



دریچه

از تقابل نایک و گوگل تا جنگ دوباره کنسول‌ها

دنیای فناوری در سال ۲۰۲۰

فرصت امروز: چند سال پیش بود که رسانه‌ها براساس یک پیشگویی فناوریانه، سال ۲۰۲۰ را سال رعب و وحشت و دوره آخرالزمان فناوری تعبیر کردند، چراکه زندگی انسان‌ها آنچنان با فناوری عجین خواهد شد که دیگر نمی‌توان مرزی میان این دو در نظر گرفت، به‌طوری که در سال ۲۰۲۰ تراشه‌هایی روی مغز انسان تعبیه می‌شود، پایگاه‌هایی برای روبات‌ها در ماه راه‌اندازی می‌شود، ماشین‌ها به صورت خودکار و بدون سرنشین حرکت می‌کنند و… حالا این سال در آستانه رسیدن است و می‌توان این پیشگویی فناوریانه را به معرض آزمون گذاشت و دید تا چه اندازه درست است.

در همین زمینه، «گاردین» در گزارشی به چشم‌انداز فناوری در سال ۲۰۲۰ پرداخته و از عرضه کنسول‌های بازی جدید با فعالیت اتحادیه‌های کارگری در شرکت اپل، به‌عنوان اتفاقات جالب این سال خبر داده است. به گفته «گاردین» در سال ۲۰۱۹ شاهد تولید محصولات گوناگون و اتفاقات متعددی در دنیای فناوری بودیم و در سال آینده نیز باید منتظر فرآیندهای فناوریانه دیگری باشیم.

❖ «سایبرتراک» تسلا در دسترس نخواهد بود: این یک پیش‌بینی آسان است. زیرا حتی خود شرکت تسلا هم مدعی نشده که خودرو چشمگیر آن در سال ۲۰۲۰ برای فروش در دسترس قرار گیرد. تسلا گفته که سایبرتراک به طور کامل در سال ۲۰۲۱ عرضه خواهد شد و اولین نمونه‌های آن در سال آتی به فروش خواهد رسید. این وانت آینده‌نگرانه برقی منحصر‌به‌فرد از همان الیاژ فولادی ساخته شده که برای ساخت موشک «استارشپ» شرکت «سپیس ایکس» مورد استفاده قرار گرفته است. قیمت این وانت برقی جذاب از ۳۹ هزار و ۹۰۰ دلار شروع می‌شود. سایبرتراک، ششمین خودرو تسلا از زمان تأسیس این شرکت در سال ۲۰۰۳ است. این خودرو می‌تواند رقیب سرسختی برای تراک فورد سری-اف باشد که بیش از ۴۰ سال در آمریکا پرفروش‌ترین وانت بوده است.

❖ «گوگل دایکس» به اروپا راه نخواهد یافت: یکی از چشمگیرترین آیدینگرانه‌ترین محصولاتتی که طی چند سال گذشته توسط گوگل تولید شده، «گوگل دایکس» است که یک فناوری نوآورانه در زمینه خدمات صوتی صحبت کردن است. این دستیار هوش مصنوعی می‌تواند مکالمه تلفنی برقرار کند و قرار ملاقاتی را به صورت تلفنی با فردی تنظیم کند. به عنوان مثال، در آزمایش این محصول، این هوش مصنوعی گوگل با یک فرد واقعی که در یک آرایشگاه کار می‌کرد، تماس تلفنی برقرار کرد و از او برای کوتاهی مو وقت گرفت. در ابتدا، این فناوری مورد انتقاد قرار گرفت زیرا آنقدر خوب است که استفاده از آن را می‌توان «فریبنده» توصیف کرد، ولی می‌توان گفت دریافت یک تماس اتوماتیک از یک فرد با دشواری‌هایی مواجه است که باعث می‌شود این فناوری تا چند سال به اروپا وارد نشود.

❖ از عینک هوشمند و ماشین ایل خبری نیست: اپل برای آینده خود، دو پروژه بزرگ در حوزه فناوری دارد. یکی عینک واقعیت افزوده اپل و دیگری خودروی خودران این شرکت. عینک‌های هوشمند اپل عینک‌های شفافتی هستند که کاربر می‌تواند ضمن دیدن تصاویری که در مقابل چشمانش نمایش داده می‌شود از طریق آن دنیای بیرون را نیز ببیند. به عبارت دیگر، آنها محیط واقعی را تقویت می‌کنند و به دنیای بیرون می‌افزایند. پیش از این گفته شده بود که انتظار می‌رود این محصول در اوایل سال ۲۰۲۰ رونمایی شود ولی به احتمال زیاد این محصول اپل در سال ۲۰۲۱ عرضه خواهد شد. البته شرکت اپل همواره نسبت به اعلام زودهنگام محصولات خود محتاط بوده است.

❖ اپل فعالیت کارگـری را تجربه خواهد کرد: تنها کسانی که توانایی تغییر در کارهای «سبیلکون ولی» را دارند، شرکت‌های درون آن هستند. در سال ۲۰۱۸ فعالیت‌های کارگری شدت گرفت و کارمندان گوگل در برابر آزادی‌های جنسی به اعتراض و تظاهرات پرداختند. کارمندان مایکروسافت هم علیه همکاری با وزارت دفاع آمریکا به شکایت و اعتراض پرداختند. همچنین کارمندان آمازون در برابر اعمال قوانین مهاجرت و گمرک اعتراض کردند، ولی شرکت اپل که بزرگ‌ترین آنهاست، تاکنون کارمندان خود را از ابراز مخالفت در عموم بازداشته است. با توجه به موضع این شرکت در برابر دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا و شی جین پینگ، رئیس‌جمهور چین احتمالا این سرکوبی اعتراضات چندان دوام نخواهد داشت.

❖ اینترنت ۵G معنادارتر خواهد بود: هم‌اکنون اینترنت نسل پنجم برای بریتانیایی‌ها موجود است و در مناطق شهری متراکم، شبکه‌های اینترنتی متعدد به ارائه استانداردهای بسیار سریع موبایلی می‌پردازند. البته دستگاه‌هایی هم وجود دارند که از استانداردهای جدید پشتیبانی می‌کنند ولی اغلب دستگاه‌ها از اینترنت ۴G استفاده می‌کنند. زیرا پرچمداران این صنعت از قبیل سامسونگ، گوگل و اپل همچنان از اینترنت نسل چهارم استفاده می‌کنند. این روند تغییر خواهد کرد و در سال ۲۰۲۰ سخت‌افزار گوشی‌هایی همچون پیکسل ۵، آیفون ۱۲ پرو و گلکسی S۱۱ سامسونگ از اینترنت‌های سریع‌تر پشتیبانی خواهند کرد.

❖ تقابل نایک و گوگل در فناوری‌های پوشیدنی: زمانی که اپل برای راه‌اندازی طی چند سال اخیر آرام بوده است و کنسول‌های «ایکس‌باکس» و «پلی استیشن» مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در این حال شرکت‌های مایکروسافت و سونی تمرکز خود را روی ارتقا و طراحی مدل‌های آرزان‌تر گذاشته‌اند. در سال ۲۰۲۰ شاهد عرضه یک نسل جدید از کنسول‌های بازی «ایکس‌باکس» و «پلی استیشن» خواهیم بود.

❖ تبلیغات نایک و گوگل در فناوری‌های پوشیدنی: زمانی که گوگل در اواخر ۲۰۱۹، «فیت بیت» را خریداری کرد، تمایل جدیدی در موفقیت در عرضه فناوری‌های پوشیدنی از خود نشان داد؛ فضایی که پیش از این در آن تلاش‌هایی انجام داده بود و با طراحی «اندروید پوشیدنی» مقابل رقیب خود یعنی اپل قد علم کرد. این تصمیم در راستای تولید یک تلفرم مستقل برای فناوری‌های پوشیدنی این شرکت بود. جیم پرابو، مدیرعامل شرکت مشاوره برند «سوپروینو» گفت که بسیاری از گجت‌های پوشیدنی از دیگر گجت‌ها قابل تمایز نیستند و نمی‌توانند با پوشاک کاربران سازگار شوند. در عوض، برندهای مطرح ورزشی بسیار فنی و مهندسی هستند، به‌خصوص شرکت «نایک» در این حوزه قوی ظاهر شده و دید خلاقانه‌ای پیدا کرده است.

❖ تبلیغات به اسپیکرهای هوشمند راه می‌یابد: امـازون و گوگل، شرکت‌های برتر در حوزه اسپیکرهای هوشمند هستند ولی هیچ‌کدام از آنها هنوز پاسخی برای این سوال نداشته‌اند که مزیت داشتن این قبیل دستگاه‌ها در خانه چیست؟ کاهش فاحش قیمت این دستگاه‌ها بدان معناست که درآمد قابل توجهی از فروش آنها حاصل نمی‌شود. شرکت امـازون تجربه‌ای طولانی در استفاده از «الکسا» به عنوان یک کانال خرده‌فروشی داشته است ولی تنها راهی که می‌توان درآمد میلیونی کسب کرد، استفاده از تبلیغات است.

مهمترین وقایع سال جاری میلادی به روایت مجمع جهانی اقتصاد

۶ قاب از سال ۲۰۱۹ میلادی



حکایت رشد خارق‌العاده بنگلادش

ختم‌شیش خَسنِه، نخست‌وزیر بنگلادش، یکی از دبیران همایش اقتصادی هند در ماه اکتبر سال جاری بود که از سوی مجمع جهانی اقتصاد در دهلی‌نو برگزار شد. موضوع اصلی این اجلاس، «هوآوری برای هند: تقویت جنوب آسیا، تأثیرگذاری بر جهان» بود. بنگلادش که زمانی یکی از فقیرترین کشورهای جهان به شمار می‌رفت، اکنون بالاترین نرخ رشد اقتصادی را در بین کشورهای آسیایی به خود اختصاص داده است و می‌تواند ظرف پنج سال آینده از جمع کشورهای توسعه‌نیافته (کشورهایی که کمترین سطح توسعه‌یافتگی را دارند) جدا کند. این موفقیت تا حدی مرهون رویکرد اقتصادی چلبک بنگلادش است. همان‌طور که در گزارش سال ۲۰۱۹ مجمع جهانی اقتصادی از وضعیت رقابت‌پذیری کشورهای جهان نیز تصریح شده است، تقویت رقابت‌پذیری در واقع کلید بهبود استانداردهای زندگی است. در سال گذشته میلادی ۱۰۴درصد از کارگران شاغل در اندونزی، زیر خط فقر زندگی می‌کردند که در مقایسه با رقم ۷۳درصدی سال ۲۰۱۰ کاهش خارق‌العاده‌ای نشان می‌دهد.

نگاه به آینده در اجلاس دویی

در ماه نوامبر سال جاری، نشست سالانه شوراهای جهانی آینده (Global Future Councils) در شهر دویی برگزار شد. شرکت‌کنندگان در این نشست ایده‌های درخشان خود درباره ساختن آینده‌ای بهتر، در دورانی که جهان برای دستیابی به توسعه پایدار نیازمند پیشرفت فوری است را با یکدیگر به اشتراک گذاشتند. حاضران در نشست دویی، راهکارهای دستیابی به پیشرفت فوری در زمینه‌گذار از اقتصادهای مبتنی بر سوخت‌های فسیلی به اقتصادهای بدون کربن را بررسی کردند. آنها همچنین در مورد ضرورت افزایش آمادگی کشورها برای وفق یافتن با فضای بازار کار آینده در عصر اتوماسیون و انقلاب چهارم صنعتی (همان‌طور که در گزارش نشست با عنوان «مسیرهای سیستانی برای اقتصاد جدید» تصریح شده است) بحث و تبادل نظر کردند.

ذی‌نفعان» شده است. سرمایه‌داری ذی‌نفعان (stakeholder capitalism) به چیزی فراتر از سود مربوط می‌شود. در این رویکرد، شرکت‌های خصوصی در اجلاس سالانه مجمع در داووس آغاز شد و در روزهای پایانی سال نیز کلاوس شواب، مؤسس و رئیس‌هیأت‌مدیره مجمع جهانی اقتصاد در مراسم رونمایی از مانیفست جدید اجلاس داووس، خواستار تلاش برای دستیابی به نوع بهتری از نظام سرمایه‌داری شد. البته مجمع جهانی اقتصاد و فراتر از آن اقتصاد جهانی در این سال، موفقیت‌ها و چالش‌های مهم دیگری را نیز شاهد بوده‌اند که از جمله آنها می‌توان به اجلاس خاورمیانه، رشد خارق‌العاده اقتصاد بنگلادش و تلاش برای حل معضل زباله‌های پلاستیکی اشاره کرد. پایگاه اطلاع‌رسانی مجمع جهانی اقتصاد، مهم‌ترین وقایع سال ۲۰۱۹ میلادی را در شش قاب خلاصه کرده است.

خانه ما روی آتش است وقتی گرتا تونبرگ، نوجوان سوئدی در اجلاس سالانه مجمع جهانی اقتصاد در داووس سوییس در ماه ژانویه، درباره تغییرات آب‌وهوایی صحبت کرد، جنبه‌جوشی جهانی در این زمینه ایجاد شد. از آن پس گرتا تونبرگ به یک شخصیت معروف در بین عامه مردم بدل شد، در سازمان ملل حضور یافت و سخنرانی کرد و برای دریافت جایزه صلح نوبل نیز نامزد شد. در ماه مارس ۲۰۱۹ (فروردین ۹۸) بیش از ۲ میلیون دانش‌آموز در ۱۳۵ کشور جهان در اعتراضات دانش‌آموزی علیه سیاست‌های تشدیدکننده تغییرات نامطلوب آب‌وهوایی شرکت کردند؛ اعتراضاتی که هفت ماه قبل از آن برای اولین بار به رهبری گرتا تونبرگ برگزار شده بود. در ماه دسامبر امسال، واژه «وضعیت اضطراری آب‌وهوایی» به عنوان واژه سال فرهنگ واژگان آکسفورد انتخاب شد.

مانیفست و بیانیه جدید داووس

در حالی که زمان زیادی تا برگزاری اجلاس سالانه داووس و آغاز پنجاهمین سال فعالیت مجمع جهانی اقتصادی باقی‌مانده است، این سازمان غیردولتی به تازگی از مانیفست جدید داووس رونمایی کرده و خواستار پیاده‌سازی رویکرد «سرمایه‌داری

از پیش‌بینی بانک جهانی تا نشریه وال‌استریت ژورنال

بهترین و بدترین پیش‌بینی‌های نفتی در سال ۲۰۱۹

(اوایل اردیبهشت) یعنی زمانی که اعلام شد آمریکا قصد ندارد معافیت‌هایی که قبلاً برای مشتریان نفت ایران در نظر گرفته بود را تمدید کند، یک نظرسنجی درباره چشم‌انداز بازار نفت ترتیب داد. تحلیلگرانی که در این نظرسنجی شرکت کردند، پیش‌بینی قبلی خود درباره میانگین قیمت نفت برنت در سال ۲۰۱۹ را دو دلار افزایش داده و به ۲۰ دلار در هر بشکه رساندند. زمانی که این تحلیلگران میانگین قیمت نفت برنت در سال جاری را ۷۰ دلار پیش‌بینی کردند، قیمت نفت در حوالی همین قیمت در حال نوسان بود، اما در ماه‌های بعدی روند بازار تغییر کرد و این تغییر روند باعث شد که پیش‌بینی تحلیلگران وال‌استریت ژورنال در نهایت تفاوت قابل‌توجهی با رقم واقعی داشته باشد.

❖ حلیمـا کرافت: او که استراتژیست بخش کالاهای خام بانک سرمایه‌گذاری آر.بی.سی کپیتال مارکتر کاناداست، در اواخر ماه مه (اوایل اردیبهشت) پیش‌بینی کرد که در فصل تابستان پـر اثر افزایش تنش‌ها بین آمریکا و ایران، بهای نفت می‌تواند از مرز ۸۰ دلار در هر بشکه نیز عبور کند. در تابستان ۲۰۱۹ بخشی از پیش‌بینی حلیمـا کرافت محقق شد؛ تنش‌ها بین ایران و آمریکا شدت گرفت، ایران یک نفتکش انگلیسی را در تنگه هرمز توقیف کرد، خطر بسته شدن تنگه راهبردی هرمز افزایش یافت و تأسیسات نفتی شرکت سعودی آرامکو نیز هدف حمله مپهادی قرار گرفت، اما هیچ‌یک از این اتفاقات باعث نشد که قیمت نفت حتی به نزدیکی مرز ۸۰ دلار برسد. یک یا دو سال قبل حتی بروز تنش در خاورمیانه (به‌ویژه تنش‌هایی که فراتر از تهدید بودند) می‌توانست به جهش چشمگیر قیمت نفت منجر شود اما در سال جاری میلادی جنگ تجاری بین آمریکا و چین از یک سو و کاهش نرخ رشد تقاضای نفت از سوی دیگر باعث شد تا اثر ریسک‌های ژئوپلیتیکی بر بازار نفت کاهش یابد.

❖ هنری رُوم: هنری رُوم که تحلیلگر گروه تحقیقات و مشاوره سیاسی «لوراسیا» است، در اوایل فصل تابستان پیش‌بینی کرد که تشدید تنش‌ها بین ایران و آمریکا می‌تواند به عبور قیمت نفت از مرز ۱۰۰ دلار بینجامد و در صورت رویارویی نظامی بین ایران و آمریکا قیمت نفت احتمالاً از مرز ۱۵۰ دلار فراتر خواهد رفت. نتیجه این پیش‌بینی نیز دیگر نیازی به بررسی ندارد.

بانک‌های آمریکا و جهان به شمار می‌رود، در ماه دسامبر سال گذشته میلادی، یک پیش‌بینی محتاطانه را از قیمت نفت در سال ۲۰۱۹ ارائه داد. کارشناسان این بانک میانگین قیمت هر بشکه نفت برنت در سال ۲۰۱۹ را رقمی بین ۵۵ تا ۶۵ دلار پیش‌بینی کردند. سیتی‌گروپ در گزارش خود از چشم‌انداز بازار نفت در سال ۲۰۱۹ تأکید کرده بود که با توجه به اختلاف‌نظر تولیدکنندگان بزرگ نفت جهان (آمریکا، روسیه و عربستان) درباره قیمت تعادلی و منصفانه نفت، بازار جهانی این محصول در سال جدید (سال ۲۰۱۹) درگیر نوسانات جدی خواهد بود. کارشناسان سیتی‌گروپ همچنین پیش‌بینی کرده بودند که افزایش تولید نفت آمریکا به خنثی شدن اثر کاهش سطح تولید کشورهای عضو اوپک خواهد انجامید؛ این پیش‌بینی تا حد زیادی درست از آب درآمد، زیرا افزایش ۱٫۲ میلیون بشکه‌ای تولید روزانه نفت در آمریکا عملاً اثر کاهش تولید نفت اوپک و متحدان جدیدش را خنثی کرد.

❖ اداره اطلاعات انرژی آمریکا (EIA): اداره اطلاعات انرژی آمریکا نیز در نخستین ماه از سال جاری میلادی، گزارشی را درباره چشم‌انداز بازار نفت در سال ۲۰۱۹ منتشر و در این گزارش میانگین قیمت نفت برنت در سال جاری را ۶۱ دلار در هر بشکه پیش‌بینی کرد. این پیش‌بینی درست زمانی انجام شد که قیمت هر بشکه نفت برنت در بازار ۵۳٫۸ دلار و قیمت هر بشکه نفت سبک تگزاس ۴۵٫۴ دلار بود، اما قیمت در ماه‌های بعد افزایش یافت و میانگین آن در نهایت با اختلافی نسبتاً قابل‌قبول بالاتر از پیش‌بینی اولیه اداره اطلاعات انرژی آمریکا قرار گرفت.

❖ آژانس بین‌المللی انرژی (IEA): آژانس بین‌المللی انرژی طی ماه ژوئیه در گزارشی اعلام کرد که با توجه به کاهش نرخ رشد تقاضای نفت در بازارهای جهانی انتظار نمی‌رود که قیمت نفت در ماه‌های آینده رشد چندانی داشته باشد. در زمان انتشار گزارش آژانس بین‌المللی انرژی، قیمت هر بشکه نفت برنت حدود ۶۳ دلار بود و هر بشکه نفت سبک تگزاس نیز کمی بالاتر از ۵۶ دلار در بازار معامله می‌شد. روند قیمت‌ها از آن زمان تاکنون نشان می‌دهد که پیش‌بینی آژانس بین‌المللی انرژی تا حدی زیادی درست بوده است.

❖ نشریه آمریکایی وال‌استریت ژورنال: این نشریه آمریکایی در اواخر ماه آوریل

هیچ‌چیز مانند یک بازار وحشی و پرنوسان نمی‌تواند وجهه بانکداران و تحلیلگرانی که برای پیش‌بینی قیمت نفت از خود شجاعت نشان می‌دهند را تخریب کند، اما این کلبوس حتی در بدترین شرایط نیز باعث نمی‌شود که آنها دست از پیش‌بینی قیمت‌ها بردارند. در ماه پایانی سال گذشته میلادی نیز برخی بانک‌ها و تحلیلگران این شهادت را داشتند که پیش‌بینی‌های خود برای سال ۲۰۱۹ را به بازار ارائه دهند.

در هفته‌های پایانی سال گذشته، اعضای اوپک و شرکای جدیدشان در آستانه یک توافق جدید بودند، مدتی از تحریم‌های نفتی آمریکا علیه ایران می‌گذشت و البته معافیت‌هایی برای برخی مشتریان نفت ایران در نظر گرفته شده بود، قیمت نفت برنت با کاهش ۳۰درصدی نسبت به نقطه اوج خود در اوایل ماه اکتبر، به کمتر از ۵۷ دلار رسیده بود و هر بشکه نفت خام سبک تگزاس نیز تنها ۴۹ دلار در بازار معامله می‌شد، اما حتی در این شرایط دشوار نیز برخی نهادهـا و تحلیلگران ریسک از دست دادن وجهه خود را پذیرفتند و اقدام به پیش‌بینی قیمت نفت برای سال جدید یعنی سال ۲۰۱۹ میلادی کردند. در این میان، «ویل پرایس» در گزارشی به پیش‌بینی‌های بانک جهانی، شرکت خدمات مالی و بانکداری سیتی‌گروپ، اداره اطلاعات انرژی آمریکا و نشریه آمریکایی وال‌استریت ژورنال پرداخته است.

❖ بانک جهانی: این نهاد مالی در نخستین گزارش خود از چشم‌انداز بازار نفت در سال ۲۰۱۹ اعلام کرد که با توجه به کمبود ظرفیت مازاد در بین اعضای اوپک، در صورت کاهش ناگهانی عرضه احتمال جهش قیمت نفت وجود خواهد داشت. بانک جهانی در این گزارش، میانگین قیمت هر بشکه نفت برنت در سال ۲۰۱۹ را ۶۷ دلار پیش‌بینی کرد. گذشته از اینکه بانک جهانی بی‌جهت درباره کمبود ظرفیت مازاد اوپک هشدار داده بود، پیش‌بینی کارشناسان این بانک نیز کمی بالاتر از قیمت‌های واقعی بوده است. میانگین قیمت نفت برنت در دوره‌های سمهاله اول، دوم و سوم امسال به ترتیب ۶۳٫۳، ۶۸٫۲، و ۶۱٫۹ بوده و در ماه گذشته نیز میانگین قیمت به ۶۲٫۷ دلار در هر بشکه رسید.

❖ شرکت خدمات مالی و بانکداری سیتی‌گروپ: این شرکت که از بزرگترین

شرکت‌های اپل و مایکروسافت موفق شدند در سال ۲۰۱۹ ارزش خود را به بالای یک تریلیون دلار برسانند.

به گزارش فوربس، بازارهای بورس، امسال را با عملکرد بسیار خوبی پشت سر گذاشتند تا جایی که از ابتدای امسال تاکنون شاخص «اس اند پی ۵۰۰» بیش از ۲۷درصد رشد داشته است. نمادهای دارویی، تکنولوژی، مالی و پتروشیمی بزرگ‌ترین برندگان امسال بودند. در ادامه با موفق‌ترین شرکت‌های بورسی در سال ۲۰۱۹ آشنا می‌شوید.

❖ اپل: ارزش نماد اپل در ۱۱ماهه امسال که گذشت ۴۹۷ میلیارد دلار افزایش داشته است تا در حال حاضر این برند ۱٫۲۵ تریلیون دلار ارزش داشته باشد. این شرکت امسال محصولات جدیدی معرفی کرد که سودآوری آن را در مقایسه با سال قبل افزایش داد. امسال سری

باشگاه یکصد میلیارد دلاری‌ها از نگاه فوربس

بهترین و بدترین نمادهای ۲۰۱۹ را بشناسید

❖ آمازون: بزرگ‌ترین فروشگاه اینترنتی جهان با رشد ۱۵۰ میلیارد دلاری ارزش برنـد خود به یک برنـد ۸۸۷ میلیارد دلاری تبدیل شده است.

❖ ویزا کارـد: ارزش برنـد پرداخت بین‌المللی ویزا در طول یک سال اخیر ۱۱۵ میلیارد دلار افزایش پیدا کرده است.

❖ جی بی مورگان: ارزش بزرگ‌ترین بانک آمریکا در سال جاری ۱۱۱ میلیارد دلار بیشتر شده است.

❖ مسترکارد: ارزش این برنـد در سال جاری ۱۰۶ میلیارد دلار افزایش

پیدا کرده است.

❖ دیزنی: آخرین عضو باشگاه ۱۰۰ میلیارد دلاری‌ها که در طول یک سال اخیر ارزش برنـد آن ۱۰۰ میلیارد دلار افزایش پیدا کرده است.



خرید خانه دست یافتنی تر شد؟

وام مسکن از محل اوراق افزایش یافت

مسکن همچنان در رکود است و دولت می‌خواهد به هر ضرب‌وزوری آن را به گردش درآورد. به نظر می‌رسد رقم‌های قبلی وام مسکن دیگر جوابگو نیست و تنها قسمت ناچیزی از هر خانه را پوشش می‌دهد. حالا بعد از گمانه‌زنی‌های مختلف درباره افزایش قیمت وام مسکن و تأیید و تکذیب آن، در آخرین روز کاری هفته گذشته، شورای پول و اعتبار، افزایش سقف تسهیلات ساخت و خرید مسکن از محل اوراق گواهی حق تقدم را تصویب کرد.

به‌مرحال بر کسی پوشیده نیست که وام‌هایی که در بازار مسکن توسط بانک مسکن برای خرید پرداخت می‌شود تناسبی با قیمت‌های کنونی ندارد. بانک مسکن هم‌اکنون دو نوع وام را به متقاضیان پرداخت می‌کند؛ وام از طریق اوراق حق تقدم و وام صندوق پس‌انداز یکم. در نوع اول بنا بر اعلام بانک مسکن سقف تسهیلات قابل اعطا از محل اوراق گواهی حق تقدم برای خرید مسکن جهت املاک تا ۲۰ سال ساخت از تاریخ صدور اولین پروانه ساختمانی (بدون توجه به تاریخ پایان کار ساختمانی) در تهران ۶۰ میلیون تومان مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت ۵۰ میلیون تومان سایر مناطق شهری ۴۰ میلیون تومان و برای املاک بیش از ۲۰ سال تا ۲۵ سال در هر ۳ منطقه ۳۵ میلیون تومان است.

در شیوه دوم نیز حداکثر وام پرداختی به زوج‌ها ۱۶۰ میلیون تومان برای تهران و پس از یک سال سپرده‌گذاری است. به گزارش تسنیم، یک فرد باید برای خرید واحد مسکونی ۱۰۰ مترمربعی با توجه به متوسط قیمت اعلامی از سوی بانک مرکزی از بازار آبان ماه یک میلیارد و ۲۴۶ میلیون تومان پرداخت کند. وام اوراق حق تقدم با احتساب وام جعاله (در صورت پرداخت از سوی بانک) و البته هزینه خرید این اوراق (باقیمت حدود ۴۰ هزارتومانی) حدود ۸۸درصد قیمت یک واحد مسکونی را پوشش می‌دهد. با وام صندوق پس‌انداز نیز یک زوج جوان می‌توانند ۱۲۸ درصد یک واحد مسکونی ۱۰۰ متری را خریداری کنند.

حالا براساس گزارش بانک مرکزی، در یک هزار و دویست و هشتاد و پنجمین جلسه شورای پول و اعتبار، به ریاست دکتر عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی، افزایش سقف تسهیلات ساخت و خرید مسکن از محل اوراق گواهی حق تقدم استفاده از تسهیلات مسکن به شرح ذیل مورد تصویب قرار گرفت: «علاوه بر این، سقف تسهیلات جعاله از محل منابع داخلی بانک‌ها توسط بانک مسکن و بانک‌های تجاری (شامل تسهیلات از محل اوراق گواهی حق تقدم و بدون سپرده) تا مبلغ ۴۰۰ میلیون ریال افزایش یافت. همچنین شورای پول و اعتبار، با امکان تلفیق حساب صندوق پس‌انداز مسکن جوانان با اوراق گواهی حق تقدم استفاده از تسهیلات مسکن (تا سقف اوراق مزبور) موافقت کرد».

براساس این گزارش، سقف تسهیلات مسکن از محل اوراق در تهران برای هر نفر در شهر تهران ۱۰۰ میلیون تومان، در مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت ۸۰ میلیون تومان و در سایر مناطق شهری ۶۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده است.

تاثیر افزایش قیمت بنزین در بازار مسکن

چرخش آذرماهی بازار مسکن

بازار مسکن بعد از دو سال روند صعودی قیمت‌ها، بالاخره در اوایل تابستان امسال و در ماه دوره رکود غیرتورمی شد آن‌هم در شرایطی که تعداد معاملات آن نسبت به دوران آوج رونق، به کمتر از یک پنجم رسیده بود. در این وضعیت، پیش‌بینی می‌شد ضمن تاووم رکود این بازار تا حدود یک سال آینده، میانگین قیمت مسکن نیز تعدیل شود. حالا اما به دنبال موج جدید تنش قیمت‌ها که بعد از اجرای طرح بنزینی دولت در اقتصاد ایران به راه افتاد، بازار مسکن نیز تغییر سریع و پرقدرتی داشته و رکود رشد ۷٫۶درصدی قیمت و افزایش ۱۴۶درصدی تعداد معاملات را شکسته است.

براساس جدیدترین آمارهای منتشرشده از سوی دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، در آذرماه میانگین قیمت یک مترمربع زیربنای مسکونی در شهر تهران با افزایش ۶٫۷درصدی مواجه شده و به ۱۳ میلیون و ۴۷۴ هزار تومان رسید است. براساس این گزارش تعداد معاملات قابل‌قبول در بازار مسکن تهران، بعد از حذف قراردادهایی که با کد پستی تکراری یا نامعتبر ثبت شده‌اند، به ۸۵۳۵ فقره رسیده که نسبت به تعداد ۲۴۶۶ فقره معامله در آبان ماه، ۱۴۶درصد بیشتر است. براساس آمارهای وزارت راه و شهرسازی، در آذرماه امسال همچنان عنوان گران‌ترین منطقه در شهر تهران به منطقه یک اختصاص داشته است با این تفاوت که در آذرماه امسال قیمت هر مترمربع آپارتمان در این منطقه نسبت به آبان ماه بیش از ۵ میلیون تومان افزایش قیمت داشته است و اکنون در هر مترمربع ۲۰ میلیون و ۸۵۴ هزار تومان به فروش می‌رسد.

