

ایران در «ایران»

ترویج کشاورزی نوین با همراهی کشاورزان نمونه

ارومیه - مدیر هماهنگی ترویج و آموزش سازمان جهاد کشاورزی آذربایجان غربی گفت: «کشاورزان نمونه استان داوطلب آموزش کشاورزان در زمینه تولید علمی چهار محصول استراتژیک هستند و در این راستا آموزش های لازم را دریافت می کنند.»

بیتا احمدیان افزود: «در این استان ۱۰۰ کشاورز پیشرو در قالب مزارع الگویی فعالیت خواهند کرد که هر یک ۲۰ کشاورز تابعی را تحت پوشش قرار می دهند و در مجموع یک هزار و ۹۰۰ کشاورز از دستاوردهای این طرح و دستوراتعمل های فنی آن بهره مند می شوند.»

وی ادامه داد: «طرح ایجاد مزرعه الگویی برای چهار محصول استراتژیک از جمله گندم، جو، ذرت و کلزا در استان با هدف افزایش بهره‌وری، انتقال یافته‌های علمی به مزارع و ارتقای درآمد کشاورزان اجرا می‌شود.»

وی افزود: «افزایش حداقل ۲۰ درصدی عملکرد در واحد سطح، کاهش اختلاف عملکرد کشاورزان پیشرو با متوسط عملکرد منطقه در محصول مورد نظر بویژه در گندم، ارتقای درآمد کشاورزان، بهبود وضعیت اقتصادی بهره‌برداران و تقویت امنیت غذایی کشور از مهم‌ترین اهداف اجرای این طرح است.»

احمدیان افزود: «در این طرح ۶۵ مزرعه الگویی گندم آبی و دیم در تمامی شهرستان‌های استان و در هر مرکز جهاد کشاورزی یک مزرعه به عنوان الگو در نظر گرفته می‌شود؛ همچنین ۱۴ مزرعه برای ذرت علوفه‌ای و ۱۶ مزرعه برای کلزا و جو در نظر گرفته شده است.»

پنبه دوباره به مزارع گلستان برگشت



گرگان - با آغاز فصل کشت پنبه در گلستان، مزارع این استان بار دیگر به استقبال یکی از محصولات راهبردی و قدیمی خود رفته‌اند. محصولی که سال‌ها نقش مهمی در اقتصاد کشاورزی و صنایع نساجی شمال کشور داشته و حالا دوباره در مسیر توسعه قرار گرفته است. برآوردها نشان می‌دهد امسال بین ۱۰ تا ۱۲ هزار هکتار از اراضی کشاورزی گلستان زیر کشت پنبه خواهد رفت. «علی موسی خانی»، رئیس اداره دانه‌های روغنی سازمان جهاد کشاورزی گلستان با تشریح برنامه‌های کشت این محصول گفت: «پنبه در گلستان به ۲ شیوه بهاره و تابستانه کشت می‌شود؛ به گونه‌ای که در کشت بهاره، این محصول پس از برداشت نخود و باقلا و در کشت تابستانه پس از برداشت کلزا و گندم در زمین‌های کشاورزی کاشته می‌شود.»

موسی خانی با تأکید بر اینکه بخش عمده کشت پنبه در گلستان از نوع تابستانه است و پس از برداشت محصولات پاییزه انجام می‌شود، گفت: «براساس الگوی کشت ابلاغی وزارت جهاد کشاورزی، امسال سطحی معادل ۲۲ هزار و ۵۰۰ هکتار برای کشت پنبه در گلستان پیش بینی شده اما با توجه به شرایط موجود و ارزیابی‌های کارشناسی، پیش‌بینی می‌شود بین ۱۰ تا ۱۲ هزار هکتار از زمین‌های استان به این محصول اختصاص یابد.» وی با اشاره به تأمین بذر مورد نیاز کشاورزان اظهار کرد: «برای فصل زراعی امسال ۲۸۰ تن بذر گواهی شده از ارقام داخلی شامل «گلستان»، «لطیف»، «حکمت» و «ساجدی» و همچنین ۱۰۰ تن بذر از ارقام وارداتی مانند «مای»، «لیدر» و «توکلوس» تأمین و توزیع شده است. به گفته این مسئول بخشی از مزارع پنبه استان امسال به صورت مکانیزه کشت خواهد شد؛ اقدامی که می‌تواند به کاهش هزینه‌های تولید، افزایش بهره‌وری و توسعه کشاورزی نوین در منطقه کمک کند.

