روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۲ آذر
۱۳۹۸

Sat. 23 Nov 2019
۲۵ ربیع‌الاول ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۴۳۵- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

کاهش تراکنش‌ها و خریدهای اینترنتی بر اثر قطعی اینترنت در هفته گذشته

مقصر کاهش پرداخت‌های اینترنتی کیست؟

صاحبان کسب و کار معتقدند محدودیت‌های اینترنت و مشکلات مربوط به درگاه‌های پرداخت...

۴

یادداشت

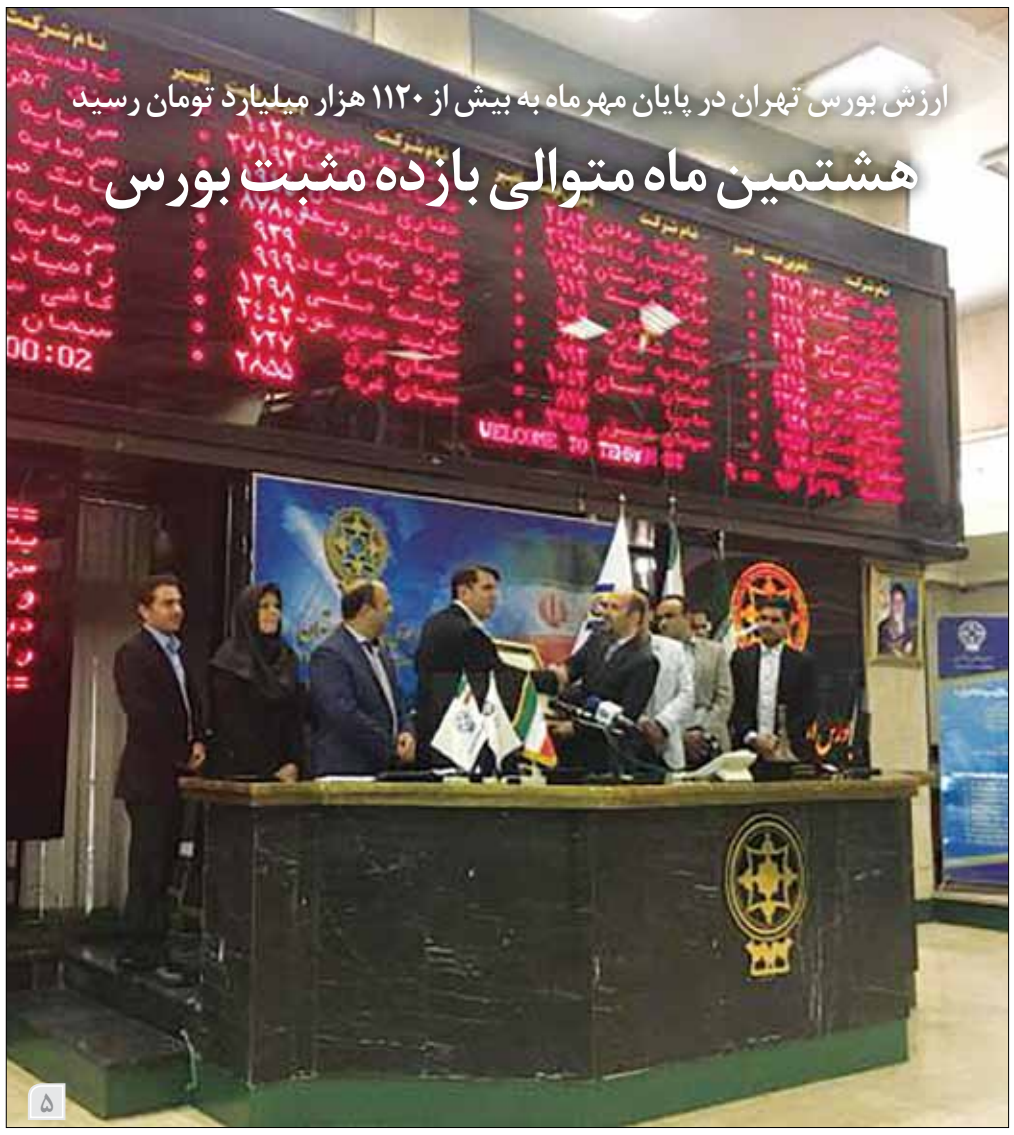
تکرار یک رفتار غیرمنصفانه

حسن فروزان‌فرد
رئیس کمیسیون حمایت قضایی و مبارزه با فساد

موضوع افزایش قیمت سوخت و دستور عدم افزایش قیمت کالا به تولیدکنندگان، موضوع جدیدی نیست. زمانی که در دولت گذشته، مسئله هدفمندی یارانه‌ها به میان آمد، نرخ سوخت افزایش یافت و تولیدکنندگان و تشکل‌ها، نامه‌هایی را از مراجع دولتی دریافت کردند که به هیچ عنوان اجازه تغییر قیمت ندارند و هر نوع تخطی از این دستور، برخوردها و بگیر و ببندهای مربوط به خود را داشت. به مدت شش ماه هیچ تولیدکننده‌ای در آن زمان اجازه تغییر قیمت را نداشت، درحالی که تولیدکنندگان به‌ویژه در صنایع تبدیلی، تا شهریورماه آن سال، نهاده‌های تولید را با توجه به روند تورم و واقعیت‌های اقتصاد تهیه کرده بودند.

درواقع، تولیدکنندگان پس از اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها به مدت ۱۰ ماه کالایی را که هزینه نهاده‌های تولید، بسته‌بندی و لجستیک آن را به قیمت روز پرداخت کرده بودند، با قیمت سال گذشته عرضه می‌کردند. زمانی که به این روند اعتراض کردیم، دولت وقت اعلام کرد که از محل درآمدهای ناشی از هدفمندی یارانه‌ها به...

۳



ارزش بورس تهران در پایان مهرماه به بیش از ۱۱۲۰ هزار میلیارد تومان رسید

هشتمین ماه متوالی بازده مثبت بورس

۵

با بانکداری دیجیتال، هزینه بانک‌ها ۳۰درصد کاهش می‌یابد

نقشه راه بانکداری دیجیتال

در ابتدای قرن حاضر بود که نخستین بانک ایرانی شکل گرفت و سپس کمتر از نیم قرن طول کشید تا تکنولوژی وارد بانکداری ایرانی شود؛ چنانچه سیر ورود تکنولوژی به صنعت بانکداری ایران به سال ۱۳۵۰ برمی‌گردد که بانک‌های پایتخت در آن برهه، اولین دستگاه‌های خودپرداز پول را در شعبه‌های خود نصب کردند. سپس در سال ۱۳۸۱ مبادله اطلاعات و عملیات‌های بین بانکی در شبکه بانکی ایران اتفاق افتاد که به شبکه «شتاب» معروف شد؛ به این ترتیب، اداره شتاب بانک مرکزی در این سال راه‌اندازی شد و با هدف فراهم‌کردن زیرساخت تکنولوژی در بانکداری ایرانی شروع به کار کرد. سپس به مرور دستگاه‌های کارتخوان پدید آمدند و به طور قابل ملاحظه‌ای گسترش یافتند تا علاوه بر بانک‌ها، شرکت‌های پرداخت نیز اقدام به ارائه دستگاه‌های کارتخوان...

۲

تخلیه جو روانی ناشی از افزایش قیمت بنزین در بازارها آغاز شد

حال و هوای بازارهای موازی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- روش استفاده از قانون ۲۰/۸۰ برای موفقیت بیشتر در زندگی
- مدیران و کارآفرینان، شما سوپرمن نیستید
- چگونه عملکرد برندمان را ارزیابی کنیم؟
- راه‌هایی برای افزایش جذابیت پادکست
- فروش مؤثر بدون فشار و تحمیل
- ۵ نکته‌ای که هر فروشنده بزرگی به کار می‌بندد

اپل برای ساخت نسل بعدی نرم‌افزار چندرسانه‌ای خود برای ویندوز آماده می‌شود

۸ تا ۱۶

وقتی شهادت یک زن طومار ترامپ را درهم پیچید

پرونده‌ای از روند یک استیضاح

با ادامه تحقیقات درخصوص پرونده اوکراین گیت جزییات جدیدی از این ماجرا آشکار شده و طبق گفته ناظران عرصه بر ترامپ تنگ‌تر شده است. به گزارش خبرآنلاین به نقل از بی بی سی، حدود هشت روز پیش بود که نخستین جلسه علنی رسیدگی به تحقیقات برای استیضاح دونالد ترامپ رئیس جمهوری آمریکا در پرونده موسوم به اوکراین گیت در مجلس نمایندگان آغاز به کار کرد. ترامپ نیز همزمان با آغاز جلسات علنی، با انتشار ویدئویی در توییتر رسمی کاخ سفید تحقیقات استیضاح خود را «بزرگترین کلاهبرداری در تاریخ سیاسی آمریکا» خواند. در بحبوحه تحقیقات مجلس نمایندگان آمریکا برای استیضاح ترامپ، کاخ سفید متن مکالمه اول او با رئیس جمهوری اوکراین را منتشر کرد و جلساتی با حضور مقام‌های مختلف برای شهادت دادن در مجلس نمایندگان آمریکا برگزار شد. بیل تیلور، سرپرست سفارت آمریکا در اوکراین و جورج کنت یکی از مقام‌های ارشد دیپلماتیک آمریکا در امور اروپا و اوراسیا اولین افرادی بودند که در جریان رسیدگی علنی به تخلف ادعایی دونالد ترامپ در گفت‌وگو با همتای اوکراینی‌اش در مجلس نمایندگان آمریکا شهادت دادند.

در ادامه دومین جلسه برگزار شد و دونالد ترامپ، رئیس جمهوری آمریکا در جریان تحقیقات استیضاح، سفیر سابق خود در اوکراین را که شاهد این جلسه بود، به باد انتقاد گرفت. همزمان با دومین جلسه استیضاح در آمریکا، ترامپ در حساب توییتری خود نوشت: «هرجا که پای ماری یووانویچ رسیده وضع خراب شده، کارش را با سومالی شروع کرد. وضعیت آنجا چطور است؟» ماری یووانویچ، سفیر سابق آمریکا در اوکراین در واکنش به این توییت‌ها گفت این رفتار بسیار «مرعوب‌کننده است.» ترامپ کمی بعد دوباره در توییتر نوشت، حرف‌هایش به هیچ‌وجه مرعوب‌کننده نیست.

در همین راستا و در بحبوحه تحقیقات کنگره ایالات متحده برای استیضاح «دونالد ترامپ» رئیس‌جمهور این کشور، «تانسی پلوسی» رئیس مجلس نمایندگان آمریکا گفت ترامپ به ارتشا و رشوه‌گیری در پرونده «اوکراین‌گیت» اعتراف کرده است. به نوشته خبرگزاری «رویترز» پلوسی با تاکید بر اینکه ارتشا جرمی است که طبق قانون اساسی آمریکا می‌توان با آن یک رئیس‌جمهور را استیضاح کرد، افزود: «چیزی که ترامپ به آن اعتراف کرده و می‌گوید درست است، من می‌گویم که کاملا غلط است. این رشوه‌گیری است.» موضوع استیضاح ترامپ که به سوژه رسانه‌های آمریکایی تبدیل شده است این بار به یک مچ‌گیری در ماجرای اوکراین گیت انجامید. در همین راستا دو رسانه آمریکایی در گزارش‌های جداگانه به حذف یک بخش از اولین تماس تلفنی رئیس‌جمهور این کشور با همتای اوکراینی در بحبوحه تحقیقات برای استیضاح دونالد ترامپ، اشاره کرده‌اند.

«نیویورک تایمز» و «سی‌ان‌ان» با انتشار گزارش‌هایی به اقدام کاخ سفید در انتشار متن اولین مکالمه تلفنی «دونالد ترامپ» رئیس جمهور آمریکا و «ولودمیر زلینسکی» رئیس جمهور اوکراین به تاریخ ۲۱ آوریل (اول اردیبهشت)، از حذف جنجالی و سوال‌برانگیز یک جمله ترامپ خبر دادند. نیویورک تایمز نوشت: «متن منتشرشده کاخ سفید در ماه آوریل، روایت متفاوتی ارائه می‌کرد. در خلاصه (متن تماس تلفنی ترامپ و زلینسکی) که با فاصله کوتاهی بعد از این تماس در اختیار خبرنگاران قرار گرفت، دولت (آمریکا) اعلام کرده بود که آقای ترامپ «برای اجرای اصلاحات به منظور تقویت دموکراسی، افزایش رفاه و ریشه‌کن کردن فساد (در اوکراین)» به آقای زلینسکی قول همکاری داده بود.» سی‌ان‌ان نیز نوشت: «یک مورد مهم از حذفیات وجود دارد. ترامپ (طبق این متن) هرگز اشاره‌ای به فساد نمی‌کند به رغم آنکه در روایت رسمی آن زمان کاخ سفید او بر تعهد خود برای همکاری به منظور «ریشه‌کنی فساد» (در اوکراین) تاکید کرده بود.»

به گزارش رویترز، در حالی که جلسات علنی تحقیقات برای استیضاح دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا به خاطر رسوایی «اوکراین‌گیت» در مجلس نمایندگان این کشور ادامه دارد، «جنیفر ویلیامز» مشاور و دستیار مایک پنس معاون رئیس‌جمهور آمریکا که یکی از افراد حاضر در تماس تلفنی جنجالی دونالد ترامپ با همتای اوکراینی خود بوده، در جلسه محرمانه و پشت پرده مجلس نمایندگان این کشور گفت، اظهارات ترامپ، «نامناسب» و «غیرمعمولی» بوده است.

با افشای جزییات جدید در جلسات، آدام شف رئیس کمیته اطلاعاتی مجلس نمایندگان آمریکا دونالد ترامپ را یک «شارلاتان» و «بزرگترین تهدید برای دموکراسی» در کشورش دانست. شف در سخنرانی در یک مراسم مربوط به حزب دموکرات در شهر لانگ بیچ ایالت کالیفرنیای آمریکا با اشاره به ترامپ گفت: بزرگترین تهدید علیه حیات و سلامت دموکراسی کشور ما از داخل سربرآورده است. به نوشته خبرگزاری اسپوتنیک، او در ادامه صحبت‌هایش وعده داد، ترامپ را «به همانجایی که اول بود بفرستد» اما این کار باید با سنت دموکراتیک یعنی از طریق رأی‌گیری انجام شود.

به گزارش سی بی اس، رئیس مجلس نمایندگان آمریکا ضمن مقایسه دونالد ترامپ با ریچارد نیکسون، گفت، این «همتای بدنام ترامپ» دست‌کم آنقدر به کشورش اهمیت می‌داد که قبل از استیضاح، خودش استعفا داد. نانسی پلوسی، رئیس مجلس نمایندگان آمریکا در مصاحبه‌ای با شبکه سی‌بی‌اس به استعفای ریچارد نیکسون، رئیس جمهور سابق آمریکا پس از رسوایی واترگیت اشاره کرد و گفت: آنچه دونالد ترامپ، رئیس جمهور کنونی آمریکا انجام داده «بسیار بدتر» از آن چیزی است که نیکسون انجام داده بود. نیکسون دست‌کم آنقدر برای آمریکا اهمیت قائل بود که قبل از استیضاح، خودش استعفا داد و پذیرفت که اینگونه نمی‌شود ادامه داد. پلوسی در بخش دیگری از مصاحبه خود تاکید کرد: به ترامپ هشدار داده‌ام که اگر بخواهد افشاگر دولت را که به آغاز این روند استیضاح کمک کرد، مورد تهدید و ارعاب قرار دهد با من طرف خواهد بود. من مطمئن هستم که ترامپ این افشاگر را مورد تهدید و ارعاب قرار نخواهد داد.

به گزارش خبرگزاری فرانسه، رئیس مجلس نمایندگان آمریکا در نامه‌ای به نمایندگان حزب دموکرات، به شدت با این استدلال برخی از جمهوریخواهان آمریکا مبنی بر اینکه آینده دونالد ترامپ نه از طریق استیضاح بلکه باید از طریق انتخابات تعیین شود، مخالفت کرد. وی تاکید کرد، این وظیفه مجلس نمایندگان آمریکا بر طبق قانون اساسی است که درباره تخلفات رئیس اجرایی کشور تحقیق کند. او در این نامه خود نوشت: این حقیقتی بی‌چون‌وچرا است که رئیس جمهور از قدرت و اختیاراتش در راستای منافع شخصی و سیاسی و به قیمت چشم‌پوشی از منافع امنیت ملی ما سوءاستفاده کرده است. این گفته که «بگذاریم انتخابات درباره ترامپ تصمیم بگیرد» یک پاسخ ضعیف به جلسات استماع (روند استیضاح ترامپ) است.

پلوسی تاکید کرد: این موضع‌گیری خطرناک تنها موجب تشدید فوریت برای برخورد ما می‌شود زیرا رئیس جمهور یکپارچگی فرآیند انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ را به خطر می‌اندازد.

به گزارش خبرگزاری اسپوتنیک، با موج حملات جدید علیه ترامپ وی در توئیتی دستیار معاون خود را پس از آنکه در جریان ایراد شهادت در کنگره، گفت‌وگوی تلفنی ۲۵ ژوئیه او با همتای اوکراینی‌اش را «نامناسب و غیرعادی» خواند مورد حمله و انتقاد قرار داد و وکیل ترامپ هم روند ایراد شهادت شاهدان این تحقیقات را «مضحک» و بدون دستاورد خوانده است. رئیس‌جمهور آمریکا در توئیتی به این اظهارات ویلیامز واکنش نشان داده و گفت: «به جنیفر ویلیامز، هر کسی که هست، بگویید هم متن مربوط به گفت‌وگوهای تلفنی ریاست جمهوری را بخواند و هم بیانیه‌هایی که اخیرا اوکراین منتشر کرده است و بعد از آن برود با دیگر کسانی که هرگز حامی ترامپ نبودند، که من آنها را نمی‌شناسم و هرگز درباره آنها هم چیزی نشنیده‌ام، ملاقات کرده و روی یک حمله بهتر علیه رئیس جمهور کار کند.

ترامپ در توئیتی دیگر هم به آنچه که او «دموکرات‌های دیوانه و بیکار» خواند، حمله کرده و آنها را متهم کرد به اینکه «استیضاح را تبدیل به یک سلاح حزبی روتین کرده‌اند» او نوشت: «این بسیار برای کشور ما بد است و چیزی نیست که بنیانگذاران کشور ما مدنظر داشتند.»

ترامپ در توئیت دیگری هم گفت: «جمهوریخواهان و دیگران باید به یاد داشته باشند رئیس جمهور و وزیر امور خارجه اوکراین هر دو گفتند که هیچ فشاری (از سمت دولت آمریکا) روی آنها وجود نداشته است. آنها صحبتی از اینکه پول در نظر گرفته شده به آنها پرداخت نشده نکرده‌اند و بدون هیچ پیش‌شرطی پول‌شان را به دست آوردند، اما چرا آلمان، فرانسه و اروپا پولی به اوکراینی‌ها پرداخت نمی‌کنند.»

با این‌حال، همانگونه که نشریه اینترنتی بازفید نیوز گفته است، دموکرات‌ها امیدوارند تا بتوانند از طریق جلسات استماع استیضاح دیدگاه گروه‌ها و افکارعمومی را نسبت به ترامپ تغییر دهند. همچنین دموکرات‌ها تصور می‌کنند در پرونده استیضاح با موفقیت به پیش می‌روند اما در طرف مقابل جمهوریخواهان نیز از جلسات استماع برای یافتن بهترین واکنش‌ها و بهره‌برداری از سخنان شاهدان در چارچوب تئوری توطئه تلاش می‌کنند.

تحلیلگران می‌گویند شاید دموکرات‌ها بتوانند در مرحله نخست در مجلس نمایندگان این پرونده را با موفقیت به پیش ببرند و رأی بیش از نیمی از نمایندگان را کسب کنند اما کسب رأی موافق دو سوم سناتورها امری سخت و حتی بعید به نظر می‌رسد. با این وجود، کارشناسان هدف دموکرات‌ها را نه استیضاح و برکناری ترامپ بلکه استفاده از ظرفیت‌های استیضاح برای تغییر نگرش‌ها در پای صندوق‌های رأی انتخابات ۲۰۲۰ ارزیابی می‌کنند.

بانک پاسارگاد ۳ هزار کتاب به کتابخانه‌های کشور اهدا کرد

افتتاح ساختمان جدید کتابخانه عمومی شهدای کوهدشت توسط بانک پاسارگاد

ساختمان جدید کتابخانه عمومی شهدای کوهدشت که توسط بانک پاسارگاد و در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی ساخته شده است، افتتاح شد. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، طی مراسمی با حضور امام‌جمعه کوهدشت، معاون سیاسی و امنیتی استاندار لرستان، معاون مدیرعامل بانک پاسارگاد، فرماندار کوهدشت، مدیرکل کتابخانه‌های لرستان، شهردار، رئیس و اعضای شورای شهر و جمعی از مسئولان بانک پاسارگاد و شهرستان، ساختمان جدید کتابخانه عمومی شهدای کوهدشت افتتاح شد. براساس این گزارش، حجت‌الاسلام ابراهیم طهماسبی در این مراسم با اشاره به کم بودن فضای کتابخانه در کوهدشت گفت: خداوند متعال هم‌زمان با خلقت انسان هادیان، مربیان و پیامبرانی نیز آفرید، بحث دانش و کتاب‌خوانی سرچشمه تمام پیشرفت‌ها به شمار می‌رود. وی افزود: کوهدشت بایستی وارد مسیر سیاست‌زدگی نشود و رفاقت و تلاش را سرلوحه قرار دهد زیرا این پیام قرآن است که بصیرت دینی داشته باشیم. امام‌جمعه کوهدشت ضمن تقدیر از بانک پاسارگاد به دلیل احساس مسئولیت در انجام امور عام‌المنفعه ادامه داد: باید زمینه مطالعه کتاب‌های مفید را برای نسل جدید که سرمایه پیشرفت جامعه هستند، فراهم کرد زیرا امری بسیار ارزشمند است. هر کس به دین و آگاهی مردم خدمت کند، ولایتمدار است. معاون سیاسی و امنیتی استاندار لرستان نیز طی سخنانی با اشاره به اهمیت علم و سواد از منظر الهی گفت: پیامبران در جهت آگاه‌سازی و مشخص کردن مسیر هدایت الهی نیاز به آگاه کردن مردم دارند و آگاه‌سازی و مطلع‌کردن مردم با بی‌سوادی و کم‌سوادی امکان‌پذیر نیست. محمود ثمینی ادامه داد: امروز به خاطر افتتاح مرکزی که می‌تواند در افزایش آگاهی مردم، جوانان، دانشگاهیان و ... مورد بهره‌برداری قرار گیرد، حضور داریم و در این زمینه از بانک پاسارگاد تقدیر کرده و امیدواریم بازهم این موارد توسط دولت و خیرین توسعه یابد.

اسماعیل دوستی، معاون بانک پاسارگاد نیز ضمن تشکر از حضور مردم و مسئولان در مراسم افتتاح کتابخانه شهدای کوهدشت، اظهار داشت: کوهدشت دارای مردمی بافرهنگ بوده و اگر آثار باستانی لرستان را مرور کنید متوجه می‌شوید که این شهرستان مهد علم و تاریخ است. وی افزود: کوهدشت و نورآباد در خط مستقیمی قرار دارند، به‌طوری‌که طوایفی که در این شهرستان هستند، عین همان نیز در نورآباد وجود دارد، این دو خطه همیشه نسبت به نظام و انقلاب وفادار بوده و ولایی واقعی هستند. معاون مدیرعامل بانک پاسارگاد، توسعه مدارس و کتابخانه‌های کشور را از مسئولیت‌های اجتماعی این بانک برشمرد و تصریح کرد: برای کتابخانه شهدای کوهدشت که به همت بانک پاسارگاد ساخته‌شده و یکی از کتابخانه‌های نمونه کشور به‌حساب می‌آید، بیش از یک میلیارد تومان هزینه شده است، از مدیرعامل بانک پاسارگاد و از حمایت‌های نماینده مردم در مجلس تشکر می‌کنیم. وی با اشاره به اینکه بانک پاسارگاد در راستای مسائل فرهنگی از فیلم‌هایی که پیام اسلام و انقلاب را به مردم می‌رساند حمایت کرده است، خاطرنشان کرد: در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی، برای توسعه مدارس در کشور برنامه‌های ویژه‌ای داریم، به‌طوری‌که در لرستان ۱۲ مدرسه با اعتباری در حدود ۱۵ تا ۱۶ میلیارد تومان، در حال ساخت است که هشت مورد از آن در دهه فجر افتتاح خواهد شد و شش مدرسه دیگر نیز مهرماه سال آینده به بهره‌برداری می‌رسد.

فرشته طهماسبی مدیرکل کتابخانه‌های لرستان در این مراسم گفت: مردم کوهدشت باسواد، اهل ادب، هنر و واقعاً فرهنگ‌دوست هستند، خیلی از مردم این دیار شاهنامه‌خوان و شاعر و استقبال‌شان از بحث کتاب‌خوانی تایید این موارد است.

وی افزود: ساختمان قدیم کتابخانه شهدای کوهدشت از لحاظ استحکام مورد تأیید نبود و چند سال بلاتکلیف بود، ما از بانک پاسارگاد که در اسرع وقت با همان قول شش‌ماهه، ساختمان را به بهره‌برداری رساند، تشکر می‌کنیم.

مدیرکل امور کتابخانه‌های لرستان ضمن تشکر از همکاری شهرداری، شورای شهر و سایر مسئولان کوهدشت، اظهار داشت: با توجه به جایگاه فرهنگی کوهدشت، همچنان به این‌چنین مکان‌هایی احتیاج دارد، کتابخانه شهدای کوهدشت با توجه به قدمتی که دارد، شناسنامه کتابخانه‌ای کوهدشت به‌حساب می‌آید، امیدواریم شاهد درخشش استعدادهای خوب و فعالیت‌های مستمر فرهنگی و جمعی این منطقه باشیم.

گفتنی است ساختمان جدید کتابخانه شهدای کوهدشت با متراژ ۲۶۷ متر و اعتباری بالغ بر یک میلیارد تومان، به همت بانک پاسارگاد ساخته شد و تعداد ۴۰۰ جلد کتاب علمی، آموزشی و پژوهشی نیز از سوی این بانک به کتابخانه اهدا شد.

همچنین بانک پاسارگاد به مناسبت هفته کتاب و کتابخوانی، ۳ هزار جلد کتاب به ۱۴کتابخانه و سه مدرسه در استان‌های مختلف کشور اهدا کرد. این بانک در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود و به منظور ترویج فرهنگ کتابخوانی، تعداد ۳ هزار جلد کتاب با موضوعات علمی، فرهنگی، تاریخی، مذهبی و ... به ۱۴ کتابخانه و سه مدرسه در استان‌های اردبیل، همدان، کهگیلویه و بویراحمد، لرستان، آذربایجان‌شرقی، البرز، خراسان‌رضوی و سیستان و بلوچستان اهدا کرد.

براساس این خبر، بانک پاسارگاد پیش از این و در جهت انجام رسالت‌های اجتماعی خود، برای کمک به ارتقای سطح دانش و توسعه زیرساخت‌های رشد و پیشرفت کشور، اقدام به ساخت این ۱۴کتابخانه در مناطق کمتر توسعه‌یافته کشور کرده است. همچنین این بانک به منظور برخورداری اقشار مختلف کشور از امکانات تحصیلی و علمی آموزشی، تاکنون شش مدرسه در نقاط محروم و آسیب‌دیده کشور ساخته و در حال ساخت ۲۰مدرسه، در مناطق سیل‌زده در استان‌های لرستان، خوزستان و گلستان است.

بانک پاسارگاد، این اقدامات مسئولانه را با هدف مشارکت در ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای آگاهی‌بخشی و توانمندسازی فرزندان مستعد ایران‌اسلامی به انجام می‌رساند و توسعه علم و فرهنگ را، پشتیبان رشد و پیشرفت همه‌جانبه و توسعه پایدار کشور می‌داند.

نگاه

ارزیابی لایه‌های مختلف بانکداری ایرانی

بانک‌های ایرانی چقدر مدرن هستند؟

بانک‌های ایرانی چقدر مدرن هســتند؟ این ســوالی است که برای یافتن پاســخ آن باید لایه‌های مختلف بانکداری ایرانی را تحلیل کرد و بانک‌های‌مان را از منظر این لایه‌های ســه‌گانه نگاه کرد. به گزارش تجــارت فــردا، اولین لایه، ســطح کســب‌وکاری و فیزیکی اســت و سرویس‌هایی که بانک به مشتری ارائه می‌دهد از افتتاح حساب گرفته تا پرداخت وام و ارائه دسته چک، در این لایه تعریف می‌شود.

لایه دوم، ســطح فنی و تکنولوژیک اســت، یعنی سیســتم‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری لازم برای اینکه بانک بتواند سرویس‌های مالی و بانکی خود را به مشتری بدهد. همچنین زیرساخت ارتباطی لازم برای اینکه داده‌ها به خوبی بین سیســتم‌های داخلی بانکی و ابزارهای بانکی نزد مشتری جریان پیدا کند، در این لایه می‌گنجد.

لایه سوم نیز سطح راهبری و مدیریتی است؛ این لایه برای هر دو لایــه فوق، راهبردها را تعیین می‌کند و به مدیریت تصمیم‌گیری‌ها و پیاده‌ســازی آن کمک می‌کند. با تفکیک این ســه لایه حالا بهتر می‌توان به قضاوت نشســت که بانک‌های ایرانی نسبت به بانک‌های خارجی چقدر مدرن هستند.

آیا بانک‌های ما در سطح کسب‌وکار مدرن هستند؟

تقریبا، بله. از آنجا که نیازهای مالی مشــتریان بانک‌های ایرانی و خارجی فرق چندانی با هم ندارند، ســرویس‌های این لایه شباهت زیــادی به هم دارند، اما چرا می‌گوییــم «تقریبا، بله»؟ در این لایه بانک‌های ایرانی از حیث کانال ارتباطی و نحوه ارائه ســرویس‌ها به مشتریان‌شــان با بانک‌های خارجی تفاوت‌هایی دارند. در تحقیقی که شــرکت گالوپ در ســال ۲۰۱۵ روی ۱۰۰ بانــک آمریکایی و اروپایــی انجام داده، تنها ۱۴درصد مدیــران عامل بانک‌ها گفته‌اند قصد دارند شعب فیزیکی خود را بیش از ۱۰درصد افزایش دهند و حدود یک‌سوم مدیران بانک‌ها اعلام کرده‌اند که قصد کاهش شعب فیزیکــی خود را دارند. ایــن منطق اما با نگاه رایــج در ایران فرق می‌کند. همچنین در تحقیق دیگری که از ســوی موسسه کودیگو (Codigo) روی ۲۵۰ موســسه مالــی در آمریکا در ســال ۲۰۱۵ انجام شــده، ۵۱درصد شــرکت‌کنندگان در حال تغییر ســاختار و کارکرد شــعب خود بوده‌اند که اغلب آنها، بهبود تجربه مشــتری را علت این تغییر بیان کرده‌اند. در این تفکر، شــعب بانکی نقش‌های جدیدی همانند ســفیر دیجیتال یا مرکز مشــاوره و رفع مشــکل خواهنــد داشــت. این در حالی اســت که در بانک‌هــای ما معمولاً مکانیســم بازخوردگیری از شــعب برای درک نیازهای مشتریان یا کاملا وجود ندارد یا کارکنان شعب تمایل چندانی برای پاسخگویی به نیازهای مشتریان از خود نشان نمی‌دهند.

آیا بانک‌های ما در سطح تکنولوژیک مدرن هستند؟

تغییر در تکنولوژی‌هایی که از سوی مشتریان استفاده می‌شود منجر به ایجاد نیازهای جدیدی در آنها شــده است؛ افزایش تمایل مشتریان به اســتفاده از کانال‌های دیجیتال همانند شبکه‌های اجتماعی، انتظار مشــتری برای پاسخگویی آنی و ۲۴ســاعته در هفت روز هفته، انتظار مشتریان برای دریافت خدمات و محصولات نوآورانه و شخصی‌سازی‌شده از این دست هستند. در این زمینه، بانک‌های ایرانی آمادگی خوبی برای خرید و توسعه تکنولوژی‌های جدید و به‌روز دنیا دارند.

اما خرید و توســعه تکنولوژی به‌تنهایی کافی نیست. در گزارش The need for speed کــه KPMG در ســال ۲۰۱۶ منتشــر کــرده، گفته می‌شــود که ۹۲درصد از مشــتریان ۲۱ تا ۳۴ ســال معتقدند ارائه ســرویس‌های شخصی با کیفیت بالا برای‌شان مهم‌تر از تخصص مالی تامین‌کننده ســرویس اســت. برای اینکه بانک‌ها بتوانند ســرویس‌های شخصی‌سازی‌شــده به مشتریان خود بدهند نیازمنــد برخورداری از داده‌های دقیق و کامل از مشــتریان بانکی هســتند. ضمن اینکه تخصــص داده‌کاوی و تحلیلی بالایی در این مرحله نیاز اســت که هــر دوی آنها (وجود داده مناســب و وجود تخصص کافی) در صنعت بانکی ایران کمیاب است.

نکتــه دیگری هــم در این لایه وجــود دارد؛ در گزارش مشــترک Capgemini و EFMA که در ســال ۲۰۱۶ منتشــر شــده است، گفته شــده «دوســوم کاربران خدمات مالی و پرداخت، خدمات خود را از فین‌تک‌هــا دریافــت می‌کننــد. ارائه محصولات، ســرویس‌ها و خدمــات موثر همراه با تجربه خوب مشــتری از مزیت فین‌تک‌ها در برابر بانک‌هاســت.» در ایران هم همین‌طور اســت. فین‌تک‌ها هر روز بیشتر و بیشتر می‌شوند. برخی از آنها از طریق خود بانک‌ها و برخی از طریق شرکت‌های غیربانکی یا افراد حقیقی توسعه داده می‌شود. به نظر می‌رسد بانک‌ها کم‌کم به این تجربه رسیده‌اند که بهتر است از لحاظ سرعت و تجربه کاربری، به کیفیت محصولات فین‌تکی اشخاص ثالث اعتماد بیشتری داشته باشند تا محصولاتی که خود تولید می‌کنند، اما مشکل اینجاست که بانک‌های ایرانی هنوز به این درک نرسیده‌اند که می‌توان با یک فین‌تک بی‌نام کار کرد و مالک آن نشــد ولی از لحاظ امنیت اطلاعات به مشتری این اطمینان را داد که اطلاعاتش نزد بانک محفوظ خواهد ماند. این در حالی است که در دنیا بانک‌های مجازی‌ای وجود دارند که از الف تا یای سرویس‌های بانکی را از طریق فین‌تک‌ها به مشتریان‌شــان ارائه می‌دهند یا ابزارهایی وجــود دارند که به همه مشــتریان بانکی از همه بانک‌ها سرویس مالی می‌دهند، بدون اینکه هیچ بانکی مالک آنها باشد.

آیا بانک‌های ما در سطح مدیریتی مدرن هستند؟

از لحــاظ راهبردی، اتفاق‌های خوبــی در صنعت بانکداری ما رخ داده اســت. در سند «سیاســت‌های بانک مرکزی ایران درخصوص فنــاوری مالــی» کــه در مهرماه ســال ۹۶ منتشــر شــده، رئوس سیاســت‌های بانک مرکــزی در حوزه فین‌تک در ۱۲ بند ترســیم شده است. استفاده از مشاوره‌های افراد پیشرو نیز از اقدامات بسیار خوب رگولاتور است. به موازات انتشار اسناد راهبردی از این دست، تلاش‌هایی برای ایجاد ســند باکس‌های رگولاتوری (Sand Box) به منظور اطمینان از عملکرد خوب فین‌تک‌ها انجام شده است. این اتفاق‌ها نشــان می‌دهد گرچه کمی دیر است، اما بالاخره در فضای راهبردی هم تلاش برای پاســخگویی به نیازهای به‌روز مشتریان و بانک‌ها شروع شده است.

جمع‌بندی اینکه بانک‌ها و رگولاتورها در ایران نباید به فکر ایجاد نیاز و تقاضا در مشتریان باشند. تقاضا ایجاد شده است و نیاز جدی مشــتریان به خدمات خاص، مدرن و شخصی‌سازی‌شــده در همه لایه‌های صنعت بانکی احســاس می‌شــود. خوبی داستان این است کــه نمونه‌های موفق زیادی در خــارج از ایران وجود دارد که فقط باید دوید تا این نیاز را پاسخ داد.

با بانکداری دیجیتال، هزینه بانک‌ها ۳۰درصد کاهش می‌یابد

نقشه‌راه بانکداری دیجیتال

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

در ابتــدای قرن حاضر بود که نخســتین بانک ایرانی شــکل گرفت و ســپس کمتر از نیم قرن طول کشید تا تکنولوژی وارد بانکداری ایرانی شــود؛ چنانچه ســیر ورود تکنولوژی به صنعت بانکداری ایران به سال ۱۳۵۰ برمی‌گردد که بانک‌های پایتخت در آن برهه، اولین دستگاه‌های خودپرداز پول را در شعبه‌های خود نصب کردند. سپس در سال ۱۳۸۱ مبادلــه اطلاعات و عملیات‌های بین بانکی در شــبکه بانکی ایران اتفاق افتاد که به شبکه «شتاب» معروف شد؛ به این ترتیب، اداره شتاب بانک مرکزی در این ســال راه‌اندازی شــد و با هدف فراهم‌کردن زیرســاخت تکنولوژی در بانکداری ایرانی شروع به کار کرد.

ســپس به مرور دســتگاه‌های کارتخوان پدید آمدنــد و به طور قابل ملاحظه‌ای گسترش یافتند تا علاوه بر بانک‌ها، شرکت‌های پرداخت نیز اقدام به ارائه دســتگاه‌های کارتخوان به متقاضیان خود کنند. همچنین با مصوبه هیات وزیران از ســال ۱۳۸۸ امضای دیجیتال در ایران مطرح شــد، اما به دلیل اینکــه این طرح هنوز در همه بانک‌ها فراگیر نشــده اســت، گفته می‌شود که امضای دیجیتال تا سال آینده یا نهایتا تا سال ۱۴۰۰ به عنوان زیرســاخت چک‌های الکترونیک توســط بانک مرکزی اجرایی خواهد شد؛ اینها تنها نمونه‌هایی از کاربرد تکنولوژی در صنعت بانکداری ایران است و استفاده از فناوری در بانک‌ها به‌گونه‌ای است که گفته می‌شود در ســال‌های نه‌چندان دور نیز هوش مصنوعی به کمک بانک‌هــا می‌آید و به عنوان یــک نیروی کار برتر و قابــل اعتماد باعث تسریع در عملکرد بانک‌ها می‌شود.

نقشه راه تحول دیجیتال در شبکه بانکی ایران

با اینکه بانکداری دیجیتال بر بســتر شبکه اینترنت پدید آمده است، اما تجربه این روزها که اینترنت در ایران به دلیل حاشــیه‌های افزایش قیمت بنزین تقریبا مســدود شده است، نشان می‌دهد که زندگی بدون اینترنت در هزاره ســوم میــلادی چقدر محال و تصورناشــدنی به نظر می‌رســد. با این حال، بانکداری دیجیتال چند ســالی است که در ایران کلید خورده و وزارت اقتصاد به‌تازگی با تدوین سند بانکداری دیجیتال مبتنی بر پارادایم اقتصاد هوشمند، آن را برای اجرا به بانک‌های دولتی ابلاغ کرده است. به دلیل اهمیت این موضوع، میزگردی با عنوان «نقشه راه تحول دیجیتال» چند روز پیش در همایش «ایران تراکنش» برگزار شــد و شــهاب جوانمردی مدیرعامل هلدینگ فنــاپ، علیرضا لکزایی قائم‌مقام مدیرعامل بانک ملت، سیدجعفر صدری مدیر فناوری اطلاعات بانــک صادرات، فرهاد اینالوئی معاون فناوری اطلاعات بانک ایران‌زمین و علی عبداللهی رئیس مرکز فناوری اطلاعات و اقتصاد هوشمند وزارت اقتصاد به بحث و بررســی درباره وضعیت بانکــداری دیجیتال در ایران پرداختند.

در ابتــدای ایــن میزگرد، علــی عبداللهی، فناوری اطلاعــات را تنها محصول ظهور یک فناوری ندانست و گفت: پدیده‌ای که از آن به‌عنوان فناوری اطلاعات یاد می‌شــود تنها محصول ظهور یک فناوری نیست و تمام حوزه‌ها را دربر می‌گیرد.

او بــا بیان اینکه دنیای بدون اینترنت و شــبکه‌های مجازی دیگر در حال حاضر برای انســان امکان‌پذیر نیســت، گفــت: نوآوری‌ها در تمام زمینه‌ها تحول‌آفرین هســتند و در حوزه‌هــای کاربردی با ظهور هوش مصنوعــی، رایانش ابری، بلاک‌چین و بیگ‌دیتا، روند کســب‌وکارها در صنایع مالی دستخوش تغییر و تحول شده است.

رئیــس مرکز فنــاوری اطلاعات و اقتصــاد هوشــمند وزارت اقتصاد ادامه داد: هوشــمندی از ســطح سیستم به ســطح اکوسیستم‌ها آمده اســت. با توجه به این مهم، وزارت اقتصاد روندهای نوآوری را بررســی کــرده تا از این منظر از دنیا عقب نمانیم، زیرا از ســال ۲۰۱۷ میلادی توسعه کســب‌وکارها مبتنی بر معماری سازمانی هوشمند شکل گرفته و پارادایم دیجیتالی‌شــدن جای خود را به هوشمندســازی داده اســت کــه این مهم یک فرصت بزرگ اســت و باید در ایــن بخش، فعالیت‌ها به‌صورت سازمان‌یافته دنبال شود.

به گفته وی، وزارت اقتصاد در حال تدوین سند اقتصاد هوشمند است و در اولین گام، ســند بانکداری دیجیتال را در پارادایم اقتصاد هوشمند تدوین کرده و کارگروهی برای آن تشــکیل داده است، بنابراین حرکت در این مســیر برای نظام بانکی الزام‌آور شــده اســت و بانک‌ها براساس مؤلفه‌های ســند تحول دیجیتال از ســوی وزارت اقتصاد مورد بررسی قرار می‌گیرند.

وضعیت استقرار بانکداری دیجیتال در ایران

علیرضــا لکزایــی، قائم‌مقام مدیرعامــل بانک ملت نیــز در ادامه این نشســت، به ارزیابی وضعیــت بانکداری دیجیتال در ایــران پرداخت و گفت: از آنجا که سیســتم بانکی، طیف گســترده‌ای از کســب‌وکارها را شــامل می‌شــود، نمی‌توان معدل نمره بانک‌هــا را در این بخش تعیین کــرد. اگرچه بانک‌هــا از منظرهای مختلف، در مدل‌های کســب‌وکار و بهره‌گیــری از فناوری‌های نوین بــا یکدیگر تفاوت‌هایــی دارند، اما در تمامــی بانک‌ها حرکت به ســمت بانکداری دیجیتال شــکل گرفته که البته میزان و عمق آن متفاوت است.

به گفتــه لکزایی، نــگاه تحول‌گرایانــه در صنعت بانکی ایــران قابل مشــاهده است و این صنعت در ابتدای مسیر تحول دیجیتال قرار دارد، اما تــا زمانی که بانک‌ها در فرآیندهای بانکی خود تحولی ایجاد نکنند، صرف بهره‌گیــری از کانال‌های دیجیتال به تحول دیجیتال در شــبکه بانکی نمی‌انجامد.