همچنین براساس این گزارش ارزان‌ترین معاملات در پایتخت در منطقه ۱۸ شهر تهران با میانگین قیمت هر مترمربع ۶ میلیون و ۲۳۹ هزار تومان معامله شده است که البته نسبت به ماه گذشته خود افزایش قیمت حدود ۴۰۰ هزارتومانی را در هر مترمربع تجربه می‌کند.

در منطقه ۵ تهران که معمولاً بیشترین معاملات مسکن پایتخت را به خود اختصاص می‌دهد، با افزایش قیمت یک‌میلیون تومانی نسبت به ماه قبل مواجه هستیم و خانه در این منطقه در هر مترمربع به میانگین قیمتی ۱۵ میلیون و ۸۴۸ هزار تومان رسیده است.

در آذرماه امسال، ارزش ریالی خریدوفروش‌های انجام شده در بازار مسکن شهر تهران به ۱۰ هزار و ۴۴۰ میلیارد تومان رسیده که نسبت به ماه قبل ۱۶۵درصد و نسبت به آذرماه پارسال ۸۲درصد رشد نشان می‌دهد. از سوی دیگر آمار تعداد واحد مسکونی در پروانه‌های ساختمانی صادره آبان ماه در ماه آراشه شده که نشان می‌دهد تعداد واحد مسکونی در پروانه‌های صادره در آبان ماه ۱۳۹۸ بالغ‌بر ۵۰۴۵ واحد بوده که نسبت به ماه قبل ۸۸٫۷درصد و نسبت به ماه مشابه سال گذشته ۴۰۹درصد کاهش یافته است. در هشت‌ماهه امسال تعداد واحد مسکونی در پروانه‌های ساختمانی صادره ۴۲ هزار و ۲۷۱ مورد بوده که نسبت به همین زمان در سال گذشته ۱۷۶درصد کاهش نشان می‌دهد. کارشناسان پایان یافتن ماه صفر، اصلاح نرخ بنزین، نزدیک شدن به ماه‌های پایانی سال و ورود تقاضا به بازار مسکن را از دلایل چرخش وضعیت در بازار مسکن می‌دانند و معتقدند رشد قیمت‌ها در این بازار به‌تناسب نرخ تورم کل معقول است اما ظرفیتی برای جهش دوباره قیمت مسکن متصور نیستند.

این روزها FATF به مهمترین دل‌مشغولی در سپهر سیاسی ایران تبدیل شده است

FATF علیه



در کمیسیون‌های مجمع تشخیص مصلحت نظام، سرگردان مانده است.

در حال حاضر، همه بحث‌ها و گمانه‌زنی‌ها درباره پیوستن یا نپیوستن ایران به گروه ویژه اقدام مالی، به مجمع تشخیص مصلحت نظام منتهی می‌شود؛ جمعی از ریش‌سفیدان با تجربه‌ای که در بلوار میرداماد گردهم آمده‌اند و آخرین جلسه‌شان به خاطر آلودگی هوای پایتخت در هفته گذشته برگزار نشد.

اما در این کارزار، هرچه دولت و مجلس با پیوستن ایران به FATF موافقت و از ضرورت‌ها و توصیه‌ها برای پیوستن به گروه ویژه اقدام مالی سخن می‌گویند، در نقطه مقابل، مجمع تشخیص مصلحت نظام یک‌تنه در مقابل تلاش ساکنان پاستور و بهارستان ایستاده است و قصد عقب‌نشینی از مواضع خود را نیز ندارد.

از میان لویج چهارگانه دولت، تقریباً نزدیک به یک سال است که دو لایحه الحاق به کنوانسیون‌های بین‌المللی سی‌تی‌اف و پالرمو در مجمع تشخیص مصلحت نظام، بلاتکلیف مانده است. جالب است که در ماده ۲۵ آیین‌نامه داخلی مجمع تشخیص مصلحت نظام، مهلت رسیدگی به لویج اختلافی میان مجلس و شورای نگهبان، یک سال در نظر گرفته شده و اگر یک‌سال از طرح یک لایحه اختلافی در مجمع بگذرد و تعیین تکلیف نشود، به‌طور خودکار از دستور کار خارج می‌شود و نظر شورای نگهبان درباره آن اعمال می‌شود.

کورسوی امید در بن‌بست FATF

در این میان، نمایندگان مجلس چاره را در این‌دهندانه تا نامه‌ای به رهبری بنویسند و در این نامه از رهبری بخواهند تا تمهیدی برای تصویب دو لایحه CFT و پالرمو در مجمع تشخیص مصلحت نظام بیاید؛ تنها کورسوی امید تا شاید مجمع تشخیص مصلحت نظام از موافقت با FATF درآید. البته نامه‌نگاری نمایندگان مجلس و اینکه آنها، دل خوشی از مجمع تشخیص مصلحت نظام ندارند، مسئله‌ای مسبوق به سابقه است. گویا مجمع تشخیص مصلحت نظام در سالیان گذشته به رقیبی حقوقی برای قوه مقننه در ساختار قانونگذاری کشور تبدیل شده و این انتقادی است که نمایندگان مردم نسبت به آن دارند، چراکه مجمع تشخیص مصلحت نظام، اجازه قانونگذاری ندارد و تنها برای داوری پیرامون اختلاف‌نظر میان مجلس و شورای نگهبان در قانونی اساسی پیش‌بینی شده است.

با اینکه در ادبیات سیاسی ایران، «مجلس در رأس امور است»، اما نادیده‌انگاری جایگاه مجلس در ماجرای اخیر اصلاح قیمت بنزین نیز به شکلی دیگر اتفاق افتاد و آنچه نمایندگان را حسابی عصبانی و برآشفته کرد، بی‌خبری مجلس و تصمیم‌گیری افزایش قیمت بنزین در جلسه شورای هماهنگی سران قوا بود. گویا نمایندگان مجلس دهم جدا از مجمع تشخیص مصلحت نظام، حالا شورای هماهنگی سران سه قوه را هم رقیبی برای خود می‌دانند و به آن به چشم یک هوو می‌نگرند.

حالا کمتر از یک ماه و اندی به واپسین مهلت FATF باقی مانده و جدا از دولت و مجلس، نهادهای مدنی و بخش خصوصی هم موافق پیوستن به FATF هستند. گرچه ایران هم‌اکنون نیز به‌خاطر تحریم‌های

نگاه شهروندان تهرانی به شهرداری و خدمات آن چگونه است؟

نمره ۱۱ مردم به شهرداری تهران

هستند؛ چراکه در آن سال، مردم به راحتی زندگی در تهران، نمره ۱۲٫۲ داده بودند. همچنین شهروندان به عملکرد شهرداری تهران در این بازه یک ماهه، نمره ۱۱٫۶ دادند؛ این در حالی است که به عملکرد شهرداری مناطق خود عدد ۱۱٫۹۶ را دادند که این روند نسبت به خرداد ۹۷، با اینکه تغییر چندانی نداشته اما سیر صعودی را نشان می‌دهد.

در بخشی از این پرسشنامه از شهروندان درخصوص راه‌ای ارتباطی با شهرداری تهران از جمله شماره‌های تلفن ۱۳۷ و ۱۸۸۸ سوال پرسیده شد که آیا با این شماره‌ها آشنایی دارند؟ که ۲۰٫۹درصد از مردم عنوان کردند که فقط ۱۳۷ را می‌شناسند؛ ۲٫۶درصد فقط با سامانه ۱۸۸۸ آشنا بودند و ۴۰٫۲درصد هر دو سامانه را می‌شناختند و ۳۶٫۱درصد نیز ۱۳۷ و ۱۸۸۸ را نمی‌شناختند. همچنین در این بخش از مردم سوال پرسیده شد که در یک سال با ۱۳۷ یا ۱۸۸۸ تماس داشته‌اید یا خیر؟ که ۲۱درصد فقط با ۱۳۷، ۲٫۶درصد فقط با ۱۸۸۸ تماس گرفتند و ۱۲٫۷درصد با هر دو سامانه و ۳۳٫۷درصد با هیچ کدام از دو سامانه ۱۳۷ و ۱۸۸۸ ارتباطی در یک سال نداشته‌اند؛ این در حالی است که ۴۴٫۳درصد مردم از این دو سامانه رضایت کمی داشتند و ۲۴درصد تا حدودی رضایت داشتند و ۳۱٫۷درصد نیز رضایت حداکثری از تماس خود با دو سامانه ۱۳۷ و ۱۸۸۸ داشتند. نظر شهروندان تهرانی در حوزه‌های مناسب‌سازی معابر، جمع‌آوری زباله و... پایین بوده است، به طوری که در آئتم دسترسی به سرویس‌های بهداشتی در

ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

این روزها FATF در کنار آلودگی هوا، دو موضوع مهمی است که افکار عمومی را متوجه خود کرده است. به این تیترها نگاه کنید: «بلاatkلیفی FATF»، «FATF در محاصره چالش‌های سیاسی»، «اجماع مجلس، دولت و بخش خصوصی بر ضرورت تصویب FATF»، «FATF به آخر بازی رسید»، «FATF؛ ایستگاه مصلحت رد نمی‌شود» و... اینها تیتترهای پنجشنبه گذشته روزنامه‌هاست. تقریباً در چند هفته گذشته، روزی نیست که در صفحه نخست روزنامه‌ها و نشریات، حرفی از FATF به میان نرفته باشد و یادداشت و گزارش با نقل قولی از موافقان و منتقدان FATF کار نشده باشد. این اتفاق البته به‌خاطر نزدیک شدن به ضرب‌الاجلی است که گروه ویژه اقدام مالی در آخرین نشست خود در پاریس تعیین کرده و تا میانه فوریه یعنی ۲۷بهمن‌ماه برای تصویب لویج مربوط به FATF به ایران مهلت داده است. این شش‌مین و البته به‌گفته FATF، آخرین فرصتی است که به ایران داده شده تا از بازگشت دوباره به لیست سیاه گروه ویژه اقدام مالی برکنار بماند.

موافقان و منتقدان FATF در سپهر سیاسی ایران

این روزها درباره CFT، FATF، پالرمو و... بسیار گفته و شنیده شده است. تا جایی که در ادبیات جامعه ایران به کلیدواژه بدل شده‌اند. FATF در یک کلام، پیش‌نیاز همکاری مالی با کشورهای جهان است و توصیه‌های آن به زبان مشترک بانکداری جهانی تبدیل شده است. این توصیه‌ها مانند پاسپورت بانکی به شما اجازه تعامل با نهادهای مالی را می‌دهد. در صورتی که کشوری، توصیه‌های FATF را رعایت نکند، در واقع، خود را از نظام بانکی بین‌المللی محروم کرده است.

تقریباً تمام کشورهای دنیا، چه مستقیم و چه غیرمستقیم، عضو FATF هستند و تنها ایران و کره‌شمالی به گروه ویژه اقدام مالی ملحق نشده‌اند. همچنین کشورهای کامبوج، غنا، ايسلند، مغولستان، پاناما، پاکستان، سوریه، ترنیداد و توباگو، یمن و زیمبابوه نیز در لیست خاکستری این نهاد قرار دارند.

FATF یا همان گروه ویژه اقدام مالی در سال ۱۹۸۹ و در نشست سران «جی۷» برای مبارزه با پولشویی متولد شد. سپس تأمین مالی فعالیت‌های اشاعه‌ای نیز در سال ۲۰۱۲ به مأموریت این گروه اضافه شد و در همین سال، آخرین ویرایش توصیه‌های FATF برای مقابله با جرایم مالی تأمین مالی تروریسم، تأمین مالی فعالیت‌های اشاعه‌ای، پولشویی و... با عنوان «استانداردهای بین‌المللی در مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم و اشاعه‌گری» منتشر شد.

اما اوضاع در سپهر سیاسی ایران، مبهم و مه‌آلود است و به نظر می‌رسد FATF در ایران به یک بن‌بست سیاسی برخورد کرده است. فعلاً به نظر می‌رسد زور مخالفان بر تلاش موافقان چربیده است و دو لایحه از چهار لایحه‌ای که دولت حسن روحانی در این زمینه به مجلس ارسال کرده،

شهرداری تهران در جدیدترین نظرسنجی عملکرد خود از مردم، با یافته‌های مختلفی مواجه شد، به گونه‌ای که عمده شهروندان احساس راحت بودن زندگی در تهران را ندارند و از وضعیت پیاده‌روها نیز خشنود نیستند، اما در مقابل از اتوبوسرانی و مبادین میوه و تره بار رضایت حداکثری دارند. رضایت ۶۵درصدی از جداسازی زن و مرد در حمل ونقل عمومی نیز از دیگر نکات جالب این نظرسنجی است. همچنین ۶۳درصد شهروندان تهرانی با ۱۳۷ و ۱۸۸۸ در یک سال تماس نداشته‌اند.

به گزارش ایسنا، چندی پیش، شهرداری تهران با انجام یک نظرسنجی از مردم با عنوان «پیمایش سنجش رضایت شهروندان از شهر و مدیریت شهری»، به سفارش اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران، انجام داد که این پژوهش از ۸۱۳۴نفر در بازه زمانی یک ماهه (۱۵ مهر تا ۱۵ آبان ۹۸) با روش پیمایش و مصاحبه انجام شده است. در این پژوهش مشخص شد که شهروندان معتقدند تهران شهری راحت برای زندگی نیست؛ چرا که به این شاخص نمره ۱۲٫۴۶ داده‌اند، این موضوع یعنی احساس راحت بودن زندگی در شمال و جنوب تهران به طور جداگانه هم بررسی شده، اما یافته‌ها در این زمینه، تفاوت معناداری را در شمال و جنوب تهران نشان نمی‌دهند؛ به گونه‌ای که فاصله نمره مردم در شمال تهران با جنوب چندان تفاوتی ندارد، یعنی مردم جنوب تهران به شهر تهران در مورد شاخص راحتی زندگی ۱۲٫۲۶ نمره دادند و مردم شمال تهران نمره ۱۲٫۵۶ را ثبت کردند که در مجموع، مردم از راحتی زندگی در تهران نسبت به سال ۹۶، راضی‌تر

افتخاری دیگر برای گروه مالی پاسارگاد

طرح بیمارستان خاتم قم، طرح بر تر فولادی کشور شد

طرح بیمارستان هزار تخت‌خوابی خاتم قم که با سرمایه‌گذاری بانک پاسارگاد در حال ساخت است، در دهمین کنفرانس ملی سازه و فولاد به عنوان طرح برتر فولادی کشور در سال ۱۳۹۸، در بخش ساختمانی انتخاب شد. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، شهرک سلامت خاتم به وسعت ۱۰۰۰ هکتار در جنوب غربی شهر مقدس قم، توسط شرکت نسیم سلامت خاتم و با سرمایه‌گذاری بانک پاسارگاد در حال ساخت است. بیمارستان ۱۰۰۰ تخت‌خوابی خاتم یکی از پروژه‌های مهم این شهرک است که در تمام ابعاد اعم از طرح، معماری، ساختمان، تجهیزات و ... در سطحی بسیار حرفه‌ای و با استانداردهای جهانی در حال احداث است. این پروژه موفق شد طبق ارزیابی برجسته‌ترین استادان دانشگاه، تعدادی از اهالی خبره مهندسی و جمعی از نمایندگان عمرانی چند شهرداری بزرگ کشور، به‌عنوان طرح برتر فولادی سال ۱۳۹۸ در بخش ساختمانی برگزیده شود. به گفته دکتر صادقی، مدیرعامل شرکت مهندسین مشاور لیمان که مدیریت طرح این پروژه را برعهده دارد، بیمارستان ۱۰۰۰ تخت‌خوابی خاتم قم، با وجود سرمایه‌های انسانی خلاق و خبره و توجه ویژه بانک پاسارگاد به‌عنوان سرمایه‌گذار، با در نظر گرفتن استانداردهای جهانی، یکی از عظیم‌ترین و ارزشمندترین پروژه‌های ساختمانی در بخش بیمارستان‌سازی است. او با تأکید بر اهمیت کنفرانس ملی سازه و فولاد به عنوان مهم‌ترین و بزرگ‌ترین رویداد برگزارشده در این حوزه، درخصوص معیارهای مورد ارزیابی در این کنفرانس ادامه داد: کیفیت طراحی سازه از نظر مهندسی، انطباق اسناد طراحی با آخرین استانداردهای جهانی، کیفیت عملکرد پیمانکار، کیفیت عملکرد مدیریت طرح و انطباق نقشه‌های اجرایشه با اسناد طراحی مشاور، رعایت کلیه استانداردهای کیفی ساخت سازه فولادی یا بخش‌های توت‌ن‌ریزی و همچنین توجه به رابطه مناسب میان کارفرما، مشاور، پیمانکار و مدیریت طرح از اصلی‌ترین موارد مورد توجه هیأت‌داوران در این کنفرانس بود که با ارزیابی صورت گرفته، سازه خاتم قم، در بین طرح‌های ارسال شده به این کنفرانس، به‌عنوان برترین طرح سازه‌ای سال کشور انتخاب شد. وی با اشاره به اینکه طراحی اصلی و مهندسی بیمارستان توسط مشاور اتریشی موزر در حال انجام است، افزود: بیمارستان خاتم قم یک نمونه از مجموعه پروژه‌های زنجیرهای در بخش بیمارستان‌سازی توسط هلدینگ سلامت پاسارگاد است. این هلدینگ قصد دارد با سرمایه‌گذاری بانک پاسارگاد، هفت شهرک سلامت در نقاط مختلف کشور احداث کرده و در مجموع ۷ هزار تخت بیمارستانی به تعداد تخت‌های بیمارستانی کشور اضافه کند. گفتنی است بیمارستان ۱۰۰۰ تخت‌خوابی خاتم در سه بلوک اصلی A، B و C، با به‌عنوان مرکزیت شهرک سلامت خاتم در اولویت ساخت قرار دارد. در حال حاضر عملیات اجرایی ساخت مرکز تخصصی درمان سرطان خاتم (بلوک C)، آغاز شده و با سرعت و کیفیت بسیار مطلوب، در حال طی مراحل مختلف است. در آینده‌ای نزدیک، بیمارستان خاتم به عنوان یکی از پیشرفته‌ترین مراکز ارائه همزمان خدمات پزشکی، درمانی و آموزشی با برخورداری از بالاترین سطح استانداردهای درمانی و سلامت در سطح کشور، جایگاه نخست توسعه سازمان‌یافته در نظام سلامت و آموزش پزشکی را از آن خود خواهد کرد.

فعالیت ۵۸ هزار و ۴۴۲ دستگاه خودپرداز در ایران
تهران بیشترین تعداد خودپرداز را دارد
جدیدترین گزارش منتشره از وضعیت ابزارهای پرداخت نشان می‌دهد که تا پایان آبان ماه بالغ بر ۵۸ هزار و ۴۴۲ دستگاه خودپرداز در شبکه بانکی فعال بوده است. به گزارش خبرنگارانین، جدیدترین گزارش اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی از وضعیت ابزارهای پرداخت شبکه بانکی در آبان ماه سال جاری حاکی از فعالیت بالغ بر ۵۸ هزار و ۴۴۲ دستگاه خودپرداز بانکی در سراسر کشور است که نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد یک هزار و ۸۸۶ دستگاهی داشته است؛ بانک‌های ملی ایران با ۸ هزار و ۱۲۵ دستگاه خودپرداز و در ادامه بانک صادرات و ملت بیشترین تعداد خودپرداز فعال تا پایان آبان ماه را داشته‌اند. گفتنی است تعداد خودپردازهای شبکه بانکی از ابتدای امسال ۷۶۳ دستگاه رشد داشته، اما با توجه به تعداد بالای تراکنش‌های مبتنی بر خودپرداز و انجام بسیاری از عملیات‌های بانکی روزمره با خودپردازها ضرورت دارد تا بانک‌ها ضمن حفظ زیرساخت شبکه خودپرداز نسبت به توسعه ناوگان خودپردازهای بانکی و ابزارهایی نوین از این خانواده همچون ATM، VTM و خودپرداز غیرنقد اقدام کنند. براساس گزارش بانک مرکزی از وضعیت ابزارهای پرداخت در شبکه بانکی، استان تهران ۱۳ هزار و ۳۲۰ دستگاه خودپرداز دارد که از این میان بیشترین تعداد دستگاه فعال به بانک ملی ایران با یک هزار و ۴۴۹ خودپرداز تعلق دارد؛ بانک سامان با ۱۰۴۹ دستگاه و بانک‌های صادرات و پاسارگاد به صورت مشترک با ۹۷۹ دستگاه خودپرداز بانکی در جایگاه دوم و سوم قرار دارند. گزارش وضعیت ابزار خودپرداز حاکی از آن است که در سایر استان‌ها به جز تهران در حدود ۴۵ هزار و ۱۲۲ دستگاه خودپرداز فعال است که از این تعداد بانک ملی ایران بالغ بر ۶ هزار و ۷۶۷ دستگاه خودپرداز را به خود اختصاص داده و صاحب بیشترین تعداد خودپرداز در تمام کشور است؛ پس از بانک ملی ایران، بانک‌های صادرات ایران با ۴ هزار و ۱۷۴ دستگاه و بانک ملت با ۴ هزار و ۴۱ دستگاه بیشترین تعداد خودپرداز را در سایر استان‌ها به خود اختصاص داده‌اند.

پیش‌بینی فعال بازار طلا از قیمت‌ها منتظر کاهش قیمت باشید

به گفته نایب رئیس اتحادیه فروشندگان طلا تهران، طی یک هفته اخیر همچون روال سال‌های گذشته، در آستانه سال نو میلادی قیمت طلای جهانی افزایش یافت که به دنبال آن قیمت‌ها در بازار داخلی نیز صعودی پیش رفت اما پیش‌بینی می‌شود که در هفته‌های پیش‌رو قیمت‌ها مجدد متعادل شود. کشتی آرای در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه طبق پیش‌بینی‌ها، قیمت طلای جهانی در روزهای پایانی سال میلادی با نوسان و افزایش مواجه شده است، ادامه داد: هفته‌ای که گذشت هر اونس طلا در بازار جهانی حدود ۵۲ دلار افزایش قیمت داشت که متقابلاً تأثیر افزایش بر قیمت سکه و طلا در بازار داخلی داشت. علاوه بر این نوسانات معقول، قیمت ارز در یک هفته اخیر نیز وجود داشت که به‌همزمان این دوعامل سبب شد قیمت سکه به بالاترین سطح خود در یک ماه اخیر برسد. او درباره تغییرات هر گرم طلای ۱۸ عیار گفت: در طول هفته اخیر، قیمت هرگرم طلای ۱۸ عیار با حدود ۱۱ هزار تومان افزایش قیمت از ۴۶۴ هزار تومان به ۴۷۵ هزار تومان رسید. البته پیش‌بینی می‌شود که از امروز شنبه، روند برگعس و قیمت‌ها تعدیل شود.

رهاوردی نو در تسویه بدهی بدهکاران بانکی



قانونگذار) از جمله تبعات آن برای شبکه بانکی کشور خواهد بود. در هر حال، مصوبه بیستم آذرماه مجمع تشخیص مصلحت نظام در مورد نحوه تسویه بدهی بدهکاران بانکی، دربردارنده چند ویژگی است:

اول؛ برخلاف مصوبه مجلس، امتیازات این مصوبه فقط شامل تسهیلات تولیدی خواهد بود و شامل سایر تسهیلات‌گیرندگان نیست. پس تسهیلات‌گیرندگان عادی نایستی منتظر برخورداری از امتیازات این مصوبه باشند. دوم؛ ملاک محاسبه بدهی بدهکاران مشمول این طرح، همان قرارداد اولیه یعنی قرارداد پرداخت تسهیلات است که قانونگذار از آن به‌عنوان «قرارداد ملاک محاسبه» یاد کرده است، مگر آنکه قرارداد تسهیلات، یک یا چند نوبت «امهال» شده باشد. منظور از واژه «امهال» آن است که براساس مکانیزم خاص حقوقی به بدهکار، فرصت پرداخت داده شود. در این موارد، مصوبه چنین مقرر کرده است؛ در مورد قراردادهایی که یک یا چند نوبت از طرقی مانند انعقاد توافقنامه، قرارداد جدید یا اعطای تسهیلات جایگزین، تجدید یا امهال شده باشد:

«**در صورتی که قرارداد اولیه بانک یا مؤسسه اعتباری با تسهیلات‌گیرنده، قبل از یکم فروردین ۱۳۹۳ منعقد شده، آخرین قرارداد و یا توافق‌نامه قبل از تاریخ مزبور، «قرارداد ملاک محاسبه» تلقی و محاسبه مانده‌بدهی مشتری براساس آن انجام می‌شود.**

«**و در صورتی که قرارداد اولیه بعد از یکم فروردین ۱۳۹۳ منعقد شده باشد، ملاک محاسبه، اولین قرارداد بعد از تاریخ یاد شده است.**

به این ترتیب، سایر قراردادها یا توافقات بین بانک و تسهیلات‌گیرنده، ملاک عمل نخواهد بود. دقت کنید که مصوبه مجمع، سایر توافقات و قراردادهای بین بانک و تسهیلات‌گیرنده را بی‌اعتبار اعلام نمی‌کند، بلکه می‌گوید برای برخورداری از مزایای این قانون، قراردادهایی ملاک عمل محاسبه میزان بدهی تسهیلات‌گیرنده به بانک است که قبل از تاریخ یادشده یعنی یکم فروردین ۱۳۹۳ منعقد شده باشد. در نتیجه، این قبیل قراردادها به‌جز در مورد تعیین میزان بدهی، در مراجع قضایی همچنان قابل استناد است.

سوم؛ مبلغی که تسهیلات‌گیرنده باید برای استفاده از مزایای این قانون به صورت نقدی به بانک یا مؤسسه اعتباری بپردازد، عبارت است از مانده اصل و سود قبل و بعد از سررسید (تا تاریخ تسویه نقدی) که با استفاده از فرمول ابلاغی بانک مرکزی، براساس نرخ سود ساده و غیرمرکب مندرج در «قرارداد ملاک محاسبه»، با حذف کلیه جرائم متعلقه و سوده‌های ناشی از آن و با در نظر گرفتن پرداخت‌های مشتری و زمان پرداخت‌های وی محاسبه می‌شود.

چهارم؛ سقف مجاز برای برخورداری از مزایای این قانون برای هر شخص حقیقی و حقوقی غیردولتی در کل شبکه بانکی، به‌ترتیب، ۵ میلیارد ریال و ۲۰ میلیارد ریال (اصل مندرج در «قرارداد ملاک محاسبه») تعیین شده است. پنجم؛ از حیث مهلت قانونی برای استفاده از مزایای این قانون، بند ۶ مصوبه مقرر کرده است: تسهیلات‌گیرندگان مشمول استفاده از ضوابط این ماده واحده حداکثر تا پایان اسفندماه ۱۳۹۹ مهلت دارند درخواست خود را به بانک‌ها یا مؤسسات اعتباری مورد نظر، ارائه کنند.

ششم؛ بانک یا موسسه اعتباری غیربانکی مکلف است حداکثر ظرف مدت دو ماه از زمان ارائه درخواست مشتری، کلیه دریافت‌ها و پرداخت‌های مشتری را که مربوط به «قرارداد ملاک محاسبه» است، به همراه زمان دریافت یا پرداخت، در سامانه‌ای

نگاهی به تغییر بزرگ سال ۲۰۱۹

سایه فاجعه خودخواهی بر سر اقتصاد جهان

تجارت جهانی است و آمریکا و اروپا همچنان کنترل دو سازمان بزرگ بین‌المللی اقتصادی جهان یعنی صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی را در اختیار دارند.

از سوی دیگر، شورای امنیت سازمان ملل که تنها نهاده‌ی است که تصمیمات الزام‌آور برای اعضای این سازمان می‌گیرد هنوز تحت تأثیر قدرت چند کشور محدود است.

شاید در تئوری راحت‌ترین راه حل برای این مسائل، افزایش نفوذ قدرت‌های نوظهور مثل چین در نهادهایی مثل صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی باشد. هرچند آمریکا و اروپا در سال ۲۰۰۶ اذعان کرده‌اند که انتخاب مقام‌های ارشد صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی باید نماینده حضور همه کشورهای عضو باشد.

با این حال توفق نانوشته‌ای که آمریکا را بالای سر بانک جهانی و اروپا را بالای سر صندوق بین‌المللی پول نگه داشته نشاندهنده مقاومت لجبازانه این قدرت‌هاست. سال ۲۰۰۷ دومینیک استراوس کان فرانسوی هدایت صندوق بین‌المللی پول را برعهده گرفت، سال

۲۰۱۱، کریستین لاگارد/فرانسوی دیگری جای او را گرفت. شش سال پس از آن بود که لاگارد از طرحی خبر داد که براساس آن ممکن است در صورت تداوم روند رشد کنونی در آسیا و تأثیرگذاری بیشتر در آراء، مقر صندوق بین‌المللی پول تا سال ۲۰۲۷ به پکن منتقل شود. با این حال وقتی لاگارد امسال از این سمت استعفا کرد تا جای او را بانک مرکزی اروپا را برعهده بگیرد، باز هم اروپایی دیگری جای او را گرفت. کیتالینا جورجیوا، اقتصاددان بلغارستانی جای لاگارد را گرفت. در آینده تاریخ‌نویسان از رفتار خجالت‌آور قدرت‌های قدیمی در تقسیم قدرت در کنترل نهادهای بین‌المللی خواهند نوشت.

نکته مهم دیگر کاهش سهم آمریکا در رهبری جهان و آینده حضور دلار به عنوان ارز اصلی مبادلات جهانی است. از سال ۲۰۱۷ ترامپ، رئیس جمهور آمریکا در راستای کاهش نقش دلار در بازارهای جهانی حرکت کرده است. او بارها به فدرال رزرو فشار آورده است که نرخ بهره را پایین بیاورد. از سوی دیگر روسیه به عنوان پیشرو جریان دلارزدایی همپیمانان قدرتمندی را کنار خود می‌بیند.

خبر خوش برای واردکنندگان!

مدیر دفتر ارزیابی کیفیت کالاهای صادراتی و وارداتی سازمان ملی استاندارد ایران، از انعقاد تفاهم‌نامه‌ای بین سازمان ملی استاندارد و سازمان دامپزشکی کشور خبر داد.

تقی‌پور در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: در پی اجرای این تفاهم‌نامه، تیم‌های مشترکی بین سازمان ملی استاندارد و سازمان دامپزشکی کشور تشکیل شده تا برای کالاهای وارداتی که به تایید استاندارد از سوی هر دو مرجع نیاز دارند، از این به بعد فقط یک بار نمونه‌برداری و یک بار آزمون انجام شود و نتیجه مورد قبول هر دو دستگاه قرار بگیرد.

