

امین شاکری
رئیس مجمع عالی کارآفرینان

سال ۱۳۹۸ یکی از سال‌های پر فراز و نشیب اقتصاد ایران بود که متأثر از خروج آمریکا از توافق هسته‌ای (برجام) و اعمال تشدید تحریم‌های اقتصادی و تنش‌های سیاسی در کشورهای منطقه، حوادث غیرمترقبه طبیعی نظیر سیل، زلزله و این اواخر هم شیوع ویروس کرونا، همه بخش‌های اقتصاد کشور را دچار چالش‌های جدی کرد.

چالش‌های فعلی اقتصاد ایران از دو جهت ایجاد شده بود؛ جهت اول اثر مستقیم تحریم‌ها بر اقتصاد ایران و جهت دوم، فضای روانی ناشی از تحریم‌ها و پروژه ایران‌هراسی بود. از این‌ دو طریق اقتصاد ایران دچار بی‌ثباتی شد که حاصل آن افزایش چند برابری نرخ ارز، افزایش نرخ تورم تا ۴۵درصد، کاهش قدرت خرید، قاچاق کالا از داخل به خارج، رکود اقتصادی در اثر گران شدن مواد اولیه وارداتی، تعطیلی بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط و نهایتا افزایش بیکاری بود.

سال ۱۳۹۸ یک سال کم‌نظیر به لحاظ مشکلات اقتصادی در اقتصاد ایران در دوران پس از انقلاب اسلامی و چهار دهه گذشته بوده است، به طوری که معیشت بسیاری از خانوار ایرانی تحت فشار قرار گرفت.

در سال ۱۳۹۹ تداوم تحریم‌های اقتصادی، جهت اول یعنی اثر مستقیم تحریم‌ها بر اقتصاد ایران همچنان وجود دارد اما جهت دوم یعنی جو روانی حاصل از تحریم‌ها کاهش خواهد یافت و حباب روانی تحریم برداشته شده و نگاه جامعه و فعالان اقتصادی به مسائل اقتصاد منطقی‌تر شده و رفتارهای هیجانی تا حد زیادی کنترل خواهد شد، اما همچنان می‌بایست سايست کنترلی در قبال رشد نقدینگی در جامعه اتخاذ شود و این نقدینگی را به سمت حوزه صنعت و تولید هدایت کرد تا شاهد افزایش قیمت در سایر بازارها نباشیم.

به عبارت دیگر، شوک خروج از برجام در کنار اثر مستقیم یک شوک روانی بود که این شوک در مهرماه ۹۷ به اوج خود رسید که مشخصه آن دلار ۱۸۵۰۰ تومانی در مهرماه ۹۷ بود. این شوک روانی به‌تدریج تخلیه شده و با تغییر در سیاست‌های دولت و بانک مرکزی به تدریج اثر روانی آن کمرست شد و دلار به کانال ۱۳ هزار تومان برگشت بنابراین می‌بایست در حوزه ایجاد امنیت روانی برای جامعه به‌ویژه سرمایه‌گذاران اقدامات اساسی را انجام دهیم تا از واردشدن شوک‌های هیجانی به اقتصاد کشور، جلوگیری شود.

موضوعی که در سال ۱۳۹۹ فعالان اقتصادی و کارآفرینان کشور را دچار ایهام کرده است، نحوه چگونگی محقق شدن درآمد‌های دولت است که سازوکارهای پیش‌بینی شده در تحقق بودجه، فشار بیشتری را به بخش خصوصی وارد خواهد کرد، که ضروری است دولت در بازنگری این لایحه با همفکری تشکل‌های بخش خصوصی نظیر اتاق بازرگانی ایران، اقدام کند.

رکود تورمی که در اقتصاد کشور برای سال آینده وجود دارد، قطعا سال سختی را برای فعالان اقتصادی و کارآفرینان رقم خواهد زد. البته جهت‌گیری‌های سیاسی دولت چه در حوزه داخلی و چه در حوزه خارجی، می‌تواند تأثیرات بسزایی در رونق تولید و حمایت از فعالان اقتصادی و کارآفرینان ایجاد کند، اما با وضعیت فعلی عمق رکود در سال ۱۳۹۹ بیشتر خواهد بود.

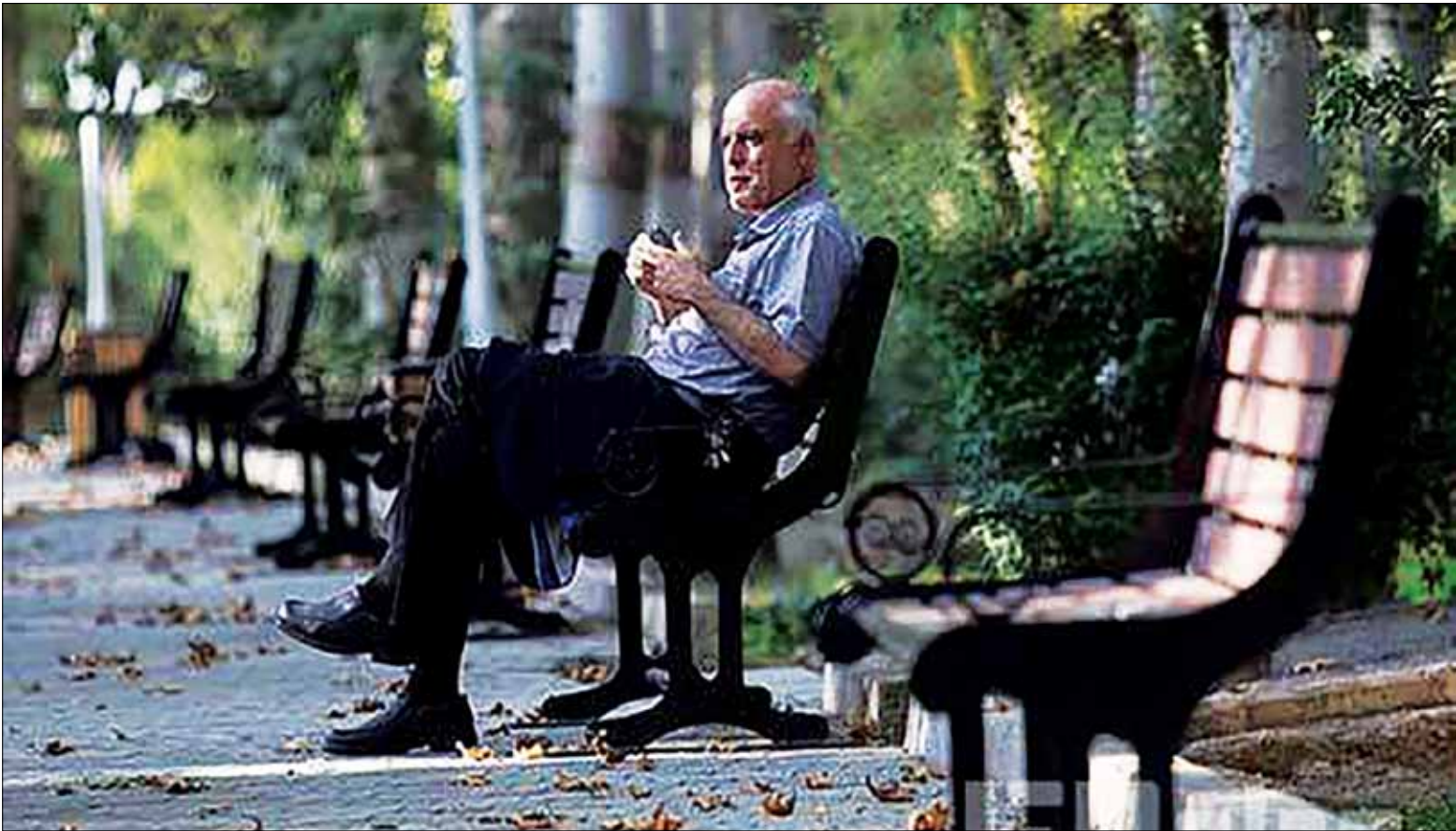
دولت باید تلاش کند تا کنترل تورم را به عنوان یک وظیفه اصلی خود دنبال کند و مانع افزایش قیمت‌ها به‌صورت افسارگسیخته شود. بهترین کار این است قدرت خرید مردم از طریق حفظ و کنترل نرخ تورم در حد معقولی با توجه به سیاست‌های پولی اتخاذ شود و همچنین دولت با ارائه کمک‌های نقدی و غیرنقدی، کاهش قدرت خرید مردم را جبران کند. انتظار از دولت این است که نقش‌آفرینی بیشتری نسبت به گذشته داشته باشد و مخصوصا در تنظیم بازار کالاهای اساسی مردم، نظارت قوی‌تری را از خود بروز دهد. دولت باید افرادی را به کار بگیرد که آماده مقابله با بحران هستند و برای روزهای سخت برنامه‌های اجرایی دارند. هم‌اکنون مشاهده می‌کنید که شیوع ویروس کرونا بازار شب عید بسیاری از کسب و کارهای کوچک و متوسط را که سهم بسزایی در آمار اشتغال کشور دارند را تا آستانه تعطیلی پیش برده است، اما سوال اساسی این است: آیا ضروری نبود قبل از شیوع این ویروس در کشور تمهیدات و تصمیمات لازم در جهت حمایت از کسب و کارها اتخاذ می‌شد؟

اگرچه نمی‌توان در علم اقتصاد، رقمی دقیق را برای نرخ رشد اقتصادی کشور در سال پیش‌رو پیش‌بینی کرد، آن هم در شرایطی که عوامل و متغیرهای بسیاری بر این شاخص‌ها مؤثر است، اما به نظر می‌رسد که کشور در همین مسیر رشد منفی اقتصادی، حرکت کند؛ به هر حال میزان رشد اقتصادی کشور در ۱۳۹۹ به دو عامل و پارامتر شدت تأثیر تحریم‌های ایالات متحده آمریکا بر میزان فروش نفت کشور و نیز قیمت‌های بازار جهانی طلای سیاه و در کنار آن میزان صادرات غیرنفتی و نرخ ارز، بستگی دارد.

مسائل حوزه اقتصاد خرد و کلان و سیاست‌های حمایتی از تولید و کارآفرینی در کشور نیازمند بهبود فضای کسب و کار و حذف قوانین زائد و بوروکراسی‌های پیچیده و همچنین بررسی‌های دقیق و کارشناسی است که می‌بایست با همفکری صاحب‌نظران و متخصصان اجرایی برای آن راهکارهایی مدون نشود. اگر همچنان شاهد اصرار برخی مدیران به تصمیم‌های تک جانبه خود باشیم، قطعا به بهبود و پیشرفت نخواستیم رسید. لذا ضروری است در این شرایط جنگ اقتصادی، با درک صحیح و نگاه واقع‌بینانه به فکر بهبود وضعیت اقتصادی کشور در سال ۱۳۹۹ باشیم.

شیوع کرونا می‌تواند بین ۷۰۰ تا ۱۸۰۰ میلیارد تومان به صندوق‌های بازنشستگی لطمه وارد کند

سایه کرونا بر سر صندوق‌های بازنشستگی



✱ سناریوهای بار مالی ناشی از بیکاری‌ها

در صورت طولانی شدن و شیوع گسترده ویروس کرونا، ممکن است اقتصاد به خصوص بخش خدمات کشور با رکود مواجه شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد هر یک درصد کاهش تولید ناخالص داخلی می‌تواند به بیکاری ۱۰۰ هزار نفر منجر شود. براساس گزارش OECD در مورد تأثیرات اقتصادی کرونا، پیش‌بینی شده که اقتصاد جهانی احتمالا با کاهش رشد ۱/۵درصدی مواجه خواهد شد بنابراین در اینجا برای اقتصاد ایران در سه سناریو کاهش ۱ درصدی، ۱/۵درصدی و ۲درصدی تولید ناخالص ملی، بیکاری به میزان ۱۰۰، ۱۵۰ و ۲۰۰ هزار نفر بیشتر خواهد شد. حال باید تخمین زد که اگر دولت تدبیری پیش‌بینی کند که تا ریشه کن شدن این بیماری از کشور مثلا سه ماه به افراد بیکار شده ناشی از کروناویروس، بیمه بیکاری پرداخت کند، چه میزان هزینه متحمل خواهد شد؟ فرض می‌شود دولت حداقل حقوق یعنی یک میلیون و ۵۶۰ هزار تومان را در این سه ماه به عنوان بیمه بیکاری پرداخت خواهد کرد.

✱ اولین سناریو: در این سناریو با فرض بر ۱۰۰ هزار بیکار بار مالی جبران بیکاری ناشی از کرونا ۵۸۸ میلیارد تومان در طول سه ماه است.

✱ دومین سناریو: در این سناریو نیز بار مالی جبران بیکاری ناشی از کرونا در طول سه ماه با فرض بر ۱۵۰ هزار بیکار ۸۲۲ میلیارد تومان خواهد بود.

✱ سومین سناریو: در آخرین سناریوی بار مالی ناشی از بیکاری‌ها که بدبینانه‌ترین سناریو است با فرض بر ۲۰۰ هزار بیکار بار مالی ناشی از کرونا بر صندوق‌های بازنشستگی کشوری ۱۰۷۶ میلیارد تومان خواهد بود.

اگر سه سناریو در تعداد فوتی‌ها و بیکارهای ناشی از بیماری کرونا را با هم متناظر فرض کنیم؛ صندوق‌های بازنشستگی در سناریوی اول یعنی ۱۰۰۰ نفر فوتی و ۱۰۰ هزار نفر بیکار حداقل متوجه ۷۱۸ میلیارد تومان بار مالی خواهد شد که ۶۰۸ میلیارد تومان از این بار در سال ۱۳۹۹ رقم خواهد خورد.

در سناریوی دوم یعنی ۲۰۰۰ نفر فوتی و ۱۵۰ هزار نفر بیکار ۱۱۸۰ میلیارد تومان بار مالی بر صندوق‌های بازنشستگی تحمیل خواهد شد که ۹۲۶ میلیارد آن در سال ۱۳۹۹ رقم خواهد خورد. در سناریوی سوم به عنوان سناریوی بدبینانه با ۴۰۰۰ نفر فوتی و ۲۰۰ هزار نفر بیکار بار مالی صندوق‌ها حداقل ۱۸۵۵ میلیارد تومان خواهد شد که ۱۲۷۷ میلیارد تومان آن در سال ۱۳۹۹ رقم خواهد خورد.

بنابراین طبق محاسبات صورت گرفته در سه سناریو صندوق‌های بازنشستگی متوجه ۷۱۸ تا ۱۸۵۵ میلیارد تومان بار مالی خواهد شد که بین ۶۰۸ تا ۱۲۷۷ میلیارد تومان آن در سال ۱۳۹۹ اتفاق خواهد افتاد. با توجه به اینکه این‌بار مالی هزینه قابل توجهی است، به نظر می‌رسد تلاش صندوق‌ها برای استرداد به پیشگیری بیشتر می‌تواند ضمن ایفای نقش مسئولیت اجتماعی به کاهش هزینه‌های میان‌مدت و بلندمدت آنها کمک قابل توجهی کند.

زودتر از موعد مقرر تعهد در برابر حقوق آنها بر صندوق‌های بازنشستگی اعمال شود. براساس محاسبات صورت‌گرفته میانگین حقوق بازنشستگی کشوری در سال ۱۳۹۸ حدود ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان است و تعداد بیمه‌پردازان صندوق بازنشستگی کشور ۱،۴ میلیون نفر هستند. همچنین میانگین حقوق بازنشستگی لشکری در سال ۱۳۹۸ حدود ۳ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان است و تعداد بیمه‌پردازان صندوق بازنشستگی لشکری ۷۰۰ هزار نفر هستند.

به علاوه، میانگین حقوق بازنشستگی تأمین اجتماعی در سال ۱۳۹۸ حدود یک میلیون و ۹۰۰ هزار تومان است و تعداد بیمه‌پردازان تأمین اجتماعی ۱۳،۹ میلیون نفر هستند.

همچنین میانگین حقوق صندوق روستاییان در سال ۱۳۹۸ حدود یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان است و تعداد بیمه‌پردازان صندوق روستاییان ۱،۶ میلیون نفر هستند. براساس این گزارش، تعداد کل افراد بیمه‌پرداز صندوق‌های بازنشستگی بالغ بر ۱۷،۶ میلیون نفر است و جمع وزنی پرداختی به آنها در صورت بازنشستگی در سال ۱۳۹۸ حدود ۲ میلیون تومان است.

✱ سناریوی اول: در این سناریو با فرض هزار نفر فوتی جمع کل بار مالی ۱۳۰ میلیارد تومان خواهد بود. البته این غیر از حق بیمه‌ای است که این افراد در طول دوره باقی مانده از عمر خود می‌توانستند به صندوق‌ها پرداخت کنند.

✱ سناریوی دوم: در این سناریو نیز با فرض ۲ هزار نفر فوتی جمع کل بار مالی ۲۹۸/۲ میلیارد تومان خواهد بود، البته با چشم‌پوشی از حق بیمه‌ای که این افراد در طول دوره باقی مانده از عمر خود می‌توانستند به صندوق‌ها پرداخت کنند.

✱ سناریوی سوم: در سناریوی سوم با فرض ۴ هزار نفر فوتی به غیر از حق بیمه‌ای که می‌توانستند در طول دوره باقی مانده از عمر خود به صندوق‌ها پرداخت کنند جمع کل بار مالی ۶۷۹/۲ میلیارد تومان خواهد بود.

بنابراین در صورت بروز ۱۰۰۰ نفر مرگ و میر ناشی از بیماری کرونا در کشور در سال اول ۱۹/۳ و در کل پنج سال ۱۲۰ میلیارد تومان، هزینه متوجه صندوق‌های بازنشستگی کشور خواهد شد. در صورت بروز سناریوی دوم یعنی ۲۰۰۰ نفر فوتی، در سال اول ۴۴/۳ و در کل پنج سال ۲۹۸/۲ میلیارد تومان، هزینه متوجه صندوق‌های بازنشستگی کشور خواهد شد.

در صورت بروز سناریوی ۴۰۰۰ فوتی که سناریویی بدبینانه است، در سال اول ۱۰۰/۸ و در کل پنج سال ۶۷۹/۲ میلیارد تومان، هزینه متوجه صندوق‌های بازنشستگی کشور خواهد شد.

البته صندوق‌ها متوجه هزینه دیگری مانند عدم پرداخت حق بیمه افراد فوت شده هم می‌شوند که در اینجا فرض می‌شود با استخدام زودهنگام نیروی کار جایگزین نهایتا تا شش ماه آینده این حق بیمه پوشش داده می‌شود و از شش ماه هزینه عدم پرداخت حق بیمه به صندوق‌ها در اینجا چشم‌پوشی می‌شود.

فرصت امروز: برخلاف مجلس که به دلیل شیوع ویروس کرونا تعطیل شد و بررسی لایحه بودجه سال آینده را با چالش مواجه کرد، بازوی پژوهشی مجلس اما در این روزها بسیار فعال است و در سلسله گزارش‌هایی به بررسی بازخورد اثرات کرونا بر اقتصاد، کسب و کار و آموزش پرداخته است. از جمله این گزارش‌ها، بار مالی ناشی از شیوع کرونا بر صندوق‌های بازنشستگی است و مرکز پژوهش‌ها تخمین زده که شیوع کرونا می‌تواند بین ۷۰۰ تا ۱۸۰۰ میلیارد تومان به صندوق‌های بازنشستگی لطمه وارد کند.

بازوی کارشناسی مجلس در این گزارش برآورد کرده که با سه سناریو هزار نفر فوتی و ۱۰۰ هزار بیکار، ۲ هزار نفر فوتی و ۱۵۰ هزار بیکار و ۴ هزار نفر فوتی و ۲۰۰ هزار بیکار چه هزینه‌هایی بر صندوق‌های بازنشستگی کشوری تحمیل خواهد شد. طبق این سه سناریو اگر تعداد فوتی‌ها و بیکارهای ناشی از بیماری کرونا را با هم متناظر فرض کنیم؛ صندوق‌های بازنشستگی در سناریوی اول یعنی ۱۰۰۰ نفر فوتی و ۱۰۰ هزار نفر بیکار حداقل متوجه ۷۱۸ میلیارد تومان بار مالی خواهد شد که ۶۰۸ میلیارد تومان از این‌بار در سال ۱۳۹۹ رقم خواهد خورد. در سناریوی دوم یعنی ۲۰۰۰ نفر فوتی و ۱۵۰ هزار نفر بیکار ۱۱۸۰ میلیارد تومان بار مالی بر صندوق‌های بازنشستگی تحمیل خواهد شد که ۹۲۶ میلیارد آن در سال ۱۳۹۹ رقم خواهد خورد. در سناریوی سوم به عنوان سناریوی بدبینانه با ۴۰۰۰ نفر فوتی و ۲۰۰ هزار نفر بیکار بار مالی صندوق‌ها حداقل ۱۸۵۵ میلیارد تومان خواهد شد که ۱۲۷۷ میلیارد تومان آن در سال ۱۳۹۹ رقم خواهد خورد.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، بلایای طبیعی همواره با خود هزینه‌هایی بر دولت‌ها تحمیل می‌کنند، حال اگر تبعات این بلایا شامل آسیب یا تلفات جانی باشد قطعا هزینه‌های پایداری بر بخش سلامت، نهادهای حمایتی، صندوق‌های بازنشستگی و … وارد خواهد شد. با توجه به اینکه اخیرا ویروس کرونا در کشور شیوع پیدا کرده است و سناریوهای مختلفی در مورد میزان تلفات آن می‌توان تصور بود، در این گزارش تلاش می‌شود از یکسو در سناریوهای مختلف هزینه‌های ناشی از مرگ و میری که این ویروس بر صندوق‌های بازنشستگی تحمیل می‌کند، محاسبه شود و از سوی دیگر هزینه‌های این صندوق‌ها به دلیل بیکار شدن افراد تخمین زده خواهد شد.

✱ سناریوهای بار مالی فوتی‌ها

به واسطه گزارش‌های میدانی، میانگین سن افراد فوت شده ناشی از بیماری کرونا حدود ۵۰ سال است از سوی دیگر سن بازنشستگی در ایران برای صندوق‌های مختلف بازنشستگی متفاوت است، اما میانگین وزنی آن برای صندوق‌های مختلف ۵۵/۳ سال است، بنابراین می‌توان گفت افراد فوت شده به‌طور میانگین باید در انتهای سال ۱۴۰۳ بازنشسته می‌شدند، اما بیماری کرونا موجب شد که پنج سال

زمان پرداخت اولین مرحله کمک حمایتی برای خانوارهای کم‌درآمد آسیب دیده از کرونا اعلام شد و بین ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان از روز سه‌شنبه به حساب این خانوارها واریز خواهد شد. به گزارش خبرنگاران، براساس تصمیمات اتخاذشده دولت با شیوه‌های متعددی در صدد حمایت از اقشار آسیب‌دیده و خانوارهای کم‌درآمد برآمده است. اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه به برخی از صاحبان مشاغل، اعطای کمک بلاعوض به خانوارهای کم‌درآمد، اعطای تسهیلات خرید به کارگران فصلی، تعویق زمان پرداخت اقساط برای برخی مشاغل و تمدید مهلت پرداخت اقساط تمامی وام‌های قرض‌الحسنه از جمله کمک‌هایی است که در این راستا تدارک دیده شده است. براساس این گزارش، مرحله اول کمک‌های بلاعوض از روز سه‌شنبه به حساب خانوارهای کم‌درآمد واریز خواهد شد. مبلغ در نظر گرفته شده ۲۰۰ هزار تومان برای خانوارهای تک‌نفره تا ۶۰۰ هزار تومان برای خانوارهای پنج نفره است. مبلغ پرداختی در این قالب برای خانوار یک نفره ۲۰۰ هزار تومان، خانوار دو نفره ۳۰۰ هزار تومان، خانوار سه نفره ۴۰۰ هزار تومان، چهار نفره ۵۰۰ هزار تومان و خانوار پنج نفره یا بیشتر رقم ۶۰۰ هزار تومان خواهد بود.

رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور گفته است: این کمک‌ها در چهار مرحله انجام می‌شود و به حدود ۳میلیون نفر تعلق می‌گیرد و تصمیم بر آن شد که بسته

اولین مرحله یارانه کرونا از فردا واریز می‌شود

بسته‌های حمایتی ویژه برای ۱۰ رسته شغلی

تفریحی، مراکز و مجتمع‌های فرهنگی و آموزشی و همچنین مراکز تولید، توزیع و فروش صنایع دستی نیز در این فهرست جای دارند. بانک مرکزی اعلام کرده است مراتب به قید فوریت به تمامی واحدهای بانک‌ها و موسسه اعتباری غیربانکی ابلاغ و برحسن اجرای آن نظارت دقیق به عمل می‌آید. در عین حال به صاحبان این کسب و کارها توصیه شده است از مراجعه مستقیم به بانک‌ها خودداری کنند. براساس پیش‌بینی‌های صورت گرفته این ۱۰ گروه با مساعدت لازم برای پرداخت مالیات و بیمه نیز روبه‌رو خواهند بود. اقساط وام‌های قرض‌الحسنه کلیه اشخاص بدون قید و شرط به مدت سه ماه به تعویق خواهد افتاد و بانک‌ها موظف به اجرای این بخشنامه هستند.

✱ تمهیدات خاص برای کارگران فصلی

براساس تصمیمات اتخاذشده مقرر است بین یک تا دو میلیون تومان در کارت بارانه و حمایت معیشتی کارگران فصلی شارژ شود؛ این مبلغ نیز سه ماه تنفس داشته و پس از آن به صورت اقساطی از افراد کسر می‌شود. نوبخت، رئیس سازمان برنامه و بودجه اعلام کرده است: در این زمینه افراد نیازی به حضور در بانک یا آوردن وثیقه و ضامن ندارند و همین که تقاضا کنند پرداخت خواهد شد. سود این تسهیلات ۴درصد تعیین شده است.

به تعداد افراد خانوار، از ۲۰۰ تا ۶۰۰ هزار تومان تحت عنوان بسته حمایتی ویژه پرداخت شود و نخستین آن سه‌شنبه همین هفته پرداخت می‌شود.

✱ تسهیلات کدام مشاغل تنفس گرفت؟

در پی مصوبه شورای پول و اعتبار درخواست کمک به صاحبان کسب و کارهایی که به دلیل شرایط ناشی از شیوع ویروس کرونا با مشکلاتی مواجه شده‌اند، مصادیق کسب و کارهای مشمول که به تصویب کمیته منتخب دولت رسیده است اعلام شد. مراکز تولید و توزیع غذاهای آماده اعم از رستوران‌ها، بوفه‌ها، طبخی، تالارهای پذیرایی، قهوه‌خانه‌ها، اغذیه‌فروشی‌ها (و موارد مشابه به تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت). مراکز مربوط به گردشگری شامل هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مجتمع‌های جهانگردی و گردشگری، مهمان‌پذیرها، مهمانسراها، مسافرخانه‌ها، زائرسرا‌ها، مراکز بوم‌گردی، مراکز اقامتی و پذیرایی و تفریحی و خدماتی بین‌راهی (و موارد مشابه به تشخیص وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی)، حمل و نقل عمومی مسافر درون‌شهری و برون‌شهری اعم از هوایی، جاده‌ای، ریلی و دریایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری و تولید و توزیع پوشاک امکان امهال اقساط خود را دارا هستند. همچنین تولید و توزیع کیف و کفش، مراکز توزیع اجیل، خشکبار، قنادی، بستنی و آبنموه، مراکز و مجتمع‌های ورزشی و

دریچه

جزییات محدودیت تردد در خروجی ۱۱ استان

وزیر راه: امسال مردم سفر نوروزی نروند

وزیر راه و شهرسازی اعلام کرد براساس مصوبه ستاد مقابله با کرونا، از خروج افراد دارای علائم مشکوک و مبتلا به این ویروس از منزل و شهر جلوگیری می‌شود و اعمال محدودیت تردد در ۱۱ استان به همین منظور انجام شده و این کار هیچ مشکل و زحمتی برای مردم ایجاد نخواهد کرد.

محمد اسلامی با اشاره به مصوبه ستاد مقابله با کرونا گفت: در این مصوبه آمده که کسی که علائم کرونا دارد از خانه و شهر خود خارج نشود و به جای آنکه در ورودی شهرها و با پیمودن مسافت طولانی از تردد افراد مبتلا و مشکوک به بیماری کویید-۱۹ جلوگیری کنیم، در خروجی شهرها این کار را انجام دهیم تا کسانی که علائم آن را دارند از شهرهای خود خارج نشوند و برای درمان به سیستم درمانی معرفی شوند. او با بیان اینکه به خاطر اینکه مردم به زحمت نیفتند، ستاد مقابله با کرونا اعلام کرده که در خروجی شهرها این کنترل انجام شود، افزود: این تصمیم مصوبه یک اقدام خردمندانه، خدایپسندانه و مردم‌پسندانه است که اگر کسی علائم این بیماری را دارد از خروجش جلوگیری شود و اگر کسی مشکلی ندارد، محدودیت و مشکلی برایش ایجاد نخواهد شد اما از همه مردم خواش می‌کنیم از سفر غیرضروری خودداری کنند و امسال سفر نوروزی نداشته باشند تا کشور بتواند به این مسئله و مشکل مسلط شود.

وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: همین اقدامات غربالگری و رصد افرادی که دارای علائم این بیماری هستند، هم‌اکنون در فرودگاه‌ها، ایستگاه‌های راه آهن و پایانه‌های مسافری انجام می‌شود و از سفر افراد مشکوک به این بیماری از طریق سیستم حمل و نقل عمومی جلوگیری می‌شود. این کار را از همان روزهای ابتدایی در فرودگاه‌ها و راه‌آهن شروع کردیم و با دستگاه‌های پیشرفته دمای بدن افراد را سنجیدیم و اگر کسی علائمی داشت، اسم، کد ملی و شماره تماسش را یادداشت کردیم تا در سیستم غربالگری وزارت بهداشت وارد کنیم و به امور فرد مبتلا یا مشکوک رسیدگی شود.

او درباره چگونگی اجرای طرح محدودیت تردد در ۱۱ استان گفت: این طرح در ستاد مقابله با کرونا تصویب، ابلاغ و هم‌اکنون اجرایی شده است. نیروها در خروجی شهرهای این ۱۱ استان مستقر شده‌اند و بیشتر از این هم تجهیز می‌شوند. همچنین بخش دفاعی وارد می‌شود و نیروهایی به این خروجی‌ها اضافه می‌کند تا با کنترل بیشتر این طرح اجرایی شود. وزیر راه و شهرسازی تاکید کرد: از همه مردم خواش می‌کنم که ضمن رعایت همه الزامات بهداشتی اعلام‌شده از سوی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تردد غیرضرور نداشته باشند؛ چراکه این کار به سلامت جامعه و فراگیرتر نشدن این ویروس منجوس کمک می‌کند و می‌توان از این طریق زنجیره انتقال آن را قطع کرد. همچنین به کشور و مسئولان نیز کمک می‌کند تا این مشکل را کنترل کنند و مردم بتوانند از این مرحله حساس به سلامت گذر کنند.

رئیس سازمان امور مالیاتی اعلام کرد

تمهیدات جدید مالیاتی در شرایط کرونا

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور تمهیدات حمایتی این سازمان در راستای حمایت از فعالیت‌های اقتصادی آسیب‌دیده از بیماری کرونا را برای مؤدیان مالیاتی تشریح کرد.

به گزارش ایستنا، امیدعلی پارسا درباره اقدامات سازمان امور مالیاتی کشور به منظور پیشگیری از گسترش بیماری کرونا و رعایت حقوق مؤدیان مالیاتی، گفت: در مرحله اول برخی تمهیدات با صدور بخشنامه‌های لازم از سوی سازمان امور مالیاتی صورت گرفت و در مرحله دوم بسته حمایتی پیشنهادی سازمان امور مالیاتی کشور تهیه و برای تصویب به شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا ارسال شد که تاکنون سه بند آن به تصویب رسیده است. وی افزود: در گام نخست به منظور پیشگیری از گسترش بیماری، جلسات هیات‌های حل اختلاف مالیاتی از ۱۵ اسفندماه ۱۳۹۸ تا پایان فروردین ماه ۱۳۹۹ لغو شد.

