

رشد شاخص کل ادامه یافت

آغاز امیدوارکننده بورس در سال ۹۵

خریداران تا شهریورماه منتظر کاهش قیمت نباشند

بهار بهترین زمان خرید کالاهای دیجیتال

سپه سبیلی / آرست امروز

نخستین تبعات بر جام در سال ۹۵

تفاهم ۲ میلیاردی بخش خصوصی ایران و اتریش

منتشر شده، «میان شرکت‌های بخش خصوصی ایران و اتریش، تفاهم‌نامه همکاری به ارزش بیش از ۲ میلیارد دلار در اساق بازرگانی اتریش» امضا شده است. این تفاهم‌نامه‌ها شامل هشت‌سند در زمینه خودرو، فولاد، دارویی و بخش‌های مهندسی است که با حضور «محسن جلال پور» رئیس اتاق بازرگانی ایران...

سرمقاله

سیاست‌گذاری اقتصادی بر سر سهرای

جنان صفت
عفو شورای
سردبیری

اقتصاد ایران در کلیت خود اکنون در حوزه سیاست‌گذاری کلان بر سر سهرای قرار دارد. یک راه این است که سیاست‌گذاران در شرایط ویژه قرار گیرند و از امکانات و منابع بین‌المللی برای دستیابی به رشدهای بالا و بانیات چشم‌پوشی کنند. راه دوم این است که علاوه بر استفاده بهینه و با بهره‌وری بالا از منابع داخلی به دلیل ناکافی بودن این منابع امکانات بین‌المللی و جهانی را نیز مغتنم شمرده و استفاده از آنها را در دستور کار جدی قرار دهند. راه سوم که البته طرفداران اندکی دارد این است...

مدیران

استراتژی شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه زیر فریب «فرصت امروز»

بازاریابی برای محصول تازه به دوران رسیده

تلوویزیون ای بی‌سی آمریکا:

اوباما درصد کاهش محدودیت مالی معاملات با ایران

وی با اشاره به آزمایش‌های موشکی ایران گفت: در حالی که چنین آزمایش‌هایی انجام می‌گیرد، دولت اوباما از مسیر خود خارج شده و برای بازگشایی باب تجارت قصد کمک به ایران را دارد. رئیس‌جمهوری باید از این ایده خود دست بکشد. ای بی‌سی در پایان گفت که دلار به دلیل جایگاه خود به‌عنوان ارز برتر جهان اغلب در مبادلات پولی مورد استفاده قرار می‌گیرد. به‌طور مثال اگر ایرانیان بخواهند فروش نفت به هند باشند و پول خود را به یورو به جای یورو به دریافت کنند راحت‌تر می‌توانند کالاهای اروپایی خریداری کنند. این پروسه عموماً با تبدیل یورو به دلار شروع می‌شود. همچنین مقامات آمریکا با اشاره به اینکه از نظر آمریکا ایران تاکنون به تعهدات خود در چارچوب برجام پایبند نبوده‌اند گفتند که آمریکا در نظر دارد به منظور ایجاد تسهیلاتی در مبادلات تجاری ایران با کشورهای دیگر منبع استفاده از دلار را لغو کند. مقامات آمریکا روز پنجشنبه به آسوشیپتد پرس گفتند که وزارت خزانه‌داری آمریکا مجوزی را به منظور لغو ممنوعیت استفاده از دلار در مبادلات تجاری ایران با کشورهای دیگر و ایجاد تسهیلات برای استفاده موسسات مالی از این ارز در مبادلات تجاری با ایران آماده کرده است.

با وجود لغو سفر رئیس‌جمهور ایران به اتریش بخش خصوصی ایران و اتریش ۲ میلیارد دلار سند تجاری امضا کردند. براساس اخباری که در خبرگزاری‌های رسمی منتشر شده «میان شرکت‌های بخش خصوصی ایران و اتریش، تفاهم‌نامه همکاری به ارزش بیش از ۲ میلیارد دلار در اساق بازرگانی اتریش» امضا شده است. این تفاهم‌نامه شامل هشت‌سند در زمینه خودرو، فولاد، دارویی و بخش‌های مهندسی است که با حضور «محسن جلال پور» رئیس اتاق بازرگانی ایران و «کریستف لایبل» رئیس اتاق بازرگانی اتریش به امضا رسید. جلال پور در همایشی که به همین منظور در وین برگزار شده بود، گفت: اتریش در سیاست اروپایی جمهوری اسلامی ایران که ما امروز سی و هشتمین سالگرد آن را در کشور به جشن نشستیم، جایگاه خاصی دارد. بی‌تردید ظرفیت‌های اقتصادی مالی صنعتی و کشاورزی کشور هم در کسب این جایگاه مؤثر بوده است اما مهم‌تر از آن نحوه تعامل مسئولانه اتریش با ایران در دهه‌های گذشته دلیل جایگاه فعلی شما در نگاه ایران است. رئیس اتاق ایران با اشاره به سفر چندی پیش هیأت بزرگ اقتصادی اتریش به سرپرستی رئیس‌جمهوری اتریش و با حضور رئیس اتاق اقتصاد اتریش به ایران، ملاقات رئیس این هیأت با رهبر انقلاب ایران را نشانه روشن تمایل دو کشور برای گسترش همکاری‌های فی‌مابین دانسته و گفت: بخش اعظم این همکاری‌ها در عرصه اقتصاد صنعت و تجارت خواهد بود. او خطاب به تجار اتریشی گفت: می‌دانید این مزیت را می‌توان به قراردادهای پایدار سودآور بزرگی تبدیل کرد که می‌تواند برای بسیاری از نگاه‌های دو طرف، شکوفایی و برای ده‌ها هزار نفر در هر دو کشور فرصت کاری ایجاد کند. مشارکت بنگاه‌های دو کشور می‌تواند در افزایش امنیت هر دو طرف بویژه در تضمین آینده انرژی اتریش مورد توجه قرار گیرد.

درد گفت‌وگو با کارشناس مطرح شد

وحدت‌وهمدلی راه تحقق «اقتصاد مقاومتی»

رهبان معظم انقلاب اسلامی در پیامی بمناسبت آغاز سال ۱۳۹۵ هجری شمسی، سال جدید را سال «اقتصاد مقاومتی» اقدام و عمل نام‌گذاری کردند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای «اقتصاد مقاومتی» را علاج مشکلات اقتصادی و پاسخ به مطالبات مردم خواندند و افزودند: با اقتصاد مقاومتی می‌توان به جنگ بیکاری و رکود رفت، گرانی را مهار کرد، در مقابل تهدیدهای دشمنان ایستادگی کرد و فرصت‌های بسیاری برای کشور ایجاد و از آنها استفاده کرد. ایشان وظیفه مسئولان را «اقدام عملی» در زمینه اقتصاد مقاومتی خواندند و تأکید کردند: لازم است که اقدام و عمل کردن به برنامه‌های اقتصاد مقاومتی ادامه یابد و محصول کار «روی زمین» به مردم نشان داده شود. خبرگزاری ایسنا، پیرامون این موضوع با تعدادی از شخصیت‌های سیاسی و نمایندگان مجلس گفت‌وگوهایی را انجام داده که خلاصه‌ای از این گفت‌وگوها در زیر می‌آید. یک عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی دوری از شعارگرایی و برداشتن قدم‌های اصولی را سرآغاز اجرایی شدن اقتصاد مقاومتی در سال ۹۵ عنوان کرد. اسماعیل جلیلی اظهار کرد: سال ۹۵ نخستین سال پس از تحریم‌های ظالمانه کشورهای غربی علیه کشورمان به شمار می‌آید که فرصت مغتنمی برای اقتصاد کشور است تا از دوران رکود و توقف رشد و توسعه اقتصادی به سمت رشد و شکوفایی اقتصاد پس از برجام حرکت کند. این عضو هیأت رئیسه کمیسیون ویژه تولید ملی تأکید کرد: برای نهادینه شدن اقتصاد مقاومتی در ساختار مدیریت و روابط اقتصادی کشور ایجاد یک قرارگاه اقتصاد مقاومتی با فرماندهی واحد برای مدیریت بین بخش‌ها و رفع موانع اجرای سیاست‌های اقتصادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

شبکه تلویزیونی ای بی‌سی آمریکا روز پنجشنبه اعلام کرد، دولت اوباما درصد کاهش محدودیت‌های مالی علیه ایران است و مخالفتش نگران این مسئله هستند. به گزارش ایرنا، این تصمیم دولت اوباما موجب خشم نمایندگان مخالف جمهوریخواه در کنگره شده که می‌گویند توافق هسته‌ای به حدکافی به نفع ایران تمام شده و دیگر نیازی به دادن امتیازات بیشتر به ایران نیست. هرچند که هنوز تصمیم نهایی در این مورد گرفته نشده ولی وزارت خزانه‌داری آمریکا یک مجوز عمومی برای دسترسی شرکت‌ها به معاملات دلاری مشروع با ایران آماده کرده است. فعلاً معاملاتی از این نوع، عملی غیرقانونی است. ای بی‌سی در گزارش خود تأکید دارد که رفع این محدودیت‌ها تحولی است که می‌تواند تأثیر چشمگیری در احیای اقتصاد ایران باشد که بر اثر تحریم‌ها با مشکلات زیادی روبه رو شده است، اما این اقدام به یک موضوع مناقشه‌برانگیز در آمریکا تبدیل شده است چرا که برخی از قانون‌گذاران جمهوریخواه و دموکرات می‌گویند دولت قول داده است ممنوعیت شدید در مورد دلار را حفظ کند. پل رایان، رئیس مجلس نمایندگان روز پنجشنبه اظهار کرد: حداقل چیزی که می‌توان گفت این است که این گزارش‌ها سخت مایه نگرانی است.

رادیو فرانسه: خزانه‌داری آمریکا در پی سازش مهم اقتصادی با ایران است

رادیو فرانسه در گزارشی با نقل سخنان چک لو، وزیر خزانه‌داری آمریکا و هشداری به کنگره گفت که این وزارتخانه در پی سازش مهم اقتصادی با ایران است. چک لو، وزیر خزانه‌داری آمریکا، به کنگره این کشور هشدار داده که تشدید مجازات‌های مالی علیه ایران می‌تواند نقش آمریکا و دلار را در بازارهای جهانی تضعیف کند. به گزارش ایرنا، شبکه اینترنتی رادیو فرانسه فارسی پنجشنبه شب در گزارشی به شرح زیر نوشت: جکلو تصریح کرده است که افراط در تشدید مجازات‌های مالی موضع برتر آمریکا را در اقتصاد جهانی به خطر می‌اندازد، مضاف بر اینکه از کارایی مجازات‌ها نیز می‌کاهد. وی اضافه کرده است که این کشور به محافل اقتصادی خارجی توضیح داد که در چه زمینه‌هایی می‌توانند یا نمی‌توانند با جمهوری اسلامی ایران همکاری اقتصادی داشته باشند. به گفته مارک دیوویتز، کارشناس بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها در واشنگتن، معنای سخنان وزیر خزانه‌داری آمریکا این است که این کشور قصد

سیاست‌گذاری اقتصادی بر سر سهرای

گرفته و به منابع داخلی بسنده کند. این راه که بیشتر از سوی منتقدان تبلیغ می‌شود و با توجه به شمار رسانه‌های در اختیار آنها راه صواب نشان داده می‌شود شاید به لحاظ سیاسی جذاب باشد اما به لحاظ اقتصادی، ایران را به دردسر مواجه می‌کند. دردسر بزرگ در صورتی که ایران منابع خارجی را نادیده بگیرد این است که رشد اقتصادی به مثابه متغیری بسیار مؤثر در سطوح پایین محقق خواهد شد. رشد اقتصادی زیر ۴ درصد در سال‌های آتی توانایی پاسخگویی به نیازهای ایران امروز را ندارد. میلیون‌ها جوان تحصیلکرده ایرانی جویای کار نیازمند اشتغال پایدار، آبرومند و با درآمد کافی هستند که تنها در صورت رشدهای بالا ممکن است. از سوی دیگر کشیدن حصار به دور اقتصاد ایران و سیاست‌گذاری بر پایه این سیاست، عقب‌افتادگی تکنولوژیک ایران را با دنیای امروز

اقتصاد کلان

یک اقتصاددان مطرح کرد

کاهش ضربه پذیری اقتصاد با اجرای سیاست‌های اقتصادمقاومتی

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را موجب کاهش ضربه‌پذیری اقتصاد کشور در آینده دانست. به گزارش مهر، داود دانش جعفری گفت: برای نتیجه‌گیری در حوزه اقتصاد باید سیاست‌ها به خوبی ارائه شود و استمرار یابد، روح کلی این سیاست‌ها بر راهکارهای مقاوم‌سازی اقتصاد مبتنی است؛ به‌گونه‌ای که تحت تأثیر نوسانات مقطعی قرار نگیریم. استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی از جمله جهت‌گیری‌های اقتصاد مقاومتی را تجدیدنظر در سیاست‌های پیشین خواند و تصریح کرد: اقتصاد در سال‌های گذشته از دو ناحیه آسیب دید، یکی مربوط به سیاست‌های نامناسب اقتصادی در کشور بود که به افزایش نرخ تورم منجر شد و برخی سیاست‌ها نیز اثر خوبی در اقتصاد نداشت.

وی خاطرنشان کرد: بخش دیگر در مورد تحریم‌هاست، اقتصاد ایران در گذشته دائما در معرض جنگ اقتصادی بوده است و باید در برابر فشارهای این جنگ اقتصادی مصون شود. دانش جعفری با انتقاد از وابستگی به درآمدهای نفتی اظهار داشت: هرگاه درآمدهای نفتی کاهش می‌یابد، طبیعتا به اقتصاد کشور ضربه وارد می‌شود. یکی از راهکارها این است که صادرات غیرنفتی تا حدی افزایش یابد که نیاز به درآمد نفتی کم شود. وی همچنین از واردات غیر ضروری را در کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی مؤثر دانست و گفت: فضای کلی اقتصاد مقاومتی بر این اساس است که با شیب مناسب اما مستمر حرکت کنیم و تحت تأثیر نوسان‌های نامناسب داخلی و خارجی قرار نگیریم. همچنین برای داشتن یک صنعت قوی لازم است سیاست‌گذاری مناسبی در نرخ ارز صورت گیرد.

دانش جعفری افزود: بخش رسانه نیز موظف است این موارد را پوشش‌دهی کند و از افرادی که با این سیاست‌ها آشنایی دارند استفاده کند تا مطلب را برای مردم باز کند. وی اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را موجب کاهش ضربه‌پذیری اقتصاد ایران دانست و تصریح کرد: برخی ابتدا اعلام کردند این سیاست‌ها به معنای ریاضت اقتصادی است؛ درحالی که ریاضت به ناچار از سوی کشورها انتخاب می‌شود اما سیاست‌های اقتصاد مقاومتی می‌گوید برای آنکه در آینده دچار ریاضت نشویم چه باید بکنیم.

پیش‌بینی رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۶

پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۶ به دلیل عواملی مانند به ثبات رسیدن بازار کالاهای پایه، تداوم سیاست‌های انبساطی و روند افزایشی رشد اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته از ۳.۱ درصد در سال ۲۰۱۵ به ۳.۴ درصد در سال ۲۰۱۶ برسد. به گزارش ایسنا، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش، مدیریت و برنامه‌ریزی کشور گزارشی را منتشر کرده است که در آن، تحولات اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۶ بررسی شده و مسیر اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۶ پیش‌بینی شده است.

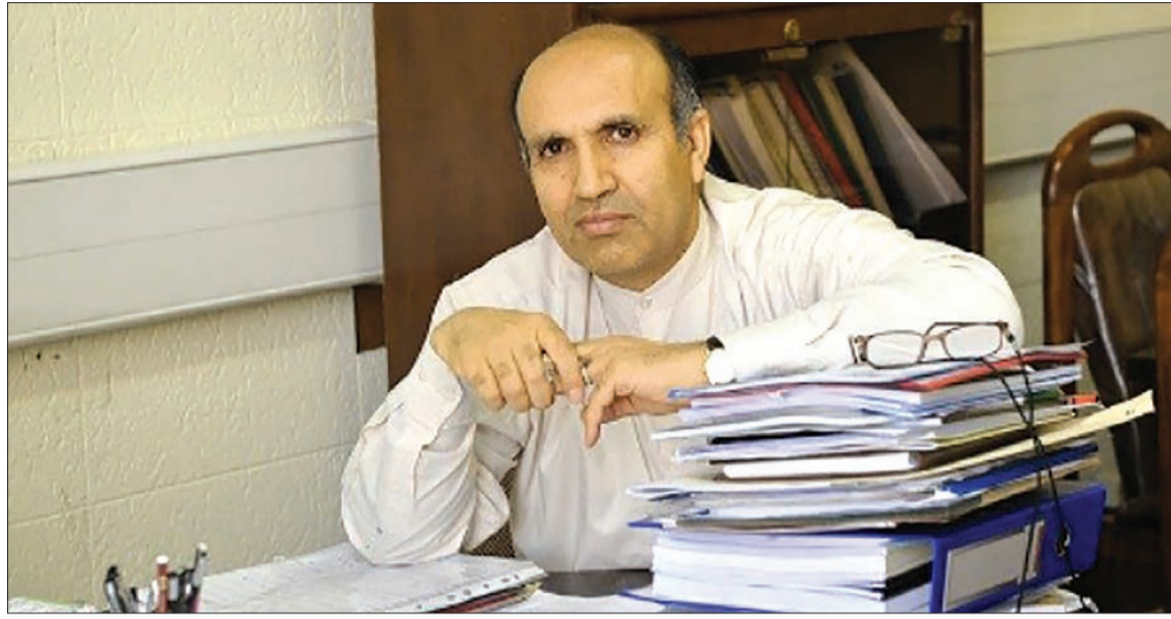
در این گزارش آمده است: رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۵ نزدیک به ۳.۱ درصد بوده که این میزان رشد، کمتر از پیش‌بینی‌های پیشین است. همچنین انتظار می‌رود رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۶ افزایش یابد. اصلی‌ترین عامل کاهش شدن فعالیت‌های اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۵، کاهش رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور و کاهش قیمت کالاهای پایه بوده است.

همچنین در بخش دیگری از این گزارش آمده است: با این وجود، عواملی وجود دارند که افزایش رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۶ را با نااطمینانی همراه می‌کنند. یکی از عوامل کاهش رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۶ روند کند شدن رشد اقتصادی در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور است. در میان اقتصادهای نوظهور، اقتصادهای بزرگ مانند چین و برزیل، در حال حاضر در مسیر تغییر ساختار اقتصادی قرار دارند که به‌طور کلی این روند، مقدار رشد اقتصادی بلندمدت این اقتصادها را کاهش داده است.

در این گزارش پیش‌بینی شده اقتصادهای در حال توسعه در سال ۲۰۱۶ با مشکل افزایش هزینه‌های بدهی مواجه می‌شوند. در واقع انتظار می‌رود که در سال ۲۰۱۶، با توجه به افزایش مداوم ارزش دلار آمریکا و افزایش نرخ بهره آمریکا، بزرگ‌ترین چالش در بسیاری از اقتصادهای در حال توسعه افزایش ارزش بدهی دلاری در بسیاری از این اقتصادها باشد. بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده‌اند که در سال ۲۰۱۶ همانند سال ۲۰۱۵، رشد اقتصادی جهان در مناطق مختلف دنیا ناهموگن باشد.

رکود اقتصادی روسیه در سال آینده نیز، تحت تأثیر روند کاهشی قیمت نفت و تحریم‌های اروپا علیه این کشور باقی خواهد ماند. این گزارش درباره اقتصادهای مهم شرق آسیا مانند چین توضیح داده است: این اقتصادها در چالش خواهند بود تا اقتصاد خود را به مسیر افزایشی رشد اقتصادی بازگردانند. پیش‌بینی شده است که رشد اقتصادی چین در فصل چهارم ۲۰۱۶ درصد باشد و رشد اقتصادی این کشور همچنان روند کاهشی فصل گذشته را ادامه دهد.

این گزارش بر حسب اطلاعات بانک جهانی آورده است: بانک جهانی پیش‌بینی کرده است با وجود کاهش قیمت جهانی نفت و تنش‌های سیاسی در خاورمیانه، افزایش رشد اقتصادی جمهوری اسلامی ایران به دلیل رفع تحریم‌های اقتصادی، اثری مثبت بر رشد اقتصادی این منطقه بگذارد. بنابراین به نظر می‌رسد که در آینده با توجه به رفع تحریم‌های اقتصادی ایران و چشم‌انداز روشن رشد اقتصادی برای کشورهای توسعه‌یافته، امکان آن وجود دارد که کاهش احتمالی تقاضای چین برای صادرات ایران به وسیله آجیای تقاضای اقتصادی توسعه‌یافته تا حدودی جبران شود.



یک کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» مطرح کرد

احیای بنگاه‌های تولیدی نیاز به حمایت منطقی دارد

مهلا فرازمند

M. farzmand_66@yahoo.com

پیرو بیانات مقام معظم رهبری مبنی بر لزوم احیای بخش تولید داخلی، چندی پیش اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهور گفت: باید با تمام توان به مشکلات بخش تولید رسیدگی و برای حل و فصل مشکلات و رفع موانع پیش روی بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی چاره‌اندیشی کنیم. بنابراین یکی از مهم‌ترین اولویت‌های اقتصادی کشور در سال ۹۵ ایجاد تحرک در بخش تولید است. این در حالی است که بنگاه‌های تولیدی برای احیا نیاز به منابع مالی و همچنین حمایت‌های منطقی دارند.

اقتصاد ایران بازگرداند. دوم ایجاد رقابت در اقتصاد است یعنی بنگاه‌های تولیدی در سایه رقابت می‌توانند به پیشرفت، گسترش و افزایش تولید دست پیدا کنند. سوم نفعی که بنگاه‌های تولیدی دارند، این است که در صورت تولید نفعی در بخش تولیدی، دولت می‌تواند از این نفع برای حل مشکلات استفاده کند. اگر فضای مناسب باشد این زمینه برای بخش خصوصی فراهم خواهد شد.

مهدی پازوکی در ادامه گفت: برای ایجاد یک فضای کسب‌وکار مناسب لازم است که اگر در جایی نیاز به وضع قوانین و مقررات است، مجلس این قوانین و مقررات را تصویب کند. اگر جایی که افراد سودجو و فرصت طلب دارای قدرت‌های غیرمنطقی عرضه را برای بخش خصوصی تنگ می‌کند، قوه قضاییه جلوی این کار را بگیرد و از طرفی به درخواست‌های بخش تولید سرعت ببخشد. این کارشناس اقتصادی با تأکید بر ارتباط با جامعه جهانی افزود: در شرایط امروز اقتصاد جهانی اگر کشوری می‌خواهد تولید داشته باشد، حتما باید رویکرد آن به سمت بازارهای جهانی باشد بنابراین کشور ما از طریق بازارهای صادراتی خصوصا در منطقه آسیا و جنوب غربی که با واقع هستیم این امکان را دارد که به بازارهای منطقه‌ای و بازارهای بین‌المللی وارد شویم. یعنی از دستاوردهای جهانی استفاده کنیم و با استفاده از تکنولوژی‌های مناسب بهره‌وری را افزایش دهیم که این منتج به افزایش تولید ملی و در نهایت نرخ رشد بالاتر خواهد شد.

طرح کارت اعتباری کالای با دوام یک مُسکن است وی در خصوص طرح کارت اعتباری کالاهای با دوام داخلی که به‌عنوان یکی از برنامه‌های دولت برای حمایت از تولیدات داخلی مورد توجه است، عنوان کرد: کارت اعتباری یک طرح کوتاه‌مدت است، یعنی در واقع براساس این طرح، برای دریافت کارت‌ها گامی نه‌شود که یک گامی ارائه شود. این در حالی است که بسیاری از افراد این گامی‌ها را به صورت جعلی از تعاونی مصرف شرکت یا ادارهای که در آن مشغول کار هستند تهیه و ارائه می‌کنند. با این روش نمی‌توان به تولید کمک کرد بلکه باید از بخش تولید حمایت شود.

