

۴۰ هزار تومان فاصله تا عقلانیت

حسین سلاح‌ورزی
رئیس مرکز ملی کار آفرینی ایران

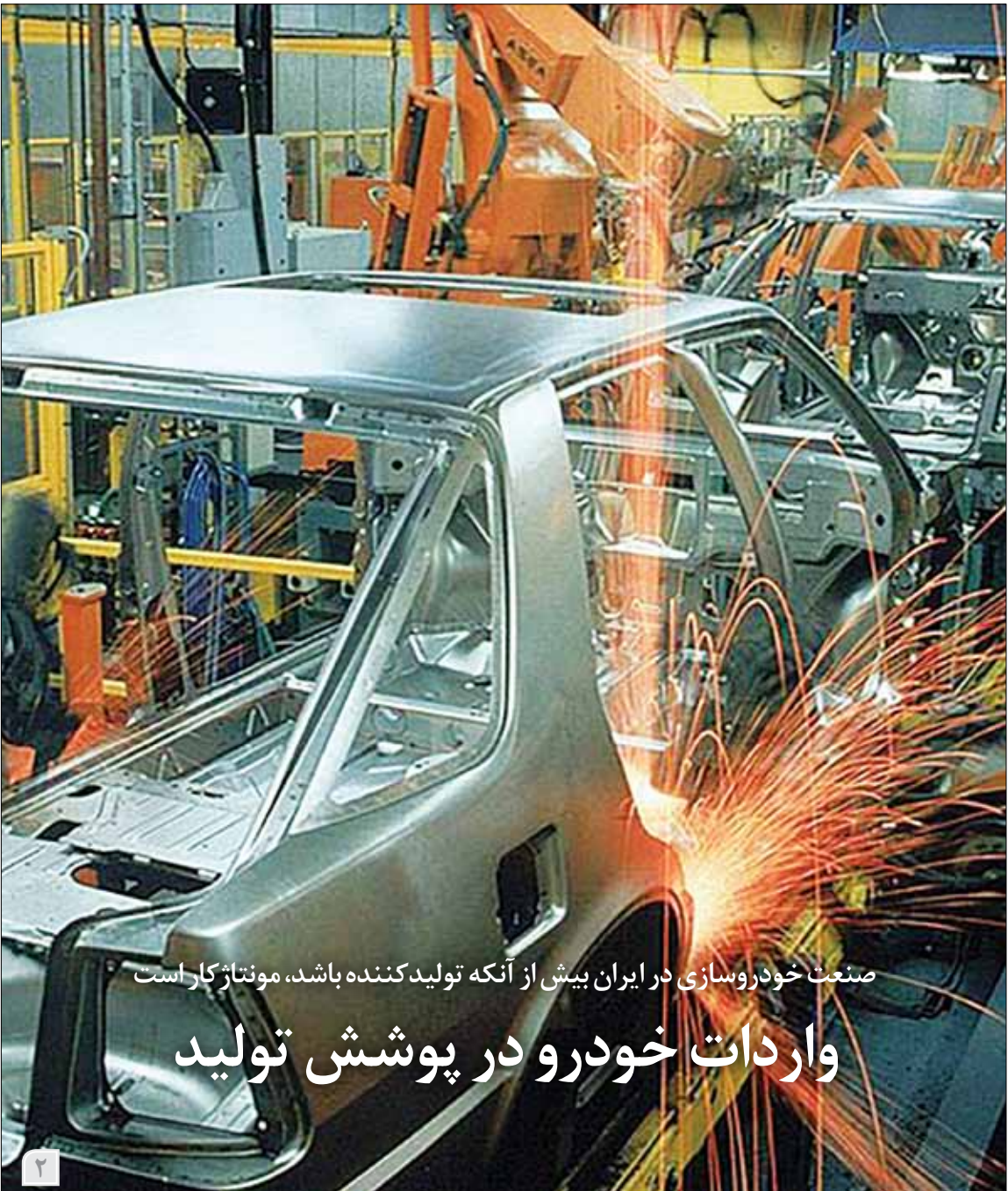
اختلاف قیمت ارز در بازار آزاد و بازار مبادله به بیش از ۴۰ هزار تومان رسیده است. این اختلاف در ظاهر فقط یک فاصله عددی است، اما در واقع، آینده‌ای تمام‌نما از یک بیماری مزمن در اقتصاد ایران است: اصرار بر سیاست‌های دستوری که فقط رانت می‌زاید و منابع ملی را به جیب گروهی خاص منتقل می‌کند. ماجرا ساده است. دولت ارز کمپاب را با نرخ ارزان‌تر در اختیار گروهی محدود قرار می‌دهد، به این امید که کالاهای اساسی و ملزومات با قیمت پایین‌تر وارد کشور شوند، اما همه می‌دانند که در عمل چه رخ می‌دهد: یا اصلا کالایی وارد نمی‌شود یا اگر شد، همان کالا به نرخ آزاد به مردم فروخته می‌شود. نتیجه؟ سوده‌های نجومی برای اطرافیان و وابستگان و رانت‌خواران و سفره کوچک‌تر برای مردم.

این داستان تازه نیست. از ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی گرفته تا انواع نرخ‌های ترجیحی امروز، بارها امتحان شده و هر بار شکست خورده است. هیچ کدام از این سیاست‌ها، نه تورم را مهار کرده و نه زندگی مردم را بهتر ساخته است؛ تنها دستاورد روشن آن، انتقال منابع ملی از جیب مردم به حلقه‌های بسته قدرت بوده است. سؤال روشن است: چه عقل سلیمی حکم می‌کند که این منابع ارزی کشور، آن هم در شرایط تحریم و فشار خارجی، با نرخ ارزان...

صفحه ۲

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



صنعت خودروسازی در ایران بیش از آنکه تولیدکننده باشد، مونتاژ کار است

واردات خودرو در پوشش تولید

داستان‌سرایی برای موفقیت در کسب‌وکار به روایت «کونومیس‌ت»

بهترین داستان برنده می‌شود

جنسی، شوخی، شعارهای تبلیغاتی یا حیوانات بانمک و دوست‌داشتنی نیست. آنچه مردم دوست دارند و درباره‌اش صحبت می‌کنند، داستان است. تبلیغاتی که از قالب‌های داستانی سنتی پیروی می‌کردند، بیشتر مورد پسند بودند و هرچه داستان آنها کامل‌تر بود (هرچه بیشتر از فرم دراماتیک متعارف استفاده می‌کردند)، بیشتر پسندیده می‌شدند و بیشتر درباره آنها صحبت می‌شد. طبق این مقاله، «آیا داستان و دوست‌داشتنی بودن، باعث فروش می‌شود؟ تبلیغات دوست‌داشتنی، بیشتر احتمال دارد چندین بار دیده و به اشتراک گذاشته شوند که باعث افزایش بازاریابی وپروسی یا وایرال و آگاهی بیشتر مخاطب می‌شود.» از طرفی هم «تبلیغ‌کنندگان می‌توانند برای ۲۰ ثانیه، توجه مصرف‌کنندگان در حین بازی را بخردن، اما وقتی تبلیغات به شبکه‌های اجتماعی وارد می‌شوند، همه‌چیز به دوست‌داشتنی بودن آن بستگی دارد. مردم به سمت داستان جذب می‌شوند و به آن توجه می‌کنند.»

شاید فکر کنید این روزها مردم وقت کافی برای شنیدن داستان ندارند. ما همیشه می‌شنویم که توجه افراد کاهش یافته و تمرکز آنها، کمتر از گذشته شده است. این یک نظریه به منسوخ است، اما آیا درست است؟ شاید متوجه شده باشید که همان افرادی که به کمبود توجه متهم می‌شوند، قادرند یک سریال تلویزیونی یا ۱۲ قسمت ۶۰ دقیقه‌ای را به‌طور کامل تماشا کنند (البته اگر داستان آن جذاب باشد). واقعیت این است که ما انسان‌های قرن بیست و یکم به‌خوبی می‌توانیم روی چیزی که علاقه‌مان را جلب کند، تمرکز کنیم و آنچه که ما را جذب می‌کند، داستان است. نویسندگان همان مطالعه، هشت سال پس از تحقیقات اولیه خود، تحقیقات مشابهی در مورد ویدئوهای تبلیغاتی وپروسی و وایرال‌شده آنلاین انجام دادند. تحلیل آنها از ۱۵۵ تبلیغ آنلاین، نشان داد که میانگین تعداد به اشتراک‌گذاری‌ها و بازدیدها برای ویدئوهایی که داستان کاملی ارائه می‌دادند، بیشتر از ویدئوهایی بود که چنین ویژگی نداشتند. حتی در دنیای کلیک‌خور، مردم همچنان داستان خوب را دوست دارند.

داستان‌ها همواره ارزش می‌آفرینند

داستان‌سرایی فقط به اشتراک‌گذاری و لایک ختم نمی‌شود؛ بلکه به پول واقعی تبدیل می‌شود. زمانی که «کلوب دلارشیو» در سال ۲۰۱۶ توسط شرکت یونیولپر به قیمت یک میلیارد دلار خریداری شد، ثابت کرد که یک استارت‌آپ، موفق است. آیا این معامله از نظر مالی برای یونیولپر منطقی بود؟ به‌طور فزاینده‌ای کارشناسان معتقدند که چنین نبوده است، اما برای «مایکل دووبین»، بنیانگذار «کلوب دلارشیو» قطعاً منطقی بود؛ زیرا او شخصا ۹۰ میلیون دلار دریافت کرد، چه چیزی پشت این قیمت فوق‌العاده بالا بود؟ پاسخ: داستان. این برند غیرمتعارف، داستان غیرمتعارف خود را با ویدئوهای غیرمتعارف تعریف کرد. یکی از این ویدئوها که با عنوان «تیغ‌های ما، لعنتی! واقعا عالی هستند» سر و صدای زیادی به پا کرد. این ویدئوی تبلیسی با طنز و اجرای خود «دوبین» همراه بود که در آن او به بینندگان انبار شرکت را نشان می‌داد. این ویدئو بلافاصله یک ارتباط احساسی با مخاطبان برقرار کرد: آنها درحال هدر دادن پول خود برای تیغ‌های گران‌قیمت بودند و «کلوب دلارشیو» پاسخ این مشکل بود. این ویدئو با هزینه ۴ هزار و ۵۰۰ دلار ساخته شد. برای آنکه بدانیم این قیمت در دنیای تبلیغات چقدر ناچیز است، باید گفت که بودجه بازاریابی سالانه برند ژیلت به تازگی در مجله «هارتینگت ویک» حدود ۶۰۰ میلیون دلار گزارش شده است. در زمان خرید یک میلیارد دلاری، «ایان دارنل»، یکی از مدیران شرکت گروه سرمایه‌گذاری

کنیم. لطفا همراه من لحظه‌ای سکوت کنید و به یاد این دوست قدیمی‌مان باشید.» او هرگز از حس و حال مراسم خاکسپاری خارج نشد و حتی با اینکه حضار می‌خندیدند، لبخندی به لب نیامورد. اقدام او یک استدلال منطقی برای اینکه توسعه‌دهندگان به سمت سیستم‌عامل جدید بروند، نبود، بلکه نسخه‌ای جدید از یک داستان قدیمی بود: «سیستم قدیمی مرده است؛ زنده باد سیستم جدید.»

داستان‌سرایی، نقشی اساسی در موفقیت اپل و تبدیل شدن آن به ارزشمندترین برند دنیا داشت. کمپین «هتفاوت فکر کن» که به سرعت پس از بازگشت «جایز» به اپل راه‌اندازی شد، از این باور او ناشی شد که یکی از کلیدی‌ترین لحظات در زندگی هر فرد، زمانی است که او متوجه می‌شود دنیا ثابت نیست و می‌تواند آن را تغییر دهد. این لحظه بیداری، در قلب ساختار روایی کلاسیک «سفر قهرمان» قرار دارد که در فرهنگ‌های مختلف جهان یافت می‌شود. این لحظه، لحظه‌ای است که قهرمان «دعوت به ماجراجویی» را می‌پذیرد و داستان را به حرکت درمی‌آورد؛ لحظه‌ای که قهرمان (که تا آن نقطه از داستان هیچ ایده‌ای ندارد که این سرنوشت اوست) واقعا به قهرمان تبدیل می‌شود. این مفهوم به‌عنوان یک استعاره، قدرت زیادی دارد و به لحظات گذار زندگی ما مربوط می‌شود؛ زمانی که آگاهی خود را به دست می‌آوریم، «بزرگ می‌شویم» و مسئولیت‌های جدیدی را به عهده می‌گیریم یا وقتی خودمان را به عنوان یک فرد مستقل تعریف می‌کنیم. درک «جایز» از این قدرت بنیادی داستان‌سرایی به او اجازه داد تا این قدرت را در قالب همان دو کلمه «هتفاوت فکر کن» به کار بگیرد.

داستان‌ها همیشه خوب می‌فروشند

همه ما قرار نیست دنیا را به همان شیوه‌ای که «جایز» و اپل تغییر دادند، تغییر دهیم؛ ما قرار نیست بزرگ‌ترین برند دنیا را بسازیم یا صنایع را دگرگون کنیم. اما همه ما می‌توانیم از مزایای داستان‌سرایی بهره‌مند شویم. داستان‌سرایی به شما این امکان را می‌دهد که در تقریبا هر محیط کاری به شیوه‌ای قوی‌تر ارتباط برقرار کنید. این مؤثرترین راه برای رساندن پیام شمامست، خواه در کنفرانسی در برابر جمعیتی بزرگ قرار داشته باشید، خواه در حال ارسال سریع یک ایمیل برای جلب حمایت سهامداران از یک پروژه باشید و خواه یک پاورپوینت بسازید، یا در آسانسور با یک همکار صحبت کنید. این روش برای رهبرانی که شرکت‌های بزرگ را در دوران گذار هدایت می‌کنند و برای کسانی که به دنبال شغل اول خود است، مؤثر است. داستان‌سرایی در تبلیغات ۹۰ ثانیه‌ای سوپربول و حتی در فرمت‌های ویدئویی ۱۰ ثانیه‌ای شبکه‌های اجتماعی هم کار می‌کند. در سال ۲۰۱۴، خوانندگان مجله «نظریه و عمل بازاریابی» با عنوانی به این مضمون مواجه شدند: «چه چیزی تبلیغ سوپربول را به یک تبلیغ عالی تبدیل می‌کند؟» مطالعه‌ای که براساس تحلیل ۱۰۸ آگهی سوپربول تهیه شده بود، به دنبال بررسی این بود که مصرف‌کنندگان چه نوع تبلیغاتی را بیشتر می‌پسندند؟ تبلیغات میان برنامه‌ای سوپربول، یکی از مهمترین نقاط برجسته در تبلیغات و بازاریابی ایالات متحده است. این تبلیغات نه‌تنها توسط بیش از ۱۰۰ میلیون نفر به صورت زنده دیده می‌شوند، بلکه پس از آن هم در شبکه‌های اجتماعی و محافل عمومی، مورد بحث قرار می‌گیرند. پس کدام تبلیغات بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند و کدام‌یک از آنها بیشترین توجه، بازدید، لایک و بحث‌های اجتماعی را به خود جلب می‌کنند؟

راز موفقیت یک تبلیغ در سوپربول به‌طور شگفت‌انگیزی، جذابیت

چشم‌انداز طلایی نقره

اونس جهانی طلا در معاملات روز سه‌شنبه به مرز تاریخی ۳۹۰۰ دلار نزدیک شد و یک روز پیش‌تر نیز قیمت نقره، تحت تاثیر نااطمینانی اقتصادی، آشفتنگی ژئوپلیتیکی و رشد کم‌سابقه قیمت طلا به بالاترین سقف ۱۴ سال اخیر رسید. در طول سال‌های گذشته، نقره در میان فلزات گرانبها، جایگاه خوبی در سرمایه‌گذاری پیدا کرده و برخی افراد به دلایل مختلف به سرمایه‌گذاری...