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور با اشاره به اینکه براساس ماده ۱۸۶ قانون مالیات‌های مستقیم، بانک‌ها مکلفند جهت ارائه تسهیلات برای اشخاص حقیقی و حقوقی از سازمان امور مالیاتی استعلام کنند، اظهار کرد: با توجه به شرایط اخیر بانک‌ها و موسسات اعتباری برای اعطای تسهیلات به اشخاص حقیقی تا ۲ میلیارد ریال و برای اشخاص حقوقی تا ۵ میلیارد ریال نیاز به استعلام از ادارات مالیاتی ندارند. وی همچنین درخصوص مصوبات شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا، گفت: طبق تصمیمات صورت‌گرفته سررسید پرداخت مالیات بر ارزش افزوده مربوط به دوره چهارم سال ۱۳۹۸، از ۱۵ فروردین ۱۳۹۹ به تاریخ ۳۱ اردیبهشت ماه ۱۳۹۹ تغییر یافت. پارسا افزود: در این طرح حمایتی مصوب شد که کلیه عملیات اجرایی وصول مالیات که در باب چهارم از فصل نهم قانون مالیات‌های مستقیم ذکر شده است، تا پایان اردیبهشت ۱۳۹۹ متوقف شود.

معاون وزیر اقتصاد خاطر نشان کرد: باتوجه به اینکه صدور یا تجدید پروانه کسب و کار اشخاص حقیقی از طرف مراجع صلاحیت‌دار منوط به ارائه گواهی از اداره امور مالیاتی ذی‌بط است، باتوجه به شرایط اخیر کشور صدور یا تجدید پروانه کسب و کار اشخاص حقیقی موضوع ماده ۱۸۶ قانون مالیات‌های مستقیم تا پایان شهریورماه سال ۱۳۹۹ نیاز به اخذ گواهی از اداره امور مالیاتی مبنی بر پرداخت یا ترتیب پرداخت بدهی مالیاتی نخواهد داشت.

شریعتمداری:

کارگران برای درخواست بیمه بیکاری نیاز به مراجعه حضوری ندارند

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی اعلام کرد کارگران شغل از دست داده مشمول قانون کار برای درخواست بیمه بیکاری نیاز به مراجعه حضوری ندارند. محمد شریعتمداری در حساب شخصی تویتر خود اعلام کرد که برای پیشگیری از شیوع کرونا و حفظ سلامت کارگران مشمول قانون کار و تامین اجتماعی که شغل خود را از دست داده‌اند، از این پس برای ثبت درخواست بیمه بیکاری نیاز به مراجعه حضوری ندارند.

به گفته وی، به منظور رعایت مهلت قانونی بیمه بیکاری، کارگران مشمول می‌توانند به سامانه bimebikarimcls.gov.ir مراجعه کنند.

عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی در اقتصاد ایران



حدود ۰٫۹ واحد درصد بود که مهم‌ترین چالش پیش روی تولید محصولات صنعتی کشور و نفوذپذیری در بازارهای بین‌المللی محسوب می‌شود.

روند بلندمدت امتیاز و رتبه عملکرد رقابت صنعتی (CIP) ایران در دوره ۲۰۱۷-۱۹۹۰ نشان می‌دهد که هرچند روند امتیاز عملکرد رقابت صنعتی ایران در بلندمدت صعودی بوده، اما در رتبه‌بندی دارای روند کاملاً نزولی بوده است و این امر حاکی از توسعه بخش صنعت در فضای اقتصاد داخل و پسرقت در مقایسه با کشورهای مختلف جهان است. میزان اثرگذاری ایران بر تجارت صنعتی جهان و نقش‌آفرینی در اقتصاد بین‌الملل در دوره بلندمدت موردبررسی، درمجموع دارای روند صعودی بود، اما فراز و نشیب‌های این روند کاملاً وابسته به شرایط تحریم، فضای پسابرجام و... بوده است.

بررسی روند شاخص‌های شدت صنعتی‌سازی نشان می‌دهد که برنامه سوم توسعه نقطه عطف توسعه صنعتی در ایران بود که نقطه عزیمت آن سال ۱۳۷۹ بود و با فراز و فرودهایی در سال‌های بعد ادامه پیدا کرد، اما به مرور طی یک دهه اخیر اندازه یا جایگاه بخش صنعت در تولید ناخالص داخلی ایران به‌دلایل مختلف ازجمله تجربه نرخ رشد‌های منفی متوالی و تشکیل سرمایه منفی در این بخش کوچک‌تر شد و به حدود ۱۲ درصد کاهش یافت. این موضوع تلنگری به حوزه سیاست‌گذاری صنعتی است که با جلب اعتماد بخش خصوصی و تقویت تشکیل سرمایه و رفع موانع تولید، به‌دنبال نقش‌آفرینی بیشتر این بخش در اقتصاد ایران باشد.

به عبارت بهتر، جایگاه ایران در ارزش‌افزوده صنعتی جهان طی دو دهه اخیر تقریباً افزایشی بود، اما دقیقاً از سال ۱۳۹۱-۱۳۹۰ با شروع تحریم‌ها و تشدید آن، نقش‌آفرینی صنعت ایران در ابعاد جهانی به‌شدت تنزل یافت و در سال‌های ۱۳۹۶-۱۳۹۵ هم‌زمان با فضای پسابرجام تا حدودی بهبود یافت و از افت بیشتری جلوگیری شد. براساس روند شاخص صنعتی‌سازی، شروع برنامه سوم توسعه نقطه عطف توسعه صنعتی در ایران بود که از سال ۱۳۷۹ به بعد روند صنعتی‌سازی یا صنعتی‌شدن ایران به‌رغم کاهشی شدن در سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۷ هم‌زمان با بحران مالی غرب و تشدید تحریم‌ها در سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۱۱ درمجموع صعودی بود.

نکته قابل‌تأمل در روند سهم صادرات صنایع با فناوری متوسط و بالا در کل صادرات صنعتی ایران این است که در شرایط تحریم به‌رغم کاهش در سهم صادرات صنعتی، سهم صادرات با فناوری متوسط و بالا با جهش افزایشی مواجه بود و این حاکی از آن است که تحریم نمی‌تواند مانع جدی سر راه صادرات صنعتی با سطوح فناوری بالا باشد. لذا این توصیه سیاستی بسیار حائز اهمیت است که در اجرای

فرصت امروز: نهاد پژوهشی مجلس در تازه‌ترین گزارش خود به تحلیل عملکرد رقابت‌پذیری صنعتی در اقتصاد ایران پرداخت و تحریم را مانعی جدی در راه صادرات محصولات صنعتی ندانست. مرکز پژوهش‌ها در تحلیل عملکرد رقابت صنعتی ایران به جدیدترین گزارش عملکرد رقابت صنعتی یونیدو استناد کرده است که در آن، ایران رتبه ۴۹ را در میان ۱۵۰ کشور به دست آورده است.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، هدف از این مطالعه، ارزیابی روند زیرشاخص‌های عملکرد رقابت صنعتی ایران و تحلیل تطبیقی با کشورهای منطقه و برخی کشورهای توسعه‌یافته جهان است. روش‌شناسی این مطالعه، تحلیل آماری بر پایه اطلاعات سری زمانی سازمان یونیدو است. جامعه آماری شامل بخش صنعت یا صنایع کارخانه‌ای و پایه آماری نیز شامل دوره بلندمدت ۲۰۱۷-۱۹۹۰ میلادی است.

براساس تعریف یونیدو، منظور از رقابت‌پذیری صنعتی، توانایی کشورها برای ماندگاری و افزایش حضور هم‌زمان در بازارهای داخلی و بین‌المللی است و این امر از طریق توسعه فعالیت‌های صنعتی دارای ارزش‌افزوده بالاتر و ارتقای محتوای فناوری تحقق پیدا می‌کند.

شاخص عملکرد رقابت صنعتی (CIP) یکی از شاخص‌هایی است که یونیدو برای ارزیابی توان رقابت و عملکرد صنعتی اقتصادی مختلف مورداستفاده قرار می‌دهد و قدرت هر کشور در زمینه رقابت صنعتی با سایر کشورها در حوزه تولیدات صنعتی یا کارخانه‌ای با عددی بین صفر تا یک اندازه‌گیری می‌شود. هرچه این عدد به یک نزدیک‌تر باشد نشانگر قدرت بیشتر آن کشور در زمینه عملکرد رقابت صنعتی است. بین عملکرد صادرات صنعتی و رشد اقتصادی در کشورهای مختلف جهان همبستگی مثبت و قوی وجود دارد و معمولاً کشورهایی که از صادرات صنعتی و رشد صنعتی بیشتری برخوردارند، رشد اقتصادی در آنها بیشتر بوده است و بررسی آمار سری زمانی نرخ رشد GDP و نرخ رشد صادرات صنعتی هشت کشور دارای بیشترین میزان رشد اقتصادی طی سال‌های ۲۰۱۶-۱۹۹۰ از قبیل چین، میانمار، ویتنام، کمبوج و... مؤید این ادعاست.

براساس جدیدترین گزارش عملکرد رقابت صنعتی یونیدو (CIP۲۰۱۹)، ایران در سال ۲۰۱۷ (سال ۱۳۹۶) با امتیاز ۰۰٫۶۲ در میان ۱۵۰ کشور، رتبه ۴۹ را به دست آورده است که در مقایسه با رتبه ۵۳ در سال ۲۰۱۶ از عملکرد رقابت صنعتی بهتری برخوردار شد. براساس گزارش یونیدو، بیش از ۶۵درصد از محصولات صنعتی ایران در سال ۱۳۹۶، منابع محور یا RB بودند. محصولات با فناوری سطح متوسط (MT) با سهم ۲۵٫۵درصد در رتبه دوم و فناوری با سطح پایین (LT) نیز دارای سهم ۷۰٫۹درصد بود. سهم فناوری‌های پیشرفته یا با سطح فناوری بالا (HT)

سازمان بین‌المللی حمل و نقل هوایی یاتا:

کرونا ۲ ماه بیشتر بماند، کار ایرلاین‌ها تمام است!

شرکت‌های هواپیمایی کمک و تسهیلات مالی ویژه به آنها ارائه دهند، مالیات‌های دریافتی از آنها را به صفر رسانده و تمامی بدهی‌های قبلی آنها را تسویه کنند تا بدین ترتیب بتوانند اندکی از فشارهای وارده بر آنها بکاهند و از ورشکستگی و فروپاشی ایرلاین‌ها جلوگیری به عمل بیاورند.

به نظر می‌رسد که پیش‌بینی کارشناسان و تحلیلگران فعال در حوزه هوانوردی درست از آب درآمده و شرکت‌های هواپیمایی تحت تاثیر شیوع گسترده ویروس کرونا در کشورهای مختلف، در صورت کمبود یا نبود زیرساخت‌های مستحکم مالی، یکی پس از دیگری به مرحله فروپاشی و ورشکستگی سقوط خواهند کرد. یکی از نخستین ایرلاین‌های فروپاشی شده تحت تاثیر مسائل اخیر، شرکت هواپیمایی بریتانیایی Flybe بود که با شیوع ویروس کرونا و کاهش چشمگیر ترافیک هوایی و نقاضای مسافران، اعلام کرد که به مرحله فروپاشی و ورشکستگی رسیده است. هم‌زمان با شروع گسترده و شیوع ویروس کرونا در کشورهای مختلف جهان بسیاری از ایرلاین‌ها به منظور جلوگیری از انتشار بیشترین ویروس و همچنین حفظ سلامت و بهداشت جامعه، پروازهای خود به مناطق گسترده‌ای از جهان که هم‌اکنون با کرونا به شدت درگیرند را تا اطلاع ثانوی لغو کرده و به حالت تعلیق درآورده‌اند. همین لغو پروازها موجب شده که شرکت‌های هواپیمایی ضرر و زیان‌های مالی گسترده‌ای را متحمل شوند و بسیاری از خطوط هوایی پرتردد

و درآمدزایی آنها به حالت غیرفعال تغییر حالت دهد. بسیاری از هواپیماها نیز هم‌اکنون در فرودگاه‌های بزرگ و پرتردد جهان زمینگیر شده‌اند.

همه این مسائل موجب شده بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران فعال در حوزه هوانوردی، صدمات وارده از سوی شیوع ویروس کرونا بر صنعت هوانوردی و گردشگری را به حادثه تروریستی ۱۱ سپتامبر به برج‌های دوقلوی ایالات متحده آمریکا تشبیه کنند که البته به عقیده آنها آسیب‌های این ویروس خطرناک به مراتب بسیار بیشتر و گسترده‌تر خواهد بود به گونه‌ای که انتظار می‌رود شیوع کرونا در جهان عنوان بزرگ‌ترین کابوس برای ایرلاین‌ها را به خود اختصاص دهد. بیشتر کارشناسان سازمان هوانوردی بین‌المللی غیرنظامی ایکائو (ICAO) با انتشار گزارشی مفصل درخصوص ضرر و زیان‌های مالی گسترده شرکت‌های هواپیمایی در سراسر جهان تحت تاثیر شروع ویروس کرونا به شدت ابراز نگرانی کرده بودند. یاتا در برآوردهای قبلی خود اعلام کرده بود که کاهش تردد، تعلیق و لغو پروازها موجب خواهد شد که حجم ترافیک هوایی جهان در سال جاری میلادی با یک کاهش ۴۰٫۷درصدی روبه‌رو شود که این بیشترین میزان از بحران‌های مالی در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ میلادی به شمار می‌رود. این در حالی است که هنوز تبعات منفی این کاهش حجم ترافیک هوایی در جهان بر روی میزان سوددهی و درآمدزایی ایرلاین‌ها معلوم و مشخص نشده است.

بانک نامه



بانک پاسارگاد اعلام کرد

شرایط مساعدت در بازپرداخت تسهیلات فعالان اقتصادی

بانک پاسارگاد در اطلاعیه‌ای، شرایط حمایت و مساعدت در بازپرداخت تسهیلات دریافتی فعالان اقتصادی به‌ویژه صاحبان کسب و کارهای کوچک را اعلام کرد.

به گزارش «فرصت امروز» طبق بخشنامه بانک‌مرکزی درخصوص شرایط به وجود آمده ناشی از شیوع ویروس کرونا در جامعه و مشکلات پدید آمده برای فعالان اقتصادی به‌ویژه صاحبان کسبب و کارهای کوچک در بازپرداخت تسهیلات دریافتی، بانک پاسارگاد با هدف مساعدت و حمایت از تسهیلات‌گیرندگان مذکور (اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی) و همچنین ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود در شرایط حاضر، جزئیات این اقدام را اعلام کرد. بر این اساس، دریافت‌کنندگان تسهیلات قرض‌الحسنه، تسهیلات در قالب کلیه عقود و تسهیلات مربوط به کارت‌های اعتباری که حائز شرایط زیر باشند، می‌توانند از مزایای این طرح استفاده کنند:

• صاحبان کسبب و کارها به‌ویژه کسبب و کارهای کوچک که در لیست مصادیق اعلام شده توسط دولت قرار دارند.

• تسهیلات‌گیرندگانی که به دلیل شرایط ناشی از شیوع ویروس کرونا، قادر به بازپرداخت اقساط تعیین‌شده در موعد مقرر نیستند.

• تسهیلات‌گیرندگانی که در چارچوب مفاد دستورالعمل طبقه‌بندی دارایی‌های مؤسسات اعتباری، بدهی آنها تا تاریخ اول دی سال ۱۳۹۸در طبقه جاری قرار داشته باشد.

• دریافت‌کنندگان تسهیلات که اقساط آنها طی ماه‌های اسفند ۱۳۹۸، فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۹ سررسید می‌شود.

همچنین مزایایی که در این طرح به مشمولان ارائه می‌شود، به این شرح است:
• اعطای مهلت سه ماهه در مورد تسهیلات و وام دریافتی اشخاص مشمول که بازپرداخت آنها به صورت دفعی است و سررسید آنها در بازه زمانی اول اسفند سال ۱۳۹۸ تا ۳۱ اردیبهشت سال ۱۳۹۹ قرار دارد

• دریافت اقساط تسهیلاتی که طی ماه‌های اسفند سال ۱۳۹۸، فروردین و اردیبهشت سال ۱۳۹۹ سررسید می‌شود، پس از پایان دوره بازپرداخت اقساط • عدم دریافت جریمه (مابه‌التفاوت نرخ وجه التزام تأخیر تأدیه دین و نرخ سود مندرج در قرارداد) و کارمزد اضافی، از وام‌گیرندگان و تسهیلات‌گیرندگان مشمول در دوره مذکور

• چنانچه بدهی اشخاص مشمول در بازه زمانی مذکور، در چارچوب مفاد دستورالعمل طبقه‌بندی دارایی‌های مؤسسات اعتباری در طبقات غیرجاری طبقه‌بندی می‌شود، مشتری یادشده بابت مطالبات مذکور، مشمول ممنوعیت‌های ناظر بر اشخاص دارای بدهی غیرجاری نخواهد شد.

گفتنی است بانک پاسارگاد در راستای تمهیدات اتخاذشده جهت کاهش مراجعه به شعبه‌ها و جلوگیری از شیوع ویروس کرونا، امکان ثبت مشخصات مشمولان را از طریق سایت خود فراهم کرده است. به این‌ترتیب واجدین شرایط می‌توانند با مراجعه به بخش «سامانه ثبت درخواست خدمات بانکی» در سایت بانک به نشانی https://www.bpi.ir/aid ، مشخصات خود را ثبت کنند. شعبه‌های بانک پاسارگاد در سراسر کشور در اسرع وقت نسبت به بررسی درخواست‌ها اقدام کرده و اطلاعات تکمیلی را به مشتریان ارائه خواهند کرد. همچنین مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک پاسارگاد به شماره ۸۲۸۹۰ و همچنین سامانه CRM در سایت این بانک به آدرس https://www.bpi.ir/crm به‌صورت شبانه‌روزی آماده پاسخگویی به سؤالات هم‌میهنان هستند.

با سامانه #۷۲۰۰ بیشتر در خانه بمانید

سامانه #۷۲۰۰ با ارائه بخشی از خدمات بانکی به‌صورت غیر حضوری، می‌تواند در کاهش مراجعه به شعبه‌ها نقش داشته باشد.

به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، در سامانه #۷۲۰۰ برخی از خدمات بانکی مانند امکان پرداخت قبوض، امکان خرید شارژ، امکان خرید بسته‌های اینترنت، دریافت رمز پویای کارت و رمز دو عاملی، پرداخت عوارض جاده‌ای، تبدیل شماره شبا به سپرده و یا کارت، دریافت موجودی کارت و امکان کمک به خیریه‌ها ارائه می‌شوند. هم‌وطنان با شماره‌گیری کد #۷۲۰۰ می‌توانند از این خدمات بهره برده و با اجتناب از مراجعه به شعبه‌ها، باعث کاهش در تردد غیرضروری شوند. سایر سامانه‌های بانکداری الکترونیک بانک پاسارگاد نیز اعم از بانکداری‌مجازی، همراه‌بانک پاسارگاد، سامانه پرداخت اینترنتی سایت بانک، کیپاد و تلفن‌بانک، اکثر خدمات بانکی را بدون مراجعه به شعبه‌ها به مشتریان ارائه می‌دهند.

بانک مرکزی تکذیب کرد

سقف برداشت از خودپرداز، همان ۵۰۰ هزار تومان است

در پی انتشار اخباری مبنی بر کاهش سقف برداشت از خودپردازها، روابط عمومی بانک مرکزی ضمن تکذیب این خبر اعلام کرد، سقف برداشت از خودپردازها تا اطلاع ثانوی ۵ میلیون ریال در هر روز است.
روابط عمومی بانک مرکزی ضمن درخواست از مردم برای انجام الکترونیک‌امور بانکی، اعلام کرد که مردم در مواردی که اجبار در استفاده از پول نقد دارند، می‌توانند به جای مراجعه به شعب، به صورت غیرشتابی روزانه تا سقف ۵ میلیون ریال از خودپرداز وجه نقد دریافت کنند.

طلا گرمی ۵۸۷ هزار تومان

راه سکه از دلار جدا شد

بازار طلا و سکه در دومین روز از آخرین هفته سال در حالی با افزایش قیمت مواجه بود که نه‌تنه قیمت دلار در صرافی‌های بانکی با تغییری مواجه نشد بلکه قیمت طلا در بازارهای جهانی نیز به دلیل تعطیلی بازارها بدون تغییر ماند.
به گزارش خبرآنلاین، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی در روز یکشنبه به قیمت ۵ میلیون و ۹۶۴ هزار تومان فروخته شد که در قیاس با روز شنبه افزایش نزدیک به ۳۷ هزار تومان را نشان می‌دهد. همچنین سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با افزایش ۵۰ هزار تومانی به قیمت ۵ میلیون و ۸۰۷ هزار تومان فروش رفت.
به این ترتیب سکه از سد مقاومتی ۶ میلیون تومانی فاصله گرفته است. اما میزان تغییر قیمت نیم سکه و ربع سکه اندک بود، چنانکه هر قطعه نیم سکه با رشد ۵ هزار تومانی قیمت به ۲ میلیون و ۹۹۸ هزار تومان و هر قطعه ربع سکه نیز با افزایش ۳ هزار تومانی قیمت به یک میلیون و ۷۴۶ هزار تومان رسید.
همچنین قیمت سکه گرمی با ۱۲ هزار تومان افزایش به ۹۷۲ هزار تومان رسید.
هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز در بازار به قیمت ۵۸۷ هزار تومان فروخته می‌شود که رشدی نزدیک به ۶ هزار تومان را نشان می‌دهد.



کسانی که از ابتدای اسفندماه تا پایان اردیبهشت‌ماه چک‌شان برگشت بخورد، مشمول محرومیت‌های بانکی نخواهند شد؛ این خبری بود که رئیس کل بانک مرکزی دیروز پس از جلسه ستاد اقتصادی دولت اعلام کرد و از مدارای سه ماهه بانک‌ها با چک‌های برگشتی به دلیل شیوع کرونا خبر داد.

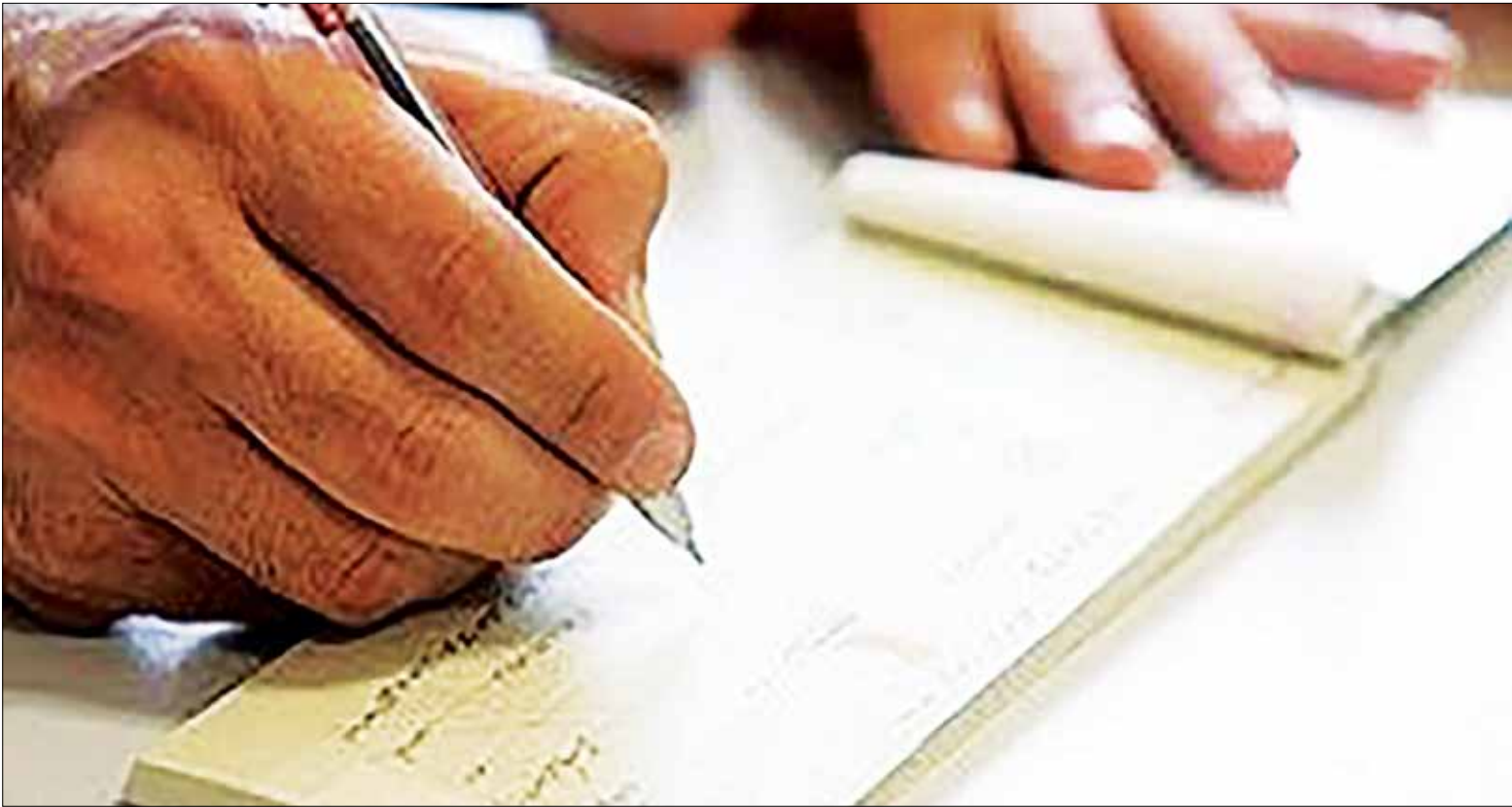
عبدالنصر همتی گفت: طبق قانون، کسانی که چک‌شان برگشت بخورد از خدمات بانکی محروم می‌شوند، اما روز گذشته از رئیس‌جمهور درخواست کردیم و مصوب شد کسانی که در فاصله زمانی ابتدای اسفند تا آخر اردیبهشت چک‌شان برگشت می‌خورد، رابطه حقوقی بین صادرکننده چک و ذی‌نفع سر جایش باقی بماند، اما سیستم بانکی محرومیت از خدمات را حذف کند.

به گفته همتی، این افراد از وقتی چک‌شان برگشت بخورد تا سه ماه می‌توانند از خدمات بانکی استفاده کنند. همچنین براساس مصوبه شورای پول و اعتبار، ۱۰ رسته کسب و کار تعیین شده بود که از شیوع ویروس کرونا آسیب دیده‌اند، بنابراین این افراد می‌تواند سه قسط اسفند ۹۸ و فروردین و اردیبهشت ۹۹ را پرداخت نکنند؛ ضمن اینکه مردمی که کسب و کار آنها مشمول این ۱۰ گروه بوده، آسیب دیده و نتوانستند که درآمد کسب کرده و تسهیلات خود را پرداخت کنند، تا سه ماه می‌توانند به بانک‌ها مراجعه نکنند. بر این اساس، بانک‌ها بعد از سه ماه پرونده آنها را بررسی می‌کنند و کمک لازم را به آنها خواهند داشت.

همتی همچنین از پرداخت وام به ۴ میلیون نفر با نرخ سود ۴درصد خبر داد و گفت: دریافت‌کنندگان این وام‌ها، طبقات آسیب‌پذیر کسب و کار هستند که بر این اساس دولت قبول کرده در نرخ سود این تسهیلات به ۴درصد کاهش یابد؛ این در حالی است که این افسراد نیاز به ارائه ضامن نداشته و از یارانه خود، می‌توانند اقساط خود را بپردازند که این تصمیم مهمی بود که قرار است صورت گیرد.

رئیس کل بانک مرکزی از لغو شرط محرومیت از خدمات بانکی برای دارندگان چک برگشتی به دلیل کرونا خبر داد

مدارای ۳ ماهه بانک‌ها با چک‌های برگشتی



کارهایی که به طور مستقیم از بیماری کرونا دچار بیشترین آسیب شده‌اند را اعلام کرد. بخشنامه بانک مرکزی درباره مصادیق بخش‌ها و رسته‌های کسبب و کارهایی که به طور مستقیم از بیماری کرونا دچار بیشترین آسیب شده‌اند، پس از مصوبه شورای پول و اعتبار درخصوص مساعدت به صاحبان کسبب و کارهایی که به دلیل شرایط ناشی از شیوع ویروس کرونا در کسبب و کار خود با مشکلاتی مواجه شده‌اند، ابلاغ شده است. این بخشنامه جهت اطلاع مدیران عامل بانک‌های دولتی، غیردولتی، شرکت دولتی پست بانک، موسسات اعتباری غیربانکی و بانک مشترک ایران - ونزوئلا ارسال شده است.

به گفته بانک مرکزی، مراکز تولید و توزیع غذاهای آماده اعم از رستوران‌ها، بوفه‌ها، طباخی، تالارهای پذیرایی، قهوه‌خانه‌ها، اغذیه‌فروشی‌ها (و موارد مشابه به تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت) به عنوان یکی از گروه‌های شغلی آسیب‌دیده از کرونا به شمار می‌روند.

مراکز مربوط به گردشگری شامل هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مجتمع‌های جهانگردی و گردشگری، مهمانپذیرها مهمانسراها، مسافرخانه‌ها، زائرسراها، مراکز بوم‌گردی، مراکز اقامتی و پذیرایی و تفریحی و خدماتی بین راهی و موارد مشابه به تشخیص وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی نیز جزو این گروه‌ها هستند.

از دیگر گروه‌های شغلی آسیب‌دیده می‌توان به حمل و نقل عمومی مسافر درون‌شهری و برون‌شهری اعم از هوایی، جاده‌ای، ریلی و دریایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری، مراکز تولید و توزیع پوشاک و مراکز تولید و توزیع کیف و کفش اشاره کرد.

همچنین مراکز توزیع اجیل، خشکبار، قنادی، بستنی و آمبیوه، مراکز و مجتمع‌های ورزشی و تفریحی، مراکز و مجتمع‌های فرهنگی و آموزشی و مراکز تولید، توزیع و فروش صنایع دستی نیز به عنوان رسته‌های شغلی محسوب شده‌اند که بیشترین آسیب را از کرونا دیده‌اند.

رئیس‌کل بانک مرکزی ادامه داد: سیستم بانکی به کمک سازمان تامین اجتماعی خواهد آمد تا تسهیلاتی را در اختیار این سازمان قرار دهد تا سهم کارفرمایی مشاغل آسیب‌دیده را سه ماه با تاخیر دریافت کند؛ ضمن اینکه بانک مرکزی آمادگی دارد که در این رابطه کمک کند و بانک‌ها نیز آمادگی دارند به مردم کمک کنند تا کشور از نظر اقتصادی از این مرحله عبور کند.

همتی درخصوص سقف جابه‌جایی غیرحضوری از طریق کارت‌های بانکی گفت: تمام تلاش ما این است که مردم به شعب کمتر مراجعه کرده و با اسکناس کمتر درگیر شوند؛ به همین منظور سقف دریافت پول نقد از ای تی‌ام‌ها به ۵۰۰ هزار تومان افزایش یافته تا مردم کمتر به شعب مراجعه کنند؛ اگر یک یا دو بانک این سقف را کاهش داده‌اند، مساله شخصی خود بانک‌ها است ولی از نظر بانک مرکزی این سقف به جای خود باقی است؛ ضمن اینکه سقف کارت به کارت نیز از ۳ میلیون به ۱۰ میلیون تومان افزایش یافته است.

به گفته وی، در این میان، مردم نیز باید هر بانکی که سرویس بهتری می‌دهد را انتخاب کنند و نکته دیگر اینکه کمتر پول نقد بگیرند؛ به همین دلیل سقف دریافت کارت هدیه را نیز که ۵۰۰ هزار تومان بوده به ۲ میلیون تومان افزایش داده‌ایم.

