

مدیرکل امور دادستانی بانک مرکزی، اخیراً «دستورالعمل اجرایی نحوه تشکیل و فعالیت هیأت انتظامی بانک مرکزی» را به صرافی‌ها و شبکه بانکی کشور، ابلاغ کرده است. لطفاً مه‌رسید مگر بانک مرکزی هم مانند دادگستری یا دیوان محاسبات کشور، امور دادستانی دارد؟ پاسخ بدین پرسش، مثبت است. بله، در قانون بانک مرکزی برای تشکیلات جدید هیأت انتظامی، دادستان هم با اختیارات وسیع، پیش‌بینی شده است. به‌موجب بند «ت» ماده ۲۲ قانون مورد اشاره، «معاون تنظیم‌گری و نظارت، با حفظ مسئولیت به‌عنوان دادستان هیأت انتظامی بانک مرکزی، تعیین می‌شود و بدون حق رأی در جلسات هیأت انتظامی بدوی و تجدیدنظر بانک مرکزی، شرکت می‌کند.» این یعنی بانک مرکزی عملاً در تخلفات پولی و بانکی، هم شاک و هم دادستان و مدعی‌العموم و هم حاکم و صادرکننده رأی محکومیت بانک‌ها و «اشخاص تحت نظارت» است. خلاصه آنکه در فرآیند رسیدگی هیأت انتظامی، بانک مرکزی همه‌کاره است.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

برای کسب و کار آفرینی

سه‌میه بنزین خودروهای خارجی با موتور بالای ۱۳۰۰ سی‌سی حذف شد

سکته شدید قیمت‌ها در بازار خودرو

در آخرین تحول از طرح اصلاح قیمت بنزین، سه‌میه بنزین خودروهای خارجی با موتور بالای ۱۳۰۰ سی‌سی، حذف شد و مصرف این خودروها فقط با بنزین ۵ هزار تومانی محاسبه می‌شود. در همین حال در بازار خودرو در پایان هفته گذشته، روند صعودی قیمت‌ها (پس از چند روز افزایش شدید) متوقف شد و گزارش‌های میدانی از سکته شدید قیمت خودرو در پایان آذرماه حکایت دارد...

چالش‌های تأمین مالی شرکت‌های دولتی در گزارش مرکز پژوهش‌ها آسیب‌شناسی شد

نسخه دولتی تأمین مالی

فرصت امروز: شرکت‌های دولتی، به ویژه شرکت‌هایی با ماهیت توسعه‌ای، همواره از نهادهای پیشرو در انجام سرمایه‌گذاری‌های تولیدی بوده‌اند. با این حال، این شرکت‌ها از ابتدای دهه ۱۳۹۰ در تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌های خود با چالش‌های جدی مواجه شده‌اند. از منظر مرکز پژوهش‌های مجلس، محدودیت‌های ناشی از کسری بودجه دولت، مهمترین مانع افزایش سرمایه این شرکت‌ها از محل آورده نقدی دولت بوده است. همچنین استفاده از منابع داخلی به منظور تأمین مالی نیز برای شرکت‌های دولتی با چالش‌های بسیار جدی ناشی از تخلیه قابل توجه سود شرکت توسط دولت (الزام به پرداخت سود ماهیانه، تقسیم حداقل ۵۰ درصد از سود، پرداخت مالیات بر سود ناخالص) و برداشت‌های گاه و بیگاه خزانهداری از حساب آنها مواجه است. در حوزه...

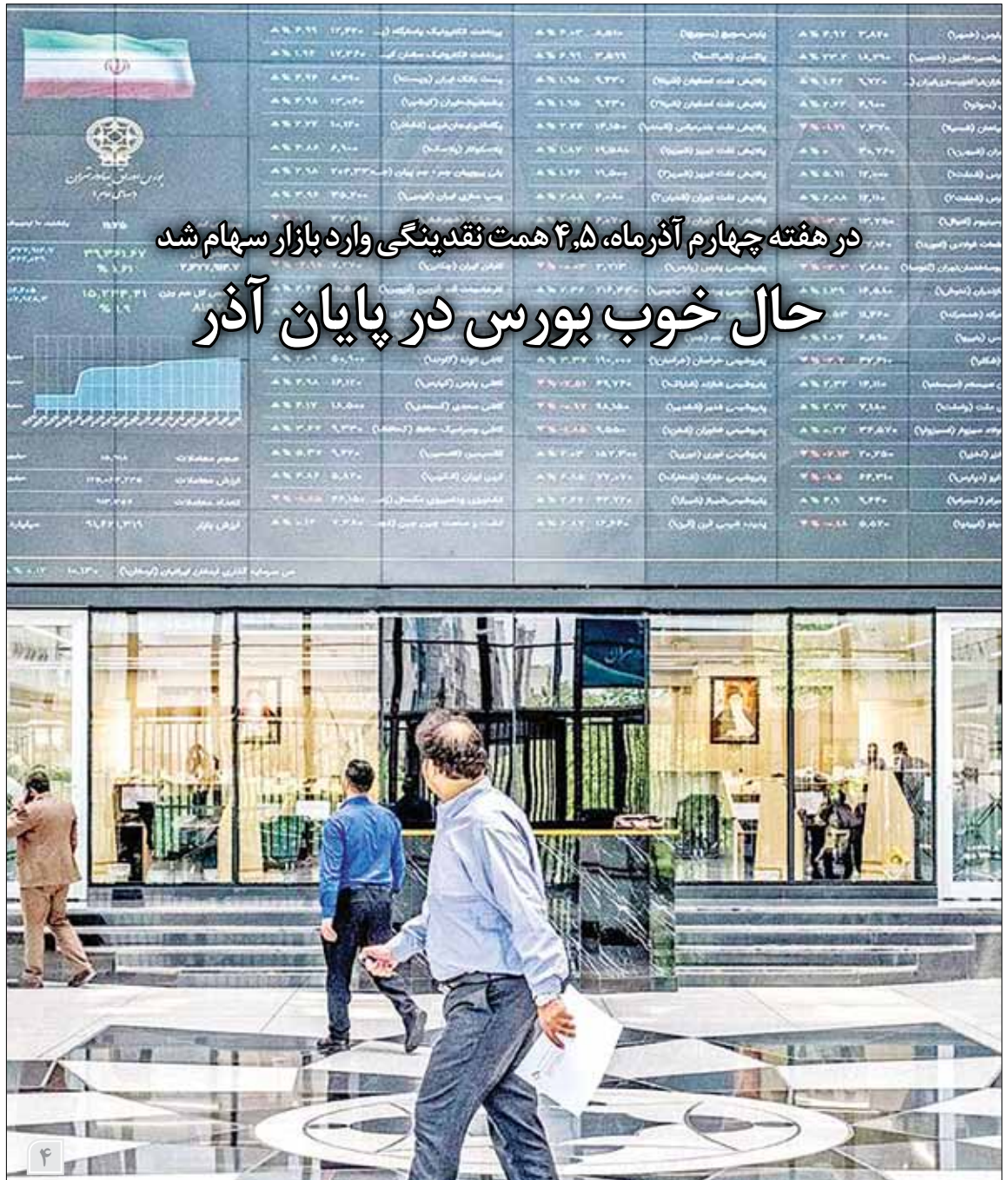
تورم و تحریم به کاهش تقاضا در بازار صنایع غذایی منجر شد

رفتار خرید در بازار غذایی ایران

مدیریت و کسب‌وکار

رهبری تجاری در شرایط فقدان کنترل

یک ترس بنیادین در دی ان ای انسان وجود دارد: ترس از ناشناخته‌ها. ما به عنوان یک گونه با تکیه بر توانایی مان برای پیش‌بینی، برنامه‌ریزی و کنترل محیط اطراف مان زنده مانده ایم. این غریزه به دنیای کسب و کار نیز ترجمه شده است. برای دهه‌ها الگوی ایده آل یک رهبر تجاری، تصویر یک نقشه‌کش بزرگ بوده فردی که با هوش و تجربه خود، می‌توانست یک نقشه راه دقیق و پنج ساله را ترسیم کند و سپس با قاطعیت، سازمان را وادار به دنبال کردن آن مسیر نماید اما این جهان، با آن قطعیت آرامش‌بخش، در حال ناپدیدشدن است. بحران‌های جهانی، انقلاب‌های فناورانه و تغییرات ناگهانی در رفتار مصرف‌کننده، تمام نقشه‌های ما را به کاغذپاره‌هایی بی ارزش تبدیل کرده‌اند. تلاش برای کنترل کردن در دنیای امروز، مانند تلاش برای فرمان دادن به امواج اقیانوس است. این نه تنها بی‌فایده، بلکه عمیقاً خسته‌کننده است. آزمون واقعی رهبری در قرن بیست و یکم، دیگر در توانایی ترسیم یک نقشه بی...



در هفته چهارم آذرماه، ۴،۵ همت نقدینگی وارد بازار سهام شد حال خوب بورس در پایان آذر

بانک مرکزی به وسعت دادگستری

نظارت را در این حد وسیع داشته باشد. امیدوارم که هیأت انتظامی در این مسیر موفق باشد اما توجه به این نکته، ضروری است که از نظر مبانی حقوقی، لازم یک قانون مناسب، امکان اجرای کامل آن است. قانونی که پذیرش اجتماعی نداشته باشد و یا امکان اجرای آن موجود نباشد، عملاً اجرایی نخواهد شد. پس قبل از تهیه پیش‌نویس هر قانون، ضرورت دارد که امکان اجرای عملی آن کاملاً بررسی کارشناسی شود. بدین لحاظ، بعید می‌دانم که قبل از تصویب قانون مورد بحث (قانون بانک مرکزی و هیأت انتظامی)، امکان‌سنجی اجرای آن از مجاری معتبر، صورت گرفته باشد.

به عقیده نگارنده، هیأت انتظامی بدوی بانک مرکزی در نهایت، یک محکمه اداری است و نه یک مرجع قضایی وابسته به قوه قضائیه. تجدیدنظرخواهی از رأی هیأت تجدیدنظر انتظامی نیز آیین ویژه خود را دارد. براساس ماده ۲۲ قانون بانک مرکزی، «رای هیأت انتظامی تجدیدنظر بانک مرکزی، ظرف ۱۰ روز از تاریخ ابلاغ، انحصاراً در شعبه قضایی ویژه‌ای که در دیوان عدالت اداری توسط رئیس قوه قضائیه به ترتیب زیر ایجاد می‌شود، قابل تجدیدنظرخواهی است.» قانون همچنین تأکید دارد که «شعبه قضایی موضوع این بند صرفاً به تقاضاهای تجدیدنظرخواهی از آرای هیأت انتظامی تجدیدنظر بانک مرکزی رسیدگی می‌کند و موظف است رسیدگی به تقاضاهای واصله را به‌فوریّت انجام دهد. آرای شعبه قضایی موضوع این بند، قابل تجدیدنظرخواهی، ابطل، توقف، فرجام‌خواهی و رسیدگی مجدد، در هیچ مرجع دیگری (به جز اعمال ماده ۴۷) نمی‌باشد.» اینکه آیا شعبات دیوان عدالت که صلاحیت رسیدگی تجدیدنظرخواهی از آرای هیأت انتظامی بانک مرکزی را دارند، از نظر مبانی حقوقی یک محکمه اختصاصی قضایی هست یا یک محکمه تخصصی قضایی، خود موضوع بحثی دیگر است. با این حال، اشخاص حقیقی یا حقوقی داخلی یا بیرون شبکه بانکی کشور که مشمول صلاحیت قانونی هیأت انتظامی بانک مرکزی هستند، بسیاریند؛ بنابراین بانک مرکزی ناچار است که تشکیلاتی عریض‌وطول برای هیأت انتظامی راه‌اندازی کند تا به همه تخلفات بانکی و پولی (اشخاص تحت نظارت)، رسیدگی و صدور رأی نماید.

هیأت انتظامی بانک‌ها در سایر کشورها

رویه و ساختار هیأت انتظامی بانک‌ها در کشورهای مختلف، متفاوت است. براساس بررسی به‌عمل‌آمده، بیشتر کشورها، رویه‌های مشابهی برای رسیدگی به تخلفات بانک‌ها و نظارت بر مؤسسات مالی دارند، اما به‌طور کلی، از حیث وابستگی هیأت انتظامی به بانک مرکزی، دو ساختار متفاوت در کشورها وجود دارد:

اول: هیأت انتظامی وابسته و تحت مدیریت بانک مرکزی، نظیر ایران که هیأت انتظامی به‌طور کامل زیر نظر بانک مرکزی، فعالیت می‌کند و مدیریت می‌شود. ولی در مرحله تجدیدنظر، قوه قضائیه (از طریق دیوان عدالت) نیز بر این امر مداخله دارد. نظارت بانکی در افغانستان برعهده بخش نظارت امور مالی بانک مرکزی است. این بخش، شامل سه معاونت است: معاونت نظارت عمومی، معاونت خدمات مقرراتی و معاونت بانکداری اسلامی. همچنین هیأت نظارت شرعی، یک نهاد مستقل زیر نظر بانک مرکزی است که وظیفه نظارت شرعی بر محصولات و خدمات نهادهای مالی و بانک‌ها را برعهده دارد. تمام بانک‌ها

براساس یک برنامه مشخص، تحت نظارت معاونت نظارت عمومی بانک مرکزی قرار دارند و این معاونت به هر یک از بانک‌ها براساس نتایج ارزیابی‌های خود، نمره‌ای بین یک تا پنج اختصاص می‌دهد. در افغانستان، بانک مرکزی (بانک مرکزی افغانستان) و وزارت مالیه معمولاً نقش‌های کلیدی در تنظیم و نظارت دارند.