رئیس اداره دانه‌های روغنی جهاد کشاورزی گلستان همچنین بندرگز، کردکوی و گرگان را از مناطق مهم کشت بهاره پنبه در استان معرفی کرد و گفت: «شهرستان گنبدکاووس نیز همچنان یکی از قطب‌های اصلی تولید پنبه در گلستان محسوب می‌شود.»

۶۰ درصد مساحت دریاچه ارومیه پرآب شده است

ارومیه - مدیر دفتر برنامه‌ریزی و تلفیق ستاد احیای دریاچه ارومیه با اشاره به بهبود شرایط این دریاچه در پی بارش‌های مناسب و انتقال آب از رودخانه‌های آقماری گفت: «تراز کنونی دریاچه به یک هزار و ۲۷۱ متر و ۸ سانتی‌متر رسیده که نسبت به زمان مشابه سال گذشته، ۸۰ سانتی‌متر افزایش یافته است.»

سعید عیسی پورافزود: در روز مشابه سال گذشته، تراز دریاچه به یک هزار و ۲۷۰ متر و ۲۸ سانتی‌متر رسیده بود. وی با اشاره به گسترش سطح آبی دریاچه یادآوری کرد: وسعت کنونی دریاچه به حدود سه هزار و ۱۱۰ کیلومتر مربع رسیده که بیش از ۶۰ درصد از کل مساحت پنج‌هزار کیلومتر مربعی آن را شامل می‌شود.

مدیر دفتر برنامه‌ریزی و تلفیق ستاد احیای دریاچه ارومیه ادامه داد: این در حالی است که در اوایل پاییز سال گذشته، وسعت دریاچه تنها حدود ۳۰۰ کیلومتر مربع بود و اکنون افزایشی بیش از دو هزار و ۸۰۰ کیلومتر مربع را تجربه کرده است. وی همچنین از افزایش ۱.۵۸ متری تراز دریاچه نسبت به ابتدای سال آبی جاری خبر داد و گفت: «در حال حاضر حجم آب موجود در دریاچه بیش از چهار میلیارد و ۱۰۰ میلیون مترمکعب برآورد می‌شود.»

ضرب‌الاجل سه‌ماهه برای تدوین طرح جامع پسماند شهرستان‌های بوشهر

بوشهر - معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار بوشهر با تأکید بر ضرورت تدوین برنامه‌های مدون برای مدیریت پسماند، به کارگروه‌های مدیریت پسماند شهرستان‌های استان سه ماه فرصت داد تا طرح جامع پسماند را در مقیاس شهرستانی تهیه و ارائه کنند. شاهیپور ربانی گفت: «عملکرد جزیره‌ای شهرها و روستاهای یک شهرستان در حوزه پسماند، مانع از موافقت با واگذاری زمین و دریافت اعتبارات و تسهیلات ملی خواهد شد.»

ربانی یادآور شد: «تنها در مواردی که بر اساس قانون مدیریت پسماند و این‌نامه اجرایی آن، موضوعی خارج از اختیارات کارگروه شهرستان باشد، پرونده به استان ارجاع می‌شود و در این صورت پیگیری و حمایت در سطح استانی و ملی انجام خواهد شد.»

افزایش سن ازدواج و کاهش باروری

به مسأله مشترک همه استان‌ها تبدیل شده است

تداوم شیب کاهش جمعیت

گزارش

گره ایران زمین، بجز استان سیستان و بلوچستان که حدود ۶۴ درصد جمعیت آن زیر ۳۰ سال هستند و جوان‌ترین استان کشور است، حرکت تدریجی به‌سوی سالمندی جمعیت، دغدغه همه استان‌های کشور است.

استان‌هایی که تا چند سال پیش مانند سیستان و بلوچستان از جمعیت جوان زیادی برخوردار بودند از جمله خراسان شمالی، زنگ خطر کاهش جمعیت در ۹ شهر آن به صدا درآمده است یا استان قم که جمعیت جوان آن به کمتر از ۲۰ درصد رسیده است.

