

شایلی قرایی

Newskasbokar@gmail.com



نایبرئیس انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحر که و قطعه‌سازان خودرو کشور با بیان اینکه زیان انباشته دو خودروساز بزرگ کشور حدود ۳۴۰ هزار میلیارد تومان است، گفت: شفاف ایجادشده میان قیمت کار خانه و بازار خودرو از زمان اجرای قیمت‌گذاری دستوری به بیش از ۸۰۰ همت رسیده است. ابراهیم دوست‌زاده با اشاره به آخرین وضعیت مالی خودروسازان بزرگ کشور اظهار کرد: از قایم که ارانه می‌شود بر مبنای صورت‌های مالی منتهی به اسفند ۱۴۰۴ است و گزارشی که در مردامه امسال تهیه شده، آخرین وضعیت مالی دو خودروساز بزرگ را بررسی کرده است.

به گزارش ایرنا، وی افزود: بر اساس این بررسی، زیان انباشته دو خودروساز بزرگ کشور حدود ۳۴۰ همت است. این رقم به‌تنهایی نشان‌دهنده‌بخشی از مشکلات مالی صنعت خودرو است و برای ارزیابی دقیق‌تر شرایط باید وضعیت مطالبات زنجیره تامین، بدهی‌های جاری و تعهدات ایجادشده برای آینده نیز مورد توجه قرار گیرد.



هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده متضرر شدند

شکاف ۸۰۰ همتی قیمت خودرواز کارخانه‌تا بازار

کرده‌ایم که حاصل این محاسبه نشان می‌دهد حجم منابعی که اثر در فاصله قیمت کارخانه و بازار ایجاد شده، بیش از ۸۰۰ همت بوده است.

نایبرئیس انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحر که و قطعه‌سازان خودرو کشور گفت: نکته مهم این است که بخش عمده این منابع به‌مصرف‌کننده‌نهایی یا حتی تولیدکننده نرسیده، بلکه در بسیاری از موارد نصیب واسطه‌ها و دلالان بازار شده است. وی افزود: در سال‌های گذشته شاهد بودیم که افراد برای ثبت‌نام خودرو از ظرفیت اشخاص دیگر استفاده می‌کردند و حتی خرید و فروش کارت ملی با امتیاز ثبت‌نام خودرو شکل گرفت؛ در نهایت خودرو با قیمت کارخانه خریداری و در بازار با اختلاف قابل توجه به فروش می‌رسید.

به گزارش ایرنا، دوست‌زاده با تأکید بر اینکه هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده نهایی از این سازوکار متضرر شده‌اند، اظهار داشت: اگر بخشی از منابع ناشی از اختلاف قیمت کارخانه و بازار به جیب دلالی به خودروساز می‌رسید، امکان استفاده از آن برای توسعه محصول، از تقای کیفیت، ایجاد پلتفرم‌های جدید و سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین فراهم می‌شد. وی افزود: خودروساز می‌توانست بخشی از این منابع را به توسعه خودروهای هیبریدی، برقی و فناوری‌های جدید اختصاص دهد و در نتیجه صنعت خودرو نیز از نظر فناوری و رقابت‌پذیری شرایط بهتری پیدا می‌کرد. نایبرئیس انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحر که و قطعه‌سازان خودرو کشور خاطر نشان کرد: از طرف دیگر، اگر سازوکار قیمت‌گذاری به شکل صحیح اصلاح می‌شد، بخشی از منافع نیز می‌توانست به مصرف‌کننده واقعی برسد و به جای ایجاد رانت و واسطه‌گری، فرآیند عرضه خودرو شفاف‌تر شود.

نایبرئیس انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحر که و قطعه‌سازان خودرو کشور قیمت‌گذاری دستوری را به عنوان یکی از ریشه‌های اصلی بروز مشکلات در صنعت خودرو عنوان کرد و گفت: خودروساز با مجموعه‌ای از نهادهای تولید شامل مواد اولیه، قطعات، انرژی، دستمزد و سایر هزینه‌ها مواجه است که بخش قابل توجهی از آنها تابع نرخ ارز، تورم و شرایط بازار هستند

و عملاً امکان کنترل قیمت آنها توسط خودروساز وجود ندارد.

وی ادامه داد: این در حالیست که محصول نهایی یعنی خودرو و مشمول قیمت‌گذاری دستوری است. در چنین شرایطی وقتی قیمت نهادهای تولید افزایش پیدا می‌کند اما قیمت محصول نهایی اجازه افزایش متناسب با هزینه‌ها را ندارد، نتیجه طبیعی آن افزایش زیان تولیدکننده است و این زیان در نهایت به کل زنجیره صنعت خودرو و قطعه‌سازی منتقل می‌شود.

دوست‌زاده با اشاره به افزایش اخیر قیمت مواد اولیه در هفته های اخیر اظهار کرد: طی سه هفته گذشته نوسانات نرخ دلار و سایر ارزها شدت گرفته و در همین مدت برخی مواد اولیه از جمله فلزات رنگین مانند برنج با افزایش ۲۵ تا ۳۰ درصدی قیمت مواجه شده‌اند. این افزایش قیمت‌ها نیز فقط ناشی از تصمیم تولیدکننده نیست، بلکه در مواردی بر اساس سازوکارهای قانونی و مصوبات موجود، قیمت مواد اولیه متناسب با قیمت‌های جهانی و نرخ‌های تعیین‌شده محاسبه می‌شود.

وی تأکید کرد: در مقابل، برای خودرو هیچ افزایش قیمت متناسبی در کارخانه اتفاق نیفتاده و مجوز افزایش قیمت به اندازه رشد هزینه‌های تولید صادر نشده است. نایبرئیس انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحر که و قطعه‌سازان خودرو کشور گفت: حدود ۶۰ درصد قیمت تمام‌شده خودرو به نهادهای تولید مربوط می‌شود. بنابراین وقتی نهادهای تولید با افزایش ۲۵ تا ۳۰ درصدی مواجه می‌شوند، اثر آن به صورت مستقیم روی قیمت تمام‌شده خودرو نمایان خواهد شد. وی افزود: با این محاسبه، اگر هزینه نهادهای تولید چنین افزایشی پیدا کرده باشد، قیمت خودرو نیز باید متناسب با رشد هزینه‌ها تعدیل شود؛ اما وقتی چنین اجازه‌ای داده نمی‌شود، فاصله میان هزینه واقعی تولید و قیمت فروش بیشتر شده و زیان خودروساز افزایش پیدای می‌کند.

این فعال صنعت قطعه سازی با بیان اینکه مسئله قیمت‌گذاری باید به صورت یک مجموعه واحد دیده شود، اظهار کرد: اگر صنعت خودرو را یک سیستم در نظر بگیریم، این سیستم دارای ورودی‌هایی مانند

مواد اولیه و سایر هزینه‌های تولید و یک خروجی به نام خودرو است.