همچنین شــهاب جوانمردی، مدیرعامل هلدینگ فناپ در پاســخ به این پرســش که نقــش ذی‌نفعان را در تحول دیجیتــال چگونه ارزیابی می‌کنیــد، گفت: تحول دیجیتال قرار اســت منجر بــه یک تحول کلی در فضای کســب‌وکار کشــور شــود؛ از این رو، باید تخمین مناسبی از این تغییرات داشــته باشــیم تا درخصوص نوع قانون‌گذاری، روابط بین ذی‌نفعان و بقیه موارد، برنامه‌ریزی کنیم.

مدیرعامل هلدینگ فناپ با اشــاره به اینکه حرکت در مسیر نوآوری بایــد بــا نظارت همراه باشــد، ادامه داد: در این روند باید اندیشــید که بازیگران در حوزه فناوری چگونه قرار است رگولیت شوند، زیرا نمی‌شود در بخــش فنــاوری جلوی ارائــه خدمات را گرفت و اگر به این ســمت حرکت نکنیم طبیعتا با تضادهــا و چالش‌های مختلفی مواجه خواهیم شد.

به گفته جوانمردی، تمام روندهای نوآوری ممکن اســت در زیر چتر مقررات‌زدایــی منجر به فســاد و برخی اختلال‌ها شــوند، بنابراین باید قانون‌گــذاری در این بخش صورت گیرد و تمام این حرکات بایســت با نظارت انجام شود تا تبعات آن گریبان‌گیر اقتصاد ایران نشود.

در ادامه این میزگرد، سیدجعفر صدری، مدیر فناوری اطلاعات بانک صادرات به تکنولوژی‌زدگی در اســتقرار بانکداری دیجیتال اشــاره کرد و گفــت: در رونــد تحول دیجیتــال باید بانک‌های بــزرگ را از کوچک تمیز داد، زیرا اســتقرار فرهنگ‌ســازی در بانک‌های بزرگ در لایه‌های مدیریتی، کارکنان و حتی مشــتریان، تفاوت چشــمگیری با بانک‌های کوچک دارد.

به گفته او، تکنولوژی‌زدگی در استقرار بانکداری دیجیتال نباید تکرار شود و در بحث بازیگران جدید حوزه مالی در بانکداری دیجیتال ازجمله فناوری‌ها باز این ســوال مطرح می‌شود که اعتمادسازی در کجای این روند قرار دارد، بنابراین باید بیشتر برروی استانداردسازی و احراز هویت بازیگران جدید تمرکز کرد و تحول دیجیتال در بانک‌های بزرگ بایستی با احتیاط بیشتری دنبال شود.

صدری یادآور شــد: ابلاغ نقشــه راه تحول دیجیتال از ســوی وزارت اقتصــاد، حرکت خوبی بود و باعث شــد تا بانک‌ها در لایه‌های مدیریت خود نگاه جدی‌تری به فناوری‌های نوین داشته باشند.

مهمترین چالش‌های توسعه بانکداری دیجیتال

فرهاد اینالوئی، معاون فنــاوری اطلاعات بانک ایران‌زمین هم در این نشســت به چالش‌های توســعه بانکداری دیجیتال اشــاره کرد و گفت: مشتری در محوریت بانکداری دیجیتال قرار دارد، اما پرسش اصلی این اســت که چگونه باید خدمات و محصولات مشــتری‌محورانه ارائه داد؟ به همین خاطر، فرهنگ ســازمانی بانک‌ها برای تحقق تحول دیجیتال باید تغییر کند و باز این ســوال مطرح می‌شــود که ایــن تغییر چگونه باید رخ دهد؟

او با تاکید بر اینکه در شرایط کنونی تحول دیجیتال نمی‌تواند محقق شود، ادامه داد: برای داشتن بانک دیجیتال باید یک بانک تمام‌دیجیتال کوچک بسازیم و بعد به‌تدریج، بانک‌های بزرگ را به این سمت هدایت کنیــم؛ زیرا با تغییرات مســتمر صنعت بانکی، تحــول دیجیتال امکان تحقق ندارد.

اینالوئی با بیان اینکه اگر در گذشــته، مجوز یک بانک تمام‌دیجیتال صادر شــده بود، هم‌اکنون در شرایط بهتری برای حرکت در این مسیر قرار داشــتیم، به ســند تحول دیجیتال در وزارت اقتصاد اشــاره کرد و گفت: در تدوین این ســند از رگولاتــور و از بانک‌های خصوصی دعوت نشده و همچنین از کسب‌وکارهای دیجیتال نیز نظرخواهی نشده است و این نشانگر ضعف این سند است.

به گفته وی، استقرار بانکداری دیجیتال ۳۰درصد هزینه‌ها را کاهش دهد و اگر این کاهش هزینه با بانکداری دیجیتال اتفاق نمی‌افتد حتما یک جای کار می‌لنگد.

همچنیــن قائم‌مقام مدیرعامل بانک ملت در ادامــه این بحث درباره نقــش وزارت اقتصاد و بانک مرکزی در تحــول دیجیتال گفت: وزارت اقتصــاد در ارتباط با سیســتم بانکی و مقوله بانکــداری دیجیتال از دو منظــر، نقــش حاکمیتی دارد که شــامل نقش ســهامداری و مالکیتی بانک‌های دولتی اســت، اما عمده نقش این وزارتخانه، راهبری در تحول دیجیتال به‌عنوان نقش سهامداری است.

بــه گفته وی، در کارگروه وزارت اقتصــاد، بانک‌های دولتی و تجاری مــورد هدف قرار گرفتند و همچنین از بازیگران عمده صنعت بانکداری و پرداخت در این کارگروه نظرخواهی شده است.

لکزایی یادآور شــد: در مســیر تحول دیجیتال به دنبال تحقق تحول هســتیم و بانک‌ها ناگزیر به همراهی در رویکرد دیجیتالی‌شدن هستند. البتــه فرهنگ‌ســازی در بانک‌های بــزرگ و در روند تحــول دیجیتال، زمان‌بــر اســت؛ زیرا فرآیندها براســاس مقررات نوشــته می‌شــود و نه انتظارات مشــتری، که خود این مهم نیز در تحول دیجیتال که رویکرد مشتری‌محورانه دارد، یک چالش است.

او بــا طرح این پرســش که آیا ســهامداران بانک‌هــا آمادگی تحول دیجیتال را دارند یا خیر، افزود: ایجاد نگاه تحولی در این بخش، زمان‌بر است و این امر مستلزم کمک وزارت اقتصاد است.

وی بــر همسوســازی روش‌های بخش کســب‌وکار بــا بخش فناوری اطلاعات در روند تحول دیجیتال تاکید کرد و گفت: مالکان و سهامداران بانک‌ها باید برای تحول دیجیتال پیشرو باشند تا این روند محقق شود، بنابراین به یک نقشه راه قابل‌انعطاف در این مسیر نیازمندیم.

چالش رگولاتور در روند تحول دیجیتال

ســپس مدیرعامل هلدینگ فناپ در ادامه این نشست به چالش‌های فنی تحول دیجیتال اشــاره کرد و گفت: من مســائل فنی را در تحول دیجیتــال دغدغه نمی‌بینم و شــرکت‌ها از حیث توســعه فناوری دچار مشکل نیستند، اما رویکردهای فنی ازجمله چالش‌ها هستند و رویکرد کل‌نگر که همه‌چیز از کســب‌وکار شروع می‌شــود نیز چالش اصلی در این مسیر است.

به گفته شــهاب جوانمردی، در دنیا به این پرســش، پاسخ داده شده کــه مردم به محصولات و خدماتی که از ســوی شــرکت‌های غیربانکی ارائه می‌شــود، چقدر اعتماد دارند و مشخص شــده که آحاد جامعه به کمپانی‌های بزرگ بیشتر از بانک‌ها اعتماد دارند، ولی فشار رگولاتورهای مالی در این بخش یکی از چالش‌ها است.

او با تاکید بر اینکه با چالش‌های فنی در روند دیجیتالی‌شــدن مواجه نیستیم، گفت: برای دیجیتالی‌شدن باید از مدل‌های کسب‌وکاری شروع کرد و غیر از این راهکار، تحول دیجیتال محقق نمی‌شود.

همچنین مدیر فناوری اطلاعات بانک صادرات درخصوص ارائه راهکار برای تحقق تحول دیجیتال در ایران گفت: تحول دیجیتال اگر درســت محقق شود ۳۰درصد هزینه‌ها کاهش می‌یابد، اما بانک‌ها به دلیل مدل کارمزدی فعلی از قبال خدمــات الکترونیکی که ارائه می‌دهند، متضرر شده‌اند.

به اعتقاد صدری، توســعه فناوری در بانک‌ها بــه دلیل هزینه و عدم سودآوری، توجیه ندارد و با چالش‌های متعددی روبه‌رو است، به‌طوری که بانک‌ها برای توســعه فناوری به‌جایی رسیده‌اند که دیگر توان تأمین هزینه‌های آن را ندارند.

معاون فناوری اطلاعات بانک ایران‌زمین هم در ادامه این بحث گفت: یکی از چالش‌ها در روند تحول دیجیتال، رگولاتور اســت و راهکار این اســت که کسب‌وکار باید با حرکت به ســمت دیجیتالی‌شدن و توسعه، رگولاتــور را برای تغییر تحت فشــار قرار دهد و قدرت ریســک‌پذیری داشته باشد.

بــه گفته اینالوئی، رگولاتور وقتی نمی‌تواند رمز دوم را قانونمند کند، پلیس فتا برای وی راهکار تعیین می‌کند. اگر بانک‌ها تسهیلاتی داده‌اند که معوق شــده، این رقم در شرکت‌های غیربانکی به یک‌چهارم بانک‌ها رســیده است و اگر سازمان‌ها به ســمت دیجیتال شدن حرکت کرده و هزینه‌های آنها کاهش نیافته، نشــانه این است که راه را اشتباه رفته‌اند. بنابراین کسب‌وکارها و همچنین بانک‌ها با پذیرش ریسک باید به سمت دیجیتالی‌شــدن حرکت کنند و برای ارائه خدمات نوآورانه، رگولاتوری را تحت فشار قرار دهند.

تخلیه جو روانی ناشی از افزایش قیمت بنزین در بازارها آغاز شد

حال و هوای بازارهای موازی

فرصت امروز: پس از گذشت بیشتر از یک هفته از اجرای طرح سهمیه‌بندی بنزین و افزایش قیمت بنزین آزاد به ۳ هزار تومان، تخلیه جو روانی حاصل از این اتفاق گویا در بازارها آغاز شده است. پس از آنکه تصمیم دولت درخصوص افزایش قیمت بنزین در بیست و چهارمین روز از آبان‌ماه با اعتراضاتی در برخی شهرها همراه شد، دلالان با سوار شدن بر موج اعتراض و استناد به افزایش قیمت بنزین، تحرکاتی را برای بهره‌گیری از این وضعیت آغاز کردند. بازار ارز و سکه اولین مقصد دلالان برای تنش‌آفرینی بود و درست در اولین ساعات افزایش قیمت بنزین، در حالی که هنوز بازارها در تعطیلی به سر می‌برند، برخی اعدادی واهی را برای قیمت دلار و سکه اعلام می‌کردند؛ از دلار ۱۳ هزار تومانی گرفته تا سکه چهار و نیم میلیون تومانی.

از افزایش تا کاهش قیمت سکه و ارز در هفته گذشته

به گزارش خبرآنلاین، بازگشایی بازار در روز شنبه با تصمیم مهم بازارساز برای بالا بردن قیمت دلار و یورو و سایر ارزها در صرافی‌های بانکی همراه بود، به‌طوری که پس از چند ماه برابری نرخ دلار در بازار آزاد و صرافی‌های بانکی، فاصله‌ای قابل توجه در این بازار شکل گرفت و دلار در صرافی‌های بانکی تا مرز ۱۲ هزار تومان پیشروی کرد تا برخی دلالان، قیمت دلار در بازار آزاد را تا ۱۳ هزار تومان هم اعلام کنند. از روز دوشنبه نیز با رشد روز به روز قیمت ارز، کم‌کم شمار خریداران در بازار ارز، روندی افزایشی را تجربه کرد تا سرمایه‌گذاران خرد بار دیگر با این انگیزه که ممکن است دلار گران شوند، سرمایه‌های‌شان را به ارز تبدیل کنند. این وضعیت سبب شد تا رئیس‌کل بانک مرکزی به مردم هشدار دهد که مراقب سرمایه‌های‌شان باشند و در دام دلالان نیفتند.

نهایتا دلار از روز سه‌شنبه با کاهش قیمت روبه‌رو شد و در آخرین روز هفته متوسط قیمت در صرافی‌های بانکی به ۱۱ هزار و ۸۰۰ تومان رسید . برخی صرافان می‌گویند قیمت‌ها هنوز برای کاهش جا دارند و جو روانی ناشی از افزایش قیمت بنزین در حال تخلیه در بازار ارز است.

به عبارت بهتر، پس از سهمیه‌بندی بنزین در بیست و چهارمین روز آبان، زمزمه‌های دهان به دهان برای افزایش نرخ ارز شروع شد و نهایتا تاثیر نگرانی مردم از این موضوع، خودش را روی تابلوی صرافی‌ها به رخ کشید؛ چنانچه دلار بانکی از حوالی نرخ ۱۱ هزار و ۳۰۰ تومان دور شد و آنقدر خودش را به سمت بالا کشید تا توانست به کانال ۱۲ هزار تومان هم وارد شود و حتی سقف ۱۲ هزار و ۷۰۰ تومان را هم رد کند.

اما این روند یکی دو روز بیشتر دوام نیاورد و در حالی که بسیاری از مردم، افزایش نرخ ارز را نتیجه مستقیم طرح سهمیه‌بندی بنزین می‌دانستند، بازگشت نرخ دلار به کانال ۱۱ هزار تومان، آب پاکی روی دست همه آنها ریخت؛ چنانچه روز چهارشنبه گذشته، عبدالناصر همتی با اعلام اینکه «بر بازار کنترل کامل داریم» خاطرنشان کرد که سهمیه‌بندی بنزین هیچ تاثیری بر نرخ ارز نداشته است. در نهایت، قیمت ارز تا روز پنجشنبه گذشته به روند نزولی خود ادامه داد و سرانجام دلار روی تابلوی صرافی‌های بانکی ۱۱ هزار و ۸۰۰ تومان درج شد که کاهش ۱۰۰تومانی نسبت به روز چهارشنبه را نشان می‌داد.

قیمت سکه تمام بهار آزادی نیز در هفته گذشته، روندی کاهشی را از روز سه‌شنبه طی کرد. سکه که مدت‌ها در کانال ۳میلیون تومان قرار داشت، با رشد قیمت ارز بار دیگر روندی افزایشی را طی کرد و تا ۴ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان نیز پیشروی کرد، اما با معکوس شدن روند در بازار ارز، وضعیت بازار سکه نیز تغییر کرد تا قیمت‌ها در این بازار نیز با کاهش روبه‌رو شود. نهایتا سکه در آخرین روز هفته گذشته با کاهش قابل توجه قیمت مواجه شد و در کف کانال ۴ میلیون تومان به استقبال تعطیلات رفت.

از گیجی بازار خودرو تا خرق عادت در بازار مسکن

در حالی که قیمت‌ها در بازار ارز و سکه در حال عقب‌نشینی بود، بازار خودرو اما تحت تاثیر رشد قیمت بنزین با وضعیتی نامتعارف روبه‌رو شد، چنانچه فعالان بازار می‌گویند قیمت‌ها در این بازار هرچند افزایش یافته است، اما با این حال، مشتری چندانی در بازار خودرو نیست. بازاری‌ها از اصطلاح «گیجی بازار» برای توصیف وضعیت بهره می‌برند. پراید از محدوده ۵۰ میلیون تومان حالا به ۵۴ میلیون تومان پا گذاشته و وانت نیز رشد قیمت قابل توجهی را در بازار شاهد بوده است. سایر خودروها نیز به فراخور با رشد دو تا سه میلیونی قیمت روبه‌رو شدند. فعالان بازار اما می‌گویند هنوز معلوم نیست تعدیل قیمت‌ها در بازار چه زمانی آغاز شود، اما آنچه مسلم است اینکه رشد قیمت‌ها، بازار خودرو را بیش از پیش در رکود فرو برده است .

در همین حال و درست در روزهایی که قیمت طلا و سکه و ارز، روندی افزایشی را تجربه می‌کرد، برخی از بالا رفتن قیمت مسکن نیز سخن می‌گفتند. بالا رفتن قیمت در بازاری که مدت‌های طولانی است با رکود مواجه است، خرق عادت تلقی می‌شود. با این حال، قیمت‌ها در بازار مسکن تغییر چندانی را تجربه نکرده است. بازار مسکن حالا حتی تحت تاثیر شایعات نیز نیست. این بازار در سال ۱۳۹۷ با رشد شدید قیمت مواجه شد و همین امر بازار مسکن را با رکود مواجه کرد و در نتیجه قیمت‌ها از اوایل امسال عقب‌نشینی در بازار را آغاز کرد. به این ترتیب، بازارهای موازی از هفته گذشته و با افزایش قیمت بنزین در حال بازیابی تدریجی خود هستند.

کاهش ۶۴درصدی معاملات آپارتمانی نسبت به سال گذشته

فصل سرد مستأجران از راه رسید

آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد علی‌رغم آنکه تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در مهرماه امسال به ۳ هزار و ۴۰۰ واحد رسیده و نسبت به ماه گذشته ۲۲درصد افزایش یافته، اما نسبت به ماه مشابه سال گذشته، کاهشی ۶۳درصدی داشته است. گزارش‌های میدانی همچنین نشان می‌دهد قیمت‌ها در بازار اجاره نسبت به شهریورماه تا ۲۰درصد کاهش یافته، اما نسبت به زمان مشابه سال قبل تا ۵۰درصد افزایش را نشان می‌دهد؛ به همین دلیل، مستأجران به‌خاطر نگرانی از تحمیل هزینه‌های بیشتر اقدام به تمدید قرارداد می‌کنند.

به گزارش ایسنا، بازار «خرید و فروش» و «اجاره» مسکن در پایتخت روند معکوسی را طی می‌کنند. با وجود اینکه رشد قیمت در بخش فروش متوقف شده، جهت شیب اجاره بها به سمت بالا است. تحقیقات میدانی نشان می‌دهد سیکل بالانس قیمت بین اجاره و فروش از نیمه دوم سال گذشته آغاز شده و این روند ادامه دارد. رکود معاملات مسکن، کاهش نرخ سود بانکی و تورم عمومی تاثیر خود را در بازار مسکن ایجاد کرده و موجران در محاسبات خود این موضوعات را لحاظ می‌کنند.

اگرچه با توجه به رکود در بخش خرید و فروش، آپارتمان‌های فروش نرفته وارد بازار اجاره شده، منحنی قیمت در این بخش کماکان صعودی است. البته از ابتدای مهرماه با اتمام فصل جابه‌جایی نرخ‌های پیشنهادی اجاره بها نسبت به شهریورماه حدود ۲۰درصد کاهش یافته اما عمده مالکان در زمان انعقاد قرارداد و با توجه به تمایل مستأجران برای تمدید، نرخ اجاره را حدود ۵۰درصد نسبت به سال قبل افزایش داده‌اند. مهرماه امسال ۱۲ هزار و ۹۱۳ اجاره‌نامه در تهران به امضا رسید که نسبت به شهریورماه ۲.۹درصد افزایش نشان می‌دهد. به تعویق انداختن زمان جابه‌جایی با هدف رسیدن قیمت‌ها به کف می‌تواند مهم‌ترین دلیل بالارفتن تعداد قراردادهای اجاره در مهرماه باشد؛ اتفاقی که سال گذشته نیز رخ داد و برخلاف سال‌های قبل که قراردادهای اجاره در مهرماه ۲۰ تا ۵۰درصد نسبت به شهریور کاهش می‌یافت، اجاره‌نامه‌ها در مهرماه ۱۳۹۷ بالغ بر ۱۱درصد نسبت به شهریورماه همان سال افزایش یافت. با اینکه قیمت اجاره تا حدودی نسبت به تابستان پایین آمده اما هیچ تناسبی بین توان مستأجران با نرخ‌ها دیده نمی‌شود؛ بخصوص اینکه ارقام نجومی در سایت‌های عرضه ملک به چشم می‌خورد.

گزارش بانک مرکزی همچنین نشان می‌دهد که مهرماه امسال نرخ اجاره بها در تهران نسبت به مهرماه پارسال ۳۵درصد افزایش داشته است. سال گذشته این رقم ۱۵درصد و سال ۱۳۹۶ نیز میزان افزایش سالیانه اجاره‌بها در پایتخت ۸.۴درصد گزارش شد. به بیان دیگر تورم اجاره بها طی دو سال گذشته ۵۸درصد بوده است؛ در حالی که نرخ رشد قیمت مسکن از مهرماه ۱۳۹۶ تاکنون عدد ۱۶۵درصد را نشان می‌دهد.

با توجه به پیروی قیمت اجاره از قیمت مسکن پیش‌بینی می‌شود بازار اجاره در بازه زمانی یک تا دو سال آینده فاصله ایجادشده با نرخ خرید و فروش را پر کند. هرچند عواملی همچون توان متقاضیان و نرخ تورم نیز در قیمت اجاره تاثیرگذار است و به همین دلیل روند افزایش اجاره بها کندتر از رشد قیمت مسکن نمود پیدا می‌کند. به دنبال افزایش قیمت اجاره در تهران، گروهی از مستأجران، پایتخت را ترک کرده‌اند؛ به طوری که گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد در یک سال گذشته جمعیت برخی شهرهای اطراف تهران به تدریج افزایش داشته است. کوچ طبقاتی برای دستیابی به مسکن در استطاعت در شرایطی کلید خورده که مطابق سرشماری سال ۱۳۹۵ در تهران ۴۹۰ هزار واحد مسکونی خالی وجود داشته است. همچنین سال ۱۳۹۶ در تهران ۶۵ هزار و ۱۱۸ واحد و سال ۱۳۹۷ بالغ بر ۷۶ هزار و ۵۱۱ واحد مسکونی مجوز ساخت گرفته‌اند. با توجه به رکود بازار مسکن پیش‌بینی می‌شود دست‌کم دو سوم از واحدهای احداثی در دو سال گذشته به خانه‌های خالی تهران اضافه شده باشد. یعنی ممکن است تا پایان سال گذشته تعداد واحدهای خالی از سکنه تهران به حدود ۵۸۰ هزار واحد رسیده باشد. در پنج ماهه نخست امسال نیز ۲۷ هزار و ۳۸۴ واحد مسکونی براساس پروانه‌های ساختمانی در حال احداث بوده و پیش‌بینی می‌شود این رقم تاکنون به حدود ۳۵ هزار واحد رسیده باشد.

بر این اساس مالکانی که با توجه به افت ۶۴درصدی معاملات مسکن تهران موفق به فروش آپارتمان‌های خود نشده‌اند آنها را وارد بازار اجاره کرده‌اند. از سوی دیگر عمده فایل‌هایی که در فصل جابه‌جایی، اجاره نرفته بزرگ متراژ هستند، اما مشاهدات حاکی از آن است که نرخ اجاره واحدهای نوساز بسیار بیش از دیگر واحدها است.

معاون وزیر راه و شهرسازی خبر داد

ثبت‌نام طرح ملی مسکن در شهرهای جدید، استانی شد

معاون وزیر راه و شهرسازی از ثبت‌نام طرح ملی مسکن در شهرهای جدید به صورت استانی خبر داد.

حبیب‌الله طاهرخانی با بیان اینکه ۷۰ هزار واحد مسکونی در قالب طرح ملی مسکن در شهرهای جدید ایران ساخته می‌شود، گفت: زمین ساخت این واحدها در شهرهای جدید تامین شده است و فرآیند اجرایی ساخت واحدهای طرح اقدام ملی تولید و عرضه مسکن در شهرهای جدید پس از ثبت‌نام متقاضیان آغاز می‌شود.

به گزارش تسنیم، به این ترتیب، ثبت‌نام شهرهای جدید پرند و پردیس همزمان با آغاز ثبت‌نام در تهران (تهرانسر) در پایان ماه جاری انجام می‌شود. ثبت‌نام طرح ملی مسکن در شهر هشتگرد نیز با ثبت‌نامه‌های این طرح در استان البرز آغاز می‌شود که البته هنوز زمان آن مشخص نیست. گویا ثبت‌نام به صورت استانی، نظر معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی بود که برای شرکت در مجمع اسکان بشر سازمان ملل متحد (هبیتات) به کنیا سفر کرده است. نظر طاهرخانی مدیرعامل شرکت عمران شهرهای جدید این بود که ثبت‌نام به صورت جداگانه در شهرهای جدید و از هفته اول ماه جاری آغاز شود. سهم شهرهای جدید از ۴۰۰ هزار واحد طرح ملی مسکن ۲۰۰ هزار واحد است.

یادداشت

تکرار یک رفتار غیرمنصفانه

حسن فروزان‌فرد
رئیس کمیسیون حمایت قضایی و مبارزه با فساد

موضوع افزایش قیمت سوخت و دستور عدم افزایش قیمت کالا به تولیدکنندگان، موضوع جدیدی نیست. زمانی که در دولت گذشته، مسئله هدفمندی یارانه‌ها به میان آمد، نرخ سوخت افزایش یافت و تولیدکنندگان و تشکل‌ها، نامه‌هایی را از مراجع دولتی دریافت کردند که به هیچ عنوان اجازه تغییر قیمت ندارند و هر نوع تخطی از این دستور، برخوردها و بگیر و ببندهای مربوط به خود را داشت. به مدت شش ماه هیچ تولیدکننده‌ای در آن زمان اجازه تغییر قیمت را نداشت، درحالی که تولیدکنندگان به‌ویژه در صنایع تبدیلی، تا شهریورماه آن سال، نهاده‌های تولید را با توجه به روند تورم و واقعیت‌های اقتصاد تهیه کرده بودند.

درواقع، تولیدکنندگان پس از اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها به مدت ۱۰ ماه کالایی را که هزینه نهاده‌های تولید، بسته‌بندی و لجستیک آن را به قیمت روز پرداخت کرده بودند، با قیمت سال گذشته عرضه می‌کردند. زمانی که به این روند اعتراض کردیم، دولت وقت اعلام کرد که از محل درآمدهای ناشی از هدفمندی یارانه‌ها به تولیدکنندگان کمک خواهد کرد و این در قانون آمده است، اما در عمل، این بخش از قانون هرگز به اجرا در نیامد. در آن زمان پس از گذشت ۱۰ ماه، با تلاش تشکل‌ها اصلاحاتی جزئی و محدود در قیمت کالاها ایجاد شد، اما این هم نتوانست هزینه‌های تحمیل‌شده به تولیدکنندگان را جبران کند.

در آغاز هفته گذشته هم با افزایش قیمت بنزین، مسئولان دولتی از عدم افزایش قیمت انواع کالا گفته‌اند و اینکه تولیدکنندگان حق افزایش قیمت را ندارند. مسئولان شاید از تلاش برای جبران هزینه ناشی از این تصمیم به تولیدکنندگان بگویند، اما نباید فراموش کرد زمانی که حمایت از تولید در قانون آمده بود، خبری از ما نگرفتند، چه برسد به الان که تنها از این حمایت حرف می‌زنند.

به عنوان تولیدکننده با سروسامان گرفتن قیمت‌ها نه‌تنها در مورد انرژی بلکه در مورد دیگر بخش‌ها، بارها و بارها موافقت خود را اعلام کردیم، چراکه به بهره‌وری و رقابت بیشتر منجر می‌شود. همه دلایل دولت را در این زمینه درک کرده و با آن همراهی می‌کنیم، اما هر زمان قرار است اتفاقی درباره اصلاح قیمت‌ها بیفتد، هزینه‌های آن منحصرا و جدای از دیگر بخش‌های اقتصاد ایران باید توسط تولیدکنندگان پرداخت شود. زمانی که قرار است چنین تصمیماتی اعمال شود، مسئولیت آن با دولت است و موفقیت آن به نام دولت نوشته می‌شود، اما هزینه آن را باید تولیدکننده در بخش خصوصی بپردازد. این رفتار به هیچ وجه منصفانه نیست.

۲۰ میلیون نفر در انتظار بسته حمایتی دولت

جاماندگان چگونه اعتراض کنند؟

سومین مرحله از یارانه حمایت معیشتی از فردا یکشنبه دوم آذرماه به حساب سرپرستان خانوار واریز می‌شود.

به گزارش خبرآنلاین، در پی اجرای طرح سهمیه‌بندی بنزین، دولت حمایت معیشتی از ۶۰ میلیون نفر را در دستور کار خود قرار داده است. در آخرین روزهای آبان‌ماه مرحله اول واریز بسته حمایتی به حساب ۲۰ میلیون نفر در دستور کار قرار گرفت و تا امروز ۴۰ میلیون نفر براساس اعلام دولتمردان از بسته حمایتی برخوردار شده‌اند. در همین حال، طبق پیش‌بینی‌های صورت‌گرفته فردا ۲۰ میلیون نفر باقیمانده نیز قرار است سهمیه بنزین خود را دریافت کنند. طبق گفته مسئولان دولت، روستاییان و عشایر، مستمری‌بگیران، مددجویان کمیته امداد، کارگران، معلمان، مددجویان بهزیستی، کارمندان، زنان سرپرست خانوار، اقشار کم‌درآمد و بازنشستگان مشمول طرح دولت می‌شوند که ۱۸ میلیون خانوار را دربر می‌گیرد.

هر خانوار چقدر یارانه حمایتی می‌گیرد؟

براساس این گزارش، افزایش یارانه برای خانوارهای یک نفره ۵۵ هزار تومان، برای خانوارهای دو نفره ۱۰۳ هزارتومان، خانوارهای سه نفره ۱۳۸ هزار تومان، خانوارهای چهار نفره ۱۷۲ هزار تومان و خانوارهای پنج نفره و بیشتر ۲۰۵ هزار تومان خواهد بود. همچنین خانوارهایی که مشمول یارانه نقدی هستند نیاز نیست اقدامی در جهت ارائه شماره حساب بانکی انجام دهند و همان حساب مربوط به یارانه نقدی مبنای واریز بسته حمایتی قرار می‌گیرد.

شرایط اعتراض جاماندگان چیست؟

در این میان، سوال این است که آنهایی که مشمول این بسته حمایتی قرار نگرفته‌اند چه باید بکنند و شکایت آنها چگونه از سوی دولت رسیدگی می‌شود؟ بر این اساس، تدابیری درخصوص اعلام شکایت برخی خانوارها که خود را واجد شرایط دریافت این کمک می‌دانند و مبلغی برای آنها واریز نشده، صورت گرفته است. به عبارت دیگر، مقرر است از اواسط هفته #۶۳۶۹* برای ثبت این شکایات فعال شود. در این راستا افرادی که فکر می‌کنند مشمول این طرح حمایتی هستند اما وجهی برای آنها واریز نشده و در واقع، از طرح حمایتی جا مانده‌اند، می‌توانند پس از ثبت کد ملی از طریق #۶۳۶۹* در سامانه اینترنتی که آدرس آن اعلام خواهد شد، درخواست خود را در قالب ۲۰۰ کلمه ثبت کنند.

آزمون وسع برای جاماندگان انجام می‌شود

در همین زمینه، حسین میرزایی، سخنگوی ستاد تبصره ۱۴ گفته است: برای افرادی که درخواست می‌دهند آزمون وسع انجام خواهد شد و چنانچه شرایط لازم برای دریافت طرح حمایت معیشتی را داشته باشند این امر به آنها اعلام می‌شود، بنابراین حق افراد درخواست‌دهنده از زمان آغاز طرح محفوظ می‌ماند و وجه طرح کمک معیشتی این افراد از آغاز طرح واریز می‌شود.

براساس اعلام دولت تا اطلاع بعدی هیچ‌گونه پیامکی از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی مبنی بر مشمول بودن یا عدم مشمولیت برای مردم ارسال نمی‌شود و تمام پیامک‌های ارسالی به طور حتم، جعلی و فاقد اعتبار هستند بنابراین مردم دقت کنند که مورد سوءاستفاده و کلاهبرداری قرار نگیرند.

سکه و ارز

از تقویت زیرساخت ارتباطی تا جلوگیری از فرار مالیاتی

لازمه تحقق جامعه بدون پول نقد چیست؟

« Cashless society» یـا همان «جامعه بـدون پول نقد» امروزه در اقتصاد کشورها مفهومی جاافتاده است و اغلب دولت‌ها تلاش می‌کنند تا از پول نقد فاصله گرفته و بیشتر پرداخت‌های خود را با استفاده از گزینه‌های غیرنقدی انجام دهند. سـوئد، نخستین کشوری است که در جهان به دلیل عدم استفاده از پول نقد، عنوان «اولین جامعه بدون پول نقد» را از آن خود کرده است. در این کشور ۱۹درصد پرداخت‌ها با پول نقد است که این رقم در کل اروپا به‌طور متوسـط ۸۰درصد اسـت. بانک مرکـزی نروژ هم اعلام کرده که کمتر از ۱۰درصد از مردم این کشـور همچنان از اسـکناس و پول کاغذی در معاملات خود اسـتفاده می‌کنند و ظرف ۱۰ سال آینده استفاده از اسکناس در نروژ به‌طور کامل از بین خواهد رفت. اما وضعیت در ایران به نظر می‌رسـد به‌گونه‌ای دیگر رقم خورده اسـت. نگاهی به آمار منتشر شده توسط بانک مرکزی نشان می‌دهد که مجموع اسکناس و مسکوک در پایان خردادماه امسـال به ۶۵.۷ هزار میلیارد تومان رسیده که این میزان نسبت به خرداد سال ۹۷ حدود ۱۶.۸درصد افزایش داشته است. در حال حاضر با توجه به الزام سـازمان مالیاتی به استفاده از کارتخوان، برخی مشاغل برای فـرار از تور مالیاتی، مشـتریان خود را ملزم بـه پرداخت پول نقد می‌کنند. این موضوع خطر افزایش مبادلات نقدی و فاصله گرفتن از اهداف بانکداری الکترونیک را به دنبال دارد. در همین زمینه، کامران ندری کارشناس بانکی معتقد اسـت که زیرسـاخت توسـعه بانکداری الکترونیک و حرکت جوامع به‌سـوی جامعه بدون پول نقد، در گروی تقویت زیرساخت‌های ارتباطی با تأکید بر دو مؤلفه پوشـش و سـرعت‌بالای اینترنت در کشور است. وی در گفت‌وگـو با پایگاه خبری اتاق ایران خاطرنشـان می‌کند: به نظر من، یکی از مشـکلات موجود در ایران برای تجربه آنچه مثلاً در سوئد، اتفاق می‌افتد و شـهروندان مایل به اسـتفاده از پرداخت‌های غیرنقـدی به‌جای پول نقد هستند، عدم تقویت زیرسـاخت‌ها در کشور است. تجربه شخصی خود من نشـان داده که در بسـیاری از مکان‌ها چون اینترنت پوشش داده نمی‌شود یا پوشـش ضعیف است، مجبور به اسـتفاده از پول نقد هستم. اما در جایی که نظـام بانکی افزارهای پرداخـت الکترونیکی را برای شـهروندان فراهم کرده باشـد، چه نیازی به حمل پول نقد وجود دارد؟ این کارشـناس بانکی همچنین با اشـاره به تجربه کشوری مانند سوئد در حوزه اقتصاد بدون پول نقد تاکیـد می‌کند که معاملات و مبادلات اقتصـادی با پول نقد بی‌هویت است و جایگزین کردن ابزارهای پرداخت الکترونیک به جای پول نقد برای این اسـت کـه دولت‌ها خواهان ایجاد شـفافیت در اقتصاد هسـتند. ندری تصریح کرد: این نکته را هم نباید از توجه خارج کنیم که عدم تمایل برخی از اشـخاص حقیقی یا حقوقی به اسـتفاده از ابزارهای پرداخت الکترونیک، به انگیزه این افراد در حوزه «پولشـویی» برمی‌گردد، چراکه هویت افراد از طریق ابزارهای الکترونیک مشـخص اسـت اما باید باز این مقوله را از حوزه IT بانک‌ها مجزا کنیم که به نظر می‌رسـد در طول سال‌های اخیر پیشرفت قابل‌توجهی داشـتند، اما همان‌طور هم که گفتم پوشـش و سـرعت بالای اینترنت، دو مؤلفه کلیدی در توسعه پرداخت الکترونیک محسوب می‌شوند.

تازه‌ترین آمار انسداد کارتخوان‌های خارج از کشور

۱۵۰۰ کارتخوان مسدود شد

با هماهنگی‌های صورت‌گرفته از سوی بانک مرکزی حدود ۱۵۰۰ کارتخوان فعال در خارج از کشـور توسـط شـرکت‌های ارائه‌دهنده خدمـات پرداخت، شناسـایی و مسدود شده اسـت. به گزارش فرصت امروز، تراکنش‌های مالی از طریق کارتخوان‌های خارج از کشور معمولا برای پولشویی و یا خرید ارز انجام می‌شود که نتیجه آن، بی‌ثباتی نظام مالی و بانکی کشور است، بنابراین شناسایی و قطع فعالیت آنها، پیوسته دنبال می‌شود بنابراین، تراکنش‌های انجام‌شده در شبکه پرداخت الکترونیکی کشور به روش‌های مختلف تحت پایش قرار می‌گیرد تـا در حد ممکن از بروز هرگونه تخلـف اعم از انجام تراکنش با کارتخوان‌های خارج از کشـور جلوگیری شـود. بر این اسـاس، شـبکه الکترونیکی پرداخت کارت (شـاپرک) اعلام کرد: این شبکه، شـامل ارائه‌دهنده خدمات پرداخت و شاپرک، تراکنش‌های انجام‌شده در این شبکه را به طور مرتب زیر نظر دارند و با روش‌های مختلف و متنوعی به دنبال کاهش فعالیت‌هایی مانند ارائه خدمات به کارتخوان‌های خارج کشـور اسـت. این نظارت از جمله الزامات همیشگی شـاپرک برای شـرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت الکترونیکی به شمار می‌رود و در صورتی که کوتاهی در اعمال آن توسط شرکت‌های پی‌اس‌پی انجام شود، جریمه‌های بازدارنده‌ای در مورد آنها اعمال خواهد شد. درنتیجه این رصد دائمی و حساسیت نسبت به رفتار پذیرندگان از ابتدای اعلام و ابلاغ ممنوعیت فعالیت کارتخوان‌های خارج از کشور حدود ۱۵۰۰ پایانه فعال در دیگر کشورها توسـط شـرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت شناسایی و مسدود شده‌اند. شبکه پرداخت الکترونیکی کشـور نیز که پیش از این با استفاده از روش‌های حضوری بیش از ۲۰۰ پایانه فعالِ خارج از کشـور را شناسـایی و مسدود کرده بود موفق شده در یک ماه اخیر با به کارگیری روش‌های داده‌محور برای رصد رفتار پذیرندگان، بیش از ۵۰پایانه دیگر را شناسـایی و مسـدود کند. کاهش بیش از پیش فعالیت کارتخوان‌های خارج از کشور نیازمند برخی هماهنگی‌های فنی میان بانک مرکزی و وزارت ارتباطات اسـت که در ماه‌های اخیر از سرعت چشـمگیری برخوردار شده اسـت. با به نتیجه رسیدن این هماهنگی‌ها تعداد کارتخوان‌ها و تراکنش‌های این قبیل پایانه‌ها در حد فراوانی کاهش می‌یابد، اما باید توجه داشت که ماهیت فناوری‌های مالی به‌گونه‌ای است که اطمینان دادن از صفر شدن این تراکنش‌ها، ادعای درستی نیست.

معاون بیمه مرکزی اعلام کرد

ممنوعیت سپرده‌گذاری منابع شرکت‌های بیمه در یک بانک

آنطـور کـه معاون بیمه مرکـزی می‌گوید، با اصلاح مقـررات دیگر هیچ شرکت بیمه‌ای نمی‌تواند تمام منابع خود را در یک بانک سپرده‌گذاری کند.

به گزارش ایسـنا، مصدق، معاون طرح و توسـعه بیمه مرکزی در جریان برگزاری نمایشگاه بانک، بیمه و بورس در جزیره کیش، از تعیین محدودیت سـرمایه‌گذاری خبـر داد و گفـت پیش از ایـن در سـرمایه‌گذاری منابع شرکت‌های بیمه از حقوق صاحبان سهام تا پول‌هایی که از مردم گرفتند و می‌توانند طبق قانون سرمایه‌گذاری کنند از جمله سپرده بانکی، بورس و یا سـاخت و ساز محدودیتی وجود نداشت، اما با اصلاح مقررات در بخش‌های مختلف سقف تعیین شد.

به گفته وی، دیگر یک شـرکت بیمه نمی‌تواند تمام منابع خود را در یک بانک سـپرده‌گذاری کند و حداکثر یک سوم سـپرده‌گذاری را می‌تواند در یک بانک انجام دهد.

با ابلاغ دستورالعمل صدور مجوز استخراج رمزارزها

بالاخره استخراج ارز دیجیتال در ایران قانونی شد

فرصت امروز: سـرانجام اسـتخراج ارز دیجیتالی در ایران قانونی شد و طبق دستورالعملی که وزیر صمت ابلاغ کرده، درخواست‌های صدور مجوز استخراج رمزارز از طریق سامانه بهین‌یاب دریافت می‌شود. به نظر می‌رسد این دستورالعمل، نقطه پایان تمام مناقشه‌هایی است که در چند وقت اخیر بر سـر ارز دیجیتال رخ داده بود؛ چنانکه مصرف برق بالای استخراج این مرزارزها، آن را به مسئله‌ای لاینحل برای وزارت نیرو بدل کرده بود و حالا به نظر می‌رسـد این مهم نزد دولتمردان به نتیجه رسیده و دستورالعمل صـدور جواز و پروانه بهره‌برداری اسـتخراج رمزارز از سـوی وزیر صمت ابلاغ شده است. براساس این دستورالعمل، دریافت درخواست‌های صدور مجوز از طریق سـامانه خدمات صنعت، معدن و تجارت (بهین‌یاب) انجام می‌شود و صدور مجوز از طریق سازمان صنعت، معدن و تجارت استان‌ها صورت می‌گیرد. آنطور که گفته می‌شـود، پس از بررسـی و هم‌فکری و مشورت با فعالان، دانشگاه‌ها و دستگاه‌های مختلف، صدور جواز تأسیس و بهره‌برداری برای متقاضیانی که جمع توان برق مصرفی تجهیزات استخراج رمزارز آنها بیش از ۲۵۰ کیلووات (ولت ـ آمپر) باشد، امکان‌پذیر است.

