



گفتگو با اقبالیان

در ارتباط با معاونتی که مدیریتش را بر عهده دارد:

با اولویت طرح و برنامه پیش می‌رویم

صفحه پنج

به مسئولیت‌های اجتماعی پایبندیم

اهدای خون در ایران کیش

صفحه شش



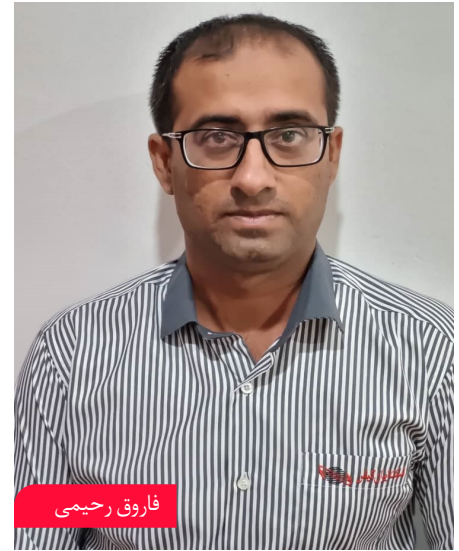
گفتگو با پشتیبانان برتر کشوری



حمید زعفرانی



منصور سابقی



فاروق رحیمی

خدا و پیگیری مدیران محترم و خدمت شرکت این موضوع هم حل شود و نگرانی همکاران از این بخش مهم برطرف شود در مورد نرم افزارهای موجود هم مشکلاتی مشاهده می شود که بعضا هم تایید شده و تهیه نسخ جدید با درصد خطای کم هم در دستور کار واحد است که از این حیث هم مشکلات کمتری راشاهد باشیم.

منصور سابقی: یکی از خواسته ها درخواست دستگاه های بهتر و جدیدتر است تا از این راه سهم بازار بیشتری را نصیب خودمان کنیم. این موضوع را می توان به عنوان یکی از چالش ها برای رقابت با شرکت های رقیب مطرح کرد.

*** کمی از خودتان و سابقه کاری تان برایمان بگویید و اینکه چه شد پشتیبان ایران کیش شدید؟**

فاروق رحیمی: من از سال ۹۴ به استخدام شرکت در آمدم و هم اکنون با جان و دل، خدمتکار و دلسوز این شرکت هستم اینکه چه طور پشتیبان شدم به طور اتفاقی بود از طریق یکی از دوستان به این شرکت معرفی شدم و افتخار اشتغال پیدا کردم.

حمید رضا فرخی: بنده در سال ۱۳۹۵ به واسطه ی یکی از اقوام نزدیک که خود ایشان پشتیبان شرکت ایران کیش بودند و اتفاقا نفر اول استان هم بودند یعنی محمد مهدی انصاری به خدمت ایران کیش درآمدم که جا دارد از زحمات و آموزشهای ایشان تشکر کنم ابتدای کار فقط نصبهای جدید دو شهرستان دورود و ازنا را انجام می دادم این کار را فقط بر حسب علاقه ایی که داشتم ادامه دادم جا دارد از زحمات مهندس آروان، مهندس سرلک و مهندس محمودی و در حال حاضر از زحمات مدیریت دفتر استان خانم پورطاهر و همکاران دفتری نهایت تقدیر و تشکر را داشته باشم چرا که اگر کمکهای این عزیزان نبود این مهم محقق نمی شد.

منصور سابقی: من از سال ۸۸ سعادت حضور در خانواده بزرگ ایران کیش نصیب شده قبل از اینجا هم بازرسی شرکت های باربری حمل و نقل شهرستان را انجام می دادم

*** از استانتان و ظرفیت هایی که دارد برایمان بگویید؟**

فاروق رحیمی: اگر بخواهم از ظرفیتهای استان خودم صحبت کنم باید بگویم باتوجه به فصلی بودن استان هرمزگان و در نظر داشتن منطقه آب و هوایی و وجود بازاریابی فصلی اگر امکانش هست دستگاه های سیار بیشتری در اختیار پشتیبان قرار بگیرد و بازاریابی ویژه و توسعه قرارداد با بانکها هم می تواند در دستور کار قرار بگیرد.

حمیدرضا فرخی: با توجه به اینکه استان ما از استانهای محروم به شمار می آید ولی با این وجود ظرفیتهای بالقوه و بالفعلی دارد که با مدیریت همکارانم امکان استفاده از تمام ظرفیتهای در تمام شهرستانهای استان با توجه به امکانات موجود هر شهر ممکن است و تلاش در جهت استفاده از منابع و ظرفیتهای مطمئنا بی ثمر نیست.

منصور سابقی: استان همدان یک استان توریستی و دارای مکان های قدیمی و باستانی است؛ در مورد شهرستان ملایر، که آن را شهر جهانی انگور و میل و منبت می دانند و در طی سال جشنواره هایی در این خصوص برگزار می شود قاعدتا این موضوع باعث خواهد شد تا استان به ویژه در فصل سفر از ظرفیت بالای خرید ها و ترانکنش ها همراه باشد.

*** هم اکنون عمده چالش های پشتیبانان که باید حل شود چیست؟**

فاروق رحیمی: از عمده چالشهای پشتیبانان تهیه دستگاه بوده مخصوصا دستگاه های سیار. برای حفظ پذیرنده ها در این بازار و رقابت، کار خیلی سخت شده و تمام پشتیبانان می خواهند که دستگاه پذیرنده ای خراب نشود چون تهیه دستگاه با کیفیت مشکلات خاص خودش را دارد.

حمیدرضا فرخی: به نظرم بحث معیشتی همکاران در اولویت است و از لحاظ کاری در دومقوله ی سخت افزار و نرم افزار باید به این موضوع پرداخته شود باید از نظر سخت افزار و کیفیت دستگاه های جدید و حتی تعمیر شده رضایت پذیرندگان را جلب کنیم ان شاء... با لطف

پشتیبان ها نورچشم ایران کیش هستند کسانی که بی ادعا در میدان عمل برای مشتریان ، پذیرندگان و کسب رضایت آن ها هرچه در توان دارند رو می کنند . در سال جاری برترین پشتیبان های ایران کیش شناسایی شدند که نشستن پای صحبت آنان خالی از لطف نیست. به واسطه همین با فاروق رحیمی نفر اول، حمیدرضا فرخی نفردوم ومنصور سابقی نفر سوم پشتیبانان برتر کشوری گفتگو کردیم. فرخی و سابقی از استان های هرمزگان، لرستان، دفتر همدان مشغول به فعالیت هستند.

*** در سال های گذشته چه مقامی را کسب کردید و هم اکنون چه رتبه ای؟ فکر می کنید چه تغییراتی باعث کسب این رتبه برایتان شده است؟**

فاروق رحیمی: باعث افتخار من است که در چنین مجموعه ای یا بهتر بگویم در خانواده بزرگ ایران کیش مشغول به کار هستم، واقعیتش این است که من از روز اول که در ایران کیش مشغول به کار شدم در فکر مسیرها و ترقی ها و پیشرفت بیشتر بودم. اولین مقامی که کسب کردم رتبه برتر استانی بود و سپس رتبه دوم کشوری و خدا را شکر امسال رتبه برتر کشور شدم، این ها را مدیون پرسنل زحمتکش استان خودم، هرمزگان هستم مخصوصا آقای کشاورز رییس و سرکار خانم فرهنگند سرگروه زحمتکش بنده. همیشه سعی کردم خشت اول را محکم بگذارم و تمام کارهای محوله را به نحو احسن انجام بدهم.