وی ادامه داد: اگر قرار است خروجی این سیستم یعنی خودرو و مشمول قیمت‌گذاری دستوری باشد، باید ورودی‌های آن نیز به همین شکل مدیریت و قیمت‌گذاری شوند. نمی‌توان نهادهای تولید را آزاد گذاشت تا با هر میزان افزایش نرخ ارز و قیمت‌های جهانی گران شوند، اما در طرف دیگر خودروساز را ملزم کرد محصول خود را با قیمت دستوری عرضه کند. دوست‌زاده تأکید کرد: این معادله از نظر اقتصادی منطقی و متوازن نیست. اگر امکان قیمت‌گذاری دستوری برای نهادهای وجود ندارد، باید در مورد محصول نهایی نیز قیمت‌گذاری دستوری عبور کنیم و اجازه دهیم خودروساز و تولیدکننده در یک فضای رقابتی فعالیت کنند.

وی با اشاره به درخواست خودروسازان برای اصلاح نظام قیمت‌گذاری گفت: درخواست خودروسازان برای حذف قیمت‌گذاری دستوری به این معنا نیست که آنها الزاماً می‌خواهند خودرو را با قیمت بازار عرضه کنند. دوست‌زاده افزود: حتی خودروسازان آمادگی دارند خودرو را با قیمتی حداقل پنج درصد پایین‌تر از قیمت بازار عرضه کنند تا مصرف‌کننده واقعی نیز از

کاهش تقاضا در بازار خودرو

بابک صدرايي، کارشناس خودرو

افزایش اخیر نرخ ارز نمی‌تواند بدون اثر بر قیمت خودرو باقی بماند، اما کاهش قدرت خرید و رسیدن قیمت خودروها به سقف‌های قیمتی، موجب شده بازار در وضعیت رکودی قرار داشته باشد. شکل‌گیری سیگنال گرانی می‌تواند تقاضای انباشته را وارد بازار کند و علاوه بر مصرف‌کنندگان، دلالان و سرمایه‌گذاران را نیز فعال سازد. در چنین شرایطی موج کوتاه‌مدتی از تقاضا شکل می‌گیرد، هر چند در صورت تداوم شرایط اقتصادی، امکان بازگشت رکود وجود دارد.

رکود را قبلاً هم داشتیم، ولی در حال حاضر شدیدتر شده است. دلایلش هم این است که قیمت‌ها بالا رفته، اما قدرت خرید مردم با همان سرعت بالا نرفته است. در نتیجه، حتی کسی که نیاز واقعی به خودرو دارد، ممکن است خریدش را عقب بیندازد. یعنی می‌گوید فعلاً صبر می‌کنم ببینم چه اتفاقی می‌افتد. چون وقتی فاصله بین قیمت خودرو و توان خرید مردم زیاد می‌شود، طبیعی است که تقاضا عقب‌نشیند.

از طرف دیگر، فقط خریدار نیست که عقب‌نشسته است. فروشنده هم خیلی وقت‌ها حاضر نیست خودرو را بفروشد. چون می‌داند اگر امروز خودرو را بفروشد، برای خرید خودرو بعدی باید پول بیشتری بگذارد. بنابراین بازار از هر دو طرف تحت فشار است؛ هم تقاضا ضعیف شده و هم عرضه مثل گذشته نیست. بازار خودرو با تقاضای حدود یک و نیم میلیون دستگاه مواجه است و در شرایطی که عرضه همچنان کمتر از تقاضاست، ورود ۱۰ تا ۱۵ هزار خودرو نمی‌تواند به تنهایی موجب ریزش شدید قیمت‌ها شود. ضمن اینکه خودروهای دست‌دوم وارداتی نیز اگر وارد بازار شوند، با توجه به هزینه‌ها و شرایط واردات، لزوماً با قیمت‌های بسیار پایین عرضه نخواهند شد و می‌توانند در سطحی نزدیک به خودروهای موجود در بازار قیمت‌گذاری شوند.

سهم ۷۰درصدی قاچاق از بازار لوازم آرایشی

داد: همچنین لازم است کالاهایی که از مسیرهای مرزی وارد کشور می‌شوند، در چارچوب ضوابط مشخص قرار گیرند و محصولات وارداتی دارای شناسنامه و قابلیت رهگیری باشند تا امکان نظارت مؤثر بر بازار و جلوگیری از ورود کالای تقلبی فراهم شود.

موسی‌زاده با اشاره به اینکه سهم کالاهای قاچاق در بازار لوازم آرایشی حدود ۷۰ درصد است، گفت: ساماندهی این بازار نیازمند مجموعه‌ای از اقدامات هم‌زمان است؛ از حمایت از تولیدکنندگان داخلی گرفته تا شناسنامه‌دار کردن کالاهای وارداتی و تقویت نظارت بر شبکه توزیع.

هستند و به همین دلیل لازم است مصرف‌کنندگان در هنگام خرید، توجه بیشتری به محل تهیه محصولات داشته باشند. موسی‌زاده تأکید کرد: توصیه می‌شود شهروندان لوازم آرایشی مورد نیاز خود را از واحدهای صنفی مجاز دارای پروانه و مراکز معتبر تهیه کنند تا امکان اطمینان از سلامت و اصالت کالا افزایش یابد.

وی درباره برنامه‌های حمایتی برای تولیدکنندگان داخلی لوازم آرایشی نیز گفت: حمایت از تولیدکنندگان داخلی یکی از موضوعات مهم در این حوزه است و باید زمینه برای تقویت تولید داخلی و حضور محصولات ایرانی در بازار فراهم شود.

مدیرکل دفتر امور اقتصادی و بهبود فرایندها

مدیرکل دفتر امور اقتصادی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز با اشاره به سهم حدود ۷۰ درصدی قاچاق در بازار لوازم آرایشی گفت: بیش از ۹۰ درصد لوازم آرایشی قاچاق، تقلبی و غیراصل هستند.

رضا موسی‌زاده، مدیرکل دفتر امور اقتصادی و بهبود فرایندهای ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، در گفتگو با خبرنگار مهر درباره وضعیت بازار لوازم آرایشی اظهار کرد: بخش قابل توجهی از کالاهایی که به صورت قاچاق وارد کشور می‌شوند، فاقد اصالت هستند و نمونه‌های تقلبی و غیر اورجینال در این بازار سهم بالایی دارند. وی افزود: بر اساس بررسی‌ها، بیش از ۹۰ درصد لوازم آرایشی قاچاق، کالاهای تقلبی و غیر اورجینال

در راستای افزایش تعداد دسته‌چک‌های الکترونیکی، شبکه بانکی موظف است در فاز اول و از ابتدای مهر تا پایان آذر ۱۴۰۵، نسبت تعداد دسته‌چک‌های الکترونیکی صادره به مجموع دسته‌چک‌های صادره کاغذی و الکترونیکی در هر بانک و نسبت تعداد چک‌های الکترونیکی واکذارشده در گاه‌های غیر حضوری به تعداد کل چک‌های الکترونیکی واکذارشده در چکاوک را به ۲۵ درصد برساند.