دوم: هیأت انتظامی غیروابسته به بانک مرکزی، نظیر آلمان که نظارت بانکی در این کشور به‌صورت یکپارچه توسط نهاد بافین (مقام ناظر بازار مالی) به‌عنوان یک سازمان مستقل از بانک مرکزی این کشور انجام می‌شود. «BaFin» مخفف «Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht» است. نهاد بافین، زیر نظر وزارت مالی آلمان اداره می‌شود و هماهنگی میان بافین و بانک مرکزی از طریق یک نگاهنامه و یک دستورالعمل نظارت هماهنگ ایجاد می‌گردد. در ساختار نظارت مالی در کشور انگلستان نیز سه سازمان اداره هدایت مالی، اداره نظارت احتیاطی و کمیته سیاست مالی، نقش دارند. اداره نظارت احتیاطی و کمیته سیاست مالی، هر دو زیرمجموعه بانک مرکزی انگلستان (Bank of England) هستند و مستقیماً باید به مجلس و وزارت خزانهداری، پاسخگو باشند، اما نظارت بانکی در ژاپن توسط آژانس خدمات مالی با همکاری بانک مرکزی انجام می‌پذیرد و همکاری و هماهنگی میان نهادهای مورد اشاره از طریق برگزاری جلسات مختلف میان آنها برقرار می‌شود. آژانس خدمات مالی، یک سازمان دولتی زیر نظر دفتر نخست‌وزیری است. نکته مهم این است که در ژاپن، مسئولیت رسیدگی به تخلفات بانکی به شکل ترکیبی بین سه سطح انجام می‌شود:

- * سازمان‌های نظارتی دولتی که چارچوب قانونی و مقررات را تعیین می‌کنند و ممکن است شکایات یا تخلفات بزرگ را به دادگاه‌ها ارجاع دهند.
- * سازمان‌های ناظر مالی؛ مانند سازمان‌های مربوط به نظارت بر بانک‌ها و مؤسسات مالی که رسیدگی به تخلفات را در سطح حرفه‌ای بانک‌ها انجام می‌دهند.
- * هیأت‌های انضباطی داخلی بانک‌ها که وظیفه رسیدگی به تخلفات داخلی کارکنان را دارند و در چارچوب مقررات داخلی بانک‌ها اقدام می‌کنند.

در کشور آمریکا نیز رسیدگی به تخلفات مؤسسات مالی و بانک‌ها در چندین سطح انجام می‌شود و غالباً بین نهادهای فدرال و ایالتی، تفکیک می‌شود. نهادهای فدرال کلیدی: Office of Federal Reserve (برای بانک‌های عضو)، Office of the Comptroller of the Currency (OCC) (برای بانک‌های ملی)، FDIC Corporation (برای بانک‌های تحت پوشش بیمه سپرده و SEC) برای مسائل بازار سرمایه. همچنین در اتحادیه اروپا، نظارت بر مؤسسات بانکی معمولاً در دو سطح انجام می‌شود: سطح ملی و سطح سراسری. در سطح ملی، هر کشور عضو دارای نهادهای نظارتی ملی است؛ مثلاً در آلمان «BaFin» و در فرانسه «ACPR» به تخلفات بانک‌ها رسیدگی می‌کنند. در سطح سراسری نیز نهادهای نظارتی اروپا مانند European Supervisory Authorities (ESMA) برای بازار سرمایه، ESRB برای ثبات مالی، EBA برای بانک‌ها) وجود دارند که چارچوب‌های قانونی و هماهنگی بین‌کشوری را تنظیم می‌کنند. البته تخلفات مدیریتی، نقشه‌های مربوط به صدور لایحه مجوز و اعتراض به تصمیمات نظارتی معمولاً از طریق مراجع داخلی کشورها و در برخی موارد از طریق مکانیزم‌های حل اختلاف اتحادیه‌ای یا دادگاه‌های ملی، پیگیری می‌شود.

صنعت بانک مرکزی شبه‌دادگستری می‌شود؟

در صنعت بانکداری، برخورد با تخلفات بانک‌ها و مؤسسات اعتباری و مدیران متهم به تخلف، امری بسیار ضروری است. نمی‌توان بانک‌ها و مؤسسات اعتباری را بدون نظارت قانونی، رها کرد و در برابر اقدامات منفی آنها، بی‌تفاوت بود. بر همین اساس، کسی منکر ضرورت رسیدگی انتظامی به تخلفات بانک‌ها و مدیران آن نیست. نظارت سازمان‌یافته و برخورد انتظامی در صورت رسیدگی دقیق و قانونی، قطعاً نظم‌بخشی امور بانکی و امور بین‌بانکی کشور را در پی خواهد داشت. اما در این زمینه باید به این نکته اساسی، توجه داشت که «هیأت انتظامی» در هیچ کشوری نمی‌تواند جایگزین مراجع قضایی باشد. برخورد با تخلفات بانکی، آداب و اصول خاص خود را دارد و در این مهم نباید صلاحیت‌های ذاتی قوه قضائیه و مراجع قضایی برای رسیدگی به جرائم مالی، نادیده گرفته شود. به بیان دیگر، نمی‌توان همه اشخاص حقیقی یا حقوقی که به نحوی با سیستم بانکی کشور، سروکار دارند را مشمول صلاحیت هیأت انتظامی قرار داد. با توجه به این موضوع از نظر مبانی حقوقی در ماده ۲۲ قانون بانک مرکزی، نوعی افراط غیرقابل توجیه در قانونگذاری و بسط صلاحیت هیأت انتظامی، موج می‌زند. در این قانون، بین تخلف انتظامی و اعمال مجرمانه، تفکیک روشن و شفافیت انجام نشده است و این پرسش را مطرح می‌کند که آیا در اقدامات مالی مجرمانه «اشخاص تحت نظارت»، رسیدگی مراجع قضایی، اولویت دارد یا رسیدگی هیأت انتظامی بانک مرکزی؟

بر این اساس، تصور می‌کنم برای تشکیل هیأت انتظامی بانک مرکزی، نیازی به تبدیل بانک مرکزی به یک تشکیلات شبه‌دادگستری نیست؛ ضمن آنکه برخلاف مقررات قانون پولی و بانکی کشور، حذف عضویت نماینده بانک‌های خصوصی در هیأت انتظامی بانک مرکزی، توجیه منطقی ندارد. افزون بر آن، با توجه به اینکه در ساختار جدید قانون، هیأت انتظامی بانک مرکزی کاملاً وابسته و تحت مدیریت بانک مرکزی است، لذا ضروری بود که ترکیب اعضای صاحب رأی این نهاد، مستقل از بانک مرکزی باشد تا بتوانند آزادانه و مستقل رأی دهند و بانک مرکزی، هم دادستان و هم شاک و هم محکمه نباشد. بدین جهت، ایراد از قانون بانک مرکزی است. نقض اساسی ماده ۲۲ قانون بانک مرکزی، همین مطلب است. نقض قانون را هم باید با اصلاح قانون بانک مرکزی، برطرف کرد اما نقض کارشناسی قانون، مجوز عدم اجرای آن نیست. در هر صورت، مهار تورم و کمک به حفظ و ارتقای ارزش پول ملی، از جمله مهمترین وظایف قانونی بانک مرکزی است. بنابراین درگیر کردن بانک مرکزی در رسیدگی به تخلفات ریز و درشت همه افراد داخل و خارج از شبکه بانکی با این وسعت و تبدیل بانک مرکزی به یک شبه‌دادگستری، بانک مرکزی را عملاً از اهداف و رسالت قانونی‌اش، دور خواهد ساخت.



هوش مصنوعی، یار شاطر است یا بار خاطر؟

کاربردهای مرورگر هوش مصنوعی

اجازه دادن به هوش مصنوعی برای وبگردی تا زمانی که مشکلی پیش نیاید، عالی به نظر می‌رسد، اما در صورت بروز مشکل، قطعاً ما را درگیر خواهد کرد. به گزارش «فوربس»، مرورگرهای مبتنی بر هوش مصنوعی، نسل جدیدی از مرورگرهای وب هستند که براساس هوش مصنوعی عامل‌محور ساخته شده‌اند و قادر به دیدن صفحه نمایش ما و به دست گرفتن کنترل برای انجام وظایف از طرف ما هستند، اما یک علامت سؤال بزرگ درباره ایمنی آنها وجود دارد؛ اگر مرورگرها می‌توانند وب‌سایت‌ها را باز کنند، جزئیات را ببوش دهند، ایمیل‌ها را بخوانند و حتی خرید کنند، چگونه می‌توانیم مطمئن باشیم که آنها همیشه به نفع ما کار می‌کنند؟ حتی اگر مسئله توهم هوش مصنوعی را کنار بگذاریم، این واقعیت که هوش مصنوعی اغلب چیزهایی را از خودش درمی‌آورد یا به شیوه‌هایی عمل می‌کند که ما حتی نمی‌توانیم آنها را درک کنیم، نشان می‌دهد احتمال این خطر وجود دارد که افراد مخرب بتوانند بر رفتار هوش مصنوعی تأثیر بگذارند و آن را متقاعد کنند که به ما آسیب برساند. با این حال، این فناوری بسیار جدید است و هیچ‌کس دقیقاً نمی‌داند خطرات آن می‌تواند تا چه اندازه باشد، اما کارشناسان، احتیاط‌ناشید را توصیه می‌کنند. سوال اینجاست که مرورگرهای مبتنی بر هوش مصنوعی تا چه اندازه امن هستند و اگر قرار است از آنها استفاده کنیم، چه اقداماتی می‌توانیم انجام دهیم که تا حد امکان از خود محافظت کنیم؟

برخلاف مرورگرهای سنتی که عمدتاً بر رندر صفحات و ارائه دستی مسیر تمرکز دارند، مرورگرهای هوش مصنوعی، ویژگی‌هایی را مانند جست‌وجوی زبان طبیعی، خلاصه‌سازی در لحظه، توصیه‌های محتوای شخصی‌سازی‌شده و گردش‌های کاری خودکار در خود جای داده‌اند. این عملکردها توسط مدل‌های هوش مصنوعی مولد پشتیبانی می‌شوند که به تحلیل قصد کاربر می‌پردازند، نیازها را پیش‌بینی می‌کنند و اقدامات پیشگیرانه انجام می‌دهند. مرورگرهای هوش مصنوعی از پیشرفت‌های هوش مصنوعی برای کمک به کاربران در انجام وظایف پیچیده مستقیماً در محیط مرورگر استفاده می‌کنند. آنها می‌توانند حقایق کلیدی را از مقالات استخراج کنند، خلاصه‌های مختصری تولید کنند، فرها را بر کنند، در معاملات همراه با گفت‌وگو شرکت داشته باشند و حتی وظایف پیچیده چندمرحله‌ای را به صورت خودکار انجام دهند. از محبوب‌ترین و نوآورانه‌ترین مرورگرهای هوش مصنوعی می‌توان به «چت‌جی‌بی تی اطلس»، «پرپلکسیتی کامت» «لورا آریا»، «مایکروسافت اج کوپایلث»، «پریو لنو»، «سکستون»، «دیبا»، «سگسگما»، «فلو» و «تاک‌داک‌گو» اشاره کرد. از جمله کاربردهای مرورگر هوش مصنوعی، گردش‌های کاری تحقیق و دانش مبتنی بر هوش مصنوعی است. این مرورگرها با خلاصه‌سازی خودکار اسناد طولانی، استخراج استفاده‌ها و پیشنهاد منابع مرتبط، فرآیند جمع‌آوری، درک و ارجاع متقابل حجم زیادی از اطلاعات را ساده می‌کنند. کاربران می‌توانند به جای جمع‌آوری و پیمایش دستی داده‌ها، بسر تجزیه و تحلیل و ترکیب تمرکز کنند. مرورگرهای مبتنی بر هوش مصنوعی همچنین می‌توانند زمان صرف‌شده برای کارهای تکراری وب مانند پسر کردن فرم‌ها، مدیریت ثبت‌نام‌های آنلاین یا تعامل با پرتال‌های مبتنی بر وب را به میزان قابل توجهی کاهش دهند. این مرورگرها با استفاده از یادگیری ماشینی برای تشخیص فرم‌های رایج و پر کردن خودکار آنها براساس ورودی‌های قبلی کاربر یا پروفایل‌های ذخیره شده، میزان خطا را کاهش می‌دهند و گردش کار را ساده می‌کنند. بدین ترتیب، مرورگرها با خلاصه‌سازی خودکار اسناد طولانی، استخراج اسنادها و پیشنهاد منابع مرتبط، فرآیند جمع‌آوری، درک و ارجاع متقابل حجم زیادی از اطلاعات را ساده می‌کنند.