حمید رضا فرخی: در سالهای قبل هم با لطف الهی مقام اول استانی را داشته ام و هم اکنون هم به تشخیص دفتر همین عنوان را دارم. در تمام این مدت فقط انجام وظیفه کردم در قالب برنامه ریزی و انجام به موقع وظایف محوله و مورد توقع دفتر به این مهم نائل شدم.

منصور سابقی: امسال سومین پشتیبان برتر کشور شدم اگرچه واقعا صادقانه تلاش می کردم اما به نظرم تغییرات در تعیین منطقه بندی مسیرهای هر پشتیبان یکی از علل مهمی است که می تواند موقعیت یک پشتیبان را متفاوت کند.

گفتگو با پشتیبانان برتر کشوری

به نحوی مدیریت شوند که باعث حفظ آنها شده و توقع آنها برآورده شود. تلاش در جهت حفظ و رضایت ایشان باید حداکثری باشد و موجب جلب رضایت و معرفی ما از سوی ایشان به اقوامشان جهت بازاریابی هم باشد.

منصور سابقی: همیشه سعی کردم تا با احترام و صمیمیت با آن ها برخورد کنم و در حد توانم خواسته هایشان را تا جایی که می شود اجرایی کنم. خیلی میخوام تا بتوانم پذیرنده نسبت به شرکت ایران کیش وفادار شود و برند ما را همیشه پذیرا باشد.

*چه حسی نسبت به شرکت دارید؟

فاروق رحیمی: در مورد حسم به شرکت می توانم بگویم یکی از دلایلی که در کارم پیشرفت کنم را غیرت و تعصبی که نسبت به شرکت دارم می دانم و همیشه خودم را فرزند این شرکت میدانستم و می دانم.

حمید رضا فرخی: خود را عضو کوچکی از خانواده ی بزرگ ایران کیش میدانم و بر این اعتقادم که همه در کنار هم باید در حفظ ارتقا و اعتلای ایران کیش کوشا باشیم و اگر قصد بازنستگی در این نهاد را داریم باید تا حد توان تلاش کنیم تا به اهداف شرکت نزدیک و نزدیکتر شویم و خدای نکرده کوتاهی و قصور عامدانه ای نداشته باشیم.

منصور سابقی: با توجه به سابقه ۱۳ ساله ام در شرکت احساس و وابستگی خاصی نسبت به شرکت دارم، ازاینکه در مجموعه ی بزرگ ایران کیش مشغول به کار هستم افتخار می کنم، سالها ایران کیش توانسته در کنار مردم و برای مردم و اعتماد مردم گام بردارد، شعار همیشه حق با مشتری است را سر لوحه کار خودم می دانم.

*چه پیشنهادهاتی برای بهبود آینده ایران کیش دارید؟

فاروق رحیمی: من به شخصه پیشرفت خودم را پیشرفت شرکت و پیشرفت شرکت را پیشرفت خودم تلقی می کنم.

حمیدرضا فرخی: در حیطه ی کاری خودم و از دیدگاه نیروی پشتیبان در بحث سخت افزار به نظرم باید کار گروه قوی در مدیریت خرید دستگاههای جدید شرکت تشکیل شود که با توجه به تولید برندهای ایرانی و خوب میتوان از این ظرفیت که رقبا هم از آن استفاده میکنند بهره برد و مهمتر از خرید بحث تامین قطعات جانبی و حتی آداپتور هم می تواند مهم باشد که بیشتر خدمات باید مدنظر قرار بگیرد. تعامل بیشتر با بانکها در سطح کلان و آموزش همکاران هم میتواند موثر باشد. نیروی انسانی ماهر از مهمترین ارکان یک سازمان است و باید تا حد توان حفظ و تقویت شود چرا که نیروی ماهر باعث قوی شدن بنیان سازمان خواهد شد.

منصور سابقی: همه چیز با اعتماد شکل می گیرد اعتماد هر چه بیشتر به پشتیبان ها قطعا که می تواند نوید بخش روزهای بهتر باشد. نکته بعدی استفاده از دستگاه های جدید به خصوص دستگاه های ثابتی است که باسیمکارت کار می کنند باید این مدل دستگاه در ویتترین متنوع ایران کیش وجود داشته باشد.

پشتیبانان بوده و جا دارد از مدیریت محترم تشکر ویژه ای بکنم مخصوصا جناب آقای رحیمی و آقای صوفی. دغدغه های پشتیبانان بعضا کیفیت پایین معدود دستگاه ها و نیاز به تامین دستگاههای برند خوب مثل pax و amp است یا اینکه برندی تهیه کنیم که بتوانیم جایگزین بعضی دستگاه ها بکنیم.

حمید رضا فرخی: با تبدیل وضعیت همکاران، مسئله معیشتی همکاران از لحاظ حقوق بهتر شد و امید است با حضور مهندس موسوی این روند ادامه دار باشد و در کل در این سالها خدمات شرکت به همکاران نسبت به سالهای قبل بهتر شده که توقع البته استمرار این وضع است.

همه چیز با اعتماد شکل می گیرد
اعتماد هر چه بیشتر به پشتیبان
ها قطعا که می تواند نوید بخش
روزهای بهتر باشد. نکته بعدی
استفاده از دستگاه های جدید به
خصوص دستگاه های ثابتی است
که با سیمکارت کار میکنند باید این
مدل دستگاه در ویتترین متنوع ایران
کیش وجود داشته باشد.
پیشرفت خود را پیشرفت شرکت و
پیشرفت شرکت را پیشرفت خود
میدانیم

منصور سابقی: مهمترین دغدغه، پرداخت حقوق نسبت به هزینه های جاری یک پشتیبان در طول یک ماه هست. البته شاهد این هستم که شرکت تمام تلاشش را در حل این مورد انجام می دهد و در راستای افزایش هرچه بیشتر رفاه ما تلاش می کند.

دومین دغدغه هزینه های وسیله نقلیه هست که خیلی سنگین شده چه از نظر بنزین ، لاستیک و روغن و ... با توجه به مسیر های روستایی که داریم قطعا این مسئله نکته مهم و کلیدی است.

*نحوه تعامل تان با پذیرنده ها چگونه است؟

فاروق رحیمی: همواره تلاش کردم احترام پذیرنده ها را نگه دارم و خودم را از آنها بدانم و خدا را شکر اکثر پذیرنده هایی که داریم از سر دوستی و رفاقت با ما کار می کنند و همیشه سعی کردند خودشان را از شرکت بدانند که این خودش برای ما امتیاز بزرگی است. همانطور که گفتم در ارتباط با پذیرنده همیشه سعی می کردم روابط دوستانه ای با آنها برقرار کنم و در اسرع وقت مشکلات آنها را حل کنم.

حمیدرضا فرخی: خیلی دوستانه و با احترام متقابل. پذیرندگان از ارکان اصلی کار ما به شمار می روند و باید

از تجربه کار در ایران کیش هم تا به امروز راضی هستم.

*خاطره ای از پذیرندگان دارید که بخواهید تعریف کنید؟

فاروق رحیمی: خدا را شکر تمام پذیرنده ها عالی هستند و برای من باعث افتخار هست که به چنین پذیرندگانی خدمات می دهم.