۲

آیا نرخ تورم از مرز ۵۰ درصد عبور خواهد کرد؟

فشار تورمی به سفره خانوار

فرصت امروز: تورم شهریورماه به سطح ۴۵٫۳ درصد رسید و در سقف ۲۸ ماه اخیر ایستاد. آخرین گزارش تورمی مرکز آمار ایران از افزایش شش‌تاب در تمامی شاخص‌های کلیدی، حکایت دارد و نشان می‌دهد که تورم شهریورماه در هر سه بازه ماهانه، سالانه و نقطه‌به‌نقطه افزایش یافته است. براساس داده‌های آماری، نرخ تورم ماهانه ۰٫۹ درصد افزایش یافت و از ۲٫۹ درصد در مرداد به ۳٫۸ درصد در شهریور رسید. تورم سالانه از ۳۶ درصد به ۳۷٫۵ درصد رسید و تورم نقطه‌به‌نقطه از ۴۲ درصد به ۴۵ درصد افزایش یافت؛ یعنی خانوارهای ایرانی در شهریورماه امسال ۴۵٫۳ درصد بیشتر از شهریور سال گذشته برای خرید یک مجموعه یکسان از کالاها و خدمات هزینه کرده‌اند. شرایطی که نشان‌دهنده تغییر جهت سیاست‌های پولی و اقتصادی است که منجر به تقویت انتظارات تورمی در جامعه شده و از کسری بودجه دولت، رشد بالای نقدینگی، افزایش استقراض از بانک مرکزی، نوسان نرخ ارز و ریسک‌های ژئوپلیتیکی...

۳

تداوم قیمت‌گذاری دستوری به دلیل جهل اقتصادی است یا عوام‌فریبی؟

موانع بنگاهداری در اقتصاد ایران

۴

مدیریت و کسب‌وکار

پیام محصول چطور فروش را تضمین می‌کند؟

در سال ۲۰۰۱ جهان شاهد رونمایی از یک اختراع انقلابی بود؛ ماشینی آنچنان هوشمند و پیشرفته که مختصر اش با اطمینان پیش بینی می کرد که شهرها برای تطبیق خود با آن معماری شان را تغییر خواهند داد. این اختراع سگویی (Segway) نام داشت. یک شگفتی مهندسی که با سرمایه گذاری سنگین از سوی معتبرترین نام های سلیکون ولی پشتیبانی می شد. تئوری بی نقص بود: یک محصول برتر خودش، خودش را می فروشد اما تاریخ داستان دیگری نوشت. سگویی به یکی از مشهورترین شکست های تجاری تاریخ مدرن تبدیل شد. چرا؟ پاسخ هیچ ارتباطی با کیفیت مهندسی آن نداشت. مشکل این بود که هیچ کس یک داستان مشخص برای آن نداشت. آیا یک اسباب بازی گران قیمت برای ثروتمندان بود؟ یک ابزار کاربردی برای پلیس فرودگاه؟ یا جایگزین دوچرخه و خودرو؟ این سردرگمی، این فقدان یک پیام روشن...

۸

سازمانی کمک کنند تا برای جذب سرمایه اضافی، از ارتباط مؤثری با مشتریان و مخاطبان برقرار کرده و آگاهی از برند یا سهم بازار را افزایش دهند و مأموریت و هدف خود را به ذی‌نفعان منتقل کنند. به دلیل قدرت متقاعدسازی و تأثیرگذاری، توانایی بیان داستان‌ها، ارزش فراوانی به افراد و سازمان‌ها می‌دهد. هر کسی می‌تواند یاد بگیرد که داستان‌سرایی بهتری شود. داستان‌سرایی همچنین یک مهارت با ضمانت مادام‌العمر است. در حالی که سرعت تغییر در محیط کار امروزی، باعث می‌شود که بسیاری از مهارت‌هایی که یاد می‌گیریم سریعاً منسوخ شوند، طبیعت انسانی تغییر نمی‌کند. قدرت داستان‌سرایی در توانایی آن برای ایجاد یک ارتباط انسانی نیفته است. این مهارت هزاران سال است که مردم را به هم پیوند می‌دهد و همچنان به این کار ادامه خواهد داد.

بیشتر از محتوا بر مخاطب تمرکز کنید

داستان‌ها بسیار مهم هستند. داستان‌ها به ما کمک می‌کنند بفهمیم چرا اوضاع به این شکل است و چرا وضعیت باید تغییر کند (موضوعی که در محیط کار، اهمیت فزاینده‌ای دارد). آنها قوی‌ترین ابزار برای متقاعدکردن دیگران هستند. در تمام ارتباطات محیط کاری، یکی از مهمترین درس‌هایی که داستان‌سرایی به ما می‌آموزد، این است که مهمترین رابطه، رابطه شما با مخاطبان‌تان است، نه محتوای شما. بیشتر وقت خود را صرف فکر کردن به خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان‌تان کنید، نه اینکه «چه چیزی می‌خواهم بگویم؟» صرفاً انتقال دادن تمام نکاتی که می‌خواهید بگویید، به تنهایی به معنای یک ارتباط خوب نیست.

به‌طور کلی، داستان‌سرایی درباره مسئله ارتباط است. وقتی کودکی از والدینش می‌خواهد که قبل از خاموش کردن چراغ‌ها یک داستان دیگر هم برایش تعریف کنند، آیا این درخواست به این دلیل است که کودک شیفته طرح داستان، شخصیت‌ها، بحران و راحل است؟ یا به این دلیل که می‌خواهد زمان بیشتری را با کسی که به او اهمیت می‌دهد، بگذراند؟ حتی کسی مثل من که درباره داستان، شخصیت‌ها و بحران‌ها آموزش می‌دهد، می‌داند که پاسخ، مورد دوم است. قلب می‌کند و آنها را در این مسیر هدایت می‌کند. اگر زمانی ا صرف کنید تا واقعا سفر احساسی‌ای را که مخاطبان‌تان باید طی کنند، درک کنید، داستان درست را خواهید گفت، و اگر ذهنیت یک داستان‌سرا را که به دستور کار مخاطبان، بیشتر از دستور کار خود اهمیت می‌دهد، بپذیرید، داستان خود را به شکلی تاثیرگذار تعریف خواهید کرد. و نکته آخر! همیشه می‌توانید درباره داستان‌سرایی بیشتر یاد بگیرید. تکالیفی وجود دارد که می‌توانید انجام دهید. خوشبختانه این لذت‌بخش‌ترین تکلیفی است که تاکنون داشته‌اید. تکلیف شما این است که داستان‌ها را تماشا کنید، بخوانید و بشنوید. مطمئنم که همین حالا هم این کار را می‌کنید، اما حالا با نگرشی کمی متفاوت و دانشی اندکی بیشتر به آنها نگاه، مطالعه و گوش خواهید داد. شما متوجه خواهید شد که داستان‌ها چگونه کار می‌کنند و چه زمانی خوب عمل می‌کنند. از بهترین داستان‌ها یاد بگیرید و ایده‌ها و تکنیک‌هایی را که در آنها می‌بینید، به ارائه‌ها و اسناد خود وارد کنید؛ زیرا بهترین داستان برنده است. پانویست: مقدمه «هارک ادواردز» بر کتاب «بهترین داستان برنده می‌شود: داستان‌سرایی برای موفقیت در کسب‌وکار» از مجموعه کتاب‌های «کونومیس‌ت» که در سال ۲۰۲۴ منتشر شد.

باست به‌وضوح دلیل قیمت بالای خرید را توضیح داد: «دو چیز وجود دارد که باعث می‌شود قیمتها بالا برود: معیارهای مالی و داستان.» این موضوع اصلاحی تعجب ندارد که بسیاری از رهبران تجاری از داستان‌سرایی به عنوان یک مهارت حیاتی یاد می‌کنند. «ریچارد برانسون»، معتقد است: «کارآفرینانی که تغییرات ایجاد می‌کنند، در حقیقت، داستان‌سرایان حرفه‌ای هستند.» او همچنین در مورد گروه شرکت‌های ویرچین، گفت: «ما بدون داستان‌های‌مان هیچ چیز عکس فلیکر و بنیانگذار اپلیکیشن پیام‌رسان تیمی اسلک، می‌گویید: «اگر بخوایم یک توصیه به گذشته خود بدهم، این است که روی پخش داستان‌سرایی و قانع کردن مردم تمرکز کنم. اگر نتوانید این کار را انجام دهید، اهمیتی ندارد که محصول شما چقدر خوب است یا ایده شما برای بازار چقدر مناسب است؛ اگر نتوانید مردم را به باور برسانید، موفق نمی‌شوید.»

هر کسی می‌تواند یک داستان‌سرا باشد

شاید احساس کنید که برخی افراد به طور ذاتی داستان‌سرا هستند، که این یک هدیه الهی است و شاید شما این هدیه را ندارید، اما هر کسی می‌تواند یک داستان‌سرا باشد. همه ما در زندگی روزمره خود داستان‌سرا هستیم و می‌توانیم این مهارت‌ها را به محل کار هم بیاوریم. من حتی استدلال می‌کنم که داستان‌سرایی با اینکه اغلب در دنیای هنر دیده می‌شود، خود هنر نیست؛ بلکه علم است یا حداقل می‌توان به آن به این صورت نگاه کرد. راهی واضح و اثبات‌شده برای خلق داستان‌ها وجود دارد. قوانین یا دستورالعمل‌های ساده‌ای هستند که هر کسی می‌تواند از آنها پیروی کند. اگر بخواید، می‌توان به آن «بهترین تمرین» برای ساختن یک داستان گفت.

کتاب‌هایی وجود دارند که این بهترین روش را برای کسانی که می‌خواهند رمان یا فیلم بنویسند، تعریف کرده‌اند. کتابی که شما اکنون در دست دارید، همان بهترین‌روش را برای کسانی که تمرکزشان بر داستان‌سرایی در محل کار است، بازتعریف می‌کند. با خواندن این کتاب، مطمئن خواهید شد که داستان‌سرایی، مهارتی است که در دسترس همه است و لازم نیست که شما داستان‌سرایی ذاتی، نویسنده بزرگ یا مجری کاریزماتیک باشید. این کتاب به شما نشان می‌دهد چرا داستان‌ها چنین قدرتی در ارتباطات دارند و ابزارهایی که برای گفتن داستان‌های عالی نیاز دارید را در اختیار شما می‌گذارد. اما نکته کلیدی این است که این کتاب نه‌تنها به شما کمک می‌کند که داستان‌سرایی بهتری شوید، بلکه دقیقا نشان می‌دهد که چگونه تکنیک‌هایی که به داستان‌ها قدرت می‌دهند، می‌توانند به همه انواع ارتباطات در محیط کار اعمال شوند. به یاد داشته باشید: اپل با «هتفاوت فکر کن» توانست قدرت بنیادین داستان‌سرایی را تقریبا در دو کلمه به کار بگیرد. از نظر تنوریک، این کتاب به شما درک روشنی خواهد داد که چرا بسیاری از ارتباطات تجاری شکست می‌خورند، مردم چگونه تصمیم‌گیری می‌کنند و چرا داستان‌سرایی، قدرتمندترین راه برای تأثیرگذاری بر فرآیند تصمیم‌گیری است. از نظر عملی، مهارت‌های داستان‌سرایی می‌تواند به هر کسی کمک کند که تقریبا در هر محیط کاری، ارتباطات مؤثرتری برقرار کند؛ از تسلط بر اتاق هنگام سخنرانی یا ایجاد ارائه‌ها و پیشنهادهای بهتر، تا نوشتن ایمیل‌های روشن‌تر و رساندن پیام شما در یک مکالمه غیررسمی، به عبارت دیگر، این مهارت‌ها می‌توانند توسط اکثر افراد به‌طور مفید به کار گرفته شوند. همچنین ایده‌های این کتاب می‌توانند به هر

۴۰ هزار تومان فاصله تا عقلانیت

حسین سلاح‌ورزی، رئیس مرکز ملی کارآفرینی ایران اختلاف قیمت ارز در بازار آزاد و بازار مبادله به بیش از ۴۰ هزار تومان رسیده است. این اختلاف در ظاهر فقط یک فاصله عددی است، اما در واقع، آینه‌ای تمام‌نما از یک بیماری مزمن در اقتصاد ایران است: اصرار بر سیاست‌های دستوری که فقط رانت می‌زاید و منابع ملی را به جیب گروهی خاص منتقل می‌کند. ماجرا ساده است. دولت ارز کم‌یاب را با نرخ ارزان‌تر در اختیار گروهی محدود قرار می‌دهد، به این امید که کالاهای اساسی و ملزومات با قیمت پایین‌تر وارد کشور شوند، اما همه می‌دانند که در عمل چه رخ می‌دهد: یا اصلا کالایی وارد نمی‌شود یا اگر شد، همان کالا به نرخ آزاد به مردم فروخته می‌شود. نتیجه؟ سوده‌های نجومی برای اطرافیان و وابستگان و رانت‌خواران و سفره کوچک‌تر برای مردم.

این داستان تازه نیست. از ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی گرفته تا انواع نرخ‌های ترجیحی امروز، بارها امتحان شده و هر بار شکست خورده است. هیچ‌کدام از این سیاست‌ها، نه تورم را مهار کرده و نه زندگی مردم را بهتر ساخته است؛ تنها دستاورد روشن آن، انتقال منابع ملی از جیب مردم به حلقه‌های بسته قدرت بوده است. سؤال روشن است: چه عقل سلیمی حکم می‌کند که منابع ارزی کشور، آن هم در شرایط تحریم و فشار خارجی، با نرخ ارزان در اختیار عده‌ای خاص قرار گیرد تا کالای وارداتی در بازار آزاد فروخته شود؟ اگر این سیاست عقلانی است، لابد باید به تاج‌هم بگویم «هدریت منابع!» بیامده‌ای این رویکرد، فراتر از رانت و فساد است. تلاوم چنین وضعیتی، اعتماد عمومی را فرسوده، سرمایه اجتماعی را نابود و فاصله مردم و حاکمیت را هر روز عمیق‌تر کرده است. مردمی که می‌بینند تنها بردگان واقعی این بازی، جسیبدگان به جناح‌های سیاسی و رانت‌خواراند، چه انگیزه‌ای برای حمایت از برنامه‌های حاکمیت و دولت و مشارکت سالم در اقتصاد خواهند داشت؟

اختلاف ۴۰ هزار تومانی امروز، زنگ خطری است که سال‌هاست به صدا درآمده اما شنیده نمی‌شود. اگر حاکمیت همچنان بر این مسیر اصرار ورزد، نتیجه‌ای جز تشدید فقر، فساد و بی‌اعتمادی نخواهد داشت. بی‌شک سپردن امور به ارادل و عمل به توصیه‌های ابلهان، نتیجه و برون‌دای بهتر از این نخواهد داشت.