وی افزود: پیش از انعقاد این تفاهم‌نامه یک بار سازمان ملی استاندارد نمونه‌برداری و آزمایش را انجام می‌داد، سپس صاحب کالا به دامپزشکی مراجعه می‌کرد و مجدداً این‌ فرایند تایید استاندارد انجام می‌شد.

مدیر دفتر ارزیابی کیفیت کالاهای صادراتی و وارداتی سازمان ملی استاندارد ایران با بیان اینکه روش قبلی باعث هدررفت زمان و بالا رفتن هزینه واردکننده شده بود، اظهار کرد که این طرح حدود سه هفته پیش نهایی شده و در حال حاضر اجرا می‌شود.
به گفته وی، سازمان ملی استاندارد قبلاً با سازمان غذا و دارو تفاهم‌نامه مشابهی داشته و اکنون با سازمان دامپزشکی هم این تفاهم‌نامه امضا شده که طبق آن برای تایید استاندارد کالاهای وارداتی یک بار نمونه‌برداری و یک بار آزمون انجام می‌شود، اما نتایج قابل تسری به هر دو دستگاه است.

سه‌میه واردات نفت چین افزایش یافت

چین نخستین دور از سه‌میه‌های واردات نفت خام برای شرکت‌های خصوصی در سال ۲۰۲۰ را صادر کرد که به پالایشگاه‌های غیردولتی اجازه می‌دهد ۱۰۳.۸۳ میلیون تن نفت خام وارد کنند.

به گزارش ایسنا، این آمار از سوی شرکت مشاوره انرژی SIA و Energy و شانسگهای سکيوريتيز نیوز منتشر شد و ۸درصد رشد نسبت به نخستین سه‌میه واردات به میزان ۹۶.۲۵ میلیون تن برای سال ۲۰۱۹ را نشان داد.

عمده این افزایش برای پروژه‌های عظیمی اختصاص پیدا خواهد کرد که فعالیت‌شان را چند سال پیش آغاز کردند.

براساس گزارش رویترز، این سه‌میه‌ها مطابق با انتظارات بوده است. وزارت بازرگانی چین در نوامبر اعلام کرده بود که سه‌میه واردات نفت غیردولتی برای کل سال ۲۰۲۰ به میزان ۲۰۲ میلیون تن و مشابه سال ۲۰۱۹ خواهد بود.

با وجود نوسان حاشیه سود پالایش در ماه‌های اخیر و اشباع فرآورده‌های نفتی، به لطف شرکت هنگلی پتروکمیkal که پالایشگاه جدیدی را اوایل امسال راه‌اندازی کرد و ظرفیتش را تا پایان ماه مه به ۴۰۰ هزار بشکه در روز افزایش داد، تقاضا برای نفت خام در چین همچنان رو به رشد است.

همچنین پالایشگاه ژيجيانگ پتروکمیkal به ظرفیت ۴۰۰ هزار بشکه در روز فعالیتش را آغاز کرد و تقاضا برای نفت را بالا برد. به علاوه سایر پالایشگاه‌های مستقل هم به دلیل ثابت ماندن حاشیه سود پالایش در اواخر تابستان، نرخ فراوری نفت را نسبتاً بالا نگه داشتند.

موج تحریم کالاهای ترک در کردستان عراق به نفع ایران

عضو اتاق بازرگانی تهران بیان کرد بازار اقلیم کردستان عراق در دو سال اخیر رکودی بوده است، اما اکنون اقلیم با جمعیت ۶ میلیون نفر بمرای ما وضعیت مثبتی دارد و موج تحریم کالاهای ترک نیز به این مساله کمک کرده است.

«علی شریعتی» در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، گفت: اقلیم یکی از بازارهای بزرگ ترکیه به حساب می‌رفت، اما اکنون فضا برای کالاهای ایرانی و گرفتن سهم بازار برای ایرانی‌ها مساعدتر شد. اکنون صادرکنندگان از این حوزه و به خصوص بازار سلیمانیه رضایت دارند . وی درباره محدودیت جدید اعمال‌شده از سمت عراق برای واردات محصولات کشاورزی ایرانی گفت: این محدودیت موضوع جدیدی نیست و تاریخ نامه آن مربوط به زمان‌های گذشته است. این فعال اقتصادی ادامه داد: این سیاست عراق بود که برای خودکفایی در تولید محصولات کشاورزی، واردات برخی محصولات را ممنوع کرده بود. این ممنوعیت موضوع جدیدی نبود و تنها ممنوعیت‌های قبلی تمدید شده است و به این صورت نبوده که ناگهانی و بدون اطلاع باشد و محصولات بروند لب مرز بمانند. این فعال اقتصادی معتقد است هم‌جوار بودن با اقلیم علاوه بر محاسن، تبعات منفی نیز به همراه دارد.

وی در این زمینه تصریح کرد: ما به دلیل همجواری بسیار تحت تاثیر سیاست هستیتی، مثلاً وقتی جامعه ما در شهری صحبت می‌کند اثر آن را در بازار عراق می‌بینیم. همچنین وقتی یک خبر‌گزاری خبر تاریخ گذشته را مجدد منتشر می‌کند موج آن را می‌بینیم.

شریعتی درباره کمپین عراقی به نام «بگذار تا بگندد» گفت: من معتقدم پول این کمپین را سعودی و صهیونیست تامین می‌کند و هدف اصلی آن ایران است.

وی با اشاره به جنگ نرم علیه ایران در عراق بیان کرد: ما آنجا در عرصه نظامی بسیار قوی عمل کرده‌ایم، اما در حوزه جنگ نرم و رسانه قوی نبودیم و همه این موضوعات اثراتش را بر بازاری که میانگین ماهی ۷۵۰ میلیون دلار به آنجا صادرات می‌شود گذاشته است.

عضو اتاق بازرگانی ایران با اشاره به برگزاری انتخابات نخست وزیر در حوزه جنوب بیان کرد: عراق تا بخواهد ثبات پیدا کند دوره خواب شش ماهه‌ای خواهد داشت و در این مدت قطعاً با کاهش صادرات مواجه می‌شویم.

وی با اعتقاد به اینکه صادرات در این بازه زمانی حداقل ۲۰درصد کاهش پیدا خواهد داد: آمارها نشان می‌دهد صادرات به اقلیم وضعیت بهتری دارد و حتی برخی از تجار کالاهای خود را از اقلیم به جنوب ارسال می‌کنند.

وزیر نیرو خبر داد

صادرات ۱۸۰ میلیون دلاری ایران به اوراسیا طی ۲ ماه اخیر



وی با اشاره به نقش گیلان و دیگر استان‌ها در رسیدن به اهداف برنامه‌ریزی شده در این چارچوب گفت: علاقه‌مندی خوبی بین استان‌های روسیه و ایران به ویژه در زمینه گردشگری وجود دارد، در زمینه گردشگری خزر نتوانستیم استفاده خوبی بکنیم که استان گیلان می‌تواند در این زمینه نقش‌آفرینی کند. وزیر نیرو در عین حال با اشاره به بحث قفقاز شمالی با جمعیت ۱۰ میلیون نفری و نقش استان‌های شمالی در چارچوب اتحادیه اوراسیا و نیز مبادلات با ارمنستان بر ضرورت بهره‌مندی از ظرفیت‌های این استان‌ها در تحقق اهداف پیش رو تاکید کرد.

اردکانیان گفت: خوشبختانه اتفاق خوبی در چارچوب سفر اخیر رئیس‌جمهوری به باکو در حال شکل‌گیری است که امید داریم به موقع اطلاع‌رسانی شود و این گشایش خوبی ایجاد خواهد کرد.

وی درباره بحث صادرات و نیاز واحدهای صنعتی به انرژی گفت: در استان گیلان مشکلی برای تأمین برق واحدهای صنعتی و شهرک‌ها نداریم. اردکانیان اظهار داشت: در این استان، ظرفیت تولید برق یک هزار مگاوات بیشتر از مصرف است و بهترین زمینه مصرف آن بخش صنعت است.

وی ادامه داد: ارتباط وزارت نیرو با شهرک‌ها مشخص است و تأمین برق این شهرک‌ها با وزارت نیرو است و پیش‌بینی‌های لازم انجام شده است. وزیر نیرو خواست تا دو هفته آینده جلسهای در وزارت نیرو با حضور نمایندگان وزارت صنعت، معدن و تجارت و شهرک‌های صنعتی درخصوص بررسی نیازمندی صنایع استان به برق تشکیل شود.

کشتی بزرگی را صرفاً برای این منطقه می‌سازیم که به زودی در بحث توریسم خزر بخواهد فعال شود و از هر نوع پیشنهادی در این زمینه با همکاری وزارت گردشگری استقبال می‌کنیم.

وی با اشاره به عملیاتی‌شدن موافقت‌نامه اوراسیا از پنجم آبان گفت: از آن زمان، حدود ۲۵۰ میلیون دلار از سوی اوراسیا و ۱۸۰ میلیون دلار از سوی ایران صادرات ما به اوراسیا بوده است. این نشان‌دهنده بهره‌مندی ۸۶درصدی اوراسیا از تخفیف‌های کالاهای مشمول تعرفه ترجیحی بوده و از طرف ایران کمتر از ۲۳درصد بوده است. این فاصله زیادی است و باید هدف‌گذاری کنیم تا زودتر به تعادل برسیم.

اردکانیان عمده کالاهای صادراتی اوراسیا به ایران را کالاهای اساسی و موردنیاز برشمرد.

وی درخصوص ارز حاصل از صادرات هم گفت: از قبل ۵ آبان، این دغدغه مطرح بود که شاید اصلی‌ترین چالش ما و مشکلی که نیازمند توجه جدی است بحث رابطه بانکی و مسائل پولی و بانکی است که این موضوع در چارچوب کمیسیون مشترک ایران و روسیه، کارگروه روابط بانکی داریم که با سفیر جدید ایران در این کشور در چارچاندیشی شده است.

وزیر نیرو با تاکید بر ضرورت هدف‌گذاری‌های بلندمدت، میان مدت و کوتاه مدت در این چارچوب گفت: روسیه، سالانه ۲۵۰ میلیارد دلار واردات دارد. با توجه به سطح خوب روابط با مسکو باید درصد قابل ملاحظه‌ای از این رقم را هدف‌گذاری کنیم.

ایران در سخت‌ترین شرایط تحریمی چقدر کالا صادر کرد؟

اتاق بازرگانی اعلام شد که از این به بعد به صورت ماهانه فهرست بازگشت ارز صادرکنندگان به حوزه مالیاتی اعلام می‌شود و تاخیر حدود پنج ماه به تاخیر یک ماه تبدیل می‌شود که با این اقدام به بنیه نقدینگی صادرکنندگان ما افزوده می‌شود.

قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور بازرگانی گفت: در زمینه اصلاح مقررات نیز امروز هیات وزیران مصوبه‌ای برای تسهیل مبادلات مرزی مرزنشینان داشته که به زودی ابلاغ می‌شود و هدف این است بتوانیم از ظرفیت‌های مرزنشینی برای توسعه تبادلات مرزی و هم تأمین نیازهای کشور استفاده کنیم.

وی افزود: با تحریم‌های مضاعف دشمنان علیه جمهوری اسلامی ایران به شدت منابع ارزی ناشی از صادرات نفتی تحت تاثیر قرار گرفته لذا امروز نقطه اتکا و توجه ویژه کشور به منابع غیرنفتی است.

وی اظهار داشت: چند ماه است که کشور با درآمدهای نفتی فاصله گرفته است و هیچ مشکلی نداریم در حالی که در شرایط یک جنگ اقتصادی به سر می‌بریم و تحریم‌های دشمنان در اوج است.

مدرس خیابانی در بخش دیگری از سخنانش گفت: پایانه صادراتی محصولات استراتژیک خراسان جنوبی به خصوص محصولات عتاب و زرشک پیگیری می‌شود.

وی گفت: تشکیل میز ویژه افغانستان برای توسعه صادرات خراسان جنوبی نیز پیگیری می‌شود.

وی افزود: عمده کالاهای صادراتی کشور واردات‌محور هستند اما محصولات استراتژیک خراسان جنوبی جزو کالاهای سنتی ما هستند که ارزشوری و اشتغال‌زایی آنها برای ما خیلی مهم است، خراسان جنوبی در زمینه میز تخصصی عتاب و زرشک به کشور افغانستان و پایانه مرزی برای این منظور همکاری‌ها دارند.

رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین:

شراکت تجاری ایران و چین ادامه می‌یابد

نیز ادامه پیدا کند.

رئیس اتاق ایران و چین با بیان اینکه فشار تحریم‌ها می‌تواند در کوتاه‌مدت محدودیت‌هایی در روابط تجاری دو کشور ایجاد کند، گفت: هرچند دشواری نقل و انتقالات بانکی و ارزی باعث شده تجارت در ماه‌های گذشته تحت تاثیر قرار بگیرد اما با این وجود چین همچنان شریک اصلی تجاری ایران است و بسیاری از سرمایه‌گذاران چینی علاقه زیادی برای ورود به ایران و گسترش همکاری‌ها دارند.

حریری با اشاره به سفرهای اخیر هیأت‌های اقتصادی ایران به چین، تصریح کرد: از نمایشگاه اخیر اقتصادی چین گرفته که تعداد زیادی از شرکت‌های ایرانی در آن حضور داشتند تا سفر اخیر هیأت ایرانی با محوریت گردشگری و

می‌تواند نقش‌آفرینی کند تا سطح مبادلات تجاری با کشور افغانستان افزایش یابد. مدرس خیابانی با تاکید بر اعتماد به تشکل‌های بخش خصوصی برای توسعه مبادلات ارزی و تجاری در این برهه خاص و رفع موانع آنان گفت: فهرست خاص کالاهای مرزنشینان ویژه خراسان جنوبی پیگیری و این کالاها بازنگری خواهد شد.

وی گفت: برای تأمین و واردات قطعات یدکی و خودروها برای تعاونی مرزنشین خراسان جنوبی اعلام آمادگی داریم و تخفیف ویژه عوارض صادراتی برای صدور صنایع معدنی به طور خاص سنگ‌های گرانیتی به دلیل استفاده کمی که در کشور دارد، هم پیگیری خواهد شد.

قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت در امور بازرگانی افزود: همچنین مشمول قرار گرفتن خراسان جنوبی در قانون کوله‌بری نیز پیگیری می‌شود چراکه شرایط خراسان جنوبی مانند سیستان و بلوچستان است.

مدرس خیابانی عنوان کرد: اقدامات خوبی در زمینه راه آهن در خراسان جنوبی در حال انجام است که تکمیل این زیرساخت‌ها در توسعه صادرات این استان نقش موثری دارد.

وی با بیان اینکه باید زیرساخت‌های بازارچه ماهیروود از محل درآمد آن تکمیل شود، گفت: با توجه به ظرفیت بازارچه ماهیروود باید پیگیری شود که منابع درآمدی آن خرج خودش شود و راه‌اندازی آزمایشگاه استاندارد در مرز باید اجرایی شود.

مدرس خیابانی بیان کرد: هزینه‌کرد در زمینه اشتغال، اقتصاد و مبادلات تجاری استان‌های مرزی می‌تواند باعث کاهش برخی از هزینه‌های امنیتی شود. وی گفت: خراسان جنوبی در زمینه تولید مواد پروتئینی به خصوص گوشت مرغ و تخم مرغ خودکفا است اما سه‌میه ویژه برنج پاکستانی، آرد، گوشت، مرغ و لوازم خانگی به این استان اختصاص خواهد یافت.

صنایع دستی، نشان می‌دهد که فرصت‌های اقتصادی مشترک میان دو طرف فراوان است و سرمایه‌گذاران چینی از ورود به برخی حوزه‌های جدید ایران برای سرمایه‌گذاری استقبال می‌کنند که امیدواریم در آینده این مذاکرات ابتدایی به نتایج قطعی منجر شود.

به گزارش ایسنا، براساس جدیدترین گزارش ارائه‌شده از سوی رئیس سازمان توسعه تجارت، میزان صادرات ایران به چین در هشت ماهه ابتدای سال جاری رشد ارزشی ۱۱درصدی را پشت سر گذاشته است.

براساس آمارهای ارائه‌شده از تجارت هفت ماهه سال جاری، چین با ۲۵درصد اصلی‌ترین صادرکننده کالا به ایران و اصلی‌ترین واردکننده کالا از ایران به شمار می‌رود.



پیش فروش ۷ محصول سایپا

در طرح ۷

گروه خودروسازی سایپا پیش‌فروش نقدی هفت محصول خود را به صورت صرفا اینترنتی از روز پنجشنبه، پنجم دی ماه آغاز کرد.

به گزارش سایپانیوز، در این طرح پیش‌فروش که از ساعت ۱۰ صبح روز پنجشنبه آغاز شد هفت محصول کوئیک، کوئیک‌آر، ساینا، تیبا۲، تیبا صندوقدار، تیبا۲پلاس و وانت سایپا ۱۵۱ به صورت اینترنتی عرضه خواهد شد.

مبلغ پیش‌پرداخت برای ثبت نام در طرح فروش این محصولات از ۳۴۷ میلیون ریال برای کوئیک‌آر تا ۱۸۷ میلیون ریال برای وانت سایپا ۱۵۱ متغیر است. ضمن اینکه سود مشارکت ۱۵درصدی و سود انصراف ۱۲درصدی نیز برای این مبالغ در نظر گرفته شده است.

زمان تحویل این محصولات نیز براساس برنامه‌ریزی تولیدی محصولات گروه خودروسازی سایپا مشخص شده و به جز تیبا۲پلاس که در دی ماه ۹۹ تحویل خواهد شد، سایر محصولات در تابستان و پاییز سال آینده تحویل خریداران خواهند شد.

هموطنان برای کسب اطلاعات بیشتر پیرامون این طرح پیش‌فروش محصولات می‌توانند به سایت فروش اینترنتی محصولات گروه خودروسازی سایپا به آدرس saipa.iranecar.com مراجعه کنند.

روش جدید اخاذی از فروشندگان خودرو

کلاهبرداران در بازار خودرو، روش‌های جدیدی از اخاذی به کار می‌برند که متأسفانه به دلیل بی‌اطلاعی مراجع قضایی، شکایت مالباختگان مورد توجه قرار نمی‌گیرد.

به گزارش مهر، مدتی است که برخی از خریداران غیرحقیقی خودرو، با ترفندی زیرکانه، فروشندگان خودرو را طعمه دسیسه خود کرده و از آنها اخاذی می‌کنند. موضوع از این قرار است که این افراد کلاهبردار که اغلب بیش از یک نفر هستند، فروشنده‌های کم‌اطلاع و یا کم‌تجربه را هنگام نشر آگهی و یا در محل‌های خرید و فروش خودرو شناسایی می‌کنند و پس از بررسی دقیق خودرو به عنوان خریدار، بعضی از عیوب خودرو را از قبیل رنگ شددگی یا تعویض قطعات بدنه، شناسایی می‌کنند، ولی طوری وانمود می‌کنند که از این عیوب بی‌اطلاع هستند.

در این میان، این خریداران غیرواقعی، پس از چانه‌زنی و نهایی کردن مبلغ معامله، به بهانه‌های مختلف مانند ترس از پشیمانی فروشنده و مواردی از این دست، تاکید زیادی به نوشتن قولنامه یا قرارداد کرده و در قراردادی که خود تنظیم می‌کنند، مشخصات اتومبیل را در قرارداد قید کرده ولی عیوب خودرو را عمداً در قرارداد قید نمی‌کنند؛ در صورتی که مبلغ توافقی، همان ارزش خودرو معیوب است.

این افراد در مرحله بعد، در فرصت مناسبی که برای خود ایجاد می‌کنند، فروشننده را گیر انداخته و خودرو را در پارکینگ خود یا همدستان‌شان، قفل کرده یا اینکه پس از انتقال پلاک، تمام یا بخش قابل توجهی از پول را پرداخت نمی‌کنند؛ به این معنا که پس از آن، اخاذان پیشنهاد عجیب مراجعه به کارشناس یا افراد خبره را طرح می‌کنند و فروشنده‌ای که گیر افتاده، بالاجبار مجبور به تبعیت از این خواسته ناپهنگام است؛ ضمن اینکه مراجعه به کارشناس و افراد خبره باید قبل از تنظیم قرارداد صورت گیرد نه پس از قرارداد که به نوعی یک توافق نامه حقوقی منعقد شده است. در این میان، کارشناس شخصاً و یا با راهنمایی اخاذان، عیوب خودرو را شناسایی و ذکر کرده و در این مرحله است که این افراد کلاهبردار که طعمه را کاملاً گیر انداخته‌اند، با استناد به اینکه فروشننده قصد کلک زدن داشته و خودرو معیوب است، وی را تحت فشار قرار داده و فروشنده را مجبور به پرداخت خسارت چندمیلیونی می‌کنند.

در نهایت، فروشننده بیچاره و عصبانی یا باید به پرداخت وجه اخاذی شده، تن دهد تا خود و خودرو خود را از دست این کلاهبرداران برهاند و یا اینکه به دادگاه‌ها مراجعه کند که البته بعضاً محاکم نیز متوجه دسیسه و ترفند تکرارشونده این اخاذان نمی‌شوند و مالباخته در محاکم حقوقی، مدت‌ها درگیر می‌شود و لذا در اغلب موارد، مالباخته همان گزینه اول را ترجیح می‌دهد. اینجا است که لازم است قوه قضائیه و محاکم اجرایی، شرایط را برای جلوگیری از به ثمر رسیدن این حربه‌ها، فراهم کرده و راه اخاذی آنها را مسدود کنند.

سه‌میه بنزین معلولان و جانبازان

مشخص شد

مدیر برنامه‌ریزی شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی درباره میزان سه‌میه بنزین معلولان و جانبازان توضیحاتی داد.

به گزارش مهر، شهرام رضایی مدیر برنامه‌ریزی تلفیقی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی در یک گفت‌وگوی تلویزیونی درباره سه‌میه بنزین افسراد دارای معلولیت اظهار کرد: سه‌میه بنزین افرادی که کارت سوخت آنها به عنوان جانبازان و معلولان تایید شده از همین ماه ۱۰۰ لیتر است. وی افزود: خودروهای پلاک ویژه معلولان علاوه بر ۶۰ لیتر سه‌میه شخصی، ۴۰ لیتر بیشتر دریافت می‌کنند و برای خودروهای دوگانه‌سوز نیز علاوه بر ۳۰ لیتر شخصی، ۴۰ لیتر دیگر تخصیص داده شده است که در مجموع ۷۰ لیتر می‌شود.

رضایی تصریح کرد: کارت سوخت برخی از افراد دارای معلولیت و جانباز که از نوع کارت سوخت جانبازان و معلولان نیست، باید تغییر کند، البته سه‌میه به کارت سوخت آنها واریز می‌شود و تا زمانی که کارت جدید را دریافت کنند برای آنها ذخیره می‌شود.



در مورد کیفیت بنزین البته بارها اعلام شده که بنزین توزیع‌ی در کلانشهرها استاندارد یورو ۴ را دارا است و آلودگی هوا ربطی به بنزین ندارد، اما آیا بنزین پتروشیمی‌ها دوباره بازگشته است؟ بنزینی که در سال‌های ۹۰ و ۹۱ باعث آلودگی هوا شد و اثرات مخرب فراوانی داشت.

برای پاسخ به این سوال باید به استانداردهای بنزین یورو ۴ و بنزین پتروشیمی مراجعه کرد.

اگرچه گوگرد بنزین پتروشیمی بسیار پایین است، اما ترکیبات آروماتیک در آن آلوده‌کننده است بنابراین برای سنجش آن باید به ترکیبات آروماتیک توجه کرد.

ترکیبات آروماتیک در بنزین تولیدی در پتروشیمی‌ها بیش از ۷۰ بوده اما بررسی بنزین توزیع شده در تهران نشان می‌دهد که ترکیبات آروماتیک در آن در حد استاندارد و زیر ۲۵ واحد است.

از سوی دیگر در سال‌های ۹۰ و ۹۱ دلیل توزیع بنزین پتروشیمی، تحریم فروش بنزین و ظرفیت پایین تولید آن در پالایشگاه‌ها بود.

مشکل جدید کارت سوخت‌های تازه‌صادرشده

۷۰ هزار درخواست جدید در روز به این رقم اضافه می‌شود. ما در ماه‌های گذشته چندین مرتبه از مردم درخواست کردیم که اقدام به دریافت کارت سوخت خود کنند و حتی یک مرتبه سوخت‌گیری یا کارت سوخت شخصی داشته باشند تا مشکلات احتمالی سریع‌تر برطرف شود. با این وجود بسیاری از مردم در این زمینه اقدامی انجام ندادند و اکنون با حجم زیادی از درخواست مواجه هستیم.

این مقام مسئول درباره مدت زمان تولید کارت سوخت نیز توضیح داد: پیش از ایام سه‌میه‌بندی سوخت، مدت زمان تولید کارت سوخت بین ۲ تا ۳ هفته بود که اکنون به حدود یک ماه تا یک ماه و نیم رسیده است، البته نمی‌توانم عدد دقیق اعلام کنم چون در حال افزایش ظرفیت تولید خود هستیم این عدد می‌تواند کاهش داشته باشد و کارت سوخت‌ها با سرعت بیشتری به دست مردم برسد.

وی در عین حال تاکید کرد: مردم نگران نباشند چراکه سه‌میه سوخت آنها تا شش ماه ذخیره می‌شود و اگر یک ماه هم کارت سوخت نداشته باشند سه‌میه هر ماه، ذخیره و بعداً قابل استفاده است.

در همین حال برخی تماس‌های مردمی با خبرگزاری حاکی از آن است که سه‌میه مذکور برای این افراد شارژ نشده است؛ یکی از این افراد در گفت‌وگو

نرخ تاکسی‌های اینترنتی روی الاکلنگ

برای بالا رفتن نرخ کرایه تاکسی‌های اینترنتی مقرر شد سه‌میه بنزین براساس پیمایش هفتگی رانندگان به آنها تخصص یابد. شرط تخصیص سه‌میه به رانندگان پیمایش حداقل ۴۷کیلومتر در هفته در مجموع تاکسی‌های آنلاین است. همچنین سقف پیمایش مورد قبول برای تخصیص سه‌میه یک هزار کیلومتر در هفته (با مبنای هر ۱۰۰کیلومتر هفت لیتر) در مجموع تاکسی‌های اینترنتی است. بدین ترتیب سقف سه‌میه تخصیص یافته به هر راننده تاکسی اینترنتی ۷۰ لیتر در هفته برای خودروهای تک‌سوز و ۴۲ لیتر در هفته برای خودروهای دوگانه‌سوز است. این سه‌میه مازاد بر ۶۰لیتر سه‌میه ماهانه هر خودرو است. حالا بیش از یک ماه از سه‌میه‌بندی بنزین می‌گذرد و گویی آب‌ها از آسیاب افتاده و دیگر «گرانی هم از سرتیتر روزنامه‌ها کنار رفته است؛ البته که این اتفاق به معنای گران نشدن نرخ تاکسی‌های اینترنتی در چراغ خاموش رسانه‌ها نیست و هنوز گلایه‌ها ادامه دارد. البته که این بار دامنه گلایه‌ها از مشتریان فراتر رفته و رانندگان را هم در بر گرفته است؛ رانندگانی که به قول

آلودگی هوا در روزهای گذشته باعث شده تا برخی افراد دلیل آلودگی را بازگشت بنزین پتروشیمی به چرخه سوخت بدانند اما بررسی کیفیت بنزین نشان می‌دهد که در این شرایط، خبری از بنزین پتروشیمی‌ها نیست.

به گزارش ایرنا، آلودگی هوا که چند سالی است در روزهای سرد سال مهمان کلان شهرهای ایران و به ویژه تهران می‌شود، امسال با قدرت بیشتری خودنمایی می‌کند و حتی باعث شده تا تعطیلی یک هفته‌ای مدارس را تجربه کنیم.

این در حالی است که بارندگی نیز در روزهای اخیر نسبت به سال گذشته کاهش داشته و همین موضوع بر افزایش آلودگی هوا دامن زده است.

در این میان، عوامل متعددی از احتراق ناقص سوخت گرفته تا بازگشت بنزین پتروشیمی‌ها و پایین بودن کیفیت بنزین بر صندلی متهم آلودگی هوا می‌نشینند.



حمایت از طرح‌های فناورانه ۵ حوزه علمی آغاز شد

فراخوان صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای حمایت از طرح‌های پژوهشی محققان در پنج کارگروه علمی منتشر شد.

این فراخوان در راستای حمایت متوازن از تحقیقات و کمک به تولید دانش و فناوری منتشر شده است و چهارمین فراخوان کارگروه‌های میان گروهی، علوم انسانی، اجتماعی و مطالعات علمی، معارف و علوم انسانی، مدیریت و علوم اقتصادی و هنر و معماری در سال جاری است. محققان برای دریافت حمایت در هر یک از این حوزه‌ها از نخستین روز دی ماه سال جاری تا نیمه اسفندماه برای ارسال طرح‌های پژوهشی خود مهلت دارند.



دریچه

شگفتی اروپا از صادرات تجهیزات آزمایشگاهی «ایران ساخت»

دهه اخیر مراکز دانشگاهی ایران در همکاری با شرکت‌های مالی بزرگ ایرانی سرمایه‌گذاری زیادی در تولید تجهیزات آزمایشگاهی و پزشکی داشته‌اند.

نمایشگاهی برای عرض اندام

یورو پیجز به نمایشگاه بین‌المللی تجهیزات پزشکی، آزمایشگاهی، دارو، خدمات و گردشگری سلامت هم که هر سال در ایران برگزار می‌شود، نگاهی انداخته و توسعه صادرات تجهیزات را از اهداف برگزاری نمایشگاه ایران هلت دانسته است. نمایشگاه ایران هلت با هدف ارائه آخرین توانمندی‌های صنعت مهندسی پزشکی ایران، رونمایی از فناوری‌ها و پیشرفت‌های دانش‌بنیان‌های دانشگاهی، توسعه صنعت توریسم درمانی، رونمایی از محصولات و خدمات متخصصان دانشگاهی، تولیدکنندگان و استارت‌آپ‌های برتر، ارتباط با مدیران مراکز درمانی و آموزش پزشکی و توسعه صادرات تجهیزات آزمایشگاهی و دعوت از تجار و بازرگانان خارجی از کشورهای دیگر هر سال در ماه مه (اردیبهشت ماه) در تهران برگزار می‌شود.

فضا رقابتی است

در همین زمینه اخیراً مدیرکل تجهیزات پزشکی وزارت بهداشت کمبودها در حوزه تجهیزات پزشکی را شامل سه گروه ذکر کرده و گفت: گروه نخست مربوط به افزایش قیمت مواد اولیه آنها و قرار است با اختصاص ارز دولتی، این نرخ اصلاح شود؛ گروه دوم مربوط به تولیدکنندگانی است که در تولید برخی اقلام دچار مشکل هستند، بنابراین فراخوانی در بازار داده می‌شود تا تولیدکنندگان دیگر در یک فضای رقابتی بتوانند تولید آن وسیله را برعهده گیرند.

