وقتی کمپینی نقد می‌شود، یک فرد نیست که بررسی می‌شود، بلکه کل تیم مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. اگر قرار باشد، کمپینی را نقد کنیم، باید زوایای آن مورد بررسی دقیق‌تری توسط کارشناسان این حوزه قرار بگیرد. اتفاقی که شاید در برخی از گزارشات صفحه مدیریت تبلیغات روزنامه فرصت امروز نمی‌افتد. در واقع اکثر گزارش‌های این صفحه نگاهی کلی به کمپین دارد و کمپین را جزئی‌تر مورد بررسی قرار نمی‌دهند. هرچند این موضوع مطمئناً نیاز به زمان و نیروی انسانی بیشتری دارد که شاید در توان روزنامه نباشد.

به هر حال روزنامه فرصت امروز ابتکار جدیدی را در این حوزه انجام داده که قبل از آن هیچ رسانه‌ای سراغش نرفته است. اینکه «فرصت امروز» کمپین‌ها را توسط چند نفر مورد نقد قرار می‌دهد و معمولاً سعی بر این دارد که با طراحان آگهی نیز گفت‌وگو کند، جالب و خلاقانه است. این نشان از بی‌طرفی روزنامه دارد، چون به هر دو سوی ماجرا اجازه صحبت کردن می‌دهد. در روزنامه فرصت‌امروز مصاحبه و نقد کنار یکدیگر قرار می‌گیرند. به نظر من این شیوه که کارشناس تبلیغات نقدهای خود را مطرح کند و در ادامه مجری کار یا طراح آگهی به آنها پاسخ دهد روشی سازنده‌تر است. در این صورت ممکن است، جوابیه مجری کار کمتر باشد و گله‌ای از نوع نقد کردن هم نداشته باشد. علاوه بر این بعضی از اهالی تبلیغات بر این باور هستند که کارشناسان تبلیغاتی که کمپین را نقد می‌کنند، باید از همه زوایای تبلیغاتی سر رشته داشته باشند؛ چون ممکن است در نقد یک تبلیغ مسائل مختلف آن از قبیل استراتژی، طرح گرافیکی، انتخاب رسانه و... مورد انتقاد قرار گیرد. این درحالی است که اگر کمپین‌ها با جزئیات بیشتری بررسی شوند، دیگر نیاز به داشتن تمام تخصص‌ها توسط یک کارشناس نیست. در این حالت باید از کارشناسان متخصص هر حوزه در تبلیغات کمک گرفت. به نظر «فرصت امروز» باید در بررسی آگهی‌های تبلیغاتی تمامی بخش‌های یک کمپین را خرد کند و به بررسی تکتک زوایا بپردازد. این شیوه بررسی آگهی‌های تبلیغاتی سخت و طاقت‌فرساست اما اگر روزنامه فرصت امروز بتواند بانک اطلاعات قوی در مورد کارشناس‌های بخش‌های مختلف تهیه کند، شاید بتواند به این هدف دست یابد.

فرصت امروز

دوم

www.forsatnet.ir

مدیریت تبلیغات

شماره ۲۵۵

سه‌شنبه ۲۵ تیر ماه ۱۳۹۴ • ۶ رمضان ۱۴۲۴ • سال دوم • Tue, 23 Jun 2015

«فرصت امروز» زیر ذره‌بین «فرصت امروز»

چالش نقد تبلیغات در دنیای بمباران اطلاعاتی

نقدپذیری در کشورمان دُر گرانبهایی است که به راحتی نصیب همه کس نمی‌شود. با تمام سختی‌ها نهای نوپای خود را نگهداری کردیم تا به بار بنشینند. حال در آستانه یک‌ساله‌ی مان به عقب‌نگاهی انداختیم تا ببینیم مسیر را چگونه طی کردیم. این بار مانند مثل «خیاطی که در کوزه افتاد» سراغ فعالان عرصه تبلیغات رفتیم و از آنها خواستیم که نظرشان را صادقانه درباره نحوه عملکردمان در صفحه مدیریت تبلیغات بگویند. در ادامه یادداشت‌های ارسالی این دوستان را به «فرصت امروز» می‌خوانید.

نقدهایی که باید شنیده شوند

بر این خواسته یا ناخواسته همگی ما هرروزه مورد هدف آگهی‌های تبلیغاتی قرار می‌گیریم؛ در نتیجه این مبحث خیلی مهم‌تر از فروش یک کالا یا خدمات است. ما دست اندرکاران تبلیغات با چشم و گوش و حواس و عاطفه مردم طرف هستیم و این مسئولیت سنگینی است. هر وقت نظر افرادی را که کارشان مورد نقد و بررسی قرار گرفته بود، جویا می‌شویم، فوراً انگشت اتهام آنها به سمت کارفرمایان و صاحبان کسب‌وکار نشانه می‌رود و ایرادات وارده کار خود را به گردن سفارش‌دهندگان آگهی‌ها می‌اندازند، البته تا حدودی به آنها حق می‌دهم ولی ما هم به‌عنوان مشاور و مجری تبلیغات، مسئولیتی را تقبل کرده‌ایم که به راحتی نمی‌توانیم از آن شانه خالی کنیم. اگر این نکته درست باشد که این صنعت هنوز جوان است یا اینکه ما با صنعت تبلیغات جهان فاصله زیادی داریم و نباید چندان انتظاری از این صنعت داشت اما باز هم اگر بدون پیشداوری و قضاوت عجولانه، گوش‌مان را برای شنیدن نقدها باز کنیم خیلی سریع‌تر می‌توانیم به اشتباهات و کاستی‌های خود رسیدیم و این فاصله را کم کنیم. به هر حال امیدوارم این نقدها به مرور زمان ذهن کارفرمایان و صاحبان صنایع و شرکت‌های تبلیغاتی را تا حدی روشن کنند. از قدیم گفته‌اند: «هین کی می‌گه، بین چی می‌گه». در انتها قول یک‌سالگی «فرصت امروز» را تبریک می‌گویم و امیدوارم با قدردانی از زحمات این گروه، «فرصت» پیش آمده را برای خودمان حفظ و از آن استفاده کنیم.

اقتصادی می‌شود. در فضایی که اکثر نشریات مطالب را سفارشی تولید و انتشار می‌دهند، انتشار مطالب غیرسفارشی می‌تواند به‌عنوان وجه تمایز دیگر این روزنامه باشد. «فرصت امروز» فرصتی را برای همه فعالان اقتصادی امروز مهیا کرده تا مسائل را از زاویه دیدی متفاوت ببینیم و بررسی کنیم. جدی بودن خبرنگاران و نویسندگان در پرداختن به مسائل اقتصادی در کنار نو بودن مطالب ازجمله نقاط تمایز این روزنامه با دیگر روزنامه‌های رقیب است. صفحه مدیریت تبلیغات نیز از صفحه‌های پرمحتوا و جذاب این روزنامه است. بررسی‌موردی و نقد پروژه‌های انجام‌شده تبلیغاتی داخلی، این امکان را به مخاطب می‌دهد که با جزئیات این پروژه‌ها آشنا شده و نظر کارشناسان این حوزه را بخواند که این خود حرکتی جذاب هم برای مجریان این پروژه‌ها و هم مخاطبان این حوزه است. انتشار گزارش و مقاله‌های مرتبط با شیوه اجرای کمپین‌های روز دنیانیز از بخش‌های جذاب این صفحه است که سعی دارد با بررسی این کمپین‌ها، شیوه استاندارد اجرای آنها و تمایزهای موجود در کمپین‌های داخلی، اثری مثبت در این حوزه بر جای بگذارد. امیدوارم حجم بیشتری از محتوای استاندارد در حوزه نشر پیدا کند. بدون شک می‌توان گفت این روزنامه در ابتدای کار تا حد زیادی توانسته نظر علاقه‌مندان در حوزه اقتصاد را جلب کند. بسیاری از مدیران و اقدار متخصصی که به حوزه اقتصاد علاقه دارند و اخبار مربوط به این حوزه را پیگیری می‌کنند به‌صورت روزانه این روزنامه را دنبال می‌کنند، امیدوارم مجموعه تیم فکری و اجرایی «فرصت امروز» با همین رویکرد با توان مضاعف و انرژی بیشتر، مسیر اختصاصی خود را ادامه دهند.