به گفته سعید زرندی، معاون طرح و برنامه وزارت صمت، امکان استقرار واحد استخراج‌کننده رمزارز دارای کاربری صنعتی و مشمول ضوابط استقرار واحدهـای صنعتی بوده و صرفا در شـهرک‌ها و نواحی صنعتی مصوب و یـا مناطق آزاد تجاری ـ صنعتی و ویـژه اقتصادی و نیروگاه‌ها امکان‌پذیر است، اما امکان استقرار واحدهای استخراج‌کننده رمزارز شامل محدودیت محدوده ۱۲۰ کیلومتری شـهر تهران، ۵۰ کیلومتری شهر اصفهان و ۳۰ کیلومتری مراکز سایر استان‌ها نیست. به این ترتیب، براساس دستورالعمل ابلاغی، صدور و یا اصلاح جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری، برای استخراج رمـزارز در محل واحدهای تولیدی فعال صنعتی و معدنی موجود ممنوع است، ولی اخذ مجوز برای این فعالیت در محل واحدهای تولیدی غیرفعال صنعتی که سـه سال از عدم فعالیت آنها گذشته باشد، مجاز است. علاوه بر این، صدور جواز تأسـیس به‌نام چند شـخص حقیقی و یا چند شخص حقوقی مجاز نیست. البته متقاضیان در صورت تشکیل شرکت می‌توانند درخواسـت جواز تأسیس را در سـامانه ثبت کنند. همچنین صدور جواز تأسـیس در محل استیجاری با حداقل اجاره یک‌سـاله در چارچوب این دستورالعمل امکان‌پذیر است. اعتبار جواز تأسیس صادرشده نیز شش‌ماه بوده و با ارائه گزارش پیشـرفت فیزیکی طرح و تأیید آن توسـط سازمان برای یک دوره دیگر قابل تمدید اسـت. تأمین زیرساخت‌های لازم شامل برق، گاز، آب و اینترنت هم برعهده دارنده جواز تأسیس است.

براسـاس آنچه معاون وزیر صمت درباره مصرف برق این واحدها گفته، تأمین انرژی برق مورد نیاز از طریق شبکه سراسری برق کشور و یا تولید بـرق به صورت خصوصـی از طریق انرژی تجدیدپذیـر، CHP، نیروگاه خصوصی و... در چارچوب ضوابط و مقررات مربوط امکان‌پذیر است.

زرندی ادامه داد: براسـاس دستورالعمل، در صورتی که سرمایه‌گذار بعد از فراهم کردن امکانات طرح از قبیل زمین، برق، سـاختمان و تجهیزات، تقاضای صدور جواز تأسیس نماید و اقدامات انجام‌شده مطابق ضوابط این دستورالعمل باشد، صدور جواز تأسـیس یا پروانه بهره‌برداری امکان‌پذیر اسـت؛ به‌طوری که پس از صدور جواز تأسـیس و بـه منظور تأمین برق موردنیاز، اطلاعات مجوز در سامانه به وزارت نیرو ارسال می‌شود و پس از اختصاص انشعاب برق، وزارت نیرو اطلاعات آن را از طریق سامانه به وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام می‌کند، اما در صورتی که متقاضی، تقاضای تأمین برق از طریق احداث نیروگاه حرارتی را داشـته باشد، جهت تأمین سوخت موردنیاز به وزارت نفت معرفی می‌شود.

معاون وزیر صمت بر رعایت ضوابط برچسـب انرژی تاکید کرد و گفت: رعایـت ضوابط مربوط به برچسـب انرژی و اسـتانداردهای کیفیت توان الکترونیکی و استانداردهای فناورانه مرتبط برای تولید و واردات تجهیزات فرآورده‌های پردازش رمزنگاری شـده (ماینینگ) در صورت ابلاغ از سوی مراجع ذی‌ربط از جمله سازمان ملی استاندارد الزامی است.

بـه گفته زرندی، در زمان درخواسـت صدور پروانـه بهره‌برداری، ثبت مشخصات دستگاه‌های منصوبه، وفق فرم موجود در سامانه، شامل تعداد، نوع، میزان مصرف انرژی، شـرکت سـازنده، توان پردازش و... در سـامانه الزامی است و تغییرات تجهیزات نیز توسط متقاضی در سامانه به‌روزرسانی خواهد شد.

او در پایان به این نکته اشـاره کرد که براسـاس مصوبه هیأت وزیران، اسـتفاده از رمزارزها با قبول مسـئولیت خطرپذیری (ریسـک) از سوی سـرمایه‌گذاران و متعاملین صورت می‌پذیرد و مشمول حمایت و ضمانت دولت و نظام بانکی نبوده و اسـتفاده از آن در مبادلات داخل کشور مجاز نیست.

کاهش تراکنش‌ها و خریدهای اینترنتی بر اثر قطعی اینترنت در هفته گذشته

مقصر کاهش پرداخت‌های اینترنتی کیست؟

صاحبان کسـب و کار معتقدند محدودیت‌های اینترنت و مشـکلات مربوط به درگاه‌های پرداخت بانک‌ها باعث کاهش تراکنش و لطمه به فعالیت‌شان شده است اما بانک‌ها تلاش دارند که همه مشکلات مربوط به تراکنش‌های ناموفق اینترنتی را به گردن قطعی و کندی اینترنت انداخته و خود را تبرئه کنند.

به گـزارش ایرنا، میزان خریدهـای اینترنتی در روزهای اخیـر به دلیل قطعی اینترنت کاهش زیادی یافته است؛ به طوری که بسیاری از کسب و کارهای خرد و نوپایی که فعالیت آنها بر اینترنت و اپلیکیشـن‌های تلفن همراه استوار است، دچار مشکل شده‌اند. برخی از صاحبان این کسب و کارها، بانک‌ها را مسئول این مشکل دانسـته و می‌گویند به دلیل ضعف درگاه‌های پرداخت بانک‌ها، امکان واریز وجه و انجام عملیات توسط مردم و خریداران وجود ندارد.

اما مسـئولان شـبکه بانکی در واکنش به این ادعاها می‌گویند: مشکلی از سوی بانک‌هـا وجـود ندارد و بـه دلیل قرار گرفتن سـرورهای بانکی در داخل کشـور، محدودیتی در ارائه خدمات آنها اعمال نشده و قطعی اینترنت بیشتر برای سایت‌ها و سرورهایی است که در خارج قرار دارند.

کاهش تراکنش‌ها و خریدهای اینترنتی

سعید محمدی از مدیران فروشـگاه اینترنتی دیجی‌کالا گفته است: در روزهای اخیر شاهد خطاهایی در درگاه‌های پرداخت بانکی بوده‌ایم. این خطاها معمولا موقت بوده و به سرعت رفع می‌شود، اما در عصر چهارشنبه شمار آنها زیاد بود.

مصطفی امیری، مدیرعامل زرین پال نیز در این باره گفت: پیش از بروز مشـکل قطعـی اینترنت، شـمار تراکنش‌های موفـق از طریق درگاه‌هـای پرداخت بالای ۶۰درصد بود، اما اکنون میزان تراکنش‌های موفق به زیر ۳۰درصد افت کرده است.

وی با بیان اینکه حدود ۱۰۵ هزار کسب و کار خرد از خدمات درگاه پرداخت ما استفاده می‌کنند، اظهار داشت: تا پیش از وقایع اخیر، روزانه به طور میانگین ۱۵۰ هزار تراکنش داشـتیم، اما در روز دوم قطعی اینترنت (یکشنبه) به یک‌باره میزان تراکنش‌ها به ۴هزار کاهش یافت و روز چهارشنبه به ۱۲ هزار رسید.

مدیرعامل زرین پال ادامه داد: میزان تراکنش ۱۰۵ هزار کسـب و کار در پلتفرم مـا پیش از قطعی اینترنت روزانه به طور میانگین ۱۵ تا ۲۰ میلیارد تومان در روز بود که در روز چهارشنبه هفته گذشته به ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون تومان کاهش یافت.

ایـن فعال بخـش خصوصی درباره قطعـی خدمات پرداخـت بانک‌ها گفت: در روزهای نخست قطع اینترنت، درگاه‌های پرداخت و خدمات بانک‌ها برای نیم ساعت تا دوساعت قطع می‌شد، اما به تدریج میزان قطعی خدمات بانک‌ها کاهش یافت.

او با بیان اینکه ایرادات مربوط به پرداخت‌ها هنوز وجود دارد، افزود: مشکل این اسـت که به دلیل سرعت پایین اینترنت، صفحات مربوط به درگاه‌های پرداخت به طور کامل، باز نمی شوند؛ بنابراین مشتریان نمی‌توانند تراکنش را انجام دهند.

امیری با هشدار نسـبت به آسیب‌دیدن کسب و کارهای خرد، گفت: بسیاری از کسـب و کارهـای کوچک به ورود روزانه پول نیاز دارنـد، بنابراین در صورت قطع فروش خود به شدت لطمه دیده و امکان دارد که فعالیت‌شان متوقف شود.

همچنیـن حامـد تاج‌الدین، بنیان‌گـذار پلتفرم «آچاره» در نشسـت تخصصی «جهش‌ها و چالش‌های کارآفرینی در فضای مجازی» با اشاره به مشکلات رخ داده در روزهای اخیر گفت: بسـیاری از کاربران جدید آچاره از طریق سیسـتم «سئو» وارد این پلتفرم می‌شوند اما با قطع اینترنت در چهار روز گذشته، تعداد ورودی به سیستم بسیار کم شده و فروش ما تقریبا به یک سوم رسیده است.

مدیرعامل شیپور نیز در این باره، گفت: قطع اینترنت و استفاده از اینترنت داخلی رشد، توسعه و به روز ماندن استارت‌آپ‌ها را متوقف می‌کند. به گفته رضا اربابیان، اگر اینترنت برقرار نشـود، کشور ضربه بزرگی می‌بیند و می‌تواند به اندازه ۲۰ سال رشد و توسعه در ایران را عقب بیندازد.

اختلالات موقت در نخستین روز قطع اینترنت

پیگیری‌ها از شـبکه بانکی نشان می‌دهد در نخستین ساعت‌های قطع اینترنت، برخی از درگاه‌های پرداخت بانکی به طور موقت دچار مشـکل شـدند، اما پس از مدتی نسبت به شناسایی مشکلات و رفع محدودیت آی. پی‌های اینترنتی آنها اقدام شد. به ادعای مدیران نظام بانکی، در پایان روز نخست قطعی اینترنت یعنی شنبه گذشـته، وضعیت درگاه‌های پرداخت بانکی و اپلیکیشن‌های بانکی به حالت عادی بازگشـت، اما شواهد نشـان می‌دهد که هنوز ثبات و تعادل لازم در پرداخت‌های اینترنتی بانک‌ها برقرار نشده است. بررسی وضعیت اپلیکیشن‌های بانکی نیز حاکی از این است که آنها اکنون در شرایط عادی در حال فعالیت هستند، در روز شنبه به دلیل قطع گسترده اینترنت، اپلیکیشن‌های بانک‌ها نیز برای مدتی، متوقف شد اما پس از مدتی به مدار فعالیت بازگشتند.

محدودیت در فعالیت نرم‌افزارهای مبتنی بر IOS

مشکل عمده‌ای که قطعی اینترنت ایجاد کرده مربوط به نصب و اجرای برنامه‌هایی اسـت که بر بسـتر آی. او. اس اپل (IOS) قرار دارند. لیلا به‌آیین، مدیر اپلیکیشن صاپ بانک صادرات در این باره گفت: یکی از علل کاهش تراکنش‌های بانکی مربوط به سایت‌ها و نرم‌افزارهای مرتبط با IOS است که یک سایت خارجی محسوب شده و در نتیجه امکان نصب نرم‌افزار، به‌روز رسانی و انجام تراکنش را ندارند.

مدیر بازاریابی شـرکت داتین (ارائه‌دهنده نرم‌افزارهـای مالی بانکی) نیز در این زمینه گفت: اپلیکیشـن‌ها و نرم‌افزارهایی که نیاز به مجوز (سرتیفیکیشـن) IOS (محصولات اپل) دچار مشکل شده‌اند.

استقرار چرخه کامل نظام پرداخت در داخل کشور

فرهنگ فرزان، مدیر یک شـرکت که در زمینه تامیـن نرم‌افزارهای بانکی برای بانک‌های مختلف فعالیت دارد هم گفت: سه دسته از کسب و کارهای کشور اکنون دچار مشکل شده‌اند که نخست، کسب و کارهای خانگی هستند.

ایـن مدیر ارائه‌دهنده خدمات بانکی افزود: کسـب و کارهای خانگی از طریق شـبکه‌های اجتماعی و فضای مجـازی خارجی مانند تلگرام و اینسـتاگرام فعالیت می‌کردند که فعالیت آنها اکنون متوقف شده است. گروه دوم مربوط به کسـب و کارهایی اسـت که دسترسی به اطلاعات تمـاس آنهـا از طریق اینترنت، فضای مجازی و موتورهای جسـت‌وجو مانند گوگل اسـت که لطمه دیده‌اند. گروه سـوم نیز کسب و کارهایی هسـتند که تکیه زیادی بر روی تبلیغات در فضای مجازی داشته‌اند که آنها نیز صدمه دیده‌اند.

فرزان درباره زیرسـاخت‌های پرداخت بانکی، گفت: سـرویس‌های موبایل بانک و پرداخت در روزهای اخیر فعال بوده و مشـکلی نداشـته‌اند، زیرا زیرسـاخت‌ها و سرورهای آنها در داخل کشور است.

او با بیان اینکه آن دسته از سایت‌هایی که سرور آنها در خارج کشور است دچار قطعی شده‌اند، اضافه کرد: چرخه کامل نظام پرداخت بانکی (بانک‌ها، تامین‌کننده‌ها و بهره‌برداران و مشتریان) در داخل کشور قرار دارد و با محدودیتی مواجه نیستند. تجربه سال‌های گذشته نیز نشان داده در زمان وقوع شوک‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعـی مانند روزهای اخیر، میزان تراکنش‌های مالی در کشـور کاهش قابل توجهی می‌یابد و پس از مدتی به حالت عادی باز می‌گردد.

وضعیت فعالیت کارتخوان‌ها

کارتخوان‌ها و پایانه‌های فروش که در اختیار فروشندگان هستند نیز اکنون به صورت عادی در حال فعالیت بوده و مشـکلی نداشـته‌اند. آن دسـته از کارتخوان‌هایی که از طریق خطـوط تلفن فعالیت دارند هیچ مشـکلی نداشته‌اند، اما آن دسـته از کارتخوان‌هایی که از طریق شبکه بیسیم و وای فای به اینترنت متصل بوده‌اند در برخی موارد دچار قطعی شـده بودند که نسـبت به شناسـایی آی. پی‌های اینترنتی آنها و رفع مشکل‌شان اقدام شده است.

سـروش صاحب‌فصول، مدیر روابط عمومی شـاپرک در این باره گفت: فعالیت کارتخوان‌ها هم‌اکنون مشـکلی ندارد و همه به شـبکه متصل هستند. آن دسته از کارتخوان‌هایی که از طریق خطوط تلفن متصل بودند در روزهای اخیر بدون هیچ مشکلی فعالیت می‌کردند و هیچ گزارشی از قطعی فعالیت آنها وجود نداشت. سرور و پذیرش همه ابزارهای پرداخت در داخل کشـور اسـت، بنابراین قطعی اینترنت روزهای اخیر، مشکلی برای آنها ایجاد نکرده است.

او درباره پرداخت اینترنتی و تلفن همراه نیز گفت: آنها نیز به دلیل قرار داشتن بر روی شبکه‌های داخلی، بدون هیچ محدودیت و مشکلی مشغول فعالیت هستند. امکان دارد شماری از سایت‌های فروش که از طریق سرورهای خارجی کار خود را انجام دهند دچار مشکل شده باشند.

به گفته وی، به دلیل مشـکل اتصال به اینترنت، امکان دارد که افراد نتوانند به راحتی وارد سایت‌های موردنظر شوند، اما در صورت ورود به صفحه و بخش مربوط به پرداخت، مشکلی در پرداخت از طرف بانک‌ها وجود ندارد.

ارزش بورس تهران در پایان مهرماه به بیش از ۱۱۲۰ هزار میلیارد تومان رسید

هشتمین ماه متوالی بازده مثبت بورس

بورس اوراق بهادار در مهرماه امسال برای هشتمین ماه متوالی، رشد مثبت را ثبت کرده و این بازه رشد، یکی از طولانی‌ترین بازه‌های رشد متوالی بورس در دهه ۱۳۹۰ بوده است.

به گزارش سنا، ارزش بورس تهران در پایان مهرماه به بیش از ۱۱۲۰ هزار میلیارد تومان رسیده است که این رقم، رشدی ۸۷درصدی را طی هشت ماه اخیر یعنی از اسفند ۱۳۹۷ تا مهر ۱۳۹۸ نشان می‌دهد. در همین حال، میزان رشد ارزش بورس تهران در فاصله فروردین ۱۳۹۲ تا آذر ۱۳۹۲ معادل ۱۴۹درصد بوده که بسیار بیشتر از رشد اخیر بورس بوده است. ارزش دلاری بورس تهران نیز در پایان مهرماه معادل ۹۸ میلیارد دلار بوده که بیشترین میزان از ابتدای سال ۱۳۹۵ تاکنون است. رسیدن ارزش دلاری بازار به این سطح که متناسب با مقادیر میانگین‌های بلندمدت است، گویای این امر است که در حال حاضر پتانسیل رشد بیشتر بازار تا حد زیادی متوقف شده است. البته باید توجه داشت که تغییر در قیمت‌های جهانی کالاهای پایه یا نرخ ارز، دو عاملی است که می‌تواند معادل دلاری ارزش بورس تهران را باز هم افزایش دهد. هرچند که بورس تهران در مهرماه نیز بازدهی مثبت داشته اما باید توجه داشت که از یکسو رشد بازار در این ماه بسیار محدود و معادل ۱،۸درصد بوده است و از سوی دیگر، شدت نوسانات در این ماه به شکل مشهودی افزایش یافته است. برخلاف نیمه اول سال ۱۳۹۸ که شاخص کل دارای روند صعودی کاملا مشخصی بوده، طی مهرماه شدت نوسانات بسیار زیاد بوده و در این ماه طی پنج روز کاری، شاخص کل نوسانات بیش از منفی ۵ هزار واحد را تجربه کرده است. با این توصیف، به نظر می‌رسد رالی صعودی بورس در سال ۱۳۹۸ به تدریج به پایان خود نزدیک می‌شود. البته باید توجه داشت که منظور از عبارت توقف احتمالی رشد، کاهش رشد سریع و کلی بازار به صورت محسوس است.

در مورد نوسانات بازار به نظر می‌رسد که در ماه‌های آتی میزان نوسان باز هم افزایش یابد، چراکه از یک سو انتظار می‌رود تخلیه تدریجی حباب قیمتی ایجاد شده در سهام شرکت‌های کوچک منجر به افت ارزش بازار شده و به این ترتیب نوسانات منفی قابل ملاحظه‌ای در شاخص کل ایجاد کند. از سوی دیگر، با توجه به آنکه شمار زیادی از معامله‌گران در ماه‌های اخیر سودهای مناسبی را کسب کرده‌اند، انتظار می‌رود که این افراد با مشاهده ریزش در قیمت سهام خود به تدریج اقدام به شناسایی سود کرده و از بازار خارج شوند که این مساله خود می‌تواند بر شدت نوسانات بیفزاید.

گسترش حضور سهامداران حقیقی و خرد نیز عامل دیگری است که می‌تواند نوسانات بازار را در ماه‌های آتی تشدید کند. بازدهی چشمگیر بازار سهام در ماه‌های اخیر که با عدم بازدهی مثبت سایر بازارها نظیر ارز و طلا همراه شده، عامل زمینه‌سازی بوده که موجبات افزایش جذابیت این بازار برای بسیاری از افراد را فراهم آورده و به این ترتیب، شمار زیادی از افراد جدید در ماه‌های اخیر وارد بازار سهام شده‌اند. بررسی آمار معاملات به تفکیک افراد حقیقی و حقوقی نشان می‌دهد که رشد معاملات افراد حقیقی از ابتدای شهریورماه، نقش مهمی در نوسانات بازار داشته است.

در مورد معاملات افراد حقیقی به نظر می‌رسد که مساله عرضه‌های اولیه نیز نقش مهمی در جذب این افراد به بازار سهام داشته است. مقایسه آمار شرکت‌کنندگان در عرضه‌های اولیه در سال جاری با سال گذشته، نشانگر رشد بیش از ۱۳۰درصدی میانگین شرکت‌کنندگان در عرضه‌های اولیه در سال ۱۳۹۸ است. با توجه به آنکه قیمت‌گذاری سهام در عرضه‌های اولیه اساسا به شکلی است که جذابیت بالای قیمتی را برای خریداران ایجاد می‌کند و بازدهی مناسبی را با ریسک صفر در مدت زمانی کوتاه نصیب سرمایه‌گذاران می‌کند، بسیاری از افراد (به توصیه نزدیکان و آشنایان) با هدف برخورداری از این سود اقدام به دریافت کد سهامداری کرده‌اند. کسب سودهای سریع و بدون ریسک از عرضه‌های اولیه سبب شده که بسیاری از افراد تازه‌وارد با ذهنیت و تصور نادرست از بورس و با انگیزه‌های سفته‌بازانه اقدام به افزایش سرمایه خود در بازار کنند و از آنجا که این افراد غالبا از دانش مالی پایین و رفتار هیجانی برخوردار هستند، برآیند این مسائل شیوع رفتار توده‌وار در بازار سرمایه بوده است. عدم رشد محسوس بازار سرمایه در ماه‌های آتی، نگاه کوتاه‌مدت این افراد به بازار سهام و سرمایه‌گذاری در سهام نامناسب، مجموع عواملی است که می‌تواند منجر به خروج تعداد قابل ملاحظه‌ای از این افراد در ماه‌های آتی شود و به این ترتیب نوسانات بازار را تشدید کند. بررسی میزان خالص خرید (خرید منهای فروش) افراد حقیقی در بورس تهران نشانگر رشد پیوسته دارایی این افراد در بازار سرمایه طی نیمه اول سال است؛ به شکلی که تنها از ابتدای شهریورماه تا میانه مهرماه، بیش از ۴ هزار میلیارد تومان خالص خرید سهام این افراد افزایش یافته است. البته با آغاز نوسانات بازار سهام از میانه مهرماه، مطابق انتظارات، جهت‌گیری افراد حقیقی به سمت خروج از بازار سرمایه بوده است. به شکلی که حدود ۱۰۰۰ میلیارد تومان فروش سهام توسط این افراد صورت گرفته است. با این توصیف و با در نظر گرفتن شمار بالای افرادی که به تازگی وارد بازار سهام شده‌اند، تداوم نوسانات بازار در ماه‌های آتی چندان دور از انتظار نخواهد بود.

ترکیب رشد بازار در مهرماه به شکلی بوده که گروه‌های بزرگ بازار نظیر شیمیایی، فلزات اساسی، فرآورده‌های نفتی و کانه‌های فلزی رشدهای مثبت و نسبتا مطلوبی داشته‌اند و در مقابل گروه‌های کوچک‌تر رشد منفی را تجربه کرده‌اند. سهم در رشد گروه‌های کوچک طی مهرماه معادل منفی ۲،۱درصد بوده است که مقایسه این رقم با عملکرد مطلوب گروه‌های کوچک در نیمه اول سال، نشان می‌دهد بخشی از حباب قیمتی شکل‌گرفته در صنایع و بنگاه‌های کوچک طی مهرماه به تدریج تخلیه شده است.

محاسبه نسبت قیمت به درآمد گروه‌های عمده بازار در پایان مهرماه نیز نشان می‌دهد که در این ماه با توجه به افزایش قیمت در گروه‌های بزرگ و کاهش قیمت در گروه‌های کوچک، نسبت قیمت به درآمد نیز در دو جهت متفاوت حرکت کرده است؛ به نحوی که برای گروه‌های کوچک افت نسبت قیمت به درآمد و برای گروه‌های بزرگ رشد نسبت قیمت به درآمد ایجاد شده است. هرچند که با این تغییرات، بخشی از حباب قیمتی ایجادشده در گروه‌های کوچک بازار تخلیه شده اما به نظر می‌رسد که کاهش بیشتر قیمت و تعدیل نسبت قیمت به درآمد تا رسیدن به سطوح بلندمدت، می‌تواند در ماه‌های آینده نیز ادامه داشته باشد. مقایسه میزان بازدهی بازارهای مختلف از شهریور ۱۳۹۶ تاکنون نشان می‌دهد که بازدهی بازار سهام (بورس) برای نخستین‌بار از سایر بازارها (مسکن، ارز و طلا) فراتر رفته است. با این وجود، طی مهرماه بازدهی فرابورس نسبت به ماه قبل کاهش یافته است. با توجه به ایجاد آرامش نسبی در بازارهای مختلف، به نظر می‌رسد که همگرایی ایجادشده در بازارهای مالی در ماه‌های آینده نیز تداوم یافته و رشد محسوس در هر یک از بازارها (و ایجاد موج جدید واگرایی) چندان محتمل به نظر نمی‌رسد.

محاسبه نسبت ارزش فرابورس (مجموع ارزش بازار اول و دوم) به بورس نشان می‌دهد که از ابتدای فصل پاییز سال ۱۳۹۷، رشد فرابورس از رشد بورس تهران پیشی گرفته و در شهریورماه امسال به اوج خود رسیده است. هرچند که طی مهرماه، این نسبت کمی کاهش یافته اما به نظر می‌رسد که کاهش بیشتر این نسبت طی ماه‌های آتی همچنان محتمل است. به این ترتیب می‌توان انتظار داشت که بازده کلی فرابورس در نیمه دوم سال کمتر از بازده بورس باشد.

نگاه

عوامل موثر بر بازار سهام

بودجه ۹۹ مهمتر از افزایش قیمت بنزین است

برای پیش‌بینی وضعیت بازار و نتیجه تعدیل قیمت بنزین یا افزایش قیمت ارز هنوز زود است، البته برای داشتن یک نتیجه بهتر و بررسی دقیق‌تر باید منتظر لایحه بودجه ۹۹ دولت باشیم، زیرا اثرات بودجه‌ای بسیار مهمتر از اثرات قیمتی هستند.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه، احمد اشتیاقی مدیرعامل کارگزاری بانک آینده با اشاره به اینکه افزایش نرخ بنزین و ارز هر دو بازار سهام را تحت تاثیر قرار می‌دهند اما نه به یک اندازه، گفت: افزایش قیمت بنزین بر روی برخی صنایع تاثیرگذار است اما مهمترین سهامی که به طور طبیعی تحت تاثیر قرار می‌گیرند، سهام شرکت‌های پالایشی هستند؛ هرچند شرکت‌های پالایشگاهی برای محاسبه قیمت تولیدات شیوه خاصی دارند.

وی اضافه کرد: پالایشگاه‌ها محصولات خود را با ارز نیمایی و در محدوده قیمت فوب خلیج فارس عرضه می‌کنند. تنها اتفاقی که با افزایش نرخ بنزین رخ می‌دهد این است که حاشیه سود این شرکت‌ها کم می‌شود، اما تغییر خاصی در سودآوری یا وضعیت شرکت به وجود نمی‌آید.

اشتیاقی با اشاره به اینکه در حال حاضر وضعیت تولید بنزین شرایط خاصی دارد و ما با مازاد تولید بنزین مواجه هستیم، توضیح داد: اگر روند تولید بنزین مختل نشود (چون صادرات و بازگشت ارز حاصل از صادرات، به دلیل تحریم‌ها بسیار دشوار است)، این نکته سبب کاهش سودآوری شرکت‌های پالایشی می‌شود.

به گفته وی، افزایش قیمت بنزین تنها در روندهای بعدی محاسبات و سایر عوامل مانند برق، گازوئیل، کالاها و خدمات ثانویه تاثیرگذار است.

مدیرعامل کارگزاری بانک آینده در مورد افزایش قیمت دلار و تاثیر آن (ولو مقطعی) در بازار سرمایه گفت: به طور کلی قیمت ارز بیشتر بر شرکت‌های کالایی که متاثر از دلار هستند، می‌تواند تاثیر مثبت یا منفی داشته باشد و به طور حتم بر قیمت تمام‌شده کالاها و خدمات نیز تاثیرگذار است.

این کارشناس بازار سرمایه درباره روند سودآوری بازار در سال آینده تاکید کرد: موضوع اصلی، بودجه سال ۱۳۹۹ است. بر این اساس، باید توجه داشت که بودجه سال آینده چطور بسته می‌شود و تعیین قیمت دلار در بودجه و حامل‌های دیگر انرژی می‌تواند در این خصوص بسیار تاثیرگذار باشد.

وی اضافه کرد: در واقع فعالان بازار بیش از افزایش قیمت حامل‌های انرژی یا کالاها نگران حاشیه‌های این افزایش قیمت و پیامدهای آن هستند.

اشتیاقی در مورد دلایل اهمیت بودجه ۹۹ و تغییرات احتمالی آن گفت: یکی از موضوعاتی که این روزها دولت با آن دست به گریبان است مالیات در بودجه است؛ با توجه به افزایش قیمت‌ها به احتمال زیاد بازار منتظر تغییر در حق بهره‌برداری و بهره مالکانه معادن است. این موضوع هم می‌تواند تاثیر در تورم و توان خرید داخلی داشته باشد.

مدیرعامل کارگزاری بانک آینده اشاره کرد: با توجه به اینکه احتمال دارد ایران گام چهارم خروج از برجام را بردارد، بازار وزن بیشتری به موضوعات سیاسی به خصوص تحریم‌ها می‌دهد.

وی اظهار کرد: این احتمال نیز وجود دارد که نرخ ارز در بودجه به جای چهار یا ۴۲۰۰ تومان حداقل به ۸هزار تومان افزایش پیدا کند. در مجموع همه این اتفاق‌ها نشان می‌دهد بودجه ۹۹ با همه شاخص‌هایش یکی از مهمترین مولفه‌هایی است که می‌تواند روند آینده بازار را تعیین کند.

«هنگام خرید وسایل برقی به برچسب مصرف انرژی آن دقت نمایید»
نوبت دوم
نیروگاه شهید رجائی قزوین
آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

۱- نام مناقصه گذار: شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی - سهامی خاص (نیروگاه شهید رجایی)
۲- شرایط و عناوین مناقصه: واگذاری و اجاره سرویس ایاب و ذهاب ۹ دستگاه مینی بوس روز کار و شیفت کار کارکنان به شرح جدول ذیل:

ردیف	شماره مناقصه	موضوع مناقصه	میزان سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۱	۲۸-۹۸/۸ خ	واگذاری و اجاره سرویس ایاب و ذهاب کارکنان به تعداد ۵ دستگاه مینی بوس روزکار و ۴ دستگاه مینی بوس شیفت کار مسیر قزوین الوند، محمدیه، قشلاق، آبیک، نظرآباد و هشتگرد و کرج به نیروگاه و بالعکس	۳۷۴/۶۷۵/۰۰۰

۳- محل دریافت اسناد مناقصه: کیلومتر ۲۵ اتوبان قزوین- کرج، امور قراردادها و توسعه بازار، اداره قراردادها، تلفن ۳-۸۸۷۹۶۶۸۱-۰۲۱ و ۱۲-۳۲۸۴۹۲۱۱-۰۲۸- داخلی ۶۰۷۳
۴- سپرده شرکت در مناقصه: به شرح مبلغ جدول فوق الذکر به صورت ارائه یک فقره ضمانت نامه بانکی یا واریز وجه به حساب جام ۶۸۰۴۴۶۶۰۸۱ بانک ملت شعبه اسدآبادی قزوین (باجه نیروگاه با کد شعبه ۲۱۰۹/۷ به نام مناقصه گذار).
۵- تاریخ فروش اسناد مناقصه: پنج روز کاری از تاریخ آخرین چاپ نوبت دوم آگهی.
۶- تاریخ تحویل اسناد مناقصه به دبیرخانه نیروگاه: تا ساعت ۱۵ عصر روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۹.
۷- مبلغ فروش هر اسناد مناقصه: مبلغ ۵۴۵/۰۰۰ ریال با احتساب ۹٪ ارزش افزوده برای هر مناقصه به صورت واریز وجه به حساب جام ۶۸۰۴۴۶۵۸۳۷ بانک ملت شعبه اسدآبادی قزوین (باجه نیروگاه با کد شعبه ۲۱۰۹/۷) به نام مناقصه گذار.
۸- زمان و محل قرائت پیشنهادات مناقصه: زمان بازگشائی پاکات روز چهارشنبه مورخه ۱۳۹۸/۹/۲۰ راس ساعت ۱۰ صبح در محل مناقصه گذار انجام خواهد شد و حضور نمایندگان هر پیشنهاددهنده (حداکثر ۲ نفر) با ارائه معرفی نامه کتبی در محل جلسه بلامانع می باشد.
۹- پیشنهاددهندگان اختیار دارند از ۱ تا ۹ دستگاه مینی بوس موضوع مناقصه را بنا به توانمندی خویش و با رعایت شرایط و اسناد و تضمین شرکت در مناقصه به صورت مستقل شرکت و پیشنهاد قیمت ارائه نمایند.
- این آگهی را می توانید در سایت اینترنتی ذیل مشاهده کنید.
سایت ملی اطلاع رسانی: http://iets.mporg.ir
سایت شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی: http://tender.tpph.ir
سایت نیروگاه شهید رجایی: http://www.rpgm.ir
تاریخ انتشار نوبت اول: چهارشنبه ۹۸/۸/۲۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: شنبه ۹۸/۹/۲
۹۵۳
روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجائی

نوبت دوم
آگهی نوبتی سه ماهه دوم سال ۱۳۹۸
اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو اهواز

به دستور ماده ۱۲ قانون ثبت و ماده ۵۹ آیین نامه قانون مذکور اشخاصی که نسبت به املاک مجهول المالک در سه ماهه دوم سال ۱۳۹۸ واقع در حوزه ثبتی اهواز درخواست ثبت املاک ذیل را نموده اند جهت اطلاع عموم آگهی میگردد:
بخش یک اهواز
۱- ششدانگ یک قطعه زمین دارای پلاک ثبتی ۴۷۲۲ بخش یک اهواز الحاقی به پلاک ۳۵۰۰ به مساحت ۲۵ متر مربع به امین زهیری نسب فرزند مالک
۲- ششدانگ یک قطعه زمین انحرافی از گذر متروکه دارای پلاک ثبتی ۴۷۲۳ بخش یک اهواز الحاقی به پلاک ۳۵۰۰ به مساحت ۶۷/۳۵ متر مربع بنام محمد زویدات فرزند یونس
۳- ششدانگ یک قطعه زمین انحرافی از گذر متروکه دارای پلاک ثبتی ۴۷۲۴ بخش یک اهواز الحاقی به پلاک ۳۵۰۱ به مساحت ۵۷/۰۶ متر مربع بنام محمد زویدات فرزند یونس
لذا از کسانیکه نسبت به تقاضای ثبت پلاک فوق اعتراض دارند با توجه به ماده ۱۶ قانون و ۸۶ آیین نامه ثبت از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت نود روز اعتراض خود را مستقیماً به اداره ثبت اسناد و املاک محل تسلیم و رسید دریافت نمایند و معترض مکلف است ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست به مقامات قضائی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست اخذ و به اداره ثبت محل تحویل نمایند و چنانچه نسبت به املاک فوق بین متقاضی یا نماینده قانونی وی قبل از آگهی دعوی در دادگاه مطرح بوده بموجب ماده ۱۷ قانون ثبت بایستی در مدت نود روز گواهی لازم مبنی بر دعوی در مراجع صلاحیتدار دریافت و ارائه نماید تا حق وی ساقط نشود ضمنا حقوق ارتفاقی در موقع تحدید حدود در صورت مجلس منظور می گردد که اگر معترضی باشد مطابق مقررات در مدت سی روز از تاریخ تنظیم صورت مجلس دادخواست اعتراض بدهد.
(تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۸/۰۱)
(تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۹/۰۲)
شناسه آگهی: ۶۲۷۶۶۲
کفیل اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو اهواز - نصرت اله
۸۲۳

تولید لوازم خانگی از برنامه پیش‌بینی‌شده جلوتر است

مدیرکل دفتر صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت با وجود تحریم‌های بین‌المللی، مشکلات ارزی، کمبود نقدینگی واحدها و کاهش نسبی قدرت خرید مردم، تولید اکثر لوازم خانگی در هفت‌ماهه امسال از برنامه پیش‌بینی‌شده برای آن جلوتر است.

عباس هاشمی روز جمعه در گفت وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: تولید ۵۲۵هزار دستگاه در هفت ماهه امسال برای یخچال و فریزر برنامه‌ریزی شده بود، اما با وجود تحریم‌ها و به‌ویژه خروج شرکت‌های ال جی و سامسونگ از ایران که سهم بالایی در تولید این محصولات داشتند، تا پایان مهرماه ۶۷۰ هزار دستگاه یخچال و فریزر تولید شد.

به گفته وی، این آمار در ماشین لباسشویی ۳۶۰ هزار دستگاه، کولر آبی ۵۰۰ هزار دستگاه، رادیاتور فولادی یک میلیون و ۱۰۰ هزار متر مربع و پکیج ۳۰۰ هزار دستگاه به ثبت رسید و فقط در تولید تلویزیون با حدود ۴۰۰ هزار دستگاه از برنامه هفت ماهه عقب هستیم.

این مقام مسئول درباره برگزاری میزهای تعمیق ساخت داخل، خاطرنشان کرد: این میزها تاکنون برای بخش خودرو و پتروشیمی‌ها برگزار شده و مطابق برنامه‌ریزی انجام شده و هماهنگی با واحدهای تولیدی و قطعه‌ساز، مقرر است در هفته نخست دی‌ماه نخستین میز تعمیق ساخت داخل قطعات لوازم خانگی برگزار شود. وی ادامه داد: تولید انواع فن‌ها، پمپ‌ها و . . . و کاهش ارزبری تولید لوازم خانگی، از برگزاری این میزها انتظار می‌رود.

هاشمی درباره کمرنگ‌شدن حضور خارجی‌ها در نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی، بیان داشت: طبیعی است محدودیت‌های بین‌المللی بر این مساله تاثیرگذار شده، اما از شرکت‌های ایرانی می‌خواهیم ارتباط‌شان را با شریکان، همکاران و تامین‌کنندگان خارجی خود قطع نکنند و در ادامه به تعمیق ساخت داخل قطعات و اتکا به توانمندی‌های خود بپردازند.

نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی لوازم خانگی سه‌شنبه گذشته (۲۸ آبان) با مشارکت بیش از ۴۰۰ شرکت داخلی و خارجی در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران آغاز به کار کرد که در آن شرکت‌های آلمانی، چینی و ترکیه‌ای از جمله حاضران محسوب می‌شوند.۵۳ شرکت خارجی در این دوره از نمایشگاه حضور دارند که در مقایسه با پارسال افت ۹۶درصدی دارد.

آمار شرکت‌های داخلی و خارجی حاضر در این نمایشگاه به ترتیب ۳۹۴ و ۲۷ شرکت اعلام شده که در فضایی به وسعت ۲۸ هزار و ۱۱۶ مترمربع حضور یافته‌اند و به مدت چهار روز تا یکم آذر دایر است.

برندهای ایرانی جایگزین ال جی و سامسونگ

مدیرکل دفتر صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت در ادامه به خروج ال جی و سامسونگ از ایران در ماه‌های گذشته اشاره کرد و گفت: این موضوع برخلاف میل باطنی این شرکت‌ها و متاثر از فشار آمریکایی‌ها انجام شد.

وی افزود: مدیران شرکت‌هایی که قبلا محصولات سامسونگ و ال جی را در کشور تولید می‌کردند پس از این موضوع به دنبال تامین‌کنندگان چینی قطعات و تجهیزات با حداکثر کیفیت رفتند و اکنون محصولات آنها از جمله تلویزیون با بهترین کیفیت روانه بازار شده است. هاشمی تاکید کرد: وزارت صنعت نیز به دلیل سرمایه‌گذاری زیاد این شرکت‌ها، از آنها حمایت می‌کند و به زودی به ظرفیت ۱۰۰درصدی خود در زمان پیش از اعمال تحریم‌ها باز خواهند گشت.

پیش از این سید مرتضی میری» رئیس اتحادیه صنف توزیع‌کنندگان لوازم خانگی تهران به ایرنا، گفته بود: با خروج شرکت‌های لوازم خانگی کره‌ای، نشان‌های ایرانی جایگزین برندهای سامسونگ و ال‌جی می‌شوند.

ارزش صادرات محصولات شیلاتی امسال ۶۰۰ میلیون دلار پیش‌بینی شد

مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبزیان سازمان شیلات ایران گفت براساس میزان تولید آبزیان از محل صید و آبزی‌پروری، امسال صادرات ۱۵۰ هزارتن انواع محصولات شیلاتی به ارزش ۶۰۰ میلیون دلار پیش‌بینی شده است. «عیسی گلشاهی» روز پنجشنبه در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: پارسال بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن انواع محصولات شیلاتی از محل صید و آبزی‌پروری در کشور تولید شد که از این میزان بیش از ۱۴۳ هزار تن به ارزش ۵۲۸میلیون دلار صادر شده است.

وی با بیان اینکه سال گذشته بازار آبزیان با التهاب نرخ ارز مواجه بود، اظهار داشت: حجم تولید آبزیان امسال به گونه‌ای بوده که نسبت به سال گذشته ۱۷ تا ۲۸درصد در برخی گونه‌ها کاهش قیمت داشتیم که موجب متعادل‌شدن بازار محصولات شیلاتی شده است.

مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبزیان تصریح کرد: علت‌های کاهش و افزایش قیمت آبزیان در فصل سرما، به منطقه و زمان صید بستگی دارد و براساس بازه زمانی و مقدار عرضه متغیر است.

گلشاهی گفت: با توجه به افزایش حجم تولیدات آبزی‌پروری، پیش‌بینی‌ها این است که با کاهش قیمت‌ها مواجه شویم.

مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبزیان سازمان شیلات ایران از افزایش قیمت نهاده‌های تولید آبزیان خبر داد و افزود: در بحث تولیدات آبزی‌پروری، قیمت نهاده‌ها نسبت به سال گذشته نه‌تنها کاهش پیدا نکرده است، در برخی موارد افزایش قیمت هم داشته‌ایم؛ شرایط ایده‌آل برای پرورش‌دهندگان این است که قیمت بازار با قیمت تمام‌شده کالا متعادل باشد.

وی برای ایجاد تعادل در بازار محصولات شیلاتی برنامه‌ریزی برای صادرات را یک اصل برشمرد و اظهار داشت: صادرات برای مازاد تولید علاوه بر ارزآوری برای کشور می‌تواند موجب انگیزه برای تولیدکنندگان شود.

گلشاهی درباره نرخ کنسرو ماهی گفت: با توجه به کاهش قیمت هر کیلوگرم از تن ماهیان، توانسته‌ایم با همکاری سندیکای کنسرو کشور و تولیدکنندگان قیمت این محصول را کاهش بدهیم به طوری که قیمت مصوب کنسرو ماهی تن در روغن گیاهی ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان است اما اکنون بین ۱۲ هزار تا ۱۳ هزار تومان فروخته می‌شود. وی ادامه داد: مشکل تن‌ماهیان این بود که در یک مقطع زمانی میزان صید کاهش پیدا کرد و به سمت انتهای صید تن ماهیان رفتیم و در مقابل به دلیل بروز حوادث و بلایای طبیعی در کشور همانند زلزله کرمانشاه بخش قابل توجهی از کنسروهای تن توسط دستگاه‌های امدادی خریداری و به مناطق آسیب‌زده ارسال شد.

مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبزیان سازمان شیلات ایران افزود: همین امر باعث کاهش موجودی کارخانه‌ها و به ناچار خرید آنها در زمان کاهش صید شده بود.

گلشاهی تصریح کرد: اکنون در استان‌های جنوبی یا شمالی کشور صیدگاه‌های پره کاری انجام می‌دهند تحت عنوان چوب‌زنی یا حراج ماهی که به صورت سنتی انجام می‌شود و به بالاترین قیمت ماهی را می‌فروشند ممکن است خریدار یک عمده‌فروش، خرده‌فروش یا مصرف‌کننده خانگی باشد.

وی از برگزاری جشنواره‌های فروش ویژه آبزیان در مناطق خاص کشور خبر داد و افزود: با همکاری سندیکای کنسرو کشور تلاش داریم تا در مناطق خاص جشنواره‌های فروش ویژه آبزیان داشته باشیم که همین امر نیز در کاهش قیمت محصولات شیلاتی در کشور موثر است.

مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبزیان ادامه داد: هرگونه تجارت ماهیان صیدشده روی آب‌های جنوب کشور به صورت عمده ممنوع است و باید بار در اسکله تخلیه و خریداران عمده ماهی خود را در اسکله و بنادر تامین کنند؛ در غیر این صورت، معامله با حجم بالا روی آب تخلف به شمار می‌رود.

وی اضافه کرد: سال گذشته با توجه به اینکه مواردی از این قبیل درخصوص ماهیان تجاری داشتیم که توانست برای مصرف‌کنندگان از لحاظ افزایش قیمت‌ها مشکلاتی ایجاد کند.

گلشاهی افزود: بنابراین تمامی شناورهای استان‌های ساحلی جنوب کشور موظفند درصد مشخصی از ماهی را در بازار و مناطق تعریف‌شده بفروشند.

پیام‌رسان‌های داخلی چقدر آمادگی دارند؟

در شرایطی که اکنون سایت‌های ایرانی با اتکا به سرورهای داخلی پاسخگوی نیاز کاربران هستند، اما برخی شواهد نشان می‌دهند پیام‌رسان‌های داخلی در غیاب ۱۰۰درصدی نمونه‌های خارجی، هنوز کاملا از پس اقناع کاربران برنیامده‌اند.

به گزارش ایسنا، پس از فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی از فیس‌بوک و توییتر و پیام‌رسان‌هایی مانند وایبر و وی‌چت، با روی کار آمدن واتس‌اپ، تلگرام و اینستاگرام به عنوان شبکه‌های اجتماعی نسل جدید انتظار می‌رفت سرنوشت مشابهی گریبانگیر آنها شود و حتی در برهه‌ای انتقال سرورهای شبکه‌های اجتماعی خارجی به داخل مطرح بود که در نهایت به جایی نرسید.

هرچند با فیلترینگ موقت تلگرام و اینستاگرام و رفع فیلتر آنها، این امید در دل کاربران ایرانی ایجاد شده بود که وعده‌هایی مبنی بر اینکه فیلترینگ اتفاق نمی‌افتد، تحقق یابد، اما بنا به مقتضیات زمان و لزوم تصمیم برای پالایش، بالاخره تلگرام فیلترینگ ادامه‌دار را برای مدت بیش از یک سال و نیم تجربه می‌کند.

اما این روزها در حالی که با وجود محدودیت‌هایی که برای اینترنت جهانی و دسترسی کاربران ایجاد شده، سایت‌های ایرانی با بهره‌گیری از سرورهای داخلی، به فعالیت خود ادامه می‌دهند، در کنار انواع اپلیکیشن‌های حمل و نقل و مسیریاب، فروشگاه‌های آنلاین داخلی شبکه شتاب بانکی و شبکه خدمات‌رسانی بانک‌ها، اگرچه پیام‌رسان‌هایی هم هستند که با مراجعه کاربران مواجه شده باشند، اما همین‌جاست که نقص خدمات بومی بر بستر شبکه ملی اطلاعات نسبت به نمونه‌های خارجی آن آشکار می‌شود.

پیام‌رسان‌های داخلی در طول چند سال گذشته آغاز به کار کرده و مشغول فعالیت شده‌اند، اما بیشترین نمود استفاده از این ابزارهای داخلی زمانی خود را نشان داد که پیام‌رسان خارجی تلگرام فیلتر شد و این موضوع فرصتی به پیام‌رسان‌های داخلی داد که وارد عرصه رقابت شوند.

هرچند برخی کارشناسان و تحلیلگران همان زمان هم معتقد بودند فیلترینگ پیام‌رسان‌های خارجی تنها راه مناسب برای حمایت از پیام‌رسان‌های داخلی نیست، این روند تا امروز ادامه‌دار شده است و البته از طرف برخی مسئولان همواره به رشد پیام‌رسان‌های داخلی پس از اعمال فیلترینگ روی تلگرام و خروج اکثر کاربران از آن و کوچ به شبکه‌های داخلی اشاره شده است. البته فعالیت ادامه‌دار تلگرام اصلی با فیلترشکن و نسخه‌های فارسی‌اش با پروکسی‌های داخلی، همواره مورد انتقاد قرار داشته است.

از طرفی در حال حاضر که دسترسی به اینترنت جهانی و به‌تبع آن تمامی شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های خارجی هم امکانپذیر نیست و حتی با استفاده از فیلترشکن هم در دسترس نیستند، مراجعه مردم به سرویس‌های داخلی از موتورهای جست‌وجو تا پیام‌رسان‌های داخلی افزایش یافته است. با وجود این، به نظر می‌رسد این پیام‌رسان‌های بومی نتوانستند آنطور که باید و شایسته است، نیاز کاربران را برطرف کنند، یکی از علت‌های آن می‌تواند مشکلات فنی این پیام‌رسان‌ها باشد. بنا به مواردی که در سند تبیین الزامات شبکه ملی اطلاعات آمده است، دسترسی مردم به محتوا و خدمات داخلی نباید منوط به اتصال به اینترنت باشد؛ کما اینکه اتصال به سرویس‌های داخلی در این روزها که اینترنت جهانی از دسترس خارج شده، حاکی از همین موضوع است، اما در کنار تمامی خدماتی که با وجود محدودیت‌های ایجادشده همچنان به فعالیت خود ادامه می‌دهند، به اذعان کاربران، پیام‌رسان‌های داخلی نتوانستند جای خالی پیام‌رسان‌های خارجی و حتی فیلترشده را پر کنند.

همچنین درحالی که مسئولان ارتباطی کشور ادعای پیاده‌سازی ۸۰درصدی شبکه ملی اطلاعات را دارند، به گفته سیدابوالحسن فیروزآبادی -رئیس مرکز ملی فضای مجازی- این ۸۰درصد حاکی از پیاده‌سازی شبکه ارتباطی است و طبق سند الزامات شبکه ملی اطلاعات که به شفافی خدمات کاربردی پایه همچون موتور جست‌وجو، پیام‌رسان، خدمات ابری و ایمیل را اعلام کرده، این شبکه هنوز به‌طور کامل پیاده‌سازی نشده است.

اخبار

بیشترین تخلفات کشف شده مربوط به کدام کالاهاست؟

مدیرکل بازرسی و امور قاچاق سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان از ارسال ۴۵۷۶ مورد پرونده تخلف به تعزیرات در چهار روز اول هفته گذشته خبر داد و تصریح کرد: عمده پرونده‌های تشکیل‌شده مربوط به میوه، قند، شکر، مرغ، برنج، لبنیات، گوشت قرمز، تخم مرغ، حمل و نقل، لاستیک، روغن موتور و مصالح ساختمانی بوده است.

داریوش بهنود قاسمی در گفت‌وگو با ایسنا، از بازرسی بیش از ۶۳ هزار و ۳۰۰ مورد در سراسر کشور در چهار روز اول هفته گذشته از سوی سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت (صمت) استان‌ها خبر داد و گفت که این تخلفات گران‌فروشی و امتناع از عرضه کالا را نیز شامل می‌شود.

البته به گفته وی تغییرات شدید قیمت در بازار مشاهده نشده و پرونده‌های تشکیل شده در بعضی از بخش‌ها مانند میوه و صیفی‌جات ربطی به قیمت بنزین نداشته و به دلیل تغییرات آب‌وهوایی و مشکلات حمل و نقل اتفاق افتاده است. این مقام مسئول همچنین از تشکیل گشت ویژه برخورد با محتکران و امتناع‌کنندگان از عرضه کالا خبر داد و اظهار کرد: بیشترین نظارت بر روند توزیع کالاهایی مانند میوه، شوینده، برنج، قند، شکر، مرغ، روغن، لبنیات، گوشت قرمز و تخم مرغ انجام می‌شود.

مدیرکل بازرسی و امور قاچاق سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نظارت بر بخش خدمات مانند انبارها، سرخانه‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و حمل و نقل سیستماتیک را از جمله مهم‌ترین اهداف این سازمان عنوان کرد و گفت: رعایت نصب قیمت، صدور فاکتور و رعایت سود عمده و خرده‌فروشی نیز جزو مواردی است که بازرسان رعایت آنها را کنترل می‌کنند. بهنود قاسمی در پایان خاطرنشان کرد که ساعت کاری سامانه ستاد خبری ۱۲۴ از روز بیست و پنجم آبان‌ماه به دو شیفت افزایش پیدا کرده، به طوری که از هفت صبح تا ۱۰ شب به صورت اپراتور پاسخگوی مردم است و از ۱۰ شب تا صبح روز بعد نیز به صورت سیستمی صدای گزارش‌های مردمی ضبط می‌شود و مردم می‌توانند با تماس با سامانه ۱۲۴ و ستادهای خبری سازمان‌های صمت استان‌ها شکایات خود را ارائه کنند. به گزارش ایسنا، از ۲۴ آبان ماه قیمت هر لیتر بنزین سهمیه‌ای ۱۵۰۰ تومان و نرخ هر لیتر بنزین آزاد ۳۰۰۰ تومان تعیین شد.

رشد تولید ۸ محصول منتخب معدنی

در شش ماهه نخست امسال از بین ۱۲ محصول منتخب معدنی؛ هشت محصول رشد تولید داشته‌اند. به گزارش ایسنا، جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت نشان می‌دهد که از ۱۲ محصول منتخب معدنی در شش ماهه نخست سال جاری؛ هشت محصول افزایش ۵.۲درصد تا ۲۲درصدی تولید و ۴ محصول نیز کاهش تولید ۴.۶ درصدی تا ۳۳.۲ درصدی را نسبت به مدت مشابه سال ۹۷ تجربه کرده‌اند. بر این اساس تولید فولاد خام رشد تولید ۶.۶ درصدی را در شش ماهه اول امسال با تولید بیش از ۱۲ میلیون تن تجربه کرده است. میزان تولید فولاد خام در مدت مشابه سال گذشته ۱۱ میلیون و ۳۲۱ هزار تن بوده است. در این مدت تولید محصولات فولادی نیز با رشد ۶.۹درصدی از ۹ میلیون و ۹۱۰ هزار تن محصول تولیدشده در شش ماهه نخست سال ۹۷، به ۱۰ میلیون و ۵۹۴ هزار تن در شش ماهه ابتدایی امسال رسیده است.

کاتد مس نیز در حدود ۱۳۴ هزار تن در شش ماهه نخست سال جاری تولید شده که نسبت به مدت مشابه سال پیش که ۱۱۵ هزار تن تولید شده بود، رشد تولید ۱۵.۹درصدی داشته است. همچنین سیمان، شیشه جام، ظروف چینی، ظروف شیشه‌ای و چینی بهداشتی نیز در مدت شش ماهه ابتدایی امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته، رشد تولید داشته‌اند. در شش ماهه ابتدایی امسال سیمان ۳۱ میلیون و ۱۳۶ هزار تن، شیشه جام ۵۴۷ هزار تن، ظروف چینی ۲۸ هزار تن و ظروف شیشه‌ای ۲۶۶ هزار تن و چینی بهداشتی به میزان ۵۳ هزار تن تولید شده‌اند که به ترتیب ۵.۲درصد، ۱۸.۴درصد، ۲۲درصد، ۱۶.۶درصد و ۱۴.۷درصد رشد تولید داشته‌اند. آمار نشان می‌دهد که ظروف چینی بیشترین رشد تولید را در این مدت نسبت به مدت مشابه سال گذشته داشته است. اما در مقابل شمش آلومینیوم به میزان ۳۳.۲درصد، آلومینا ۴.۸درصد، سنگ آهن ۴.۶درصد و کنسانتره زغال‌سنگ ۴.۹درصد در شش ماهه نخست سال جاری نسبت به شش ماهه نخست سال ۹۷، کاهش تولید داشته‌اند. بر این اساس تولید آلومینا از ۱۲۲ هزارتن در شش ماهه سال گذشته به ۱۱۶ هزارتن در شش ماهه امسال رسیده است. سنگ آهن نیز از ۱۸ میلیون و ۲۴۳ هزار تن در شش ماهه نخست سال گذشته به ۱۷ میلیون و ۴۰۸ هزار تن رسیده است. کنسانتره زغال‌سنگ نیز در شش ماهه نخست امسال ۷۸۶ هزار تن تولید شده در حالی که میزان تولید این محصول معدنی در مدت مشابه سال گذشته، ۸۲۷ هزار تن بوده است.

همچنین شمش آلومینیوم نیز ۱۲۳ هزار تن و در مدت مشابه سال گذشته ۱۸۴ هزار تن تولید شده است که نشان از کاهش ۳۳.۲درصدی تولید دارد.

شریان نقدینگی را قطع کرده و از واحدهای تولیدی انتظار معجزه داریم

رئیس اتاق بازرگانی گفت طبق بررسی‌ها در اتاق تبریز، منابع کافی در استان‌ها وجود دارد ولی این منابع در استان‌ها خرج نمی‌شود، شریان نقدینگی را قطع کرده و از واحدهای تولیدی انتظار معجزه داریم. به گزارش ایسنا، یونس ژائله، در بیست و پنجمین همایش ملی توسعه صادرات غیرنفتی کشور، با اشاره به هدف برگزاری این همایش، اظهار کرد: در حال حاضر کشور در شرایط جدیدی قرار دارد، دشمنان با اعمال تحریم‌ها در صدد هستند تا ارتباط تجاری ایران را با سایر کشورها قطع و فضای تنگی برای تولیدکنندگان ایجاد کنند. وی با بیان اینکه در جنگ نابرابر اقتصادی قرار داریم و باید در مقابل آن، در بخش اقتصاد حرکت جدیدی آغاز کنیم، افزود: این حرکت به کمک صنعتگران و صادرکنندگان و ارتباط با کشورهای همسایه تحقق می‌شود، امروزه اقتصاد کشور نباید اقتصادی وابسته به نفت شود، بلکه باید درهای کشور را به روی سایر کشورها باز کرده و تجارت آزاد انجام دهیم، معتقدم این کار با همت و تلاش بخش خصوصی و اتاق بازرگانی‌ها انجام می‌شود. رئیس اتاق بازرگانی تبریز بیان کرد: امروزه ایران به کشورهای اوراسیا پیوسته و براساس آن عصر جدیدی را در اقتصاد آغاز کرده‌ایم، ایران همزمان می‌تواند کریدور جدید برای تجارت باشد. وی با بیان اینکه متاسفانه شاخص‌های اقتصادی و فضای کسب و کار وضعیت مناسبی ندارد، گفت: کسب رتبه ۱۳۲ در فضای کسب و کار کشور در جهان، عدد قابل قبولی نیست.

چرا پمپ‌های بنزین شلوغ شده است

چه عاملی مردم را در صف‌های طولانی پمپ بنزین‌ها نگه می‌دارد؟

به گزارش ایسنا، «دو روز است که خیابان‌های کلانشهرها مثل سابق شلوغ نیست اما بسیاری از پمپ‌های بنزین غلغله است. صف خودروها چند متری از جایگاه بیرون زده و امتدادش به خیابان‌ها رسیده است. برخی تاکسی هستند و برخی دیگر سواری. در حالی که تصور می‌شد با سهمیه‌بندی و اصلاح قیمت بنزین سوخت‌گیری‌ها خیلی کمتر شود. پیگیر شدیم که چه عاملی مردم را در صف‌های طولانی پمپ‌بنزین‌ها نگه می‌دارد؟ رسیدن به روزهای پایانی آبان‌ماه بی‌تأثیر در وضع موجود نیست.

سهمیه‌ها می‌سوزد؟

برخی از رانندگانی که در صف‌های طولانی ایستاده‌اند، از دیگران شنیده‌اند که سهمیه بنزین ۱۵۰۰ تومانی آبان ماه، از ساعت صفر روز اول آذر می‌سوزد، اما براساس اطلاعیه شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی، سهمیه‌های بنزین برای سواری‌های شخصی و موتورسیکلت‌ها تا شش ماه ذخیره می‌شود. سقف ذخیره سهمیه برای سواری‌های شخصی تا ۳۶۰ لیتر است؛ یعنی تمام سهمیه‌ای که برای خودروهای سواری بنزین‌سوز در این شش ماه ریخته می‌شود.

به این ترتیب خودروهای سواری و موتورسیکلت‌ها اگر سهمیه بنزین خود را مصرف نکرده‌اند، نگران نباشند. پنج ماه فرصت دارند تا از سهمیه موجود در کارت‌های خود سوختگیری کنند.

داستان تکراری دلال‌ها و سهمیه‌ها

مصوبه دولت تاکنون این بوده که فقط سهمیه خودروهای شخصی و موتورسیکلت‌ها ذخیره می‌شود و سهمیه ناوگان عمومی در پایان ماه، به ماه بعد منتقل نمی‌شود. این موضوع باعث شده که برخی از تاکسی‌ها و ون‌های شهری و وانت‌ها در پی فروش سهمیه خود در بازارهای جانبی و سوءاستفاده از این شرایط باشند؛ به ویژه تاکسی‌ها و وانت‌های دوگانه‌سوز که ظرفیت استفاده از گاز طبیعی (سی‌ان‌جی) را دارند. در این میان حتی برخی از راننده‌ها که باک خودروهای‌شان کوچک‌تر از میزان بنزین باقیمانده در کارت‌شان است، اقدام به سوخت‌گیری گالنی می‌کنند.

حضور این خودروها در صف‌ها بی‌تأثیر در طولانی شدن صف‌ها نیست. این وضعیت در دور قبلی سهمیه‌بندی بنزین نیز مشاهده می‌شد. شاید به زودی کارشناسان و تصمیم‌سازان راهکاری برای آن بیندیشند.

آقا زودباش آخر کد ملی رو وارد کن!

مدت‌زمانی که یک خودرو سوخت‌گیری انجام می‌دهد، با اجباری‌شدن کارت سوخت بیشتر شده است؛ به طوری که حتی گفته می‌شود، این اتفاق زمان سوخت‌گیری را تا دو برابر افزایش داده است. حتی برخی از رانندگان هنوز در وارد کردن رمز خود مشکل دارند. به این ترتیب زمان بیشتری صرف سوخت‌گیری می‌شود و صف‌های بنزین کندتر جلو می‌رود.

هجوم به یک جایگاه

عده‌ای فکر می‌کنند که بهتر است به اولین پمپ بنزینی که در مسیر خود رسیدند، سوخت‌گیری کنند و همین موضوع منجر به ایجاد صف‌های طولانی در برخی از پمپ بنزین‌ها می‌شود اما فاطمه کاهی، سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی با تأکید بر اینکه خودروها می‌توانند در صورت مشاهده شلوغ بودن یک پمپ بنزین به جایگاه دیگری بروند، توضیح می‌دهد: «در سراسر کشور جایگاه‌های سوخت با حداکثر ظرفیت، سوخت‌گیری می‌کنند و تمام جایگاه‌ها توان عرضه بنزین دارند.»

وی می‌گوید: «هیچ مشکلی از نظر تأمین سوخت وجود ندارد و مردم نگران نباشند.»

البته در جریان ناآرامی‌های اخیر تعدادی از پمپ بنزین‌ها توسط اشرار مورد حمله قرار گرفت اما اینها محدود هستند و مشکلی در عرضه سوخت وجود ندارد.

اکنون پمپ‌های سی ان جی نیز شلوغ‌تر از قبل شده‌اند؛ به طوری که مصرف گاز بیش از ۲ میلیون متر مکعب در روزهای اخیر افزایش داشته و به ۲۴ میلیون متر مکعب رسیده است. این ۲ میلیون متر مکعب معادل ۲ میلیون لیتر بنزین است. خودروهای دوگانه‌سوز ترجیح می‌دهند که گاز طبیعی کیلوگرمی ۶۵۶ تومان مصرف کنند تا بنزین سهمیه‌ای ۱۵۰۰ تومانی و بنزین آزاد ۳ هزار تومانی.

صف‌ها کوتاه می‌شود

اما با وجود این پیش‌بینی می‌شود که از ابتدای آذرماه صف‌ها کوچک‌تر و به مرور با افزایش آگاهی مردم روند سوخت‌گیری کوتاه‌تر شود. در همین چند روز با وجود شلوغ بودن پمپ بنزین‌ها، مصرف بنزین کمتر از قبل شده است. فعلاً شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی از اعلام این آمار خودداری می‌کند و معتقد است برای اعلام آمارهای قابل اتکا باید حداقل یک ماه صبر کرد اما شنیده‌ها حاکی از آن است که در برخی از روزها میزان مصرف بنزین ۲۰درصد کمتر از هفته قبل بوده است.

راهی برای کاهش هزینه سوخت خودرو

هم‌زمان با اجرای طرح سهمیه‌بندی بنزین تقاضا برای گاز سوز کردن خودروها افزایش یافته به‌طوری که روزانه ۳۰ هزار تقاضا برای این مساله ثبت می‌شود، افراد متقاضی نیز می‌توانند برای ثبت‌نام به سامانه NGVI.IR مراجعه کنند و آنطور که مسئولان اعلام کرده‌اند حداکثر ظرف مدت دو ماه آینده به همه درخواست‌ها رسیدگی می‌شود.

به‌گزارش ایسنا، متقاضیان برای گازسوز کردن خودروها می‌توانند به سامانه جامع اطلاعات خودروهای دوگانه‌سوز (NGVI.IR) مراجعه کنند و از طریق گزینه تبدیل خودروها، برای ثبت‌نام تبدیل خودروی خود اقدام کنند. در مدت یک هفته از طرف اتحادیه سوخت‌های جایگزین پیامکی برای متقاضیان ارسال می‌شود و این افراد می‌توانند از طریق مراجعه به سامانه، نزدیک‌ترین مرکز مجاز به محل سکونت خود را برای تبدیل انتخاب و مراجعه کنند. محمودیان رئیس اتحادیه سوخت‌های جایگزین در این باره با اشاره به دریافت روزانه ۳۰ هزار تقاضا برای گازسوز کردن خودروها هم‌زمان با اجرای طرح سهمیه‌بندی بنزین اظهار کرد: اولویت تبدیل خودروها با افرادی است که زودتر در سامانه ثبت‌نام کرده‌اند و لازم است متقاضیان تبدیل هرچه زودتر درخواست خود را ثبت کنند و حداکثر ظرف دو ماه آینده خدمات‌رسانی به همه متقاضیان گازسوز کردن خودروها انجام خواهد شد و مردم از این بابت نگرانی نداشته باشند. وی هزینه تبدیل خودروها به دوگانه‌سوز را بسته به کیفیت کیت، نوع خودرو و سایز مخزن به‌صورت میانگین ۲.۵ تا ۴.۵ میلیون تومان اعلام کرد و اطمینان‌خاطر داد: این رقم ثابت است و به هیچ‌وجه در روزهای آینده شاهد افزایش قیمت تجهیزات و هزینه نصب نخواهیم بود.

وی همچنین با اشاره به لزوم گازسوز کردن خودروها از طریق سامانه جامع اطلاعات خودروهای دوگانه‌سوز (NGVI.IR) و مراکز مجاز تبدیل تاکید کرد: مردم به‌منظور دریافت خدمات و محصولات باکیفیت و قیمت مناسب و نیز تامین ایمنی خود و خانواده از مراجعه به مراکز و کارگاه‌های غیرمجاز تبدیل خودروها خودداری کنند.

محمودیان افزود: خوشبختانه قطعات و تجهیزات موردنیاز این صنعت کاملا بومی‌سازی شده و با توجه به افزایش تعداد تقاضاها، هم‌اکنون کارخانجات تولید تجهیزات موردنیاز این صنعت ظرفیت تولید خود را افزایش داده است و به‌صورت شبانه‌روزی و دو شیفته کار می‌کنند.

وی همچنین با تاکید بر اینکه تبدیل خودروها به گازسوز تحت نظارت وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) و سازمان استاندارد انجام می‌شود، گفت: هم‌اکنون ۲۵۰ واحد کارگاهی مجاز در کشور آماده خدمات‌رسانی به هم‌وطنان هستند که با احتساب ۱۳۰ واحد در حال ساخت، تا یک ماه آینده این تعداد به ۳۸۰ واحد افزایش می‌یابد.

محمودیان تصریح کرد: امکان افزایش تعداد واحدهای کارگاهی تبدیل خودروها تا یک هزار واحد در کشور نیز وجود دارد.

بازتوزیع عادلانه درآمدهای کشور با اصلاح قیمت بنزین

فرماندار ابرکوه گفت طرح اصلاح قیمت بنزین که طی ۴۰ سال گذشته به صورت خفیف صورت گرفته بود، این بار به منظور بازتوزیع درآمدهای کشور در بین اقشار مختلف جامعه و دهک‌های تعریف‌شده اقتصادی به صورت عادلانه کلید خورده است.

«محمد کاظمی‌نسب» در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، یکی از وظایف ذاتی دولت‌ها را توزیع و بازتوزیع درآمدهای کشور به نحو عادلانه بین دهک‌های مختلف درآمدی خواند و اظهار کرد: در حال حاضر در ایران متناسب با توان اقتصادی اقشار مختلف از کمترین میزان تا بالاترین میزان درآمد، ۱۰ دهک اقتصادی تعریف شده است.

وی تصریح کرد: یکی از راهکارهای اجرای عملیات فوق، پرداخت یارانه است که به صورت مستقیم (یارانه نقدی ماهانه) و پنهان (یارانه حامل‌های انرژی) به ملت ایران پرداخت می‌شود.

وی عدد یارانه پنهان که سالانه به مردم پرداخت می‌شود را ۹۸۰ هزار میلیارد تومان عنوان کرد و افزود: در حال حاضر این مبلغ به صورت غیرعادلانه و ناکارآمد توزیع می‌شود، بدین ترتیب که افراد متمکن و ثروتمند در دهک‌های بالایی به میزان بیشتری از آن نسبت به افراد دهک‌های پایین استفاده کرده و در نتیجه یارانه پنهانی که به ثروتمندان تعلق می‌گیرد، بسیار بیشتر از یارانه پنهان اقشار ضعیف است.

فرماندار ابرکوه در توضیح این مطلب، اضافه کرد: طبق آمار رسمی مرکز آمار ایران و بانک مرکزی دهک‌های بالایی جامعه در حوزه دارو ۱۹.۵ برابر، در کالاهای اساسی چهار برابر، در گاز و برق به ترتیب ۲.۵ و ۳.۶ برابر و در مصرف بنزین ۲۳ برابر افراد در دهک‌های پایین و قشر آسیب‌پذیر، یارانه پنهان دریافت می‌کنند.

کاظمی‌نسب با بیان اینکه این مقایسه تنها مربوط به دهک اول و دهم است، ادامه داد: این آمار و اعداد در مقایسه سایر دهک‌ها بسیار بزرگ‌تر و توزیع این یارانه متأسفانه ناعادلانه‌تر و به عبارتی ظالمانه‌تر است به نحوی که ۵۰درصد مردم از یارانه پنهان محروم بوده و میزان بهره‌مندی سرمایه‌داران در مقایسه با قشر ضعیف و متوسط جامعه از این یارانه بسیار متفاوت است.

وی با بیان اینکه روزانه ۱۰۵ میلیون لیتر بنزین در کشور مصرف می‌شود، یادآور شد: با توجه به خودروهای موجود در کشور در حالت عادی این میزان مصرف باید حدود ۸۰ میلیون لیتر باشد که متأسفانه از میزان ۲۵ میلیون لیتری که بیشتر مصرف می‌شود، ۱۲ میلیون لیتر آن به صورت قاچاق از کشور خارج می‌شود.

فرماندار ابرکوه تأکید کرد: سود یک لیتر بنزین قاچاق در کشورهای آذربایجان، عراق، افغانستان، پاکستان، ارمنستان و ترکیه از ۸ تا ۱۵ هزار تومان است که این موضوع خود نشان‌دهنده ارزان‌بودن قیمت بنزین در ایران است.

کاظمی‌نسب خاطرنشان کرد: در همین راستا به منظور کاهش اختلاف میزان بهره‌مندی دهک‌های مختلف از یارانه پنهان و برقراری عدالت در بازتوزیع درآمدها و همچنین جلوگیری از قاچاق بنزین، دولت تصمیم بر اجرای طرح سهمیه‌بندی بنزین گرفته است.

وی ادامه داد: تاکنون در طول ۴۰ سال پس از انقلاب اقدام به افزایش قیمت حامل‌های انرژی به‌طور خفیف و در چندین مرحله صورت گرفته که به خاطر مصلحت‌اندیشی در مقاطع مختلف زمانی، هیچ‌گاه متناسب با قیمت واقعی نبوده است.

فرماندار ابرکوه ابراز کرد: هجمه استکبار جهانی، پایبند نبودن طرف‌های مذاکره در برجام، تبدیل‌شدن ایران به یک ابرقدرت و اندیشه‌های شوم دشمنان برای شکستن این اقتدار و ناامیدکردن مردم از نظام، جنگ اقتصادی و فشارهای حداکثری و کاهش درآمدهای نفتی همگی عواملی بودند که سبب انتخاب این موقعیت زمانی برای اصلاح قیمت بنزین شد.

کاظمی‌نسب با تأکید بر اینکه همه ارکان حاکمیت پای این تصمیم ایستاده‌اند، عنوان کرد: در شرایط سخت اقتصادی فعلی دولت و حاکمیت چاره‌ای جز اجرای طرح مذکور نداشته و گذشتن از این گردنه سخت نیز تنها با هوشیاری مردم و نخبگان میسّر خواهد بود و برای ترامپ و سایر دشمنان این ملت، روسیاهی را به جا خواهد گذاشت.

اخبار

ناوگان مسافربری به سامانه پیمایش مجهز می‌شوند

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان اردبیل گفت ناوگان مسافربری استان اردبیل همچون ناوگان حمل و نقل به سامانه پیمایش مجهز می‌شود تا براساس عملکرد بنزین سهمیه‌ای به آنها اختصاص یابد.

علی رحمتی در جلسه ستاد تنظیم بازار در اردبیل اظهار کرد: در استان اردبیل یک هزار و ۲۰۰ دستگاه ناوگان مسافربری وجود دارد که ۵۶۱ دستگاه سواری، ۱۸۰ دستگاه مینی‌بوس و ۴۸۰ دستگاه اتوبوس هستند.

وی به استقرار ۱۷ شرکت حمل و نقل مسافری در سطح استان اشاره و خاطرنشان کرد: ۲۵۰ دستگاه ناوگان سواری استان تک گانه و مابقی تبدیل به دوگانه‌سوز شده‌اند که از طریق پنج شرکت فعال در اردبیل، سه شرکت در خلخال، سه شرکت در مشگین‌شهر، سه شرکت در پارس‌آباد، سه شرکت در گرمی و دو شرکت نیز در بیله‌سوار به مردم ارائه خدمات می‌کنند.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان اردبیل بیان کرد: در یک هفته اخیر و با افزایش قیمت بنزین جلساتی را با انجمن‌های صنفی و نمایندگان خودروهای مسافربری داشتیم و تمام جوانب امر را مورد بررسی قرار دادیم تا از افزایش قیمت‌ها جلوگیری شده و ممنوعیت افزایش قیمت کرایه‌ها را اعمال کنیم.

رحمتی به سهمیه ۷۵۰ لیتری ناوگان عمومی تک‌گانه و ۴۵۰ لیتری دوگانه‌سوز اشاره کرد و گفت: این سهمیه دو ماهه اعمال خواهد شد تا ایرادات و اشکالات رفع و در این مدت سعی بر این خواهد بود تا ناوگان مسافربری نیز همچون باری به سامانه پیمایش مجهز شود.

وی در مورد شناسایی ناوگان شخصی فعال در مناطق روستایی و اختصاص سهمیه سوخت برای صاحبان این خودروها خبر داد و اضافه کرد: هرچند سازمان راهداری هرگونه حمل و نقل مسافر توسط خودروهای شخصی را ممنوع کرده اما در مناطق روستایی همچون مسیر اردبیل – هیر، اردبیل – ثمرین راه حلی جز فعالیت این خودروها نداریم که قرار است سهمیه ویژه برای این خودروها اختصاص یابد.

مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان اردبیل افزود: افزایش قیمت کرایه برمبنای بالا رفتن نرخ سوخت بین ۵ تا ۱۰درصد خواهد بود که ما در همه مسیرها براساس کیلومتر میزان مصرف سوخت را با احتساب مابه‌التفاوت قیمت بنزین در چند روز اخیر محاسبه کرده و به صورت دقیق به مسئولان امر اعلام کردیم.

رحمتی بیان کرد: ناوگان سواری و اتوبوس ما عمر ۱۰ ساله دارند اما عمر متوسط ناوگان مینی‌بوس ما ۲۸ سال است که با توجه به افزایش تقاضا برای نصب مخزن و دوگانه‌سوز کردن خودروها از طریق مراکز معاینه فنی این امر مورد توجه جدی است.

وی گفت: هرچند در حال حاضر در برابر افزایش کرایه‌ها مقاومت می‌کنیم اما در آینده اعمال نرخ جدید اجتناب‌ناپذیر خواهد بود و ظرف روزهای آینده ما پیشنهادات خودمان را در ارتباط با ساماندهی ناوگان عمومی و تامین سهمیه بنزین آنها ارائه خواهیم کرد.

ذخیره سهمیه سوخت آبان‌ماه خودروها تا ۶ ماه قابل استفاده است

استاندار تهران از قابل استفاده بودن سهمیه سوخت آبان همه خودروها تا شش ماه و محفوظ ماندن سهمیه خودروهایی که کارت سوخت دریافت نکرده‌اند، خبر داد.

به گزارش ایسنا و بنابر اعلام پایگاه اطلاع‌رسانی استانداری تهران، انوشیروان محسنی بندپی با اشاره به طرح مناسب‌سازی بنزین اظهار داشت: ذخیره سوخت آبان‌ماه همه خودروها تا شش ماه قابل استفاده است.

وی تاکید کرد: ذخیره سهمیه سوخت آبان‌ماه همه خودروها اعم از وانت‌بارها، تاکسی‌ها و غیره تا شش ماه قابل استفاده است.

استاندار تهران همچنین با اشاره به وضعیت خودروهایی که کارت سوخت ندارند، افزود: سهمیه سوخت مالکانی که تاکنون کارت سوخت دریافت نکرده‌اند نیز محفوظ می‌ماند.

ممنوعیت افزایش خودسرانه کرایه‌های تاکسی، آژانس‌ها و سرویس مدارس

رئیس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری بیرجند اظهار کرد رانندگان اجازه افزایش قیمت خودسرانه نرخ کرایه را به بهانه سهمیه‌بندی بنزین ندارند.

یدالله غلام‌پور ۳۰ آبان در جمع خبرنگاران ضمن تشکر و قدردانی از رانندگان قانونمند از راه‌اندازی گشت ویژه نظارت بر حمل و نقل درون شهری جهت نظارت بر عملکرد رانندگان ضمن تشدید نظارت‌ها با مشارکت بازرسین سازمان صنعت، معدن و تجارت خبر داد.

به گزارش ایسنا، وی خاطرنشان کرد: بدیهی است در صورت مشاهده هرگونه افزایش خودسرانه و دریافت کرایه اضافی، مطابق قوانین و مقررات حمل و نقل و یا تعزیرات اعمال قانون خواهد شد.

رئیس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری بیرجند یادآور شد: شهروندان می‌توانند در صورت مشاهده افزایش نرخ در هر مسیر با اعلام کد یا پلاک تاکسی موردنظر از طریق شماره تلفن ۵-۳۲۳۳۸۰۳۴ مراتب را گزارش و پیگیری کنند.

آغاز به کار بنیاد کارآفرینی بلاک‌چین، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا

بنیاد ملی توسعه فناوری در حوزه‌های بلاک‌چین، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا صبح روز پنجشنبه با حضور وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی و همچنین دبیر شورای عالی فضای مجازی افتتاح شد.

به گزارش خبرنگار مهر، اولین بنیاد ملی توسعه فناوری با محوریت بلاک‌چین، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا صبح روز پنجشنبه ۳۰ آبان ماه با حضور محمد شریعتمداری وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ابوالحسن فیروزآبادی دبیر شورای عالی فضای مجازی و عیسی منصوری معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزیر کار آغاز به کار کرد.

این نهاد پس از افتتاح بنیاد ملی کارآفرینی در حوزه محتوای دیجیتال، به عنوان دومین نهاد توسعه اشتغال پایدار در رشته فناوری اطلاعات و ارتباطات راه‌اندازی شده است.

دریچه

معاون جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی مطرح کرد

راهکارهای موفقیت در کسب و کارهای نوین

معاون آموزشی جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی در همایش «فرصت‌ها و چالش‌های سلامت» با تاکید بر اینکه آمادگی، پیشبینی، انعطاف‌پذیری و سازگاری با محیط از مهمترین عوامل پایداری سازمان‌ها و کسب و کارها در محیط پرتلاطم امروزی است، گفت: نیازسنجی و شناسایی اولویت‌ها اولین قدم برای آغاز کسب و کار در حوزه سلامت است. به گزارش ایسنا، دکتر سالار ارزیده در این همایش که از سوی جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی برگزار شد، با ارائه توضیحاتی در ارتباط با وضعیت و تغییرات کسب و کارهای فعال در حوزه سلامت و با اشاره به سرعت بالای رشد داده‌ها در دنیای امروز، تصریح کرد: دنیای امروز دنیای تغییرات‌نمایی است و به دنبال سرعت بالای تغییرات، آینده کسب و کارها به سادگی قابل پیشبینی و پیشگویی نیست. وی با ذکر مثال‌هایی در رابطه با رشد بالای تغییرات در داده‌ها و اطلاعات حوزه سلامت، با اشاره به موضوع «ژنوم انسانی»، عنوان کرد: به عنوان نمونه امروز با رشد تکنولوژی و سرعت بالای تغییرات در علم، می‌توان با پرداخت ۱۳۰ دلار، نسخه ژنوم افراد را تنها با نمونه بزاق تهیه کرد، در حالی‌که این رقم در سال ۲۰۰۷ بیش از ۱۰ میلیون دلار بود.

بیشترین پتنت‌ها در حوزه سلامت

ارزیده با اشاره به پیامدهای مهم فناوری در حوزه سلامت از جمله دیجیتالی‌شدن، پول‌زدایی و دموکراتیزه شدن، اظهار کرد: بیشترین پتنت‌های ثبت‌شده از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۷ در حوزه سلامت به ترتیب در زمینه تجهیزات پزشکی، داروسازی و زیست فناوری بوده است.

معاون جهاد دانشگاهی علوم پزشکی با بیان اینکه طی دهه‌های اخیر مدل کسب و کار در حوزه سلامت کاملا متحول شده است، خاطرنشان کرد: شایسته است فعالان این حوزه گزارش‌های عمومی و کاربردی حیطه سلامت مانند گزارش‌های اختصاصی (GII)Global Innovation Index، که سال ۲۰۱۸ آن به سلامت اختصاص دارد را مطالعه کنند. وی با اشاره به تکنولوژی‌های نوین پزشکی در حوزه تجهیزات پزشکی، تصویربرداری و تشخیص پزشکی، پزشکی بازساختی و پزشکی شخصی‌محور عنوان کرد: تامین مالی در حوزه نوآوری در تجهیزات پزشکی، ایجاد ارتباط موثر بین بالین و آموزش، حرکت از درمان به سمت پیشگیری، بهبود ارزیابی‌های هزینه-اثربخشی در نوآوری‌های پزشکی و توجه به ارزش‌های اجتماعی و ارزش‌های زندگی برخی از اقداماتی است که دولت‌ها باید برای بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در حیطه کسب‌وکار نوین سلامت مدنظر قرار دهند. ارزیده با اشاره به برخی از مثال‌ها در حوزه داده‌های کلان در سلامت، اظهار کرد: آنلاین شدن ۱۷۰ میلیون نفر برای جست‌وجوی اطلاعات سلامت طی ماه، حدود ۳۶ میلیارد تعامل و تبادل اطلاعات سالانه در زمینه سلامت و ۵۰۰ میلیون جست‌وجوی اطلاعات سلامت در گوگل طی ماه برخی از این داده‌های قابل توجه است.

آینده کسب و کارهای نوین سلامت

وی همچنین با اشاره به آینده سازماندهی محل‌های ارائه خدمات مراقبتی سلامت، عنوان کرد: ۵ تا ۱۰درصد به خدمات بستری در بیمارستان، ۱۰ تا ۱۵درصد به بخش خدمات بیمارستانی در منزل، ۱۰ تا ۲۰درصد به مجموعه‌های مراقبت هوشمندسازی و ۴۵درصد به سایر خدمات هوشمند مراقبتی اختصاص خواهد داشت که همگی اهمیت توجه به تغییرات در ساماندهی خدمات حوزه سلامت را دوچندان می‌کند. مدرس دوره‌های «ام بی ای سلامت» جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی با تاکید بر ضرورت حرکت به سمت پیشگیری با استفاده از تکنولوژی و اپلیکیشنهای هوشمند، تصریح کرد: اگر همگام با رشد اطلاعات و داده‌ها و تکنولوژی‌های نوین حوزه سلامت در جهت به‌روزرسانی مهارت و دانش خود حرکت نکنیم در آینده با مشکلات زیادی روبه‌رو خواهیم بود و تازه بعد از چند سال باید به دنبال مهارت‌آموزی باشیم.

تاثیر تغییرات فناوری بر تخصص‌های مختلف حوزه سلامت

وی در بخش دیگر سخنان خود با اشاره به تاثیر تغییرات فناوری بر تخصص‌های مختلف حوزه سلامت، گفت: تکنولوژی سلامت بیشترین تاثیر را در بخش‌های رادیولوژی، درماتولوژی، آنکولوژی و پاتولوژی و کمترین تاثیر را در بخش خدمات پرستاری و درمان‌های اورژانسی خواهد داشت. ارزیده با اشاره به اهمیت مطالعه و بررسی پیشرفت‌های تکنولوژیک حوزه سلامت توسط دانشجویان، اساتید و فعالان حوزه سلامت، عنوان کرد: برای موفقیت در کسب و کارهای نوین سلامت نیازمند تغییر نگرش، دانش و مهارت‌ها و همچنین تغییر مدل‌های ذهنی خود برای ارائه خدمات سلامت هستیم.

وی با تاکید بر اینکه خلاقیت و نوآوری لازمه موفقیت در کسب و کارهای نوین است، گفت: خارج‌شدن از پشت درهای بسته و حل مساله، کشف و یا خلق به شیوه نوآورانه از بهترین تعاریف برای خلاقیت است.

وی با تاکید بر اینکه نیازسنجی و شناسایی اولویت‌ها اولین قدم برای آغاز کسب و کار در حوزه سلامت است، تصریح کرد: می‌توان با بررسی مسائل و چالش‌های اصلی سلامت در مطالعات بومی، مشاهدات تجربی در محیط کار و فعالیت روزمره، گزارش‌ها و اسناد جامع مانند نقشه جامع علمی، نقشه سلامت ۱۴۰۴، برنامه‌های توسعه، گزارشات رسمی، ملی و بین‌المللی منتشرشده در حوزه سلامت، نسبت به شناسایی نیازها و تحولات اساسی این حوزه و ایده‌پردازی برای حل آنها اقدام کرد.