به گزارش ایسنا، در راستای اجرای تکالیف قانونی مصرح در قانون برنامه پنج ساله هفتم پیشرفت کشور مبنی بر منع صدور چک‌های کاغذی از ابتدای سال سوم برنامه، نقشه راه مدون توسعه چک الکترونیکی، طی نامه شماره ۱۰۰۵۶۳۸۱۰۰ مورخ ۱۴۰۵۰۳۰۳۵ به شبکه بانکی ابلاغ شده است. همچنین با توجه به مصوبه هفدهمین جلسه مورخ ۱۴۰۵۰۰۶۰۱۴۰ هیئت عامل بانک مرکزی و ابلاغیه شماره ۱۵۸۷۹۶۰۵ مورخ ۱۴۰۵۰۰۶۰۲۹، آغاز اجرای این نقشه راه از ابتدای مهر ماه ۱۴۰۵ اعلام شده است.

بر این اساس، در فاز اول نقشه راه توسعه چک

الکترونیکی از ابتدای مهر ماه تا پایان آذر ۱۴۰۵ نسبت تعداد دسته‌چک‌های الکترونیکی صادره به مجموع دسته‌چک‌های صادره کاغذی و الکترونیکی در هر بانک و نسبت تعداد چک‌های الکترونیکی واکذارشده از درگاه‌های غیر حضوری به تعداد کل چک‌های الکترونیکی واکذارشده در چکاوک (اعم از حضوری و غیر حضوری) باید به ۲۵ درصد برسد. در فاز دوم این نقشه راه که از ابتدای دی تا پایان اسفند ۱۴۰۵ است این نسبت‌ها باید به ۴۰ درصد برسد. همچنین در فاز سوم این نقشه راه از ابتدای فروردین ۱۴۰۶ تا پایان اردیبهشت ۱۴۰۶ این نسبت‌ها به ۶۰ درصد و در فاز چهارم که از ابتدای خرداد ۱۴۰۶ تا پایان تیرماه ۱۴۰۶ است این میزان به ۸۰ درصد برسد.

گفتنی است؛ با هدف محدود کردن دسته چک کاغذی و در راستای سیاست کاهش تعداد برگ دسته چک مشتریان حقیقی، شبکه بانکی باید از ابتدای مهر ۱۴۰۵ تا پایان آذر ۱۴۰۵، دسته چک کاغذی را حداکثر به میزان ۱۰۰ برگ، از ابتدای دی ۱۴۰۵ تا پایان اسفند ۱۴۰۵، دسته چک کاغذی حداکثر به

افزایش ۳۱درصدی حجم آب در سدها

سال قبل ۲۰ درصد افزایش داشته است. حجم آب موجود مخازن اکنون ۲۴۴۶ میلیارد مترمکعب ثبت شده که این عدد نسبت به سال قبل که عددی معادل ۱۸۸۴ میلیارد مترمکعب بوده ۳۱ درصد افزایش داشته است. همچنین حجم پرشدگی سدهای کشور نیز تا این تاریخ ۴۷ درصد است.

اما وضعیت برخی از سدهای مهم کشور بیانگر این است که میزان ورودی مخازن کل کشور از ابتدای سال آبی (ابتدای مهرماه) تا ۲۸ هزار و ۳۰۶ مترمکعب (هفته آخر تابستان) معادل ۷۲٫۱۷ میلیارد مترمکعب بوده که در قیاس با سال گذشته که عددی معادل ۲۸٫۷۰۲ میلیارد مترمکعب بوده، ۶۴ درصد افزایش داشته است.

بنابراین هر چند برخی شاخص‌ها نسبت به سال گذشته بهبود یافته، اما پایین بودن درصد پرشدگی سدها در بسیاری از مناطق نشان می‌دهد که مدیریت مصرف آب و بهره‌راری دقیق از منابع موجود همچنان یک ضرورت جدی محسوب می‌شود.

بر اساس آخرین آمارها از شرکت مدیریت منابع آب ایران، میزان ورودی مخازن کل کشور از ابتدای سال آبی (ابتدای مهرماه) تا ۲۸ هزار و ۳۰۶ مترمکعب (هفته آخر تابستان) معادل ۷۲٫۱۷ میلیارد مترمکعب بوده که در قیاس با سال گذشته که عددی معادل ۲۸٫۷۰۲ میلیارد مترمکعب بوده، ۶۴ درصد افزایش داشته است.

همچنین میزان کل خروجی سدهای کشور نیز نسبت به

عده‌ای بانفوذ به دنبال مصونیت قضایی برای سوداگری و دلالتی هستند

واکنش به درخواست فعالیت سکوهای اینترنتی دارو



از شمول این قانون خارج شده‌اند؛ بنابراین، فعالیت‌های مرتبط با توزیع دارو نیز اساساً مشمول قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی نیستند.

مشاور فناوری اطلاعات سازمان غذا و دارو ادامه داد: سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در حوزه سلامت، مستقل از سیاست‌های ابلاغی مربوط به اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی است و این موضوع نشان می‌دهد احکام مرتبط با اصل ۴۴ صرفاً ناظر بر همان حوزه بوده و در حوزه سلامت، از جمله دارو، سیاست‌های ابلاغی اتخاذ ملاک عمل است.

او افزود: بر اساس این سیاست‌ها که مبنای احکام قانون برنامه هفتم توسعه نیز قرار گرفته‌اند، مسئولیت سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری، سطح‌بندی خدمات، استاندارد سازی، صدور مجوز و تدوین مقررات بر عهده وزارت بهداشت، در مان و آموزش پزشکی است.

وی همچنین با استناد به قانون برنامه هفتم توسعه و پیشرفت، که آخرین اراده قانون‌گذار محسوب می‌شود، اظهار کرد: با توجه به جایگاه تعریف‌شده برای وزارت بهداشت و سازمان غذا و دارو در مواد ۶۸ تا ۷۱ این قانون و تکالیف قانونی این دو نهاد در حوزه صدور مجوز و نظارت بر فعالیت‌های دارویی، محلی برای اعمال

Newskasbokar@gmail.com

مشاور فناوری اطلاعات سازمان غذا و دارو گفت: عده‌ای که در لایه‌های مختلف حاکمیت و دولت نفوذ معناداری دارند، با انواع روش‌ها و گمراه کردن عمدانه برخی از مسئولین دلسوز در قوای سه‌گانه،

بدنبال ایجاد مصونیت قضایی برای سوداگری و دلالتی و نه اشتغال مؤثر و توسعه اقتصادی هستند.