رضا مسائلی افزود: گروه سوم مربوط به تجهیزات پزشکی می‌شود که دانشگاه علوم پزشکی برای آن اقدام نکرده‌اند. در این خصوص قرار است با محوریت دانشگاه‌های قطب در مورد موضوع برنامه‌ریزی شود. مدیرکل تجهیزات پزشکی وزارت بهداشت همچنین تأکید کرد: تحریم‌ها خللی در تولید تجهیزات پزشکی ایران ایجاد نمی‌کند، زیرا فضا رقابتی است و اگر کشوری حاضر نباشد با ایران تجارتی داشته باشد سایر رقبای طیب خاطر وارد این عرصه می‌شوند و جای آنها را می‌گیرند.

جایگاه درخشان در مهندسی پزشکی

در حال حاضر ایران رتبه شانزدهم تولید مقالات مهندسی پزشکی در جهان را به خود اختصاص داده است که حدود ۴۰ درصد مقالات تولیدشده در این زمینه، مربوط به دانش‌بنیان‌های زیر نظر دانشگاه‌های کشور است.

جالب اینکه هم‌اکنون روند پذیرش مقاله در بیش از ۹۰ درصد همایش‌های خارج از کشور آسان‌تر از همایش‌های داخلی است و این امر نشان‌دهنده سطح مطلوب کیفی همایش‌ها در کشور است.

نشریه اتریشی یورو پیجز در گزارشی نقل کرده است که دانش‌بنیان‌های ایرانی توانسته‌اند محصولاتی تولید کنند که با شرکت‌های بزرگی از آلمان، کره جنوبی، آمریکا و انگلیس رقابت و بخشی از بازار آنها را در جهان تصاحب کنند.

به گزارش پایگاه خبری ایران‌ساخت و به نقل از روزنامه جوان، نشریه اتریشی یورو پیجز در گزارشی از صادرات ۲۰ میلیون یورویی تجهیزات آزمایشگاهی در ایران خبر داد. صادراتی که یک سوم آن را شرکت‌های دانش‌بنیان به دوش می‌کشند و رشد اختراعات فنی در تولید این تجهیزات نسبت به سه سال قبل حداقل ۱۰ برابر شده است. سرویس جامعه جوان آنلاین: متخصصان کشور در حوزه تولید تجهیزات آزمایشگاهی و درمانی از طریق برپایی نمایشگاه سالانه در این حوزه تلاش کرده‌اند تا قابلیت‌های خود را معرفی کنند؛ نمایشگاه‌های سالانه تجهیزات آزمایشگاهی موجب آشنایی کشورهای

صاحب نام با توانمندی‌های محققان ایرانی شده و همکاری‌های متقابل تولیدکنندگان داخلی و شرکت‌های تجاری خارجی را به ارمنیان آورده است.

رقابت با بزرگان جهان

به گزارش نشریه تجاری - تحقیقاتی یورو پیجز در سه سال اخیر حداقل ۲۵ شرکت فعال در حوزه دستگاه‌های آزمایشگاهی و مهندسی پزشکی موفق شده‌اند محصولات خود را به کشورهای یونان، کرواسی، چین، کره جنوبی، پرتغال، مالزی، اوکراین و کشورهای غرب آسیا صادر کنند. دانش‌بنیان‌های ایرانی توانسته‌اند محصولاتی تولید کنند که با شرکت‌های بزرگی از آلمان، کره جنوبی، آمریکا و انگلیس رقابت و بخشی از بازار آنها را در جهان تصاحب کنند.

به گفته این نشریه در حال حاضر تجهیزات آزمایشگاهی و مهندسی پزشکی ایران به بیش از یکصد کشور جهان صادر می‌شود و ایران جایگاه مستقل در چهار نمایشگاه مهم بین‌المللی را در اروپا و شرق آسیا دارد. این حوزه در ایران به اندازه‌ای گسترده است که حدود ۲ هزار شرکت داخلی و ۳ هزار نمایندگی شرکت‌های خارجی در ایران فعالیت دارند.

بازار ۷ میلیارد دلاری ایران

رشد اختراعات مهندسی پزشکی و تجهیزات آزمایشگاهی در ایران نسبت به رشد جهانی تقریباً دو برابر است. به طوری که رشد اختراعات فنی در تولید تجهیزات پزشکی نسبت به سه سال قبل حداقل ۱۰ برابر شده است.

هم‌اکنون ارزش بازار تجهیزات مهندسی پزشکی در جهان حدود ۴۰۰ میلیارد دلار و در ایران ۷ میلیارد دلار تخمین زده شده است. شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی در سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته‌اند و از بازار ۷ میلیاردی بخش زیادی را به خود اختصاص داده‌اند. صادرات ۲۰ میلیون یورویی ایران نشان می‌دهد که در یک



تویتر انتشار تصاویر متحرک با

تویتر بیانیه‌ای نیز در این باره منتشر کرده ا

فایل‌های متحرک APNG جذاب هستند

پخش خودکار پیروی نمی‌کنند. همین امر س

افزافه کردن این فایل‌ها را کاملاً حذف کنی

به بیماری صرع را تأمین کنیم. فایل‌های

سبب از کارافتادن اپلیکیشن تویتر می‌شو

درک می‌کنیم، اما پس از حمله توییتری به بی

چشم‌کزن، قصد داریم از تکرار این اتفاق ج

کاربران می‌توانند به جای تصاویر متحرک

گیف (GIF) در توییت‌های‌شان بهره ببرند. ا

بخش خودکار تویتر را نیز دور نمی‌زنند. همچ

توییتسر برای حفاظت از افراد مبتلا به بیماری صرع، انتشار فایل‌های تصاویر متحرک

APNG را ممنوع کرد.

به گزارش زومیت، پس از حمله توییتری به حساب کاربری بنیاد صرع و انتشار تصاویر متحرک که باعث ایجاد تشنج در کاربران مبتلا به صرع شد، توییتسر تصمیم گرفت انتشار

هرگونه تصویر PNG متحرک با فرمت APNG را کاملاً ممنوع کند.

دلیل ممنوعیت کامل انتشار تصاویر و فایل‌های متحرک این بود که به تازگی،ضعفی امنیتی در توییتسر کشف شده است که کاربران با استفاده از آن می‌توانستند چندین تصویر متحرک را با فرمت APNG منتشر کنند و قابلیت پخش خودکار تصاویر و ویدئوها را دور

بزنند و این مجموعه تصاویر را به صورت پخش خودکار منتشر کنند. با پخش خودکار این تصاویر متحرک، مبتلایان به بیماری صرع نمی‌توانستند پیش از تماشا از متحرک‌بودن تصاویر منتشرشده مطلع شوند و همین امر باعث ایجاد حمله‌های تشنجی در آنها شده بود.

۲ محصول آزمایشگاهی و پزشکی ایران ساخت شد

و عرضه به بازار است.

وی گفت: این شرکت در زمینه تولید کیت‌های تشخیص طبی فعالیت می‌کند با گذشت پنج سال از فعالیت رسمی خود، توانسته ۱۸ نوع محصول از نوع کیت‌های الایزا (ELISA) را تولید و

بازار عرضه می‌کند.

این فعال فناور درباره یکی از محصولات تولیدی این شرکت گفت: با توجه به اینکه کمبود ویتامین D در افراد جامعه ایران به تعداد زیادی وجود دارد این شرکت با تشخیص این نیاز تلاش خود را به کار گرفت و توانست به تولید کیت سنجش ویتامین D دست یابد و بخش زیادی از نیاز جامعه پزشکی را برطرف سازد.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پیشگامان سنجش ایستاتیس» ادامه داد: پیشتر این کیت‌ها از خارج تهیه و به کشور وارد می‌شد

و در پی آن مبالغ زیادی ارز از کشور خارج می‌شد که خوشبختانه با تولید این محصولات توسط این شرکت و چند شرکت داخلی دیگر کشور از واردات گسترده آن بی‌نیاز شده است.

تست الایزا (ELISA test) روشی عمومی در بیوشیمی غربالگری است. این تست یک آزمایش استاندارد برای کشف ویروس در خون است و استاندارد جهانی برای استفاده در بیمارستان‌ها، بانک خون و سازمان‌های انتقال خون است.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری کیت‌های سنجش الایزا (ELISA) به صورت گسترده و با ارزیابی بالا همچنان وارد کشور می‌شود، با این حال یک شرکت دانش‌بنیان ایرانی توانسته با بکارگیری توان و فناوری روز دنیا به دانش تولید این کیت‌ها دست یابد و تا حدودی از میزان وابستگی کشور به بیگانگان را بکاهد.

علیرضا روزبهانی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پیشگامان سنجش ایستاتیس»

بیان کرد: محققان این شرکت تا به امروز توانسته‌اند حدود ۱۶ محصول مختلف را تولید و روانه بازار کنند همچنین دو محصول جدید را تولید و اکنون در انتظار کسب مجوزهای لازم توسط وزارت بهداشت برای تولید انبوه



جشنواره استعدادیابی دانش‌آموزی در حوزه گیاهان دارویی و طب ایرانی برگزار می‌شود

شد. دانش‌آموزان کلیه مقاطع تحصیلی می‌توانند به صورت انفرادی یا گروهی و پس از مطالعه شیوه نامه جشنواره در یکی از محورهای «ماکت یا کارسازه»، «روزنامه دیواری»، «انشائویسی»، «مقاله علمی» و «بخش خلاقیت یا آزاد» شرکت کنند و آثار خود را به صورت فایل pdf

به آدرس رایانامه باشگاه دانش‌آموزی گیاهان دارویی و طب ایرانی (s_clubherb@ihms.ir) ارسال کنند. همچنین، دانش‌آموزان علاقه‌مند ایرانی می‌توانند آثار خود را از طریق پست به دبیرخانه برگزاری جشنواره (به آدرس: شهر ری، میدان هادی ساعی، جنب فروشگاه رفاه، جامعه گیاه درمانی ایران؛ کد پستی ۱۴۶۳۳۱۸۴۳۷۱) ارسال کنند و جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۲۱-۵۵۹۳۹۴۰۱ تماس بگیرند. ثبت نام و ارسال آثار به دبیرخانه جشنواره از ۲۵ آذرماه آغاز و تا ۲۱ اسفند ۱۳۹۸ ادامه خواهد داشت.

علاقه‌مندان می‌توانند شیوه‌نامه شرکت در محورهای مختلف را در سایت باشگاه دانش‌آموزی گیاهان دارویی و طب ایرانی به نشانی www.ihms.ir مشاهده کنند.

بخشی از فعالیت‌های ترویجی ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بر روی نسل آینده که می‌توانند مصرف‌کنندگان و کارآفرینان حوزه گیاهان دارویی باشند

متمرکز شده است. در این راستا با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی و همکاری جامعه گیاه درمانی ایران «باشگاه دانش‌آموزی گیاهان دارویی و طب ایرانی»، در نظر دارد تا نخستین جشنواره «خلاقیت و استعدادیابی دانش‌آموزی در حوزه گیاهان دارویی، فرآورده‌های طبیعی و طب ایرانی» را برگزار کند. شناسایی نگرش‌های خلاقانه، استعدادها و توانمندی‌های گروه سنی دانش‌آموزی در حوزه گیاهان دارویی، فرآورده‌های طبیعی و طب ایرانی از جمله اهداف عمده این جشنواره عنوان شده است. چنین رویدادهایی می‌توانند زمینه‌ساز احیای کاربرد

گیاهان دارویی، ترویج زندگی سالم در جامعه، گسترش تحقیق و پژوهش در حوزه گیاهان دارویی و طب ایرانی و شناسایی و پرورش ایده‌های نوآورانه در این حوزه باشند. این جشنواره در اردیبهشت ۱۳۹۹ در تهران برگزار خواهد





استارت آپ کسب و کار با محوریت تیم سازی برگزار شد

استارت آپ دو روزه کسب و کار با همکاری بنیادهای نخبگان استان های هرمزگان و کرمان برگزار شد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، استارت آپ دو روزه کسب و کار با همکاری بنیادهای نخبگان استان های هرمزگان و کرمان و شرکت نفت مکران خلیج فارس و با مشارکت اعضای مینکران و اشتغال آفرینان برتر تیم ملی روباتیک ایران سورنا در دانشکده فنی و حرفه ای آیت الله خامنه ای میناب برگزار شد. در این رویداد، ابتدا شرکت کنندگان با استارت آپ و مراحل راه اندازی آن، طرح کسب و کار، تیم سازی، تفکر واگرا و اجزای بوم کسب و کار آشنا شدند و سپس ایده ها و نظرات خود را پیرامون مباحث تعیین شده بیان کردند؛ سپس شرکت کنندگان تیم هایی را براساس علایق و مهارت های شخصی خود تشکیل دادند و در پایان نتایج را برای داوری در معرض نمایش گذاشتند.

یادداشت



اخبار جعلی آنلاین جهان سالانه ۷۸ میلیارد دلار هزینه به بار می آورد

بوده اند. بنابراین، براساس برآوردهای اخبار جعلی نشان می دهد در سال ۲۰۲۰، در حدود ۲۰۰ میلیون دلار برای تقویت و تبلیغات و استقرار اخبار جعلی در انتخابات ریاست جمهوری آینده آمریکا هزینه خواهد شد.

البته این ماجرا در تمام نقاط جهان به همین شکل است و مختص منطقه ای خاص نیست. برای مثال، هزینه های مربوط به اخبار جعلی آنلاین در انتخابات عمومی هفت مرحله ای هند در سال ۲۰۱۹ بیش از ۱۴۰ میلیون دلار شد. همچنین، هزینه های مربوط به اخبار جعلی در مسابقات جام جهانی برزیل در سال ۲۰۱۸ افزون بر ۲۴ میلیون دلار بود. در انتخابات

کنیا و آفریقای جنوبی، به ترتیب ۲۰ و ۷/۲ میلیون دلار برای اخبار جعلی سیاسی هزینه شد.

بریتانیا نیز احتمالا در انتخابات سال ۲۰۱۷، هزینه زیادی برای اخبار جعلی کرد و این هزینه ها حداقل به یک میلیون دلار رسید. البته با احتساب هزینه های اقتصادی غیرمستقیم، این هزینه برای اخبار جعلی به طور درخور توجهی افزایش خواهد یافت. درواقع، هزینه های اقتصادی غیرمستقیم شامل مواردی چون از دست رفتن اعتماد مؤسسه های اصلی و از دست دادن اعتبار نام تجاری و فشار مؤسسه های پرهزینه ای چون ارتش و پلیس هستند که می تواند هزینه های مربوط به اخبار جعلی را به ۱۰۰ میلیارد دلار در سال نزدیک کند. مجمع جهانی اقتصاد گسترش اطلاعات غلط و اطلاعات جعلی را به عنوان یکی از مهم ترین ریسک های جهانی شناخته و تعامل و ترافیک رسانه های اخبار جعلی را بی سابقه دانسته است. به طور کلی در اقتصاد

جهانی، اعتماد حرف اول را می زند و انتشار اخبار جعلی این اعتماد را از بین خواهد برد و از تصمیم گیری های معقول و آگاهانه مانع خواهد شد. این روزها بازار تبلیغات داغ است و هر گونه اطلاعاتی به سرعت پخش می شود؛ در نتیجه، اخبار جعلی نیز در این میان بدون مانع دست به دست می شود. از این رو، باید شفافیت اخبار بیشتر شود و اعتمادی که قبلا به وب سایت های خبری و منابع معتبر وجود داشت، دوباره احیا شود؛ باین حال، برای کنترل و مدیریت این موضوع هنوز راه درازی در پیش است.

منبع: zoomit



اخبار جعلی شامل خسارت های اقتصادی ناشی از اطلاعات نادرست سلامت (۹ میلیارد دلار ضرر سالانه)، اطلاعات نادرست مالی (۱۷ میلیارد دلار ضرر سالانه)، مدیریت اعتبار (۹ میلیارد دلار ضرر سالانه)، تلاش های امنیتی (۳ میلیارد دلار ضرر سالانه) و از دست دادن نام تجاری با اخبار جعلی (۲۳۵ میلیون دلار ضرر سالانه) است. براساس این مطالعه، سالانه حداقل ۴۰۰ میلیون دلار برای اخبار جعلی در رقابت های سیاسی هزینه می شود. یکی از مطالعات در زمینه اخبار جعلی در طول کارزارهای انتخاباتی ریاست جمهوری سال ۲۰۱۶ آمریکا نشان داد ۶/۲ درصد مقالات منتشر شده در آن دوره مقالات دروغین

رتبه کار آفرینی ایران در جهان بهتر شد

کار در مهرماه نشستی به منظور بررسی راهکارهای تامین مسکن کارگران با حضور معاون روابط کار، معاون تعاون و معاون فرهنگی اجتماعی وزیر کار برگزار کرده بود. به موجب ماده ۱۴۹ قانون کار

کارفرمایان مکلفند با تعاونی های مسکن و در صورت عدم وجود این تعاونی ها مستقیما با کارگران فاقد مسکن جهت تامین خانه های شخصی مناسب همکاری لازم را داشته باشند. همچنین کارفرمایان کارگاه های بزرگ مکلف به احداث خانه های سازمانی در جوار کارگاه و با محل مناسب دیگر هستند. تفاهنامه تامین مسکن کارگران این هفته میان وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت راه و شهرسازی به امضا رسید. به موجب این تفاهنامه ۲۰۰ هزار مسکن کارگری احداث خواهد شد. چگونگی تامین منابع

احداث ۲۰۰ هزار مسکن کارگری نیز از محل تسهیلات بانک توسعه تعاون، بانک رفاه کارگران، صندوق بازنشستگی و بانک مرکزی خواهد بود و بخشی از منابع از طریق آورده متقاضیان تامین خواهد شد.

عناوین مهمترین خبرهای این هفته حوزه کار و تعاون به تشکیل جلسه دستمزد سال ۹۹ کارگران، امضای تفاهنامه تامین مسکن کارگران و ارتقای رتبه کار آفرینی ایران در جهان اختصاص داشت.

به گزارش ایسنا، این هفته دویست و هشتاد و ششمین جلسه شورای عالی کار با دستور کار اصلاح آیین نامه تبصره ۲ ماده ۱۴۹ قانون کار و بررسی مسکن کارگران برگزار شد. در این جلسه که با حضور وزیر کار برگزار شد، نمایندگان همه ارگان ها و دستگاه های دولتی و اجرایی از جمله وزارت اقتصاد و شهرداری ها حضور داشتند و اصلاح آیین نامه تبصره ۲ ماده ۱۴۹ قانون کار در دستور کار قرار گرفت و شرح وظایف ارگان های دولتی و کارفرمایان و کارگران در بحث تامین مسکن کارگری مشخص شد. ورود به بحث دستمزد سال ۹۹ کارگران و

بررسی وضعیت کارگران مناطق آزاد از دیگر موضوعات این جلسه بود که با دستور وزیر کار مقرر شد ظرف دو هفته آینده جلسه ای به این منظور در شورای عالی کار تشکیل شود. پیش از این شورای عالی



فرمت APNG را ممنوع کرد

در حال کار روی قابلیت اضافه کردن متن به فایل های متحرک گیف است. ماه گذشته، حمله توییتری گسترده ای علیه بنیاد صرع انجام شده بود که در آن، برخی از کاربران تصاویر متحرک حاوی نورهای شدید و چشمک زن را ارسال کرده بودند؛ حمله ای که مشخص نیست چند فرد مبتلا به صرع در توییتر از آن آسیب دیده و تحت تأثیر قرار گرفته اند. بنیاد جهانی صرع نیز اعلام کرد شکایت هایی علیه حساب های کاربری شرکت کننده در این حمله توییتری تنظیم کرده و امیدوار است کاربران مقصر شناسایی شوند.

تصویر متحرک برای مبتلایان به صرع ممکن است سلاحی کشنده باشد که حمله و تشنج ایجاد می کند و حتی به مرگ این افراد منجر شود. ممنوع کردن قابلیت ارسال فایل APNG در توییتر گامی مهم برای تأمین امنیت تمام کاربران است و دیگر افراد شرور نمی توانند با انتشار فایل های متحرک جان مبتلایان به صرع را تهدید کنند.

ست: و طرفداران بسیاری دارند، اما از تنظیمات سبب شد با وجود علاقه کاربران مان، امکان م تا بتوانیم امنیت و سلامتی کاربران مبتلا APNG حجم زیادی دارند و در برخی اوقات ند. علاقه کاربران مان به انتشار این فایل ها را ماران صرع و انتشار انبوه تصاویر متحرک و بوگیری کنیم.

با فرمت APNG از تصاویر متحرک با فرمت این فایل ها طرفداران بسیاری دارند و قابلیت نین، توییتر برای جبران حذف فایل APNG،

استارت آپ ها فضای رشد می خواهند

است فضایی به وجود آوریم و از آنها محافظت کنیم تا در این پلتفرم رشد کنند و به کار خود ادامه دهند. سرهنگی بر لزوم حمایت ویژه از کار آفرینان تأکید کرد و گفت: جنس حمایت از کار آفرینان از جنس دادن وام نیست. ما باید

تلاش کنیم کسب و کارهایی که وارد رقابت های بین المللی شدند و در بازارهای منطقه ای عرضه محصول دارند، مورد حمایت قرار بدهیم تا در رقابت با سایر شرکت های خارجی موفق شوند و به عمق بازارهای هدف نفوذ کنند. به گفته وی، باید از کار آفرینان پیشرو و نوآور که در دنیا بازار فروش دارند و با برند می فروشند و ضمن صادرات به اشتغال و ارزآوری کمک می کنند، به طور ویژه حمایت کرد. مدیرکل دفتر توسعه کار آفرینی و بهره وری نیروی کار وزارت کار با اشاره به ارسال آیین نامه حمایت از کار آفرینان پیشرو به دولت درباره روند تصویب آن، گفت: آیین نامه بیش از یک ماه است به هیات دولت

رفته و مراحل آن در کمیسیون اقتصادی دولت در دست بررسی است که اگر تصویب شود تسهیل کننده است. تاکنون دو جلسه برگزار و در خصوص مفاد هجده گانه آیین نامه بحث شده و دستگاه ها به همکاری رسیده اند.

مدیرکل توسعه کار آفرینی وزارت کار بر حمایت ویژه از کار آفرینان نوپا تأکید کرد و گفت باید فضایی برای رشد استارت آپ ها و کار آفرینان فراهم شود تا بتوانند وارد عرصه رقابت های بین المللی شوند و علاوه بر صادرات، اشتغال زایی و ارزآوری داشته باشند.

رحیم سرهنگی در گفت و گو با ایسنا، درباره حمایت از استارت آپ ها و کسب و کارهای نوپا، گفت: مهم ترین کاری که در حال حاضر برای حمایت از کسب و کارهای نوپا باید انجام شود و برای بخش خصوصی چندان نمی صرفد که دنبال کند، بحث شبکه سازی بین اجزا است و معتقدیم که دولت باید شرایط را برای شبکه سازی فراهم کند. وی افزود: طبعاً باید محیطی را برای همه کسانی که در حوزه استارت آپ های تولید محتوا یا استارت آپ های حمل و نقل فعالیت می کنند، ایجاد کنیم که همه آنها به یکدیگر متصل شوند و گروه های بزرگتری را به وجود آورند. مدیرکل دفتر توسعه کار آفرینی و بهره وری نیروی کار وزارت کار وظیفه دولت دانست و گفت: فضایی از سوی دولت باید فراهم شود که استارت آپ ها بتوانند در آن رشد کنند چون استارت آپ ها در آغاز راه شکننده هستند و لازم



عجیب اما واقعی:

کاهش سهم گوگل از بازار دستیارهای هوشمند

به قلم: مت سوترن
کارشناس بخش اخبار فناوری در سایت Search Engine Journal
ترجمه: علی آل علی

گوگل در طول ماه‌های گذشته وضعیت عجیبی را تجربه کرده است. این برند همیشه در فهرست خدمات و فناوری‌های تازه در صدر قرار داشته است، اما اکنون در حوزه دستیارهای هوشمند وضعیت خوبی ندارد. دستیار هوشمند گوگل پس از دستیار مایکروسافت و اپل در رتبه سوم قرار گرفته است.

مطالعاتی تازه از سوی موسسه Future Source به طور دقیق سهم هر دستیار هوشمند از بازار را مشخص کرده است بر این اساس دستیار اپل به نام سیری با ۳۵درصد بیشترین سهم را به خود اختصاص داده است. سپس کورتونا از برند مایکروسافت با ۲۲درصد قرار داد. نکته جالب این تقسیم‌بندی تعیین سهم ۹درصدی برای دستیار گوگل است. به این ترتیب اختلاف میان گوگل و سایر دستیارهای هوشمند بسیار زیاد ارزیابی شده است.

مزیت نصب پیشفرض

یکی از نکات مهم در زمینه سهم بالای سیری از بازار دستیارهای هوشمند مربوط به نسب پیشفرض اپ آن بر روی دستگاه‌های اپل است. به این ترتیب کاربران اپل با این دستیار هوشمند از همان ابتدا در تعامل خواهند بود. وقتی یک دستگاه هوشمند دارای دستیار پیشفرض است، کار برای سایر رقبا دشوار خواهد شد. به همین خاطر آمار نصب دستیار گوگل یا مایکروسافت بر روی محصولات اپل بسیار اندک ارزیابی شده است.

مایکروسافت با تقلید از برنامه اپل در نصب پیشفرض دستیار بر روی محصولات اقدام به عرضه ویندوز ۱۰ با دستیار پیشفرض کورتونا کرده است، با این حساب گوگل در زمینه جلب نظر دو بازار هدف اصلی‌اش با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهد بود. کاربران رایانه‌های شخصی و محصولات اپل بخش بزرگی از بازار را تشکیل می‌دهند. گوگل تا زمانی که راهکاری برای غلبه بر این مشکل اساسی ایجاد نکند، همچنان با سهم اندکی از بازار مواجه خواهد بود.

امروزه اپ‌هایی نظیر کروم و گوگل‌هوم میزان نصب بسیار زیادی دارند. این امر ناشی از نصب پیشفرض این اپ‌ها بر روی بسیاری از دستگاه‌های اندرویدی است. به این ترتیب کاربران از همان ابتدا به استفاده از این اپ‌ها ترغیب می‌شوند. بسیاری از کارشناس‌ها امکان جلب نظر کاربران اپل از سوی گوگل را در گرو رونمایی از ویژگی‌های منحصر به فرد ارزیابی کرده‌اند.

بسیاری از کاربران اندروید به هنگام انتخاب اپ برای دستیار شخصی به سراج گوگل می‌روند. این امر به دلیل هماهنگی بالای دستیار گوگل با سایر اپ‌های این برند است. نکته مشابهی در مورد کاربران اپل و ویندوز در جریان است. به این ترتیب آنها نیز براساس پیشفرض هماهنگی بیشتر دستیار هوشمند موجود در ویندوز یا محصولات اپل به دنبال استفاده از گزینه دیگری نمی‌روند. همچنین باید کیفیت بالای عملکرد دستیارهای صوتی را نیز مدنظر داشته باشیم. اکنون تفاوت چندان معناداری میان سیری، کورتونا و دستیار گوگل وجود ندارد. این امر موجب کاهش علاقه کاربران برای جست‌وجوی ابزاری تازه و دالوند آن می‌شود. یکی از مزیت‌های اصلی گوگل در رقابت با سایر دستیارهای هوشمند ارائه خدمات یکپارچه در حوزه‌های مختلف است. اپل یا مایکروسافت دارای اپ‌های گسترده‌ای مانند گوگل خدمات همین خاطر توان رقابت‌شان به شدت کاهش پیدا می‌کند. اقدام گوگل برای رونمایی از گوشی‌های هوشمند اختصاصی‌اش در همین راستا ارزیابی می‌شود. اگر گوگل به دنبال کسب سهم بیشتر از حوزه‌های مختلف فناوری‌های هوشمند است، باید وارد عرصه تولید محصول شود. در غیر این صورت عرصه رقابت برای آنها به سرعت سخت‌تر خواهد شد.

افزایش رشد بازار دستیارهای هوشمند

استفاده از دستیارهای هوشمند در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است. براساس گزارش موسسه فوربس در سال ۲۰۱۹ این حوزه با رشد ۲۵درصدی به ارزش ۱٫۱ میلیارد دلار دست یافت. بر این اساس تا سال ۲۰۲۳ ارزش کلی این حوزه به ۲٫۵ میلیارد دلار خواهد رسید. امروزه استفاده از دستیارهای هوشمند به دلیل رونمایی از نسل جدید هوش مصنوعی افزایش قابل توجهی یافته است. نسل قبلی هوش مصنوعی توانایی بسیار زیادی در زمینه مدیریت امور مختلف نداشت، با این حال اکنون شرایط به طور کلی فرق کرده است. استفاده گسترده از هوش مصنوعی در محصولات مختلف تمایل کاربران به بهره‌مندی از دستیار هوشمند برای ساماندهی خود‌کار دامنه وسیعی از کارها را تقویت کرده است. در این میان رقابت سنگین‌تر برندهای مختلف برای سهم‌خواهی بیشتر از بازار موجود امری طبیعی خواهد بود.

منبع: searchenginejournal



برترین برندهای حوزه روابط عمومی در سال ۲۰۱۹



سابق بریتانیا، مشاوره روابط عمومی داده است. این سابقه درخشان برای اعطای رتبه پنجم به این آژانس کافی به نظر می‌رسد. نکته جالب اینکه جرمی فیلدینگ سرمایه‌گذاری عظیمی بر روی آموزش نسل جوان کارمندان برای شرکتش انجام داده است. او در تلاش برای ایجاد مرکزی به منظور آموزش افراد دارای استعداد در زمینه روابط عمومی است.

۶. گروه گلوبال استراتژی

مدیران‌عامل: جوه سیلوان و جفری پالوک

همانطور که پیش از این نیز بیان شد، امروزه بسیاری از شرکت‌ها در زمینه‌های تخصصی فعالیت دارند. در این فهرست ما شرکت‌های فعال در زمینه‌های مختلف را کمتر مورد توجه قرار داده‌ایم. دلیل این امر سلیقه شخصی ما نیست. اغلب شرکت‌های فعال در زمینه‌های مختلف توانایی مدیریت حوزه‌های مختلف کسب و کارشان را ندارند، به همین خاطر به سرعت با شکست مواجه می‌شوند. جالب اینکه چنین قاعده کلی درباره گروه گلوبال استراتژی به هیچ‌وجه صادق نیست. در اینجا ما باهم با یکی دیگر از برندهای خلاق و موفقیت حوزه بازاریابی، تبلیغات و روابط عمومی مواجه هستیم. این غول بزرگ عرصه کسب و کار با استخدام کارشناس‌های حرفه‌ای علاوه بر ارائه خدمات مشاوره‌ای گسترده در حال جمع‌آوری بانک اطلاعاتی کاملی نیز هست. به این ترتیب سطح خدمات ارائه شده از سوی این شرکت بسیار وسیع ارزیابی می‌شود.