معاون آموزشی جهاد دانشگاهی علوم پزشکی شهید بهشتی با اشاره به مهمترین تفاوت‌های صنعت سلامت با سایر صنایع، بر نبود رقابت‌پذیری، حاکمیت مشتری، آزادی در انتخاب، جریان آزاد اطلاعات و آگاهی مشتری، تصمیمگیری عقلانی، همگونی محصول و بازار کامل تاکید کرد و گفت: بازار سلامت به سادگی در چارچوب نظریههای اقتصادی کلاسیک قرار نمی‌گیرد و بنابراین توصیه می‌شود که برای ورود به این حوزه، به جای رویکردهای مرسوم رایج در نگاهِ کسب و کاری به سلامت در این حوزه، رفتار کارآفرینانه و نوآوری برای حل مسائل اصلی را سرلوحه کارهای خود قرار دهید.

توجه به «سلامت ارزش‌بنیان»

ارزیده در پایان تاکید کرد: در این مسیر سلامت ارزش‌بنیان Value Based Healthcare به عنوان رویکردی نوین، ضمن توجه تؤامان به حل مسائل جامعه سلامت و فعالیت کسب و کارها در این حوزه، بستر مناسبی برای توسعه نوآوری، رفتار کارآفرینانه و بیمارمحور را در این حوزه فراهم کرده و می‌تواند به عنوان جایگزین مناسبی برای رویکردهای کاسب‌مآبانه فعلی رایج در توسعه کارآفرینی سلامت نقش ایفا کند.

اپل برای ساخت نسل بعدی نرم‌افزار چندر

متن دعوت به کاری از طرف اپل منتشر شده که از افراد واجد شرایط خواسته تا برای ساخت نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای تحت ویندوز، به این شرکت بپیوندند.

به گزارش زومیت، اپل به‌دنبال مهندسان نرم‌افزار است تا به شرکت برای ساخت نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای ویندوز کمک کنند. سازنده آیفون طرح‌های خود را در فهرست کاری در اوایل ماه آشکار ساخت که توسط (Neowin) شناسایی شد. این متن افراد واجد شرایط را دعوت به پیوستن به این شرکت برای تولید نسل بعدی نرم‌افزارهای رسانه‌ای ویندوز می‌کند. اپل نرم‌افزارهای ویندوز موجود مانند آی‌تیونز و آی‌کلاد را حفظ می‌کند، اما این دو نرم‌افزار برنامه‌های دسکتاپ قدیم پادکست‌ها، تلویزیون و موزیک. هیچ‌کدام از و اپل کاربران ویندوز را با آی‌تیونز تنها گذاش اپل TV پلاس را داشته باشد، باید به‌جای نرم تحت وب استفاده کند. متن دعوت به کار اپ بزرگ است.» به این موضوع اشاره دارد که ای

همایش‌های کارآفرینی غیر تخصصی باید تعطیل شوند

رئیس هیات‌مدیره انجمن زنان مدیر کارآفرینی تاکید کرد که همایش‌ها و سمینارهایی که بدون داشتن تخصص در این زمینه برگزار می‌شوند، باید تعطیل شوند. «رویا کوهستانی» در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، ضمن انتقاد از برگزاری جشن‌ها و همایش‌هایی که به کارآفرینان جایزه می‌دهند، گفت: اینها تعریف کارآفرین را تغییر داده‌اند؛ بسیار دیده‌ایم که برخی موسسات فرمی را براساس اطلاعات‌شان به افراد ارسال می‌کنند و خواهان برگزاری همایش انتخاب زن برتر کارآفرین هستند. وی با تاکید بر اینکه باید جلوی برگزاری اینگونه همایش‌ها گرفته شود، تصریح کرد: در بسیاری از همایش‌ها تنها مدرکی به فرد ارائه می‌شود و متاسفانه کسانی که نه کارآفرین است و نه مدرک دانشگاهی خاصی دارد، به صرف داشتن مدرکی که از این همایش دریافت کرده شروع به تدریس حتی در دانشگاه‌ها می‌کنند. کوهستانی ادامه داد: هیچ شاخصی برای انتخاب یک فرد به عنوان کارآفرین نمونه در این همایش‌ها و کنفرانس‌ها وجود ندارد. مثلا مدیر یک آرایشگاه می‌شود کارآفرین برتر و هم‌زمان فردی با یک شرکت معدنی و ۱۵۰ نیرو می‌شود کارآفرین برتر که لازم است این موضوع را اصلاح کنیم. رئیس هیات‌مدیره انجمن زنان مدیر کارآفرین با بیان اینکه باید بین کارآفرینان تفاوت قائل شد، بیان کرد: اکنون صاحبان هر کسب و کاری کارآفرین محسوب می‌شوند، اما به عقیده من باید شاخص برای کسب‌و کارها تعیین شود. وی با اشاره به طرح انتقال تجربه گفت: ما به عنوان اعضای انجمن مسئولیت اجتماعی داریم اگر در دانشگاهی یا شهری از تجارب خود صحبت کرده و تعاریف کارآفرینی را ارائه می‌کنیم، این کار به هزینه شخصی خودمان باشد. کوهستانی ادامه داد: این در حالی است که برخی افراد با معرفی خود به عنوان فرد کارآفرین و در ازای دریافت هزینه‌های کلان، همایش برگزار کرده و به این صورت تجارب خود را منتقل می‌کنند. وی معتقد است که بسیاری از شرکت‌ها و موسسات از این راه کسب درآمد می‌کنند که روش مناسبی نیست. کوهستانی درباره پرداخت تسهیلات به زنان کارآفرین گفت: یک زمانی گفته می‌شد ایده جدید کسب و کار بدهیم و در صورت تایید، وام به آنها تخصیص می‌یابد، اما در حال حاضر هیچ تسهیلات ویژه‌ای به زنان کارآفرین پرداخت نمی‌شود و آنها تنها می‌توانند از تسهیلات عادی استفاده کنند.

وی تصریح کرد: مثلا در حوزه صنعت کمیته‌ای با همکاری وزارت صنعت تشکیل دادیم، اما متاسفانه دیدیم هیچ مزیتی برای زنان قائل نیستند و حتی زنان در بسیاری از موارد به دلیل مسائل فرهنگی جامعه با دشواری رو به رو بودند.

لزوم توجه به کارآفرینی، فن‌آفرینی و ایجاد ثروت در همه فعالیت‌های علمی دانشگاه

رئیس دانشگاه شهید مدنی آذربایجان با بیان اینکه جایگاه تولید علم در دانشگاه‌های کشور به برکت سیاست‌گذاری‌های صحیح و اصولی کشور ارتقا یافته است، گفت اما در کنار پرداختن به تولید علم و توسعه مرزهای دانش، باید به کارآفرینی، فن‌آفرینی و ایجاد ثروت در همه فعالیت‌های علمی دانشگاه توجه کرد.

به گزارش ایسنا، حسن ولی‌زاده در نشست تخصصی زمینه‌های کاربردی تولید واکسن‌ها و داروهای نوترکیب در گیاهان با بیان اینکه تمامی مسائل و مشکلات کشور، راهکار علمی دارد، افزود: ایجاد علم، فقط به خاطر مردم و حل مسائل مختلف در حوزه‌های اجتماعی است که در این راستا دانشگاه باید برای تمامی مسائل و مشکلات اجتماعی راهکار ارائه بدهد.

وی با بیان اینکه کشور در شرایط یک جنگ اقتصادی قرار دارد، تاکید کرد: باید از منابع انسانی به صورت همه‌جانبه و شایسته استفاده کرد؛ همچنین با برنامه‌ریزی مطلوب در به کارگیری فرهیختگان و نخبگان دانشگاه از طرح‌ها و پروژه‌های فن‌آفرین حمایت کرد که در این راستا باید درآمد و ثروت خود را به دانشگاه گره بزنیم.

ولی‌زاده در پایان از ابتکار ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی ریاست جمهوری درخصوص توزیع مناسب امکانات و ماموریت‌گرا کردن دانشگاه‌ها و منابع موجود در آنها برحسب تخصص اساتید و تجهیزات دانشگاهی مربوطه تقدیر کرد.

در ادامه دبیر علمی و اجرایی این همایش با بیان اینکه زیست‌فناوری از مهمترین فناوری‌های پیشرفته است، اظهار کرد: نیازهای کشور به فناوری‌های پیشرفته را باید از طریق توجه به پتانسیل‌های داخل کشور برطرف کرد و در راستای رقابت و کسب سهمیه از بازارهای خارجی نیز اندیشید.

محمد احمدآبادی بیان کرد: استفاده از فرصت‌های اقتصادی، پرهیز از موازی‌کاری‌ها و تلاش در راستای رفع موانع ایجادشده از مهمترین اولویت‌های ستاد توسعه زیستفناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حوزه فناوری‌های زیستی است.

وی ادامه داد: این ستاد جهت تسهیل در ارزیابی فعالیت‌های انجام‌شده توسط دانشگاه‌ها و سایر مراکز علمی_پژوهشی اقدام به تقسیم کار ملی و ماموریت‌محور کردن دانشگاه‌ها و مراکز علمی_پژوهشی کرده است.

وی درخصوص اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت ستاد تشریح کرد: کشت بافت گیاهان چوبی و تولید نهال‌های عاری از بیماری و تولید واکسن‌ها و داروهای نوترکیب در گیاهان زراعی جزو اهداف ستاد از تقسیم کار ملی حوزه زیستفناوری است.

رسانه‌ای خود برای ویندوز آماده می‌شود

ی هستند و سن‌شان این موضوع را نشان ونز را به سه برنامه مجزا تقسیم می‌کند: ز این نرم‌افزارها به ویندوز راه پیدا نکرده‌اند ته‌اند. اگر شخصی اشتراک اپل موزیک یا افزارهای اختصاصی ویندوز ۱۰ از نسخه‌های ل با عنوان کردن «تجربه UWP یک مزیت ین شرکت به‌دنبال ساخت نسخه یونیورسال پلتفرم ویندوز (UWP) نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای خود برای ویندوز ۱۰ است. این مسئله می‌تواند به اپل کمک کند تا برنامه‌هایی هم برای ویندوز ۱۰ و هم برای ایکس‌باکس وان به ارمغان آورد؛ این اتفاق برای سرویس اپل TV پلاس بسیار مهم است؛ زیرا در حال حاضر هیچ راهی برای مشاهده محتوای این سرویس روی ایکس‌باکس وجود ندارد.

مشخص نیست که این نرم‌افزارها چه زمانی برای ویندوز ۱۰ عرضه می‌شوند، اما این واقعیت که اپل روی ویندوز ۱۰ سرمایه‌گذاری می‌کند، خبر خوبی برای دارندگان تبلت‌های ویندوزی است؛ چون می‌توانند از نرم‌افزارهای جدید برای خدمات اپل استفاده کنند.

کسب و کار نو نیازمند مهارت است

سرپرست اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی خراسان جنوبی گفت برای کسب و کارهای نو به مهارت‌ها و دانش منحصر به فرد نیاز داریم. به گزارش ایرنا، غلامرضا اشرفی در بازدید از واحد تعاون و کارآفرینی جهاد دانشگاهی خراسان جنوبی افزود: تقویت ارتباط بین دانشگاه، صنعت، تعاون و تجاری‌سازی موجب پویایی در عرصه پژوهش کارآفرینی است. وی گفت: سعی ما بر این است تا بتوانیم از حضور و ظرفیت‌های جهاد دانشگاهی در سراسر استان استفاده کنیم و هرچه ارتباط مراکز دانشگاهی با دستگاه‌ها بیشتر باشد در ارزیابی‌ها نتیجه بهتری خواهیم داشت.

او با بیان اینکه نگاه ما، تعامل، آموزش و توجه به جوانان است، گفت: این اداره کل آمادگی خود را برای انجام طرح‌های کارآفرینی از سوی جهاد دانشگاهی اعلام می‌کند.

معاون آموزشی و مدیر سازمان تجاری‌سازی فناوری و اشتغال جهاد دانشگاهی نیز در این بازدید گفت: جهاد دانشگاهی به عنوان دانشگاه نسل سوم عمل می‌کند.

یادداشت

نماینده مجلس:
رشد اقتصاد کشور در کارآفرینی خلاصه می‌شود

قاضی‌زاده هاشمی، نماینده مردم فریمان و سرخس در مجلس شورای اسلامی گفت با توجه به افزایش نرخ بیکاری، راه رشد و توسعه کشور بدون استفاده از نفت در کارآفرینی و نوآوری خلاصه می‌شود.

به گزارش خبرنگار گروه دانشگاه و آموزش ایرنا، سیدامیر حسین قاضی‌زاده هاشمی در مراسم اختتامیه جشنواره ایده‌های برتر دانشجویی دانشگاه علم و صنعت ایران افزود: هر کشوری برای اداره و توسعه تمدن خود منبعی دارد که از ۱۰۰ سال پیش، فروش نفت به عنوان یک منبع ارزشمند برای احداث زیرساختها، رشد و توسعه کشور در همه حوزه‌ها در ایران مورد استفاده قرار می‌گرفت.

وی گفت: در این سال‌ها ایران با استفاده از منبع ارزشمند نفت توانست در جایگاه ۱۷ تا ۱۸ کشورهای توسعه‌یافته دنیا قرار بگیرد و در همه حوزه‌ها پیشرفت کند. البته ممکن است سایر کشورها به دلیل نداشتن منابع نفتی، از ظرفیتی دیگر برای توسعه تمدنی خود و رشد شاخص‌ها استفاده کنند.

عضو هیأترئیسه مجلس شورای اسلامی با تاکید بر اینکه ایران و جهان به پایان خام‌فروشی نفت رسیده است، گفت: جنبش‌های محیط زیستی، توسعه پتروشیمی، تحریم‌ها، مسائل سیاسی و استخراج نفت شیل سبب شده تا آهسته آهسته به پایان دوران خام‌فروشی نفت برسیم.

قاضی‌زاده هاشمی با اشاره به اینکه امکان سرمایهگذاری در حوزه پتروشیمی و فولاد در کشور خیلی کم است، افزود: با توجه به افزایش نرخ بیکاری باید راه رشد و توسعه را بدون استفاده از نفت در راستای برخورداری از زندگی واقعی شکل داد که راه آن استفاده از شرکت‌های دانش‌بنیان و کارآفرینی خلاقانه و نوآورانه است.

وی ادامه داد: نگاه کشور به شرکت‌های دانش‌بنیان و ایده‌های نو، استراتژیک است. از طرفی ریسک سرمایه‌گذاری در کشور زیاد است و باید کم‌کم برای موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان سرمایه‌گذاری کرد و این کار با تکیه بر نیروهای خودباور انسانی که دارای ایده‌های نو هستند، قابل اجرا است. به گفته نماینده مردم فریمان و سرخس در مجلس شورای اسلامی برای رسیدن به این هدف باید قالب فکری تمام حوزه‌های دانشگاهی تغییر یافته و کارآفرینی توسعه داده شود.

وی خاطرنشان کرد: اگر کارآفرینی صورت نگیرد، همه نیروهای کار جامعه تلاش می‌کنند حقوق‌بگیر دولت شده و کار و ایده نو شکل نخواهد گرفت.

اتاق ایران حامی ایده‌ها و طرح‌های خلاق و نو است

حسین سلاح‌ورزی (نایبرئیس اول اتاق بازرگانی ایران) نیز در این مراسم در سخنانی گفت: در فاصله بین ۱۸ تا۲۴ نوامبر(۲۷ آبان‌ماه تا ۳ آذرماه) ۳۵ هزار رویداد کارآفرینی با حضور ۱۰ میلیون نفر در جهان برگزار می‌شود که هدف آن نوآفرینی و کارآفرینی برای توسعه زیست‌بوم فناوری است.

وی گفت: به رغم اینکه برای افزایش رشد و بهره‌وری اقتصاد در کشور برنامه‌ریزی می‌کنیم، ولی از نظر آماری به هدف‌های تعریفشده نمی‌رسیم. از طرفی تحریم‌ها نیز به کشور آسیب می‌زند و در چنین شرایطی ایده‌های نوآورانه می‌توانند در برابر تحریم‌ها ایستاده و سبب بهبود فضای کسب و کار کشور شوند.

نایب‌رئیس اول اتاق بازرگانی ایران با تاکید بر اینکه در حوزه اجرا هنوز موانع زیادی وجود دارد، اظهار داشت: بیش از دو سال است که حمایت از کسب و کارهای نوآورانه در دستور کار اتاق بازرگانی قرار گرفته و اتاق ایران از ایده‌ها و استارت‌آپ‌های خلاق استقبال کرده و از آنها حمایت می‌کند.

استارتآپ‌ها روشی برای زندگی بهتر هستند

افشین کلاهی (رئیس مجمع تشکل‌های دانش‌بنیان اتاق ایران) نیز در سخنانی اظهار داشت: کارآفرینی نیاز به اکوسیستم دارد و دانشگاه علم و صنعت به خوبی در این مسیر قرار گرفته است.

وی گفت: اتاق بازرگانی برنامه‌هایی برای حمایت از استارت‌آپ‌ها تهیه کرده است. البته استارت‌آپ‌ها فقط تولید ثروت نمی‌کنند بلکه روشی برای اثرگذاری بر جامعه و ارائه چگونگی زندگی بهتر برای ما هستند و در آینده بیشتر از استارت‌آپ‌ها خواهیم دید و شنید.

۸ ایده برتر از بین ۱۰۶ ایده انتخاب شدند

علی‌اصغر بهشتی (عضو مرکز رشد دانشگاه علم و صنعت ایران) دیگر سخنران این مراسم هم گفت: زیستبوم فناوری دانشگاه شامل مراکز رشد، شرکت توسعه و مراکز فناوری است تا دانشگاه را از پژوهش‌محوری به کارآفرینمحوری تبدیل می‌کند. وی افزود: ۲۲ شرکت توسعه در مراکز رشد در سال ۱۳۹۵ وجود داشت و قرار شد این تعداد به ۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان برسد که یکی از روش‌های رسیدن به این هدف، برگزاری جشنواره ایده‌های برتر است.

عضو مرکز رشد دانشگاه علم و صنعت با تاکید بر شناسایی و استفاده از ایده‌های برتر در امور دانش‌بنیان اظهار داشت: این جشنواره برای سال‌های آینده ادامه دارد تا فضای کارآفرینی در بین دانشجویان و اساتید بیشتر گسترش داده شود، اما از بین طرح‌ها و ایده‌هایی که به جشنواره ارسال شد، ۱۰۶ ایده پذیرش شد و ۸ ایده به عنوان ایده برتر انتخاب شدند. البته ۴۸ ایده نیز با قابلیت سرمایه‌گذاری معرفی شدند.

صندوق پژوهش و فناوری دانشگاه علم و صنعت از ایده‌های نو حمایت می‌کند

عباس طائب (رئیس هیات مدیره صندوق پژوهش و فناوری دانشگاه علم و صنعت) در پایان این مراسم عنوان کرد که این صندوق از پژوهش‌های دانشگاهی و ایده‌های نو حمایت می‌کند و دانشجویان می‌توانند با مراجعه به صندوق برای طرح‌ها و ایده‌های نو و خلاق از حمایت‌های مالی برخوردار شوند.

برای کارآفرینی تنها ایده خوب کافی نیست

رضوی بنیانگذار کوچینگ کسب و کار در کشور گفت در کارآفرینی تنها ایده خوب کافی نیست، باید به دنبال این باشیم که ایده در نهایت نوآوری و خلاقیت با تبدیل‌شدن به محصول، بازارپسند باشد تا روند تجاری‌سازی را طی کند. به گزارش ایسنا، رادمرد قدیری در همایش آموزشی- انگیزشی «خلاقیت و نوآوری»، «استارت‌آپ و کارآفرینی» که در کاشمر برگزار شد، افزود: گاه ما در زمان طرح یک ایده با امکان‌سنجی در ذهن خود، متوقف می‌شویم، زیرا زوایای درونی ما در میان قالب‌های ذهنی منفی شرایط تبدیل ایده به محصول را فراهم نمی‌کنند.

وی عنوان کرد: اگر اغلب ایده‌های افراد عملیاتی نمی‌شود چون در برابر ایده‌های‌مان وارد قالب‌های ذهنی می‌شویم که به حل مسأله کمک نمی‌کند، لذا اگر شرایطی را برای بحث مؤثر فراهم کنیم، در پی طراحی ایده‌ای نو و بکر برای تبدیل آن به محصول تدبیر می‌کنیم و در این لحظه نوآوری صورت گرفته و در مرحله بعد باید به دنبال تجاری‌سازی محصول باشیم که عملاً این تغییرات نیازمند تغییرات نگرشی است. این عضو هیأت علمی دانشگاه فردوسی مشهد و دانش‌آموخته انجمن بینالمللی کوچینگ کسب و کار، تصریح کرد: با توجه به اینکه اولین ایده‌ها در افراد به دنبال رسیدن به این مطلب است که ای کاش دستگاهی ساخته می‌شد که کار مدنظرمان را انجام دهد، می‌توان با استفاده از تکنیک توفان ذهنی در مورد هر موضوعی ایده‌ای مطرح کرد و سپس به دنبال امکان‌سنجی برای تبدیل این ایده به محصول برآمد. وی در ادامه داد: میزان دانش افراد صرفا عامل موفقیت نیست بلکه برداشت و نگرش‌ها نسبت به موضوعات در موفقیت ما مؤثر است، افرادی که خود را شناخته و نسبت به احساسات و توانمندی‌های خود آگاهند و از درون خود شناخت لازم را دارند با قضاوت صحیح از خود مسیر موفقیت‌شان را به خوبی ترسیم می‌کنند.

وی که نویسنده کتاب‌های کوچینگ و مالک بیش از پنج برند تجاری است؛ افزود: اگر می‌خواهیم در مسیر موفقیت گام برداریم باید از داشتن نگرش منفی پرهیز کنیم، حضور در لحظه داشته باشیم و به ارزشمندی فرصت‌ها توجه کنیم همچنین به دنبال اثبات خودمان برای دیگران نباشیم و تواضع فکری داشته باشیم. قدیری تصریح کرد: هر حرکت کوچکی در جهت رشد حتی در مرحله طرح ایده موفقیت محسوب می‌شود، در گام بعدی باید بدانیم موفقیت بدون تغییر به دست نمی‌آید و برای کسب هر موفقیتی ابتدا باید تغییراتی درونی و بیرونی ایجاد کنیم که به طور خاص تغییرات درونی در اولویت قرار دارد.

لزوم توجه نخبگان و دانشگاهیان به نیازهای واقعی کشور

پدر سم‌شناسی ایران با اشاره به لزوم خدمت‌رسانی به جامعه بومی و تلاش برای رفع نیازهای واقعی کشور، گفت ادب، نظم، سختکوشی و متانت از مهمترین عوامل برای نخبه‌پروری است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، مراسم پنجمین دوره اعطای جایزه مرحوم علامه طباطبائی (ره) و اولین دوره اعطای جایزه برگزیدگان آیین‌نامه‌های ادبی و قرآنی بنیاد ملی نخبگان با حضور سورنا ستاری؛ معاون علمی‌وفناوری ریاست‌جمهوری و رئیس بنیاد نخبگان، قائم‌مقام و معاونان و مشاوران بنیاد ملی نخبگان و جمعی از نخبگان و مفاخر کشور برگزار شد.

در این مراسم، مهدی بلالی‌مود؛ پدر سم‌شناسی ایران با اشاره به لزوم خدمت‌رسانی به جامعه بومی و تلاش برای رفع نیازهای واقعی کشور، گفت: ادب، نظم، سختکوشی و متانت از مهمترین عوامل برای نخبه‌پروری است. وی افزود: تلاش مستمر فرد در یادگیری و علاقه‌مندی به حوزه کاری، از دیگر عوامل مهم در ثبات قدم در مسیر نخبگی است.

بلالی‌مود در ادامه با اشاره به مسیر طی‌شده خود در حوزه‌های تخصصی، ادامه داد: خانواده‌محوری یکی از مهمترین ارکان توسعه فردی و رسیدن به جایگاه برتر در حوزه‌های علمی است. پدر سم‌شناسی ایران با اشاره به لزوم توجه نخبگان و دانشگاهیان به نیازهای واقعی کشور، یادآور شد: با توجه به جنگ تحمیلی و استفاده رژیم بعث از سلاح شیمیایی، نیاز مبرمی به تخصص‌های مرتبط با سم‌شناسی و شیمی وجود داشت، تحصیل و تدریس در خارج از کشور را رها کردم و برای خدمت‌رسانی به جانبازان کشور و رفع یکی از نیازهای داخلی، به کشور بازگشتم تا توفیق خدمت‌رسانی داشته باشم. برگزیده جایزه علامه طباطبائی تصریح کرد: در مواردی که کشور نیاز واقعی به تخصص و یا مهارتی دارد، نخبگان و متخصصان باید داشته‌های خود را روی آن نیازها متمرکز کنند.

لازم به ذکر است، محمود سعادت‌فومنی؛ قائم‌مقام بنیاد ملی نخبگان، آریا الستی؛ معاون سرآمدان و نخبگان بنیاد ملی نخبگان، حسن سالاریه؛ معاون آینده‌سازان بنیاد ملی نخبگان، حسین شجاعی؛ معاون مستعدان‌بنیاد ملی نخبگان، احسان چیت‌ساز؛ معاون توسعه مدیریت و منابع بنیاد ملی نخبگان و سعید سهراب‌پور؛ مشاور رئیس بنیاد ملی نخبگان از حاضران در این مراسم بودند.

کارگاه برندینگ

راه‌هایی برای افزایش جذابیت پادکست

پادکست‌ها به عضو جدایی‌ناپذیر هر کسب‌وکار موفق تبدیل شده‌اند. برای افزایش تعداد دانلودهای پادکست باید دنبال راهکاری باشید که مخاطبان به شنیدن آن تشویق شوند.

پادکست یا پادپخش فناوری جدید و شبیه به برنامه رادیویی است که به‌صورت دیجیتال ضبط و به‌شکل محتوای صوتی منتشر می‌شود. در چند سال اخیر، پادکست‌ها رشد بی‌سابقه‌ای کرده‌اند و طرفداران زیادی دارند. قالب پادکست شبیه به برنامه‌های رادیویی است؛ از این رو، انتظار نمی‌رفت نسل جدید از آن استقبال کنند. باوجود این طبق گزارش لینکدین، ۴۲درصد جوانان بین ۱۸ تا ۳۴ سال پادکست گوش می‌کنند.

این روزها وبلاگ‌ها با گذشت زمان محبوبیت خود را از دست می‌دهند، اما طرفداران پادکست‌ها بیشتر و بیشتر می‌شوند. این، یعنی رقابت در تولید پادکست جذاب زیاد شده و این افراد باید بیشتر از هر زمانی به فکر ایده‌های جدید باشند. در ادامه این مقاله، راه‌هایی را بررسی می‌کنیم که جذابیت پادکست را افزایش می‌دهند.

۱. مهمان مرتبط با موضوع پادکست دعوت کنید

اینفلوئنسرها یا افراد مشهور در شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر و اینستاگرام و فیس‌بوک معمولا جذابیت پادکست را افزایش می‌دهند و برخلاف تصور، دعوت در چنین برنامه‌هایی را با سرعت می‌پذیرند. تنها نکته‌ای که باید در نظر بگیرید این است که افراد شایسته‌ای را دعوت کنید. معمولا هر پادکستی درباره موضوعی خاص محتوا تولید می‌کند و بدیهی است باید از اینفلوئنسرهای فعال در همان زمینه کمک بگیرد.

بعد از تولید محتوای مدنظر، از مهمانان بخواهید پادکست را در شبکه‌های اجتماعی‌شان به‌اشتراک بگذارند و طرفداران‌شان را به شنیدن آن دعوت کنند. این کار باعث جذب مخاطبان آن‌ها به شبکه شما می‌شود.

۲. از تکنیک‌های مخصوص برنامه‌های رادیویی استفاده کنید

کانال‌های رادیویی می‌دانند شنوندگان خود را چگونه با فایل‌های صوتی سرگرم کنند. این کانال‌ها هنوز هم فعالیت دارند و محبوب هستند، بنابراین، بد نیست از تکنیک‌های آن‌ها درس بگیرید. به‌عنوان مثال، مشخصات خاص و منحصربه‌فرد پادکست ذهن شنونده را هر دو تا پنج دقیقه درگیر می‌کند و جذابیت آن را افزایش می‌دهد. پادکست‌ها معمولا بعد از راه‌اندازی، طرفداران زیادی دارند؛ اما بعد از چند قسمت، بخش درخورتوجهی از مخاطبان خود را از دست می‌دهند؛ ولی کانال‌های رادیویی معمولا شنوندگان ثابتی دارند.

محدودیت زمانی در ساخت پادکست وجود ندارد، اما معمولا پادکست‌های بین ۱۸ تا ۳۰ دقیقه عملکرد بهتری دارند. به‌عنوان مثال، Giant Bombcast یکی از پادکست‌های بسیار محبوب در زمینه بازی‌های ویدئویی است که هر قسمت آن سه ساعت و با طنز همراه است. طولانی‌بودن این پادکست تأثیری روی محبوبیت آن نگذاشته؛ زیرا شنوندگان چشم‌انداز آن را به‌خوبی درک کرده‌اند. باوجود این، اگر قصد دارید پادکستی به‌تازگی ضبط کنید، هرچه مدتش کوتاه‌تر باشد، بهتر است.

۳. قسمت‌های بعدی پادکست را مرتب منتشر کنید

پادکست‌های زیادی با اینکه حتی محتوای خود را در آی‌تونز منتشر می‌کنند، اما مرتب به‌روز رسانی نمی‌شوند. اگر فرصت نمی‌کنید قسمت‌های بعدی را تهیه کنید، بهتر است چند قسمت از پیش ضبط‌شده برای چنین روزهایی در نظر بگیرید. وقتی پادکست دلخواه شنوندگان در روز موعود منتشر نشود، به آن دلسرد می‌شوند و اخبار مربوط به آن را دنبال نمی‌کنند. بنابراین، انتشار قسمت‌های مختلف پادکست را مرتب و طبق برنامه پیش ببرید و چند قسمت ازقبل ضبط‌شده برای اتفاقات پیش‌بینی‌نشده داشته باشید.

۴. دیدگاه مخاطبان را جویا شوید و بخواهید پادکست را نقد کنند

بعد از انتشار هر قسمت پادکست، از مخاطبان‌تان بخواهید آن را نقد کنند. بهترین راه برای پیداکردن ضعف‌های کار پرسیدن نظر کسانی است که پادکست برای آن‌ها ساخته می‌شود. اگر احساس می‌کنید تعداد نقدها کم است، با در نظرگرفتن جایزه یا شرکت در قرعه‌کشی آن‌ها را به انجام این کار تشویق کنید.

همچنین، شبکه‌های اجتماعی و هشتگ‌های مربوط به پادکست خود را مرتب بررسی کنید و به پرسش‌ها یا دیدگاه‌های‌شان پاسخ دهید. وقتی محتوای پادکست تولیدشده باکیفیت باشد، بدون شک شنوندگان برای بهترشدن آن دیدگاه‌ها و نقدهای مثبتی می‌دهند.

در انتهای هر پادکست و در انتهای هر پست شبکه‌های اجتماعی، این موضوع را به مخاطبان خاطرنشان کنید که به نقدهای‌شان گوش می‌دهید و آن‌ها را به‌کار می‌گیرید. اگر در پادکست خود از افراد شناخته‌شده دعوت کرده‌اید، از آن‌ها نیز بخواهید این موضوع را یادآوری کنند.

۵. پیشنهادها و هدیه‌های ویژه در نظر بگیرید

این استراتژی قدیمی از گذشته استفاده می‌شود و پادکست‌های زیادی برای افزایش مخاطبان‌شان این شیوه را به‌کار می‌گیرند. باوجود این، بهتر است پیش از استفاده از این روش چند نکته را به‌یاد داشته باشید:

• نظر واقعی شنوندگان را درباره پادکست جویا شوید. منظور نقد مثبت یا تعارف نیست؛ بلکه از شنوندگان بخواهید نظر واقعی‌شان را بگویند.

• هدیه یا پیشنهادتان باید باارزش و با موضوع پادکست ارتباط داشته باشد.

بعضی هدایا مانند لوازم الکترونیک و پول نقد و کارت هدیه برای همه خوشایند است و از آنجایی‌که همه دنبال هدیه هستند، ممکن است عده زیادی فقط برای دریافت آن هجوم آورند. برای نمونه، با شرکت‌های مرتبط با موضوع پادکست تماس بگیرید و از آن‌ها بخواهید برخی محصولات خود را به‌عنوان پیشنهاد ویژه برای مخاطبان‌تان در نظر بگیرند. این کار نه‌تنها مخاطبان شما، بلکه مخاطبان آن برند را نیز افزایش می‌دهد. همچنین فراموش نکنید برای شرکت در قرعه‌کشی باید مهلتی در نظر بگیرید و با ارسال چند ایمیل، پایان مهلت شرکت در نظرسنجی یا مسابقه را به مخاطبان یادآوری کنید. این تکنیک تعداد مخاطبان را به‌طور چشمگیری افزایش می‌دهد.

این روزها پادکست‌ها عضو جدایی‌ناپذیر هر کسب‌وکار موفق محسوب می‌شوند و تضمینی برای افزایش تعداد مشتری‌های برند هستند. راه‌هایی که بررسی کردیم، کمک می‌کنند جذابیت پادکست و تعداد مخاطبان آن افزایش یابد. رقابت در دنیای پادکست‌ها بسیار زیاد شده؛ بنابراین، به‌کار گرفتن این کارها بخت موفقیت را افزایش می‌دهد.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

اهمیت بازرسی وضعیت برند از نگاه Inc

چگونه عملکرد برندمان را ارزیابی کنیم؟

به قلم: برایان لیسچر موسس و مدیرعامل برند Ignyte
ترجمه: علی آل‌علی

اغلب صاحبان کسب‌وکارها به خوبی از نحوه عملکرد جاری شرکت‌شان اطلاع دارند. شمار بسیار زیادی از چنین افرادی به هنگام مصاحبه با خبرگزاری‌ها یا افراد دیگر آمارهای مختلفی از وضعیت برندشان ارائه می‌کنند. با این حال اگر پیرامون منابع چنین آمارهایی از آنها سوال کنیم، به احتمال زیاد حرفی برای گفتن نخواهد داشت. اگرچه اصرار زیادی روی اعتبار بالای حرف‌های خود دارند. اجازه دهید پرسشی را طرح کنم: چه تعداد صاحب کسب‌وکار را می‌شناسید که توانایی بیان دقیق وضعیت فعلی برندش را دارد؟

پاسخ پرسش فوق در بسیاری از موارد به تعداد انگشتان دست نیز نخواهد بود. تجربه شخصی من نیز گویای همین ماجراست. این امر به دلیل تعامل یک برند با مشتریان، شرکا و سرمایه‌گذارهای مختلف بسیار تکاندهنده خواهد بود. در هر صورت بدون اطلاع از وضعیت واقعی برندمان برنامه‌ریزی برای آینده و همچنین رویارویی با مشکلات جاری بسیار مشکل خواهد بود.

با توجه به آنچه در سطر قبلی گفتیم، معیار نظارت بر عملکرد یک برند چیست؟ پاسخ ساده است، فرآیند ارزیابی عملکرد برند. با طراحی چند فرآیند نسبتا ساده برای ارزیابی عملکرد برندمان به راحتی از تمام کسب‌وکارمان اطلاع کافی کسب خواهیم کرد. در این مقاله من قصد بررسی دلیل اهمیت ارزیابی وضعیت برند و چیستی آن را دارم.

ارزیابی برند چیست؟

ارزیابی برند ناظر بر بررسی دقیق اطلاعات جزئی برندمان است. این اطلاعات مرتبط با موقعیت فعلی برندمان و جایگاهش در بازار فروش خواهد بود. چنین تحلیلی اطلاعات مناسبی در راستای فهم الگوی بازاریابی و تبلیغاتی مناسب برندمان به ما می‌دهد. مهم‌تر از این، فرآیند ارزیابی برند به مدیران آن در زمینه فهم هر آنچه برای برندشان مضر است، کمک شایانی خواهد کرد. بدون تردید با کسب اطلاعات اساسی در مورد برندمان تصمیم‌گیری پیرامون مشکلات اصلی آن راحت‌تر خواهد شد.

فرآیند ارزیابی وضعیت برند روی وضعیت بصری و زبانی آن برند تاکید دارد. به این ترتیب با توسعه بخش بصری و زبانی برندمان حوزه‌های بازاریابی، تبلیغات، برندسازی و مدیریت‌های آنلاین (سایت رسمی و شبکه‌های اجتماعی) دچار تحول بنیادی خواهد شد. بنابراین به طور خلاصه، بخش ارزیابی عملکرد برند به ما در شناخت نقاط قوت و ترمیم نقاط ضعف کمک می‌کند.

چرا فرآیند ارزیابی برند اهمیت دارد؟

فرآیند ارزیابی برند به ما درک واضحی از وضعیت فعلی و نقاط ضعف و قوت برندمان می‌دهد. به علاوه چنین فرآیند آگاهی ما از مزیت رقابتی برندمان در مقایسه با سیار رقبا را افزایش خواهد داد.

با فهم نحوه عملکرد رقبا، برند ما فرصت بهتری برای مقابله و سبقت از آنها خواهد داشت. در هر حال دنیای امروز بر مدار اطلاعات دقیق می‌چرخد. به همین دلیل باید تا جای ممکن ارزیابی برندمان را مد نظر قرار دهیم.

چگونه فرآیند ارزیابی برند را انجام دهیم؟

به منظور انجام فرآیند ارزیابی برند باید شش گام ذیل را مد نظر داشت:

۱. شناخت رقبا

برای شروع باید به سراغ شناسایی رقبای اصلی برندمان برویم. در این راستا ابتدا پنج رقیب اصلی خود را مشخص کنید. بدون تردید هر کسب‌وکاری دریافت نسبی از رقبای اصلی خود دارد. با این حال برای برخی از برندها تعیین رقبا اندکی دشوار است. نکته مهم در این مرحله اختصاص زمان مناسب است. اگر هم واقعا در تعیین رقبای خود دچار مشکل هستید، به سراغ برندهای شبیه به خود بروید. در هر صورت در بازار فروش برندهای مشابه رقیب یکدیگر محسوب می‌شوند.

۲. گردآوری اطلاعات ارزشمند

با داشتن لیستی از پنج رقیب اصلی‌مان باید به سراغ شروع فرآیند جمع‌آوری اطلاعات پیرامون آنها برویم. علاوه بر دیگر برندها باید اطلاعات اصلی برند خودمان را نیز گردآوری کنیم. اطلاعات مهم به طور کلی شامل هر داده مرتبط با هویت بصری و زبانی یک برند است. به این ترتیب بررسی کمپین‌های بازاریابی و تبلیغاتی و همچنین نحوه ارائه خدمات به مشتریان از جمله کارویژه‌های ما در این بخش خواهد بود.

آگاهی به نحوه کار با موتورهای جست‌وجو تاثیر تعیین‌کننده‌ای روی نتیجه کار ما در این بخش دارد. به این ترتیب باید آمار دقیق سایت رقبا و اکانت‌های‌شان در شبکه‌های اجتماعی را داشته باشیم این آمارها به ما در جهت تعیین نوع رفتار و واکنش‌مان در قبال رقبا کمک شایانی خواهد کرد.

۳. تحلیل هویت بصری

پیش از این به اهمیت تحلیل هویت بصری برندها (رقبا و برند خودمان) اشاره کردم. به طور کلی هویت بصری شامل لوگو، رنگ‌های مورد استفاده در آن، فونت لوگو و سایر جلوه‌های بصری (حتی تصاویر مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی) می‌شود. اهمیت تحلیل هویت بصری رقبا در ایجاد فرصت‌هایی برای ایجاد تمایز میان خودمان و آنهاست. به این ترتیب برند ما در زمان مناسب عملکرد بسیار متفاوتی از اکثریت رقبا عرضه خواهد کرد. این عملکرد متفاوت به ما در راستای بهبود وضعیت‌مان در نزد مشتریان کمک شایانی می‌کند. به هنگام تلاش برای بررسی هویت بصری یک برند طرح پرسش‌هایی نظیر «محتوای بصری آن در پی بیان چه پیامی است؟» به شما کمک زیادی خواهد کرد.

به منظور استفاده از اطلاعات پیرامون وضعیت بصری یک برند باید اطلاعات کافی در مورد برند خودمان نیز داشته باشیم. به این ترتیب شناخت کامل از برندمان به نوعی پیش‌نیاز استفاده مطلوب از اطلاعات کسب شده از سایر رقبا خواهد بود.

۴. تحلیل هویت زبانی

هر برندی از نوع خاصی از زبان دستوری برای نگارش پیام‌ها و اطلاعیه‌های خود استفاده می‌کند. با نگاهی ساده به پیام‌های هر برند در شبکه‌های اجتماعی و سایت رسمی‌اش به راحتی از این هویت مطلع خواهیم شد. توجه داشته باشید که منظور من از پیام در اینجا به طور مشخص به محتوای متنی برندها در شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد. برای همه ما پیش آمده که از زبان یک برند خوش‌مان نیاید. این امر به ویژه در شبکه‌های اجتماعی بارها و بارها رخ می‌دهد. به همین دلیل بسیاری از افراد هیچ دلیلی به جز «عدم پسند کلی» برای صرف نظر از یک برند ندارند. در چنین مواقعی نه کیفیت محصول در میان است و نه نوع سرویس‌دهی. برعکس ماجرا به طور کامل در ارتباط با زبان دستوری آن برند خواهد بود. در صورت استفاده از زبان نامناسب مشتریان ما به مرور زمان کاهش چشمگیری خواهد یافت.

۵. یافتن جایگاه مناسب برندمان

پس از آنکه هویت بصری و زبانی رقبا و برند خود را مورد تحلیل قرار دادیم، امکان نتیجه‌گیری پیرامون تعیین جایگاه برندمان وجود دارد. در این مرحله باید براساس اطلاعات جمع‌آوری شده تا به اینجای کار پرسش‌های ذیل را پاسخ دهید:

• مزیت اصلی استراتژی ما در مقایسه با رقبا چیست؟

• عملکرد بازاریابی و تبلیغاتی رقبا دارای چه نقاط الهام‌بخشی است؟ (از این نکات باید در راستای بهبود وضعیت برندمان استفاده کنیم)

• مزیت رقابتی ما در مقایسه با رقبا در کدام بخش برندمان قرار دارد؟ نقاط ضعف‌مان را چگونه باید رفع کنیم؟

• تفاوت هر کدام از برندهای رقیب ما در چه المانی نهفته است؟

۶. تهیه نسخه نهایی گزارش ارزیابی

در نهایت باید یافته‌های خود را در قالب یک گزارش جامع قرار دهیم. این گزارش نهایی باید علاوه بر تحلیل وضعیت رقبا شامل دستورالعملی جامع و کاربردی برای توسعه جایگاه برند خودمان نیز باشد. هدف اصلی از تهیه چنین گزارشی استفاده از آن در بخش‌های مختلف برندمان است. به این ترتیب نیازی به انتشار عمومی گزارش نخواهد بود. در غیر این صورت دیگر رقبا از نتیجه زحمات ما به طور رایگان بهره‌مند خواهند شد. اگر به دنبال تاثیرگذاری و سهولت کاربرد گزارش‌تان برای بخش‌های مختلف برندتان هستید، توصیه من دسته‌بندی هر بخش از گزارش و ارسال قسمت مرتبط با هر بخش برندمان به مدیر آن است. به این ترتیب نتیجه ارزیابی ما در کوتاه‌ترین زمان ممکن تاثیرش را روی عملکرد برندمان نشان خواهد داد.