خالی‌شدن جهان از حضور نابغه‌ها

چرا استعدادها هدر می‌روند؟

هفته‌نامه «کونومیس‌ت» در سرمقاله این هفته خود به خالی شدن جهان از حضور نابغه‌ها پرداخته و می‌گوید موانع مالی، محدودیت‌های مهاجرت و فقدان سیستم‌های شایسته‌سالاری، باعث هدررفتن استعدادهایی می‌شوند که می‌توانستند اقتصاد و نوآوری را متحول کنند. به نوشته «کونومیس‌ت»، راز موفقیت اقتصادی، نوآوری است و راز نوآوری نیز نبوغ، خلاقیت و انگیزه معهود افراد بالاستعداد است. با وجود اینکه دولت‌ها برای تقویت اقتصاد خود در جاهایی مثل کارخانه‌های تراشه‌سازی و معادن عناصر کمیاب، پول خرج می‌کنند، قدرت مغز مورد بی‌مهری قرار می‌گیرد و این اتلاف در حال بدترشدن است. کافی است به بازار داغ سلول‌های خاکستری مغز، نگاهی بیندازید تا بفهمید که چگونه موفقیت تجاری و اقتصادی به جای شرکت‌ها توسط افراد ثقوتی می‌شود. در رقابت برای تسلط بر هوش مصنوعی، غول‌های فناوری آمریکا در حال جمع‌آوری ثبات‌های کوچکی از دانشمندان خیره داده هستند. در وال‌استریت، رقابتی برای جذب استعدادهای برتر در جریان است و صندوق‌های پوشش ریسک، معامله‌گران حرفه‌ای را با مبالغ هنگفتی به دام می‌انداخت. پیشرفت‌های علمی معمولا کار گره کوچکی از نخبان است و یک درصد از محققان برجسته، یک‌پنجم از ارجاعات علمی را تولید می‌کنند. در چین، دانشمندانی که پس از مدتی از غرب باز می‌گردند، به عنوان هدرمان ملی مورد تجلیل قرار می‌گیرند. پادش سوپرستارها در حال افزایش است؛ بهترین جراحان و نوازندگان پیانو در کنسرت مدت‌هاست که بالاترین دستمزدها و حمایت ثروتمندان را دریافت می‌کنند، اما اثر سوپرستار امروز به اوج خود رسیده است. برخی از برنامه‌نویسان در دهه ۲۰ زندگی خود، حقوق‌های هفت، هشت یا حتی ۹ رقمی دریافت می‌کنند. تعداد هنرمندانی که در اسپاتیفای بیش از ۱۰ میلیون دلار در سال درآمد دارند، از سال ۲۰۱۷ سه برابر بیشتر از تعداد هنرمندانی است که بالای ۱۰۰ هزار دلار درآمد دارند. هزینه وکلا قبلاً نسبتاً برابر بود، اما امروز پول‌های کلان به جیب پردرآمدترین افراد در بهترین شرکت‌های حقوقی می‌رود که عملکرد بسیار بهتری نسبت به شرکای خود در موسسات درجه دوم دارند. بخشی از این شرایط، نشان‌دهنده رونق بازارهای مالی آمریکاست. شرکت‌ها با سرمایه فراوان می‌توانند بیشتر برای استعدادها هزینه کنند اما چیزی عمیق‌تر در جریان است: منابع گستره محاسباتی، ظرفیت باهوش‌ترین ذهن‌های صندوق‌های پوشش ریسک را برای طراحی و انجام معاملات تقویت می‌کند و به آنها کمک می‌کند تا استعدادهای خود را به سوده‌های بیشتر تبدیل کنند. عرضه دیجیتال فوق‌العاده ارزان نیز بازارهای بزرگ‌تری را برای خالقان مستقل ایجاد می‌کند و اندازه پادش‌ها را بی‌پروزی در مسابقه هوش مصنوعی، حتی عجیب‌ترین حقوق‌ها را بسیار ناچیز نشان می‌دهد. با گسترش هوش مصنوعی از مرحله کشف به بهره‌برداری، تاثیر مشابهی می‌تواند در بقیه اقتصاد نیز ایجاد شود. مطالعات سرمایه‌گذاران و کارآفرینان، نشان می‌دهد که این فناوری، تسلط کسانی که می‌توانند از آن برای عملکرد بهتر استفاده کنند را افزایش خواهد داد. عوامل هوش مصنوعی می‌توانند لایه‌های متعدد کارکنانی که برای اداره شرکت‌های امروزی لازم هستند را حذف کنند و کار را برای افراد باهوش در راهاندازی شرکت‌هایی با گروه‌های هرچه کوچک‌تر از افراد نخبه آسان‌تر سازند. این موهبتی برای سوپرستارهایی است که با استعداد متولد شده‌اند و از بخت خوب برخوردارند، اما هم‌زمان منبع حیاتی ثروت برای همه افراد دیگر هم هست. جهان به سرعت در حال پیر شدن است؛ اگر قرار باشد اقتصاد با توقف افزایش تعداد کارگران، به رشد خود ادامه دهد، سرعت نوآوری باید بالا بماند. بر این شرایط، استعداد به عنوان موتور پیشرفت حیاتی‌تر خواهد شد. اگر قرار است هوش مصنوعی فوق هوشمند به کمک بیاید، به افراد باهوش نیاز خواهد داشت و نه صرفاً تراشه و برق. اما مشکل اینجاست که با وجود گستردگی مخزن استعدادهای جهان، افراد کمی هستند که به پتانسیل واقعی خود دست پیدا می‌کنند. امروز نوآوری علمی در بین غربی‌ها متمرکز شده است، که بسیاری از آنها از خانواده‌های مرفه هستند. استعدادها اغلب ناشناخته می‌مانند و زمانی هم که پیدا می‌شود، به دلیل موانع مالی و لجستیکی رفتن به دانشگاه یا مهاجرت به کشور دیگر، توانایی اولیه‌شان همیشه محقق نمی‌شوند. نتیجه این شرایط، هدر رفتن انگیزگی استعدادهای انسانی در کشورهای ثروتمند و فقیر است. یک برآورد کارشناسی، نشان می‌دهد که دانش‌آموزان کنونی، فقیرتر از دهه‌های گذشته در زمینه‌های علمی و فنی هستند. تحقیقات که در مسابقات ریاضی و شیمی هسمالان ثروتمند خود عمل می‌کنند، نشان می‌دهد که کمتری منتشر می‌کنند و احتمال کسب مدرک دکترا از یک دانشگاه پیشرو برای آنها نصف است. سیاستمداران نفعت‌ها این اتلاف را از بین نمی‌برند، بلکه از آن غافل هستند، یکی از نمونه‌های این شکست، مهاجرت است. شرکت‌ها و دانشگاه‌ها باید بتوانند از استخر گنجین استعدادها مایه بگیرند. روسای فوق ستاره چهار شرکت بزرگ فناوری آمریکا بدون چنین فرصتی برای خود و خانواده‌های‌شان، امروز در شغل‌های خود نبودند. نتایج یک برآورد، نشان می‌دهد که تسهیل مهاجرت با پرداختن موانع مالی برای دانشجویان بسیار باهوش می‌تواند تولید علمی نسل‌های آینده را تا ۵۰ درصد افزایش دهد. سبلیقات و برنامه‌های استعدادیابی نیز به‌طور شگفت‌آوری در تشخیص زودهنگام استعدادهای داخلی خوب هستند. برندگان مدال طلا در المپiad بین‌المللی (MIT)، برابر بیشتر از دانشجویان کارشناسی در موسسه فناوری ماساچوست (MIT) احتمال دارند که برنده یک جایزه بزرگ علمی شوند. نوری از بینایگذاران اوپن‌ای‌ای (OpenAI) در این مسابقه به موفقیت رسیدند، اما اکثر کشورها در مورد استعدادها سیستماتیک نیستند؛ ثروتمندان از همه مزایا برخوردارند و بقیه به انگیزه فردی و کمی شانس متکی هستند.

صنعت خودروسازی در ایران بیش از آنکه تولیدکننده باشد، مونتاژکار است

واردات خودرو در پوششی تولید



در سال ۱۴۰۲ بیش از سه و نیم میلیارد دلار ارز تنها برای واردات قطعات خودروهای مونتاژی مصرف شده است. این رقم، معادل یک‌سوم کل ارزبری صنعت خودرو در آن سال است. ایران‌خودرو در همین سال برای تولید ۵۴۶ هزار دستگاه خودرو، بیش از ۲ میلیارد دلار و سایپا برای تولید ۳۶۴ هزار دستگاه خودرو، نزدیک به یک میلیارد دلار ارز دریافت کرده‌اند. در مقابل، مونتاژکاران با تولید کمتر از ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو، بیش از ۳میلیارد دلار ارز گرفته‌اند. این اعداد و ارقام در حالی است که حاشیه سود و مزیت رقابتی این شرکت‌ها، ناشی از کارآمدی یا نوآوری نیست، بلکه صرفاً محصول شکاف تعرفه‌ای و سیاست‌های حمایتی است. همان چیزی که اصطلاحاً «رانت تعرفه‌ای» می‌گویند؛ وقتی سود، نه از مسیر رقابت و بهره‌وری، بلکه از مسیر رانت و ارتباط به دست می‌آید.

واردات خودرو باصرفه‌تر است یا مونتاژ؟

این گزارش در ادامه به موضوع تیراژ اقتصادی پرداخته و توضیح داده است که برای توجیه سرمایه‌گذاری در یک پلنفرم خودرو، باید حداقل تیراژ سالانه در ایران حدود ۶۰۰ هزار دستگاه باشد، اما هیچ‌یک از شرکت‌های داخلی به چنین سطحی نزدیک نشده‌اند. حتی ایران خودرو و سایپا که بزرگ‌ترین بازیگران بازارند، تولیدشان به‌طور متوسط زیر این سقف قرار دارد. شرکت‌های خصوصی هم با تیراژهای ۱۰۰ تا ۲۰۰ هزار دستگاهی به‌طور طبیعی امکان دسترسی به صرفه مقیاس ندارند. به نظر می‌رسد پراکندگی تولید میان چندین شرکت باعث شده هیچ‌کدام به مقیاس لازم نرسند و همین مانع از داخلی‌سازی واقعی شده است. در بخش دیگری از گزارش مرکز پژوهش‌ها به تغییرات نظام تعرفه، اشاره شده و آمده است که در آیین‌نامه واردات خودرو و قطعات در بودجه سال ۱۴۰۴ فاصله تعرفه‌ای میان واردات خودرو کامل و واردات قطعات منفصله اندکی کاهش یافته است. برای نمونه، تعرفه واردات خودروهای کامل با حجم موتور بین ۱.۵ تا ۲ لیتر اکنون حدود ۴۰ درصد تعیین شده، درحالی‌که پیش از این اختلاف تعرفه‌ها به بیش از ۶۰ درصد می‌رسید. با این حال، این اصلاحات هنوز ناکافی است و تا زمانی که تعرفه واردات قطعات برای خودروهایی با داخلی‌سازی پایین معادل تعرفه خودرو کامل نشود، انگیزه اصلی برای مونتاژکاری همچنان باقی خواهد ماند.

در مجموع، مرکز پژوهش‌ها در این گزارش به بررسی تطبیقی بین مونتاژ خودرو و تولید و واردات آن پرداخته و با استناد به آمارهای گمرک، نشان می‌دهد که در سال ۱۴۰۱ مجموع ارزبری خودرو به بیش از ۵ میلیارد و ۷۶۰ میلیون دلار رسید. این رقم در سال ۱۴۰۲ با رشد ۳۱.۸۹ درصدی از مرز ۷ میلیارد و ۵۹۸ میلیون دلار عبور کرد. تنها پنج شرکت خودروساز خصوصی در سال ۱۴۰۱ برای تولید ۱۴۴ هزار و ۱۶۴ دستگاه خودروی مونتاژی، بیش از ۱.۹ میلیارد دلار ارز دریافت کرده‌اند. در سال بعد، این رقم به بیش از ۳.۳ میلیارد دلار برای تولید ۲۴۷ هزار و ۵۴ دستگاه خودرو رسید. این یعنی هر خودروی مونتاژی در این بازه به‌طور متوسط بیش از ۱۳ هزار دلار ارزبری داشته است؛ رقم هنگفتی که چندان با سیاست‌های صرفه‌جویی ارزی سازگار نیست و این سوال را مطرح می‌کند که آیا بهتر نبود این حجم از منابع ارزی صرف واردات خودرو می‌شد؟ فارغ از آمارهای نگران‌کننده مرکز پژوهش‌ها، گزارش‌های میدانی هم نشان می‌دهد که هزینه واردات خودرو به‌طور میانگین ۵ تا ۷ درصد ارزان‌تر از خودروهای مونتاژی تمام می‌شود.

است. نتیجه این سیاست‌ها روشن است؛ مونتاژ به‌عنوان بخشی از زنجیره ارزش که کمترین سهم در ایجاد اشتغال و ارزش افزوده دارد، جایگزین تولید واقعی شده است.

از آنجا که مرزهای سیاست و اقتصاد در ایران مشترک است، به نظر می‌رسد نزدیکی سیاسی تهران و پکن نیز به بازار مونتاژ خودروهای چینی دامن زده است. این نزدیکی سیاسی موجب شده که فضا برای فعالیت شرکت‌های چینی در ایران نسبتاً باز باشد و آنها به مونتاژکاری گسترده در صنعت خودروسازی بدون ایجاد ارزش افزوده قابل توجهی اقدام کنند. طبق برآوردهای مرکز پژوهش‌ها، ارزش افزوده مونتاژ در زنجیره ارزش خودروی کشور، تنها به کمتر از ۷ درصد می‌رسد. عامل ساختاری دیگر، تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران است که موجب شده فروش نفت و بازگشت پول آن به کشور به شدت سخت شود. در چنین شرایطی، همکاری اقتصادی ایران و چین تا حدی به سمت تهاتر پیش می‌رود. بنابراین بخشی از پول نفتی که به این کشور فروخته می‌شود، در قالب قطعات خودرو به کشور باز می‌گردد که می‌تواند قطعات منفصله مونتاژ خودرو باشد. در نهایت، مهمترین عامل رونق مونتاژکاری را می‌توان سیاستگذاری معیوب در صنعت خودروسازی کشور دانست که نتوانسته بستر رشد پایدار و رقابت‌پذیر خودروسازی و قطعه‌سازی را فراهم کند. وقتی محصولات داخلی با قیمت بالا و کیفیت پایین، تنها آپشن رقیب خودروهای مونتاژی چین هستند، طبیعی است که آنها بازار خودروی ایران را قبضه می‌کنند.

صدمه مونتاژکاری به صنعت خودروسازی

علاوه بر نظام تعرفه‌ای که موجب شده تا مونتاژکاران، تعرفه‌های واردات خودرو را دور بزنند، این گزارش به موضوعات دیگری، مثل اشتغال‌زایی و ارزش افزوده در بخش‌های مختلف زنجیره ارزش خودرو و سهم مونتاژکاران از آن هم پرداخته است. مونتاژکاری، سهم بسیار اندکی در ایجاد ارزش افزوده و اشتغال دارد. بیشترین اشتغال‌زایی و بالاترین ارزش در زنجیره خودرو در دو نقطه متمرکز است؛ ابتدای زنجیره، یعنی تحقیق و توسعه و طراحی پلنفرم‌ها و انتهای زنجیره، یعنی بازاریابی و خدمات پس از فروش. بخش میانی که تولید و مونتاژ است، کمترین سهم را دارد. بنابراین وقتی سیاست‌های حمایتی به سمت مونتاژ جهت پیدا می‌کنند، صنعت خودرو از دو سر سودآور زنجیره محروم می‌شود و تنها در بخشی کم‌بازده باقی می‌ماند. شاید بتوان این وضعیت را نوعی بیماری صنعتی تعبیر کرد؛ شرکت‌ها و حتی نیروی انسانی فعال در صنعت به مرور عادت می‌کنند به اتکای رانت‌های تعرفه‌ای و مونتاژکاری، حیات خود را ادامه دهند و انگیزه‌ای برای ریسک نوآوری باقی نمی‌ماند. به خاطر همین بیماری صنعتی است که خودروسازی ایران با گذشت شش دهه همچنان در تله مونتاژ باقی مانده است. قطعه‌سازی و بخش تحقیق و توسعه، بیشترین ظرفیت اشتغال‌زایی در زنجیره خودرو را دارند. در عوض، واحدهای مونتاژ به دلیل ماهیت ساده کار، تنها بخش کوچکی از نیروی کار را به خود جذب می‌کنند. بنابراین توسعه مونتاژ نه‌تنها به بهبود اشتغال کمکی نمی‌کند، بلکه فرصت‌های شغلی بالقوه در صنایع بالادستی و پایین‌دستی آن هم از بین می‌برد. در نهایت، ادامه روند کنونی می‌تواند به تضعیف تدریجی قطعه‌سازی منجر شود؛ صنعتی که ستون فقرات خودروسازی محسوب می‌شود. براساس آمارهای مرکز پژوهش‌ها،

ایمان ولی‌پور
IvanKaramazof@yahoo.com
ایمیل: سال‌هاست که مردم از بازار انحصاری خودرو، گلایه دارند و می‌گویند خودروهای مونتاژی با قیمتی بسیار بالاتر از ارزش واقعی‌شان در ایران فروخته می‌شوند. این در حالی است که با همین قیمت و چه‌بسا کمتر می‌توان همچون سایر مصرف‌کنندگان جهانی، خودروهایی با کیفیت بهتر و فناوری روز خرید. این نکته حالا در گزارش تازه مرکز پژوهش‌های مجلس، بازتاب یافته و بازوی پژوهشی مجلس، دست روی مسئله مونتاژ خودرو گذاشته و آن را «واردات خودرو در پوششی تولید» نامیده است. به نظر می‌رسد الگوی غالب در خودروسازی ایران، نه طراحی و توسعه محصول، که صرفاً مونتاژ خودروهای چینی است؛ به‌طوری که برخی سیاست‌ها همانند نظام تعرفه‌ای به نوعی در مقام مشوق مونتاژ خودرو عمل می‌کنند.