همتی درباره ساعت کار بانک‌ها نیز گفت: ساعت کار بانکی طبق روال سال‌های قبل شیفت دارند و بانک‌ها برنامه‌ریزی کردند که همواره در خدمت مردم باشند، ولی باز هم خواهش می‌کنم که با توجه به فشاری که به لحاظ بیماری کرونا بر روی همکاران نظام بانکی بوده و برخی از آنها نیز آسیب دیده‌اند، مردم کمتر به شعب مراجعه کنند و فقط کارهای ضروری خود را از طریق حضور در شعبه انجام دهند، اما به هر حال نظام بانکی در ایام نوروز نیز در شعب کشیک، آماده خدمات‌رسانی به مردم است.

گفتنی است بانک مرکزی مصادیق بخش‌ها و رسته‌های کسبب و

خسارت اقتصادی کرونا را چگونه جبران کنیم؟

مصاف ویروس و اقتصاد

به رسیدن به الکترونیک کردن امور و فعالیت‌ها فاصله دارد و باید برای رسیدن به آن تلاش بیشتری صورت بگیرد.

از این پس باید توجه بیشتری به کسب‌وکارهای الکترونیک شود تا در شرایط بحرانی همچون شیوع کرونا، بتواند جای خالی نقش فعالیت‌های تولیدی به شکل سنتی را بگیرد تا در این مواقع ضربه کمتری به اقتصاد و تولید داخلی کشور وارد شود.

گفتنی است که بازار ماسک و مواد ضدعفونی به دلیل اهمیت این گونه اقلام در پیشگیری از شیوع این ویروس، از استقبال زیادی برخوردار شد و در مواردی با مشکلاتی همچون کمبود، گرانی، احتکار و... مواجه شد؛ در این شرایط، بسیاری از کارخانجات تولیدکننده این قبیل محصولات میزان تولیدات خود را افزایش دادند و یا برخی دیگر از تولیدکنندگان برای تولید این محصولات تغییر کاربری دادند.

• چگونگی حل مشکل بازار ماسک و مواد ضدعفونی

با این وجود، همچنان کمبود معضل اصلی این بازار است که یک کارشناس اقتصادی برای حل مشکل این بازار پیشنهاداتی همچون پرداخت یارانه یا کاهش هزینه‌های تولید برای تولیدکنندگان مواد ضدعفونی در جهت افزایش میزان تولید آنها و توزیع کارت هوشمند یارانه کالا‌های اساسی و تخصیص اقلامی همچون ماسک، ژل و محصولات بهداشتی را مطرح کرد.

بنابراین، آنچه قابل اهمیت است ابتدا کنترل هرچه سریع شیوع این ویروس در کشور و سپس اقدام در جهت بهبود فضاهای آسیب دیده از شیوع کرونا همچون فضای کسب‌وکار است که دولت بسته‌های حمایتی در نظر گرفته شده در این زمینه را به بهترین نحو براساس تشخیص درست از افراد و میزان آسیب دیدگی آنها توزیع کند.

با این تفاسیر، طبق گفته کارشناسان اقتصادی فعال‌سازی پایگاه اطلاعات اقتصادی خانوارها و یا ایجاد مراکز برای ثبت میزان و نوع آسیب‌دیدگی افراد که در نتیجه آن بتوان تشخیص داد که چه کسی چه میزان از این ویروس آسیب دیده تا در این زمینه با شناخت رانت‌خواران، توانست به دهک‌های پایین درآمدی یارانه تلقی بگیرد.

شایعه قرنطینه پایتخت به دنبال چه اهدافی بود؟

تصویر سازی غلط از خریدهای روزمره ایرانیان



تمهیدات ویژه میادین میوه و تره‌بار در ایام نوروز

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به فعالیت میادین میوه و تره‌بار در ایام نوروز گفت تأمین و عرضه مواد خوراکی تعطیل‌بردار نیست.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، عباس قبادی معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به وضعیت جامعه که درگیر مبارزه با شیوع بیماری کرونا است، گفت: پیش از این ۲۲۰ نمایشگاه مستقیم کالا را برای روزهای پایانی سال تدارک دیده بودیم که براساس فرمان ستاد مبارزه با بیماری کووید ۱۹ نمایشگاه‌های بهاره را تعطیل کردیم، اما نمایشگاه‌های زنجیره‌ای و میادین تره‌بار را رونق بیشتری دادیم.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان شرایط ذخایر کالا برای شب عید هموطنان و وفور کالا در انبارها افزود: شب گذشته در ستاد تنظیم بازار دوباره وضعیت بازار بررسی شد تا به‌موقع اقلام موردنیاز مردم به دست‌شان برسد. او با اعلام اینکه مردم از خریدهای احساسی اجتناب کنند، گفت: مواد غذایی و اقلام موردنیاز در سبد خانوار، به اندازه کافی در انبارها وجود دارد.

معاون وزیر صنت، معدن و تجارت همچنین ابراز کرد: مایحتاج موردنیاز سفره‌های مردم تولید داخل است و به‌قدر کافی در انبارها موجود است.

معاون وزیر صمت از نظارت بر خریدهای اینترنتی گفت و اضافه کرد: قرار بر این شده است که فروشندگان اینترنتی مجاز کمتر از ۲۴ ساعت کالاهای موردنیاز مردم را در منزل تحویل دهند.

قبادی با توصیه به مردم که از هجوم به فروشگاه‌ها خودداری کنند، گفت: اقدام ناگهانی برای خرید علاوه بر تراکم جمعیت باعث افزایش قیمت‌ها هم می‌شود.

۷۰هزار تن سیب و پرتقال انبار کردیم

او از انبار ۷۰ هزار تن میوه (سیب و پرتقال) برای شب عید خبر داد و یادآور شد: اقلام گوشت، مرغ، میوه و مواد بهداشتی موردنیاز در بازار و فروشگاه‌ها وجود دارد.

قبادی از مردم درخواست کرد تا تحت تأثیر فضای مجازی قرار نگیرند و گفت: با اصلاح فرهنگ مصرف، به‌موقع و به‌اندازه برای خانواده خرید کنیم.

قبادی با بیان اینکه فرآیند تأمین و عرضه مواد خورد و خوراک مردم تعطیل‌شدنی نیست، گفت: میادین میوه و تره‌بار برخلاف سال‌های گذشته، در ایام نوروز هم فعالیت می‌کنند به‌جز روز اول سال.

به شایعات توجه نکنید

تمام سوپرمارکت‌ها به فعالیت خود ادامه می‌دهند

رئیس اتحادیه سوپرمارکت و مواد پروتئینی گفت تمام سوپرمارکت‌ها در تهران باز هستند و به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

سعید درخشانی، رئیس اتحادیه سوپرمارکت و مواد پروتئینی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره تعطیلی سوپرمارکت‌ها اظهار کرد: تمام سوپرمارکت‌ها در تهران باز هستند و به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

رئیس اتحادیه سوپرمارکت و مواد پروتئینی در واکنش به انتشار شایعاتی در فضای مجازی درخصوص احتمال تعطیلی سوپرمارکت‌ها در روزهای اخیر اظهار کرد: این موضوع صحت ندارد، چراکه تاکنون دستوری مبنی بر تعطیلی سوپرمارکت‌ها از سوی اتاق اصناف برای ما صادر نشده است. درخشانی در پاسخ به این پرسش که در شرایط حال حاضر آیا اقلام موجود در سوپرمارکت‌ها افزایش قیمت خواهند داشت یا خیر؟ گفت: قیمت اقلام در سوپرمارکت‌ها ثابت است.

رئیس اتحادیه سوپرمارکت و مواد پروتئینی در پایان از مردم درخواست کرد که به شایعات منتشرشده در فضای مجازی توجه نکنند.

گفتنی است، در روزهای اخیر شایعاتی مبنی بر تعطیلی سوپرمارکت‌ها در فضای مجازی منتشر شده بود.

ظرفیت تولید مواد شوینده کارخانجات ۲ تا ۳ برابر نیاز کشور است

دبیر انجمن تولیدکنندگان محصولات شوینده با بیان اینکه هیچ کمبودی در محصولات شوینده در کشور وجود ندارد، گفت ظرفیت تولید محصولات شوینده در کشور وجود ندارد، گفت ظرفیت تولید محصولات شوینده کارخانجات کشور ۲ تا ۳ برابر نیاز بازار است و در این رابطه مردم نباید نگرانی داشته باشند.

دبیر انجمن تولیدکنندگان محصولات شوینده گفت: در حال حاضر انبارها پر از کالا است و واحدهای تولیدی با توجه به برند و سهم خود از بازار مشغول فعالیت هستند به نحوی که برخی چندشیفته مشغول تولید هستند.

شایعه قرنطینه شهرهای بزرگ کشور به منظور مقابله با ویروس کرونا این روزها خود عامل ایجاد تجمع‌ها و گسترش ویروس است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، شایعه سازی‌ها از آنجایی آغاز می‌شود که قوای جدیدی به کمک قوه مجریه برای ایجاد آرامش و تأمین نیازهای اساسی مردم برای مقابله با کرونا روی کار می‌آید. همزمان با دستور رهبر انقلاب اسلامی به ستاد کل نیروی‌های مسلح برای همکاری با دولت جهت ریشه کن شدن ویروس منحوس کرونا، رسانه‌های معاند و دامن‌زنندگان شایعات بر طبل قرنطینه شدن شهرها به ویژه پایتخت زده و مردم را برای خریدهای مشابه کشورهای اروپایی و هجوم به فروشگاه‌ها ترغیب می‌کند.

این جریان با سوءاستفاده از شرایط فعلی قصد تصویرسازی از ایران برای ضعیف جلوه دادن مردم در مقابله با بحران را داشته و از اخبار جعلی قصد برهم زدن اذهان عمومی را با خود به دنبال دارد.

به دستور رهبری سرلشکر باقری، رئیس ستاد کل نیروهای مسلح از تصمیم قرارگاه مبارزه با کرونای نیروهای مسلح برای کاهش تردد در کشور از ۲۴ ساعت آینده سخن گفت؛ همچنین صحبت‌هایی از یک بسیج همگانی به میان آمد که برای تمام مردم کشور تست اولیه احتمال ابتلا به کرونا را انجام خواهد داد و مبتلایان احتمالی شناسایی و قرنطینه خواهند کرد.

همین موضوع باعث شد تا بازار شایعات داغ شده و خبر تعطیلی پمپ‌های بنزین، نانوائی‌ها، فروشگاه‌ها و مواردی از این قبیل به میان بیاید. هرچند در همان ساعات ابتدایی مسئولان ستاد ملی مبارزه با کرونا این شایعات را تکذیب کردند و

اخطار دادند که هجوم بردن به این مراکز ممکن است خطرناک شود؛ اضطراب و نگرانی در دل مردم باقی ماند. فرمانده ستاد مبارزه با کرونا در تهران این احتمال که تهران از امروز و با تصویب ستاد عالی مبارزه با کرونا به حالت قرنطینه محدود در آید را داد. او از وضع قوانین جدید برای کاهش حضور مردم در فعالیت‌های عمومی سخن گفته اما شرح دقیقی دربارۀ جزئیاتش نداده است.

قرنطینه نداریم؛ تنها وضع قوانین جدی در تردها

حرف‌های دکتر زالی، فرمانده ستاد مبارزه با کرونا در تهران از وضع قوانین جدید برای کاهش حضور مردم در فعالیت‌های عمومی سخن گفته اما شرح دقیقی دربارۀ جزئیات دربارۀ جزئیاتش نداده است اما شاید تعطیلات پایان سال ادارات کمی زودتر از همیشه آغاز شود.

نگرانی‌ها در ذهن‌ها باقی مانده بود و حرف‌های علیرضا زالی، فرمانده ستاد مبارزه با کرونا در تهران این نگرانی‌ها را تشدید کرد؛ او از وضع قوانین جدید برای کاهش حضور مردم در فعالیت‌های عمومی خبر داد اما شرح دقیقی دربارۀ جزئیات آن ارائه نکرد و همین باعث شد تا حرف‌هایی از قرنطینه‌شدن تهران و تعطیلی مراکز فروش و پمپ بنزین‌ها و کاهش عرضه به میان آمد.

در همان ساعات ابتدایی شایعه تعطیل شدن یا قرنطینه شدن تهران تکذیب شد؛ انوشیروان محسنی بندپی استاندار تهران طی بیانیه‌ای تمام شایعاتی که با موضوع قرنطینه تهران بیان شده بود را یک دروغ بزرگ خواند و تأکید کرد خبری از قرنطینه شدن تهران یا تعطیلی مراکز فروش و کارخانجات کشور نیست.

اما اضطراب و نگرانی از مواجهه با کمبود در دل مردم کشور افتاده است؛

این عضو هیأت مدیره انجمن تولیدکنندگان تجهیزات پزشکی ادامه داد: مواد ضدعفونی‌کننده در بسته‌های مختلف مانند ۵۰ – ۱۲۵ – ۲۵۰ و ۵۰۰ سی‌سی و ۵ لیتری توزیع می‌شود و همچنین شرکت‌های آرایشی و بهداشتی که آمادگی همکاری تحت لیسانس این شرکت را داشته باشند می‌توانند پکیج‌های یک تنی و ۲۲۰ لیتری را نیز دریافت و پس از بسته‌بندی در ابعاد کوچک‌تر به نقاط موردنظر ارسال کنند.

شاهمرادی مقدم با بیان اینکه همکاران ما تلاش‌های لازم را انجام می‌دهند که مواد ضدعفونی‌کننده موردنیاز را به کادر درمانی کشور جهت مقابله با کرونا برسانند، گفت: همکاران ما نیز در خط مقدم جبهه جهاد بر علیه شیوع بیماری کرونا همگام با کادر فداکار بهداشت و درمان کشور انجام وظیفه می‌کنند و در این راه تا پای جان ایستاده‌اند. با وجود اینکه یکی از مدیران توانمند ما در این راه سخت به درجه رفیع شهید خدمت ناثل گشت، اما هیچ یک از این موانع باعث نشد که لحظه‌ای در تولید و خدمت به هموطنان خود درنگ کنیم.

این عضو هیأت مدیره انجمن تولیدکنندگان تجهیزات پزشکی ضمن

متأسفانه ویروس کرونا به هر کشوری که وارد شده با کلمه‌ای به نام کمبود مواجه بوده است؛ در شرایط فعلی بسیاری از کشورهای بزرگ دنیا با شرایط سختی دست و پنجه نرم می‌کنند که می‌توان آن را فحطلی نامید. اقلام اساسی و مهمی مثل خوراکی‌ها و مواد بهداشتی به طور چشمگیری در فروشگاه‌ها و مراکز عرضه این کشورها کاهش پیدا کرده است.

همین موضوع نگرانی‌های مردم ایران را تشدید کرده است و نگرانی از بروز چنین مشکلی عده‌ای از هموطنان‌مان را به سمت فروشگاه‌ها و مراکز عرصه کثانده و اضطراب ناشی از ترس باعث شده تا بیش از نیازشان اقدام به خرید کنند.

هیچ یک از مراکز خرید و عرضه اقلام اساسی تعطیل نمی‌شوند حسین مدرس خیابانی، قائم مقام وزیر صمت در امور بازرگانی در گفت‌وگو با خبرنگار صنعت، تجارت و کشاورزی گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، درباره تعطیلی فروشگاه‌های سطح کشور، با اشاره به جلسه فوق‌العاده‌ای که در ستاد تنظیم بازار برگزار شد، اظهار کرد: زمزمه‌های محدودشدن عبور و مرور و یا کنترل شدن مراکز خرید که جمعیت به سمت برخی به سمت آنها برای خرید هجوم بردهند ما را ملزم به تشکیل جلسه ویژه‌ای برای کنترل این اتفاقات کرد. او تأکید کرد: دوشادوش کادر پزشکی که برای حفظ سلامت مردم تلاش می‌کنند نیاز به فعالیت بخش پشتیبانی وجود دارد. تأمین اقلام ضروری و مایحتاج موردنیاز مردم تعطیلی‌پذیر نیست و در هیچ دوره‌ای تعطیل نمی‌شود بنابراین امروز خیلی محکم اعلام کردم که زنجیره تأمین، توزیع، حمل و نقل و عرضه کالاهای اساسی به خصوص اقلام ضروری برای مقابله با کرونا تعطیل نخواهد شد.

افزایش یک هزار درصدی تولید مواد ضدعفونی‌کننده

انتقاد از برخی اقدامات دست و پاگیر و شرایط ضد و نقیض جهت تولید مواد ضدعفونی‌کننده در کشور گفت: تعامل بیشتر دولت و قوه مقننه جهت تسریع و تسهیل تولید و توزیع مواد ضدعفونی‌کننده بسیار حائز اهمیت است. او به هموطنان توصیه کرد که هنگام خرید مواد ضدعفونی‌کننده به نکاتی مانند کد IRC و یا شماره ثبت دارویی توجه کنند، چراکه متأسفانه برخی از افراد سودجو به این حوزه ورود کرده‌اند و با جان مردم بازی می‌کنند.

این مدیر شرکت دانش‌بنیان تولید مواد ضدعفونی‌کننده تأکید کرد: از هموطنان درخواست داریم که حتماً مواد ضدعفونی‌کننده را از مراکز مشخص قانونی و داروخانه‌ها تهیه کنند و هنگام خرید به تاریخ تولید و انقضا توجه کنند و اگر به مورد مشکوکی در مورد اصالت ماده ضدعفونی‌کننده برخورد کردند، آن را اطلاع دهند.

شاهمرادی مقدم بیان کرد: برخی از افراد سودجو و کلاهبردار از برند شرکت ما سوءاستفاده کرده‌اند که ما این موضوع را از مراجع قانونی پیگیری می‌کنیم و از هموطنان نیز درخواست داریم تا حتماً موارد مشکوک را به ما اطلاع دهند.

هجوم آمریکایی‌ها به فروشگاه‌ها از ترس ویروس کرونا

غذای کافی داریم.» آمریکایی‌ها روزهاست در حال ذخیره کالا هستند. ولی بسیاری از آنها زمانی متوجه شدت گسترش این ویروس و مرگبار بودن آن شدند که دونالد ترامپ در روز دوشنبه شرایط اضطراری ملی اعلام کرد و ۵۰ میلیارد دلار کمک برای مقابله با این ویروس در نظر گرفت. بیش از ۲۵۰۰ آمریکایی به ویروس کرونا مبتلا شده و حداقل ۵۲ نفر جان خود را از دست داده‌اند. این ویروس تا حالا ۱۵۴ هزار نفر را در سراسر دنیا مبتلا کرده و جان ۵۸۰۰ نفر را گرفته است.

دبیات ویرجینیا دیده نمی‌شود. با طلوع آفتاب در سراسر آمریکا، هزاران نفر در خارج از سوپرمارکت‌ها و خوار و بار فروشی‌ها قبل از باز شدن آنها صف کشیدند و به دنبال فرصتی برای خرید ملزومات‌شان بودند.

الکسیس کاپل، یکی از شهروندان واشنگتن که در حال خرید از فروشگاه کاستکو بود گفت: «لحمانه است. مردم دیوانه شده‌اند. من زیاد نگران نیستم ولی اگر قرنطینه شویم می‌خواهم مطمئن شوم که

با طلوع آفتاب در سراسر آمریکا، هزاران نفر در خارج از سوپرمارکت‌ها و خوار و بار فروشی‌ها قبل از باز شدن آنها صف کشیدند و به دنبال فرصتی برای خرید ملزومات‌شان بودند.

به گزارش خبرنگارای تسنیم به نقل از رویترز، یک فروشگاه در نیوجرسی ساعت ۸ صبح باز شد و ۵ دقیقه بعد تمام بطری‌های شیر و آب معدنی آن به فروش رفت. در تگزاس، برخی پمپ بنزین‌ها خالی از سبخت شده‌اند. حتی یک بطری سفیدکننده هم در فروشگاه هوم

اخبار

چرا در روزهای اخیر قیمت خودرو کاهش یافته است؟

عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی گفت به نظر من روند کاهشی قیمت خودرو تا سال آینده هم ادامه پیدا خواهد کرد و قیمت‌ها از این هم کمتر خواهد شد. محمدرضا منصوری، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی شبکه خبری تهران نیوز، درباره علت کاهش قیمت خودرو در روزهای اخیر اظهار کرد: طی روزهای گذشته به دلیل شیوع بیماری کرونا، تقاضای خرید خودرو به شدت از سوی مردم کاهش یافته و از سوی دیگر چون میزان انجام سفرها در آستانه نوروز روند نزولی داشته، قیمت خودرو سیر کاهشی را طی می‌کند. وی افزود: به دلیل اینکه ویروس کرونا، آسیب‌هایی را متوجه اقتصاد کشور کرده و بسیاری از کسب و کارها را مختل ساخته است، خیلی از متقاضیان خرید خودرو نقدینگی خود را به دلیل مشخص نبودن وضعیت اقتصادی در سال آینده، در دستان‌شان حفظ کرده‌اند تا از آنها به عنوان پشتوانه مالی استفاده کنند؛ لذا حفظ نقدینگی را به خرید خودرو در آستانه نورز ترجیح داده‌اند.

نماینده مردم ساهو در مجلس شورای اسلامی خاطرنشان کرد: به نظر من روند کاهشی قیمت خودرو تا سال آینده هم ادامه پیدا خواهد کرد و قیمت‌ها از این هم کمتر خواهد شد و از آنجا که مردم قدرت خرید بالایی ندارند باید انتظار کاهش قیمت بیشتر خودرو را داشت.

منصوری گفت: همچنین ظرفیت تولید خودروها در چند هفته گذشته، مقداری افزایش یافته و این افزایش ظرفیت هم در کاهش قیمت‌ها تأثیرگذار بوده است. وی با اشاره به سرپچی بانک‌ها از مصوبه بانک مرکزی درخصوص تمویق دریافت اقساط وام‌گیرندگان به خاطر مشکلات اقتصادی به وجود آمده با شیوع ویروس کرونا، گفت: بانک‌ها مجبور هستند که این مصوبه را اجرا کنند، البته هرچند بانک‌ها با مشکلاتی دست و پنجه نرم می‌کنند، اما باید از قانون تمکین کنند.

عضو کمیسیون صنایع مجلس با بیان اینکه بانک مرکزی زمانی که به بانک‌ها اعلام می‌کند تا سه ماه اقساط تسهیلات را دریافت نکنند ابتدا باید منابع جایگزین برای این مدت سه ماه و ضرر و زیان بانک‌ها را مشخص کند تا آنها به این مصوبه عمل کنند، تصریح کرد: بنابراین تا منابع این مصوبه تعیین نشود، بانک‌ها زیر بار مصوبه استمهال اقساط وام نخواهند رفت.

این نماینده مردم در مجلس شورای اسلامی گفت: شورای پول و اعتبار و رئیس جمهور که اکنون رئیس ستاد مبارزه با کرونا شده باید سرعا طی بخشنامه‌ای صراحتا این موضوع را اعلام و محل زیان و ضرر را مشخص و ابلاغ کنند وگرنه بانک‌ها اقدامی نمی‌کنند.

ضدعفونی کردن جایگاه‌های سوخت آغاز شد

مشاور عالی انجمن مالکان جایگاه‌ها و مجتمع‌های خدماتی، رفاهی و بین‌راهی گفت ضدعفونی همه جایگاه‌ها آغاز شده است و این کار با کمک عمده جایگاه‌داران پیش می‌رود اما لازم است که یک بسیج همگانی برای این مهم ایجاد شود. به گزارش پرسین خودرو، محمد عطاپور، با اشاره به تدابیر در نظر گرفته شده برای ضدعفونی کردن جایگاه‌های سوخت، اظهار کرد: هر جایگاه با هزینه خود برنهایی را برای آگاهی مشتریان نصب کرده و تا آنجایی که توانسته‌اند جایگاه‌ها را به مواد ضدعفونی و دستکش مجهز کرده‌اند اما همچنان مشکلات زیادی در جایگاه‌ها وجود دارد.

وی یکی از بزرگ‌ترین مشکلات را تبادل پول نقد برشمرد و افزود: متأسفانه علی رغم هندارهای داده شده برخی همچنان پول نقد پرداخت می‌کنند. خواهش ما این است که افراد از کارت عابربانک خود برای پرداخت‌ها استفاده کنند.

هیچ اپراتوری به ویروس کرونا مبتلا نشده است

مشاور عالی انجمن مالکان جایگاه‌ها و مجتمع‌های خدماتی، رفاهی و بین‌راهی با تاکید بر اینکه خوشبختانه تاکنون هیچ کدام از اپراتورهای جایگاه‌ها به ویروس کرونا مبتلا نشده‌اند، گفت: سلامتی کارکنان برای ما بسیار اهمیت دارد و به همین دلیل هزینه‌های سنگینی برای مقابله با این ویروس در جایگاه‌های سوخت انجام شده است. عطاپور اظهار کرد: خواهش ما این است که استانداردی، فرمانداری، سازمان استاندارد و شهرداری‌ها نیز به این مهم ورود کنند و این کار به صورت کلان پیش برود تا بتوان این ویروس را به طور کامل در جایگاه‌های سوخت ریشه کرد.

معضل تشخیص لنت ترمز تقلبی برای مصرف‌کنندگان

رئیس انجمن تولیدکنندگان لنت ترمز و کلاچ ضمن تاکید بر مطابقت تولیدات داخلی با تکنولوژی روز دنیا بر وضعیت مناسب صنعت لنت ترمز کشور در بخش تحقیق و توسعه خیر داد. حسین لاجوردی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو درخصوص وضعیت بازار لنت ترمز و کلاچ در سال جاری اظهار داشت: مشکلی درخصوص تامین لنت ترمز و کلاچ در بازار وجود ندارد و تولیدکنندگان داخلی حتی بیش از مصرف داخلی و نیاز بازار تولید نموده‌اند. وی درخصوص کیفیت لنت ترمزهای موجود در بازار گفت: لنت ترمز یک قطعه فوق ایمنی است و جزو کالاهایی است که در داخل کشور از استاندارد اجباری برخوردار است به همین دلیل تمامی تولیدکنندگان موظف به کسب مجوز استاندارد از موسسه استاندارد هستند و حق ندارند لنت ترمز بی‌کیفیت تولید کنند و در غیر این صورت تولید آنها می‌بایست متوقف شود. رئیس انجمن تولیدکنندگان لنت ترمز و کلاچ درخصوص چگونگی اطلاع خریداران از اصالت لنت ترمزهای عرضه شده بیان کرد: تقلبی یا غیرتقلبی بودن این کالا برای مصرف‌کننده به راحتی قابل تشخیص نیست اما لنتی که علامت استاندارد داشته باشد به این معنا است که نهایتا در کارخانه‌ای تولید شده که تمام ضوابط استاندارد را رعایت کرده است.

لاجوردی با اشاره به لزوم بازرسی‌های متناوب در میان توزیع‌کنندگان بازار از سوی موسسه استاندارد افزود: انجمن تولیدکنندگان معضل وجود لنت‌های تقلبی در بازار را به موسسه استاندارد و سازمان حمایت از تولیدکننده و ممرف‌کننده اطلاع داده است و به منظور رسیدگی به این موضوع، انعقاد یک تفاه‌نامه میان انجمن لنت ترمز ایران و موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی مطرح بوده که تاکنون عملیاتی نشده اما این موسسه خود را متعهد به انجام آن تا پایان سال دانسته که در صورت انعقاد این تفاه‌نامه انجمن لنت ترمز که صاحبان اصلی و دلسوز این صنعت هستند در اولین فرصت متقلبین را شناسایی و به مراجع قانونی اعم از دادگاه و موسسه استاندارد معرفی می‌کنند.



معاون نظارت بر کالاهای سرمایه‌ای و خدمات سازمان حمایت درباره حدود وظایف و اختیارات قانونی دیگر مراجع ذی‌صلاح در زمینه تنظیم بازار خودرو؛ کلیه مراجع ذی‌صلاح و ذی‌ربط در حدود وظایف و اختیارات قانونی خود مسئول بوده و بایستی پاسخگو باشند که بر این اساس، با توجه به مصوبات تنظیم بازار تمامی اقدامات صورت گرفته مرتبط با تغییر قیمت خودرو از سرمنشأ کارخانه از طریق کمیته خودرو مستقر در وزارت صنعت، معدن و تجارت ستاد نتظیم بازار کشور صورت می‌پذیرد.

او ادامه داد: این سازمان به عنوان یکی از اعضای ستاد تنظیم بازار و کمیته خودرو صرفاً اقداماتی که از منظر آن ستاد یا کمیته خودرو نیاز به تعیین کارشناسی قیمت داشته باشد را با فرمول و روش مشخص و وفق ضوابط قیمت‌گذاری کالاهای تولید داخل، مصوب هیأت تعیین و تثبیت قیمت‌ها (cost plus)، بررسی و نتیجه را به کمیته یاد شده ارجاع می‌دهد تا متعاقبا و پس از تایید مقدماتی اعضا، مراتب برای تاییدن‌هایی به ستاد تنظیم بازار منعکس شود.

عضو هیات مدیره سازمان حمایت با تاکید بر اینکه براساس تصمیمات

کاهش ۷۰درصدی تقاضای سفر ناوگان سواری

در این راستا به اتحادیه تعاونی سواری کرایه بین شهری که بیشترین تعداد ناوگان عمومی مسافری جاده‌ای را دارد تقیم تا درباره خدماتی که در این حوزه به مسافران ارائه می‌شود و تمهیداتی که بابت جلوگیری از شیوع کرونا به کار گرفته می‌شود، اطلاعاتی را کسب کنیم.

نعمت‌الله حاج‌محمدعلی، قائم‌مقام اتحادیه تعاونی سواری کرایه بین شهری کشور، در این باره می‌گوید: با شیوع بیماری کرونا، تلاش کردیم در راستای ضدعفونی و گندزدایی ناوگان همچنین ضدعفونی دفاتر شرکت‌ها در پایانه‌های مسافری، نسبت به تهیه الکل اقدام کنیم اما چند روز است هرچه تلاش می‌کنیم، به جایی نمی‌رسیم، حتی با شماره تماس‌هایی که از سوی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی هم اعلام شده است تماس گرفتیم و مشکلات خود را بابت نبود الکل برای ضدعفونی ناوگان و دفاتر شرکت‌ها در پایانه‌های مسافری در میان گذاشتیم، اما به نتیجه نرسیدیم.

شیوع بیماری کرونا تأثیر بسزایی در کاهش تقاضای سفرهای جاده‌ای داشته است، تقاضای سفر در انواع مدل‌های حمل‌ونقلی و همچنین حمل‌ونقل جاده‌ای و ناوگان سواری کرایه کاهش یافته است، اما به هر حال طبق مصوبه ستاد مبارزه با کرونا، مردم باید از انجام سفر خودداری کنند و ما هم بر این موضوع تأکید داریم.

❖در حال حاضر چند شرکت فعال در حوزه سواری کرایه در استان تهران فعال است؟

حاج‌محمدعلی: در حال حاضر ۴۶ شرکت در چهار پایانه اصلی تهران

ضدعفونی محدود و دیرهنگام پایانه‌های مسافری در پایتخت، معاینه مسافر قبل از سفر، نبود الکل برای ضدعفونی و تهیه محلول ضدعفونی ناوگان به چند برابر قیمت از مواردی است که قائم‌مقام اتحادیه تعاونی سواری کرایه بین‌شهری به عنوان دغدغه این روزهای صنف حمل و نقل عمومی جاده‌ای مطرح می‌کند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، با شیوع بیماری کرونا در کشور و همه‌گیری این ویروس، ستاد مبارزه با کرونا تأکید کرد که مردم از انجام سفر خودداری کنند.

با شیوع بیماری کووید ۱۹ بسیاری از مردم از انجام سفرهای نوروزی خود منصرف شده‌اند و درصد بالایی از بلیت‌های قطار و هواپیما برای ماه جاری و همچنین ایام نوروز، توسط مردم کنسل شد.