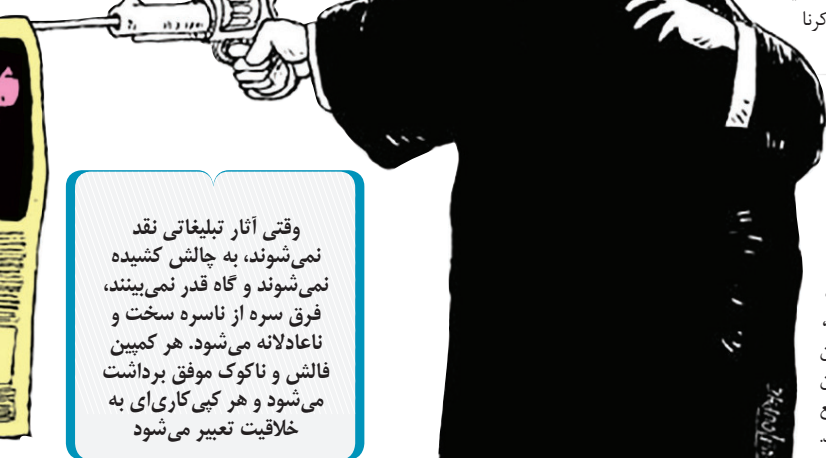
تبلیغاتی کشور منتشر کردیم. گزارشی که سرآغاز راهی تازه در حوزه تبلیغات کشور شد و هیجانی عجیب به این عرصه وارد کرد. از همان ابتدای کارمان با انتشار هر گزارشی به سرعت بازخوردهای متفاوتی را دریافت کردیم. این بازخوردها نویدبخش این بود که مسیر را درست می‌پیمودیم. هنوز چندان از حرکتمان نگذشته بود که تصمیم به بررسی و نقد کمپین‌ها و فعالان این عرصه گرفتیم؛ نقدهایی که از همان ابتدا جنجالی شد. در این هنگام بود که تازه متوجه شدیم فرهنگ



رضا اسلام پناه

مدیر خلاقیت و کی‌رایتی

نقد به معنی جدا ساختن سره از نا سره است. در نقد کردن خوب و بد کاملاً آشکار می‌شود. البته این معنای لغوی کلمه نقد است و با نقدهایی که در واقعیت معمولاً مطبوعات در مورد مباحث مختلف منتشر می‌کنند، متفاوت است. در چنین نقدهایی اشتباهات و کاستی‌ها بیشتر بررسی می‌شود. نقدهایی که گاهی با عکس‌العمل عجیب نقدشوندگان مواجه می‌شود. این درحالی است که باید افراد کمی ظرفیت نقدپذیری خود را بالا ببرند. زیرا با به‌به و چه‌چه هیچ فردی به دنبال برطرف کردن معایب و کمبودهای کارش نمی‌رود. در سالی که گذشت همراه بسیاری از دوستان و همکارانم، در روزنامه «فرصت امروز» نقدهایی را بر آثار تبلیغاتی کشور داشتیم. این روزنامه نظرم را درباره عملکرد یک‌ساله خود در این زمینه جویا شده که این خود نشان از نقدپذیری روزنامه‌ای دارد که خود مطالبی را در این حوزه منتشر می‌کند. به هر حال امروز ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که پر شده از تبلیغات، از در و دیوار شهر گرفته تا روزنامه‌ها و نشریات، تلویزیون، رادیو و... که ما را بمباران اطلاعاتی می‌کنند. علاوه



وقتی آثار تبلیغاتی نقد نمی‌شوند، به چالش کشیده نمی‌شوند و گاه قدر نمی‌بینند، فرق سره از ناسره سخت و ناکوک موفق برداشت می‌شود. هر کمپین فالش و ناکوک موفق برداشت می‌شود و هر کی‌کاری‌ای به خلاقیت تعبیر می‌شود

بوی خوش مطالب غیر سفارشی!

هارمیک نواساریان

فعال حوزه تبلیغات



زمانی که از من خواسته شد در خصوص نخستین سالگرد روزنامه فرصت امروز مطلبی بنویسم، بر وجه تمایز این روزنامه تمرکز کردم. آنچه از دیدگاه من به‌عنوان صفت متمیزه «فرصت امروز» می‌توان بیان کرد، پرداختن به موضوعات اصلی اقتصادی کشور با رویکرد تحلیلی و علمی است. «فرصت امروز» مسائل را طرح و تلاش می‌کند، پاسخ مناسب و راهکار آنها را نیز با کمک کارشناسان با رویکردی بدون حاشیه و بی‌طرفانه منعکس کند. شاید بتوان مهم‌ترین آفت فضای تحلیلی اقتصاد ایران به‌خصوص در حوزه تبلیغات را کلی‌گویی و اظهارنظرهای صرفاً مبتنی بر شهود دانست که اتفاقاً اگر مبتنی بر مبانی و مطالعات تئوریک و تجربی نباشد بیش از آنکه مفید باشد آسیب‌رسان خواهد بود و منجر به ارائه توصیه‌های غلط به سیاست‌گذاران و فعالان

مهم‌تر از همه این موارد فرهنگ‌سازی است که روزنامه فرصت امروز در حال شکل دادن به آن است که این موضوع قابل تقدیر است. اینکه فرهنگ نقدپذیری و به‌وجود آوردن بستری مناسب برای تبادل نظر و بحث به معنی درست آن را میان میلیون‌ها آدم که هر روز صبح تا شب در رسانه‌های مختلف با آگهی‌های مختلف درگیر هستند جا بیندازیم، شیوه دشواری است. اهمیت بررسی تبلیغات در کشور ما بسیار بالاست در نتیجه بالا بردن ظرفیت افراد برای پذیرفتن نقد کارشناسانه که از طراحان آثار گرفته تا سفارش‌دهندگان را شامل می‌شود، کاری سخت و زمان‌بر است. مطمئناً شیوه عملکرد «فرصت امروز» در طولانی‌مدت نتیجه بسیار شایانی در بالا بردن سطح فرهنگی جامعه تبلیغات کشور خواهد داشت و شاید این شروعی باشد برای اینکه در تمام زمینه‌های اجتماعی و... فرهنگ نقد یا فرهنگ شنیدن و بالا بردن ظرفیت به‌وجود بیاید.

تبلیغات خلاق



آگهی: دنت Danone – شعار: ارزش فداکاری را دارد!

دیدگاه



جای خالی نقد آگهی‌های تبلیغاتی در مطبوعات

مصطفی مرادی

مدیر هنری و کارشناس تبلیغات



همیشه برای من جای سوال داشت که مقوله تبلیغات و آگهی‌های به این جدایی، چرا جای ثابتی در مطبوعات ما ندارد؟ چرا در زمینه ورزش بیش از ۱۰ روزنامه تخصصی فعالیت می‌کنند، اما تبلیغات هم که موضوعی تخصصی است، به حال خود رها شده. حرف‌های که شاید هنوز هم در ذهن عامه مردم، تعریفی جز چاپ رنر و تراکت ندارد. در سال‌های اخیر، جای خالی نقد و بررسی تبلیغات در ایران، با حضور سایت‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات تا حدودی پر شد، اما نگاه جانبدارانه و گاهی غیرعملی آنها باعث می‌شد که نتوانند آن چنان که باید و شاید اعتماد فعالان این صنف را جلب کنند، اما روند علمی روزنامه فرصت امروز، فضای مثبتی ایجاد کرده است که با حضور کارشناسان با تجربه، توانسته از سویی فعالیت‌های مثبت تبلیغاتی را برجسته کند و از سوی دیگر تبلیغات بی‌محتوا را مورد انتقاد قرار دهد.

حرکتی جسورانه که طی آن، سه صفحه مطلب تخصصی هر روز به جامعه تبلیغات و بازاریابی تزریق می‌شود. به یقین راهی سخت پیش‌رو است، اما ادامه این مسیر هم برای فعالان تبلیغات و هم برای مخاطبان، زمینه‌ساز رشد و آگاهی بیشتر خواهد بود.

بازاریابی مجانی

استراتژی‌هایی برای افزایش ارزش عمر مشتری

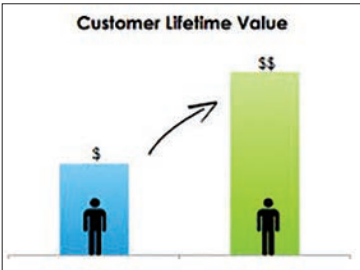
آرین طاهری

می‌دانیم که خود مشتری یکی از ابزارهای بازاریابی ما در دنیای کسب‌وکار است. پیتز دراکر می‌گوید: هدف کسب‌وکار ایجاد یک مشتری و رشد آن مشتری است. توجه به ارزش عمر مشتری یکی از راه‌های رشد مشتری است. افزایش ارزش عمر با تمرکز بر چند استراتژی مانند ایجاد رابطه بلندمدت، ایجاد وفاداری قوی به برند، استفاده از مشوق‌های درست و... حاصل می‌شود.

این مقدار، ارزشی است که انتظار می‌رود یک مشتری در یک افق زمانی معین برای سازمان به همراه داشته باشد که بدون شک این ارزش با میزان منفعتی که از این دست مشتریان عاید شرکت می‌شود ارتباط مستقیم دارد. این اصطلاح برای شناسایی میزان ارزش مشتری برای شرکت شما به کار می‌رود و برحسب سودکلی که از مشتری در طول زمان ارتباطش با شما به‌دست آمده است منهای هزینه‌ها محاسبه می‌شود. این فرمول برای تقویت وفاداری مشتری و حفظ مشتریانی که در همین رابطه استراتژی‌های زیر درباره حفظ طولانی‌مدت مشتری و افزایش میزان فروش که می‌تواند سبب افزایش چرخه عمر مشتری شود می‌تواند مفید واقع شود.