حالا دیگر رویکرد سیاست‌گذاران و دستگاه‌های اجرایی در اغلب استان‌ها از مرحله هشدار عبور کرده و وارد فاز اقدام و مداخله هدفمند شده است. در کرمانشاه، مسئولان حوزه سلامت با تأکید بر ضرورت هم‌افزایی میان بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، برنامه‌هایی را برای کنترل روند سالمندی و تقویت شاخص‌های فرزندآوری در دستور کار قرار داده‌اند. در استان مرکزی نیز کاهش شیب افت جمعیت و بهبود برخی شاخص‌های سلامت، نشانه‌ای از اثربخشی سیاست‌های حمایتی و مدیریت جمعیتی عنوان می‌شود. مسئولان استان خراسان شمالی نیز با تمرکز بر توسعه زیرساخت‌های حمایتی، واگذاری زمین و تقویت امنیت اقتصادی خانواده‌ها و همچنین اجرای سیاست‌های تشویقی در تلاشند تا بسترنمائی برای ازدواج و فرزندآوری فراهم کنند. در یزد نیز حفظ جایگاه برتر باروری کشور، حاصل پیوند میان فعالیت‌های فرهنگی، مشارکت اجتماعی و حمایت‌های استانی ارزیابی می‌شود. مجموع این اقدامات نشان می‌دهد مدیریت جمعیت اکنون به یکی از اولویت‌های مهم ملی و استانی تبدیل شده و مسئولان می‌کوشند با بهره‌گیری از مجموعه‌ای از سیاست‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، روند کاهش جمعیت و سالمندی را مهار کرده و زمینه بازآفرینی پویایی جمعیتی را فراهم کنند.

شتاب سالمندی در کرمانشاه

امروزه کاهش نرخ باروری و افزایش جمعیت سالمند، به یکی از مهم‌ترین

پنگاه



دغدغه‌های جمعیتی کشور تبدیل شده و استان کرمانشاه نیز در صف اول این نگرانی قرار دارد. طبق گفته «فریبرز ایمانی»، معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، جمعیت استان کرمانشاه با سرعتی بیشتر از میانگین کشوری در مسیر سالمندی حرکت می‌کند و اگر شرایط فعلی ادامه یابد، در سال‌های آینده با چالش‌های جدی اجتماعی و اقتصادی مواجه خواهد شد.

وی با اشاره به افزایش امید به زندگی در ۷۵ سال رسیده و این موضوع یکی از دلایل افزایش مهم نظام سلامت به شمار می‌رود، اما در کنار این موفقیت، کاهش نرخ تولد و افت باروری، ساختار جمعیتی کشور را با تهدید مواجه کرده است. به گفته این مقام مسئول، نرخ باروری کلی در کشور اکنون حدود ۱.۳۵ فرزند به ازای هر زن است و این شاخص در کرمانشاه حتی پایین‌تر از میانگین ملی قرار دارد.

بر اساس برنامه هفتم توسعه، این نرخ باید تا سال ۱۴۰۷ به ۲.۵ فرزند برسد. تا جمعیت کشور به سطح جانشینی نزدیک شود. وی همچنین اعلام کرد: «اکنون حدود ۱۳.۸ درصد جمعیت استان کرمانشاه سالمند هستند؛ رقمی که از میانگین کشوری بالاتر است و در برخی شهرستان‌ها حتی به ۱۸ درصد نیز می‌رسد.»

وی هشدار داد: «در صورت ادامه این روند، کشور طی ۱۵ تا ۲۰ سال آینده وارد «چاله جمعیتی» خواهد شد؛ وضعیتی که تعداد مرگ‌ومیر از تولدها بیشتر می‌شود و رشد جمعیت به سمت منفی شدن حرکت می‌کند». در همین حال، «فریبا شفیعی»، مدیر سلامت خانواده و جوانی جمعیت معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه نیز اظهار کرد: «آموزش‌های پیش از ازدواج، مشاوره‌های روانشناسی، مراقبت از مادران باردار، مراقبت کودکان زیر پنج سال، ترویج زایمان طبیعی و آموزش‌های مرتبط با فرزندآوری از جمله برنامه‌های معاونت بهداشتی در راستای اجرای سیاست‌های جوانی جمعیت است.»