اصلی‌ترین مشتریان گروه گلوبال استراتژی برند لگو، لیگ بسکتبال NBA و شرکت LG است. نکته جالب درباره فعالیت این گروه تلاش برای همکاری در همه سطح‌های بازاریابی، تبلیغات و روابط عمومی با مشتریان است. این کار بیابگر سطح نزدیک خدمات این برند به یکدیگر است. در غیر این صورت مشتریانش هرگز حاضر به همکاری گسترده نمی‌شدند. گروه گلوبال استراتژی به دلیل فعالیت مناسب و یک دست در حوزه‌های فعالیتش در فهرست کنونی رتبه ششم را به خود اختصاص داده است. این امر بیابگر رشد سه پله‌ای این گروه در مقایسه با سال گذشته است.

۷. BWC

مدیرعامل: دونایمپراتو

همکاری با برندهای محلی برسون و ولفی در سال ۲۰۱۸ شروع فعالیت گروه روابط عمومی BWC بود. این گروه در طول دو سال گذشته به طور قابل ملاحظه‌ای در زمینه جلب نظر برندهای بزرگ‌تر موفق بوده است. همین امر آنها را به رتبه هفتم در سال جاری رسانده است. جالب اینکه در سال گذشته این گروه در فهرست ۱۰۰ آژانس روابط عمومی برتر نیز جایی نداشت. این امر به خوبی امکان رشد و توسعه سریع در حوزه روابط عمومی را نشان می‌دهد. این گروه اکنون با برندهای بزرگی نظیر فکس، کوکاکولا، نیویورک تایمز، اوراکل و مایکروسافت همکاری نزدیک دارد.

یکی از نوآوری‌های جالب گروه BWC ترکیب حوزه روابط عمومی با کمپین‌های بازاریاب شرکت‌هاست. به این ترتیب فرآیند روابط عمومی از حالت خشک و بی‌روح عادی فاصله خواهد گرفت. بی‌شک این امر ریسک‌های زیادی نیز به همراه دارد. نقطه قوت گروه BWC تمایل بالای آنها برای ریسک‌پذیری است. همین امر رتبه آنها در میان سایر رقبا را به شدت افزایش داده است.

۸. سانشاین ساجز

مدیران‌عامل: کن سانشاین، شاون ساجز، هیتز لیلیز و کلیگ توماس مورگان

همکاری با سلبریتی‌های مشهور در فرهنگ عامه نیازمند مهارت بسیار زیادی است. سلیقه عمومی جامعه در زمینه هنر، ورزش و مدهای مختلف به سرعت تغییر می‌کند. به همین خاطر سلبریتی‌ها برای ماندگاری هرچه بیشتر در فهرست مورد علاقه مردم اقدام به همکاری با آژانس‌های روابط عمومی می‌کنند. یکی از آژانس‌های موفق در زمینه همکاری با سلبریتی‌ها سانشاین ساجز است. نکته جالب درباره این برند هیأت مدیره پرتعداداش است. همکاری با لئوناردو دی‌کاپریو، جاستین تیمبرلیک و ناتالی پورتمن فقط بخشی از همکاری‌های این برند با برندهای شخصی است. بخش دیگری از فعالیت جذاب این آژانس شامل همکاری با برندهایی بزرگ نظیر اسپایتفی، گوگل، تیمبرلند و آکادمی جوایز اسکار است. در اینجا ما با یک برند متخصص در زمینه همکاری با برندهای بزرگ و سلبریتی‌ها مواجه هستیم. این امر نشانی از تقسیم کار درست و منطقی در این شرکت است. به این ترتیب بسیاری از کارمندان براساس معیارهای دوگانه توانایی مدیریت روابط عمومی افراد حقیقی و برندهای بزرگ استخدام می‌شوند.

۹. MIA

مدیران‌عامل: مگان مک جینیس، میشل تاونی، جویی آراک، آنا لاپورته

گاهی اوقات برخی از آژانس‌های روابط عمومی با مشتریان بزرگی سر و کار ندارند. نکته مهم در مورد عملکرد حیرت‌انگیز آنها ارائه خدمات مطلوب و توسعه سطح روابط عمومی شرکت‌های کوچک است. آژانس MIA دقیقاً در همین زمینه صاحب شهرت شده است. به این ترتیب ما در اینجا با آژانس کوچکی اما بسیار حرفه‌ای مواجه هستیم. بی‌تردید رتبه فعلی آژانس MIA در سراسل پیش روی افزایش خواهد یافت. این امر به دلیل اعلام رسمی مدیران این شرکت مبنی بر افزایش دامنه فعالیت‌شان است. به این ترتیب به زودی آژانس MIA وارد همکاری با برندهای بزرگ در مقیاس جهانی خواهد شد.

منبع: observer

بلومبرگ، شرکت ویرجینیا تک و شعبه پشتیبانی گوگل در کاناداست. توجه به میزان شهرت و موفقیت طرف‌های قرارداد برلین روزن برای آگاهی از سطح بالای کیفیت خدمات روابط عمومی آنها کافی به نظر می‌رسد. به همین خاطر آنها در سال ۲۰۱۹ رتبه دوم را کسب کرده‌اند.

۳. آژانس بازاریابی و روابط عمومی آلیسون براد

مدیران‌عامل: آلیسون براد و جودی حسن

هیچ چیز به اندازه حضور آژانس بازاریابی و روابط عمومی آلیسون براد در فهرست امسال تعجب‌برانگیز نیست. این آژانس ابتدا در زمینه بازاریابی و تبلیغات فعالیت داشت. اکنون نزدیک به ۲۰ سال از تاسیس این شرکت می‌گذرد. در طول دو دهه گذشته این برند با مشکلات بسیار زیادی مواجه شده است. همین امر تجربه مدیران آن در زمینه مواجهه با چالش‌ها و غلبه بر آنها را افزایش داده است.

یکی از استراتژی‌های موفق آژانس آلیسون براد همکاری نزدیک با خبرگزاری‌های بزرگ و محلی است. این امر به آنها توانایی واکنش سریع در برابر اقدامات چالش‌ها را می‌دهد. یکی از مشکلات اصلی برندها در زمینه مدیریت بحران ناتوانی در اطلاع‌رسانی سریع به مخاطب هدف است. این امر موجب گسترش سریع شایعات و ناتوانی برندها در زمینه مدیریت بحران می‌شود. آژانس آلیسون براد با توجه به این مشکل اقدام به همکاری نزدیک با رسانه‌های مختلف کرده است.

وقتی ما با یک آژانس فعال در زمینه بازاریابی و روابط عمومی مواجه هستیم، باید توانایی و مهارت‌های بالای آن را مدنظر داشته باشیم. امروزه بسیاری از مشتریان اعتماد چندانی به برندهای فعال در زمینه‌های مختلف ندارند. به همین خاطر فعالیت تخصصی در یک حوزه اهمیت بسیار زیادی یافته است. با این حال آژانس آلیسون براد علی رغم تمام این نکات در هر دو حوزه روابط عمومی و بازاریابی فعالیت مناسبی دارد. نکته مهم در این خصوص توانایی این شرکت در زمینه افق دامنه مختلف مشتریان است. اگر در هر زمینه‌ای کوچک‌ترین طعمه‌ای به کیفیت خدمات این آژانس وارد شود، دامنه بسیار وسیعی از مشتریان آن از دست خواهد رفت. رتبه سوم این مقاله بیشتر به دلیل مهارت بالای آژانس آلیسون براد در زمینه ایجاد تعادل میان بازاریابی و روابط عمومی اختصاص داده شده است.

۴. ۴۲ غربی

مدیران‌عامل: لسلی دارت، آماندا لوندبرگ و الن میر

هر کسی که بعد از سال ۲۰۱۸ انتظار شکست آژانس روابط عمومی ۴۲ غربی را داشته است باید سال‌ها منتظر این اتفاق بماند. این برند در طول سال‌های اخیر همیشه عملکرد بسیار عالی در زمینه رفع نیازهای مشتریان و عقد قراردادهای بلندمدت داشته است. یکی از مزیت‌های قراردادهای بلندمدت برای آژانس‌های روابط عمومی امکان برنامه‌ریزی به منظور توسعه کسب و کار در مدت‌زمانی طولانی است. متأسفانه امروزه کمتر برندی اقدام به عقد قرارداد بلندمدت با آژانس‌های روابط عمومی می‌کند. این امر موجب بروز بحران‌های مالی در زمان‌های مختلف برای شرکت‌ها می‌شود.

استراتژی اصلی آژانس ۴۲ غربی ارائه یک ماه خدمات رایگان برای مشتریان است. به این ترتیب اعتماد آنها نسبت به کیفیت کاری این آژانس جلب می‌شود. سپس در صورت عقد قرارداد بلندمدت مقدار مشخصی تخفیف در اختیار برندها قرار خواهد گرفت. امروزه تلاش برای کاهش هزینه‌های جاری دغدغه اصلی برندها را تشکیل می‌دهد، بنابراین استراتژی مدیران آژانس ۴۲ غربی کاملاً کارآمد طراحی شده است.

حوزه جذاب فعالیت آژانس ۴۲ غربی همکاری آن با بسیاری از برندهای بزرگ در هالیوود است. بی‌تردید همکاری یک آژانس روابط عمومی با مشتریان مشهور تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر اعتبارش خواهد داشت. امروزه بسیاری از افراد موفقیت یک برند را براساس اعتبار و جایگاه مشتریان ارزیابی می‌کنند. این امر موجب اختصاص جایگاه چهارم به آژانس بزرگ ۴۲ غربی شده است. بدون تردید این رتبه‌بندی به معنای موفقیت کمتر این برند در مقایسه با دیگر رقبا نیست. نکته مهم درخصوص این برند شروع به کار در طول سه سال اخیر است. به همین خاطر در صورت حفظ ثبات از سوی این آژانس رتبه‌اش در سال‌های آینده بهبود خواهد یافت.

۵. ککست سی ان سی

مدیرعامل: جرمی فیلدینگ

در اینجا ما با یک آژانس روابط عمومی همراه با مدیر واحد مواجه هستیم. امروزه موفقیت یک آژانس در حوزه‌ای تخصصی مانند روابط عمومی همراه با یک موسس اصلی بسیار دشوار به نظر می‌رسد. به همین خاطر بسیاری از آژانس‌های موفق دارای هیأت مدیره پرتعداد هستند.

یکی از شاهکارهای این برند در زمینه مدیریت بحران‌های روابط عمومی همکاری با فولکس واگن پس از بروز رسوایی گسترده در زمینه تولید از آلاینده‌های غیرمجاز از سوی موتور خودروهای این شرکت بود. این برند به طور موثر در زمینه کاهش هزینه‌های بحران عجیب غریب مذکور با فولکس واگن همکاری کرد. بدون تردید بسیاری از برندها در صورت مواجهه با بحرانی مشابه امکان ادامه فعالیت را از دست می‌دهند. درست در همین نقاط اهمیت حوزه روابط عمومی آشکار می‌شود. بسیاری از برندها نسبت به اهمیت حوزه روابط عمومی آگاهی ندارند. به این شرایط فقط بروز یک بحران وسیع اعتقاد آنها به اهمیت روابط عمومی را افزایش خواهد داد.

آژانس ککست سی ان سی در زمینه مشاوره روابط عمومی به افراد شاخص نیز عملکرد مناسبی داشته است. این برند به طور خصوصی به ترزا می، نخست وزیر

به قلم: میشل کامپینر
کارشناس روابط عمومی

ترجمه: علی آل علی

حوزه روابط عمومی همیشه اهمیت زیادی برای برندها داشته است. تعامل هر شرکت با مشتریان هدف و نحوه جلب نظر مخاطب ارتباط نزدیکی با استراتژی‌های حوزه روابط عمومی دارد. امروزه مشتریان انتظارات بسیار بیشتری از برندها دارند. به همین خاطر کارآفرینان و صاحبان شرکت‌ها باید ایده‌های جدید و نوآوری‌های بیشتری برای جلب نظر مشتریان مدنظر داشته باشند.

یکی از نارضایتی‌های پایدار مشتریان از برندها، ناتوانی آنها در زمینه پاسخگویی سریع به پرسش‌ها و نیازهای‌شان است. این امر در بسیاری از مواقع موجب تمایل افراد به خرید از یک برند دیگر می‌شود. شاید در نگاه نخست حوزه روابط عمومی بسیار ساده و مبتنی بر تعامل نزدیک با مشتریان باشد. در عمل این حوزه شامل ترکیب چند مهارت و حوزه‌های کوچک‌تر است. هر برند براساس ماهیت کسب و کارش باید اقدام به جلب نظر مشتریان کند. همانطور که کمپین بازاریابی هر برند در صورت عدم هماهنگی با ویژگی‌های اصلی کسب و کار با شکست مواجه می‌شود، در حوزه بازاریابی نیز همین امر صادق است.

سال ۲۰۱۹ در واپسین روزهای خود است. یکی از ترندهای داغ در این زمینه تلاش برای بررسی آخرین وضعیت حوزه‌های مختلف کسب و کار است. در این مقاله برخی از برترین شرکت‌های فعال در حوزه روابط عمومی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. با توجه به افزایش اهمیت روابط عمومی در کسب و کار برندها شروع به کار آژانس‌های روابط عمومی امری طبیعی است. امروزه بسیاری از برندها توانایی کافی برای ساماندهی امور کسب و کارشان در زمینه روابط عمومی را ندارند. به همین خاطر همکاری هرچه نزدیک‌تر با کارشناس‌های روابط عمومی بدل به نیازی ضروری شده است. عملکرد شرکت‌های روابط عمومی در سال ۲۰۱۹ علاوه بر نمایش ثبات شرکت‌های قدیمی شامل ظهور برخی از آژانس‌های تازه کار نیز هست، بنابراین در سال ۲۰۱۹ ما ترکیب هیجان‌انگیزی از ثبات و تغییر را تجربه کردیم.

۱. فین پارتنرز

مدیرعامل: پیتر فین (موسس آژانس روابط عمومی فین پارتنرز)
انتظار شرکت‌ها از یک آژانس روابط عمومی چیست؟ ثبات در زمینه ارائه خدمات مطلوب یکی از اهداف اصلی برندهای بزرگ از همکاری با آژانس‌های مطرح است. اگر کسب و کار ما در زمینه روابط عمومی عملکرد بی‌ثباتی داشته باشد، امکان دستیابی به موفقیت دشوار خواهد شد. آژانس فین پارتنرز در طول هشت سال فعالیت در حوزه روابط عمومی بسیاری از رکوردها را جا به جا کرده است. آنها در طول پنج سال اخیر میانگین رشد ۴۵درصدی داشته‌اند. سود خالص سال گذشته آنها معادل ۱۱۵ میلیون دلار ارزیابی شده است، با این حساب فین پارتنرز یکی از آژانس‌های بزرگ و موفق در زمینه روابط عمومی محسوب می‌شود.

امروزه بسیاری از آژانس‌های بازاریابی در سطحی محدود مشغول به فعالیت هستند. این امر ناشی از ضرورت آشنایی با بازار هدف هر شرکت به منظور فعالیت مناسب است. نکته مهم درخصوص فین پارتنرز گسترش سریع کسب و کارشان در سراسر دنیااست. اکنون آنها دارای شعبه‌های رسمی در نیویورک، هنگ کنگ، قبرس، ترکیه، قطر و انگلستان هستند. بی‌تردید فعالیت مناسب در بازارهای مختلف نیازمند آگاهی دقیق از ویژگی‌های مشتریان و نحوه فعالیت برندهاست. بخش توسعه و تحقیقات آژانس فین پارتنرز علاوه بر دریافت مقدار بودجه فراوان در زمینه همکاری با کارشناس‌های ماهر نیز از دیگر رقبا جلوتر است. تمام این فرآیندها در کنار هم فین پارتنرز را بدل به قدرتمندترین آژانس روابط عمومی در سال ۲۰۱۹ کرده است.

۲. برلین روزن

مدیرعامل‌ها: والری برلین و جاناتان روزن

شمار بسیار کمی از شرکت‌ها در طول دوران فعالیت‌شان هرگز با افول یا شکست بزرگ مواجه نشده‌اند. ماهیت دنیای کسب و کار همیشه همراه با اندکی اتفاق‌های غیرمنتظره است. به همین خاطر بسیاری از برندها در عمل دچار شکست‌های سنگین می‌شوند. در این زمینه آژانس برلین روزن با همکاری دو کارشناس مطرح در حوزه روابط عمومی بسیاری از چالش‌های کسب و کار را به خوبی پشت سر گذاشته است. آنها در زمینه توسعه کسب و کار با خرید دفتری بزرگ‌تر در شهر نیویورک توجه بسیاری از رسانه‌ها را جلب کردند. همچنین میزان سود خالص آنها نیز رشد ۱۲٫۵ میلیون دلاری داشته است.

نکته جالب درباره آژانس برلین روزن همکاری آن با بیش از ۴۵۰ مشتری است. برخی از مشتریان این آژانس شرکت‌های تجاری و برخی دیگر افراد و چهره‌ای مشهور هستند. این امر بیابگر مهارت بالای مدیران این شرکت در زمینه مدیریت نیازهای مختلف مشتریان گوناگون است. حوزه روابط عمومی به طور معمول نیازمند تخصص در حوزه‌های ریزتر به شکل انحصاری است. همین امر بسیاری از برندها را به سوی فعالیت اختصاصی در حوزه‌های خاص سوق می‌دهد، با این حساب فعالیت برلین روزن در هر دو حوزه بسیار هیجان‌انگیز به نظر می‌رسد. این نکته میزان فشار و انتظار مشتریان از مدیران شرکت را دوچندان می‌کند. تجربه فعالیت این شرکت در سال‌های اخیر به خوبی توانایی مدیران آن در زمینه مدیریت فشارهای فراینده را نشان می‌دهد.

برخی از مشتریان مشهور برلین روزن شامل برند سامسونگ، خبرگزاری

ایستگاه بازاریابی

گزارش اختصاصی وال استریت ژورنال:

جنجال تخلف بی ام و در زمینه فروش خودرو

به قلم: ویلیام بوستون و مایک گولیاس خبرنگار حوزه صنعت خودرو
ترجمه: علی آل علی

برند بی ام و یکی از بزرگترین شرکت‌ها در زمینه خودرو محسوب می‌شود. علاقه‌مندان به صنعت خودروسازی به خوبی از دامنه وسیعی محصولات این غول آلمانی اطلاع دارند. در دوران طولانی فعالیت این برند کمتر مورد تخطفی به صورت عمومی برای آنها پیش آمده است. این امر ناشی از عملکرد شفاف و ارائه تمام اسناد فعالیت به سازمان‌های دولتی بوده است. اگرچه سابقه برند بی ام و بسیار درخشان است، اما براساس گزارش‌های اخیر پرونده اتهامی از سوی کمیسیون امنیت و مبادلات ملی آمریکا علیه این غول آلمانی باز شده است. براساس این پرونده برند بی ام و در معرض اتهام فروش صوری برخی از محصولاتش در بازار ایالات متحده قرار گرفته است.

فرآیند فروش صوری به معنای اعلام فروش برخی از محصولات از سوی فروشندگان یک شرکت در عین وجود آن محصولات در انبار شرکت است. به این ترتیب فروش فقط بر روی کاغذ انجام گرفته و محصولات موردنظر همچنان در اختیار شرکت اصلی قرار دارد. یکی از اهداف اصلی از فروش صوری محصولات ترغیب مشتریان به خرید بیشتر است. وقتی محصولات ما رکوردهای متعددی در زمینه فروش ثبت کنند، انگیزه مشتریان برای خرید بیشتر می‌شود. همچنین پرهیز از پرداخت مالیات در انتهای سال برای محصولات باقی مانده در انبار نیز یکی دیگر از انگیزه‌های فروش صوری است. در مورد پرونده بی ام و تحقیقات همچنان در حال انجام است.

براساس اعلامیه رسمی برند بی ام و انجام تحقیقات بر روی فاکتورهای فروش و فرآیندهای واکداری بسیاری از محصولات در طول یک دهه اخیر تایید شده است. البته این امر فقط منحصر به بازار ایالات متحده است، بنابراین در سایر بازارها شکایتی پیش روی این غول آلمانی قرار ندارد. کمیسیون امنیت و مبادلات آمریکا از هرگونه اظهار نظر رسمی درباره شرایط پرونده و وضعیت بی ام و در این میان خودداری کرده است. مسئولان این کمیسیون هرگونه اظهار نظر را پس از پایان تحقیقات اولیه امکانپذیر می‌دانند.

انجام بررسی‌های گسترده درباره وضعیت فروش و فعالیت برندهای خارجی در بازار ایالات متحده از چند ماه پیش آغاز شده است. هدف اصلی این تحقیقات رسیدگی به موارد مشکوک در فعالیت برندهای خارجی است. البته این امر فقط مخصوص برندهای خارجی نخواهد بود. براساس گزارش رسمی کمیسیون امنیت و مبادلات آمریکا پرونده‌های مشابهی درباره برندهای آمریکایی نیز در دست بررسی است. برند فیات در ماه سپتامبر گذشته پس از بررسی‌های کمیسیون به منظور بسته شدن پرونده‌اش حاضر به قبول حکم پرداخت ۴۰ میلیون دلار جریمه شد. همین امر احتمال اثبات پرونده کمیسیون امنیت و مبادلات درباره بی ام و را افزایش داده است. بی‌تردید در صورت تایید این تخلف گسترده بخش قابل توجهی از اعتبار غول آلمانی خدشه‌دار خواهد شد.

مشکلات بی ام و در بازار ایالات متحده فقط به پرونده فروش صوری محدود نیست. سیاست‌های جنگ اقتصادی ترامپ با چین نیز محدودیت‌های زیادی برای فروش محصولات این برند در ایالت‌های مختلف آمریکا ایجاد کرده است. با این حساب بی ام و و سایر برندهای خارجی در بازار ایالات متحده روزهای دشواری پیش رو خواهند داشت.

منبع: **wsj**



بازاریابی محتوایی بدون اشتباهات کلیشه‌ای

آمادگی برای بازاریابی در سال جدید



به قلم: راشل کروایت کارشناس بازاریابی محتوایی

ترجمه: علی آل علی

بازاریابی محتوایی در طول دو دهه اخیر شهرت بسیار زیادی پیدا کرده است. با توسعه هرچه بیشتر فناوری‌های تازه کاربردهای این الگوی بازاریابی افزایش چشمگیری یافته است. شاید اکنون پیش‌بینی سث گودین، بازاریاب و کارشناس کسب و کار، بیش از هر زمان دیگری به واقعیت بدل شده باشد: «بازاریابی محتوایی تنها الگوی باقی مانده برای بازاریابی محسوب می‌شود.»

اگر نگاهی دقیق به آمارهای رسمی بیندازیم، ادعای گودین به خوبی قابل اثبات است. امروزه الگوی بازاریابی محتوایی بیش از هر شیوه دیگری مورد استفاده بازاریاب‌ها قرار می‌گیرد. وقتی یک شیوه بدل به انتخاب نخست بازاریاب‌ها می‌شود، معنای ضمنی آن علاقه مخاطب به مشاهده چنین محتوایی است. براساس گزارش Demand Metrics هزینه‌های تولید کمپین بازاریابی محتوایی ۶۲درصد کمتر از سایر الگوهای موجود است. همچنین به گزارش HubSpot میزان تاثیرگذاری این الگو در مقایسه با سایر شیوه‌ها دست کم ۵۰درصد بیشتر است، با این حساب انتخاب این شیوه منطقی‌ترین گزینه برای دست‌اندرکاران حوزه بازاریابی محسوب می‌شود.

امروزه برندها در تلاش برای بهره‌برداری حداکثری از سرمایه‌گذاری‌شان در حوزه‌های مختلف هستند. این امر صرفه‌جویی شدید برندها در زمینه هزینه‌های حوزه بازاریابی را در پی داشته است، با این حساب هر الگویی که هزینه کمتری روی دست برندها بگذارد، انتخاب نخست آنها خواهد بود.

اشتباهات بازاریابی و شیوه مقابله با آنها

اگرچه بازاریابی محتوایی ابزار بسیار قدرتمندی در دست برندها و بازاریاب‌هاست، اما اشتباهات متعددی نیز در این حوزه وجود دارد. متأسفانه انتظار برخی از برندها نسبت به الگوی بازاریابی محتوایی دستیابی به موفقیت از همان لحظه شروع کمپین است در این الگو نیز مانند هر حوزه دیگری در صورت عملکرد نامناسب با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهیم شد بنابراین ما باید شناخت دقیقی از نحوه طراحی کمپین‌های بازاریابی محتوایی و الگوهای پرهیز از اشتباهات کلیشه‌ای داشته باشیم. در غیر این صورت عملکرد مناسب در حوزه بازاریابی دشوار خواهد شد. هدف اصلی این مقاله بررسی ۱۰ اشتباه رایج و کلیشه‌ای در حوزه بازاریابی محتوایی است. بدون تردید اشتباهات این حوزه بسیار بیشتر از نمونه‌های مورد بررسی ماست، اما برای شروع پرهیز از همین ۱۰ مورد کافی به نظر می‌رسد. اکنون اجازه دهید به سراغ اشتباهات بازاریابی محتوایی به منظور فعالیت بهتر در سال جدید برویم.

۱. نگارش محتوایی برای مخاطب واحد

امروزه برندها با دامنه وسیعی از مخاطب در تعامل هستند. این امر دیگر یک امر رازآمیز محسوب نمی‌شود. برندهای بزرگ و جهانی به طور همزمان در تلاش برای تعامل با مخاطب‌های جهانی هستند. این امر نیازمند استفاده از الگوهای بازاریابی قدرتمند و توجه به تفاوت سلیقه هر دسته از مخاطب‌هاست. محتوای بازاریابی ما باید برای تمام گروه‌های هدف جذاب، متنوع، کاربردی و تعامل‌پراکنیز باشد. در غیر این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف وجود نخواهد داشت.

یکی از اشتباهات اصلی برندها در زمینه طراحی کمپین بازاریابی محتوایی عدم توجه به ارتباط متناظر محتوا با مخاطب است. امروزه مخاطب براساس نیاز و سلیقه‌اش اقدام به تعامل با برندها می‌کند. بنابراین اگر ما در زمینه فهم مشکلات مخاطب عملکرد مناسبی نداشته باشیم، هرگز توانایی جلب نظر آنها را نخواهیم داشت. بخش توسعه و تحقیقات برندها در عمل مسئولیت رسیدگی به این حوزه را دارد. کمپین‌های بازاریابی باید برای انواع مخاطب هدف طراحی شود. در غیر این صورت فقط توجه یک گروه جلب خواهد شد. این امر به معنای از دست رفتن بخش بزرگی از مخاطب برند ما خواهد بود. نیاز اصلی مخاطب در دنیای امروزه تعامل نزدیک با برندهاست، بنابراین توجه به سلیقه و نیاز آنها باید در اولویت فعالیت برندها قرار گیرد.

اگر با الگوی بازاریابی برای مخاطب چندگانه آشنایی ندارید، توصیه من مطالعه نحوه بازاریابی در کسب و کارهای B۲B است. الگوی بازاریابی B۲B مبتنی بر تلاش برای جلب نظر شرکت‌ها به عنوان مشتری هدف است. بی‌تردید هر شرکتی دارای اهداف متفاوت خواهد بود بنابراین وظیفه اصلی ما تلاش برای بیان نکات جذاب برای تمام مشتریان هدف است. تمرین شیوه طراحی کمپین بازاریابی B۲B تاثیر بسیار مثبتی بر روی جهت‌گیری ما در دنیای کسب و کار خواهد داشت. امروزه اغلب برندها نسبت به دامنه گسترده مشتریان‌شان آگاهی ندارند. به همین خاطر اقدام به طراحی یک الگوی واحد از مشتریان‌شان می‌کنند. اگر ما قصد موفقیت در بازاریابی مدرن را داریم، باید الگوهای قدیمی را ترک کنیم. ترسیم مشتری ایده آل برای برند و تلاش برای بازاریابی بر محور آن شاید تا چند دهه پیش کاربردی بود، اما اکنون دیگر جایی در بازاریابی جهانی ندارد. یکی از نکات جالب در مورد سلیقه مشتریان تمایل آنها به مطالعه محتوا به قلم مدیرعامل شرکت‌هاست بنابراین در سایت رسمی با لگات برندنمان در مطالعه محتوای اجتماعی باید هرچند وقت یکبار مطلبی از مدیرعامل یا دست‌کم یکی از اعضای ارشد شرکت منتشر شود. این امر در فرآیند جلب نظر مخاطب هدف تاثیر انکارناپذیری خواهد داشت.

۲. بی‌توجهی به نیازهای مشتریان

دلیل اصلی موفقیت کمپین‌های بازاریابی محتوایی توانایی در ایجاد اعتماد میان مشتریان است. فروش محصولات در بازارهای مختلف بدون ایجاد اعتماد امکان‌ناپذیر است. تجربه شخصی همه ما از فرآیند اعتماد به برندها پیش از تصمیم‌گیری برای خرید حکایت دارد. ایراد بسیاری از کمپین‌های بازاریابی محتوایی عدم توجه به فرآیند اعتمادسازی در مشتریان است. امروزه اغلب برندها صرفاً به دنبال فروش بیشتر هستند بنابراین تلاش برای ایجاد اعتماد جایی در برنامه‌های آنها ندارد. سایت و وبلاگ رسمی برندها بهترین مکان برای تعامل با مخاطب هدف و ایجاد اعتماد در آنهاست. حال اگر برند ما از این فضا فقط برای پوشش اخبار کسب و کار و انتشار محتوای بازاریابی با هدف فروش بیشتر استفاده کند، واکنش مخاطب چگونه خواهد بود؟ مشاهده خیل عظیمی از سایت‌های کم‌پازدید در دنیای کسب و کار به خوبی پاسخ ما را مشخص خواهد کرد، بنابراین ما باید به دنبال فعالیت

متفاوت از سایر برندها باشیم.

خوبیختانه امروزه مناسبتهای بسیار زیادی برای تعامل با مشتریان به صورت نزدیک وجود دارد. اگر ما به دنبال ایجاد اعتماد در میان مشتریان هستیم، باید توانایی پاسخگویی به نیازهای آنها را در کسب و کارمان تقویت کنیم. این امر اهمیت حیاتی در فعالیت برندها دارد. برندهای بزرگ و موفق همیشه پاسخ‌های مناسب به نیاز تازه مشتریان می‌دهند. نکته مهم در اینجا نحوه یافتن نیازهای تازه مشتریان است. برخی از برندها در این بخش اقدام به ارزیابی عملکرد دیگر برندها به منظور آگاهی از نیازهای تازه مشتریان می‌کنند. این اقدام در عین کاربرد بالا موجب آگاهی دیر هنگام ما از نیازهای تازه مشتریان می‌شود. توصیه من ارزیابی وضعیت مشتریان براساس سرمایه‌گذاری بر روی بخش توسعه و تحقیقات است. به این ترتیب توانایی برند ما برای آگاهی از آخرین تغییرات سلیقه و نیاز مشتریان افزایش خواهد یافت.