این کارشناس اقتصادی در خصوص اعطای وام به بخش‌های تولیدی برای احیای این بخش اظهار کرد: در صنعت کشاورزی باید این حمایت‌ها انجام شود. در بخش‌های صنعتی نیز اگر حمایت‌ها غیرمنطقی باشد اقتصاد عقب‌مانده خواهد شد. در صنعت خودرو حمایت‌ها منطقی نبوده، به‌عنوان مثال کمره جنوبی خیلی بعد از کشور ما صنعت خودرو سازی را شروع کرد اما در حال حاضر می‌بینیم که بعد از تویوتا ژاپن سومین کمپانی‌های صنعت خودرو سازی جهان در اختیار آنهاست و بازارهای جهانی را در نورددیده‌اند، زیرا از تکنولوژی روز استفاده کرده و از این صنعت حمایت منطقی کرده‌اند. بنابراین شاهدیم که این کشور امروزه در بخش تولیدی میلیاردها دلار صادرات دارد.

اقتصاد باز، لازمه پیشرفت اقتصاد پازوکی تأکید کرد: ما باید با جامعه جهانی ارتباط داشته باشیم. اگر با اقتصاد بسته مثل کشورهای روسیه، هندوستان قیل از دهه ۹۰ یا کشورهای مانند کوبا و سومالی که اقتصاد بسته داشتند پیش برویم این کار فایده‌ای ندارد. به هر جهت ما برای افزایش تولید نیاز به یک حمایت منطقی داریم. وی افزود: با وجود اینکه سنسگار یک جزیره بسیار کوچک است، کل تولید ناخالص داخلی این کشور به اندازه سه کشور اروپایی است. این به این دلیل است که زیرساخت‌های مناسب توسعه در آنجا فراهم شده و از همه مهم‌تر ارتباط منطقی در چارچوب منافع ملی با

حمایت از بخش کشاورزی وی ادامه داد: با توجه به کاهش قیمت جهانی نفت، درآمدهای نفتی ما کاهش پیدا کرده است و بالاترین رشد را در بخش کشاورزی داریم. اگر این صنعت از طریق تکنولوژی حمایت شود در این بخش زمینه برای صادرات بیشتر وجود دارد. بنابراین ما باید افق بالاتری را ببینیم.

روید به بازارهای جهانی وی در پایان تأکید کرد: فراهم شدن این زمینه‌ها و احیای واحدهای تولیدی مسلما یک شبه اتفاق نخواهد افتاد و مهم این است که مجموعه اقتصاد ایران با بسته بودن به جایی نخواهد رسید. ما نیاز داریم که با بازارهای منطقه ارتباط برقرار کنیم تا به بازارهای جهانی راه پیدا کنیم و لازم آن این است که حمایت منطقی از تولید داشته باشیم. سیستم اداری کشور مریض است. بسیاری از افراد هستند که به‌عنوان بخش خصوصی وام‌های میلیاردری دریافت کردند و باز پرداخت نکردند. به عقیده من دولت باید اقساط وام‌های تولیدی را که گرفته هستیم و تعداد بانک‌هایی که درخواست همکاری با ایران دارند رو به افزایش است. دیوانداری خاطر نشان کرد: با مطالعه قوانین و وضعیت فعلی بانک‌های ایرانی از سوی بانک‌های اروپایی به تدریج تعداد بانک‌هایی که با ایران مراد خواهد داشت بیشتر خواهد بود. رییس پژوهشکده پولی و بانکی در مورد تصویب قانون مبارزه با تأمین مالی تروریسم نیز گفت: با تصویب این قانون و ترجمه آن به زبان‌های مختلف، مسلما مرادوات ما با بانک‌های دیگر گسترش خواهد یافت و آنها بهانه‌ای برای این همکاری نخواهند داشت.

گزارش ۲

مدیرعامل بورس کالا اعلام کرد

راه‌اندازی بازار مشتقات ارزی در سال ۹۵



مدیرعامل بورس کالا ایران با اعلام اینکه در سال جاری عرضه کالاهای وارداتی در بورس کالا رونق بیشتری می‌گیرد، از راه‌اندازی بازار مشتقات ارزی در سال جاری خبر داد.

به گزارش مهر، حامد سلطانی‌نژاد با بیان اینکه سال ۹۴ یکی از سخت‌ترین سال‌ها برای بورس کالا بود، افزود: گرچه حجم معاملات در این سال کاهش زیادی نداشت، اما میزان معاملات کاهش محسوسی را تجربه کرد که عمدتا ناشی از کاهش جهانی قیمت برخی محصولات بود.

وی خاطرنشان کرد: با مصوبات مجلس و دولت در جهت شفاف‌سازی، صنایع چارهای جز ورود شفاف به ساختار بورس کالا نخواهند داشت، حتی انتظار ما این است که در سال جاری عرضه کالاهای وارداتی در بورس کالا رونق بیشتری داشته باشد و کالاهای وارداتی از طریق بورس کالا عرضه شوند.

سلطانی‌نژاد با اعلام اینکه در سال ۹۵ هر گونه عرضه خارج از شبکه قاچاق محسوب می‌شود، یکی از بهترین شبکه‌های رسمی را برای مبادلات کالا بورس کالای ایران دانست و پیش‌بینی

بیمه

مدیرعامل بورس کالا اعلام کرد

بیمه نامه

جزئیات حق بیمه شخص ثالث در سال ۹۵

بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران از بیمه‌گذاران خواست برای خرید الحاقیه مربوط به مابه‌التفاوت افزایش دهم سال جدید اقدام کنند.

به گزارش مستقیم به نقل از اداره کل روابط عمومی بیمه مرکزی، قوه قضائیه در اطلاعیهای میزان دهم در سال جدید را ۱۹۰ میلیون تومان برای ماه‌های غیر حرام اعلام کرد. از ابتدای سال جدید مبلغ ریالی دهم از ۱۶۵ میلیون تومان به ۲۲۰ میلیون تومان به ۲۵۳.۳ میلیون تومان برای ماه‌های غیر حرام و ۲۲۰ میلیون تومان به ۲۵۳.۳ میلیون تومان برای ماه‌های حرام افزایش می‌یابد. بر این اساس بیمه‌گذاران باید برای تهیه الحاقیه مربوط به مابه‌التفاوت افزایش دهم اقدام و تعهدات بیمه‌نامه وسیله نقلیه خود را افزایش دهند. شایان ذکر است ۲۱ فروردین ۹۵ مصادف با شروع نخستین ماه حرام (رجب) خواهد بود و ضروری است بیمه‌گذاران تا آن زمان الحاقیه بیمه‌نامه شخص ثالث خود را خریداری کنند تا توجه به عدم افزایش حق بیمه در سال ۹۴ (باوجود افزایش ۱۰ درصدی دهم) و عدم افزایش متناسب آن با دهم در سال‌های قبل، مبلغ حق بیمه شخص ثالث سال ۱۳۹۵ به تناسب مبلغ ریالی دهم، ۱۵ درصد افزایش یافته که در مقایسه با تعرفه مصوب سال ۱۳۸۹ حیات‌وازیتر منتهی در بازار کاهش یافته است. شایان ذکر است، هیچ‌گونه افزایشی در نرخ حق بیمه شخص ثالث صورت نگرفته و افزایش مبلغ حق بیمه صرفا ناشی از افزایش تعهدات بدنی (از ۲۲۰ میلیون تومان به ۲۵۳.۳ میلیون تومان) و تعهدات مالی (از ۵۵ میلیون تومان به ۶۳ میلیون تومان) است.

۹۵ راه‌اندازی خواهد شد یا خیر؟ گفت: براساس برنامه اعلامی بانک مرکزی از شش تا هفت ماهه در نهایت قرار است برنامه تک‌نرخ شدن ارز اجرایی شود که اگر این اتفاق بیفتد، در سال جاری شاهد راه‌اندازی بازار مشتقات ارزی در بورس کالای ایران خواهیم بود.

فروش اموال تملیکی در بورس کالا سلطانی‌نژاد درباره توافقات بورس کالا و سازمان امور تملیکی گفت: حوال فروش اموال تملیکی حتما باید به سپل خزانه

نرخ‌نامه

دلار ۳،۴۶۵ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳،۴۶۵ تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱،۰۱۹،۰۰۰ تومان تعیین کردند. هر یورو در بازار آزاد ۳،۹۶۵ تومان و هر پوند نیز ۵،۰۰۰ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۳۶،۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۸۵،۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۹۵،۰۰۰ تومان خرید و فروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰۴،۱۱۰ تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۲،۲۹۴ دلار بود.

Table with 2 columns: عنوان, قیمت. Items include: اونس طلا, مثقال طلا, هر گرم طلای ۱۸ عیار, سکه بهار آزادی, سکه طرح جدید, نیم سکه, ربع سکه, سکه گرمی.

Table with 2 columns: نوع ارز, قیمت. Items include: دلار آمریکا, یورو اروپا, پوند انگلیس, درهم امارات, لیر ترکیه, یوان چین, یین ژاپن, دلار کانادا, فرانک سوئیس, دینار کویت, روبیه هند, ریگت مالزی, ریگت مالزی.

بانک‌نامه

همکاری بانک‌های بین‌المللی با ایران رو به افزایش است

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی: تعداد بانک‌هایی که درخواست همکاری با ایران دارند رو به افزایش است. علی دیوانداری در گفت‌وگو با خبرنگار ایلنا در پاسخ به این پرسش که آیا همچنان مبادلات تجاری ایران به صورت تهاژی برگزار می‌شود؟ اظهار داشت: خیر تهاژی نیست. وی افزود: ما با بانک‌های دنیا در حال کار کردن هستیم و تعداد بانک‌هایی که درخواست همکاری با ایران دارند رو به افزایش است. دیوانداری خاطر نشان کرد: با مطالعه قوانین و وضعیت فعلی بانک‌های ایرانی از سوی بانک‌های اروپایی به تدریج تعداد بانک‌هایی که با ایران مراد خواهد داشت بیشتر خواهد بود. رییس پژوهشکده پولی و بانکی در مورد تصویب قانون مبارزه با تأمین مالی تروریسم نیز گفت: با تصویب این قانون و ترجمه آن به زبان‌های مختلف، مسلما مرادوات ما با بانک‌های دیگر گسترش خواهد یافت و آنها بهانه‌ای برای این همکاری نخواهند داشت.

یادداشت

زنجیره تامین و فرصت‌های سرمایه‌گذاری

قسمت پایانی

روش‌های رسیدن به توسعه را تغییر دهیم



حسن کریمی سنجری کارشناس صنعت خودرو

در شماره‌های قبل به همه زوایای زنجیره تأمین و فرصت‌های سرمایه‌گذاری آن اشاره شد. در این شماره تلاش شده تا نتیجه‌ای چکیده از همه بحث‌های مطرح شده، نگاشته شود.

باتوجه به تعاریف جدید در فرهنگ سرمایه‌گذاری و تغییرات گسترده‌ای که در زنجیره ارزش خودرو در دنیا به‌وجود آمده به نظر می‌رسد جمهوری اسلامی ایران باید با نشان دادن واکنشی صحیح نسبت به این تغییرات، الگوی جدیدی از خودروساز شدن را برای خود انتخاب کند. باتوجه به زمان‌های از دست رفته برای توسعه یافتگی صنعت خودروی ایران، باید روش‌های رسیدن به جاده توسعه را تغییر دهیم. این تغییرات به‌قدری گسترده است که گویی تا کنون هر آنچه پیموده‌ایم در جاده دیگری بوده و حال برای شروع پیشرفت باید از ابتدای جاده گذاشته شد. تا همین‌جا به‌عنوان توسعه اقتصادی به‌عنوان جدی‌ترین هدف همه دستگاه‌های حاکمیتی در نظر گرفته شود. در این میان صنعت خودرو، نیز به‌عنوان دومین صنعت بزرگ کشور، باید شاهد تحول باشد تا بتواند سهم خود را در رشد اقتصادی ایفا کند. اما آیا با دومین صنعت بزرگ کشور، به‌عنوان یک شروع، اقتصاد مقاومتی، یک پارادایم سیاسی اقتصادی است که به‌ویژه از زمان اوج‌گیری تحریم‌های ظالمانه غربی‌ها، براساس رهنمودهای مقام عظمای ولایت، سرلوحه برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی قرار گرفته است. پارادایم‌ها، معمولاً خلق‌الساعه جاگیز نمی‌شوند و به‌تدریج در فرآیندهای ساختاری نفوذ می‌کنند و به‌تدریج اجرائی می‌شوند قبل از اینکه برای پارادایم‌ها، قسلی غلبه می‌کنند. امید است با انتخاب شعار اسما، این پارادایم به‌طور خیلی روشن تبیین و در برنامه‌های مختلف توسعه کشور جاری شود تا بتوانیم شاهد رشد و شکوفایی تولید داخلی و رفع کمبودهای شغلی و در نهایت بالندگی اقتصاد باشیم.

عسل داداشلو داداشلو@gmail.com

اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل نام سال ۹۵ خورشیدی توسط مقام معظم رهبری گذاشته شد. تا همین‌جا به‌عنوان توسعه اقتصادی به‌عنوان جدی‌ترین هدف همه دستگاه‌های حاکمیتی در نظر گرفته شود. در این میان صنعت خودرو، نیز به‌عنوان دومین صنعت بزرگ کشور، به‌عنوان یک شروع، اقتصاد مقاومتی، یک پارادایم سیاسی اقتصادی است که به‌ویژه از زمان اوج‌گیری تحریم‌های ظالمانه غربی‌ها، براساس رهنمودهای مقام عظمای ولایت، سرلوحه برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی قرار گرفته است. پارادایم‌ها، معمولاً خلق‌الساعه جاگیز نمی‌شوند و به‌تدریج در فرآیندهای ساختاری نفوذ می‌کنند و به‌تدریج اجرائی می‌شوند قبل از اینکه برای پارادایم‌ها، قسلی غلبه می‌کنند. امید است با انتخاب شعار اسما، این پارادایم به‌طور خیلی روشن تبیین و در برنامه‌های مختلف توسعه کشور جاری شود تا بتوانیم شاهد رشد و شکوفایی تولید داخلی و رفع کمبودهای شغلی و در نهایت بالندگی اقتصاد باشیم.

او می‌افزاید: «در بازار خودرو، سال ۱۳۹۵ در حالی آغاز می‌شود که خودروسازان کشور، با توجه به نیاز بازار و امکانات موجود، در شش‌ماهه اول منوی جدیدی با طعم چینی برای مشتریان در نظر گرفته‌اند. از فرودگاه مهرآباد که وارد می‌شوی،

پیش‌بینی وضعیت صنعت خودرو در سال جدید

رونق پشت درهای بهار می‌ماند؟



«فرصت امروز» می‌گوید: «سال جدید با پیام مقام معظم رهبری، با عنوان اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل نام گرفت و از همان روزهای اول کاری، از رئیس‌جمهور محترم تا معاونان و وزرا که در این روزها به سرعت فعالیت خود را آغاز کرده و از این شعار با برنامه‌های متعدد استقبال کردند. البته این شعار یک نقطه اوج است، نه یک شروع. اقتصاد مقاومتی، یک پارادایم سیاسی اقتصادی است که به‌ویژه از زمان اوج‌گیری تحریم‌های ظالمانه غربی‌ها، براساس رهنمودهای مقام عظمای ولایت، سرلوحه برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی قرار گرفته است. پارادایم‌ها، معمولاً خلق‌الساعه جاگیز نمی‌شوند و به‌تدریج در فرآیندهای ساختاری نفوذ می‌کنند و به‌تدریج اجرائی می‌شوند قبل از اینکه برای پارادایم‌ها، قسلی غلبه می‌کنند. امید است با انتخاب شعار اسما، این پارادایم به‌طور خیلی روشن تبیین و در برنامه‌های مختلف توسعه کشور جاری شود تا بتوانیم شاهد رشد و شکوفایی تولید داخلی و رفع کمبودهای شغلی و در نهایت بالندگی اقتصاد باشیم.»

با لیغان جدید سدان ۲۳۰۰ سی‌سی آشنا روبه‌رو می‌شوی و از بزرگراه که می‌گذری با دانگ فنگ H30 و ساینا. گذشته به پیش بروند، به اعتقاد من خودروسازی به سمت تعطیلی پیش خواهد رفت اما اگر تعلق بیشتری روی شرایط فروش و نحوه پرداخت‌ها صورت بگیرد، می‌توانند ضایع خودروسازی را از رکود خارج کنند. البته با توجه به رفتاری که ما شاهد آن بوده‌ایم و اصرار به ادامه این رفتارها، ما نباید منتظر تغییرات چندانی در سال آینده باشیم.»

افزایش قیمت، ساز ناوکو خودرو تغییر قیمت خودرو موضوع دیگری است که حائز اهمیت است. موضوعی که به سنت چند سال گذشته همواره در آغاز سال با افزایش روبه‌رو بوده اما سال گذشته به دلیل رکود چشمگیر، رخ نداده است. اما آیا در سال جاری بازار باز هم اجازه افزایش قیمت به خودروسازان را خواهد داد؟

کاکایی در این زمینه بیان می‌کند: «با توجه به شاخص‌های مختلف اقتصادی و عوامل اجرایی، نمی‌توان انتظار کاهش قیمت را داشت. اما می‌توان ادعا کرد که رشد قیمت‌ها در بازار خودرو کمتر از نرخ تورم خواهد بود. البته در مورد حجم

فرد زاوه، کارشناس صنعت خودرو، نیز تغییرات را منوط به رفتار خودروسازان می‌داند و در این زمینه در گفت‌وگو با «فرصت امروز» اظهار می‌کند:

کاکایی در این زمینه بیان می‌کند: «با توجه به شاخص‌های مختلف اقتصادی و عوامل اجرایی، نمی‌توان انتظار کاهش قیمت را داشت. اما می‌توان ادعا کرد که رشد قیمت‌ها در بازار خودرو کمتر از نرخ تورم خواهد بود. البته در مورد حجم

فرد زاوه، کارشناس صنعت خودرو، نیز تغییرات را منوط به رفتار خودروسازان می‌داند و در این زمینه در گفت‌وگو با «فرصت امروز» اظهار می‌کند:

کاکایی در این زمینه بیان می‌کند: «با توجه به شاخص‌های مختلف اقتصادی و عوامل اجرایی، نمی‌توان انتظار کاهش قیمت را داشت. اما می‌توان ادعا کرد که رشد قیمت‌ها در بازار خودرو کمتر از نرخ تورم خواهد بود. البته در مورد حجم

بین الملل

«بی‌ام‌و» قبل از تولید موتورسیکلت و خودرو چه کاری انجام می‌داده است؟

مازیار جعفریه Top Gear



در روز یکشنبه این هفته، کمپانی آلمانی «بی‌ام‌و» ۱۰۰ سالگی خود را جشن گرفت. پیش از اینکه این کمپانی ماشین‌ها و موتورسیکلت‌هایی را که هم‌اکنون شاهد آن هستیم تولید کند، سازنده موتور هواپیماهای جنگنده برجسته آلمانی در جنگ جهانی اول بوده است.

آلمان به دلیل برتری در هوا وارد جنگ با بریتانیا و فرانسه شد و فوکر ۷ از دلایل این برتری بود. این هواپیماها که به‌طور برزق و رنگ شده بودند یک تهدید برای هواپیماهای دشمن محسوب می‌شدند که توانایی تیراندازی به هواپیماهای دیگر را داشتند.

این هواپیما به خلبانان آلمانی مزیت خاصی داده بود، اما به گفته «جرمی کینی»، سرپرست موزه هوا فضا در واشنگتن، بریتانیایی‌ها و فرانسوی‌ها نیز سریعاً ضعف خود در آسمان را برطرف کردند. اما بعدها از یک موتور قوی‌تر توسط یک شرکت نو پا به نام «بی‌ام‌و» برخوردار شد. این کمپانی که در مونیخ تأسیس شده بود موتوری با قدرت ۱۸۵ اسب بخار درست کرده بود که سرعت فوکر را از ۱۱۷ مایل به ۱۲۵ مایل افزایش داده بود و همچنین می‌توانست در ارتفاع بیشتری نسبت به زمین پرواز کند.

این موتور «بی‌ام‌و» به‌طور چشمگیری کارایی هواپیما فوکر آلمانی را افزایش داد (که در واقع مهم‌ترین سلاح آلمان‌ها در آن زمان بوده است) که به گفته آقای کینی یکی از مهم‌ترین خطرات برای نیروی هوایی آنها محسوب می‌شده است.

خود کمپانی «بی‌ام‌و» در سال ۱۹۱۶ از تلفیق سه کمپانی تولیدکننده موتور هواپیما، بدنه هواپیما و اتومبیل تأسیس شد نام آلمانی آن Bayerische Motoren Werke Bavarian Motor Works که به اختصار «BMW» نامیده شد.

اما این کمپانی آلمانی دست از تولید موتورهای هواپیما برنداشت. آقای کینی گفت: «در مدت زمان قبل از شروع جنگ جهانی دوم، «بی‌ام‌و» موتوری BMW 801 تولید کرد که روی یکی از هواپیماهای جنگنده نازی‌ها به اسم فوکر wolf fw190 قرار داشت. او اضافه کرد: «بار دیگر این کمپانی تخصصی اساسی را در توسعه نبرد هوایی در طول جنگ جهانی دوم ایفا کرد.»

وانت «PickUp» مرسدس بنز در راه است

با اینکه مرسدس اعلام کرده بود این ماشین تا آخر این دهه میلادی به بازار عرضه نخواهد شد، ما قادر خواهیم بود که نخستین مدل مفهومی آن را در روزهای آینده سال جاری مشاهده کنیم. براساس گزارش مجله «Auto Express»، احتمال دارد که این «پیکاپ مفهومی» تا ماه اکتبر برای حضور در نمایشگاه ماشین پاریس ۲۰۱۶ آماده باشد.

مرسدس بنز در سال ۲۰۱۵ برنامه‌اش را برای ساخت پیکاپ خودش اعلام کرد. انتظار می‌رود که این خودرو بر پایه مدل «ناوارا» شرکت نيسان ساخته شود.

دکتر «دیتر زتش»، مدیرعامل کمپانی دایملر که مالک شرکت مرسدس بنز نیز هست، سال گذشته اعلام کرد: «پیکاپ» مرسدس بنز به‌خوبی به رشد ادفا جهانی ما کمک خواهد کرد. او اضافه کرد: «ما با هویتی متمایز خود وارد این دسته از خودروها می‌شویم و تمام ویژگی‌هایی که با شنیدن نام تجاری ما به یاد می‌آورد، یعنی امنیت، آسایش، ارزش و قدرت را می‌توانید در این مدل نیز ببینید. براساس شایعات، این پیکاپ که ممکن است در کلاس X خودروهای مرسدس قرار بگیرد، احتمالاً هم با موتور بنزینی و هم با موتور دیزل ارائه خواهد شد. نيسان «ناوارا»، که مرسدس بنز به روسیه و مونتاژ خودروهای خود پرداخت می‌کنند. عدم توانایی رقبای کیاموتورز در بومی‌سازی تولیدات‌شان سبب شده است تا کیا از امتیاز قابل توجهی در مقایسه با رقبای خود برخوردار بوده و ضرر کمتری را تحمل کند.

استفاده از توانمندی‌های داخلی روسیه برای تولید کیا ریو امتیاز بسیار بزرگی برای کیا موتورز محسوب می‌شود و این موضوع سبب شده تا افزایش ۱۱ درصدی قیمت کیا ریو تأثیر چندانی بر میزان فروش آن نداشته باشد. این در حالی است که قیمت سدان پرفروش کیا از سال ۲۰۱۴ میلادی به این سو افزایش قیمت ۲۴ درصدی را تجربه کرده است.

لوکس خود دارد. اما بسیار بعید است که مرسدس خواهد وارد بازار آمریکا شود و با آنها به رقابت بپردازد. به احتمال زیاد این وانت در نمایشگاه‌های اروپا، آمریکای لاتین و استرالیا به نمایش گذاشته خواهد شد، جایی که مرسدس بنز شهرت بسیار زیادی برای خودروهای لوکس خود دارد.