کاهش جمعیت

در ۹ شهر خراسان شمالی

استان خراسان شمالی نیز مانند بسیاری از مناطق کشور با کاهش رشد جمعیت

به گفته این مقام مسئول، بررسی‌های آماری نشان می‌دهد متوسط سن ازدواج مردان در قم طی سال ۱۴۰۴ به ۳۰.۴۶ سال و برای زنان به ۲۵.۹۲ سال رسیده است. همچنین میانگین سن تولد اولین فرزند برای مردان ۳۲.۲۳ سال و برای زنان ۲۷.۴ سال گزارش شده؛ روندی که می‌تواند در آینده به کوچک‌تر شدن نسل‌ها و تغییر ساختار جمعیتی استان منجر شود. دبیر ستاد جمعیت قم افزود: «اگرچه قم همچنان از ظرفیت «پنجره جمعیتی» برخوردار است، اما کاهش جمعیت جوان زنگ هشدار جدی محسوب می‌شود.»

وی اولویت‌های راهبردی استان را سرمایه‌گذاری در اشتغال جمعیت

فعال، تقویت خدمات حمایتی و بهداشتی و اجرای سیاست‌های تشویقی فرزندآوری عنوان کرد تا قم بتواند از فرصت جمعیتی موجود برای مدیریت چالش‌های آینده بهره‌مند شود.

کندی روند کاهش جمعیت در استان مرکزی

در شرایطی که بسیاری از استان‌های کشور همچنان با افت جمعیت و کاهش نرخ ازدواج دست و پنجه نرم می‌کنند، مسئولان استان مرکزی معتقدند روند کاهش جمعیت در این استان تا حدی کنترل شده و شیب نزولی آن نسبت به سال‌های گذشته کاهش یافته است. «پروین مفتوح‌زاده»، مدیرکل امور بانوان و خانواده استانداری مرکزی با اشاره به بررسی آمارهای جمعیتی از سال ۱۴۰۱ تاکنون گفت: «اگرچه استان مرکزی همچنان با پدیده ریزش جمعیت مواجه است، اما وضعیت نسبت به سال‌های گذشته بهتر شده و در برخی حوزه‌ها به شرایط مثبت نزدیک شده‌ایم.» وی مدیریت مطلوب شاخص‌های سلامت را یکی از عوامل مؤثر در این زمینه دانست و افزود: «استان مرکزی در حوزه کاهش مرگ‌ومیر و ارتقای سلامت عمومی وضعیت قابل قبولی دارد و افزایش میانگین سنی سالمندان نشان‌دهنده بهبود کیفیت خدمات سلامت در استان است.» مفتوح‌زاده در عین حال تأکید کرد: «حل بحران جمعیت بدون تقویت بنیان خانواده و تسهیل ازدواج ممکن نیست.» مدیرکل امور بانوان و خانواده قابل توجهی تا رسیدن به وضعیت مطلوب در آمار ازدواج وجود ندارد و برای کاهش این شکاف باید برنامه‌ریزی جدی‌تری انجام شود.»

مدیرکل امور بانوان و خانواده استانداری یزد با تأکید بر اهمیت جایگاه خانواده افزود: «بازگرداندن منزلت مادر و پدیر به جایگاه اصلی خود، یکی از مهم‌ترین اقدامات فرهنگی در مسیر تقویت جوانی جمعیت است.» وی همچنین بر ضرورت رفع مشکلات اقتصادی و اجتماعی خانواده‌ها تأکید کرد و افزود: «جامعه‌ای که به آینده امیدوار باشد، برای تداوم نسل نیز امیدوار باشد.»