به طور معمول انجام فرآیند ارزیابی عملکرد برند به ما اطمینان لازم در مورد عملکرد مناسب بخش‌های حیاتی برندمان را خواهد داد. به این ترتیب همیشه فرصت کافی برای جلب توجه مخاطب و توسعه پایدار کسب‌وکارمان را خواهیم داشت. به عنوان سخن پایانی باید به مدت زمان تکرار هر دوره از ارزیابی عملکرد برند اشاره کنم. در حالت ایده‌ال هر شش ماه یکبار باید ارزیابی وضعیت برند صورت گیرد. اما اگر برند شما با محدودیت بودجه مواجه است، ارزیابی سالانه گزینه چندان بدی نخواهد بود.

منبع: inc

چگونه مانند فروشندگان موفق عمل کنیم؟

۵ نکته‌ای که هر فروشنده بزرگی به کار می‌بندد

به قلم: جوزف کورتیس نایب رئیس بخش فروش موسسه Salesforce
ترجمه: علی آل‌علی

برترین فروشندگان به خوبی از بهترین بودن‌شان اطلاع دارند. آنها غرور و افتخار خاصی را به هنر فروش‌شان اضافه می‌کنند. به عبارت بهتر، آنها خود را از چرخه رایج فروش جدا ساخته و بهترین عملکرد را ارائه می‌کنند. پرسش اصلی در اینجا شیوه انجام چنین کاری است. آیا شما نیز جزو یکی از بزرگترین فروشندگان حوزه کسب‌وکار هستید؟

من از ۱۶ سال پیش در حوزه تکنولوژی فروش فعالیت دارم. در این سال‌ها با بسیاری از شرکت‌های فعال در زمینه تکنولوژی فروش و البته موسسه Salesforce همکاری داشته‌ام. چنین سابقه‌ای به من فرصت مناسبی برای همکاری و مشاهده نحوه عملکرد فوق‌العاده برخی از برترین فروشندگان در کسب‌وکارهای مختلف را داده است. وقتی از نزدیک با فروشندگان بزرگ همکاری دارید، از جزئی‌ترین عادت‌های آنها نیز مطلع خواهید شد. شاید در نگاه نخست برخی از رفتارهای فروشندگان بزرگ هیچ تاثیری روی موفقیت آنها نداشته باشد، با این حال در تحلیل نهایی هیچ رفتاری بی‌اثر نیست. با مشاهده رفتار و نحوه عملکرد فروشندگان بزرگ در ۱۶ سال اخیر من به پنج نکته مهم پی برده‌ام. در این مقاله همه پنج نکته مهم را به ترتیب بیان خواهم کرد. توجه داشته باشید که این پنج نکته در زندگی حرفه‌ای من تاثیر بسیار مثبتی ایجاد کرده است. بنابراین با خیال آسوده نسبت به تاثیرگذاری آنها به سراغ مطالعه ادامه مقاله بروید.

۱. بهترین فروشندگان روند گفت‌وگو و تعامل را تصاحب می‌کنند

من در طول دوران فعالیت در حوزه کسب‌وکار سخنرانی‌های زیادی برای فروشندگان تازه‌کار بسیاری از شرکت‌ها داشته‌ام. نام سخنرانی‌های من «ایراد اصلی از سخنرانی شماست» بود. به مانند همه سخنرانی‌ها در حوزه اعتماد به نفس (در طول ۲۰ سال اخیر روی این موضوع تاکید بسیاری صورت گرفته است) من نیز به حوزه‌های مختلفی در تقویت کار فروش پرداختم. اگر بخواهم به طور خلاصه مهم‌ترین بخش از این سخنرانی‌ام را به شما بیان کنم، باید به این این نکته ارجاع‌تان دهم: موفقیت شما مبتنی بر عملکرد خودتان است. افراد حرفه‌ای در حوزه فروش اطلاعات بسیار وسیعی دارند. این اطلاعات به آنها قدرت کافی برای تعامل سازنده و جلب نظر مشتریان هدف را خواهد داد. به این ترتیب تفاوت اصلی میان فروشندگان حرفه‌ای و معمولی در سطح دانش، اطلاعات و کاربرد آنهاست. شاید برخی از افراد فروش بیشتر را حاصل شانس فروشندگان متفاوت بدانند. با این حال در مقاله کنونی قصد من تقلیل همه چیز به صرف شانس نیست. وقتی یک فروشنده موفق و بزرگ به سراغ مشتری هدفش می‌روند، هر چیز مورد نیازی را خواهد داشت. به عبارت ساده، فروشندگان موفق با حضور ذهن کامل رفتار می‌کنند. وقتی آنها قرار ملاقاتی به خریدار دارند، تمام تمرکزشان پیش از جلسه و در حین آن به مخاطب است. چنین الگویی از رفتار را روانشناس‌ها اعتماد درونی کنترل شرایط می‌نامند. به این ترتیب فروشنده مورد نظر توانایی لازم برای کنترل شرایط درونی (اعتماد به نفس) و کنترل روند تعامل و گفت‌وگو با مخاطب خود را خواهد داشت. نتیجه توجه به چنین توانایی و تقویت آن نیز کسب موفقیت بیشتر در زمینه فروش است.

نکته‌ای که اکنون در مورد آن صحبت می‌کنیم، دشوارترین بخش کارنامه حرفه‌ای من را تشکیل می‌دهد. دلیل آن نیز کاملا روشن است: مهارت مورد نیاز در این بخش به طور کامل بستگی به شخصیت فردی فروشندگان دارد. به نظر من بهترین روش برای توسعه مهارت اعتماد به نفس و کنترل بحث پاسخگویی شخصی به پرسش‌های ذیل است: من چگونه به جایگاه فعلی‌ام در حوزه فروش رسیده‌ام؟ آیا من براساس مهارت‌های شخصی و یادگیری نکات جدید موفقیت کسب کرده‌ام؟ به هنگام شکست چه کسی را بیش از همه سرزنش می‌کنم؟

پاسخ تمام این پرسش‌ها باید معطوف به شما باشد. به عنوان یک فروشنده همه چیز (پیروزی یا شکست) متعلق به شماست.

۲. بهترین فروشندگان کاردان هستند

وقتی من کلاس پنجم بودم، برنامه مک گیور بسیار مشهور بود. به یاد دارم که در آن دوران من و همکلاسی‌هایم همیشه در حال تقلید سکانس‌های مختلف این برنامه بودیم. با این حال هیچ‌گاه موفق به تقلید درست آن نمی‌شدیم. اگر این برنامه را به یاد داشته باشید، محور اصلی آن قرار دادن شرکت‌کننده در شرایط دشوار بدون هیچ‌گونه ابزار، اطلاعات یا نقشه کاربردی بود. هدف اصلی شرکت‌کنندگان نیز نجات از شرایط دشوار پیش آمده بود. مک گیور به عنوان شرکت‌کننده اصلی این برنامه هیچ‌گاه نسبت به شرایط دشوار ابزار نارضایتی نکرد. برعکس او به سرعت با شرایط پیش آمده هماهنگ می‌شد. توانایی وی در انطباق سریع با شرایط و بهبود وضعیت فعلی‌اش بسیاری از مخاطب‌های برنامه را شگفت‌زده می‌کرد. او این کار را هر هفته انجام می‌داد. در نتیجه هر هفته برنامه وی جزو پربیننده‌ترین‌ها بود.

بهترین فروشندگانی که من در زندگی‌ام دیده‌ام، درست مانند نسخه مدرن مک گیور هستند. آنها در سخت‌ترین شرایط بهترین عملکرد را از خود بروز می‌دهند. وقتی که بسیاری از افراد انجام معاملات را غیرممکن تصور می‌کنند، فروشندگان معتبر ناگهان تمام معادلات را تغییر می‌دهند. کاردانی یکی از مهمترین ویژگی‌های هر فروشنده بزرگی است. به این ترتیب آنها همیشه به دنبال یافتن بهترین راهکارها در کمترین زمان ممکن هستند. به این ترتیب در اغلب موارد فروشندگان موفق راه حل خود را بسیار سریع پیدا می‌کنند. برخلاف فروشندگان ماهر، فروشندگان معمولی پس از مواجهه با شرایط دشوار به سرعت تسلیم می‌شوند. آنها گوشی هوشمند و رایانه خود را خاموش کرده و به سراغ پروژه بعدی می‌روند.

اگر به دنبال موفقیت در عرصه فروش هستید، باید مک گیور درونی خود را تقویت کنید.

۳. بهترین فروشندگان کارشناس‌های خبره‌ای هستند

فرآیند فروش کمتر روی فعالیت فروش و بیشتر روی هدایت مخاطب تمرکز دارد. هدایت مخاطب نیازمند سطح بالایی از اعتماد به نفس، که خود مستلزم داشتن اطلاعات بالا و تجربه کافی است، خواهد بود. اگر بخواهم فرآیند هدایت مشتری را به صورت فرمولی ساده بیان کنم، باید به این ترتیب عمل کنم: اطلاعات+ تجربه= اعتماد به نفس لازم برای هدایت مشتری. شما توانایی مدیریت بخش نخست این فرمول را دارید. با مطالعه و یادگیری از دیگران اطلاعات مورد نیاز به دست می‌آید. بخش دوم نیازمند شکیبایی است. در هر صورت تجربه در خلال کارهای متعدد به دست می‌آید. وقتی تجربه کافی به دست آمد، همه چیز برای هدایت مشتریان آماده خواهد بود. متاسفانه امروزه بسیاری از فروشندگان اطلاعات کافی در مورد محصولی که می‌فروشند را ندارند. به همین دلیل در تعامل با مشتری در بیشتر مواقع حین بحث در پاسخ به مخاطب کم می‌آورند. اگر فروشنده برند شما اطلاعات کافی را داشته باشد، باز هم به معنای موفقیت در فروش نخواهد بود. شمار بالایی از فروشندگان تجربه لازم برای تعامل با مشتریان را ندارند. فروشندگان بزرگ به دلیل استمرار تعامل و گفت‌وگو با مشتریان به خوبی از شیوه‌های اقناع و تاثیرگذاری بر آنها مطلع هستند. در بسیاری از موارد به دلیل تفاوت شخصیت و علایق مشتریان امکان انتقال چنین تجربیاتی در تعامل با مشتری وجود ندارد. به همین دلیل علاوه بر اطلاعات در اینجا روی تجربه شخصی نیز تاکید کرده‌ام.

به عنوان نتیجه این بخش، علاوه بر مطالعه و یادگیری نظریه‌های مختلف در زمینه فروش باید به سراغ کسب تجربه نیز برویم. این کار در نهایت الگوی ما در تعامل ما مشتریان را شکل خواهد داد. وقتی یک فروشنده با اعتماد به نفس بالا، اطلاعات وسیع و بیان شیوه با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند، شانس موفقیتش بسیار بالا خواهد بود.

۴. بهترین فروشندگان به دیگران کمک می‌کنند

فرقی ندارد که در چه جایگاهی هستید (یک فروشنده تازه‌کار، کارآموز یا فروشنده‌ای حرفه‌ای و دارای چندین آژانس فروش)، در هر حالت شما امکان کمک به دیگر افراد را خواهید داشت. به هر حال شما اطلاعات یا تجربه مناسبی دارید که سایر افراد از آن محروم هستند. با به اشتراک‌گذاری اطلاعات و تجربیات خود علاوه بر راهنمایی دیگران، جایگاه خود به عنوان یک کارشناس خبره را نیز ارتقا خواهید داد. همه فروشندگان حرفه‌ای که من با آنها همکاری داشته‌ام، با رضایت خاطر تمام تجربیات و دانسته‌ای خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند. به علاوه آنها هیچ چشم‌داشت یا هدف بلندمدتی نیز از کار خود ندارند. به این ترتیب مخاطب آنها (در اینجا کارآموزها و فروشندگان مبتدی) به آنها به چشم کارشناسی نیکوکار نگاه می‌کنند. نکته مهم در خصوص این شیوه رفتار که شاید بسیاری از فروشندگان حرفه‌ای هم بدان آگاه نیستند، تبدیل شدن این کار نیک به عنصری اساسی در زمینه افزایش اعتماد به نفس فروشندگان است. به این ترتیب، وقتی ما به افراد دیگر کمک می‌کنیم، اعتماد به نفس‌مان (در زمینه تجربه و دانش) افزایش می‌یابد. در نتیجه به هنگام تعامل با مشتریان خود را یک کارشناس کاملا خبره قلمداد می‌کنیم. این کار به ما در زمینه تعامل بهتر و با اعتماد به نفس بیشتر کمک شایانی خواهد کرد.

اعتماد به نفس ناشی از به اشتراک‌گذاری اطلاعات و تجربیات از چشم دیگران نیز پنهان نمی‌ماند. براساس پژوهش شاون آچُر، نویسنده کتاب توانایی بزرگ، افرادی که علاقه‌مند به کمک به دیگران در محیط‌های اجتماعی هستند، ۴۰درصد بیشتر از دیگران شانس کسب ارتقای شغلی را دارند. بدون تردید بسیاری از فروشندگان حرفه‌ای با هدف ارتقای شغلی تجربیات خود را با دیگران سهیم نمی‌شوند. آنها این کار را برای افزایش اعتماد به نفس‌شان و احساس مطلوبی برخواسته از کمک به دیگران انجام می‌دهند. با این حال اگر به شرایط ارتقای شغلی نیز فکر کنیم، اقدام چندان بدی نخواهد بود.

۵. بهترین فروشندگان به سرعت پیشرفت و تغییر می‌کنند

بهترین فروشندگان به طور غیرمنطقی و دیوانه‌وار تغییر نمی‌کنند، اما علاقه و آمادگی بالایی برای پیشرفت و در صورت نیاز تغییر دارند. من همیشه در طول دوران فعالیت حرفه‌ای خود با تعجب به فروشندگانی که با سرعت اندک به فعالیت فروشندگی، رسیدگی به امور و برقراری ارتباط با مشتریان می‌پردازند، نگاه می‌کردم. حقیقت آن است که فروشندگان ماهر و موفق همه کارها را در کمترین زمان ممکن انجام می‌دهند. البته این سرعت بالا به معنای عدم توجه به کیفیت نیست، بلکه به نوعی افزایش مهارت برای حفظ کیفیت و در عین حال انجام سریع امور ربط دارد. درست مانند شخصیت نورتن در فیلم رستگاری در شاوشنک «نه فردا، نه بعد از صبحانه، بلکه همین الان» باید کارها را انجام داد. براساس تجربه وقتی کارها را سروقت انجام می‌دهیم، همکاران و مشتریان از ما راضی‌تر خواهند بود. به علاوه، خودمان نیز احساس بهتری نسبت به کارمان خواهیم داشت. مشکل اساسی بسیاری از فروشندگان عدم توجه به ضرورت ساماندهی فوری کارهاست. به همین خاطر معمولا اغلب فروشندگان در زمانی واحد هم درگیر کار فعلی‌شان هستند و هم نیمی از تمرکزشان معطوف به کارهای از قبل مانده است.

به منظور توسعه فرآیند فروش در برندتان ابتدا باید نگاهی به تیم فروش شرکت بیندازید. در این نگاه هدف اصلی شناسایی افراد مستعد و اقدام برای توسعه جایگاه و اختیارات‌شان است. در مرحله بعد باید نسبت به تغییر جایگاه کارمندانی که عملکرد مناسبی ندارند، اقدام کنیم. برخی از فروشندگان استعداد بالایی دارند، اما در جایگاه نادرستی فعالیت می‌کنند. با یک تغییر ساده در جایگاه افراد شانس ما برای تعامل بهینه با آنها و دریافت نتیجه بهتر افزایش چشمگیری خواهد یافت. به یاد داشته باشید وقتی فردی از کار خود لذت ببرد، نتیجه فعالیتش موفقیت‌آمیز خواهد بود.

منبع: hbr

ایستگاه بازاریابی

فروش مؤثر بدون فشار و تحمیل

۱. یاد بگیرید فروش را دوست داشته باشید

اگر فروش باعث می‌شود احساس خوبی نداشته باشید شاید به این دلیل است که فروش در انتهای لیست اولویت‌های‌تان قرار دارد. بسیاری از افراد از فروش متنفرند و فکر می‌کنند که از خدمات و کالاهای ما سود می‌برند باید خودشان به سراغ ما بیایند. همه ما دوست داریم خودمان باشیم حتی اگر در فروش محصولات و خدمات موفق باشیم. فروش یعنی کمک به افراد برای انتخاب چیزی که برای‌شان مناسب است. اگر از کمک به مردم لذت ببرید از فروش هم لذت می‌برید. به این شکل درباره‌اش فکر کنید و افکار منفی را مثبت کنید. هرچه در فروش بهتر باشید مشتریان راحت‌تر از شما خرید می‌کنند و بیشتر می‌توانید به آن‌ها کمک کنید.

۲. درک کنید مردم دوست دارند چه چیزی بخرند

وقتی مردم محصولات و خدماتی می‌خرند واقعاً چه چیزی می‌خرند؟ منظور خود محصول یا خدمات نیست بلکه منظور رضایت مشتری است. مردم نتایج را می‌خرند. یک تصمیم خرید برای به دست آوردن نتیجه مثبت و دوری از نتیجه منفی گرفته می‌شود چون مردم یا به سمت شادی می‌روند یا از درد دور می‌شوند. تصمیم خرید با چیزهایی که برای مشتری اهمیت دارند تحریک می‌شود و به ارزش‌های فردی آن‌ها مربوط است. ارزش شخصی چیزی است که عمیقاً برای فرد مهم است. فیلترهای ذهنی ایجاد می‌کند که به فرد کمک می‌کنند به هنگام انتخاب محصولات و خدمات به دنبال رضایت باشند.

۳. ارتباط برقرار کنید

ارتباط ممکن است به‌عنوان حس راحتی باشد. وقتی در دیگران اعتماد ایجاد می‌کنید، بر این ارتباط اثر می‌گذارید. صداقت می‌تواند کلید اصلی رابطه باشد. ازآنجاکه بیشتر ارتباطات ما غیرکلامی است ما اغلب از پیام‌هایی که به افراد برای ملاقات می‌فرستیم آگاهی نداریم. زبان بدن و تن صدا بر اینکه چطور ارتباط کلامی‌مان تفسیر می‌شود تأثیر می‌گذارد. هر چقدر با فرد مقابل‌تان بیشتر آشنا شوید و بیشتر او را بشناسید رابطه بهتری برقرار می‌کنید.

۴. خواسته‌ها و دردهای مشتریان را کشف کنید

عنصر اصلی یک مکالمه فروش موفق این است که بتوانید چالش‌ها، ناامیدی‌ها، نیازها و علایق مشتریان بالقوه را کشف کنید. اگر این کار را به‌خوبی انجام دهید به مشتریان بالقوه کمک می‌کنید تا مشخص کنند چه می‌خواهند و چه نمی‌خواهند. این شفافیت فرد را وادار به اقدام می‌کند. بگذارید از رنج دور شده و به‌سوی لذت و شادی برود. کشف مسائل واقعی نیاز به درجه‌ای از اعتماد و ایجاد ارتباط دارد. باید طوری فرد را هدایت کنید که به شما بگویند واقعاً چه می‌خواهند و نیاز به چه کمکی دارند. گاهی مسائلی که زیاد هم واضح نیستند بیشترین اهمیت را دارند.

۵. با زبان مشتری صحبت کنید

دنیا را از دیدگاه مشتریان‌تان ببینید و به زبان آن‌ها صحبت کنید. به این توجه کنید مشتریان‌تان چه می‌خواهند و آن را چگونه بیان می‌کنند. ممکن است نکات خاصی را بشنوید که آن‌ها خیلی روی آن تأکید دارند. بعضی از کلمه‌های کلیدی را بنویسید، مطمئن شوید آن‌ها را درست فهمیده‌اید. در مکالمات فروش بعدی با این مشتریان تا حد ممکن از این کلیدواژه‌ها استفاده کنید. می‌بینید که آرامش می‌گیرند، سر تکان می‌دهند و می‌گویند حق با شماست. حرف زدن با زبان مشتری نشان‌دهنده این است که شما آن‌ها را درک می‌کنید و به آن‌ها اهمیت می‌دهید.

۶. راه حل ارائه دهید

برای اینکه بتوانید راه حل پیشنهادی خود را با مکالمات فروش‌تان مطابقت دهید گام‌های زیر را مدنظر داشته باشید:

- مشکلات و نتایج دلخواه مشتریان‌تان را خلاصه کنید، توافق کنید و نشان دهید که می‌دانید چه چیزی برای‌شان مهم است.
- مسائل‌شان را تایید کنید، ارزش‌ها و آنچه می‌خواهند به دست بیاورند را مشخص کنید.
- طرح پیشنهادی خود را با زبان خودشان برای‌شان توضیح دهید و به آن‌ها بگویید که این راه حل چه مزایایی برای خودشان و کسب‌وکارشان دارد.
- برای فهم بهتر مطالب از شکل‌های تصویری مثل نمودارها استفاده کنید.
- نمونه کارهای خود را به مشتریان نشان دهید تا بفهمند چگونه در گذشته به سازمان‌های مشابه کمک کرده‌اید.
- توضیح دهید چطور شما و شرکت‌تان به بهترین نحو کار می‌کنید تا نتایج دلخواه مشتری حاصل شود.
- وقتی با هم کار می‌کنید انتظارات مثبتی از هم داشته باشید.

۷. ارزش‌تان را همراه با قیمت ارائه دهید

چطور ارزش‌تان را در کنار قیمت ارائه می‌دهید:

- تأثیر محصول یا راه‌حل‌تان در کسب‌وکار مشتری را به‌طور مفصل شرح دهید. می‌توانید از موادی مثل کمک به سود بیشتر، فروش بیشتر، کارایی و کیفیت بالا استفاده کنید.
- مکالمه را به سمت نتایج ببرید. آن‌ها انتظار دارند محصول شما چه نتیجه‌ای برای‌شان داشته باشد؟
- انتظارات را کنترل کنید تا از وعده زیادی بپرهیزید.
- بر سر حوزه‌ای از کار برای قیمت ارائه‌شده توافق کنید. در غیر این صورت ممکن است نتوانید برای قیمت اصلی چانه بزنید.
- نمونه کارهای موفق را نشان دهید و از این طریق ارزش کارتان را به مشتری تفهیم کنید. آیا نمونه کار دارید؟
- ارزش و قیمت باید متعادل باشند. مشتریان‌تان باید مطمئن شوند که می‌توانند از نتایج وعده داده شده سود ببرند و این سرمایه‌گذاری ارزشش را دارد.

۸. بادقت قرارداد ببندید

دقت کردن در عقد قرارداد قدم بزرگی به سمت تضمین فروش‌تان است. به‌خصوص اگر مشتری بخواهد در نیمه‌راه منصرف شود. یک قرارداد دقیق شما را از «اما و اگرها» نجات می‌دهد و مانع تلف شدن وقت و انرژی شما می‌شود. عقد قرارداد چیزی است که همیشه باید در مورد آن هوشیار باشید. بدون قرارداد مشتری مطمئن نیست که خدمات موردنظرش را دریافت می‌کند و شما نیز مطمئن نیستید که در برابر خدمات ارائه‌شده مبلغی دریافت می‌کنید یا نه.

۹. مراقب پیگیری‌ها باشید

بعد از تماس اولیه لازم است که با تلفن یا ایمیل پیگیری کنید. بدون شک پیگیری مهم‌ترین فعالیت برای شروع است. برخی معتقدند که پیگیری کردن به معنای تحمیل کردن و فشار زیاد است درحالی‌که دیگران آنقدر سرشان شلوغ است و بی‌نظم هستند که نمی‌توانند آن را به‌درستی انجام دهند. پیگیری نشان می‌دهد شما به‌عنوان یک یادآورنده به مشتری عمل می‌کنید. بیشتر افراد برای پیگیری از شما تشکر می‌کنند چون این کار این را نشان می‌دهد به کسب‌وکارشان اهمیت می‌دهید.

منبع: hormond

رهبری

از حس خوب عروسک‌های پارچه‌ای تا رسیدن به جریان‌های درآمدی

نازنین توکلی
کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

یادم می‌آید وقتی به مدرسه می‌رفتم، درست کردن کاردستی و عروسک‌سازی با تکه پارچه‌های به جا مانده از خیاطی مادرم بهترین سرگرمی اوقات فراغتم بود. عروسک‌هایم را با کمترین هزینه ولی با ذوق و اشتیاق بسیار می‌ساختم. پارچه و کامواهای رنگی و دکمه‌های براق روی لباس عروسک‌هایم حس تازگی و نشاط کودکانه را حتی در بزرگ‌ترها زنده می‌کرد. وقتی با بچه‌های فامیل دور هم جمع می‌شدیم، با عروسک‌ها در دنیای پر از خیال کودکانه‌مان تا دوردست‌ها سفر می‌کردیم.

سال‌ها از آن روزها می‌گذرد. گاهی در دنیای رقابتی و پر از فراز و نشیب امروز، دلم برای آن حس آرام و کودکانه تنگ می‌شود. روزی با خودم گفتم شاید بهتر باشد مثل همان دوران مدرسه بعد از کار سخت روزانه دوباره سری به تکه پارچه‌های اضافه جعبه خیاطی بزنم و برای آرامش و سرگرمی خودم هم که شده عروسک‌سازی را دوباره شروع کنم.

ایده‌ای که در ذهن داشتم را اجرا کردم. طولی نکشید که اتاق کارم پر شد از عروسک‌های دست‌سازی که انگار هر کدام‌شان حرف‌های زیادی برای گفتن داشتند. به خودم گفتم می‌توانم با سرعت و تنوع بیشتری عروسک بسازم و حتی کسب و کار خانگی‌ای راه بیندازم و از این راه به عنوان شغل دوم، کسب درآمد کنم.

اما فکرم درگیر سوالات زیادی شد.

- چطور می‌توانم با این کار پول دربیاورم؟

پول درآوردن نیازمند هزینه است. باید بتوانم ارزش و وجه تمایز محصولاتم را با رقبای داخلی و خارجی‌شان به خوبی نشان دهم. لازم است مشتری محصولات دست‌سازم را ببیند و حس خوب آنها را درک کند. تا جایی که حس نوستالژی و کودکانه عروسک‌هایم مشتری را ترغیب به خرید کند. عروسک‌ها باید در معرض دید مشتریان مخصوصا کودکان قرار بگیرند، اما چگونه؟

- چگونه می‌توانستم با صرف کمترین هزینه‌ها برای عروسک‌هایم تبلیغ کنم؟

به فکرم رسید که خیلی ساده از اطرافیانم شروع کنم. چندتا از عروسک‌ها را به مناسبت‌های مختلف به بچه‌های فامیل و دوست وآشنا هدیه بدهم. در کنار این روش می‌توانم از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی هم کمک بگیرم. راه‌اندازی صفحه اینستاگرام برای به نمایش گذاشتن عکس‌های زیبا از عروسک‌ها و راه‌اندازی کانال تلگرامی برای معرفی و اطلاع‌رسانی درباره شرایط فروش‌شان، می‌توانست روش مناسب و کم‌هزینه‌ای برای تبلیغ محصولاتم باشد.

حالا نوبت به آن رسیده که تلاش‌هایم ثمر بدهد. از خودم پرسیدم: جریان‌های درآمدی کسب و کارم چگونه خواهد بود؟

- مشتریان به ازای دریافت حس خوب عروسک‌هایم، حاضرند از چه راهی پول پرداخت کنند؟

اولین چیزی که به ذهنم رسید این بود که عروسک‌هایم را در فروشگاه‌های اسباب‌بازی و لوازم التحریری‌ها عرضه کنم. البته نمایشگاه‌های صنایع دستی هم می‌توانست گزینه خوبی باشد.

اما نه! این کافی نیست! شاید افراد زیادی هم باشند که تمایل دارند اینترنتی خرید کنند و برای انتخاب عروسک مورد علاقه‌شان زمان و انرژی کمتری صرف کنند. پس بهتر است به فکر راه‌اندازی وب‌سایتی برای معرفی و فروش عروسک‌ها باشم. با این روش این امکان را برای مشتریانم فراهم می‌کنم تا محصولاتم را از هر کجا که هستند و در هر ساعت از شبانه روز به راحتی خریداری کنند.

مشتریان قلب تپنده کسب و کار ما هستند و پولی که پرداخت می‌کنند شریان‌های آن. برای اینکه قلب تپنده کسب و کارم از حرکت نایستد و جریان‌های درآمدی همیشه در رگ‌هایش جاری باشد، باید دقیقا بدانم هر بخش از مشتریانم تمایل دارند محصولاتم را به چه صورتی دریافت کنند. تهیه عروسک‌های متنوع و متناسب با نیاز مشتریان مختلف نشان‌دهنده این است که می‌توانم جریان‌های درآمدی مختلفی داشته باشم.

در نظر دارم تنوع بیشتری به عروسک‌هایم بدهم. تا حس کنجکاوی و علاقه را در مشتریانم چند برابر کنم. هرچه تنوع محصولاتم بیشتر باشد، انگیزه خرید مشتریانم بیشتر می‌شود. به این ترتیب پول بیشتری را به سمت کسب وکارم سرازیر می‌کنم.

شاید جریان‌های درآمدی کسب و کار خانگی‌ام به قدری چشمگیر شود که روزی بتوانم از آن به‌عنوان شغل اصلی‌ام نام ببرم و البته برای جوانان دیگر هم اشتغال‌زایی کنم. به نظرم پول درآوردن آنقدرها هم که فکر می‌کنیم سخت نیست. کافی است راهش را پیدا کنیم. جریان‌های درآمدی خود به خود به سمت ما می‌آیند.

منبع: modirinfo

مدیران و کارآفرینان، شما سوپرمن نیستید

امروزه وظایف مدیران، با تغییرات پیش‌بینی‌نشده محیط، افزایش رقابت، ظهور فناوری‌های جدید، تغییر ساختار بازار کار و دگرگونی ارزش‌های اجتماعی پیچیده‌تر شده است.

جیسون سالتزمن، نویسنده سایت‌های معتبری چون FastCompany، و مدیرعامل و موسس شرکت Alley که در زمینه ارائه خدمات اشتراکی و تأمین دفاتر مشترک برای شرکت‌ها فعالیت می‌کند؛ در این مقاله، به بیان تجربه خود در زمینه چالش‌های مدیریت و تصورات غلط پیرامون آن می‌پردازد. این مقاله از زبان او نوشته شده است.

دوران مدیران سوپرمن گذشته است

من یک ابرقهرمان نیستم و هیچ قدرت خارق‌العاده‌ای نیز ندارم. من انسانی عادی هستم که زندگی و حرفه‌اش مانند هر کس دیگری، بالا و پایین دارد.

تفاوت من با سایرین در این است که من یک کارآفرین و مدیرعامل هستم، شاید معنای این جمله این باشد که دست‌کم تعدادی از اطرافیانم، ممکن است من را در سطح بالاتری از خود قرار دهند و احتمالا شاید هم من را به چشم دیگری می‌بینند. خودم که ابدا این‌طور فکر نمی‌کنم و معتقدم کسانی که چنین دیدگاهی نسبت به امثال من دارند، در اشتباه به سر می‌برند.

افسانه‌ای به نام مدیر تمام‌عیار

بسیاری از کارکنان، جایگاه و منزلتی خاص برای مدیران خود قائلند. برخی از رهبران و مدیران نیز درست در همین دام می‌افتند. آن‌ها خود را تافته جدابافته از زیردستان‌شان می‌دانند و گاهی هم خود عمدا و به‌طور هدفمند چنین فاصله‌ای را ایجاد می‌کنند و میان خویش و نیروهای زیردست‌شان شکافی عمیق می‌سازند.

چنین ذهنیتی، روی شیوه مدیریت آن‌ها نیز تاثیر می‌گذارد. متأسفانه جامعه ما نیز چنین تصوری را در ما به‌وجود آورده که انگار هیچ‌کس مایل نیست پیروی رهبری باشد که بی‌نقص و تمام‌عیار نیست.

این دیدگاه باید تغییر کند. هیچ یک از ما کامل نیستیم و هر انسانی دارای کاستی‌ها و نقایصی است. از این رو، هر کسی در صدد باشد که خود را طور دیگری متقاعد کند، ناامید و مایوس خواهد شد. مطالعه‌ای که توسط اساتید دانشگاه کالیفرنیا در سان فرانسیسکو منتشر شده است نیز نشان می‌دهد که ۳۰درصد از کارآفرینان اذعان داشته‌اند که با افسردگی و مشکلات ناشی از آن کلنجار می‌روند. من نیز به‌عنوان مدیرعاملی که خود بدون آنکه مدرکی دانشگاهی در زمینه کسب‌وکار مثل MBA داشته باشد، تجارتی چند میلیارد دلاری را ساخته است؛ اذعان دارم که ما کارآفرینان و مدیران به‌جز افسردگی با مسائل بسیار دیگری هم درگیر هستیم.

بر من روشن است که قشر ما در معرض انواع فشار روانی و بیماری‌های روحی ناشی از آن قرار دارد. پیامد هر تصمیمی بر دوش امثال ما قرار دارد، نه صرفا تصمیمات مربوط به خودمان؛ بلکه هر آنچه که به زیردستان‌مان نیز مرتبط است، برعهده ما قرار دارد. ما برای مدیریت این قبیل موارد و برای آنکه بتوانیم از پس چنین شرایطی بربیاییم، باید از سلامت روان برخوردار باشیم.

امروزه بهداشت و سلامت روانی از اهمیت بالایی برخوردار است. به‌گونه‌ای که پایانی برای مفهوم ارتقای سلامت در ابعاد فیزیکی و به‌ویژه روانی متصور نیست و همواره باید برای دستیابی به آن کوشید. مفهوم سلامت روان فراتر از نبودن اختلال‌های روانی و به معنای احساس خوب بودن و اطمینان از کارآمدی خود، ظرفیت رقابت، توانایی شکوفاساختن ظرفیت‌های فکری و هیجانی و احساس کفایت و شایستگی است.

اولین گام در دستیابی به سلامت روان، پذیرش آسیب‌پذیر بودن‌مان است. بیشتر ما مدیران، دل‌مان نمی‌خواهد بخش‌هایی را که ممکن است موجب احساس خجالت، شرم یا ضعف در ما شود، با دیگران در میان بگذاریم. ما بابت اینکه زیردستان‌مان پی به نقاط ضعف‌مان ببرند و از آن سوءاستفاده کنند و اینکه نظرشان راجع به ما عوض شود و پس‌مان بزنند، نگران هستیم.

اما اگر خود واقعی‌مان و آسیب‌پذیر بودن خویش را نپذیریم، به خود و اطرافیان‌مان کم‌لطفی کرده‌ایم. می‌دانیم که همگی ما در سازمان خود کارکنان و همکارانی داریم که احتمالا با مسائل مرتبط با سلامت روان دست به گریبان هستند. براساس تحقیقات انجمن اختلالات اضطرابی آمریکا، فقط یک نفر در هر چهار نفر از نیروی کار درباره فشارهای روانی مستمر و اضطراب بیش از حد خود گزارش می‌دهد. مطمئنا عوامل بیرونی و خارج از محیط کار نیز در ایجاد این مشکلات بی‌تقصیر نیستند، اما این نوع از فرهنگ کار و لاپوشانی کردن مشکلات روانی از راس سازمان سرچشمه می‌گیرد و نقش رهبران در فرهنگ‌سازی درست در این زمینه غیرقابل انکار است.

هنگامی که شما در قامت یک رهبر، درباره مسائل خود شفاف باشید، کارکنان‌تان نیز در مقابل کمتر احساس تنهایی و بی‌پناهی خواهند کرد و در عوض، احتمالا احترام بیشتری برای شما به‌عنوان یک رهبر قائل خواهند بود. به همین دلیل بود که من نیز تصمیم گرفتم در مواجهه با فشارهای روانی و اضطراب خود، شفافیت کامل به خرج بدهم و محافظه‌کاری را کنار بگذارم. در اینجا به مرور روش‌هایی می‌پردازم که من در سازمان خود دنبال کردم:

بی‌درنگ درباره مسائل خود گفت‌وگو می‌کنم

وقتی که احساس می‌کنم در حال ابتلا به اضطراب هستم و فشار روانی کم‌کم عرصه را بر من تنگ می‌کند، تلاش می‌کنم تا موضوع را با هم‌تیمی‌هایم در میان بگذارم. به تجربه دریافته‌ام که وقتی چنین رویکردی را در پیش می‌گیرم، همکارانم می‌کوشند تا از من در برابر ناملایمات حمایت به‌عمل بیاورند و به‌علاوه قدرت همدلی در آن‌ها افزایش می‌یابد. آن‌ها با دیدن رفتار فروتنانه من پیش خود می‌گویند: «مدیر ما به دردسر خورده و از ما کمک می‌خواهد، پس ایرادی ندارد که ما هم گاهی به دردسر بیفتیم و از او کمک بگیریم.»

جا افتادن این فرهنگ در سازمان علاوه‌بر آنکه همدلی را در میان پرسنل افزایش می‌دهد، قدرت تغییر بسیاری از امور را نیز در اختیارمان قرار می‌دهد. می‌دانیم که یک رهبر توانمند در سازمان می‌تواند ضمن القای احساس همبستگی و همدلی در میان کارکنان، آن‌ها را نسبت به ارزش‌ها و اهداف مشترک سازمان علاقه‌مند نگه دارد.

حتما از خود حرکتی نشان می‌دهم

نقل قول مورد علاقه من در مواجهه با غول اضطراب این است: «دست‌های خالی و بیکار، بازیچه شیطان می‌شوند.»

در مثال مناقشه نیست و می‌توان این ضرب‌المثل را به موارد بسیاری نسبت داد، اما این مثال مفهومی خاص برای من دارد. درواقع، زمانی‌که دیگر از مغزم کار نمی‌کشم، این مغز شروع به توطئه‌چینی علیه من می‌کند. من شور و شوق زیادی به کارم دارم، پس خیلی برایم دشوار نیست که بی‌آنکه غرق در روزمرگی شوم تا جایی که توان دارم کار کنم. حال اگر بتوانم تیمم را به خوبی به‌کار بگیرم و آن‌ها را سرگرم انجام کار معناداری کنم، این کار به آن‌ها کمک می‌کند تا درباره خود و آنچه که انجام می‌دهند احساس بهتری داشته باشند.

راهی برای کمک به دیگران پیدا می‌کنم

اغلب کارمندان از اینکه چیزی از مدیرشان بخواهند امتناع می‌کنند؛ چرا که احتمالا از شنیدن پاسخ منفی او بیم دارند و به‌علاوه، میل ندارند که خود را نزد مدیرشان نیازمند جلوه دهند. گاهی نیز کارکنان خیال می‌کنند جایی برای درخواست کمک وجود ندارد.

بنابراین باید عرصه را برای آن‌ها باز کنید و اجازه دهید تا درخواست‌های خود را شفاف و آزادانه مطرح کنند. بر فرض اگر حتی نتوانید خواسته‌های کارمند خود را برآورده کنید، همچنان می‌توانید به او کمک کنید تا راه‌حل جایگزین پیدا کند.

کمک به دیگران به‌ویژه افرادی که برای‌تان کار می‌کنند، احساس خوشایند و رضایت‌بخشی را در شما به‌وجود می‌آورد که با هیچ چیز دیگری قابل مقایسه نیست. لذا وقتی به دیگران کمک می‌کنیم، در حقیقت به‌نوعی خودمان را کمک کرده‌ایم.

تیم شما باید به این دیدگاه برسد که وقتی که به کمک‌تان نیاز باشد، دریغ نمی‌کنید. آن‌ها به حمایت شما در پیشبرد امور سازمانی نیاز دارند. برای آنکه چنین باوری را درون همکاران‌تان ایجاد کنید، باید ابتدا خود بتوانید از آن‌ها درخواست کمک کنید. حالا آن‌ها نیز متقابلا روی شما برای کمک‌تان حساب خواهند کرد. کافی است چنین کنید و شاهد گسترش فرهنگ کار تیمی و درخواست کمک در سازمان‌تان باشید.

می‌پذیرم که روئین‌تن نیستم

فشاری که ما مدیران عامل و کارآفرینان برای ایفای بی‌کم‌وکاست نقش‌مان به خود وارد می‌کنیم، می‌تواند منجر به مسائلی شود که سلامت روان ما را تحت تأثیر قرار می‌دهند. ما برای رهایی از سرزنش‌ها و لو نرفتن نقاط ضعف‌مان، تن به کارهایی می‌دهیم که تنها به بدتر شدن شرایط روحی و جسمی‌مان می‌انجامد. ما با اختیار خود، تصویری شکست‌ناپذیر از خویش در ذهن اعضای هیات مدیره، اعضای تیم و سرمایه‌گذاران ایجاد می‌کنیم و به این ترتیب بروز کوچک‌ترین خطایی از جانب‌مان می‌تواند به بهای از دست رفتن اعتماد آن‌ها به توانمندی‌های ما تمام شود. ما هنوز هم در این فکر هستیم که سلامت روانی مترادف با قدرت ذهنی ما است. اما این‌طور نیست. اگر نقاط آسیب‌پذیر و ضعف‌های خود را به رسمیت بشناسید و بپذیرید که در درون خود با عاملی مخرب مثل استرس در حال چالش هستید، متهم به ضعف نخواهید شد. ما برای غلبه بر احساسات ناخوشایند خود نیازمند چنین دیدگاهی هستیم.

پیتر هولگیت، موسس و مدیرعامل اسبق شرکت Ronin۸ Technologies، در مقاله‌ای که پیشتر در فست‌کامپنی منتشر کرده بود، می‌نویسد «برای ایجاد هوش هیجانی لازم برای مبارزه با این عادت‌های بد و تمایلات ذاتی، باید از نقاط ضعف‌مان آگاهی داشته باشیم. هنگامی که ضعف‌های خود را می‌شناسیم، می‌توانیم پیش‌زمینه‌های لازم را برای ایجاد محیطی که از یک رویکرد سالم و سازنده به رهبری پشتیبانی می‌کند و سلامت روان ما را به خطر نمی‌اندازد، فراهم کنیم.»

اگر آسیب‌پذیر بودن خود و روئین‌تن نبودن‌مان را پذیرفته و بتوانیم آن را به اعضای تیم خود نشان دهیم، آنگاه زیردستان‌مان نیز چنین رویکردی را در پیش خواهند گرفت؛ این عامل از ما، رهبری مصمم‌تر و قدرتمند می‌سازد.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

روش استفاده از قانون ۲۰/۸۰ برای موفقیت بیشتر در زندگی

اگر در دانشگاه رشته اقتصاد یا بازرگانی را پشت سر گذاشته باشید، حتما با قانون بیست هشتاد (۲۰/۸۰) آشنایی دارید. این قانون با نام اصل پارتو نیز نام‌گذاری می‌شود و توجه افراد زیادی را به خود جلب کرده است. با ما همراه باشید تا درباره این قانون و تاثیرات آن در رشد بهره‌وری آشنا شوید.

در این مقاله قصد داریم به چگونگی شکل‌گیری قانون بیست-هشتاد و قواعد آن نگاه بیندازیم. همچنین روش‌هایی را معرفی می‌کنیم که برای استفاده از این قانون باید به کار بگیرید. در ابتدا به تاریخچه چگونگی شکل‌گیری قانون ۲۰/۸۰ می‌پردازیم.

چه کسی برای نخستین بار قانون ۲۰/۸۰ را معرفی کرد؟

این قانون برای اولین بار توسط ویلفردو فدریکو داماسو پارتو مطرح شد، به همین خاطر از قانون ۲۰/۸۰ با نام اصل پارتو هم یاد می‌شود.

پارتو در سال ۱۸۴۸ میلادی در ایتالیا به دنیا آمد و به عنوان اقتصاددان و فیلسوفی بزرگ در زمانه خود شناخته شد. او در باغچه خانه‌اش در حال قدم‌زدن بود که به این نتیجه مهم رسید: ۸۰درصد از نخودفرنگی‌های سالم باغچه‌اش از ۲۰درصد بذرهایی که کاشته بود، به دست آمده‌اند. این داستان توسط افراد زیادی نقل می‌شود و بسیاری بر این باورند که مشاهده پارتو جرقه‌ای برای شکل‌گیری ایده قانون ۲۰-۸۰ در ذهن او بوده است. از همان جا ذهن او روی مفهوم توزیع نابرابر متمرکز بود و تحقیقات خود را در این‌باره ادامه داد.