در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای عمومی نیز کرونا موجب کاهش تقاضای سفر شده است اما به هر حال ماهیت ناوگان حمل‌ونقل عمومی، خدمات‌رسانی به مردم است و در این راستا باید در صورت وجود تقاضا، خدمات ارائه شود.

در ناوگان حمل‌ونقل عمومی جاده‌ای حدود ۴۱ هزار دستگاه سواری کرایه، ۱۲ هزار و ۹۰۰ دستگاه اتوبوس و ۳۳ هزار دستگاه مینی‌بوس فعال است.

در این حوزه به توجه به شیوع بیماری کرونا، توجه دقیق به پایش و غربالگری مسافر در پایانه‌های مسافری همچنین ضدعفونی و گندزدایی پایانه‌ها و ناوگان، امری ضروری و قابل توجه است، ضدعفونی مستمر ناوگان و خدمات‌دهی در این حوزه به مسافر باید مورد توجه باشد تا از شیوع بیشتر بیماری کرونا، جلوگیری شود.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس می‌گوید علی رغم در نظر گرفتن فرمول‌های ویژه اما مصرف‌کنندگان واقعی نمی‌توانند در طرح‌های پیش‌فروش خودرو ثبت‌نام کنند، زیرا برخی با استفاده از رانت و اطلاعاتِ به روز اقوام و بستگان خود را در این طرح‌ها ثبت‌نام می‌کنند.

ولی ملکی عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس در گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری خانه ملت درباره تاثیر طرح‌های پیش‌فروش بر قیمت خودرو، گفت: اگرچه طرح‌های پیش‌فروش خودرو می‌تواند به عنوان مُسکن و به صورت موقت از افزایش قیمت‌ها جلوگیری کند اما

ستاد تنظیم-بازار از اواخر سال ۹۷ تاکنون هیچ‌گونه تغییر قیمتی درخصوص خودروهای پرتیراژ اتفاق نیفتاده است توضیح می‌دهد: همانگونه که پیش از این نیز اعلام شد آخرین قیمت‌های ابلاغی از منشأ کارخانه براساس تصمیمات ستاد تنظیم بازار در اواخر سال ۹۷ تعیین و تاکنون نیز هیچ‌گونه تغییر قیمتی درخصوص خودروهای پرتیراژ اتفاق نیفتاده، لیکن متأسفانه آن خبرگزاری در قالب مصاحبه با برخی کارشناسان فاقد اطلاع از ضوابط و مقررات و حدود وظایف حوزه‌های مختلف در بخش خودرو و بدون تفکیک قیمت کارخانه از قیمت بازار صرفا به عنوان کارشناس مسائل خودرو نسبت به درج واحصا برداشت‌های ذهنی خود در ارتباط با میزان کارایی این سازمان اظهارنظر نموده و به آن دامن می‌زنند، حال آنکه تعیین قیمت در بازار برای خودروها براساس مکانیزم عرضه و تقاضا بوده و مضافا امکان دخل و تصرف افراد غیر در قیمت خودرو خریداری شده توسط اشخاص و در مالکیت ایشان وجود ندارد و به عبارتی در شرایط موجود با توجه به عدم هرگونه تغییر قیمت از منشأ کارخانه تولیدی، قیمت خودرو در بازار براساس توافق خریدار و فروشنده شبیه سایر بازارهای مشابه (نظیر بازار مسکن) است.

(پایانه‌های غرب، شرق، جنوب و بیهقی) و همچنین پایانه فرعی سه راه افسریه و سه‌راه جاده چالوس فعالیت می‌کنند، همچنین ۲ شرکت ناوگان سواری کرایه به عنوان شرکت درب تا درب فعالیت می‌کنند یعنی از درب منزل مسافر تا درب مقصد مسافر را جابه‌جا می‌کنند.

❖ کاهش ۷۰ درصدی تقاضای سفر با ناوگان سواری کرایه

- برآوردی از میزان کاهش سفر در ایام اخیر به دلیل شیوع کرونا داشته‌اید؟ حاج‌محمدعلی: در ترمینال شرق بر اساس بررسی صورت وضعیت صادر شده، از یک تا ۲۰ اسفند، ما تا ۴۵ درصد کاهش تقاضای سفر داشتیم در حالی که همیشه از ۲۰ اسفند با افزایش ۴۰ درصدی تقاضا مواجه بودیم که این افزایش ۴۰ درصدی هم وجود ندارد و پیش‌بینی ما این است که تا ۷۰ درصد کاهش تقاضا برای سفر با ناوگان سواری کرایه وجود داشته باشد.

❖ نامه به وزیر راه و شهرسازی و هشدار تعطیلی شرکت‌های فعال حمل‌ونقلی - در این باره درخواستی به دولت و وزارت راه و شهرسازی ارائه داده‌اید؟ مکاتباتی بابت حمایت با تأمین اقلام لازم داشته‌اید؟

حاج‌محمدعلی: صنف کارگری اتحادیه تعاونی‌های سواری کرایه بین‌شهری در ۱۸ اسفندماه امسال نامه‌ای به وزیر راه و شهرسازی نوشت و در آن دغدغه‌ها و مشکلات خود را پس از شیوع ویروس کرونا مطرح کرد، در آن نامه قید شد که صنف کارگری اتحادیه سواری بین‌شهری کشور در حال زمین‌گیری است و اگر دولت ورود نکند و راهکاری اندیشیده نشود شرکت‌های فعال حمل‌ونقلی تعطیل می‌شوند.

استفاده از رانت اطلاعاتی برای ثبت‌نام در طرح‌های پیش‌فروش خودرو

درمان قطعی حل مشکلات این حوزه نیست.

مصرف‌کنندگان واقعی نمی‌توانند در طرح‌های پیش‌فروش ثبت‌نام کنند

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس ادامه داد: علی رغم در نظر گرفتن فرمول‌های ویژه اما مصرف‌کنندگان واقعی نمی‌توانند در طرح‌های پیش‌فروش خودرو ثبت‌نام کنند، زیرا برخی با استفاده از رانت و اطلاعاتِ به روز اقوام و بستگان خود را در این طرح‌ها ثبت نام می‌کنند.

خودروسازان کنترل خود بر نحوه اجرای طرح‌های پیش‌فروش خودرو

واکسن کرونا با موفقیت روی موش‌ها آزمایش شد

گروهی از محققان امپریال کالج لندن مشغول توسعه واکسنی هستند که تا به حال روی موش‌ها آزمایش شده و امیدوارند آن را روی انسان‌ها نیز آزمایش کنند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، محققان انگلیسی مشغول توسعه واکسنی برای کووید ۱۹ هستند. گروهی از محققان به رهبری رابین شاتوک، رئیس دانشکده عفونت مخاطسی و ایمنی دانشگاه امپریال کالج لندن به طور موفقیت‌آمیز واکسن مذکور را روی موش‌ها آزمایش کرده‌اند و امیدوار هستند تا ماه ژوئن آزمایش روی انسان را آغاز کنند. پل مک کی، محقق ارشد این پروژه به خبرنگاران می‌گوید: یک ماه پس از تزریق واکسن به موش‌ها، نتایج آن را دریافت کردم. این واکسن کارآمد است. این گروه با محققانی در پاریس همکاری کردند تا تاثیرگذاری واکسن در میمون‌ها را نیز بررسی کنند.



دریچه

در گفت‌وگو با نمایندگان مجلس شورای اسلامی مطرح شد

لزوم افزایش نقش آفرینی نخبگان در حوزه‌های اقتصادی کشور

مانع حرکت است.

حسن خسته‌بند؛ عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی، نگاه جدید به داشته‌های کشور و استفاده از مزیت‌های موجود را اقدامی مهم در به کارگیری نخبگان در حوزه‌های اقتصادی می‌داند و معتقد است: تقویت زیرساخت‌های موجود برای استفاده از دریای جنوب و شمال، زمینه‌ساز ورود فناوری‌های داخلی و خارجی و تزریق آن به بخش‌های ساحلی کشور است که همین موضوع می‌تواند آینده اقتصادی کشور را تا حد بالایی تضمین کند. به عنوان نمونه، مناطق آزاد، یکی از بهترین محل‌ها برای توسعه فناوری دریایی و ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان با محوریت صنایع دریایی هستند؛ این مناطق به دلیل برخورداری از شرایط خاص، استعداد بیشتری در ایجاد و افزایش همکاری‌های بین‌المللی در زمینه‌های مختلف خاصه عرصه‌های فناوری دارند.

نماینده مردم بندرانزلی در مجلس شورای اسلامی اضافه می‌کند: افزایش مشارکت و ایجاد زیرساخت‌های سخت‌افزاری و اجتماعی لازم، مناطق آزاد را به محلی مناسب برای جذب سرمایه‌گذار خارجی تبدیل می‌کند که همین موضوع سبب می‌شود به‌تدریج سرمایه لازم برای عملیاتی‌شدن ایده‌ها و طرح‌های نخبگانی فراهم شود.

وی استانداردهاسازی و تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان را یکی از ملزومات امروز کشور برشمرده و می‌افزاید: دستیابی به فناوری روز می‌تواند سهم کشور را از تجارت و اقتصاد آب‌های آزاد جهان مخصوصاً دریاهای شمال و جنوب کشور افزایش دهد؛ البته به شرطی که در بازاریسازی‌های بین‌المللی با تأکید بر کشورهای همسایه نیز اقدامات اساسی و دانش‌بنیانی صورت گیرد. تولید انبوه محصولات دانش‌بنیان و ارائه خدمات فناورانه به جامعه، علاوه بر حصول ارزش‌افزوده و ثروت‌آفرینی، نقش مهمی در اشتغال‌زایی پایدار ایفا می‌کند.

محمدباسط درازهی؛ عضو کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس شورای اسلامی بر لزوم تبدیل علم به ثروت تأکید می‌کند و می‌گوید: تبدیل دستاوردهای علمی به فناوری و در نهایت ثروت یکی از ملزومات کشور برای پیشرفت و توسعه است که در برخی حوزه‌ها مانند ICT خوشبختانه نتایج خوبی حاصل شده است؛ بخش زیادی از این موفقیت به دلیل رویکرد، برنامه‌ریزی و اقدامات مناسب و منطقی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری است.

نماینده مردم سراوان در مجلس شورای اسلامی با اشاره به لزوم توجه به مقتضیات و مزیت‌های بومی هر منطقه و استان، بر لزوم تعریف آنها در قالب پروژه‌های تحقیقاتی و دانشگاهی تأکید دارد و معتقد است: مشکلات کنونی و آینده کشور باید با تزریق ایده‌ها و فعالیت‌های نخبگانی مرتفع شود تا کشور بتواند آینده‌ای درخشان‌تر داشته باشد.

وی در پایان بیان می‌کند: نخبگان و مستعدان‌برتر باید از طریق عملیاتی‌کردن ایده‌ها و اندیشه‌های خود، سهم بالایی در تولید ناخالص ملی داشته باشند. برای رسیدن به این هدف، اولین گام افزایش مهارت و توانمندی آنان در ابعاد عملیاتی است. این روند نه‌تنها به‌تدریج این افراد را از حمایت بی‌نیاز می‌کند بلکه سبب می‌شود با ایجاد کسب‌وکارها و شرکت‌های دانش‌بنیان توسط آنان، اشتغال و اقتصاد کشور نیز ساماندهی شود.

با توجه به ظرفیت‌های موجود در کشور و لزوم بهره‌گیری بهینه از آنها برای رشد اقتصادی پایدار، نقش‌آفرینی نخبگان در حوزه‌های مرتبط با اقتصاد یکی از موضوعات اساسی امروز کشور است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، نقش‌آفرینی بهینه نخبگان در حوزه‌های موردنیاز یکی از موضوعات اساسی کشور در همه بخش‌ها است چراکه این مهم می‌تواند توسعه و تعالی و البته بهبود کیفیت زندگی فردی و اجتماعی را حاصل کند. یکی از حوزه‌های مورد تأکید در این موضوع، اقتصاد است که به عنوان زیربنای بسیاری از مشکلات و چالش‌های کشور از آن یاد می‌شود. در همین رابطه و در قالب گفت‌وگو با برخی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی، موضوع اهمیت حضور نخبگان در حوزه‌های مرتبط با اقتصاد را مورد بررسی قرار داده‌ایم:

علیرضا ابراهیمی، عضو کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه کشور برای رسیدن به جایگاه مطلوب، چاره‌ای جز تمرکز بر ظرفیت‌های درونی ندارد، می‌گوید: حرکت حول منابع بومی و داشته‌های درونی و همچنین به‌کارگیری پتانسیل درونی از ارکان اصلی توسعه پایدار بر مبنای اقتصاد مقاومتی است.

وی با اشاره به لزوم نقش‌آفرینی جامعه نخبگانی در اقتصاد، می‌افزاید: برای رسیدن به اقتصاد دانش‌بنیان نیاز است در وهله اول مردم، دولت، مجلس و همه نهادها و دستگاه‌های دیگر به نظام اقتصادی تعریف‌شده باور داشته باشند و همه تلاش خود را برای تحقق اهداف آن به کار گیرند. در تفکر دانش‌بنیان و بر طبق اصول اقتصاد مقاومتی می‌توان با حصول دانش فنی به جای خام‌فروشی، نفت را به فراورده‌های متعدد با ارزش‌افزوده بالا تبدیل کرد و از این دالان وارد بازار تجارت جهانی شد.

نماینده مردم رامیان و آزادشهر در مجلس شورای اسلامی، نیازسنجی را اولین گام چرخه تبدیل علم به ثروت قلمداد و تصریح می‌کند: تبدیل یافته‌های محققان و دانشگاهیان به تولید و محصول بازارمحور و در نهایت حصول ثروت از منبع فروش آن، یکی از راه‌های مورد وثوق در اقتصاد است که این امر مستلزم ظرفیت‌سازی نخبگانی، نخبه‌پروری، به‌روزرسانی و علمی کردن اقتصاد است. از سوی دیگر باید دانست در دنیای امروز، رشد علمی بدون نگاه اقتصادی نمی‌تواند در روند حرکتی جامعه به سمت توسعه و پیشرفت، اثرگذار باشد.

عضو کمیسیون فرهنگی مجلس تأکید می‌کند: در هر شاخه و رشته‌ای از علم که نگاه اقتصادی وجود داشت، محققان علاوه بر رشد علمی، به دانش فنی هم دست یافتند و توانستند از راه تبدیل آن به ثروت هم کشور را به سمت خودکفایی سوق دهند و هم اقتصادی پایدار و مبینی بر دانش ایجاد کنند. فناوری هسته‌ای، برخی از گرایش‌های علوم‌پزشکی مانند سلول‌های بنیادین و همچنین هوا-فضا و صنایع موشکی بهترین نمونه‌ها از این دست هستند. این تفکر صحیح باید به همه زمینه‌های تحقیقاتی در همه رشته‌ها تسری پیدا کند. وی یادآور می‌شود: در طول سال‌های گذشته و براساس مقتضیات هر زمان، قوانین متعددی در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان به صورت طرح و با لایحه به تصویب مجلس رسیده است و همین موضوع سبب شده است کشور با انباشت قانون در این حوزه روبه‌رو باشد که نه‌تنها تسهیلگر مسیر نیست بلکه در برخی موارد حتی

طرح توسعه بازار محصولات دانش‌بنیان اجرا می‌شود

فروشنده مورد تأیید در این طرح باید به تأیید کارگروه تشخیص صلاحیت شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری رسیده باشد. همچنین فروشنده از ظرفیت تولید مطلوب با وجود قراردادهای جاری و آتی برخوردار باشد.

در این طرح خریدار دارای شخصیت حقوقی خصوصی یا تعاونی (شرکت یا موسسه غیردولتی و غیرعمومی) یا دارای شخصیت حقیقی با صلاحیت تأییدشده در یکی از نظام‌های قانونی (پزشکی، مهندسی، صنفی و...) و با مراجع رسمی کشور (جهاد کشاورزی، اتاق بازرگانی و...) است. خریدار همچنین باید از امکان ارائه تضامین لازم و چک بازپرداخت با توجه به توانمندی مالی و اعتباری برخوردار باشد.

نرخ تسهیلات در این طرح ۹درصد برای یک سال است. مدت تنفس خریدار نیز ۳ تا ۶ ماه است. دوره بازپرداخت نیز حداکثر ۳۶ ماه با احتساب دوره تنفس خواهد بود. میزان تسهیلات نیز ۸۰ درصد مبلغ قرارداد یا پیش‌فاکتور خواهد بود.



صندوق توسعه فناوری‌های نوین با همکاری شبکه فن بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با استفاده از پتانسیل‌های کارگزاران این شبکه، طرح «توسعه بازار محصولات دانش‌بنیان» را با هدف تسهیل تقاضای محصولات دانش‌بنیان در سراسر کشور اجرا می‌کند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، محصول حائز شرایط طرح توسعه بازار محصولات دانش‌بنیان باید در لیست محصولات یا موضوعات دانش‌بنیان قرار داشته باشد، همچنین این محصول از گواهینامه و مجوزات لازم برخوردار باشد. براساس این طرح، نرم‌افزارهای مورد تأیید کارگروه تأیید صلاحیت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز مورد حمایت تسهیلات لیزینگ قرار می‌گیرند. محصول دانش‌بنیان مورد پذیرش همچنین می‌تواند واسطه‌ای، سرمایه‌ای، مصرفی (با شرایط نظارت خاص و تأیید صندوق نوآوری و شکوفایی)، باشد. ملحقات و لوازم جانبی محصول دانش‌بنیان، مشروط بر اینکه در کارکرد صحیح محصول نقش اساسی داشته باشد، می‌تواند در ارزش قرارداد یا پیش‌فاکتور لیزینگ محاسبه شود.



بیل گیتس از سمت هیأت مدیره

به قلم: جی گرین - خبرنگار

موسس مایکروسافت در جدیدترین پست خود در شبکه لینکدین اعلام کرده است که از سمت هیأت مدیره شرکت استعفا داده است. که با وارن بافت دارد، در هیأت مدیره شرکت برکشایر هاتاوی نیز حضور داشته است که این خبر به معنای رهاکردن این سمت نیز است. وی پیام خود اعلام کرده است که این تصمیم به معنای فراموش کردن شرکتی که آن را بخشی از وجود خود می‌داند، نخواهد بود. درواقع وی ه شد و تا به امروز همواره بیل گیتس نقش کلیدی را در این شرکت داشته است. ساتیا نادلا نیز در واکنش به این خبر ضمن قدردانی از زحمات و ملیندا گیتس برای پیشگیری و درمان ویروس کرونا، برخی از افراد عقیده دارند که علت اصلی این تصمیم، تمرکز بر روی پروژه مذکور بر با همین تعداد فعلی به کار خود ادامه خواهد داد.

تولید ماسک‌های نانو برای کادر درمان شتاب گرفت

می‌کند و کادر درمان به این محصولات نیاز دارند، شرکت‌های دانش‌بنیان به میدان آمده‌اند تا این نیاز را رفع کنند. در حال حاضر سه شرکت دانش‌بنیان تولید ماسک برای کادر درمان را انجام می‌دهند و توزیع آنها میان بیمارستان‌ها با مدیریت وزارت بهداشت در حال انجام است. به گفته سعید سرکار، دبیر ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی، مواد اولیه این ماسک‌ها در داخل و با توانمندی نیروی انسانی خلق تولید می‌شود.

البته ماشین‌آلات صنعتی تولید این ماسک‌ها نیز در کشور ساخته می‌شود. دو شرکت دانش‌بنیان در حال

تولید ماسک‌های نانو هستند. علاوه بر آن، یک شرکت دیگر که دستگاه تولید نانوالیاف را تولید و ماسک‌های معمولی را به نانو تبدیل می‌کرد نیز اکنون وارد مرحله تولید شده است.

ماسک‌های نانو یک ابزار مهم برای کادر درمان محسوب می‌شود. کادر درمان کشور در میدان مبارزه با بیماری کرونا در خطری جدی قرار دارند. پس تولید محصولات بهداشتی برای

آنها از اولویت‌ها به شمار می‌رود. به همت شرکت‌های دانش‌بنیان روند تولید ماسک نانو برای کادر درمان سرعت گرفته است. از همان روزهایی که ویروس کرونای جدید شیوع پیدا کرد، ماسک نانویی و تولید آن مورد توجه قرار گرفت. در این حوزه ایران یکی از کشورهایی است که تجهیزات لازم برای تولید نانو الیاف را دارد.

تحریم‌ها یک دلیل دستیابی به این فناوری شد. شرکت‌های دانش‌بنیان ماسک ان ۹۵ و ان ۹۹ را با تمام توان انجام می‌دهند. در روزهایی که کشورمان نیز با این بیماری دست و پنجه نرم





زیست بوم اقتصاد دیجیتال پویا می شود

پویا کردن و متنوع سازی زیست بوم اقتصاد دیجیتال یکی از پیش نیازهای مهم توسعه این اقتصاد در کشور است؛ اقتصادی که در مقابله با اقتصاد سنتی پا به عرصه گذاشت و با گام های بلندی که برداشت توانست اقتصاد سنتی و دیرینه کشور را پشت سر بگذارد.

ایسن اقتصاد متکی بر فناوری های نوین و پیچیده، توانسته بازار اقتصادی دنیا را دگرگون و نیازهای جدیدی در این عرصه برای دولتمردان تعریف کند؛ نیازهایی که خود نیازمند تأمین زیرساخت های لازم در اقتصاد کشورها هستند.

ایران هم که ناگزیر به اقتصاد دیجیتال ورود کرده است باید هم پای دنیا به دنبال تأمین پیش نیازهای این اقتصاد همه گیر باشد. به طور مثال ایجاد تنوع در این اقتصاد با کمک همه نهادهای دستگاه های ذی ربط در این حوزه محقق می شود. باید زیست بومی

یادداشت



کارساز؛ فرصت فرهنگ سازی در حوزه کسب و کارهای نو

کارآفرینی از صدا و سیما جمهوری اسلامی، می گوید: «کارساز» را می توان به نوعی تایتل برنامه هایی مانند میدون که خوب درخشیده دانست؛ چراکه علاوه بر طرح موضوع کسب و کارهای نوپا، چگونگی تبدیل ایده تا محصول را در ذهن و توان دانشجویان و کارآفرینان به چالش می کشد. امیدواریم این برنامه ضمن معرفی ایده ها و ایده پردازان به جامعه، فضای روبه رشد زیست گون را با ارائه کارهای خوب و قابل قبول در پی داشته باشد و با یک جهش به سمت جلو پیش برود.

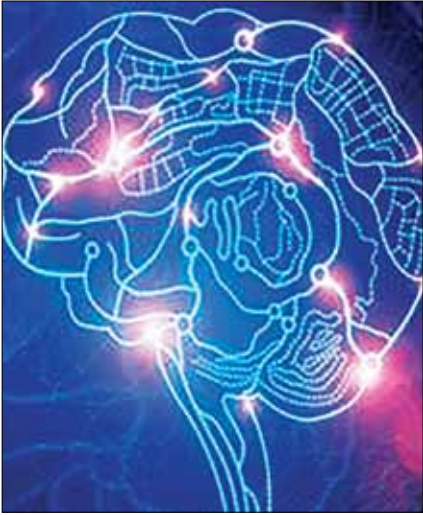
مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه درباره نحوه حضور شرکت کنندگان و انتخاب ایده ها در «کارساز» بیان می کند:

فراخوان حضور در این برنامه در سایت آن منتشر شد و به اطلاع کارآفرینان، دانشگاهیان و فعالان حوزه علم و فناوری رسید. پس از آن کار داوری و ارزیابی ایده های ارسال شده آغاز شد و در این میان ۲۰ ایده انتخاب شد تا در رقابتی همگن محصول خود را تولید و عرضه کنند. پس می توان گفت در این مسیر بینندگان با مراحل شکل گیری ایده و سپس تجاری سازی و تولید آن در بستر اصلی خود آشنا می شود.

به گفته او، «کارساز» نقش حمایتی از برگزیدگان مسابقه دارد. در حال حاضر کشور با اتکا به نیروی انسانی خلاق و نوآور خود در حال حرکت به سوی اقتصاد دانش بنیان و گذار از اقتصاد نفتی و سنتی است. خوشبختانه نیروی انسانی جوان و خلاق لازمه تحقق این هدف است که در کشور ملزومات این موضوع مانند وجود چهار و نیم میلیون دانشجو وجود دارد. واقعیت این است که تمامی این فارغ التحصیلان امکان جذب در کارهای دولتی و دفتری ندارند، همچنین زیرساخت های خوبی که در حوزه های مختلف علمی، فنی و تحقیقاتی وجود دارد یا ساختارهایی همچون پارک های علم و فناوری، مراکز رشد شتابنده ها، کارخانه های نوآوری، قانون مترقی و پیشرو حمایت و تأسیس شرکت های دانش بنیان، همگی موجب شده اند تا جوانان ما ایده های خود را در حوزه های مختلف در شکل شرکت دانش بنیان اجرایی کنند.

دبیر ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی همچنین می گوید: «کارساز» برای فرهنگ سازی درست گام برداشته است تا جوانان به صورت تمرینی ایده خود را به ایده پردازان ارائه کنند و در برنامه مورد تأکید قرار دهد. هرچند که در این راه مشکلات و زمین خوردن هایی نیز وجود دارد که هر کارآفرینی با آنها مواجه می شود و البته در نهایت با لیخند رضایت از آن سخته ی یاد می کند.

مستند مسابقه «کارساز» تولید جدید استودیو نوبین و محصول سازمان هنری رسانه ای اوج از شش بیست و چهارم اسفند هر شب ساعت ۲۱ در ۱۰ قسمت از شبکه مستند سیما روی آنتن می رود و روز بعد ساعت ۵ صبح بازپخش می شود.



«کارساز» عنوان مستند-مسابقه ای است که از شب گذشته پخش آن آغاز شد. معرفی کسب و کارهای نو و استارت آپ هایی که با خلاقیت و نوآوری خود محصولی تولید کردند، موضوع این برنامه است. این برنامه فرصتی برای رقابت ایده های برتر و توسعه آنها فراهم می کند.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، «کارساز» با حمایت ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی از ۲۴ اسفند روی آنتن شبکه مستند می رود و تلاش می شود تا فرهنگ سازی و ترویج کسب و کارهای نوآورانه در قالب یک برنامه تلویزیونی، به ثمر بنشیند.

پرویز کرمی، مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در گفت و گو با خبرگزاری فارس، درباره این برنامه می گوید: این برنامه با ساختاری نوآورانه به دنبال تبدیل ایده ها به محصول است. ایده های بسیاری در ذهن جوانان خلاق و نوآور خصوصا دانشجویان وجود دارد که به مرحله اجرا نمی رسد. پس در «کارساز» این فضا مهیا است.

کرمی ادامه می دهد: این برنامه در ایده پردازی و رسیدن به محصول شرکت کنندگان را همراهی می کند و در این مسیر مشکلات و چالش های پیش رو را بررسی می کند.

کسب و کارهای نو توسعه می یابد
این برنامه دو بخش اصلی دارد و در فضای داخل استودیو و فضای بیرونی تصویربرداری شده است. دبیر ستاد

فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی درباره این موضوع بیان می کند: سه محور و مربی متخصص در حوزه کسب و کار به نام های فرزین فردیس، محسن باستانی و علی اصغر سعادت آبادی در فضای استودیو حضور دارند، با حضور این افراد دارای تجربه شرکت کنندگان در قالب گفت و شنود، سوال و پاسخ موضوعات فناوریانه و کارآفرینی، کسب و کار نوپا را به تصویر می کشند. همچنین ایده پردازان در مرحله اول که در استودیو ضبط می شود باید بتوانند از ایده خود دفاع کنند و به چالش های مدنظر داوران پاسخ دهند تا بتوانند امتیاز لازم را برای صعود به مراحل بعدی و تولید محصول کسب کنند.

او با بیان اینکه این برنامه همچون یک شتابنده در حوزه توسعه کسب و کارهای نو ایفای نقش می کند، می افزاید: حضور افراد باتجربه و مجرب این برنامه را تبدیل به یک شتابنده کرده است. زیست بوم نوآوری و فناوری در کشور دارای بازیگران مختلفی مانند شرکت های دانش بنیان، مراکز رشد، شتابنده ها، استارت آپ ها، دانشگاه ها، کارخانه های نوآوری و پارک های علم و فناوری است. هر یک از آنها با ایفای نقش خود از مرحله تولید علم تا تبدیل به محصول را حمایت می کنند. این برنامه نیز در کنار این بازیگران و ساخت برنامه ای مستند به ترویج و فرهنگ سازی در این حوزه کمک می کند.

ایده ها معرفی می شود

کرمی با اشاره به پخش برنامه هایی چون «میدون» در حوزه



ییره مایکروسافت استعفا داد

نگار / مترجم: امیر آل علی

تا فرصت بیشتری را برای پیگیری پروژه های بشر دوستانه خود داشته باشد. نکته جالب این است که آقای گیتس به علت دوستی صمیمی ای در پست خود اعلام کرده است که هدف سه گانه او کمک به بهداشت، آموزش و کاهش اثرات اقلیمی است، با این حال وی در قسمت پایانی مچنان مشاوره های خود را به مدیرعامل فعلی (ساتیا نادلا) خواهد کرد. ذکر این نکته ضروری است که مایکروسافت در سال ۱۹۷۵ تأسیس شد آقای گیتس عنوان کرده است که همچنان مشتاقانه به دنبال یادگیری بیشتر از دوست خود است. با توجه به فعالیت های جدی بنیاد بیل وای رفع هر چه سریع تر ویروس خواهد بود. حال باید دید که آیا هیأت مدیره مایکروسافت فردی را جایگزین بیل گیتس خواهد کرد و یا منبع: washingtonpost.com

«کوره های ذوب القایی» ایران ساخت صادر شد

کوره های ذوب القایی با ظرفیت های پایین (۵۰۰ کیلو، یک تن و دو تن) در اختیار چندین کشور خاص بود ولی ساخت این دستگاه ها با ظرفیت بالا عمدتاً در دست شرکت های آلمانی و آمریکایی بود، بنابراین شرکت های فولاد داخلی برای تهیه این تجهیز به کشورهای اروپایی وابسته بودند که با آغاز تحریم ها و عدم فروش آن به ایران شرکت های داخلی برای تهیه این تجهیزات به کشورهایی همچون هند و چین مراجعه و از آن طریق اقدام به واردات می کردند.

وی به بیان ویژگی کوره های تولیدی این شرکت پرداخت و افزود: تنظیم اتوماتیک حداکثر توان و حذف توان راکتیو، راندمان بالا و انطباق با استانداردهای جهانی و استفاده از یوهای آب خنک با راندمان الکتریکی بالا از جمله ویژگی های این کوره ها هستند.

ایسن فعال فناوری درباره میزان اشتغال زایی صورت گرفته در این شرکت گفت: در حال حاضر ۱۲۰ نفر به صورت مستقیم مشغول به کار هستند و به صورت غیرمستقیم بسیار بیشتر خواهد بود و این رقم اشتغال زایی به ازای هر کوره حدود ۲۰۰ نفر خواهد بود.

کوره های ذوب القایی به صورت فراوان در صنایع سبک و سنگین کاربرد دارند، کوره های القایی دارای مزایای فراوانی نسبت به سایر کوره ها هستند که مهمترین آنها راندمان بالا و سرعت گرمایش بسیار بالای آن است در عین حال به دلیل عدم آلودگی زیست محیطی بسیار مورد توجه قرار گرفته است.

افشین اسفندیاری، مدیرعامل شرکت دانش بنیان «سپاهان القا» که در زمینه تولید انواع کوره های ذوب القایی فعالیت دارد، بیان کرد: کوره های ذوب القایی همانطور که از نامش مشخص است برای ذوب فلزات به کار می روند. این کوره ها با اعمال میدان الکترومغناطیس از طریق سیم پیچ مسی به فلزات داخل کوره دمای آن را به سرعت افزایش داده و تا دمای ذوب می رساند.