از نگاه مرکز پژوهش‌ها، غلبه رویکرد مونتاژمحور در صنعت خودرو و نحوه تعامل شکل گرفته با شرکت‌های خارجی، به یکی از موانع اصلی در مسیر شکل‌گیری مشارکت‌های اثربخش و پایدار بین‌المللی تبدیل شده است. بخش قابل توجهی از منابع ارزی کشور، صرف واردات قطعات منفصله و تأمین نیاز شرکت‌های مونتاژکار شده است، بدون آنکه این فرآیند منجر به انتقال فناوری، توسعه زیرساخت‌های تولید، ارتقای توان طراحی و مهندسی یا ایجاد ارزش افزوده در داخل کشور شود. سیاست مونتاژ در ابتدا می‌توانست ابزاری موقت برای افزایش تیراژ و داخلی‌سازی باشد، اما نبود سازوکارهای توسعه‌ای، این مسیر را به تداوم وابستگی و تولید غیرمولد تبدیل کرد؛ تا جایی که فقط در سال ۱۴۰۲، میزان ارزبری صنعت خودرو به ۸ میلیارد و ۸۸ میلیون دلار رسید که بیش از ۳.۵ میلیارد دلار آن، صرف واردات قطعات خودروهای مونتاژی شده است. این حجم از تخصیص منابع ارزی، در حالی صورت گرفته که بازده فناوریانه، تولیدی و صادراتی متناظری برای آن دیده نمی‌شود. عملاً روابط خارجی صنعت خودرو عمدتاً به واردات قطعه محدود مانده و از توسعه دانش فنی و زنجیره تأمین، غفلت شده است.

بازار انحصاری برای خودروهای مونتاژی

مرکز پژوهش‌ها در این گزارش به «واردات خودرو در پوشش تولید؛ مسئله گسترش مونتاژ خودروهای سواری در کشور و پیامدهای ارزی آن» پرداخته و این پرسش را مطرح کرده که چرا مونتاژکاری تا این اندازه گسترش پیدا کرده است؟ چند دلیل را می‌توان برای این موضوع برشمرد که اولین آن، نظام تعرفه‌ای واردات خودرو است. تعرفه‌هایی که قرار بود با افزایش داخلی‌سازی به‌تدریج مشوق تولید واقعی باشند، عملاً به ابزاری برای دور زدن محدودیت‌های واردات خودرو بدل شده‌اند. خودروسازان می‌توانند با داخلی‌سازی صوری در سطحی حدود ۲۰ درصد (مثل خط جوشکاری، رنگ و چند جزء ساده) از مزایای تعرفه‌ای استفاده کنند و واردات خودرو کامل را به شکل مونتاژ قطعات منفصله جایگزین سازند؛ یعنی به جای پرداخت ۱۰۰ درصد تعرفه و هزینه‌های جانبی می‌توانند به همین چند کار ساده، تعرفه و هزینه‌های جانبی را به ۴۰ درصد ارزش خودرو برسانند، که این سازوکار نه‌تنها انگیزه‌ای برای حرکت به سمت طراحی و تولید برند داخلی ایجاد نمی‌کند، بلکه سود حاصل از تفاوت تعرفه‌ها، مونتاژکاری صرف را به مدلی جذاب و کم‌هزینه بدل ساخته

چرا تب خرید نقره بالا گرفته؟

چشم‌انداز طلايي نقره

سرمایه‌گذاری در حوزه نقره هنوز به آن حجم از بازار نرسیده که مانند طلا از مقبولیت عمومی برخوردار باشد و در طرف دیگر با اینکه قابلیت نقدشوندگی دارد، اما این نقدشوندگی وابسته به شرایط بازار و زمان‌های متفاوت است و برعکس طلا که در هر شرایطی در نهایت طی ۲۴ ساعت قابلیت نقدشوندگی دارد، اما نقره از این قدرت نقدشوندگی طلا برخوردار نیست و ممکن است بسته به شرایط بازار، در بازه زمانی متفاوت‌تری نقدشوندگی داشته باشد. گفتنی است؛ قیمت نقره در معاملات دوشنبه، تحت تاثیر نااطمینانی اقتصادی، آشفستگی ژئوپلیتیکی و رشد کم‌سابقه قیمت طلا به رکورد ۴۶ دلار و ۹۵ سنت در هر اونس رسید که بالاترین سقف ۱۴ ساله محسوب می‌شود. قیمت نقره در معاملات سه‌شنبه اما تغییری نکرد و در همان سطح ۴۶ دلار ماند که این رکورد قیمتی از سال ۲۰۱۱ سابقه نداشته است. نقره، فلزی است که کاربردهای صنعتی آن، بیشتر از کاربردهای سرمایه‌گذاری شخصی است، با این حال، این افزایش قیمت، نشان‌دهنده هویت دوگانه نقره به عنوان یک فلز گرانبها و صنعتی‌شده است؛ سرمایه‌گذاران، نقره را به عنوان پوششی در برابر تورم و بی‌ثباتی بازار خریداری می‌کنند و هم‌زمان، تقاضا برای این فلز به دلیل استفاده آن در پل‌های خورشیدی و خودروهای برقی به‌طور قابل توجهی افزایش یافته است. قیمت هر اونس نقره نسبت به هر اونس طلا هنوز کمتر از ارزش واقعی آن است و این باعث می‌شود سرمایه‌ها به سمت نقره روی بیاورند. اگر این روند ادامه یابد، دور از تصور نیست که هر اونس نقره بتواند در هفته‌های آینده، رکورد جدیدتری را به جای بگذارد.

سال‌های گذشته به ویژه ۱۰ سال اخیر، نقره هم در نوسان جهانی و هم در بازار داخلی، نقش بالایی در معاملات فلزات گرانبها نداشته و محوریت آن بیشتر در حوزه برخی مصنوعات تزئینی بود، اما در سال‌های اخیر به علت افزایش بی‌سابقه طلا در بازارهای جهانی و داخلی، نقش نقره پررنگ‌تر شده که بخشی از آن به سرمایه‌گذاری ارزان‌تر نقره بازمی‌گردد و همچنین به خاطر افزایش قیمت طلا، بازار نقره در داخل کشور به خاطر برخورداری از قدرت خرید مناسب‌تر، مخاطبان بیشتری نسبت به گذشته پیدا کرده است، اما هنوز به عنوان فلزی برای سرمایه‌گذاری، عمومیت پیدا نکرده است. به گفته «بذرافشان»، تا پیش از این، شرایط بازار نقره به چشم می‌خورد. برخی از کارشناسان معتقدند که نقره می‌تواند به عنوان جایگزینی برای طلا و سرمایه‌گذاری در حوزه طلا عرض اندام کند، اما برخی دیگر می‌گویند ماهیت این دو فلز گرانبها با یکدیگر تفاوت‌هایی دارد و طلا قدیمی‌ترین و ارزشمندترین فلز گرانبهایی است که مردم به آن روی آورده و سرمایه‌گذاری‌ها در حوزه طلا در همان مدار سابق خواهد ماند.

افزایش چشمگیر قیمت طلا و ارزان‌تر بودن نقره، باعث شده سرمایه‌گذاری روی این فلز سفید در سال‌های اخیر، رونق زیادی بگیرد. با این حال به گفته رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران، نقدشوندگی نقره در مقایسه با طلا بسیار کمتر و زمان تبدیل آن به پول نقد طولانی‌تر است. «ندر بذرافشان» درباره دلایل افزایش تمایل به خرید نقره در سال‌های اخیر و ابعاد مختلف سرمایه‌گذاری در این حوزه به «ایستنا» گفت: در

اخبار

سقوط سنگین نفت در معاملات روز گذشته

هر بشکه نفت برنت ۶۷ دلار شد

قیمت نفت پس از ریزش ۳ درصدی روز دوشنبه در واکنش به افزایش تولید اوپک پلاس و ازسرگیری صادرات نفت کردستان عراق، در معاملات روز سه‌شنبه نیز ۰.۴ درصد دیگر کاهش یافت. قیمت هر بشکه نفت برنت با ۲۸ سنت معادل ۰.۴ درصد کاهش به ۶۷ دلار و ۶۹ سنت و نفت وست تگزاس اینترمدیت آمریکا با ۲۹ سنت معادل ۰.۵ درصد کاهش به ۶۳ دلار و ۱۶ سنت رسید. هر دو شاخص نفتی در روز دوشنبه، با بیش از ۳ درصد کاهش بسته شدند که بزرگ‌ترین کاهش روزانه آنها از اول ماه اوت محسوب می‌شود. «تونی سایکامور»، تحلیلگر شرکت آی‌سی، گفت: کاهش قیمت نفت در شرایطی روی داد که منطقه کردستان عراق، صادرات نفت خود را روز شنبه از سر گرفت و همزمان گزارش‌ها از احتمال تصویب افزایش تولید اوپک پلاس برای ماه نوامبر، حکایت دارند. سه منبع آگاه از مذاکرات در این باره، گفتند: در جلس‌های که قرار است یکشنبه هفته آینده برگزار شود، اوپک پلاس احتمالاً افزایش تولید نفت دیگری به میزان حداقل ۱۳۷ هزار بشکه در روز را تصویب خواهند کرد. با این حال، اوپک پلاس حدود ۵۰۰ هزار بشکه در روز پایین‌تر از اهداف مصوب، نفت تولید می‌کند.

دو منبع صنعتی به «رویترز» گفتند که ارسال نفت از کردستان عراق به بندر حیجان ترکیه به میزان ۱۵۰ تا ۱۶۰ هزار بشکه در روز در جریان است. انتظار می‌رود ازسرگیری صادرات شمال عراق، در نهایت تا ۲۳۰ هزار بشکه در روز نفت خام را به بازارهای بین‌المللی بازگرداند. همچنین تحلیلگران گروه بانکی ای‌ای‌زد در یادداشتی، نوشتند: علاوه بر این احساس نزولی، ریسک بالقوه تعطیلی دولت آمریکا نیز نگرانی‌هایی را در مورد تقاضا ایجاد کرده است. تعطیلی دولت آمریکا می‌تواند طیف وسیعی از خدمات را مختل کند و انتشار داده‌های اقتصادی، از جمله گزارش حقوق و اشتغال برنامه‌ریزی شده برای روز جمعه را که در تصمیم‌گیری سیاستگذاران فدرال رزرو بسیار مهم است، به تأخیر بیندازد.

رکوردشکنی طلای جهانی ادامه دارد

اونس طلا در مرز ۳۹۰۰ دلار

قیمت طلا در معاملات روز سه‌شنبه با افزایش نگرانی‌ها از تعطیلی احتمالی دولت آمریکا و انتظارات فزاینده برای کاهش بیشتر نرخ بهره فدرال‌رزرو، به بالاترین رکورد خود رسید و به مرز ۳۹۰۰ دلار نزدیک شد. قیمت هر اونس طلا برای تحویل فوری، با ۰.۲ درصد افزایش، به ۳۸۴۲ دلار و ۷۶ سنت رسید و هر اونس طلا در بازار معاملات آتی آمریکا برای تحویل در ماه دسامبر، ۰.۴ درصد افزایش به ۳۸۷۲ دلار رسید. این فلز گرانب‌ا از ابتدای ماه سپتامبر تاکنون، ۱۱.۴ درصد رشد قیمت داشته و در مسیر ثبت بهترین عملکرد ماهانه‌اش از اوت ۲۰۱۱ به این طرف قرار دارد. داده‌های اقتصادی اخیر، انتظارات برای کاهش بیشتر نرخ بهره فدرال رزرو آمریکا در سال میلادی جاری را افزایش داده است. طبق ابزار دیده‌بان فدرال شرکت CME، معامله‌گران احتمال کاهش ۲۵ واحد پایه‌ای نرخ بهره در نشست بعدی فدرال رزرو را حدود ۸۹ درصد پیش‌بینی می‌کنند. «آلبرت موسالم»، رئیس فدرال رزرو سنت لوئیس، گفت: برای کاهش بیشتر نرخ بهره آماده است اما فدرال رزرو باید محتاط باشد و نرخ‌ها را به اندازه‌ای بالا نگه دارد تا بتواند به کاهش تورم ادامه دهد.

طلا که اغلب در مواقع عدم قطعیت سیاسی و مالی به عنوان یک ذخیره ارزش امن استفاده می‌شود، در محیطی با نرخ بهره پایین، تقویت می‌شود. سرمایه‌گذاران اکنون منتظر داده‌های آماری آمریکا در مورد فرصت‌های شغلی، گزارش اشتغال خصوصی، شاخص مدیران خرید بخش موسسه مدیریت عرضه (ISM) و گزارش اشتغال غیر کشاورزی روز جمعه هستند تا سرنخ‌های بیشتری در مورد سلامت اقتصاد این کشور به دست آورند. همزمان صندوق «اس پی دی ار گلد تراست» که بزرگ‌ترین صندوق سرمایه‌گذاری تحت پوششونه طلا در جهان است، اعلام کرد: دارایی‌هایش ۰.۶ درصد افزایش یافت و از ۱۰۰۵.۷۲ تن در جمعه گذشته به ۱۰۱۱.۷۳ تن در روز دوشنبه رسید. همچنین در بازار سایر فلزات ارزشمند در روز سه‌شنبه، بهای هر اونس نقره، تغییری نداشت و در همان ۴۶ دلار و ۹۵ سنت باقی ماند. بهای هر اونس پلاتین با ۰.۲ درصد کاهش، به ۱۵۹۷ دلار و ۵۸ سنت رسید و هر اونس پالادیوم با ۰.۸ درصد کاهش، ۱۲۵۹ دلار و دو سنت معامله شد.

یک هتنگ بیت‌کوین از خواب ۱۲ ساله بیدار شد

رشد ۱۶ هزار درصدی طلای دیجیتال

یکی دیگر از سرمایه‌گذاران بلندمدت بیت‌کوین با بیش از ۴۴ میلیون دلار رمزارز، پس از ۱۲ سال به فعالیت بازگشته و تراکنشی انجام داده است. داده‌های پلتفرم «آر‌خام اینتلیجنس» نشان داد که روز یکشنبه برای اولین بار، ۴۰۰ بیت‌کوین کیف پول دیجیتال این هتنگ خفته در نوامبر ۲۰۱۳، فعال شد. طبق داده‌های پلتفرم کوین‌گکو، قیمت بیت‌کوین در آن زمان، حدود ۲۲۰ دلار بود و اکنون بیش از ۱۱۴ هزار دلار معامله می‌شود که معادل افزایش حدود ۱۶ هزار درصدی است. همانطور که اغلب اتفاق افتاده، مشخص نیست چه کسی صاحب این کیف پول است؛ زیرا اطلاعات شناسایی شخصی در بلاکچین مشخص نیست.

در سال ۲۰۱۳، پایین‌ترین قیمتی که قدیمی‌ترین رمزارز به آن رسید، فقط ۱۳ دلار بود. این قیمت تا پایان سال به بیش از ۱۱۳۲ دلار رسید. آدرس‌های قدیمی که چنین مقدار زیادی بیت‌کوین در اختیار دارند، احتمالاً متعلق به ماینرهایی هستند که در سال‌های اولیه ایجاد این رمزارز، ضرب سکه‌های جدید را آغاز کردند. در آن زمان، سکه‌های جدید می‌توانستند با استفاده از رایانه‌های رومیزی تولید شوند، اما اکنون در دنیای استخراج بیت‌کوین که به طور فزاینده‌ای صنعتی شده است، شرکت‌ها از انبارهایی پر از رایانه برای پردازش تراکنش‌ها در شبکه رمزنگاری استفاده می‌کنند. تعدادی از دارندگان بزرگ و بلندمدت بیت‌کوین که به عنوان «هتنگ» شناخته می‌شوند، امسال جابه‌جایی سکه‌ها را آغاز کرده‌اند؛ زیرا این رمزارز که «طلای دیجیتال» نامیده می‌شود، به راحتی بالای ۱۰۰ هزار دلار معامله می‌شود. چنین اقداماتی در گذشته بازارها را وحشت‌زده کرده است: زیرا معامله‌گران عمدتاً فعال شدن مجدد کیف‌های پول قدیمی را به عنوان قصدی برای فروش موجودی تفسیر می‌کنند. در حال حاضر، احساسات بازار در مورد بیت‌کوین بار دیگر صعودی شده است، به طوری که کاربران پلتفرم «میرایاد» (Myriad) اکنون حرکت بیت‌کوین به ۱۲۵ هزار دلار را به جای افت به ۱۰۵ هزار دلار ترجیح می‌دهند.