گزارش

کیا به دنبال افزایش سهم خود از بازار روسیه



گفت: «کیا به واسطه انتخاب مدل‌های مناسب برای عرضه در بازار روسیه و همچنین فروش بسیار خوب مدل ریو شرایط مناسبی در بازار خودروسازان این کشور دارد. اورکهارت ادامه داد: «ریو انتخاب بسیار مناسبی برای بازار روسیه بوده یعنی «کیا ریو» که یکی از چهار خودرویی است که کیا در روسیه عرضه می‌کند، نسبت به سایر شرکت‌های خودروسازی فعال در صنعت خودروی روسیه، از شرایط بهتری در بازار راکد خودروی روسیه برخوردار است. در این راستا تیم اورکهارت تحلیلگر مؤسسه «IHS» است. کارشناس معتقدند استفاده

ترجمه: معراج آگاهی

معراج روزبه‌نور

براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته توسط مدیران شرکت خودروسازی کیا موتورز و به گفته الکساندر کیم مونیوف مدیر بخش روسیه این شرکت خودروساز کره‌ای، این شرکت قصد دارد با حفظ میزان فروش خود، سهمش از بازار خودروی راکد این کشور را افزایش دهد. در این رابطه و هم‌زمان با رکود عمیق حاکم بر بازار خودروی روسیه که کاهش شدید قیمت نفت و همچنین تحریم‌های اقتصادی غرب از جمله دلایل اصلی آن محسوب می‌شود، شرکت کیاموتورز با کاهش قیمت خودروهای خود به جنگ دیگر رقبای رفته و سهم خود از بازار خودروی روسیه را به ۱۰/۲ درصد رسانده است.

کیا موتورز قصد دارد تا در سال جاری ۱۶۰ هزار خودرو در بازار روسیه به فروش برساند که این میزان اندکی کمتر از ۱۶۳ هزار دستگاهی است که این شرکت در سال ۲۰۱۵ به فروش رساند. مونیوف در ارتباط با اهداف شرکت کیا موتورز در بازار روسیه اعلام کرد: «هدف اول

سیزده به در بارانی تهران



آرزوی بخت: فرصت امروز

از استان مرکزی، قم، قزوین، البرز، تهران، سمنان و سواحل شمالی کشورمان بودیم. بارش برف در مناطقی از استان البرز از جمله کرج، مردم این استان را که برای بهره‌مندی از طبیعت در سیزدهمین روز فروردین عازم بودند، غافلگیر کرد. البته بسیاری از مردم در مناطق جنوبی و غربی کشورمان از فرصت استفاده کردند و راهی مناطق سرسبز و کوهستان‌ها شدند و روز طبیعت را در دامغان طبیعت‌گردانند. گزارش‌ها حکایت از آن دارد که مردم در استان‌های فارس، ایلام، کهگیلویه و بویراحمد و برخی دیگر از مناطق غربی و جنوبی

از استان مرکزی، قم، قزوین، البرز، تهران، سمنان و سواحل شمالی کشورمان بودیم. بارش برف در مناطقی از استان البرز از جمله کرج، مردم این استان را که برای بهره‌مندی از طبیعت در سیزدهمین روز فروردین عازم بودند، غافلگیر کرد. البته بسیاری از مردم در مناطق جنوبی و غربی کشورمان از فرصت استفاده کردند و راهی مناطق سرسبز و کوهستان‌ها شدند و روز طبیعت را در دامغان طبیعت‌گردانند. گزارش‌ها حکایت از آن دارد که مردم در استان‌های فارس، ایلام، کهگیلویه و بویراحمد و برخی دیگر از مناطق غربی و جنوبی

انتقاد وزیر بهداشت از واکنش صدا و سیما به لغو سفر روحانی

دکتر سیدحسین هاشمی در یادداشتی با عنوان «درباره لغو سفر اتریش» در کانال تلگرامی‌اش آورده است: «قرار بود روز سه‌شنبه بعد از ظهر، رئیس‌جمهوری را به همراه تنی چند از وزرا و مشاوران در سفر به اتریش همراهی کنیم. در اوپسین ساعات سفر از سوی دکتر روحانی لغو و به زمان مناسب موکول شد. دفتر رئیس‌جمهور علت تعطیل سفر را «ملاحظات امنیتی و تأمین شرایط مطلوب‌تر در خصوص برنامه و توافقات مورد نظر دو کشور» اعلام کرد. اینک رساله‌های خارجی، شبکه‌های بیگانه و ضدانقلاب، چه گفته و چه تفسیر کرده و می‌کنند اهمیتی ندارد، اما آنچه رساله‌های ما می‌گویند قاعدتاً مهم است و به‌ویژه انتظار می‌رود که رسانه ملی مسیر آنها را نرود. متخیرانه برنامه‌ای دیدیم که آشکارا رویکرد رئیس‌جمهور اتریش و مقامات آن کشور را بر موضع ریاست‌جمهوری خودمان ترجیح می‌داد. اینکه گویی «امنیت در حد اعلا برقرار بوده، تدابیر شدید امنیتی درست شبیه سفر رؤسای جمهور روسیه، چین و آمریکا در

نظر گرفته بوده» و... بنابراین اطلاعیه دفتر رئیس‌جمهوری ایران بی‌اساس است! دلم می‌سوزد. مدت‌هاست طبیعتی از رسانه‌ها در خصوص مسائل مهم سیاست خارجی و عملکرد دولت، نهن‌تنها حرف رئیس‌جمهور اتریش را بر بیانیه رسمی دفتر رئیس‌جمهور خودمان ترجیح می‌دهند، بلکه اظهارنظر و تحلیل و گاه خیال‌پردازی مقامات غربی و خیلی اوقات نیز افراد دست‌چندم و غیرمسئول آمریکایی را از سخن رئیس‌جمهور و مدیران ارشد کشورمان مستندتر می‌دانند و مداوماً به بازتاب آن می‌پردازند. به راستی چرا و به چه قیمت؟ درد است. متأسفانه عده‌ای ندانسته، و چه بسا برخی هم آگاهانه، حقایق و منافع ملی را به پای سیاست قربانی می‌کنند. البته مقامات و بخش‌های مسئولی هم، با کم کاری و بی‌دقتی، باعث تخریب و تضعیف مواضع جمهوری اسلامی و بهانه‌دانی به این و آن می‌شوند. در همین حد و با اطلاع دقیق از جزئیات رویداد، اعلام می‌کنم که رئیس‌جمهوری شجاعانه و از موضع «عزت،

آغاز فعالیت دوربین‌های طرح ترافیک و زوج و فرد

سرنگ حسن عابدی، جانشین رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی تهران بزرگ اعلام کرد که از روز شنبه (امروز) تمامی دوربین‌های کنترل محدوده‌های طرح ترافیک و زوج و فرد دوباره آغاز شده و متخلفانی که بدون

خواهند کرد، عابدی در این باره گفت: با توجه به اتمام تعطیلات نوروزی، از صبح امروز فعالیت تمامی دوربین‌های کنترل محدوده‌های طرح ترافیک و زوج و فرد دوباره اجرای این طرح همچون گذشته

مدیرعامل صندوق بازنشستگی کشور اعلام کرد

شیب سالمندی در کشور تند شد

محمود اسلامیان، مدیرعامل صندوق بازنشستگی کشوری با بیان اینکه شیب سالمندی در کشور تند شده است، تأکید کرد: باید دستگاه‌ها و گروه‌های مرتبط با سالمندی همت کنند و دیربهرنگام به سامان دادن این شیب تند نیندیشند. اسلامیان با اشاره به ضرورت‌های تحقق مفهوم سالمندی پویا اظهار کرد: اگرچه چند صباحی است که در نهادها و مجامع مرتبط با افراد سالمند سخن از سالمندی پویا تکرار می‌شود، اما هنوز مقدمات و پیش‌نیازهای نظری، حقوقی و مهم‌تر از همه مقدمات اندونزی یک تبعه سنگاپور را برای کشور فراهم نشده است. براساس منابع و گزارش‌هایی

که در این حوزه منتشر شده، سالمندی پویا، فرآیند بهینه‌سازی فرصت‌ها برای سلامتی، مشارکت و امنیت به منظور افزایش کیفیت زندگی افراد رو به سالمندی است. سالمندی پویا یعنی کمک به مردم به گونه‌ای که هر چه مسن‌تر می‌شوند، مسئول زندگی خود باشند و نقش فعالی در اقتصاد و جامعه داشته باشند. برآورد می‌شود بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۶۰ تعداد افراد بیش از ۶۵ سال در جهان از ۱۷،۴ تا ۲۹،۵ درصد افزایش یابد. همچنین تعداد افراد بیش از ۸۰ سال تقریباً سه برابر شده و به ۱۲ درصد خواهد رسید. بنابراین در سال‌های پیش رو تعداد سالمندان (و نه فقط نسبت و سهم آنها) در جوامع مختلف افزایش

متهم دور زدن تحریم ایران، به آمریکا تحویل شد

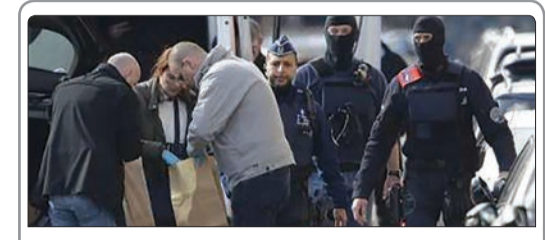
تحریم‌های آمریکا و صادرات تجهیزات رادیویی به ایران به دنبال دستور اول فوری و درخواست مقامات آمریکا از «جو کو ویدودو» رئیس‌جمهور اندونزی انجام شد. سخنگوی دادستانی اندونزی گفت که «لیم» متهم به توطئه برای فریب دادن آمریکا، قاچاق، صادرات غیرقانونی کالا از آمریکا به ایران، اظهارات ناردرست و مانع‌انگیز از اجرای عدالت است. بنابراین گزارش، این تبعه سنگاپور شب پنجشنبه برای انتقال به آمریکا در فرودگاه «سوکارنو-هتا» بانتن اندونزی به یک مارشال آمریکا تحویل شد. کنسولگری سنگاپور در باتم اندونزی آبان ماه سال ۱۳۹۳

تلاش کرد این شهروند خود را از اندونزی به سنگاپور بازگرداند. دادگاه سنگاپور بیش از سه سال پیش استرداد «لیم یونگ نام» ۴۱ ساله به آمریکا را رد کرده بود، اما پلیس اندونزی وی را در باتم بازداشت کرد. وزارت امور خارجه سنگاپور روز جمعه اعلام کرد که به تصمیم رئیس‌جمهور اندونزی برای استرداد «لیم یونگ نام» به آمریکا احترام گذاشته و تابع قوانین اندونزی و روند قضایی این کشور است. آمریکا آبان ماه سال ۱۳۹۰ چهار سنگاپوری و یک ایرانی را متهم کرد که در ترحم‌های این کشور علیه ایران را دور زد و دستگاه‌های رادیویی را از

سیاست

کره شمالی: آمریکا خود تهدید هسته‌ای است

کره شمالی تأکید دارد که چتر هسته‌ای منطقه‌ای آمریکا و زرمایش بزرگ این کشور با کره جنوبی با استفاده از ناوهای هوایی و پهلوها و پهلوهای اساسی برای شبه جزیره کره محسوب می‌شود. یک سخنگوی وزارت امور خارجه کره شمالی که نامی از وی برده نشده است، خاطر نشان کرد: در واقع اصلی‌ترین علت افزایش تنش‌ها در منطقه، آمریکا و تهدیدهای هسته‌ای و اقدامات نظامی و خصمانه این کشور است. باراک اوباما که کشورش میزبان اجلاس امنیت هسته‌ای است، در جریان نشست سه‌جانبه با متحدان آسیایی خود، یعنی «شینزو آبه» نخست‌وزیر ژاپن و «پارک گئون هی» رئیس‌جمهوری کره جنوبی بر لزوم اعمال تدابیر امنیتی قوی سازمان ملل متحد علیه پیونگ یانگ تأکید کرد. سخنگوی وزارت امور خارجه کره شمالی می‌افزاید: باج‌خواهی‌ها، تحریم‌ها



رسانه‌های محلی بلژیک از تحقیقات سرویس امنیتی این کشور علیه ۳۷ پناهجو به اتهام ارتباط با داعش خبر دادند

جامعه

کرایه تاکسی، مترو و اتوبوس فعلاً بدون تغییر

برای مسافرت‌های بالای ۲۰ کیلومتر به میزان ۱۵۰ تومان افزایش می‌یابد. نرخ بلیت‌های تک سفره از ۶۰۰ تومان به ۷۰۰ تومان، دو سفره از ۱۰۰۰ تومان به ۱۱۰۰ تومان و جومه‌ای نیز ۱۲۰۰ تومان تعیین شده است. به گزارش مهر، بر این اساس مقرر شد کرایه اتوبوس‌ها در کیلومتر بیس ۵ تا ۱۰ کیلومتر با ۵۰۰ ریال و از ۱۰ کیلومتر به بالا با ۱۰۰۰ ریال افزایش همراه باشد که این ارقام برای اتوبوس‌های عمومی است و در بخش اتوبوس‌های خصوصی افزایش ۱۵ درصدی مصوب شد. فرمانداری تهران در روزهای پایانی سال به این مصوبه اعتراض کرد و در نخستین جلسه شورای شهر تهران، اعضا دراین خصوص تعیین تکلیف می‌کنند.



مستولان کلینیک حیات وحش پارک پردیسان با تکذیب شایعات فرار شیر از این پارک اعلام کردند که پارک پردیسان اصلاً شیر ندارد

فرهنگ

کیانو ریزو با «استخوان» همراه شد

بگویم چه می‌خواهم، همه ما از اینکه او پذیرفت تا به فیلم «استخوان» جان بدهد، هیجان‌زده شده‌ایم. ریزو به تازگی تولید فیلم «جان ویک ۲» را به اتمام برده و سه فیلم دیگر در دست کاران دارد که شامل درامی با عنوان «همه حقیقت» در کنار زنه زلوگر، «نتون شیطان» و «دار و دسته بد» است. کیانو ریزو متولد ۲ سپتامبر ۱۹۶۴، بازیگر ۵۱ ساله است که در بیروت لبنان به دنیا آمده است. این بازیگر، کارگردان، تهیه‌کننده و موسیقیدان کانادایی که با بازی ماندگارش در نقش تئو در سه‌گانه فیلم «ماتریکس»، فیلم «سرعت» و با نقش تد لوگان در فیلم ماجراجویی موفق «بیل و تد» شناخته شده، از چهره‌های موفق دنیای سینما است.



زاهایا حدید از مشهورترین و موفق‌ترین معماران معاصر جهان در ۶۵ سالگی از دنیا رفت

ورزش

بوفون: تا ۴۰ سالگی فوتبال بازی می‌کنم

گفت: من برای زندگی در اینجا می‌مانم، می‌خواهم تا ۴۰ سالگی در این سطح بمانم. اگر شور و اشتیاق همیشگی را هم نداشته باشم، قطعاً تصمیم دیگری خواهم گرفت ولی هنوز هم این شور و اشتیاق با من است و می‌خواهم به فوتبال ادامه دهم. حتی اگر حقوق دو برابر به من دهند باز هم در یوونتوس می‌مانم، عضو گروهی هستم که باعث افتخارم است، گروهی با ارزش؛ ارزش‌های واقعی که این روزها بسیار کم‌رنگ شده‌اند. قصد دارم که در همین سطح بمانم تا ۴۰ سالگی بازی کنم و رسیدن به این حد البته با جاه‌طلبی و رسیدن به سطح بالاتر میسر می‌شود. بعد از آن به دنبال مربیگری خواهم رفت تا بتوانم در این دنیای جدی از فوتبال دور نمانم و مربیگری را هم تجربه کنم.



امانوئل اوبونه، بازیکن تیم فوتبال ساندرلند به دلیل پرداخت نکردن بدهکاری خود به مدیر برنامه‌هایش تا یک سال حق حضور در میدان فوتبال را ندارد

تیتراخبار

◀ **المعلم، وزیر خارجه سوریه اعلام کرد که در سفر خود به الجزایر پیام بنشار اسد درباره اوضاع سوریه را به بوتفلیقه رسانده است.**
◀ **رجب طیب اردوغان، رئیس‌جمهور ترکیه که برای شرکت در اجلاس امنیت هسته‌ای به واشنگتن سفر کرده با استقبال سردی از سوی آمریکایی‌ها مواجه شد**

تیتراخبار

◀ **محققان روس و آمریکایی موفق شدند یک پروتئین ژنتیکی را که باعث بیماری کوریول در انسان می‌شود، حذف کنند.**
◀ **سازمان ملل متحد اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**

تیتراخبار

◀ **مصرفی قنبرنژاد مدیر واحد صدور آرم سازمان ترافیک از تمدید مهلت ارائه مدارک متقاضیان طرح ۹۵ که واجد شرایط تشخیص داده شده‌اند، به دفتر خدمات الکترونیک شهر خبر داد.**
◀ **حسین سجادی نیا، فرمانده انتظامی تهران بزرگ گفت: با عملکرد خوب مأموران پلیس پایتخت ۲ هزار و ۸۵۸ سارق، شرور و توزیع‌کننده مواد مخدر دستگیر شدند.**

تیتراخبار

◀ **محمود اسلامیان، مدیرعامل صندوق بازنشستگی کشور اعلام کرد شیب سالمندی در کشور تند شده است.**
◀ **سازمان ملل متحد اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**

تیتراخبار

◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **سازمان ملل متحد اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**

تیتراخبار

◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **سازمان ملل متحد اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**

تیتراخبار

◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **سازمان ملل متحد اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**

تیتراخبار

◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **سازمان ملل متحد اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**

تیتراخبار

◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **سازمان ملل متحد اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**
◀ **وزارت بهداشت ایران اعلام کرد که به‌دلیل کاهش بودجه، تعداد ناآرامی‌ها در ۲۰۱۴ سال گذشته نسبت به سال قبل کاهش یافته است.**



۹ گام برای بیشترین بهره‌برداری از کمپین‌های ویروسی

مرضیه فروتن

محتوای ویروسی مثل هدیه‌ای است که از مراتب بالاتر به پایین‌ترها ارسال می‌شود. گاهی اوقات این هدیه کاملا غیرمنتظره و دیگر مواقع یک برنامه با قصد قبلی است اما اگر آمدگی مدیریت این فرصت را نداشته باشید، یک کسب و کار بافوقه را از دست خواهید داد. وقتی یک ویلاک یا پست اجتماعی در همه جا منتشر یا به اصطلاح ویروسی می‌شود، شما پنجره کوچکی از فرصت را در اختیار خواهید داشت. به محض انتشار محتوا، گام‌های زیر را برای به حداکثر رساندن میزان دسترسی به آن طی کنید.

۱- یک هدف را تنظیم کنید

آیا با راه‌اندازی این کمپین ویروسی قصد رشد تعداد followerهای خود در شبکه اجتماعی را دارید؟ شاید شما فقط انتظارات کم و قصد افزایش فروش را داشته باشید. در هر صورت، در پی انتخاب یک هدف روی آن تمرکز کنید. از خود این سوال را پرسید که کسب‌وکارتان چگونه می‌تواند بهترین استفاده را از این ویژگی ویروسی ببرد.

۲- ویژگی‌ها و پارامترهای هدف را تعریف کنید

به طور حتم شاید شما قصد ارتقای ترافیک سایت را داشته باشید اما این میزان تا حد چه باید باشد؟ با نوشتن ارقام واقع‌بینانه، از تمرکز روی این اهداف مطمئن شوید. برای مثال، من می‌خواهم در یک بازه زمانی ۴۸ ساعته تعداد خواننده‌های منحصربه‌فرد پست ویلاک به ۱۰۰۰ نفر برسد. این یک هدف واقع‌بینانه برای من است و به آسانی نیز قابل پیگیری خواهد بود. موفقیت با معیارهای خاص و نه فرضیات متعالی تعریف می‌شود.

۳- یک برنامه بک آپ داشته باشید

فقط این طور تصور نکنید که محتوای تان ویروسی خواهد شد. ما همیشه نمی‌توانیم رفتار عموم مردم و نحوه انجام واکنش نسبت به داستان خود را پیش‌بینی کنیم. هرگز فقط به یک ایده خاص نچسبید. چند پیش‌نویس مختلف از تفکرات خود را تهیه کنید و ببینید کدام یک بهترین نتایج را در پی خواهد داشت. برای مثال، مردم وجود حیوانات خانگی در محل کار را دوست دارند. تصویری از گربه کوچولوی خود در کلاه بالون و ویدئویی از تلاش رئیس تان برای گذاشتن کلاه روی سر خود را ارسال کنید. حالا، ببینید که دسترسی به کدام موجود زنده از دیگری جالب‌تر است.

۴- از پرداخت هزینه نترسید

به ارتقای جایگاه پست خود در رسانه‌های اجتماعی و سرمایه‌گذاری در استراتژی‌های تبلیغ پولی بپندشید اما از تزریق مبلغ کلان و فوری به کمپین تان پرهیز کنید. به این موضوع مثل ریختن یک لیوان شیر فکر کنید. ریختن سریع شیر به داخل لیوان باعث پاشیده شدن آن به محیط اطراف خواهد شد. به این ترتیب با واژگون شدن لیوان شما باید یک بار دیگر این کار را انجام دهید. به آهستگی میزان را بالا ببرید. اگر متوجه شدید که استراتژی‌های پولی شما به شدت میزان دسترسی را افزایش داده است، آن گاه کمی بیشتر سرمایه‌گذاری کنید.



۵- در مکالمات followerها را به سوی خود جذب کنید

این راهی عالی برای جذب نگه داشتن داستان تا حد ممکن است. برای مثال، چنانچه درباره یک موضوع بحث برانگیز ویلاک نویسی می‌کنید، امکان اظهار نظر را به وجود بیاورید. همواره به یاد داشته باشید که همه با شما موافق نیستند اما حداقل مکالمه بین افراد در بخش اظهار نظرها مرتبط و همیشگی خواهد بود. هر چند ساعت یک بار، بی‌مقدمه حرفی را بزنید. سخنان followerهای خود را نادیده نگیرید. تاییدها و به بحث پیوستن‌های شما مردم را همچنان مجذوب نگه خواهد داشت.

۶- این پست را روی پلتفرم‌های متعدد به اشتراک بگذارید

اگر متوجه شدید که یک پست فیس‌بوک در حال ویروسی شدن است، مشابه همان محتوا را در دیگر پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارید. از نمایش این داستان مشابه در صفحه اصلی ویلاک یا وبسایت خود نهراسید. بیشترین استفاده را از محتوای ویروسی خود ببرید. آن را همچنان منحصر به یک پلتفرم نگه ندارید. همیشه پست خود را مناسب همه پلتفرم‌ها بکنید. با سایزبندی مجدد تصاویر، تعدا کاراکترها را در صورت لزوم کاهش دهید.

۷- با ارائه قسمت دوم کار را ادامه دهید

ویروسی شدن یک ارتباط شخصی در دل افراد است. مردم به این ترتیب دقیقاً به دلیل برقراری ارتباط با محتوای شما، آن را با دیگران به اشتراک خواهند گذاشت. از ارائه قسمت دوم محتوای خود ترس به دل راه ندهید. به‌عنوان نمونه، در صورت ارسال یک ویدئو و معرفی گربه کوچولوی جدید خود در دفتر کارتان، یک هفته یا مدتی بعد از آن، قسمت دوم ویدئو فوق را منتشر کنید. این ویدئو شاید حاوی تصاویری از بازی کردن حیوان کوچولوی شما با همکاران تان یا رانندگی در کنار همدیگر باشد. با تبدیل محتوا به یک روایت آسکار، می‌توانید روند جذابیت این محتوا و ویروسی را برای مدتی طولانی حفظ کنید.

۸- به آن گروه از سردهمداران صنعت دسترسی پیدا کنید که شاید محتوای شما را ارزش ببینند

ویلاک‌نویسان، بازاریابان و کارشناسان صنعت همیشه در پی کشف یک داستان جدید هستند. پذیرای دنیای شگفت‌انگیز رسانه‌ها باشید. اگر یک نفر پستی را فرستاد که طرفداران زیادی داشت، شما به سرعت خواهید دید که دیگر رسانه‌های آنلاین چگونه پیش‌نویس یک نسخه مشابه را تهیه می‌کنند.