ایجاد رابطه بلندمدت

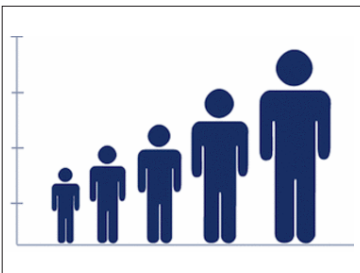
اگر هدف شما تقویت ارزش عمر مشتری است بهتر است تفکر کوتاه‌مدت را کنار گذاشته و به فکر عاملان فروشنده باشید که بتوانند ارتباطی طولیل‌مدت با مشتری برقرار کنند. برای این ارتباط توجه به موارد زیر اهمیت دارد:



صادق باشید: این به معنای آن است که چه مشتریان برای شما منفعت زیادی داشته باشند و چه فروش کمی از آنها عاید شما شود یا حتی آنها رقیبی را به شما ترجیح دهند، شما باید با آنها صادق باشید. شما و مشتریان‌تان از مزیت ایجاد رابطه بلندمدت برای یک کسب‌وکار آگاه هستید. دستور کارتان را به‌صورت نوع دوستانه پیش ببرید تا مشتری احساس راحتی و اعتماد به شما داشته باشد.

به اشتراک گذاری: شما میزان زیادی مهارت و دانش درباره وظیفه‌ای که انجام می‌دهید دارید. برای تقویت اعتماد مشتری به توانایی‌های‌تان، این توانایی‌ها را با او به اشتراک بگذارید.

همکاری: یک همکاری استراتژیک با اتحاد به کسب‌وکار مشتریان اصلی‌تان ایجاد کنید. یک رابطه مفید دو طرفه بهترین و آسان‌ترین راه ایجاد اعتماد است. می‌توانید با پیشنهاد کسب‌وکار آنها و استفاده از محصول یا خدمات آنها برای مشتری‌تان ارزش ایجاد کنید. ایجاد رابطه بلندمدت یکی از مؤثرترین و آسان‌ترین روش افزایش ارزش عمر مشتری است. ایجاد رابطه ممکن است نیازمند زمان، توجه و بررسی باشد، اما روشی برای افزایش درآمد از مشتریان موجود بدون افزایش همزمان مخارج‌تان است.



ایجاد جوایز و مشوق‌های مناسب

همه شرکت‌ها سعی در جلب نظر مشتری دارند، اما اگر می‌خواهید در این کار بیشتر دیده شوید، می‌توانید از طرح‌های خلاقانه‌ای استفاده کنید که نه‌تنها نظر مشتری را جلب می‌کند بلکه او را حفظ می‌کند. سیستم پاداش شما می‌تواند ارزش عمر مشتری را با ارتقای وفاداری مشتری و افزایش سودآوری در بلندمدت افزایش دهد. تخفیف کلیشه‌ای را کنار گذاشته و به جایش از آفرهای مناسب یا خدمات با ارزش بالا استفاده کنید. طی تحقیقی مشخص شد که تخفیف ارزش، کیفیت محصول را پایین می‌آورد درحالی‌که دادن هدیه یا جایزه در هنگام خرید محصول، درک مشتری از کیفیت را بالا برده و ارزش آن را افزایش می‌دهد. در هنگام استفاده از طرح‌های تشویقی همواره موارد زیر را به یاد داشته باشید.

تعامل: افزایش آگاهی مشتریان نسبت به جوایز بالقوه، بسیاری از مشتریان از وجود این جوایز آگاه نیستند.

در دسترس بودن جوایز: جوایزی در اختیار مشتریانی قرار دهید که ارزش بالا دارند. سعی کنید جوایزتان در سطوح بالاتر از رقیب‌تان باشد.

جوایز مکمل: جوایزی انتخاب کنید که مکمل برند شما باشد. برای مثال اگر برند محصولات سلامت و ورزشی هستید، به‌عنوان جایزه شکلات ندهید.

بررسی اصول بازاریابی صنعت مد به‌عنوان یکی از صنایع نوظهور ایران به بهانه رویداد هفته مد تهران

بازاریابی مد با تعامل سبک‌های زندگی



توزیع در اختیار طراحان خلاق قرار دهیم. ما به دنبال بستری مناسب برای تعامل سبک‌های زندگی و تبادل فرهنگ‌های مختلف هستیم و باور داریم هفته مد تهران با حمایت تمام مخاطبان به این هدف خواهد رسید.

که هدف کمک به این صنعت و پتانسیل سرمایه‌گذاری در این صنعت را داشته باشند.

تلاش برای رسیدن به استانداردهای جهانی
او این صنعت را صنعت نوپایی می‌داند که در یکی دو سال اخیر توجه به آن بیشتر شده است و به اینکه اکنون در ایران رشد کرده اما مشکلات خاص خودش را دارد. در سراسر دنیا برای هفته‌های مد مانند هفته مد لندن و پاریس استانداردهایی همچون برگزاری رویداد فصلی برای این کار وجود دارد، ولی ما از استانداردهای جهانی عقب هستیم و تمام تلاش‌مان را می‌کنیم تا خودمان را به معیارهای جهانی نزدیک کنیم.

هم‌افزایی و تجربه ما در برگزاری رویدادهای این چنینی سبب کاهش هزینه و رشد این صنعت و بازاریابی موفق فعالان در این حوزه می‌شود. اطلاع‌رسانی این جریان به باز شدن

دنیای مد نیاز به مدل و سوپرستارهایی دارد که بتوانند مخاطب را جذب کنند. اگر در کشورمان روی این مسائل سرمایه‌گذاری کنیم می‌توانیم سودی سرشار از این صنعت به مشاغل داخلی خودمان برسانیم. کشورهای حاشیه خلیج فارس و کشورهای که از نظر فرهنگی به ما نزدیک‌ترند می‌توانند در این قضیه با ما ارتباط برقرار کنند



در دنیا هستند. بنده برای هموارسازی این قبیل مشکلات مذاکره متوالی با فرهنگ و مذهبی را پیشنهاد می‌کنم تا راهی را پیدا کنند که همگام با رویکردهای روز دنیا و به نفع اقتصاد کشور باشد. در ایران ظرفیت این کار وجود دارد و می‌توان آن را از حالت بالقوه به بالفعل تبدیل کرد.



کرد: باید با این مسئله در کشور کنار بیاییم. دنیای مد نیاز به مدل و سوپرستارهایی دارد که بتوانند مخاطب را جذب کنند. اگر در کشورمان روی این مسائل سرمایه‌گذاری کنیم می‌توانیم سودی سرشار از این صنعت به مشاغل داخلی خودمان برسانیم. کشورهای حاشیه خلیج فارس و کشورهای که از نظر فرهنگی به ما نزدیک‌ترند می‌توانند در این قضیه با ما ارتباط برقرار کنند. ما قانونی در کشور داریم

بازخورد مشتری با استفاده از سیستم‌های CRM
او در مورد موثر بودن این روش برای فعالان این حوزه و بازخورد مشتریان به «فرصت امروز» می‌گوید: موثر بودن امری نسبی است. باید دید نسبت هزینه به بازخورد و خرید چقدر است. آیا سود به‌دست آمده ارزش هزینه کردن دارد یا خیر. همه ارگان‌های برگزارکننده این

رویدادها سیستم ارتباط با مشتری دارند. سیستم‌های CRM می‌توانند بازخورد یک رویداد را بررسی کنند. اکثر نمایشگاه‌ها واحد نظرسنجی دارند و با استفاده از پرسش‌هایی افکارسنجی کرده و به تحلیل کلی از بازار می‌رسند. اگر آمار درست باشد میزان محبوبیت محصول نزد مشتری را نشان می‌دهد.

یک شرکت تولیدکننده باید چیزی را تولید کند که بازار می‌خواهد نه چیزی که خودش می‌خواهد و باید به نیاز مشتری در صنعت مد و در همان بازه توجه کند.