حمیدرضا فرخی: خاطرات تلخ و شیرین زیادی در این چند سال داشته ام که بیان هر کدام حتی خاطرات تلخ هم خالی از لطف نیست پذیرنده ای از اتباع خارجه داشتم که به علت آشنا نبودن با زبان فارسی پس از مراحل نصب و آموزش به ایشان با مشکل فراوان، بعد از مدتی واحد صحت سنجی با ایشان تماس می گیرد و همه ی سوالات را با کلمه عربی نعم جواب میدهد که یکی از سوالات دریافت وجه از سوی بنده از ایشان بود که با جواب نعم ایشان دچار چالش هایی شدم، خدا را شکر با وساطت همسر وی و اذعان به عدم آشنایی و تسلط او به زبان فارسی مشکل حل شد.

منصور سابقی: فعالیت های من باعث شده بود یکی از پذیرنده ها که من را قبلا جای دیگری دیده بود بگوید ماشاءالله همه جا هستی. این موضوع نا خود آگاه حس خوبی ایجاد می کند اینکه فعال هستی و دیده می شوی آن هم از سوی یک پذیرنده خاطره انگیز است.

*امسال شاهد چه تغییراتی در کار با سال گذشته بودید؟

فاروق رحیمی: از عمده تغییراتی که امسال موثر بود و به چشم آمد، افزایش حقوق پشتیبانان است که خدا را شکر باعث رضایت همکاران محترم شده و امیدواریم ادامه دار باشد. از دیگر تاثیرات موثر پروژه فاراست که ان شاء... این پروژه برای شرکت مثر ثمر باشد و برای این مجموعه باعث افزایش درآمد باشد.

حمید رضا فرخی: مطمئنا با تغییرات زیادی روبرو شدیم که مهمترین آنها بحث مالیاتی و حفظ پذیرندگان بود که با تایید دفتر در این مورد خدا را شکر موفق بودم و پایانه ی کمتری را از دست دادم و پروژه هایی که جدیدا اضافه شده مثل کالابریگ و قبلا پروژه های سوخت بهین و... که تا حد توان انجام وظیفه کردم. کار و تعامل با بانک تجارت هم که در امسال تقویت و افزایش یافته است از دیگر مواردی بود که امسال شاهد آن بودیم.

منصور سابقی: همکاری منسجم تر من با مسئول مستقیم و اعتماد ایشان به کارهایی که انجام می دهم یکی از مهمترین اتفاقاتی بود که در سال جدید صورت گرفت.

*ایران کیش تا چه اندازه به دغدغه های پشتیبانان توجه کرده است و عمده این دغدغه ها چیست؟

فاروق رحیمی: خدا را شکر شرکتی داریم که همیشه برای پشتیبان تکیه گاه محکم و اولویت نخستش رضایت

مهم ترین اولویت های معاونت فناوری های نوین بانک مرکزی

معاون فناوری های نوین بانک مرکزی همچنین یادآور شد: آمار نشان می دهد در چک های قدیمی، حدود ۶۰ درصد چک های برگشتی در طول ۳۷ روز رفع سوء اثر می شود، اما پس از راه اندازی این سامانه طی تنها سه روز، حدود ۹۰ درصد چک های برگشتی رفع سوء اثر شده است.

محرمیان افزود: مجموع مبلغ مسدود شده توسط سامانه محچک ۲۵ همت بوده که ۲۲ همت رفع مسدودی شده یعنی ۸۸ درصد

از چک های مسدود شده در این سامانه رفع انسداد شده اند.

وی در پایان خاطرنشان کرد: دهه ۱۴۰۰ تا ۱۴۱۰ دهه نظارت نامگذاری شده و بر اساس آن همکاری فین تک ها و شبکه بانکی می تواند فضای تحول دیجیتال را توسعه دهند.



اول سال ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه در سال ۱۴۰۰ تاکید کرد.

وی به تشریح رویکرد سامانه محچک اشاره کرد و گفت: سامانه محچک برای مسدودی حساب ها استفاده میشود. چالش این فضا زیاد است. حدود یک سال و نیم زمان برد تا این پروژه اجرا شود.

معاون فناوری های نوین بانک مرکزی به روز رسانی برنامه استراتژیک این معاونت، تمرکز بر استفاده بیشتر از فناوری های توانمندساز، تکمیل پایگاه داده اعتبار سنجی و اصلاح نظام کارمزد را مهم ترین اولویت های سال ۱۴۰۲ در بانک مرکزی عنوان کرد.

به گزارش پایگاه خبری بانکداری الکترونیک، مهران محرمیان، معاون فناوری های نوین بانک مرکزی به ارائه میزان تراکنش های دی ماه و آذرماه پرداخت و گفت: در ۲۱ دی ماه سال جاری، در شبکه شتاب بیش از ۱۵۴

میلیون تراکنش به ارزش ۱۵۱ هزار میلیارد تومان و شاپرک ۱۳۶ میلیون تراکنش به ارزش ۳۱۴ هزار میلیارد تومان انجام شد.

وی به وضعیت فعلی تراکنش ها و مقایسه تعداد و مبلغ تراکنش ها در سامانه های گوناگون، بر تداوم رشد مبلغ تراکنش در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال ۱۳۹۹ و در نیمه

حداکثر استفاده را ببرند، به ویژه وقتی صحبت از خودکارسازی فرآیندهایی است که هنوز در عصر کاغذ گیر کرده اند.

چرا هویت دیجیتال برای بانک های امروزی ضروری است؟

احراز هویت که مشتریان را خسته می کند، بهبود می بخشد.

* برای بانکداری باز آماده شوید

از آنجایی که بانکداری باز ظرفیت دسترسی به طیف گسترده ای از خدمات را از طریق یک درگاه بانکی واحد مهیا می کند، سیستم های احراز هویت دیجیتال ضروری خواهند بود. شناسه دیجیتالی مشتریان را قادر می سازد تا به راحتی بین پلتفرم های خدماتی بدون اجازه مجدد، حرکت کنند و یک راه ساده، آسان و انعطاف پذیر برای دسترسی به چندین سرویس در یک پلتفرم ارائه دهد.



* بهبود سودآوری

به گزارش عصر بانک هویت دیجیتال تجربه خرید آنلاین را بهبود می بخشد، تقلب را کاهش می دهد، وفاداری به برند را افزایش می دهد و کارایی عملیاتی را افزایش می دهد. پیاده سازی یک راه حل هویت دیجیتال می تواند زمان و هزینه احراز هویت مشتری را کاهش دهد و در عین حال تجربه مشتری را بهبود بخشد. هنگامی که مشتریان به صورت آنلاین خرید می کنند، هویت دیجیتال به طور قابل توجهی تعداد احراز هویت مورد نیاز را کاهش می دهد. اصطکاک در پرداخت را کاهش می دهد و رشد درآمد را بهبود می بخشد. به طور گسترده تر، هویت دیجیتال وفاداری مشتری را تقویت می کند و با سرعت بخشیدن به ارائه خدمات آنلاین و امکان اتوماسیون بیشتر، درآمد را افزایش می دهد.

* ضرورت هویت دیجیتال برای بانک ها

کاهش اصطکاک و ورود به سیستم های هویت دیجیتال سازگار می توانند به بانک ها کمک کنند تا از تحول دیجیتال

در این مقاله توضیح داده می شود که چرا سیستم های احراز هویت دیجیتالی انعطاف پذیر، هسته اصلی انقلاب دیجیتال در خدمات مالی هستند.