۹- یک مطالعه موردی را درباره موفقیت ویروسی خود انجام دهید

مردم مطالعات موردی را دوست دارند. از کمپین ویروسی تان به‌عنوان راهی برای جذب کردن دیگران به سوی خود پس از خاموش شدن سروصداها استفاده کنید. این اقدامات شامل ارائه یک سری اسکرین شات و شرح جزئیات طرح رشد و توسعه محتوای آنلاین خود به مرحله بعدی می‌شوند.

www.creativeguerrillamarketing.com

نگاهی به آگهی چاپی بانک اقتصاد نوین لذت کشف معمای آگهی

دست از آگهی‌های خود دارد. به منظور بررسی بیشتر آگهی چاپی اینترنت بانک حقوقی بانک اقتصاد نوین سراغ کبانوش هانفی، مدیر ایده‌پردازی و مشاور تبلیغاتی رفته‌ایم. «فرصت امروز» در این گزارش گفت‌وگویی نیز با ناصر راد، طراح گرافیک و عضو تیم ایده‌پردازی از استودیو خلاصیت دات، مجری آگهی چاپی بانک اقتصاد نوین داشته که در ادامه می‌خوانید.

را مدیریت کنند. هدف از این آگهی نیز نمایش همین سهولت در مدیریت حساب‌های مشترک بود. پس از بررسی بریف ارائه شده از طرف بانک اقتصاد نوین، ما در تیم ایده‌پردازی پروژه را با هدف ایجاد تصویری برای نشان دادن سهولت در اداره یک حساب چند کاربره آغاز کردیم. هدف نهایی، ساختن تصویری بود که گویای دسترسی آسان یک مدیر به امور بانکی‌اش باشد. به همین منظور پس از بررسی ایده‌های شکل گرفته توسط اعضای تیم ایده‌پردازی، تصمیم گرفته شد که از دو المان میز کار و دکمه Enter استفاده شود. میز کار به‌عنوان استعاره‌ای از نزدیک‌ترین و پرکاربردترین المان برای یک مدیر و محل قرارگیری تمام ابزارهای مورد نیاز و دکمه Enter به‌عنوان شناخته‌شده‌ترین المان در زمینه استفاده از اینترنت انتخاب شدند. شباهت بصری این دو المان بدنه اصلی ایده را تشکیل داد و با استفاده از این شباهت، پیام مورد نظر یعنی استفاده آسان مدیر از خدمات بانکی و در اختیار داشتن این خدمات به‌وسیله اینترنت بانک حقوقی، شکل گرفت.

راد درباره اینکه برای این آگهی چاپی چه فاکتورهایی در نظر گرفته شده، می‌گوید: همان‌طور که می‌دانید یکی از ویژگی‌های کار با رسانه‌های چاپی فرصت تأمل در آگهی برای مخاطب است. زیرا در این رسانه برخلاف مدیای تبلیغاتی محیطی بیننده این فرصت را دارد تا زمان بیشتری برای کندوکاو و جست‌وجوی پیام در آگهی صرف کند. در نتیجه در این نوع از آگهی می‌توان تعلیق بیشتری در ایده و رساندن پیام به کار برد. همان‌طور که در آگهی اینترنت بانک حقوقی نیز از این امکان رسانه‌های چاپی استفاده شد.

یافتن المانی مشترک برای انتقال پیام تبلیغاتی
راد در پاسخ به این سوال که آیا با استفاده از المان اینتر، خدمات اینترنتی را محدود به کاربرانی که فقط به کامپیوتر داشته‌اند، نکرده‌اید، می‌گوید: نخستین دلیل برای استفاده از دکمه Enter به‌عنوان المان اصلی این آگهی این است که در تمامی ابزارهای استفاده از اینترنت مانند کامپیوتر، لب‌تاپ، موبایل و تبلت این دکمه به‌صورت مشترک قرار دارد و به نوعی می‌توان گفت یکی از شناخته‌شده‌ترین المان‌های استفاده از اینترنت خود کلمه Enter است.

در ادامه اینکه هدف این آگهی نیز اطلاع‌رسانی در مورد سهولت در استفاده از خدماتی برای حساب‌های مشترک با حقوقی بوده است، و نحوه استفاده از آن چه موبایل‌بانک، چه اینترنت‌بانک، در درجات بعدی اهمیت قرار داشته است. به همین دلیل از بین المان‌ها و راه‌های استفاده از خدمات الکترونیکی شاخص‌ترین المان توسط تیم ایده‌یابی انتخاب شده است. نکته بعدی این است که به‌دلیل نوع مخاطب آگهی که اغلب مدیران شرکت‌ها و صاحبان کسب‌وکارهای بزرگ هستند، نیاز به ایجاد فرمی اداری و رسمی در آگهی بود. انتخاب دکمه Enter که بیشتر نشان‌دهنده استفاده از کامپیوتر و لب‌تاپ برای استفاده از این خدمات است، به ایجاد این فضا کمک کرده است. راد درباره گروه مخاطبان این آگهی می‌گوید: مخاطبان این آگهی مشتریان و صاحبان حساب‌های مشترک (چند کاربره) و حساب‌های حقوقی بوده‌اند و همان‌طور که گفته شد بخش زیادی از مدیران شرکت‌های مختلف و صاحبان کسب‌وکارهای بزرگ را تشکیل می‌دهند.

مخاطبان هر روز با آنها سروکار دارند و به خوبی آنها را می‌شناسند. میز کار و دکمه اینتر دو المان آشنایی هستند که بانک اقتصاد نوین از آنها در آگهی مطبوعاتی و چاپی «اینترنت بانک حقوقی» خود چندی پیش استفاده کرده بود.

بانک اقتصاد نوین از آن دست برندهایی است که روی آگهی‌های چاپی خود دقت بیشتری می‌کند و سعی در متمایز جلوه دادن این

انتخاب المان‌های درست برای انتقال پیام آگهی
کیانوش هانفی درباره آگهی مطبوعاتی بانک اقتصاد نوین می‌گوید: آگهی مورد نظر ویژگی‌های یک آگهی خوب را در خود گنجانده است. در این آگهی، صحبت از اینترنت بانک حقوقی شده است. خدمتی که به کسب و کارها و افراد حسابدار مرتبط است. گروه وقتی با این نوع خدمت روبه‌رو بودند، سراغ المانی رفته‌اند که بتوانند با آن راحت‌تر پیام تبلیغاتی بانک را به مخاطبان برسانند. در نتیجه، انتخاب میز کار به‌عنوان المان اصلی آگهی، درست و مناسب بوده است. از طرفی در این آگهی صحبت از اینترنت بانک است، بر این اساس گروه ایده‌پردازی آگهی سراغ المانی رفته‌اند که هم یادآور میز کار باشد و هم یادآور اینترنت، پس انتخاب دکمه اینتر در کامپیوتر که در این آگهی به جای میز کار نیز استفاده شده، جالب توجه است. به نوعی در این آگهی بدون هیچ پیچیدگی مفهومی و بصری، پیام بانک به مخاطبان رسیده است. البته گروه طراحی به نظر می‌توانست با کمی تغییرات، میز کار آگهی را به میز کار واقعی، شبیه‌تر کند. اگر این اتفاق می‌افتاد، مخاطبان با آگهی ارتباط بصری بهتری برقرار می‌کردند. موضوعی که مردم جزء اشکالات کار نیست، چون آگهی توانسته مفهوم را برساند و کدهای لازم را برای مخاطبان ارسال کند. آگهی از نظر من جذاب و خلاق است چون وقتی آن را نگاه می‌کنید شما را به سمت کشف معمای آگهی دعوت می‌کند و بعد از کمی دقت، رمز آگهی باز می‌شود. همه عناصر برای رسیدن به پاسخ معما به درستی کنار هم قرار گرفته و این نشان از جذابیت آگهی است.

«میز کارتان، همیشه همراه شماست!»
هانفی درباره شعار آگهی مطبوعاتی اقتصاد نوین می‌گوید: شعار آگهی نیز تلفیقی از دو مفهومی است که در آگهی برای مخاطبان نشان داده شده است. «میز کارتان، همیشه همراه شماست» شعار این آگهی است که در تصویر نیز منعکس شده است. همان‌طور که گفتیم، شعار آگهی جالب است ولی به نظر گروه می‌توانست با بازی کلمات جمله‌ای شعاری‌تر برای آگهی انتخاب کند، یعنی اگر روی شعار از لحاظ تکنیکال دقت بیشتری می‌شد، خروجی کار بهتر و اسلوگان به یادماندنی و دلنشین‌تر از آب درمی‌آمد. شعار حال حاضر آگهی، بیشتر شبیه جمله‌ای است که گروه بعد از طراحی آگهی به آن رسیده و بدون هیچ تغییری در تصویر به کار گرفته‌اند. هانفی می‌گوید: در این آگهی ویژگی‌های یک آگهی مطبوعاتی نیز رعایت شده است. آگهی‌های چاپی وقت بیشتری برای انتقال پیام دارند و می‌توان آنها را با پیچیدگی‌های بیشتری طراحی کرد اما باید دقت کرد این آگهی‌ها را به دلیل اینکه مخاطب وقت بیشتری برای ملاحظه آن دارد، نباید شلوغ و درهم طراحی کرد و اطلاعات زیادی در آن گنجانند. درست است که آگهی‌های چاپی، محتوا محور هستند ولی زیبایی نیز در آنها اهمیت دارد و نباید آن را پر از جملات و اعداد و ارقام کرد. آگهی‌های چاپی در کشورمان مهجور مانده‌اند و برندها کمتر به آنها نگاه خلاقانه دارند. این دست آگهی‌ها، اهمیت زیادی دارند و باید در طراحی آنها نکات زیادی را رعایت کرد. آگهی‌های چاپی باید مخاطبان را درگیر خود کنند. اگر آگهی به درستی طراحی شود، مخاطبان حتما به راحتی از کنار آن عبور نخواهند کرد و برای آن وقت می‌گذارند. حال آگهی اقتصاد

نوین این مراحل را طی کرده؛ یعنی تصویر خوب به همراه شعاری گویا مخاطب را به سمت خود جلب می‌کند. وقتی مخاطب روی آگهی متمرکز شد، برای دریافت اطلاعات بیشتر به بخش پایینی آگهی می‌رود و اطلاعات بیشتر را از آنجا دریافت می‌کند. هانفی می‌گوید: یک نکته در این آگهی کمی سوال‌برانگیز است. در آگهی صحبت از اینترنت بانک شده و گروه طراحی المانی را برای نشان دادن این خدمت استفاده کرده‌اند که فقط روی کامپیوتر و لب‌تاپ دیده می‌شود. این شیوه عملکرد تا حدودی مخاطبان این آگهی را محدود کرده است و به نظر فقط گروه مخاطبانی می‌توانند از خدمات استفاده کنند که کامپیوتر و لب‌تاپ از اینترنت بانک استفاده می‌کنند.

می‌دهند و مخاطبان دیگر نمی‌توانند به راحتی از این خدمت استفاده کنند. در مجموع آگهی چاپی اقتصاد نوین جالب است و خود را از میان آگهی‌های چاپی حال حاضر متمایز کرده است.

هدف آگهی، نمایش سهولت در مدیریت حساب‌های مشترک است
ناصر راد، درباره هدف و بریف آگهی چاپی بانک اقتصاد نوین می‌گوید: طبق روال در ابتدا روابط عمومی بانک اقتصاد نوین بریفی در مورد خدمات اینترنت بانک حقوقی در اختیار ما قرار داد. در این بریف در مورد امکان مدیریت حساب‌های مشترک و حقوقی به روش اینترنتی توضیح داده شده بود. خدمتی که این امکان را به صاحبان حساب می‌داد تا بتوانند بدون مراجعه به بانک و از پشت میزشان امور مخصوص به حساب‌های مشترک

ایستگاه تبلیغات



مایکروسافت: چند مخترع زن را نام ببرید



مایکروسافت از یک کمپین به نام «Make What's Next» رونمایی کرد. این اقدام در راستای تلاش شرکت برای تشویق دختران به وارد شدن به حوزه‌های فناوری همزمان با فرارسیدن روز جهانی زن صورت گرفت. در یک آگهی تبلیغاتی دختران جوان درباره دلیل عشق و علاقه خود به علوم پایه حرف می‌زنند اما نمی‌توانند در کنار مخترعان مرد از چند مخترع زن نیز نام ببرند. راد ادامه شاهد پخش مونتازژی از اختراعات زنان هستیم. آژانس تبلیغاتی «M:United» این آگهی را ساخت. نام بردن از یک مخترع زن شاید برای بسیاری از مردم کار سختی باشد. موتور جست‌وجو گوگل نیز در پاسخ به عبارت «مخترع معروف» فقط اسم مردان را ذکر می‌کند. به گزارش بی‌ای نیوز، به گفته کاتلین هال، معاون شرکت در حوزه تبلیغات جهانی مایکروسافت، که ۲۷ درصد از نیروی کار آن در آمریکا را زنان تشکیل می‌دهند، شرکت با انجام این کار می‌خواهد دختران را متوجه این موضوع کند که اختراعات شگفت‌انگیز زنان می‌توانند انگیزه دنبال کردن رد پهای آنها را در دختران به وجود آورد. هدف نهایی معرفی یک سری منابع به دختران برای کمک به آنها است. دختران می‌توانند هر چه می‌خواهند اختراع و رویای خود را محقق کنند.

ADS

تبلیغات خلاق

۷- با ارائه قسمت دوم کار را ادامه دهید
مردم مطالعات موردی را دوست دارند. از کمپین ویروسی تان به‌عنوان راهی برای جذب کردن دیگران به سوی خود پس از خاموش شدن سروصداها استفاده کنید. این اقدامات شامل ارائه یک سری اسکرین شات و شرح جزئیات طرح رشد و توسعه محتوای آنلاین خود به مرحله بعدی می‌شوند.

۹- یک مطالعه موردی را درباره موفقیت ویروسی خود انجام دهید
مردم مطالعات موردی را دوست دارند. از کمپین ویروسی تان به‌عنوان راهی برای جذب کردن دیگران به سوی خود پس از خاموش شدن سروصداها استفاده کنید. این اقدامات شامل ارائه یک سری اسکرین شات و شرح جزئیات طرح رشد و توسعه محتوای آنلاین خود به مرحله بعدی می‌شوند.

آگهی ماشین Frontline لندروور با Gps اختیاری

بازاریابی مجانی

اثر انگشت

عطیه عظیمی



برای افزایش قدرت برندتان ناچارید بر مشتریان خود تأثیر مثبت بگذارید و کارهایی انجام دهید که در ذهن آنها ماندگار شوید. اثر انگشت ما از قلب‌هایی که لمس‌شان کرده‌ایم هیچ وقت پاک نمی‌شود. همه ما بارها این جمله را شنیده‌ایم که هرگز فرصت دوباره‌ای را برای تأثیر خوب بر دیگران در نخستین برخورد نخواهید داشت. همچنین می‌دانیم که ما فقط زمان کوتاهی وقت داریم تا روی دیگران تأثیر بگذاریم قبل از اینکه آنها عقیده‌شان را نسبت به ما شکل دهند.

نکاتی وجود دارد که توجه به آنها می‌تواند به شما در گذاشتن بیشترین تأثیر در برخورد با مشتری کمک کند. بهترین راه برای ایجاد نخستین تأثیر مثبت این است که به مشتری نشان دهید که وی مرکز عمل و توجه است نه شما. اگر نشان دهید که شما مرکز توجه هستید فرصت‌ها را از دست خواهید داد. اگر نشان دهید که شما مشتری را محور توجه قرار می‌دهید، کسی می‌شود که او مشتاق دیدار مجدد شما خواهد شد. به مشتری فرصت صحبت درباره خود را دهید.

مهم نیست که چقدر رقابت در قیمت‌گذاری وجود دارد، یک مشتری آینده‌نگر در خرید و فروش، در جست‌وجوی بهترین شرایط است. کلمات ارزشی مثبت به کار گیرید و از اشارات کلامی‌تان سود ببرید و با این کار، مشتری از همراهی شما استقبال می‌کند. به‌طور غیرکلامی با تماس مستقیم چشمی به مشتری نشان دهید که شنونده ماهر هستید. استفاده از نام اشخاص جدید به‌طور مکرر در گفت‌وگوها روش مثبت دیگری است. شما با این کار نشان می‌دهید که از اول به مشتری توجه داشته‌اید و ضمن معرفی، نام فرد را به خاطر سپرده‌اید. به علاوه مکالمه شما شخصی‌تر و صمیمانه‌تر می‌شود وقتی چندین بار نام مشتری را در گفت‌وگوهای شما به کار می‌برید. مراقب شوخی باشید. شما از حساسیت‌های مشتری آگاه نیستید و ادامه این جملات طنزآمیز ممکن است موانعی را در ارتباط شما به وجود آورد که دیگر نتوانید بر آنها غلبه کنید.

مجادله با اشخاصی که تازه ملاقات کرده‌اید می‌تواند رابطه را قبل از اینکه ایجاد شود از بین ببرد. صبر کنید تا اعتبارتان برای دیگران جا بیفتد بعد با آنها چالش کنید. ظاهری آراسته داشته باشید. به نوعی سخن گفتن افراد روی نخستین برخورد بسیار مؤثر است حتی شاید بیشتر از آنچه ما می‌خواهیم. شنوندگان ما روی هوش، سطح و از صدای یکنواخت اجتناب کنید. تحرک را در صدا و خطوط چهره‌تان نشان دهید و زیست طبیعی داشته باشید. این نکات نه‌تنها هراس شما را از برخورد با مشتری‌های متفاوت کاهش می‌دهند، بلکه با کارگیری آن شما حتی از این برخورد‌ها لذت می‌برید و به توفیقی ماورای آنچه فکر می‌کنید دست می‌یابید. شما می‌توانید بهترین تأثیرات را در ارتباطات کسب و کار بر مشتری خود بگذارید.

آیامی دانستید

ریسک استراتژیک

آیا می‌دانستید ریسک استراتژیک، ریسکی است که یک سازمان برای تحقق اهداف تجاری‌اش می‌پذیرد؟ در مضمون این تعریف امکان بالقوه سودآوری و زیان‌دهی، هر دو وجود دارد و این ریسک استراتژیک را سوداگرانه می‌سازد. چهار عنصر ریسک برای ریسک استراتژیک به کار برده می‌شود.

برای مثال، شرایطی را فرض کنید که مدیریت ارشد در یک موسسه مالی در حال بررسی درباره ورود به یک بازار جدید مثل ایجاد خدمات بانکداری آنلاین است. از آنجا که این امر به واسطه فرآیند تصمیم‌گیری به اجرا گذاشته می‌شود، مدیریت باید فرصت‌ها و تهدیدهای بالقوه موجود در آن بازار را بررسی کند. محتوا در این مثال خاص، بازار خدمات بانکداری آنلاین است. تمام فعالیت‌ها، شرایط و پیامدها باید در داخل این محتوای خاص در نظر گرفته شوند. فعالیت‌ها در این مثال طیفی از انتخاب‌های استراتژیک سنجیده شده است.

مدیریت تعدادی از انتخاب‌های قابل پیگیری، شامل چهار مورد است که عبارتند از: تصمیم گرفتن برای ورود فوری به بازار، انجام اقدام احتیاطی از طریق ارائه خدمات آزمایشی اندک، در حال حاضر عملی انجام ندادن ولی محفوظ نگهداشتن حقوق برای اقدامات آتی، تصمیم گرفتن برای عدم ورود به بازار.

امیر کاکایی

amir.kaki@gmail.com

با گذر زمان فرهنگ مصرف مخاطبان ایرانی دستخوش تغییراتی خواهد شد. شرکت‌هایی در کسب‌وکار خود موفق خواهند بود که بتوانند این تغییر فرهنگ و نیازها را به‌خوبی شناسایی کنند و در راستای آن برنامه‌ریزی‌های مناسبی را اتخاذ کنند. در چند سال گذشته رویکرد مخاطبان ایرانی نسبت به مصرف قهوه و جای دستخوش تغییراتی شده و فرصت مناسبی برای شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه در بازار ایران فراهم شده است که محصولات خود بر اساس تحقیقات بازار در این حوزه، مصرف‌چای در مراکز شهرباست و هرچه از مرکز شهرها دور می‌شویم مصرف چای نیز افزایش پیدا می‌کند؛ این درحالی است که هرچه به مراکز شهرها و مناطقی که طبقات بالای جامعه هستند نزدیک‌تر می‌شویم همانند شمال شهر تهران میزان مصرف چای کاهش می‌یابد و به‌جای آن، نوشیدنی‌هایی مانند نسکافه، قهوه و... جایگزین چای می‌شود. این موضوع نشان می‌دهد تغییری در فرهنگ مصرف‌کنندگان ایرانی ایجاد شده است. اینکه شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه در بازار ایران چه استراتژی را باید اتخاذ کنند، بهانه‌ای شد تا «فرصت امروز» سراغ محمدمهدی تشریفی، کارشناس ارشد بازاریابی

محمدمهدی تشریفی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: حدود دو قرن پیش که نخستین نبال چای از هندوستان وارد کشور شد، ایرانیان به چای علاقه‌مند شده و از این محصول استقبال مناسبی کردند و مصرف گروه چای و کافئین‌دار در ایران آغاز شد و این گروه صرفاً به چای ختم نشد و محصولاتی مانند تنباکو نیز در ایران وارد شد و مصرف‌کنندگان ایرانی از آن استفاده کردند؛ چون گیاه تنباکو از نظر نحوه کشت بسیار به گیاه چای شباهت دارد. کشاورزان ایرانی به علت خستگی ناشی از کار از چای و تنباکو استقبال کردند، به همین دلیل چای وارد سبد غذایی ایرانی‌ها شد.

او ادامه می‌دهد: رفته‌رفته محصولاتی مانند پیپ از کشورهای مانند فرانسه وارد ایران شد. استفاده از این محصول مختص افراد تحصیلکرده و روشنفکر جامعه بود. این قشر معمولاً از طبقه متوسط به بالای جامعه بودند. با آمدن چنین محصولاتی، محصولی به نام قهوه از کشور انگلستان برای اقدامات آتی، تصمیم گرفتند چای را به کشور می‌شود

که قهوه محصول گران‌تری نسبت به چای بوده و درست کردن آن نیز سخت‌تر بوده است اما اثر کافئین آن بهتر از چای بوده و خستگی افراد را بهتر از چای رفع می‌کرد.

میل به قهوه در بین خانواده‌های ایرانی

تشریفی اظهار می‌کند: کافئین مدت‌ها در بین مردم عادی جایگاهی نداشته است، برخلاف ایرانی‌ها عرب‌ها به محصول قهوه روی خوشی نشان دادند و اتفاقاً به چای علاقه خاصی ندارند. همین موضوع باعث شد که امروزه محصول قهوه در کشورهای عربی جایگاه مناسبی را داشته باشد. در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی روشنفکرها و طبقه بالای جامعه در ایران قهوه می‌نوشیدند و طبقه پایین جامعه چای می‌نوشیدند. امروزه اما قهوه جایگاه بهتری را توانسته در بازار کسب کند چون چای بر اساس توصیه بسیاری از پزشکان آهن بدن را می‌سوزاند و برای سلامتی بدن مضر است و بسیاری از ایرانیان براساس آمارهایی که در این زمینه وجود دارد دچار کمبود آهن هستند و خصوصاً خانم‌ها در ایران بیشتر دچار این مشکل هستند. از طرفی بیماری‌هایی مانند سرطان دهان امروزه باعث شده

بسیاری از خانواده‌ها از چای گریزان شوند و به محصولات راحت‌تری مانند مکمل‌های قهوه روی بیاورند. این کارشناس ارشد بازاریابی می‌افزاید: امروزه در داخل کشور مکمل‌های قهوه مانند کاپوچینو، اسپرسو و... بسیار رواج پیدا کرده است و به علت استفاده راحت از آنها در سبد غذایی مخاطبان ایرانی قرار گرفته است. البته در برخی خانواده‌ها این محصولات بیشتر مصرف می‌شود و در برخی خانواده‌ها کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد اما به صورت کلی می‌توان اظهار داشت

که محصولات قهوه در چند سال گذشته بیشتر مصرف می‌شود.