به گزارش ایلنا، مرکز ملی پایش و بهبود محیط کسب‌وکار با ازسسال نام‌ای به رئیس سازمان غذا و دارو، بر قانونی بودن فعالیت سکوهای اینترنتی عرضه و توزیع دارو تأکید کرد و خواستار توقف مخالفت‌ها با فعالیت این پلتفرم‌ها شد.

رامین مقدم، مشاور فناوری اطلاعات سازمان غذا و دارو، در پاسخ به این سؤال که برنامه سازمان غذا و دارو درباره فعالیت پلتفرم‌های اینترنتی عرضه دارو چیست، به خبرنگار ایلنا گفت: انتشار رسانه‌ای مکاتبه یک مدیر میانی از وزارت اقتصاد که قوانین نظام سلامت، اسناد بالادستی، سیاست‌های ابلاغی سلامت و قانون برنامه هفتم را نادیده گرفته و آن هم خطاب به مقام غیرهم تراز در دستگاه دیگر (معاون وزیر بهداشت و رئیس سازمان غذا و دارو) با ادبیات آمرانه و خارج از شئون اداری، تکرار الگوی سال گذشته در همین ایام با طرح ۹ شکایت علیه سازمان غذا و دارو است.

وی افزود: این اقدام نتیجه‌ای جز دامن زدن به دو قطبی کاذب تنظیم‌گری نظام سلامت و توسعه اقتصاد دیجیتال، ایجاد هرج‌ومرج برای سوداگری و توسعه قاچاق سازمان‌یافته دارو و اقدام سلامت در فضای مجازی و تهدید امنیت ملی و سلامت مردم ندارد. بنابراین، این موضوع نیازمند مداخله شخص وزیر اقتصاد در درجه نخست و نهادهای امنیتی و نظارتی در مراحل بعدی است. مقدم با اشاره به وجود الزامات متعدد فنی، اجرایی، نظارتی و حقوقی در حوزه عرضه اینترنتی دارو، مهم‌ترین ملاحظات قانونی این موضوع را تشریح کرد.

وی نخست با بیان اینکه توزیع و عرضه دارو از مصادیق بارز فعالیت در حوزه سلامت است، گفت: مطابق صدر تبصره ۲ ذیل بند «ج» ماده ۴۴ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی مصوب سال ۱۳۸۷ و اصلاحات بعدی، فعالیت‌های حوزه سلامت

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس با انتقاد از تکرار حملات سایبری به شبکه بانکی کشور گفت: هک اخیر چند بانک نشان داد تجربه‌های گذشته بدرستی مورد استفاده قرار نگرفته است. عباس پای‌زاده در گفت‌وگو درباره این که هک سیستم بانکی در جنگ ۱۲ روزه هم در ایام جنگ رمضان و هم در روزهای گذشته و دلیل این اتفاق و راهکارهای جلوگیری از تکرار آن گفت: در جنگ ۱۲ روزه یکی از بانک‌های کشورمان، یعنی بانک سپه، مورد هک قرار گرفت و با توجه به تدابیری که قبلاً در دو یا سه لایه اندیشیده بودند، این موضوع تا حدودی حل شد. اکنون هم در جریان جنگ ۴۰ روزه این اتفاق افتاد و اخیراً، متأسفانه

این موضوع به چهار بانک، از جمله بانک ملی، تجارت، صادرات و یکی دو بانک دیگر تسری پیدا کرده است. این عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی خاطرنشان کرد: انتظار این بود که بعد از جنگ ۱۲ روزه، از آن تجربه استفاده شود و بانک‌های کشور در جهت پیش‌بینان‌گیری با ایجاد سیستم‌های پشتیبان برای مواقعی که توسط گروه‌های هکری دشمن مورد حمله قرار می‌گیرند، اقدام کرده باشند؛ به‌گونه‌ای که مراکز ثانویه‌ای طراحی شده باشد تا در صورت بروز نقص در سرور مرکزی، بتوانند از طریق مرکز ثانویه خدمات بانکی را در سراسر کشور ارائه کنند.

وی ادامه داد: متأسفانه چند روز پیش بانک ملی و چند بانک دیگر مورد هک قرار گرفتند و بسیاری از مردم در روند عادی تأمین نیازهای خود واقعا دچار مشکل شدند. افرادی که در سامانه‌های ورودی و سفر بودند، برای تأمین نیازهای معمول، از جمله سوخت‌گیری، با مشکل مواجه شدند. عوارضی‌ها دچار اختلال شدند و نقل‌وانتقال پول با مسائل جدی روبه‌رو شد.

پای‌زاده با اشاره به اینکه پیش‌تر هم در کمیسیون اقتصادی دو جلسه در خصوص هک سیستم بانکی برگزار شد، بیان کرد: این جلسات قبل از جنگ ۴۰ روزه بود و قرار بر این بود که شورای

مدیر کل نظارت بر اجرای استاندارد صنایع فلزی سازمان ملی استاندارد در مورد زمان اجرای استاندارد دهای ۱۲۲ گانه خودرو گفت: جلسات آن برگزار شده و آنچه آن احتمالاً تا یکی، دو هفته آینده منتشر خواهد شد. البته بعید می‌دانم که امسال هر ۳ فاز این طرح اجرا شود. به گزارش ایلنا، بر برخی قطعه‌سازان کشور در شرایط اخیر با صدور بیانیه‌ها و نامه‌هایی مشترک که نسبت به دشوار شدن روند تولید هشدار داده و خواستار بازنگری در برخی رویه‌ها در زنجیره تأمین خودرو شدند که یکی از این درخواست‌ها به موضوع تجدید نظر در فرایندهای نظارتی استاندارد برمی‌گشت و درخواست شده که با توجه به فرایندهای زمان‌بر استاندارد و همچنین هزینه بالای رعایت برخی از مولفه‌های استاندارد به خصوص استاندارد ۸۶ گانه، برخی از این سختگیری‌ها تعدیل شود تا فرایند تولید تسریع شده و عرضه به بازار متعادل شود.

این در حالی است که پاییز سال گذشته بود که فرزانه انصاری، رئیس سازمان ملی استاندارد ایران اعلام کرده بود که در حال حاضر استاندارد دهای ۸۵ گانه خودرو در حال اجراست و استاندارد دهای ۱۲۲ گانه نیز تدوین شده‌اند؛ البته اجرای این استاندارد ده‌مנות

خبر

حقوق‌ها نسبت به تورم عقب‌است

دبیر اجرایی خانه کارگر شهری، با انتقاد از میزان افزایش حقوق در سال جاری، نسبت به ناکافی بودن دریافتی مستمری‌بگیران در مواجهه با تورم افسار گسیخته هشدار داد.