در ماه جولای، نهنگی پس از ۱۴ سال نگهداری بیت‌کوین، بیش از ۸۰ هزار بیت‌کوین به ارزش بیش از ۹ میلیارد دلار در آن زمان را فروخت. تحلیلگران در ابتدا گیج شدند، اما شرکت رمزنگاری نهادی گلکسی، بعدها فاش کرد که این فروش را برای سرمایه‌گذار ناشناس دوران ساتوشی انجام داده است. ارزش بیت‌کوین در معاملات روز سه‌شنبه به ۱۱۴ هزار و ۱۳۸ دلار و ۶ سنت رسید که نسبت به ۲۴ ساعت گذشته، رشد ۲۰.۶ درصدی را نشان داد.



شناخته‌شود.

از آنجایی که مکانیسم ماشه (استنب‌بک) به‌طور رسمی در روز ششم مهرماه فعال شده و تمامی تحریم‌های سازمان ملل علیه ایران بازگشته است، قیمت دلار آزاد در روزهای اخیر به کانال ۱۱۰ هزار تومان رسیده و قیمت سکه نیز تا کانال ۱۱۰ میلیون تومان بالا رفته است. رشد قیمت دلار، محرک بورس تهران هم شد و شاخص کل بورس با رشد ۸ درصدی در چهار روز معاملاتی این هفته توانسته تا اندازه‌ای عقب‌ماندگی خود را نسبت به بازارهای موازی جبران کند. تب و تاب فزاینده قیمت‌ها و رشد دسته جمعی بازارها طبیعتاً در شاخص‌های تورمی مهرماه منعکس خواهد شد و با تداوم نااطمینانی‌ها بیم آن می‌رود که نرخ تورم نقطه به نقطه به کانال ۵۰ درصد وارد شود. نرخ تورم آخرین بار در ابتدای سال ۱۴۰۲ تا ۵۰ درصد افزایش یافته بود و حالا با گذشت بیش از دو سال، احتمال دارد که در صورت تداوم روند صعودی تورم بار دیگر شاهد این اتفاق باشیم. هرچند هدف‌گذاری بانک مرکزی، کنترل تورم در کانال ۳۰ درصد است، اما با توجه به افزایش انتظارات تورمی در سایه تنش‌های سیاسی و روند صعودی تورم در سه ماه متوالی فصل تابستان به نظر می‌رسد که هدف‌گذاری تورمی بانک مرکزی بایستی به حفظ و کنترل تورم در کانال ۴۰ درصد (پایین ۵۰ درصد) تغییر یابد.

فشار تورمی روی دوش خانوارها

رصد تورم دهک‌های هزینه‌ای، نشان می‌دهد که تورم نقطه به نقطه دهک اول (به عنوان فقیرترین دهک) در شهریورماه به سطح ۴۷.۶ درصد و تورم نقطه به نقطه دهک دهم (به عنوان ثروتمندترین دهک) به سطح ۴۲.۹ درصد رسیده است؛ یعنی تورم نقطه به نقطه از دهک اول به دهک دهم به تدریج کمتر شده و نابرابری تورمی به طور چشمگیری به چشم می‌خورد. نرخ تورم سالانه در شهریورماه در حالی به ۳۷.۵ درصد رسید که دامنه تغییرات آن برای دهک‌های مختلف هزینه‌ای از ۳۶.۸ درصد برای دهک دهم تا ۳۸.۴ درصد برای دهک اول است. بدین ترتیب، فاصله تورمی دهک‌های مختلف هزینه‌ای در پایان فصل تابستان به ۱.۶ واحد درصد رسید که نسبت به ماه قبل، ۰.۶ واحد درصد افزایش داشته است. به عبارت دیگر، فشار تورمی در میان دهک‌های مختلف هزینه‌ای در شهریورماه امسال یکسان نبوده است؛ کما اینکه تورم دهک دهم جامعه (که شامل ثروتمندترین و پردرآمدترین خانوارهاست) ۲۶.۸ درصد بوده و تورم دهک اول (که شامل فقیرترین و کم‌درآمدترین خانوارهاست) ۳۸.۴ درصد ثبت شده است. در واقع، دهک اول در شهریورماه، تورم ۳۸.۴ درصدی را از سر گذرانده‌اند و دهک دهم، تورم ۳۶.۸ درصدی را تجربه کرده است. بنابراین براساس داده‌های مرکز آمار ایران، فاصله تورمی میان غنی‌ترین و فقیرترین دهک‌های جامعه در شهریورماه ۱۴۰۴ به حدود ۱.۶ واحد درصد رسیده است؛ رقمی که نسبت به مرادماه امسال، رشد ۰.۱ واحد درصدی را نشان می‌دهد. این شکاف تورمی میان دهک‌های ده‌گانه، نشان‌دهنده آن است که فشار افزایش قیمت‌ها برای دهک‌های پایین و

وقتی کلاهبرداری ملکی، جای پیش‌فروش خانه را می‌گیرد

پاشنه آشیل قانون پیش‌فروش مسکن

تهران از قوانین سختگیرانه در حوزه پیش‌فروش مسکن، انتقاد کرد و گفت: می‌توان با تسهیل قوانین، بخشی از سرمایه‌های مردم را به حوزه تولید مسکن هدایت کرد. او بازنگری در قوانین پیش‌فروش را کلید ورود سرمایه به بازار مسکن دانست و با تأکید بر تدوین سند چشم‌انداز بلندمدت بخش مسکن به «فرهنا» توضیح داد: بازار مسکن به عنوان لکوموتیو اقتصاد کشور، نیازمند فراهم‌سازی شرایط برای حرکت و خروج از رکود است. وقتی ساخت یک واحد مسکونی بین دو تا سه سال زمان می‌برد، یک دولت در فرصت چهار ساله نمی‌تواند به حل و فصل مشکلات ائمن بخش بپردازد. بنابراین باید سند چشم‌انداز بلندمدت برای بخش مسکن تدوین شود. «بیگی‌نژاد» به وضعیت بازار مسکن شهر تهران در نیمه سال ۱۴۰۴، اشاره کرد و گفت: با استناد به داده‌های منتشرشده مرکز آمار ایران، صدور پروانه‌های ساختمانی در شهر تهران در فصل بهار، کاهش ۱۹ درصدی داشته و فقط برای ۱۱ هزار و ۴۷ واحد مسکونی، پروانه صادر شده است. حتی در برخی موارد مشاهده می‌شود که سازندگان پس از صدور پروانه نیز اقدام به ساخت نمی‌کنند. بنابراین آمار واقعی مسکن‌هایی که احداث می‌شود، به مراتب کمتر است. هرچند خروج اتباع غیرمجاز افغان در ماه‌های اخیر، اقدام درستی بود، اما در عین حال منجر به از دست رفتن تعداد زیادی نیروی کار ماهر و غیرماهر ساختمانی شد که در ایران تجربه‌اندوزی کرده بودند. کمبود نیروی انسانی در پروژه‌های ساختمانی، سبب شده تا بسیاری از سازندگان، اقدام به ساخت نکنند و این موضوع با کاهش عرضه در سال آینده، رکود بخش ساختمان را عمیق‌تر خواهد کرد.

با وجود آنکه بیشتر از یک دهه قبل، قانون پیش‌فروش مسکن به تصویب رسید، اما به دلیل حفره‌های قانونی، کلاهبرداری ملکی عملاً جای پیش‌فروش خانه را گرفته است. نزدیک به یک دهه و نیم از تصویب قانون پیش‌فروش ملک در ایران می‌گذرد و آیین‌نامه‌های اجرایی آن هم به تصویب نرسیده و ابلاغ شده است، اما با این حال، موانع قانونی متعددی در مسیر پیش‌فروش وجود دارد که باعث گسترش هرج‌ومرج و بی‌قانونی در بازار پیش‌فروش خانه شده است. با وجود اینکه بازار مسکن به دلیل از دست رفتن قدرت خرید مردم، بیش از هر زمان دیگری به مسیری امن و قانونی برای پیش‌خريد خانه و آپارتمان نیاز دارد، اما به گفته فعالان حوزه ساخت‌وساز، قوانین بخش پیش‌فروش ساختمان آنقدر جنبه بازدارندگی پیدا کرده که به‌راحتی می‌توان علیه کسانی که در این حوزه کار می‌کنند، اعلام جرم کرد. متأسفانه به دلیل جهش قیمت مسکن و کاهش قدرت خرید مردم در شرایط تورمی، امکان پس‌انداز برای خرید خانه همچون سال‌های قبل فراهم نیست و اینجاست که بازار پیش‌فروش مسکن می‌تواند به داد جوانان و خانه‌اولی‌ها برسد. همچنین برای سازندگان و انبوه‌سازانی که با تورم بالای ساخت مسکن مواجه هستند، انگیزه زیادی برای پیش‌فروش وجود دارد تا با خرید جلودر مصالح ساختمانی، از تورم آتی در امان بمانند. با این وجود به‌خاطر ضعف‌های قانون پیش‌فروش مسکن، عملاً کلاهبرداری‌های ملکی، جای پیش‌فروش ساختمان را گرفته است.

در همین زمینه، «داود بیگی‌نژاد»، نایب رئیس اتحادیه مشاوران املاک

گرامیداشت روز آتش‌نشان و تجلیل از آتش‌نشانان شهر اندیشه

خبر داد که در گذشته میزبان آموزش آتش‌نشانان از شهرهای مختلف بود و اکنون با تلاش‌های آقای پایداران، بار دیگر احیا خواهد شد. وی با اشاره به کاهش چشمگیر مرگ‌های خاموش در اندیشه، این موفقیت را نتیجه آموزش‌های مؤثر و بازدیدهای رایگان آتش‌نشانان دانست و گفت: با تلاش شهما همکاران، امروز می‌توانیم با افتخار اعلام کنیم که مرگ‌های خاموش در اندیشه به صفر رسیده است.کاپوایی همچنین به بهبود شرایط رفاهی و مالی آتش‌نشانان اشاره کرد و افزود: با مصوبات شورای شهر، پرداخت‌های رفاهی و اضافه‌کار آتش‌نشانان تا دو برابر همکاران شهرداری افزایش یافته است. همچنین در تلاشیم با اخذ مجوزهای کشوری، نیروی انسانی بیشتری جذب کنیم تا کمبودهای چارت سازمانی برطرف شود. سرهنگ تاجیک، فرمانده سپاه ناحیه امام هادی (ع)، آتش‌نشانان را به نیروهای نظامی تشبیه کرد که در هر لحظه آماده جانشناسی برای مردم هستند. وی با یادآوری فداکاری آتش‌نشانان در حادثه پلاسکو، از خانواده شهید لک و سایر آتش‌نشانان به‌عنوان تاج‌افزار فرهنگ اسلامی و ایرانی تجلیل کرد. در پایان این مراسم، مانوری عملیاتی شامل نجات در آب، مقابله با حریق و مدیریت مخازن سوخت برگزار شد که توانمندی و آمادگی آتش‌نشانان اندیشه را به نمایش گذاشت. همچنین لوح‌های تقدیر به خانواده شهید محسن لک، آتش‌نشان بازنشسته و فعال اهلا شد تا یاد فداکاری‌های این شهرداری‌ها، اولویت ما تجهیز سازمان آتش‌نشانی است تا بتوانیم خدمات بهتری به شهروندان ارائه دهیم. شجاعت و تعهد خود، ایمنی و آرامش را به شهروندان اندیشه هدیه می‌دهند



بی‌وقفه‌تان تقدیر کنیم. شما در گمنامی، وظایف خطیری را در حفظ ایمنی شهر به انجام می‌رسانید. شهردار اندیشه از برنامه‌های توسعه‌ای این سازمان خبر داد و گفت: احداث دو ایستگاه جدید آتش‌نشانی در فازهای ۴ و ۶ شهر در دستور کار است که عملیات عمرانی ایستگاه فاز ۶ تا پیش از پایان سال آغاز خواهد شد. همچنین دو خودروی آتش‌نشانی جدید خریداری شده و به‌زودی به ناوگان اضافه می‌شود. وی به تلاش برای تجهیز سازمان به امکانات پیشرفته اشاره کرد و افزود: با وجود چالش‌های مالی شهرداری‌ها، اولویت ما تجهیز سازمان آتش‌نشانی است تا بتوانیم خدمات بهتری به شهروندان ارائه دهیم. کاپوایی همچنین از پیگیری رانان‌داری مرکز آموزش غرب استان تهران

مدیرکل بهزیستی استان مرکزی خبر داد:

بهره‌مندی ۱۵۷ هزار نفر از خدمات مستقیم و غیرمستقیم بهزیستی مرکزی

فرزند سه‌قلو، چهارقلو و حتی پنج‌قلو تحت پوشش مستمری بهزیستی قرار دارند و این کودکان تا سن ۶ سالگی حمایت می‌شوند. وی همچنین از حمایت یک‌هزار و ۱۵۶ زن سرپرست خانوار خبر داد و گفت: ۱۷ دختر و ۱۵ پسر نیز در مراکز اقامت شبانه‌روزی بهزیستی استان مرکزی زندگی می‌کنند. اله دادی خاطرنشان کرد: یک شیرخوارگاه در استان مرکزی فعال است که در حال حاضر هفت کودک در آن نگهداری می‌شوند و به سرعت به خانواده‌های متقاضی فرزندخواندگی واگذار می‌شوند. مدیرکل بهزیستی استان مرکزی با اشاره به طرح ملی «میزبان میهمان» اظهار کرد: این طرح ویژه کودکانی است که به دلیل سن بالاتر (بیش از ۷ سال) شانس کمتری برای فرزندخواندگی دارند که در این طرح، خانواده‌های داوطلب با مجوز قضایی، کودک را تحت نظارت بهزیستی در کنار فرزندان خود نگهداری می‌کنند که تاکنون یک کودک در استان به این شیوه واگذار شده است. اله‌الدادی ادامه داد: ۲۲۵ کودک نیز در نزد اقوام سببی و نسبی با افراد داوطلب نگهداری می‌شوند و ماهیانه مبلغ ۵۵ میلیون ریال یارانه به خانواده‌های میزبان پرداخت می‌شود. وی افزود: ۱۴ کودک تحت پوشش بهزیستی استان مرکزی امسال فرزند خوانده شدند که در جای خود بی‌سابقه بوده است. مدیرکل بهزیستی استان مرکزی بیان کرد: یک خانه سلامت در اراک با سه دختر مقیم، یک خانه امن ویژه زنان خشونت‌دیده با ۱۰ مورد خدمت‌رسانی و یک خانه تلاش ویژه زنان آسیب‌دیده اجتماعی با چهار نفر تحت پوشش در استان فعال هستند.

تبدیل رایگان خودروهای مدل ۹۷ به بعد به دوگانه‌سوز در هرمزگان آغاز شد

۳۰۰۰ تومانی، به کاهش ازدحام در جایگاه‌ها کمک کنند. وی همچنین از بازگشت جایگاه بالال بندرعباس به چرخه سوخت‌رسانی خبر داد و گفت: این جایگاه روزانه حدود ۱۰۰ هزار لیتر بنزین توزیع می‌کند و نقش مهمی در کاهش ترافیک دارد.