این فعال فناوری ادامه داد: فناوری ساخت این دستگاه تا چند سال پیش فقط در دست چند کشور بود که خوشبختانه اکنون کشورمان به تولیدکننده کوره های ذوب القایی با ظرفیت ۲۵ تن تبدیل شده است.

مدیرعامل شرکت دانش بنیان «سپاهان القا» توضیح داد: فناوری ساخت



مسیر توسعه فناوری های خواندن و نوشتن در مغز هموار شد

ارزیابی وضع موجود کشور از منظر منابع، ظرفیت ها، توانمندی ها و نیازهای ملی، پایش آینده علم و فناوری در حوزه ارتباط دوسویه با مغز و توسعه کسب و کار دانش بنیان برای ارائه خدمت به مردم، صادرات و صنایع برخی اهدافی است که در این کارگروه دنبال می شود.

همچنین توسعه ابزارهای مطالعه مغز و عمومی سازی استفاده از آن در مراکز علمی داخل کشور، حمایت از توسعه ابزارهای نوین و ترکیبی تحریک غیرتهاجمی مغز، تکمیل نسل اول سیستم های کاشتنی در مغز و طراحی نسل دوم و توسعه ابزارهای مدرن تحریک مدالیت های حسی برای کنترل کارکرد مغز برخی از اقداماتی است که توسط این کارگروه انجام شده است.

البته در این کارگروه محصولات و خدمات نیز مورد حمایت قرار گرفت تا شاهد توسعه فناوری ها و ابزارهای نوین برای ارتباط دوسویه با مغز باشیم.

فناوری های خواندن و نوشتن در مغز، پایه و اساس روش های درمانی نوین برای مشکلات شناختی، مغز و همچنین ابزار اصلی واسطه های مغز-ماشین هستند.

ایسن ابزارها عموماً متکی بر ابزارهای الکترونیکی، مغناطیسی، نوری و فراصوت است. به علاوه، با این فناوری به همراه توسعه فهم کارکرد مغز، نیاز به ابزارهای نوین برای مطالعه مغز گسترش می یابد. ستاد توسعه علوم و فناوری های شناختی معاونت علمی چند سالی است که به صورت مستمر به توسعه مجموعه ای از ابزارهای مطالعه مغز پرداخته و از یک سال اخیر مرحله گسترش کاربرد آنها را در مراکز علمی هدف قرار گرفته است. همچنین ستاد از ابتدای سال جاری کارگروه توسعه فناوری ها و ابزارهای نوین برای ارتباط دو سویه با مغز با هدف درمانی را راه اندازی کرد. این کارگروه متشکل از متخصصانی از دانشگاه، صنعت، کارآفرینان و بازیگران و قانونگذاران ملی است.



چرا بیت‌کوین نصف ارزش خود را از دست داد

به قلم: اریک لام کارشناس اقتصاد
ترجمه: امیر آل علی

وارن بافت در یکی از سخنرانی‌های خود در ابتدای ظهور بیت‌کوین اعلام کرده بود که ابتدا نباید در این ارز سرمایه‌گذاری کرد و به زودی با کاهشی شدید مواجه خواهد شد که باعث نابودی سرمایه افراد می‌شود. اگرچه این عقیده در ابتدا مورد انتقاد بسیاری از افراد قرار گرفت، با این حال این پیشگویی در حال به وقوع پیوستن است. درواقع بیت‌کوین در کمتر از ۲۴ ساعت به نصف ارزش خود رسیده و این موضوع ترس‌های زیادی را ایجاد کرده است. این نکته را فراموش نکنید که بیت‌کوین، بزرگ‌ترین و مطرح‌ترین ارز دیجیتال جهان محسوب شده و کاهش آن بر روی سایر موارد نظیر اتریوم و لایت‌کوین نیز تاثیر می‌گذارد. در حال حاضر هر بیت‌کوین به رقم باورنکردنی ۳۸۰۰ دلار رسیده و همین امر نیز باعث شوکه شدن بسیاری از افراد شده است. تحت شرایط حال حاضر با فروش شدید این ارزها مواجه هستیم. همین امر نیز باعث شده است تا در این مقاله به بررسی دلایل وقوع این اتفاق بی‌سابقه بپردازیم. در این رابطه اگرچه اکثر مدیران صرافی‌های ارزهای دیجیتال دلایل مختلفی نظیر عدم اعتماد خریداران برای استفاده از بیت کوین برای مدت طولانی را به بهانه خود تبدیل کرده و تلاش می‌کنند تا از فروش شدید این ارز جلوگیری کنند، با این حال واقعیت این است که کرونا تمامی کسب‌وکارها را تحت تاثیر خود قرار داده و این موضوع بهای نفت را نیز با کاهشی چشمگیر مواجه ساخته است و این امر دلیل اصلی این کاهش شدید محسوب می‌شود. حال باید دید که این کاهش طی روزهای آینده نیز ادامه خواهد داشت و یا شاهد یک نوسان کوتامدت خواهیم بود.

منبع: bloomberg.com

بازگشایی فروشگاه‌های اپل در چین

به قلم: سم یاقفورد کارشناس فناوری
ترجمه: علی آل علی

برند اپل در گزارشی رسمی خبر از بازگشایی تمام ۴۲ فروشگاهاش در چین داده است. مدیرعامل این غول دنیای دستگاه‌های دیجیتال خبر موردنظر را در مصاحبه‌ای اختصاصی با بلومبرگ و رویترز اعلام کرده است. به این ترتیب استراتژی اپل در راستای مقابله با گسترش هرچه سریع‌تر ویروس کرونا تقریباً به پایان راه رسیده است. مدیران اپل در ابتدای ماه فوریه در واکنش به شیوع سریع این ویروس اقدام به تعطیلی موقت فروشگاه‌های‌شان در این کشور کردند. براساس گزارش رسمی اپل بستن فروشگاه‌های این برند در چین به عنوان یکی از بزرگ‌ترین بازارهای آنها موجب برسر برخی از چالش‌های مالی در ماه گذشته شده است. با این حال مدیران این برند پس از بازگشایی دوباره شعبه‌های فروش‌شان در چین امیدوار به بازگشت وضعیت به حالت عادی هستند. نکته مهم درباره وضعیت برند اپل حضورش در تمام نقاط شیوع کروناست. وقتی ما با یک برند بزرگ مواجه هستیم، بحران‌های جهانی بیشتری تاثیر را بر روی آن خواهد داشت. این امر در مورد تجربه کرونا به خوبی قابل مشاهده است. اکنون پس از بازگشایی فروشگاه‌های اپل در چین نوبت به شعبه‌های ایتالیا رسیده است. براساس اعلام رسمی مدیران اپل در ایتالیا این برند به طور موقت تمام فعالیت‌های فروش خود را تعطیل کرده است. این امر در راستای بهبود وضعیت سلامتی مشتریان بازار ایتالیا صورت گرفته است. تیم کوک در مصاحبه‌ای پیرامون بازگشایی شعبه‌های اپل در چین اینگونه اظهارنظر کرده است: «من گمان می‌کنم کشور چین به خوبی ویروس کرونا را تحت کنترل درآورده است. اگر ما فقط به آمارهای رسمی این کشور در زمینه مقابله با ویروس موردنظر نگاه کنیم، امکان فهم نکات بسیار زیادی درباره سرنوشت آن را خواهیم داشت. من به طور شخصی نگاه بسیار مثبتی به این ماجرا دارم» شروع فعالیت خرده‌فروشی اپل در بازار چین همراه با تردیدهایی درباره وضعیت آنها در بازارهای جهانی است. به این ترتیب شاید با شیوع بیشتر ویروس کرونا شاهد تعطیلی هرچه بیشتر شعبه‌های اپل در سراسر جهان به دلایل بهداشتی باشیم. بدون تردید این امر تا زمان کنترل کامل ویروس موردنظر ادامه خواهد داشت.

منبع: theverge.com

نینتندو سوئیچ، محبوب‌ترین برند خانواده‌ها

به قلم: دایانا کریستی کارشناس تبلیات
ترجمه: علی آل علی

کنسول بازی ویدئویی نینتندو سوئیچ یکی از بهترین گزینه‌ها برای ایجاد اوقات خوش برای اعضای خانواده است و ماهیت سبک و قابل حمل این کنسول بسیاری از افراد را محبوب کرده است. براساس مطالعه‌ای از سوی موسسه Engagement Lab بر روی میزان علاقه خانواده‌ها به برندها در بازار ایالات متحده برند نینتندو با فصله‌ای قابل ملاحظه به عنوان نخست دست یافته است. بدون تردید بخشی از این اعتبار ناشی از این حال‌های فعالیت نینتندو در زمینه طراحی و تولید کنسول‌های بازی است. نکته جالب در این مقاله بررسی ۶۰۰ برند مختلف برای رتبه‌بندی‌شان بوده است. یکی از نگرانی‌های مداوم خانواده‌ها و کارشناس‌های کسب و کار روند توسعه برندها در طول سال‌های اخیر است. توجه به نهاد خانواده و تلاش برای جلب نظر تمام اعضای آن باید در دستور کار برندها قرار گیرد. بدون تردید تما برندها در زمینه دستیابی به این هدف وضعیت یکسانی ندارند. برند نینتندو در این حوزه سابقه بسیار درخشانی دارد. این امر امکان توسعه برند بر محور خانواده‌های مختلف در سراسر دنیا را فراهم کرده است. وقتی از برندهای مورد علاقه مشتریان در بازار ایالات متحده صحبت می‌کنیم، بسیاری از شرکت‌های فعال در زمینه مد، پوشاک، لوازم آرایشی و بهداشتی مدنظر قرار می‌گیرد. نکته جالب اینکه نینتندو در زمینه برندهای افلاین رتبه نخست را کسب کرده است. این امر به معنای سرمایه‌گذاری هتگفت این برند برای جلب نظر افراد در دنیای واقعی است. برند دیسنی در زمینه برترین برندهای افلاین رتبه سوم را کسب کرده است. یونیلور و داونتیا برندهای موفق در زمینه آنلاین و افلاین بوده‌اند. این امر بیانگر ایجاد تعادل میان فعالیت آنلاین و افلاین دو برند فوق است. معیار اصلی در ارزیابی‌های فوق بررسی میزان علاقه خانواده‌ها به برندهاست. بر این اساس دو حوزه آنلاین و افلاین با مطالعه‌های مکمل مورد بررسی قرار گرفته است. بی‌تردید در طول سال‌های پیش روی توسعه برند بر محور خانواده‌ها اهمیت بیشتری خواهد یافت، با این حساب باید منتظر توسعه هرچه بهتر نینتندو در میان خانواده‌ها در بازارهای مختلف باشیم. منبع: marketingdive.com

حوزه بازاریابی چه تغییراتی کرده است؟



پیوند میان بخش بازاریابی و فروش حتی در زمینه مدیریت سئو نیز اهمیت دارد. ما در مدیریت سئو نیازمند آگاهی از کلیدواژه‌های کاربردی هستیم. این امر بدون شناخت درست سلیقه مخاطب هدف و تغییرش امکان پذیر نیست. بدون تردید تیم‌های بازاریابی و فروش هر کدام اطلاعاتی درباره سلیقه مخاطب هدف دارند. نکته مهم در این میان ناتوانی هر تیم به صورت مجزا برای تاثیرگذاری بر روی سلیقه مخاطب هدف یا شناخت آن است بنابراین هر تیم در عمل نیازمند برخی از اطلاعات تیم دیگر خواهد بود.

ضرورت توجه به اصول پایه‌ای

نکات پیشین در زمینه بازاریابی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، با این حال بدون توجه به برخی از نکات پایه‌ای هرگز امکان موفقیت در دنیای بازاریابی پدید نخواهد آمد. یکی از مهم‌ترین نکات پایه‌ای در زمینه بازاریابی بهینه توجه به ارزیابی مداوم کمپین‌هاست. این امر امکان بهبود کیفیت محتوا در گام‌های بعدی را فراهم خواهد ساخت. شاید در نگاه نخست بهبود مداوم محتوای بازاریابی به طور طبیعی نیز امکان‌پذیر باشد. این نوع ذهنیت بیشتر در میان بازاریاب‌های تازه کار دیده می‌شود. نکته مهم در این میان ضرورت رمزگشایی از سرمایه‌گذاری عظیم برندها در حوزه ارزیابی مداوم محتوای بازاریابی‌شان است.

مشاهده سیر تحول محتوای بازاریابی همیشه دارای اهمیت است بنابراین ما باید توجه ویژه‌ای به ارزیابی وضعیت کلی کمپین‌های برندمان در بلندمدت داشته باشیم. گاهی اوقات برخی از برندها به طور ناخودآگاه در بازه‌های زمانی طولانی هیچ نوآوری بازاریابی ندارند. این امر نتیجه‌ای مرگبار برای برندها خواهد داشت بنابراین ما باید همیشه به دنبال نوآوری‌های تازه در عرصه بازاریابی برندمان باشیم. در غیر این صورت امکان کسب موفقیت برای ما فراهم نخواهد شد.

آخرین گام پایه‌ای در راستای ارزیابی وضعیت بازاریابی برند شامل توجه به چهار پرسش ذیل است:

• کدام کاربران در حال مراجعه به سایت ما هستند؟

• علاقه اصلی کاربران سایت ما بیشتر به سوی کدام نوع محتواس؟

• کدام صفحات در شبکه‌های اجتماعی بیش از سایرین نظر کاربران ما را جلب می‌کند؟

• کدام نوع از الگوهای ترغیب مخاطب هدف به سوی عملی خاص بر روی مشتریان ما تاثیر دارد؟

بدون تردید پاسخ هر کدام از پرسش‌های فوق در طول زمان تغییر می‌کند بنابراین ما نیز باید در طول زمان همیشه آماده بهبود وضعیت بازاریابی‌مان براساس داده‌های تازه باشیم. در غیر این صورت به زودی از سوی رقبا کنار زده خواهیم شد. امروزه مشتریان انتظارات بسیار زیادی از برندها دارند بنابراین اکتا بر الگوهای بازاریابی قدیمی برای جلب نظر آنها دیگر کارساز نخواهد بود. نکته مهم در این میان توجه به تغییرات این حوزه است. توجه به سه نکته مورد بررسی در این مقاله راهکار مناسبی به منظور شروع فعالیت خواهد بود.

منبع: cmsgwire.com

نکته مهم درخصوص استفاده دوباره از محتوای بازاریابی قدیمی تفاوتش با مفهوم بازنشر است. در اینجا ما فقط اقدام به انتشار دوباره محتوای قدیمی نمی‌کنیم. بدون تردید محتوهای قدیمی به طور دست نخورده در شرایط کنونی جذابیت چندانی برای مخاطب هدف نخواهد داشت بنابراین ما باید اهداف و اطلاعات تازه‌ای به محتوای تازه اعطا کنیم. در غیر این صورت هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهیم داشت. آنجی کویگلی، کارشناس شبکه‌های اجتماعی و ایده‌پرداز خلاق در موسسه بازاریابی رد اگ، درباره این موضوع اظهارنظر جالبی دارد: «بازآفرینی محتوای قدیمی بازاریابی به معنای به‌روز رسانی آن با استفاده از اطلاعات تازه است. به این ترتیب ما بدون صرف هزینه بیشتر امکان جلب نظر مخاطب هدف را خواهیم داشت. هرچه سابقه یک برند در زمینه بازاریابی بیشتر باشد، امکان استفاده بهتر از فرآیند بازآفرینی محتوای قدیمی را خواهد داشت.» برخی از برندها در زمینه بازآفرینی محتوای بازاریابی‌شان اقدام به انتشار مجموعه‌ای از محتواهای به‌روز شده در قالب یک کتاب الکترونیکی می‌کنند. این امر توجه بسیاری از کاربران را برمی‌انگیزد. همچنین احتمال دریافت واکنش از سوی رسانه‌ها و تمایل به مصاحبه اختصاصی را نیز افزایش خواهد داد.

بدون تردید تمام طرفدارهای یک برند تمایل به مشاهده محتوای بازاریابی قدیمی آن خواهند داشت. این امر به خوبی از سوی برخی از برندهای بزرگ مورد شناسایی قرار گرفته است. به همین خاطر گاهی اوقات اقدام به انتشار محتوای قدیمی برای تعامل هرچه بهتر با مخاطب هدف ضروری می‌کنند.

ایجاد ارتباط میان تیم‌های فروش و بازاریابی

فرآیند بازاریابی و فروش شباهت‌های بسیار زیادی به هم دارد. نکته مهم در این میان ایجاد ارتباط نزدیک میان تیم بازاریابی و فروش است. بسیاری از برندها بخش بازاریابی و فروش را در کنار هم قرار می‌دهد. این امر در راستای افزایش کارایی دو تیم صورت می‌گیرد. به این ترتیب دسترسی اعضای هر تیم به یکدیگر ساده خواهد شد. ما در بخش فروش نیازمند جلب نظر مخاطب هدف به محصولاتمان هستیم. این امر به طور دقیق از عهده بازاریاب‌ها برمی‌آید. از سوی دیگر تیم‌های بازاریابی نیز نیازمند دریافت اطلاعات دقیق درباره محصولات و همچنین سلیقه مشتریان هستند بنابراین رابطه مناسب میان تیم‌های بازاریابی و فروش امری ضروری خواهد بود.

مشکل بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی ناتوانی در ایجاد ارتباط مناسب میان بخش بازاریابی و فروش است. این امر موجب فعالیت مجزای هر بخش برای خود می‌شود. وقتی یک برند اینگونه فعالیت داشته باشد، نتیجه نهایی ناتوانی در زمینه بازاریابی و فروش خواهد بود. امروزه برندهای بزرگ به خوبی از پیوند نزدیک میان فرآیند بازاریابی و فروش آگاهی دارند. به همین خاطر ما هم باید از الگوی آنها پیروی کنیم.

براساس اظهارنظر کویگلی ایجاد ارتباط نزدیک میان تیم بازاریابی و فروش نیازمند توجه به ابزارهای ارتباطی در دسترس است بنابراین هرچه ابزارهای در دسترس ما برای سهولت فرآیند ارتباط میان دو تیم بیشتر باشد، نتیجه بهتری در انتظار ما خواهد بود.

به قلم: کایا اسمایل کارشناس بازاریابی محتوایی

ترجمه: علی آل‌علی

امروزه با رونمایی از ابزارهای مختلفی نظیر جست‌وجوی صوتی و الگوریتم گوگل برت حوزه بازاریابی پیچیده‌تر از هر زمانی شده است. بازاریاب‌ها با ورود به سال جدید انتظار بحران‌ها و چالش‌های تازه‌ای را داشتند. نکته مهم در اینجا آمادگی برای مواجهه با چالش‌های تازه در دنیای بازاریابی است. بسیاری از برندها هنوز آمادگی لازم برای انطباق با تغییرات تازه را ندارند. به این ترتیب احتمال شکست برندها در سال ۲۰۲۰ بیشتر از هر زمان دیگری در سال‌های اخیر است. مطالعه‌ای از سوی موسسه بازاریابی بیناگر افزایش بودجه دست کم نیمی از بازاریاب‌های فعال در عرصه B۲B در سال جاری است. این امر به خوبی احساس خطر از سوی بازاریاب‌ها را بیان می‌کند. سایر بازاریاب‌ها نیز به طور مداوم در حال اعمال فشار بر روی مدیران برندها به منظور افزایش بودجه بخش بازاریابی هستند. بخش قابل توجهی از افزایش بودجه به صورت پس‌انداز برای زمان‌های اضطراری مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

بدون تردید عرصه بازاریابی نیز مانند سایر بخش‌های کسب و کار در طول سال‌های پیش روی تغییرات زیادی خواهد کرد. نکته مهم آگاهی از تغییرات پیش روی و تلاش برای انطباق هرچه بهتر با آنهاست. برندها در مواجهه با مشکلات پیش روی نباید غافلگیر شوند. مهم‌ترین تهدید برای ادامه فعالیت هر برند مواجهه با تغییرات تازه بدون اطلاع قبلی است. این امر توانایی ما برای واکنش مناسب را به شدت کاهش می‌دهد. در ادامه برخی از تغییرات مهم دنیای بازاریابی در سال جاری را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

ضرورت بازآفرینی محتوا

بازآفرینی محتوا مهم‌ترین اقدام برای کسب حداکثر سود ممکن از فرآیند سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی است. لیندا اما، مسئول بخش بازاریابی در موسسه esm Digital نسبت به این موضوع اظهارنظر جالبی دارد: «استفاده از اطلاعات دقیق در حوزه بازاریابی رواج قابل ملاحظه‌ای پیدا کرده است. نکته مهم در این میان افزایش سرمایه‌گذاری برندها بر روی حوزه بازاریابی است. به این ترتیب امروزه بخش قابل توجهی از بودجه برندها صرف بازاریابی تاثیرگذار می‌شود. وقتی ما هزینه بسیار زیادی بر روی حوزه بازاریابی انجام می‌دهیم، انتظار برای دریافت نتیجه بهتر طبیعی خواهد بود. مشکل اساسی در این میان استفاده یکبار برای همیشه از اغلب محتواهای بازاریابی است.»

بدون تردید تمام برندها تمایل به تولید محتوا با کمترین هزینه دارند. این امر امکان فعالیت مناسب به آنها را خواهد داد. نکته مهم در اینجا ناتوانی اغلب برندها برای استفاده دوباره از محتوای قدیمی است. به این ترتیب باید همیشه هزینه تازه‌ای برای تولید محتوای جذاب انجام دهند. یکی از اقدامات جالب از سوی برخی از برندها تلاش برای تعیین چند هدف به طور همزمان برای یک محتوا پیش از طراحی‌اش است. به این ترتیب از همان ابتدا شرایط لازم برای استفاده دوباره از محتواهای بازاریابی مدنظر قرار خواهد گرفت.

ایستگاه بازاریابی

ارسال خودکار در اینستاگرام و ۴ مزیت اصلی

به قلم: رایین سیننگ متخصص حوزه بازاریابی
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک مدیریت یک صفحه، امری زمان‌بر محسوب می‌شود، با این حال شما نمی‌توانید حجم فعالیت خود را کاهش دهید. در غیر این صورت با ریزش شدید مخاطب مواجه خواهید شد. اگرچه اتوماتیک کردن اقدامات در اینستاگرام امری الزامی محسوب می‌شود، با این حال با توجه به این امر که این اقدام همچنان مورد توجه بسیاری قرار نگرفته است، ذکر دلایل اهمیت آن ضروری خواهد بود. در همین راستا چهار مزیت اصلی آن را بررسی کرده و در آخر نرم‌افزارهای موجود برای این امر را معرفی می‌کنیم.

۱-صرفه‌جویی در زمان

برای کسب مخاطبین زیاد، شما در کنار در اختیار داشتن محتوای ارزشمند و جدید، نیاز به فعالیت مداومی نیز خواهید داشت. بدون شک این امر بسیار سخت بوده و ممکن است زمان‌بندی لازم شکل نگیرد. این امر در حالی است که یک سیستم خودکار، بدون حتی یک ثانیه تأخیر مطالب موردنظر شما را به اشتراک گذاشته و این امر باعث می‌شود تا در زمان شما صرفه‌جویی جدی شود. با این اقدام دیگر شما به استفاده از چند ادمین برای صفحه خود نیاز نخواهید داشت که این امر در زمینه صرفه‌جویی در بودجه و افزایش امنیت صفحه، بسیار مهم است. در نهایت شما زمان بیشتری را برای انجام اقداماتی نظیر انواع تحلیل‌ها به دست خواهید آورد.

۲-افزایش تعامل

این امر که بتوانید نرخ مناسبی برای ارسال محتواهای خود داشته باشید و بر طبق یک برنامه زمانی از پیش تعیین شده رفتار کنید، مخاطبین نیز می‌توانند با شما هماهنگ شوند. این امر درست به مانند برنامه‌های تلویزیونی است که از قبل لیست گزینده‌های روزانه خود را مشخص می‌کنند که باعث می‌شود تا مخاطبین بتوانند خود را هماهنگ سازند. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما باید در هر مرحله، نظرات مخاطبین خود را جویا شوید تا نسبت به درست بودن تصمیمات، اطمینان حاصل کنید.

۳-صرفه‌جویی در هزینه‌ها

همانطور که در بخش نخست نیز عنوان شد، در حال حاضر بسیاری از برندها از چند ادمین برای مدیریت پیج خود استفاده می‌کنند. بدون شک بسیار سخت است که انتظار داشته باشید که این افراد در ساعت‌های پایانی شب یا آغازین صبح نیز فعالیتی را داشته باشند. همچنین هزینه همکاری با آنها نیز زیاد خواهد بود. این امر خصوصا برای برندهای نوپا یک مشکل محسوب می‌شود. همچنین همواره احتمال از دست رفتن صفحه نیز وجود خواهد داشت. به همین خاطر اگر صفحه تنها در اختیار خودتان قرار داشته باشد، بدون شک با تقریبا هیچ مشکل امنیتی مواجه نخواهید شد.

۴-امکان فعالیت بیشتر

با این اقدام شما می‌توانید بالاترین حد فعالیت را داشته باشید، با این حال در این زمینه فراموش نکنید که سرعت انتشار مطالب نباید باعث شود تا از کیفیت آنها کاسته شود. همچنین باید به آستانه تحمل مخاطبین نیز توجه داشته باشید. به صورت کلی، صفحه‌هایی که فعالیت بیشتری را دارند، سریع‌تر هم به مخاطب بالاتر دست پیدا خواهند کرد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که نوع محتوا و میزان زمانبر بودن آن نیز از دیگر عوامل مهم محسوب می‌شود. برای مثال اگر پست شما صرفا یک عکس باشد، بدون شک شما پس از چند دقیقه می‌توانید مطالبی دیگر را ارسال کنید. با این حال اگر یک متن بلند همراه با مجموعه تصاویری نظیر چند اینفوگرافی را ارسال کرده باشید، بدون شک نیاز به گذشتن چند ساعت خواهد بود.

در آخر پس از کسب اطمینان از سودمندبودن این اقدام، ضروری است تا با چند نرم‌افزار قدرتمند در این زمینه آشنا شوید.

Sendible

این نرم‌افزار نه‌تنها برای اینستاگرام، بلکه برای تمامی شبکه‌های اجتماعی می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد، با این حال شما تنها برای ۳۰ روز قادر به استفاده رایگان آن خواهید بود و لازم است تا مبلغی را برای خرید آن هزینه کنید که در مقابل خدمات آن، کاملا ناچیز محسوب می‌شود. محیط کاربری آن کاملا ساده بوده و شما پس از ثبت نام و انتخاب شبکه اجتماعی خود، می‌توانید محتواهای موردنظر را ارسال کرده و زمان ارسال آنها را مشخص کنید.

Tailwind

این برنامه کاملا رایگان بوده و این امر باعث می‌شود تا گزینه کاملا مناسبی باشد، با این حال تنها از دو شبکه اینستاگرام و پینترست پشتیبانی می‌کند.

postfity

تفاوت این برنامه با سایر موارد معرفی شده این است که روش‌هایی را برای افزایش مخاطبین نیز ارائه می‌دهد که می‌تواند به رشد سریع‌تر شما کمک کند. همچنین با این برنامه می‌توانید برای چند روز آینده نیز برنامه‌ریزی کرده و مطالب موردنظر را در صف ارسال قرار دهید. در نهایت توجه داشته باشید که به صورت مداوم بر تعداد این برنامه‌ها افزوده می‌شود. به همین خاطر از بررسی سایر موارد غافل نشده و بهترین را برای خود انتخاب کنید.

منبع: business۲community.com



نحوه استفاده از شبکه اجتماعی «کورا» برای اهداف بازاریابی



برای پژوهش‌ها و پاسخگویی به سوالات تخصصی استفاده کنند. هرچند هم‌اکنون نیز پاسخ‌های درج شده در این سایت تخصصی هستند ولی کاملا پیش‌بینی می‌شود که طی چند سال آینده، این پاسخ‌ها از کیفیت بالایی برخوردار شوند و میزان تخصصی و حرفه‌ای بودن آنها افزایش پیدا کند. از آنجایی که یکی از زمینه‌های فعالیت بازاریابی، استفاده از بازاریابی دیجیتال است، پس هر زمینه یا بستری که فراهم می‌شود می‌تواند یک بستر مناسب برای بازاریابی باشد. از آنجایی که افراد زیادی روزانه بیشتر وقت خود را صرف شبکه‌های اجتماعی و مطالعه مطالب آن می‌کنند، به همین دلیل استفاده از هر پلتفرمی برای بازاریابی دیجیتال ضروری است بنابراین برندها به فکر این هستند تا حضوری فعال در شبکه‌های اجتماعی داشته باشند. هرچند شبکه اجتماعی کورا را نمی‌توانیم به عنوان انتخاب اول بسیاری از برندها بدانیم اما می‌توانیم از زمینه‌ها و فرصت‌های آن برای افزایش فعالیت‌های بازاریابی خود استفاده کنیم.

می‌توانیم زمینه‌های مناسب در شبکه اجتماعی کورا را که در فعالیت‌های بازاریابی مورد استفاده قرار می‌گیرد را در موارد زیر خلاصه کنیم.

۱- محتوای جذاب

از آنجایی که افراد مختلف و کاربران سعی می‌کنند سوالات علمی و تخصصی خود را در این شبکه‌ها مطرح کنند و سایر کاربران نیز پاسخ‌های علمی به آنها می‌دهند بنابراین می‌توانیم از این شبکه برای تهیه محتوای تخصصی بسیار مناسب برای شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های خود استفاده کنیم. سعی کنید با مراجعه به این شبکه، کلیدواژه‌های مناسب و اطلاعات اصلی را به دست آورید. بسیاری از افراد و برندها ممکن است به این نکته توجهی نداشته باشند بنابراین شما به عنوان

شبکه‌های اجتماعی را می‌توانیم امروزه یکی از پرکاربردترین زمینه‌های فعالیت هر فردی بدانیم.

این شبکه‌ها به قدری در زندگی مردم جای خود را باز کرده‌اند که هر صبح بعد از خواب و هر شب قبل از خواب، حتما باید این شبکه‌ها و مطالب مربوط به آنها را چک کنیم. به همین دلیل روز به روز بر تعداد این شبکه‌ها نیز افزوده می‌شود و از طرفی نفوذ آنها در زندگی مردم نیز بیش از پیش می‌شود. با اینکه بسیاری از مردم از این شبکه‌ها به صورت روزانه استفاده می‌کنند ولی باز هم به قدری تعداد این شبکه‌ها زیاد است که بسیاری از افراد از همه آنها استفاده نمی‌کنند یا حتی آگاهی کافی از همه این شبکه‌ها ندارند. یکی از این شبکه‌هایی که کمتر شناخته شده است و شاید بسیاری از شما تا قبل از این نام آن را نشنیده بودید، شبکه «کورا» است. همانطور که می‌دانید هر یک از شبکه‌های اجتماعی برای هدفی طراحی شده‌اند و نحوه استفاده از آنها نیز متفاوت است.

شبکه کورا، بیشتر برای ایجاد بستری مناسب برای پرسش و پاسخ به سوالات کاربران ایجاد شده است. اغلب افرادی هم که در این شبکه‌ها به طراحی سوالات می‌پردازند و سایر کاربران به آنها پاسخ می‌دهند، خود کاربران هستند. به همین دلیل این شبکه را بسیاری از افراد یکی از شبکه‌های مهم و مناسب برای اهداف بازاریابی می‌دانند. امروزه شبکه کورا خود را به عنوان یکی از پربازدیدکننده‌ها معرفی کرده است.

بنابراین، به خوبی می‌توانیم به اهمیت آن در زمینه بازاریابی پی ببریم، چراکه افراد بازدیدکننده از این شبکه، روز به روز در حال افزایش است. از طرفی، افرادی که این شبکه‌ها را راه‌اندازی کرده‌اند تلاش می‌کنند از این شبکه به صورت حرفه‌ای

اهمیت افزایش بازدید و ترافیک ارگانیک سایت

نمایش داده می‌شوند. این نتایج به طور معمول براساس فاکتورهای بهینه‌سازی موتورجست‌وجو (SEO) انجام می‌شود. از طرفی دیگر ممکن است موتورهای جست‌وجو نتایجی را که برای نمایش آنها هزینه به گوگل پرداخته شده است را نیز نمایش دهند، در این صورت این نتایج هنگام نمایش (Ad) را در کنار لینک خود نشان می‌دهند که نشاندهنده تبلیغات هزینه‌دار گوگل است.