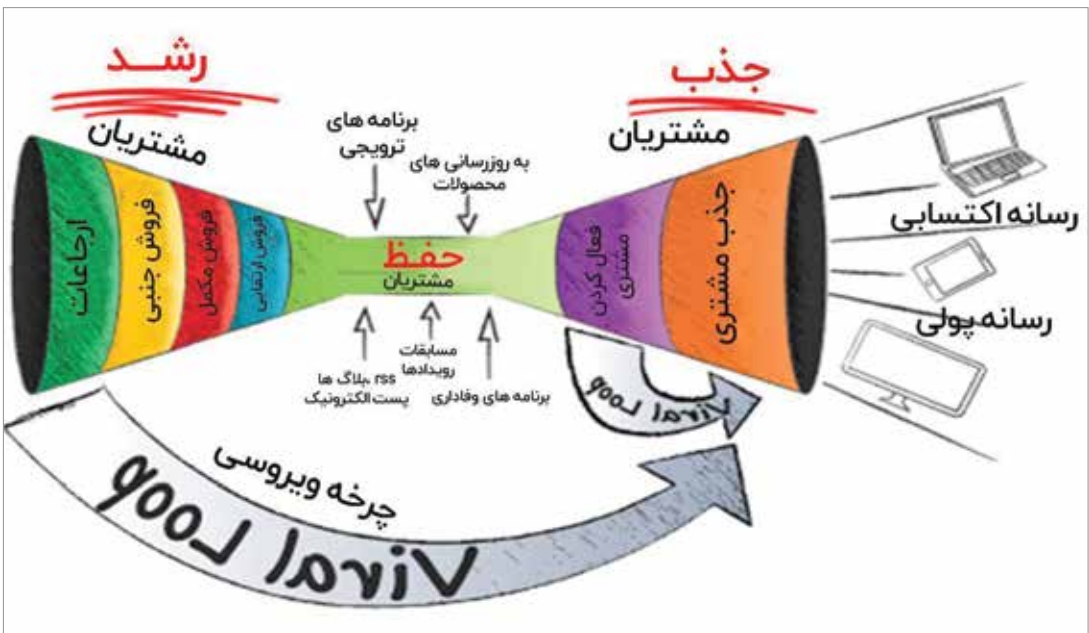
وی تسهیل ازدواج، حمایت اقتصادی از زوج‌های جوان و فراهم‌سازی زیرساخت‌های لازم برای تشکیل خانواده را از مهم‌ترین راهکارهای مقابله با بحران جمعیت عنوان کرد و گفت: «اگر حمایت از جوانان به شکل مؤثر انجام شود، می‌توان به بهبود وضعیت جمعیتی امیدوار بود.»

باروری بالاتر از میانگین کشور در یزد

در میان استان‌هایی که با کاهش شدید نرخ باروری مواجه هستند، استان یزد شرایط متفاوتی را تجربه می‌کند. «فاطمه دانش‌پزی»، مدیرکل دفتر امور بانوان و خانواده استانداری یزد اعلام کرده که این استان اکنون در رتبه پنجم باروری کشور قرار دارد و نرخ ولادت در بسیاری از شهرستان‌های آن بالاتر از میانگین ملی است. وی با اشاره به جایگاه این استان در شاخص باروری اظهار کرد: «نقش فعالان فرهنگی و اجتماعی در تقویت امید اجتماعی و ترویج فرهنگ فرزندآوری بسیار مهم است و این افراد می‌توانند در تغییر نگرش جامعه تأثیرگذار باشند.»

مدیرکل دفتر امور بانوان و خانواده استانداری یزد با تأکید بر اهمیت جایگاه خانواده افزود: «بازگرداندن منزلت مادر و پدیر به جایگاه اصلی خود، یکی از مهم‌ترین اقدامات فرهنگی در مسیر تقویت جوانی جمعیت است.» وی همچنین بر ضرورت رفع مشکلات اقتصادی و اجتماعی خانواده‌ها تأکید کرد و افزود: «جامعه‌ای که به آینده امیدوار باشد، برای تداوم نسل نیز امیدوار باشد.»

نوآوری در روابط عمومی، رفتارهای کارآفرینانه در سازمان



پیش‌بینی نیازهای آینده و طراحی بسته‌های ترکیبی خدمات، می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای توسعه تعامل با مشتریان ایجاد کند. در این مسیر، اقدامات ارتباطی و تبلیغاتی و ارتباطی نقش مهمی در معرفی این فرصت‌ها و ترغیب مشتریان به استفاده از آنها ایفا می‌کند. موفقیت سازمان‌ها در فضای رقابتی امروز، به توانایی آنها در نوآوری و یکپارچه‌سازی روابط عمومی و بازاریابی وابسته است. امروز سازمان‌ها برای موفق‌تر خواهند بود که بتوانند با استفاده از فرصت‌ها و نوآوری، میان فروش و اعتماد، پیام و تجربه و شهرت ارزش واقعی پیوندی عمیق برقرار کنند. روابط عمومی و بازاریابی یکپارچه مبتنی بر رفتارهای کارآفرینانه، دقیقاً همین پیوند را ممکن می‌سازد؛ پیوندی که نتیجه آن چیزی جز خلق ارزش، رشد پایدار و تقویت جایگاه سازمان در ذهن و دل مخاطبان نخواهد بود.