از طرفی، مرورگرهای هوش مصنوعی می‌توانند اطلاعات را براساس علایق کاربر جمع‌آوری و شخصی‌سازی کنند و آنها را در داشبوردهایی که به صورت پویا به‌روزسانی می‌شوند، سازماندهی کنند. این داشبوردها با یادگیری رفتار و ترجیحات کاربر، اخبار، هشدارها، رویدادهای تقویم و اسناد مرتبط را بدون نیاز به بازدید از چندین وب‌سایت ارائه می‌دهند. مرورگر محتوا را گردآوری می‌کند، نویز را فیلتر می‌کند و اطلاعات عملی را برجسته می‌کند. هم‌زمان، مرورگرهای هوش مصنوعی به طور فزاینده‌ای از هدایت صوتی پشتیبانی می‌کنند و به کاربران امکان می‌دهند که بدون دخالت دست با محتوای وب، تعامل داشته باشند. کارهای پیچیده، از جست‌وجوی صوتی گرفته تا دیکته کردن ایمیل‌ها یا پیمایش بین تب‌ها می‌توانند به طور دقیق از طریق دستورات زبان طبیعی انجام شوند. این امر، دسترسی را برای کاربران مبتلا به اختلالات حرکتی یا افرادی که درودی صوتی را به روش‌های سنتی ترجیح می‌دهند، امکان‌پذیر می‌کند. حال به سوال ابتدای گزارش بپردازیم: مرورگرهای هوش مصنوعی تا چه اندازه قابل اعتماد هستند؟

یکی از خطرات مطرح‌شده توسط کسانی که نگرانی‌های ایمنی را پیروان وب‌گردی با مرورگرهای هوش مصنوعی برجسته می‌کنند، تزریق سریع است. تزریق سریع، زمانی رخ می‌دهد که شخصی با نیت بد، دستورالعمل‌هایی را در یک وب‌سایت یا کد آن پنهان می‌کند. از آنجا که مرورگرها با خواندن و درک وب‌سایت‌ها کار می‌کنند، در برخی شرایط می‌توان آنها را فریب داد تا تا از دستورالعمل‌های پیروی کنند. این کار می‌تواند شامل ارسال اطلاعات به یک وب‌سایت مخرب، افشای اطلاعات شخصی که می‌تواند به آن دسترسی پیدا کند یا دانلود و نصب بدافزار باشد. پژوهش توسعه‌دهندگان مرورگر «پریو» (Brave) که بر حریم خصوصی تمرکز دارد، نشان می‌دهد دستورالعمل‌های مخرب می‌توانند در تصاویر پنهان شوند و مرورگرها می‌توانند آنها را به عنوان دستوراتی برای انجام دادن تفسیر کنند. مرورگرها همچنین برای اینکه بتوانند از طرف شما کار کنند، اغلب باید هویت شما را به خود بگیرند. این به معنای داشتن قابلیت احراز هویت شما برای دسترسی به خدمات یا انجام خرید است. بخش زیادی از زندگی ما اکنون به صورت آنلاین انجام می‌شود؛ برای مثال، بانکداری، خرید و تعامل با خدمات دولتی در حال حاضر به صورت آنلاین انجام می‌شوند و کمتر کار وجود دارد که به صورت دیجیتال یا قابل انجام شدن نباشند. هر مدل، پلتفرم یا وب‌سایت جدیدی که به آن اجازه دسترسی به داده‌هایمان را می‌دهیم، برای ما راحتی به ارمغان می‌آورد اما اگر مشکلی پیش بیاید، ششاع انفجار را نیز افزایش می‌دهد. در اینجا برای بروز مشکل حتی به یک عامل مخرب هم نیازی نیست. یک عامل با بیکربندی نادرستی یا بسیاری از شکل‌های دیگر خطای انسانی، برای ایجاد خسارت کافی هستند. همچنین علاوه بر خطای انسانی باید نگران ماشین‌یابی نیز بود که یکی از آنها، توهمات بدنام هوش مصنوعی است. هر کسی که از چت‌جی‌بی‌تی یا برنامه‌های مشابه استفاده کرده باشد، می‌داند که بیان همراه با اعتمادبه‌نفس حقایق و ادعاهایی که پایه و اساس کمی در واقعیت دارند یا اصلاً ندارند، اصلاً غیرممکن نیست. انسان‌ها هم کامل نیستند و هوش مصنوعی معمولاً وقتی ما متوجه توهم‌هایش می‌شویم، با کمال میل اشتباهاتش را می‌پذیرد و خودش را اصلاح می‌کند، اما تا وقتی مطمئن نشویم هوش مصنوعی هنگام تصمیم‌گیری درباره اینکه داده‌های ما را در اختیار چه کسی بگذارد یا پول ما را کجا خرج کند، با همان اعتمادبه‌نفس ناجا عمل نخواهد کرد، بهتر است به آن فرصت اشتباه کردن ندهیم. مرورگرها بسیار جدید هستند و می‌توان گفت که خطرات و فرصت‌های آنها هنوز به طور کامل درک نشده‌است تا زمانی که ممیزی‌های امنیتی بیرونی و جامع در دسترس نباشند، بهتر است جنب احتیاط را رعایت کنیم. همچنین باید گفت که هنوز نباید انتظار معجزه داشته باشید و این فناوری هنوز آزمایشی است. خیلی جالب است که به یک عامل هوش مصنوعی بگویید چه کاری انجام دهد و سپس شاهد باشید که در اینترنت می‌چرخد، اطلاعات جمع‌آوری می‌کند و با سرویس‌های آنلاین تعامل دارد، اما در حال حاضر احتمالاً متوجه خواهید شد که با کار دستی به ویژه در کارهای پیچیده‌تر، نتایج بهتر و دقیق‌تری را به دست می‌آورید. فقط یک دلیل برای روشن کردن یکی از این مرورگرهای عامل‌محور جدید امروزی وجود دارد و آن دلیل، این است که نگاهی اجمالی به آینده داشته باشیم تا زمانی که اقدامات احتیاطی لازم را انجام دهید، این یک روش امن و جذاب است.

فرصت امروز: شرکت‌های دولتی، به ویژه شرکت‌هایی با ماهیت توسعه‌ای، همواره از نهادهای پیشرو در انجام سرمایه‌گذاری‌های تولیدی بوده‌اند. با این حال، این شرکت‌ها از ابتدای دهه ۱۳۹۰ در تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌های خود با چالش‌های جدی مواجه شده‌اند. از منظر مرکز پژوهش‌های مجلس، محدودیت‌های ناشی از کسری بودجه دولت، مهم‌ترین مانع افزایش سرمایه این شرکت‌ها در محل آورده نقدی دولت بوده است. همچنین استفاده از منابع داخلی به منظور تأمین مالی نیز برای شرکت‌های دولتی با چالش‌های بسیار جدی ناشی از تخلیه قابل توجه سود شرکت توسط دولت (الزام به پرداخت سود ماهیانه، تقسیم حداقل ۵۰ درصد از سود، پرداخت مالیات بر سود ناخالص) و برداشت‌های گاه و بیگاه خزانه‌داری از حساب آنها مواجه است. در حوزه استفاده از منابع بانکی، انجماد مطالبات بانک‌ها از شرکت‌ها و تمرکز حساب‌های شرکت‌های دولتی در بانک مرکزی، موجب شده تا بانک‌ها تمایلی به همکاری با این شرکت‌ها نداشته باشند.

به نظر می‌رسد سیاست‌گذاری‌های سال‌های گذشته باعث شده که ریسک اعطای تسهیلات به شرکت‌های دولتی، افزایش و منافع همکاری با آنها برای شبکه بانکی، کاهش یابد. محدودیت‌های ناشی از کسری بودجه، منتهم ردیف اول افت سرمایه‌گذاری در شرکت‌های دولتی است؛ چراکه دست دولت را در افزایش سرمایه شرکت‌های زیرمجموعه خود بسته نگه می‌دارد. چالش در استفاده از منابع داخلی شرکت‌ها، برداشت خزانه‌داری کل کشور از حساب شرکت‌های دولتی و عدم تعادل بانک‌ها به همکاری با شرکت‌های دولتی از دیگر علت‌های وضع ناخوشایند مالی شرکت‌های دولتی است. مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به «چالش‌های تأمین مالی شرکت‌های دولتی، ریشه‌ها و راهکارها» پرداخته و اصلاح ماده ۱۲۵ قانون محاسبات عمومی کشور، اصلاح سازوکار تقسیم سود سهام در شرکت‌های دولتی و تدوین احکام لازم برای افزایش سرمایه را برای عبور بنگاه‌های دولتی از چالش‌های تأمین مالی، پیشنهاد داده است.

مناب شرکت‌های دولتی در اقتصاد ایران

بررسی وضعیت تأمین مالی شرکت‌های دولتی، بازخوانی یکی از گلوگاه‌های مزمن اقتصاد ایران است که اثرات آن نه‌تنها در عملکرد این شرکت‌ها، بلکه در روند سرمایه‌گذاری، رشد اقتصادی و حتی پایاداری تولید ناخالص داخلی مشاهده می‌شود. شرکت‌های دولتی، نقش محوری در تحقق‌گیری سرمایه ثابت ناخالص کشور داشته‌اند؛ در بسیاری از حوزه‌های کلیدی، از نفت و گاز گرفته تا صنایع مادر و زیرساخت‌های حیاتی، عملاً بازوی اجرایی دولت برای پیشبرد توسعه اقتصادی محسوب شده‌اند. این نقش تاریخی، ریشه در ساختار اقتصاد متکی بر منابع طبیعی و همچنین فرآیند دولتی شدن گسترده بنگاه‌ها پس از انقلاب اسلامی دارد. با این حال، از ابتدای دهه ۱۳۹۰، این تصویر به‌تدریج دستخوش تغییر شد و تشدید تحریم‌های خارجی، دسترسی شرکت‌های دولتی به منابع مالی و فناوری بین‌المللی را محدود کرد. به موازات فشارهای بیرونی، مجموعه‌ای از تصمیمات و سیاست‌گذاری‌های داخلی نیز عملاً توان تأمین مالی شرکت‌های دولتی را تحلیل برده است. قوی‌بینی که با هدف مدیریت کسری بودجه و افزایش انضباط مالی وضع شده‌اند، عملاً منابع نقدی شرکت‌ها را محدود و امکان برنامه‌ریزی بلندمدت برای سرمایه‌گذاری را تضعیف کرده‌اند. بدین ترتیب، شرکت‌هایی که زمانی نیروی پیشران اقتصاد

بودند، امروز خود با تنگنای منابع مواجهند و حتی از پس خرج‌های روزمره برنمی‌آیند.

با این حال، بخش قابل‌توجهی از دارایی‌ها و فعالیت‌های تولیدی در

اقتصاد ایران همچنان در اختیار شرکت‌های دولتی است. حوزه‌هایی مانند توسعه میدان‌ نفت و گاز، صنایع دفاعی و برخی فناوری‌های پریسک یا اساساً امکان واگذاری به بخش خصوصی را ندارند یا جذابیتی برای سرمایه‌گذاران غیردولتی ایجاد نمی‌کنند. در چنین شرایطی، افت توان سرمایه‌گذاری شرکت‌های دولتی به معنای تعویق توسعه، کاهش ظرفیت تولید و در نهایت تضعیف رشد اقتصادی کشور است. اگر این شرکت‌ها نتوانند منابع مالی لازم را تأمین کنند، جایگزین موثری نیز برای ایفای نقش آنها وجود نخواهد داشت. از طرفی، تأمین مالی شرکت‌های دولتی صرفاً یک موضوع بنگاهی نیست و مستقیماً با حکمرانی اقتصادی و کیفیت سیاست‌گذاری مالی در ارتباط است. بانک‌ها از شرکت‌ها و تمرکز حساب‌های شرکت‌های دولتی در بانک مرکزی، موجب شده تا بانک‌ها تمایلی به همکاری با این شرکت‌ها نداشته باشند.

به نظر می‌رسد سیاست‌گذاری‌های سال‌های گذشته باعث شده که

ریسک اعطای تسهیلات به شرکت‌های دولتی، افزایش و منافع همکاری با آنها برای شبکه بانکی، کاهش یابد. محدودیت‌های ناشی از کسری بودجه، منتهم ردیف اول افت سرمایه‌گذاری در شرکت‌های دولتی است؛

چراکه دست دولت را در افزایش سرمایه شرکت‌های زیرمجموعه خود

بسته نگه می‌دارد. چالش در استفاده از منابع داخلی شرکت‌ها، برداشت خزانه‌داری کل کشور از حساب شرکت‌های دولتی و عدم تعادل بانک‌ها به همکاری با شرکت‌های دولتی از دیگر علت‌های وضع ناخوشایند مالی شرکت‌های دولتی است. مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به «چالش‌های تأمین مالی شرکت‌های دولتی، ریشه‌ها و راهکارها» پرداخته و اصلاح ماده ۱۲۵ قانون محاسبات عمومی کشور، اصلاح سازوکار تقسیم سود سهام در شرکت‌های دولتی و تدوین احکام لازم برای افزایش سرمایه را برای عبور بنگاه‌های دولتی از چالش‌های تأمین مالی، پیشنهاد داده است.

مساب شرکت‌های دولتی در اقتصاد ایران

بررسی وضعیت تأمین مالی شرکت‌های دولتی، بازخوانی یکی از گلوگاه‌های مزمن اقتصاد ایران است که اثرات آن نه‌تنها در عملکرد این شرکت‌ها، بلکه در روند سرمایه‌گذاری، رشد اقتصادی و حتی پایاداری تولید ناخالص داخلی مشاهده می‌شود. شرکت‌های دولتی، نقش محوری در تحقق‌گیری سرمایه ثابت ناخالص کشور داشته‌اند؛ در بسیاری از حوزه‌های کلیدی، از نفت و گاز گرفته تا صنایع مادر و زیرساخت‌های حیاتی، عملاً بازوی اجرایی دولت برای پیشبرد توسعه اقتصادی محسوب شده‌اند. این نقش تاریخی، ریشه در ساختار اقتصاد متکی بر منابع طبیعی و همچنین فرآیند دولتی شدن گسترده بنگاه‌ها پس از انقلاب اسلامی دارد. با این حال، از ابتدای دهه ۱۳۹۰، این

تصویر به‌تدریج دستخوش تغییر شد و تشدید تحریم‌های خارجی، دسترسی شرکت‌های دولتی به منابع مالی و فناوری بین‌المللی را محدود کرد. به موازات فشارهای بیرونی، مجموعه‌ای از تصمیمات و سیاست‌گذاری‌های داخلی نیز عملاً توان تأمین مالی شرکت‌های دولتی را تحلیل برده است. قوی‌بینی که با هدف مدیریت کسری بودجه و افزایش انضباط مالی وضع شده‌اند، عملاً منابع نقدی شرکت‌ها را محدود و امکان برنامه‌ریزی بلندمدت برای سرمایه‌گذاری را تضعیف کرده‌اند. بدین ترتیب، شرکت‌هایی که زمانی نیروی پیشران اقتصاد

بودند، امروز خود با تنگنای منابع مواجهند و حتی از پس خرج‌های روزمره برنمی‌آیند.

با این حال، بخش قابل‌توجهی از دارایی‌ها و فعالیت‌های تولیدی در

اقتصاد ایران همچنان در اختیار شرکت‌های دولتی است. حوزه‌هایی

مانند توسعه میدان‌ نفت و گاز، صنایع دفاعی و برخی فناوری‌های

پریسک یا اساساً امکان واگذاری به بخش خصوصی را ندارند یا جذابیتی برای سرمایه‌گذاران غیردولتی ایجاد نمی‌کنند. در چنین شرایطی، افت توان سرمایه‌گذاری شرکت‌های دولتی به معنای تعویق توسعه، کاهش ظرفیت تولید و در نهایت تضعیف رشد اقتصادی کشور است. اگر این شرکت‌ها نتوانند منابع مالی لازم را تأمین کنند، جایگزین موثری نیز برای ایفای نقش آنها وجود نخواهد داشت. از طرفی، تأمین مالی شرکت‌های دولتی صرفاً یک موضوع بنگاهی نیست و مستقیماً با حکمرانی اقتصادی و کیفیت سیاست‌گذاری مالی در ارتباط است. بانک‌ها از شرکت‌ها و تمرکز حساب‌های شرکت‌های دولتی در بانک مرکزی، موجب شده تا بانک‌ها تمایلی به همکاری با این شرکت‌ها نداشته باشند.

به نظر می‌رسد سیاست‌گذاری‌های سال‌های گذشته باعث شده که ریسک اعطای تسهیلات به شرکت‌های دولتی، افزایش و منافع همکاری با آنها برای شبکه بانکی، کاهش یابد. محدودیت‌های ناشی از کسری بودجه، منتهم ردیف اول افت سرمایه‌گذاری در شرکت‌های دولتی است؛ چراکه دست دولت را در افزایش سرمایه شرکت‌های زیرمجموعه خود بسته نگه می‌دارد. چالش در استفاده از منابع داخلی شرکت‌ها، برداشت خزانه‌داری کل کشور از حساب شرکت‌های دولتی و عدم تعادل بانک‌ها به همکاری با شرکت‌های دولتی از دیگر علت‌های وضع ناخوشایند مالی شرکت‌های دولتی است. مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به «چالش‌های تأمین مالی شرکت‌های دولتی، ریشه‌ها و راهکارها» پرداخته و اصلاح ماده ۱۲۵ قانون محاسبات عمومی کشور، اصلاح سازوکار تقسیم سود سهام در شرکت‌های دولتی و تدوین احکام لازم برای افزایش سرمایه را برای عبور بنگاه‌های دولتی از چالش‌های تأمین مالی، پیشنهاد داده است.

بررسی وضعیت تأمین مالی شرکت‌های دولتی، بازخوانی یکی از گلوگاه‌های مزمن اقتصاد ایران است که اثرات آن نه‌تنها در عملکرد این شرکت‌ها، بلکه در روند سرمایه‌گذاری، رشد اقتصادی و حتی پایاداری تولید ناخالص داخلی مشاهده می‌شود. شرکت‌های دولتی، نقش محوری در تحقق‌گیری سرمایه ثابت ناخالص کشور داشته‌اند؛ در بسیاری از حوزه‌های کلیدی، از نفت و گاز گرفته تا صنایع مادر و زیرساخت‌های حیاتی، عملاً بازوی اجرایی دولت برای پیشبرد توسعه اقتصادی محسوب شده‌اند. این نقش تاریخی، ریشه در ساختار اقتصاد متکی بر منابع طبیعی و همچنین فرآیند دولتی شدن گسترده بنگاه‌ها پس از انقلاب اسلامی دارد. با این حال، این تصویر به‌تدریج دستخوش تغییر شد و تشدید تحریم‌های خارجی، دسترسی شرکت‌های دولتی به منابع مالی و فناوری بین‌المللی را محدود کرد. به موازات فشارهای بیرونی، مجموعه‌ای از تصمیمات و سیاست‌گذاری‌های داخلی نیز عملاً توان تأمین مالی شرکت‌های دولتی را تحلیل برده است. قوی‌بینی که با هدف مدیریت کسری بودجه و افزایش انضباط مالی وضع شده‌اند، عملاً منابع نقدی شرکت‌ها را محدود و امکان برنامه‌ریزی بلندمدت برای سرمایه‌گذاری را تضعیف کرده‌اند. بدین ترتیب، شرکت‌هایی که زمانی نیروی پیشران اقتصاد

بودند، امروز خود با تنگنای منابع مواجهند و حتی از پس خرج‌های روزمره برنمی‌آیند.

با این حال، بخش قابل‌توجهی از دارایی‌ها و فعالیت‌های تولیدی در

اقتصاد ایران همچنان در اختیار شرکت‌های دولتی است. حوزه‌هایی

مانند توسعه میدان‌ نفت و گاز، صنایع دفاعی و برخی فناوری‌های

پریسک یا اساساً امکان واگذاری به بخش خصوصی را ندارند یا جذابیتی برای سرمایه‌گذاران غیردولتی ایجاد نمی‌کنند. در چنین شرایطی، افت توان سرمایه‌گذاری شرکت‌های دولتی به معنای تعویق توسعه، کاهش ظرفیت تولید و در نهایت تضعیف رشد اقتصادی کشور است. اگر این شرکت‌ها نتوانند منابع مالی لازم را تأمین کنند، جایگزین موثری نیز برای ایفای نقش آنها وجود نخواهد داشت. از طرفی، تأمین مالی شرکت‌های دولتی صرفاً یک موضوع بنگاهی نیست و مستقیماً با حکمرانی اقتصادی و کیفیت سیاست‌گذاری مالی در ارتباط است. بانک‌ها از شرکت‌ها و تمرکز حساب‌های شرکت‌های دولتی در بانک مرکزی، موجب شده تا بانک‌ها تمایلی به همکاری با این شرکت‌ها نداشته باشند.

چالش‌های تأمین مالی شرکت‌های دولتی در گزارش مرکز پژوهش‌ها آسیب‌شناسی شد

نسخه دولتی تأمین مالی



است شرکت‌های دولتی به مشتریان پریسک برای بانک‌ها تبدیل شوند و جذابیت‌شان برای بانک‌ها کاهش یابد. نتیجه این روند، افت شدید تأمین مالی بانکی برای طرح‌های توسعه‌ای است. در نهایت، محدودیت‌های تأمین مالی از بازار سرمایه و عدم بازگشت منابع حاصل از واگذاری‌ها به شرکت‌های مادر تخصصی، از علل دیگری است که در این گزارش مطرح شده است. مجموع این چالش‌ها نشان می‌دهد که تنگنای مالی شرکت‌های دولتی، حاصل یک عامل منفرد نیست، بلکه نتیجه همزمان فشارهای خارجی، کسری بودجه دولت و مجموعه‌ای از سیاست‌گذاری‌های داخلی است که در عمل ظرفیت تأمین مالی این شرکت‌ها را محدود کرده است.

امکان خلع ید دولت از شرکت‌هایش؟

این گزارش بر اصلاح جدی قوانین و رویه‌های مالی موجود برای تداوم نقش توسعه‌ای شرکت‌های دولتی تأکید می‌کند. سیاست‌گذاری اقتصادی سال‌های اخیر، بیش از حد بر تأمین کسری بودجه دولت متمرکز شده و منابع و کارکرد سرمایه‌گذاری شرکت‌های دولتی را تضعیف کرده است. مرکز پژوهش‌ها در مواجهه با این وضعیت، چند پیشنهاد ارائه داده است؛ اولین پیشنهاد، اصلاح ماده ۱۲۵ قانون محاسبات عمومی کشور است. این ماده به خزانه‌داری کشور اجازه می‌دهد برای رفع نیازهای موقت خود از موجودی حساب شرکت‌های دولتی استفاده کند. استفاده گسترده و بعضاً طولانی‌مدت از این اختیار در سال‌های اخیر، جریان نقدی شرکت‌های دولتی را مختل کرده است. بنابراین پیشنهاد می‌شود که نام شرکت‌های دولتی از شمول این ماده حذف شود تا منابع آنها صرفاً در خدمت فعالیت و سرمایه‌گذاری خود شرکت‌ها قرار گیرد. از سوی دیگر، سازوکار تقسیم سود شرکت‌های دولتی هم باید اصلاح شود. الزام قانونی به تقسیم حداقل ۵۰درصد سود و پرداخت سود و مالیات به‌صورت علی‌الحساب ماهانه، بخش عمده‌ای از منابع داخلی شرکت‌ها را از دسترس خارج می‌کند. بهتر است تصمیم‌گیری درباره میزان تقسیم سود، در چارچوبی مشخص به مجامع عمومی شرکت‌های دولتی واگذار شود تا این تصمیم متناسب با برنامه‌های توسعه‌ای، بازدهی موردانتظار و نیازهای سرمایه‌گذاری هر شرکت اتخاذ شود.

توصیه دیگر این گزارش، انتقال حساب شرکت‌های دولتی از بانک مرکزی به بانک‌های تجاری دولتی است. تمرکز حساب‌ها در بانک مرکزی، اگرچه به مدیریت نقدینگی دولت کمک کرده، اما شرکت‌های دولتی را از بسیاری خدمات و تسهیلات بانکی محروم ساخته و انگیزه بانک‌ها برای همکاری با این شرکت‌ها را کاهش داده است. بهتر است حساب‌های شرکت‌های دولتی در یک بانک تجاری دولتی مانند بانک ملی متمرکز شود تا هم انضباط مالی حفظ شود و هم دسترسی به تسهیلات و خدمات بانکی تسهیل شود. پیشنهاد دیگر، تخصیص سهم شرکت‌های مادر تخصصی از منابع حاصل از واگذاری شرکت‌های تابعه است. با وجود تصریح قانونی مبنی بر بازگشت بخش عمده این منابع به سازمان‌های توسعه‌ای، عملاً چنین اتفاقی رخ نداده است. بهتر است دولت به اجرای این حکم پایبند باشد یا دست‌کم از سازوکارهایی مانند تهاتر این مطالبات با مالیات و سود سهام دولت استفاده کند تا توان سرمایه‌گذاری شرکت‌های مادر تخصصی احیا شود. برآیند این پیشنهاده‌ها بر ضرورت تغییر نگاه از مدیریت کوتاه‌مدت کسری بودجه به تقویت توسعه و سرمایه‌گذاری بلندمدت، استوار است که البته بدون اصلاح قوانین و رویه‌های مالی فعلی، امکان‌پذیر نخواهد بود.

سهمیه بنزین خودروهای خارجی با موتور بالای ۱۳۰۰سی‌سی حذف شد

سکته شدید قیمت‌ها در بازار خودرو

اینترنتی از طریق پرداخت مابه‌التفاوت نرخ‌ها و براساس میزان پیمایش اعلام‌شده، به شکل پاره‌انای محاسبه می‌شود که این پرداخت از سوی وزارت کشور و سازمان هدفمندی یارانه‌ها انجام و در نهایت در اختیار رانندگان قرار می‌گیرد. مابه‌التفاوت سهمیه سوخت رانندگان فعال در این پلتفرم‌ها به‌صورت دوره‌ای محاسبه و از طریق پرداخت نقدی به حساب آنها واریز خواهد شد.

گفتنی است براساس مصوبه بنزینی دولت، سهمیه اول بنزین خودروهای شخصی به میزان ۶۰ لیتر با نرخ هر لیتر هزار و ۵۰۰ تومان و سهمیه دوم به میزان ۱۰۰ لیتر با قیمت ۳ هزار تومان و همچنین سوخت‌گیری با کارت اضطراری جایگاه‌ها با نرخ ۵ هزار تومان تعیین شد. نرخ ۵ هزار تومانی بنزین، معادل ۱۰ درصد قیمت خرید بنزین از پالایشگاه‌هاست که در حال حاضر حدود ۵۰ هزار تومان برآورد می‌شود. به گفته دولت، این مینا به‌منظور یکپارچه‌سازی محاسبات، افزایش شفافیت مصرف و فراهم شدن امکان اجرای سیاست‌های مصوبه در چند گام پیش‌بینی شده است؛ در مرحله مقدماتی، سامانه‌ای برای اعلام تعداد خودروهای مشمول سهمیه طراحی و آزمایش می‌شود تا مالکان دارای بیش از یک خودرو، خودروی موردنظر برای دریافت سهمیه اول و دوم را انتخاب کنند. در مرحله نخست، حذف سهمیه خودروهای دارای پلاک دولتی، اعمال نرخ ۵هزار تومانی کارت جایگاه در سراسر کشور، حذف سهمیه خودروهای وارداتی و همچنین خودروهای دارای پلاک مناطق آزاد در دستور کار قرار می‌گیرد. مرحله دوم شامل حذف سهمیه خودروهای دوم و بیشتر، کاهش ۵۰ درصدی سهمیه دوم خودروهای دوگانه‌سوز و حذف سهمیه خودروهای سواری شخصی نوشماره داخلی خواهد بود. با این حال، سهمیه بنزین خودروهای سواری شخصی از نظر حجم و نرخ تغییر نمی‌کند و همچنان ۶۰ لیتر بنزین با نرخ هزار و ۵۰۰ تومان و ۱۰۰ لیتر با نرخ ۳ هزار تومان اختصاص می‌یابد. مصرف مازاد بر این سهمیه با استفاده از کارت اضطراری جایگاه‌ها نیز با نرخ ۵ هزار تومان محاسبه می‌شود.

اخبار

بسبب یعنی نیروی کار آمد کشور برای همه ی میدانها



لیلا پاشایی - فعال فرهنگی و رسانه ای: بعد از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی، بسبب یکی از متمرکزترین تشکل های مردم نهادهی که در دل سختی ها بارقه ی امیدی برای مستضعفان و نیازهای اقشار مردم به شمار می آمد، پایه ریزی شد. در دهه شصت که دهه جنگ و دفاع مقدس بود بسبب به عنوان نهادهی مردمی در نقش بازوی قدرتمند ملی، مانع بسیاری از پروژه های ناسامانی ها شد و به دفعات و در بزنگاه های حساسی زمانه، حلال و مرتفع کننده سربلند مشکلات بود. بسبب، در مواقع لزوم هر کجا مشکلی بود بدون هیچ تشریفات و بروکراسی دست و پاگیری به میدان می آمد تا اینکه با گذشت زمان به تدریج ساختاری قوام مند یافت و در قالبی مدون و منسجم، ماموریت و رویکرد خود را ندانم و استمرار بخشید. با این تکامل تشکیلاتی، هویت و کارکرد "بسبب" و "بسببی" متشکل شده و بسبب مانند خنک تسبیح و زنجیره ای از وحدت مردمی، عامل انسجام تمام کارهای جهادی - بویژه در اجرا - بود و هست، به نحوی که بسیجیان با روحیه ای ملی و مثالزدنی، حتی فراتر از امکانات دولتی، آنهم در مناطق مختلف روستایی، بویژه محروم و صعب العبور، به گواه ایام تاریخی، در دل رخدادهای رویدادها، بسببجویی وار و سرسراز از روحیه انقلابی، ایفای نقش کردند. خیلی ها به فرمایش مقام معظم رهبری عمو بسبب نبوده ولی در مواقع لزوم، همانندنی عضو دائمی و موظف با عرق ملی و مپهنی، بسببجویی وار عمل می کنند و به معنای واقعی کلمه "بسببجی" هستند؛ صدقاتی بارز این تفکر در هنگامه جنگ دوازده روزه ی اخیر و یا وقوع بلایای طبیعی مانند سیل، زلزله و آتش سوزی جنگل ها، ایپمدی و همه گیری کرونا، جهاد مدرسه سازی، مشارکت و حضور جدی و موثر مردمی که حتی عنوان بسببجی بودن را یدک رانمی کشیدند، به کرات ظهور و بروز عینی داشت. با اتکا به چنین ظرفیت عظیمی، هر ایرانی در هر جایگاهی بدون هیچ چشمداشتی گرهی از مشکلات مردم بکشاید "بسببجی واقعی" محسوب می شود. حضور پررنگ و جهادی بسببجی در میدان مبارزه رزمی، فرهنگی، اقتصادی، اعتقادی و... جز با اتصال معنوی توجیه پذیر نیست. اینار و از خودگذشتگی و نیز جلب رضایت الهی، دو بال پرواز در وادی و گستره ی وسیع بسببجی بوده و انگیزه بخش و نیروی متحرکی در مواجهه با موانع و مشکلات احتمالی است. باشد که با احیای مفهوم بسببجی و بازتعریف پیدایش آن برای نسل جدید، دست در دست هم با کشتگری بسبجی - البته با عاملیت قوا و مسئولین - وارد گود شده و معضلات و چالش های اقتصادی، فرهنگی و همهج های رسانه ای را که به فرموده مقام معظم رهبری از جمله میادین جهادی امروز محسوب می شوند، با رویتفیدی حل کرده؛ با الوصافت معیشتی و گروگان گریبان فرهنگ و تمدن کهن ایرانی - اسلامی را روسیاه کرده و ناکام بگذاریم و در فرآگرد این وظیفه ملی، میهن را امن و آباد و به مثابه سربازان موفق وطن، عزتمندانه برای اعتلای نام «ایران عزیز» همواره کوشا باشیم.

پایش مصرف گاز بیش از دو هزار مرکز دولتی و عمومی در چهارمحال و بختیاری



شهرکرد - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری از اجرای گسترده طرح پایش مصرف گاز در دستگاههای اجرایی و اماکن دولتی و عمومی استان خبر داد و گفت: از ابتدای آغاز این طرح تاکنون ۲۰۵۳ سازمان، اداره و مرکز عمومی مورد ارزیابی قرار گرفته اند. چنانچه بخش مسلییمان با اشاره به فرارسیدن فصل سرد سال و ضرورت مدیریت مصرف گاز طبیعی، اظهار داشت: این طرح از نیمه آبان ماه با هدف کنترل الگوی مصرف در تمامی ادارات، سازمان ها، مدارس، مساجد و حسینیه ها آغاز شده است. وی اجرای این طرح را در چارچوب بخش نامه وزارت نفت و دستورالعمل های شرکت ملی گاز ایران دانست و افزود: رعایت نمای استاندارد ۱۸ درجه در محیط های داخلی و فضاهای سروپوشیده یکی از محورهای کلیدی پایش هاست که طی بازدیدهای دوره ای به صورت ویژه مورد توجه قرار دارد. مسلییمان بیان کرد: در مواردی که عدم رعایت الزامات ایلانی مشاهده شده، اظهار نظر به مصرف و تنظیم دمای رفاه صادر شده است. به گونه ای که تاکنون ۳۸ مرکز دولتی و عمومی اخطار دریافت کرده و گاز ۴ اداره نیز به دلیل تاوادم تخلف، قطع شده است. مدیرعامل شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری از تمامی ادارات و سازمان ها و خواست با روشن کردن تجهیزات گرمایشی یک ساعت پیش از شروع کار، خاموش کردن آن ها یک ساعت پیش از پایان کار، عدم استفاده از وسایلی گرمایشی در روزهای تعطیل در ساختمان های فاقد سیستم حرارت مرکزی و نیز با انجام معاینه فنی، تعمیر دوره ای وسایلی گازسوز و نصب سامانه پایش هوشمند موتورخانه ها، در مسیر افزایش بازدهی تجهیزات و صرفه جویی پایدار در مصرف گاز گاز برانند.

قدردانی وزیر ورزش و جوانان از استاندار آذربایجان غربی



ارومیه - رضا عباسی: احمد دنیامالی وزیر ورزش و جوانان با اهدای لوح تقدیر از اهتمام رضا رحمانی استاندار آذربایجان غربی در برگزاری هفتمین دوره مسابقات ورزش های زورخانه ای و کشتی پهلوانی قهرمانی آسیا قدردانی کرد. در ابتدای متن قدردانی وزیر ورزش و جوانان از استاندار آذربایجان غربی اماند است. دیندوسلیه مراتب سپاس و قدردانی خویش را از اهتمام و حمایت های ارزشمند جنابهایی در برگزاری هفتمین دوره مسابقات ورزش های زورخانه ای و کشتی پهلوانی قهرمانی آسیا در سال ۱۴۰۴ سپاس میمیدانم. دنیامالی در ادامه افزود: این رویداد ملی با عنایات الهی و در سایه همراهی مؤثر و شایسته شما، در فضایی سرشار از شور، نشاط و امید با موفقیت و شکوه در دولت "وفاق ملی" برگزار گردید و جلوه ای از اهتمام و همدلی را در اجرای برنامه های ملی به نمایش گذاشت. وی در پایان خطاب به استاندار آذربایجان غربی بیان کرده است: از درگاه خداوند متعال، تداوم توفیقات جنابعالی را در خدمت به نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و سرفرازی و عزت روزافزون برای کشور عزیزمان مسئلت دارم.

مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران:

جانشین پروری و شایسته سالاری به موازات انجام مسئولیت، سرفصل کار مدیران شرکت است



اهواز - شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران گفت: جانشین پروری و شایسته سالاری به موازات انجام مسئولیت به عنوان سرفصل کار مدیران شرکت با جدیت دنبال می شود. مرضی فولادی در جلسه عملیاتی که با حضور معاونان مدیرعامل، مدیران و رؤسای عملیاتی و ستادی در ساختمان مرکزی شرکت در اهواز برگزار شد، افزود: باید از ظرفیت جوانان با استعداد، متبکر و با تجربه شاغل در شرکت در رده های شغلی مختلف مجموعه استفاده شود و هر مدیر با شناخت افراد مستعد و توانمند نسبت به پرورش نیروها برای اصدی مسئولیت های آتی سازمان برنامه ریزی نماید. وی با تأکید بر همدلی و هم افزایی مجموعه کارکنان در جهت پیشبرد اهداف و برنامه های شرکت و پاسخگویی به موقع به نیازهای صنعت نفت به ویژه در شتاب بخشی به اجرای پروژه های مرتبط با تولید، اظهار کرد: انتظار می رود مدیران با بررسی و معرفی نیروی های کم تجربه به مدیریت متبعل انسانی، فرصت را برای آموزش های تخصصی این همکاران فراهم تا در بخش های مورد نیاز از ظرفیت آنان استفاده به عمل آید. در ادامه این جلسه از سوی مدیران و رؤسای عملیاتی گزارش عملکرد دستگاه های حفاری ارائه و مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

مدیرعامل گاز گلستان:

از ظرفیت های دستگاه های مذکور برای فرهنگ سازی در ایام سرد سال بهره می گیریم

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: نشستی با حضور مهندس ابوالفضل نرسی، مدیرعامل شرکت گاز استان با حسن شعبانی، بخشدار بهاران و سرهنگ درویشی، جانشین فرماندهی سپاه ناحیه گرگان، عباس عنایت شهردار قرق وخلیل نژاد رئیس اداره برق بهاران به میزبانی شرکت گاز استان برگزار گردید. گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان گلستان، دراین نشست که با هدف هادیندیشی و تبیین سازوکارهای همکاری مشترک میان شرکت گاز، بخشدار، سپاه، شرکت برق و شهرداری در راستای تحقق اهداف این شرکت برای ترویج پویش ۱۰ درصدی و مدیریت بهینه مصرف انرژی، به ویژه در فصل سرد سال، انجام شد. حاضرین در مصاحبه های مفصلاست این نشست تبادل نظر کردند. در این جلسه، مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان ضمن خوش آمدگویی و قدردانی از ابراز محبت و حسن نظر مسئولین، بر اهمیت نقش نهادهای مردمی، اجتماعی و خدمات رسان در افزایش شفافیت و فرهنگ سازی مصرف بهینه تأکید کرد. وی در ادامه اظهار داشت: «ما با افتخار از تجربیات و ظرفیت های بالای سپاه، بخشدار، شهرداری و شرکت برق برای پیشبرد برنامه های فرهنگی و تبلیغاتی، به ویژه در ایام سرد سال، نهایت بهره را خواهیم برد». در این نشست، موضوعات مهمی شامل همراهی و نقش مؤثر شرکت گاز در برنامه پیاده روی همگانی مکرر استان، پیوستن سپاه و سایر ارگانها و ادارات به پویش ۱۰ درصدی مدیریت مصرف و هماهنگی جهت مشارکت فعال کارکنان آن در پویش های اطلاع رسانی شرکت گاز، و فرهنگ سازی محیطی و کمک به اجرای فعالیت های تبلیغاتی و ترویجی الگوی مصرف بهینه، ترغیب مردم و معرفی سامانه نبض انرژی برای نظارت و مشارکت فعال در مدیریت مصرف، افزایش سطح تعاملات فرهنگی و ملی و تقویت برنامه های مشترک با شرکت گاز در مناسبت های فرهنگی و ملی و همچنین پیگیری تحویل زمین مناسب برای احداث ساختمان اداره گاز قرق مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. در پایان این نشست، طرفین بر افزایش سطح تعاملات و اجرایی نمودن موضوعات مطرح شده تأکید کردند تا اهداف شرکت گاز در راستای پویش کاهش ۱۰ درصدی و ترویج مدیریت بهینه مصرف تا پایان فصل سرد سال به بهترین شکل محقق گردد.

پایش میدانی و تقویت همکاری ها برای حفظ تأسیسات گاز گمشیان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: به منظور تقویت امنیت و صیانت از تأسیسات حیاتی گازرسانی در جغرافیای شهرستان گمشیان، نشست مشترک با حضور نیروهای خدمت انتظامی (فراجا) و مسئولین اداره گاز این شهرستان برگزار شد.به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان گلستان، در این نشست که در اداره گاز گمشیان برگزار گردید، یاسر رستمی، رئیس اداره گمشیان، ضمن قدردانی ویژه از همکاری های مستمر نیروی انتظامی در حفظ و صیانت از تأسیسات گاز، گزارشی جامع از اقدامات شرکت گاز در زمینه نگهداری و ایمن سازی این تجهیزات ارائه نمود. در این دیدار تأکید شد که همکاری دو جانبه و مستمر پلیس و شرکت گاز، کلید اصلی تضمین سطح بالای ایمنی و صیانت از تجهیزات گازرسانی است. طرفین بر لزوم پایش های میدانی مشترک و همکاری بی شائبه جهت جلوگیری از هرگونه خلل در خدمات رسانی به مردم شریف شهرستان گمشیان و همچنین شهرستان های معین تأکید کردند. این تعامل سازنده، گامی مهم در جهت تضمین پایداری انرژی منطقه محسوب می شود.

کرج - باصلت عابد: علی خدایار، مدیرعامل شرکت خدماتی شهرک صنعتی اشتهارد، با سرعتی معاون فرماندار شهرستان اشتهارد دیدار و گفت وگو کرد. در این دیدار، مدیرعامل شرکت خدماتی با اشاره به اقدامات، برنامه ها و مصوبات اخیر هیئت مدیره و تیم اجرایی، گزارشی از روند ترمیم، تقویت و ارتقای سطح خدمات شهرک صنعتی اشتهارد ارائه داد و بر تلاش مجموعه شرکت برای افزایش رضایتمندی سهامداران و واحدهای مستقر در شهرک تأکید کرد. وی همچنین ضمن تشریح اقدامات انجام شده و در دست اجرا در حوزه های زیست محیطی، خواستار برگزاری جلسه کمیته پسماند شهرستان به منظور پیگیری موضوعات مرتبط با مدیریت پسماند عادی شهرک صنعتی اشتهارد شد. در ادامه این دیدار، سرعتی معاون فرماندار شهرستان اشتهارد ضمن استماع گزارش مدیرعامل شرکت خدماتی، با اشاره به مصوبات شورای حفظ حقوق بیت المال و تأکیدات فرماندار محترم شهرستان اشتهارد، بر ضرورت تقویت فعالیت های شرکت خدماتی و انسجام و همدلی هیئت مدیره و تیم اجرایی در



راستای بهبود خدمات رسانی و افزایش رضایتمندی سهامداران تأکید کرد. وی رعایت الزامات زیست محیطی را از اولویتهای جدی مدیریت شهرستان دانست و نظارت مستمر بر اجرای پروژه های مرتبط، به ویژه اصلاح تصفیه خانه

شهریار - ترگس اصلائی: به گزارش اداره روابط عمومی و امور بین الملل شورای اسلامی و شهرداری اندیشه: همزمان با هفته تکریم مقام زن و به مناسبت ولادت با سعادت حضرت فاطمه (زهرا(س))، مراسم تکریم مقام مادر با عنوان «جشن روشنایی مهر» با حضور شهروندان فهیم شهر اندیشه، خانواده معظم شهدا و اینار گران، هیئت رزمندگان، جامعه زنان ناحیه امام هادی (ع) و حوزه های یابغ، ورزشکاران، کارآفرینان، خانه حلال، اعضای شورای اسلامی شهر، روحانیت معظم و مادران گرانقدر شهر اندیشه در مجموعه فرهنگی و ورزشی اینار شهر جدید اندیشه برگزار شد.

در این مراسم، مرتضی بهرامی رئیس شورای اسلامی شهر اندیشه ضمن تبریک ولادت با سعادت حضرت فاطمه (زهرا(س)) و روز زن و مادر، بانوان را مظهر نجابت، صبر و اینار دانست و از نقش بی بدیل آنان در تعالی خانواده و جامعه قدردانی کرد.

وی با اشاره به عملکرد شورای اسلامی شهر در دوره ششم از سال ۱۴۰۰، اظهار داشت: اعضای شورا با همراهی شهردار محترم، مهندس بهروز کاولانی، تلاش کرده اند اقدامات مؤثری در راستای رفاه و رضایتمندی شهروندان، به ویژه بانوان، اجرایی شود.

رشت - زهرا رضازاده: مراسم تکریم از مقام آوران کشوری مسابقات جهش یاس در سالن اجتماعات جمعیت هلال احمر استان گیلان برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی کمیته اماد، سید مجتبی جلالی پور در این مراسم بر اهمیت گسترش تعامل میان کمیته اماد و هلال احمر تأکید کرد و گفت: بسبب خوشحالم که مشارکت کمیته اماد و هلال احمر بیشتر از گذشته تبلور پیدا کرده و این پیوند عاطفی محکم تر از قبل بین این دو مجموعه رقم خورده است.

مدیرکل کمیته اماد امام خمینی(ره) استان گیلان، افزایش مشارکت پذیری و مهارت آموزی در مواجهه با بحران را حلقه گمشده ای در کمیته اماد دانست و ادامه داد: اینک با مشارکت هلال احمر و اجرای طرح یاس این خلأ مرتفع شده است. وی، در ادامه با اشاره به اهمیت توانمندسازی جمعی در مقابله با بحران و حوادث احتمالی، افزود: بیش از ۸۰ هزار نفر از اعضای خانواده بزرگ کمیته اماد امام خمینی(ره) در سطح کشور، در قالب طرح یاس به مجموعه

گامی مؤثر در مسیر خودکفایی و بهینه کردن مصرف سوخت:

ساخت دو دستگاه ریکوپریتور توربین تاسیسات تقویت فشار گاز رشت با مهندسی معکوس



صفحه ای در توربین های تاسیسات تقویت فشار گاز نقش مهمی در باز یافت

ساری - دهقان: مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از ساخت دو دستگاه ریکوپریتور توربین تاسیسات تقویت فشار گاز رشت با تلاش کمیته خودکفایی این منطقه عملیاتی خبر داد. به گزارش خبرنگار سازمان رشت و نقل روابط عمومی شرکت انتقال گاز ایران، در راستای تحقق اهداف بومی سازی تجهیزات و تقویت رویکرد خودکفایی در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، محی الدین مخفمی، مدیر این منطقه عملیاتی، از مراحل طراحی و ساخت دو دستگاه ریکوپریتور توربین تاسیسات تقویت فشار گاز رشت بازید کرد. مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در حاشیه این بازدید، خاطرنشان کرد: این پروژه که توسط کمیته خودکفایی منطقه و با همکاری شرکت های داخلی به اجرا درآمده، با هدف بالا بردن ضریب اطمینان و بهره وری و همچنین جایگزینی با ریکوپریتورهای فرسوده توربین این مجموعه انجام گرفته است. وی با بیان اینکه ریکوپریتور به عنوان یک مبدل



و درها از سوی واحدهای فنی و عملیاتی شرکت در دستور کار قرار گرفته و

اقدامات پیشگیرانه شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در حوزه مدیریت سیلاب

این اقدامات به صورت میدانی انجام می شود تا نقاط پرریسک شناسایی و از بروز آسیب های احتمالی به خطوط لوله جلوگیری شود.

مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان تصریح کرد: تیم های عملیاتی با بررسی وضعیت بستر عبور خطوط، ارزیابی شرایط ایمنی و تثبیت مسیرها، اقدامات اصلاحی لازم را در نقاط حساس اجرا کرده اند تا پیامدهای ناشی از افزایش دبی آب به حداقل برسد.

مهندس ذوالفقاری در پایان تأکید کرد: شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با رویکردی پیشگیرانه و با اتکا به آمادگی کامل نیروهای متخصص خود، پایش تأسیسات را تا پایان فصل بارندگی به صورت مستمر ادامه داده و در راستای حفظ ایمنی، پایداری تولید و صیانت از سرمایه های ملی، از هیچ تلاشی فروگذار نخواهد کرد.

تقدیر مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور از دستاوردهای پژوهشی آبفای گیلان در بیست و ششمین نمایشگاه پژوهش و فناوری



به عملکرد مدیریتی این شرکت اظهار داشت: از زمان انتصاب علیرضا غیائی

بعنوان مدیرعامل آبفای گیلان، وضعیت این شرکت در بخش های مختلف رو به بهبود است و اقدامات انجام شده نشان دهنده نگاه علمی، پژوهش محور و برنامه ریزی شده در مدیریت مجموعه می باشد. امینی در پایان بازدید، با ذکر این نکته که از مشاهده دستاوردها و توانمندی های ارائه شده، انرژی و انگیزه زیادی دریافت و استنتاج می شود، بر اهمیت توسعه پژوهش و فناوری در صنعت آب و فاضلاب تأکید کرد و افزود: طرح های ارائه شده در غرفه آبفای گیلان نشان دهنده ظرفیت بالای کارشناسی و فنی این شرکت است. گفتنی است بیست و ششمین نمایشگاه پژوهش، فناوری و فن بازار با حضور دستگاه ها، شرکت ها و مراکز علمی و پژوهشی کشور برگزار شده و شرکت آب و فاضلاب استان گیلان با ارائه طرح های تحقیقاتی و فناوری در این رویداد حضور فعال دارد.

دیدار مدیرعامل شرکت خدماتی شهرک صنعتی اشتهارد با معاون فرماندار شهرستان

فاضلاب شهرک صنعتی اشتهارد را ضروری برشمرد. سرعتی با بیان اینکه فرایند اصلاح تصفیه خانه بیش از دو ماه است که آغاز شده، اظهار داشت: زمان بندی اعلام شده از سوی بهره بردار باید به صورت جدی و دقیق در دستور کار قرار گیرد و خوشبختانه روند اجرای پروژه از نظر رعایت برنامه زمان بندی، پیشرفت مناسبی داشته است. وی افزود: با تداوم همین سرعت و دقت در اجرا و با نظارت دستگاه های ذی ربط، به فضل الهی شاهد رسیدن خروجی فاضلاب به استانداردهای محیط زیست خواهیم بود و در ادامه امکان بازچرخانی سیاب برای استفاده در فضای سبز شهرک صنعتی و برخی واحدهای تولیدی از جمله صنایع فولادی فراهم می شود که گامی مؤثر در جهت مدیریت پایدار منابع آب و صیانت از محیط زیست خواهد بود.

در پایان این دیدار، بر تداوم تعامل، پیگیری منظم مصوبات و همکاری دستگاه های اجرایی شهرستان به منظور حل مسائل زیست محیطی و زیست محیطی شهرک صنعتی اشتهارد تأکید شد.

برگزاری جشن «روشنایی مهر» در شهر اندیشه با حضور بیش از هزاران نفر از شهروندان



طراحی شده است. بهرامی همچنین با معرفی اعضای شورای اسلامی شهر، از زحمات شهردار اندیشه در پیشبرد پروژه های عمرانی و فرهنگی قدردانی کرد و به راه اندازی فازهای مختلف ورزش سبکگاهی بانوان در نقاط مختلف شهر از جمله مجموعه اینار اشاره نمود.

در ادامه مراسم، محمد قدوسی معاون فرهنگی و اجتماعی شهرداری اندیشه با قدردانی از حضور مادران و شهروندان، اعلام کرد: این جشن با حضور بیش از هزاران نفر از شهروندان برگزار شد و برنامه هایی نظیر اجرای گروه سرود دختران و پسران، سخنرانی حجت السلام شفیع دبیبر میز تخصصی جمعیت شورای سیاست گذاری ائمه جمعه و مداحی حاج امیر عباسی، اجرای گروه موسیقی سنتی، نورآشفتی، مسابقات فرهنگی و برای نمایشگاه کارآفرینان، جشن یادکنک ها در حاشیه آن اجرا شد.

وی افزود: در این مراسم، مشاور خانواده در حوزه فرزندآوری و جمعیت نیز به ایراد سخنرانی پرداخت و در پایان، به قید قرعه از بین حاضرین نفر از حاضران که نام ها با القاب حضرت زهرا(س) را داشتند جوایزی اهدا شد. همچنین قرعه کشی سفر زیارتی مشهد مقدس برای ۱۰ نفر از شهروندان از دیگر برنامه های این جشن باشکوه بود.

تجلیل از مقام آوران کشوری مسابقات جهش یاس در استان گیلان

کمیته اماد در سطح استان به پایگاه های اجرای مباحث آموزشی و فعالیت های فرهنگی هلال احمر تبدیل خواهند شد.

مدیرکل کمیته اماد امام خمینی(ره) استان گیلان در پایان با اشاره به کسب رتبه قهرمانی توسط تیم اعزامی از گیلان در مسابقات «جهش یاس»، این موفقیت را نشانه دهنده روحیه بالای مشارکت پذیری مردم استان دانست و گفت: اینکه حامل پیام صلح و لوح تقدیر مدیران ارشد دو دستگاه به مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان جهت مدیریت کارآمد ایشان در عرصه خودکفایی استعداد های درخشان دختران یاس استان هستم.

گفتنی است در این مراسم ضمن تقدیر از مقام آوران مسابقات کشوری جهش یاس، لوح تقدیر هادی سلیمی؛ مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان گیلان که از سوی سید مرضی بختیاری؛ رئیس کمیته اماد امام خمینی(ره) و پیرحسین کولیوند؛ رئیس جمعیت هلال احمر، صادر گردیده بود توسط سید مجتبی جلالی پور به ایشان اهدا گردید.

نویسنده: علی آل علی

یک ترس نبیادین در دی ان ای انسان وجود دارد: ترس از ناشناخته‌ها. ما به عنوان یک گونه با تکیه بر توانایی مان برای پیش بینی، برنامه ریزی و کنترل محیط اطراف مان زنده مانده ایم. این غریزه به دنیای کسب و کار نیز ترجمه شده است. برای دهه ها الگوی ایده آل یک رهبر تجاری، تصویر یک نقشه کش بزرگ بود؛ فردی که با هوش و تجربه خود، می توانست یک نقشه راه دقیق و پنج ساله را ترسیم کند و سپس با قطعیت، سازمان را وادار به دنبال کردن آن مسیر نماید اما این جهان، با آن قطعیت آرامش بخش، در حال ناپدیدشدن است. بحران های جهانی، انقلاب های فناورانه و تغییرات ناگهانی در رفتار مصرف کننده، تمام نقشه های ما را به کاغذپاره هایی بی ارزش تبدیل کرده اند. تلاش برای کنترل کردن در دنیای امروز، مانند تلاش برای فرمان دادن به امواج اقیانوس است. این نه تنها بی فایده، بلکه عمیقاً خسته کننده است. آزمون واقعی رهبری در قرن بیست و یکم، دیگر ترس از توانایی ترسیم یک نقشه بی نقص نیست، بلکه در شجاعت کنار گذاشتن آن و تبدیل شدن از یک نقشه کش به یک «نگهدارنده قطب نما» است.

رهبری تجاری به مثابه یک نیروی ثبات بخش

در لحظات بحران، تیم ها به صورت غریزی به رهبر خود نگاه می کنند، اما آنها به دنبال چه چیزی هستند؟ مدل ذهنی سنتی می گوید آنها به دنبال یک «قهرمان» هستند؛ کسی که با یک حرکت شگروانه، تمام مشکلات را حل کند. این یک انتظار خطرناک است که بسیاری از رهبران تجاری، خود را در دام آن گرفتار می کنند. آنها احساس می کنند که باید پاسخ همه سوالات را داشته باشند و برای هر مشکلی، یک راه حل فوری ارائه دهند. این رویکرد نه تنها یک فشار غیرانسانی بر روی رهبر وارد می کند، بلکه یک فرهنگ وابستگی را نیز در تبسم پرورش می دهد. در توفان یک کشتی بیش از یک قهرمان به یک لنگر نیاز دارم. تیم ها در درجه اول، به

نویسنده: علی آل علی

بازاریاب مدرن شبیه به رهبر یک ارکستر بزرگ است که در برابر او، نه نت های موسیقی، که سیلابی بی پایان از داده های مشتری، کانال های ارتباطی متعدد و فناوری های نوظهور قرار گرفته است. هر یک از این عناصر، سازی است با پتانسیل خلق صدایی دلنشین، اما بدون یک رهبری هوشمندانه، نتیجه چیزی جز یک همههم ناهماهنگ نیست، صدایی که در آن پیام اصلی برند گم می شود. برای دهه ها، بازاریاب ها تلاش کرده اند تا با استفاده از تجربه، شهود و تحلیل های دستی، این ارکستر پیچیده را رهبری کنند، تلاشی قهرمانانه اما به طور فزاینده ای ناکارآمد در برابر حجم و سرعت سرسام آور داده ها. امروز ما در آستانه یک رنسانس در این هنر قرار داریم. هوش مصنوعی به عنوان چوب رهبری ارکستر جدیدی ظهور کرده است، ابزاری که به رهبر انسان این قدرت را می دهد تا از دل این آشفتگی، یک سمفونی دقیق، شخصی سازی شده و عمیقاً تاثیرگذار خلق کند. هوش مصنوعی قرار نیست جایگزین رهبر ارکستر شود، بلکه آمده است تا با برعهده گرفتن محاسبات بی شمار و هماهنگی های پیچیده، به او اجازه دهد تا بر روی آنچه انسان در آن بی رقیب است، تمرکز کند، یعنی استراتژی، خلاقیت و درک روح مخاطب.

سازمان ها بر روی اقیانوسی از داده شاورند، اما بسیاری از آنها از تشنگی در حال مرگ هستند. داده های خام، به خودی خود، فاقد ارزش هستند. چالش بزرگ بازاریابی مدرن، تبدیل این اقیانوس شورور به آب شیرین و قابل شرب «بینش» است. رویکردهای سنتی به تحلیل داده، مدتها تصویفی بودند، آنها به ما می گفتند که در گذشته چه اتفاقی افتاده است. این

نویسنده: علی آل علی

تقویم بازاریابی سنتنی یک سندن آرامش بخش و کاملاً منسوخ است. این یک یادگار از دورانی است که در آن، فرهنگ به آرامی حرکت می کرد و برندها می توانستند با کمپین های فصلی و برنامه ریزی های سالانه، خود را به عنوان بازیگران اصلی مکالمات عمومی تثبیت کنند. آن دوران برای همیشه مرده است. فرهنگ در عصر دیجیتال، دیگر یک جریان آرام و قابل پیش‌بینی نیست؛ این یک گرداب بی رحم و

دنبال ثبات روانی و احساس امنیت هستند. وظیفه اصلی رهبر تجاری در این لحظات، نه کنترل کردن محیط خارجی، بلکه مدیریت محیط داخلی، یعنی مدیریت هیجانات، ترس ها و عدم قطعیت های تیم خودش، است. آرامش یک رهبر مسری ترین و قدرتمندترین دارایی در میانه آشوب است. این اصل در فرهنگ تیم های نخبه نظامی یا اتاق های اورژانس بیمارستان ها به وضوح دیده می شود. در یک موقعیت بحرانی، موثرترین رهبر، فردی نیست که بلندترین فریاد را می زند یا تلاش می کند همه کارها را خودش انجام دهد. او فردی است که با وجود آشوب محیطی، یک آرامش متمرکز را از خود ساطع می کند، به وضوح ارتباط برقرار می نماید و به هر فردی اجازه می دهد تا بر روی وظیفه تخصصی خود تمرکز کند. در دنیای کسب و کار، تحول فرهنگی مایکروسافت تحت رهبری ساتیا نادلا، نمونه ای از این رویکرد است. او در مواجهه با بحران های وجودی شرکت، به جای ارائه پاسخ های دستوری، بر روی ساختن ایمنی روانی و همدلی متمرکز کرد. او با این کار، یک لنگر فرهنگی ایجاد نمود که به تیم ها اجازه می داد تا بدون ترس از شکست، برای حل بزرگ‌ترین چالش های شرکت، ریسک کنند.

هنر تمرکز بر اقدام‌های کوچک

عدم قطعیت در مقیاس بزرگ، فلج کننده است. وقتی آینده کل یک صنعت مبهم به نظر می رسد، طبیعی است که افراد و تیم ها احساس درماندگی کرده و انگیزه خود را از دست بدهند. یک استراتژی قدرتمند برای مقابله با این فلج کوچک کردن میدان نبرد است. رهبر تجاری بزرگ، در این شرایط، تمرکز تیم را از سوالات بزرگ و غیرقابل پاسخ (اقتصاد جهانی به کجا می رود؟) به سمت سوالات کوچک و قابل کنترل (مهمترین کاری که می توانیم در این هفته برای ارزشمندترین مشتری خود انجام دهیم، چیست؟) جابه‌جا می کند. این به معنای نادیده گرفتن تصویر بزرگ نیست، بلکه به معنای ایجاد یک حس پیشرفت و کنترل در حوزه ای است

رهبری تجاری در شرایط فقدان کنترل

که مستقیماً در اختیار تیم قرار دارد. پیروزی های کوچک و مداوم، بهترین پادزهر برای احساس درماندگی هستند. آنها سوخت لازم برای ادامه حرکت در یک مسیر طولانی و تاریک را فراهم می کنند. فلسفه چابکی (Agile) که در دنیای توسعه نرم افزار متولد شد و اکنون به سایر صنایع نیز سرایت کرده، تجسم کامل این اصل است. به جای تلاش برای ساختن یک محصول کامل در یک دوره زمانی طولانی، تیم های اجایل در دوره های کوتاه دو هفته ای به نام اسپرینت کار می کنند و در پایان هر دوره، یک قطعه کوچک اما کاربردی از محصول را تحویل می‌دهند. این رویکرد، به شرکت هایی مانند اسپاتیفای اجازه می دهد تا در یک بازار موسیقی که به سرعت در حال تغییر است، به طور مداوم خود را تطبیق دهند. یک تیم در اسپاتیفای هرگز نمی گوید «ما در دو سال آینده، بهترین اپلیکیشن موسیقی جهان را خواهیم ساخت». در عوض، آنها می گویند «ما در دو هفته آینده، این ویژگی کوچک را برای بهبود تجربه لیست پخش، آزمایش خواهیم کرد». این تمرکز بر روی اقدام های کوچک، به آنها اجازه می دهد تا به سرعت یاد بگیرند، مسیر خود را اصلاح کنند و یک حس موفقیت مداوم را در تیم حفظ نمایند.

شفافیت بی‌رحمانه در توفان

در غیاب اطلاعات شفاف از نسوی رهبری، یک خلأ ایجاد می شود و این خلأ هرگز خالی نمی ماند. این فضا به سرعت با بدترین ترس ها، شایعات و سناریوهای فاجعه بار پر می شود. یکی از بزرگ‌ترین اشتباهاتی که یک رهبر تجاری در دوران عدم قطعیت می تواند مرتکب شود، تلاش برای محافظت از تیم خود با پنهان کردن یا شسیرین کردن حقیقت است. این رویکرد، که از نیت خوبی سرچشمه می گیرد، تقریباً همیشه نتیجه معکوس می دهد و بی اعتمادی را عمیق تر می کند. تبسم ها به اندازه کافی هوشمند هستند که بتوانند چیزی اشتباه است. چیزی که آنها نیاز دارند، نه اطمینان های توخالی، بلکه یک شفافیت بی رحمانه است که با یک

سمفونی هوش مصنوعی: بازاریابی در عصر داده‌ها

عمومی و یکسان برای همه، سیستمی می تواند به طور خودکار تشخیص دهد که یک مشتری خاص، به یک پیشنهاد بازگشت نقدی برای خرید از فروشگاه های خواربارفروشی واکنش بهتری نشان می دهد، در حالی که مشتری دیگر، با دریافت امتیازهای بیشتر برای رزرو هتل های لوکس، ترغیب خواهد شد. این سطح از دقت، نه تنها نرخ پاسخ به کمپین ها را به طور چشمگیری افزایش می دهد، بلکه مهمتر از آن، یک حس درک شدن و قدردانی را در مشتری ایجاد می کند که به وفاداری عمیق و پایدار منجر می شود. این مثال کامل از تبدیل داده های خام به بینشی است که به طور مستقیم به نتایج تجاری و تقویت رابطه با مشتری ترجمه می شود.

خلق یک میلیون واقعیت فردی

مفهوم شخصی سازی برای سال ها در بازاریابی مورد بحث بوده است، اما در عمل، اغلب به اقداماتی سطحی مانند قرار دادن نام کوچک مشتری در ابتدای یک ایمیل انبوه محدود می شد. این رویکرد، مانند این است که یک بازریگر، نام و نفر از میان هزاران تماشاجی را فریاد بزند. هوش مصنوعی، این نمایش سطحی را به یک گفت‌وگوی خصوصی و دو نفره با هر یک از اعضای مخاطب تبدیل می کند. این فناوری به برندها این قدرت را می دهد که از بخش بندی (تقسیم بازار به گروه های بزرگ) فراتر رفته و به بازار یک نفره (Market of One) دست یابند، جایی که هر مشتری یک تجربه کاملاً منحصربه‌فرد و متناسب با نیازها، رفتارها و موقعیت لحظه ای خود دریافت می کند. یک موتور شخصی سازی مبتنی بر هوش مصنوعی می تواند به طور آنسی، محتوای یک وب سایت، ترتیب نمایش محصولات در یک اپلیکیشن موبایل، پیشنهادات ارائه شده در یک کمپین ایمیلی و حتی تصویر به

سرنوشت بازاریابی در فرهنگ سریع امروز

عمیق است که برندها دیگر نمی توانند از بیرون به فرهنگ نگاه کنند؛ آنها باید در درون آن زندگی کنند.

هنر جدید گوش دادن

اولین و بزرگ‌ترین تغییری که رهبران تجاری باید بپذیرند، تغییر نقش بازاریابی از یک فرستنده پیام به یک انسان‌شناس فرهنگی است. ابزارهای سنتنی مانند «پایش شبکه های اجتماعی» که به دنبال شمارش اعتبار برند و تحلیل احساسات عمومی بودند، دیگر کافی نیستند.