هدف پارتو نحوه توزیع ثروت در ایتالیا بود و در نهایت به این نتیجه رسید که ۸۰درصد زمین‌های این کشور متعلق به ۲۰درصد از جمعیت آن است. تحقیقات پارتو در حوزه صنایع مختلف نتیجه یکسانی داشت و این نکته به دست آمد که ۸۰درصد از تولیدات مختلف حاصل کار ۲۰درصد از شرکت‌های فعال است.

نتیجه تحقیقات و مشاهدات پارتو به این قانون کلی رسید: تنها ۲۰درصد از فعالیت‌ها منجر به تولید ۸۰درصد از بازده و نتایج به دست آمده می‌شود. این نتیجه پایه و اساس قانون ۲۰/۸۰ است.

تعریف قانون پارتو (قانون ۲۰/۸۰)

امروزه همه به توزیع نابرابر ثروت و نبود تعادل بین ورودی‌ها و خروجی‌ها، اذعان دارند. اکنون قصد داریم درباره این مساله در قالب قانون ۲۰/۸۰ صحبت کنیم.

با اینکه نبود تعادل همیشه دقیقا نسبت ۲۰درصد و ۸۰درصد ندارد، اما در بسیاری از کسب‌وکارها نمود پیدا می‌کند:

۲۰درصد از فروشندگان ۸۰درصد از فروش کلی شرکت‌ها را به ارمغان می‌آورد

۲۰درصد از مشتری‌ها ۸۰درصد از سود کلی شرکت‌ها را حاصل می‌کند

۲۰درصد از مشکلات نرم‌افزاری باعث ایجاد ۸۰درصد اختلالات (کرش یا هنگ کردن) نرم‌افزارها می‌شود

۲۰درصد از بیماران ۸۰درصد هزینه‌های مربوط به درمان خود را پرداخت می‌کنند (و ۵درصد از بیماران ۵۰درصد از کل هزینه‌ها را می‌پردازند)

جالب است بدانید، قانون ۲۰/۸۰ در زندگی روزمره ما نیز صدق می‌کند که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره خواهیم کرد:

فرض کنید مردی صاحب پنج دست کت و شلوار خوب و باکیفیت است. آیا فکر می‌کنید او به طور منظم از تمام کت‌وشلوارها استفاده می‌کند؟ قطعا اینطور نیست. تقریبا در ۸۰درصد مواقع یکی از کت‌وشلوارها را می‌پوشد. خانمی را در نظر بگیرید که چند جفت کفش خوب دارد، اما معمولا از ۲۰درصد کفش‌های همیشگی و موردعلاقه‌اش استفاده می‌کند.

خانهای را تجسم کنید که اتاق‌های زیادی دارد، آیا از تمام اتاق‌ها به طور یکسان استفاده می‌شود؟ به احتمال زیاد اینطور نیست. اعضای خانواده بیشتر در اتاق نشیمن، اتاق‌خواب و آشپزخانه رفت و آمد دارند.

منطقه سکونت‌تان را در نظر بگیرید. آیا از تمام خیابان‌های اطراف‌تان گذر می‌کنید؟ معمولا گذرتان به خیابان‌های منتهی به مدرسه فرزندان، سوپرمارکت، بانک و . . . می‌افتد که در حدود ۲۰درصد از کل خیابان‌های آن منطقه را تشکیل می‌دهند.

اگر چندین برنامه مختلف روی گوشی هوشمندتان نصب کرده باشید، آیا از تمامی آنها به طور متعادل استفاده می‌کنید؟ احتمالا تعدادی از این برنامه‌ها کاربرد بیشتری دارند که حدود ۸۰درصد از وقت خود را صرف استفاده از آنها می‌کنید.

نظرسنجی‌ای با هدف پی بردن به این مساله که عادات رفتاری افراد موفق (میلیونرها، دانشجویان نخبه و قهرمانان المپیک) تا چه‌اندازه نتایج دلخواه را برای‌شان به دنبال دارد، انجام شد. نتیجه این پژوهش نشان داد افراد موفق وقت کافی برای رسیدگی به تمام وظایفی که به آنها محول می‌شود را ندارند. حتی وظایفی که خودشان مایل به رسیدگی به آنها هستند. آنها در این مواقع از قانون ۲۰-۸۰ یا قانون پارتو استفاده می‌کنند. بدین ترتیب، وظایفی را که اهمیت بیشتری دارند، انجام داده و وظایف دیگر را به دیگران می‌سپارند یا از انجام‌شان صرف نظر می‌کنند.

چگونه از قانون ۲۰/۸۰ استفاده کنیم؟

تا اینجا با مفهوم قانون ۲۰/۸۰ آشنا شدیم. با به‌کارگیری این قانون می‌توانید توجه و تمرکز خود را روی فعالیت‌هایی بگذارید که اهمیت بیشتری دارند. بدین ترتیب، وقت خود را هدر ندهید و صرف کارهای بی‌اهمیت نکنید، اما چطور می‌توان از اصل پارتو بهره برد؟ نحوه استفاده از قانون ۲۰/۸۰ به حرفه و حوزه کاری شما بستگی دارد. در ادامه، چند مثال را عنوان می‌کنیم تا درک بهتری از این اصل مهم پیدا کنید:

اگر مدیر اجرایی یک شرکت باشید، احتمالا به طور مداوم با محدودیت منابع روبه‌رو هستید و این مساله چالش بزرگی است که همیشه ذهن‌تان را به خود مشغول خواهد کرد. در این صورت تنها زمان خودتان نیست که باید بهترین استفاده را از آن ببرید بلکه نحوه استفاده تمام افراد تیم کاری از زمان‌شان نیز بسیار مهم است.

مدیر اجرایی یک شرکت بدین صورت می‌تواند از قانون ۲۰-۸۰ استفاده کند: به جای تلاش و صرف زمان برای انجام کارهای غیرممکن، پروژه‌های مهم را شناسایی کرده و تمرکز خود را روی پیشبرد آنها بگذارد. چنین فردی باید ببیند مهم‌ترین اهداف سازمان چیست؟ برای دستیابی به این اهداف کدام وظایف را باید به انجام برساند؟ از انجام چه فعالیت‌هایی صرف نظر کند یا انجام آنها را به دیگران بسپارد؟

اگر در حوزه آزادکاری فعالیت دارید، برای بهره‌مندی از قانون ۲۰/۸۰ مهم‌ترین وظیفه‌ای که دارید، شناسایی مشتریانی است که دستمزد بیشتری را در اختیارتان قرار می‌دهند. البته بهتر است تنها با یک مشتری در ارتباط نباشید و ارتباط خود را گسترده‌تر کنید. هرچند اگر تعداد مشتری‌های‌تان زیاد شود، زمان زیادی صرف تعامل با آنها می‌شود و انرژی لازم برای انجام کار را از دست خواهید داد. با توجه به این مساله، سعی کنید با مشتریانی که دستمزد بیشتری به شما می‌دهند ارتباط طولانی‌مدت برقرار کنید.

اگر در حوزه کارآفرینی فعالیت دارید، حتما دوست دارید کاری جدید و هیجانانگیز را امتحان کنید، اما برای به کارگیری قانون ۲۰/۸۰ باید به سراغ کارهایی بروید که شما را به اهداف‌تان نزدیک می‌کند. آیا هدف‌تان گسترش کسب‌وکار فعلی‌تان است؟ برای استفاده از قانون ۲۰/۸۰ باید تمرکزتان را روی برنامه‌ریزی مرتبط با این کسب و کار بگذارید و زمان کمتری را به دنبال کردن فرصت‌های جدید اختصاص دهید.

در هر حرفه‌ای که هستید، مساله مهم این است که ارزش وقت‌تان را بدانید و کمتر نسبت به آن بی‌توجه باشید. سعی کنید با استفاده از قانون ۲۰/۸۰ به سراغ فعالیت‌هایی بروید که سوددهی بیشتری دارند. در غیر این صورت، ممکن است لیست بلند کارهای مختلف باعث سردرگمی‌تان شود و در نهایت شما را از اهداف اصلی‌تان منحرف کند.

پس به این نتیجه مهم رسیدیم که مهم‌ترین وظیفه شما شناسایی ۲۰درصد فعالیت‌هایی است که ۸۰درصد از بازده نهایی را برای‌تان به ارمغان می‌آورند.

روش‌های استفاده از قانون ۲۰/۸۰

اکنون درک بهتری از قانون ۲۰/۸۰ و چگونگی استفاده از آن پیدا کرده‌اید، پس به معرفی روش‌هایی می‌پردازیم که برای استفاده از این قانون می‌توانید به کار بگیرید:

وظایف کاری

تمام وظایفی را که در محل کار به عهده دارید، یادداشت کنید و لیستی از این وظایف داشته باشید. اکنون جدول کوچکی تهیه کنید و مقابل هر وظیفه، زمان لازم برای انجامش را بنویسید (برای مثال یک ساعت برای خواندن ایمیل‌ها، یک ساعت برای تماس با مشتری و . . .). سپس ستون دیگری به جدول اضافه کنید و سوددهی هر وظیفه را به درصد بنویسید. در نهایت وظایفی را که سوددهی پایین‌تری دارند کنار بگذارید یا به فرد دیگری بسپارید و سعی کنید روی وظایف با سوددهی بالا متمرکز شوید.

غذا

از قانون ۲۰/۸۰ برای بهبود عادات غذایی خود استفاده کنید. مثلا به مدت یک هفته، نام غذاها و خوراکی‌های مصرفی خود را یادداشت کنید. سپس، میزان کالری هر غذا را در مقابل هر یک بنویسید. غذاهای زیادی هستند که کالری بالایی دارند، اما ارزش غذایی چندانی ندارند. از سوی دیگر، برخی غذاها هستند که با وجود کالری پایین، خوشمزه و سالم هستند. پس با شناسایی ارزش غذایی آنها می‌توانید عادات مربوط به خورد و خوراک خود را بهبود دهید.

زمان‌بندی روزانه کارها

تمام فعالیت‌های یک روز کامل را در نظر بگیرید و براساس زمان انجام تمام فعالیت‌ها، گزارشی تهیه کنید. برای این منظور، هر فعالیت و زمان انجام‌شان را یادداشت کنید. زمان شروع و پایان هر فعالیت را بنویسید. سپس فعالیت‌ها را در دسته‌بندی‌های جداگانه قرار دهید. سپس ببینید کدام بخش از روزتان سبب سرگرمی، سوددهی و خوشحال‌شدن‌تان نمی‌شود و فعالیت‌های همان بخش را کنار بگذارید.

مطالعه

نام چندین کتابی را که اخیرا مطالعه کرده‌اید، روی کاغذ بیاورید. سپس به آنها براساس اطلاعات مفید یا میزان سرگرم‌کنندگی‌شان امتیاز بدهید. با این کار متوجه می‌شوید کدام یک از انواع کتاب برای‌تان مفیدتر بوده و براساس یادداشت‌های‌تان، از این اطلاعات برای انتخاب کتاب‌های آینده استفاده کنید.

روابط اجتماعی

لیستی از تمام کسانی که بیشترین روابط اجتماعی را با آنها دارید، تهیه کنید. باید ببینید برای هر یک از این افراد چقدر زمان و انرژی می‌گذارید. سپس زمان و انرژی صرف‌شده را با میزان رضایت یا تنشی که رابطه برای‌تان به ارمغان می‌آورد، روی کفه ترازو قرار دهید. با این مقایسه به اطلاعات خوبی دست خواهید یافت و متوجه می‌شوید بعضی روابط برای‌تان مفید و ارزشمند است و برخی دیگر مضر. با این کار به این نتیجه مهم می‌رسید که بهتر است برای کدام یک از روابط سرمایه‌گذاری بیشتری کنید.

فیدهای آر اس اس

آر اس اس (مخفف Really Simple Syndication) به نرم‌افزارها یا درگاه‌های اینترنتی گفته می‌شود که مطالب به‌روز سایت‌های مختلف را جمع‌آوری کرده و در اختیار کاربر قرار می‌دهند. لیستی از فیدها تهیه کنید و در مقابل ۱۰ فیدی که اخیرا خوانده‌اید، میزان رضایت‌تان را به درصد یادداشت کنید. سپس فیدهای کم‌ارزش را از لیست حذف کنید. می‌توانید فیدها را براساس طول مقالات یا امتیاز دریافتی‌شان بسنجید، اما توجه به کیفیت مقالات بهترین روش برای ارزیابی فیدهاست.

ایمیل

تمام ایمیل‌هایی را که دریافت می‌کنید، براساس انواع آنها دسته‌بندی کنید. سعی کنید ایمیل‌هایی که ارزش ندارد خودتان به آنها جواب بدهید، شناسایی کنید.

اشتراک مجله‌ها

همانند آنچه در مورد فیدهای RSS گفته شد، اشتراک مجلاتی که تاکنون خریداری کرده‌اید را مدنظر بگیرید و چند ویرایش آخر از مجلات دریافتی را ارزیابی کنید. خرید اشتراک بهترین مجله‌ها را ادامه دهید و مابقی را کنار بگذارید. بدین ترتیب با استفاده از قانون ۲۰/۸۰، بهترین مجلات را در اختیار خواهید داشت.

برنامه‌های تلویزیونی

از تمام برنامه‌های تلویزیونی که تماشا می‌کنید، لیستی تهیه کنید و به هر برنامه امتیاز بدهید. سپس زمان صرف‌شده برای هر یک از برنامه‌های تلویزیونی را محاسبه کنید. با توجه به این دو فاکتور، برنامه‌هایی که ارزش بیشتری دارند یا سرگرم‌کننده هستند، انتخاب کنید و دیگر برنامه‌ها را کنار بگذارید. بدین ترتیب می‌توانید وقت خود را به انجام کارهای مفیدتر اختصاص دهید و قانون ۲۰/۸۰ را در تماشای برنامه‌های تلویزیونی نیز به‌کار بگیرید.

وبگردی

کاغذی مقابل خود بگذارید و برای چند روز نام تمام سایت‌هایی که خوانده‌اید را یادداشت کنید. زمان سپری‌شده در هر سایت و ارزش یا میزان سرگرم‌کنندگی آن را مقابلش بنویسید. اغلب ما زمان زیادی را در سایت‌هایی سپری می‌کنیم که ارزش چندانی ندارند. اکنون با استفاده از قانون ۲۰/۸۰ می‌توانیم در وقت خود صرفه‌جویی کنیم و جلوی هدررفت زمان را بگیریم.

خانه‌تکانی

پایان سال بهترین فرصت برای خانه‌تکانی بهاره است. پس به انباری بروید و تمام چیزهایی که نیاز ندارید را دور بریزید. داشتن انباری در خانه بدین معنا نیست که باید تمام چیزهای بی‌مصرف را نگه دارید، پس به جز مدارک مهم، هر چیزی را که اخیرا هیچ استفاده‌ای از آنها نداشته‌اید، دور بریزید. با استفاده از قانون ۲۰/۸۰ در خانه‌تکانی، به وسایل و اسناد مهم دسترسی آسان‌تری دارید و زمان کمتری هم صرف پیداکردن آنها خواهید کرد.

ایده اصلی قانون ۲۰/۸۰ این است: تا حد امکان فعالیت‌هایی را انجام دهیم که باعث سوددهی می‌شوند و از اتلاف وقت برای فعالیت‌های بیهوده اجتناب کنیم.

مشتری‌ها

تمام مشتری‌ها و ارباب رجوع را بررسی کنید و آنهایی که کمتر خرید می‌کنند یا همیشه به دنبال گله و شکایت هستند، شناسایی کنید. باید خیلی محترمانه به آنها بفهمانید که با تداوم رفتارشان امکان خرید محصول یا دریافت خدمات‌تان را در آینده نخواهند داشت. پس از آن، ارتباط خود را با مشتریانی که توجهی به اخطارتان نداشتند، قطع کنید. درست است که همیشه حق با مشتری است، اما یادتان باشد که می‌خواهیم با استفاده از قانون ۲۰/۸۰ بیشترین بهره‌وری را از زمان خود داشته باشیم. ماندن با افرادی که تنها برای‌تان دردسر دارند عاقلانه نیست.

هارد درایو

پوشه‌ها و درایوهای کامپیوتر یا لپ‌تاپ‌تان را جست‌وجو کنید و ببینید از کدام برنامه یا فایل به ندرت استفاده می‌کنید. پس پوشه جداگانه‌ای بسازید و فایل‌های بی‌استفاده را به این پوشه انتقال دهید. بدین‌ترتیب بهره بیشتری از هارد درایو خود می‌برید و در زمان کمتری به بخش‌های پراستفاده دسترسی خواهید داشت.

دسکتاپ

در دسکتاپ هم رویه هارد درایو را اجرا کنید. البته بهتر است هر هفته یا دو هفته یک بار تمام فایل‌های بلااستفاده دسکتاپ را پاک کنید یا برخی از فایل‌های مهم‌تر را به پوشه جداگانه‌ای انتقال دهید. با به کارگیری قانون ۲۰/۸۰ می‌توانید دسکتاپ را به میز کاری کارآمدتر تبدیل کنید.

نرم‌افزارها

نرم‌افزارهای کامپیوتر را بررسی کنید و تمام آنهایی که بلااستفاده هستند را حذف کنید. با این کار، فضای داخلی کامپیوتر یا لپ‌تاپ‌تان را خالی کرده و عوامل حواس‌پرت‌کننده را کنار می‌گذارید.

اثاثیه منزل

برای به‌کارگیری قانون ۲۰/۸۰ در مورد اثاثیه منزل پیشنهاد می‌شود تمام وسایلی که نیاز به تعمیر دارند یا باعث کلافگی‌تان می‌شود را شناسایی کنید. پس از این کار، سه انتخاب پیش روی‌تان خواهد بود: استفاده درست از آنها را یاد بگیرید تا دیگر باعث اضطراب و کلافگی‌تان نشوند. به‌طور اساسی تعمیرشان کنید یا محصول جدیدی بخرید.

هزینه‌ها

دفترچه‌ای بردارید و در آن تمام هزینه‌های غیرضروری را یادداشت کنید، هزینه‌هایی مانند مالیات، خوراک، هزینه رفت‌وآمد و دیگر موارد ضروری را نادیده بگیرید. سپس میزان کارایی و مفیدبودن هر خرید را با ارزش پولی که برای‌شان پرداخته‌اید، مقایسه کنید. برای مثال می‌توانید هزینه‌هایی را که برای سرگرمی صرف کرده‌اید، با میزان رضایت‌تان از آن سرگرمی و لذتی که برده‌اید، مقایسه کنید. اگر می‌خواهید ارزش سرمایه‌گذاری‌تان را برآورد کنید، میزان هزینه صرف‌شده را با سوددهی آن مقایسه کنید. بدین ترتیب می‌توانید قانون ۲۰/۸۰ را در هزینه‌های‌تان اعمال کنید و از پولی که برای به دست آوردنش زحمت زیادی کشیده‌اید، به طور موثرتری استفاده کنید.

به‌روزکردن وبلاگ یا سایت شخصی

اگر مدیر وبلاگ یا وب‌سایت هستید، تمام پست‌هایی را که تاکنون منتشر کرده‌اید براساس موضوع، طول یا سبک نوشته یا هر چیزی که خودتان می‌دانید، دسته‌بندی کنید. سپس زمان صرف‌شده برای نوشتن هر پست را مشخص کنید و زمان لازم برای هر پست را با ترافیکی که برای وبلاگ یا سایت‌تان به دست آورده‌اید، مقایسه کنید. از نتیجه حاصل شده برای نوشتن پست‌های جدید استفاده کنید. بدین ترتیب با استفاده از قانون ۲۰/۸۰ می‌توانید ترافیک ورودی به سایت‌تان را طی زمان افزایش دهید.

عادت‌های رفتاری

آن عادات رفتاری که فکر می‌کنید تاثیر بیشتری روی بهبود کیفیت زندگی‌تان داشته‌اند را شناسایی کنید. شاید این عادات ورزش، سحرخیزی یا وقت‌گذرانی با خانواده باشد. در هر صورت تصمیم با خودتان است. سعی کنید عادات رفتاری جدید را در زندگی روزمره‌تان به کار ببندید و از نتیجه آن بهره‌مند شوید.

اهداف

اهدافی را که برای رسیدن به آنها تلاش می‌کنید، در نظر بگیرید و زمان، انرژی یا سرمایه‌ی لازم برای هر یک از آنها را با میزان سوددهی فعالیت‌ها یا نزدیک شدن به هر هدف مقایسه کنید. منظور از سوددهی فعالیتها، بهبود سلامت بدنی تا بهتر شدن روابط عاطفی است. برای به‌کارگیری قانون ۲۰/۸۰ سعی کنید تا جای ممکن اهدافی را دنبال کنید که سوددهی و ارزش بیشتری را برای‌تان به ارمغان می‌آورد.

منبع: forbes/ucan

شهرت و سابقه گوگل به بزرگ‌ترین مشکل این شرکت تبدیل می‌شود

گوگل سال‌ها شهرت و سابقه در دنیای فناوری دارد و همین اعتبار، شاید روزی به بزرگ‌ترین مشکل مدیران غول موتور جست‌وجو تبدیل شود.

کنفرانس I/O سال ۲۰۱۳ گوگل یکی از جذاب‌ترین رویدادهای تاریخ این شرکت بود. از محصولات قابل‌توجه آن سال می‌توان به سامسونگ گلکسی S۴ نسخه گوگل اشاره کرد که توجه کاربران و کارشناسان را به همراه داشت. نکته مهم‌تر رویداد سال ۲۰۱۳، جلسه پرسش و پاسخی بود که لری پیج با حضار داشت. او به سؤال‌های شرکت‌کننده‌ها که اغلب توسعه‌دهنده بودند، پاسخ داده و چشم‌انداز شرکتش را برای آینده فناوری شرح داد.

ما یعنی گوگل و شما توسعه‌دهنده‌ها به‌عنوان صنعت، تنها یک درصد از ظرفیت‌های ممکن را کشف کرده‌ایم. حتی شاید سهم کمتری را هم کشف کرده باشیم. با وجود سرعت بالای پیشرفت فناوری و فرصت‌های موجود، ما هنوز آهسته حرکت می‌کنیم.

صحبت‌های پیج و رویکردهایی که گوگل در سال‌های ابتدایی دهه ۲۰۱۰ داشت، بسیاری از کاربران و کارشناسان را عاشق این شرکت فناوری می‌کرد. منتها امروز اکثر همان کاربران و کارشناسان، دیگر آن عشق و علاقه اولیه را به غول موتور جست‌وجو ندارند. همه ما می‌دانیم که گوگل شرکتی جذاب است و درنهایت به پیشرفت رخدادهای خوب دنیای فناوری کمک می‌کند. از طرفی رخدادهای اخیری که از سمت مانتین ویو اتفاق می‌افتند و واکنش‌های مدیران و سخنگوهای گوگل به مردم و کارشناسان، ظاهر این شرکت محبوب را از حالت جذاب و قابل اعتماد، خارج می‌کند. درواقع امروز، شهرت و اعتبار گوگل در اذهان عمومی بیشتر با شک و خصومت همراه می‌شود.

شاید رخدادهای اخیر گوگل نتیجه همان صحبت‌هایی باشد که لری پیج در سال ۲۰۱۳ عنوان کرد. شاید گوگل هنوز تصور می‌کند که سرعت حرکتش نسبت به فرصت‌ها و ظرفیت‌های موجود، آهسته است. به‌هرحال صرف‌نظر از تصور و رویکرد گوگل، از نظر بسیاری از مردم جهان، این شرکت با سرعتی بسیار بالا حرکت می‌کند. در ادامه برخی از تصوراتی را بررسی می‌کنیم که (صحیح یا غلط) در اذهان عمومی نسبت به گوگل وجود دارد.

گوگل حجم بسیار زیادی از داده جمع‌آوری می‌کند

وال استریت ژورنال در هفته گذشته گزارشی از یک پروژه به‌نام Nightingale در گوگل منتشر کرد که بین آنها و یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های خدمات سلامت آمریکا به‌نام Ascension در جریان بود. پروژه مذکور، دسترسی به اطلاعات پزشکی بیش از ۵۰ میلیون آمریکایی را به غول موتور جست‌وجو می‌داد. چند ساعت پس از انتشار گزارش، گوگل با افتخار جزییات پروژه را شرح داد که آنچنان هم خطرناک نبود، اما به‌هرحال آسیبی جدی به اعتبار آنها وارد شده بود.

رسانه‌های متعدد، پروژه Nightingale را به‌صورت رویکرد مخربی دیگر از شرکتی نشان دادند که مشهور به جمع‌آوری داده بود. رویکردی که با اشاره به جنس اطلاعات یعنی داده‌های پزشکی، پروژه را خطرناک‌تر نشان می‌داد.

رویکردهای روابط عمومی گوگل و واکنش‌هایی که سخنگوها نسبت به اخبار منتشرشده داشتند، تأثیری در کاهش نگرانی مردم نداشت. آنها قبلا هم درباره فعالیت‌های خود در صنعت سلامت با شفاف‌سازی صحبت کرده بودند. پروژه‌های متعدد از پیاده‌سازی G Suite برای بیمارستان‌ها تا تحقیقات مبتنی بر هوش مصنوعی روی بیماری‌هایی همچون دیابت و پارکینسون، قبلا توسط خود اهالی مانتین ویو به رسانه‌ها اعلام شده بود. به‌علاوه گوگل در ماه ژوئیه درباره پروژه مشترک با Ascension اطلاع‌رسانی کرد. امروز می‌دانیم که دسترسی آنها به داده‌های سلامت، تحت قوانین و تنظیمگری‌های شدید قرار دارد و اشتراک داده‌های سلامت در صنعت مذکور، رویکردی رایج محسوب می‌شود.

اخبار جمع‌آوری داده توسط گوگل، با وجود توضیحات شرکت، اثر منفی بالایی دارند

انتشار گزارش پروژه گوگل، تیترهای خبری و واکنش‌های تندی را در رسانه‌های اجتماعی به‌همراه داشت. نظرات کاربران نیز نسبت به خبر منتشرشده، اغلب منفی و متهم‌کننده بود. به‌علاوه بازرسی‌های فدرال و بررسی‌های موشکافانه شدید از سمت قانون‌گذاران نیز در پی انتشار گزارش صورت گرفت. قطعا بررسی‌های قانونی اشکال زیادی ندارد و به‌هرحال گوگل باید رویکردی شفاف نسبت به عملکرد خود داشته باشد. مشکل اصلی این است که اکثر مردم، گوگل را به چشم یک فعال خرابکار در جمع‌آوری داده می‌شناسند و بیش از همه، آنها را به جاسوسی متهم می‌کنند. بخشی از این شهرت گوگل را می‌توان صحیح و بخش دیگر را ناصحیح دانست.

گوگل همه‌جا حضور دارد

در هفته‌های گذشته، پروژه‌ای دیگر از گوگل به‌نام Cache به رسانه‌ها راه یافت. برنامه مذکور، طرحی از سمت غول موتور جست‌وجو برای ارائه خدمات بانکی همچون چک بود که با همکاری بانک‌ها و اتحادیه‌های خدمات اعتبار انجام می‌شود. شاید جزییات این پروژه، مانند جمع‌آوری اطلاعات پزشکی آنچنان خطرناک به‌نظر نرسد، اما به‌هرحال اطلاعات و گزارش‌های مالی برای سهم عمده‌ای از مردم، مهم و شخصی محسوب می‌شود.

گوگل اولین شرکت فناوری نیست که به بازار خدمات مالی وارد می‌شود. به‌عنوان مثال اپل خدماتی همچون اپل پی و اپل کارت دارد و فیسبوک نیز چندی پیش از سیستم پرداخت جدید خود رونمایی کرد. به‌علاوه، غول موتور جست‌وجو پروژه رمزارز لیبرا را نیز در دستور کار دارد. با وجود تمام حقایق مذکور، امروز عموم جامعه از خود می‌پرسند که چرا گوگل به خدمات بانکی و مالی نیاز دارد؟ به عنوان مثال برخی کاربران در توییتر می‌پرسند که چرا باید شرکت‌ها در همه حوزه‌ها فعالیت کنند؟

پاسخی که از سمت گوگل به سؤال‌های موجود پیرامون خدمات مالی ارائه می‌شود، اهمیت بالایی دارد. گوگل می‌گوید برای رفع نیازهای نسل جوان خدمات مالی را ارائه می‌کند که همه کارهای خود را به‌صورت آنلاین انجام می‌دهند. به‌علاوه آنها می‌توانند با استفاده از مقیاس عظیم خود، در حوزه‌هایی ارزش ایجاد کنند که با مشکل نوآوری روبه‌رو هستند. درنهایت گوگل می‌گوید که داده‌های مالی را با شرکای تجاری خود در صنعت تبلیغات به اشتراک نخواهد گذاشت.

توضیحات ارائه‌شده از سوی گوگل، باز هم پاسخ سؤال کاربران نگران را نمی‌دهد. چرا گوگل باید مدیریت حساب‌های مالی کاربران را برعهده بگیرد؟

گوگل امروز در حوزه‌های متنوعی از زندگی مردم حضور دارد. با ورود به هر حوزه جدید، تصور مردم از حضور همه‌جانبه و فعالیت گسترده غول موتور جست‌وجو، بیشتر می‌شود. برخی مصرف‌کننده‌ها مشکل زیادی با فعالیت همه‌جانبه غول فناوری ندارند، خصوصا اگر محصولات و سرویس‌هایی عالی در ازای آن دریافت کنند. از طرفی برخی دیگر با مشاهده یک شرکت در همه حوزه‌های زندگی، عصبانی هستند و واکنش آنها روزبه‌روز شدیدتر هم می‌شود.

گوگل بی‌ثبات و غیرقابل اعتماد است

گوگل پروژه‌های مرده زیادی دارد و اصطلاحا گورستان پروژه‌های آنها پر از سنگ قبرهای متعدد است. در این میان شوخی‌های بی‌شماری هم در فضای مجازی با شکست‌های غول موتور جست‌وجو می‌شود. از طرفی می‌توان رویکرد گوگل را در برخی جهات مناسب دانست. آنها ایده‌های جدید را امتحان کرده و پروژه‌های نه‌چندان مناسب را تعطیل می‌کنند؛ روشی که بیش از همه نشان‌دهنده تکامل است.

برای شرکتی با ارزش نزدیک به یک تریلیون دلار و بیش از ۱۰۰ هزار کارمند، پروژه‌های شکست‌خورده فشار زیادی را به‌همراه ندارد. ازطرفی همین عشق به پروژه‌های جدید، محصولاتی عالی همچون جی‌میل، کروم و اندروید را به‌همراه داشت؛ محصولاتی که هیچ ارتباطی با مدل کسب‌وکاری اصلی شرکت یعنی فروش تبلیغات در نتایج جست‌وجو ندارد.

پروژه‌های لغوشده متعدد، اعتماد کاربران و توسعه‌دهنده‌ها را به گوگل از بین برده است

با وجود مزیت‌هایی که در بالا برشمردیم، پروژه‌های متعدد و شکست‌خورده، نوعی حس عدم اعتماد ایجاد می‌کنند. درواقع کاربر نمی‌تواند با خیال راحت از پروژه‌های جدید گوگل استفاده کند. توسعه‌دهنده‌ها از یک طرف و مصرف‌کننده‌ها از سمتی دیگر، اعتماد لازم را به گوگل و پروژه‌های جدید ندارند. خصوصا باتوجه به رویکردهای قبلی شرکت در قبال آزمایش‌کننده‌ها و کاربران اولیه، دیگر نمی‌توان با خیال راحت به آنها اعتماد کرد.

سرویس استریم بازی گوگل به‌نام استیدیا به‌خوبی نشان‌دهنده شهرت در معرض خطر گوگل است. استیدیا با هیاهوی خبری شدید و ادعاهای متعدد معرفی شد. تخصص فراوان گوگل در خدمات ابری و اعتبار بالای آنها در هوش فناورانه، نشان‌دهنده پشتوانه‌ای عمیق برای سرویس استریم بازی بود. اکنون و در روز رونمایی نهایی از استیدیا، به‌نظر می‌رسد گوگل در تبلیغات آن زیاده‌روی کرد و توانایی ارائه بسیاری از قابلیت‌ها را از روز اول ندارد.

بسیاری از قابلیت‌هایی که گوگل توانایی ارائه در روز اول عرضه استیدیا ندارد، برای بازی کردن کاربران در مراحل ابتدایی الزامی نیستند، اما به‌هرحال شرایط کنونی نشان می‌دهد استیدیا برای ارائه به‌عنوان سرویسی کامل، آماده نیست. به‌هرحال گوگل تلاش می‌کند تا هرچه سریع‌تر سرویس عرضه شود و قطعا بسیاری از متخصصان، تمایلی به استفاده از یک سرویس ناقص در روزهای ابتدایی ندارند.

برنامه‌های بازاریابی متعدد گوگل تلاش می‌کنند تا کاربران را به بررسی نمونه اولیه استیدیا جذب کنند. قطعا تعدادی از عشاق دنیای بازی و فناوری، از امتحان کردن استیدیا در روزهای ابتدایی لذت می‌برند، اما کاربران عادی تمایلی به استفاده از آن نخواهند داشت. ازطرفی غول موتور جست‌وجو از گیمرهای حرفه‌ای می‌خواهد تا وارد سرویس جدید شوند. به‌بیان دیگر آنها باید زندگی خود را به استیدیا منتقل کنند که باتوجه به سابقه نه‌چندان مناسب شرکت سازنده در لغو کردن پروژه‌ها، نگرانی را برای گیمرها به‌همراه دارد.

با وجود نگرانی‌ها درباره آینده پروژه استیدیا، به‌هرحال توسعه‌دهنده‌های متعددی آن را آزمایش می‌کنند. اگرچه احتمال شکست و لغو استیدیا هم مانند پروژه‌های دیگر وجود دارد، توسعه‌دهنده‌ها در نهایت می‌دانند که فعالیت در دنیای فناوری یعنی عدم اطمینان و قطعیت درنتیجه پروژه‌ها و به‌همین دلیل برخی از آنها شانس خود را امتحان کردند. ازطرفی همه توسعه‌دهنده‌ها توانایی امتحان‌کردن آینده کسب‌وکار خود روی پلتفرمی را ندارند که آینده مشخص ندارد. به‌همین ترتیب، همه مصرف‌کننده‌ها نیز نمی‌توانند با هزینه‌های چند صد دلاری، در سرویسی عضو شوند که شاید تا شش ماه آینده زنده نماند.

مشکل گوگل در پروژه‌های لغوشده، تنها در سرویس‌های پولی نیست. سابقه نه‌چندان درخشان آنها در سرویس‌ها و اپلیکیشن‌های رایگان هم دیده می‌شود. به‌عنوان نمونه به بازار رسانه‌های اجتماعی دقت کنید که چندین اپلیکیشن پیام‌رسان و شبکه اجتماعی توسط اهالی مانتین ویو منتشر شد. امروز تعداد محدودی از آنها زنده مانده‌اند. البته مشکل همه آنها، کمبود کاربر نبود. به‌عنوان مثال گوگل پلاس برای مدتی استقبال مناسبی را تجربه کرد. درواقع، آماده نبودن نهایی و چالش‌های فنی سرویس‌های متعدد گوگل در حوزه شبکه‌های اجتماعی، مرگ بسیاری از آنها را به‌همراه داشت. درنهایت هر کاربری که قبلا از Hangouts، گوگل پلاس یا Allo استفاده کرده باشد، برای امتحان کردن سرویس جدید مشابه از گوگل، با شک و تردید عمل خواهد کرد.

مشکل ظاهر شیطانی گوگل

گوگل از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۸ شعاری غیررسمی با عبارت «Don't Be Evil» داشت. درواقع آنها تلاش می‌کردند تا تلاش بر دور ماندن از فعالیت‌های غلط را نشان دهند. شاید در نگاه اول، عبارت مذکور تنها یک شعار به‌نظر برسد، اما به‌هرحال قطعا کارمندان متعددی در گوگل تلاش می‌کنند تا به آن پایبند بمانند.

کارشناسان متعدد تأیید می‌کنند که گوگل در سال‌های فعالیت، نقش مهمی در فعالیت‌های به‌سود بشریت داشته است. به‌عنوان مثالی مشهود می‌توان سیستم‌عامل اندروید را نام برد که میلیاردها نفر را در سرتاسر جهان با دنیای آنلاین آشنا کرد. البته قطعا اکثر کمک‌های گوگل به جامعه بشری، در خدمت درآمدزایی خود شرکت هم بوده‌اند، اما این حقیقت از اهمیت رویکردها نمی‌کاهد. به‌علاوه فعالیت‌های کنونی ساکنان مانتین ویو همچون یادگیری ماشین و رایانش کوانتومی، می‌تواند همه‌چیز را در دنیای انسان‌ها تغییر دهد و قطعا ارزش زیادی دارد.

گوگل عملکرد آنچنان نامناسبی ندارد اما در دیدگاه عمومی، شیطانی به‌نظر می‌رسد

مشکل اصلی گوگل، سابقه و شهرت آنها است که احتمالا همه تلاش‌های مثبت را به حاشیه می‌راند. گوگل عملکرد شیطانی نداشته، اما به‌هرحال در نظر بسیاری، ظاهر شیطانی دارد. تصورات مردم نسبت به گوگل، در برخی موارد ناعادلانه به‌نظر می‌رسد. به‌عنوان مثال افراد زیادی با جدیت آنها را به سرقت داده‌های شخصی متهم می‌کنند، درحالی‌که درک زیادی از رویکرد شرکت‌ها نسبت به داده ندارند.

گوگل علاوه بر مشکلات اختصاصی خود، به‌خاطر شباهت با دیگر غول‌های فناوری هم چالش‌هایی را تجربه می‌کند. به‌عنوان مثال آنها مانند فیسبوک به جمع‌آوری بیش‌ازحد داده متهم می‌شوند. ازطرفی گوگل به آمازون هم شباهت دارد و متهم به بزرگ بودن و نفوذ همه‌جانبه است. شباهت گوگل با اپل هم در ثروت زیاد و دشواری رقابت دیده می‌شود.

غول موتور جست‌وجو تنها به‌خاطر وابستگی زیاد به داده، پروژه‌های آزمایشی بی‌شمار، رویکرد ضعیف نسبت به پیام‌رسانی و بسیاری پروژه‌های دیگر، فرهنگ داخلی علاقه‌مند به محصولات جدید، تصمیم‌های سریع که با همان سرعت لغو می‌شوند و رویکردی ضعیف در برابر شبکه‌های اجتماعی باید خود را سرزنش کند. چالش امروز گوگل، بازسازی اعتبار است. شاید اکنون بتوان بازسازی را عملکردی قابل مدیریت دانست، اما اعتبار همه‌جا به‌دنبال یک شرکت خواهد بود. درنهایت گوگل به‌خاطر رویکردهای مثبت متعدد و نقش عالی در بهبود زندگی میلیاردها انسان، باید توجه بیشتری به اعتبار خود و تأثیر بلندمدت پروژه‌ها و تصمیم‌ها داشته باشد.

منبع ANDROIDAUTHORITY/zoomit

چه مهارت‌هایی در دنیای اتوماتیک آینده کاربرد خواهند داشت؟

دنیای آینده به‌طور حتم از خودکارسازی و اتوماسیون استقبال می‌کند و در چنین وضعیتی، فرصت کار تنها برای افراد بامهارت فراهم خواهد بود.

امروزه بیش از همیشه درباره مهارت‌های چهارگانه علوم، فناوری، مهندسی و ریاضیات (STEM) خبر و مقاله می‌خوانیم. به‌علاوه خطر اتوماسیون و از بین رفتن فرصت‌های شغلی نیز بیش از همیشه نیروی انسانی را تهدید می‌کند. حتی مفاهیمی به‌نام «چراغ خاموش» نیز در محافل کسب‌وکار مطرح می‌شوند که طبق آنها، شرکت‌ها بدون نیاز به نیروی انسانی و حتی نور، وظایف خود را با روبات‌ها انجام می‌دهند.

ارزش افزوده‌ای که روبات‌ها و اتوماسیون به کسب‌وکار می‌دهند، قطعا قابل‌توجه خواهد بود. ازطرفی مهارت‌های نرم همچون ارتباطات، همدلی، ذهن‌آگاهی، خلاقیت، همکاری و رهبری از مواردی هستند که در جریان بحث و تبادل‌نظرها پیرامون دنیای آینده، اهمیت کمتری پیدا می‌کنند. درواقع ما به‌قدری درگیر نگرانی از دنیای خودکار آینده شده‌ایم که اهمیت چنین مهارت‌هایی را در بهبود شرایط نیروی کار انسانی نادیده گرفته‌ایم.

به‌عنوان نمونه‌ای از اهمیت مهارت‌های نرم، مهندسی را تصور کنید که طراحی‌های جدید و خارق‌العاده‌ای برای یک محصول پیشنهاد می‌دهد، اما توانایی ارتباط قوی و منتقل کردن منظور خود را ندارد. در فرضیه‌ای دیگر، او توانایی همکاری با تیم خود برای تولید نهایی طراحی را ندارد. چنین نیرویی قطعا به ضرر خود و سازمانش عمل می‌کند. چالش‌هایی مشابه در سطوح رهبری هم رخ می‌دهند. در چنین چالش‌هایی، تمام تیم مدیریت نمی‌توانند ارزش مهارت‌های نرم را درک کنند.

در مسیری که ما انسان‌ها به سمت آینده پر از روبات‌ها و هوش مصنوعی حرکت می‌کنیم، اهمیت مهارت‌های نرم و الزامی بودن آنها بیش‌ازپیش خود را نشان می‌دهد. انجمن جهانی اقتصاد هم در جدیدترین بررسی خود، مهارت‌های مرتبط با فناوری و مهارت‌های نرم را در دسته‌بندی مهم‌ترین دارایی‌های نیروی انسانی دسته‌بندی کرد. در بخشی از گزارش انجمن می‌خوانیم:

یافته‌های ما الزامی را برای دولت‌ها ایجاد می‌کند تا در سیاست‌های آموزشی خود بازنگری کنند؛ نوعی بازنگری که باهدف بهبود آموزش و افزایش مهارت افراد در همه سنین انجام شود. به‌علاوه تمرکز باید روی مهارت‌های STEM و نرم به‌صورت هم‌زمان باشد تا به انسان‌ها فرصت بهره‌برداری از ظرفیت‌های انسانی را بدهد.

حتی شرکتی شبیه به مایکروسافت که در ظاهر تنها باید به‌دنبال کارمندانی با مهارت‌های STEM باشد، مهارت‌های نرم را به‌عنوان بخش مهمی از فرآیند استخدامی خود در نظر می‌گیرد. مدیران ردموندی‌ها اعتقاد دارند با افزایش شباهت کامپیوترها به انسان‌ها، انسانیت و علوم اجتماعی اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. در کتاب The Future Computed اثر برد اسمیت و هری شان، مدیران اجرایی مایکروسافت، می‌خوانیم:

زبان، هنر، تاریخ، اقتصاد، اخلاق، فلسفه، روانشناسی و دوره‌های توسعه انسانی، همگی مهارت‌های حیاتی، فلسفی و مبتنی بر اخلاق را به انسان‌ها آموزش می‌دهند. چنین مهارت‌هایی در توسعه و مدیریت راهکارهای هوش مصنوعی مفید خواهند بود.