ترافیک ارگانیک از اصلی‌ترین منابع ترافیکی است که برای ایجاد فروش روی آن حساب می‌شود. با داشتن یک استراتژی مناسب برای ایجاد ترافیک جست‌وجو می‌توانید خیال خود را برای افزایش ورودی سایت راحت کنید شاید این کار به زمان احتیاج داشته باشد ولی در بلندمدت می‌تواند تأثیرات بسیار خوبی بر بیزینس شما بگذارد از الزامات ترافیک ارگانیک تولید محتوای مناسب است.

شما با تولید محتوای درست به سوالات مخاطب پاسخ می‌دهید، مخاطب برای پیدا کردن جواب سوال خود وارد سایت شما می‌شود و در این حالت است که شما می‌توانید محصولات و خدمات خود را به او معرفی کنید. برای به دست آوردن رتبه مناسب و قرار گرفتن در نتایج برگزیده باید به کلمات کلیدی، عبارت‌هایی که بیشتر جست‌وجو می‌شوند و مواردی از این دست توجه کنید. همچنین توصیه می‌شود

تا به حال پیش آمده که برای خرید یک لباس ورزشی در گوگل جست‌وجو کنید و لباس موردنظرتان را پیدا کنید اما بعد از انتخاب لباس از سایت خارج نشوید و چرخی بین بقیه محصولات بزنید، شاید عضویت ویژه سایت را هم بگیری و با ۲۰درصد تخفیف اعضای ویژه یک گرمکن و یه تاپ و شلوارک ورزشی هم به خریدهاتون اضافه کنید. شاید شما هم جزو آن دسته از مشتریان باشید که حتی قبل از خرید حضوری سری به اینترنت می‌زنند و محصول موردنظرشان را در چند سایت بررسی می‌کنند. طبق آمارهای ارائه شده ۴۷درصد از مصرف‌کنندگان قبل از صحبت با فروشندگان ۴-۵ سایت و مطلب را بررسی می‌کنند، علاوه بر این ۵۱درصد از کل ترافیک سایت‌ها از طریق جست‌وجوی ارگانیک سایت‌ها و بیش از ۴۰درصد از درآمد سایت‌ها حاصل از ترافیک ارگانیک است.

به همین دلیل است که ترافیک ارگانیک بسیار مهم است و کمک می‌کند تا نام تجاری خود را بسازید و فروش محصولاتتان را افزایش دهید. در ادامه راجع به جست‌وجوی ارگانیک صحبت خواهیم کرد.

جست‌وجوی ارگانیک چیست؟

نتایج جست‌وجوهای ارگانیک نتایجی هستند که بدون پرداخت هزینه تبلیغات گوگل در نتیجه جست‌وجو در اینترنت به مخاطب

فردی آگاه برای افزایش دانسته‌های علمی و تخصصی خود و همچنین تهیه محتوا می‌توانید از آن استفاده کنید.

۲- آشنایی با سوالات اصلی کاربران

از آنجایی که کاربران در این شبکه، سوالات خود را مطرح می‌کنند، بنابراین می‌توانید به زمینه‌های درگیری ذهنی مخاطبان و سوالات اساسی که آنها دارند آشنا شوید.

۲- مدیریت سئو

از شبکه اجتماعی کورا نیز می‌توانید مانند سایر شبکه‌ها، برای مدیریت سئو استفاده کنید. در صورتی که بتوانید میزان بازدید خود در شبکه کورا را افزایش دهید، می‌توانید امیدوار باشید که میزان جست‌وجوی لغات و مطالب موردنظر شما بیشتر خواهد شد. بنابراین، به راحتی می‌توانید میزان شهرت و اعتبار خود را افزایش دهید.

۴- فعالیت تخصصی

براساس تجربیات مشاوره بازاریابی، ممکن است بسیاری از افراد دچار اشتباه شوند و صفحه‌ای که در این شبکه اجتماعی طراحی کرده‌اند به پاسخگویی سوالات مختلف افراد و مخاطبان خود بپردازند. در حالی که باید تلاش کنند تمامی سوالاتی که در حوزه تخصصی آنهاست پاسخ دهند. تا خودشان را به عنوان متخصص در آن حوزه معرفی کنند و از طرفی افرادی که به آن شبکه سر می‌زنند بدانند که به دنبال پاسخ سوالات خود باید کجا بگردند و مطمئن هستند که در صورتی که به صفحه شما سر بزنند می‌توانند سوالات و پاسخ‌های تخصصی در آن زمینه را مشاهده کنند.

منبع: qmpmarketing

تا بلاگ داشته باشید و در شبکه‌های اجتماعی فعالیت کنید و صفحات خود را برای جست‌وجوگرها بهینه کنید تا رتبه جست‌وجوی ارگانیک خود را بهبود بخشید.

جست‌وجو و ترافیک ارگانیک منبع بسیار مهمی است که باید به آن به طور جدی توجه شود در صورتی که سایت شما به وسیله هزینه تبلیغات در نتایج برگزیده باشد هدف فقط نمایش محصول است و تبلیغات گوگل به تنهایی کمکی به ایجاد وفاداری در مشتری نمی‌کند. تعدادی از روش‌های ایجاد ترافیک و بازدید: مستقیم: ترافیکی که از منابع مختلف و ناشناخته به صورت مستقیم ایجاد می‌شود.

ایمیل: ترافیک ناشی از ایمیل مارکتینگ.

شبکه‌های اجتماعی: ترافیکی که از طریق انواع شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود و از طریق شبکه‌های اجتماعی مخاطب به سمت سایت هدایت می‌شود. با داشتن یک استراتژی مناسب می‌توانید در جهت افزایش ترافیک ارگانیک اقدام کنید. سئو از جمله راه‌هایی است که در این مسیر به شما کمک می‌کند. همچنین به کمک گوگل آنالیتیکس می‌توانید نتایج فعالیت‌های انجام شده، ورودی‌ها و منابع آنها و در نهایت اثربخش بودن آنها را بررسی کنید.

منبع: blogad

تجربیات یک فروشنده بیمه عمر (۶)

فروش بیمه عمر به راننده تاکسی

 محمدرضا محمدی
--

اون سال‌ها هنوز اسنپ و تپسی نبود. از شرکت که بیرون آمدم سوار به تاکسی شدم و گفتم دربست عباس‌آباد راننده تاکسی مرد میانسالی بود. با علامت سر مرا به داخل تاکسی دعوت کرد. هنوز چند قدمی نرفته بودیم که آقای راننده سر صحبت را باز کرد. در حالی که سیگارش را روشن می کرد، گفت: سیگار که آزارتون نمیده؟ گفتم: نه اما فقط می‌خوام کمی سریع‌تر برسم سر قرار. دنده را عوض کرد و گفت: به روی چشم.

از پسر ۲۵ ساله‌اش می‌گفت که کار ندارد و بیکار است و عصبی. می‌گفت گاهی بنده خدا میاد و روی تاکسی می‌شینه و برای خودش کار می‌کنه. نگران آینده زندگی خودش و پسرش بود. با او همدلی کردم و از روزگار و فراز و نشیب‌هایش گفتم. کمی که آرام شد گفتم شاید من بتوانم به شما کمک کنم تا کار کند. انگار که به او خبر برنده شدن در قرعه‌کشی بی ام و را داده باشند رویش را به طرف من برگرداند و گفت: جدی می‌فرمایید؟ گفتم: از نظر من ۱۰۰درصد ولی بستگی به خودش دارد. بافاصله گفت: چقدر حقوق می‌دید گفتم به خودش بستگی دارد. برایش از سازوکار مالی فروشنده‌گان بیمه عمر گفتم. هنوز به مقصد نرسیده بودیم که با گوشی‌اش به پسرش زنگ زد و با احترام گوشی را به من داد تا با او حرف بزنم. از صداش معلوم بود پسر تیز و بزی است. اونو به شرکت دعوت کردم. پدرش را همان روز اول بیمه عمر کردم. خودش امروز یکی از مدیران خوب فروش بیمه عمر است. او در کمتر از پنج ماه ۴۰۰ بیمه‌نامه به نام خودش ثبت کرد. اگر رفتار من در تاکسی به گونه‌ای بود که راننده امکان ارتباط نداشت و نمی‌توانست حرفش دلش را بزند ما امروز یک مدیر خوب فروش و حداقل هزار بیمه‌گذار کمتر داشتیم.

ما فروشنده‌گان در هر پست و مقامی باید فرصت‌ها را بباییم و از آنها به شکل درستی استفاده کنیم. مهم نیست شما در تاکسی هستید و به حال شننا در درون استختر. مهم نیست که لباس رسمی بر تن دارید یا اسیرت پوشیدید. مهم نیست که فرم بیمه‌نامه همراه شما باشد یا نه، مهم این است که شما در هر حالتی فروشنده باشید و از هر فرصتی برای فروش استفاده کنید. من می‌تونستم با یک رفتار سرد راننده تاکسی را از خود دور کنم، اما بدون آنکه بدانم او و پسرش دریایی از پول و ثروت برای من بودند.

از لحظه لحظه زندگی به شکل درست برای فروش استفاده کنید. خود را مقید نکنید که با کت و شلوار و کیف ساسونت بیمه عمر بفروشید. شما در حال تماشای فوتبال یا بازی در زمین بسکتبال هم می‌توانید فروشنده باشید.

بیمه عمر از نظر مردم کالای ضروری نیست که بخواهند از شما بخرند شما باید زمینه‌های خرید را برای او فراهم کنید. شما باید بفروشید.فروشنده حرفه‌ای شما هستید.

اگر نتوانید از همه فرصت‌های زندگی در همه مکان‌ها و زمان‌ها به شکل درستی برای فروش بیمه عمر استفاده کنید، بی‌تردید در زمان کوتاهی به یکی از بزرگ‌ترین فروشنده‌گان بیمه عمر تبدیل می‌شوید و می‌توانید رویاهای زندگی خود را برآورده کنید.

وظایف برندها در مواقع بحرانی

در مواقع بحرانی فرهنگ قوی شرکت و یک تعریف مشخص از هدف برند می‌تواند در کمک به یک برند برای حرکت درست‌تر در این مواقع بسیار ارزشمند باشد. تاکتیک‌های ارتباطات باید حول اولویت‌های تجارت و ذی‌نفعان آن شکل بگیرد، اما باید توجه داشت که چگونه این اولویت‌ها با هویت و ارزش‌های تجاری یک شرکت در بلندمدت مطابقت دارند. اگر شرکتی با اولویت‌بندی سود یا تبلیغات در زمان اشتباه در برابر ارزش‌های بیان شده یا تعریف شده خود عمل کند، ممکن است به عنوان برند طرفدار طلب تلقی شود. صرف نظر از چگونگی انتخاب یک برند برای برقراری ارتباط، لازم است به یاد داشته باشید که در مقیاس جهانی فکر کنید و یک ذهنیت فراگیر را در سازمان‌تان پیاده‌سازی کنید

برندها به ویژه شرکت‌های بین‌المللی، نه‌تنها با مصرف‌کنندگان محلی خود، بلکه تیم‌های آنها در سراسر جهان باید اطمینان حاصل کنند که همه ذی‌نفعان، کارمندان و مشترکان از همکاری‌های مشترک حس خوب دریافت می‌کنند و این مقدمه ساخت برند در بلندمدت در ذهن کاربران داخلی (نفرت سازمان) و کاربران خارجی (مشتریان و تامین‌کنندگان) است.

برندها در دنیای امروز نقش و مسئولیت عمده‌ای دارند، به ویژه در مواردی که چالش‌های بهداشت عمومی مانند بحران فعلی کروناویروس است. در این فرصت قصد داریم پیشنهادهات مدیران روابط عمومی پیرامون وظایف برندها در مواقع بحرانی را تشریح کنیم:

همدلی: لازم است استراتژ آن‌ها خط ارتباطی با مشتریان داشته باشند که نه‌تنها در ک متقابل داشته باشند بلکه باید اعتماد به آینده و توانایی همه را برای همکاری در یک کنار هم و یافتن راه حل‌ها نشان دهند. تعامل: این شرکت‌ها باید با ذی‌نفعان خود درگیر باشند و از طریق اقدامات خود باعث ایجاد اعتماد به نفس در برند شوند و همچنین از تمام ظرفیت خود برای استفاده حمایت کنند.

آموزش: استفاده از چندین کانال برای آموزش ذی‌نفعان و مشتریان

خود در مورد بحرانی، پیرامون اقدامات پیشگیری و درمان ضروری است.

رویکرد ۳E همچنین با تقویت اطلاعات صحیح و مهار اخبار جعلی که در اکوسیستم بخش می‌شود، شرکت‌ها را برای ارائه

پشتیبانی از تلاش سازمان‌هایی مانند دولت و WHO ترغیب می‌کند.

اگر یک شرکت بزرگ هستید که برای مبارزه با کرونا ویروس کمک

مالی می‌کنید، باید اعلامیه دقیقی را با اطلاعات کلیدی پیرامون مبلغ

دقیق کمک‌های مالی، سازمان‌های گیرنده هدف اهدا، تدارکات،

نتیجه و ... انجام دهید. اگر خدمات یا محصولات شما به این بحران

coronavirus بسیار مرتبط هستند، ممکن است انجام برخی از

دانش‌افزایی‌ها در مورد پیشگیری از انتقال ویروس ضروری است و در

صورت عدم انجام آن مورد قضاوت قرار خواهد گرفت.

در مواقع شرایط اضطراری، همیشه امکان استفاده از کمپین‌های

CSR قوی وجود دارد و در حال حاضر تعدادی از برندهای بزرگ

و کوچک که برای مبارزه با ویروس چین سرمایه‌گذاری کرده‌اند

وجود دارد. – L’Oréal و Estée Lauder فقط دو نمونه زیبایی‌از

مارک‌هایی است که به سرعت با بودجه متعهد به این اتفاق برخوردانه‌ند.

منبع: prweek/blogad

بررسی ۱۰ ترند فناوریانه در حوزه سلامت

پیوند فناوری و حوزه سلامت

میر و صدمات ناشی از سرطان را به شدت کاهش خواهد داد.

گاهی اوقات بیماران در فرآیند درمان سختی‌های زیادی را تحمل می‌کنند. این امر به طور ویژه در مورد تشخیص‌های دیر هنگام صحت دارد. وقتی بیماری تا حد زیادی رشد کرده باشد، مقابله با آن دشوار خواهد شد. فناوری‌های تشخیص رایانه‌ای– تصویرری تا پیش از این فقط برای مراکز درمانی تهیه می‌شدند. نکته مهم در این میان توجه اهالی دنیای فناوری و کسب و کار به توسعه چنین فناوری‌هایی برای افراد عادی است. به این ترتیب اکنون برخی از اپ‌های ویژه برای تشخیص برخی از بیماری‌ها براساس تهیه عکس از افراد وجود دارد. این امر امکان ابتلا به بیماری‌های خاص را رابین می‌کند. به این ترتیب در صورت احتمال ابتلا به بیماری برای کاربر پیام‌اخطار ارسال می‌شود.

یکی از نکات مهم در زمینه بهداشت و سلامت ارزیابی مداوم وضعیت بدنی است. شمار بسیار زیادی از افراد نسبت به این امر توجه کافی ندارند. به همین خاطر در عمل شانس ابتلای بسیار زیادی خواهند داشت. اگر ما به دنبال کاهش میزان ابتلا به بیماری‌های مختلف هستیم، باید به طور مداوم وضعیت‌مان را بررسی کنیم. مراجعه به درمانگاه برای بررسی وضعیت بدنی گزینه موردعلاقه اغلب مردم نیست. فناوری در اینجا نیز به کمک مردم آمده است. اگر شما در زمینه تشخیص پزشکی مهارتی ندارید، استفاده از اپ‌های بررسی وضعیت بدنی باید در دستور کارتان قرار گیرد. این امر اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. بدون تردید استفاده از این فناوری‌ها نیازمند توسعه ابزارهای جانبی خاصی است. این امر ما را به فناوری دیگری هدایت خواهد کرد.

۳.فناوری‌های پوشیدنی

ساعت‌های هوشمند و گجت‌هایی نظیر فیت بیت، گارمین یا ساعت اپل از جمله فناوری‌های کاربردی در زمینه سلامت هستند. شاید کاربرد اصلی این ابزارها در زمینه سلامت نباشد، اما به واسطه نوآوری‌های جذاب امکان ارائه خدمات بهتر درمانی را فراهم می‌کنند. گجت‌های پوشیدنی در طول سال‌های اخیر به سرعت در میان مردم توسعه پیدا کرده‌اند. این امر کار را برای توسعه فناوری‌های عرصه بهداشت بسیار ساده کرده است. اگر ما به دنبال طراحی برنامه‌ای برای ارزیابی وضعیت سلامت کاربران هستیم، باید نسبت به سنجش فشار خون یا ضربان قلب توجه داشته باشیم. گجت‌هایی نظیر ساعت‌های هوشمند پیگیری این امور را به ساده‌ترین شکل ممکن فراهم کرده است.



شرکت‌های فعال در زمینه بیمه سلامت یا درمانگاه‌ها به طور وسیعی از گجت‌های پوشیدنی استفاده می‌کنند. برخی از برندهای عرصه فناوری برای توسعه هرچه بهتر محصولاتشان اقدام به همکاری با برندهای مشهور در عرصه درمان و خدمات پزشکی می‌کنند. به این ترتیب خیال مشتریان نسبت به کیفیت بالای محصولات جمع خواهد شد. این امر کیفیت ارائه خدمات بهداشتی و درمانی در بسیاری از کشورها را توسعه داده است.

ساعت‌های هوشمند در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده‌اند. نسل جدید ساعت‌های هوشمند دارای فناوری تشخیص برخی از بیماری‌ها براساس اتصال با بدن کاربر هستند. این امر در زمینه خدمات پزشکی کاربرد زیادی دارد. امروزه برخی از درمانگاه‌ها برای بررسی سابقه سلامت بیماران اقدام به ارزیابی حافظه سات هوشمند یا دیگر گجت‌های پوشیدنی آنها می‌کنند. به این ترتیب اطلاعات موردنیاز آنها به سادگی در اختیارشان قرار خواهد گرفت. این امر به معنای کاهش نیاز به آزمایش‌های متعدد از سوی بیماران است بنابراین روند درمان آنها به سرعت پیگیری خواهد شد.

۴.واقعیت مجازی و افزوده

توسعه فناوری‌های واقعیت مجازی و افزوده بیشتر از جنبه سرگرمی مورد توجه برندها قرار گرفته است. امروزه این دو فناوری در تمام عرصه‌های زندگی ما نفوذ کرده‌اند. نکته جالب اینکه اکنون یافتن حوزه‌هایی بدون تاثیرپذیری فناوری موردنظر بسیار دشوار خواهد بود. بدون تردید هر فناوری کاربردی در راستای نقش‌افرینی در زمینه بهداشت و سلامت نیز مورد استفاده قرار خواهد گرفت. این امر شامل فناوری واقعیت مجازی و افزوده نیز می‌شود.

یکی از کاربردهای اصلی فناوری واقعیت مجازی و افزوده آموزش خدمات پزشکی و اقدامات اولیه به هنگام بروز حوادث ناگوار است. بسیاری از اوقات تلفات اصلی یک حادثه به دلیل عدم آشنایی درست قربانیان و افراد نزدیک به آنها با شیوه‌های درمانی و کمک‌های اولیه تشدید می‌شود. استفاده از فناوری‌های واقعیت مجازی و افزوده شانس افراد بیشتری برای کمک به قربانیان حوادث را افزایش می‌دهد. به این ترتیب ما فضای سالم‌تری برای بیماران خواهیم داشت.

آموزش کادرهای پزشکی پس از پایان تحصیلات در مراکز دانشگاهی یکی از دغدغه‌های درمانگاه‌ها محسوب می‌شود. بدون تردید فقط با حضور در کلاس‌های آموزشی امکان یادگیری عمل‌های جراحی پیچیده فراهم نمی‌شود. گاهی اوقات پزشکان تازه‌کار باید تجربه عملی نیز کسب کنند. این امر در مورد پزشکان تازه‌کار شامل استفاده از برخی حیوانات یا شروع با جراحی‌های ساده می‌شود. مزیت فناوری واقعیت مجازی و افزوده امکان ارائه خدمات آموزشی باکیفیت به دانشجویان رشته پزشکی است. به این ترتیب دیگر نیازی به صرف هزینه‌های بالا برای تقویت مهارت‌های دانشجویان نخواهد بود.

۵.ثبت داده‌های پزشکی به صورت الکترونیکی

اطلاعات بیماران در مراکز درمانی به شیوه‌های مختلفی ثبت و نگهداری می‌شود. امروزه هنوز هم اغلب درمانگاه‌ها دارای سیستم‌های ثبت اطلاعات فیزیکی هستند. این امر جست‌وجوی میان پرونده‌های مختلف برای کادرهای خدماتی و پزشکان را دشوار می‌کند. بنابراین استفاده از سیستم‌های هوشمند و به‌روز نقش مهمی در افزایش سرعت خدمات‌رسانی درمانگاه‌ها خواهد داشت. ثبت اطلاعات بیماران به صورت الکترونیکی دسترسی به آن را ساده خواهد کرد. به این ترتیب پزشکان مختلف به هنگام تعامل با بیماری واحد امکان بارگیری و مشاهده اطلاعات از سراسر دنیا را خواهند داشت. یکی از نکات منفی در زمینه سفرهای خارجی گردشگران مربوط به دشواری‌های انتقال پرونده‌های پزشکی است. این مشکل با استفاده از سیستم‌های ثبت داده الکترونیکی حل خواهد شد.

خوشبختانه امروزه نرم‌افزارهای بسیار زیادی در زمینه ثبت اطلاعات بیماران به صورت هوشمند وجود دارد. این سیستم‌ها در صورت نیاز کادرهای درمانی آخرین اطلاعات بیمار را در اختیارشان قرار خواهد داد. همچنین امکان پیگیری آخرین پزشک بیمار نیز فراهم خواهد بود.

۶.فناوری نسل پنجم اینترنت

فناوری نسل پنجم اینترنت در حوزه سلامت و بهداشت کاربردهای بسیار زیادی دارد. امروزه بسیاری از درمانگاه‌ها دارای ترافیک اینترنت سنگینی هستند. این امر حتی باز کردن یک ایمیل ساده را نیز دشوار می‌کند. بدون تردید در روند درمان بیماران هر دقیقه دارای اهمیت است بنابراین سرعت پایین خدمات آنلاین به هیچ وجه قابل قبول نخواهد بود. نسل پنجم خدمات اینترنت امکان انتقال داده‌های مختلف با سرعت بسیار زیادی را فراهم می‌کند.

بسیاری از تیم‌های جراحی در فرایند درمان بیمار نیازمند اتصال پایدار و پرسرعت آنلاین هستند. فناوری نسل پنجم اینترنت امکان دسترسی به هرگونه داده‌های موردنیاز را فراهم می‌سازد بنابراین دیگر مشکلی در این زمینه پیش روی کادرهای درمانی و جراحی نخواهد بود.

۷.خدمات تلفنی حوزه سلامت

شخصی‌سازی خدمات پزشکی و ارائه آنها به ساده‌ترین شیوه ممکن اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب این خدمات با محوریت اصلی بیماران صورت می‌گیرد. به این ترتیب ما بدون نیاز به مراجعه به درمانگاه‌ها امکان بهره‌مندی از خدمات درمانی را خواهیم داشت. بدون تردید استفاده از هوش مصنوعی در اینجا نیز قابل توجه است. فقط در صورت استفاده از هوش مصنوعی درای توانایی بسیار بالا امکان مدیریت حوزه‌های موردنظر فراهم خواهد شد. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از پزشک‌های متخصص برای پشتیبانی از سیستم‌های هوشمند است. در غیر این صورت با بروز خطای احتمالی از سوی هوش مصنوعی، بیمار موردنظر تجربه منفی را پیش روی خواهد داشت.

بدون شک حفاظت از اطلاعات بیماران در قبال حمله‌های سایبری اهمیت زیادی دارد. بسیاری از بیمارستان‌های بزرگ در این زمینه هزینه‌های سرسام‌آوری انجام می‌دهند. به این ترتیب آنها توانایی مدیریت اطلاعات بیماران را پیدا می‌کنند. نکته مهم در این زمینه نقش خدمات تلفنی در کاهش دشواری‌های عرصه حفاظت از اطلاعات بیماران است. اگر ما فقط اندکی در این زمینه سرمایه‌گذاری کنیم، امکان سرقت اطلاعات از سیستم‌های تلفنی به صفر نزدیک خواهد شد. این امر نیازمند تعریف بانک اطلاعاتی جداگانه از سیستم‌های تلفنی خواهد بود. با این حساب امنیت اطلاعات بیماران ما به شدت افزایش خواهد یافت.

۸. سیستم‌های دارای بلاک‌چین

بلاک‌چین فناوری بسیار مهمی در زمینه حفظ نرم‌افزارها و کدهای واسطه در زمینه ارتباطات آنلاین است. این امر احتمال سرقت اطلاعات را به شدت کاهش می‌دهد. امروزه برخی از برندهای فعال در حوزه بهداشت به طور مداوم نگران وضعیت اطلاعات بیماران‌شان هستند. این امر با استفاده از فناوری بلاک‌چین فرصت طلایی برای بهبود سطح امنیت اطلاعات بیماران را فراهم می‌سازد.

عرصه اصلی فعالیت فناوری بلاک‌چین در زمینه کاهش خطرات ناشی از تبادل

اطلاعات در عرصه فناوری است. این امر کاربر بسیار زیادی در زندگی روزمره ما و

سرنوشت بسیاری از برندها دارد بنابراین استفاده درست از این فناوری نقش مهمی

در بهبود شرایط خواهد داشت.

تعیین پسرودهای چندبعدی و پیچیده برای اطلاعات اهمیت بسیار زیادی در

تأمین امنیت‌شان دارد. این امر موجب اعتماد بیشتر بیماران به فناوری‌های دیجیتال

در عرصه پزشکی می‌شود بنابراین بیمارستان‌ها و موسسه‌های خدمات حوزه سلامت

باید هرچه بیشتر از چنین فناوری‌هایی استفاده کنند. در غیر این صورت امکان جلب

اعتماد بیماران به شیوه‌های جدیدی فراهم نخواهد شد.

۹.رویات‌های چت

استفاده از رویات‌های چت همیشه برای اهالی دنیای فناوری اهمیت زیادی داشته است. این امر با توسعه فناوری هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی موجب معرفی نسل دوم رویات‌های چت شده است. نسل تازه رویات‌های چت امکان پیگیری خدمات درمانی مختلف در کمترین زمان ممکن را فراهم می‌کند. بدون تردید ما در حوزه‌های مختلفی نیازمند خدمات آنلاین هستیم. این امر در حوزه درمان به شدت حس می‌شود بنابراین ما باید توجه ویژه‌ای به این امر داشته باشیم. نکته مهم در این میان کمبود امکانات و کادرهای تخصصی برای ارائه خدمات آنلاین به بیماران است. در چنین شرایطی استفاده از رویات‌های چت اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند.

برخی از رویات‌های چت دارای کاربرد بسیار ساده‌ای نظیر تعیین نوبت ویزیت یا پیگیری خدمات درمانی هستند، با این حال نمونه‌های تازه‌تر در زمینه ارائه برخی از توصیه‌های پزشکی براساس اظهارات بیماران نیز توانمند هستند. این امر توانایی رویات‌های چت برای ارائه خدمات تخصصی را افزایش داده است. با این حساب گاهی اوقات ما به هیچ وجه نیازمند مراجعه به درمانگاه نخواهیم بود.

بیشک فناوری رویات‌های چت در زمینه سلامت هنوز در ابتدای راه قرار دارد. استفاده از نظرات بیماران در زمینه ارائه خدمات و همچنین ایجاد پیوند نزدیک‌تر میان حوزه سلامت و فناوری برای توسعه اپ‌ها و رویات‌های موجود ضروری خواهد بود.

۱۰.جست‌وجوی صوتی

فناوری جست‌وجوی صوتی امکانات بسیار زیادی در اختیار بیماران قرار می‌دهد. امروزه بسیاری از مردم به جای موارد مورد نیازشان برای یافتن اطلاعات در موتورهای جست‌وجو اقدام به استفاده از جست‌وجوی صوتی می‌کنند. این فناوری در اپ‌های حوزه سلامت کاربرد زیادی خواهد داشت. به این ترتیب ما با بیان مشکل موردنظرمان امکان استفاده از خدمات پزشکی به صورت برخط را پیدا می‌کنیم.

سیستم‌های درمانی دارای هوش مصنوعی بسیار پیشرفته هستند. این امر امکان

یافتن نکات تخصصی در زمینه بیماری‌های مختلف، با تعامل بیماران، را فراهم

جمع‌بندی

فناوری‌های نوین نقش مهمی در توسعه خدمات بهداشتی و سلامت ایفا می‌کنند. این امر محدود به حوزه خاصی از درمان و سلامت نیست. نکته مهم استفاده درست از فناوری‌های در دسترس و تلاش برای ارائه خدمات بهتر است. به این ترتیب امکان جلب نظر بیماران فراهم خواهد شد. بسیاری از مردم هنوز نسبت به استفاده از فناوری‌های مدرن در حوزه سلامت اطمینان کافی ندارند. تلاش برای جلب نظر مردم با استفاده از فناوری‌های تازه بخش مهمی از کار کادرهای درمانی و برندها را تشکیل می‌دهد.

منبع: com.Learn.g۲

اخبار

در راستای پیشگیری از شیوع ویروس کرونا انجام شد:

اجرای طرح ضدعفونی در اداره کل تعاون کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی



و رفاه اجتماعی استان اجرا شد. میراحد حسینی تصریح کرد: این طرح در راستای کنترل و پیشگیری از شیوع بیماری کرونا و انتشار ویروس به عمل آمد که این امر در کنار اقدامات سایر نهاده‌ها و سازمانهای خصوصی و دولتی در جهت سالم سازی محیط کار برای کارکنان و نیز خدمت گیرندگان اداره کل صورت گرفت.

وی اظهار کرد: پیش از این، از زمان اعلام وزارت بهداشت و استانداری آذربایجان شرقی مواد ضدعفونی کننده در بین واحدهای اداره کل توزیع و این ادارات از انتشار ویروس کرونا گندزدایی و مرتباً ضدعفونی می شوند. مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی همچنین از موکول شدن جلسات هیات های تشخیص و حل اختلاف کارگری به ماه آتی خبر داده تصریح کرد: با هماهنگی‌های صورت گرفته این هیات ها در ایام عاری از بیماری برگزار خواهد شد.

وی همچنین از حضور و غیاب مستمری بگیران بیمه بیکاری خبر داد و افزود: حضور و غیاب این افراد تا اردیبهشت بدون حضور مستمر بگیران صورت خواهد گرفت.

اقدامات شرکت گاز استان اردبیل در مقابله با ویروس کرونا



اردبیل - خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل از اقدامات گسترده این شرکت در مقابله با ویروس کرونا خبر داد.
به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل، سردار اسماعیلی مدیر عامل این شرکت از انجام اقدامات گسترده به منظور مقابله با شیوع این بیماری در شرکت گاز استان خبر داد و گفت: با توجه به شرایط پیش آمده در سطح استان اردبیل اقدامات پیشگیرانه و مراقبتی بر اساس شیوه نامه ابلاغی به منظور مقابله با شیوع ویروس کرونا در سطح ادارات استان انجام شده است.
وی برگزاری دوره آموزشی مجازی ، تهیه پوسترهای آموزشی و دستورالعمل های بهداشتی در زمینه بهداشت فردی ، غذایی ، توزیع دستکش یک بار مصرف ، نظیف سطوح در دسترس کارکنان ، هماهنگی کامل ادارات تابعه با سازمان‌های مرتبط، اطلاع رسانی راه های مقابله و پیشگیری این بیماری ، ضدعفونی نمودن تمام ساختمان ها و دفاتر کارکنان به ویژه آبدارخانه ها، آموزش نیروهای خدماتی و اداری، ضدعفونی کردن ساختمان ها به صورت دوره ای ، نصب بنرهای آموزشی مقابله با ویروس کرونا ، استفاده از دستگاههای چشمی ضد عفونی کننده و ... را از اقدامات این شرکت در جهت مقابله با کرونا ویروس برشمرد و گفت: از مشترکین گاز طبیعی در سطح استان خواستاریم با توجه به شرایط بوجود آمده در سطح استان از مراجعات غیر ضروری به ادارات تابعه شرکت گاز استان اردبیل خودداری نمایند.