برخی از مزایای عینی شناسه دیجیتالی برای بانک ها را در این مقاله بررسی می کنیم:

ارائه تجربیات بهتر به مشتری

بانک ها می توانند با احراز هویت دیجیتالی سریع و ایمن، تجربیات بهتری به مشتریان ارائه دهند. پلتفرم های هویت دیجیتال، پایه و اساس یک تجربه کاربری دیجیتالی بدون اصطکاک و قابل اعتماد هستند، چه در بانکداری آنلاین، چه در پذیرش مشتری یا سایر اپلیکیشن ها.

فرصت های بانکداری دیجیتال

هویت دیجیتال مشتریان را قادر می سازد تا بدون نیاز به وارد کردن مجدد هویت خود، به راحتی بین پلتفرم های مختلف جابجا شوند. آنها یک مسیر واحد، کاربر پسند و منعطف را برای دسترسی به چندین سرویس از طریق یک پلتفرم ارائه می کنند. احراز هویت دیجیتال همچنین دسترسی به خدمات ارزش افزوده مانند اپلیکیشن های اعتباری، وام مسکن و وام را بدون درخواست های دائمی

افزایش تراکنش ارزهای دیجیتال برای دور زدن تحریم ها

آمریکا تحریم شد. عمده حجم تراکنش های غیرقانونی ارزهای دیجیتال احتمالاً توسط کاربران روسی با استفاده از این صرافی روسی انجام شده است. آمریکا همچنین در سال میلادی گذشته، سرویس های میکسر ارز دیجیتال "بلندر" و "تورنادو کش" که گفته می شود توسط هکرها از جمله هک های کره شمالی برای پولشویی میلیارد دلار پول به دست آمده از جرایم سایبری شان، استفاده شده بودند را تحریم کرد. به نظر می آید کره شمالی بعد از روسیه در این امر دخیل بوده است.

نهادهای تحریم شده، در سال ۲۰۲۲ بیش از ۱۰۰ هزار برابر

افزایش پیدا کرد و ۴۴ درصد از کل فعالیت غیرمجاز را در سال میلادی گذشته تشکیل داد.

پولهایی که توسط صرافی روسی گارانتکس دریافت شد، عمده حجم تراکنش های غیرمجاز در سال ۲۰۲۲ را تشکیل داد.

این صرافی آوریل سال گذشته از سوی وزارت خزانه داری

استفاده از رمزارزها برای دور زدن تحریم های آمریکا، سال میلادی گذشته رشد چشمگیری پیدا کرد و ارزش تراکنش های مذکور به رکورد ۲۰۱ میلیارد دلار رسید. طبق گزارش شرکت چینالیسیس، با وجود کاهش کلی حجم تراکنش ارزهای دیجیتال، ارزش تراکنش ارزهای دیجیتال مربوط به فعالیت غیرمجاز، برای دومین سال متوالی افزایش یافت. تراکنش های انجام شده توسط

با اولویت طرح و برنامه پیش می‌رویم



حاکمیتی کشور، همچنین توانمندی‌های فنی و زیرساختی شرکت، محصولات جدید به سبد محصولات ایران کیش اضافه شود.

به سراغ محمد احسان اقبالیان می‌رویم، کسی که به تازگی به عنوان معاون حوزه ای مشغول به کار است که اولویتش بر مبنای طرح و برنامه است. از برنامه‌ها و اهداف می‌پرسیم و چشم اندازی که در این حوزه برای سال آتی ترسیم شده است.

***از دید شما چه مواردی را باید در برنامه‌های اجرایی در مورد هم‌افزایی سازمانی پرسنل در جهت تحقق اهداف در نظر گرفت؟ معاونت شما تا چه میزان این هم‌افزایی را بررسی خواهد کرد و در چارچوب آن برنامه ریزی دارد؟**

داده است؟
نقش اصلی این معاونت مرتبط با سوال شما، ابتدا با تدوین استراتژی سازمان خواهد بود. نقشه راه، ما را متمرکز (منابع) ساختار یافته خواهد نمود. قطعاً در نقشه راه به منظور رسیدن به اهداف سازمان موضوع بازاریابی و بازاریابی بسیار مهم است و البته همه آن معطوف بر یک اصل است و آن هم ایجاد مزیت رقابتی مخصوصاً در یک بازار اشباع شده مانند صنعت پرداخت می‌باشد. واقعیت آن است که این مزیت رقابتی، بخشی توسط شرکت و بخش مهمی نیز توسط بانک ایجاد خواهد شد. (بخش عمده صنعت دستگاه پایانه فروش است) لذا تعامل سازنده با بانک‌های طرف قرارداد در توسعه بازار نقش بسزایی دارد.

***در مورد برنامه‌های اجرایی در حوزه تبلیغات با تاکید بر تحولات، چه تحولات کشوری و محصولاتی نظراتان چیست و باید در این باره به کدام سمت و سو برویم؟**

قطعاً تبلیغات و در عین حال برند سازی کمک شایانی به ارائه و معرفی محصولات خواهد نمود، ابتدا باید به روی کیفی سازی محصولات و خدمات تمرکز کنیم تا تبلیغات بیشترین تاثیر و بازخورد مثبت را داشته باشد.

***چشم اندازهای سال آینده برای معاونت شما چه مواردی است؟**

حقیقت آن است که رویکرد من، چشم انداز سازمان است و نه معاونتی خاص چرا که هیچ یک از ما بدون همبستگی و اتحاد توفیقی نخواهیم داشت. با شناختی که از توانمندی‌های مدیریتی جناب آقای مهندس موسوی به عنوان رهبر این تیم و همچنین معاونین، مدیران و پرسنل توانمند و کوشا شرکت ایران کیش داریم، قطعاً آینده روشن و همراه با موفقیت‌هایی بیش از پیش خواهد بود.

***در ابتدا بفرمایید که ما معاونت جاری را بیشتر باید با سمت و سوی طرح و برنامه بدانیم و یا کسب و کار نوین؟ و ضرورت‌ها و اولویت‌های شما در این معاونت چه مواردی است و چرا؟**

قطعاً با سمت و سوی طرح و برنامه و البته سعی بر آن خواهد بود که در بخش‌های تحقیق، توسعه و تحلیل بازار کمک شایانی به توسعه محصولات و کسب و کار شرکت شود. در خصوص اولویت‌ها در این معاونت باید گفت تغییر ساختار سازمانی با رویکرد تسریع فرآیند‌ها، تمرکز مدیریت‌ها در بخش‌های مختلف، استاندارد سازی و ارتقا کیفیت خدمات و سرویس‌ها را در نظر داریم، تدوین استراتژی سازمان با رویکرد بررسی نقاط قوت و ضعف سازمان به منظور انتخاب زمین بازی صحیح متناسب با توانمندی‌ها و منابع به همراه برنامه و نقشه راه، پیش‌گزارش‌ها و ارزیابی عملکرد، اصلاح فرآیند‌های مبتنی بر رویکرد سیستمی و نه قائم به فرد و سلیقه اشخاص، تحقیق و توسعه در حوزه کسب و کار با رویکرد مدیریت منابع سازمان و برنامه ریزی و بودجه بندی صحیح از اهم موارد در اولویت‌ها و اقدامات این معاونت است.

***ارزیابی شما از اقدامات انجام شده در معاونت جاری در طول این مدت چه بوده است؟ برای سال آتی چه ضرورت‌هایی را در نظر گرفته‌اید؟**

واقعیت آن است که در این معاونت عمدتاً کار طرح و برنامه انجام نشده است و بیشتر، رویکرد تولید گزارشات و ارزیابی‌ها بوده است. مفهوم استراتژی کاملاً مغفول مانده و برنامه‌ای وجود ندارد. ضرورت برنامه ریزی صحیح مطابق با استراتژی مدیریت کلان شرکت کاملاً مشهود است و البته اقدامات بسیار مفیدی نیز تا کنون در شرکت کارت اعتباری ایران کیش انجام شده است.

در سال پیش‌رو، اولویت با برنامه ریزی در بخش رفع عدم انطباق‌های شاپرکی سازمان، حفظ و نگهداشت مشتریان و ارتقا سهم بازار شرکت در حوزه ابزارهای پذیرش کارت، تغییر ساختار سازمانی، ایجاد زیرساخت‌های بومی ایران کیش به منظور ارائه سرویس بهتر و قابل رقابت در بازار خواهد بود.

***معاونت شما تا چه میزان می‌تواند در بحث جذب محصولات ناب و خلاقانه راهبری کند؟**

واقعیت آن است که تا کنون چنین مدیریتی در این معاونت وجود نداشته است و با تغییر ساختار سازمانی این اقدام انجام خواهد شد.

در برنامه ریزی انجام شده به دنبال آن هستیم که با بررسی و تحقیق در بازارهای داخلی و خارجی و البته با توجه به امکان تطبیق آن با الزامات رگولاتوری و

***یکی از نکاتی که مطرح است برنامه‌های اجرایی برای بازاریابی و بازاریابی است که می‌تواند با تاکید بر مزیت‌سازی یا مزیت‌های فعلی مطرح باشد معاونت شما تا چه میزان حرکت به سمت بازاریابی را در این حیطه در نظر دارد و برنامه ریزی در مسیر آن را در دستور کار قرار**



به مسئولیت‌های اجتماعی پایبندیم



جشن شب یلدا در شرکت کارت اعتباری ایران کیش



گرامیداشت روز زن در ایران کیش

چگونه از تجزیه و تحلیل داده های مشتری در تجارت خود استفاده کنید



تحقیق و ترجمه - روابط

عمومی ایران کیش: رهبران کسب و کار و متخصصان بازاریابی می دانند که با ارزش ترین دارایی یک شرکت، مشتریان آن هستند. در واقع، تجزیه و تحلیل داده ها و بینش های مشتری مبتنی بر داده، تفاوت های رقابتی سال ۲۰۲۳ هستند. استفاده از تجزیه و تحلیل داده های مشتری چیزی بیش از افزایش درآمد و سطح رضایت مشتری است. از تجزیه و تحلیل داده های مشتری می توان برای ایجاد مزیت رقابتی، ارائه محصولات و پیشنهادات جدید به بازار و ایجاد یک استراتژی برند موفق استفاده کرد.

اصطلاح "تحلیل مشتری" می تواند طیف گسترده ای از نتایج را در بر گیرد. برای برخی، ممکن است به معنای جمع آوری اطلاعات مشتری برای ایجاد نمایه ای از بازار هدف شرکتی باشد. برای برخی دیگر نیز می تواند به معنای تجزیه و تحلیل رفتار مشتری برای بررسی نحوه تعامل مشتریان با کسب و کار شما باشد. هر طور که آن را تعریف کنید، تجزیه و تحلیل داده های مشتری برای تصمیم گیری هوشمندانه در هنگام جذب و حفظ مشتریان استفاده می شود.

در حالی که این اصطلاح ممکن است دلهره آور به نظر برسد، مزایای استفاده از تجزیه و تحلیل داده های مشتری در یک استراتژی تجاری بی شمار است. استفاده از تجزیه و تحلیل داده ها به شما این امکان را می دهد که بدانید مشتریان چگونه در وب سایت شما رفتار می کنند، چه چیزی را در مورد برند شما دوست دارند و چه چیزی را دوست ندارند و چه چیزی را در محصول شما مهم می دانند. با داشتن این اطلاعات، می توانید تصمیمات مشتری محور بیشتری بگیرید تا با نیازها و خواسته های در حال تغییر هر مشتری و بازار بزرگتر هماهنگ شوید. چرا از تجزیه و تحلیل داده های مشتری برای کسب و کار خود استفاده کنید؟

سه دلیل اصلی برای استفاده از تجزیه و تحلیل داده های مشتری وجود دارد: (۱) برای درک نیازهای مشتری و متناسب کردن محصولات، (۲) بهبود کمپین های بازاریابی و تبلیغات، (۳) بهبود تجربه مشتری.

*درک نیازهای مشتری

استفاده از تجزیه و تحلیل داده ها به شما این امکان را می دهد که بهتر درک کنید مشتریان از محصول شما چه چیزهایی را دوست دارند یا دوست ندارند. با شناسایی بازخوردها، می توانید از آن برای بهبود تجربه شان با محصولات و برند کلی خود استفاده کنید. تجزیه و تحلیل داده های مشتری باعث شناسایی بهتر افرادی که از محصول یا خدمات شما استفاده می کنند و تعاملات مشتری می شود. شناسایی روندها و الگوها می تواند به شما کمک کند تا تصمیمات مهمی بگیرید که بر درآمد شما تأثیر می گذارد.

*بهبود کمپین های بازاریابی و تبلیغات

علاوه بر این، تجزیه و تحلیل داده های مشتری می تواند

تعاملات می تواند دید بسیار جامع تری از سفر مشتری ارائه دهد. داشتن دیدگاهی جامع از این تعاملات می تواند به شما کمک کند تا راه هایی را برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان خود بیابید و از تجربیات نامناسب مشتری قبل از وقوع آنها جلوگیری کنید. همچنین می توانید از این داده ها برای ایجاد یا بهبود برنامه های پاداش و وفاداری مشتری استفاده کنید تا مشتریان شما همچنان احساس ارزشمندی کنند.

چگونه امروز استفاده از تجزیه و تحلیل داده های مشتری را شروع کنیم؟

اکنون که با مزایا و کاربردهای اولیه

تجزیه و تحلیل داده های مشتری آشنا شدید، بیایید نگاهی به چهار روش کاربردی که می توانید تجزیه و تحلیل داده های مشتری را پیاده سازی کنید، بیاندازیم.

۱. مناطق فرصت را بیابید: مهم است که مشتریان خود را تا حد امکان از نزدیک بشناسید: علایق، دوست نداشتن، خواسته ها و نیازهای آنها. هرچه بیشتر در مورد پایگاه مشتری خود بدانید، بهتر می توانید زمینه های فرصت را در شرکت خود مشخص کنید. هرچه فرصت های بیشتری پیدا کنید، شانس بیشتری برای برآورده کردن این نیازها و فروش دارید.