نتایج قطعی مهارت‌های نرم

تنها صحبت کردن پیرامون مهارت‌های نرم برای توسعه نیروی انسانی آینده کافی نخواهد بود. پیاده‌سازی رویکردهایی با تمرکز روی این مهارت‌ها، نیاز به زمان و انرژی زیادی دارد. البته یافته‌های تحقیقاتی، کاربردی بودن مهارت‌ها را تأیید می‌کنند و به‌نوعی انگیزه لازم را برای کسب آنها به ما می‌دهند.

آماندا راجری از محققان BBC در تحقیقی به اهمیت مهارت‌های به‌ظاهر بی‌ارزش انسانی پرداخته است. او در بررسی خود به‌سراغ وکلا رفت و آموزش و مهارت‌های آنها را بررسی کرد. آماندا گزارش می‌دهد که وکلایی با مهارت‌های حقوقی حداکثر درآمد سالانه ۹۴ هزار دلار دارند. درمقابل وکلایی که در کنار تحصیلات حقوقی، مهارت‌های فلسفی و مذهبی کسب کرده‌اند، درآمد خود را تا مبلغ ۱۱۰ هزار دلار افزایش می‌دهند. در شرح گزارش آماندا می‌خوانیم وکلایی که مطالعات تمدن و اخلاق داشته‌اند، درآمد سالانه ۱۲۴ هزار دلار دارند. آن دسته‌ای که مطالعات تاریخی دارند، درآمد را به ۱۴۳ هزار دلار می‌رسانند. درنهایت، وکلایی با مطالعات زبان‌های خارجی، تا ۱۴۸ هزار دلار درآمد خواهند داشت که ۵۴ هزار دلار بیشتر از همکاران بدون مهارت‌شان است.

فارغ‌التحصیل‌های دانشگاهی با مطالعات متفرقه و در مسیر مهارت‌های نرم، به‌محض ورود به بازار کار مهارت‌های ارتباطی، کار تیمی، تصمیم‌گیری و حل مسئله قوی‌تری خواهند داشت. چنین مهارت‌هایی با مهارت‌های نرم ترکیب می‌شوند و فرصت‌های شغلی و درآمدزایی آنها را افزایش می‌دهند.

چگونه مهارت‌های نرم را تقویت کنیم؟

همه ما انسان‌ها، بهره‌ای نسبی از مهارت‌های نرم برده‌ایم. البته همه افراد توانایی بهینه‌سازی و تقویت مهارت‌ها را در طول زندگی ندارند. به‌هرحال همان‌طور که قبلا اشاره کردیم، تقویت مهارت‌ها برای پیشرفت در دنیای آتی، حیاتی محسوب می‌شود. در ادامه به روش‌هایی بهینه برای پیشرفت در حوزه مهارت‌های نرم می‌پردازیم.

سرمایه‌گذاری روی نقاط قوت

تحقیقات دانشگاه‌های بزرگی همچون میشیگان، هاروارد، بوستون و هالت نشان می‌دهد آموزش مهارت‌های نرم با فاکتورهای مهم در کسب‌وکار همچون پایداری در شغل، بهره‌وری و رضایت شغلی ارتباط نزدیک دارد. به‌علاوه برای شروع تقویت مهارت‌ها نیز باید روی نقاط قوت تأکید کرد. چنین رویکردی بسیار مفیدتر از تمرکز برای رفع نقاط ضعف خواهد بود. به‌عنوان مثال اگر در مهارت‌هایی همچون تفکر استراتژیک، تأثیرگذاری و ایجاد رابطه توانمند هستید، به‌جای پرداختن به نقاط ضعف، این مهارت‌ها را تقویت کنید.

اگر روحیه همدلی شما امکان ایجاد ارتباط آسان با دیگران را می‌دهد، از آن برای همکاری بهتر با اعضای تیم جدید استفاده کنید. اگر مهارتِ شکستن مسائل به موارد کوچک‌تر و قابل هضم‌تر دارید، از آن برای شناساندنِ مشکلات به دیگران استفاده کنید. در مثالی دیگر، اگر کنجکاو هستید، به‌جای ایجاد مشکل برای اعضای تیم به‌دنبال وظایف دشواری باشید که دیگران از آنها فرار می‌کنند. مسیرهایی را برای پیشرفت انتخاب کنید که نیاز به یادگیری دارند.

خروج از منطقه امن

یکی از بهترین راه‌ها برای بهبود مهارت‌های نرم، خروج از منطقه امن است. به‌عنوان مثال اگر صحبت‌کردن در میان جمع شما را می‌ترساند، در دوره‌های آموزشی این مهارت شرکت کنید و از امتحان کردن فرصت‌های جدید نترسید. اگر در کارهای تیمی مهارت ندارید، در فعالیت‌های داوطلبانه شرکت کنید و ترس را با کار عملی از بین ببرید.

یادگیری ازطریق انجام کارها، همیشه بهترین روش برای ازبین‌بردن ترس است. شما می‌توانید با خارج شدن از منطقه امن و امتحان کردن شرایط دشوار، ترس همیشگی از مهارت‌های نرم را از بین ببرید. شکست در چنین مسیرهایی نیز عواقب نگران‌کننده‌ای ندارد و به‌همین دلیل می‌توانید با آزادی کامل، روش‌های بهبود مهارت‌های خود را امتحان کنید.

حرکت در خلاف جهت

شاید دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی تا سال‌ها اهمیت مهارت‌های نرم را درک نکنند. دراین‌میان دانشجوها و دانش‌آموزان نباید در روند پیشرفت متوقف شده و با مسیر تمرکز آموزشگاه‌ها روی مهارت‌های فنی همسو شوند. به‌عنوان مثال اکثرا در محافل دانشگاهی می‌بینیم که مهارت‌هایی همچون فلسفه و تاریخ و علوم اجتماعی، با تصور بن‌بست بودن و بی‌فایده بودن روبه‌رو می‌شوند. درحالی‌که اکثر مدیران موفق دنیای کنونی، دانش اجتماعی یا مدارک دانشگاهی مرتبط با علوم انسانی دارند.

بهینه‌سازی و خودکارسازی نقاط قوت

قابلیت استفاده مجدد یکی از مهم‌ترین عناصری است که دنیای کامپیوتر به ما می‌آموزد. در علوم کامپیوتری و مهندسی نرم‌افزار، استفاده مجدد به‌معنای استفاده از دارایی‌های کنونی در فرآیند توسعه محصولات نرم‌افزاری است. در اینجا، دارایی تنها به‌معنای کد نیست، بلکه محصولاتی که در روند توسعه نرم‌افزار ایجاد می‌شوند را می‌توان به‌عنوان دارایی‌های با قابلیت استفاده مجدد شناخت. روش‌های طراحی و پیاده‌سازی دانش را می‌توان انواعی از دارایی‌های مذکور دانست.

استفاده مجدد به‌معنای ساخت نسخه‌ای متنوع از دارایی‌های موجود است. رویکرد استفاده مجدد را می‌توان در هر فرآیندی در زندگی پیاده‌سازی کرد. به‌عنوان مثال، یک نویسنده ابتدا پست‌های کوتاه وبلاگی می‌نویسد. سپس پست‌ها به دارایی‌هایی برای نوشتن مقاله‌های بلند تبدیل می‌شوند و درنهایت از همین مقاله‌ها می‌توان برای نوشتن یک کتاب استفاده کرد. استفاده مجدد به ما سرعت و بازدهی مورد نیاز را بدون نیاز به طراحی‌ها و تفکرات ابتدایی مجدد (اختراع مجدد چرخ) می‌دهد.

درباره خودکار کردن وظایف تکراری، مقاله‌ها و آموزش‌های فراوانی تهیه شده‌اند. خودکارسازی را می‌توان ابزاری بسیار کارآمد برای افزایش بهره‌وری سازمانی و شخصی دانست. به‌عنوان مثال می‌توانید از یک ابزار زمان‌بندی شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید که محتوای مورد نظر را در زمان‌های مشخص در کانال‌های مشخص منتشر می‌کند. چنین رویکردی زمان زیادی را در کارهای روزانه شما صرفه‌جویی می‌کند.

تمرین ذهن‌آگاهی

ذهن‌آگاهی را می‌توان با تمرکز روی یک وظیفه در محدوده زمانی مشخص تمرین کرد. همه ما می‌دانیم که چندوظیفگی احتمال اشتباهات را افزایش می‌دهد و درنهایت منجر به کاهش بهره‌وری می‌شود. وقتی فعالیت‌های متعددی را به‌صورت هم‌زمان انجام می‌دهیم، عموما سطح استرس افزایش می‌یابد. به‌علاوه، چندوظیفگی منجر به افزایش اضطراب در عملکرد مغز می‌شود. به‌عنوان مثال اگر در حال برنامه‌ریزی برای یک پروژه باشید و هم‌زمان به تماس‌ها و پیام‌های کارمندان نیز پاسخ دهید، قطعا نمی‌توانید به جزییات موردنظر برای طراحی بهینه توجه داشته باشید.

اگر جزییات متعدد به‌صورت هم‌زمان به ذهن ما وارد شوند، مغز نمی‌تواند بین آنها اولویت‌بندی کرده و مهم‌ترین‌ها را انتخاب کند. درنتیجه حافظه نیز توانایی ذخیره‌سازی بهینه خود را از دست می‌دهد که در عملکرد بلندمدت آن اختلال ایجاد خواهد کرد. ذهن‌آگاهی را می‌توان تمرکز کامل حواس فرد روی یک موضوع در لحظه دانست. وقتی در هر دوره زمانی مشخص تنها روی یک وظیفه متمرکز باشید (یعنی در لحظه، ذهن‌آگاهی داشته باشید)، موفقیت‌های بیشتری نسبت به حالت چندوظیفگی خواهید داشت.

هیچ‌گاه تقاضا برای مدیران ذهن‌آگاه به‌اندازه امروز نبوده است. افرادی که بتوانند با تمرکز بر وظایف و فعالیت‌ها، بهترین راهنمایی را برای اعضای تیم خود داشته باشند و همچنین عملکرد خود را نیز منظم کنند. آنها حتی در الهام‌دهی به افراد برای ایجاد تأثیر پایدار بسیار موفق‌تر از رهبران تهاجمی و سرعتی هستند.

با نگاهی به موارد بالا به این نتیجه می‌رسیم که اتوماسیون حداقل در آینده نزدیک جایگزینی برای مهارت‌های خاص انسانی ما نخواهد داشت. چنین مهارت‌هایی قطعا در آینده و در کنار مهارت‌های فنی همچون STEM هنوز نقش عناصر حیاتی دنیای کسب‌وکار را ایفا خواهند کرد. درنتیجه نباید زمان را برای تقویت آنها از دست داد، چراکه اتوماسیون با سرعت هرچه بیشتر به سمت اشغال فرصت‌های شغلی سنتی ما حرکت می‌کند.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

آگهی ابلاغ وقت دادرسی به ۱- فرشید اسدی ۲- زهرا امجدیان

کلاسه پرونده۹۸-۵-۴۵۵ وقت رسیدگی شنبه ۹۸/۹/۳۰ ساعت ۱۱:۳۰
خواهان: محسن میرزا حیدری
خواندگان: ۱- فرشید اسدی ۲- زهرا امجدیان
خواسته :مطالبه خسارت به مبلغ نه میلیون تومان
خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه به شورایحل اختلاف نموده که وقت رسیدگی آن به شرح فوق تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود تا خوانده از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به دفتر شعبه ۵ شورای حل اختلاف بخش قدس معرفی نماید در غیر اینصورت تصمیم مقتضی اتخاذ خواهد شد.
شعبه ۵شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۸۸

آگهی ابلاغ وقت دادرسی به هادی محمدی قلعه جق

کلاسه پرونده۹۸-۵-۶۵۷ وقت رسیدگی شنبه ۹۸/۹/۳۰ ساعت ۹ خواهان: مرتضی احمدی خبوشان خوانده: هادی محمدی قلعه جق
خواسته :الزام به تنظیم و انتقال سند رسمی خودرو پژو ۲۰۶ به شماره انتظامی ۶۴۳ د ۴۵ ایران ۷۹
خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه به شورایحل اختلاف نموده که وقت رسیدگی آن به شرح فوق تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود تا خوانده از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به دفتر شعبه ۵ شورای حل اختلاف بخش قدس معرفی نماید در غیر اینصورت تصمیم مقتضی اتخاذ خواهد شد.
شعبه ۵شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۸۷

دادنامه

تاریخ :۹۸/۶/۲۶ شماره پرونده:۲۴۲/۵/۹۸ خواهان:اسماعیل ستاری قزلجه ادرس: شهرقدس انتهای خ سجاد املاک سجاد پ ۳۰۰ خواندگان :۱- سجاد جوانمردی اشتاری ادرس:پرند میدان امام بلوار ۴باغ زرد کوه ۲-ک۱۰ پ ۲۸ خوانده ردیف دوم علی ولی زاده ادرس شهرقدس خ سجاد خرداد۴ ک نعمه پ۱۰ خواسته :الزام خواندگان به تنظیم و انتقال سند رسمی یک دستگاه خودرو پراید به شماره انتظامی ۷۸ ایران ۱۱ م ۵۱۸ به انضمام هزینه های دادرسی گردشکار:خواهان دادخواستی به خواسته فوق و به طرفیت خوانده تقدیم داشته که پساز ارجاع به این حوزه و ثبت به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی و اعلام نظریه اعضای شورای حل اختلاف این حوزه به نظر قاضی شورا رسانده شده است علیهذا با ملاحظه جمیع مستندات قضایی پرونده ختم رسیدگی را اعلام و با ارتکال به ذات باریتعالی و تکیه بر وجدان و شرف انسانی ختم رسیدگی را اعلام و به شرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید .
رای شورا: در خصوص دادخواست خواهان اسماعیل ستاری قزلجه به طرفیت خواندگان ۱ -سجاد جوانمردی اشتاری ۲- علی ولی زاده به خواسته الزام خواندگان به تنظیم و انتقال سند رسمی یک دستگاه خودرو پراید به شماره انتظامی ۷۸ ایران ۱۲م۵۱۸ به انضمام هزینه های دادرسی شعبه پس از دعوت از طرفین و تشکیل جلسه رسیدگی اخذ اظهارات خواهان با توجه به عدم حضور خواندگان در جلسه رسیدگی و عدم ارسال لایحه و یا معرفی وکیل جهت رد ادعا های خواهان و با عنایت به مبایعه نامه مندرج در پرونده و استعلام به عمل امده از پلیس راهور به شماره ۴۵۵۳/۱۳/۸۴۶ مورخ ۹۸/۴/۴ ادعای خواهان را مقرون به صحت تشخیص داده و مستندا به مواد ۵۱۹و۵۱۵و۱۹۸ قانون ایین دادرسی مدنی و مواد ۲۲۵ و۲۲۱و۲۲۰ و۲۱۹ قانون مدنی حکم به محکومیت خوانده ردیف اول به حضور در یکی از دفاتر اسناد رسمی و تنظیم و انتقال سند یک دستگاه خودروی سواری پراید به شماره انتظامی ۷۸ایران ۱۲م ۵۱۸ و پرداخت مبلغ هفتصد و بیست هزار ریال بابت دادرسی در حق خواهان صادر و اعلام مینماید. اما در خصوص دعوی خواهان نسبت به خوانده ردیف دوم با توجه به اینکه متوجه وی نبوده است مستندا به بند ۴ماده ۸۴ قانون آیین دادرسی مدنی اقدام به صدور قرار رددعوی خواهان را صادر و اعلام می نماید . قرار صادره غیابی بوده و ظرف بیست روز پس از ابلاغ واخواهی در این شعبه و سپس ظرف بیست روز قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم محترم عمومی شهرستان قدس می باشد .
مهدی جعفری -قاضی شعبه پنجم شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۸۴

آگهی مزایده (نوبت اول)

درپرونده کلاسه ۹۷۱۴۷۲ اجرا محمدعلی جعفری ملوکانی محکوم است به پرداخت مهریه و در راستای آن فروش خودرو لیفان در حق محکوم له زهره کرامت گرمی و پرداخت هزینه های اجرایی که با عنایت به توقیف اموال محکوم علیه پس از طی مراحل قانونی و ارجاع به کارشناسی قیمت اموال توقیفی جمعا به ارزش ۸۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال براورد شده و سپس مقرر گردید . در روزدوشنبه تاریخ ۹۸/۰۹/۱۱ ازساعت ۹ الی ۱۰ در محل اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان قدس واقع در بلوار شهید کلهر جنب بهشت فاطمه (س) اموال توقیفی از طریق مزایده بفروش برسد لذا طالبین میتوانند پنج روز زودتر از تاریخ مزایده با اطلاع و هماهنگی این اجرا از اموال توقیفی بازدید نموده و در صورت تمایل از تاریخ یادشده در مراسم مزایده شرکت نمایند مزایده ازقیمت پایه کارشناسی شروع و هرکس بالاترین را پیشنهاد نماید بعنوان برنده مزایده شناخته شده و ۱۰٪ کل مبلغ فروش فی المجلس از خرید و الباقی پس ازگذشت یک هفته و عدم وصول هرگونه اعتراض ازخریدار اخذ و کلیه اموال به وی اموال توقیفی منقول و غیرمنقول به شرح ذیل میباشد اموال شامل یکدستگاه خودروی لیفان سفید رنگ مدل ۹۵ دنده اتومات X-۵۰CVT به شماره انتظامی ۵۵۸ ل ۱۳ ایران ۶۸ به وضعیت سالم با جرثقیل به پارکینگ هدایت شده و سوئیچ وسیله رویت نشد . با عنایت به مراتب فوق ارزش پایه مورد مزایده با توجه به وضعیت فنی و فیزیکی ۸۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال براورد گردید .
آقازاده - مدیر اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان قدس م الف ۱۵۹۳

دادنامه

تاریخ :۹۸/۴/۱۱ شماره پرونده :۱۳۵۹/۱۰/۹۷ شماره دادنامه :۳۴۴ خواهان: سید اکبر میرجلیلی ادرس شهرقدس بلوار مصلی گلزار ۵ پ ۱۹ خوانده :احسان نهال کار مجهول المکان خواسته :مطالبه چک به میزان ۶۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال هزینه دادرسی و تاخیر تادیه به تاریخ ۹۸/۴/۱۱ در وقت فوق العاده پرونده کلاسه ۱۳۵۹/۱۰/۹۷ شعبه ۱۰شورای حل اختلاف شهرستان قدس به تصدی اینجانب تحت نظر است با ملاحظه اوراق و محتویات پرونده نظریه مشورتی اعضا محترم شورا به شرح ذیل اقدام به صدور و انشار رای می نماید .
رای شورا:در خصوص دادخواست خواهان سیداکبر میرجلیلی به طرفیت خوانده احسان نهال کار به خواسته مطالبه وجه به میزان ۶۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به استناد یک فقره چک به شماره ۶۶۳۳۸۸مورخ ۹۶/۱۱/۱۶ به عهده بانک اقتصاد نوین شعبه جنت اباد شورا نظر به دادخواست تقدیمی خواهان و استماع اظهارات وی و ملاحظه اصول و مستندات ابرازی و گواهی عدم پرداخت از سوی بانک محال علیه و نیز امضا چک که منتسب به خوانده بوده و بقا اصول و مستندات در ید خواهان ظهور در اشتغال ذمه خوانده داشته است و خوانده علیرغم اطلاع از جریا دادرسی حضور پیدا نکرده و دلیلی بر برائت ذمه خویش ارائه ننموده است شورا خواسته خواهان را موجه تشخیص داده و مستندا به مواد ۳۱۳ و ۳۱۰ از قانون تجارت و تبصره الحاقی به ماده ۲قانون چک و نیز استفساریه مجمع تشخیص مصلحت نظام به قانون مرقوم و مواد ۵۱۹ و۱۹۸ از قانون آیین دادرسی مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۶۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان اصل خواسته به انضمام خسارت تاخیر تادیه از تاریخ سررسید چک ۹۶/۱۱/۱۶ و نیز مبلغ ۱/۶۴۰/۰۰۰ریال به عنوان هزینه دادرسی در حق خواهان صادر و اعلام میدارد .رای صادره غیابی میباشد و ظرف بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در این شورا و سپس ظرف بیست روز قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم عمومی حقوقی شهرستان دس می باشد.
مهدی جعفری -قاضی شعبه پنجم شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۹۰

آگهی مزایده

در پرونده ۱۳۳/۹۸ خانم الهه سهیلی علیه آقای فرزاد پورسهیلی بخواسته مبلغ ۲۰۴/۸۷۰/۲۵۰ اصل خواسته ۱۰/۲۴۳/۵۱۰بابت نیم عشر دولتی در حق دولت میباشد . که پس از طی مراحل قانونی و ارجاع به کارشناسی دادگستری قیمت اموال توقیفی جمعا به مبلغ ۲۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده در روز یکشنبه تاریخ ۹۸/۹/۱۷ از ساعت ۱۱ تا ساعت ۱۲ ظهر در محل دفتر اجرای احکام مدنی دادگاه عمومی حقوقی شهرقدس واقع در دفتر اجرای احکام مدنی دادگاه عمومی حقوقی شهرقدسکه عبارت است از اموال توقیفی محکوم علیه میباشداز طریق مزایده به فروش میرسد لذا طالبین میتوانند پنج روز جلوتر از تاریخ مزایده با اطلاع و هماهنگی این اجرا از ملک اموال فوق بازدید نموده و در صورت تمایل در تاریخ یاد شده در مراسم شرکت نمایند مزایده از قیمت کارشناسی شروع و هرکس بالاترین قیمت را پیشنهاد نماید بعنوان برنده مزایده شناخته شده و ۱۰درصد از کل مبلغ فروش فی المجلس از خریدار اخذ و الباقی پس از گذشت یک هفته و عدم وصول هرگونه اعتراضی از خریدار اخذ و کلیه اموال به وی تحویل خواهد شد اموال توقیفی به شرح زیر میباشد . پراید به شماره انتظامی ایران ۳۳۳/۲۱ ل ۶۵ (مدل ۸۸ نقره ای رنگ – دوگانه سوز شرکتی)
شقاقی مدیر دفتر اجرای احکام شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۸۵

آگهی ابلاغ وقت دادرسی به ۱- فرامرز عباس پور ۲-حمید هادی زاده

کلاسه پرونده۹۸-۵-۶۶۲ وقت رسیدگی: دوشنبه ۹۸/۱۰/۳ ساعت ۹ خواهان: قربانعلی سهرابی خواندگان: ۱-فرامرز عباس پور ۲-حمید هادی زاده خواسته :الزام به تنظیم و انتقال سند رسمی پژو آردی به شماره ۲۴۱ ج ۷۴ایران ۳۸
خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه به شورایحل اختلاف نموده که وقت رسیدگی آن به شرح فوق تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود تا خوانده از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به دفتر شعبه ۵ شورای حل اختلاف بخش قدس معرفی نماید در غیر اینصورت تصمیم مقتضی اتخاذ خواهد شد.
شعبه ۵شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۹۲

آگهی مزایده اتومبیل

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۸۰۰۲۳۷ یک دستگاه اتومبیل سواری لیفان هاچ بک X۵۰ مدل ۱۳۹۵ بنزینی پلاک انتظامی ایران ۲۱-۸۳۸د ۲۱ متعلق مهری احمدآباد که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ ۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی شده از ساعت ۹الی ۱۲ چهارشنبه مورخ ۱۳۹۸/۹/۲۰ در اداره ثبت اسناد و املاک شهرقدس واقع در بلوار کلهر جنب پمپ بنزین ثار اله که خودرو در پارکینگ فردوس مستقر میباشد از طریق مزایده به فروش می رسد . مزایده از مبلغ ۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا وصول خواهد شد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی اعلام گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد .
کفیل ثبت اسناد و املاک شهرقدس – سعید هوشنگی م الف ۱۵۸۶

ابلاغ

خواهان دوستعلی شعبان دادخواستی تحت عنوان مطالبه یک فقره چک ۹۷۲۸۴۷ علیه خوانده امیر شیرانی تقدیم شورای حل اختلاف شعبه ۱۰نموده که پس از ثبت وقت رسیدگی مورخ ۹۸/۱۰/۱۷ ساعت ۱۱:۱۵ تعیین به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست و مستفاد از ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی شود تا خوانده پس از نشر آگهی و اطلاع به دفتر شورا مراجعه وضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست وضمایم را دریافت ودروقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر شود شماره پرونده:۳۰۸/۱۰/۹۸
شعبه ۱۰ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۵۸۹

آگهی نوبتی

پیرو آگهی نوبتی شماره ۹۸/۴/۲۲-۶/۹۸/۴۸۳۴ درخصوص ثبت عمومی املاک واقع در بخشهای ۷ هروآباد و ۷ خالندبیل خلخال، مطابق مواد۱۲و ۲۵ قانون ثبت و مواد۵۹ و۶۴ آیین نامه قانون ثبت که در سه ماهه دوم سال۹۸تقاضای ثبت گردیده و یا در اجرای ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و آیین نامه اجرائی آن، توسط هیات حل اختلاف مستقر در ثبت خلخال رای لازم صادر شده است بشرح زیر آگهی شود:
ازبخش۷ هروآباد خلخال:
۴۲۹- اصلی، آقای محمدتقی سلیم پور (نسبت به دوسهم ازهفت سهم) وخانمهافاطمه، یادصبا، نصیبه ، ماهتاب ،ماه منیر(هرکدام نسبت به یک سهم ازهفت سهم)همگی سلیم پور ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور جای ساختمان بمساحت ۱۵۱/۹۰ مترمربع.
۲۰۹۸- اصلی، شهرداری خلخال ، ششدانگ یکباب مغازه بمساحت ۵۰/۰۶ مترمربع
۲۰۹۹- اصلی، آقای سیدساجدین الیاسی ،ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۲/۶۳ مترمربع.
ازبخش۷ خالندبیل خلخال:
۱۹۰۹/۲۸۶۵- اصلی، آقای رسول غفارپور ، ششدانگ قسمتی ازیکباب ساختمان ، بمساحت ۴/۰۶ مترمربع واقع دراراضی اندبیل.
لذا طبق ماده۱۶قانون ثبت هر کس نسبت به قبول ثبت املاک مندرج در آگهی اعتراض داشته باشد می تواند از تاریخ انتشار نوبت اول تا۹۰روز دیگر اعتراض خود را کتباً به اداره ثبت خلخال تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ذیصلاح قضائی تقدیم دادخواست نماید و از دادگاه مزبور گواهی تقدیم دادخواست اخذ و تسلیم اداره ثبت نماید./
تاریخ انتشار نوبت اول روز چهار شنبه ۹۸/۸/۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: روز شنبه ۹۸/۹/۲
رییس ثبت خلخال -جدیهی

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۲۷۰۰۱۰۰۱۸۳۳ مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۰۶ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک زنجان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای رجبعلی مولائی فرزند رمضانعلی بشماره شناسنامه ۱۳۰ صادره از زنجان در ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۶۴/۰۵ متر مربع پلاک ۱۷۱۶۴ فرعی از ۴۱/۷ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۵۸۸ فرعی واقع در بخش ۷ زنجان خریداری از مالک رسمی بنیاد مستضعفان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود، درصورتی‌که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول ۹۸/۹/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۹/۱۷
رئیس ثبت اسناد و املاک –مجتبی محمدلو
۹۴۹

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۸۰ ۹۸/۵/۲۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه دو زنجان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حبیب قهرمانی فرزند فرخ بشماره شناسنامه ۶۵۶۹۸ صادره از زنجان در ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۴۰.۶۰ متر مربع پلاک ۱۱۸۸ فرعی از ۵۲۹۹ اصلی واقع در بخش یک زنجان خریداری از مالک رسمی آقای حبیب اله کمالی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود، درصورتی‌که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول ۹۸/۹/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۹/۱۸
رئیس ثبت اسناد و املاک –ابراهیم اکبری
۹۵۸

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۰۴۴۴۹ مورخ ۱۳۹۸/۰۷/۳۰ و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم نیکو عزیزی مقدم فرزند محمد بشماره شناسنامه ۲۵۴۹ صادره از یزد در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۸۰۰ متر مربع مشتمل بر بنای احداثی فاقد مجوز به مساحت ۳۰ متر مربع پلاک ۴۰۶ فرعی از ۵ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶۷ فرعی از ۵ اصلی واقع در قریه وردم بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق میوه علی شمالی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضائی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۹/۰۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۹/۱۷
۹۱۳۷۲۵ م الف آرمان کاظمی –رئیس ثبت اسناد و املاک
۹۶۱

درنـــگ

باشگاه اتلتیکو مینیرو با توکن گالو وارد دنیای ارزهای دیجیتال می‌شود

باشگاه فوتبال اتلتیکو مینیرو همانند بارسلونا و یوونتوس قصد دارد توکن اختصاصی خود را برای هواداران ارائه کند تا هواداران با روش جدیدی بلیت مسابقات را تهیه کنند. باشگاه اتلتیکو مینیرو برزیل، آخرین تیم فوتبالی است که استفاده از ارز دیجیتال را به رسمیت شناخت و هم‌اکنون در حال عرضه توکن ارز دیجیتال اختصاصی خود با نام ســکه گالو (Galo Coins) برای هواداران اســت. فوتبال و ارز دیجیتال ترکیبی عالی هســتند چراکه هر دو مورد از محبوبیت بالایی برخوردارند و ترکیب آن‌ها به نظر معجونی محبوب می‌شــود. باتوجه به ترند این روزها که نشان از گسترده شدن استفاده از ارزهای دیجیتال دارد، فوتبال گزینه خوبی برای استفاده است؛ چراکه فوتبال یکی از بهترین و بزرگ‌ترین دلمشغولی‌های جهان محسوب می‌شود.

توکن ارز دیجیتال جدید برای هواداران فوتبال

اتلتیکو مینیرو یک باشگاه لیگ برتری برزیلی است که قصد دارد ارز دیجیتال خود را که سکه گالو نام دارد، برای هواداران این باشگاه ایجاد کند تا هواداران بتوانند از طریق ارز دیجیتال بلیت مسابقه و کالاهای دیگر را از فروشگاه این باشگاه خریداری کنند و همچنین از تخفیف‌های بی‌شمار باشگاه بهرمند شوند. کلمه Galo در انگلیســی به‌معنای خروس است که نماد خوش شانسی باشــگاه است. این کار اتلتیکو مینیرو را به اولین باشگاه فوتبالی در برزیل تبدیل می‌کند که ارز دیجیتال مبتنی بر بلاک چین را در سراسر آمریکا جنوبی برای خرید، عرضه کرده است. بهترین بخش سکه، سادگی استفاده از این ارز دیجیتالی است که برای جذب کاربران جدید ارز دیجیتال ضروری است. Galo Coins همان قیمت ارز واقعی برزیل را دارد. هواداران برای استفاده از توکن‌ها باید حداقل ۵۰ سکه گالو خریداری کنند که حدود ۱۳ دلار آمریکا ارزش دارد. توکن ارز دیجیتال گالو اتلتیکو مینیرو شبیه پلتفرم Foot Coin است و به کاربران اجازه می‌دهد تا Galo Coins را با اتریوم مبادله کنند. دو باشگاه اروپایی پاریس اند ژرمن و یوونتوس نیز به سراغ استفاده از ارزهای دیجیتال رفته‌اند.

مشارکت بین فوتبال و ارز دیجیتال

اخیرا ارتباط بین دنیای ارزهای دیجیتال و دنیای فوتبال تنگاتنگ‌تر از پیش شــده است؛ اعجوبه‌های فوتبالی مثل رونالدینیو (ستاره بی‌بدیل و اسبق باشگاه بارسلونا و اتلتیکو مینیرو) سکه اختصاصی خود را تحت عنوان (Ronaldinho Soccer Coin (RSC با هدف تأسیس و توسعه انواع استادیوم‌های فوتبالی مبتنی بر واقعیت مجازی در سراسر جهان ایجاد کرده اســت. فوتبالیست‌های مطرح دیگری همچون دیدیه دروگبا، مایکل اوون، روبرتو کارلوس، لوئیس فیگو و لیونل مسی با ایجاد سکه‌های اختصاصی خودشان یا توکن‌های دیگر به صنعت ارز دیجیتال ملحق شده‌اند. اوایل سال جاری، گیبرالتار یونایتد اولین باشگاه فوتبالی در جهان بود که حقوق بازیکنانش را با ارز دیجیتال پرداخت کرد. پابلو دانا، مالک باشــگاه، ارز دیجیتالی خودش را با نام Quantocoin ســاخته است که می‌تواند به‌عنوان یک طرح برای باشگاه‌هایی که به‌دنبال یکپارچه‌سازی ارز دیجیتال باشگاه فوتبال‌شان هستند، مورد استفاده قرار گیرد.

منبع: CCN/zoomit

مدرسه مدیریت

۶ ذهنیت قدیمی که سد راه موفقیت کاری‌تان می‌شوند

حتما تایید می‌کنید که برخی باورهای قدیمی جایی در چشم‌انداز کاری امروز ندارند. با این حال اما وقتی با کارکنان شــرکت‌های مختلف از جمله جوان‌ترها هم‌کلام می‌شــوید در کمال تعجب در خواهید یافت که بسیاری هنوز هم ذهنیت‌های قدیمی را که مربوط به چندین دهه پیش می‌شده، دارند و به آنها پایبندند. در ادامه می‌خواهیم برخی از این باورها که دیگر جایی در کسب و کارهای مدرن ندارند را همراه با شما برشماریم.

تا زمانی که خوب کار کنم برای من در این شرکت جا هست

نباید فراموش کنید که همه مشاغل موقتی هستند. دیگر دوران استخدام‌های مادام‌العمر سپری شده و در محیط‌های کاری پویای امروز شــرکت‌ها نمی‌دانند کاری که برای‌شان انجام می‌دهید یا محصولی که رویش کار می‌کنید فردا هم وجود خواهد داشت یا خیر. گاهی اوقات مهارت‌های شما (هر قدر هم ناشی از نبوغ‌تان باشند) قدیمی می‌شوند و این یعنی شما همواره باید آماده برداشتن گام‌های بعدی برای شغل آینده خود باشید.

شرکت موظف است مرا در حرفه‌ام رشد دهد

دوران برگزاری کلاس‌های آموزشــی بزرگ هم دیگر سپری شده و این کلاس‌ها جای خود را به دوره‌های شخصی داده‌انــد، بنابراین این وظیفه شماســت کــه اهداف کاری‌تان را تثبیت کرده و یک برنامــه مدون یادگیری برای خود تدوین کنید تا در مســیر موفقیت قرار بگیرید. مدیری می‌گوید: این وظیفه هر فرد اســت که رشد حرفه‌ایش را تحت کنترل در بیاورد. آنها باید در چارچوب اهداف کاری‌شان آموزش ببینند و این اهداف برای هر فرد متفاوت است.

حضور در شبکه‌های اجتماعی خودخواهی است

شــبکه‌های اجتماعی نه تنها ابزاری در دســتان شــما برای برندســازی شــخصی‌تان هســتند بلکه با اشــتراک‌گذاری محتوای شرکت‌ها با دنبال‌کنندگان خود و حضور در جدیدترین پست‌های رسانه‌ای آنها روشــی فوق‌العاده برای تبدیل شــدن به سفیر برند شرکتی را دنبال خواهید کرد که برایش کار می‌کنید. این نکته را هم در نظر داشــته باشــید که کارکنان بیشتر از واحد روابط عمومی شرکت‌ها، مدیران عامل و بنیانگذاران مورد اعتماد مردم هســتند. ۴۱درصد از ما باور داریم که کارکنان قابل اطمینان‌ترین منبع اطلاعات در رابطه با یک کســب و کار هســتند. حضور پررنگ در شــبکه‌های اجتماعی همچنین به شما کمک می‌کند که شبکه کاری خود را داشته باشید و حتی برای تامین نیروی انسانی از آن کمک بگیرید. در مقابل شرکت نیز شما را نیرویی ارزشمند قلمداد می‌کند.

موفقیتم در دستان مدیرم است

اینکه سرنوشت خود را تماما در دستان مدیر خود قرار دهید کاری بس خطرناک است و اینکه روابط‌تان با او چقدر نزدیک باشد هم تاثیری در ماجرا ندارد. البته حتما زمانی بوده که مدیرتان تاثیری فوق‌العاده روی موفقیت شما داشته اما امروز کار شما کسب و کار خودتان است و باید طوری آن را اداره کنید که انگار شما مدیرعامل آن هســتید. اینکه به مدیرتان اجازه دهید کار شــما را تحت کنترل خود در آورد یک مشکل جدی دارد و آن اینکه مدیر شما قطعا دستور کاری خود را دارد و آنچه برای شما می‌خواهد ممکن است با خواسته شما در تناقض باشد.

اینکه برند شخصی خودم را داشته باشم خیانت به شرکتم است

اگر برند خودم را بسازم آن‌وقت به عنوان یک کارمند وفادار شناخته نمی‌شوم. واقعیت اما این است که شرکت‌های بزرگ خواهان برندسازی هم برای شرکت و هم برای تک تک کارکنان‌شان به صورت همزمان هســتند. در همین رابطه باید به خاطر داشت که نشانه مدیریت برند سالم ثبات است و نه پیروی بی‌قید و شرط و در نتیجه توصیه نمی‌شود که یک شغل تماما وقف شرکتی بشود.

وقتی دنبال کار جدید می‌گردم فقط باید برند خودم را مدیریت کنم

شما هر روز و در هر کاری که انجام می‌دهید باید برند خود را مدیریت کنید و برای فرصت‌هایی که نمی‌دانید وجود دارند یا خیر همواره در دسترس باشید. وقتی برندی قوی داشته باشید که همواره هم در دید افراد درست قرار داشته باشد فرصت‌ها به سراغ‌تان می‌آیند و نیازی به تمرکز ویژه روی این کار نیست.

منبع: forbes/digiato

فرصت امروز

روزنامــه مدیریتــی -اقتصــادی

|شــنبه | ۲ آذر ۱۳۹۸ | شــماره ۱۴۳۵ | صفحه ۱۶|

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲

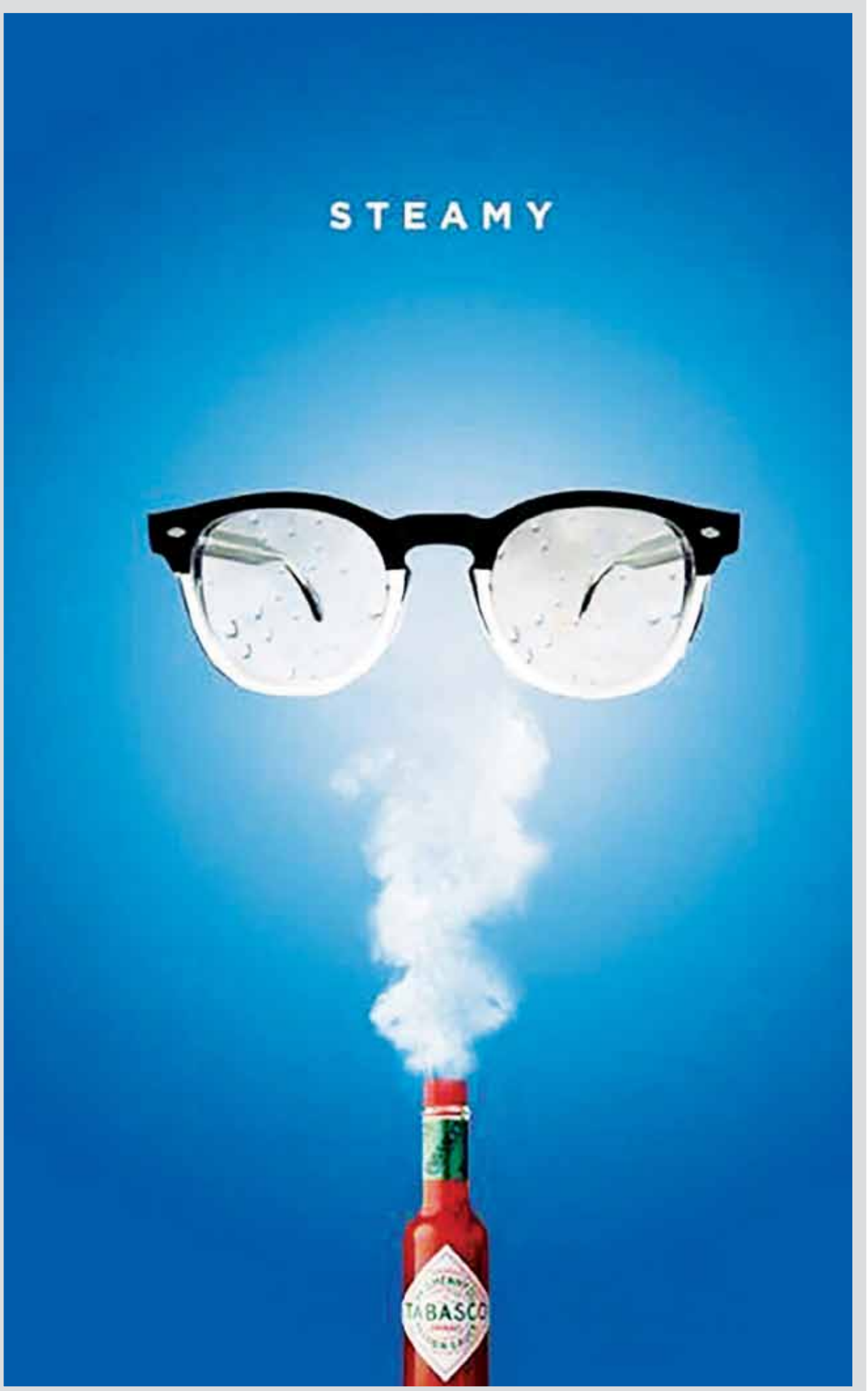
سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغـات خلاق



شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران

نوبت اول

فراخوان عمومی دو مرحله ای

شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران به آدرس تهران خیابان طالقانی نرسیده به چهارراه مفتح ساختمان شماره ۲۰۰ در نظر دارد خدمات بروز رسانی و پشتیبانی از سیستم های نرم افزاری و انتقال داده ها را برای مدت ۲ (دو) سال و مبلغ حدود بیست و هشت میلیارد ریال با توجه به موارد زیر به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. علاقمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند با شماره تلفن های ۸۱۳۱۳۰۹۶ و ۸۱۳۱۳۵۴۲-۰۲۱ تماس و یا مراجعه به نشانی WWW.NIGCENG.IR متن کامل آگهی را رویت نمایند.

ارائه تضمین شرکت در مناقصه (تضامین قابل قبول وفق آئین نامه تضمین تعاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیئت وزیران) به مبلغ حدود یک میلیارد و چهارصد میلیون ریال.

مهلت اعلام آمادگی کتبی جهت حضور در مناقصه ۷ روز پس از تاریخ آگهی نوبت دوم و محل دریافت استعلام ارزیابی کیفی آدرس فوق، طبقه اول امور پیمانها و برآوردهای مهندسی می باشد.

اسناد مناقصه پس از انجام ارزیابی کیفی حدود ۳۰ روز پس از وصول اعلام آمادگی شرکتها به واجدین شرایط تحویل می گردد و زمان ارائه پاکات پیشنهادات فنی بازرگانی و مالی حدود ۱۵ روز پس از توزیع اسناد مناقصه می باشد.

گشایش پاکات فنی بازرگانی حدود ۳ روز پس از دریافت پیشنهادات در کمیسیون مناقصات انجام میگردد.

روابط عمومی شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران

شماره مجوز: ۱۳۹۸.۵۱۸۰

۴۳

سازمان آگهی‌ها

۸۶۰۷۳۱۴۳