با همت شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان :

خریداری اقلام مورد نیاز بخش کرونی بیمارستان مسجدسلیمان



در جهت رفع نگرانی عمومی از بابت نبود اقلام بهداشتی و تجهیزات درمانی اقداماتی را صورت بخشد .
علی اسکندی با اشاره به خدمات شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان در جهت پیشگیری و شیوع ویروس کرونا گفت : درخواستم این است که اقلام مورد نیاز جهت پیشگیری و ارائه خدمات تخصصی و عمومی با کمک این شرکت خریداری و برای ارائه خدمات رایگان به عموم شهروندان به مدیریت بهداشت و درمان شهرستان واگذار شود .
مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان نیز طی سخنانی با اشاره به خریداری تعدادی از اقلام پزشکی و بهداشتی مورد نیاز از جمله تب سنج های دیجیتال و اکسی متر – الکال – آب ژاول – دستگاه های مه پاش خودرویی و دستی گفت : این شرکت از زمان شیوع این ویروس در کنار سایر سازمان های دولتی اقدامات پیشگیرانه ای را در جهت مقابله با شیوع و گسترش ویروس کرونا صورت بخشیده است .
مهندس قباد ناصری افزود : آمادگی این را داریم که برای حفظ سلامت روانی و جسمانی شهروندان عزیزمان تا حد امکان از توان مالی و تجهیزاتی مان استفاده کنیم .
وی با اشاره به اینکه این شرکت با در اختیار داشتن حدود ۴۰۰۰ نفر پرسنل و تقریباً ۱۶۰۰۰ نفر با احتساب اعضای خانواده بزرگترین جامعه ی اداری این شهر محسوب می شود تصریح کرد : سلامتی تک تک شهروندان اعم از شرکتی یا غیرشرکتی برای ما مهم و حیاتی است چرا که مبتلا شدن یکی از پرسنل این شرکت یا بالعکس یکی از شهروندان می تواند به آسانی موجب درگیر شدن تعداد وسیعی از آحاد جامعه گردد .
مهندس ناصری ادامه داد : از همین جا و به نیابت از هیأت مدیره ی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان به آقای دادستان و مدیریت بهداشت و درمان شهرستان قول می دهم برای تأمین تجهیزات و وسایل پیشگیرانه ، مراقبتی و درمانی لازم جهت مقابله با این ویروس منحوس و در نهایت تأمین امنیت روانی و بهداشتی و درمانی جامعه از هیچ کوششی فروگذار نخواهیم کرد .

وی همچنین از مدیران بخش های مالی و کالای این شرکت درخواست کرد با رعایت ضوابط اداری و مالی اقلام مورد نیاز و درخواست شده ی بخش بهداشت و درمان در سریع ترین زمان ممکن خریداری و برای ارائه خدمت رایگان به شهروندان ، در اختیار آنها قرار گیرد .

در راستای ارتقاء سطح پیشگیری از کرونا در واحدهای عملیاتی

تغییر ساعت کاری نوبت کاران شرکت های بهره بردار مناطق نفت خیز جنوب



همچنین ریسک ابتلا به ویروس کرونا در واحدهای عملیاتی مناطق روستای مجاور تاسیسات را کاهش می دهد.
مدیر تولید شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب افزود: اقدامات لازم برای مقابله با این ویروس در تمامی مناطق عملیاتی به صورت روزانه انجام می‌شود. وی در پایان اظهار داشت: تغییر ساعت کاری نوبت کاران شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجد سلیمان نیز در دست بررسی است.

از سوی شرکت توانیر:

جزئیات جدید پرداخت قبوض برق اعلام شد



رسانی با مشکلی مواجه نشده و خدمات‌رسانی به مردم تداوم داشته باشد.
عادل کاظمی با اشاره به ابلاغیه‌ی وزارت نیرو توضیح داد: به خاطر مشکلاتی که شیوع بیماری کرونا برای برخی کسب و کارها ایجاد کرده، کسب و کارهایی که در این رابطه متضرر شده‌اند می‌توانند در این مدت هزینه‌های برق مصرفی

تبریز - ماهان فلاح: جزئیات پرداخت قبوض برق در زمان شیوع ویروس کرونا از سوی شرکت توانیر اعلام شد.
شرکت توانیر با ارسال ابلاغیه‌ای خطاب به مدیران عامل شرکت‌های برق منطقه‌ای و توزیع نیروی برق سراسر کشور، مواردی را برای همکاری با مشترکان در خصوص دریافت هزینه برق مصرفی آنان اعلام کرد.
در این ابلاغیه به امضای محمدحسن متولی‌زاده مدیرعامل شرکت توانیر ارسال شده، خاطرنشان شده است: با توجه به شرایط به وجود آمده و لزوم ایجاد تسهیلات برای آن دسته از متقاضیان و مشترکان برق که درگیر مسائل جانبی مربوط به کرونا هستند، ترتیبی اتخاذ شود تا ضمن آمادگی و پایداری شبکه‌ی برق، اقدامات زیر را به عمل آورند.
شرکت‌ها مکلفند نسبت به ارائه‌ی خدمات غیرحضور ی و فروش و خدمات پس از فروش اقدام و ضمن اطلاع‌رسانی عمومی، تسهیلات لازم در این زمینه را در اختیار متقاضیان قرار دهند.
مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز نیز در این رابطه از بابت مسایل و مشکلات به‌وجود آمده‌ی ناشی از شیوع بیماری ویروس کرونا (کووید ۱۹) ابراز نگرانی کرد و گفت: با وجود شرایط خاص فعلی، این شرکت تمام سعی و تلاش خود را به‌صورت شبانه‌روزی به کار می‌گیرد تا شبکه‌ی برق

تکذیب ادعای رسانه‌های معاند در خصوص ساخت قبور جدید و دسته جمعی در آرامستان بهشت معصومه(س)

طور روزانه در شرایط عادی بین ۱۸ تا ۲۰ نفر در شهر قم فوت کرده و در آرامستان بهشت معصومه(س) پذیرش می‌شوند اظهار کرد: تصویری که از سبوی رسانه‌های بیگانه منتشرشده ا عراق شده و صرفاً با هدف دروغ پراکنی است و حتی بخشی از تصاویر مربوط به محدوده و فضای آرامستان بهشت معصومه(س) نبوده و برای املاک مجاور آن می‌باشد. وی ساخت قطعاتی از قبور به عنوان قطعات بحران را براساس برنامه‌ریزی قبلی عنوان کرد و گفت: ساخت اینن قطعات طبق دستورالعمل ستاد بحران کشور است که می‌بایست بخشی در آرامستان‌ها برای بحران‌هایی نظیر سیل، زلزله و ... اختصاص یابد. وی طرح توسعه بهشت معصومه(س) را مربوط به چندین سال قبل دانست و افزود: با توجه به لزوم گسترش این آرامستان و جلوگیری از دفن اموات در آرامستان‌های سطح شهر، مطالعات و عملیات عمرانی طرح توسعه آرامستان بهشت معصومه(س) از چندین سال قبل به اجرا درآمده و حتی اخبار مربوط به ساخت قبور بحران ماه‌ها قبل از شیوع کرونا منتشر و منعکس شده است.



به جز ابتلا به کرونا و بیماری‌های حاد تنفسی و شبه کرونایی است که در شرایط عادی نیز وجود دارد.

مدیر کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم، با تاکید بر اینکه به

هده ده نروزی شهردار اهواز به کسبه:

بخشودگی ۳ ماهه عوارض کسب و پیشه در پی شیوع کرونا ویروس

واحدهای اجرائیات شهرداری با جدیت بر اجرای این تصمیم نظارت خواهد کرد.
شهردار اهواز همچنین در خصوص مدت زمان ضدعفونی شهر گفت: ما تا زمان حل مشکل و رسیدن به شرایط پایدار و با نظر و تشخیص شورای سلامت و ستاد ویژه مبارزه با کرونا این عملیات را مستمرا در کنار دستگاههای اجرایی دیگر دنبال خواهیم کرد.
وی با اشاره به اعمال برخی محدودیت ها در شهر خطاب به شهروندان اهوازی گفت: از همه ی همشهریان عزیز می خواهم که محدودیتهای اعمال شده را رعایت کنند و توصیه ها را جدی بگیرند تا این ویروس ناخوشایند به خواست خدا و همت همگانی ریشه کن شود.

اقدامات خوب شهردار اهواز در مقابله با کرونا منحصر در این موارد نیست و شهرداری کلانشهر اهواز پیشگام ضدعفونی شهر و مقابله با کرونا در استان خوزستان بوده است اقدامی که با حضور گروههای جهادی و سایر ارگان ها در کنار شهرداری اهواز تداوم دارد.



شهروندان همراه شد. شاعری همچنین با ممنوع کردن برپایی چادر مسافرتی در پارک‌ها، بوستان‌ها و اماکن عمومی شهر اهواز، اظهار کرد:

معاون عملیات شرکت پالایش گاز ایلام:

رشد محصولات تولیدی پالایشگاه گاز ایلام در سال رونق تولید

جنوبی ارسال نموده است.خاطرنشان کرد: در ۱۲ سال گذشته از زمان راه اندازی پالایشگاه تاکنون بطور کلی فروش این محصول قریب به ۸۵ هزار تن بوده که ۷۵ هزار تن آن در سه سال اخیر محقق شده است.
همچنین وی به کاهش شاخص مصرف ویژه انرژی (SEC) اشاره کرد و افزود: در این پالایشگاه با تدابیری که در حوزه کاهش مصرف انرژی در کنار افزایش تولید بکار گرفته شده، مصرف ویژه انرژی که بیانگر میزان انرژی مصرفی به ازای یک تن تولید محصولات است در پایان سال ۹۸ نسبت به میانگین سال ۹۷ از رقم ۲،۳۹ به ۲،۱۱ رسیده که به معنای کاهش ۱۲درصدی مصرف انرژی به ازای هر تن تولید بوده است.
معاون عملیات شرکت پالایش گاز ایلام افزود:در کنار افزایش کمی محصولات خوشبختانه به لحاظ کیفی نیز پس از سالها با استاندارد نمودن میزان مرکابتان موجود در گاز شهری تزریقی به خط سراسری، بهسود قابل توجهی در کیفیت این محصول حاصل شده و گوگرد باستانداری نیز همچنان با کفص منحصر به فرد تحویل مشتریان می گردد. وی تصریح کرد: کسب تمامی این موفقیت ها در شرایط تحریم، در سایه تلاش و کوشش مستمر پرسنل پالایشگاه حاصل شده است.



نسبت به مجموع تولید سال قبل،تولید میعانات گازی نیز ۵ درصد رشد داشته است.

مهندس زرگوشی با بیان اینکه شرکت پالایش گاز ایلام در سال ۹۸ بیش از ۲۳ هزار تن آل. پی. جی خام به پالایشگاه چهارم مجتمع پارس

برای اولین بار در کشور:

اجرای طرح ابتکاری "معلم یار" با اعطای ابلاغ به مدیرکل آموزش و پرورش آذربایجان شرقی



به صورت چند پایه تشکیل می شود و فاقد امکانات دسترسی به فضای مجازی و اینترنت هستند با ارائه کتیبه‌های راهنمای معلم به اولیای دانش آموزان، جهت همکاری آنها و نیز ارائه دی دی وی و سی دی های آموزشی، همراه بسته های

تبریز - ماهان فلاح برای اولین بار در تاریخ آموزش و پرورش کشور، اولین ابلاغ طرح ابتکاری "معلم یار" در روستاهای محروم، به مدیرکل آموزش و پرورش آذربایجان شرقی اعطا شد.
در یک اقدام نادر و به دنبال تعطیلی اضطراری مدارس کشور و با هدف جبران عقب افتادگی تحصیلی و آموزش دانش آموزان مناطق محروم استان در کلاسهای چند پایه و زیر حنضماب ۱۵ نفر با اجرای یک طرح ابتکاری، برای اولین بار در سطح کشور؛ از سوی رئیس آموزش و پرورش منطقه محروم خواجه جعفر پاشایی مدیرکل آموزش و پرورش آذربایجان شرقی به عنوان معلم یار روستای سبولوجا (با چهار دانش آموز) منصوب شد.
مدیرکل آموزش و پرورش استان با اعلام آغاز طرح ابتکاری " معلم یار" در استان آذربایجان شرقی گفت: این طرح با مشارکت همزمان ۱۲۰۰ نفر از کادر اداری آموزش و پرورش مناطق و نواحی استان، به شکل داوطلبانه و رایگان در ۱۳۰۰ کلاس درس مناطق محروم استان اجرا می‌شود تا مجاهدان آموزش در کنار مدافعان سلامت، ایران را به سوی افق‌های روشن رهنمون شوند. او در مورد نحوه اجرای این طرح افزود: با توجه به اینکه ۳۰ درصد از مدارس استان با تعداد زیر ۱۵ نفر دانش آموز و با

۵ فرصتی که اینترنت اشیا در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد



با توجه به شواهد موجود اینترنت اشیا همچنان در سراسر جهان رو به گسترش است. کارشناسان این عرصه معتقدند میلیارد‌ها و حتی صدها هزار میلیارد دستگاه مختلف در جهان وجود دارد که با استفاده از فناوری اینترنت اشیا به یکدیگر متصل شده‌اند که این باعث گسترش و همه‌گیر شدن اینترنت اشیا (IoT) در کره زمین شده است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، با توجه به شواهد موجود اینترنت اشیا همچنان در سراسر جهان رو به گسترش است. کارشناسان این عرصه معتقدند میلیارد‌ها و حتی صدها هزار میلیارد دستگاه مختلف در جهان وجود دارد که با استفاده از فناوری اینترنت اشیا به یکدیگر متصل شده‌اند که این باعث گسترش و همه‌گیر شدن اینترنت اشیا (IoT) در کره زمین شده است. حالا اگر از این اعداد و ارقام بگذریم باید به این سوال پاسخ دهیم که واقعا چه بخش از این عظمت در اختیار شرکت‌ها قرار گرفته است؟ در ادامه پنج منطقه حکمرانی اینترنت اشیا را که شرکت‌ها از آن استفاده می‌کنند، بیان می‌کنیم.

اجازه دهید به این واقعیت اشاره کنیم که صرفا استفاده از دستگاه هوشمندی که به دستگاه دیگری متصل است کاربردهای اصلی اینترنت اشیا را نشان نمی‌دهد. به عنوان مثال ردیاب‌های دیجیتالی، دستگاه‌های بهداشتی و دریچه‌های تخلیه که با اینترنت کنترل می‌شوند، همه و همه از این فناوری استفاده می‌کنند اما آیا واقعا این همه انتظار ما از IoTهاست؟ پس چه کاربردی برای شرکت‌ها می‌توانیم انتظار داشته باشیم؟

در نگاه اول شاید بتوان گفت اینترنت اشیا می‌تواند به شرکت‌ها در افزایش رضایتمندی مشتریان، کاهش هزینه‌ها، بهبود کارایی عملیاتی و به دست آوردن مزیت رقابتی کمک شایانی کند، اما هنوز پنج فرصت برتر در این زمینه وجود دارد که بستر بسیاری از فعالیت‌های آتی شرکت‌ها در دنیای مدرن بشر خواهد بود.

یک: بهینه‌سازی مصرف انرژی و افزایش پایداری
IoT این امکان را به ما می‌دهد که با هوشمندسازی سازه‌ها و ساختمان‌ها میزان قابل توجهی در مصرف انرژی صرفه‌جویی داشته باشیم و برآوردها بیانگر این نکته است که می‌توان با استفاده از اینترنت اشیا حداقل تا ۲۵ درصد مصرف انرژی را در ساختمان‌ها کاهش داد. به عنوان مثال با استفاده از سنسورهای شناسایی حضور افراد در محیط می‌توان تشخیص داد که در لحظه چند نفر در یک مکان با اتاق حضور دارند و براساس آن میزان نور و حرارت اتاق را تنظیم کرد.

این در حالی است که حتی امکان مدیریت این روند از کیلومترها دورتر نیز وجود دارد که نه تنها در کاهش هزینه‌ها کمک شایانی به اقتصاد می‌کند بلکه با توجه به کاهش مصرف انرژی بهترین گزینه برای حفاظت از محیط زیست است. البته این سنسورها می‌توانند میزان و درصد اشتغالی اتاق‌ها در شرکت‌ها، موسسات و مراکز خدماتی، آموزشی و درمانی را نیز مشخص کنند تا برای استفاده بهینه از فضای ساختمان برنامه‌ریزی کنیم و بهره‌وری را در دانشگاه‌ها و برخی مشاغل دیگر تا ۴۰ درصد افزایش دهیم.

شاید با خودتان فکر کنید که پایان این کارایی رسیده، در حالی که هنوز این سنسورها می‌توانند خدمات مناسبی ارائه کنند و هزینه‌های تعمیرات و نگهداری سازه‌ها را به‌خصوص در مراکز عمومی و شرکت‌های پررفت و آمد کاهش دهند؛ زیرا با استفاده از آنها می‌توان قطعی سیم و کابل، نشتی آب و گاز و از این قبیل موارد را قبل از بروز خسارت شناسایی و تعمیر کرد.

دو: دارایی‌ها و موجودی شرکت‌ها

یکی از مهم‌ترین بخش‌ها در شرکت‌ها بخش مالی و حسابداری است که هر ساعت و هر سال باید تراز باشد. اینجاست که دوباره IoT با همان اینترنت اشیا به کمک اقتصاد ما می‌آید. در بسیاری از شرکت‌ها، به‌خصوص شرکت‌های بزرگ، انبارداری و همچنین بررسی اموال مصرفی و تجهیزات سالانه نه تنها زمان بلکه هزینه زیادی از بخش حسابداری و مالی می‌گیرد. در حالی که باز هم اینترنت اشیا می‌تواند راه‌حلی کم‌هزینه و سریع‌تر در این زمینه ارائه کند. به عنوان مثال در یک بیمارستان دانستن این‌که تجهیزات مورد نیاز یا حتی داروهای موردنیاز پرستاران در کدام اتاق یا قفسه قرار دارد علاوه بر اینکه می‌تواند بعضا جان بیماران را نجات دهد، قطعا در کاهش هزینه‌ها نیز بسیار تاثیرگذار است. در این شیوه حسگرها و ردیاب‌های الکترونیک می‌توانند مانعی بزرگ در مقابل سرقت‌های احتمالی، استهلاک غیرضروری و حتی فرسودگی کالا در گوشه‌ای از انبار باشند. این خدمات می‌تواند به هتلداران این امکان را بدهد که چمدان‌ها، تجهیزات مورد نیاز ارائه سرویس به مسافران، انواع ظروف غذاخوری و... را در کل هتل ردیابی کنند و از هدررفت منابع جلوگیری کنند. آیا تا به حال به این نکته فکر کرده‌اید که سالانه چند لیوان، بشقاب، سینی، قاشق و چنگال در هتل‌ها گم می‌شود؟

سه: افزایش امنیت و محیط‌های سالم

یکی دیگر از گرفتاری‌ها در مراکز بزرگ اقامتی مثل هتل‌ها با شرکت‌های چند ملیتی که معمولا در یک ساختمان بزرگ با هزاران پرسنل فعالیت می‌کنند، موضوع رعایت استانداردها و بهداشت و پاکیزگی محیط کار است. اینجاست که دوباره فناوری اینترنت اشیا می‌تواند وارد عمل شود و در کاهش هزینه‌ها و زمان این مراکز نقش مهم و کلیدی ایفا کند. حسگرها می‌توانند کیفیت آب و هوای داخل ساختمان را در تمام ساعات روز کنترل کنند و در صورت نیاز نسبت به بهبود آن به شکلی خودکار گام بردارند و در بخش دیگر حتی می‌توانند زمان تخلیه سطل‌های زباله تک‌تک اتاق‌ها را به بخش خدمات یادآوری کنند یا اینکه برای دور کردن حشرات از ساختمان فعال شوند. به عنوان مثال یکی از کاربردهای ساده IoT در این بخش کنترل کیفیت آب استخر و میزان مواد ضدعفونی‌کننده موردنیاز برای تصفیه آب یا زمان آبیاری فضای سبز و گلدان‌های داخل ساختمان است.

چهار: مشتریان وفادار و تجربه عالی خرید آنها

اصولا هر تولیدکننده‌ای علاقه‌مند است بتواند متناسب با نیاز و سلیقه بازار اقدام به سرمایه‌گذاری کند، به این ترتیب دستیابی به اطلاعات بازار می‌تواند میلیون‌ها نه، بلکه ده‌ها میلیارد ارزش افزوده برای تولیدکنندگان به همراه داشته باشد. در این بخش باز هم IoT میانه میدان دیده می‌شود و با استفاده

از فناوری‌های نوین مثل تشخیص چهره این امکان را برای تولیدکنندگان فراهم می‌کند تا بتوانند ذائقه، سبک زندگی، اخلاق و روحیات مشتریان را قبل از تولید در اختیار داشته باشند و متناسب با آن وارد بازار شوند. این فناوری در فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ اکنون به کار گرفته می‌شود که اتفاقا نتیجه بسیار مناسبی هم به همراه داشته است.

در این شیوه قطعا فروشگاه‌ها متناسب با ذائقه، سلیقه، سبک زندگی و... می‌توانند قفسه‌ها را به گونه‌ای طراحی کنند که خریداران در کوتاه‌ترین زمان ممکن بهترین گزینه مورد نیازشان را با قیمتی مناسب تهیه کنند تا با تجربه‌ای عالی از خرید باز هم به همان فروشگاه سر بزنند و به قول خودمان مشتری وفادار آن فروشگاه باشند.

پنج: مصرف‌کنندگان و فرصت‌های طلایی

در زندگی دیجیتالی امروز و البته سبک زندگی صنعتی ما یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های تولیدکنندگان و شرکت‌های خدماتی تبلیغات هدفمند و دقیق است. نیازی که می‌تواند سرنوشت یک سرمایه‌گذاری را تعیین کند و آن را یا به قله‌های موفقیت برساند یا برعکس با میلیارد‌ها دلار زیان راهی دره خاطره‌ها کند. پس IoT یا همان اینترنت اشیا دوباره از راه می‌رسد و به سرمایه‌گذاران امتیازاتش را یادآوری می‌کند. این فناوری برای شرکت‌های خدماتی امکاناتی فراهم می‌کند تا سابقه دقیقی از خریده‌ها و دریافت خدمات مشتریان را در صندوق فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای پرداخت می‌روید، شماره تلفن همراه شما تبلیغات هدفمندی را منتشر کنند.

به عنوان مثال اگر خانواده‌ای در منطقه غربی لندن هر هفته چهار بسته دستمال کاغذی با یک برند خاص از یک فروشگاه خاص خریداری می‌کند، در واقع هر بار با پرداخت فاکتور فروشگاه از خود ردپایی به جای گذاشته که شرکت‌های تبلیغاتی می‌توانند با استفاده از آن در هفته سوم یا حتی صبح روز موعود تبلیغات همان دستمال کاغذی را با تخفیف ویژه برای وی ارسال کنند که مثل زنگ ساعت برای بیدار شدن از خواب افراد است و ناخواسته آن فرد در دست به جیب می‌کند. این شیوه در میان شرکت‌های تبلیغاتی به «نگشت‌نگاری مشتری» معروف شده است. این شیوه در فرودگاه‌ها، سالن‌های زیبایی، سالن‌های ورزشی، هتل‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و البته رستوران یا کافی‌شاپ‌ها بسیار کاربردی است. آیا تاکنون دقت کرده‌اید چرا وقتی پای صندوق فروشگاه‌های زنجیره‌ای برای پرداخت می‌روید، شماره تلفن همراه شما را می‌خواهند؟

خب حالا که با پنج کاربرد قابل توجه اینترنت اشیا در کسب‌وکارها یا شرکت‌ها آشنا شدید یک سوال دیگر مطرح می‌شود که چطور مدیران شرکت‌ها می‌توانند از این خدمات با هزینه مناسب استفاده کنند؟ یا به قول معروف چطور بهینه از این خدمات استفاده کنند؟ در ادامه شش روش مقرون به صرفه برای استفاده از این فناوری برای تان می‌گوییم.

قانون اول: فقط به دنبال آخرین فناوری نباشید

فراموش نکنید اگر چه فناوری اینترنت اشیا جزو جدیدترین دستاوردهای دنیای هوشمند بشری است اما برای استفاده از این فناوری در کسب‌وکار تان

نیازی نیست همیشه جدیدترین فناوری را به کار گیرید یا جدیدترین دستگاه‌ها را در اختیار داشته باشید، بلکه می‌توانید متناسب با نیاز و کار شرکت یا کسب‌وکار تان حتی از فناوری‌های قدیمی‌تر استفاده کنید. پس تا زمانی که الزامی به استفاده از جدیدترین فناوری ندارید برای تهیه آنها اقدام نکنید و با همان فناوری که کار شما را راه می‌اندازد، سر کنید.

قانون دوم: از مقیاس کوچک استفاده کنید

برای استفاده از این خدمات نیازی به زیرساخت گسترده و قابل توجهی نیست و این تصور اشتباه را که برای استفاده از اینترنت اشیا حتما باید زیرساخت‌های گسترده‌ای در اختیار داشته باشید کنار بگذارید، چون فقط به جیب‌تان خیانت کرده‌اید. سعی کنید ابتدا با استفاده از یک پروژه کوچک موفقیت‌ها و همسو بودن آن با اهداف خودتان را امتحان کنید و اگر دستاورد مناسبی داشتید، به دنبال توسعه باشید.

قانون سوم: دستگاه‌های آنالوگ یا غیرهوشمند را حتما هوشمند کنید
وقتی تجهیزات شما هوشمند نیست چطور تصمیم دارید از فناوری اینترنت اشیا استفاده بهینه داشته باشید و در وقت و زمان خودتان صرفه‌جویی کنید؟ پس از امروز نسبت به هوشمند کردن تجهیزات دفتر یا شرکت خودتان اقدام کنید و براساس یک برنامه این کار را تمام کنید، زیرا بسا این روش می‌توانید تجارب خارق‌العاده‌ای در کسب‌وکار تان داشته باشید.

قانون چهارم: از ارائه‌دهندگان خدمات اینترنت ارزان استفاده کنید
هوشمند کردن اشیا بدون شبکه داخلی یا شبکه جهانی اینترنت امکان‌پذیر نیست. به همین دلیل قبل از هر کاری به دنبال بهترین گزینه برای انتخاب شبکه داخلی یا حتی ارائه‌دهنده خدمات اینترنت بین‌المللی باشید. در صورت انتخاب بهترین گزینه شک نداشته باشید که رقم قابل توجهی به حساب شرکت تخفیف گرفته‌اید. به عنوان مثال استفاده از شبکه‌های LPWAN یا Low Wide Area می‌تواند هزینه عملیاتی را به میزان قابل توجهی کاهش دهد.

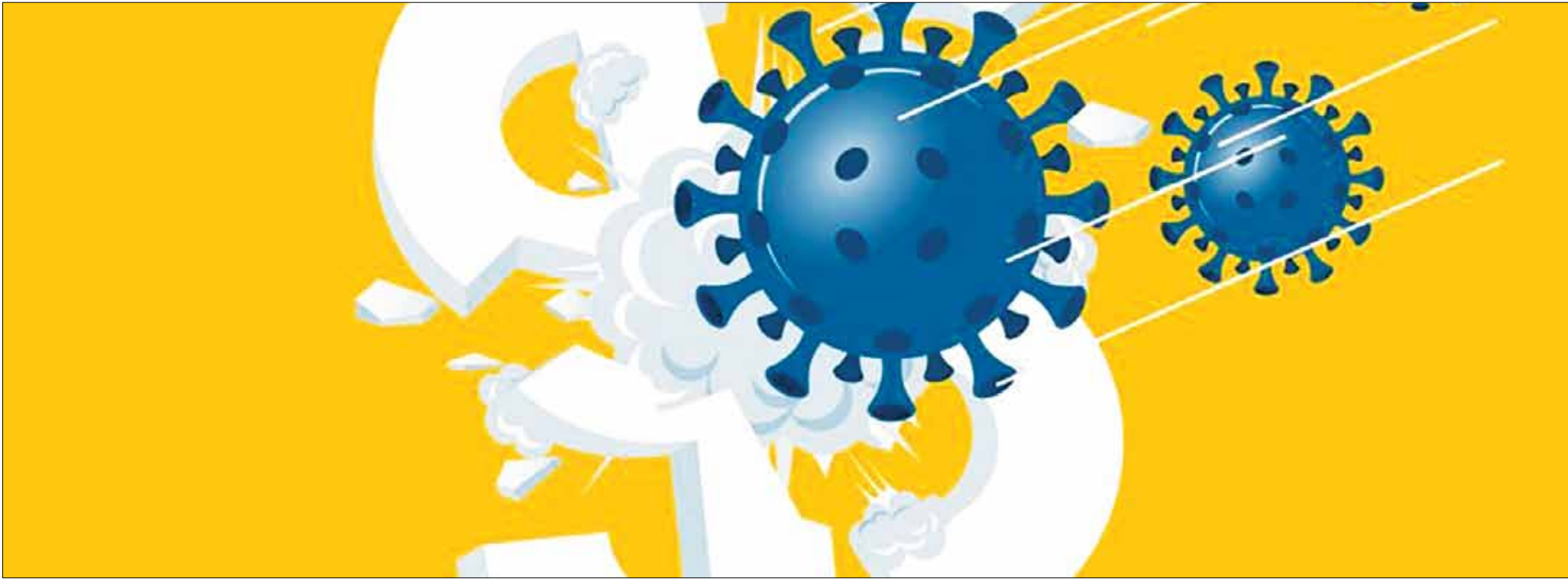
قانون پنجم: برای امنیت ناخن خشک نباشید

یکی از مهم‌ترین نکات برای کاربرد دقیق اینترنت اشیا موضوع امنیت اکوسیستم یا شبکه‌ای است که برای خودتان دست و پا کرده‌اید. فراموش نکنید وقتی به دنبال استفاده از اینترنت اشیا برای ارتقای کسب‌وکار خودتان هستید، در واقع همه چیز به همه چیز متصل است و در نتیجه باید از دسترسی هرکس به اطلاعات تا جای ممکن جلوگیری کنید. پس برای استفاده درست از سیستم‌های امنیتی هرگز به چشم هزینه به آن نگاه نکنید چون این موضوع یک سرمایه‌گذاری برای شماست. البته پول اضافه دادن هم هنر نیست.

قانون ششم: هرگز کوتاه‌مدت فکر نکنید

با توجه به تمام قوانین مطرح شده حالا نوبت به این رسیده که یادآور شویم حتما در نظر داشته باشید نباید هرگز به این شیوه کوتاه‌مدت بنگرید یا فکر کنید، بلکه باید برای رسیدن به اهداف خودتان بلندمدت فکر کنید و دقت داشته باشید که سرمایه‌گذاری در اینترنت اشیا فرصتی برای شما ایجاد می‌کند که در بلندمدت بتوانید سود تضمین‌شده‌ای از کسب‌وکار تان داشته باشید.