استفاده از ظرفیت‌های نهان
این کارشناس در انتها مخاطبان رویدادهایی همچون هفته‌مد را عامه مردم دانسته و می‌گوید: بخشی از جامعه ما که بیشتر نسل جوان هستند لباس‌های برند می‌پوشند و به اصطلاح برندباز هستند. بنابراین سطح نمایشگاه‌های مد باید با مد روز در دنیا هماهنگ باشد. سهم بازار برندهای ایرانی از بازارهای جهانی سهم ناچیزی است. باید سعی کنیم در این عرصه به سطح کشورهای اروپایی برسیم. این کار یک‌شبه انجام نمی‌شود و نیاز به برنامه‌ریزی دارد. ما ملتی هستیم که توانایی زیادی داریم و می‌توانیم در این حوزه به حد و اندازه‌های جهانی برسیم. برای شروع این کار می‌توانیم با برگزاری نمایشگاه‌هایی برندهای جهانی را به ارائه طرح‌های اسلامی در ایران دعوت کنیم. مسلماً برندهای مطرح از اینکه سهمی در بازار کشورهای اسلامی به‌دست آورند استقبال می‌کنند. همچنین هزینه تولید در ایران پایین است و آنها از اینکه در ایران کارخانه داشته باشند، راضی هستند. اگر این اتفاق بیفتد می‌توانیم با مقایسه برندهای پوشاک ایرانی با آنها نقاط ضعفمان را یادآور شویم و سطح عملکردمان را بهبود بخشیم و به استانداردهای جهانی برسیم. برای مثال، اگر مشکل از طراحی است از طراحان کشورهای دیگر کمک بگیریم، یا اگر ضعف در صنعت پارچه داریم، با واردکردن پارچه از کشورهای دیگر آن را تقویت کنیم. سرمایه زیادی که در این صنعت از کشور خارج می‌شود، به دلیل بی‌برنامگی است. این ظرفیت در کشور ما وجود دارد و باید از آن در جهت رشد خود استفاده کنیم. وقتی می‌توانیم خودمان در ایران این فرصت‌ها را به بهره‌برداری برسانیم چرا باید آن را به دیگران واگذار کنیم. امروز می‌توانیم با همکاری و تجربه برند کشورهای دیگر، صنعت مد را در ایران پیش برده و به سطح جهانی برسانیم.

برندنامه

BRAND

گیمیفیکیشن در کسب‌وکار

هادی طالب زاده

مشاور بین‌المللی توسعه کسب‌وکار

امروزه در ادبیات علمی، ایجاد کردن بازی در لایه‌های مختلف یک کسب‌وکار یا یک سایت یا هر فرآیند دیگر را Gamification می‌نامند. گیمیفیکیشن یا بازی‌سازی شاید در ظاهر واژه پیچیده‌ای به نظر برسد اما با چند مثال ساده خواهیم دید که اصلاً چنین نیست. فرض کنید به یک کافی‌شاپ رفته‌اید و در لحظه‌ای که در حال پرداخت هزینه هستید کسی که آنجا کار می‌کند یک کارت تخفیف کوچک را هم در کنار صورت حساب شما روی میز می‌گذارد و می‌گوید: «کسانی که ۹ مرتبه به اینجا مراجعه می‌کنند، یک مرتبه به‌صورت کامل مهمان ما هستند». روی کارت، علامت ۹ فنجان قهوه ترسیم شده و قبل از تحویل کارت به شما، روی یکی از آنها مهر زده می‌شود...

به دفعه بعدی که می‌خواهید به یک کافی‌شاپ بروید فکر کنید. خصوصاً فرض کنید که به خاطر جبران لطف یک دوست، یا از روی یک اجبار اجتماعی، مجبور شده‌اید کسی را در یک کافی‌شاپ مهمان کنید. از میان گزینه‌هایی که برای نوشیدن یک قهوه دارید، کدام را انتخاب می‌کنید؟ احتمال اینکه سراغ کافی‌شاپ قبلی بروید کمی بیشتر از سایر گزینه‌هاست. حداقل به این شیوه می‌توانید بخشی از هزینه‌ای را که انجام می‌دهید در دفعه دوم، جبران کنید! اگر نیمی از کارت شما مهر خورده باشد، بعد است از در شرایط خاص، کافی‌شاپ دیگری را برای نوشیدن قهوه انتخاب کنید. حالا به یک گزینه جالب‌تر فکر کنید. فرض کنید وقتی که کارت را روی میز شما می‌گذارند، با چهره‌ای مهربان به شما لبخند بزنند و بی‌سروصدا، به جای یک مرتبه، دو مرتبه برگه شما را مهر کنند.

آزمایش نشان می‌دهد اگر روی کارت علامت ۱۰ بار عدد فنجان باشد (یک دعوت رایگان به ازای ۱۰ بار حضور در کافی‌شاپ) و برای شما دو عدد فنجان را مهر کنند، احتمال حضور مجدد شما در کافی‌شاپ به



میزان قابل توجهی بیشتر از زمانی است که روی کارت علامت ۹ عدد فنجان باشد (یک دعوت رایگان به ازای ۹ بار حضور) و یک فنجان را برای شما مهر کنند. آنچه در اینجا خواندید، دو موضوع مختلف علمی است که در قالب یک داستان برای شما توضیح داده شد. مورد اول، داشتن یک کارت امتیاز است. من قهوه می‌خورم و امتیاز می‌گیرم! چیزی شبیه بازی‌های دوران کودکی، برنده می‌شوم و امتیاز می‌گیرم و رکورددار می‌شوم! حتی امتیازی دارم که می‌توانم به‌وسیله آن خودم را با دیگران مقایسه کنم. مورد دوم که البته به شکلی به موضوع اول هم مرتبط است، نگرش ذهن انسان به سرمایه‌گذاری است. هر مهر که روی این برگه می‌خورد به من پادآوری می‌کند که من در این کافی‌شاپ سرمایه‌گذاری کرده‌ام و منطقی نیست که این سرمایه‌گذاری را رها کرده و یک تجربه جدید را آغاز کنم.

در این شرایط، انگیزه‌هایی مثل تنوع‌طلبی، کنجکاوی و جست‌وجوی فرصت‌های جدید در برابر وسوسه حفظ سرمایه‌گذاری قبلی کم‌رنگ‌تر می‌شود. گیمیفیکیشن در همین باره صحبت می‌کند. اینکه می‌توان بازی را وارد بسیاری از حوزه‌های انسانی کرد. دانشمندان حوزه گیمیفیکیشن تأکید دارند که یکی از قدیمی‌ترین تجربیات انسان در زندگی، بازی کردن است.



ما با بازی کردن، زندگی اجتماعی را تجربه می‌کنیم. حس رقابت و چنججویی را به شکلی مسالمت‌آمیز و متمدنانه ارضا می‌کنیم. لذت موفقیت را تجربه می‌کنیم. از تجربه کمک کردن به دیگران لذت می‌بریم. با دیگران وجوه اشتراک جدید پیدای می‌کنیم. دوستی‌های جدیدی می‌سازیم. می‌خندیم و نازاحت می‌شویم و خلاصه تمام لذت‌های زندگی واقعی را در مقیاسی کوچک‌تر اما به همان اندازه شیرین تجربه می‌کنیم.

منبع: motamem.org

آیامی‌دانستید

سعی کنید شاد بودن را در صدای تان منعکس کنید

آیا می‌دانستید تنها ابزار بازاریاب و فروشنده تلفنی، صدای اوست؟ بنابر این همان‌طور که یک نوازنده ماهر و چیره‌دست با ساز خود هنرنمایی می‌کند، یک بازاریاب و فروشنده تلفنی هم باید با صدای خویش هنر خویش را نشان دهد. حالت روحی شما، چه نخواهید، چه نخواهید تلفنی تان منعکس می‌شود. بنابر این سعی کنید در شاد بودن صدای خویش بکوشید. هنگامی که نازاحت هستید بهتر است اول خود را آرام کنید و حالت طبیعی پیدا کنید، سپس به بازاریابی و فروش تلفنی اقدام کنید.

یادداشت

آفتاب بگیر، نهنگ بخور

دکتر سرمایه



چند روزی میشه که هوای تهران خیلی گرم شده و من یکی که داره تاب و طاقتم تموم میشه! البته فک کنم مردم بیشتر شهرهای ایران همین گرما رو دارن متحمل میشن و فقط تهران نیست که داره ذوب میشه، اصلاً این آفتاب یه جوری می تابه انگار همه چی تقصیر ماست، حالا یکی نیست بهش بگه بابا مام هیچ کاره ایم!

ولی یه جوری توی سر بعضیا تابیده که کلاً یه سه ماهی بالاخونه رو دادن اجاره، یه نمونه شو خودم از نزدیک دیدم و شک ندارم تأثیر همین آفتاب و ویتامین دی زیادی بوده که به کله اش خورده، چون من قبل ترها این آقا رو می شناختم و اصلاً این مدلی نبود!

خلاصه اینکه آفتابش اگر آفتاب باشه (که البته هست) یه همچین عواقبی ام در پیش داره و این وسط شما دوتا راه بیشتر نداری، یا کلا کار و گردونه اقتصاد و تولید رو بیخیال شی و چند ماه بری استراحت مطلق، یا همینجوری آفتاب بخوره و به کله ات و مسیر حرکتت رو چپکی بیایی و بری و همه چی رو به هم بریزی، که گویا اکثر دوستان راه دوم رو انتخاب کردن!