تغییر بالانس مصرف چای و قهوه

او خاطر نشان می‌کند: در حال حاضر مصرف بیش‌از‌حد محصولات چای سرطان‌زا شدند، چون این محصولات به سمت اضافه کردن اسانس، رنگ و... پیش رفته است. این عوامل باعث شده رفته‌رفته محصول قهوه جایگزین چای در سبد خانواده‌های ایرانی شود و بالانس مصرف تغییر کند.

تشریفی ادامه می‌دهد: از طرفی طبقه پایین جامعه به دلیل پایین بودن قیمت محصول چای، همچنان از این محصول استفاده می‌کند، این موضوع مانند تعداد زیاد رستوران‌های ایتالیایی در شهر تهران است که معمولاً در نیمه شمالی شهر تهران حضور دارند، چون هنوز مخاطبان طبقه پایین جامعه و جنوب شهر با این چنین رستوران‌هایی ارتباط برقرار

نکردند. برخی محصولات مانند قهوه بیشتر از اینکه بسته غذایی باشند، بسته فرهنگی هستند و با تغییر فرهنگ جامعه مصرف این محصولات نیز افزایش پیدا می‌کند. در حال حاضر در داخل کشور بیش از ۱۰۰ برند قهوه حضور دارند و در فصل زمستان این چنین محصولاتی با مصرف زیادی همراه است. در این میان رستوران‌ها و قهوه‌خانه‌های ایرانی رفته‌رفته به کافه‌شاپ‌ها تبدیل می‌شوند چون تغییر در ذائقه و فرهنگ مخاطبان ایرانی ایجاد شده است.

بازاریابی درباره گروه هدف قهوه اظهار می‌کند: برخی از مخاطبان ایرانی قهوه را به این دلیل که چربی‌سوز است مورد استفاده قرار می‌دهند؛ چون برخی از مطالعات پزشکی نشان می‌دهد که مصرف مستمر یک ماه قهوه بین هفت تا ۱۰ کیلو وزن افراد را کاهش می‌دهد. از طرفی مصرف قهوه بر فعال کردن تفکر مخاطبان تأثیرات بسزایی می‌گذارد. به‌عنوان نمونه در کافه‌شاپ‌هایی که هنگامی که قهوه سرو می‌شود، معمولاً کتاب هم وجود دارد. شاید بخشی از این موضوع صحت نداشته باشد اما به‌صورت

ذائقه شیرین و ترش مخاطبان ایرانی

او درباره استراتژی‌های شرکت‌های قهوه در راستای حضور در بازار داخلی بیان می‌کند: تغییرات فرهنگی طی سالین سال ایجاد می‌شود و شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه باید به این موضوع توجه ویژه‌ای داشته باشند و در راستای تغییر ذائقه و فرهنگ مخاطبان ایرانی برنامه‌ریزی‌های بلندمدتی را اتخاذ کنند. از طرفی شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه باید بازاریابی کنند تا بتوانند سهم بازار بیشتری را کسب کنند چون درواقع قهوه محصولی بود که در بازار ایران تعریف نمی‌شد و شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه در این راستا هزینه‌های زیادی صرف کردند که تغییری در ذائقه و فرهنگ مخاطبان ایرانی شکل بگیرد. در این میان براساس مطالعات انجام‌شده ذائقه ایرانی زیاد به دنبال طعم‌های تلخ نیست، به این دلیل است که در حال حاضر مصرف چای از قهوه در داخل کشور بیشتر است؛ چون طعم چای نسبت به قهوه از تلخی کمتری برخوردار است. به‌صورت کلی ذائقه مخاطبان ایرانی به سمت طعم‌های شیرین و ترش است؛ به‌عنوان نمونه در کجای دنیا به‌اندازه ایران شیرینی‌فروشی موجود است.

بازاریابی درباره گروه هدف قهوه اظهار می‌کند: برخی از مخاطبان ایرانی قهوه را به این دلیل که چربی‌سوز است مورد استفاده قرار می‌دهند؛ چون برخی از مطالعات پزشکی نشان می‌دهد که مصرف مستمر یک ماه قهوه بین هفت تا ۱۰ کیلو وزن افراد را کاهش می‌دهد. از طرفی مصرف قهوه بر فعال کردن تفکر مخاطبان تأثیرات بسزایی می‌گذارد. به‌عنوان نمونه در کافه‌شاپ‌هایی که هنگامی که قهوه سرو می‌شود، معمولاً کتاب هم وجود دارد. شاید بخشی از این موضوع صحت نداشته باشد اما به‌صورت

در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی روشنفکرها و طبقه بالای جامعه در ایران قهوه می‌نوشیدند و طبقه پایین جامعه چای می‌نوشیدند. امروزه اما قهوه جایگاه بهتری را توانسته در بازار کسب کند چون چای بر اساس توصیه بسیاری از پزشکان آهن بدن را می‌سوزاند

بازاریابی درباره گروه هدف قهوه اظهار می‌کند: برخی از مخاطبان ایرانی قهوه را به این دلیل که چربی‌سوز است مورد استفاده قرار می‌دهند؛ چون برخی از مطالعات پزشکی نشان می‌دهد که مصرف مستمر یک ماه قهوه بین هفت تا ۱۰ کیلو وزن افراد را کاهش می‌دهد. از طرفی مصرف قهوه بر فعال کردن تفکر مخاطبان تأثیرات بسزایی می‌گذارد. به‌عنوان نمونه در کافه‌شاپ‌هایی که هنگامی که قهوه سرو می‌شود، معمولاً کتاب هم وجود دارد. شاید بخشی از این موضوع صحت نداشته باشد اما به‌صورت



استراتژی شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه زیر ذره‌بین «فرصت امروز»

بازاریابی برای محصول تازه به دوران رسیده

کلی این محصول برافزایش فکر کردن مخاطبان تأثیرات مثبتی را می‌گذارد. شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه برای افزایش فروش خود باید سراغ سرمشا این محصول بروند و ببینند که این محصول بر چه چیزی تأثیر می‌گذارد؛ به‌عنوان نمونه این محصول در ارتباط است با افسردگی که سرانه مطالعه بالایی دارند.

تشریفی ادامه می‌دهد: در راستای برقراری ارتباط مناسب با مخاطبان سبیلینگ می‌تواند تأثیرگذار باشد اما ذائقه مخاطبان صرفاً با سبیلینگ تغییر نمی‌کند و شرکت‌های ارائه‌دهنده محصول قهوه باید در این تحقیقات بازاریابی را انجام دهند که خانم‌های خانه‌دار نسبت به چه موضوعی جلب می‌شوند. از طرفی باید دستگاه‌های قهوه‌ساز با قیمت مناسبی وارد بازار شود که بسیاری از مخاطبان بتوانند آن را خریداری کنند. هنگامی که این دستگاه خریداری شود، مخاطبان مجبور هستند محصول آن را نیز خریداری کنند. از این طریق مخاطبان به نوشیدن قهوه عادت می‌کنند.

او درباره حضور برندهای قهوه در نقاط جنوبی شهرها می‌گوید: به‌صورت کلی طبقه بالای جامعه اگر محصولی را مصرف کند، طبقه متوسط و پایین جامعه نیز رفته‌رفته آن را مصرف می‌کنند. حدوداً سال ۱۳۴۷ هنگامی که پیتزا وارد کشور شد در کل منطقه تهران پارس یک پیتزافروشی موجود بود و بسیاری از مخاطبان ایرانی از نقاط پایین‌تر شهر به این پیتزافروشی مراجعه می‌کردند. این موضوع نشان می‌دهد که پیتزافروشی موجود بود و تکرار این روند باعث شد تا مخاطبان نیز به این نوع غذای تازه عادت کرد. یکی از استراتژی‌هایی که شرکت‌های موادغذایی اتخاذ می‌کنند این موضوع است که هنگامی که می‌خواهند محصول جدیدی را به بازار عرضه کنند، آن را در نقاط بالای شهر عرضه می‌کنند و رفته‌رفته مخاطبان پایین‌شهر نیز از آن استقبال می‌کنند.

شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه باید توقع خود را نسبت به هر بازار مشخص کنند و بر این اساس گروه مخاطبان خود را مشخص کنند. در استراتژی انحصارگرایانه شرکت‌ها سهم بازار خود را به قشر خاصی اختصاص می‌دهند؛ به‌عنوان نمونه یکی از برندهای قهوه نیز از این استراتژی استفاده می‌کند و صرفاً روی مخاطبان خاصی رفته‌رفته مخاطبان پایین‌شهر نیز از آن استقبال می‌کنند. شرکت‌های ارائه‌دهنده قهوه باید توقع خود را نسبت به هر بازار مشخص کنند و بر این اساس گروه مخاطبان خود را مشخص کنند. در استراتژی انحصارگرایانه شرکت‌ها سهم بازار خود را به قشر خاصی اختصاص می‌دهند؛ به‌عنوان نمونه یکی از برندهای قهوه نیز از این استراتژی استفاده می‌کند و صرفاً روی مخاطبان خاصی رفته‌رفته مخاطبان پایین‌شهر نیز از آن استقبال می‌کنند.

کافه بازاریابی

بازاریابی و چشم‌اندازی جدید در قرن ۲۱

مسلم نوری

یکی از مهم‌ترین و پیچیده‌ترین دغدغه کسب‌وکارهای نوظهور رقابت با شرکت‌های بزرگ در بازارهای جهانی است که اگر راهبردهای ویژه‌ای در حوزه تکنولوژی و روش‌های مدیریتی در دستور کار خود قرار ندهند توان رقابت را در عرصه تجارت از دست داده و قبل از اینکه توانایی مطرح شدن در حوزه فعالیت خود را داشته باشند محو خواهند شد. یکی از مهم‌ترین دلایلی که شرکت‌های نوظهور را از پای درمی‌آیند نادیده گرفتن نیازهای مشتریان در فضایی است که رقابت به شکل کشنده در جریان است. این شرکت‌ها علاوه بر تلاش برای رفع نیازهای مشتریان، باید مسیرهایی را شناسایی کنند که در کمترین زمان ممکن محصولات تولیدی خود را به مصرف‌کنندگان تحویل دهند.

شرکت‌های چندملیتی برجسته غربی از جمله فیلیپس، ولوو و جنرال موتورز از سال ۱۹۷۰ در حوزه بازاریابی با چالش‌های فراوانی روبه‌رو بودند. آنها همواره در تلاش برای درک کردن مشتریان و نیازهای در حال تغییر مصرف‌کنندگان در بازار هستند و با اتخاذ برنامه‌های پویا در حوزه مدیریت بازاریابی خود را با سمت ذهن مشتری گسیل می‌کنند. امروزه جنرال موتورز در تلاش برای کشف نیازهای جدید مصرف‌کنندگان بسیاری از سراسر جهان است که تمایل به داشتن اتومبیل‌های کره‌ای و اروپایی دارند. در صنعت لوازم الکترونیکی، فیلیپس رقابت بسیار سختی با شرکت‌های ژاپنی به دلیل قیمت پایین محصولات و در دسترس بودن کالاها ژاپنی دارد. ولوو مهم‌ترین سرمایه خود را ایمنی محصول تولیدی این شرکت توصیف می‌کند، چند سالی است که فروش مصرف‌برنده کالاهای خود را از دست داده و بسیاری از تولیدکنندگان بزرگ اروپایی و ژاپنی با ارائه ویژگی‌های خاص در محصولات خود مانند، رعایت کردن استانداردهای جهانی و بالا بردن ضربه ایمنی ارائه‌دهنده و مسافر در آینده نزدیک جای آن را خواهند گرفت.

شرکت‌های بزرگ خودروسازی ایران خودرو و سایپا که انحصار بازار خودروی ایران را تا به امروز در دست داشته‌اند به دلیل بی‌توجهی به نیازهای در حال تغییر مصرف‌کنندگان، رعایت نکردن استانداردهای جهانی در محصولات تولیدی، بالا بودن قیمت محصولات و نادیده گرفتن سبب و خارجی با اعتراض شدید مردم روبه‌رو شده و کمپین‌های اعتراضی «تخریب خودروی ملی» که علیه آنها در حال جولان دادن است چرخ‌های تولیدی، این اثر شرکت‌ها را از کار انداخته است که در صورت تغییر نکردن راهبردهای مدیریتی، آینده ناملومی در پیش روی آنها قرار خواهد گرفت. عنصر اصلی بازارهای رقابتی قرن ۲۱، مشتری محور بودن آنهاست، یعنی محصولاتی که بدون در نظر گرفتن خواسته‌های مشتری تولید شود هیچ‌گونه کاربردی در فضاهای تجاری نخواهد داشت. مصرف‌کنندگان امروز به دنبال چه هستند؟ این سوال است که مدیران استراتژیک شرکت‌ها باید آن را درک کنند. با توجه به تبادل اطلاعاتی که در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به شکل باورنکردنی و غیرقابل کنترلی در حال گسترش است، امکان نادیده گرفتن و



بی‌احترامی به مشتری با تولید کالاهای از مد گذشته و بی‌کارآمد در زمان فعلی وجود ندارد و بازنده اصلی در حقیقت کسب‌وکارهایی هستند که تولید کالاهای آنها هدفمند نیست؛ شرکت‌هایی که مشتریان را فراموش کرده‌اند باید توجه داشته باشند که وقت خود را در جست‌وجوی مصرف‌کنندگان جدید هدر ندهند. جای تعجب نیست که در حال حاضر سیل عظیمی از کتاب‌های بازاریابی با عناوین شرکتی، مشتری محور، راه‌های رسیدن به مشتری، بازگرداندن مشتریان از دست رفته، وفاداری به مشتری و جذب مشتری در نوبت‌های متعدد چاپ می‌شود. این کتاب‌ها تأکید می‌کنند که موفقیت نصبی شرکت‌هایی می‌شود که تغییر چشم‌انداز بازار را به سرعت در کار کنند و مسیرهای بازاریابی خود را در کوتاه‌ترین زمان ممکن به سمت رضایت‌مندی مشتری تغییر دهند.

بسیاری از مردم بازاریابی را به‌عنوان مسیری برای فروش یا تبلیغات برای محصولات می‌پندارند. در صورتی که باید توجه داشت بازاریابی ترکیبی است از فعالیت‌ها مختلف نظیر تحقیقات، توسعه محصول، توزیع، قیمت‌گذاری، تبلیغات، فروش و طراحی محصول که همه آنها در خدمت و برآورده کردن نیازهای مصرف‌کننده در نظر گرفته می‌شود. تغییرات سریع در بازار می‌تواند عملیات بازاریابی که دیروز شما را برنده تجارت کرده امروز شالوده شرکت را در هم بکوبد، در نتیجه برای موفقیت، باید به‌شدت بر بازار متمرکز بود. معاملات در بازار امروز با شخصیت افراد رابطه عمیقی دارد، مردم نیازهای خود را با محصولاتی که به فرهنگ امروز آنها نزدیک است برطرف می‌سازند. بازاریابی، به‌عنوان یک فرآیند اجتماعی و مدیریتی که به‌وسیله آن افراد و گروه‌ها به دست می‌آورند، آنچه که نیاز دارند از طریق ایجاد و تبادل محصولات و ارزش گذاشتن به دیگران حاصل می‌شود. مفاهیم اصلی بازاریابی ارضای نیازها، خواسته‌ها و مطالبات، صرفاً روی خدمات، ارزش، رضایت مشتری و بالا بردن کیفیت محصول است.

دور دنیا

آیا جمعیت جهان ۱۱ میلیارد نفر می‌شود؟

منبع: nationalgeographic

در تازه‌ترین مقاله‌ای که در مجله بین‌المللی Science چاپ شده، کارشناسان سرشماری جمعیت از چندین دانشگاه و بخش جمعیت سازمان ملل متحد به این نتیجه رسیدند که رشد جمعیت جهان در نیمه دوم قرن بیستم و یکم به جای اینکه طبق پیش‌بینی یک دهه پیش سازمان ملل متوقف شده یا کاهش یابد، به افزایش خود تا فراتر از سال ۲۱۰۰ هم ادامه خواهد داد.

مقاله مجله Science برای نخستین بار از طریق استفاده از روش آماری «احتمالی»، طیف وسیعی از عدم اطمینان را حول و حوش برآوردهای پیشین خود که جمعیت جهان را در سال ۲۰۱۵، ۹/۶ میلیارد و تا سال ۲۱۰۰، ۱۰/۹ میلیارد پیش‌بینی کرده بود، به‌وجود آورده است.

نویسندگان این‌طور نتیجه می‌گیرند که احتمال رسیدن جمعیت واقعی جهان در سال ۲۱۰۰ میلادی بین ۹/۶ تا ۱۲/۳ میلیارد نفر ۸۰ درصد است.

جان ویلموت، رئیس بخش جمعیت سازمان ملل و یکی از نویسندگان این مقاله، می‌گوید که چنین طیفی «واقعاً نواورانه است».

در یک مقاله به‌چاپ رسیده در نشریه Global Environmental Change، وولفگانگ لوتز و همکارانش در موسسه بین‌المللی تحلیل سیستم‌های کاربردی (IIASA) در وین اتریش، از یک روش بسیار متفاوت استفاده کردند. در این روش آنها یک گروه بزرگ از کارشناسان را به‌کار گرفتند تا بگویند که جمعیت جهان احتمالاً در سال ۲۰۷۵ به بالاترین میزان یعنی ۹/۴ میلیارد نفر خواهد رسید، اما در سال ۲۱۰۰ به زیر ۹ میلیارد کاهش خواهد یافت. پیش‌بینی سازمان ملل اما احتمال به واقعیت رسیدن سناریوی بالا را بیش از ۵۰ درصد نمی‌داند.

هر دو گروه پیش‌بینی می‌کنند که هند پرجمعیت‌ترین کشور جهان است. به پیش‌بینی آنها جمعیت هند در سال ۲۰۷۰ به اوج خود رسیده و در سال ۲۱۰۰ به حدود ۱/۵ تا ۱/۶ میلیارد نفر کاهش خواهد یافت. بیشترین اختلاف این دو گروه در برآوردهای میان‌مدت درباره کاهش جمعیت چین در آینده و انفجار جمعیت جنوب صحرائی آفریقا است، جایی که بیشترین رشد جمعیت جهان قرار است رخ دهد.

بر اساس برآوردهای سازمان ملل، جمعیت در این منطقه امکان دارد چهار برابر شود و از کمتر از یک میلیارد نفر به حدود ۴ میلیارد نفر برسد. آفریقا در سال ۲۱۰۰ جمعیت پیش‌بینی‌ها به اندازه چین کنونی جمعیت خواهد داشت.

جان ویلموت، رئیس بخش جمعیت سازمان ملل می‌گوید: «این اعداد و ارقام پیش‌بینی نیستند. اینها طرحی است از آنچه قرار است در صورت تداوم روند کنونی در آینده اتفاق بیفتد. هنوز هم فرصت برای دخالت کردن وجود دارد.»

تغییرات گسترده

هانیا زلوتیک، رئیس پیشین بخش جمعیت سازمان ملل، می‌گوید: «یک دهه یا بیش از یک دهه پیش، متخصصان سرشماری سازمان ملل بسیار خوشبین‌تر بودند. پیام پنهان در این خوشبینی این بود که مشکل جمعیت در حال برطرف شدن است چون میزان باروری در حال کم شدن است. اما ما همه می‌دانیم که این تصور غلط است.»

نرخ کلی باروری یک کشور یعنی تعداد دفعاتی که هر زن به‌طور متوسط می‌تواند باردار شود، متغیر کلیدی در «انتقال جمعیتی» است که انتظار می‌رود همه کشورهای در حال توسعه از آن عبور کنند. در ابتدای این انتقال، نرخ بالای مرگ و میر و امید به زندگی کم که نرخ بالای زادوولد به تعادل می‌رسند چون زنان می‌دانند که از چندین فرزندی که به دنیا می‌آورند، تعدادی از آنها می‌میرند.

کشاورزی مدرن، رعایت اصول بهداشتی و پیشرفت‌های پزشکی می‌تواند نرخ مرگ و میر را به‌ویژه در کودکان کاهش دهد. اما دست‌کم یک نسل باید عوض شود تا زوج‌ها با واقعیت تازه و داشتن فرزندان کمتر سازگار شوند. در این فاصله، انفجار جمعیت و میزان آن بستگی به این دارد که کاهش نرخ باروری چقدر طول بکشد.

وقتی کشورهای غربی در نسل‌های گذشته خود روند انتقال را آغاز کردند، هم مرگ و میر و هم باروری به‌تدریج در طول یک قرن کاهش پیدا کرد. در کشورهای چین و برزیل این روند بسیار محدود می‌کنند چون امید بسیار پررنگی دارند که فرزندان‌شان در نتیجه کاهش نرخ مرگ و میر به سن بزرگسالی می‌رسند.



۱۱ میلیارد نفر؛ خط قرمز کره زمین

نیاز است، اتخاذ سیاست‌هایی برای کاهش نرخ رشد جمعیت است. یکی از راه‌هایی که می‌توان از آن برای کاهش نرخ جمعیت استفاده کرد، آموزش زنان و آگاه کردن آنها نسبت به فرصت‌های شغلی است.

صندوق جمعیت سازمان ملل متحد اعلام کرده است که حدود ۳۵۰ میلیون زن در کشورهای فقیر فرزند آخر خود را نمی‌خواستند اما دسترسی به امکانات لازم برای جلوگیری از حاملگی نداشته‌اند. اگر پس جمعیت ۱۱ میلیارد نفری بر بیاید.

ویل استفن، استاد دانشگاه ملی استرالیا می‌گوید: «جمعیت دنیا باید حدود ۹ میلیارد نفر تثبیت شود و سپس به‌تدریج به دنبال روند کاهشش برود. این به معنی کاهش نرخ زاد و ولد است.»

نشانه‌هایی وجود دارد که روند کاهش نرخ زاد و ولد پیش از این آغاز شده است. کاهش نرخ رشد جمعیت از دهه ۶۰ میلادی آغاز شد.

سرانه باروری زنان از ۴.۷ کودک در سال‌های ۱۹۷۵ تا ۱۹۷۰ به ۲.۶ در سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۰ کاهش یافته است. با این حال قرن‌ها طول می‌کشد تا کاهش معناداری در جمعیت جهان رخ دهد. با همه اینها مطالعات نشان می‌دهد که اگر همین فردا ۲ میلیارد نفر از جمعیت کره‌زمین کم شود یا تمام دولت‌ها به سیاست کنترل جمعیتی روی بیاورند، جمعیت کره‌زمین در سال ۲۱۰۰ به اندازه جمعیت کنونی خواهد بود و نه کمتر.

چیزی که به صورت ضروری مورد

انسانی که کم و به درستی مصرف می‌کنند، می‌تواند فشار کمی برای کره‌زمین باشد. اما نکته اینجاست که دنیا در حال تغییر است. این میزان بالای جمعیت را دارد یا خیر. سائرتوت می‌گوید: «احتمالاً بیشترین رشد جمعیت در دو قرن آینده در مراکز شهری است که در حال حاضر درآمد کم یا متوسط دارند.»

به نظر نمی‌آید که افزایش چند میلیارد نفری این مراکز شهری تأثیر چندانی بر کره‌زمین داشته باشد، زیرا تاریخ نشان می‌دهد که مردم کم درآمد با درآمد متوسط به‌طور طبیعی کم مصرف هستند. میزان تولید گازهای گلخانه‌ای دی‌اکسید کربن و سایر گازهای گلخانه‌ای نشانه خوبی از میزان مصرف بالای یک شهر است.

شهرنویان شهرهای متمول‌تر تأثیر بیشتری بر کره‌زمین دارند تا شهرنویان شهرهایی که درآمد کمتری دارند، البته استثناهایی هم وجود دارد. شهر کینهاگ پایتخت کشور دانمارک از جمله شهرهایی است که شهروندانش درآمد بالایی دارند. استاندارد زندگی در این شهر بالاست، با این حال سرانه تولید گازهای گلخانه‌ای نسبتاً پایین است.