شیوع کرونا چگونه ثبات استارت آپ‌ها را محک می‌زند؟



روزبه‌روز شمار مبتلایان و قربانیان ویروس کرونا افزایش پیدا می‌کند. ویروس کرونا تاثیر مخربی روی اقتصاد جهانی داشته و عملکرد بسیاری از شرکت‌ها را با مشکل مواجه کرده است. در این میان اقدامات صورت گرفته برای جلوگیری از شیوع این ویروس، آسیب شدیدی به دنیای استارت‌آپ‌ها زده که برای مثال می‌توان به مشکلات مربوط به تامین قطعات و منابع انسانی اشاره کرد.

تا به امروز بیش از ۱۰۰ هزار نفر به ویروس کرونا مبتلا شده‌اند و نزدیک به ۴۰۰۰ نفر جان خود را از دست داده‌اند. در حالی که این ویروس به ۱۰۰ کشور سرایت کرده، نزدیک به ۸۰ درصد قربانیان مربوط به کشور چین می‌شود. اقدامات پیشگیرانه زیادی برای جلوگیری از شیوع بیشتر کرونا در سراسر جهان صورت گرفته که شاید مهم‌ترین آنها، قرنطینه کامل ایتالیا باشد.

در ایالات متحده آمریکا شمار مبتلایان به این ویروس با سرعت بالایی در حال افزایش است که این موضوع باعث شده برخی ایالت‌ها مانند کالیفرنیا و نیویورک وضعیت اضطراری اعلام کنند و همچنین برخی مناطق پرخطر قرنطینه شده‌اند.

هفته گذشته سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) پیش‌بینی خود از میزان رشد اقتصاد جهانی را به نصف کاهش داد و شاخص مدیران خرید (PMI) جی‌پی مورگان به کمترین میزان از سال ۲۰۰۹ رسید. بسیاری از غول‌های دنیای فناوری مانند اپل و انویدیا به درآمد کمتری در مقایسه با گذشته دست پیدا کرده‌اند و پیش‌بینی درآمد خود برای آینده را کاهش داده‌اند.

تاثیر مخرب ویروس کرونا روی اقتصاد تا حدودی به اختلال در میزان تقاضا برای کالاها مربوط می‌شود که دلیل آن، قرنطینه کردن مناطق و همچنین محدودیت در سفر است. با وجود این اختلال، بسیاری از اقتصاددانان در رابطه با عرضه کالا ابراز نگرانی کرده‌اند. این نگرانی‌ها مربوط به کاهش بهره‌وری نیروی کار، اختلال در زنجیره تامین و همچنین تعطیلی دفاتر و کارخانه‌ها می‌شود.

شرکت «دان و براداستریت» این هفته با انتشار مطلبی عنوان کرد که ۹۴ درصد شرکت‌های Fortune ۱۰۰۰ دارای المان‌های اصلی از زنجیره تامین قطعات خود در کشور چین هستند. شوک وارده به بخش عرضه و تولید، کاهش نرخ بهره و محرک‌های مالی را برای بانک‌های مرکزی تبدیل به امری دشوار می‌کند.

چرا اقدامات پیشگیرانه استارت آپ‌ها را درگیر می‌کند؟

استارت‌آپ‌ها در برابر اختلالاتی نظیر آنچه بحران کرونا ایجاد کرده، بسیار آسیب‌پذیر هستند. در ادامه به بررسی تمام موارد به صورت جداگانه می‌پردازیم.

کاهش بهره‌وری کارمندان در سازمان‌هایی که دارای نیروی کار کمی هستند، هر عضو نقش حیاتی برعهده دارد. بنابراین کاهش بهره‌وری هر عضو می‌تواند تاثیر مخربی روی کارهای تیمی داشته باشد. نیازهای شخصی مانند مراقبت از خانواده، مراقبت‌های بهداشتی یا نگرانی‌های مربوط به خانواده و نیازهای اجتماعی مانند نظارت بر شیوع ویروس و واکنش ایالتی و فدرال به آن می‌تواند طی روزها، هفته‌ها و ماه‌ها باعث کم‌توجهی کارمندان به کار شده که تاثیر مخربی روی عملکرد یک استارت‌آپ خواهد داشت.

افزایش میزان مرخصی کارمندان برای رسیدگی به مسائل شخصی، تبدیل به یک چالش بزرگ برای تحقق قراردادهای و سایر تعهدات تجاری استارت‌آپ‌ها شده است. براساس بررسی که دو هفته پیش توسط CNBC صورت گرفت، نزدیک به ۴۰ درصد شرکت‌هایی که کارمندان محل کار خود را ترک کرده‌اند، در برگشت به آن دچار مشکل هستند. انتظار می‌رود این میزان هم‌اکنون افزایش پیدا کرده باشد. غیبت کارمندان می‌تواند به معنای افزایش استفاده از مزایا مانند مراقبت‌های پزشکی، مرخصی بیماری یا خانوادگی در مدت زمان کوتاه باشد که می‌تواند بودجه استارت‌آپ‌ها را با مشکل مواجه کند، چرا که اکثر آنها دارای بودجه کافی برای پشتیبانی از این خدمات نیستند. درنظر گرفتن این مزایا برای استارت‌آپ‌ها می‌تواند دشوار باشد.

مشکل در زنجیره تامین، می‌تواند عواقب زیادی برای استارت‌آپ‌ها در بخش‌های مختلف شامل تکنولوژی و مراقبت‌های بهداشتی داشته باشد. این مشکل زمانی خود را بیشتر نشان می‌دهد که زنجیره‌های تامین بیشتر روی تعداد خاصی از فروشندگان تمرکز می‌کنند.

چین بزرگترین تولیدکننده کالاهای صنعتی مخصوصا قطعات اصلی است و اغلب با کمترین هزینه آنها را تولید می‌کند بنابراین شیوع ویروس کرونا در این کشور و قرنطینه گسترده، زنجیره تامین قطعات را با مشکل مواجه کرده است. میزان انتقال محموله‌ها از چین در ماه ژانویه کاهش ۷۰ درصدی داشته و نزدیک به ۴۰ درصد ظرفیت باری چین فعالیتی ندارد.

در سال‌های اخیر شرکت‌های آمریکایی زنجیره تامین خود را از چین، به کشورهای دیگر مانند ویتنام، بنگلادش و مکزیک گسترش داده‌اند، اما ویروس کرونا به این کشورها نیز سرایت کرده است. با توجه به این موضوع، شاهد کمبود در قطعات صنعتی، تاخیر و همچنین کاهش کیفیت آنها هستیم. در زمینه خدمات، استارت‌آپ‌ها اغلب برای تحویل کالا به شرکای نظارتی، قانونی و صنعتی وابسته هستند که یک شرط لازم برای انجام کار آن‌ها محسوب می‌شود. اختلال در این زنجیره تامین می‌تواند در اعتبارسنجی ضروری، پیمانکاری و یا کسب اطلاعات تاخیر ایجاد کند که ناتوانی استارت‌آپ‌ها را ثابت می‌کند. برون سپاری کارها در زنجیره تامین خدمات برای برخی وظایف ضروری مانند خدمات به مشتری و گردش کار اداری بخش دیگری از آسیب‌پذیری در ارائه خدمات را مشخص می‌کند.

استارت‌آپ‌ها دارای جریان درآمد کوچکی هستند که شامل گروه کوچکی از مشتریان و یا قراردادهای می‌شود. با توجه به این موضوع، مشکلات در زنجیره تامین می‌تواند در بلندمدت استارت‌آپ‌ها را فلج کند.

تعطیلی دفاتر در نهایت باید به تعطیلی دفاتر استارت‌آپ‌ها و یا ایجاد محدودیت برای آنها اشاره کنیم. این موضوع می‌تواند روی عملکرد آنها تاثیر مخرب داشته باشد. دستورالعمل‌های اخیر مراکز کنترل بیماری (CDC) و اداره ایمنی و بهداشت شغلی (OSHA) شامل توصیه‌هایی برای کارفرمایان در راستای برنامه‌ریزی جهت پاسخگویی به شیوع بیماری می‌شود. این احتمال وجود دارد که نیاز به تعطیلی دفتر و یا کارخانه باشد.

در حال حاضر کارمندان در حال آماده سازی برای «اقدامات اجتماعی از راه دور» هستند که آنها را از یک نیروی کار فیزیکی به نیروی کار مجازی تبدیل می‌کند. با افزایش شیوع ویروس کرونا در مناطق مختلف ایالات متحده، احتمال تعطیلی دفاتر استارت‌آپ‌های بیشتری وجود دارد.

اقداماتی که به ثبات استارت آپ‌ها کمک می‌کند

مدیران، سرمایه‌گذاران، شرکا و مشتریان استارت‌آپ‌ها می‌توانند با چندین راهکار مانع از فروپاشی آنها در برابر ویروس کرونا شوند. مدیرعامل باید راه حل‌های عملیاتی، سازمانی و مالی را در نظر بگیرد. از نظر عملیاتی می‌تواند با ایجاد روش‌هایی برای ارتباط دیجیتال و همچنین ایجاد معیارهایی برای اطمینان از میزان بهره‌وری کارمندان، خود را برای دفتر کار مجازی آماده کند.

از لحاظ سازمانی، مدیران می‌توانند کارمندان را آموزش دهند و همچنین پروتکل‌های شفاف برای گردش کار ایجاد کنند تا مشکلی در زمینه کمبود نیروی احتمالی نداشته باشند. مدیران برای تقویت استراتژی‌های سازمانی خود می‌توانند نقاط ضعف و یا وابستگی اصلی خود در زنجیره تامین را شناسایی کنند. برای مقابله با این مشکلات می‌توان با شرکت‌های دیگر همکاری کرد و یا از طریق ادغام داخلی آنها را برطرف کرد.

از نظر مالی مدیران باید تا حد ممکن مدل‌های تجاری خود را تغییر دهند تا درآمد ناشی از رشد کوتاه مدت در اولویت قرار بگیرد که در برابر مشکلات غیرمنتظره در زنجیره تامین و یا شوک در تقاضا، دارای بودجه و نقدینگی کافی باشند. این هدف با کاهش هزینه‌ها و یا قراردادهای کوچک امکان‌پذیر می‌شود. مدیران همچنین می‌توانند به عنوان یک جایگزین، میزان بودجه را بالاتر از گذشته در نظر بگیرند.

سرمایه‌گذاران استارت‌آپ‌ها می‌توانند تاثیر مناسبی در کاهش مشکلات داشته باشند. رهبری و پیش‌بینی جذب سرمایه می‌تواند استارت‌آپ‌ها را در برابر مشکلاتی مانند تغییر ساختار زنجیره تامین مقاوم کند. این موضوع سازگاری استارت‌آپ‌ها با شرایط غیرعادی بازار را نیز در پی خواهد داشت.

سرمایه‌گذاران می‌توانند از تخصص و شبکه‌های خود برای اشتراک‌گذاری آموخته‌ها در شرایط مشابه استفاده کنند. این موضوع

از اهمیت بالایی برخوردار است چرا که مدیران استارت‌آپ‌ها معمولا افراد بی‌تجربه‌ای هستند که برای ایجاد یک اکوسیستم انعطاف‌پذیر دچار مشکل می‌شوند.

شرکا و مشتریان استارت‌آپ‌ها نیز نقش حیاتی در پشتیبانی از آنها ایفا می‌کنند. اطمینان از عملکرد مناسب یک استارت‌آپ، به نفع شرکا و مشتریان خواهد بود. شرکت‌ها برای جلوگیری از تغییر مدل‌های تجاری و افزایش هزینه‌ها از استارت‌آپ‌ها برای تقویت نوآوری‌های خود استفاده می‌کنند. با توجه به این موضوع، مشتریان و شرکا در موقعیت مناسبی برای مذاکره مجدد جهت تغییر شرایط قرارداد قرار دارند. آنها همچنین می‌توانند با بازطراحی مشوق‌ها، بدون قربانی کردن ارزش‌های

آگهی تغییرات شرکت یکتا تهویه الوند با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۴۷۶۵۴۱ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۱۲۴۱۵۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۲۰،۱۲،۱۳۹۷ تصمصمات ذیل اتخاذ شد :-
آدرس شرکت به: استان تهران ، شهرستان شهریار ، بخش مرکزی ، شهر فردوسیه، فردوس ، کوچه ((کارتن سازی)) ، کوچه کارتن سازی ، پلاک ۰ ، طبقه همکف کد پستی ۳۳۵۶۷۸۱۴۳۵ تغییر یافت و ماده مربوطه در اساسنامه اصلاح گردید.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۸۰۴۵۶۸)

آگهی انتقالی شرکت یکتا تهویه الوند با مسئولیت محدود به شناسه ملی ۱۴۰۰۵۱۲۴۱۵۰

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۲۰،۱۲،۱۳۹۷ و به موجب نامه شماره ۱۱۱۶۲۷،۹۸ مورخ ۱۰،۶،۱۳۹۸ مرکز اصلی شرکت یکتا تهویه الوند با مسئولیت محدود به شماره ثبت ۴۷۶۵۴۱ به :
استان تهران ، شهرستان شهریار ، بخش مرکزی ، شهر فردوسیه، فردوس ، کوچه کارتن سازی ، پلاک ۰ ، طبقه همکف کد پستی ۳۳۵۶۷۸۱۴۳۵ تغییر یافت و در این اداره تحت شماره ۷۵۰۶ به ثبت رسیده است حجت اله قلی تبار سرپرست اداره ثبت شرکتها و موسسات غیر تجاری شهرستانهای استان تهران

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری شهریار (۸۰۴۵۶۹)



ا همشهریان عزیز تا فرصت باقی است نسبت به تعویض اسناد دفتر چه ای خود اقدام فرمایید (آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی فردونکنار

نظر به دستور مواد ۱ و ۲ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰-۲۰، مابلاک متقاضیانی که در حیات موضوع ماده یک قانون مذکور مسافر در واحد ثبتی فردونکنار حوزه رسیدگی و تصرفات ملکاته و بلاعزل ازین محضر و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :-
املاک متقاضیان واقع در دهفزی بلاک اصلی ۴۴ بخش ۲ (۴۴ اصلی) آقای سیاه خاک پیر نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۲۱۴،۷۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از آقای نوراله میرابی زاده ملکدگ رسمی، ۷۸۲ فرعی آقای بناله رسولی مهر نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۱۳،۸۵ متر مربع خریداری بدون واسطه از آقای نوراله میرابی زاده ملکدگ رسمی، ۱۰۵۸ فرعی آقای علی قربان شجاع نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۲۸۷،۵۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از آقای حسن کریمی کناری ملکدگ رسمی، ۱۵۲۵ فرعی آقای هادی افشاری نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۲۷ متر مربع خریداری مع واسطه از آقایان فرج اله و سیف اله هردو شاطری باسویه ملکدگ رسمی، ۱۵۵۱ فرعی خاتم طایفه دینمی نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۷۹،۹۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از آقای محمدمهدی دینمی ملکدگ رسمی، ۱۶۳۳ فرعی آقای ملک ممی زاده نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۰۴،۲۴ متر مربع خریداری مع واسطه از آقای میرزا محمد شیرداد ملکدگ رسمی، ۲۲۰۱ فرعی خاتم زینت حسن زاده نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۴۶،۸۰ متر مربع خریداری مع واسطه از آقای جعفر فریسانی ملکدگ رسمی، ۲۵۷۹ فرعی خاتم ثریا رضی دوجانی نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۸۰ متر مربع خریداری مع واسطه از آقای نوری خلیلی زاده ملکدگ رسمی، ۳۵۸۱ فرعی آقای مهدی ملافاقیو صصیراف نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۲۰ متر مربع خریداری مع واسطه از آقای زین العابدین عابدیان ملکدگ رسمی، ۳۵۸۱ فرعی خاتم ایران هاشمی نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۱۳ متر مربع خریداری مع واسطه از آقای زین العابدین عابدیان ملکدگ رسمی، ۳۳۹۸ فرعی خاتم کانون حسین پور نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۹۸،۱۳ متر مربع خریداری بدون واسطه از آقای محمدمهدی محسنی ملکدگ رسمی، ۴۸۱۹ فرعی آقای ابراهیم صوریان نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۹۳،۲۱ متر مربع خریداری مع واسطه از آقای حجت اله میربی کناری ملکدگ رسمی، ۱۹۳۲ فرعی خاتم طایفه جانی نسب دوزی و قربان قربانی عربی هرکد نسبت به سه دنگ شجاع ارششادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۲۶۰،۳۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از شرکت حمل و نقل و باربری فردونکنار ملکدگ رسمی، ۳۳۷۴ و ۳۳۷۵ فرعی آقای مهدی ملافاقیو صصیراف نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۰۸۲،۸۰ متر مربع خریداری مع واسطه از آقایان احمد نورالدین و یلکدگ بنای ملکدگ رسمی، ۱۲۴۰۵ فرعی آقای سید حمزه فرداری نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۱۰۰۲۴۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از ملکدگ رسمی، املاک متقاضیان واقع در اسلام آباد بلاک اصلی ۲ بخش ۱۱ (۲۰۵) فرعی خاتم بهار جشدیدی نسبت به شنشادنگ یک قطعه زمین با بنای اعداتی به مساحت ۲۲۶،۴۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از ملکدگ رسمی، لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی ۱ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روزها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات محلی یا در صورتیکه انتخاب ذینفع به رای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روزها و از تاریخ اعلای در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض میثرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و کواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اعداات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض کواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت میثرت به دستور سند ملکیت می نماید وصور سند ملکیت منع از مراجعه معترض به دادگاه نیست بدیهی است بر اثر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی بطرفه نشده یا خدمت ثبتی با رای هیات پس از تسلیم اظهارنامه جاتی تعدیل حقوق، مراتب را در اولین آگهی نویسی و تعدیل خود به صورت همزمان بااعلام عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تعدیل حقوق واحد ثبتی آگهی تعدیل حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۸/۱۲/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۸/۱۲/۲۷ مهلت ۹۸/۱۲/۱۳۹۹

موقعی خواجوی :- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک فردونکنار

ارتقای محتوای بازاریابی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی

به قلم: کریمستین واگن کارشناس شبکه‌های اجتماعی
ترجمه:علی آل‌علی

موفقیت در حوزه بازاریابی نیازمند ارائه محتوای باکیفیت به مخاطب هدف است. این امر یکی از اصول اولیه دنیای بازاریابی دیجیتال محسوب می‌شود. امروزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی رونق بسیار زیادی گرفته است. نکته مهم در این زمینه امکان بهبود کیفیت محتوای بازاریابی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. حضور فعال اغلب برندها در فضای شبکه‌های اجتماعی به خوبی بیانگر اهمیت این حوزه برای بازاریابی و تبلیغات برندهاست بنابراین در نگاه نخست فعالیت در شبکه‌های اجتماعی کمک فراوانی به برند ما خواهد کرد. امروزه اغلب فعالیت‌های کسب و کارها در دنیای دیجیتال صورت می‌گیرد بنابراین تلاش برای ساماندهی امور بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی نیز منطقی خواهد بود. بدون تردید فعالیت در هر حوزه‌ای نیازمند برنامه‌ریزی دقیق است بنابراین ما نیز باید برنامه دقیقی برای کسب و کارمان داشته باشیم. در غیر این صورت کمپین‌های بازاریابی‌مان با شکست همراه خواهد شد. شبکه‌های اجتماعی دارای کاربردهای بسیار متنوعی هستند. هدف اصلی ما در این مقاله ساماندهی به تجربه بازاریاب‌ها و صاحبان برند در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی است. بدون تردید استفاده از استراتژی‌های مناسب در این راستا نقش مهمی بر روی کیفیت محتوای ما خواهد داشت. در ادامه چهار راهکار اصلی برای بازاریابی موفق در شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. مزیت شناخت درست مخاطب هدف

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بدون تلاش برای آگاهی از سلیقه مخاطب هدف به هیچ جایی نخواهد رسید. بسیاری از برندها کمپین‌های بازاریابی‌شان با شکست مواجه می‌شود. این امر اغلب به دلیل عدم شناخت درست مخاطب هدف است. وقتی ما براساس سلیقه شخصی‌مان دست به تولید محتوا بزنیم، نتیجه امر هرگز موردپسند مخاطب هدف نخواهد بود. به نکته مهم در اینجا تلاش برای شناخت هرچه بهتر مخاطب هدف در راستای ارتقای کیفیت و تاثیرگذاری محتوای‌مان است. وقتی صحبت از شناخت مخاطب هدف می‌شود، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مزیت فراوانی خواهد داشت. بسیاری از برندها حضور در شبکه‌های اجتماعی را فقط برای کسب اطلاعات درباره مشتریان منطقی می‌دانند. به این ترتیب فضای شبکه‌های اجتماعی فقط برای بارگذاری محتوای بازاریابی نیست. ما با اندکی تامل پیرامون رفتار کاربران فرصت کسب اطلاعات بسیار ارزشمندی را خواهیم داشت. شناخت درست از مخاطب هدف به سادگی امکان‌پذیر نیست بنابراین ما چند پرسش اساسی برای آگاهی از سطح شناخت شما از مخاطب هدف‌تان طراحی کرده‌ایم. به پرسش‌های ذیل توجه کنید:

- مشتریان شما بیشتر چه زمانی آنلاین هستند؟
- محتوای مورد علاقه آنها دارای چه ویژگی‌هایی است؟
- آنها چه محتوایی را دوست ندارند؟
- آیا برند شما در سطح مناسبی از تعامل با مخاطب هدف است؟
- کدام دسته از محتوای بازاریابی انگیزه آنها برای به اشتراک‌گذاری را افزایش می‌دهد؟

بدون تردید پرسش‌های بسیار زیادی قابل طرح است، اما مهم‌ترین آنها برای ارزیابی شناخت‌مان از مخاطب هدف همین چند مورد است. اگر حتی در زمینه پاسخگویی به یکی از موارد فوق تردید دارید، باید دوباره فرایند بازاریابی‌تان را برنامه‌ریزی کنید. امروزه بسیاری از برندها براساس آنچه اطلاعات معتبر می‌نامند، کمپین‌های بازاریابی‌شان را برنامه‌ریزی می‌کنند. نتیجه نهایی این امر شکست کمپین‌های مورنظر و اتلاف بخش قابل توجهی از بودجه چنین برندهایی است. ارزیابی وضعیت فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی بهترین راهکار برای کسب برخی از اطلاعات مهم و ارزشمند درباره‌شان است. بدون تردید این امر نیازمند اختصاص زمان مناسب است. هیچ کارآفرینی فقط با اختصاص بخش اندکی از زمانش در طول روز امکان کسب شناخت معتبر از مخاطب هدف را نخواهد داشت. اگر شما نسبت به محتوای مورعلاقه مخاطب هدف‌تان اطلاع بیشتری دارید، کارتان بسیار ساده خواهد شد. توصیه من در این موارد تلاش برای راستی‌آزمایی شناخت‌تان از مخاطب هدف است. به این ترتیب شما هرگز غافلگیر نخواهید شد. بسیاری از برندها اطمینان بسیار زیادی نسبت به شناخت سلیقه مخاطب هدف دارند، اما در نهایت کمپین‌های بازاریابی‌شان با شکست مواجه می‌شود.

۲. استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزار شنیدن صدای مخاطب

شبکه‌های اجتماعی برای برندها نقش ارزیابی وضعیت موجود را نیز دارد. این ابزار به طور کلی در خدمت شنیدن صدای مخاطب هدف هم هست بنابراین ما با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی باید نسبت به توجه به انتقادات و خواسته‌های مختلف هدف اقدام کنیم. بدون تردید این امر در ابتدا دشوار خواهد بود، با این حال اندکی تمرین و تداوم این شرایط موجب حرفه‌ای شدن ما می‌شود. امروزه اغلب برندهای بزرگ دارای مهارت بسیار زیادی در زمینه تعامل با مخاطب هدف هستند. این امر تا حد زیادی ناشی از شنیدن به موقع صدای مخاطب هدف از سوی آنهاست.

شبکه‌های اجتماعی قابلیت مناسبی برای آگاهی از موارد ذیل دارد:

- ارزیابی وضعیت کلی برند
- گفت‌وگو با برخی از مخاطب‌های هدف به منظور آگاهی از دغدغه‌های‌شان
- کسب اطلاع از وضعیت حوزه کسب و کارمان و ارزشی مخاطب هدف از آن
- بررسی فعالیت رقبا در حوزه کسب و کار و بازاریابی

تلاش برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی به منظور آگاهی از چنین نکاتی اهمیت زیادی دارد. امروزه برخی از برندها فقط به منظور بارگذاری محتوای بازاریابی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. این امر موجب کاهش مداوم توانایی آنها برای تولید محتوای جذاب می‌شود. اگر ما علاقه‌مند به فعالیت به عنوان یک برند معتبر در زمینه بازاریابی هستیم، باید همیشه به خواسته‌های مخاطب هدف گوش دهیم. اغلب اوقات این فرایند بدون اطلاع مستقیم مخاطب هدف صورت می‌گیرد بنابراین شاید نیازی به گفت‌وگوی مستقیم با مخاطب هدف نیز نباشد.

۳. اهمیت محتوای هیجان‌انگیز

ایراد اصلی بسیاری از کمپین‌های بازاریابی عدم هیجان‌شان است. به این ترتیب مخاطب هدف به سرعت حوصله‌اش سر می‌رود. اگر ما به طور مداوم از یک زاویه دید یا لحن برای بیان اهداف برندمان استفاده کنیم، مشتریان دیگر توجهی به فعالیت ما نخواهند داشت. مزیت برندهای بزرگ توانایی‌شان برای استفاده از شیوه‌های مختلف بازاریابی است. همین امر موجب تعامل پهنه آنها با مخاطب هدف می‌شود. اگر ما در تلاش برای تعامل سازنده با مخاطب هدف هستیم، باید نیم نگاهی به ترندهای پرتر در شبکه‌های اجتماعی داشته باشیم. این امر توانایی ما برای تولید محتوای جذاب را افزایش می‌دهد. بی‌تردید هیچ برندی به تنهایی توانایی تولید مداوم محتوای جذاب را ندارد. به همین خاطر باید از منابع مختلف کمک گرفت. امروزه بسیاری از اینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی مشغول تولید محتوا و تعامل با کاربران هستند. فعالیت آنها موجب ایجاد برخی ترندها در دنیای بازاریابی می‌شود. به این ترتیب ما فرصت کافی برای استفاده از ایده‌های جذاب بدون نیاز به سرمایه‌گذاری برای ایده‌پردازی مستقل را خواهیم داشت.

۴. کمک به مخاطب برای فهم محتوای‌مان

هنوز هم بسیاری از برندها در زمینه تولید محتوای بازاریابی از برخی اصطلاح‌های پیچیده و تخصصی در حوزه کسب و کار استفاده می‌کنند. این امر در اغلب اوقات موجب سردرگمی مخاطب هدف می‌شود. توصیه اغلب بازاریاب‌های حرفه‌ای به برندها تلاش برای تولید محتوای ساده و قابل فهم برای همه است. در غیر این صورت ما موفقیتی در زمینه تولید محتوا کسب نخواهیم کرد. گاهی اوقات برندها برای تولید محتوای بازاریابی، بسته به هدف‌شان، تاگزیر به استفاده از برخی اصطلاح‌های تخصصی هستند. توصیه من در این شرایط تلاش برای توضیح مفهوم اصلی محتواست. به این ترتیب از بسیاری اشتباهات و سوءبرداشت‌ها جلوگیری خواهد شد. برخی از برندها دارای مشتریان خاص هستند. این امر شامل برخی از تیم‌های ارائه‌دهنده خدمات تخصصی در زمینه مدیریت هلاست است. چنین شرکت‌هایی نیازی به استفاده از عبارت‌های ساده ندارند. دلیل این امر آگاهی مخاطب هدف‌شان از اصطلاح‌های تخصصی است، با این حال وضعیت سایر کسب و کارها متفاوت است. اغلب کسب و کارها دارای مخاطب هدف عادی هستند بنابراین باید در حوزه بیان نکات مدنظرشان به زبانی ساده دارای مهارت باشند. در غیر این صورت مخاطب هدف آنها به سرعت جذب رقبا خواهند شد. وقتی صحبت از کاربردهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه بازاریابی می‌شود، اغلب افراد فقط به بارگذاری محتوا در پلتفرم‌هایی نظیر فیس‌بوک یا اینستاگرام فکر می‌کنند. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارتقای کیفیت محتوای بازاریابی است. به این ترتیب ما کمپین‌های بهتری برای مخاطب هدف ساماندهی خواهیم کرد. اگر به دقت موضوع مورد بررسی در این مقاله را بررسی کنیم، شبکه‌های اجتماعی هم به تولید محتوای باکیفیت و هم یافتن مخاطب هدف برای کار نهایی برندها کمک می‌کند بنابراین تفاوت برندها بستگی به مهارت‌شان برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه بازاریابی خواهد داشت.

منبع: searchenginejournal.com



نشانه‌های یک مصاحبه کاری ناموفق

به همین خاطر اگر فرد مصاحبه‌کننده در ابتدا خندان و پرانرژی است و بعد از مدتی به فردی عبوس تبدیل می‌شود، بدون شک شما

گزینه مدنظر نبوده‌اید، با این حال اگر از ابتدا این حالت وجود دارد، دیگر نمی‌توان براساس آن قضاوت کرد.

۲-کار به صورت آزمایشی به شما پیشنهاد شده است

این امر به معنای آن خواهد بود که شما دقیقاً مطابق میل شرکت نیستید و شرایط یک رقابت ایجاد شده است. در این شرایط توصیه می‌شود تا به دنبال گزینه‌های دیگری باشید. علت این امر به این خاطر است که روند یک استخدام درست این است که شما سریعاً استخدام شوید و این امر باعث می‌شود تا زمانی را به صورت رایگان کار کنید. بدون شک در صورت عدم تایید شما، ضربه روحی سنگینی را متحمل خواهید شد، با این حال اگر تضمینی برای استخدام بعد از سپری کردن این دوره وجود داشته باشد، مانعی برای قبول آن وجود ندارد و داستان کاملاً متفاوت خواهد بود.

۴-مصاحبه بیش از حد کوتاه و با پایانی غیرمنتظره است

معمولاً یک مصاحبه کاری باید در حدود نیم ساعت زمان را اشغال کند. اگرچه این میزان برای شرکت‌های مختلف کمی متفاوت است، با این حال اگر مصاحبه شما در زمانی کمتر از ۱۵ دقیقه به پایان خود برسد، به این معنا خواهد بود که فرد مصاحبه‌کننده شما را از لیست خود خارج کرده و دیگر دلیلی برای ادامه حس نمی‌کند. تحت

به قلم: لیندا لفان نویسنده حوزه موفقیت و کارآفرینی
مترجم:امیر آل‌علی

نشانه‌هایی وجود دارد که بیانگر موفق‌آمیز بودن و یا شکست شما در مصاحبه کاری خواهد بود. سنسجش این موارد از این منظر بسیار مهم است که شما نهایت تلاش خود را کرده و بدانید که تا چه حد باید به آینده خود خوشبین باشید. درواقع هنگامی که تکلیف شما سریعاً مشخص شود، گزینه‌های دیگر را از دست نخواهید داد. در این راستا به بررسی پنج نشانه رایج خواهیم پرداخت.

۱-شما قادر به پاسخ دادن به سوالات نیستید

فرد مصاحبه‌کننده ممکن است در رابطه با موارد مختلف از شما سوالی را بپرسد، بدون شک اگر شما در برابر آنها سکوت کنید، باید کار خود را تمام شده بدانید. درواقع یک استاندارد وجود دارد که باید به بیش از ۸۰درصد سوالات پاسخ مناسب داده شود، در غیر این صورت فرد مصاحبه‌کننده شما را از لیست اصلی خود خارج خواهد کرد. در این رابطه بررسی سوالات رایج مصاحبه‌های شغلی، می‌تواند کمک بسیار خوبی برای شما باشد.

۲-فرد مصاحبه‌کننده با شما ارتباط چشمی برقرار نمی‌کند

این امر به معنای آن خواهد بود که شما کمتر از حد تصور بوده‌اید. این موضوع را به سادگی می‌توان در حالت چهره وی مشاهده کرد.