«علی ترکشوند» با بیان اینکه رشد مستمری‌ها هیچ سنسختی با نرخ واقعی تورم و جهش هزینه‌های زندگی ندارد، در گفتگو با ایلنا اظهار داشت: با وجود افزایش سرسام‌آور قیمت کالاهای اساسی، خدمات درمانی، اجاره‌ها و سایر هزینه‌های معیشتی، دریافتی بازنشستگان به‌هیچ عنوان پاسخگوی نیازهای روزمره نیست و این فقر با مشکلات معیشتی جدی دست‌به‌گریبان است. این فعال صنفی بازنشستگان تأکید کرد: تداوم وضعیت فعلی، قدرت خرید مستمری‌بگیران را به شدت کاهش داده است، برای بهبود این وضعیت، حفظ قدرت خرید و افزایش واقعی رها، نیازمند بازنگری اساسی در شیوه تعیین حقوق و اجرای بی‌قید و شرط قوانین مرتبط با «متناسب‌سازی حقوق بازنشستگان» هستیم.

به گفته ترکشوند، شفاف‌میان درآمد بازنشستگان و هزینه‌های واقعی زندگی طی سال‌های اخیر به بالاترین سطح خود رسیده و بسیاری از خانواده‌های بازنشسته را در تنگنای اقتصادی قرار داده است. رئیس هیئت‌مدیره کانون بازنشستگان شهری، در پایان با تأکید بر بحران معیشتی مزدبگیران کشور خاطرنشان کرد: انتظار می‌رود مسئولان با اتخاذ تدبیر فوری و عادلانه، زمینه بهبود وضعیت معیشتی و افزایش واقعی حقوق کارگران و بازنشستگان را فراهم کنند تا دریافتی آنان به تناسب شرایط اقتصادی و نرخ تورم واقعی ترمیم شود.

افزایش مبلغ فردی وام اشتغال به اندازه تورم سال گذشته

نماینده مجلس گفت: باید مبلغ فردی وام اشتغال به ویژه برای مددجویان متناسب با تورم سال ۱۴۹۴ کشور افزایش یابد. یکی از مهم‌ترین وظایف دولت‌ها این است که از اقبال ضعیف جامعه حمایت به عمل بیاورند. در همین راستا، همه ساله در قانون بودجه ردیف اعتباری برای پرداخت وام اشتغال در نظر گرفته می‌شود. بخشی از وام اشتغال در اختیار نهادهای حمایتی قرار می‌گیرد تا در راستی توانمندسازی مددجویان به کار گرفته شود.

در قانون بودجه ۱۴۰۵ نیز پیش‌بینی شد که مبلغی برای وام اشتغال طی سال جاری در نظر گرفته شود. بخشی از این اعتبارات قرار است به نهادهای حمایتی شامل کمیته‌امداد امام خمینی (ره) و بهزیستی داده شود تا در زمینه اشتغال‌زایی مددجویان به کار بیفتند.

در آستانه سه‌ماده دوم سال هستیم، اما هنوز بانک مرکزی سهمیه بانک‌ها را برای پرداخت وام اشتغال مشخص نکرده است. همچنین تأمین اعتبار نیز صورت نگرفته است. نظر نمایندگان مردم این است که مجلس به وظیفه خودش در زمینه ریل‌گذاری برای حمایت از اقشار ضعیف و پیش‌بینی وام اشتغال در قانون بودجه عمل کرده است. حالا نوبت بانک مرکزی است که در اسرع وقت نسبت به تعیین سهمیه و تأمین اعتبار مورد نیاز اقدام کند. علاوه بر این که وام اشتغال باید به موقع در اختیار مردم و به ویژه مددجویان قرار بگیرد، این نکته اهمیت دارد که مبلغ این تسهیلات متناسب با تورم افزایش پیدا کند.

اکبر پولادی نماینده مجلس با اشاره به این موضوع که افزایش مبلغ وام اشتغال متناسب با تورم یک ضرورت است، تصریح کرد: این یک امر بدیهی است که وام اشتغال باید متناسب با تورم افزایش پیدا کند. در غیر این صورت، هدف نهایی مبنی بر توانمندسازی اقشار ضعیف محقق نمی‌شود.

وی ادامه داد: وام اشتغال از جمله مهم‌ترین تسهیلات حمایتی است که در اختیار مردم قرار می‌گیرد. بخشی از این اعتبارات به نهادهای حمایتی داده می‌شود تا در زمینه اشتغال‌زایی برای مددجویان از آن استفاده شود. وی ادامه داد: اگر وام اشتغال متناسب با تورم افزایش پیدا نکند، کارایی لازم را ندارد و مددجویان در طرح‌های اشتغال‌زایی مشکل اساسی است و تأثیر بخشی این وام و حتی تضمین بازپرداخت آن به مشکل بر خواهد خورد؛ بنابراین باید مبلغ فردی وام اشتغال به اندازه تورم سال ۱۴۰۴ کشور افزایش یابد.

این نماینده مجلس خاطرنشان کرد: جنگ اخیر ثابت کرد که در تمامی حوزه‌ها و به ویژه در بخش اقتصادی در جنگ هستیم. دشمن تمام توان خود را برای تضعیف کشور به لحاظ اقتصادی به کار گرفته است. بر همین اساس، هدایت اعتبارات به بخش‌های مولد اقتصادی اهمیت دارد.



اخبار

وقتی نیازها عوض می شوند، کسب و کارهای جدید از کجا متولد می شوند؟



نشست «وقتی نیازها عوض می شوند، کسب و کارهای جدید از کجا متولد می شوند؟» در گروه اتحاد مردمی کسب و کارهای ایران «به آدرس کانال [ble.ir/join/Hy2CGMYi6DD](https://t.me/ble.ir/join/Hy2CGMYi6DD) برگزار شد. در این گفت و گو تلاش شد تا تکیه بر تجربه های واقعی اعضا، نحوه شکل گیری فرصت های جدید شغلی در پی تغییر نیازها و سبک زندگی مردم بررسی شود؛ با تمرکز بر راه حل های عملی برای شناسایی زودهنگام این تغییرات و تبدیل آن ها به کسب و کارهای موفق.

تغییر روش پاسخ به نیازهای قدیمی؛ بسیاری از کسب و کارهای جدید حاصل اختراع یک نیاز کاملاً تازه نیستند، بلکه از تغییر سبک پاسخ گویی به نیازهای قدیمی (مانند راحتی، سرعت، و صرفه جویی در زمان) شکل می گیرند.

۲. چالش اعتماد، مقایسه و انتخاب متخصص؛ هنوز در حوزه هایی مانند تعمیرات، خدمات فنی و تخصصی، فرایند پیدا کردن فرد قابل اعتماد و مقایسه قیمت ها سستی و سخت است؛ ساده سازی همین واسطه گری خود یک فرصت جدی کسب و کار است.