یه دوستی که چند سالی توی حوزه کار و سرمایه گذاری کار می کرد و خیلی ام موفق بود چند روز پیش اومده بود دفتر روزنامه که منو ببینه، نه برای گرفتن مشاوره و مشورت، باورتون نمیشه که برای دادن پیشنهاد کار اومده بود، حالا براتون بگم که کارش چی بود تازه متوجه تأثیرات عمیق آفتاب روی مخ و مخچه می شید! اول از زمینه چینشش براتون بگم وقتی پاشو روی پا انداخته بود و با اطمینان کامل می گفت: دکتر جان، جنگ جهانی سوم در راهه و این جنگ جنگه شکمه! جنگی که پیش رو داریم دیگه با بمب و اتم و موشک و اسلحه کاری نداره و مستقیم میره سراغ گرسنگی، حالا ما باید هرچه در توان داریم بیزاریم واسه استقلال شکمون!



گفتم خوب پیشنهاد تو برای نجات این شکم وامونده چیه؟

عرض کردند: پرورش نهنگ!

من که داشت دوتا پیچک از توی شکمم در میومد و سرز از گلویم درمی آورد، پرسیدم: حالا چرا نهنگ؟؟؟؟؟!!!!

فرمودند: بین دکتر جان، منابع غذایی جهان رو به اتمامه، حتی دکترا و کارشناسای دیگه (به از شما نباشن) با اصرار دارن میگن تا سال ۲۰۳۰ جمعیت زمین به ۹ میلیارد نفر می رسه و سیر کردن این همه آدم با منابعی که روزبه روز داره کمتر میشه و این آفتاب لعنتی، کاره غیرممکنیه! گفتم: اولاً که آفتاب این وسط چکاره اس؟ ثانياً نهنگ چی میگه این وسط؟

این بار این پاشو از روی اون یکی برداشت و اون یکی پاشو انداخت روی این یکی و گفت: تأثیر آفتاب اینه که توی کله امثال من و تو میخوره و این ایده ها رو از خودمون درمیاریم دیگه، حالا بحث نهنگ رو بخوام بیشتر برات توضیح بدم اینه که، کشورهای دیگه شروع کردن به ساخت پرینترهای چاپ غذای سه بعدی حتی پرورش حشرات خوراکی توی نصف دنیا داره با جدیت دنبال میشه و جالب تر از اون فعالیت های آزمایشگاهی برای تولید گوشت هایی مشابه گوشت گاو و گوساله ام داره انجام می شه! این بار که دیگه واقعا دمق شده بودم، گفتم: خوب بایز نهنگی که نهنگه چی شد توی این هاگیر واگیر؟

نفس عمیقی کشید و گفت: من چند سال پیش به این ایده فکر کردم که تنها راه نجات آدم های گشته، پرورش حیوانی گنده اس نه سوسک و حشره، ولی قبل از اینکه من بخوام روی نهنگ ها سرمایه گذاری کنم آمریکا دست به کار شد و حقیقتش چند سالیه که این پروژه پرورش وال و نهنگ رو توی اقیانوس اطلس شروع کرده ولی بازم جای شکرش باقیه که، ما چه کم از اونا داریم؟

گفتم: اهان پس میخوای ایده کیی کنی؟ بدون در نظر گرفتن شرایط و اینکه اصلاً فکر کردی ما کجا رو داریم که نهنگ توش پرورش بدیم؟

آخراً حرفش که دیگه به کم خنک شده بود فک کردم داره عقلش سرجاش میاد اما دیدم که داره میگه: جاشو من ردیف میکنم، شما فقط بگو به عنوان مربی نهنگا میای دم دستم کار کنی یا نه؟

اینکه من بعدش چه جوری دوباره فرستادمش توی آفتاب و خودم بطور یه دوهفته ای با آفتاب صحبت می کردم که اینقدر با خشونت نتابه و ملاحظه بعضیاری بکنه، بماند، الان دارم میرم مایو و از این چوب بلندای بخرم برم پیش نهنگ!

شکوفه میزایی

صحبت کردن درخصوص کسب و کارهای کوچک از این جهت اهمیت دارد که این کسب و کارها

علاوه بر آنکه طیف وسیعی از فعالیت های اقتصادی جامعه را شامل می شوند. به عنوان یکی از زمینه های سرمایه گذاری بالقوه که دایره گسترده تری از سرمایه گذاران را در بر می گیرد،

هستند. پیش تر مباحثی درخصوص کسب و کارهای کوچک در همین صفحه مطرح شد اما آنچه در این مطلب قصد داریم به آن بپردازیم، راهکارهایی برای توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط است.



هرچند برای صاحبان کسب و کار کوچک استراتژی های مشابهی برای توسعه و بهبود سرمایه گذاری مطرح است، اما باز هم تأکید داریم که هر کسب و کار براساس ماهیت و موقعیت ویژه ای که دارد باید اهداف و استراتژی های خاص خود را دنبال کند. به هر صورت برخی از سیاست ها و استراتژی های کلی برای طیف وسیعی از این کسب و کارها قابل طرح است، از این جهت می توان استراتژی ها و اهداف کلی را به دو بخش عمده ملاحظات پیش از سرمایه گذاری و ملاحظات و استراتژی های حین کار مطرح کرد.

ملاحظات پیش از سرمایه گذاری از ایده های منحصربه فرد شروع می شود و روش های تأمین مالی تحقیقات بازار، مشخص کردن اهداف سرمایه گذاری، استفاده از خدمات مشاوره سرمایه گذاری، داشتن طرح کسب و کار و... را شامل می شود. به طور کلی همه این مباحث در قالب تصمیمات محافظت کننده قابل طرح است. اینکه بسیاری افراد در مورد پس انداز و سرمایه گذاری، رویاهای درآمد معجزه آسا را دارند اصلاً بد نیست ولی واقعیت این است که این امر در دنیای واقعی به ندرت قابل تحقق است. به طور کلی استراتژی های سرمایه گذاری را می توان تصمیمات سرمایه گذاری عاقلانه شامل دستورالعمل های اساسی برای جلوگیری از ضرر و زیان، کسب درآمد بیشتر و رشد و بهبود سرمایه گذاری در جریان کار تعریف کرد. هرچند مباحث کلی و عمومی در جریان یک سرمایه گذاری مانند صرفه جویی در هزینه ها، نوآوری در شروع و ادامه کار، رعایت اصل

تنوع و تمرکز درجریان سرمایه گذاری و... مطرح است که می تواند در بهبود و توسعه کار موثر باشد اما چند نکته کلیدی وجود دارد که همواره به عنوان گذرگاه توسعه برای کسب و کارهای کوچک محسوب می شود.

سرمایه گذاری در ابزارهای حرفه ای کسب و کار

خرید ابزار خوب و حرفه ای برای کسب و کارهای کوچک همواره به عنوان یک چالش جدی برای سرمایه گذاری به توسعه کسب و کار مطرح است. از این رو صاحبان کسب و کارهای کوچک در گذار از فرایند توسعه و بهبود کسب و کار عموماً با نگاه هزینه ای پیشنهادهای خوب را در جهت تسریع در رشد و بلوغ سرمایه گذاری رد می کنند.

مهم ترین مزیت استفاده از ابزارهای حرفه ای در کسب و کار افزایش بهره وری و شتابدهی به فرایند رشد است. این دقیقاً همان چیزی است که می تواند سرعت حرکت در مسیر رشد را بهبود بخشد، شاید شما به عنوان یکی از صاحبان کسب و کارهای کوچک ترجیح می دهید از الگوی صرفه جویی پیروی کنید اما خرید ابزار قدرتمند و حرفه ای می تواند کار را توسعه دهد.

سرمایه گذاری در بازار هدف

بیش از ۸۰ درصد کسب و کارهای کوچک محصولی را تولید می کنند یا خدماتی را ارائه می دهند که مخاطب اصلی آن خانوارها هستند. هرچند برخی از سرمایه گذاران استدلال می کنند که چنین چیزی سرمایه گذاری نیست اما واقعیت این است که اکثر

راهکارهایی برای توسعه کسب و کارهای کوچک

محصول یا خدمت شما چه ویژگی منحصر به فردی دارد

علاوه بر آنکه طیف وسیعی از فعالیت های اقتصادی جامعه را شامل می شوند. به عنوان یکی از زمینه های سرمایه گذاری بالقوه که دایره گسترده تری از سرمایه گذاران را در بر می گیرد،



بازی، خدمات مبتنی بر وب، اپلیکیشن های موبایلی، آگهی های تبلیغاتی و... به مشتریان ارائه کرد. نکته مهم در مورد توسعه اطلاعات محصول این است که در ایران به ویژه کالاهای بادوام رعایت این اصل فراموش می شود و مشتریان با ابهام و خلأ اطلاعاتی معمولاً محصولی را خریداری می کنند که از آن راضی اند بنابراین به جای آنکه در استراتژی های کلی تمام هزینه خود را برای تبلیغات و نام تجاری سرمایه گذاری کنید بخشی را هم برای ارائه اطلاعات محصول در نظر بگیرید هرچند می توان با استفاده از ابزارهای نوین به صورت رایگان بخشی از این اهداف را مدنظر قرار داد.