سالاری‌فر در ادامه اعلام کرد: از ۱۶۸ جایگاه فعال در استان و ۴۹۳ نازل در بندرعباس، تنها ۲ نازل غیرفعال و ۵۳ نازل در انتظار تعمیر هستند. نرخ خرابی نازل‌ها نیز ۹.۷ درصد است که با همکاری شرکت سداد در حال کاهش می‌باشد. وی در پایان با اشاره به نقش استراتژیک هرمزگان در تأمین سوخت کشور، گفت: «روزانه حدود ۱۰ میلیون لیتر فرآورده مایع در استان و ۱۵۰ میلیون لیتر فرآورده از انبار نفت شهید رجایی به سراسر کشور توزیع می‌شود.» مدیر منطقه هرمزگان با قدرانی از رسانه‌ها خواست تا در ترویج استفاده از سوخت CNG و مدیریت مصرف سوخت نقش‌آفرینی کنند و افزود: اطلاع‌رسانی صحیح می‌تواند به کاهش مشکلات ترافیکی جایگاه‌ها به‌ویژه در ابتدای هر ماه کمک کند.

ویژه برنامه هفته دفاع مقدس در منطقه آزاد انزلی برگزار شد

شهید نامجوی نمونه‌ای درخشان از اخلاص، تدبیر و شجاعت است که نسل امروز و فردا باید او را الگوی خود قرار دهند.»
مدیرعامل سازمان منطقه آزاد انزلی با تأکید بر اهمیت زنده نگه داشتن فرهنگ ایثار و شهادت خاطرنشان کرد: «این سازمان در راستای مسئولیت اجتماعی خود و در جهت ترویج فرهنگ ایثار و مقاومت، پاسداشت یاد شهیدان و معرفی آنان به نسل جوان را به عنوان یک رسالت فرهنگی دنبال می‌کند.» در بخش پایانی این برنامه، از جمعی از همکاران ایثارگر سازمان منطقه آزاد انزلی به پاس خدمات ارزشمند و مجاهدت‌های آنان در دوران دفاع مقدس تجلیل به عمل آمد؛ سپس با حضور مسئولان و فرزندان شهید، سرادیس سرلشکر شهید موسی نامجوی رونمایی شد. سپس حاضران با حضور در گلزار تازه تأسیس شهدای روستای جفروود پایین، با قرائت فاتحه، اهدای گل و ادای احترام، یاد و خاطره شهدای والا مقام را گرامی داشتند و با آران‌های بلند آنان تجدید میثاق کردند.

سفر رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران به مناطق کوهستانی شهرستان نوشهر و بازدید از مراکز پول و کجور

قرار گرفت. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در این بازدید ضمن تقدیر و تشکر از زحمات کادر بهداشت و درمان، با اشاره به اهمیت شاخص‌های بهداشتی و درمانی مناطق کوهستانی اظهار کرد: ارتقای سطح و اکسیناسیون کودکان و مادران، بهبود پوشش خدمات اولیه برای روستاهای دوررست، کاهش مرگومیر مادران و نوزادان و همچنین توجه همزمان به سلامت روان و کنترل بیماری‌های غیرواگیر همچون دیابت و فشار خون، از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی عملکرد کادر جامع سلامت است و باید به صورت مستمر پایش شود. دکتر رضایی بر موضوع عدالت در سلامت تأکید کرد و افزود: دسترسی عادلانه به خدمات سلامت، حق طبیعی همه شهروندان به‌ویژه در مناطق محروم و صعب‌العبور است و دانشگاه علوم پزشکی وظیفه دارد با تقویت زیرساخت‌ها، تأمین منابع انسانی پایدار و توسعه خدمات بهداشتی، فاصله میان مناطق برخوردار و کم‌برخوردار را کاهش دهد. وی خاطرنشان کرد که ارتقای عدالت در سلامت، نه‌تنها یک هدف راهبردی بلکه یک ضرورت اجتماعی برای حفظ و ارتقای کیفیت زندگی مردم این مناطق است.



از سراسر استان هستند. وی ادامه داد: در حوزه مشاوره حضوری نیز ۲۰۰ مورد توسط مراکز دولتی و ۳۱۹ مورد توسط مراکز غیردولتی ارائه شده است و در حال حاضر، ۱۶ مرکز مشاوره تحت پوشش بهزیستی در سطح استان فعالیت دارند. اله‌الدادی همچنین از فعالیت ۴۴ مرکز اقامتی و بهبودی ترک اعتیاد در استان مرکزی خبر داد و گفت: در این مراکز، سه هزار و ۱۳۶ مورد پذیرش و ترخیص در سال جاری ثبت شده است. وی با اشاره به مراکز کاهش آسیب شامل دی‌آی‌سی‌ها و شلترها گفت: پنج مرکز در سطح استان فعال هستند که به یک‌هزار و ۸۰۰ نفر خدمات ارائه داده‌اند. مدیرکل بهزیستی استان مرکزی با اشاره به حمایت از خانواده‌های دارای فرزند چندقلو گفت: ۴۹۳ خانوار دارای فرزند دوقلwo و ۴۱ خانوار دارای



تنها ۲۳ درصد از سهمیه ۱۰۰ لیتری بنزین با نرخ ۳۰۰۰ تومان بهره می‌برند. این موضوع موجب افزایش ترافیک در جایگاه‌های عرضه بنزین آزاد در روزهای پایانی ماه می‌شود. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه هرمزگان از شهروندان خواست با مدیریت سهمیه بنزین



جمهوری اسلامی ایران و فرماندهی توانمند در روزهای سرنوشت‌ساز آغاز جنگ تحمیلی افزود: «راه شهیدان، چراغ هدایت جامعه است و وظیفه همه ماست که با تدوام مسیر آنان، پاسدار ارزش‌های انقلاب اسلامی باشیم.



پوشش قرار داده است. در ادامه این بازدید نشست مشترکی در حضور نماینده مردم نوشهر، جالوس و کلاردشت در مجلس شورای اسلامی، بخشدار کجور، شهردار پول، اعضای شورای اسلامی کجور و فرمانده سپاه پول برگزار شد که طی آن مسائل و مشکلات بهداشتی منطقه مورد بررسی و تبادل نظر

شهردار یرگس اصلاسی _ مراسم گرامیداشت روز ایمنی و آتش‌نشانی (۷ مهر) در شهر اندیشه با حضور مرتضی بهرامی رئیس شورای اسلامی شهر، بهروز کاپوایی شهردار، سرهنگ تاجیک فرمانده سپاه ناحیه امام هادی (ع)، فرماندهان راهور، کلاترزی‌های فاز ۲ و ۳، نماینده شرکت عمران و مسئولین ادارات آب، گاز و برق برگزار شد. این مراسم به منظور گرامیداشت روز آتش نشان و ایمنی و قدرانی از زحمات بی‌وقفه آتش‌نشانان شهر اندیشه و همچنین تجلیل از خانواده شهید محسن لک و مرحوم مهرداد قانع رضوی و عادل مولایی تدارک دیده شده بود . در ابتدای این مراسم رئیس سازمان اتشن نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اندیشه به بیان گزارش عملکرد خود پرداخت در ادامه مرتضی بهرامی، رئیس شورای اسلامی شهر اندیشه، ضمن گرامیداشت هفته دفاع مقدس و روز آتش‌نشان، آتش‌نشانان را قهرمانانی بی‌ادعا توصیف کرد که ارزش کارشان نه با آتش‌های خاموش‌شده، بلکه با جان‌های نجات‌یافته ستجیده می‌شود. وی با تأکید بر سختی و اهمیت رسالت آتش‌نشانان، از شهردار خواست توجه ویژه‌ای به بهبود معیشت و حقوق این قشر داشته باشد و یاد شهدای آتش‌نشان، به‌ویژه شهید محسن لک را گرامی داشت. بهروز کاپوایی، شهردار اندیشه، در سخنانی جامع از زحمات گمنام آتش‌نشانان در حوزه مدیریت شهری قدردانی کرد و گفت: امروز مفتخریم که در کنار شما آتش‌نشانان عزیز هستیم تا از تلاش‌های



مدیر شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان خبر داد:

تأمین پایدار کودهای کشاورزی در استان همدان؛ سهمیه‌ها آماده جذب هستند

همدان – خبرنگار فرصت امروز: بهروز الیاسی، مدیر شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان همدان، از تأمین کامل و پایدار کودهای پایه شامل اوره، فسفات و پتاس در سطح استان خبر داد و اعلام کرد که هیچ‌گونه کمبودی در این زمینه وجود ندارد. وی با اشاره به وضعیت مطلوب توزیع کود در استان، تأکید کرد که کودهای معوقه خردادمان نیز تأمین شده‌اند و پتروشیمی‌ها همچنان کود اوره را به میزان کافی عرضه می‌کنند. الیاسی با بیان اینکه جالش اصلی در جذب سهمیه‌هاست، از مدیران جهاد کشاورزی شهرستان ها خواست تا با برنامه‌ریزی دقیق و جدیت بیشتر، نسبت به جذب کامل سهمیه‌های تخصیصی اقدام کنند. وی افزود: «در شرایطی که تأمین کود به‌خوبی انجام شده، عدم جذب سهمیه‌ها می‌تواند موجب اختلال در روند توزیع و کاهش بهره‌وری در بخش کشاورزی شود.» وی همچنین ذخیره کودهای فسفات و پتاس را در انبارهای استان مطلوب ارزیابی کرد و گفت: «با توجه به موجودی مناسب، امکان توزیع به‌موقع کودها فراهم است و کشاورزان می‌توانند از طریق کارگزاری‌های مجاز، کود مورد نیاز خود را دریافت کنند.» مدیر شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان همدان از بهره‌برداران خواست تا با مراجعه به مراکز تعیین‌شده، نسبت به دریافت سهمیه کودی خود در اسرع وقت اقدام کنند تا روند توزیع و جذب سهمیه استان در فصل کشت با اختلال مواجه نشود. الیاسی در پایان افزود از ابتدای سالجاری تا پایان شهریور ماه بیش از ۵۶۵۰۰ تن انواع کودهای کشاورزی ازت، فسفات و پتاس در سطح استان توزیع شده است که برای حمایت از کشاورزان و حمایت از تولیدات کشاورزی صورت یارانه ای در اختیار بخش تولید قرار می‌گیرد.

در شش ماهه نخست امسال:

تولید انرژی خالص نیروگاه نکا ۸ درصد افزایش یافت

ساری – دهقان : تولید انرژی خالص نیروگاه شهیدسلیمی نکا در شش ماه نخست امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته حدود ۸ و نسبت به سال ۱۴۰۲ بیش از ۲۲ درصد افزایش یافت. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، مدیرعامل شرکت مدیریت تولیدبرق نکا با اعلام این خبر افزود: در شش ماه گذشته حدود ۵ میلیارد و ۸۴۰ میلیون مگاوات ساعت انرژی خالص در واحدهای بخار و بلوک سیکل ترکیبی تولید و به شبکه سراسری برق کشور تزریق شد. عبدالرضا محمودی رستمی با بیان اینکه در این مدت حدود ۷۳ درصد انرژی تولیدی در واحدهای بخار و بیش از ۲۷ درصد در بلوک سیکل ترکیبی بدست آمد، گفت: در این مدت ۶۵ درصد انرژی تعهدی سالانه نیروگاه طبق برنامه محقق شد. محمودی همچنین با اشاره به تلاش بی وقفه و شبانه روزی کارکنان نیروگاه ها برای تولید و تأمین انرژی مورد نیاز مشترکان بخصوص در پیک مصرف تابستان و جنگ ۱۲ روزه ادامه داد: با پایان یافتن تابستان، طبق روال سالهای گذشته، فصل جدید تعمیرات نیروگاه ها به منظور افزایش آمادگی واحدها برای تولید پایدار انرژی در زمستان و تابستان سال آینده آغاز شد، لذا ضمن تقدیر از همراهی همه هموطنان عزیز با خدامشان در صنعت برق در زمینه مدیریت مصرف و با توجه به خارج بودن تعدادی از واحدهای نیروگاهی برای تعمیرات دوره ای و در پیش بودن فصل سرما، از همگان می‌خواهیم بحث مدیریت مصرف انرژی را همچنان در منازل و محیط کار رعایت کنند و راه کارهای بهینه سازی مصرف انرژی را در کنار سایر مهارت های زندگی به عنوان یک ضرورت به فرزندان خود بیاموزند.

توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان:

آغاز اجرای پروژه بهسازی مسیر دسترسی به خط لوله انتقال آب دکلهای حفاری حدفاصل جاده اصلی مسجدسلیمان-اهواز تا روستای چم فرج

اهواز – شبنم قجاوند: پروژه بهسازی مسیر دسترسی به خط لوله انتقال آب دکلهای حفاری حدفاصل جاده اصلی مسجدسلیمان-اهواز تا روستای چم فرج توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان اجرایی شد. پروژه بهسازی مسیر دسترسی به خط لوله انتقال آب دکلهای حفاری حدفاصل جاده اصلی مسجدسلیمان-اهواز تا روستای چم فرج توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان اجرایی شد. این پروژه عام المنفعه در مدت زمان ۲ ماه

و با اعتباری بالغ بر ۱۸ میلیارد تومان به مرحله اجرا در آمده و شامل اقداماتی از جمله عملیات اجرایی مورد نیاز در طول ۵۴۰۰ متر از مسیر شامل: تهیه مصالح و اجرای لایه زیراس در قسمت های مورد نیاز (حدود ۴۰ درصد از طول مسیر)در عرض ۷ متر و ضخامت ۱۵ سانتی متر،تهیه مصالح و اجرای لایه اساس در طول ۵۴۰۰ متر،عرض ۶ متر و ضخامت ۱۰ سانتی متر،فرپاشی در طول مسیر در عرض ۶ متر، تهیه مصالح و اجرای یک لایه آسفالت در طول ۵۴۰۰ متر، عرض ۵٫۵ متر و ضخامت ۷ سانتی متر،خط کشی جاده و تهیه و نصب علائم راهنمایی و رانندگی در طول ۵۴۰۰ متر از جمله فعالیتهای مهم پروژه می باشد. با اجرای این پروژه عام المنفعه، مسیری ایمن و استاندارد جهت استفاده عموم بوژه ساکنان روستاهای مسیر مذکور فراهم خواهد شد.

انتصاب بهرام عیدی بعنوان سرپرست مخابرات منطقه گلستان

گراگان – خبرنگار فرصت امروز: مراسم تودیع و معارفه مدیرمخابرات منطقه گلستان انجام و مهندس بهرام عیدی بعنوان سرپرست جدید معرفی شد. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان، مراسم تکریم و تجلیل از دکتر غلامعلی شهرمادی و معارفه مهندس بهرام عیدی بعنوان سرپرست مخابرات منطقه گلستان باحضور دکتر علی مطهری معاونت توسعه سرمایه انسانی و مهندس بیدخام مشاور عامل در ارتباطات و امور بین الملل شرکت مخابرات ایران برگزار شد . در این مراسم، دکتر غلامعلی شهرمادی پس از یک دهه خدمت در سمت مدیر مخابرات منطقه گلستان، جای خود را به مهندس بهرام عیدی داد. دکتر علی مطهری در این مراسم ضمن تقدیر از اقدامات صورت گرفته گفت : امیدواریم هر یک از ما از موقعیت‌ها و مسئولیت‌هایی که داریم برای رشد فردی و ارزش‌های معنوی بهره ببریم.وی افزود: مجموعه مخابرات گلستان در سال‌های اخیر دستاوردهای مهمی در توسعه ارتباطات و ارائه خدمات به مردم استان داشته و این موفقیت‌ها مرون تلاش‌های مدیران و کارکنان متعهد این مجموعه است وامیدواریم با حضور مهندس بهرام عیدی، شاهد تدوام این مسیر و تحقق اهداف باشیم. معاونت توسعه سرمایه انسانی شرکت مخابرات ایران در ادامه با اشاره به اجرای پروژه Swap در استان گلستان گفت : مگا پروژه Swap با رشد مناسبی ادامه یابد و اهداف تعریف شده تا پایان سال با تلاش تیم متخص و مجرب محقق شود . در ادامه مراسم دکتر غلامعلی شهرمادی در سخنانی ضمن قدردانی از همراهی همکاران، به بخشی از دستاوردهای مجموعه در دوران مدیریتی خود اشاره و ابراز امیدواری کرد با مدیریت جدید، روند توسعه زیرساخت‌ها و خدمات مخابراتی در استان گلستان شتاب بیشتری بگیرد. در پایان، مهندس بهرام عیدی نیز بر عزم جدی خود برای ارتقای کیفیت خدمات، توسعه شبکه فیبرنوری و گسترش پوشش ارتباطی در مناطق شهری و روستایی استان تأکید کرد و افزود : با تکیه بر تخصص و تعهد مجموعه کارکنان مخابرات منطقه گلستان بر اساس سیاستهای شرکت مخابرات ایران گام برداشته و در جهت اجرای به موقع و باکیفیت پروژه ها اقدام خواهد شد .