سائرتوت همچنین می‌گوید تفاوت طرز زندگی بین اشخاص پر درآمد و کم درآمد به وضوح دیده می‌شود. میزان مصرف بسیاری از ساکنان شهرهای کم‌درآمد آنقدر پایین است که تقریباً هیچ‌گونه گاز گلخانه‌ای تولید نمی‌کنند. بنابراین جهانی با ۱۱ میلیارد جمعیت

مصرف خانگی مطالعه انجام شده در سال ۲۰۱۵ توسط مجله Industrial Ecology در مورد تأثیر مصرف خانوارها بر محیط‌زیست، نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان مسئول تولید ۶۰ درصد گازهای گلخانه‌ای دنیا هستند. این مصرف‌کنندگان ۸۰ درصد از فضای خشکی کره‌زمین و آب را نیز مصرف می‌کنند.

محققان دریافته‌اند که میزان مصرف در مناطق مختلف دنیا به صورتی نامتعادل و نامنظم گسترده است و خانوارهای کشورهای ثروتمند بالاترین میزان مصرف و تأثیر را دارند.

دینا ایوانوا از دانشگاه علوم و تکنولوژی دانمارک معتقد است باید زاویه دیدمان را نسبت به اینکه چه کسی مسئول تولید گازهای گلخانه‌ای و مخرب است، تغییر دهیم. وی می‌گوید: با اینکه تصور غالب آن است که کشورهای بزرگ تولیدکننده کالاهای

ازدیاد جمعیت و افزایش هزینه‌های زندگی است. غالباً از دید جمعیت به‌عنوان بزرگ‌ترین تهدید روی کره‌زمین یاد می‌شود. اما سوال اینجاست که آیا واقعاً میزان جمعیت نسبت به فضای کره‌زمین تا این اندازه زیاد است؟ همه ما می‌دانیم که بر مساحت کره‌زمین افزوده نمی‌شود. میزان معینی از فضا، آب، انرژی و غذا روی زمین وجود دارد. بنابراین این‌گونه به نظر می‌رسد که روند افزایشی رشد جمعیت تهدیدی برای سلامت کره‌زمین است، اما لزوماً این‌گونه نیست.

دیوید سائرتوت از سازمان بین‌المللی محیط‌زیست و توسعه لندن می‌گوید: «مسئله تعداد مردم کره‌زمین نیست، بلکه مشکل تعداد مصرف‌کنندگان و ماهیت مصرف است.»

سائرتوت به نقل از گاندی می‌گوید: «روی زمین به اندازه نیاز همگان منابع وجود دارد، نه به اندازه آرز و طمع آنها.» حدود ۱۰ هزار سال پیش، تنها چند میلیون نفر روی کره‌زمین ساکن بودند. اوایل قرن نوزدهم جمعیت دنیا از مرز ۱ میلیارد نفر گذشت و اوایل قرن بیستم به ۲ میلیارد نفر رسید.

در حال حاضر جمعیت دنیا بیش از ۷.۳ میلیارد نفر است. بر اساس پیش‌بینی سازمان ملل جمعیت دنیا تا سال ۲۰۵۰ به ۹.۷ میلیارد نفر می‌رسد. رشد جمعیت زمین آنچنان سریع بوده است که نمی‌توان تصور درستی از عواقب احتمالی آن داشت. به گفته‌های، با آن که جمعیت کره‌زمین ممکن است تا پایان

چگونه تحولات اقتصادی بر نرخ رشد جمعیت اثر می‌گذارد؟

اصلی کاهش در نرخ باروری به این ترتیب هستند:

کاهش نرخ مرگ و میر

این مطالعه نشان می‌دهد که پدر و مادری تعداد فرزندان‌شان را به یک یا دو فرزند محدود می‌کنند چون امید بسیار پررنگی دارند که فرزندان‌شان در نتیجه کاهش نرخ مرگ و میر به سن بزرگسالی می‌رسند.

دلایل اقتصادی و سرمایه‌گذاری

افزایش هزینه‌های مربوط به بزرگ کردن بچه‌ها و سرمایه‌گذاری برای فراهم کردن رفاه مورد نیاز است باعث کاهش نرخ باروری در خانواده‌ها شده است.

تحولات فرهنگی

آگاهی یافتن نسبت به تغییرات اجتماعی درباره تعداد اعضای خانواده، ارزش بچه‌ها و پذیرش روش‌های پیشگیری از بارداری، همگی بر نرخ باروری تأثیر گذاشته‌اند. در میان دلایلی که در بالا گفته شد، دلایل اقتصادی و سرمایه‌گذاری تأثیر بیشتری بر نرخ باروری گذاشته‌اند. تغییر در میزان مرگ و میرها و اقدامات بهداشتی مناسب نیز باعث کاهش نرخ باروری در بنگلادش شده است. بر اساس گفته‌های مری شتک، نرخ رشد جمعیت در کل دنیا در حال کاهش است، روندی که از قرن هجدهم در اروپای غربی آغاز شد. اما تجزیه و تحلیل دلیل دقیق این کاهش دشوار به‌نظرمی‌آید چون توضیحات گوناگونی برای توجیه چنین کاهش وجود دارد.



می‌سازند، نتایج بهتری می‌گیرند. نتیجه این امر قطعاً استفاده بهتر از منابع موجود در جهان است. این مطالعه از داده‌های جمع‌آوری شده از سال ۱۹۶۶ تاکنون استفاده کرده و بیش از ۲۵۰ هزار نفر از جمعیت روستایی کشور بنگلادش را مورد

تشویق مردم به کاهش نرخ زاد و ولد است می‌تواند با پول کمتر مخاطبان بیشتری را جذب خود کنند، اما کمپین‌های مستقیم و رودررویی که خدمات بهداشت و سلامت را فراهم کرده و دسترسی به روش‌های گوناگون پیشگیری از بارداری را امکان‌پذیر

ترجمه: سارا گلچین
منبع: ctglobe

بر اساس برآوردهای پیشین انتظار می‌رفت جمعیت جهان تا سال ۲۰۲۳ به ۸ میلیارد نفر برسد، اما برخی مطالعات اخیر دانشگاه میسوری آمریکا نشان می‌دهد که نرخ جهانی باروری به‌سرعت در حال کاهش است و رشد پیش‌بینی شده برای جمعیت تحقق پیدا نخواهد کرد. تحولات اقتصادی بر تعداد اعضای خانواده تأثیر می‌گذارد و بر اساس همین مطالعه، تحولات اقتصادی رشد جمعیت را کاهش می‌دهد. این مطالعه را بنیاد ملی علوم (National Science Foundation) انجام داده است.

مری شتک، استادیار مردم‌شناسی دانشگاه میسوری، دلیل کاهش نرخ جهانی باروری را افزایش میزان تحصیلات، افزایش فرصت‌های شغلی و دور شدن مردم از کشاورزی و نیز بهبود استانداردهای زندگی می‌داند. انتظار می‌رود که با پی بردن به دلایل کاهش نرخ زاد و ولد، امکان اتخاذ سیاست‌های جدید برای تأثیرگذاری بر بهبود وضع باروری ایجاد شود. این امر به کاهش رقابت برای دستیابی به آب، غذا، محل زندگی و... خواهد انجامید. این مطالعه همچنین دریافته که برنامه‌های مداخله‌ای که به‌طور مستقیم در جمعیت تحت‌تأثیر، تغییر ایجاد می‌کند، به بهترین نتایج ممکن رسیده است. یافته‌های این مطالعه همچنین نشان می‌دهد شرکت‌های تبلیغاتی که کارشان

بازارچه



در سال جدید تصمیم داریم در روزهای زوج هفته در این صفحه به تحولات دنیای فناوری بپردازیم. امروز نیز به عنوان نخستین روز انتشار این صفحه قیمت مرغوب‌ترین گوشی‌های تلفن همراه بازار را به شما خوانندگان اعلام می‌کنیم.

سامسونگ	قیمت (تومان)
Galaxy J5 SM-J500F	۵۳۵,۰۰۰
Galaxy J7 Dual	۶۸۳,۰۰۰
Galaxy A5 (2016)	۱,۰۱۰,۰۰۰
Galaxy S7 Edge	۲,۴۴۵,۰۰۰
Galaxy A3 (2016)	۷۲۲,۰۰۰
Galaxy A7 (2016)	۱,۲۰۰,۰۰۰
Galaxy A5 Duos	۷۳۸,۰۰۰
Galaxy J2	۳۹۰,۰۰۰
Galaxy J5 (2016)	۵۶۰,۰۰۰
Galaxy A7	۹۹۰,۰۰۰
Galaxy S7	۲,۱۵۸,۰۰۰
Galaxy S6 Edge Plus	۱,۹۷۰,۰۰۰
Galaxy J1 mini	۳۱۸,۰۰۰
Galaxy S6 - 64GB	۱,۸۶۰,۰۰۰
Galaxy Ace 3 Dual Sim	۳۶۰,۰۰۰
Galaxy Note 4	۱,۴۱۳,۰۰۰
Galaxy S5 Duos	۱,۰۸۵,۰۰۰
Galaxy A8 SM-A800I Dual	۱,۳۳۰,۰۰۰
Galaxy Core Prime	۳۵۰,۰۰۰

هواوی	قیمت (تومان)
y6	۳۴۴,۰۰۰
Honor 4C	۴۳۴,۰۰۰
P8 Lite Dual SIM - 16GB	۵۵۵,۰۰۰
Mate 8	۱,۶۳۴,۰۰۰
Honor 3C Lite Dual SIM - U19	۳۸۶,۰۰۰
G8	۸۸۳,۰۰۰
ASCEND Y560	۲۳۵,۰۰۰
Honor 4X	۵۶۳,۰۰۰
Honor 5X Dual SIM	۷۲۵,۰۰۰
Honor 7	۱,۰۸۳,۰۰۰
Ascend P7	۶۵۹,۰۰۰
Y625	۲۸۵,۰۰۰
Honor 6 - H60-L04	۷۷۰,۰۰۰
Honor 3C Dual SIM	۳۹۹,۰۰۰
Nexus 6P	۱,۸۵۹,۰۰۰
Ascend G610 Dual SIM	۳۶۳,۰۰۰
P8 Dual SIM - 16GB	۹۵۵,۰۰۰
Ascend G700	۶۳۵,۰۰۰
Ascend G7	۶۵۵,۰۰۰
Honor 7i	۸۹۹,۰۰۰
Mate S	۱,۴۱۵,۰۰۰
P8 Dual SIM - 64GB	۱,۲۴۰,۰۰۰
Ascend P8 LITE	۵۷۴,۰۰۰
P8max	۱,۴۹۵,۰۰۰
ShotX	۸۸۵,۰۰۰
Honor 6 Plus	۱,۱۹۵,۰۰۰

سونی	قیمت (تومان)
Xperia M4 Aqua Dual	۶۵۹,۰۰۰
Xperia Z5 Premium	۱,۹۱۰,۰۰۰
Xperia Z3 Plus Dual SIM	۱,۱۷۵,۰۰۰
Xperia C4 Dual SIM	۷۰۵,۰۰۰
Xperia Z3	۱,۰۷۳,۰۰۰
Xperia Z2 D6502	۹۷۰,۰۰۰
Xperia Z1 C6902	۹۳۰,۰۰۰
Xperia Z5 Dual	۱,۵۳۹,۰۰۰
Xperia M5	۹۸۸,۰۰۰
Xperia C5 Ultra	۹۷۰,۰۰۰
Xperia Z5 Compact	۱,۳۸۰,۰۰۰
Xperia Z3 Dual SIM	۱,۰۵۹,۰۰۰
Xperia M2	۵۱۵,۰۰۰
Xperia ZR	۶۸۵,۰۰۰
Xperia M5 Dual SIM	۹۷۸,۰۰۰
Xperia Z3 Plus Dual	۱,۳۳۰,۰۰۰
Xperia Z1 Compact	۹۱۰,۰۰۰
Xperia T3	۶۵۵,۰۰۰

اپل	قیمت (تومان)
iPhone 5s - 32GB	۱,۱۴۵,۰۰۰
iPhone 5s - 16GB	۸۷۵,۰۰۰
iPhone 6 - 64GB	۲,۳۵۰,۰۰۰
iPhone 6s - 64GB	۲,۶۲۵,۰۰۰
iPhone 6 Plus - 64GB	۲,۶۴۰,۰۰۰
iPhone 6s Plus 64GB	۲,۹۱۹,۰۰۰

خریداران تا شهر بورما منتظر کاهش قیمت نباشند

بهار بهترین زمان خرید کالاهای دیجیتال

محمد ممتاز پور
anooshm1986@gmail.com

سال ۹۴ در حالی به پایان رسید که با لغو تحریم‌های هسته‌ای امیدهای زیادی بر فضای اقتصادی کشور حاکم شد و براساس پیش‌بینی‌های اقتصاددانان سال ۹۵، روزهای پرونقی را برای کسبه و مردم رقم خواهد زد.

بازار دیجیتال طی چند سال اخیر با رکود فراوانی روبه‌رو بود که به گفته فعالان اقتصادی این کم‌رغمی بی‌سابقه توانسته فروشندگان و فعالان بازار را متحمل فشارهای سنگینی کند که بعضی از آنها زیر بار این فشارها تاب نیاورده و مجبور به کناره‌گیری و تعویض شغل شدند.

از سوی دیگر مردم نیز با توجه به وضعیت نابسامان معیشتی، خرید کالاهای دیجیتال را جزو مایحتاج زندگی ندانسته و تا جای ممکن از خرید این دستگاه‌ها سر باز زده‌اند.

با سپری شدن تعطیلات نوروز مشتریانی که تا به حال به خرید دستگاه‌های جدید مبادرت می‌کردند، امیدوارند بتوانند با کاهش قیمت‌ها در سال ۹۵ پا به بازار بگذارند و نیازهای دیجیتالی خود را برطرف کنند، اما سوالی که مطرح می‌شود این است که آیا قیمت‌های لوازم دیجیتالی در روزهای پیش‌رو نزولی خواهد شد؟

مهدی میرمهدی کمجانی، رئیس اتحادیه فناوران رایانه تهران درباره وضعیت بازار آبی‌تی و رونق آن در سال جدید، به «فرصت امروز» گفت: نمی‌توان با قطعیت گفت که در سال ۹۵ شاهد رونق بازار هستیم چون در سال گذشته رکود بسیاری بازار را فرا گرفته بود اما امیدواریم با برداشته شدن

تحریم‌ها نه فقط صنف ما بلکه همه بخش‌های اقتصادی کشور شاهد رونق باشند. وی افزود: روزهای پابانی سال ۹۴ با توجه به اینکه به تعطیلات نوروز نزدیک می‌شدیم تغییر چندانی در رونق بازار مشاهده نشد و دلیل آن خارج شدن محصولات دیجیتالی از سبد خانوار است.

میرمهدی اظهار کرد: ما امیدواریم دخل و خرج خانوارها متعادل شود تا دوباره محصولات آبی‌تی مورد توجه مردم قرار گیرد و تا زمانی که این اتفاق نیفتد رونقی در بازار اتفاق نخواهد افتاد و مشتریان سعی می‌کنند تا زمانی که مجبور نشده‌اند کالای دیجیتالی جدیدی خریداری نکنند. رئیس اتحادیه فناوران رایانه تهران در پاسخ به این سوال که چه موقع قیمت‌ها سیر نزولی به خود خواهند

گرفت، گفت: اینکه مردم فکر می‌کنند تا یکی دو ماه آینده قیمت‌ها در بازار شکسته خواهد شد، ذهنیت اشتباهی است و مطمئناً تا

فروردین ماه هر سال رکود در بازار مشاهده می‌شود که این امر از مخارج بالای نوروز و خالی شدن جیب مردم نشأت می‌گیرد و به همین علت به کسانی که قصد دارند دستگاه جدیدی خریداری کنند توصیه می‌شود تا فرارسیدن تابستان خریدهای خود را انجام دهند

نیمه اول سال ۹۵ شاهد کاهش قیمت‌ها نخواهیم بود حتی ممکن است با افزایش نرخ دلار، قیمت محصولات نیز بالاتر رود. وی با اشاره به اینکه قیمت کالاهای وارداتی وابسته به نرخ ارز است، اظهار کرد: بازار آبی‌تی به غیر از برقراری اتصال شبکه بانکی سوییفت هیچ تأثیری از



شرایط اقتصادی نمی‌گیرد و همان‌طور که مشاهده می‌شود واردکنندگان ما توانستند در بهترین شرایط تحریمی بهترین برندهای خارجی و حتی آمریکایی را وارد کشور کنند. میرمهدی افزود: تنها کمکی که با برداشته شدن تحریم‌ها در صنف ما صورت خواهد گرفت تسهیل تبادلات ارزی میان ایران و دیگر کشورها است که با اتصال به شبکه بانکی سوییفت محقق خواهد شد.

رئیس اتحادیه فناوران رایانه تهران اظهار کرد: در حال حاضر کالاهای خارجی نسبت به بسیاری از کشورهای همجوار ما در شرایط خوب قیمتی به سر می‌برند و با واردات خوبی که صورت گرفته، محصولات معروف‌ترین برندهای دنیا در بازار وجود دارد و مردم می‌توانند آنها را خریداری

کنند. وی با اشاره به وضعیت نابسامان تولیدات رایانه‌ای داخلی گفت: ما در حال حاضر تولید چندان در این زمینه نداریم و شاید تنها حدود ۲ یا ۳ درصد از بازار سهم محصولات داخلی باشد. میرمهدی افزود: برای تولید نیاز به پیش‌زمینه‌هایی است که اگر این نیازها برطرف شود می‌توانیم شاهد فعالیت بیشتر تولیدکنندگان داخلی باشیم.

امیرحسین فضلعلی یکی از واردکنندگان کالاهای دیجیتال نیز درباره وضعیت بازار در سال ۹۵ به «فرصت امروز» گفت: همه فروشندگان و فعالان بازار امیدوارند در سال جدید شاهد کاهش قیمت‌ها باشیم و از طرف دیگر قدرت خرید مردم نیز افزایش یابد تا بتوانند به سمت بازارهای

دیجیتال بیایند. وی افزود: بازار آبی‌تی به علت وابستگی شدید به واردات به نوسانات نرخ ارز واکنش زیادی نشان می‌دهد حتی می‌توان گفت این واکنش لحظه‌ای است، بنابراین هرگاه در سال جدید نرخ ارز به‌ویژه دلار نزول پیدا کند شاهد کاهش قیمت خواهیم بود.

این فروشنده اظهار کرد: فروردین ماه هر سال رکود در بازار مشاهده می‌شود که این امر از مخارج بالای نوروز و خالی شدن جیب مردم نشأت می‌گیرد و به همین علت به کسانی که قصد دارند دستگاه جدیدی خریداری کنند توصیه می‌کنم تا فرارسیدن تابستان خریدهای خود را انجام دهند، چون هم اجناس جدید راهی بازار شده است و هم فروشنده‌ها برای فرار از این رکود حاضرند تا جای ممکن مشتریان را حفظ و به قول معروف با آنها راه بیایند.

خبر



سرپرست پژوهشگاه فضایی ایران خبر داد طراحی و ساخت ماهواره‌های سنجشی و مخابراتی در سال جدید



سرپرست پژوهشگاه فضایی ایران از برنامه‌ریزی برای ساخت مدل فضایی و پرتاب ماهواره مخابراتی ناهید یگ و عملیاتی کردن سامانه مخابراتی بالنی در سال ۹۵ خبر داد.

حسن حدادپور افزود: این پژوهشگاه در راستای انجام وظایف خود در خصوص طراحی و ساخت ماهواره‌های سنجشی و مخابراتی، در سال ۹۵ نیز برنامه‌هایی را در دست اجرا دارد که از آن جمله ساخت و پرتاب مدل فضایی ماهواره ناهید یگ است. وی همچنین عملیاتی کردن سامانه مخابراتی بالنی را از دیگر برنامه‌های پژوهشگاه فضایی ایران خواند که در ارائه خدمات مخابراتی به مناطق دور از دسترس و اجتماعات فصلی یا موقتی کاربردی دارد.

حدادپور همچنین به دستاوردهای پژوهشگاه فضایی ایران در سال ۹۴ اشاره کرد و گفت: راه‌اندازی فاز نخست مرکز آزمون و یکپارچه‌سازی سامانه‌های فضایی با هدف پشتیبانی از توسعه محصولات فضایی همزمان با روز فناوری فضایی در ۱۴ بهمن سال ۹۴ از آن جمله است.

سرپرست پژوهشگاه فضایی ایران از دیگر دستاوردهای این پژوهشگاه در سال ۹۴ از طراحی محموله مخابراتی باند KU، طراحی و ساخت چرخ عکس‌العملی و سازه ساندویچی لانه زنبوری مورد استفاده در ماهواره دانست و گفت: همچنین ساخت مدل آزمایشگاهی بلوک انتقال مداری، توسعه و بومی‌سازی هشت فناوری گلوگاهی سامانه‌های فضایی و تکمیل ساختمان پایگاه فضایی ششم بوده از دیگر فعالیت‌های این پژوهشگاه در سال ۹۴ است.

حدادپور خاطر نشان کرد: فضا منبع بیکرانی است که همه ملت‌ها در آن سهم دارند و کشور ما نیز با تلاش متخصصان و فناوران ایرانی، باید بتواند سهم مناسبی را از این منبع سرشار کسب کند.

عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات مطرح کرد

فرصت سرمایه‌گذاری در صنعت بکر آبی‌تی ایران



یک عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات ایران به لزوم فعالیت مشارکتی و انتقال دانش و فناوری به کشورهای خارجی در کنار واردات و نقش دولت به‌عنوان کاتالیزور برای ارتباط بخش‌های خصوصی با خارجی اشاره کرد.

خسرو سلجوقی در گفت‌وگو با ایسنا با اشاره به فرصت‌های ایجاد شده در حوزه فناوری اطلاعات در شرایط پس‌اوج‌های ظهور: صنعت IT در ایران و در منطقه خاورمیانه، بکر است و قدرت سرمایه‌گذاری و حضور مشارکتی بخش خصوصی ما با شرکت‌های خارجی بسیار فراهم است.

وی همچنین به تهدیدهای موجود در صنعت IT با حضور شرکت‌های خارجی در ایران اشاره کرد و افزود: بزرگ‌ترین فرصت ما در این شرایط این است که بتوانیم درباره انتقال فناوری کار مشارکتی انجام دهیم.

زیرا اگر تمرکز ما روی واردات باشد و با کار مشارکتی روی دانش و انتقال فناوری تمرکز نکنیم، قافیه را خواهیم باخت. عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات ایران با تأکید بر حضور نرم‌افزارها و بخش‌های خصوصی ایرانی در کشورهای خارجی گفت: در حال حاضر کارهای بزرگ IT کشور در قالب عناوینی مثل اپراتورهای موبایلی، تلفنی یا حتی اپراتورهای محتوایی مثل CBN انجام می‌شود و همه این اپراتورها متشکل از مجموعه‌ای از شرکت‌های خصوصی هستند که می‌توانند با شرکت‌های خارجی ارتباط برقرار کنند.

سلجوقی همچنین با اشاره به کمک بخش‌های دولتی به بخش خصوصی بیان کرد: دولت می‌تواند نقش کاتالیزور را ایفا کند، از صدور مجوزها تا ایجاد ارتباط بین بخش خصوصی و بخش خارجی. همچنین حمایت‌های دولتی به‌عنوان تضمین این رفتارها و حرکت‌ها هستند.

وی در ادامه اظهار کرد: وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات می‌تواند در تعاملاتی که با شورای عالی فضای مجازی به خرج می‌دهد خود را مطرح کند و همچنین سرعت دادن به این ارتباطات و برقراری این ارتباط در آینده موجب موفقیت می‌شود.

عضو هیات عامل سازمان فناوری اطلاعات ایران با بیان اینکه شبکه ملی اطلاعات در آینده نمود بیشتری خواهد داشت، گفت: حرکت‌های خوبی در این زمینه شروع شده و فکر می‌کنم این فعالیت‌ها در آینده ادامه داشته باشد. همچنین در زمینه تولید محتوا، همه بخش‌های کشور نقش و اثرگذاری خواهند داشت.