استفاده از ابزارهای آنلاین در مشاوره

پیش از این بر لزوم استفاده از ابزارهای آنلاین در کسب و کارهای کوچک تأکید داشتیم اما در اینجا تمام هدف ما برای استفاده از این ابزار مشاوره آنلاین است. از این جهت که برای کسب و کارها و سرمایه گذاری های کوچک به هیچ وجه اقتصادی نیست که از مشاوران حرفه ای در کار خود بهره بگیرند این پیشنهاد بسیار جذاب و قابل تأمل است.

استفاده از خدمات مشاوره آنلاین میثتی است که در چند سال گذشته مورد توجه قرار گرفته اما همچنان اقتصاد و تصمیمات اصلی مراجع و استفاده از این ابزار در سطح جامعه فراهم نیست و این یک چالش جدی برای صاحبان کسب و کارهای کوچک است.

همکاری های راهبردی

مشارکت استراتژیک

می تواند مزیت رقابتی را در کسب و کارهای کوچک ایجاد کند. از این رو در بازارهای مختلف این امکان برای شما فراهم می شود که با استفاده از اهرم ها و قابلیت های شرکت های موجود برای توسعه بازار و تقویت و توسعه سرمایه گذاری برنامه ریزی کنید. به عنوان مثال شروع یک همکاری با یک شرکت توزیع، می تواند به شما کمک کند برای به دست آوردن بازارهای جدید و گسترده تر برای محصولات خود هدف گذاری کنید. شما حتی ممکن است به دنبال مشارکت با رقبای خود برآیید و با تجمیع و ترکیب فعالیت های خود به جای تمرکز در رقبا، در بازار مشتریان جدید متمرکز شوید، به عنوان مثال برای تولید کنندگان حوزه کشاورزی این یک راهکار ضروری به نظر می رسد.

بازار مدام در حال تغییر است

در نهایت، شما نمی توانید پیش بینی دقیقی از زمانی که شرایط بازار تغییر می کند داشته باشید یا هیچ تضمینی وجود ندارد وقتی همه چیز خوب است ورود یک تکنولوژی یا ایده جدید نظم بازار را به هم نزند. به این ترتیب، شما هرگز نمی توانید کاملاً بر شرایط بازار و استراتژی های سرمایه گذاری در کسب و کار خود واقف باشید و این استراتژی ها هرگز به پایان نخواهد رسید تا زمانی که کسب و کار و سرمایه گذاری شما در جریان است استراتژی های شما به عنوان یک موجود زنده رشد می کند، به بلوغ می رسد، بیمار می شود و دوباره احیا می شود و این یک فرایند پویا و گریزناپذیر در جریان سرمایه گذاری و کسب و کار است.

سرنخ

قطعه سازی خودرو، حوزه ای مغفول مانده

کلاف اول



پیشرفت در صنعت همواره یکی از مهم ترین فاکتورها برای توسعه جوامع است، خودرو هم به عنوان یکی از وسایلی که در دنیای مکانیزه امروز در همه جا دیده می شود، یکی از ابزارهایی است که پیشرفت در تولید آن، تأثیر بسیاری بر اقتصاد جوامع می گذارد.

در کشور ما صنعت خودرو از دانش فنی مناسبی در حوزه طراحی پلتفرم و ساخت موتور برخوردار است اما در بخش هایی همچون تولید بسیاری از قطعات داخلی، همچنان پتانسیل های زیادی برای پیشرفت و سرمایه گذاری وجود دارد.

کارشناسان معتقدند در وضعیت کنونی باید سرمایه گذاری های کلانی در حوزه قطعه سازی کشور صورت گیرد تا قطعات باکیفیتی، تولید شوند و موجب ارتقای کیفی خودروهای داخلی شوند.

در این خصوص هم دکتر جزایری، مدیر گروه خودرو دانشکده خودرو با اشاره به تأثیر قطعات در کیفیت خودروهای داخلی، بر لزوم حرکت در مسیر تقویت قطعه سازی در کشور اشاره کرده و گفته است: باید از نقای تولید در صنعت قطعه سازی کشور در دستور کار قرار گیرد. وی همچنین به دانش و توانایی بالای تولیدکنندگان و صنعتگران داخلی اشاره کرد و گفت: علاوه بر قطعه سازان، خودروسازان نیز در این سال ها به دلایل مختلف و به میزان کافی در جهت تولید محصولات رقابتی در این صنعت سرمایه گذاری نکردند، به طوری که این روند باعث شده خودروهای داخلی با کیفیت خودروهای تولیدی در دنیا فاصله داشته باشند. ما هم در این کلاف پیشنهاد می دهیم علاقه مندان و فعالان حوزه صنعت با سرمایه گذاری در تولید قطعات خودرو هم موجب رشد و چشم صنعت خودرو سازی در کشور شوند و هم تیراز تولید خودرو سازان را بالا ببرند.

کلاف دوم



پیش از این درخصوص راه اندازی سایت پرواز در حوزه گردشگری گزارشی ارائه شد که در آن به تفصیل شهرها و مناطق بالقوه و چگونگی سرمایه گذاری در این عرصه را بیان کردیم.

اما پس از مدتی که این اتفاق در یکی از شهرهای نسبتاً کوچک ایران افتاده در کلاف امروز می خواهیم پیشنهاد دهم روی راه اندازی سایت پرواز در منطقه خود دوباره تحقیق کنید و در صورت امکان جزو معدود افرادی باشید که به این حوزه ورود پیدا کرده اند. به تازگی فرماندار «ملش» از راه اندازی سایت پروازی تفریحی، گردشگری با سرمایه گذاری بخش خصوصی در این شهرستان خبر داد. مهدی جعفری با اشاره به وجود موانع طبیعی و گردشگری در این شهرستان اظهار کرد: با تمهیدات اندیشیده شده از طرف فرمانداری، سرمایه گذاری در عرصه های گردشگری در ملش پیگیری می شود. وی از راه اندازی سایت پروازی تفریحی، گردشگری با سرمایه گذاری بخش خصوصی در ملش خبر داد و افزود: هواپیماهای تک نفره و دوفره به منظور سیاحت، تفریح و گردش در مناطق بکر ملش به زودی به پرواز درمی آیند. راه اندازی یک سایت پرواز می تواند یکی از جذاب ترین زمینه های سرمایه گذاری در گردشگری به شمار بیاید که متأسفانه در ایران به رغم وجود پتانسیل های لازم، مورد بی توجهی فعالان حوزه گردشگری قرار گرفته است.



روند جذب سرمایه گذاران در کاشان کند است

رئیس شورای اسلامی شهر کاشان از وضع موجود سرمایه گذاری بخش خصوصی و روند کند جذب سرمایه گذاران در این شهر انتقاد کرد.

به گزارش روابط عمومی شورای اسلامی شهر کاشان، علی رسول زاده در نشست اعضای شورای اسلامی این شهر، خواستار همکاری مسئولان اجرایی و مدیران دستگاه ها برای ایجاد زمینه های تشویق سرمایه گذاران به استفاده از منطقه پر پتانسیل کاشان با هدف سرعت بخشیدن به توسعه این شهر شد. وی اظهار داشت: در دو سالی که از عمر شورای چهارم و شهرداری می گذرد شاهد تکاپوی شهرداری کاشان برای سرعت بخشیدن به جذب سرمایه گذار و رفع موانع و چالش های جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی در این منطقه نبوده ایم. رسول زاده با بیان اینکه جمیع ظرفیت های توسعه به خصوص در بخش اقتصاد و گردشگری در کمتر شهری همچون کاشان مشاهده می شود، افزود: در شهرهایی همچون همدان با مساحتی همانند کاشان بخش اعظم بودجه های مورد تصویب برای شهرداری ها از محل جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی تأمین می شود. وی افزود: در این گونه شهرها تأمین بخش اندکی از بودجه از طریق دریافت عوارض و مالیات است اما در کاشان که فضای طبیعی جذب سرمایه گذاران برای سرمایه گذاری به شدت فراهم است شاهد کندی بودن و به نوعی عدم اشتیاق این بخش برای حوضران هستیم.

الزاماً افراد با استعداد، با انبوهی از ایده های ناب بهترین ها نیستند. بهترین ها کسانی هستند که حتی اگر فقط یک ایده دارند رسیدن به آن را دنبال می کنند.