افزایش ظرفیت تولید در واحد بهره برداری قلعه نار شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

اهواز – شبنم قجاوند: ظرفیت تولید در واحد بهره برداری قلعه نار این شرکت افزایش یافت. مهندس مهران حسن وند گندانی مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با اعلام این خبر گفت:باانجام اقدامات تخصصی فنی،عملیاتی و پشتیبانی مجموعه شرکت ظرفیت فرآوری و تولیدی در واحد بهره برداری قلعه نار امکان استحصال نفت شیرین به میزان ۱۰ هزار بشکه در روز افزایش یافت. وی افزود:این موفقیت نتیجه تلاش‌های بی‌وقفه، زحمات شبانه‌روزی و روحیه جهادی مجموعه شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان است که با وجود سخت‌ترین شرایط آب و هوایی، نقش مهم و اثرگذاری در تأمین انرژی و حفظ پویایی موتور اقتصادی کشور ایفا می‌کنند.

بررسی چالش‌های ترافیکی رانندگان نفتکش با حضور سرهنگ بیگلری در منطقه ساری

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه ساری، توجر آمانی با دعوت از سرهنگ بیگلری، رئیس پلیس راهور استان، بازدیدی از انبار نفت منطقه ساری و روند کار رانندگان نفتکش بر گزار کرد. در این بازدید، مسئولان با سخی‌ها و چالش‌های تردد نفتکش‌ها در جاده‌های پر ترافیک آشنا شدند و راهکارهایی برای کاهش ترافیک، افزایش ایمنی و تسهیل تردد نفتکش‌ها مورد بحث قرار گرفت. تأکید شد که تسهیل حمل و نقل سوخت، همزمان با حفظ ایمنی و سلامت رانندگان، در اولویت است. این برنامه با هدف ارتقای کیفیت خدمت‌رسانی و تأمین ایمنی جاده‌ای کارکنان و رانندگان نفتکش به پایان رسید.



سهمیه‌هاست، از مدیران جهاد کشاورزی شهرستان ها خواست تا با برنامه‌ریزی دقیق و جدیت بیشتر، نسبت به جذب کامل سهمیه‌های تخصیصی اقدام کنند. وی افزود: «در شرایطی که تأمین کود به‌خوبی انجام شده، عدم جذب سهمیه‌ها می‌تواند موجب اختلال در روند توزیع و کاهش بهره‌وری در بخش کشاورزی شود.» وی همچنین ذخیره کودهای فسفات و پتاس را در انبارهای استان مطلوب ارزیابی کرد و گفت: «با توجه به موجودی مناسب، امکان توزیع به‌موقع کودها فراهم است و کشاورزان می‌توانند از طریق کارگزاری‌های مجاز، کود مورد نیاز خود را دریافت کنند.» مدیر شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان همدان از بهره‌برداران خواست تا با مراجعه به مراکز تعیین‌شده، نسبت به دریافت سهمیه کودی خود در اسرع وقت اقدام کنند تا روند توزیع و جذب سهمیه استان در فصل کشت با اختلال مواجه نشود. الیاسی در پایان افزود از ابتدای سالجاری تا پایان شهریور ماه بیش از ۵۶۵۰۰ تن انواع کودهای کشاورزی ازت، فسفات و پتاس در سطح استان توزیع شده است که برای حمایت از کشاورزان و حمایت از تولیدات کشاورزی صورت یارانه ای در اختیار بخش تولید قرار می‌گیرد.



برق کشور تزریق شد. عبدالرضا محمودی رستمی با بیان اینکه در این مدت حدود ۷۳ درصد انرژی تولیدی در واحدهای بخار و بیش از ۲۷ درصد در بلوک سیکل ترکیبی بدست آمد، گفت: در این مدت ۶۵ درصد انرژی تعهدی سالانه نیروگاه طبق برنامه محقق شد. محمودی همچنین با اشاره به تلاش بی وقفه و شبانه روزی کارکنان نیروگاه ها برای تولید و تأمین انرژی مورد نیاز مشترکان بخصوص در پیک مصرف تابستان و جنگ ۱۲ روزه ادامه داد: با پایان یافتن تابستان، طبق روال سالهای گذشته، فصل جدید تعمیرات نیروگاه ها به منظور افزایش آمادگی واحدها برای تولید پایدار انرژی در زمستان و تابستان سال آینده آغاز شد، لذا ضمن تقدیر از همراهی همه هموطنان عزیز با خدامشان در صنعت برق در زمینه مدیریت مصرف و با توجه به خارج بودن تعدادی از واحدهای نیروگاهی برای تعمیرات دوره ای و در پیش بودن فصل سرما، از همگان می‌خواهیم بحث مدیریت مصرف انرژی را همچنان در منازل و محیط کار رعایت کنند و راه کارهای بهینه سازی مصرف انرژی را در کنار سایر مهارت های زندگی به عنوان یک ضرورت به فرزندان خود بیاموزند.

توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان:

آغاز اجرای پروژه بهسازی مسیر دسترسی به خط لوله انتقال آب دکلهای حفاری حدفاصل جاده اصلی مسجدسلیمان-اهواز تا روستای چم فرج



و با اعتباری بالغ بر ۱۸ میلیارد تومان به مرحله اجرا در آمده و شامل اقداماتی از جمله عملیات اجرایی مورد نیاز در طول ۵۴۰۰ متر از مسیر شامل: تهیه مصالح و اجرای لایه زیراس در قسمت های مورد نیاز (حدود ۴۰ درصد از طول مسیر)در عرض ۷ متر و ضخامت ۱۵ سانتی متر،تهیه مصالح و اجرای لایه اساس در طول ۵۴۰۰ متر،عرض ۶ متر و ضخامت ۱۰ سانتی متر،فرپاشی در طول مسیر در عرض ۶ متر، تهیه مصالح و اجرای یک لایه آسفالت در طول ۵۴۰۰ متر، عرض ۵٫۵ متر و ضخامت ۷ سانتی متر،خط کشی جاده و تهیه و نصب علائم راهنمایی و رانندگی در طول ۵۴۰۰ متر از جمله فعالیتهای مهم پروژه می باشد. با اجرای این پروژه عام المنفعه، مسیری ایمن و استاندارد جهت استفاده عموم بوژه ساکنان روستاهای مسیر مذکور فراهم خواهد شد.

انتصاب بهرام عیدی بعنوان سرپرست مخابرات منطقه گلستان

گراگان – خبرنگار فرصت امروز: مراسم تودیع و معارفه مدیرمخابرات منطقه گلستان انجام و مهندس بهرام عیدی بعنوان سرپرست جدید معرفی شد. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان، مراسم تکریم و تجلیل از دکتر غلامعلی شهرمادی و معارفه مهندس بهرام عیدی بعنوان سرپرست مخابرات منطقه گلستان باحضور دکتر علی مطهری معاونت توسعه سرمایه انسانی و مهندس بیدخام مشاور عامل در ارتباطات و امور بین الملل شرکت مخابرات ایران برگزار شد . در این مراسم، دکتر غلامعلی شهرمادی پس از یک دهه خدمت در سمت مدیر مخابرات منطقه گلستان، جای خود را به مهندس بهرام عیدی داد. دکتر علی مطهری در این مراسم ضمن تقدیر از اقدامات صورت گرفته گفت : امیدواریم هر یک از ما از موقعیت‌ها و مسئولیت‌هایی که داریم برای رشد فردی و ارزش‌های معنوی بهره ببریم.وی افزود: مجموعه مخابرات گلستان در سال‌های اخیر دستاوردهای مهمی در توسعه ارتباطات و ارائه خدمات به مردم استان داشته و این موفقیت‌ها مرون تلاش‌های مدیران و کارکنان متعهد این مجموعه است وامیدواریم با حضور مهندس بهرام عیدی، شاهد تدوام این مسیر و تحقق اهداف باشیم. معاونت توسعه سرمایه انسانی شرکت مخابرات ایران در ادامه با اشاره به اجرای پروژه Swap در استان گلستان گفت : مگا پروژه Swap با رشد مناسبی ادامه یابد و اهداف تعریف شده تا پایان سال با تلاش تیم متخص و مجرب محقق شود . در ادامه مراسم دکتر غلامعلی شهرمادی در سخنانی ضمن قدردانی از همراهی همکاران، به بخشی از دستاوردهای مجموعه در دوران مدیریتی خود اشاره و ابراز امیدواری کرد با مدیریت جدید، روند توسعه زیرساخت‌ها و خدمات مخابراتی در استان گلستان شتاب بیشتری بگیرد. در پایان، مهندس بهرام عیدی نیز بر عزم جدی خود برای ارتقای کیفیت خدمات، توسعه شبکه فیبرنوری و گسترش پوشش ارتباطی در مناطق شهری و روستایی استان تأکید کرد و افزود : با تکیه بر تخصص و تعهد مجموعه کارکنان مخابرات منطقه گلستان بر اساس سیاستهای شرکت مخابرات ایران گام برداشته و در جهت اجرای به موقع و باکیفیت پروژه ها اقدام خواهد شد .

افزایش ظرفیت تولید در واحد بهره برداری قلعه نار شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

اهواز – شبنم قجاوند: ظرفیت تولید در واحد بهره برداری قلعه نار این شرکت افزایش یافت. مهندس مهران حسن وند گندانی مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با اعلام این خبر گفت:باانجام اقدامات تخصصی فنی،عملیاتی و پشتیبانی مجموعه شرکت ظرفیت فرآوری و تولیدی در واحد بهره برداری قلعه نار امکان استحصال نفت شیرین به میزان ۱۰ هزار بشکه در روز افزایش یافت. وی افزود:این موفقیت نتیجه تلاش‌های بی‌وقفه، زحمات شبانه‌روزی و روحیه جهادی مجموعه شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان است که با وجود سخت‌ترین شرایط آب و هوایی، نقش مهم و اثرگذاری در تأمین انرژی و حفظ پویایی موتور اقتصادی کشور ایفا می‌کنند.

بررسی چالش‌های ترافیکی رانندگان نفتکش با حضور سرهنگ بیگلری در منطقه ساری

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه ساری، توجر آمانی با دعوت از سرهنگ بیگلری، رئیس پلیس راهور استان، بازدیدی از انبار نفت منطقه ساری و روند کار رانندگان نفتکش بر گزار کرد. در این بازدید، مسئولان با سخی‌ها و چالش‌های تردد نفتکش‌ها در جاده‌های پر ترافیک آشنا شدند و راهکارهایی برای کاهش ترافیک، افزایش ایمنی و تسهیل تردد نفتکش‌ها مورد بحث قرار گرفت. تأکید شد که تسهیل حمل و نقل سوخت، همزمان با حفظ ایمنی و سلامت رانندگان، در اولویت است. این برنامه با هدف ارتقای کیفیت خدمت‌رسانی و تأمین ایمنی جاده‌ای کارکنان و رانندگان نفتکش به پایان رسید.



نویسنده: علی آل علی

در سال ۲۰۰۱ جهان شاهد رونمایی از یک اختراع انقلابی بود؛ ماشینی آنچنان هوشمند و پیشرفته که مخترع اش با اطمینان پیش بینی می کرد که شهرها برای تطبیق خود با آن معماری شان را تغییر خواهند داد. این اختراع سگوی (Segway) نام داشت. یک شگفتی مهندسی که با سرمایه گذاری سنگین از سوی معتبرترین نام های سیلیکون ولی پشتیبانی می شد.
ثوری بی نقص بود: یک محصول برتر خودش، خودش را می فروشد اما تاریخ داستان دیگری نوشت. سگوی به یکی از مشهورترین شکست های تجاری تاریخ مدرن تبدیل شد. چرا؟ پاسخ هیچ ارتباطی با کیفیت مهندسی آن نداشت. مشکل این بود که هیچ کس یک داستان مشخص برای آن نداشت. آیا یک اسباب بازی گران قیمت برای ثروتمندان بود؟ یک ابزار کاربردی برای پلیس فرودگاه؟ یا جایگزین دوچرخه و خودرو؟ این سردرگمی، این فقدان یک پیام روشن و متمرکز اختراع قرن را به یک پاورقی در کتاب های تاریخ کسب و کار تبدیل کرد.
داستان سگوی بی رحمانه ترین شکل ممکن، بزرگ‌ترین اسطوره دنیای نوآوری را درهم می شکند: اسطوره محصول برتر همیشه پیروز است! حقیقت این است که در اقتصاد اشباع شده از اطلاعات امروز کیفیت محصول شما تنها نبیمی از معادله است. نیمه دیگر و شاید مهمتر کیفیت داستان شماسبت. این داستان که در دنیای استراتژی با نام پیام رسانی محصول (Product Messaging) شناخته می شود، پلی است که دره میان آنچه شما ساخته اید و ارزشی که مشتری درک می کند را پر می کند. این مقاله نقشه ساخت این پل سرنوشت ساز است؛ یک چارچوب مهندسی برای ترجمه ویژگی‌های فنی محصول شما به یک زبان انسانی فراموش نشدنی که در ذهن و قلب

نویسنده: علی آل علی

در داستان های علمی-تخیلی همیشه یک ترس مشترک وجود دارد: روزی که ماشین های هوشمند آنقدر باهوش می شوند که جای انسان ها را می گیرند. ما تصویری از ربات های بی احساسی را در ذهن داریم که با کارایی بی نقص خود ما را از مشاغل مان بیرون کرده و در نهایت به حاشیه تاریخ می رانند. این روایت دراماتیک، هیجان‌انگیز و تا حد زیادی گمراه‌کننده است.
انقلابی که هوش مصنوعی در محیط کار به پا کرده است، یک داستان جایگزینی نیست، بلکه یک داستان ادغام است.

آینده متعلق به ربات ها نخواهد بود. همچنین متعلق به تیم های انسانی که در برابر این تکنولوژی مقاومت می کنند نیز نیست. آینده متعلق به یک گونه جدید و تکامل یافته است: تیم های هوشمند. این تیم‌ها مجموعه ای از انسان هایی نیست که از ابزارهای هوش مصنوعی استفاده می‌کنند. این یک ارگانسم یکپارچه است که در آن هوش انسانی و قابلیت های ماشینی با یکدیگر ادغام شده اند تا موجودی قدرتمندتر، سریع تر و خلاق تر از هر کدام به تنهایی، خلق کنند.

امروز در دنیای کسب وکار، همه در حال صحبت کردن درباره هوش مصنوعی هستند. اما تفاوت بنیادینی بین تیم های متوسط و تیم های با عملکرد بالا وجود دارد. تیم های متوسط، به هوش مصنوعی به چشم یک ابزار نگاه می‌کنند؛ یک چکش یا آچار جدید که می توان گاهی از آن استفاده کرد، اما تیم های هوشمند به هوش مصنوعی به چشم یک سیستم عصبی خارجی نگاه می‌کنند؛ یک لایه جدید که به ذهن جمعی آنها متصل شده و توانایی‌های‌شان را به شکلی بنیادین، بازتعریف می کند اما این تیم ها، چه کاری را متفاوت انجام می دهند؟ چگونه می توان از یک تیم انسانی معمولی به یک واحد سایبورگ فوق ستاره تبدیل شد؟

اصل اول: نصب سیستم عامل مشترک

مشتری طنین انداز شود.

با چه کسی صحبت می کنید؟

بنیادی ترین اشتباه در ساخت پیام آغاز کردن با محصول است. نقطه آغاز درست همیشه و همیشه، مخاطب است. ساختن یک پیام بدون درک عمیق از اینکه برای چه کسی ساخته می شود، مانند نوشتن یک نامه بدون دانستن نام گیرنده است.