موفقیت در زمینه بازاریابی محتوایی بستگی به توانایی ما برای تولید کمپین درباره نیازهای تازه مشتریان به سریع‌ترین شکل ممکن دارد. هرچه واکنش ما در برابر نیازهای تازه مشتریان سریع‌تر باشد، شانس جلب نظر و اعتماد آنها افزایش خواهد یافت. متأسفانه برخی از برندها به هنگام طراحی کمپین بازاریابی به جای تمرکز بر روی سلیقه و نیاز مشتریان به سلیقه شخصی‌شان توجه می‌کنند. بی‌شک نتیجه چنین کمپین‌هایی به جز شکست نخواهد بود.

۳. استفاده بیش از حد با بسیار کم از اصطلاحات تخصصی

هر کسب و کاری دارای اصطلاحات تخصصی مختلف است. هدف اصلی مخاطب از مطالعه یا تماشای محتوای یک برند آشنایی به حوزه فعالیت و محصولات آن برند است. فقط در صورت موفقیت برندها در زمینه بیان درست ویژگی‌های محصولات‌شان امکان فروش بیشتر فراهم خواهد شد. در غیر این صورت برندها توانایی چندانی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف نخواهند یافت. امروزه بسیاری از برندها با چنین مشکلی مواجه هستند. ایراد اصلی در کاربرد بیش از حد اصطلاحات تخصصی کسب و کارمان است. به این ترتیب فهم معنای اصلی محتوای برای مخاطب هدف سخت می‌شود. این امر تمایل برخی از بازاریاب‌ها به نگارش متن‌های بسیار ساده را تقویت کرده است. شاید عجیب به نظر برسد، اما محتوای بیش از حد ساده نیز در حوزه بازاریابی همراه با چالش‌هایی است. به عنوان مثال، اگر ما در زمینه تولید لوازم ورزش شنا فعالیت داشته باشیم، عدم استفاده از برخی اصطلاحات تخصصی و در عین حال آشنا برای علاقه‌مندان به این رشته توان تاثیرگذاری چندانی نخواهیم یافت. مخاطب هدف در عین تمایل به پهرمندی از محتوای ساده و روان خواهان آشنایی برند موردنظر با برخی از اصطلاحات تخصصی و پایه حوزه کسب و کارش نیز هست. در غیر این صورت برند موردنظر مبتدی و غیرحرفه‌ای ارزیابی خواهد شد. کلید موفقیت در زمینه نگارش متن‌های استاندارد بازاریابی محتوایی استفاده از ویراستار حرفه‌ای است. چنین ویراستارهایی به خوبی در زمینه تنظیم تعداد اصطلاحات تخصصی در متن مهارت دارند. به این ترتیب محتوای ما برای مخاطب هدف نامفهوم با بسیار ساده نخواهد بود.

۴. نگارش محتوا فقط برای رتبه سئو بهتر

کسب رتبه برتر در موتورهای جستوجو با مفهوم مدیریت سئو در پیوند است. برخی از محتواها در عین جذابیت به دلیل ناتوانی در زمینه رعایت الگوریتم سئو گوگل در عمل مخاطب چندانی جذب نمی‌کند. این امر موجب تمایل برندها به مدیریت سئو به شیوه‌ای پیشرفته شده است. هدف اصلی در اینجا تولید محتوا براساس معیارهای متغیر و در برخی موارد نامعلوم موتورهای جستوجو است. بی‌شک برزگترین موتور جستوجو جهان گوگل است. بنابراین سلطه این پلتفرم بر روی حوزه مدیریت سئو جای تعجب نخواهد داشت.

یکی از راهکارهای مناسب برای برندها دارای بودجه فراوان استفاده از امکانات تبلیغاتی گوگل در زمینه مدیریت سئو است. به این ترتیب سایت‌ها در رتبه نخست نتایج کاربران نمایش داده می‌شود. نکته مهم در این میان درج علامت تبلیغاتی در کنار آدرس سایت‌مان است. همچنین اغلب برندها بودجه لازم برای استفاده از چنین الگویی را ندارند. به همین خاطر باید به فکر شیوه‌ای دیگر برای مدیریت سئو تاثیرگذار بود.

ایراد اصلی برندها در زمینه مدیریت سئو تلاش برای نگارش محتوا با تکیه بر آلمان‌های مهم برای موتورهای جستوجو است. نتیجه ناگوار این امر ناتوانی مخاطب در زمینه تعامل با محتوای ما خواهد بود. به این ترتیب تمام سرمایه‌گذاری ما در زمینه مدیریت سئو بی‌نتیجه خواهد ماند. توصیه اغلب کارشناسان حرفه‌ای در زمینه مدیریت سئو و بازاریابی عدم نگارش مطلب براساس آلمان‌های مهم برای موتورهای جستوجو است. حتی اگر محتوای ما به دست مخاطب علاقه‌مند نرسد، برسد، در صورت عدم جذابیت آن برای مخاطب واقعی توان تاثیرگذاری نخواهد داشت. نکته مهم در این میان فهم معیار طبقه‌بندی محتوا از سوی موتورهای جستوجو است. گوگل به عنوان بزرگترین موتور جستوجو همیشه در تلاش برای ارائه بهترین محتوا به مخاطب است. در غیر این صورت بازی را به سایر موتورهای جستوجو خواهد باخت. این امر فرض بسیاری از بازاریاب‌ها مبنی بر وجود تعارض میان معیارهای گوگل و سلیقه مخاطب را از بین می‌برد. اگر محتوای ما در گوگل رتبه مناسبی ندارد، این امر بیانگر ترکیب غیرجذاب کمپین‌مان برای مخاطب است بنابراین باید اقدام به بازسازی نحوه نگارش محتوا برای مخاطب هدف کنیم. در غیر این صورت به زودی از عرصه بازاریابی محتوایی کنار خواهیم رفت.

۵. عدم ترکیب علاقه شخصی و سلیقه مخاطب

بسیاری از بازاریاب‌های بزرگ براساس ایده‌ها و سلیقه شخصی‌شان اقدام به طراحی کمپین می‌کنند. شاید در نگاه نخست توجه به سلیقه شخصی در حوزه بازاریابی در تضاد با توصیه‌های قبلی ما قرار گیرد. به هر حال تمام تلاش ما در این مقاله نمایش ضرورت توجه به سلیقه مخاطب هدف بود. بی‌تردید توصیه‌های مطرح در این مقاله هیچ تعارضی با توجه به سلیقه شخصی ندارد. دلیل این امر تلاش بازاریاب‌های بزرگ برای انطباق سلیقه شخصی‌شان به داده‌های معتبر درباره مشتریان است. بنابراین در صورت تضاد آشکار میان ایده‌های ما با سلیقه مخاطب باید به سرعت آنها را تغییر دهیم. این امر رمز موفقیت بازاریاب‌های بزرگ در عرصه کسب و کار محسوب می‌شود.

بازاریابی محتوایی دست بازاریاب‌ها برای عملکرد آزادانه را بسیار باز می‌گذارد.

نکته مهم در این میان توجه به برخی از اصول مهم و طراحی کمپین براساس آنهاست. در سایر بخش‌ها ما امکان عملکرد آزادانه و استفاده از خلاقیت شخصی‌مان را خواهیم داشت. به عنوان مثال، در حوزه مدیریت سئو ما باید از کلیدواژه‌های مهم برای مخاطب استفاده کنیم. ارزیابی میزان شهرت کلیدواژه‌ها به کمک نرم‌افزارهای مختلف بازاریابی صورت می‌گیرد. تا اینجا ما فقط به سلیقه مخاطب توجه کرده‌ایم. در زمینه تعیین تیت اصلی دست بازاریاب‌ها بسیار باز خواهد بود. ما فقط باید کلیدواژه‌های مهم را مدنظر قرار دهیم و سایر بخش‌ها را براساس سلیقه شخصی دنبال کنیم. این امر موجب جذابیت هرچه بیشتر کمپین ما برای مخاطب هدف خواهد شد.

۶. تمام تخم مرغ‌ها را در یک سبد نگذارید

بازاریابی محتوایی به شیوه تاثیرگذاری نیازمند توجه به بخش‌های مختلفی است. اشتباه بسیاری از برندها تمرکز بیش از حد بر روی یکی از بخش‌هاست. به این ترتیب کمپین آنها در یک بخش بیش از حد قدرتمند و در سایر بخش‌ها بسیار ضعیف خواهد شد. یک کمپین نامتوازن توجه هیچ مخاطبی را جلب نخواهد کرد. دلیل اصلی شکست برندها در زمینه بازاریابی محتوایی نیز همین نکته است. ما باید به حوزه‌های مختلف طراحی کمپین به صورت برابر توجه داشته باشیم. این امر به دو صورت اتفاق می‌افتد. در حالت نخست ما تمام مهارت‌های مورد نیاز برای طراحی صفر تا صد کمپین بازاریابی را دارا هستیم. در این صورت شرکت ما در وضعیت مطلوبی از نظر نیروی انسانی به سر می‌برد. اگرچه این وضعیت برای شرکت‌ها بسیار آرمانی و مطلوب است، اما در عمل کمتر برندی دارای این ویژگی است بنابراین ما باید به سوی راهکار دوم حرکت کنیم. این راهکار شامل استفاده از کارشناس‌ها و افراد خبره در بخش‌های مختلف ساماندهی کمپین بازاریابی است.

اگر برند ما تمام توجه و تلاش را صرف یک حوزه مشخص از بازاریابی کند، نتیجه این امر ناتوانی در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود، بنابراین ما باید برنامه‌ای دقیق برای ساماندهی متوازن تمام بخش‌های کمپین بازاریابی‌مان داشته باشیم.

۷. فراموشی اهداف و قواعد اولیه

طراحی کمپین بازاریابی نیازمند توجه به نکات فراوانی است. به همین خاطر برخی از برندها پیش از شروع به طراحی کمپین اقدام به تعیین برخی اهداف و قواعد اصلی می‌کنند. این امر کمک شایانی به برندها در زمینه عدم انحراف از مسیر اصلی خواهد کرد. وقتی ما برنامه و اهداف مشخصی پیش روی‌مان داشته باشیم، دیگر نیازی به بازنگری چندباره نخواهیم داشت.

شاید در نگاه نخست تعیین اهداف و قواعد اولیه موفقیت ما در عرصه بازاریابی را تضمین کند. این امر در صورت رعایت کامل این قواعد در تمام بخش‌های طراحی محتوا درست خواهد بود. مشکل اصلی فراموشی اهداف و قواعد از پیش تعیین شده پس از مدت‌زمانی اندک است. به این ترتیب برندها علی‌رغم هزینه فراوان در عمل نتیجه مطلوبی از کمپین بازاریابی محتوایی‌شان دریافت نمی‌کنند. توصیه کلیدی من در این بخش یادداشت نکات اصلی و نصب آن در مکانی قابل مشاهده برای تمام اعضای درگیر در فرآیند طراحی و اجرای کمپین است. به این ترتیب احتمال فراموشی اهداف و اصول اساسی به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد یافت.

۸. تلاش برای بیان نکات متعدد به افراد مختلف

توانایی تاثیرگذاری هر کمپینی مشخص است. بازاریاب‌ها نباید در تلاش برای تاثیرگذاری بیش از حد بر روی دامنه وسیعی از مردم باشند. یکی از معیارهای گوگل در زمینه طبقه‌بندی محتوا تمرکز نسبی بر روی پیامی مشخص است، بنابراین اگر کمپین ما دچار پراکندگی موضوعی و پیام اصلی نامشخص شود، به سختی رتبه‌های برتر گوگل را به دست خواهد آورد.

سایت‌ها و وبلاگ‌هایی که بر روی یک موضوع مشخص و حرفه‌ای تمرکز دارند، توانایی بهتری در زمینه جلب نظر مخاطب هدف خواهند داشت. این امر به معنای امکان موفقیت بیشتر در بازی مدیریت سئو است. گاهی اوقات ما در تلاش برای دستیابی به اهداف متعدد از دل فرآیند بازاریابی هستیم، این امر در نهایت موجب ناتوانی ما در زمینه دستیابی به اهداف خواهد شد، بنابراین توصیه من تعیین یک یا حداکثر دو هدف برای بازاریابی محتوایی است. این امر نظم و ترتیب مشخصی به فرآیند فعالیت برند ما خواهد داد.

۹. صرف بازگذاری مداوم محتوا

بازگذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی بیانگر حضور فعال برند ما و تعامل مداوم با مخاطب است. هدف اصلی از حضور در شبکه‌های اجتماعی اطلاع‌رسانی درباره کسب و کار و نمایش محتوای جذاب به مخاطب است. گاهی اوقات برندها هدف اصلی از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی را فراموشی می‌کنند به این ترتیب پحتصای آنها در شبکه‌های اجتماعی بیانگر هیچ پیام واضح یا جذابی نیست. این امر موجب کاهش تمایل مخاطب برای توجه به پست‌های بعدی ما می‌شود. بسیاری از برندها در عمل با این نحوه فعالیت شهرت بالای برندشان را از دست داده‌اند.

اگر ما به دنبال حفظ ثبات برندنمان در حوزه کسب و کار هستیم، باید نسبت به بازاریابی محتوایی اصولی نیز توجه داشته باشیم. در غیر این صورت هیچ برندی توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب و حفظ شهرتش را نخواهد داشت.

۱۰. عدم پیشنهاد محصولات برندنمان

بی‌تردید هدف اصلی مخاطب از مشاهده محتوای بازاریابی برند ما خرید مستقیم نیست. تلاش برای شناخت برند و حتی اندکی سرگرمی از طریق محتوای ما اهداف رایجی محسوب می‌شود. این امر برخی از برندها را نسبت به درخواست خرید محصولات از مخاطب هدف دچار تردید کرده است. به هر حال هدف اصلی هر محصول و کسب سود است. حال اگر ما در این زمینه اقدام به معرفی محصولات و پیشنهاد آنها به مخاطب نکنیم، پس چرا در فضای بازاریابی حاضر هستیم؟ توصیه من در این بخش معرفی محصولات‌مان در پایان محتوا به صورت کاملاً عادی است. پافشاری بیش از حد بر روی ترغیب مخاطب به سوی خرید اغلب مشکل‌ساز می‌شود. به طور مشابه عدم درخواست خرید نیز تمام هزینه‌های ما را بی‌نتیجه خواهد گذاشت. هنر اصلی در بازاریابی محتوایی نمایش محصولات و تقویت انگیزه مخاطب برای خرید بدون پافشاری بیش از حد است.

منبع: **com.learn.g۲**



رهبری

۵ کنفرانس مدیریتی که در سال ۲۰۲۰ نباید از دست بدهید

به قلم: تیفانی دلمور کارآفرین
مترجم: امیر آل علی

با نزدیک شدن به سال ۲۰۲۰ یکی از مهم‌ترین سوالات مدیران در سراسر جهان، بهترین کنفرانس‌هایی است که عدم حضور در آنها به معنای از دست دادن یک موقعیت فوق‌العاده محسوب می‌شود، با این حال حضور در این کنفرانس‌ها، صرفا به مدیران حرفه‌ای و مطرح اختصاص نداشته و حتی اگر قصد شروع یک کسب‌وکار را نیز دارید، حضور در آنها می‌تواند به شروع بهتر شما منجر شود، اطلاعات فوق‌العاده‌ای را دریافت کرده و زندگی خود را دگرگون سازید. در همین راستا به بررسی پنج کنفرانس مدیریتی که در سال ۲۰۲۰ نباید از دست بدهید، خواهیم پرداخت.

۱-نقش تغییر نگرش در پیشرفت فوق‌العاده

سخنران: سائتا روزا
زمان: ۲۲ و ۲۳ ژانویه
مکان: کالیفرنیا

این امر که بتوانید در کنار پیشرفت خود، تمامی افراد تیم شرکت را نیز به سمت موفقیت بیشتر سوق دهید، بدون شک به یک مهارت بزرگ نیاز خواهد داشت. به همین خاطر نیز ضروری است تا آموزش‌هایی در این رابطه داشته باشید. فراموش نکنید که در حال حاضر مدیران بسیاری در تلاش برای انجام چنین کاری هستند، با این حال نتایج موجود حاکی از وجود اشتباهات زیادی است که باعث می‌شود تا یک هدف درست، به شکستی تلخ تبدیل شود. این امر نه‌تنها صلاحیت مدیریتی شما را با مشکل مواجه خواهد کرد بلکه زمان و هزینه شرکت نیز عملا نابود خواهد شد. جالب است بدانید که برای مهیا شدن متن کنفرانس، از جدیدترین نتایج تحقیقات افرادی حرفه‌ای نظیر اندی استوریچ و بنت فیلیپس استفاده شده است که در زمینه رهبری و موفقیت، چهره‌هایی کاملا شناخته شده و مطمئن محسوب می‌شوند. نتیجه کار نیز به شیوه‌ای منجر شده است که به عقیده سخنران، می‌تواند تحولی را میان پیشرفت هر فرد به همراه داشته باشد.

۲-تجارت سریع
سخنران: جان آگیله
زمان: ۱۱ و ۱۲ مارس
مکان: نیویورک

یکی از مشکلات همیشگی برندها، بازاریابی و در نهایت فروش محصولات محسوب می‌شود. اگرچه در این رابطه راهکارهای مختلفی ارائه شده است، با این حال باید توجه داشته باشید که جهان با سرعتی فوق‌العاده در حال تغییر است و تحت این شرایط حتی نمی‌توان نسبت به موثر بودن شیوه‌های سال گذشته نیز اطمینان داشت. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که هر شرکت، از شرایط خاص خود برخوردار بوده و این امر باعث می‌شود تا راهکارهای کلی، چندان کاربردی به نظر نرسد. به همین خاطر جان آگیله به مانند هر سال، با جدیدترین اقدامات و توصیه‌های خود بازگشته است تا افراد را برای سالی فوق‌العاده راهنمایی سازد. خصوصیت اصلی کنفرانس‌های وی این است که هر فرد می‌تواند سوالات خود را مطرح کرده و پاسخ‌های شخصی از وی دریافت کند. همچنین این کنفرانس، مکانی فوق‌العاده برای آشنایی با افراد و مدیران مختلف محسوب می‌شود که می‌تواند زمینه انواع همکاری‌ها را نیز فراهم آورد.

۳- تفکر مدیران برتر
سخنران: تعدادی از کارآفرین‌ها
زمان: ۱۷ تا ۲۰ مه
مکان: فلوریدا

هر ساله بیش از ۴۰۰۰ هزار نفر از مدیران سراسر جهان به دور هم جمع شده و در رابطه با موضوعات مختلف گفت‌وگو می‌کنند، با این حال توجه داشته باشید که برای سخنران کردن، حتما باید از قبل ثبت نام کرده و هزینه آن را پرداخت کنید. بدون شک آشنا شدن با بهترین‌های جهان، خود بهانه‌ای کافی برای حضور در این کنفرانس محسوب می‌شود.

۴-مدیریت کسب‌وکارهای کوچک
سخنران: جمعی از مدیران
زمان: ۱۵ تا ۱۷ ژوئن
مکان: فلوریدا

در چند سال اخیر کسب‌وکارهای کوچک اهمیت فوق‌العاده بالایی را پیدا کرده‌اند. برای مثال در آمریکا از آن‌ها به عنوان ستون فقرات اقتصاد نام برده می‌شود. به همین خاطر نیز شایسته است تا مکانی را مخصوص به مدیران آن اختصاص داد. در این کنفرانس که هر ساله برگزار می‌شود، جمعی از کارآفرین‌های موفق سال گذشته، اقدام به معرفی شیوه‌های خود می‌کنند که بدون شک کاملا کاربردی خواهد بود. همچنین یکی از امکانات جالب کنفرانس این است که شما می‌توانید با مدیری که سخنرانی وی بیشترین تاثیر را بر روی شما داشته است، به صورت مستقیم به گفت‌وگو بپردازید.

۵-MozCon(اصول بازاریابی اینترنتی)
سخنران: اندی کرسئودینا
زمان: ۶ تا ۸ جولای
مکان: سیاتل

در حال حاضر اگر برندی از اینترنت برای فروش، تولید محتوا و بازاریابی استفاده نکند، محکوم به شکست خواهد بود. به همین خاطر آشنایی با جدیدترین اقداماتی که باید در این رابطه انجام شود، کاملا ضروری خواهد بود. با این حال توجه داشته باشید که قبل از حضور در این کنفرانس حتما مشکلات خود را یادداشت کنید. علت این امر به این خاطر است که در هر بخش، زمانی برای مطرح‌شدن سوالات وجود دارد که بدون شک بدون آمادگی، ممکن است مشکلات شما همچنان باقی بماند. برای مثال ممکن است سخنران بخواهد یک مثال از نحوه اجرای اقدامی را توضیح دهد. بدون شک اگر شما سوالی را مطرح کرده باشید، این مثال می‌تواند در قالب شرکت شما زده شده و یک فرصت ایده‌آل شکل گیرد. در نهایت توجه داشته باشید اگر چه هر ساله تعداد زیادی کنفرانس مفید برگزار می‌شود، با این حال شما فرصت حضور در تمامی آنها را نخواهید داشت. به همین خاطر نیز در این مقاله تلاش شده است تا مهم‌ترین‌ها گردآوری شود. در صورت تمایل شما می‌توانید افرادی را مسئول حضور پیدا کردن در باقی کنفرانس‌ها کنید.

منبع: entrepreneur

بهترین‌های حوزه تکنولوژی در این رابطه پاسخ می‌دهند

تولید نرم‌افزار و الزامات اساسی آن



اطلاعات خود را بالا ببرید برای مثال در گروه‌های مختلف حوزه تکنولوژی در شبکه‌های اجتماعی عضو شده و اخبار و گفته‌های افراد مختلف را رصد کنید.
ایسن امر کمک خواهد کرد تا به درکی بهتر از اوضاع بازار دست پیدا کنید.
در نهایت توجه داشته باشید که تنها چیزی را تولید کنید که خود حاضر به خرید آن باشید. این اصل بسیار مهم بوده و باعث می‌شود تا کیفیت کار فوق‌العاده بالایی را به استاندارد خود تبدیل کنید.

۳-جاستین کوتو، موسس برند SoCreate

از همان ابتدا به دنبال پیدا کردن مشتری برای خود باشید. برای مثال در رابطه با ایده خود با اطرافیان و افراد مختلف صحبت کرده و نظرات آنها را جویا شوید، با این حال توجه داشته باشید که ایده شما از قبل باید در یک موسسه ثبت شود تا در صورت به اجرا گذاشته شدن توسط یکی از این افراد، بتوانید از حق خود دفاع کنید.
جدای از این مسئله اقدام شما باعث خواهد شد تا بتوانید نظر جامعه را نسبت به نرم‌افزار و یا اپلیکیشن خود جویا شده و با روش نمونه‌گیری، تحلیلی را نسبت به میزان فروش محصول خود داشته باشید.
درواقع یک حداقل‌هایی باید وجود داشته باشد که اقدام شما در اصطلاح صرفه اقتصادی لازم را دربر گیرد. همچنین فراموش نکنید که با توجه به وجود رقبای قدرتمند در تمامی حوزه‌های کسب‌وکار، تنها محصولات باکیفیت شانس کسب موفقیت را خواهند داشت.
به همین خاطر از همین امروز این باور را در خود شکل دهید که حتی ممکن است مجبور به شب بیداری، تحمل فشار مالی و انجام کارهای زیادی باشید.
با این حال همواره روحیه خود را حفظ کرده و باور داشته باشید که تاکنون هیچ موردی مشاهده نشده است که افراد تلاشی درست را داشته و نتیجه مدنظر خود را دریافت نکرده‌اند.

۴-آندره لوییبر، موسس برند Mailbird

معیارهای خود را پیدا کنید.
درواقع شما باید بدانید که برنامه شما حاوی چه مواردی خواهد بود. همواره این نکته را به خاطر داشته باشید که شما باید از یک محور اصلی و چند امکان جانبی برخوردار باشید. در غیر این صورت بازار هدف خود را بیش از حد محدود خواهید کرد.
همچنین فراموش نکنید که اگر مهارت کافی در زمینه تولید نرم‌افزار و یا اپلیکیشن را در اختیار ندارید، این امر اِدا نباید موجب دلسردی شما باشد.
خوشبختانه امروزه شیوه‌های آموزشی بسیار متنوع و ساده شده است. به همین خاطر بهانه‌های خود را کنار گذاشته و یک زمانی را صرف یادگیری عمیق در این رابطه داشته باشید، با این حال نکته بسیار مهمی که تقریبا تمامی افراد از آن غافل هستند این است که برای یادگیری هیچ نقطه پایانی را تعیین نکنید.
همچنین توجه به بازخوردها، باعث خواهد شد تا تمامی مشکلات موجود در نسخه‌های بعدی برطرف شود.

۵-جان آرمایش، موسس برند Nimble

همه چیز را در معرض آزمایش قرار دهید.
این امر که صرفا به دنبال جلو بردن پروژه خود باشید، باعث خواهد شد تا نتیجه کار، برنامه‌ای پرنقص باشد.
بدون شک چنین موردی مورد توجه افراد قرار نخواهد گرفت.
به همین خاطر نیز پس از پایان هر مرحله، همه چیز را آزمایش کنید.
همچنین برنامه‌های مشابه را نیز مورد توجه قرار داده و به بازخوردهای هر یک از آنها نگاهی بیندازید.
این امر به شما کمک خواهد کرد تا از شر بسیاری از مشکلات احتمالی در امان نگه داشته شوید.
برای مثال تیم ما نخستین نرم‌افزار خود را طی تنها ۹۰ روز ایجاد کرد، با این حال قبل از وارد کردن آن به بازار، آن را در اختیار چند مشتری نمونه قرار دادیم تا نسبت به درست بودن همه چیز اطمینان حاصل کنید.
سیایت BrandStoryPromise نیز شما را با داستان شکلگیری برندهای مختلف جهان آشنا می‌کند که می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد.

۶-لیبی فیشر، مدیرعامل برند Whetstone

فرصت‌های خود را غنیمت شمارید.
درواقع در زندگی هر فردی فرصت‌هایی شکل می‌گیرد که اگر مورد توجه قرار ندهید، ممکن است تا پایان عمر دیگر نتوانید آن را به دست آورید.
برای مثال من در دوران دانشگاه به علت تسلط به زبان اسپانیایی وارد شرکت Whetstone شدم.
با این حال حتی از اصول اولیه کدنویسی نیز باخبر نبوده و این امر باعث می‌شد تا به فردی نامناسب در موقعیتی ایده‌آل تبدیل شده باشم.
با این حال به کمک همکاران، در کمتر از سه ماه موفق شدم تا خود را با شرایط وقفا داده و نخستین اقدامات را در زمینه تولید نرم‌افزار انجام دهم.
این امر در حالی بود که در ابتدا نسبت به کار خود

به قلم: میچ روسو کارافین

مترجم: امیر آل علی

آیا تاکنون ایده‌ای برای تولید نرم‌افزار داشته‌اید-با این حال به خاطر ترس از شروع و عدم آگاهی از اقداماتی که باید انجام شود، آن را فراموش کرده‌اید؟
بدون شک در زندگی هر فرد انواع ایده‌ها وجود دارد که به دلیل عدم آگاهی از نحوه انجام آن، به سادگی کنار گذاشته می‌شود.
برای مثال پس از ظهور اوبر (نخستین تاکسی اینترنتی جهان) نظرسنجی‌ای در یکی از سایت‌ها انجام شد که در آن چندین هزار نفر عنوان کرده بودند که مشابه این ایده را در ذهن خود داشته‌اند.
اند. در این رابطه توجه داشته باشید که امروزه تکنولوژی به بخش جدانشدنی در زندگی تبدیل شده است و هیچ کسب‌وکاری را نمی‌توان به این موضوع بی‌ارتباط تصور کرد.
اگرچه می‌توان توصیه‌های متعددی را برای موفقیت در این زمینه ارائه کرد، با این حال پاسخ دادن از جانب بهترین‌های جهان که مدت‌ها قبل از این مشکل عبور کرده و به موفقیت دست پیدا کرده‌اند، بدون شک کاربردی‌تر خواهد بود.
در همین راستا به بررسی توصیه ۱۰ فرد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-دنیس کایل، موسس برند Zirtue

قبل از هر چیزی باید دلیل نیاز خود به یک نرم‌افزار و یا اپلیکیشن را پیدا کنید.
درواقع این امر درست قاعده‌ای است که سایمون سبیک در اصل دایره طلایی خود عنوان کرده است.
این اصل بیان می‌کند که در ابتدا باید به سراغ چرایی رفته و سپس به چگونگی انجام آن پاسخ داده و در نهایت نیز به چه ابزاری برسید.
نکته‌ای که باید به آن توجه کنید این است که در بسیاری از موارد افراد ایده‌های خود را بزرگ‌تر از آنچه که می‌تواند باشد، تصور می‌کنند.
به همین خاطر نیز ضروری است تا با افراد مختلف در این رابطه مشورت کنید.
همچنین لازم است تا برای خود یک همکار واقعی پیدا کنید.
برای مثال من در مسیر تولید شرکت خود که در زمینه ساخت نرم‌افزار فعالیت دارد، با یک دوست به صورت مشترک مشغول به فعالیت شدیم.
این امر باعث شد تا بسیاری از نقاط ضعف من پوشش داده شود.
همچنین با کسب نخستین پیشرفت‌ها شما باید به دنبال افزایش قدرت تیم خود باشید.
برای مثال تیم من در ابتدا تنها از دو نفر تشکیل می‌شد با این حال اکنون بیش از ۲۰۰ نفر مستقیما مشغول به فعالیت هستند.
همچنین ضروری است تا به عنوان مدیر شرکت، به دنبال پیدا کردن مشکلات باشید.
در این رابطه حتی ممکن است کارمندان متوجه اشتباهی از جانب شما شوند.
این دلیل نباید باعث شود تا شما مشکلات و ضعف‌های موجود را مخفی نگه دارید.
درواقع هدف موفق شدن است و نه موفق به نظر رسیدن.
در آخر توصیه می‌شود تا بازار خود را به خوبی بشناسید.
برای مثال یک ایده ممکن است فقط در کشور پیشرفته‌ای نظیر آمریکا قابل اجرا باشد.
به همین خاطر در صورتی که شرایط برای شروع فعالیت شما در منطقه‌ای که هستید، مهیا نیست اِدا خود را با تصور اینکه اوضاع بهتر خواهد شد، گول نزده و به دنبال پیدا کردن بهترین مکان برای خود باشید.
فراموش نکنید که با بهبود اوضاع، شما همواره قادر به بازگشت و یا تأسیس شعبه جدید خواهید بود با این حال اِدا عکس این قضیه امکان‌پذیر نیست.