ماری کاش

بر مدار همیشگی

سیدامید خاتون آبادی

o.khatonabadi@gmail.com

یه روز یه روانشناس بالینی ازش خواست که یه چیزی رو نقاشی کنه. بعد از یک ساعت یه کاغذ سفید بهش تحویل داد و اصرار کرد که اون، تصویر یه خرگوش سفید توی هوای برفیه*.

۱- حتی پیش از برگزاری چهار مزایده واگذاری تیم‌های پرسپولیس و استقلال به بخش خصوصی نیز شکست این «صحنه‌آرایی» به وضوح آشکار بود. استفاده گسترده از این گزاره در ادبیات رسانه‌ها که «رادهای جدی جهت واگذاری این دو تیم برطرفدار دیده نمی‌شود» می‌تواند یا از اختلاف نظر عمیق در میان مسئولان واگذاری حکایت کند یا از نداشتن برنامه مدون خصوصی‌سازی در حوزه ورزش. گرچه اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی و «خصوصی‌سازی» به‌عنوان یکی از برنامه‌های راهبردی در قالب سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور ابلاغ و تعریف شده با این وجود، زیرساخت‌های مورد نیاز و سیاست‌های خرد آن در حوزه ورزش تدوین نشده است. وزارت ورزش و جوانان دولت یازدهم که به نظر می‌رسد با علاقه‌مندی‌های عموم ورزش‌دوستان زوایای جدی دارد با برگزاری چهار مزایده عجیب و غریب تعیین اهلیت خریداران را به نهادهای ذی‌ربط واگذار می‌کند تا در نهایت تا مدت زمانی نامعلوم رویای خصوصی‌سازی این دو باشگاه متوقف شود.

اطهارات متناقض برخی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی، سازمان خصوصی سازی، وزارت ورزش و جوانان و خریداران غیراهل را در کنار هم بگذارد و برنده را از درون آن بیرون بکشید، مثل پرنده‌ای که فال حافظ تصادفی‌اش از درون قفس، تمام زندگی مخاطبان را زیر و رو می‌کند.

فوتبال‌دوستان باز هم تسلیم یک «بازی» نه‌چندان خطرناک دیگر شدند تا فضا‌های مجازی دوباره به آتش کشیده شود. «اگزوپری» در شازده کوچولو می‌نویسد: «اهلی کردن یعنی ایجاد علاقه... اگر آدم گذاشت اهلی‌اش کنند بفهمی نفهمی خودش را به این خطرناخته که کارش به گریه کردن بکشد.»

۲- نصرالله سجادی معاون حرفه‌ای و قهرمانی وزارت ورزش و جوانان و مسئول واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس اعضای هیات‌مدیره این دو باشگاه را درست در روزی معرفی کرد که مخالفان سرسخت ورود بانوان به آزادی با حضور در مقابل محل این وزارتخانه و با بالا بردن پرچم‌های زرد رنگ حزب الله لبنان از دلواپسی خویش در این خصوص خبر دادند.

به نظر می‌رسد گزینه‌های جدید هیات‌مدیره این دو باشگاه نیز همان سیاست‌های پیشین وزارت ورزش در دو سال گذشته – بخوانید سالیان گذشته- را دنبال خواهند کرد. به‌عنوان مثال آبی‌پوشان پایتخت که پیش از این مذاکره با استیماچ کروات را در دستور کار خویش قرار داده بودند به یکباره نام پرویز مظلومی را پس از دوری دو ساله‌اش از هدایت تیم‌های فوتبال از سید بخت و اقبال هواداران بیرون کشیدند.



با بیکاران چه کنیم؟

سعید هوشیار
طنز نویس

دولت اعلام کرده که ۲.۵ میلیون نفر بیکار داریم. برای خروج از بحران بیکاری چند راهکار داریم.

راه اول

یکی از راه‌های موثر برای حذف بیکاران این است که مقاطع تحصیلی را همین‌طور زیاد کنیم! آنهایی که مدرک لیسانس‌شان را می‌گیرند بتوانند بدون کتک‌ور به مقطع ارشد وارد شوند، ارشدها به دکترا، دکتراها به فوق‌فوق‌ها، فوق‌فوق‌ها و همین‌طور زگهواره تا گور دانش بجوی و ببوی و بگوی و...!

راه دوم

مدت‌زمان تحصیل دانشجویان را افزایش دهیم! این یک روش موثر برای رسیدن به هدف جلوگیری از بیکاری است! مثلاً با افزایش مدت‌زمان تحصیل از ۱۲ سال به ۱۸ سال و اختصاص شهرییه برای مدت تحصیل، هم متقاضیان کار دیرتر به بازار کار وارد می‌شوند و هم اینکه دولت از این طریق درآمدزایی می‌کند.

راه سوم

کمی حرف‌های قشنگ و معنی‌دار بزنید و سعی کنید که حرف‌های‌تان را در اینترنت پخش کنید، سپس منتظر صدواوسیمیا باشید تا با شما تماس بگیرد. تاکنون بیش از ۱۰۰ نفر از مهمانان برنامه‌های زنده صدواسیمیا از همین طریق جذب بازار کار شده‌اند.

راه چهارم

یک حرکت عجیب انجام دهید و سپس ویدئوی آن را در یوتیوب و وایبر و تلگرام پخش کنید! سپس منتظر بازی در سریال‌های صدواسیمیا شوید. مثلاً «شیب، بام و...» یا «تک دیل من رو بریدی!» و...

راه پنجم

نویسنده شوید! یکی از راه‌های مهمی که یک فرد می‌تواند خود را از چنگال بیکاری رهایی بخشد، تصور کند که کار دارد، نویسندگی است! نویسندگان در طول تاریخ همیشه فکر می‌کردند که آدم‌های پرکاری هستند.

راه ششم

یکی دیگر از روش‌های خوبی که دولت می‌تواند از آن استفاده کند و جوانان را از بیکاری رهایی دهد این است که همه متقاضیان را سرکار بگذارد! این روشی مرسوم در مناطق مختلف دنیااست. به این صورت که به آنها وعده و وعیدهای عجیب و غریب داده می‌شود و آنها به‌شدت سرکار می‌روند و این موضوع هم موجب شادمانی مردم شده و هم اینکه کلی آدم از بیکاری رها می‌شوند و سرکار می‌روند.

راه هفتم

کارشناسان راه ششم را پردردسرت‌رین و خطرناک‌ترین می‌دانند! این راه جست‌وجو برای کار و شغل است! از آنجایی که به نتیجه‌ای نمی‌رسید و بر عبت خواهید پایید (فصل آینده از مصدر عبت پاییندن)، بی‌خیال این راه شده و همان راه‌های بالا را امتحان کنید.

قاب

هزاران تن از مردم یونان با برگزاری تجمعی مقابل پارلمان در آتن از الکسیس سیپراس خواستند تا در مقابل فشارهای وام‌دهندگان بین‌المللی مبنی بر پذیرش ریاضت اقتصادی بیشتر در ازای آزاد کردن میلیون‌ها یورو از بسته نجات مالی، مقاومت کند. این دومین راهپیمایی ضدیورو بود که طی یک هفته گذشته در مرکز آتن برگزار شد و دقیقاً یک روز پیش از نشست سرنوشت‌ساز رهبران ۱۹ کشور حوزه یورو در بروکسل برگزار شد.



۳۶۰

برنامه‌های تدارکاتی موسسه آمازون در «سان فرناندو»ی مادرید

لوله‌های آزمایش برای آزمایشگاه‌ها، همچنین مقالات، به همراه برجسب بهای کلیه محصولات، دسترسی داشته باشند. بزرگان تجارت الکترونیک، تصمیم دارند بیش از ۳۰ نفر از افراد ارشد و مجرب را برای تشکیل تیمی تخصصی در رابطه با نرم‌افزارهای اختصاصی منحصر به شرکت آمازون به‌صورت انحصاری استخدام کنند. این گروه که روند انتخاب اعضای آن شروع شده، مهندسان ارشد و پشتیبانان محصولات و نیز مهندسان نرم‌افزار و اتوماسیون آزمون‌ها را در بر می‌گیرد. از این پس، شرکت آمازون، ارائه خدمات و پشتیبانی را از سه مرکز فنی جهانی خود، واقع در سیاتل (واشنگتن)، آستین (تگزاس) و مادرید، پیگیری خواهد کرد. امکانات جدید، در دفتر کنونی شرکت آمازون- اسپانیا درپس‌وئولو

ترجمه: رضا فدایی

منبع: economia

شرکت آمازون برای ارتقای بخش نرم‌افزاری خود، در شهر مادرید مرکزی اروپایی تاسیس خواهد کرد.

در این برنامه ۳۰ مهندس به استخدام در خواهند آمد که برای پشتیبانی و ارتقای کارکرد پایگاه‌های جدید، اطلاع‌رسانی تجارت الکترونیک موسسه تجاری آمازون، سازمان‌دهی خواهند شد.