عرضه یک ۴ اینچی دیگر از اپل

باتری آن نیز برابر ۱۶۴۲ میلی آمپر است. این نسخه از آیفون نیز از فناوری لمس سه بعدی یا همان 3D Touch پشتیبانی نمی‌کند. تحلیلگران تایوانی بر این اعتقادند که اپل تا آخر سال ۲۰۱۶ میلادی حدود ۱۵ میلیون دستگاه از آیفون SE را به فروش خواهد رساند که این عدد در مقایسه با فروش آیفون SE بسیار کمتر است.

مدل ۱۶ گیگابایتی آیفون SE ۳۹۹ دلار و مدل ۶۴ گیگابایتی آن ۴۹۹ دلار قیمت دارد. این محصول جدید اپل از دو روز پیش به بازارهای جهانی راه پیدا کرده است.

است. این دوربین قدرتمند می‌تواند با کیفیت 4k فیلمبرداری و با قدرت ۶۳ مگاپیکسل عکس‌های پانوراما را تولید کند. این دوربین از عکس‌های زنده موسوم به Live Photo نیز پشتیبانی می‌کند. دوربین جلویی نیز همچنان ۱.۳ مگاپیکسل کیفیت دارد.

اگر بخواهیم از مشخصات دیگر این نسخه از آیفون حرفی بزنیم باید به NFC، وایرلس پیشرفته یا پشتیبانی از استاندارد aC، بلوتوث نسخه ۴.۲ و پشتیبانی از 4G Cat.4 اشاره کنیم. وزن آیفون ۱۱۳ اینچی اپل ۱۱۳ گرم و ضخامت آن ۷.۱ میلی متر و ظرفیت

به گفته مدیران این شرکت، علاقه‌مندان گوشی‌های کوچک و ارزان قیمت می‌توانند آیفون جدید که SE لقب گرفته خریداری و به جدیدترین فناوری‌های روز دنیا دسترسی پیدا کنند. آیفون جدید مجهز به یک پردازنده A9 و یک کمک پردازنده M9 است که می‌تواند قدرت پردازش بالایی را به کاربران ارائه دهد. رم این دستگاه دومگابایت است که برابر با مقدار رم استفاده شده در آیفون 6S است. آیفون SE که با دو نسخه ۱۶ و ۶۴ گیگابایتی عرضه خواهد شد از یک دوربین ۱۲ مگاپیکسلی بهره گرفته

اوایل تعطیلات نوروز بود که شرکت اپل از نسخه جدید گوشی‌های آیفون خود رونمایی کرد تا به شایعات منتشر شده در این باره پایان دهد. همان‌طور که انتظار می‌رفت آیفون جدید از مدل قبلی خود کوچک‌تر بوده و اندازه آن مانند آیفون 5S ۴ اینچی است. مسئولان اپل علت اصلی ارائه مجدد گوشی‌های ۴ اینچی را علاقه بیش از حد مشتریان به این سایز از گوشی‌ها اعلام کرده‌اند و معتقدند که اپل در ارائه آیفون‌ها با سایز بزرگ موفق عمل کرده، اما با ارائه این آیفون بازارهای جدیدی را هدف قرار داده است.

تکنولوژی



هدست واقعیت مجازی هالولنز که سال‌ها توسط محققان و مخترعان شرکت مایکروسافت در دست طراحی بود، به تازگی در اختیار توسعه‌دهندگان قرار گرفته تا از یک سو ایرادات احتمالی آن مشخص شود و از سوی دیگر برنامه‌نویسان خود را برای ساخت اپلیکیشن‌ها این دستگاه آماده کنند.

آزموده

برنامه‌ریزی برای شهری ایده‌آل تر

ترجمه و گردآوری: نرویا پاک سرشت

هر کشور دارای شهرهایی است که برخی مدرن‌تر و برخی کمتر مدرن و امروزی هستند. افزون بر درجه‌بندی‌های درون کشوری، شهرهای مختلف دنیا به لحاظ بافت، ساختار و امکانات با یکدیگر تفاوت‌هایی آشکار دارند. امکانات و معماری شهرها در کشورهای توسعه‌یافته فاصله زیادی با شهرهای کشورهای توسعه نیافته دارد و میزان رضایت شهروندان از زندگی در این شهرها نیز متفاوت است. شهرداری‌ها برای برنامه‌ریزی و افزایش امکانات شهری اغلب از پژوهش‌ها و طرح‌هایی استفاده می‌کنند که توسط متخصصان برنامه‌ریزی شهری تدوین شده‌اند. این طرح‌ها سیطره و عملکردی گسترده دارند و می‌توانند بخش‌های متنوعی را پوشش دهند. نکته مهم در این میان اهمیت تفاوت برنامه‌ریزی در شهرهای مختلف است. برای مثال طرحی که برای شهر صنعتی و آلوده تایوان در شمال چین تدوین شده قابلیت تعمیم به برنامه‌ای ویژه برای شهری در سوئد را ندارد.

برترین برنامه‌ریزان شهری

برای داشتن شهری استاندارد نیاز به برنامه‌ریزی شهری و برای برنامه‌ریزی شهری نیاز به برنامه‌ریزان قوی و موفق است. سردبیر مجله تخصصی معماری شهرهای آینده، در مقاله‌ای به معرفی برترین دانشگاه‌هایی پرداخته که از دید او موفق‌ترین برنامه‌ریزان شهری را آموزش می‌دهند. نگاهی اجمالی به فهرست مندرج در این مقاله نشان می‌دهد کشورهای توسعه‌یافته‌ای چون ایالات متحده، کانادا و انگلستان دانشگاه‌های معتبری در این زمینه دارند اما حضور دانشگاه‌هایی چون دانشگاه هنگ‌کنگ به‌عنوان یک دانشگاه آسیایی در این جمع، امیدهایی را در خصوص کشورهای در حال توسعه و آسیایی ایجاد می‌کند. دانشگاه برکلی، دانشگاه کالیفرنیا جنوبی، دانشگاه لندن، استکهلم و بریتیش کلمبیا، از موفق‌ترین دانشگاه‌ها در حوزه آموزش برنامه‌ریزان شهری هستند و هر سال تعدادی فارغ‌التحصیل بسیار کارآمد به جوامع شهری تقدیم می‌کنند.

از سوی دیگر با نگاهی به لیست خوش‌طرح‌ترین شهرهای جهان یا به عبارت ساده‌تر، برترین شهرهای جهان به لحاظ بافت و طراحی به نام‌هایی برمی‌خوریم که چندانی فافلگیرکننده نیستند؛ زوریخ، پاریس، واشنگتن، آمستردام، برلین، نیویورک، استوول و... نام‌هایی هستند که نشان می‌دهند بین توجه به آموزش آکادمیک دروس چون شهرسازی و برنامه‌ریزی شهری و دستیابی به‌المان‌های مناسب تا چه حد ارتباط مستقیم وجود دارد. اما شهر کوریتیبای برزیل نیز در لیست برترین شهرهای جهان جای دارد، شهری که تا چندی پیش چندان پراوازه تلقی نمی‌شد. علت نزدیک بودن این شهر به چندان بزرگ به استانداردهای جهانی را می‌توان تا حد زیادی به شهرداری هوشمندانه آن منتسب کرد. بسیاری از گردشگران خارجی معتقدند این شهر برزیلی با داشتن ۱۷ پارک تفریحی، ۹۰ مایل زمین پیاده‌روی و دوچرخه‌سواری، فضای سبز و پوشش گیاهی وسیع و سیستم‌های جمع‌آوری زباله فوق مدرن یکی از اصولی‌ترین شهرهای جهان محسوب می‌شود. بر اساس آمارها سیستم حمل‌ونقل این شهر تا حدی مناسب و دقیق است که تا ۷۰ درصد از گردشگران و مسافران تمایل دارند از سیستم حمل‌ونقل عمومی استفاده کنند.

اما چیزی است اگر بدانیم این شهر رویایی تا اواخر دهه ۶۰ به‌شدت غیرمدرن و بد بود. شاید افرایق نباشد اگر موفقیت این شهر را به طرحی موسوم به «طرح جامع کوریتیبای» نسبت دهیم. این طرح که از اوایل دهه ۷۰ تصویب و وارد مرحله اجرایی شد توسط تیمی متشکل از معماران و برنامه‌ریزان شهری حرفه‌ای شامل جیمی لرنر طراحی شد و به سرعت به مرحله اجرا درآمد. طرحی که آقای لرنر از آن به‌عنوان یکی از موفقیت‌های مثال‌زدنی دولت برزیل یاد می‌کند.

دامنه فعالیت برنامه‌ریزان شهری

تفکر سنتی در خصوص برنامه‌ریزان شهری اغلب این افراد را به‌عنوان طراحان نمای کلی شهرها تعریف می‌کند. این تعریف همانقدر که ناقص است، می‌تواند صحیح نیز باشد. در واقع حیطه فعالیت‌ها یا ایده‌هایی که می‌تواند از سوی برنامه‌ریزان شهری مورد بررسی، طراحی و اجرا قرار گیرد به حدی گسترده است که هر نوع برنامه‌ای را از طراحی و نوسازی زمین‌آل‌های شهری تا طراحی فضاهای سبز شهری در برمی‌گیرد. در گزارشی که توسط سازمان ملل منتشر شده، بخشی مهم از فعالیت طراحان و برنامه‌ریزان شهری، شامل فعالیت‌های زیست‌محیطی است. بنا بر نتایج پژوهش‌های این سازمان در یک دهه اخیر، شهرهای برتر جهان برای افزایش فضای سبز و توسعه سلامت شهروندان از طریق این فضاها تلاش بسیاری کرده و البته مورد تقدیر واقع شده‌اند. در طول دهه‌های پس از انقلاب صنعتی اغلب شهرها برای به روز شدن بر فضاهای صنعتی، تجاری و اغلب فاقد فضاهای سبز تاکید داشتند. این روند امروزه تقریباً معکوس شده و برنامه‌ریزان شهری تلاش دارند تا با تاکید بر این فضاها ضمن زیباسازی شهر، استانداردهای زیست‌محیطی را ارتقا بخشد.



جایگاه مطالعات شهری در شهرداری بررسی می‌شود

اراده کلان مدیریتی در نظام برنامه‌ریزی

سارا بوذر جمهری

برنامه‌ریزی شهری به دنبال مشکلات نشأت گرفته از انقلاب صنعتی مطرح شد. هرچند پیشینه برنامه‌ریزی برای شهر، به گذشته‌های بسیار دور تر و شکل‌گیری نخستین تمدن‌های بشری در میان‌رودان، مصر و هند برمی‌گردد. ابتدا حل مشکلات صنعتی شدن همچون کمبود مسکن، بهداشت محیط و... در مداخلات کالبدی دیده می‌شد اما از اواسط دهه ۱۹۶۰ میلادی و با بروز ناآرامی این‌گونه مداخلات، برنامه‌ریزی شهری به سوی مسائل اقتصادی و اجتماعی روی آورد و مباحثی مانند عدالت، دموکراسی و مشارکت مردم در فرآیند برنامه‌ریزی شهری مطرح شد. در کشور ما هم از سال ۱۳۶۸ گروهی در زیرمجموعه وزارت کشور به نام گروه مطالعات

نحوه شکل‌گیری گروه مطالعات برنامه‌ریزی شهری چگونگی و به چه شکل بود و چه فرآیندی را طی کرد؟ در سال ۱۳۶۸ گروهی در زیرمجموعه وزارت کشور شکل گرفته بود به نام گروه مطالعات برنامه‌ریزی شهری. وزارت کشور عموماً متولی شهرداری‌های کشور است و در آن زمان به دلیل اینکه شورای شهر تشکیل نشده بود وزارت کشور قائم مقام شورای شهر بود و مدیریت مطالعات شهری را عهده‌دار بود. گروه مطالعاتی که تشکیل شده بود از لحاظ مطالعاتی ضغف‌هایی در این حوزه داشت، دلیل آن نیز این بود که کار پژوهشی علمی که انجام می‌گرفت در قالب چارچوب‌های کلان پژوهشی نبود و از همین رو یک سیاست کلی در مرکز پژوهش‌های مجموعه مدنظر قرار گرفت مبنی بر اینکه نظام مرکز مطالعات که یک مرکز مطالعات وابسته به دستگاه اجرایی بود بتواند به چارچوب‌های مرکز پژوهشی وزارت علوم نزدیک شود، یعنی هیأت علمی داشته باشیم. یکی از مشکلات مرکز نداشتن نیروی ماندگار بود، به‌عنوان مثال نیرویی می‌آمد و کار را یسار می‌گرفت اما زمانی که می‌دید پرداخت‌ها، حمایت‌ها یا پستی‌تجهیزی که عرضه می‌شود، متناسب با فعالیتش نیست ترک کار می‌کرد. درحالی‌که این حوزه به نوعی تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری کلان همه شهرداری‌های کشور را جهت می‌داد، توان جذب نیروهای خیلی قوی را نداشت. بنابراین لازم بود تیم بسیار قوی در آنجا شکل بگیرد و به همین دلیل مقرر شد که ما در زیرمجموعه وزارت علوم قرار بگیریم تا بتوانیم هم از مزایای هیأت علمی و سایر مزایا که برای پرداخت‌های قانونی وجود دارد، برخوردار باشیم و هم بتوانیم نشیبه علمی منتشر کنیم. پس از مذاکراتی که در سال‌های مختلف داشتیم به نظر در سال‌های ۸۱-۸۰ بود که مجوز پژوهشکده شهری و روستایی را از وزارت علوم دریافت کردیم که چند گروه پژوهشی مختلف که متعاقب آن فصل‌نامه علمی پژوهشی مدیریت شهری را منتشر و زمینه را برای طرح مباحث علمی پژوهشی متفاوت در این حوزه فراهم کردیم.

کار دیگری که صورت گرفت تأسیس انتشارات مرکز پژوهش‌ها یا پژوهشکده تحت عنوان انتشارات سازمان شهرداری‌ها بود که در حال حاضر بیش از ۲۰۰ جلد کتاب در حوزه‌های مختلف مسائل شهری منتشر کرده که نتایج کار گروه‌های پژوهشی مرکز مطالعات است. در یک فرآیند مقایسه‌ای کارکرد سازمان را پیش و پس از شکل‌گیری پژوهشکده مطالعات شهری چگونه ارزیابی می‌کنید؟ در آن زمان ما جایگاه تثبیت شده‌ای نداشتیم و مرتباً این گروه و مرکز بین بخش‌های مختلف سازمان و وزارت کشور جای‌جا می‌شد ولی با شکل‌گیری پژوهشکده مطالعات شهری این مرکز جایگاه متفاوتی پیدا کرد. حتی رئیس سازمان یا وزیر کشور دید متفاوتی پیدا کردند و برای انتخاب شخصی به‌عنوان رئیس این مؤسسه حساس شدند و به دنبال شخصی برای این سمت هستند که از جایگاه علمی قوی برخوردار باشد، چرا که باید در بحث‌های علمی حداقل‌های علمی وزارت علوم برآورده شود و در نتیجه یک ثبات کاری مناسبی شکل گرفت که خروجی‌های خوبی به همراه داشت. مانند مجلات متعددی در حوزه‌های مختلف مسائل شهری از جمله انتشار مجله شهرداری که بین کلیه شهرداری‌ها توزیع می‌شود. در حال حاضر تقریباً ۱۰۰ شماره

برنامه‌ریزی شهری شکل گرفت. به گفته حبیب‌الله طاهرخانی از مدیران شهری، این گروه مطالعاتی از لحاظ مطالعاتی ضغف‌هایی در این حوزه داشت و دلیل آن نیز این بود که کار پژوهشی و علمی که انجام می‌گرفت در قالب چارچوب‌های کلان پژوهشی نبود. این مدیر شهری معتقد است کارکرد سازمان مطالعات شهری تفاوت قابل توجهی با پژوهشکده مطالعات شهری ایجاد شده‌ای نداشت و مرتباً بین بخش‌های مختلف سازمان و وزارت کشور جای‌جا می‌شد ولی با شکل‌گیری پژوهشکده مطالعات شهری این مرکز جایگاه متفاوتی پیدا کرد. در گفت‌وگو با حبیب‌الله طاهرخانی، از مدیران شهری، جایگاه برنامه‌ریزی شهری و چگونگی اجرای فرآیند آن را مورد بررسی قرار داده‌ام.

از این مجله چاپ شده است که به نوعی بولتن سازمان است که نتایج پژوهش‌ها، رویکردها و سیاست‌ها را به اطلاع همه شهرداری‌های کشور می‌رساند، ولی به نظر من در این زمان نیست. از مراجع اصلی شهرداری به خصوص شهرداری‌های کوچک که دسترسی به آنها خیلی کم است و منابع مالی که عمدتاً ناشی از تثبیت جایگاه مرکز مطالعات بود، به‌عنوان یک پژوهشکده مطالعات شهری و روستایی در ساختار ماندگار شدند و هنوز هم ادامه فعالیت دارند، درست برخلاف بسیاری از مراکز مطالعاتی که براساس توجه مدیر گاهمی کار می‌کنند و گاهی کار نمی‌کنند و این ویژگی دوگانه به نیاز دستگاه پاسخ می‌دهد.

برنامه عملیاتی چگونگی طرحی است و چه مواردی را دربرمی‌گیرد؟ در نظام برنامه‌ریزی شهرداری یک سری طرح‌های کلان مانند طرح جامع و طرح تفصیلی همیشه مطرح بوده است که به نوعی سیاست‌های به خصوص کالبدی اداره شهر در آنها مطرح بوده است. علاوه بر طرح‌هایی مانند طرح جامع حمل‌ونقل و ترافیک که سیاست‌های حمل‌ونقل را مشخص می‌کرد، بودجه سنواتی که سند برنامه یک ساله را بررسی می‌کند نیز وجود داشت اما با تشکیل حوزه معاونت برنامه‌ریزی این طرح‌ها شکل منسجم‌تری پیدا کرد. طرح‌های کلانی مانند بودجه سنواتی یک طرح عملیاتی است و به آن پول تخصیص پیدا می‌کند، اما مشکل از آنجا نشات می‌گرفت که این طرح کلان به چه صورت می‌تواند به بودجه متصل شود.

براساس بررسی‌هایی که صورت گرفت مشخص شد که خلاء نظام برنامه‌ریزی در این بین وجود دارد که به نوعی لولا است بین طرح‌های کلان و بودجه سنواتی اما این یک سند کاملاً عملیاتی است. به همین دلیل بررسی‌هایی که صورت گرفت نشان می‌داد بسیاری از شهرداری‌های دنیا بین این دو مبحث یک اکشن پلان هم دارند که عموماً میان‌مدت و معمولاً پنج ساله است که به نوعی سیاست‌های کلان را از طرح‌های فرادستش می‌گیرد و به زبان قابل فهم بودجه تبدیل می‌کند. یعنی اگر در طرح‌های جامع و تفصیلی چشم‌اندازی مبنی بر شهری روان تعیین شده باشد، راهبردی توسعه حمل‌ونقل عمومی را هم مطرح می‌کند و به‌عنوان مثال در برنامه‌های عملیاتی می‌شود که در پنج سال آینده سهم حمل‌ونقل یا با این منابعی که وجود دارد، خط ۶ یا ۷ مترو تکمیل می‌شود. این سند واسطه، در سند بالادست بودجه قرار می‌گیرد و بودجه بی‌هدف تنظیم نمی‌شود. معمولاً است که اینجا احداث خط ۶ مترو از یک چشم‌انداز بالاتری سرچشمه گرفته و در آن مسیر حرکت می‌کند و مبنای تدوین بودجه سنواتی می‌شود. مثلاً در سال اول برنامه ۱۵ کیلومتر از خط ۶ یا ۴ ایستگاه احداث می‌شود و بودجه هم بر پایه‌های مشخص و محکم شکل می‌گیرد. این برنامه بر مبنای این هدف طرح مسئله‌اش شکل گرفت که ما باید این کار را بکنیم. چون تجربه اول بود البته در مجموعه شهرداری برنامه‌های تهیه شده بود اما در برنامه‌های با این رویکرد که لولا باشد و بتواند طرح‌های فرادست را به بودجه سنواتی متصل کند تهیه نشده بود. برنامه عملیاتی کاملاً شاخص می‌گردد و پروژه را تعریف می‌کند و منابع هم می‌گذارد که این تفاوت اصلی برنامه عملیاتی با برنامه‌های کلی که در این حوزه تهیه می‌شود، است. این سیاست‌ها قاعدتاً باید در فرآیندی که طی کردیم اجرا و این کار در

برنامه عملیاتی کاملاً شاخص می‌گذارد و پروژه را تعریف می‌کند و منابع هم می‌گذارد که این تفاوت اصلی برنامه عملیاتی با برنامه‌های کلی که در این حوزه تهیه می‌شود، است. این سیاست‌ها قاعدتاً باید در فرآیندی که طی کردیم اجرا و این کار در مجموعه شهرداری باید انجام می‌شد

تهیه برنامه در استفاده از توان کارشناسی داخل شهرداری. البته حواس‌مان بود که هر وقتی سراغ برنامه اجرایی برویم ممکن است به تکرار مبتلا شویم و چون بودجه اجرایی فکر می‌کند همین کاری که انجام می‌دهد تنها راه و درست‌ترین راه است، همان راه را می‌خواهد ادامه دهد. برای اینکه رویکردهای علمی و ابتکارات جدید را وارد کار کنیم یک مشاور خدمات پشتیبان گرفتیم که کارهای علمی مربوط به برنامه را انجام می‌دهد و در حوزه‌های مأموریتی مختلف هم سعی کردیم که یک هیئت علمی را در کنار این بدنه اجرایی ایجاد کنیم که ایده‌های جدید بدهند یا مثلاً خروجی آنها را مورد بحث و بررسی قرار دهند و رویکردهای جدید را در آن ببینند. همه این موارد منجر به این شد که ما بتوانیم یک برنامه سه ساله عملیاتی را در یک مدت خیلی محدود شش،

هفت ماهه اجرا کنیم قبلاً این سابقه در مجموعه شهرداری نبود، اصلی‌ترین دلیلی که باعث شد این اتفاق بیفتد این بود که سازماندهی مناسبی در این حوزه صورت گرفت، یعنی بخش سازماندهی واقع‌بینانه کمک کرد که این اتفاق بیفتد. این در حالی است که اگر ما صرفاً به بدنه اجرایی اکتفا می‌کردیم کیفیت برنامه را از دست می‌دادیم، اگر مشاوره بیرونی داشتیم قطعاً وجه اجرایی و عملیاتی بودن برنامه را از دست می‌دادیم و ممکن بود زمان بسیار زیادی را تلف کنیم، زیرا یکی از آسیب‌های جدی برنامه است و چندین آسیب دارد. در کشور ما تدوین برنامه‌ها جدا از اینکه خروجی بعضی از طرح‌ها منجر به خروجی عملیاتی نمی‌شود، یکی از آسیب‌های جدی این است که زمان طولانی صرف تهیه برنامه می‌کنیم و طولانی شدن فرآیند تدوین برنامه، سیستم را نسبت به آن بی‌تفاوت و غیرحساس می‌کند. به همین دلیل زمان‌بر بودن یک تهدید جدی برای برنامه‌ها است، ویژگی بعدی آرمان‌گرایانه بودن برنامه‌ها است یعنی اینکه هیچ توجهی به منابع دسترس‌ناپذیر نمی‌کنند پس برنامه براساس منابع قرار داده می‌شود.