شبکه‌های اجتماعی، به حفظ رضایت و تعامل مشتریان کمک می‌کند. پشتیبانی مناسب و مدیریت فعالانه شهرت نیز از طریق نظارت بر رسانه‌ها، پاسخگویی راهبردی به نظرات و توسعه کانال‌های ارتباطی با مشتریان، تصویر مثبت برند را در بلندمدت تثبیت می‌کند. مرحله سوم، رشد مشتری است؛ مرحله‌ای که در آن سازمان تلاش می‌کند ارزش ایجاد شده در رابطه با مشتری را افزایش دهد و روابط عمومی و بازاریابی هر دو نقش مکمل دارند. ارائه خدمات با ارزش بالاتر (Up-sell)، شناسایی مشتریان مستعد برای استفاده از خدمات پیشرفته‌تر یا گسترده‌تر و طراحی کمپین‌های هدفمند برای معرفی این خدمات، از راهبردهای کلیدی در این حوزه است. همچنین ارائه خدمات مکمل و چندبعدی در چرخه عمر مشتری (Cross-sell و Next-sell) با تحلیل داده‌های مشتریان،

از طریق فراخوان‌ها، لینک‌ها و ابزارهای دیجیتال، مخاطب را به اقدام عملی نزدیک‌تر می‌کند. روایت داستان‌های موفقیت مشتریان می‌تواند حس تعلق و اعتماد را تقویت کند و در مرحله حفظ مشتری، بازاریابی نقشی اساسی بر دارد. اجرای برنامه‌های ارتباطی مستمر، طراحی برنامه‌های وفاداری مانند تخفیف‌ها، امتیازها و خدمات ویژه، شخصی‌سازی ارتباطات و تعامل مداوم با مشتریان از طریق ابزارهای ارتباطی، از مهم‌ترین اقدامات در این مرحله است. انتشار اخبار مثبت درباره دستاوردهای سازمان، فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و روایت داستان‌های موفقیت مشتریان نیز می‌تواند حس تعلق و اعتماد را تقویت کند. علاوه بر این، اطلاع‌رسانی درباره به‌روزرسانی محصولات و نوآوری‌ها، مدیریت بازخورد مشتریان، تولید محتوای آموزشی درباره خدمات و انتشار آن در رسانه‌ها و



دکتر محمدحسن ترابی، مدیر امور روابط عمومی و حوزه مدیریت بانک مسکن

به یک استراتژی نفوذ هوشمندانه تبدیل می‌کند. در چهارچوب ارتباطات و بازاریابی یکپارچه، فرآیند تعامل با مشتریان را می‌توان در سه مرحله «جذب»، «حفظ» و «رشد» تحلیل کرد؛ مرحله‌ای که هر یک نیازمند همکاری نزدیک روابط عمومی و بازاریابی هستند. در مرحله جذب مشتری، نقش روابط عمومی برجسته‌تر است. ایجاد آگاهی از برند از طریق تولید و توزیع محتوای رسانه‌ای، انتشار اخبار و اطلاعیه‌ها، برگزاری نشست‌های خبری و اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی، اولین گام برای ورود مخاطبان به دایره مشتریان است. در کنار آن، ساخت و تقویت اعتماد از طریق روابط رسانه‌ای مؤثر، مدیریت پیشگیرانه بحران و همکاری با چهره‌های معتبر می‌تواند اعتبار سازمان را افزایش دهد. همچنین برجسته‌سازی مزیت‌های رقابتی و پیشنهاد ارزش منحصربه‌فرد (UVP)، روایت داستان‌های موفقیت و دستاوردها و ایجاد ارتباط عاطفی با مخاطبان، تمایز سازمان را در ذهن مخاطب تثبیت می‌کند.

پوشش رسانه‌ای مثبت، موضع‌گیری به‌عنوان رهبر فکری و مدیریت فعال با‌خورد‌ها نیز می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد کند. در این مرحله، ارائه اطلاعات شفاف درباره نحوه استفاده از خدمات، کاهش موانع ورود، پاسخگویی به پرسش‌ها و هدایت مخاطبان به کانال‌های مناسب