۲. ببینید رقبای شما چه می کنند: اینترنت دنیای گسترده ای با حجم بی نهایت اطلاعات است. با تحقیق در مورد اینکه رقبای شما در چه کاری هستند و چگونه از تجزیه و تحلیل داده ها برای تقویت موفقیت کسب و کار خود استفاده می کنند، از این به نفع خود استفاده کنید. از طریق رسانه های اجتماعی آنها و آنچه در وب سایت خود پست می کنند اسکن کنید و می توانید استراتژی های آنها را برای جذب مشتریان بالقوه مشاهده کنید. از موفقیت ها و شکست های آنها درس بگیرید تا تاکتیک های خود را بهبود بخشید.

۳. قبل از تغییر رفتار، علائم هشدار دهنده اولیه را دریافت کنید: یکی از مهمترین مزایای تجزیه و تحلیل داده های مشتری، استفاده از علائم هشدار دهنده برای پیش بینی تغییرات در رفتار قبل از وقوع است. این ممکن است به معنای کاهش فروش یا تغییر در احساسات مشتری باشد. اینکه بتوانید پیشگیرانه عمل کنید به شما این امکان را می دهد که قبل از اینکه هر تغییر مهمی به مشکلی غیرقابل برگشت برای کسب و کار شما تبدیل شود، از آسیب یا حداقل کنترل آسیب های اولیه جلوگیری کنید.

۴. آنچه را که مشتریان در مورد برند شما می گویند را مشاهده کنید: اگر مشتریان از یک محصول یا خدمات ناراضی باشند، تشخیص آن بدون هیچ بازخوردی از سوی خریداران دشوار است. تجزیه و تحلیل داده های مشتری می تواند به شما در جمع آوری داده ها از منابع عمومی کمک کند تا بتوانید دیدگاهی جامع از احساسات مشتری داشته باشید.

برای بهبود کمپین های بازاریابی و تبلیغاتی مورد استفاده قرار گیرد. استخراج بینش از تجزیه و تحلیل داده های مشتری می تواند به بازاریابان کمک کند تا درک بهتری از نحوه تعامل مشتریان با یک برند داشته باشند. در دنیای دیجیتال امروزی، بازاریابان باید به طور فزاینده ای نوآور و خلاق باشند تا از منحنی ها جلوتر بمانند. استفاده از تجزیه و تحلیل داده های مشتری می تواند به شما کمک کند تا با اجرای کمپین هایی که مطابق با علایق مشتری هستند، از بودجه خود استفاده موثرتری داشته باشید.

وقتی صحبت از بازاریابی می شود، یک شیوه عملکرد برای همه مشتریان مناسب نیست. امروزه، شما باید بتوانید به صورت پویا هر پیامی را شخصی سازی کنید تا هر مشتری احساس کند دیده و قدرانی می شود و با ارزش است. برای انجام این کار، بسیاری از بازاریابان از ابزارهای تحلیلی پیش بینی کننده استفاده می کنند که اطلاعات مشتریان را بر اساس الگوهای رفتار گذشته جمع آوری می کند. تجزیه و تحلیل داده ها همچنین می تواند برای توسعه یک استراتژی قوی رسانه های اجتماعی استفاده شود. رسانه های اجتماعی به یک کانال بازاریابی کلیدی برای شرکت ها در هر اندازه تبدیل شده اند، اما بدون داشتن یک برنامه محکم، می توانند بسیار چالش برانگیز باشند. تجزیه و تحلیل داده های مشتری بینش لازم را برای استراتژی موثر ارائه می دهد، و به شما نشان می دهد که کدام پلتفرم ها برای مشتریان شما کلیدی هستند، کدام پیام ها برای مخاطبان مختلف بهترین کار را دارند. به طور مشابه، تجزیه و تحلیل وب سایت تان می تواند به شما در بهبود حضور آنلاین شرکت خود کمک کند. مشخص کنید که مشتریان در سایت شما چه کاری انجام می دهند، از کجا وارد سایت می شوند و از چه صفحاتی بازدید می کنند و از این اطلاعات برای بهبود بیشتر تجربه مشتری استفاده کنید. مصرف کننده مدرن دائما به صورت آنلاین در ارتباط است، بنابراین بسیار مهم است که هر شرکتی که می خواهد با مشتریان ارتباط برقرار کند، هم در رسانه های اجتماعی و هم در وب سایت خود حضور آنلاین قوی داشته باشد.

*بهبود تجربه مشتری

امروزه مشتریان با بسیاری از بخش های مختلف یک سازمان تعامل دارند از امور مالی گرفته تا پشتیبانی، بازاریابی و فروش. گردآوری تجزیه و تحلیل از همه این



چگونه کودکان خود را در شبکه های مجازی مدیریت کنیم؟



از ابزار های مدیریتی برای کنترل محتوای مطلب جستجو شده در فضای مجازی استفاده کنید.

به آن ها یاد دهید قبل از باز کردن صفحه ای در فضای مجازی به محتوای آن فکر کنند.

الگوی خوبی برای فرزندان خود باشید؛ زیرا آن ها به رفتارهای والدین نگاه می کنند.

قوانینی برای محدودیت استفاده از موبایل و تبلت ایجاد کنید.

درباره خطرات انتشار مطالب، تصاویر و ویدئو های شخصی، به آن ها هشدار دهید.

با فرزندان خود درباره فعالیت هایشان در فضای مجازی و محتوایی که می بینند صحبت کنید.

روانشناسی

چرا از حل مشکلات فرار می‌کنیم؟

همه ما مشکلاتی داریم که می‌دانیم اما نادیده می‌گیریم، زندگی پر از مشکلات است و در حالی که محتوا دائماً تغییر می‌کند، روش ما برای نزدیک شدن و حل آنها اغلب تعیین می‌شود و دیدگاه یا احساسات ما مانع از حرکت به جلو می‌شود. در زیر چند دلیل رایج برای حل نکردن برخی از مشکلات و پادزرها آورده شده است:

* غرق می‌شوید

شما در حال بررسی درخواست برای یک شغل جدید هستید، اما وقتی به وبسایت‌های شغلی مراجعه می‌کنید ناامید می‌شوید. مشاغل بسیار، الزامات مختلف و برنامه‌های کاربردی پیچیده. همه‌ی این‌ها باعث می‌شود تا شما از دنبال کردن اهدافتان اجتناب کنید.

راه حل: برای جلوگیری از غرق شدن، با یک هدف روشن شروع کنید تا به شما در مرتب کردن اولویت‌ها کمک کند. اگر برای تعریف آن به کمک نیاز دارید، با یک دوست خوب، شریک زندگی یا یک مشاور صحبت کنید که می‌تواند سوالات سخت را بپرسد تا به شما کمک کند اهداف خود را اصلاح کنید.

* از خود انتقاد می‌کنید، عزت نفس پایینی

دارید و افسرده هستید

شما به این فکر می‌کنید که با سرپرست خود در مورد برنامه کاری خود صحبت کنید، اما احساس ترس و نگرانی می‌کنید که نتوانید منظور خود را به خوبی بیان کنید. از درخواست شغل منصرف می‌شوید زیرا به خود می‌گویید احتمالاً واجد شرایط نیستید. صدای انتقادی شما به شما فشار می‌آورد تا مشکل را حل کنید و آن را به درستی انجام دهید. عزت نفس پایین به شما می‌گوید که به اندازه کافی خوب نیستید یا آن را به هم خواهید زد و افسردگی شما می‌گوید، چرا خود را به زحمت بیان‌دازید؟ مسئله تغییر نخواهد کرد. راه حل: به جای اینکه اجازه دهید این صداها شما را اداره کنند، باید ببینید که چگونه تلاش‌های شما را خراب می‌کنند و بر مغز منطقی شما غلبه می‌کنند. زمان آن است که به عقب برگردید، با وجود اینکه چگونه فکر می‌کنید و احساس می‌کنید، قدم‌های کوچک را به سمت هدف خود بردارید، و برای مقابله با مشکل اساسی کمک بخواهید.