مادرید، تنها شهر خارج از ایالات متحده است که تیم حرفه‌ای پیشرفته‌ای مخصوص شرکت آمازون دارد. بیانیه‌ای که توسط شرکتی آمریکایی مرتبط با آمازون منتشر شده، این امکان را به تجار داده تا به میلیون‌ها محصول، از تجهیزات کامپیوتری گرفته تا

منطقه‌آزاد

همه چیز، اقتصاد نیست

هستیم که از لایه‌لای رفتارهای اقتصادی خود مردم، سوزهای برای طنز پیدا کنیم که اغلب این رفتارها در مقابل خودپرداز رقم می‌خورد. به‌عنوان مثال، قرارهای مالی که بین دو نفر منعقد می‌شود یا هزینه‌هایی که در ازای ارائه خدمات به نام حق‌الزحمه به کسی پرداخت می‌کنند نمونه‌هایی از این رفتارها هستند که می‌تواند دستمایه طنز قرار بگیرد.» همان لحظه این سوال در ذهنم نقش بست که آیا به راستی ما هر کاری که در جامعه انجام می‌دهیم، باید منتظر دستمزد باشیم؟ به بیان دیگر، صرف اینکه منفعتی از طرف ما به شخصی برسد، کافی است تا مجوز دریافت کارمزد از وی صادر شود؟ خوب که به این موضوع فکر کردم، متوجه شدم شاید ذهن جامعه در برداشت اول، چنین قانونی را به‌عنوان یک اصل اساسی قبول کند، اما نکته‌های ریز و ظریفی هم در این بین وجود دارد که تقریباً به‌صورت روزانه برای همه ما اتفاق می‌افتد، البته بدون رد و بدل شدن حتی یک هزاری!

تصور کنید وقتی کسی از شما آدرس می‌پرسد و شما هم با طمأنینه او را راهنمایی می‌کنید یا زمانی که پیرمردی را از یک طرف خیابان به طرف دیگر می‌برید یا یکی، دو تا از

جدول امروز

فاصله عمیق در آمد سرانه در ایران با کشورهای منطقه

و ۴۵ تا ۱۲ هزار و ۷۴۶ دلار باشد، میان در آمد و کشورهایی که تولید سرانه در آنها بیش از ۱۲ هزار و ۷۴۶ دلار باشد، پر در آمد دسته‌بندی شده‌اند.

همچنین ۴ هزار و ۱۲۵ دلار، مرز در آمد متوسط رو به بالا و متوسط رو به پایین است و تن‌های طنز اقتصادی، خواندنی نمی‌شد.

کشور	درآمد سرانه (دلار)
ایران	۴ هزار و ۵۲۰ دلار
عربستان	۱۷ هزار و ۱۹۰ دلار
ترکیه	۹ هزار و ۸۹۰ دلار
امارات عربی متحده	۴۱ هزار و ۹۳۰ دلار
کویت	۵۱ هزار و ۳۵۵ دلار
عمان	۱۸ هزار و ۶۲۰ دلار
روسیه	۹ هزار و ۹۰۰ دلار
جمهوری آذربایجان	۵ هزار و ۳۳۰ دلار



هزاران تن از مردم یونان با برگزاری تجمعی مقابل پارلمان در آتن از الکسیس سیپراس خواستند تا در مقابل فشارهای وام‌دهندگان بین‌المللی مبنی بر پذیرش ریاضت اقتصادی بیشتر در ازای آزاد کردن میلیون‌ها یورو از بسته نجات مالی، مقاومت کند. این دومین راهپیمایی ضدیورو بود که طی یک هفته گذشته در مرکز آتن برگزار شد و دقیقاً یک روز پیش از نشست سرنوشت‌ساز رهبران ۱۹ کشور حوزه یورو در بروکسل برگزار شد.



کیوسک

حل مهم‌ترین ایراد طراحی آیفون

به گزارش بیزینس اینسایدر، اگر به پشت گوشی آیفون نگاه کنید متوجه دو نوار پلاستیکی خواهید شد که در بالا و پایین آن کشیده شده است. این نوار سفید در تمام مدل‌های آیفون اعم از 5S و 6 وجود دارد و در واقع آنتن آیفون است و اگر ابل برای این قسمت از پلاستیک استفاده نمی‌کرد، امواج رادیویی قادر نبودند از قاب فلزی گوشی عبور کرده و سیگنال‌ها را دریافت و ارسال کنند. اما به نظر می‌رسد ابل در حال پیدا کردن راهی برای تغییر این نوار به منظور بهبود طراحی ظاهری آیفون است. این شرکت در طراحی جدیدی که به تا‌زگی به ثبت رسانده، برنامه‌هایی را برای ساخت یک ماده فلزی کامپیوزیتی جدید که حس و ظاهر فلز را به کاربر القا می‌کند، ارائه کرده است. این ماده فلزی به اندازه کافی شفاف است تا فرکانس‌های رادیویی از آن عبور کند. این ایده باعث خواهد شد که طراحی آیفون به‌طور کامل از فلز باشد بدون اینکه روی آنتن دهی گوشی خللی وارد شود.

ارائه حافظه فلش ۵۵ نانومتری

به گزارش رویترز، سیلیکون استوریج تکنولوژی با همکاری گلوبال فاندنرِیز اقدام به ارائه فناوری حافظه فلش ۵۵ نانومتری کرده است. این حافظه‌ها در ساخت کارت‌های هوشمند و میکرو کنترلرها کاربرد دارد. سیلیکون استوریج تکنولوژی از شرکت‌های اقماری میکروچیپ تکنولوژی است. شرکت میکروچیپ‌تکنولوژی یکی از پیشروان تولید سیستم‌های میکروکنترلر است که از طریق شرکت اقماری خود، سیلیکون استوریج تکنولوژی و گلوبال فاندنرِیز روی تولید فناوری حافظه‌های غیرقرار ۵۵ نانومتری فعالیت دارد. کیفیت پردازشگر مبتنی بر SuperFlash با استاندارد JEDEC-مورد ارزیابی قرار گرفته است. این محصول تمام الزامات گرید یک AEC-Q۱۰۰ را برآورده کرده است. این محصول در دمای ۴۰- تا ۱۲۵ درجه سانتیگراد نیز فعالیت داشته و در صورت کار در دمای ۱۰۰ درجه کلون تا ۲۰ سال‌ عمر خواهد داشت. مازک رتین، از مدیریت سیلیکون استوریج تکنولوژی می‌گوید: «حافظ سوپرفلش برای استفاده در کارت‌های هوشمند، ادوات سیستم روی تراشه و میکروکنترلرها، یک قطعه استاندارد است. گلوبال‌فاندنرِیز یک شریک بزرگ در این حوزه است. ما تاکنون با مشتریان مختلفی در بازار تعامل داشته‌ایم. ما خوشحالیم که با گلوبال‌فاندنرِیز همکاری داریم.» گرگ بارتلت، از مدیران گلوبال‌فاندنرِیز، می‌گوید: «شرکت ما دریافته که حافظه‌های فلش ارزان‌قیمت نیاز اصلی بازار است. همکاری مشترک ما با سیلیکون استوریج تکنولوژی به ارائه فناوری سوپرفلش ۵۵ نانومتری ختم می‌شود.»

سریع‌ترین دوچرخه جهان

به گزارش بلومبرگ، محققان دانشگاه دلفا در هلند با هدف افزایش سرعت حمل‌ونقل، دوچرخای را طراحی کرده‌اند که به‌عنوان سریع‌ترین دوچرخه جهان شناخته شده است. سرعت دوچرخه‌سواری در شهر کینهاگ، یکی از بزرگ‌ترین شهرهای دوچرخه‌سواری جهان، ۱۶ کیلومتر بر ساعت است. حال تصور کنید بدون صرف انرژی بیشتر این سرعت چهار برابر افزایش یابد. گروه Human Power در دانشگاه دلفت هلند، دوچرخه «VeloX» را ارائه کرده‌اند که دارای رکورد سرعت ۱۳۳/۷۸ کیلومتر بر ساعت (بیش از ۸۰ مایل بر ساعت) است. سومین مدل VeloX، در سال ۲۰۱۳ در کوهستان بتل (Battle Mountain) نوادا رکورد برجا گذاشت، مجموعه دوچرخه‌های پرسرعت VeloX فقط برای مسابقات سرعتی جهانی و دوچرخه‌سواران خاص طراحی شده است. محققان از ورزشکاران منتخب ویژه که در دانشگاه آمستردام آموزش دیده‌اند برای ثبت رکوردهای خود استفاده می‌کنند. مدل سه چرخه Velo Tilt برای دوچرخه‌سواران معمولی طراحی شده و ثابت‌تر از سری VeloX بوده و می‌تواند به سرعت ۶۰ کیلومتر در ساعت برسد. ویژگی خاص این مدل، بدنه صندوقدار آن است که به دوچرخه‌سوار اجازه قراردادن وسایل روزمره و مورد نیاز خود را داده است.