۲-کارتین روز، موسس برند wiseHer

تنها گام اول را بردارید.
اگرچه این جمله ممکن است بیش از حد کلیشه‌ای به نظر برسد، با این حال برای یک بار این توصیه تکراری را انجام دهید.
بدون شک با قدم گذاشتن در یک مسیر بسیاری از موارد خود به خود حل شده و فرصت‌های گوناگونی را در رو به روی خود مشاهده خواهید کرد.
برای مثال من در ابتدا یکم ایده اولیه را در نظر داشتم.
این امر در حالی است که تقریبا تمامی افراد از همان ابتدا به دنبال مشخص کردن همه چیز هستند.
اگرچه ممکن است این اقدام را کاملا هوشمندانه تصور کنید، با این حال فراموش نکنید که بسیاری از موارد با تصورات اولیه ما تفاوت داشته و هر طرحی تا به اجرا گذاشته شدن بارها تغییر خواهد یافت.
همچنین اگر طرحی را به صورت کامل تعیین کرده باشید، قدرت اعمال تغییر را از دست خواهید داد، با این حال شما با یک ایده اولیه عملا هر کاری را می‌توانید انجام دهید.
در نهایت اگر به این نتیجه دست پیدا کنید که ایده شما ارزش به اجرا گذاشته شدن را نخواهد داشت عملا چیزی را از دست نداده و سریعاً می‌توانید بر روی یک ایده دیگر کار کنید.
همچنین ضروری است که در هر حوزه‌ای که قصد شروع فعالیت دارید،

منطقه ۸ عملیات انتقال گاز در مسیر سازمانهای متعالی

های مختلف به نحوی فراهم می کند که می توان از آن به عنوان مبنای ارزشمندی برای بهره گیری از تجارب موفق سازمان برتر استفاده کرد. در ادامه، علیرضا رحمت نژاد، رئیس تحلیل سیستمها و مدیریت انرژی و مدیر تعالی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، ضمن تاکید بر اجرا و ارزیابی منویات استراتژی انتقال گاز، اهمیت تعالی و توجه بیشتر به ارتقاء عملکرد منطقه بر اساس معیارها و زیرمعیارهای الگوی تعالی سازمانی EFQM، ارزیابی و سنجش عملکرد منطقه مطابق با منطق RADAR اظهار نمود: این ارزیابی در بازه زمانی(۳ روزه) توسط تیم ۵ نفره در حوزه های رهبری، استراتژی، فرآیندها، سرمایه های انسانی، خدمات و مشتریان، منابع مالی و نتایج کسب و کار، فناوری و دانش، جامعه، شرکا و تامین کنندگان انجام گرفت. لازم به ذکر است در این دوره ارزیابی تمامی فعالیتها، رویکردها و نتایج واحدهای منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، طبق اظهارنامه تسلیمی مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت و نتایج آن در آینده اعلام خواهد شد.



ماموریت اصلی سازمان ارائه خدمات بهینه و ایمن بوده و این مهم میسر نمی شود مگر اینکه سازمان خود را با استانداردها و معیارهای تعالی سازمانی وفق دهد.

صمد بابایی، ارزیاب ارشد شرکت ملی گاز ایران ضمن ابراز خرسندی از حضور در منطقه ۸ عملیات انتقال گاز و با اشاره به اینکه مدل تعالی سازمانی با تلاش جهت ارائه خدمات بهینه به ذینفعان طبق قرارداد و تحقق اهداف عالیه سازمان به نحو احسن گام بردارد.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، فرآیند ارزیابی را فرصتی مغتنم برای مناطق عملیاتی برشمرد و اظهار کرد:

تبریز – ماهان فلاح: بمنظور ارزیابی و آگاهی از روند فعالیت‌های رو به بهبود واحدها و قرار گرفتن در مسیر سازمانهای متعالی، رویکردها و نتایج فعالیت های منطقه ۸ عملیات انتقال گاز در قالب مدل ارزیابی تعالی سازمانی(EFQM)، مورد بررسی و سنجش قرار گرفت. در افتتاحیه این ارزیابی، یداله بابوردی، مدیر منطقه ۸ عملیات، ضمن ارائه گزارش عملکرد این منطقه، ارزیابی مذکور را بسیار ارزنده توصیف کرد و گفت: امیدواریم این ارزیابی بتواند فضای تبادل تجربیات را در جهت بهبود عملکردها و فرآیندها در منطقه ۸ عملیات ایجاد کند.

بابوردی افزود: تمامی پرسنل این منطقه سعی بر آن دارند در چارچوب فرایندهای شرکت انتقال گاز ، در جهت انتقال پاک، ایمن، پایدار و بهره ور گاز و همچنین ارائه خدمات بهینه به ذینفعان طبق قرارداد و تحقق اهداف عالیه سازمان به نحو احسن گام بردارند.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، فرآیند ارزیابی را فرصتی مغتنم برای مناطق عملیاتی برشمرد و اظهار کرد:

اجازه اجرای نماهای ساختمانی ناهمگون در شهر داده نشود

وی با بیان اینکه سالانه ۳۰۰ هزار تن آسفالت در معابر شهر قم توزیع می شود، گفت: این در حالی است که در تهران در سال ۳۰۵ هزار تن آسفالت توزیع می شود و متاسفانه که همین آسفالت که سرمایه مردم و برای رفاه مردم است هر روز دستخوش تخریب از سوی دستگاه های مختلف می شود.

شهردار قم با تاکید بر اینکه حدود ۶۰ درصد بودجه شهرداری وابسته به فروش تراکم است، بیان کرد: چرا باید نماهای کدایی رومی در قم اجرا شود با وجود نمادهای غربی که در آن استفاده می شود اما دست ما بسته است.

سقاقلیان نژاد گفت: بارها تاکید داشته ایم که کمیسیون سیما و منظر شهری به طور جدی باید وارد شده و اجازه پایان کار به نماهای ناهمگون با شرایط قم در این شهر داده نشود.



پیش برود، گفت: باید قم در حد و تراز جهان شهر شیعی ساخته شده و پیشرفت کند.

سقاقلیان نژاد با بیان اینکه ۲۵ ارگان مختلف بر شهر حکمرانی می کنند، خاطرنشان کرد: مدیریت یکپارچه شهری وجود ندارد و همین امر موجب می شود مسائل در مدیریت به وجود آید.

رئیس شورای پایایی منطقه ای شبکه برق خوزستان

موانع و شرایط نباید خللی در آماده سازی شبکه برای تابستان ۹۹ ایجاد کند

همکاری لازم را نداشته اند برای آنها مشوق هایی در نظر گرفته شده که باید به آنها اطلاع رسانی شود همچنین صنایعی که نیروگاه تولید برق دارند یا مشترکین سرمایه گذار نیروگاه دی جی شناسایی و تفاهم نامه همکاری امضا شود تا از ظرفیت تولید آنها در تابستان پیش رو استفاده شود. رئیس شورای پایایی منطقه ای شبکه برق خوزستان از نیروگاه های برق آبی و حرارتی خواست تا تعمیرات میان دوره ای خود را انجام دهند و قبل از پایان فروردین ۹۹ با تمام ظرفیت تولید برق در مدار باشند. برنامه ریزی تولید نیروگاه حرارتی برای تابستان ۹۹ بررسی وضعیت آمادگی نیروگاه های آبی، برنامه ریزی مدیریت بار و مصرف در تابستان ۹۸ و اقدامات مورد نیاز شرکت ها برای آمادگی پیک تابستان ۹۹ و لزوم هماهنگی در این خصوص نیز در این جلسه مورد بررسی قرار گرفت. شرکت برق منطقه ای خوزستان، شرکت های توزیع نیروی برق خوزستان، اهواز، کهگیلویه و بویراحمد و شرکت های تولید برق از حاضرین در چهارمین جلسه شورای پایایی شبکه برق خوزستان بوده اند.



با یکاگیری همه ظرفیت ها و تلاش بیشتر، شبکه برای تابستان ۹۹ آماده شود و همانند تابستان های گذشته مشترکین نگرانی بابت خاموشی برق نداشته باشند.

دشت بزرگ تصریح کرد: تا تابستان آینده برق منطقه ای خوزستان پست های جدیدی را وارد مدار می کند که لازم است شرکت های توزیع برق، خطوط فشار متوسط آنها را آماده کنند تا در بهره برداری از آنها مشکلی وجود نداشته باشد.

وی با تشکر از همکاری صنایع در مدیریت بار پیک مصرف تابستان ۹۸، اظهار داشت: صنایعی که با ما

اهواز – شبنم فجاولند: رئیس شورای پایایی منطقه ای شبکه برق خوزستان با بیان اینکه موانع و شرایط نباید مانع از انجام وظایف و مسئولیت ها شود ، گفت: سرانه مصرف برق در خوزستان ۴ برابر میانگین کشوری است و این یعنی اگر آنها برای پایداری شبکه یک پست می سازند ما باید چهار پست بسازیم. محمود دشت بزرگ در چهارمین جلسه شورای پایایی شبکه برق خوزستان با محوریت موضوع گذر از پیک بار ۹۹ که در محل شرکت توزیع نیروی برق استان خوزستان برگزار شد، تصریح کرد: برای تابستان پیش رو ۱۷ پروژه پست و خط برای شرکت برق منطقه ای خوزستان تعریف کرده اند که خود حجم مصرف و لزوم ظرفیت سازی جدید را نشان می دهد.

وی بیان کرد: این حجم از کار در حالی است که کشور در وضعیت خاصی به سر می برد و دچار محدودیت هایی شده و تامین منابع و اعتبار برای انجام پروژه ها به کندی پیش می رود. رئیس شورای پایایی منطقه ای شبکه برق خوزستان افزود: سختی های زیادی وجود دارد اما باید

رئیس سازمان پسماند شهرداری همدان:

تفکیک زباله از مبدا نیازمند فرهنگ سازی است



لزوم ساماندهی سایت دفن زباله

وی گفت: ساماندهی سایت دفن زباله یکی از مهمترین تکالیف شهرداری محسوب می‌شود که اهمیت آن ۱۰۰ برابر بسیاری از پروژه‌های شهری است و باید در اولویت امور شهری قرار گیرد. سببی با اشاره به ابلاغ دستورالعمل ناقص از سوی وزارت کشور در زمینه ساماندهی سگ‌های ولگرد، گفت: هیچیک از شهرداری‌های کشور نتوانستند

همدان –خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان پسماند شهرداری همدان گفت: تفکیک زباله نباید در بین شهروندان شرطی شود چراکه محکوم به شکست است و باید فرهنگ‌سازی این اقدام در جامعه نهادینه شود تا فرآیند طبیعی آن شکل بگیرد.

به گزارش خبرنگار همدان، حسین سببی در صحن شورای شهر همدان بابیان اینکه توجه به اقدامات زیربنایی و علمی، اصول کار ماست، گفت: این مجموعه با بهره‌گیری از علوم روز پیش می‌رود تا هر گونه آسیب، دور شود.

حسین سببی با تأکید بر اینکه مطالعات، اساس کار هر نهاد و مجموعه محسوب می‌شود، افزود: توجه به اقدامات زیربنایی و علمی، به دور از سطحی‌نگری و اعمال سلیقه از اصول کار مجموعه پسماند شهرداری همدان است.

اخبار

مدیرعامل شرکت گاز مازندران خبر داد:

۴۵ روستای سوادکوه در دست اجرای عملیات گازرسانی



ساری –دهقان: ۵۷ روستای شهرستان سوادکوه از نعمت گاز طبیعی بهره مند هستند و ۴۵ روستای دیگر نیز در دست اجرای عملیات گازرسانی قرار دارند به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، " جعفر احمدپور " مدیرعامل شرکت گاز استان در خصوص پروژه های گازرسانی شهرستان سوادکوه ، ضمن بیان مطلب فوق اظهار داشت: از ۱۶۲ روستای منطقه سوادکوه ، ۵۷ روستای این شهرستان از نعمت گاز طبیعی بهره مند هستند. وی گفتست: عملیات گازرسانی در ۴۵ روستا در دست اجرا دارای پیشرفت ۹۵ درصدی می باشد و مقدار کار باقیمانده مربوط به مسیرهای مواصلاتی بین روستاها بوده که توسط ۴ پیمانکار در حال اجرا می باشد. احمدپور افزود: با گذاردن نمونه این روستاها، بیش از ۱۷۰۰ خانوار روستایی از این نعمت خدادادی بهره مند خواهند شد. مدیرعامل شرکت گاز مازندران تصریح داشت: ۶۰ روستای دیگر این شهرستان در دست مطالعه و طراحی است . وی افزود: تعداد ۱۰ روستای دهستان ولویی منطقه آلاشت ، تست شبکه به اتمام رسیده و آماده بهره برداری و نصب انشعاب می باشد.مدیرعامل شرکت گاز استان از بهره مندی ۵۲ درصد جمعیت روستایی شهرستان سوادکوه از نعمت گاز طبیعی خبر داد و افزود: قرار گرفتن روستاهای سوادکوه در مناطق سخت کوهستانی و جنگلی، آن را در اولویت گازرسانی در راستای حفظ جنگل و جلوگیری از تخریب آن قرار داده است.احمدپور همکاری و همکاری سستگاه های متولی در اجرای پروژه های گازرسانی در این شهرستان را خوب توصیف کرد و اظهار داشت: برای گازرسانی به شهرها و روستاهای سوادکوه تاکنون، ۶۸۵ کیلومتر شبکه تغذیه و توزیع اجرا شده است.مدیر عمل شرکت گاز مازندران در ادامه با اشاره به این مطلب که گاز رسانی به مناطق محروم از تأمیند ی های متخصصین این شرکت می باشد، گفت: همه باید با همدلی و همنوایی برای پیشبرد پروژه های گازرسانی به مناطق محروم تلاش مضاعف کنند .وی خاطرنشان کرد: پیمانکاران گاز بدون تعطیلی مشغول اجرای پروژه های گازرسانی در منطقه می باشند و با توجه به زمان و شرایط پیمان نسبت به بهره برداری پروژه ها اقدام خواهد شد. احمدپور ادامه داد: گازرسانی به منطقه بسیار سخت و صعب العبور سوادکوه با عنایت خداوند متعال، همدلی، همت و کار و تلاش شبانه روزی محقق خواهد شد .

جهش دو برابری ترانزیت فرآورده های نفتی در بندر شهید رجایی



بندرعباس –خبرنگار فرصت امروز: مدیر منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی از جهش دو برابری ترانزیت فرآورده های نفتی و رونق ترانشپت در بزرگترین بندر بازرگانی ایران خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان، "اله مراد غفیفی پور" اظهار داشت: طی دوره زمانی هشت ماه نخست سال ۹۸، حجمی بالغ بر ۵۱ میلیون و ۲۵۷ هزار تن کالای نفتی و غیر نفتی در منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی جابجا شد که رشد ۱٫۱ درصدی در این رابطه به ثبت رسید. وی حجم عملیات کالاهای غیر نفتی را ۲۳ میلیون و ۲۴۹ هزار و ۳۰۱ تن اعلام کرد و گفت: همچنین، ۱۸ میلیون و ۷ هزار تن فرآورده نفتی با افزایش ۷٫۷ درصدی تخلیه و بارگیری شد.صادرات ۲۳ میلیون تن انواع کالاهای غیرنفتی غفیفی پور گفت: حجم صادرات این گونه کالاهادر بزرگترین بندر تجاری ایران به رقم ۲۳ میلیون و ۵۴۰ هزار و ۳۴ تن رسید. این مقام مسئول از ترانشپت افزون بر دو میلیون و ۱۵۵ هزار تن کالای غیرنفتی از این بندر به بنادر دیگر منطقه خبر داد که رشد ۱۱٫۳ درصدی داشته است. ترانزیت غیرنفتی از ۱٫۹ میلیون تن فراتر رفت منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی از کابوترا(کارن بری) ۱۸۲ هزار و ۹۱۱ تن کالای غیرنفتی طی هشت ماه اخیر سخن به میان آورد و گفت: علاوه بر این، یک میلیون و ۹۲۵ هزار و ۵۴۴ تن ترانزیت و همچنین چهار میلیون و ۹۳۳ هزار و ۸۴۹ تن از اینگونه کالاهادر بندر شهید رجایی شد.صادرات نفتی ۲۸۳ درصدافزایش یافت غفیفی پور در بخش دیگری از گزارش عملکرد منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی، افزود: حجم صادرات فرآورده نفتی به خارج از کشور با اهنگ رشد ۲۸٫۳ درصدی، از رقم ۶ میلیون و ۳۲۱ هزار تن فراتر رفت.افزایش ۱۰۷ درصدی ترانزیت نفتی مدیر کل بنادر و دریانوردی هرمزگان گفت: در این مدت، ۱۱ میلیون و ۵۱۴ هزار و ۷۳۱ تن فرآورده نفتی با رشد ۷٫۲ درصدی، کابوترا(کارن بری) و ۶۱ هزار و ۹۹۹ تن نیز ترانزیت شده است. پهلویگری ۲۸۰۰ شانور در اسکله های بندر وی خاطرنشان کرد: از ابتدای سال ۹۸ تا آغاز آذر ماه جاری، دو هزار و ۸۴۱ فروند شانور به بزرگترین بندر تجاری کشور وارد شد که همسنجی این حجم از تردد شانورهای دریایی با مدت مشابه سال گذشته، نشانگر افزایش ۱۲٫۳درصدی است.مدیر منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی اضافه کرد: از مجموع کل شانورهای ورودی به این بندر، دو هزار و ۳۲۸ فروند مربوط به کشتی های داری تناژ بالای هزار تن(افزایش ۶٫۶ درصدی) و ۵۲۴ فروند مربوط به شانورهای زیر هزار تن (رشد ۴۳٫۳ درصدی) بوده است.

مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان: امدادگران باید با نظم و مسئولیت

پذیری به مشترکین خدمت نمایند

رشت– ژینب قلیپور : در همایش امدادگران گاز گفت:از ۲ سال گذشته با تلاش و پیگیری های هیئت مدیره شرکت، طرح طبقه بندی مشاغل را در سطح نیروهای پیمانکاری گاز اعم از کنترخوان، گازبان، امدادگر و نشت یاب به اجرا در آوردیم و بحد الله شرایط مناسبی را در میان پرسنل پیمانکاری فراهم آمده است.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اشاره به خدمت رسانی شایسته در بحران برف در سال ۸۲اظهار داشت: انتظار ما از نیروهای امدادگر بعنوان پیشانی شرکت، نظم و مسئولیت پذیری است زیرا که با تحقق این مهم و اجرای مناسب وظایف محوله موجبات ارتقای وجهه شرکت گاز استان گیلان در میان ذینفعان و جامعه فراهم خواهد آمد.مهندس اکبر همچنین باقدردانی از زحمات و تلاش های کارکنان مرکز پیام و اتفاقات گاز گفت:

خدمات پس از فروش شرکت گاز باید روز به روز بهینه تر شود و قدم های موثرتری به جلو برداشته شود.همچنین در این مراسم مهرداد سمیعی معاون بهره برداری شرکت گاز استان گیلان ضمن عرض خیرقدم به مدعوین، امدادگران را امیدبخش مردم و حلقه اتصال شرکت با مردم و مشترکین دانست. وی اظهار داشت: شنیدن مسائل و مشکلات امدادگران وظیفه ای است بر گردن مدیران سازمان و امیدواریم بدون هیچ گونه تعارف مسائل و مشکلات را در این مراسم بیان شود تا با تعامل مناسب با یکدیگر بتوانیم خدمات شایسته تری را در مردم عزیز ارائه نماییم.در پایان این مراسم معاون بهره برداری شرکت گاز استان گیلان به همراه رؤسای بهره برداری شهرستان ها، مالی و خدمات کارکنان در خصوص مسائل مختلفی از قبیل شرایط پیمان، معیشت کارکنان و طرح طبقه بندی مشاغل به سوالات و درخواست های امدادگران پاسخ دادند.

بازدید رئیس گروه امور زیر بنایی سازمان مدیریت و برنامه ریزی گلستان از تاسیسات آب انبار الوم

گرگان -خبرنگار فرصت امروز: محمد حسین صفریان رئیس گروه امور زیر بنایی سازمان مدیریت و برنامه ریزی گلستان به اتفاق ابوالفضل رحیمی سرپرست شرکت و هبت همراه از بخش های مختلف تاسیسات ارتقا کفنی آب انبار الوم و پروژه حفرچاه جابگیرین شماره یک این شهر بازدید کرد. به گزارش روابط عمومی شرکت آب وفاضلاب استان گلستان رحیمی سرپرست شرکت ضمن تشریح فعالیت های انجام شده در تکمیل پروژه ارتقا کیفی آب شهر انبار الوم گفت: طرح ارتقای کیفیت آب شرب شهر انبار الوم با ظرفیت ۲هزار ۱۶۰متر مکعب در شبانه روز با اعتباری بالغ بر ۲۵ میلیارد ریال پروژه های این شرکت می باشد که با پیگیری های انجام شده، در آینده نزدیک قابل بهره برداری و راه اندازی می باشد. در ادامه بازدید از پروژه های توسعه ای شهر انبار الوم سرپرست شرکت آب و فاضلاب شهری استان گلستان گفت : به منظور حل مشکلات آب شهر انبار الوم حفر و تجهیز چاه جابگیرین شماره یک انبار الوم با هدف افزایش منابع تامین اجرایی گردیده است که لازم است مسوولان برنامه و بودجه استان توجه ویژه ای به این بخش داشته باشند تا خللی در ارائه خدمات به شهروندان عزیز در سال ای جدید پیش نیاید. رئیس گروه امور زیر بنایی سازمان مدیریت و برنامه ریزی گلستان استان نیز پس از بازدید از بخش های مختلف و تقدیر و تشکر از زحمات کارکنان شرکت آب و فاضلاب گفت: اهمیت تلاش ها و خدمات بخش آب و فاضلاب برای همه مسوولان محرز و غیر قابل انکار است و ما نیز در حد توان و سقف اعتبارات استانی تلاش خود را نمودیم که با اجرای آن انشالله مشکلات شهروندان فهیم انبار الوم نیز حل و فصل می شود.در این بازدید یکروزه که با مسئولان شرکت آب و فاضلاب گلستان در قالب نشست کارشناسی برگزار شد، آخرین مسائل و موانع موجود در خصوص اتمام مراحل پروژه ها و نیز منابع مورد نیاز پروژه مورد بررسی و تبادل نظر قرار گرفت.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت :

پایان عملیات احداث ورود و خروج یک مدار از خط امیدیه ۱- کرنج در جابیزان

اهواز –شبنم فجاولند:مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: عملیات احداث ورود و خروج یک مدار از خط امیدیه ۱- کرنج در پست برق ۱۳۲ کیلو ولت جابیزان با اعتباری بالغ بر ۹۲ میلیارد ریال به پایان رسید. محمود دشت بزرگ اظهار داشت: این پروژه ۱۰ کیلومتر مدار داشته و باعث تغذیه منطه جابیزان از شبکه ۱۳۲ کیلوولت بجای قیدرهای ۲۲ کیلو ولت پست کرنج می شود. وی قرار گرفتن پست ۱۳۲ کیلو ولت جابیزان در رینگ شبکه ، ایجاد رینگ بین پست های انتقال ایثار، امیدیه ۱، کرنج، جابیزان و آغاچاری و امکان ملوین بین پنج پست پس از احداث و تکمیل پست های جابیزان و ایثار را از دیگر اهداف بهره برداری از این پروژه عنوان کرد.مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان تصریح کرد: از ابتدای سال جاری ۹۶ کیلومتر مدار خط و ۴۶ کیلومتر مدار های بر ظرفیت به بخش انتقال و فوق توزیع تحت نظارت این شرکت در دو استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شد.

یکهزار و ۱۵۹ نفر در دوره انتقال استان مرکزی تحت آموزش قرار گرفتند

اراک – مینو رستمی : معاون سوادآموزی آموزش و پرورش استان مرکزی در نشست خبری با اصحاب رسانه به مناسبت هفته سواد آموزی در اراک گفت: یکهزار و ۱۵۹ نفر اسمال در دوره انتقال سازمان سوادآموزی در این استان تحت آموزش قرار گرفتند و از خدمات آن بهره مند شدند. به گزارش اداره اطلاع رسانی و روابط عمومی آموزش و پرورش استان مرکزی «حسین میرزایی» به مناسبت آغاز هفته سواد آموزی، روز یکشنبه در جمع اصحاب رسانه افزود: سهپهه دوره انتقال استان مرکزی امسال آموزش یکهزار و ۱۳۰ نفر بود که تاکنون ۱۰۲ و پنج دهم درصد عملیاتی در استان محقق شده است. وی، حجم ابلاغی آموزش سوادآموزان در دوره تحکیم سازمان سوادآموزی در استان مرکزی را یکهزار و ۹۵۰ نفر عنوان کرد و ادامه داد: تاکنون یکهزار ۹۶۵ نفر در این دوره تحت آموزش قرار گرفته‌اند. معاون سوادآموزی آموزش و پرورش استان مرکزی خاطرنشان کرد: بلاوجده افزایش سه برابری حجم ابلاغی استان مرکزی در دوره هفتی سواد آموزی و تحکیم نسبت به سال گذشته؛ تمامی تعهدات تاکنون محقق شده است. میرزایی ادامه داد: حجم ابلاغی دوره سوادآموزی ایرانی به این استان در سال جاری ۲ هزار و ۲۱۹ است که تاکنون یکهزار و ۳۰۹ نفر معادل ۵۹ درصد از مجموع حجم ابلاغی استان محقق شده و با توجه به مهلت ثبت نام افراد در این دوره نمایان شد. در این تعهد نمایان شد. وی حجم ابلاغی سوادآموزی اتباع استان مرکزی در سال جاری را ۴۴۷ نفر، کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل در دوره سواد آموزی استان را ۱۹ و دوره انتقال را ۶۰۰ عنوان کرد و گفت: تا کنون ۱۰۰ حجم ابلاغی استان در این زمینه محقق شده است

برابر ۱۰۰ درصد این مهم را اجرا کنند و از سوی دیگر در صورت اجرای این دستورالعمل، هزینه‌های آن بسیار بالاست. وی با تأکید بر اینکه تفکیک از مبدا و خط پردازش، مکمل یکدیگرند؛ گفت: خط پردازش، توجه اقتصادی ندارد؛ بلکه مبحث فرهنگی و زیست‌محیطی است. رئیس سازمان پسماند شهرداری همدان همچنین با اشاره به اینکه یک هزار و ۷۵۰ مورد باکس زباله در سطح شهر همدان وجود دارد، گفت: در حال حاضر شست‌وشوی باکس‌های زباله توسط یک مورد دستگاه باکس‌شور انجام می‌شود؛ در حالی که به‌منظور پوشش تمام مناطق ۴ گانه نیازمند ۴ عدد دستگاه باکس‌شور هستیم. سببی گفت: تفکیک زباله نباید در بین شهروندان شرطی شود که در این صورت محکوم به شکست است؛ از این رو باید فرهنگ‌سازی این مهم، نهادینه شود تا فرآیند طبیعی آن شکل شکل بگیرد.

معاون توسعه مدیریت و سرمایه انسانی سازمان مدیریت و برنامه ریزی:

آبفا آذربایجان شرقی از شرکت های پیشرو در زمینه ارائه خدمات مطلوب به مردم است

شرکت در غالب زمینه ها یوژه در بخش تحول اداری، اصلاح فرایند های ارائه خدمات به مردم، استقرار میز خدمت الکترونیکی و سلامت اداری شایسته تقدیر است. دکتر رهایی نیز که تدریس دوره آموزشی را برعهده داشت به تشریح مطالب مرتبط با حقوق شهروندی و حقوق شهروندی در نظام اداری پرداخت و عنوان کرد: هدف اصلی از این موضوع شناخت حقوق مردم و تلاش برای برآورده نمودن آن در راستای تامین رضایتمندی مردم است.وی برای توضیح مبای موضوع، از آیات مختلف قرآنی، روایت ها و احادیث استفاده کرد و اجرای مطلوب حقوق شهروندی را بستری مناسب برای برقراری ارتباط بین مردم و دولت برشمرد. شایان ذکر است مدرس این دوره آموزشی، استاد حوزه و دانشگاه و عضو هیئت علمی دانشگاه مفید می باشد و در این حوزه پژوهش های مختلفی انجام داده است.



نیز ضمن تقدیر از مدیریت و همکاری شرکت آبفا آذربایجان شرقی برای برگزاری این دوره آموزشی، از شرکت آب و فاضلاب استان به عنوان یکی از شرکت های پیشرو در زمینه ارائه خدمات مطلوب به مردم نام برد و اضافه کرد: فعالیت های

دنیای فین تک در یک دهه آینده انقلاب‌های بزرگی را تجربه می کند



فناوری‌های مالی در یک دهه گذشته رشد سریعی تجربه و به زندگی همه مردم نفوذ کرده است. دهه پیش رو با توسعه بیشتری در این فناوری‌ها همراه خواهد بود.

بخش عمده‌ای از تولد و رشد فناوری‌های مالی (فین تک) در یک دهه گذشته رخ داد. اکنون باید نگاهی به آینده فناوری‌های مذکور و تغییراتی بیندازیم که برای زندگی مردم در سر دارند. احتمالا تا یک دهه آینده، شاهد همه گیر و پرتابل شدن فناوری‌های مالی خواهیم بود؛ فناوری‌هایی که به مرور راه خود را به پشت‌صحنه فعالیت‌های مالی و اقتصادی نیز باز کرده‌اند.

به سال‌های گذشته دنیای فین تک نگاهی بیندازید؛ مثلا اگر در سال ۲۰۱۲ کلمه فین تک را بیان می کردید، شاید هیچ کس اطلاعی از آن نداشت؛ حتی جست‌وجوهای مرتبط چندان زیادی هم در گوگل دیده نمی‌شد. تنها چند بازیگر مشهور همچون پی‌پال و مینت در سال‌های ابتدایی دهه گذشته در حوزه خدمات فین تک فعال بودند. از آن زمان تاکنون، فین تک به کلمه‌ای پرکاربرد در دنیای فناوری تبدیل شد و شاهد افزایش سریع حجم سرمایه‌گذاری‌ها نیز بود. سرمایه‌گذاری در این بخش از ۲میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ به بیش از ۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسید.

در سال‌های اوج گیری فین تک، انواع پیش‌بینی‌ها درباره آینده آن مطرح می‌شد. برخی تصور می کردند بانک‌ها از رقابت خارج می‌شوند و برخی دیگر آنها را بازیگران همیشگی در جهان اقتصاد می‌دانستند. ورود غول‌های دنیای فناوری به خدمات مالی مخصوص مصرف کننده بسیار پیش‌بینی می‌شد. از پیش‌بینی‌های دیگر می‌توان به تجربه خدمات مالی به‌واسطه ارائه‌دهنده‌های خدمات خرد اشاره کرد.

ناگفته نماند خرید و ادغام استارت‌آپ‌های کوچک به‌وسیله بانک‌ها و غول‌های فناوری و اتحاد صنعت، از پیش‌بینی‌های مهم بود. برخی کارشناسان نیز ادعا می کردند استارت‌آپ‌ها به‌مرور خدمات بانکی موردنیاز را خودشان فراهم می‌کنند. تحلیلگران بدبین نیز تردیدن حباب فین تک را مانند هر فناوری دیگر، پیش‌بینی می‌کردند.