۳. نقش تغییر سبک زندگی و فناوری؛ مشغله زیاد، کمبود وقت و پیشرفت فناوری انتظارات مشتریان را بالا برده است. مشتری امروز دیگر حاضر نیست زمان و انرژی زیادی برای دریافت خدمات به روش های قدیمی صرف کند.

راهکار ۱: رصد هم زمان چند نشانه بازار؛ برای اطمینان از وجود یک نیاز واقعی، نباید فقط به حرف مشتری تکیه کرد؛ بلکه باید آمار فروش، رفتار خرید، گلهای روزمره و مباحث شبکه های اجتماعی را کنار هم تحلیل نمود.

راهکار ۲: امکان سنجی و سنجش بازار قبل از سرمایه گذاری؛ پیش از اجرای ایده، می توان از طریق نظر سنجی های ساده یا معرفی محدود محصول در جمع ها و شبکه های اجتماعی، میزان استقبال و آمادگی ذهنی جامعه را ارزیابی کرد.

راهکار ۳: اعتنا ف پذیر ی و رها کردن تعصبات قدیمی؛ کسب و کارها باید در برابر تغییرات الگوی مصرف مشتریان (مانند خرید غیر حضوری و آنلاین) منعطف باشند و روش های خود را سریع تر با نیاز روز تطبیق دهند.

جمع بندی نهایی؛ بر اساس دیدگاه های مطرح شده، هرچا یک مشکل تکرار شونده وجود داشته باشد و مردم برای حل راحت تر و سریع تر آن حاضر به پرداخت هزینه، زمان یا انرژی باشند، یک فرصت واقعی برای خلق یا توسعه کسب و کار وجود دارد. کلید موفقیت، شناسایی هوشمندانه این گروه ها و ارائه ا حلی ساده تر و مطمئن تر است.

نکته کار بر دی؛ به گله ها و کارهای روزمره ای که خودتان یا اطرافیان تن مجبورید به روش های سخت و زمان بر انجام دهید دقت کنید؛ پشت هر دردرس ساده اما تکراری، یک بازار آماده منتظر راه حل شماست.

«وقتی همه با هوش مصنوعی حرفه ای به نظر می رسند، مشتری به چه کسی اعتماد می کند؟»



نشست گفتگو در رابطه با «وقتی همه با هوش مصنوعی حرفه ای به نظر می رسند، مشتری به چه کسی اعتماد می کند؟» در گروه اتحاد مردمی کسب و کارهای ایران «به آدرس کانال [ble.ir/join/Hy2CGMYi6DD](https://t.me/ble.ir/join/Hy2CGMYi6DD) برگزار شد.

در این گفت و گو بررسی شد که در شرایطی که هوش مصنوعی تولید محتوای حرفه ای، تصاویر تبلیغاتی و حتی روایت های ساختگی از رضایت مشتری را ساده تر کرده، اعتماد مشتری چطور شکل می گیرد و یک کسب و کار واقعی چگونه می تواند اعتبار خود را قابل مشاهده و قابل راستی آزمایی کند.

محورهای اصلی مطرح شده

۱. تفاوت ظاهر حرفه ای با اعتماد واقعی؛ محتوای حرفه ای به تنهایی دیگر نمی تواند نشانه کافی برای اعتماد باشد. تجربه واقعی مشتری، سابقه قابل بررسی، پاسخگویی و شفافیت، نشانه های مهم تری برای تشخیص اعتبار یک کسب و کار هستند.

۲. نقش پشت صحنه و تجربه واقعی مشتری؛ نمایش روند واقعی کار، پشت صحنه، صاحب کسب و کار، نمونه های واقعی و نحوه برخورد با مشکلات می تواند به مشتری نشان دهد که پشت برند یک کسب و کار واقعی و پاسخگو قرار دارد.

۳. استفاده از هوش مصنوعی بدون از دست دادن هویت برند؛ استفاده از AI لزوماً باعث کاهش اعتماد نمی شود؛ مسئله زمانی ایجاد می شود که محتوا، هویت، تجربه و اطلاعات واقعی کسب و کار را منتقل نکنند. ترکیب خلاقیت و تجربه انسانی با توانایی های AI می تواند کاربرد مؤثر تری داشته باشد.

راهکار ۱: ادعاهای مهم کسب و کار را تا حد امکان قابل راستی آزمایی کنید و به جای وعده های بزرگ، روی شواهد واقعی تمرکز کنید.

راهکار ۲: بازخورد مشتری، مشکلات، اصلاحات، تصمیم ها و نتایج را از همان ابتدا در یک آرشيو ساده و منظم ثبت کنید.

راهکار ۳: به جای تلاش برای بی نقص نشان دادن کسب و کار، بخشی از مسیر واقعی، پشت صحنه و نحوه حل مشکلات را با حفظ حریم خصوصی مشر یان نشان دهید.

جمع بندی نهایی؛ بر اساس دیدگاه های مطرح شده، در دورای که تولید محتوای حرفه ای با کمک هوش مصنوعی برای همه آسان تر شده، صرفاً حرفه ای دیده شدن نمی تواند مزیت پایدار باشد. چیزی که سخت تر قابل کپی یا جعل است، سابقه واقعی، تجربه مشتری، نحوه عمل به وعده ها، شفافیت و مسئولیت پذیری کسب و کار است. AI می تواند ابزار قدرتمندی برای تولید و توسعه باشد، اما اعتماد زمانی شکل می گیرد که پشت این ابزار، تجربه و رفتار واقعی یک کسب و کار وجود داشته باشد.

نکته کاربردی؛ از همین امروز یک آرشيو ساده برای ثبت بازخورد مشتری، مشکلات پیش آمده، تصمیم های گرفته شده، اصلاحات انجام شده و نتیجه آن ها ایجاد کنید؛ این اطلاعات به مرور می تواند به یکی از واقعی ترین منابع اعتماد و اعتبار برند تبدیل شود.

News.kasbokar@gmail.com



سرپرست مرکز ارزشیابی وزارت آموزش و پرورش از طرح جدید این وزارتخانه برای تغییر شیوه ارزشیابی دانش آموزان خبر داد.

عبدالرضا فولادوند، سرپرست مرکز ارزشیابی و تضمین کیفیت نظام آموزش و پرورش، درباره تغییر شیوه ارزشیابی به اینا گفت: طرحی در این زمینه پیشنهاد شده و این موضوع در شورای معین ستاد انقلاب فرهنگی و همچنین شورای عالی آموزش و پرورش مطرح شده است. با این حال، طرح مذکور باید در شورای عالی انقلاب فرهنگی نیز بررسی و کارشناسی شود.