* راه حل شما خیلی مبهم است، انتظارات

شما غیر واقعی است

راه حل: راه کارهای خوب رفتاری، دقیق و واقع‌بینانه هستند مانند بودجه توافق شده و جدول زمانی معقول. اما حتی برنامه‌های به ظاهر محکم هم به ندرت یک‌سری انجام می‌شوند. این در مورد چرخش به عقب، ارزیابی و تنظیم دقیق است. بعد از یک هفته بررسی کنید تا ببینید بودجه چگونه کار می‌کند.

غیرممکن غیرممکنه، کار نشد ندارد، کتابی در حوزه موفقیت و نوشته ماری فورلئو است. این کتاب شما را با حقایق سخت زندگی روبه رو می‌کند و کمک می‌کند تا با آگاهی و براحتی از آنها گذر کنید. ماری فورلئو این کتاب را با الهام از جمله مادرش که همیشه زیر لب تکرار می‌کرد نوشته است: «غیرممکن غیرممکن است، کار نشد ندارد». فورلئو اعتقاد دارد همین جمله مادرش باعث شد او در زندگی تحصیلی و شغلی‌اش به موفقیت‌های زیادی دست پیدا کند، یک شرکت چند میلیون دلاری راه اندازی کند و یک برنامه محبوب پربیننده تلویزیونی بسازد.

حالا او در این کتاب داستان افرادی را بازگو می‌کند که در مواجهه با سختی‌های زندگی همچون ازدست‌دادن، بیماری و دردهای جان‌کاه پیروز شده‌اند.



عنوان	غیرممکن غیرممکنه
نویسنده/ مترجم	ماری فورلئو
موضوع	یادداشت‌های غیرممکن غیرممکنه نشان می‌دهند چگونه باور ساده‌ای به ما کمک می‌کند منعطف، خوش فکر و پرامید باشیم؛ به‌خصوص وقتی به‌شدت به آن نیازمندیم. این کتاب می‌تواند در هر سطحی کمک کننده باشد این کتاب را بهتر است کسانی بخوانند که انگیزه خود را برای تغییر و شروع یک کار تازه از دست داده‌اند

تکنولوژی

ساخت اولین ایمپلنت مغزی برای درمان افسردگی

یک شرکت نوروتکنولوژی از دستگاہی رونمایی کرد که افسردگی را درمان می‌کند و اکنون در جمجمه اولین بیمار قرار دارد. به گزارش دیلی میل، «قرص دیجیتالی Inner

Cosmos» شامل دو بخش است: یک الکتروود که در زیر پوست سر قرار می‌گیرد و "غلاف نسخه‌ای" که برای تامین انرژی دستگاه روی موه‌های کاربران می‌چسبد.

ایمپلنت پالس‌های الکتریکی کوچکی را به ناحیه مغزی که تحت تاثیر افسردگی قرار گرفته است یک بار در روز به مدت ۱۵ دقیقه ارسال می‌کند.

ایمپلنت‌ها برای درمان تمام ردیف‌های مغز موجی در صنعت ایجاد می‌کنند، زیرا شرکت‌های متعددی در حال رقابت هستند تا ابتدا محصولات خود را وارد بازار کنند.

Neuralink ماسک اخیراً محصولی را به نمایش گذاشته است که تراشه خود را در مغز میمون نشان می‌دهد و به آن اجازه می‌دهد صفحه کلیدی را روی صفحه کنترل کند تا جملات کامل را تایپ کند.

Synchron آزمایش‌های انسانی کاشت مغزی خود را در ماه ژوئیه آغاز کرد، که به کاربر اجازه می‌دهد کامپیوتر را تنها با استفاده از فکر کنترل کند.

اطلاعات گوشی هوشمندتان را به اشتراک بگذارید و پول بگیرید

اپلیکیشن جدیدی به نام Caden می‌تواند هزاران دلار به کاربران در سال پرداخت کند تا داده‌های گوشی هوشمند خود را با تبلیغ‌کنندگان به اشتراک بگذارند؛ هر چه اطلاعات دقیق‌تر باشد، پرداخت بیشتر خواهد بود.

به گزارش دیلی میل، برنامه Caden توسط جری یانگ، پیشگام اینترنت و یکی از بنیانگذاران یاهو پشتیبانی می‌شود. این برنامه به کاربران کمک می‌کند تا داده‌های خود را از سرویس‌ها و برنامه‌های دیگر، چه آمازون یا Yelp، در یک صندوق بارگیری کنند.

بر اساس گزارش وال استریت ژورنال، Caden با تعداد کمی از کاربران شروع کرده است و قصد دارد در اوایل سال آینده یک آزمایش بتا عمومی را با ۱۰۰۰۰ کاربر ارائه کند. این شرکت قصد دارد به کاربران طیف گسترده‌ای از انتخاب‌ها را در مورد اشتراک گذاری داده‌های خود ارائه دهد. این شرکت در وبسایت خود می‌گوید: «ما معتقدیم هر شهروند دیجیتالی باید بخشی از اقتصاد داده باشد و کسی باشد که می‌تواند تصمیم بگیرد که چگونه از داده‌هایش استفاده شود».



۵ دلیل که سال ۲۰۲۳ سال سختی برای بازارهای جهانی خواهد بود

به اینکه بسیاری از دولت‌ها به خرید مصرف‌کننده این کالاها یارانه می‌دهند.

* تسریع تمرکززدایی از نهادها و سیستم‌های کلیدی

این تغییر اساسی توسط دو عامل هدایت می‌شود. اول، یک تغییر نظم در نظم جهانی ژئوپلیتیکی به دلیل شکسته شدن زنجیره تامین، سیاست‌های پولی سخت و درگیری ایجاد شد. دوم، فرسایش جهانی اعتماد به موسسات ناشی از واکنش آشفته به COVID-۱۹، مشکلات اقتصادی و

اطلاعات غلط گسترده.

اولین نکته کلیدی این است، کشورهایی که زمانی به ایالات متحده به عنوان رهبر عقیده و مجری دستور نگاه می‌کردند، این همسویی را زیر سوال می‌برند و شکاف را با روابط منطقه‌ای پر می‌کنند.

در همین حال، بی‌اعتمادی به نهادها در حال افزایش است. نظرسنجی مرکز تحقیقاتی پیو نشان داد که آمریکایی‌ها به طور فزاینده‌ای نسبت به بانک‌ها، کنگره، کسب‌وکارهای بزرگ و سیستم‌های مراقبت‌های بهداشتی - حتی نسبت به یکدیگر - مشکوک هستند. تشدید اعتراضات در هلند، فرانسه، آلمان و کانادا، روشن می‌کند که این یک پدیده جهانی است.

چنین ناراضی‌هایی همچنین باعث افزایش نامزدهای پوپولیست راست افراطی شده است که اخیراً در ایتالیا با انتخاب جورجیا ملونی انجام شد.