این ابزارها تنها سطح اقیانوس را می خراشند. بازاریابی با سرعت فرهنگ، نیازمند یک غوطه وری عمیق در اکوسیستم های دیجیتالی است که در آنها، فرهنگ در حال زاده شدن است. این به معنای آن است که تیم های شما باید زبان، هنجارها، شوخی های داخلی و قهرمانان خرده فرهنگ هایی را که برای برند شما اهمیت دارند، به صورت بومی درک کنند. آنها باید بدانند که در تیک تاک چه چیزی خنده دار است، در توییچ چه چیزی معتبر تلقی می شود و در ردیت چه چیزی باعث طرد شدن می شود. این سطح از درک، از داشبوردهای داده به دست نمی آید؛ این از گوش دادن فعالانه و انسانی حاصل می شود.

شرکت مایکروسافت با برند ایکس باکس، این غوطه وری را به یک هنر تبدیل کرده است. تیم بازاریابی آنها، مانند یک برند سنتنی عمل نمی کنند؛ آنها مانند اعضای فعال جامعه گیمنگ رفتار می کنند. آنها در پلتفرم هایی مانند دیسکورد و توییچ حضور دارند، در مکالمات شرکت می کنند، به طور فعالانه از استریمبرهای کوچک حمایت می نمایند و حتی با رقیبای خود به شکلی شوخ طبعانه و محترمانه تعامل می کنند که نشان دهنده درک عمیق آنها از قوانین نانوشته این فرهنگ است.

آنها منتظر نمی مانند تا یک روند در دنیای گیمنگ به یک خیر اصلی تبدیل شود؛ آنها در لحظه تولد آن روند، در همانجا حضور دارند. این رویکرد، به آنها اجازه می دهد تا با سرعتی و اصالتی واکنش نشان دهند که برای برندهایی که از بیرون به این دنیا نگاه می کنند، کاملاً غیرممکن است.

معماری لحظات، به جای ربودن آنها

وقتی یک برند فرهنگ را تنها به عنوان یک فرصت برای

باور عمیق به توانایی تیم برای عبور از چالش، همراه باشد. این یعنی به صراحت بگویید: «وضعیت دشوار است، اینها بزرگ‌ترین چالش‌های پیش روی ما هستند و من به طور کامل به توانایی شما برای یافتن راه حل ایمان دارم.»

نامه مشهور برایان چسکی، مدیرعامل ایر بی ان بی، به کارمندانش در زمان اعلام تعدیل نیروی گسترده در اوج بحران صنعت سفر، یک کلاس درس در این زمینه است. او نامه را با جملات کلیشه ای شرکتی آغاز نکرد. او مستقیماً به سراغ حقیقت تلخ رفت، با همدلی عمیق در مورد دردناک بودن این تصمیم صحبت کرد، منطق استراتژیک پشت آن را به شفافیت کامل توضیح داد و سپس، فراتر از هر تعهد قانونی، مسیر روشنی را برای حمایت از کارمندانی که شرکت را ترک می کردند، مشخص نمود. این شفافیت، اگرچه دردناک بود، اما شرشار از احترام بود. او با تیم خود مانند افسراد بالغ و هوشمند رفتار کرد و با این کار، حتی در دل یک بحران ویرانگر، اعتماد و احترام بازماندگان را به دست آورد.

تمرکز بر اصول راهنما در غیاب پاسخ های قطعی

وقتی نقشه دیگر قابل اعتماد نیست، تنها چیزی که برای هدایت باقی می ماند، یک قطب نمانست. در دنیای کسب و کار، این قطب نما، مجموعه ای از ارزش ها و اصول راهنمای تزلزل ناپذیر است. در دوران ثبات، ارزش ها اغلب به کلماتی زیبا بر روی دیوار تبدیل می شوند اما در دوران آشوب، آنها به حیاتی ترین ابزار تصمیم گیری تبدیل می گردند. یک رهبر تجاری بزرگ، در این شرایط، به جای آنکه تلاش کند برای هر موقعیت جدید یک قانون جدید وضع کند، تیم خود را به سمت این اصول راهنما بازمی گرداند. او به جای اینکه برسد چه کاری باید انجام دهیم؟، می پرسد: «براساس ارزش های ما، کار درست در این موقعیت چیست؟». این رویکرد، به تیم ها قدرت می دهد تا در غیاب یک دستورالعمل مشخص، به صورت مستقل و در عین حال همسو، تصمیمات درستی بگیرند. این کار، یک ثبات درونی در یک دنیای خارجی بی

عصر داده‌ها

کار رفته در یک تبلیغ دیجیتال را براساس داده های لحظه ای یک کاربر خاص تغییر دهد. این یعنی خلق یک میلیون واقعیت متفاوت و بهینه شده، به صورت همزمان. این سطح از انطباق پذیری در مقیاس انبوه، بدون توانایی محاسباتی هوش مصنوعی، مطلقاً غیرممکن است.

استارباکس، از طریق اپلیکیشن موبایل و برنامه وفاداری بسیار موفق خود، این مفهوم را به شکلی استادانه پیاده سازی کرده است. در پشت صحنه این اپلیکیشن، یک موتور هوش مصنوعی قدرتمند به نام دیپ برو (Deep Brew) قرار دارد که صدها میلیون تراکنش را تحلیل می کند تا عادات خرید، نوشیدنی های مورد علاقه، زمان های مراجعه و حتی میزان حساسیت به قیمت هر مشتری را درک کند.

نتیجه این تحلیل، یک جریان بی پایان از پیشنهادات و چالش های کاملاً شخصی سازی شده است. یک کاربر ممکن است پیشنهادی برای خرید یک صبحانه جدید با تخفیف دریافت کند، زیرا سیستم تشخیص داده است که او معمولاً صبح ها به شعبه مراجعه می کند، در حالی که کاربر دیگر، تشویق می شود تا یک نوشیدنی عصرانه جدید را امتحان کند تا ستاره های جایزه بیشتری کسب نماید. این رویکرد، فراتر از یک سیستم تخفیف ساده است، این یک سیستم بازی وار سازی شده و به شدت شخصی است که هر کاربر را در یک سفر منحصر به فرد با برند قرار می دهد. این استراتژی نه تنها باعث افزایش تکرار خرید و میانگین مبلغ هر تراکنش می شود، بلکه اپلیکیشن استارباکس را به بخشی جدایی ناپذیر و سرگرم کننده از زندگی روزمره میلیون ها نفر تبدیل کرده است، که اوج شخصی سازی در مقیاس انبوه است.

استودیوی خلاقیت بی‌پایان

ثبات ایجاد می کند.

شرکت جانسون اند جانسون در مواجهه با بحران آلودگی داروی تایلنول، از این قطب نما استفاده کرد. نقشه راه آنها برای چنین بحرانی وجود نداشت، اما قطب نمای آنها، یعنی بیانیه باورهای ما (Our Credo) که مشتری را در اولویت اول قرار می دهد، مسیر را به وضوح نشان می داد. این اصل راهنما، تصمیم بی سابقه برای جمع آوری تمام محصولات از قفسه ها را، با وجود هزینه مالی هنگفت، به یک تصمیم ساده و آشکار تبدیل کرد. این نشان می دهد که در لحظات تاریک، یک قطب نمای اخلاقی قوی، بسیار ارزشمندتر از یک نقشه استراتژیک پیچیده است.

سخن پایانی

رهبری تجاری در دنیای امروز یک تمرین در فروتنی و شجاعت است. فروتنی برای پذیرش این حقیقت که ما دیگر نمی توانیم آینده را کنترل کنیم و شجاعت برای هدایت تیم خود در میان این عدم قطعیت، نه با تظاهر به دانستن همه پاسخ ها، بلکه با تکیه بر قدرت آرامش، شفافیت و اعتماد. این یک تغییر از رهبری به مثابه یک علم دقیق، به رهبری به مثابه یک هنر انطباقی است. از شما دعوت می کنم تا به آشوب و عدم قطعیت، نه به عنوان یک تهدید، بلکه به عنوان یک بوم خالی نگاه کنید. این فرصتی است برای کنار گذاشتن مدل های قدیمی و تاریخ مصرف گذشته رهبری و ساختن سازمان هایی که نه تنها در برابر توفان مقاوم هستند، بلکه می آموزند چگونه با قدرت آن، سریع تر به پیش بروند. وظیفه شما، آرام کردن توفان نیست؛ وظیفه شما ساختن بهترین ملوانان ممکن است.

منابع:

how-to-lead-when-۱۱۱۲۰۲۵/https://hbr.org/things-feel-increasingly-out-of-control-https://myhealth.alberta.ca/Health/pages/conditions.aspx?Hwid=ac1۲۶۶۸

نویسنده: علی آل علی

یکی از بزرگ ترین سوءتفاهم ها در مورد هوش مصنوعی ترس از جایگزینی خلاقیت انسانی توسط ماشین است. این دیدگاه، هوش مصنوعی را به عنوان یک رقیب می بیند، در حالی که پتانسیل واقعی آن در ابفای نقش به عنوان یک «همکار خلاق» است. هوش مصنوعی مولد، ابزاری است که می تواند تیم های بازاریابی را از انجام وظایف خلاقانه اما تکراری و وقتگیر رها کرده و به آنها اجازه دهد تا بر روی استراتژی و ایده پردازی در سطح کلان تمرکز کنند. تصور کنید یک سیستم هوش مصنوعی بتواند صدها نسخه متفاوت از یک متن تبلیغاتی برای تست A/B بنویسد، یک تصویر را در ده ها اندازه مختلف برای پلتفرم های اجتماعی گوناگون بهینه کند یا براساس یک متن توصیفی، پیش نویس های بصری متعددی برای یک کمپین جدید خلق نماید.

این فناوری، فرآیند خلاقیت را تسریع و مموکراتیک می کند. بازاریاب ها می توانند ایده های بیشتری را با هزینه و زمان کمتری آزمایش کنند، داده های عملکردی دقیق تری در مورد اینکه کدام عناصر خلاقانه (رنگ ها، کلمات، تصاویر) بیشترین تاثیر را دارند، جمع آوری نمایند و در نهایت، تصمیمات خلاقانه هوشمندانه تری بگیرند. در این مدل، هوش مصنوعی جایگزین طراح یا نویسنده نمی شود، بلکه به آنها ابزارهای قدرتمندتری می دهد تا دیدگاه خود را سریع تر و موثرتر به واقعیت تبدیل کنند.

منابع:

https://thefinancialbrand.com/news/digital-marketing-banking/four-ai-action-plans-to-supercharge-your-marketing-teams-۱۹۲۱۵۳-impact

نویسنده: علی آل علی

این به معنای ایجاد «تیم های ضربت» کوچک، چندوظیفه ای و توانمند است که شامل استراتژیست، نویسنده، طراح و تحلیلگر می شوند و از پیش، اختیار دارند تا در یک چارچوب استراتژیک مشخص، تصمیمات آتی بگیرند و محتوا را منتشر کنند. این یک حرکت از کنترل مبتنی بر ترس، به سوی توانمندسازی مبتنی بر اعتماد است. شاید مشهورترین نمونه از این معماری سازمانی، واکنش سریع برند اورپو در جریان قطعی برق در مسابقه سوپربول بود. توییت هوشمندانه آنها با عنوان «شما هنوز هم می توانید در تاریکی، بیسکویت خود را در شیر فرو ببرید»، در عرض چند دقیقه پس از وقوع حادثه منتشر شد و به یک پدیده جهانی تبدیل گشت. این سرعت عمل، محصول شلسن نبود. این نتیجه یک «اتاق جنگ» از پیش برنامه ریزی شده بود که در آن، تمام تصمیم‌گیرندگان کلیدی، از جمله نمایندگان تیم حقوقی و مدیریت ارشد برند، در یک اتاق نشسته بودند و اختیار کامل داشتند تا ایده ها را در لحظه بررسی، تایید و اجرا کنند. آنها به جای اینکه منتظر یک فرصت باشند، سازمانی را ساختند که برای شکار فرصت ها در لحظه وقوع، کاملاً آماده بود.

سخن پایانی

بازاریابی با سرعت فرهنگ، در نهایت، یک آزمون برای اصالت و هویت یک برند است. یک برند بدون یک درک عمیق و تزلزل‌ناپذیر از اینکه چه کسی است و به‌ چه چیزی باور دارد، نمی تواند با سرعت و اطمینان در این گرداب حرکت کند. هر تصمیم آتی، باید براساس یک قطب نمای درونی و پایدار گرفته شود، در غیر این صورت، برند به یک دنباله روی بی هدف از روندها تبدیل خواهد شد. چالش بزرگ رهبران تجاری در دهه آینده، نه فقط ساختن تیم های بازاریابی سریع تر، که ساختن برندهایی عمیق تر، خودآگاه تر و معتبرتر است. زیرا در نهایت، تنها برندهایی می توانند به طور معناداری در فرهنگ مشارکت کنند که خودشان، دارای یک فرهنگ درونی قوی، شفاف و ارزشمند باشند. سرعت، محصول جانبی است؛ اصالت، خود استراتژی است.

منابع:

marketing-at-the-۱۰۱۱۲۰۲۶/https://hbr.org/speed-of-culture