وی افزود: مقدمات اولیه این طرح از سوی ارائه دهنده آن انجام شده است و در ادامه، موضوع باید مراحل کارشناسی و بررسی های لازم را در شورای عالی انقلاب فرهنگی طی کند. فولادوند درباره جزئیات این طرح اظهار کرد: بر اساس پیشنهاد مطرح شده، آزمون ها از فرایند دریافت دیپلم پایه دوازدهم تفکیک خواهند شد. در این چارچوب، دانش آموزان با گذراندن مجموعه ای از آزمون ها و کسب امتیاز لازم، فارغ التحصیل خواهند شد. در صورت اجرای این طرح، کنکور حذف و آزمون پایان دوره جایگزین آن خواهد شد.

به گفته وی، آزمون پایان دوره به صورت یک آزمون

جامع برگزار خواهد شد و از نظر ساختار، مشابه آزمون های جامع دانشگاهی خواهد بود.

سرپرست مرکز ارزشیابی و تضمین کیفیت نظام آموزش و پرورش ادامه داد: چند ماده درسی مشخص اعلام خواهد شد و دانش آموزانی که تمایل داشته باشند، می توانند در آزمون های مربوط شرکت کنند و بر اساس نتایج به دست آمده، دیپلم خود را دریافت کنند. همچنین دانشگاه ها می توانند پذیرش خود را بر اساس امتیاز و عملکرد داوطلبان در این آزمون ها انجام دهند و از میان افرادی که امتیاز بالاتری کسب کرده اند، دانشجویان مورد نظر خود را بپذیرش کنند.

فولادوند تأکید کرد: این طرح در حال حاضر در مرحله مقدماتی قرار دارد و هنوز نهایی نشده است. در صورت تصویب و اجرای آن، آزمون جامع پایان دوره می تواند جایگزین سازوکار فعلی شود.

وی خاطر نشان کرد: به نظر می رسد این طرح، در صورت فراهم شدن زیرساخت های لازم، قابلیت اجرای مناسبی داشته باشد. البته اجرای آن نیازمند ایجاد و تکمیل زیرساخت های مربوط است. در پیشنهاد ارائه شده، سال ۱۴۰۷ به عنوان زمان احتمالی اجرای طرح مطرح شده است؛ با این حال، باید تأکید کرد که این موضوع همچنان در حد یک پیشنهاد است و طرح به تصویب نهایی نرسیده و در مرحله مقدماتی قرار دارد. در نهایت باید منتظر ماند و دید این طرح به تصویب خواهد رسید یا خیر.

فولادوند اضافه کرد: طراح طرح در ارائه اولیه خود،

طراحی لوازم التحریر «کتابک» بر اساس محتوای کتاب های کودک و نوجوان

هستیم. وی ادامه داد: هدف ما این است که در موضوعات مختلف، محصولات متنوعی برای کودکان و نوجوانان داشته باشیم تا مخاطب بتواند متناسب با نیاز و علاقه خود محصول مورد نظرش را انتخاب کند.

مدیر انتشارات کتابک با اشاره به استقبال مخاطبان از برخی محصولات این مجموعه اظهار داشت: در میان تولیدات امسال، طرح های مرتبط با رهبر انقلاب بیشترین استقبال را داشته است. قاسمی افزود: در موضوعات مختلف، طرح های دیگری نیز تولید کرده ایم و محصولات متنوعی در مطرح های موجود دارد، اما امسال محصولات با طرح های مرتبط با رهبر انقلاب در صدر استقبال مخاطبان قرار گرفته اند.

وی بیان کرد: در کنار این موضوع، طرح های مربوط به شهدا و دیگر موضوعات فرهنگی و مذهبی نیز همچنان در سبد تولیدات کتابک قرار دارند و تلاش می کنیم این حوزه ها را نیز توسعه دهیم.

قاسمی با اشاره به شرایط اقتصادی و افزایش هزینه مواد اولیه در حوزه تولید نوشت افزار گفت: در شرایط فعلی، تولید کنندگان با مشکلات مختلفی مواجه هستند و نوسانات قیمت باعث شده است که قیمت گذاری محصولات برای تولید کنندگان و مصرف کنندگان با دشواری همراه باشد.

وی ادامه داد: گاهی خانواده ها ابتدا قیمت یک محصول را می پرسند و بعد از مقایسه قیمت ها، ممکن است خرید خود را به زمان دیگری موکول کنند. این مسئله نشان می دهد که خانواده ها

نسبت به قیمت محصولات حساس شده اند و برای خرید، شرایط بازار را دنبال می کنند.

مدیر انتشارات کتابک تأکید کرد: ما تلاش کرده ایم محصولات را که در اختیار داریم، با کمترین افزایش قیمت و تا حد امکان با قیمت مناسب عرضه کنیم. با وجود اینکه قیمت کاغذ و مواد اولیه افزایش پیدا کرده و طبیعتاً هزینه تولید باید بیشتر شود، تلاش کردیم این افزایش را تا حد امکان به مخاطب منتقل نکنیم.

قاسمی گفت: امیدواریم این رویکرد در نهایت موجب برکت در مجموعه شود و بتوانیم همچنان محصولات فرهنگی و نوشت افزار مناسب را با قیمت قابل دسترس تری در اختیار خانواده ها قرار دهیم.

وی درباره حضور انتشارات کتابک در نمایشگاه خرد، شرایط بازار را دنبال می کنند.

مدیر انتشارات کتابک تأکید کرد: ما تلاش کرده ایم محصولات را که در اختیار داریم، با کمترین افزایش قیمت و تا حد امکان با قیمت مناسب عرضه کنیم. با وجود اینکه قیمت کاغذ و مواد اولیه افزایش پیدا کرده و طبیعتاً هزینه تولید باید بیشتر شود، تلاش کردیم این افزایش را تا حد امکان به مخاطب منتقل نکنیم.

قاسمی گفت: امیدواریم این رویکرد در نهایت موجب برکت در مجموعه شود و بتوانیم همچنان محصولات فرهنگی و نوشت افزار مناسب را با قیمت قابل دسترس تری در اختیار خانواده ها قرار دهیم.

وی بیان کرد: در کنار این موضوع، طرح های مربوط به شهدا و دیگر موضوعات فرهنگی و مذهبی نیز همچنان در سبد تولیدات کتابک قرار دارند و تلاش می کنیم این حوزه ها را نیز توسعه دهیم.

قاسمی با اشاره به شرایط اقتصادی و افزایش هزینه مواد اولیه در حوزه تولید نوشت افزار گفت: در شرایط فعلی، تولید کنندگان با مشکلات مختلفی مواجه هستند و نوسانات قیمت باعث شده است که قیمت گذاری محصولات برای تولید کنندگان و مصرف کنندگان با دشواری همراه باشد.

وی ادامه داد: گاهی خانواده ها ابتدا قیمت یک محصول را می پرسند و بعد از مقایسه قیمت ها، ممکن است خرید خود را به زمان دیگری موکول کنند. این مسئله نشان می دهد که خانواده ها نسبت به قیمت محصولات حساس شده اند و برای خرید، شرایط بازار را دنبال می کنند.