در این میان اصلی‌ترین و اساسی‌ترین، چه مشکلاتی که با آن مواجه بودید، چه موضوعاتی بود؟

در بحث اصلاحات نظام که در بخش اداره کل داشتیم من وقتی وارد این مجموعه شدم اصلی‌ترین مشکل این بود که مسئولیت‌ها به صورت دقیق بین بخش‌های مختلف تقسیم نشده بود و به همین دلیل انرژی زیادی می‌گرفت. در داخل سیستم زمانی که مسئولیت به صورت دقیق نباشد مرتب منشاء چالش بین نیروها است و وقت عمده مدیر صرف نامهای تعیین می‌شود، زمانی که من به آنجا رفتم مجموعه سه بخش معاونتی شامل معاونت بودجه، معاونت نظارت بر اجرا و معاونت طرح و برنامه داشت و دو بخش دیگر معاونت نظارت بر اجرا و معاونت طرح و برنامه کاملاً تحت تأثیر فعالیت معاونت بودجه قرار گرفته بود. یعنی عملاً نیروها باید در مقطعی زیر نظر معاونت بودجه کار می‌کردند، یعنی در بحث تدوین بودجه یا مثلاً صدور اصلاحیه بودجه یک نیروی زیرمجموعه معاونت طرح و برنامه بود و معاونت باید کار می‌کرد و این تضاد بین معاونان بود و به‌هم‌ریختگی سازمانی در سیستم ایجاد می‌شد. کاری که صورت گرفته بود بخش نظارت را از بخش اجرای بودجه جدا کرده بودند که دو عمل تفکیک‌ناپذیر است، فردی که می‌خواهد به مجموعه‌ای بودجه بدهد باید ناظر آن هم باشد ولی سیستم به این صورت بود که فرد دیگری نظارت می‌کرد و تصمیم را در خصوص افزایش یا کاهش اعتبار فرد دیگری اتخاذ می‌کرد. این موضوع باعث شد که در دست اطلاعات و قدرت و امکان مدیریت گسست فردی بود که ناظر نبود و ناظر فرد دیگری

بود که کسی به حرفش گوش نمی‌کرد. از همین رو نخستین موضوعی که احساس کردم جدا کردن بخش اجرایی بودجه نظارت بر اجرای بودجه بود که به هر دو بخش ضرر زده بود و به همین دلیل باید تغییرات ایجاد می‌شد. معاونتی ایجاد کردیم که ناظر بر اجرای بودجه مناطق بود، یعنی هم اجرای بودجه مناطق بود و هم نظارت بر اجرای بودجه و نظارت بودجه ستاد، که ستاد شامل معاونت‌ها و سازمان‌های شرکت‌های پایه است. اولاً تقسیم وظایف آنها مشخص شد و می‌دانستند که حوزه فعالیت‌شان چیست. معاونت نظارت بر اجرای بخش بودجه را به این صورت سازماندهی کردیم و نظارت و اجرا یکی شدند.

سعی کردیم نیروهای معاونت طرح و برنامه اصلاً وارد مباحث جاری بودجه‌ای نشوند چون تجربه نشان داده بود که در فرآیندهای بودجه‌ای هم کارشان را کنار می‌گذارند و وارد بخش تدوین می‌شوند که کار زمان‌بری است، به خصوص در فصل‌های تدوین و اصلاحیه و بستن حساب‌های کاری است که زمان زیادی نیاز دارد. به همین دلیل آنها هم درگیری‌هایی داشتند به‌عنوان کارشناسان مناطق ما را جدا کردند و عنوان کردند که کار شما شد توسط تیمی متشکل از معماران و برنامه‌ریزان شهری حرفه‌ای شامل جیمی لرنر طراحی شد و به سرعت به مرحله اجرا درآمد. طرحی که آقای لرنر از آن به‌عنوان یکی از موفقیت‌های مثال‌زدنی دولت برزیل یاد می‌کند.

وی می‌گوید: تنها کافی است این نکته را در نظر بگیرید که بسیاری از مردم این شهر چندان متمول نیستند و تحصیلات عالی ندارند اما به لطف طراحی دقیق شهر، اکنون جزو متعمرن‌ترین شهروندان دنیا طبقه‌بندی می‌شوند، زباله‌های خود را تفکیک می‌کنند، از طرح‌های زیست‌محیطی دفاع می‌کنند و رفتاری مبتنی با احترام دارند.

بحران اقتصادی چین صنعت کشتیرانی را غرق می کند

منبع: cnn

موجی که بحران اقتصادی چین به راه انداخته، به جاهای زیادی در دنیا رسیده و حالا نوبت صنعت کشتیرانی دنیاست که ضربه سختی بخورد.

این صنعت همین حالا هم در یک بحران است. سقوط قیمت جهانی نفت، عرضه و تقاضا را کم کرده و همین باعث کسادی صنعت کشتیرانی شده است. نزدیک به ۹۰ درصد کالاهای در سراسر دنیا توسط کشتی‌ها جا‌جا می‌شوند و به همین خاطر وقتی که تقاضا کم می‌شود، شرکت‌های کشتیرانی نخستین تجارت‌هایی هستند که ضربه می‌بینند.

در همین حال رشد اقتصادی دنیا نامطمئن است و فضایی سرشار از شک و ناامیدی اقتصاد چین را دوره کرده است. چین دومین اقتصاد بزرگ دنیا و همین‌طور بزرگ‌ترین صادرکننده در دنیاست اما به تازگی ضعیف‌ترین رشد اقتصادی در یک ربع قرن اخیر را تجربه کرده و پیامد این شرایط بد اقتصادی، دامن صنعت کشتیرانی را گرفته است. براساس آمارهای رسمی دولت چین، صادرات این کشور در دو ماه ابتدای سال کاهش یافته. در مقابل واردات هم افت کرده. همین یعنی کشتی‌های بیشتری به خاطر این بحران بدون استفاده مانده‌اند.

لودویج رنو، مسئول حوزه دریای چین جنوبی در شرکت بزرگ CMA CGM از تغییرات بزرگ در بازار شرکت‌های کشتیرانی خبر می‌دهد و می‌گوید: «بازار (چین) چیزی نیست که ما به آن عادت داشتیم. قبلا رشد دو رقمی چیزی عادی بود اما حالا شرایط خیلی فرق کرده است. همیشه می‌توان با شرایط کشتیرانی در دنیا تشخیص داد که اقتصاد دنیا در چه وضعی است. الان شرایط واقعاً بد است. ما به خوبی آن را احساس می‌کنیم.»

شاخص بلاتیک دری که قیمت‌های تجارت دریایی را مشخص می‌کند، در ماه فوریه ۲۹۰ واحد افت داشت. از آن زمان هرچند شرایطی کمی بهتر شده اما چشم‌اندازی که پیش روی شرکت‌های کشتیرانی است، نگران‌کننده است.

شرایط چنان بد است که بزرگ‌ترین شرکت کشتیرانی دنیا یعنی A. P. Moller- Maersk هم ضربه‌های سختی متحمل شده است. در یک چهارم پایانی سال گذشته میلادی، این شرکت عظیم دانمارکی ۱۸۲ میلیون دلار ضرر ثبت کرد. این شرکت



برای اینکه بتواند با شرایط سازگار باشد، ۴هزار نفر را اخراج کرده است و ظرفیت ناوگانش را پایین آورده است.

با وجود اینکه کارشناسان پیش‌بینی کرده‌اند شرایط کمی بهتر خواهد شد، دوران سخت کشتیرانی در راه است.

در چند سال گذشته، صنعت کشتیرانی ساخت شناورهای بسیار بزرگ‌تر را آغاز کرده است. برخی از این ابرکشتی‌ها می‌توانند ۱۸ هزار کانتینر را جا‌جا کنند. ایده ساخت این کشتی‌های بزرگ‌تر این بود که کالاهای بیشتری در یک سفر دریایی حمل شود و در نتیجه سود بیشتری حاصل شود. اما این استراتژی نتیجه عکس داده چون رقابت بیشتر شرکت‌ها، قیمت‌ها را پایین آورده است. کشتی‌های بزرگ در بندرهای بین‌المللی لیگ انداخته‌اند و منتظر سفارش هستند. ولیروو کارپن کاپیتان بندرهای CMA CGM می‌گوید: «رشد صنعت کشتیرانی آن‌طور که انتظار می‌رفت نشده است.»
دروری که یک شرکت مشاور در صنعت کشتیرانی است، پیشنهادهای انقلابی‌ای به شرکت‌های کشتیرانی داده و به آنها توصیه کرده نیمی از کشتی‌های خود را از رده خارج کنند. اما مسئله این است که مدتی طول می‌کشد تا تأثیرات هر قدمی که حالا برداشته شود احساس شود. دروری پیش‌بینی کرده صنعت کشتیرانی همچنان افت داشته باشد و در سال‌های بعدی هم ضعیف باقی بماند.

دور دنیا

چگونه خلاقیت کارکنان خود را افزایش دهیم؟

ترجمه: سیروس ترکمان

منبع: مجازو

روحیه نوآوری به‌عنوان یک اصل در پیشرفت و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دارای جایگاه با ارزشی در راستای پیاده‌سازی استراتژی‌های جدید برای آینده است. نقش رهبران و کارفرمایان که با دادن انگیزه‌ای کلی موجب خلق ایده‌ها و به چالش کشیدن گفته‌ها می‌شود، حائز اهمیتی دو چندان است.

تا به حال شده است که در پیش‌بینی نیازهای روز، ارائه محصولات بدیع و تصور بازار در آینده احساس تنهایی کنید؟ احتمالاً شما از مزایای شکل‌گیری روحیه ابتکار عمل در میان همکاران‌تان یا انتشار ایده‌ها با خرید و احیاناً آیا زمان مشخصی را به امور روزانه شرکت خود اختصاص می‌دهید؟

فرهنگ خلاقیت و نوآوری از اصول توسعه صنایع کوچک و بزرگ به حساب می‌آید که این مهم تنها شامل وظایف کارشناسان و تیم تحقیق و توسعه نیست. اگر فقدان منابع، چالشی بزرگ بر سر راه صنایع متوسط باشد، وجود مدیریتی مدبرانه تا حد زیادی این عامل را جبران می‌کند. در واقع اهرم‌های بسیاری هستند که می‌توانند شرایط این نوع از کارخانه‌ها را بهبود بخشند. نزدیکی مهارت‌ها و انعطاف‌پذیر بودن در تغییرات موجب تشکیل محوری قدرتمند در جهت رشد روحیه خلاقانه می‌شود.

تشویق یک نگاه تازه

قبل از هر چیز به‌عنوان یک رهبر، باید تمایل خود را نسبت به پذیرش نوآوری در کسب‌وکار‌تان نشان دهید. و حتماً زمانی را برای بحث و گفت‌وگو با کارمندان خود پیرامون مسائلی مختلف اختصاص دهید. شاید حرف‌های همگی آنها نمریخس نباشد اما احتمال بودن نقطه نظری جالب که فرآیند توسعه را تسریع بخشد، وجود دارد. برای مثال مدیر یک شرکت، صندوقی را تعبیه کرده است که این امکان را به همه می‌دهد تا نظرات و پیشنهادات خود را به واسطه آن به دست وی برسانند؛ هر ماه از میان آنها یکی به‌عنوان بهترین انتخاب شده و عملیات اجرایی آن توسط گروهی خاص پی گرفته می‌شود.

ایده‌ها و بازخورد‌ها

این نکته را به یاد داشته باشید که گاهی اوقات اجرای یک ایده جدید موجب گسست و یک گام به سمت عقب می‌شود، پس در هنگام شنیدن نظرات از گفتن جملاتی از قبیل: «این کار فایده‌ای ندارد یا پنج سال پیش نیز آن را انجام داده‌ایم» واهم‌های نداشته باشید. باید تجربیات گذشته و تحولات فناوری را مدنظر قرار داده و یادید که اگر برنامه‌ها را در گذشته نمی‌توانستید انجام دهید، امروزه احتمال عملی شدن آن می‌رود. پس به‌طور کلی خلاقیت را در بین افراد خود گسترش دهید تا به لطف آن مجموعه شما از حالت خشکی و رکود خارج شود. واضح است که این نکته قلب پویا و منبع تغذیه صنعت شما شده و اتفاقات خوب را برای‌تان به ارمغان می‌آورد.

قاب

دولت چین با قانون جدیدی که تصویب کرده می‌خواهد کنترل بیشتری روی اینترنت داشته باشد. بر اساس قانون جدید هر سایتی که می‌خواهد در چین فعالیت کند باید در این کشور ثبت شده باشد. این اقدام پیش از این در هیچ جای دنیا مرسوم نبوده است.



مدرسه مدیریت

زندگی عجیب کارآفرینان جوان

به دانش‌آموزان تیزهوش اختصاص داشت مشغول به تحصیل شد. این مؤسسه به دانش‌آموزان تیزهوش کمک می‌کرد قبل از گرفتن دیپلم وارد دانشگاه شوند. جسیکا ۱۷ساله بود که قبیل از گرفتن دیپلم وارد دبارتمان UC انفورماتیک شد. سرانجام در ماه می ۲۰۱۰ با همراهی یکی از دوستانش شرکت خصوصی نرم‌افزارهای حسابداری و مدیریت را تاسیس کرد. شرکت inDinero در مدت چهارسال توانست ۸میلیون دلار سودآوری برای صاحبانش داشته باشد و بعد از این تعداد کارمندانش را به ۷۵ نفر خواهد رساند. او شرکت را از صفر تا چندین میلیون دلار رشد داده است. تحصیلات جسیکا در زمینه کامپیوتر بوده و هم‌اکنون عضو موسسه کارفرمایان جوان است.

ترجمه: مریم قاسمی

منبع: Les Echos

مجله forbes تصویر جوانان شجاعی را منتشر کرد که مانند مارک زوکربرگ، موسس فیس بوک حوزه کاری خود را حتی قبل از ۲۰سالگی متحول کرده‌اند.

ژاک لاتا

کشور: آمریکا
سن در هنگام راه‌اندازی پروژه: ۱۶ سال
سن فعلی: ۱۷ سال
ایلکیشن یو در سال ۲۰۱۴ درآمدی یک و نیم میلیون دلاری کسب کرد. این برنامه این روزها میلیون‌ها دلار می‌ارزد و بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاران استارت‌آپ‌ها به دنبال خرید و توسعه این برنامه کاربردی و جدید هستند. اما در پشت صحنه این برنامه یک مهندس ۱۶ساله را می‌بینیم که سرپرستی گروه مهندسی آن را به عهده دارد. ژاک لاتا ۱۶ساله دبیرستان را به قصد رفتن به سان فرانسیسکو ترک می‌کند تا شانس خود را در بازار کار و در ارتباط با تکنولوژی که حوزه کاری مورد علاقه‌اش بود امتحان کند. به محض ورود به سان فرانسیسکو، ژاک به‌عنوان مهندس به یو پیوست. ژاک در زمانی‌که اوج شهرت یو بود و در مطبوعات بزرگی چون نیویورک تایمز، وال استریت و NBA زورنال مورد بحث قرار می‌گرفت، رهبری تیم مهندسی آن را بر عهده داشت. بعد از یو دیگر وقت آن رسیده بود که ژاک شرکت خصوصی خود را تاسیس کند. شرکت Hack club به دانش‌آموزان علاقه‌مند به coding کمک می‌کرد تا در زمینه مورد علاقه خود ازجمله برنامه‌ریزی کامپیوتری و رمزگذاری اینترنتی کار کنند. در یک‌سال‌ونیم گذشته Hack club موفق شد فعالیت خود را تا ۷۲مدرسه در ۱۶ ایالت و ۷ کشور گسترش دهد. تعداد این دانش‌آموزان به ۱۵۰۰ نفر می‌رسد.

جسیکا ماه، هنرمند ماهر در coding

کشور: آمریکا
سن در هنگام تاسیس پروژه: ۱۹ سال
سن فعلی: ۲۵ سال
جسیکا عاشق کمک به تاجران است که می‌خواهند در کار خود موفق باشند. به همین دلیل کار خود را با راه‌اندازی سایت‌های اینترنتی برای مشتریان از سن ۱۱سالگی آغاز کرد و سه سال بعد درحالی‌که جسیکا تنها یک نوجوان بود، هر هفته ۴۰ ساعت از وقت خود را به شرکت خصوصی‌اش اختصاص داده بود. جسیکا مدرسه را ترک کرد و در موسسه Simon’s Rock

جدول امروز

کیوسک

چرا نباید آیفون ۶ بخریم

مدل آیفون اس‌ئی که به تازگی عرضه شد با قیمتی که از ۳۹۹ دلار شروع می‌شود، واقعاً هیجان‌انگیز است. به خصوص اگر دنبال گوشی هوشمندی هستید که درست در دست‌تان جا شود.

ولسی اگر چیز بزرگ‌تری می‌خواهید که به همان اندازه قدرتمند باشد آیفونون ۶ اس هم هست. و اگر دنبال یک گوشی کمی بزرگ‌تر می‌گردید، آیفون ۶ اس پلاس را هم می‌توانید در نظر داشته باشد. کاری که این اس‌م‌ها در کنار هم انجام می‌دهند این است که مدل‌های قبلی آیفون را از یادها می‌برند انگار که آنها متعلق به دوران باستان بوده‌اند.

کاری که مدل جدید اس‌ئی انجام می‌دهد این است که ۶ اس و ۶ اس پلاس را هم کنار می‌زند و حالا می‌توان گفت که آنها هم قدیمی هستند. هرچند برای بستن پرونده این دو مدل کمی زود است.

کمی کند، کمی سریع

شاید به نظر برسد که مدل‌های آیفون ۶ و ۶ پلاس همان ۶ اس و ۶ پلاس اس هستند اما گول ظاهر را نخورید. همانقدر که این مدل‌ها در ظاهر شبیه هستند، در باطن متفاوت هستند.

پردازشگرهایی که اپل در مدل‌های ۶ و ۶ پلاس استفاده کرده، ای ۸ و ۸ ام هستند اما در مدل‌های ۶ اس و ۶ اس پلاس، آیفون از پردازشگرهای قوی‌ای ۹ و ام ۹ استفاده کرده. شاید این تفاوت چندان چشمگیر نباشد اما به این فکر کنید که قرار است یک گوشی بخريد که دو تا سه سال آن را در دست بگیرید. در این مدت، تفاوت مدل‌های قدیمی با گوشی‌های جدید، می‌تواند تحقیرآمیز باشد. البته که مدل‌های ۶ اس و ۶ اس پلاس هم قدیمی خواهند شد اما دو سال بعد، آنها همچنان کارایی قابل‌قبولی دارند در صورتی که مدل‌های ۶ و ۶ پلاس، صاحبانشان را یاد لاک‌پشت‌ها خواهند انداخت.

دوربین‌های پیشرفته

آیفون ۶ اس، ۶ اس پلاس و اس‌ئی همگی از دوربین‌های پیشرفته ۱۲ مگاپیکسلی‌ای‌سایت استفاده می‌کنند. در مقابل گوشی‌های ۶ و ۶ پلاس، همچنان دوربین‌های هشت مگاپیکسلی دارند. طبیعتاً، مگس‌هایی که با مدل‌های جدیدتر گرفته می‌شوند بهتر هستند. در دوربین جلو هم همین داستان وجود دارد. ۶ اس، ۶ اس پلاس و اس‌ئی دوربینی ۵ مگاپیکسلی دارند درحالی‌که دوربین مدل‌های ۶ و ۶ پلاس ۱.۲ مگاپیکسلی است. اگر شما کسی هستید که سلفی گرفتن را دوست دارد، بهتر است ۶ و ۶ پلاس را فراموش کنید. مدل‌های اس‌ئی و همین‌طور ۶ اس و ۶ اس پلاس همچنین فلش جدیدی دارند که عکاسی در نور کم را هم ممکن می‌کنند.

واما قیمت

قیمت یک دلیل خیلی خوب است که آیفون ۶ و ۶ پلاس را فراموش کنید. با معرفی آیفون ۴۰۰ دلاری اس‌ئی، حالا یک مدل قدرتمند ارزان در بازار است، پس چه دلیلی وجود دارد به فکر مدل‌های باستانی باشید؟

اگر می‌خواهید یک مدل بزرگ‌تر در دستتان باشد، می‌تواند آیفون ۶ اس ۶۵۰دلاری را بخرد. و اگر هم بزرگ‌ترین مدل ممکن را می‌خواهید، ۶ اس پلاس ۷۵۰ دلاری را از موبایل‌فروشی‌ها بخوایید.

آیفون ۶ با ۵۵۰ دلار و آیفون ۶ پلاس با ۶۵۰ دلار قیمت، در این میان واقعاً ارزشش را ندارند. درست است که ۱۰۰ دلار ارزان‌تر هستند اما وقتی که مدل‌های جدیدتر را بخرید، امکانات و کیفیت بسیار بیشتری در دست دارید و حتی اگر آن صد دلار اضافی برایتان مهم است، حالا می‌توانید مدل اس‌ئی را تهیه کنید.

به عبارت دیگر، حالا هیچ دلیلی وجود ندارد که بولتان را پای آیفون ۶ یا ۶ پلاس هزینه کنید.

به این پیشنهاد گرفته بود. مویکا موسس و مدیرعامل شرکت zagace است. کار این شرکت طراحی و فروش برنامه‌هایی مانند مدیریت حساب‌ها و حسابداری، مدیریت منابع انسانی، سرمایه‌ها و مارکتینگ است که ویژه تاجران طراحی شده است. مبارک بدون هیچ آموزشی، خودش یاد گرفت چگونه سایت‌های تجاری ایجاد کند و این به منزله شروع موفقیت او بود. پس از این یکی از مربی‌های او درهای هاروارد را به روی او باز کرد اما مبارک که به یادداشت بیل گیتس درسش را تمام نکرده و به دنبال تجارت رفت، او نیز به پیروی از ثروتمندترین مرد جهان وارد تجارت شد. مویکا برای رسیدن به هدفش سهام خود را در شرکت Hype century Technologies فروخت و با پول حاصل از آن شرکت خصوصی خود را به نام Zagace تاسیس کرد.

شابهام بانرچی، از خلاقیت تا موفقیت
کشور: آمریکا

سن در هنگام آغاز پروژه: ۱۲ سال
سن فعلی: ۱۴ سال
شابهام نوجوان هندی آمریکایی به وسیله خلاقیتش توانست عنوان جوان‌ترین کارآفرین دنیا را از آن خود کند. همه چیز برای شبهام با یک سوال شروع شد که از کنجکاوی او ناشی می‌شد. یک روز زمانی که شبهام مشغول نوشتن تکالیف مدرسه‌اش بود، ناگهان این سوال برایش مطرح شد که نابینایان چگونه می‌نویسند؟ و برای یافتن پاسخ پرسشش کنجکاوی و تحقیق می‌کرد. زمانی‌که به جواب رسید، متوجه شد که نابینایان برای استفاده از خط بریل مشکلات بزرگی دارند که مهم‌ترین آن

قیمت دستگاه‌های چاپ بریل بود. بنابراین به دنبال راه حلی بود تا کار آنها را ساده‌تر کند. او برای یافتن راه‌حل به سراغ بازی مورد علاقه کودکی‌اش که لگو بود رفت و با استفاده از کیت ماینداستورم کمپانی لگو، که مخصوص ساختن روبات‌های اسباب بازی بود، طرح اولیه چاپگر خود را آماده کرد. شبهام بعد از آماده کردن اختراعش، آن را در نمایشگاه مدرسه به نمایش گذاشت و این گونه بود که خلاقیت او کم‌کم شهرت جهانی پیدا کرد و سرمایه‌گذاران بزرگی را به سمت خود کشاند. سپس کارایی دستگاه خود را ارتقا داده و با سرمایه حاصل از آن شرکت خصوصی‌اش را با نام برگو باشیم (Braigo) که ترکیبی از نام‌های بریل و که هزینه‌های تحصیل در هاروارد را پوشش می‌دهد رد کنیم و احساس کنیم با تاسیس شرکت خصوصی خردمان بهتر عمل خواهیم کرد. این تصمیمی است که مبارک در پاسخ

جدول امروز

قیمت خودرو

مدل	قیمت بازار	قیمت کارخانه
پژو ۲۰۶ . تی ۵پ	۳۶,۹۰۰,۰۰۰	۳۶,۶۹۳,۰۰۰
E2 نو تندر	۳۹,۰۰۰,۰۰۰	۳۷,۲۹۲,۰۰۰
پژو پارس سال	۳۶,۲۰۰,۰۰۰	۳۵,۶۰۸,۰۰۰
پژو ۴۰۵ GLX	۲۹,۲۰۰,۰۰۰	۲۸,۸۸۲,۰۰۰
سمند LX	۳۰,۶۰۰,۰۰۰	۳۰,۱۳۴,۰۰۰