به همین ترتیب علاقه فزاینده‌ای به راه‌های جایگزین برای دسترسی به خدمات برانگیخته است. تحصیل در خانه در طول همه‌گیری کرونا افزایش یافت. امروز Web3 وجود دارد که برای ارائه جایگزینی برای سیستم‌های سنتی ساخته شده است.

از لحاظ تاریخی، دوره‌های تمرکز شدید با امواج تمرکززدایی دنبال می‌شود. به فروپاشی امپراتوری روم به شاهنشاهی‌های محلی، انقلاب‌های پشت سر هم در قرن هجدهم و اوایل قرن نوزدهم و ظهور قوانین ضدتراست در سراسر غرب در قرن بیستم فکر کنید. همه شاهد تکه تکه شدن ساختارهای یکپارچه به اجزای سازنده بودند. سپس روند آهسته تمرکز از نو آغاز شد. گذار امروزی توسط فناوری‌های انقلابی تسریع می‌شود و اگرچه این فرآیند جدید نیست، اما برای بازارها و همچنین جامعه مخل است. به هر حال، بازارها بر اساس توانایی محاسبه نتایج رشد می‌کنند. هنگامی که اساس رفتار مصرف‌کننده در حال تغییر فاز است، انجام این کار به طور فزاینده‌ای سخت می‌شود. در مجموع، همه این روندها به دوره‌ای اشاره می‌کنند که تنها سرمایه‌گذاران دقیق و فرصت طلب پیش روی خواهند بود. پس کمربندهای ایمنی خود را ببندید و برای سواری آماده شوید. آینده خاصی در انتظارماست و باید خود را برای آن حاضر کنیم.



کاهش می‌دهد.

* گذار به اقتصادهای کالا محور

همان اختلالاتی که باعث روند تجدید حیات شد، کشورها را به جستجوی زنجیره‌های تامین مواد خام ایمن‌تر و سبتر چه در داخل مرزهای خود و چه در مرزهای متحدان سوق داده است.

در سال‌های اخیر، استخراج زمین‌های کمیاب حیاتی به کشورهایی با نیروی کار ارزان فراوان و مقررات مالیاتی ضعیف واگذار شده است. از آنجایی که این فرآیندها به سمت حوزه‌های قضایی با مالیات بالا و دستمزد بالا می‌روند، منبع مواد خام باید تجدید نظر شود. در برخی کشورها، این امر منجر به افزایش سرمایه‌گذاری در اکتشاف می‌شود. در کشورهایی که نمی‌توانند کالاها را در خانه تهیه کنند، ممکن است منجر به تغییر اتحادهای تجاری شود.

ما می‌توانیم انتظار داشته باشیم که چنین اتحادیهایی منعکس‌کننده تغییر ژئوپلیتیک از نظم جهانی تک قطبی به نظم چندقطبی باشند. به عنوان مثال، بسیاری از کشورهای منطقه آسیا و اقیانوسیه به احتمال زیاد دستور کار چین را نسبت به ایالات متحده در اولویت قرار می‌دهند، که پیامدهایی برای دسترسی ایالات متحده به کالاهایی که اکنون از آسیا تهیه می‌شود، خواهد داشت.

* تورم مداوم

با توجه به این فشارها، بعید است که تورم به این زودی‌ها کاهش یابد. این یک چالش بزرگ برای بانک‌های مرکزی است. هزینه‌های استقراض بالاتر قدرت محدودی خواهد داشت، اکنون ما وارد عصر تورم سکولار شده‌ایم، با عدم تعادل عرضه/تقاضا ناشی از فروپاشی جهانی‌سازی.

چرخه‌های تورمی گذشته زمانی به پایان رسیده‌اند که قیمت‌ها تا حدی غیرقابل استطاعت بالا رفتند و باعث سقوط تقاضا (تخریب تقاضا) شد. این فرآیند در مورد خریدهای اختیاری مشکل‌چندانی ایجاد نمی‌کند، اما در موارد ضروری مانند انرژی و غذا مشکل‌ساز است. از آنجایی که مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارها چاره‌ای جز پرداخت هزینه‌های بالاتر ندارند، دامنه محدودی برای کاهش فشار صعودی وجود دارد، به‌ویژه با توجه

تحقیق و ترجمه - روابط

عمومی ایران کیش: از تورم گرفته تا

کمبود انرژی و بی‌ثباتی عمومی، سالی پرتلاطم در پیش روی بازارها قرار دارد. با توجه به اینکه بازارهای مالی با تلاطم بی‌سابقه‌ای مواجه هستند، نگاه دقیق به واقعیت‌های اقتصادی مهم است.

تحلیلگران موافق هستند که بازارها با مشکلات جدی روبرو هستند. صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده است که یک سوم اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۳ دچار رکود خواهد شد. انرژی با تقاضای بالا و کمبود عرضه مواجه می‌شود، قیمت

ها افزایش خواهد یافت و اقتصادهای نوظهور در شرایط متزلزل از همه‌گیری کرونا خارج می‌شوند.

پنج موضوع اساسی و به هم مرتبط وجود دارد که برای بازارهای دارایی در سال ۲۰۲۳ مشکل ایجاد می‌کند.

* کمبود انرژی خالص

بدون تغییرات چشمگیر در چشم‌انداز ژئوپلیتیکی و اقتصادی، به نظر می‌رسد کمبود سوخت‌های فسیلی تا زمستان آینده ادامه یابد. منابع روسیه به دلیل تحریم‌های مربوط به جنگ در اوکراین کاهش یافته است، در حالی که معماری انرژی اروپا با تخریب بخشی از خط لوله نورد استریم ۱ آسیب جبران‌ناپذیری را متحمل شد. این موضوع غیرقابل جبران است زیرا آماده‌سازی زیرساخت‌های جدید به زمان و هزینه نیاز دارد و الزامات ESG توجه پروژه‌های سوخت فسیلی در مقیاس بزرگ را برای شرکت‌های انرژی دشوار می‌کند.

در همین حال، تقاضای قوی در حال حاضر تنها زمانی افزایش می‌یابد که کشورها از باتلاق کووید-۱۹ خارج شود. رشد بی‌سابقه در انرژی‌های تجدیدپذیر و وسایل نقلیه الکتریکی را شاهد هستیم. اما محدودیت‌هایی وجود دارد. انرژی‌های تجدیدپذیر به عناصری مانند لیتیوم، کبالت، کروم و آلومینیوم نیاز دارند که به سختی قابل استفاده هستند. استفاده از انرژی هسته‌ای فشار را کاهش می‌دهد، اما نیروگاه‌های جدید سال‌ها طول می‌کشد تا آنلاین شوند و جلب حمایت عمومی ممکن است سخت باشد.

* احیای تولید

شووک‌های زنجیره تامین ناشی از بیماری همه‌گیر کرونا و تهاجم روسیه به اوکراین، اشتباهی را در اقتصادهای بزرگ برای تجدید تولید ایجاد کرده است. در حالی که این می‌امرتواند یک موهبت بلندمدت برای رشد داخلی باشد، اما تجدید حیات مستلزم سرمایه‌گذاری، زمان و در دسترس بودن نیروی کار ماهر است.

بنا براین در کوتاه مدت تا میان مدت، احیای مشاغل، تورم را در کشورهای با درآمد بالا افزایش می‌دهد، زیرا دستمزد کارگران ماهر را بالا می‌برد و حاشیه سود شرکت‌ها را