در دهه گذشته، این رخدادها در دنیای فین تک اتفاق افتاد: شرکت‌های فین تک ساختار عمودی خود را حفظ کرده و می‌کنند. آنها شعبه‌های آفلاین خدمات مالی را به نمونه‌های آنلاین تبدیل کردند و بازدهی را در سیستم افزایش دادند. اولین نشانه‌ها از آینده نیز اکنون در نقاط نادیده گرفته‌شده دیده می‌شوند. می‌توان پیش‌بینی کرد فین تک در یک دهه آینده تغییرات زیر را تجربه کند:

پرتابل شدن و قابلیت تعامل: مشتریان مانند وضعیت کنونی گوشی‌های موبایل، به آسانی امکان جابه‌جایی بین سرویس‌دهنده‌ها را خواهند داشت.

همه گیر و در دسترس بودن: محصولات پایه‌ای مالی در دسترس همگان قرار می‌گیرند و مناطق محروم نیز به شبکه می‌پیوندند.

نفوذ به پشت‌صحنه خدمات مالی: کاربران ابزارهای مالی به شکل‌دهی رابطه یک‌به‌یک با ارائه‌دهنده‌های ابزار نیاز نخواهند داشت.

متمرکز شدن به چند منطقه اختصاصی و خودکار شدن فرآیندها.

پیش بینی اول: لایه‌بندی باز داده

نظریه: داده به‌صورت آزاد و پرتابل درمی آید و ابزاری رقابتی در دست برخی بازیگران محدود فین تک نیست.

داده‌ای شخصی در سال ۲۰۱۹ بیش از هر زمانی در تاریخ در مرکز توجه بودند. رسوایی کمبریج آنالیتیکا و نفوذ داده‌ای به ۱۴۵ میلیون حساب کاربری Equifax جرقه‌ای در اذهان عمومی ایجاد کرد تا حساسیت بیشتری روی داده‌های شخصی خود داشته باشند. در این میان، دولت‌ها نیز حساسیت بیشتری روی قوانین مرتبط با حفاظت داده نشان دادند. به‌عنوان مثال، بازوی عملیاتی فین تک مجلس نماینده‌های آمریکا در ماه گذشته جلسه‌ای برای بررسی استانداردهای داده مالی برگزار کرد. سنا نیز قانونی برای حفاظت از حقوق حریم خصوصی آنلاین مصرف‌کننده‌ها در دست بررسی دارد.

یکی از کلیشه‌های رایج کنونی در دنیای فناوری می‌گوید «داده، نفت جدید است». با چنین تعریفی، تصور عمومی ایجاد کرد تا حساسیت بیشتری روی داده‌های بی‌شمار برای ساختن فین تک بهتر استفاده می‌کنند. البته اگر چه داده اهمیت زیادی در خدمات مالی فناورانه دارد، آن را نمی‌توان به‌عنوان مزیت رقابتی مهمی در نظر گرفت. درواقع، شرکت‌های فناوری بزرگ برای بهره‌برداری

از داده‌های عظیم خود باید تفسیر و درک از داده را به بهترین نحو انجام و محصولاتی متمرکز بر مشتری توسعه دهند.

چرا رویکرد داده‌ای در دهه پیش رو تغییر خواهد کرد؟ چون دیوارهایی که در اطراف سیلوهای عظیم داده خدمات مالی کشیده شده است، به‌مرور در حال ریزش هستند. در نتیجه، زمین بازی برای نوآوران تازه‌کار دنیای فین تک فراهم می‌شود و می‌توانند با بانک‌های چندین میلیارد دلاری رقابت کنند. رویکرد مذکور امروز هم تاحدودی در دنیای فین تک دیده می‌شود.

بخش عمده‌ای از تغییر در حال جریان در رویکردهای داده‌ای، به‌دلیل یکی از قوانین تقریبا مهمم در اروپا در حال رخ دادن است؛ قانونی به‌نام PSD۲ که کارشناسان آن را GDPR داده‌های پرداختی می‌دانند. بریتانیا به‌عنوان اولین کشور و با قانون Open Banking در سال ۲۰۱۸ قانون PSD۲ را اجرا کرد. قانون مذکور به‌صورت خلاصه همه بانک‌های بزرگ را ملزم می‌کند داده مصرف‌کننده‌ها را برای هر استارت‌آپ فین تکی آماده کنند که مجوز مصرف‌کننده را داشته باشد؛ در نتیجه اگر فردی در بانک A حساب داشته باشد، می‌تواند از داده‌های خود در بانک دیگر هم استفاده کند.

از نمونه‌های فعالیت قانونی دیگر در مسیر داده‌های باز می‌توان به کنسرسیوم FDATA اشاره کرد که رویکردها را درباره بانکداری باز تغییر می‌دهند. کنسرسیوم مذکور بازخورد مثبتی هم در سطح بین‌المللی دریافت کرده است. پنج تنظیمگر قانونی فدرال در آمریکا اخیرا در بیانیه مشترک و نادر، به مزایای داده‌های باز اشاره کرده‌اند که تنها با بانکداری باز ممکن می‌شود.

وقتی لایه داده‌ای خدمات مالی به صورت همگانی و باز ارائه شود، مزیت رقابتی مؤسسه‌هایی با دارایی‌های داده‌ای فراوان را از بین می‌برد. این روند لایه زیرین فین تک را دموکراتیزه و رقابت را برای همه بازیگرانی ممکن می‌کند که توانایی ساختن بهترین محصولات را با لایه پایه‌ای داده داشته باشند. البته ساختن محصول عالی نیز به‌معنای پیروزی بدیهی نخواهد بود. برای توضیحات بیشتر، پیش‌بینی بعدی را مطالعه کنید.

پیش‌بینی دوم: پروتکل باز

نظریه: خدمات مالی پایه‌ای به پروتکل‌های ساده متن‌باز تبدیل می‌شوند و موانع ارائه خدمات مالی را برای کسب‌وکارها از بین می‌برند.

سیستم‌های مالی متنوع همچون سرمایه‌گذاری، مدیریت سرمایه، تجارت، بانکداری صادرات و واردات یا وام و اعتبارها را در نظر بگیرید. این سیستم‌ها برای جلوگیری از مشکلات قانونی و تنظیمگری، باید عملکرد هسته‌ای خود را به‌دقت تحلیل و بررسی کنند. سپس، باید نقاط حساس را از بین ببرند و زیرساختی مطمئن را توسعه دهند. مرحله بعدی، عقد قرارداد با شرکت‌های واسطه است تا کاربری‌های مهمی از آنها دریافت شود و سیستم‌ها به‌صورت یکپارچه به‌هم متصل شوند.

نتیجه رویکرد مذکور در توسعه سیستم‌های مشابه به‌واسطه همه ارائه‌دهنده‌های خدمات مالی دیده می‌شود. درواقع، سیستم‌های مشابه متعدد در شرکت‌ها تکرار و در یک محل جمع‌آوری می‌شوند. در سناریویی بدتر، سیستم‌ها با زبان‌های قدیمی مانند COBOL و hello و روی زیرساخت‌های قدیمی بانک‌ها توسعه می‌یابند. چنین سیستم‌هایی باهم تعامل ندارند؛ در نتیجه، هر بانک باید در توسعه پروتکل‌های مالی خود متخصص شود و آنها را به سرویس‌های هسته‌ای خود متصل کند.

در حال حاضر، سه جریان اصلی در دنیای فین تک جریان دارد که احتمالا مسیر حرکت پروتکل‌های بانکداری مدرن را تغییر خواهد داد:

• جریان اول تقسیم لایه‌های زیرساختی و سرویسی را تأیید می‌کند که لایه‌های دیگر روی آنها توسعه می‌یابند. پلتفرم‌هایی همچون Stripe، Marqeta، Appex و Plaid چنین جریانی را ممکن می‌کنند. آنها خدماتی موسوم به «زیرساخت مالی به‌عنوان سرویس» ارائه می‌کنند که ساختن کاربری‌های بنیادی مالی را آسان می‌کند. زیرساخت اکنون به‌عنوان یکی از دسته‌های داغ سرمایه‌گذاری شناخته می‌شود و با اضافه‌شدن شرکت‌های بیشتر به بستر فین تک، محبوبیت آن افزایش می‌یابد.

• جریان دوم به فعالان صنعتی مربوط می‌شود که راهکارهای مالی متن‌باز را توسعه می‌دهند. از میان آنها می‌توان به FINOS اشاره کرد که مانند مخزن گیت‌هاب برای تمامی عملکردهای پایه‌ای موردنیاز در ابزارهای فین تک عمل می‌کند. توسعه‌دهنده‌ها دقیقا مانند گیت‌هاب می‌توانند کدهای پایه‌ای را بهبود

دهند. نرم‌افزار باید به‌صورت راهکاری استاندارد در کل صنعت پیاده‌سازی شود. راهکارهایی که سرویس‌دهنده‌های متعدد ارائه می‌دهند، در صورت اشتراک زیرساخت‌ها می‌توانند تعامل بهتری با یکدیگر داشته باشند.

• جریان سوم به بانک‌های بزرگ و مؤسسه‌های مدیریت سرمایه مربوط می‌شود که با درک ارزش‌های فناوری خود، شروع به فروش مجوز آن کرده‌اند. به‌عنوان مثال، می‌توان به سیستم مدیریت ریسک Aladdin از شرکت BlackRock اشاره کرد. نمونه‌ای دیگر، برنامه مدل‌سازی داده به‌نام Alloy است که Goldman توسعه می‌دهد. بانک‌ها با ارائه یا فروش سیستم‌های خود، جریان درآمدی جدیدی ایجاد می‌کنند؛ در نتیجه، صنعت خدمات مالی توانایی ارتباط آسان‌تر پیدا می‌کنند. به بیان ساده‌تر، می‌توان چنین رویکردی را شبیه به استانداردسازی زبانی تعریف کرد که برای ارتباط میان بازیگران فین تک استفاده می‌شود. ارتباط آسان‌تر موجب افزایش تعداد کاربران نیز می‌شود که بازخوردهای سازنده و شناسایی باگ و درخواست قابلیت‌های بیشتر در محصولات را به‌همراه دارد.

آنجلا استرنج، از شرکای تجاری اندرسون هاروینز، درباره ارتباط بهتر در فین تک می‌گوید:

شرکت‌های زیرساختی بسیار زیادی وجود دارد که با بانک‌ها وارد همکاری می‌شوند و فرآیند اهدای مجوز و برخی کارهای تنظیمگری قانون و تمامی شبکه‌های متنوع پرداختی موردنیاز را منسجم می‌کنند. در نتیجه، اگر قصد راه‌اندازی شرکت خدمات مالی داشته باشید، به‌جای صرف چند سال زمان و چندین میلیون دلار هزینه در شرکت با سازمان‌های متعدد، نیازهای خود را به‌صورت سرویس دریافت کنید. فین تک روند توسعه و پیشرفت شبیه به دنیای کامپیوتر را در پیش گرفته است. در دنیای کامپیوتر، ابتدا نرم‌افزار و سخت‌افزار به‌صورت مجموعه‌ای (باندل) ارائه شدند. سپس، سخت‌افزارها به‌صورت زیرمجموعه‌ای از سیستم‌های عامل متعدد ارائه و انحصاری شدند. در مرحله بعد، اینترنت فرهنگ نرم‌افزار آزاد را توسعه داد و مفهوم نرم‌افزار به‌عنوان سرویس به‌شهرت رسید. در مراحل بعدی، فین تک در یک دهه آینده شبیه به اینترنت در دو دهه گذشته حرکت خواهد کرد.

پیش‌بینی سوم: فین تک امبد
نظریه: فین تک به‌عنوان بخشی از عملکرد پایه‌ای محصولات غیرمالی عمل خواهد کرد.

مفهوم فین تک امبد (Embed) این‌گونه است که خدمات مالی به‌جای ارائه به‌صورت محصولات منفرد، به‌عنوان بخشی از رابط کاربری اصلی محصولات دیگر جاسازی (Embed) می‌شود. در ماه‌های گذشته، کارشناسان متعددی از این پیش‌بینی حمایت کرده‌اند و می‌توان دلیل حمایت آنها را نیز حدس زد. ارائه‌دهنده‌های نرم‌افزارهای زیرساختی فرصت آزمایش فین تک را به شرکت‌هایی معرفی کرده‌اند که خدمات بانکداری مخصوص مصرف‌کننده عرضه نمی‌کنند. از این‌رو، آنها نیز به‌مرور به جمع سرویس‌دهنده‌های فین تک اضافه می‌شوند.

اگر سیگنال‌های گفته‌شده را به‌عنوان نشانه‌ای از آینده در نظر بگیریم، خدمات مالی فناورانه در یک دهه آینده به قابلیت‌ی درون پلتفرم‌هایی تبدیل می‌شوند که کاربران اکنون ارتباطی نزدیک با آنها دارند. درواقع، دیگر با محصولی مجزا روبه‌رو نخواهیم بود و کاربر ملزم به ایجاد ارتباط با چند سرویس و شرکت جدید می‌شود.

مت هریس، یکی از تحلیلگران Bain Capital Ventures، در چند مقاله اخیر خود، تعریف فین تک امبد را توضیح داده است. او در مقاله‌های خود اعتقاد دارد خدمات مالی در آینده به لایه‌ای جدید از سیستم‌های تبدیل می‌شوند که کاربران اکنون ارتباطی نزدیک با آنها دارند. درواقع، دیگر با محصولی مجزا روبه‌رو نخواهیم بود و کاربر ملزم به ایجاد ارتباط با چند سرویس و شرکت جدید می‌شود.

ارزش افزوده بیشتری را از آنها دریافت کنیم.

برت کینگ، از آینده‌پژوهان حوزه فین تک، تعریف خلاصه و مهمی از آینده ارائه می‌کند:

شرکت‌های فناوری و برندهای بزرگ مصرف‌کننده به دروازه‌بان‌های محصولات مالی تبدیل و محصولات مالی نیز اکثرا به پشت‌صحنه تجربه کاربران منتقل خواهند شد. بسیاری از این شرکت‌ها با ارائه خدمات پرکاربرد و جذاب در حوزه‌های دیگر، داده‌های باارزشی جمع‌آوری می‌کنند که برتری چشمگیری در کاهش هزینه‌ها به‌همراه خواهد داشت. ترکیب سرویس‌های دست‌اول (مثلا فروش گوشی هوشمند) با خدمات مالی دست‌دوم امید (مثلا وام‌های خرد) به‌معنای امکان پیاده‌سازی استراتژی جبران خسارت خواهد بود. به‌عنوان مثال، اپل می‌تواند سود خود از گوشی‌های آیفون را کاهش و در عوض، درصد کارمزد خدمات مالی را برای آن افزایش دهد.

ترکیب خدمات برای مصرف‌کننده‌های فین تک مزایای بسیاری به‌همراه دارد. آنها به جست‌وجو برای پیداکردن راهکارهای جدید برای پرداخت و پس‌انداز و سرمایه‌گذاری نیازی ندارند. برندهای مخصوص مصرف‌کننده نیز در این مسیر ملزم به رقابت در حوزه‌هایی غیر از ارتباط مستقیم با مصرف‌کننده می‌شوند و با سازمان‌هایی همکاری کنند که خدمات را به‌صورت مجموعه‌ای ارائه می‌کنند. شرکت‌های قدیمی خدمات فین تک می‌توانند از تعداد فراوان مخاطبان در شرکت‌های بزرگ فناوری برای افزایش نفوذ خود استفاده کنند. به‌عنوان مثال، می‌توان اوپیر را نام برد که با استفاده از خدمات گوگل میس خدمات خود را در توزیع‌کننده‌های عظیم ارائه کرد که شانس نفوذ به پایگاه بزرگ‌تری از مشتریان را کسب کرد.

پیش‌بینی چهارم: جمع‌بندی خدمات

نظریه: مشتریان خدمات مالی را از هاب مرکزی دریافت می‌کنند.

اکثر خدمات مالی در دهه پیش رو علاوه بر جابه‌جایی از سمت کاربر به خدمات گسترده پشت‌صحنه، به‌صورت هاب‌های متمرکز به کار ادامه خواهند داد که در یک نقطه جمع‌آوری می‌شوند. برای مصرف‌کننده‌ها هاب می‌تواند گوشی هوشمند باشد و برای کسب‌وکارهای کوچک، هاب خدمات مالی می‌تواند در سرویس‌هایی همچون Quickbooks یا حتی جی‌میل و صندوق‌های نقدی دیده شود. باتوجه‌به روند کنونی که شرکت‌هایی همچون اپل و فیس‌بوک و آمازون سیستم‌های عامل خود را بین پلتفرم‌های متعدد توزیع می‌کنند (تصور کنید الکسا و آمازون پرایم و کارت اعتباری آمازون باهم ترکیب شوند)، کاربرانی مزیت بیشتری خواهند داشت که به اکوسیستم پایبند باشند و در نتیجه، بتوانند خدمات مالی خود را از طریق هر پلتفرم به‌راحتی انجام دهند. همچنین، شرکت‌ها پلتفرم خود را به قابلیت تعامل مجهز می‌کنند. به بیان دیگر، الکسا می‌تواند کاربران اندروید را نیز به خود جذب کند.

اکثر کاربران ترجیح می‌دهند با حداقل سرویس ممکن تعامل داشته باشند و علاقه‌ای به نصب انواع سرویس‌های مالی ندارند. درحقیقت، الزام به استفاده از چند سرویس فین تک ارزش افزوده را از بین می‌برد و آنها را تجربه می‌کند. محصولات عالی حول برنامه‌های متمرکز بر کاربر ساخته می‌شوند و کارشناسان فین تک اعتقاد دارند سرویس‌دهنده‌ها باید وضعیت مالی و نیازهای کاربر را بهتر از خودش بشناسند. بنابراین، آنها می‌توانند بهتر تصمیم‌گیری و در پشت‌صحنه روی سرمایه‌های کاربران بهتر عمل کنند.

همان‌طور‌که گفته شد، کاربران در آینده خدمات مالی را به‌عنوان قابلیتی درون سرویس‌ها و اکوسیستم‌هایی دریافت می‌کنند که روزانه از آنها استفاده می‌شود؛ در نتیجه، شرکت‌های فناوری برنده رقابت خواهند بود؛ چون قطعا کاربران از گذراندن زمان در سرویس‌های آنها، بیش از سرویس‌های بانک اصلی خود لذت می‌برند. امروزه هاب‌های خدمات مالی گوشی‌های هوشمند و لپ‌تاپ‌ها هستند و در آینده شاید ایمیل، خودرو هوشمند، تلفن و حتی موتور جست‌وجو به هاب خدمات مالی تبدیل شود.

تکامل فین تک نشان‌دهنده تکامل اینترنت و کامپیوترها است. با افزایش تعامل و ادغام سرویس‌ها در خدمات روزمره زندگی مردم، محل مدیریت خدمات مالی و محصولات مرتبط نیز به‌گونه‌ای برای کاربران تغییر می‌کند که شاید دیگر به آن فکر نکنند. به‌هرحال در یک تا دو دهه آینده، فین تک قطعا شباهت کمی به وضعیت امروزی خواهد داشت.

منبع: TECHCRUNCH/zoomit

پیشنهاد کتاب برای تعطیلات کریسمس کارآفرین‌ها

به قلم: گروه نویسندگان سایت اینترنت پرنو

مترجم: امیر آل علی

اگر مطالعه را برای پیشرفت افراد مختلف امری بسیار مهم تلقی کنیم، این امر برای کارآفرینان حیاتی محسوب می‌شود، با این حال به علت مشغله بالا، این امر که چه چیزی را بخوانید نیز بسیار مهم خواهد بود. برای مثال ممکن است فردی عادی، فرصت کافی برای ژانرهای مختلف و امتحان کردن نویسندگان متفاوت را داشته باشد، با این حال برای شما حتی یک اشتباه به معنای از دست رفتن هزینه فرصت خواهد بود. به همین خاطر آگاهی نسبت به بهترین‌ها، کاملاً ضروری است. بدون شک تعطیلات کریسمس فرصتی ایده آل برای مطالعه کتاب برای کارآفرین‌ها محسوب می‌شود که در ادامه به بررسی هفت مورد پیشنهادی خواهیم پرداخت.

۱- کیمیاگری (هنر توجه نشده و جادوی برندینگ)

نویسنده: زوری سوترلند

اگر به دنبال یک شیوه جدید در زمینه برندسازی هستید، بدون شک این کتاب با شیوه متفاوت خود که به مانند یک جادو می‌تواند همه چیز را دگرگون سازد، کاملاً مناسب شما خواهد بود. برای شناخت بیشتر نویسنده این کتاب می‌توانید سخنرانی‌های او را در برنامه تد مشاهده کنید. نکته جالب این کتاب، مثال‌هایی است که از بهترین برندهای جهان نظیر مایکروسافت وجود دارد که باعث می‌شود تا مطالب، به خوبی در ذهن نهادینه شود.

۲- مانترای مدرن

نویسنده: دن زوین

مانترا در آیین بودایی، به مجموعه کلماتی اطلاق می‌شود که با آهنگ خاصی و به دفعات توسط فرد تکرار شده و منجر به بهبود وضعیت جسمی و روحی افراد خواهد شد. در ابتدا لازم است که بدانید متن این کتاب، به صورتی طنز نوشته شده است تا جذابیت آن برای خواننده افزایش پیدا کند، با این حال نباید تصور نکنید که این اثر باعث کاعش کیفیت محتوایی آن شده است. درواقع این کتاب راهکارهای بسیار ساده ولی موثری را بیان می‌کند که باعث می‌شود تا مدیران در شرایط بسیار سخت، بتوانند به سادگی کنترل اوضاع را در دست بگیرند. بدون شک پس از مطالعه این کتاب، بسیاری از فشارهای عصبی شما به صورت کامل از بین رفته و آرامش بیشتری را در کار خود خواهید داشت.

۳- بی‌حوصله، تنها، عصبی، احمق

نویسنده: لوک فرناندز و سوزان جی‌مت

در این کتاب به دلیل بسیاری از حالت‌های انسانی پرداخته شده و برای رفع آنها راهکارهای جالبی ارائه شده است. برای مثال ممکن است نسبت به کار خود بی‌حوصله شده باشید و یا میزان خشم در شما به شدت افزایش پیدا کرده است. تحت این شرایط بسیاری از افراد به دنبال تغییر محل کار خود هستند، با این حال تنها چیزی که شما نیاز دارید، تغییر دادن خودتان است و در غیر این صورت در هر مکانی این اتفاقات بازهم تکرار خواهد شد. همچنین در این کتاب به بررسی بسیاری از اقدامات روزانه افراد پرداخته شده است که تاثیر بسیار مخربی را در پی دارد. برای مثال نتایج تحقیقات حاکی از آن است که سلفی گرفتن، باعث خودشیفتگی در فرد و حضور در شبکه‌های اجتماعی نتیجه‌ای جز تنهایی بیشتر افراد را در پی نخواهد داشت. به همین خاطر افراد باید تغییری را در سبک زندگی خود اعمال کنند در غیر این صورت همه ما در معرض انواع بیماری‌های روحی قرار خواهیم گرفت.

۴- انبوه

نویسنده: تریسی ام.سی میلان

بدون شک اگر تاکنون دکتر تریسی را دنبال نکرده‌اید، ضروری است تا صفحه رسمی توئیتر او را مشاهده کرده و از مطالب بسیار مفید موجود، استفاده کنید. وی نتایج تحقیقات خود را در جدیدترین کتاب خود آورده است که بیان می‌کند شیوه‌های مدیریتی کارآفرین‌ها چه تغییراتی را باید داشته باشد. همچنین این کتاب برای کارمندان نیز دارای مطالب بسیار مفیدی بوده و به چگونگی افزایش تاثیر آنها در شرکت خود کمک می‌کند.

۵- نحوه ساخت یک مدیر

نویسنده: جولی ژنگ

در این کتاب به صورت مرحله‌ای تمامی اقداماتی که را که افراد برای تبدیل شدن به یک مدیر توانا نیاز است که انجام شود، شرح داده شده است. همچنین این کتاب با دلیل اثبات می‌کند که چیزی به نام قوه مدیریتی وجود نداشته و این یک مهارت اکتسابی محسوب می‌شود. به همین خاطر هر فردی می‌تواند با تلاش، به بالاترین قله‌ها دست پیدا کرده و با مثال‌های متعدد، متوجه این امر خواهید شد که کارآفرین‌های موفق جهان در سال‌های مختلف تا چه اندازه انسان‌هایی معمولی بوده‌اند.

۶- گرفتن و کشتن

نویسنده: رونان فارو

رونان فارو روزنامه‌نگار، حقوقدان و فعال حقوق بشر آمریکایی است که در کتاب جدید خود به افشای اتهام اخلاقی کارگردان سینما هاروی واینستین پرداخته است. وی در یک کتاب کاری را کرده است که بسیاری از وکیلان از انجام آن کاملاً ناتوان بوده‌اند. جالب است بدانید که رونان فارو، فرزند مینا فارو هنرپیشه آمریکایی و وودی آلن کارگردان مشهور است. بدون شک آگاهی از اقدامات انجام شده و شیوه جالب وی، هر کارآفرینی را به این فکر خواهد انداخت که چگونه با دست خالی می‌توان اقدامات مهمی را انجام داد.

۷- عصر افسانه‌ها

نویسنده: مایکل جی سالیوان

این کتاب اگرچه یک داستان خیالی را به تصویر می‌کشد، با این حال در آن اطلاعات فوق‌العاده‌ای در زمینه کارآفرینی وجود دارد. بدون شک مطالعه یک داستان جذاب که حاوی نکات ارزشمند کارآفرینی باشد، برای هر خواننده‌ای جذابیت بالایی را به همراه خواهد داشت.

منبع: entrepreneur



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی - اقتصادی

| شنبه | ۷ دی ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۶۰ | 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



May Your Life be filled with Vibrant Joy this Christmas...

Best wishes from



چگونه از درگیر شدن با افسردگی در محل کار جلوگیری کنیم

۷۰درصد اطمینان نیاز دارد.

۴- نه گفتن را حق طبیعی خود بدانید

این امر که تصور کنید که باید به پاسخ‌های دیگران جواب مثبت را بدهید، باعث خواهد شد عملاً انجام هیچ برنامه‌ای میسر نباشد. این امر فشار بیش از حدی را بر روی شما خواهد داشت. به همین خاطر نیز لازم است تا نه گفتن را حق طبیعی خود دانسته و هیچ چیز را مهم‌تر از آرامش خود تصور نکنید. همچنین فراموش نکنید که انجام برخی از کارها نظیر ورزش مداوم و گوش دادن به موسیقی نیز در این زمینه موثر است.

۵- میان کار و زندگی شخصی خود تعادل ایجاد کنید

شاید این امر را باید مهم‌ترین دلیل ابتلای کارمندان به افسردگی دانست. درواقع اگر از همان ابتدا در تلاش برای ایجاد تعادلی درست میان کار و زندگی شخصی خود نباشید، بدون شک پس از مدتی با انواع مشکلات مواجه خواهید شد که بیماری‌های روحی تنها یکی از آنها محسوب می‌شود. برای این موضوع خوشبختانه امروزه مقالات و سخنرانی‌های متعددی وجود دارد که می‌تواند شما را نسبت به تمامی اقدامات ضروری، آگاه سازد. همچنین فراموش نکنید که شما باید برای چندین سال فعالیت آماده باشید. به همین خاطر با فشار بیش از حد، موفقیت طولانی مدت خود را نابود نکنید.

در نهایت استفاده از تجربیات افراد مختلف، می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی برای شما باشد.

منبع: entrepreneur

باشد، با این حال این امر به معنای کار کردن مدام نبوده و شما می‌توانید بخشی از زمان استراحت خود را به قدم زدن در پارک نزدیک محل کار خود اختصاص دهید. همچنین در ادیان مختلف روش‌های متفاوتی برای خالی کردن ذهن و کسب آرامش وجود دارد. برای مثال در تبت، کاسه‌ای ساخته می‌شود که پیروان آیین بودا بر این باور هستند که ضربه زدن به آن باعث دور شدن افکار منفی از ذهن و در اصطلاح پاکسازی خواهد شد. به همین خاطر می‌توانید چنین ابزاری را مورد آزمایش قرار دهید. همچنین این جمله را همواره به خاطر داشته باشید که بیش از ۸۰درصد نگرانی‌های افراد هرگز اتفاق نخواهد افتاد.

۳- به صورت مداوم از یک روانشناس کمک بگیرید

یکی از حقایق تلخ جهان این است که افراد برای بیماری‌های ساده خود که با کمی مراقبت نیز خوب خواهد شد، سریعا به پزشک مراجعه می‌کنند، با این حال برای سلامت روح خود اِدا برنامهای ندارند. این امر در حالی است که ذهن نیز به اندازه جسم مهم بوده و می‌تواند در معرض انواع بیماری‌ها قرار گیرد. به همین خاطر نباید در این رابطه کوتاهی کنید. بدون شک مراجعه ماهانه به یک روانشناس، کمک خواهد کرد تا در صورت بروز نخستین نشانه‌های ابتلا به بیماری‌هایی نظیر افسردگی، به سرعت آن را برطرف کنید. همچنین ضروری است تا کمالگرایی را کنار بگذارید. درواقع رسیدن به بالاترین سطح کیفیت عملاً غیرممکن بوده و در این رابطه جف بزوس(ثروتمندترین فرد جهان) اعلام کرده است که برای تصمیم‌گیری‌های خود تنها به

به قلم: چیراک کولکارنی کارآفرین

مترجم: امیر آل علی

بنا بر آمارها، محل کار مهم‌ترین مکانی محسوب می‌شود که می‌تواند زمینه ابتلا به افسردگی را در فرد ایجاد کند. به همین خاطر نیز ضروری است تا اقدامی را برای حفظ سلامتی خود انجام دهید. فراموش نکنید که همواره پیشگیری، بهتر از درمان بوده و ابتلا به این بیماری می‌تواند به صورت کامل موقعیت شغلی شما را نابود سازد. در همین راستا به بررسی پنج اقدام موثر خواهیم پرداخت.

۱- مطالعه کنید

هیچ چیز به اندازه کتاب نمی‌تواند افراد را به آرامش برساند. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا پس از آنکه حس بدی را به دست آوردید مقداری مطالعه داشته باشید. در این رابطه اِدا حجم مطالعه مدنظر نبوده و تنها مهم است که برای مدتی از شرایط فعلی فاصله بگیرید. همچنین در انتخاب کتاب تنها به نوع سلیقه خود توجه داشته باشید. جالب است بدانید که بنا بر تحقیقات انجام شده، میزان ابتلا به افسردگی در بین افراد کتاب باز، بسیار پایین است.

۲- تحرک داشته باشید

این امر که مشغول به انجام کاری نباشید، بدون شک باعث خواهد شد تا ذهن شما به سمت افکاری سوق داده شود که ممکن است تاثیر بسیار بدی را در روحیه شما به همراه داشته