مدیر انتشارات کتابک تأکید کرد: ما تلاش کرده ایم محصولات را که در اختیار داریم، با کمترین افزایش قیمت و تا حد امکان با قیمت مناسب عرضه کنیم. با وجود اینکه قیمت کاغذ و مواد اولیه افزایش پیدا کرده و طبیعتاً هزینه تولید باید بیشتر شود، تلاش کردیم این افزایش را تا حد امکان به مخاطب منتقل نکنیم.

قاسمی گفت: امیدواریم این رویکرد در نهایت موجب برکت در مجموعه شود و بتوانیم همچنان محصولات فرهنگی و نوشت افزار مناسب را با قیمت قابل دسترس تری در اختیار خانواده ها قرار دهیم.

وی درباره حضور انتشارات کتابک در نمایشگاه خرد، شرایط بازار را دنبال می کنند.

مدیر انتشارات کتابک تأکید کرد: ما تلاش کرده ایم محصولات را که در اختیار داریم، با کمترین افزایش قیمت و تا حد امکان با قیمت مناسب عرضه کنیم. با وجود اینکه قیمت کاغذ و مواد اولیه افزایش پیدا کرده و طبیعتاً هزینه تولید باید بیشتر شود، تلاش کردیم این افزایش را تا حد امکان به مخاطب منتقل نکنیم.

قاسمی گفت: امیدواریم این رویکرد در نهایت موجب برکت در مجموعه شود و بتوانیم همچنان محصولات فرهنگی و نوشت افزار مناسب را با قیمت قابل دسترس تری در اختیار خانواده ها قرار دهیم.

طرح جدید آموزش و پرورش برای تغییر شیوه ارزشیابی دانش آموزان

تفکیک دیپلم از آزمون های ورود به دانشگاه



مهارت های مورد نیاز دانش آموزان، تقویت سبک زندگی و آماده سازی آنان برای زندگی آینده باشد. بنابر این، می توان محتوای آموزشی را به درستی تدوین و تدریس کرد و فرایند آموزش را از دغدغه های مربوط به کنکور جدا ساخت.

فولادوند در پایان گفت: در چنین شرایطی، هر دانش آموزی که تمایل داشته باشد می تواند در آزمون های مربوط به ورود به دانشگاه شرکت کند و در آزمون جامع پایان دوره حضور یابد. سپس دانشگاه ها می توانند بر اساس امتیازات کسب شده، پذیرش خود را انجام دهند و داوطلبانی را که امتیازات بالاتری به دست آورده اند، در اولویت پذیرش قرار دهند.

محصولات فرهنگی گفت: تلاش کرده ایم تا آنچا که توانایی و تجربه ما اجازه می دهد، برای بهتر شدن محصولات اقدام کنیم. بخشی از این مسیر نیز از طریق افزایش آگاهی و استفاده از تجربه فعالان این حوزه طی شده است.

وی افزود: در این نمایشگاه و رویدادهای مختلف، با تولید کنندگان دیگر نیز گفت و گو کرده ایم، محصولات آنها را دیده ایم و از تجربیاتشان استفاده کرده ایم. به اعتماد ما، انتقال تجربه میان فعالان حوزه فرهنگی می تواند به ارتقای کیفیت تولیدات کمک کند. مدیر انتشارات کتابک با اشاره به امکان همکاری با دیگر تولید کنندگان عنوان کرد: علاقه مند هستیم با مجموعه هایی که در زمینه هایی فعالیت می کنند که ما امکان تولید آن را نداریم، همکاری مشترک داشته باشیم.

قاسمی ادامه داد: این همکاری می تواند به شکل برون سپاری یا تولید مشترک انجام شود و ما از این ظرفیت استقبال می کنیم. معتقدیم همکاری میان مجموعه های فرهنگی و تولید کنندگان می تواند موجب تنوع بیشتر محصولات و استفاده بهتر از ظرفیت های موجود شود.

وی در پایان تأکید کرد: رویکرد ما این است که در کنار تولید کتاب و نشریات تخصصی کودک و نوجوان، در حوزه نوشت افزار نیز محصولات متنوع، فرهنگی و متناسب با نیاز مخاطبان تولید کنیم و این مسیر را با استفاده از تجربه و ظرفیت سایر فعالان این حوزه ادامه دهیم.

«کد ۷۰۰» روایتگر قصه یک خانواده در جستجوی پیکر فرزند شهیدش

آنچه که برای «کد ۷۰۰» اهمیت داشت صوری و وقار این خانواده بود، انتظار این خانواده برای پیدا شدن فرزندشان اشاره ای غیر مستقیم به خانواده هایی داشت که از جنگ هشت ساله به مدت ۲۰ تا ۴۰ سال منتظر فرزندانشان ماندند و بسیاری از آن ها هیچ گاه فرزندشان را ندیدند. ما ۲۰ روز انتظار یک خانواده برای پیدا شدن پیکر فرزندشان را روایت کردیم که فکر می کنم به خودی خود این موضوع می تواند مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد و آن مسائل حاشیه ای مثل حرف و حدیث های پیش آمده هم به حدی در فیلم گنجانده شد که فکر می کنم کافی بود و مخاطب منظور ما را از پرداختن به آن مسائل می فهمد. قاسمی در ادامه گفت: متأسفانه پیکر فرزند این خانواده پیدا نمی شد و آن ها تمام پیگیری های لازم را انجام دادند تا حداقل تکه ای از پیکر این شهید پیدا شود و افرادی که حرف ها و شایعات را دنبال می کردند دیگر آن حواشی را نادیده بگیرند و باور کنند که او فرزند نکرده بلکه به شهادت رسیده است.

این کارگردان خاطرنشان کرد: ما در مرحله اول قصد داشتیم فیلمبرداری را در سطح شهر انجام دهیم و حال و هوای شهر، میزان تحمل مردم و موشک های که به خانه ها برخورد می کردند را روایت کنیم، به نظر من شهر فضای خاص تری داشت اما محدودیت های این امکان را از ما گرفته بود که در سطح شهر فیلمبرداری کنیم، به هر حال به دلیل شهادت یکی از آشنایان من به مراسم شهادت بهشت زهرا رفتیم و آنجا واقعاً وضعیت خاصی را شاهد بودیم.

امکان فیلمبرداری آن جا هم وجود نداشت، من با رها درباره اینکه چرا فیلمبرداری می کنم به نهادهای مختلف امنیتی توضیح دادم، تصور من این بود که با پیگیری های انجام شده به سوز و رسیدیم و توانستیم روایت آن راه بر سرانجام برسانیم.

نشانی تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶

آدرس: تهران، خیابان زرگر، دروازه آرا، بعد از آرایش، کد پستی: ۱۳۶۶۸۷۳۳

تلفن: ۰۲۱-۴۴۲۹۹۲۰۶