این فرآیند فراتر از تعریف جمعیتی ساده (مانند سن و جنسیت) است. شما باید به یک مردم‌شناس دیجیتال تبدیل شوید و به روانشناسی مخاطب ایده آل خود نفوذ کنید. نظریه کارهایی که باید انجام شوند (Jobs to be Done) که توسط کلیتون کریستنسن، استاد دانشگاه هاروارد، معرفی شد، یک ابزار ذهنی قدرتمند در این زمینه است. این نظریه می گوید مشتریان، محصولات را استخدام می کنند تا یک کار خاص را در زندگی شان انجام دهند.

ایسن کار اغلب یک ماهیت عاطفی و اجتماعی دارد. به عنوان مثال، هیچ‌کس یک قهوه گران قیمت استراباکس را صرفا برای دریافت کافئین استخدام نمی کند؛ آنها آن را برای احساس تعلق به یک جامعه، داشتن یک دفتر کار موقت یا پاداش دادن به خودشان پس از یک روز سخت استخدام می کنند.

پیام رسانی قدرتمند زمانی آغاز می شود که شما از سطح ویژگی های محصول فراتر رفته و درک کنید که محصول شما در حال انجام چه «کاری» در زندگی واقعی مشتری است. برند پوشاک ورزشی آدیداس محصولات خود را صرفا به عنوان لباس نمی فروشد. آنها در حال فروش یک هویت، یک سبک زندگی و عضویت در یک قبیله سلامت و موفقیت هستند. پیام آنها نه در مورد کیفیت پارچه، که در مورد توانمندسازی مشتریان برای تبدیل شدن به بهترین نسخه از خودشان است.

تبدیل ویژگی به ارزش

پس از آنکه مخاطب خود را شناختید، باید به این سوال پاسخ دهید: «ما چه ارزش منحصر به فردی به این مخاطب ارائه می دهیم؟». این پاسخ گزاره ارزش (Value Proposition) شما را تشکیل می دهد. اینجا جایی است که بسیاری از کسب و کارها در تله توصیف ویژگی ها به جای ترجمه آنها به مزایا و نتایج گرفتار می شوند. ویژگی چیزی است که محصول شما دارد یا انجام می دهد. مزیت، نتیجه مستقیم آن ویژگی است اما نتیجه نهایی، تغییری است که آن مزیت در زندگی مشتری ایجاد می کند. یک آزمون قدرتمند برای این کار، آزمون خب که چی؟ (So What) است.

• ویژگی: دوربین گوشی هوشمند ما یک سنسور ۱۲۰ مگاپیکسلی دارد؛ خب که چی؟
• مزیت: شما می توانید عکس هایی با جزئیات فوق العاده بالا بگیرید؛ خب که چی؟

نتیجه: شما می توانید باکیفیت ترین خاطرات زندگی تان را با وضوحی خیره کننده ثبت و جاودانه کنید، به طوری که هر بار تماشای آن، شما را به همان لحظه بازگرداند.

پیام رسانی برند اسلک یک نمونه کلاسیک از این کیمیاگری است. آنها می توانستند خود را به عنوان یک پلتفرم پیام رسان اتی برای کسب و کارها با ویژگی هایی مانند کانال های متعدد و ادغام با ابزارهای دیگر معرفی کنند، اما در عوض، گزاره ارزش آنها بسیار قدرتمندتر بود: «زندگی کاری ساده تر، خوشایندتر و پربارتر» و «جایی که کار اتفاق می افتد». آنها ویژگی نمی فروختند؛ آنها نتیجه نهایی، یعنی رهایی از شر ایمیل های بی پایان و هرج و مرج ارتباطی را می فروختند. گزاره ارزش شما، باید پاسخی کوتاه، شفاف و قدرتمند به این سوال مشتری باشد: «چرا باید شما

سمت تولید نتایج متوسط و عمومی است.

اما تیم های هوشمند از هوش مصنوعی برای اتوماسیون کارهای طاقت فرسا استفاده می کنند. کارهای تکراری، وقتگیر و با ارزش افزوده پایین که انرژی ذهنی انسان را تخلیه می کنند. اینها همان وزنه های سنگینی هستند که بازوهای مکانیکی باید بلند کنند.

• خلاصه سازی جلسات طولانی: به جای اینکه یک نفر ساعت ها وقت صرف پیاده سازی و خلاصه سازی یک جلسه دو ساعته کند، ابزارهای هوش مصنوعی می توانند این کار را در چند دقیقه و با دقت بالا انجام دهند.

• تحلیل داده های عظیم: یک تیم انسانی ممکن است هفته ها برای پیدا کردن یک الگو در میان میلیون ها ردیف داده تلاش کند. هوش مصنوعی می تواند این کار را در چند ساعت انجام دهد و بینش های کلیدی را استخراج نماید.

• ایجاد پیش نویس های اولیه: نوشتن پیش‌نویس اولیه یک گزارش، یک ایمیل یا حتی یک طرح پیشنهادی، اغلب یک کار فرسایشی است. هوش مصنوعی می تواند این «صفحه سفید خالی» را پر کند و یک نقطه شروع خوب در اختیار انسان قرار دهد. با برون سپاری این کارهای سنگین ذهن تیم از زیر بار خردکننده کارهای روزمره آزاد می شود. این انرژی آزاد شده، مستقیما به سمت قله های بلند خلاقیت، تفکر انتقادی، همدلی با مشتری و استراتژی بلندمدت هدایت می شود؛ کارهایی که مغز انسان هنوز در آنها بی رقیب است.

اصل سوم: همکاری انسان و ماشین

همکاری در یک تیم هوشمند چگونه به نظر می‌رسد؟ این یک فرآیند کاملا جدید است که می توان آن را هم افزایی شناختی نامید. در این مدل، هوش مصنوعی به عنوان یک عضو ساکات اما فوق العاده خلاق در جلسات توفان فکری حضور دارد.

پیام محصول چطور فروش را تضمین می کند؟

را انتخاب کنم؟».

هنر موقعیت‌یابی

اگر گزاره ارزش شما چیزی است که ارائه می دهید، موقعیت یابی (Positioning)، جایی است که می خواهید آن ارزش در ذهن مشتری و در مقایسه با رقبای‌تان قرار گیرد. این فرآیند دربارۀ تصاحب یک کلمه یا یک مفهوم مشخص در ذهن مصرف‌کننده است. برای دهه ها، برند وِلسوو کلمه ایمنی را در صنعت خودروسازی تصاحب کرده است. هر نوآوری، کمپین تبلیغاتی و پیام این شرکت به طور مداوم این ایده واحد را تقویت کرده است. یک بیانیه موقعیت یابی قدرتمند، چهار عنصر کلیدی را دربر می گیرد: مخاطب هدف، دسته بندی بازار، تمایز کلیدی و دلیلی برای باور کردن آن.

این یک فرمول داخلی است که استراتژی شما را هدایت می کند. به عنوان مثال، بیانیه موقعیت یابی اولیه برای آمازون می توانست چیزی شبیه به این باشد: «برای کاربران اینترنت که به دنبال خرید کتاب هستند (مخاطب)، آمازون یک کتابفروشی آنلاین است (دسته بندی) که بزرگ‌ترین مجموعه کتاب ها را در جهان ارائه می دهد (تمایز) و تجربه خریدی راحت و قابل اعتماد را تضمین می کند (دلیل باور)». این موقعیت یابی شفاف، به آمازون اجازه داد تا پیش از تبدیل شدن به فروشگاه همه چیز، ابتدا در یک نبرد مشخص پیروز شود.

تعریف شخصیت و لحن برند

چگونه می خواهید پیام خود را بیان کنید؟ آیا می خواهید مانند یک استاد دانشگاه دانا و معتبر به نظر برسید یا یک دوست شوخ طبع و جسور؟ این انتخاب، صدای برند (Brand Voice) شما را شکل می دهد. صدای برند، شخصیت ثابت و پایدار شماسبت، در حالی که لحن (Tone)تطبیق آن صدا با موقعیت های مختلف

در یک جلسه سنتی همه دور یک تخته سفید جمع می شوند و سعی می کنند از صفر شروع کنند، اما در یک تیم سایبورگ، جلسه ممکن است این گونه آغاز شود: «بسیار خب تیم، من از هوش مصنوعی خواستم بر اساس تحلیل رقبا و روندهای بازار، ۲۰ ایده اولیه برای نام محصول جدید ما ارائه دهد. بیاپید به هم این لیست را نقد کنیم، بهترین ها را انتخاب کرده و آنها را با هم ترکیب کنیم».

در این سناریو، هوش مصنوعی نقش کاتالیزور خلاقیت را بازی می کند. او بن بست صفحه سفید را می شکند و مواد خام اولیه را فراهم می کند. سپس، تیم انسانی وارد عمل می شود و ارزش واقعی را اضافه می کند: قضاوت، سلیقه، درک عمیق از برند و تجربه انسانی. این فرآیند، بهترین‌های هر دو دنیا را با هم ترکیب می کند: سرعت و وسعت تولید ایده توسط ماشین، با عمق و کیفیت پالایش توسط انسان.

اصل چهارم: هنر پرسیدن و شک کردن

یک تیم ماهر به سیستم های خود کورگورانه اعتماد نمی کند. آنها می دانند که ماشین گاهی اوقات دچار خطا می شود، سوگیری دارد یا توهم می زند. بنابراین آنها همیشه با یک رویکرد «خوش‌بین-منتقدانه» با آن کار می کند. او از قدرت آن هیجان زده است، اما نسبت به ضعف های آن نیز کاملا آگاه است.

تیم های با عملکرد بالا، اعضای خود را برای تبدیل شدن به «مهندس پرسش» (Prompt Engineers) ماهر آموزش می دهند. آنها یاد می گیرند که چگونه سوالات درست را از هوش مصنوعی بپرسند تا بهترین پاسخ ها را دریافت کنند. اما مهمتر از آن، آنها یاد می گیرند که چگونه خروجی ماشین را به چالش بکشند.

• راستی آزمایی: آیا این آماری که هوش مصنوعی ارائه داده، منبع معتبری دارد؟
• بررسی سوگیری: آیا این متن تولید شده، به صورت ناخودآگاه یک گروه خاص را نادیده گرفته است؟

فروش شرکت EA به بخش خصوصی

فروش الکترونیک آرتس (EA): معامله قرن در صنعت بازی‌های ویدئویی

شاید مهمترین چالشی که صاحبان تازه استودیو EA باید با آن رو به رو شوند، رشد فزاینده بازی های آنلاین است که به طور رایگان عرضه می شوند. عناوینی مثل فورتنایت بدون اینکه در ابتدا پولی از گیمرها دریافت کند، صرفا با فروش درون برنامه ای از پس هزینه های خود برمی‌آیند. این مسئله ای است که در طول چند سال اخیر استودیوهای بزرگ بازی سازی را حسابی آذیت کرده است. بنابراین باید منتظر واکنش هیأت مدیره جدید EA در این رابطه بود.

نکنه کلیدی دیگر در این میان آغاز یک جریان تازه در زمینه حضور شرکت های سرمایه گذاری بزرگ در صنعت گیم است. تا پیش از این بسیاری از بازی های موفق از دل یک سرمایه گذاری کوچک و تلاش بازی سازها بیرون می آمد. با این حال جریان کنونی بیابگر تغییری سریع و اجتناب ناپذیر در این حوزه است. به طوری که نه تنها روند ساخت بازی، بلکه شیوه عرضه یا حتی مدیریت آن نیز تغییر خواهد کرد. پس از خرید یک استودیو بازی سازی معتبر، اصلا بعید نیست شرکت های سرمایه گذاری بزرگ به سوی تولید کنسول های گیمینگ مخصوص خودشان هم بروند. از آنجایی که احتمالا مایکروسافت دیگر سری ایکس باکس را توسعه نخواهد داد، جای خالی یک کنسول جدی برای رقابت با پلی استیشن حس می شود. این مسئله ای است که می تواند رقابت تنگسری در صنعت گیم ایجاد کند، درست مثل بازی هایی که هر سال واقعی و رقابتی تر می شوند!

است. صدای شما همیشه ثابت است، اما لحن شما در یک پیام تبریک یا لحن شما در پاسخ به یک شکایت مشتری متفاوت خواهد بود. برند تولیدکننده جوی دوسر اوتلی (Oatly)، استاد مسلم خلق یک صدای منحصربه فرد است. صدای آنها کنجکاو، خودآگاه، کمی طعنه آمیز و به شکل وحشتناکی صادقانه است.

این صدا در همه جا، از بسته بندی محصولات‌شان گرفته تا کپشن های اینستاگرام‌شان، یکپارچه است. این ثبات، باعث می شود که برند آنها فراتر از یک محصول، به یک شخصیت دوست داشتنی تبدیل شود که مشتریان با آن ارتباط عاطفی برقرار می کنند. تعریف کردن صدای برندتان به شما کمک می کند تا در تمام نقاط تماس با مشتری، از وب سایت گرفته تا ایمیل های پشتیبانی یک تجربه یکپارچه و قابل تشخیص خلق کنید.

بی شک چارچوب پیام رسانی محصول، یک سند ایستا نیست که یک بار نوشته و سپس فراموش شود. این یک موجود زنده است؛ یک نقشه راه استراتژیک که با بازخورد مشتریان، تغییرات بازار و تکامل محصول شما، به طور مداوم به‌روزرسانی می شود. ساختن این چارچوب، یک سرمایه گذاری ضروری برای اطمینان از این است که محصول درخشانی که شما با زحمت ساخته اید، در سکوت و سردرگمی نمی میرد. این فرایند، هنر و علم ترجمه حقیقت محصول شما به زبانی است که جهان نه تنها آن را بفهمد، بلکه به آن ایمان بیاورد و برای داشتنش، مشتاق شود.

منابع:

https://smallbiztrends.com/product-messaging-framework
https://www.productmarketingalliance.com/your-guide-to-messaging

• ارزیابی خلاقیت: آیا این یک پاسخ عمومی و کلیشه ای است یا یک ایده واقعا نوآورانه؟
این تیم ها درک می کنند که هوش مصنوعی، یک پیشگوی همه چیزدان نیست. او یک همکار فوق العاده باهوش اما گاهی ساده لوح است که به راهنمایی و نظارت یک انسان باتجربه نیاز دارد. این رقص ظریف بین اعتماد و شک، مشخصه یک تیم حرفه‌ای و بالغ است.

سخن پایانی

ورود هوش مصنوعی به دنیای کار، یک رویداد تکنولوژیک صرف نیست. این یک جهش تکاملی است و مانند هر جهش تکاملی دیگری، گونه هایی که سریع تر خود را با محیط جدید تطبیق دهند، نه تنها بقا پیدا می کنند، بلکه بر آن مسلط خواهند شد.

تفاوت بین تیم های متوسط و تیم های بزرگ فردا، در میزان پولی که صرف خرید ابزارهای هوش مصنوعی می کنند نخواهد بود. تفاوت، در عمق ادغام فرهنگی و فرآیندی آنها با این تکنولوژی خواهد بود. این یک تغییر در ابزارها نیست؛ یک تغییر در هویت است. به عنوان یک رهبر، بزرگ ترین چالش شما، انتخاب نرم افزار بعدی نیست. بزرگ ترین چالش شما، رهبری این تحول انسانی است. شما باید فصاحت را در سراسر سازمان ترویج دهید، تیم تان را تشویق کنید تا کارهای طاقت فرسا را به ماشین بسپارند، فضاهای جدیدی برای همکاری انسان و ماشین طراحی کنید و مهمتر از همه، فرهنگی از خوش‌بینی منتقدانه را بنا نهید. شما دیگر فقط مدیر یک تیم انسانی نیستید. شما معمار یک واحد هوشمند هستید و نقشه معماری شما تعیین‌کننده جایگاه سازمان شما در منظره رقابتی آینده خواهد بود.

منابع:

https://www.fastcompany.what-high-performing-teams-do-differently-in-the-age-of-ai

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| چهارشنبه | ۹ مهر ۱۴۰۴ | شماره ۲۷۸۷ | صفحه ۸ |

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر

پلاک۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR