

اقتصاد دیجیتال زیر آوار تقاضا

مازیار نوربخش

عضو اتاق بازرگانی تهران
جنگ‌ها فقط در میدان نبرد، رخ نمی‌دهند؛ امروزه زیرساخت‌های دیجیتال به اندازه مرزها، پالایشگاه‌ها یا شبکه حمل و نقل، بخشی حیاتی از امنیت ملی و اقتصادی کشورها محسوب می‌شوند. در جنگ ۱۲ روزه اخیر، بخشی از فشار اصلی، نه بر خط مقدم، بلکه بر مراکز داده، تجهیزات ارتباطی، شبکه‌های مالی و نهادهای مدیریت بحران کشور، وارد شد اما در جنگ اخیر، آنچه بحران را عمیق‌تر و پایدارتر کرد، نه فقط شدت حملات سایبری یا گستره درگیری‌ها، بلکه عدم آمادگی اقتصادی کشور برای پاسخگویی به تقاضای انفجاری در حوزه فناوری اطلاعات بود. از کمبود تجهیزات گرفته تا اختلال در فرآیندهای ارزی و ثبت سفارش، شبکه تأمین تجهیزات حیاتی فناوری اطلاعات کشور با موجی از تقاضا مواجه شد که توان مدیریت آن را نداشت. در ادبیات اقتصادی، تقاضا، موتور محرکه رشد و اشتغال است. کاهش ناگهانی تقاضا نمتنها منجر به رکود می‌شود، بلکه چرخه تولید، نوآوری و اشتغال را از درون مختل می‌کند. ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

اختلاف‌نظر پاستور و بهارستان همچنان ادامه دارد

هوش مصنوعی در پیچ سیاستگذاری

فرصت امروز: ابهام در ساختار حکمرانی هوش مصنوعی به موضوعی داغ میان دولت و مجلس تبدیل شده است؛ موضوعی که به گفته کارشناسان، می‌تواند مسیر توسعه فناوری را در کشورمان برای سال‌ها عقب بیندازد. ایران به جای نقش آفرینی در مسیر رهبری فناوری، به یک ناظر تماشاگر تبدیل شده و اگر این روند ادامه یابد، وابستگی به فناوری خارجی در پنج سال...

تحولی که دنیای اقتصاد دیجیتال را دگرگون می‌کند

شاخص‌های کلیدی اقتصاد پلتفرمی

فرصت امروز: آنچه امروزه «تحول دیجیتال» گفته می‌شود، تفکر، روندها و به‌کارگیری فناوری‌های «انقلاب چهارم صنعتی» است. «تحول دیجیتال» یک پارادایم شیفیت یا تغییر مدل ذهنی است که بیشتر بر تحول استوار است تا فناوری؛ زیرا فناوری همیشه کم‌وبیش در دسترس است، اما تحول در مدل ذهنی است که منجر به متفاوت بودن می‌شود. بنابراین تحول دیجیتال در صنعت، یک تغییر مدل ذهنی، شامل سه رکن اساسی «بازتعریف مدل و فرآیندهای کسب‌وکار»، «تغییر نگاه به ذی‌نفعان و شناسایی دقیق آنها و نیازهای‌شان» و «به‌کارگیری مناسب و به اندازه فناوری‌های نوپدید» است. براساس برآوردهای موسسه تحقیقاتی «IDC»، ارزش اقتصادی بازار تحول دیجیتال در سال ۲۰۲۲ بیش از ۱.۶ تریلیون دلار بوده که با نرخ رشد مرکب سالانه ۱۶.۴ درصد تا سال ۲۰۲۶ به بیش از ۳.۴ تریلیون دلار می‌رسد که این بزرگ‌ترین نرخ رشد در حوزه فناوری

تکلیف متقاضیان وام‌های بانک آینده چه می‌شود؟

خط و نشان بانک مرکزی برای بانک‌های ناتراز

مدیریت و کسب‌وکار

هنر مدیریت هر نوع بحران تجاری

یک بحران هرگز به صورت ناگهانی ضعف‌ها را در یک سازمان خلق نمی‌کند؛ بلکه آنها را با نوری بی‌رحمانه و خیره‌کننده آشکار می‌سازد. بحران مانند یک دستگاه MRI عمل می‌کند که تمام ترک‌های مویی، ضعف‌های ساختاری و تومورهای فرهنگی پنهان در کالبد یک کسب و کار را که در روزهای آرامش و کامیابی نادیده گرفته شده بودند، به یکباره به تصویر می‌کشد. در لحظات ثبات و رشد پنهان شدن در پشت عناوین مدیریتی، سخنرانی‌های الهام‌بخش و نمودارهای فروش صعودی کار دشواری نیست، اما وقتی توفان از راه می‌رسد و کشتی سازمان به شدت به تلاطم می‌افتد، دیگر هیچ جایی برای پنهان شدن وجود ندارد. در این لحظات آشوب و عدم قطعیت تمام نقاب‌ها کنار می‌رود و جوهره واقعی یک رهبر در مقابل چشم همگان عریان می‌شود. بسیاری به اشتباه مدیریت بحران را مجموعه‌ای از تکنیک‌های...

اقتصاد دیجیتال زیر آوار تقاضا

شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی اغلب با چالش‌هایی چون نبود مواد اولیه، کمبود نقدینگی، محدودیت‌های فنی در طراحی سخت‌افزار و عدم حمایت مؤثر دولتی، مواجه هستند. در برخی از موارد، توان تولید وجود داشت، اما نه در مقیاس پاسخگویی به بحران. در برخی دیگر از موارد، تولید به مونتاژ بدون ارزش افزوده تجهیزات خلاصه شده که باز هم در پیچ و خم واردات تجهیزات موردنیاز به موقع تأمین نشدند. به این ترتیب، تقاضا همچنان روی دوش واردات باقی ماند، در حالی که واردات در عمل قفل شده بود.

پیامدهای اقتصادی برای شرکت‌های خصوصی

فشار تقاضا و کمبود تجهیزات، اثرات اقتصادی گسترده‌ای در پی داشت. بسیاری از شرکت‌های فعال در حوزه خدمات دیجیتال، از ارائه‌دهندگان دیتاستر تا اساترآپ‌های فین‌ک، دچار بحران عملیاتی شدند. رشد ترافیک و تقاضا، بدون تأمین زیرساخت جدید، منجر به کندی، قطعی، افت کیفیت سرویس، کاهش امنیت و در نهایت، کاهش درآمد و از دست رفتن مشتریان شد. البته شرکت‌های بزرگ‌تر که توان سرمایه‌گذاری بیشتری داشتند، موفق شدند بخشی از نیاز خود را با پرداخت بیشتر از بازار تأمین کنند، اما کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، با فعالیت خود را محدود کردند یا به طور کلی از برخی پروژه‌ها دست کشیدند. ناپایداری در دسترسی به تجهیزات نیز به تعمیق شکاف اقتصادی در میان شرکت‌ها انجامید. برخی از سازمان‌ها، با ارتباطات خاص، تجهیزات موردنیاز خود را هر چه سریع‌تر تهیه کردند؛ در حالی که سایر شرکت‌ها ماه‌ها

شکستند، باعث شد یک شکاف خطرناک بین نیاز و عرضه ایجاد شود.

سیستم ارزی، دشمن پنهان زیر پوست بحران

در پشت صحنه این ناتوانی در تأمین، نظام تخصیص ارز، نقشی کلیدی داشت. با بالا گرفتن بحران در چند سال اخیر، بانک مرکزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت، اولویت تخصیص ارز تجهیزات زیرساختی اقتصاد دیجیتال را از رده بالا خارج کرده و مانع تأمین به موقع تجهیزات «ICT» حیاتی شده‌اند. به صورتی که متوسط زمان تأمین تجهیزات به حدود شش ماه افزایش یافته است. فرآیندهای ثبت سفارش نیز به دلیل تغییر مداوم دستورالعمل‌ها، قطعی سامانه‌ها، نبود شفافیت در لیست کالاهای مجاز و ممنوعه و چرخش‌های اداری فرساینده، عملاً کارایی خود را از دست دادند. شرکت‌های واردکننده، حتی با مجوزهای قبلی، امکان ترخیص یا خرید ارز نداشتند و برخی از تجهیزات در گمرک باقی ماندند و برخی دیگر به شدت در بازار، کمیاب شدند. در این فضا، در حالی که تقاضا در حال انفجار بود، اما سیاستگذاری ارزی کشور همچنان در حالتی پیشابحران باقی مانده بود. هیچ سازوکار فوق‌العاده‌ای برای اولویت‌بخشی به اقتصاد دیجیتال، طراحی نشده بود.

زنجیره تأمین داخل: کوتاه، شکننده و ناکافی

در حالت ایده‌آل، ظرفیت تولید داخلی می‌توانست بخشی از این تقاضای فشرده را پاسخ دهد اما در عمل، زنجیره تولید داخلی تجهیزات فناوری اطلاعات، بسیار محدود و شکننده است.

در اقتصاد دیجیتال، این چرخه بسیار حساس‌تر و شکننده‌تر از صنایع سنتی است؛ چراکه هزینه‌های توسعه نرم‌افزار، زیرساخت‌های ابری و منابع انسانی متخصص، بسیار بالا و برگشت سرمایه بلندمدت است. در زمان‌های بحران، بازار توان تحریک تقاضا را ندارد. اینجاست که نقش دولت به عنوان محرک تقاضا، حیاتی می‌شود. در واقع، دولت و نهادهای عمومی باید با طراحی بسته‌های حمایتی، تحریک تقاضای عمومی، تخصیص پروژه‌ها به شرکت‌های داخلی یا ایجاد تقاضای جایگزین، مانع از فروپاشی این بخش شوند.

انفجار تقاضا در ساعات ابتدایی جنگ

با شروع حملات، سازمان‌ها، بانک‌ها، مراکز حساس دولتی و شرکت‌های فناوری محور بلافاصله با رشد شدید نیاز به تجهیزات حیاتی، مواجه شدند. تجهیزاتی مانند فایروال، سرور، استورج، تجهیزات بک‌آپ و امنیت شبکه با تقاضای چند برابری روبه‌رو شدند. در برخی از سازمان‌ها، تقاضا در همان هفته اول، افزایش چشمگیری یافت. این فشار نه تنها ناشی از تقویت خطوط دفاع سایبری بعد از حملات سایبری، به خصوص در دو بانک مهم کشور بود، بلکه به دلیل افزایش ترافیک در سرویس‌ها، نیاز به منابع پردازشی بیشتر و راه‌اندازی پلتفرم‌های پشتیبان برای خدمات حیاتی مانند بانکداری، سلامت و دولت الکترونیک نیز تشدید شد. اما بازار، توان پاسخگویی به این سطح از تقاضا را نداشت. از یکسو، موجودی تجهیزات در انبارها محدود بود و از سوی دیگر، مسیرهای ثبت سفارش و واردات با تأخیر و توقف همراه شدند. این تعادل

مسعود درودی، دکترای سیاستگذاری عمومی

اقتصاد هر کشور در تعامل پیچیده‌ای با متغیرهای داخلی و خارجی قرار دارد؛ اما در شرایط بحرانی (اعم از بحران‌های مالی، همه‌گیری‌های گسترده یا جنگ) این تعاملات دچار اختلالاتی جدی می‌شوند که از مهمترین آنها می‌توان به کاهش تقاضای کل در اقتصاد، اشاره کرد. تقاضا، نیروی محرک تولید، اشتغال و سرمایه‌گذاری است و تضعیف آن، زنجیره‌ای از پیامدهای منفی را در سطح کلان و خرد به دنبال دارد؛ از رکود اقتصادی و بیکاری گرفته تا بحران‌های اجتماعی و تضعیف اعتماد عمومی. در چنین شرایطی، مداخله سیاستگذاران اقتصادی، ضرورتی انکارناپذیر می‌شود، اما مسئله این است که چگونه باید به شکلی هدفمند و مؤثر، تقاضا را در بزنگاه‌های بحرانی، تحریک کرد؟ چه ابزارهایی در اختیار دولت و بانک مرکزی قرار دارد؟ چگونه می‌توان از بروز رکود عمیق یا تورم افسارگسیخته جلوگیری کرد؟

یادداشت حاضر، با بررسی ابعاد مختلف کاهش تقاضا و تأثیر آن بر بخش‌های گوناگون اقتصاد و کسب‌وکارها، به تحلیل پیامدهای این پدیده در سطح کلان می‌پردازد و در ادامه، راهکارهای ممکن و سیاست‌های مؤثر برای تحریک تقاضا در شرایط ویژه، مانند جنگ یا بحران‌های ساختاری را ارائه می‌کند. هدف، ترسیم چارچوبی جامع برای تصمیم‌سازی اقتصادی در زمان‌هایی است که ثبات، رشد و رفاه در معرض تهدیدهای جدی قرار می‌گیرند. به طور کلی، مفهوم تقاضای کل، شامل مصرف خانوادها، سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها، خرید دولت و صادرات است؛ به عبارت دیگر، این مفهوم، ناظر به مجموع هزینه‌هایی است که خانوارها برای خرید کالاها و خدمات نهایی در یک اقتصاد طی یک دوره زمانی مشخص (معمولاً یک سال) انجام می‌دهند. به زبان ساده،

منظور مانندند از مسیرهای هرپزنه غیررسمی وارد شدند.

نهادهای عمومی: قربانی سردرگمی تصمیم‌گیری

در کنار شرکت‌ها، نهادهای دولتی و عمومی نیز دچار مشکلات مشابهی شدند. بسیاری از پروژه‌های تحول دیجیتال در دستگاه‌های اجرایی کشور متوقف شد. سازمان‌هایی که باید در خط مقدم مقابله با بحران می‌بودند، به دلیل کمبود تجهیزات، خود به نقطه آسیب‌پذیر تبدیل شدند. در برخی از موارد، حتی دستگاه‌هایی با مجوز رسمی خرید نیز امکان نهایی‌سازی سفارش خود را نداشتند. سیستم تصمیم‌گیری متمرکز و کند، نبود اولویت‌بندی شفاف در تخصیص منابع و چندگانگی در نهادهای مسئول، دولت را به جای تصمیم‌گیر، به تماشاگر بحران تبدیل کرده است.

اقتصاد دیجیتال در حاشیه امنیت ملی

بحران اخیر، نشان داد که اقتصاد دیجیتال در نگاه حاکمیت هنوز به عنوان بخشی از امنیت ملی تلقی نمی‌شود. در حالی که زیرساخت‌های ارتباطی، مالی، داده و سایبری به شدت در معرض حمله بودند، تصمیمات مدیریتی و سیاستگذاری همچنان بر پایه مدل‌های سنتی و اولویت‌بندی‌های قدیمی انجام می‌شود. نبود سیاست‌های اضطراری برای اقتصاد دیجیتال، به معنای رها شدن آن در هنگام بحران است. در غیاب ساختار فرماندهی واحد، سازوکارهای شفاف تخصیص منابع، سامانه‌های پشتیبان لجستیکی و حتی آزمایش‌های آمادگی، تقاضای فزاینده نه تنها مدیریت نشد، بلکه بر شدت آسیب‌های وارد شده افزود.

راه‌های تحریک تقاضا

کاری را کاهش می‌دهند؛ درآمد خانوارها پایین می‌آید و بحران اجتماعی تشدید می‌شود. بحران دوم، انقباض اقتصادی است. حلقه تقاضای پایین، منجر به رشد منفی، افت شدید «GDP» و رکود اقتصادی می‌شود. بحران سوم، خطر تورم یا ضدتورم است. اگر سیاست پولی دولت در این شرایط محافظه‌کارانه باشد، خطر رکود تورمی (تورم همراه با رشد منفی) جدی است. اگر سیاست پولی و مالی به صورت غیرهدفمند اجرا شود، خطر تورم بالا نیز وجود دارد و نهایتاً بحران چهارم، کاهش و افول سرمایه اجتماعی دولت و حاکمیت است. پایین آمدن مصرف و رفاه، سقوط اعتماد عمومی و بی‌ثباتی سیاسی را به همراه دارد، به‌ویژه در دوران جنگ یا بحران. در چنین شرایطی، سیاستگذاری دولت باید بیش از پیش دقیق‌تر و مبتنی بر داده‌های واقعی اقتصادی و اجتماعی و سیاسی، این قابلیت را داشته باشد تا اثرات منفی بحران‌های رخ‌داده بر روی بخش‌های مختلف اقتصادی را کاهش داده و به‌طور ویژه، تقاضای کل را افزایش دهد یا حداقل روند کاهشی شدن آن را کند نماید. در شرایط بحرانی و به‌ویژه در زمان جنگ، اقتصاد یک کشور با فشارهای شدید و چندجانبه، مواجه می‌شود.

برای جلوگیری از این وضعیت، سیاستگذار ناگزیر است از مجموعه‌ای از سیاست‌های هماهنگ مالی و پولی بهره‌گیرد. در حوزه سیاست‌های مالی، اولین اقدام، افزایش هزینه‌های دولتی است. درست‌است که در دوران جنگ، بخش قابل توجهی از بودجه، صرف امور نظامی می‌شود؛ اما دولت باید مراقب باشد که سایر بخش‌های اقتصاد را رها نکند. سرمایه‌گذاری در پروژه‌های عمرانی، حمایت از خدمات عمومی، مانند آموزش و بهداشت و همچنین تأمین کالاهای ضروری، می‌تواند به تثبیت تقاضای کل

چگونه می‌توان برای بحران بعدی آماده شد؟

برای جلوگیری از تکرار چنین بحران‌هایی، باید نگاهی راهبردی، پیش‌نگرانه و ساختارمند به اقتصاد دیجیتال داشت. پیشنهادهای کلیدی، عبارتند از: ۱- اصلاح ساختار و فرآیند تأمین کالاهای زیرساخت اقتصاد دیجیتال و اولویت دادن به تخصیص ارز به آنها. ۲- ایجاد ستاد ملی تابآوری اقتصاد دیجیتال با اختیارات ویژه در زمان بحران. ۳- طراحی ذخایر راهبردی تجهیزات «ICT» برای دوران اضطرار، مشابه ذخایر دارویی و انرژی. ۴- برگزاری آزمایش‌های اقتصادی و سایبری برای سنجش آمادگی بازار و سیاستگذاران.

جنگ ۱۲ روزه، اقتصاد دیجیتال کشور را با واقعیتی تلخ روبه‌رو کرد: در لحظه‌ای که تقاضا به اوج می‌رسد، اگر سیاست، بازار و لجستیک آماده نباشند، فناوری به جای نقطه قوت، به نقطه ضعف تبدیل می‌شود. در حالی که کشورهایی با زیرساخت دیجیتال قوی می‌توانند بحران‌ها را بهتر مدیریت کنند، ما همچنان در پیچ و خم تخصیص ارز، بوروکراسی ثبت سفارش و ناهماهنگی نهادی، گرفتار مانده‌ایم. امروز اگر به باطرأحی ساختار پشتیبان اقتصاد دیجیتال تن ندهیم، فردا در بحران‌های پیچیده‌تری چون جنگ ترکیبی، محویم شدیدی نشود، اما در شرایط بحرانی می‌تواند نقش خواهیم پرداخت. تقاضا در اقتصاد دیجیتال، توقف‌ناپذیر است، اما آمادگی برای پاسخگویی به آن، نیازمند اراده، اصلاح ساختاری و دوراندیشی ملی است.

خواهند داشت. در نتیجه، هم مصرف و هم سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد و تقاضای کل تقویت می‌شود. ابزار دیگر سیاست پولی، افزایش عرضه پول است. بانک مرکزی می‌تواند با خرید اوراق دولتی یا تزریق نقدینگی به شبکه بانکی، حجم پول در گردش را بیشتر کند. این اقدام اگرچه باید با احتیاط انجام شود تا موجب تورم شدید نشود، اما در شرایط بحرانی می‌تواند نقش مهمی در تحریک تقاضا داشته باشد. افزایش عرضه پول، موجب می‌شود منابع مالی در اختیار خانوارها و بنگاه‌ها قرار گیرد و فعالیت اقتصادی دوباره رونق گیرد. یکی دیگر از حوزه‌های مهم سیاستگذاری در زمان جنگ، مدیریت تورم و قیمت‌هاست. افزایش شدید قیمت‌ها می‌تواند به سرعت اثر مثبت سیاست‌های حمایتی را از بین ببرد. در بسیاری از کشورها در دوران جنگ، نظام جیره‌بندی یا کوپن برای کالاهای اساسی به کار گرفته شده است تا هم مصرف حداقلی مردم تضمین شود و هم فشار تورمی مهار گردد. اگرچه چنین سیاستی ممکن است در شرایط عادی مطلوب نباشد، اما در شرایط بحرانی، افزایش شدید قیمت‌ها و تورم و تزیق از معیشت مردم و جلوگیری از سقوط تقاضا به شمار می‌رود. با در نظر گرفتن همه این ابعاد می‌توان گفت که سیاستگذار در شرایط بحرانی باید بسته‌ای جامع از سیاست‌ها را به اجرا بگذارد: افزایش هزینه‌های دولت در بخش‌های غیرنظامی و رفاهی، کاهش مالیات‌ها برای خانوارها و بنگاه‌ها، پرداخت یارانه‌ها و حمایت مستقیم از اقشار آسیب‌پذیر، کاهش نرخ بهره و تزریق نقدینگی کنترل‌شده، مدیریت قیمت‌ها و تورم و در نهایت، تقویت انتظارات مثبت در جامعه. تنها از طریق چنین رویکرد چندوجهی و هماهنگ است که می‌توان از افت شدید تقاضای کل، جلوگیری کرد و اقتصاد کشور را در شرایط بحرانی سرپا نگه داشت.

کره و ژاپن چگونه صنعتی شدند و ایران نه؟

بن‌بست توسعه صنعتی ایران

تحولات پرشتاب اقتصاد جهانی در دهه‌های اخیر، از انقلاب فناوری اطلاعات گرفته تا شکل‌گیری اقتصاد دیجیتال و گسترش زنجیره‌های جهانی ارزش، ضرورت بازاندیشی در سیاست‌های صنعتی ایران را بیش از پیش آشکار کرده‌است. در همین راستا و با توجه به اهمیت بازآفرینی سیاست صنعتی و ترسیم مسیرهای جدید توسعه در اقتصاد کشور، کتاب «توسعه صنعتی ایران در دوره جهانی‌شدن» به همت مرکز پژوهش‌های اتاق ایران و به قلم «بهروز هادی زنوز» منتشر شده‌است. این کتاب توسط «بهروز هادی زنوز» اقتصاددان شناخته‌شده، نوشته شده و بازاندیشی در سیاست‌های صنعتی کشور و ترسیم مسیرهای جدید توسعه ایران، محور اصلی آن‌ است. این کتاب با نگاهی تحلیلی و تطبیقی، مسیر صنعتی شدن ایران را در مقایسه با کشورهای آسیایی ژاپن و کره‌جنوبی بازخوانی می‌کند؛ کشورهایی که با اتکا به سیاست‌های هوشمندانه صنعتی و سرمایه‌گذاری در فناوری، از دل بحران و جنگ، به جایگاهی پیشرو در اقتصاد جهانی دست یافتند.

کتاب حاضر، ضمن تبیین مبانی نظری و کارکردی سیاست صنعتی، راهبردهایی عملی برای بازطراحی سیاست صنعتی ایران در عصر اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان، ارائه می‌دهد؛ عصری که در آن، توسعه صنعتی فقط با پیوند مؤثر میان نوآوری، فناوری و سرمایه انسانی، معنا می‌یابد. این اثر به الزامات «توسعه صنعتی در دوره جهانی‌شدن» پرداخته و سیاست‌های صنعتی، تجاری، سرمایه‌گذاری خارجی و نظام ملی نوآوری در ایران را آسیب‌شناسی می‌کند. مباحث مطرح‌شده در این کتاب در قالب چهار بخش، تنظیم شده که هر بخش، شامل دو تا سه مقاله تخصصی است. «بهروز هادی زنوز» در بخش نخست کتاب به بازتعریف چارچوب نظری سیاست صنعتی می‌پردازد و نشان می‌دهد که بازگشت مجدد سیاست صنعتی در بخش‌های صنعتی، حاصل شکست رویکردهای ساده‌انگارانه نسبت به خودتنظیمی بازارها و ناکامی سیاست‌های مبتنی بر «اجماع واشنگتنی» است. در این بخش تأکید می‌شود که سیاست صنعتی هوشمند، بر ترکیبی از سیاست‌های افقی همچون توسعه زیرساخت‌ها، آموزش، و ثبات اقتصاد کلان و سیاست‌های عمودی مانند حمایت هدفمند از بخش‌های پیشران صنعتی استوار است. در چنین چارچوبی، دولت نه به‌عنوان رقیب بازار، بلکه به‌عنوان تسهیل‌گر، هماهنگ‌کننده و محرک نوآوری، نقش‌آفرینی می‌کند. در واقع، یک سیاست صنعتی «خوب» سیاستی است که با هدف شناسایی و رفع موانع اصلی توسعه اقتصادی، به ایجاد همکاری راهبردی میان بخش خصوصی و دولت کمک می‌کند.

در بخش دوم کتاب، تجربه تطبیقی ایران، ژاپن و کره‌جنوبی، مورد مقایسه قرار گرفته‌ است. نویسنده با تکیه بر شواهد تاریخی، نشان می‌دهد که راهبرد توسعه صادرات، سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی، نظام انگیزشی مبتنی بر عملکرد برای توسعه صادرات و تشویق تحقیق و توسعه در صنایع دانش‌بنیان، پایه‌های اصلی موفقیت کره‌جنوبی در فرآیند صنعتی شدن بوده‌اند. در مقابل، اقتصاد ایران با اتکا به سیاست جایگزینی واردات تحت عنوان خودکفایی و خوداتکایی اقتصادی و وابستگی به درآمدهای نفتی، فرصت شکل‌گیری یک دولت توسعه‌گرا و بخش خصوصی رقابت‌پذیر را از دست داده‌ است. در این بخش همچنین تأکید می‌شود که اصلاح ساختار نهادی، استقلال دولت از منافع گروهی و پیوند میان سیاست صنعتی و سیاست خارجی مسالمت‌آمیز از شروط اساسی گذار به صنعتی شدن پایدار در ایران به شمار می‌روند. افزون بر این، تأکید شده‌ است که مالکیت دولت در بخش صنعت باید فقط به صنایع نظامی، استخراج نفت و گاز و صنایع بالادستی پتروشیمی محدود شود.

در بخش سوم کتاب نیز نویسنده به بررسی نقش تجارت بین‌المللی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) در فرآیند توسعه صنعتی می‌پردازد و محور اصلی تحلیل خود را بر مفهوم یادگیری و انتقال دانش، استوار می‌سازد. به باور «بهروز هادی زنوز»، دستیابی به رشد اقتصادی پایدار در کشورهای درحال توسعه، بیش از هر چیز به توانایی آنها در جذب و به‌کارگیری دانش و فناوری‌های موجود در اقتصاد جهانی وابسته است. یادگیری در این معنا، نه فقط خلق دانش جدید، بلکه انتقال و بومی‌سازی دانش و فناوری‌های مولد است که پیش‌تر در کشورهای پیشرفته به‌کار گرفته شده‌اند. به گفته «بهروز هادی زنوز»، برای مشارکت فعال در اقتصاد جهانی، ایران ناگزیر از اتخاذ رویکرد صادرات‌محور و پیوستن به سازمان جهانی تجارت (WTO) است؛ امری که نیازمند اصلاحات ساختاری در رژیم تجاری، نظام ارزی و سیاست خارجی کشور خواهد بود. او شرط لازم برای دستیابی به رقابت‌پذیری پایدار در بازارهای جهانی را تعیین نرخ ارز در سطح تعادلی میان‌مدت، حفظ ثبات نرخ حقیقی ارز و قطع وابستگی بودجه دولت به درآمدهای نفتی می‌داند.

نهایتاً تمرکز اصلی «بهروز هادی زنوز» در بخش پایانی کتاب بر مفهوم «نظام ملی نوآوری» و گذار به «اقتصاد دانش‌بنیان» است. او با نگاهی انتقادی، وضعیت ایران را از منظر ظرفیت تحقیق و توسعه (R&D)، ارتباط دانشگاه و صنعت و نقش بخش خصوصی در نوآوری، بررسی می‌کند و هشدار می‌دهد که توسعه صنعتی در قرن بیستویکم، بدون بهره‌گیری از فناوری‌های نوظهوری همچون اقتصاد داده، هوش مصنوعی و زیرساخت‌های دیجیتال، امکان‌پذیر نیست. بررسی شاخص‌های هوش مصنوعی، نشان می‌دهد که ایران در این حوزه با نوعی توسعه نامتوازن مواجه است؛ به‌گونه‌ای که علی‌رغم جایگاه قابل‌قبول در انتشار و تولید دانش، از نظر کاربرد هوش مصنوعی در بنگاه‌ها، سرمایه‌گذاری و زیرساخت‌های فناوریانه، چندین سال از میانگین جهانی فاصله دارد. در سال ۲۰۲۳، ایران از نظر تولید مقالات علمی مرتبط با هوش مصنوعی در رتبه دوم منطقه پس از عربستان سعودی قرار گرفت، اما روند نزولی تحقیقات کنفرانسی و مهاجرت نخبگان، این جایگاه را تهدید می‌کند. از سوی دیگر، هر چند ظرفیت توسعه‌دهندگان ایرانی و مشارکت مهندسان در پروژه‌های بین‌المللی رو به رشد است، اما سرمایه‌گذاری اندک (حدود ۱۰ میلیون دلار) و نبود زیرساخت پرزاشی پیشرفته، موجب شده تا ایران از نظر حجم بازار، تعداد شرکت‌های فعال و سرعت تجاری‌سازی ایده‌ها، به رتبه‌های پایین‌تر منطقه سقوط کند.

در پایان باید گفت که در اقتصاد ایران به‌دلیل عدم برخورداری از دولت توسعه‌گرا، انگیزه‌ای برای توزیع رانت‌های مولد و هدایت شرکت‌های خصوصی به سمت تولید، انتقال، اشاعه و ترویج فناوری‌های جدید از سوی دولت باقی نمانده‌ است. بررسی ابعاد شاخص رقابت‌پذیری صنعتی، نشان می‌دهد که روند صنعتی شدن در ایران، روندی رو به تکامل نبوده و شدت صنعتی شدن و کیفیت آن، متناسب با تغییرات در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی نیست و حتی این تغییرات در برخی شاخص‌ها، روندی نزولی داشته‌ است. شوربخانه ساختار تولیدات صنعتی و سهم اندک تولید محصولات با تکنولوژی متوسط و بالا در ارزش‌افزوده، نشان می‌دهد که صنعت کشور به طور عمده به سمت محصولات منبع‌محور و با ارزش‌افزوده پایین، حرکت کرده‌ است.

تحولی که دنیای اقتصاد دیجیتال را دگرگون می‌کند

شاخص‌های کلیدی اقتصاد پلتفرمی



سیستم عامل آنها کار می‌کنند و کاربران نیز از این تنوع و نوآوری بهره‌مند می‌شوند. در اینجا، شرکت اصلی، نقش «معمار اکوسیستم» را بازی می‌کند و با ایجاد قوانین و زیرساخت‌ها، از رشد و سلامت کل سیستم، اطمینان حاصل می‌کند. در این میان، آمار و گزارش‌ها از اهمیت اکوسیستم‌های پلتفرمی، حکایت دارد و نشان می‌دهد که اهمیت روزافزون مدل کسب‌وکار اکوسیستم پلتفرمی، تنها یک نظریه نیست و یک واقعیت است؛ تا جایی که پیشبینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ ، بیش از ۷۰ تریلیون دلار از اقتصاد دنیا، معادل ۲۵ درصد از کل اقتصاد جهانی، متعلق به مدل‌های کسب‌وکار اکوسیستم پلتفرمی باشد. این آمار به خوبی، نشان می‌دهد که چگونه این مدل‌ها در حال تبدیل شدن به یک نیروی محرکه اصلی در اقتصاد جهانی هستند.

سهم فزاینده پلتفرم‌ها در اقتصاد جهان

کسب‌وکارها چگونه می‌توانند در اکوسیستم‌های پلتفرمی موفق شوند؟ یکی از نکات مهم، شناسایی نقاط درد عمیق در بازار است. موفق‌ترین اکوسیستم‌های پلتفرمی، آنهایی هستند که به حل یک مشکل یا «قطعه درد» بزرگ در بازار می‌پردازند. مثلاً شرکت ایربی‌ان‌بی (Airbnb)، مشکل فضای اقامتی بلااستفاده و نیاز مسافران به اقامتگاه ارزان‌تر و اویر، مشکل دسترسی سریع و راحت به وسیله نقلیه را حل کرد. آمازون نیز محدودیت‌های بازار فیزیکی و دسترسی گسترده‌تر به محصولات را برای فروشندگان و خریداران فراهم آورد. نکته دیگر، تعیین ارزش پیشنهادی مرکزی است. هر اکوسیستم پلتفرمی باید یک «ارزش پیشنهادی» واضح داشته باشد که به وضوح بیان کند چرا افراد و کسب‌وکارها باید به آن بپیوندند. این ارزش می‌تواند دسترسی به مشتریان بیشتر، کاهش هزینه و ارائه خدمات جدید باشد.

اهمیت حاکمیت و معماری پلتفرم و همچنین اهمیت همکاری و ایجاد اکوسیستم‌های همکار نیز مهم است. پلتفرم دهنده باید نقش «معمار» را ایفا کند و قوانین روشن، زیرساخت‌های پایدار و مکانیسم‌های عادلانه برای تعاملات را ایجاد کند. این شامل «الگوریتم‌های همجوشی» است که ارائه کنندگان و مصرف کنندگان را به بهترین شکل به هم متصل می‌کند و از «اثر شبکه متقاطع» بهره می‌برد؛ یعنی ارزش ایجاد شده برای یک گروه، ارزش را برای گروه دیگر نیز افزایش می‌دهد. در این مدل همچنین رقابت به معنای سنتی کمرنگ‌تر می‌شود و «همکاری» به عنصری کلیدی تبدیل می‌گردد. برگزاری گردهمایی‌ها، کارگاه‌ها و فعالیت‌های شبکه‌ای برای ایجاد یک «اکوسیستم همکار» از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در مجموع، برای ایجاد یک اکوسیستم دیجیتال موفق، عوامل متعددی باید مورد توجه قرار گیرند: یک معماری فنی قوی و مقیاس‌پذیر، یک چارچوب حقوقی روشن و شفاف برای حریم خصوصی و مالکیت داده‌ها، یک مدل کسب‌وکار پایدار که برای همه ذی‌نفعان جذاب باشد و از همه مهمتر، ایجاد اعتماد بین طرفین مشارکت‌کننده. با در نظر گرفتن تمامی این عوامل می‌توان یک راه‌حل جامع و کارآمد، ارائه داد و به عنوان یک الگو برای نوآوری‌های آینده در اکوسیستمهای دیجیتال در نظر گرفت. در حال حاضر، هفت شرکت از ۱۰ شرکت بارزتر جهان براساس مدل کسب‌وکار پلتفرمی فعالیت می‌کنند. تا سال ۲۰۳۰ پیش‌بینی می‌شود ۲۵ درصد از فعالیت‌های اقتصادی جهان از طریق اکوسیستم‌های دیجیتال انجام شود و ارزش پیش‌بینی‌شده برای اکوسیستم‌های دیجیتال به ۷۰ تریلیون دلار برسد.

سنتی که به مالکیت مستقیم دارایی‌ها و کنترل کامل زنجیره ارزش استوار بودند، اکنون در کنار مدل‌های نوین و چابک‌تر قرار گرفته‌اند. «مدل کسب‌وکار اکوسیستم پلتفرمی» به عنوان یک پارادایم جدید، فرصت‌های بی‌نظیری برای رشد، نوآوری و ایجاد ارزش‌های مشترک، فراهم آورده‌ است. این مدل با تکیه بر فناوری و ارتباطات، به دنبال ایجاد فضایی است که در آن، فعالان اقتصادی با همکاری و هم‌افزایی، به نتایجی دست یابند که در قالب‌های سنتی ممکن نیست. تصور کنید کسب‌وکار شما یک شرکت حمل‌و نقل بار سنتی است که مالک کامیون‌ها و انبارهای خود است و مستقیماً با مشتریان برای حمل‌ونقل کالا قرارداد می‌بندد. این یک مدل کسب‌وکار خطی است؛ یعنی شما منابع را در اختیار دارید، خدمات را ارائه می‌دهید و درآمد کسب می‌کنید اما در مدل کسب‌وکار اکوسیستم پلتفرمی، همین شرکت حمل‌و نقل می‌تواند نقش «هماهنگ‌کننده» و «تسهیل‌کننده» را ایفا کند. فرض کنید این شرکت یک پلتفرم دیجیتال ایجاد می‌کند که صاحبان کامیون‌های مستقل می‌توانند در آن ثبت نام کنند، شرکت‌های تولیدی و تجاری که نیاز به حمل بار دارند می‌توانند سفارش‌های خود را در این پلتفرم ثبت کنند، شرکت‌های انبارداری می‌توانند فضاهای خالی انبار خود را برای اجاره کوتاه مدت پیشنهاد دهند و حتی شرکت‌های بیمه می‌توانند خدمات بیمه بار را مستقیماً از طریق این پلتفرم ارائه دهند.

مسیربایی اکوسیستم‌های مبتنی بر پلتفرم

در این سناریو، شرکت حمل‌ونقل اولیه دیگر لزوماً مالک همه کامیون‌ها یا انبارها نیست، بلکه این شرکت، یک «فضای بازار دیجیتال» یا همان پلتفرم را ایجاد کرده که در آن، صاحبان بار به راحتی می‌توانند کامیون‌ها و انبارهای مورد نیاز خود را پیدا کنند، صاحبان کامیون‌ها و انبارها می‌توانند مشتریان جدید پیدا کنند و از منابع خود به شکل بهینه استفاده کنند و شرکت‌های بیمه می‌توانند به طیف وسیع‌تری از مشتریان دسترسی پیدا کنند. در این مثال، پلتفرم (وب‌سایت یا اپلیکیشن) تنها یک ابزار برای ارتباط است. اما مدل کسب‌وکار اکوسیستم پلتفرمی، رویکردی جامع‌تر است که حول این پلتفرم مرکزی، شکل می‌گیرد و شبکه‌ای از بازیگران مستقل (مانند صاحبان کامیون، شرکت‌های تولیدی، شرکت‌های انبارداری و شرکت‌های بیمه) را گردهم می‌آورد. در این مدل، ارزش نه تنها توسط پلتفرم دهنده، بلکه توسط تمامی اعضای اکوسیستم به صورت مشترک ایجاد می‌شود. همانطور که یک اکوسیستم طبیعی از درختان، حیوانات و رودخانه‌ها برای بقا به یکدیگر وابسته هستند، در یک اکوسیستم پلتفرمی نیز هر عضو برای رشد خود به حضور و فعالیت دیگران نیاز دارد. در هر کسب‌وکار اکوسیستمی مبتنی بر پلتفرم، یک هماهنگ‌کننده وجود خواهد داشت که همه فعالیت‌های اعضای اکوسیستم را برای خلق ارزش‌های بیشتر هماهنگ و سازماندهی می‌کند.

این مدل با سازماندهی همکاری‌های پیچیده بین گروه‌های مختلف، ارزش‌های جدیدی را خلق می‌کند. برای مثال، شرکت‌های بزرگ فناوری، مانند گوگل و اپل، تنها به ارائه خدمات خود نمی‌پردازند؛ آنها اکوسیستم‌هایی را ساخته‌اند که در آن، توسعه‌دهندگان مستقل می‌توانند اپلیکیشن‌های خود را ایجاد کنند (پلتفرم‌های اپ‌استور و گوگل پلی)، تولیدکنندگان می‌توانند گجت‌های هوشمند بسازند که با

فرصت امروز؛ آنچه امروزه «تحول دیجیتال» گفته می‌شود، تفکر، روندها و به‌کارگیری فناوری‌های «انقلاب چهارم صنعتی» است. تحول دیجیتال» یک پارادایم شیفت یا تغییر مدل ذهنی است که بیشتر بر تحول استوار است تا فناوری؛ زیرا فناوری همیشه کم‌وبیش در دسترس است، اما تحول در مدل ذهنی است که منجر به متفاوت بودن می‌شود. بنابراین تحول دیجیتال در صنعت، یک تغییر مدل ذهنی، شامل سه رکن اساسی «بازتعریف مدل و فرآیندهای کسب‌وکار»، «تغییر نگاه به ذی‌نفعان و شناسایی دقیق آنها و نیازهای‌شان» و «به‌کارگیری مناسب و به اندازه فناوری‌های نوپدید» است.

براساس برآوردهای موسسه تحقیقاتی «IDC»، ارزش اقتصادی بازار تحول دیجیتال در سال ۲۰۲۲ بیش از ۱٫۶ تریلیون دلار بوده که با نرخ رشد مرکب سالانه ۱۶٫۴ درصد تا سال ۲۰۲۶ به بیش از ۳٫۴ تریلیون دلار می‌رسد که این بزرگ‌ترین نرخ رشد در حوزه فناوری است. این موضوع هم نشان می‌دهد که دنیا با چه سرعتی به استقبال انقلاب چهارم صنعتی می‌رود و هم زنگ خطر را برای کشورها و اقتصادهایی چون ایران به صدا درمی‌آورد که هنوز تحول دیجیتال اقتصاد خود را آنطور که باید و شاید شروع نکرده‌اند. غفلت از این موضوع می‌تواند تهدیدکننده بود و نبود اقتصاد ایران در آینده نزدیک باشد. روندهایی وجود دارد که به آینده شکل می‌دهند. روندهای مهم آینده، هوش مصنوعی، فناوری اطلاعات و دیجیتالی شدن اقتصاد هستند. رقابتی که امروز بین کشورها برای سرمایه‌گذاری و جذب متخصص در این زمینه‌ها وجود دارد، در واقع، رقابت برای داشتن دست‌برتر در آینده است. نزدیک به ۸۰ درصد مباحث میزگردها و کارگاه‌های داووس ۲۰۲۴ به فناوری اطلاعات و هوش مصنوعی، اختصاص داشته و به همین خاطر، داووس ۲۰۲۴ از نگاه اغلب کارشناسان، مثلث هوش مصنوعی، رقابت و فرصت‌های سرمایه‌گذاری بوده‌ است. معاونت مطالعات اقتصادی و آینده‌پژوهی اتاق تهران در مطالعه‌ای به بررسی «اکوسیستم‌های مبتنی بر پلتفرم؛ مدل نوین کسب‌وکار در عصر انقلاب چهارم صنعتی» پرداخته‌ است.

تحول فضای کسب‌وکار با اقتصاد پلتفرمی

جهان در حال گذار از انقلاب اقتصادی جدید است که اقتصاد، کسب وکار، بازار کار و زندگی روزمره ما را مختل می‌کند؛ رخدادی که از زمان انقلاب صنعتی دیده نشده‌ است. نقش بازار کار دیجیتال با توجه به نوآوری‌های تکنولوژیکی و افزایش اتصال آنلاین در حال افزایش است. در قلب این تغییر، ظهور اقتصاد پلتفرمی درون جامعه پلتفرمی است. کارگران از طریق پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌های برون‌سپاری آنلاین در این به اصطلاح اقتصاد پلتفرمی، کار پیدا می‌کنند. در حالی که سال‌ها در مورد اقتصاد گیگ صحبت می‌شد، ظهور اقتصاد از طریق پلتفرم‌های دیجیتال نسبتاً جدید است. با تکامل اقتصاد پلتفرمی و بروز فرصت‌ها و چالش‌های جدید، پیچیدگی‌های بیشتری به وجود می‌آیند. برای شناخت این فرصت‌ها و تهدیدها پیش از هر چیز، لازم است تا شاخص‌های کلیدی اقتصاد پلتفرمی به‌درستی بررسی شوند. سیاست‌گذاری در حوزه‌های خرد و کلان اقتصادی و همچنین مدیریت کسب‌وکار در این دوران جدید، بدون فهم درست از مفاهیم نوینی، همچون جامعه پلتفرمی و اقتصاد پلتفرمی ممکن نیست.

دنیای کسب‌وکار در حال تجربه تحولی عمیق است. مدل‌های

استاندارد تولید داخلی، سخت‌تر از خودروهای وارداتی است

استانداردهای دوگانه خودرویی

خاک می‌خورد که اکنون شاهد ارتقای دانش خودروسازی و رسیدن به تولید انبوه هستیم که امیدواریم با قیمت مناسب این خودرو به جامعه عرضه شود. وی استانداردهای خودرو را سختگیرانه دانست و گفت: استانداردها برای واردات خودرو آسان است و استاندارد چین را قبول دارند اما برای خودروهای داخلی و قطعات به قدری سختگیرانه است که تولید را مختل می‌کند. نیاز بود که مدیران سازمان استاندارد در این جلسه بودند و از نزدیک مسائل را با آنها دنبال می‌کردیم. باید از صنعت خودروسازی داخلی به اندازه واردات خودرو دفاع شود و در مجلس شورای اسلامی همانگونه که نسبت به واردات آسان گرفته می‌شود، به همان میزان نسبت به خودروسازان سهلگیری شود. دبیر انجمن خودروسازان ایران در پایان از کمیسیون صنعت مجلس، درخواست کرد تا جلسه ای با حضور انجمن خودروسازان برگزار کنند و مسائل مختلف صنعت خودرو را بررسی نمایند. به گفته «نعمت‌بخش»، از کمیسیون صنایع مجلس انتظار داریم به عنوان نمایندگان مردم، شرایط تولید داخلی را تسهیل کنند؛ همان‌گونه که برای واردات، قوانین و مسیرها بسیار ساده است. متأسفانه درحالی که واردات کالاهای چینی با حداقل سخت‌گیری‌های استاندارد انجام می‌شود، تولیدکنندگان داخلی با الزامات سخت‌گیرانه‌تری مواجه هستند. انتظار ما این است که همان‌گونه که برای واردات محصولات خارجی استاندارد تعیین می‌شود، برای تولید داخل نیز با همان میزان دقت و نه سخت‌تر عمل شود تا رقابت عادلانه میان تولید و واردات برقرار شود.

در ادامه این مراسم همچنین «آرش محبی نژاد»، دبیر انجمن صنایع همگن نیرو محرکه و قطعه سازان خودروی کشور، گفت: از روزی که

فرانسوی‌ها به علت تحریم‌ها، صنعت خودروسازی کشور را رها کردند و رفتند تا امروز توانستیم در داخلی سازی بسیاری از قطعات خودکفا شویم و این در حالی است که در سال‌های اخیر، کشوری مثل روسیه که در بخش نظامی و تکنولوژی از کشورهای قدرتمند جهان است اما به خاطر جنگ در تحریم است، در حوزه خودرو نتوانسته قد علم کند، اما صنعت خودروسازی در کشور ما قابل مقایسه با روسیه نیست و نسبت به آنها در جایگاه بالاتری قرار دارد. او در مراسم آغاز به کار خط تولید «پارس نوآ» ادامه داد و به عنوان یک الگو برای نوآوری‌های ایران حضور داشتند خودرو ال ۹۰ حدود ۵۵ درصد ساخت داخل شد و امروز عمق ساخت داخل این خودرو، پیشرفت بسیاری کرده و محصول جدید که بر پایه پلتفرم خودرو ال ۹۰ است با استانداردهای جدیدتر و به عمق بالاتری رسیده و به جرأت می‌توان گفت که بیشتر از ۸۰ درصد قطعات این محصول، ساخت قطعه سازان داخلی و محصولی ۸۰ درصد ایرانی است. «سیدمحمدحسین ادیانی»، مدیرعامل پارس خودرو نیز در ادامه این مراسم، گفت: در سالی که مقام معظم رهبری آن را سال «سرمایه‌گذاری برای تولید» نامگذاری کردند، این خودرو در سایه بیشترین تحریم‌ها بر صنعت خودرو کشور ساخته شد و با حمایت وزیر صمت و قطعه‌سازان و بانک‌های عامل توانستیم این پروژه را تنها با یک همت محقق ساخته و یک خودرو ۸۰ درصد ایرانی تولید کنیم که نشان از احیای زنجیره تولید دارد و بومی سازی و ساخت داخل ایجاد شده است. علاوه بر این، مطابق ام‌بی‌اس و زمانبندی تولید، قرار است تولید این محصول امسال به ۲ هزار دستگاه و سال بعد به ۲۰ هزار دستگاه و در سال پس از آن به ۳۳ هزار دستگاه برسد.

اخبار

پادشاه رمزارزها به سطح ۱۱۵ هزار دلار رسید

رشد بیت‌کوین با تنش‌زدایی آمریکا و چین

بازار رمزارزها در بحبوحه گزارش‌هایی مبنی بر پیشرفت مذاکرات میان آمریکا و چین، جهش کرد. از روز یکشنبه چهارم آبان، قیمت بیت‌کوین و اتریوم افزایش یافت، زیرا مقامات گفتند که بعید است دو کشور آمریکا و چین، تهدید به اعمال تعرفه‌های سرسام‌آور و کنترل صادرات را عملی کنند. تنش‌های تجاری مجدد در اوایل ماه جاری، بازارها را به شدت متلاطم کرد و باعث بزرگ‌ترین ریزش در تاریخ رمزارزها شد. چین در ۱۰ اکتبر، اعلام کرد که صادرات عناصر خاکی کمیاب مورد استفاده در ساخت تراشه‌های رایانه‌ای و سایر فناوری‌ها را بیشتر محدود خواهد کرد. «دونالد ترامپ»، رئیس‌جمهور آمریکا اما واکنش نشان داد و در ۱۱ اکتبر، وعده داد ۱۰۰ درصد تعرفه اضافی بر کالاهای چینی و همچنین کنترل صادرات بر نرم‌افزارهای حیاتی را در اول نوامبر اعمال خواهد کرد. قیمت بیت‌کوین که اوایل هفته گذشته، به بالاترین حد خود، ۱۲۵ هزار دلار رسیده بود، ۱۶ درصد کاهش یافت و برای مدت کوتاهی به زیر ۱۰۵ هزار دلار رسید. بسیاری از آلت‌کوین‌ها ضررهای سنگین‌تری را متحمل شدند و بین ۳۰ تا ۸۰ درصد کاهش یافتند. با سقوط بازار رمزارزها، معامله‌گران مجبور به بستن موقعیت‌های خود شدند و این امر موجب شد تا موجی از نقدینگی ایجاد شود که در نهایت به ۱۹ میلیارد دلار رسید. حتی استیبل‌کوین‌ها نیز آسیب دیدند و یواس‌دی‌کوین برای مدت کوتاهی به زیر یک دلار سقوط کرد، درحالی که تتر با اندکی افزایش قیمت معامله شد. «اسکات بسنت» وزیر خزانه‌داری آمریکا، گفت که مقامات آمریکایی و چینی چندین مورد اختلاف، از جمله خرید سوبایی کشت‌شده در آمریکا توسط چین و مالکیت پلتفرم شبکه اجتماعی تیک‌تاک را حل و فصل کرده‌اند و معتقدم که تمام جزئیات مشخص شده است و به عهده دو رهبر خواهد بود که این معامله را روز پنجشنبه در کره جنوبی به سرانجام برسانند. گفتنی است بیت‌کوین در معاملات روز گذشته به قیمت ۱۱۴ هزار و ۸۹۴ دلار رسید که نسبت به روز قبل، رشد ۳ درصدی را نشان می‌دهد.

سوخت خودروهای عمومی براساس پیمایش

جایگاه‌های سوخت ضرر می‌دهند

سخت‌نگوی صنف جایگاه‌داران از اختصاص سوخت خودروهای عمومی براساس پیمایش، خبر داد و گفت در مصوبه جدید، سوخت فقط براساس پیمایش برای خودروهای عمومی اختصاص می‌یابد تا عدالت در مصرف برقرار شود. جایگاه‌ها با نرخ فعلی فروش بنزین و گازوئیل در زبان هستند و تفکیک هزینه‌ها برای شفاف‌سازی انجام شده است.

هیأت وزیران در شهریورماه امسال به پیشنهاد سازمان برنامه و بودجه و با همکاری وزارتخانه‌های نفت، کشور، صمت و سازمان حفاظت محیط زیست و سازمان استاندارد، برنامه جامع تأمین و تخصیص حامل‌های انرژی شبکه حمل و نقل کشور را تصویب کرد. طبق اعلام برنامه جامع تأمین و تخصیص حامل‌های انرژی شبکه حمل و نقل کشور، با تأکید بر کارایی و بهینه سازی مصرف سوخت، به منظور رفع ناترازی بنزین، ایجاد تنوع در سبد سوختی کشور، اجرای تکالیف پدافند غیرعامل و قانون هوای پاک مصوب ۱۳۹۶ و همچنین تأمین امنیت انرژی در بخش حمل و نقل داخلی با رعایت قوانین و مقررات مربوط به همراه سیاست‌های مرتبط با آن تهیه شده است. در این برنامه، تأمین پایدار سوخت حمل و نقل کشور منوط به اجرایی شدن مجموعه‌ای از سیاست‌های عمدتاً غیرقیمتی است. اهم سیاست های تنظیم شده، شامل ترکیب سبد بهینه حمل و نقل بار و مجموعه‌ای از سیاست‌های عمدتاً غیرقیمتی است. اهم سیاست های تنظیم شده، شامل ترکیب سبد بهینه حمل و نقل بار و بخش حمل و نقل داخلی با رعایت قوانین و مقررات مربوط به همراه سیاست‌های مرتبط با آن تهیه شده است. در این برنامه، تأمین پایدار سوخت حمل و نقل کشور منوط به اجرایی شدن مجموعه‌ای از سیاست‌های عمدتاً غیرقیمتی است. اهم سیاست های تنظیم شده، شامل ترکیب سبد بهینه حمل و نقل بار و بخش حمل و نقل بار و مسافـر کشور، تولید و واردات انواع خودروهای سبک، سنگین، نیمه سنگین و موتورسیکلت است.

«رضا نواز»، سخت‌گوی صنف جایگاه‌داران با بیان اینکه مصوبه‌ای که چند هفته پیش ابلاغ شد، از نظر کارشناسی قابل قبول است، گفت: هرچند ممکن است ایراداتی داشته باشد، اما تمامی جوانب اقتصادی، حوزه انرژی و حامل‌های انرژی و سوخت در آن لحاظ شده است. مصوبه به صورت راهبردی و مرحله‌ای تدوین شده و تمامی دستگاه‌ها در تهیه آن مشارکت داشته‌اند. همچنین زمان‌بندی اجرای بندهای مختلف نیز در انتهای مصوبه پیش‌بینی شده است.

او با بیان اینکه تحلیل دقیق مصوبه هنوز به روشنی ارائه نشده و بیشتر گمانه‌زنی رسانه‌ای است، افزود: مسئولان دولتی، نمایندگان مجلس و سایر نهادها می‌توانند مکاتبه کنند و در جلسات و کمیسیون‌ها درباره آن بحث داشته باشند و کارشناسان نیز باید به جای حدس و گمان، تحلیل‌های دقیق ارائه دهند.

به گفته «نواز»، در مصوبه به موضوعاتی مانند مبارزه با قاچاق و تخصیص سوخت به خودروهای ناوگان عمومی توجه شده. به جای تخصیص یکسان، سوخت براساس پیمایش اختصاص می‌یابد تا خودروهایی که فعالیت بیشتری دارند کمبود نداشته باشند و خودروهای کم‌فعال سوخت اضافی دریافت نکنند. همچنین سبد سوخت، بنزین سوپر وارداتی، توسعه ایستگاه‌های شارژ برقی، ورود خودروهای برقی و اصلاح خودروهای فرسوده نیز در نظر گرفته شده است. آنچه در میدان روزانه لمس می‌کنیم نشان می‌دهد چالش‌های عملیاتی همچنان وجود دارد. در فروش گازوئیل، اکثر فروش با نرخ ۳۰۰ تومان انجام می‌شود و دولت تنها ۸۵ تومان به جایگاه می‌پردازد تا هزینه حمل و پالایش جبران شود. حتی اگر کالای گازوئیل را صفر در نظر بگیریم، جایگاه‌ها با زیان جدی مواجه‌اند. در بنزین هم با وجود نرخ اکثریت فروش ۱۵۰۰ تومان، هزینه‌ها و درآمد دولت به ازای هر لیتر کمتر از ۲۰۰ تومان است و هم دولت و هم بخش خصوصی زیان انباشته دارند.

وی با بیان اینکه بعضی‌ها تصویری می‌کنند تفکیک حق‌العمل جایگاه و هزینه حمل باعث افزایش قیمت سوخت می‌شود، افزود: این تفکیک صرفاً شفاف‌سازی است تا اگر در آینده قیمت بنزین یا گازوئیل افزایش یافت، سهم هر بخش از ابتدا مشخص باشد. در حال حاضر جایگاه‌ها مجبورند شش ماه برای اثبات هزینه‌ها وقت بگذارند، اما با این تفکیک همه اعداد از ابتدا مشخص خواهد شد و اختلافی بین بخش خصوصی و دولت ایجاد نمی‌شود. اجرای موفق این مصوبه می‌تواند منافع مردم، جایگاه‌ها و بخش حمل و نقل را همزمان تضمین کند. ما خوشبین هستیم و معتقدیم با همکاری دستگاه‌ها و نظرات کارشناسی دقیق، این هدف قابل تحقق است.

تکلیف متقاضیان وام‌های بانک آینده چه می‌شود؟

خط و نشان بانک مرکزی برای بانک‌های ناتراز



پولی هستند، چون زمانی که سیاستگذار از ابزارهایی نظیر نرخ سپرده قانونی، نرخ سود و یا ابزار کنترل مقداری ترازنامه یا دیگر ابزارها و سیاست‌های پولی استفاده می‌کند، مهمترین بازیگران اجرای این ابزار همانا بانک‌ها و موسسات اعتباری هستند. در این شرایط اگر بانکی از شاخص‌های نظارتی مناسبی، همچون نسبت کفایت سرمایه، نسبت مطالبات غیرجاری و نسبت پوشش نقدینگی برخوردار باشد، بستر مناسبی برای اجرای اثربخش سیاست‌های پولی خواهد داشت و اثربخشی بهتری در مسیر اعمال سیاست‌های پولی، بهبود متغیرهای اقتصادی و کنترل تورم خواهد داشت. اما در مقابل، اگر بانک‌ها و موسسات مالی، نسبت‌های نظارتی مناسبی نداشته باشند، تبدیل به عامل اختلال در سیاست‌های پولی خواهند شد. به گفته «شیرجیان»، بانک‌ها و موسساتی که از نسبت‌های نظارتی و بهداشت سلامت بانکی دور شوند، حتما تأمین مالی که توسط آنها انجام می‌شود، غیرتورمی و باکیفیت نیست؛ بنابراین از ادامه فعالیت آنها جلوگیری خواهد شد. بنابراین اگر بانکی به سمت اصلاح وضعیت نرود و از اراده لازم برای اصلاح ساختار ترازنامه‌ای خود برخوردار نباشد، حتما باید در فرآیند «گزیر» قرار گرفته و در نهایت، منحل خواهد شد.

دلایل اضافه برداشت‌ها از بانک مرکزی

معاون سیاستگذاری پولی بانک مرکزی سپس به نرخ سود بانکی، اشاره کرد و گفت: یکی از مهمترین ابزارهایی که امروزه تمامی بانک‌های مرکزی برای اجرای سیاست‌های پولی و کنترل تورم از آن استفاده می‌کنند، ابزار نرخ سود است، بانک‌ها در شرایط ناترازی، دستاورد اجرای این سیاست‌ها را به عکس خود تبدیل می‌کنند؛ چراکه هم‌زمان با افزایش نرخ سود، اگر بانکی با ناترازی نقدینگی مواجه باشد، از یک طرف سود سپرده‌های خود را با نرخ بالاتری باید پرداخت کند و به عبارتی، جریان خروجی نقدینگی بیشتری دارد و از طرف دیگر، چون تسهیلات در سمت راست ترازنامه از نقدپذیری لازم برخوردار نیست، عملاً جریان امحای نقدینگی اتفاق نمی‌افتد؛ چراکه از یکسو، بانک به دلیل افزایش نرخ سود سپرده، سود بالاتری پرداخت می‌کند و از سوی دیگر، چون تسهیلات پرداختی این بانک باکیفیت و جاری نیست و یا دارایی‌های موسسه به اموالی نظیر ملک تبدیل شده که از جریان مناسب نقدینگی برخوردار نیست، نمی‌تواند پرداخت سود سپرده را از محل درآمد دارایی‌هایش تأمین کند؛ بنابراین این روند به اضافه برداشت از بانک مرکزی تبدیل می‌شود و این روند، منجر به افزایش پایه پولی و نقدینگی و در نهایت تورم می‌شود.

به گفته «شیرجیان» زمانی که سیاستگذار پولی، تصمیم به استفاده از ابزار نرخ سپرده قانونی می‌گیرد، اگر بانکی از ذخایر مازاد لازم برخوردار نباشد، این افزایش سپرده قانونی که باید اثر انقباضی و کنترل‌ی بر نقدینگی داشته باشد و بتواند در نهایت تورم را کنترل کند، تبدیل به برداشت از منابع بانک مرکزی می‌شود و افزایش پایه پولی، نقدینگی و در نهایت، تورم را به دنبال دارد. به این ترتیب، وقتی یک

فرصت امروز: با انحلال بانک آینده و انتقال آن به بانک ملی، تکلیف متقاضیان وام‌های بانک سابق آینده به یکی از مهمترین پرسش‌های روز تبدیل شده است. گزارش‌های میدانی، نشان می‌دهد که اقساط وام‌های پرداخت‌شده طبق روال قبل پرداخت می‌شود. وام‌های ازدواج و فرزندآوری نیز طبق لیست ارسالی به بانک ملی پرداخت می‌شود، اما در مورد تسهیلاتی که هنوز به مرحله واریز نرسیده‌اند، متقاضیان باید مجدداً از طریق بانک ملی ایران اقدام کنند. بنابراین تسهیلاتی که پیش از اجرای فرآیند «گزیر بانکی» به حساب متقاضیان واریز شده بود، همچنان در جریان عادی بازپرداخت اقساط قرار دارد و مشتریان می‌توانند طبق روال گذشته، اقساط خود را پرداخت کنند. با توجه به فعال بودن کارت‌های بانکی و دسترسی به حساب‌ها، پرداخت اقساط از طریق درگاه‌های الکترونیکی، خودپردازهای بانک سابق آینده (بانک ملی فعلی) و همراه‌بانک فعلی بدون اختلال انجام می‌شود.

اما در مورد تسهیلاتی که در نوبت پرداخت بودند اما تا پیش از انحلال و انتقال فعالیت‌ها به بانک ملی واریز نشدند، این وام‌ها دیگر از مسیر پیشین قابل پرداخت نیستند و متقاضیان باید در چارچوب ضوابط پرداخت تسهیلات بانک ملی ایران مجدداً اقدام کنند. البته متقاضیان وام‌های ازدواج و فرزندآوری، نیازی به ثبت‌نام دوباره ندارند و پرداخت تسهیلات طبق همان زمان‌بندی قبلی، انجام خواهد شد. به گفته کارکنان شعب، پرداخت این نوع وام‌ها از این پس توسط بانک ملی ایران و بر پایه همان اولویت‌های پیشین انجام می‌شود تا وقفه‌ای در روند ارائه تسهیلات به مردم ایجاد نشود. در مجموع، مشاهدات میدانی، نشان می‌دهد که هیچ‌گونه اختلالی در فرآیند بازپرداخت اقساط و استفاده از خدمات تسهیلاتی فعال وجود ندارد و عملیات بانکی در شعب بانک سابق آینده با عنوان و نشان بانک ملی ایران به‌صورت عادی در حال انجام است.

تابوی انحلال بانکی در ایران شکست

بانک آینده پس از سال‌ها بحران مالی سرانجام وارد فرآیند «گزیر» شد و در آغاز هفته جاری، تمامی ارکان مدیریتی و حقوقی آن به بانک ملی ایران واگذار شد. با انحلال بانک آینده حالا شمار بانک‌های ایرانی به ۲۸ بانک رسیده و طبق آخرین آمارهای بانک مرکزی هنوز پنج بانک ناتراز دیگر (بانک سرمایه، دی، سپه، ایران زمین و موسسه ملل) در نظام بانکی کشور حاضر هستند. حال معاون سیاستگذاری پولی بانک مرکزی به این بانک‌ها، هشدار داده و گفته است که اگر به سمت اصلاح وضعیت نرود و به اصلاح ساختار ترازنامه خود اقدام نکنند ناگزیر در فرآیند «گزیر» قرار خواهند گرفت و در نهایت، منحل خواهند شد.

«محمد شیرجیان» با بیان اینکه دور باطل مسیر تورمی بانک‌ها و موسسات مالی ناتراز از تأمین مالی بی‌کیفیت این بنگاه‌ها آغاز می‌شود، توضیح داد: بانک‌ها و موسسات مالی، مهمترین کانال انتقال سیاست‌های پولی و بازیگران و عاملان اجرای ابزارهای سیاست‌های

رشد ۲۳ درصدی بورس در ۲ ماه اخیر

بورس تهران یک پله بالا رفت

مثبت را بر شاخص کل بورس داشتند و از جمله نمادهای پرتراکنش نیز می‌توان به نمادهای وبملت، خودرو و خسپا اشاره کرد. در آن سوی بازار سرمایه هم شاخص کل فرابورس ایران با افزایش ۲۰۰ واحدی به محدوده ۲۷ هزار و ۴۸۰ واحد رسید. تعداد معاملات فرابورس به ۲۵۸ هزار فقره و ارزش آن به رقم چشمگیر ۵۱۲ هزار میلیارد تومان رسید. نمادهای آریا، مارون و نیشکر، بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل فرابورس داشتند. فزر، نان و ربویا نیز از نمادهای پرتراکنش بازار فرابورس بودند.

در جریان معاملات روز گذشته، ارزش بورس تهران به سقف کانال ۹.۲ هزار همت رسید و ارزش معاملات دوشنبه، بیش از ۵۲۳ همت گزارش شد. ارزش معاملات خرد نیز به ۱۵ همت رسید. ارزش صف‌های خرید در معاملات دوشنبه بازار سهام ۱۶۸۱ میلیارد تومان و ارزش صف‌های فروش ۲۹۳ میلیارد تومان برآورد شد. میزان ورود خالص پول حقیقی به معاملات بازار سرمایه ۶۶۲.۳ میلیارد تومان و به صندوق‌های سهامی ۲۲۰ میلیارد تومان بود. این در حالی است که ۶۳۵.۷ میلیارد تومان پول حقیقی از صندوق‌های درآمد ثابت خارج شد. بیشترین میزان ورود پول حقیقی به گروه شیمیایی‌ها با ۳۰۵ میلیارد تومان و سپس گروه فرآورده‌های نفتی با ۹۰.۹ میلیارد تومان تعلق داشت، اما از گروه بانک‌ها ۵۲.۵ میلیارد تومان و خودرویی‌ها ۲۸.۴ میلیارد تومان پول حقیقی خارج شد. نماد فارس با ۱۰۹.۴ میلیارد تومان ورود پول حقیقی، رکورددار معاملات دوشنبه بود. در مقابل، نمادهای فعلی با خروج ۶۷.۹ میلیارد تومان پول حقیقی، وبملت با ۴۶.۴ میلیارد تومان و خودرو با ۲۴.۴ میلیارد تومان، بیشترین میزان خروج نقدینگی

خبرنامه

فیبر نوری تا داخل منازل

مودم و کابل کشی رایگان شد

مودم

مدیرعامل شرکت مخابرات ایران از رایگان شدن فیبر کشی داخل خانه مشترکان خبر داد و گفت همچنین این مشوق‌ها بارانه‌های دولت به مردم در زمینه مودم نیز خواهد بود بنابرین مرحله کابل کشی رایگان را شروع کرده‌ام و ان شاءالله مودم نیز خواهد بود رایگان یا از آن قیمت با توجه به انتخاب مشتری ارائه می‌شود.

«محمد جعفرپور» در یک گفت‌وگوی تلویزیونی، توضیح داد: ما ملزم شدیم فیبر کشی داخل خانه از سوی مشترک را به صورت رایگان انجام دهیم. تا به امروز حدود ۲ میلیون تومان بابت کابل کششی داخل ساختمان به ازای هر مشترک دریافت می‌شد اما با شروع مهاجرت از کابل مسی به فیبر نوری و مشوق‌های دولت، کابل کشی به صورت کاملاً رایگان خواهد بود. همچنین این مشوق‌ها بارانه‌های دولت به مردم در زمینه مودم نیز خواهد بود؛ بنابراین مرحله کابل کشی رایگان را ما شروع کرده‌ام و ان شاءالله مشوق‌های مودم به صورت رایگان یا ارزان قیمت با توجه به انتخاب مشتری ارائه می‌شود.

مدیرعامل شرکت مخابرات ایران گفت: تکنولوژی فیبر نوری تکنولوژی است که با مس کاملاً متفاوت است و سرعت بالاتری نسبت به ارتباطات مسی داشته و پایداری آن بسیار بالاتر است. در شبکه‌های کابل مسی که ارتباطات به صورت الکتریکی انجام می‌شود، حداکثر سرعت دیتا را می‌توانیم تا میانگین ۱۶ مگابیت بر ثانیه داشته باشیم که امروز برای پساخ به نیازهای کاربران در شبکه اینترنت کفایت نمی‌کند، اما در شبکه فیبر نوری که سرعت به سرعت نوست، است، ما می‌توانیم برای کاربران خانگی تا سرعت هزار مگابیت بر ثانیه را داشته باشیم که فکر می‌کنم با توجه به سروس‌هایی که امروز در شبکه اینترنت وجود دارد و تکنولوژی‌های جدید و نوظهوری که مثل هوش مصنوعی آمده است، از نیازهای ضروری است. جعفرپور با بیان اینکه شبکه‌های مسی در ایران از حدود ۱۰۰ سال قبل شروع به توسعه پیدا کرده است و انواع و اقسام تکنولوژی‌های مختلفی روی این شبکه‌ها آورده شد، تشریح کرد: مهاجرت از سوییچ‌های تلفن آنالوگ به سوییچ‌های تلفن دیجیتال بود که در دهه ۵۰ و حدود دهه ۶۰ شروع شد و بعد از آن انتقال به سمت دیتا را داشتیم. همه این فرآیند روی بستر کابل مسی انجام شد و امروز آخرین تکنولوژی که روی بستر کابل مسی می‌توانیم استفاده کنیم VDSL است که سرعت آن در میانگین ۱۶ مگابیت بر ثانیه است و پاسخگوی نیاز نیست. در مقابل تکنولوژی که ظهور کرده است در حوزه انتقال و بستر ارتباط ثابت، فیبر نوری است. هرچند از حدود سال ۱۳۷۰ فیبر نوری را در ایران داشتیم اما برای سیستم‌های انتقال بین شهری مورد استفاده قرار می‌گیرد. بحث اتصال فیبر به منازل و کسب و کارها در شرکت مخابرات از سال ۱۳۹۵ آغاز شد ولی سرعت بسیار کمی داشت. به گفته جعفرپور، شبکه‌های کابل مسی امروز فرسوده هستند و پاسخگوی نیاز و سرعت مورد نیاز کاربران هم نیستند؛ در فیبر نوری می‌توان برای مشترکان خانگی تا هزار مگابیت بر ثانیه را داشت که کیفیت ارتباط و پایداری ارتباطات بسیار متفاوت است و واقعاً نیاز مشترکین را به این سمت می‌برد.

مدیرعامل شرکت مخابرات در ادامه صحبت‌هایش با اشاره به اینکه حدوداً میزان مصرف اینترنت در شبکه موبایل ما هم افت کند، گفت: ما ۲۰ تا ۸۰ درصد، صرف کرد؛ یعنی ۲۰ درصد روی شبکه ثابت است و ۸۰ درصد روی شبکه موبایل است. درحالی که در استانداردهای شبکه و در کل دنیا این نسبت برعکس است، یعنی حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد مصرف روی شبکه ثابت است و حدود ۲۰ درصد روی شبکه موبایل است.

به گفته او این نازاری در مصرف اینترنت بین شبکه ثابت و شبکه موبایل باعث شده است که کیفیت شبکه موبایل ما هم افت کند. اگر کاربران مشترک شبکه فیبر نوری ما باشند، ارتباطات روی شبکه مخابراتشان ارتباطات بین استانی‌شان هم کاملاً رایگان خواهد بود. طی سالیان گذشته توسعه شبکه فیبر نوری را برای منازل و کسب و کارها در دستور کار داشتیم. مشترک که متصل می‌شد، ارتباط اینترنت خودش را از روی بستر فیبر نوری می‌گرفت ولی کماکان ارتباط صوتی از روی بستر مسی برقرار بود. امروز با هماهنگی که باوزارت ارتباطات انجام داده‌ام و راهبری که وزارت ارتباطات روی این پروژه قرار داده است، تصمیم گرفته شد که ما از شبکه کابل مسی به شبکه فیبر نوری مهاجرت کنیم، هم‌ا مهاجرت بسیار بزرگ و تأثیرگذار در کل کشور که نه تنها در صنعت ارتباطات و فناوری اطلاعات تأثیر زیادی خواهد داشت.

او با بیان اینکه بنا داریم تا انتهای دولت چهاردهم بیش از ۶۰ درصد پروژه‌ها را انجام دهیم، گفت: فکر می‌کنم با راهبردی که وزارت ارتباطات اتخاذ کرده و با سیاست‌های حمایتی و کنترل پروژه‌ای که روی این پروژه عظیم ملی دارد، این امر محقق شود که دستاورد بسیار بزرگی است. ما در حوزه ارتباطات فناوری اطلاعات کشور توانمندی هستیم، به ویژه در بحث نیروی انسانی در حوزه فیبر نوری در سالیان گذشته پیشرفت‌های بسیار زیادی در کشور انجام شده و امروز کارخانجات متعدد و بسیاری داریم که تجهیزات را به صورت بومی تولید می‌کنند.

یک کارشناس اقتصاد مسکن:

رکود فعلاً مهمان بازار مسکن است

یک کارشناس بازار مسکن، گفت در هفته‌های اخیر به دلیل ثبات نرخ ارز و طلا مقداری از تقاضای سرمایه‌ای به سمت بازار ملک آمده اما به دلیل کاهش خریدار مصرفی استطاعت کافی ندارد و تورم مسکن تقریباً دو برابر سطح افزایش دستمزدهاست، بعید به نظر می‌رسد بازار مسکن به طور کامل از رکود دربیاید. به گفته «خشیایار باقرپور»، طی هفته گذشته کشف حدود ۵ درصدی در قیمت ارز و ۸ تا ۹ درصدی در بازار طلا داشتیم. این مسئله مقداری آرایش را در بازارهای طلا و ارز حاکم برد و باعث شد بخشی از سرمایه‌ها به سمت بازار مسکن حرکت کنند. مسکن یک جاماندگی در بازار دلار و ارز داشت و طبیعی است که برای دوره‌ای از احتمال کم هم بین سه تا پنج ماه باشد رونق نسبی در بازار ملک ایجاد شود. بر این اساس پیش‌بینی می‌شود که معاملات در بازار مسکن تا پایان سال روند افزایشی به خود بگیرد، اما جنس بازار سرمایه‌ای خواهد بود، نه مصرفی؛ زیرا افرادی که مشمول بازار مصرفی هستند استطاعت خرید خانه حتی در قیمت‌های ثابت یافته فعلی را ندارند اما رونق نسبی را می‌توان برای سه تا پنج ماه آینده در نظر گرفت که برگرفته از جاماندگی مسکن نسبت به بازارهای ارز و طلا است.

این کارشناس بازار مسکن با بیان اینکه در حال حاضر متوسط قیمت دلاری مسکن در تهران در محدوده ۱۰۰۰ دلار است خاطرنشان کرد: این عدد با میانگین بلندمدت ۱۲۰۰ دلار فاصله دارد، اما احتمال اینکه در کوتاه مدت این فاصله بر شود بعید است.

باقرپور با انتقاد از عدم انتشار آمار رسمی بازار مسکن طی یک سال اخیر گفت: چندروز پیش روز آمار و برنامه‌ریزی بود اما متأسفانه در بازار مسکن آماری وجود ندارد و به همین دلیل امکان برنامه‌ریزی برای فعالان اقتصادی میسر نیست. این به بازار لطمه می‌زند. فعالان بازار با داشتن آمار می‌توانند به تولید رونق بدهند. سانسور آمار به کساد تولید می‌انجامد و این کساد به اقتصاد مسکن ضربه می‌زند.

او با بیان اینکه ساخت و ساز در رکود کامل قرار دارد، تأکید کرد: این رکود از عدم رونق بازار و نقد نشستن محصولاتی که در بخش مسکن تولید می‌شود نشأت می‌گیرد. دلیل اینکه بازار رونق ندارد این است که خریدار مصرفی استطاعت ندارد. استطاعت به دو عامل میزان درآمد و قیمت محصول بستگی دارد. در حال حاضر میزان درآمد خانوار تغییر محسوسی متناسب با قیمت مسکن نداشته است. ما در بخش ساخت و ساز با تورم ۴۵ درصدی مواجهیم اما دستمزد ۲۰ تا ۲۵ درصد افزایش یافته، یعنی مرب‌تاشکاف بین توان خرید و قیمت آپارتمان بیشتر می‌شود.

مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عمرانی شهر تهران گفت: در شرایطی که تورم به حدود ۴۵ درصد رسیده دولت و بخش خصوصی بودجه‌ای برای افزایش حقوق ندارند. بنابراین شکاف بین قیمت و درآمد‌ها در همه حوزه‌ها افزایش می‌یابد که به لحاظ کمی بالاترین شکاف مربوط به بازار مسکن است، زیرا گران‌ترین کالایی است که در جامعه داد و ستد می‌شود. بیشتر شدن این شکاف به کاهش استطاعت خریدار مصرفی و تعمیق رکود بازار مسکن می‌انجامد. به گفته باقرپور، با توجه به اینکه دلیلی برای کاهش هزینه تولید مسکن یا افزایش سطح درآمد خانوار وجود ندارد نمی‌توان انتظار بازگشت استطاعت در خرید مسکن و خروج از رکود را داشت. بنابرین رکود فعلاً مهمان بازار خواهد بود.

فرصت امروز: ابهام در ساختار حکمرانی هوش مصنوعی به موضوعی داغ میان دولت و مجلس تبدیل شده است؛ موضوعی که به گفته کارشناسان، می‌تواند مسیر توسعه فناوری را در کشورمان برای سال‌ها عقب بیندازد. ایران به جای نقش‌آفرینی در مسیر رهبری فناوری، به یک ناظر تماشاگر تبدیل شده و اگر این روند ادامه یابد، وابستگی به فناوری خارجی در پنج سال آینده، اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

«امین عابدی‌اصل»، تحلیلگر حوزه فناوری اطلاعات به روند متفاوت توسعه هوش مصنوعی در ایران و جهان، اشاره می‌کند و می‌گوید: درحالی‌که جهان با شتابی خیره‌کننده در مسیر توسعه هوش مصنوعی حرکت می‌کند، در کشورمان هنوز دو قوه اصلی بر سر تشکیل «ستاد ملی هوش مصنوعی» یا «سازمان ملی هوش مصنوعی» به جمع‌بندی نرسیده‌اند. سوال اینجاست که ما اکنون دقیقاً در کجای مسیر توسعه هوش مصنوعی قرار داریم؟ آیا زیرساخت پردازشی، ارتباطی و ابرذخیره‌سازی داده‌های لازم را در اختیار داریم؟ آیا توان نگهداشت متخصصان این حوزه در داخل کشور را داریم؟ پاسخ همه این پرسش‌ها «نه» است. ما به‌جای تمرکز بر توسعه زیرساخت‌ها و توانمندی‌ها، همچنان درگیر انتخاب نام و ساختار اداری برای حوزه‌ای هستیم که در جهان به مرحله بلوغ و تلفیق با زندگی انسان رسیده است. به گفته «عابدی‌اصل»، مصوبه اخیر مجلس درباره ایجاد سازمان ملی هوش مصنوعی، مثل آن است که دست‌های دولت را ببندند و از آن انتظار دوییدن داشته باشند. درحالی‌که برنامه هفتم و مصوبه هیأت دولت، «ستاد ملی هوش مصنوعی» را به عنوان نهاد هماهنگ‌کننده اصلی معرفی کرده‌اند. مجلس با تصویب ماده ۳ طرح ملی توسعه هوش مصنوعی در پی ایجاد سازمانی مستقل ذیل ریاست‌جمهوری است. از منظر حقوقی، این اقدام می‌تواند به تعارض مصوبات منجر شود؛ یعنی هم ستاد و هم سازمان مدعی نقش سیاستگذاری شوند و در نهایت، دیوان عدالت اداری یا شورای عالی انقلاب فرهنگی، ناگزیر از ورود به ماجرا باشند.

اختلاف نظرها ترمز توسعه AI می‌شود

او نتیجه این موازی‌کاری را ائتلاف منابع و سردرگمی دستگاه‌ها دانست و به «پسیندا» گفت: دولت پیش‌تر گفته که این طرح بار مالی دارد و با سیاست چابک‌سازی در تضاد است، اما مجلس همچنان بر اجرای آن اصرار دارد. نتیجه این تقابل، تأخیر در اجراست؛ چراکه اساسنامه سازمان هنوز تصویب نشده و ستاد نیز فعالیت خود را آغاز کرده است. این وضعیت نه نشانه پیشرفت، بلکه نوعی «جنگ قبیله‌ای» است که در نهایت، هوش مصنوعی در ایران را قربانی می‌کند.

به گفته «عابدی‌اصل»، دنیا با سرعت نور در حال پیشرفت است؛ چین مدل‌های هوش مصنوعی مانند DeepSeek R۱ را با ترکیه بر منابع داخلی تولید می‌کند، آمریکا بیش از ۱۰۹ میلیارد دلار سرمایه خصوصی در این حوزه تزریق کرده، اما ما هنوز درگیر بحث بر سر این هستیم که «ستاد ملی» تشکیل شود یا «سازمان ملی». این کشمکش‌ها نه‌تنها زمان طلایی کشور را از بین می‌برد، بلکه اعتماد بخش خصوصی و دانشگاه‌ها را نیز تضعیف می‌کند. نتیجه چنین وضعیتی، عقب‌ماندگی از رقبای منطقه‌ای است؛ مانند امارات که وزیر ویژه هوش مصنوعی دارد و بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار در این حوزه سرمایه‌گذاری کرده است، اما ایران به‌جای نقش‌آفرینی در مسیر رهبری فناوری، در حال تبدیل شدن به تماشاگر است و اگر این روند ادامه یابد، در پنج سال آینده وابستگی به فناوری خارجی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. در حالی که هوش مصنوعی، معادلات جنگ‌ها و اقتصاد جهانی را تغییر می‌دهد، ما هنوز درگیر جدال‌های داخلی بر سر ساختار مدیریتی آن هستیم و این واقعاً جای تأسف دارد.

وی در پاسخ به این پرسشش که دولت معتقد است ایجاد سازمان جدید، بار مالی دارد و با هدف چابک‌سازی دولت در تضاد است و آیا این ملاحظات، مانع رشد فناوری می‌شوند یا ضرورت دارند، گفت: این ملاحظات بیشتر شبیه به بهانه‌ای برای تبیلی ساختاری است. ایجاد سازمان جدید هزینه دارد، اما هزینه توسعه‌اندان هوش مصنوعی بسیار سنگین‌تر است؛ از دست دادن بازارهای صادراتی، افزایش بیکاری متخصصان و وابستگی امنیتی از نتایج همین تعلل است. اگر دولت واقعاً به چابک‌سازی اعتقاد داشت، ستاد فعلی را از حالت تشریفاتی خارج می‌کرد و به آن بودجه و اختیار می‌داد، نه اینکه مانع شکل‌گیری یک سازمان مستقل شود. در کشورهای پیشرفته، توسعه هوش مصنوعی بدون ایجاد نهادهای مستقل و دارای اختیارات اجرایی ممکن نبوده است. متأسفانه در ایران، ستاد فعلی بیشتر شبیه یک ساختار اداری بی‌اثر است که نه اختیار دارد و نه بودجه.

اختلاف‌نظر پاستور و بهارستان همچنان ادامه دارد

هوش مصنوعی در پیچ سیاستگذاری

تشکیل ستاد بهتر جواب می‌دهد یا سازمان؟

این تحلیلگر حوزه فناوری اطلاعات درباره اینکه ایجاد ستاد یا سازمان چه تفاوتی در سرعت تصمیم‌گیری، هماهنگی بین دانشگاه و صنعت و توسعه پروژه‌ها دارد، توضیح داد: از منظر علمی، سازمان مستقل مانند یک لابراتوار مرکزی عمل می‌کند؛ یعنی تمرکز منابع، دسترسی مستقیم به ابررایانه‌هایی مانند «سپیرمغ» و امکان جذب استعدادهای برتر. اما ستاد تنها نقش هماهنگ‌کننده اداری دارد و عملاً قدرت اجرایی ندارد؛ پروژه‌ها را نیز در لایه‌های بوروکراتیک متوقف می‌کند. از نظر مدیریتی، تفاوت این دو ساختار مانند تفاوت ژنرال و دستیار است. سازمان با داشتن اختیارات بودجه‌ای و حقوقی مستقیم، تصمیمات را سریع‌تر اجرا می‌کند؛ در حالی که ستاد باید از ده‌ها مسیر اداری عبور کند تا به نتیجه برسد. در حوزه هماهنگی دانشگاه و صنعت نیز سازمان می‌تواند پلنفرم‌هایی مانند سکوی ملی هوش مصنوعی را ایجاد کند تا ارتباط بین صنعت و دانشگاه برقرار شود، اما ستاد تنها درگیر جلسات بی‌پایان می‌ماند. در یک جمله، سازمان سرعت‌ساز است و ستاد کندکننده.



وی درباره اینکه در شرایط فعلی کدام مدل (ستاد یا سازمان) بهتر می‌تواند زیست‌بوم نوآوری و استارت‌آپ‌های هوش مصنوعی را حمایت و تقویت کند، گفت: بدون شک سازمان. ستاد فقط سیاستگذاری می‌کند، اما استارت‌آپ‌ها نیاز به بودجه، زیرساخت و بازار دارند. سازمان می‌تواند صندوق نوآوری هوش مصنوعی ایجاد کند، مانند مدل آمریکا که بنیاد ملی علوم (NSF) از آن حمایت می‌کند و استارت‌آپ‌ها را به اکوسیستم جهانی متصل کند. در شرایط تحریم، سازمان مستقل می‌تواند با تمرکز بر داده‌های بومی و مدل‌های متن‌باز، نوآوری را زنده نگه دارد، اما ستاد با موازی‌کاری و پراکندگی منابع، عملاً استارت‌آپ‌ها را خفه می‌کند. این انتخاب، انتخاب بین زندگی و مرگ زیست‌بوم هوش مصنوعی در ایران است.

«عبادی‌اصل» در پاسخ به این پرسشش که در کشورهای پیشرفته، ساختارهای مشابه ایران چگونه طراحی شده و چه نتایجی داشته‌اند و ایران چه درس‌هایی می‌تواند از آنها بگیرد، گفت: در آمریکا، سازمان‌های مستقلی مانند بنیاد ملی علوم (NSF) و آژانس پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته دفاعی (DARPA) توسعه هوش مصنوعی را با تمرکز بر تحقیق و کاربردهای دفاعی پیش برده‌اند که نتیجه آن رهبری جهانی با ۱۰۹ میلیارد دلار سرمایه خصوصی بوده است. در چین، «شورای دولتی هوش مصنوعی» با رویکرد متمرکز، مدل‌هایی مانند DeepSeek را توسعه داده و وابستگی به غرب را کاهش داده است. در انگلستان نیز «شورای ملی هوش مصنوعی» ذیل دولت فعالیت می‌کند، اما با بودجه کلان و تمرکز بر اخلاق و نوآوری، رتبه دوم آمادگی جهانی در حوزه AI را کسب کرده است.

درس‌های جهانی برای توسعه هوش مصنوعی

این فعال حوزه فناوری‌های نوین سپس به درس‌های تجرب ج جهانی برای ایران پرداخت و گفت: درس روشن برای ایران این است که باید سه اصل را رعایت کند: نخست، هماهنگی میان قوا؛ دوم، اختصاص بودجه مستقل و پایدار، نه وابسته به ستادهای موقت و سوم، تمرکز بر داده‌های بومی و جذب استعدادها. در واقع، ایران اکنون همان اشتباهی را تکرار می‌کند که آن کشورها ۱۰ سال پیش مرتکب شدند؛ یعنی موازی‌کاری نه‌ادی. در کوتاه‌مدت، پروژه‌هایی مانند سکوی ملی هوش مصنوعی متوقف می‌شوند، دانشگاه‌ها دچار سر درد می‌خواهند شد و

فرصت اندک برای استفاده از منابع نفتی

نگذاریم منابع ملی زیر زمین بماند

۱۳۹۹ بیش از ۱۷۰ میلیارد دلار از کشور خارج شده است، افزود: تنها در نیمه نخست سال ۱۴۰۲ نیز حدود ۱۲ میلیارد دلار خروج سرمایه داشته‌ایم، در حالی که حجم نقدینگی کشور به بیش از ۱۱ هزار هزار میلیارد تومان رسیده، این منابع به سمت سرمایه‌گذاری‌های مولد هدایت نمی‌شوند.

مدیر سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار شرکت ملی نفت ایران با تأکید بر اینکه مشکل ما کمبود پول نیست، مشکل بی‌اعتمادی است، گفت: دولت و قانونگذاران باید با ایجاد سازوکارهای شفاف و مطمئن، مردم را به مشارکت در پروژه‌های ملی ترغیب کنند. دانشگاه‌ها و دستگاه‌ها نیز توسعه‌ای نیز باید نقش تضمین‌کننده و اعتباربخش ایفا کنند.

مقیسه با اشاره به تعدد نهادهای نظارتی گفت: امروز عملکرد مدیران نفتی زیر سایه ۱۳ دستگاه نظارتی بررسی می‌شود. در چنین شرایطی، مدیران نمی‌توانند شجاعانه تصمیم بگیرند و بیشتر از رضایت دستگاه‌های نظارتی، نگران تصمیم برای منافع ملی‌اند. در هیچ شرکت بزرگی مثل آرامکو، اندوک یا توتال چنین فضای تصمیم‌گیری سبکی وجود ندارد، وی با بیان اینکه اگر می‌خواهیم صنعت نفت و گاز کشور دوباره نقش پیشران خود را بازیابد، باید این ریل را تغییر دهیم. مجلس، دولت و نهادهای نظارتی باید هم‌زمان بپذیرند که فرصت اندکی برای اصلاح مسیر باقی مانده است، گفت: نباید بگذاریم منابع ملی ما زیر زمین بماند و فرصت‌های تاریخی از دست برود. اگر امروز تصمیم نگیریم، فردا دیر خواهد بود. باید با همدلی و اصلاح نگرش، اعتماد عمومی را بازسازی و صنعت نفت را به جایگاه واقعی خود بازگردانیم.

تلفن مستقیم: ۰۸۶۰۷۳۳۹۰

همکاری‌ها فلج می‌شود، چون بودجه‌ها در حالت تعلیق باقی می‌مانند. در بلندمدت نیز از دست رفتن استعداها و بی‌اعتمادی سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی را شاهد خواهیم بود. علاوه بر آن، سرمایه‌گذاران خارجی در کشوری که ساختار هوش مصنوعی آن هر سال تغییر می‌کند، تمایل به سرمایه‌گذاری نخواهند داشت. این در حالی است که عربستان بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار در این حوزه سرمایه‌گذاری کرده، ایران هنوز نتوانسته حتی بودجه ۴ هزار میلیارد تومانی سال ۱۴۰۴ را جذب کند. نتیجه این روند، عقب‌ماندن پروژه‌های ملی، انزوای دانشگاه‌ها و خروج سرمایه‌ها به کشورهای منطقه مانند ترکیه و امارات است.

به گفته عابدی اصل، این وضعیت نوعی «خودکشی استراتژیک» برای زیست‌بوم هوش مصنوعی کشور است.

به گفته وی، در حوزه امنیت دیجیتال، نبود هوش مصنوعی بومی، کشور را به ابزارهای خارجی وابسته می‌کند و خطر هک و جاسوسی را افزایش می‌دهد. در اقتصاد، سهم هوش مصنوعی از تولید ناخالص جهانی تا سال ۲۰۳۰ به حدود ۱۵ تریلیون دلار خواهد رسید، اما ایران با این تأخیرها، رشد ۲ تا ۳ درصدی خود را از دست خواهد داد و نرخ بیکاری متخصصان افزایش می‌یابد. بخش صنعت نیز بدون به‌کارگیری هوش مصنوعی در بهینه‌سازی فرآیندها، بهره‌وری پایین خواهد ماند و رقبا مانند چین از ایران پیشی خواهند گرفت. این تأخیرها نه‌تنها به عقب‌ماندگی منجر می‌شوند، بلکه تهدیدی وجودی از منظر امنیت ملی، اقتصادی و فناوریانه محسوب می‌شوند. با این حال به نظر می‌رسد مدل ترکیبی می‌تواند بهترین گزینه برای توسعه هوش مصنوعی در ایران باشد؛ اختیارات اجرایی کامل و بودجه سالانه ۱۰ هزار میلیارد تومانی، در کنار ستادی که نقش مشورتی داشته باشد. تمرکز این ساختار باید بر سه محور باشد: داده‌های بومی با قانون حفاظت، زیرساخت پردازشی با توسعه ابررایانه‌های داخلی و ایجاد اکوسیستم استارت‌آپی با مشوق‌های مالیاتی.

هوش مصنوعی در زمین دولت و آسمان مجلس

او در پایان هوش مصنوعی را سرگردان میان زمین دولت و آسمان مجلس دانست و گفت: در صورت تداوم تصمیمات متناقض و نبود هماهنگی میان قوا، آینده هوش مصنوعی در ایران تاریک و ناامیدکننده خواهد بود. در این وضعیت، ایران در سطح مدل‌های ساده باقی می‌ماند و توان رقابت با منطقه و جهان را از دست می‌دهد. در حالی که امارات و عربستان با سرعت در حال پیشرفت هستند، ایران بدون تغییر رویکرد، تنها نظاره‌گر خواهد بود. اگر قوا متحد شوند، استعدادها حفظ و بودجه لازم تأمین شود، امکان رقابت وجود دارد؛ در غیر این صورت، طی پنج سال آینده، کشورمان به فناوری‌های خارجی وابسته و از مسیر پیشرفت جهانی خارج خواهد شد. در این راستا، همکاری دانشگاه‌ها باید الزامی و پیوند دیپلماسی هوش مصنوعی با کشورهایی مانند چین و روسیه برای کاهش اثر تحریم‌ها جدی گرفته شود. همچنین مجلس و دولت نیز به جای تقابل، بهتر است هماهنگی راهبردی داشته باشند. در صورت اجرای این مدل، ایران می‌تواند ظرف سه سال به جایگاه برتر منطقه‌ای در حوزه هوش مصنوعی برسد.

اصلاحیه

در آگهی چاپی شده نوبت دوم اداره ثبت اسناد و املاک سنددرج روزنامه فرصت امروز به تاریخ ۱۴۰۳/۸/۰۵-۱ شش‌دشاد یک قطعه زمین مزروعی به نام آقای صالح الهی منش فرزند حبیب اله صادره سنددرج به مساحت شش‌دشادگ ۱۹۶۲/۹۴ (یک هزارو نهصدو شصت و سه میز نو د و چهار) ترمربع یک اکره شماره ۸۶۶ فرعی از ۴۳- اصلی بخش ده منطقه ۲ سنددرج صحت می باشد

آگهی ابلاغ کارگاه / شرکت ارسا ساختمان

باتوجه به درخواست بازنشستگی پیش از موعد رضا غلایی در کارهای سخت و زیان آور که در جلسه کمیته بدوی اسانی مورخ ۱۴۰۳/۷/۲۱ این اداره کل مطرح شده ، شغل انباردار از تاریخ ۹۰/۶/۱ لغایت ۹۴/۹/۱۳ مورد تایید قرار گرفته است. لذا مطابق با تبصره ۵ ماده ۸ تصویب نامه هیئت محترم وزیران، رای مذکور ظرف مدت ۱۵ روز اداری از تاریخ ابلاغ نامه با ارائه تقاضای کتبی (فرم شماره ۴) قابل تجدید نظر خواهی می باشد و در غیر این صورت رای مذکور مقفل و لازم الاجراست.

اداره کل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر

مفقودی

پروانه اشتغال به کار مهندسی (شخص حقیقی) در رشته مهندسی معماری با شماره عضویت ۱۰۷۵۹-۱-۱-۳۷- و شماره پروانه اشتغال ۰۰۳۳۸-۱۱۰-۲- به نام کارمان میثاقی راد به شماره شناسنامه ۰۸۶۲۵۵-۰۸۶۲۵۰۰۴۷۸ و کد ملی ۰۸۶۱۵۵-۴۷۸۰۰۸۶۲۵۰ متولد ۱۳۷۱ صادره از گلستان مفقود شده و از درجه اعتبار ساقط می گردد.

گرمگان

مفقودی

برگ سبز و برگ کمیابی خودرو سواری دنا مدل ۱۴۰۳ رنگ مشکی متالیک به شماره شاسی NAAW۶۱HYERDF۴۵۵۵ و شماره موتور ۸۳۲۲۳۳۹ بشماره انتظامی ۱۵۳H۰۰۲۲۹۶۴ و شماره انتظامی ۴۰۱۵۳۵۵ ن ۵۳۵ به نام عرفان ازتری عراقی مفقود گردیده است و فاقد اعتبار است.

مفقودی

کارت هوشمند بنز کمبرس بشماره ۲۲۱۰۰۷۰ بنام مسعود صادقی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

۱۳۰/د

مفقودی

کارت هوشمند کامیون دناک فگ کشنده بشماره ۲۲۲۲۲۲۹ بنام اکبر رضایی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

۱۳۰/ص

مفقودی

شناسنامه (برگ سبز) خودرو سواری سیستم سمدن تیب ایکس ۷ مدل ۱۳۸۳ بشماره موتور ۶۴۴-۶۵۵۲۸۰۰۲۹۹۴ از تاریخ ۱۹ آبان ۱۹ متعلق به زهره اختری فرزند غلامعلی با شماره ملی ۰۱۹-۲۱۰۴۲۵۹۰۰۲۹۹۴ در تاریخ ۱۶/۷/۱۴۰۴ در کرمانشاه به سرقت رفته است . در صورت مشاهده به شماره زیر اطلاع و مزدگانی دریافت نمایند.

۰۹۱۰۱۴۳۹۰۳ (زهره اختری

با تأکید بر ارتقای زیرساخت‌های امنیتی و با حضور مییزان سازمان و بنادر؛

میزی سیستم امنیت اطلاعات (ISMS) در بندر امیر آباد برگزار شد



ساری – دهقان: با تأکید بر ارتقای زیر ساخت های امنیتی و با حضور مییزان سازمان و بنادر، مییزی از سیستم امنیت اطلاعات (ISMS) به مدت دو روز در بندر امیرآباد برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی امیرآباد، این مییزی به مدت دو روز در بندر امیرآباد با هدف بررسی امنیت شبکه و ساختار هوشمندسازی بنادر و با محوریت کنترل دقیق پیاده‌سازی فرهنگ امنیت اطلاعات و امنیت داده تشکیل و وضعیت زیر ساخت ها و امنیت شبکه و اطلاعات (ISMS) توسط نمایندگان و مییزان فناوری اطلاعات و اتباطات رصد و مورد ارزیابی قرار گرفت. در ابتدای این نشست، محمدعلی موسی‌پور گرچی، مدیرکل بنادر و دریانوردی امیرآباد، با تشریح حوزه عملکردی فناوری اطلاعات و ارتباطات ، بر اهمیت ارزیابی ریسک، پیاده‌سازی سیاست سازمان بنادر و دریانوردی و کنترل دقیق فرآیندهای امنیت اطلاعات تأکید کرد. وی با اشاره به نقش بنادر به عنوان شریان حیاتی تبادل کالا و تأمین نیازمندی مردم، خاطر‌نشان کرد: امنیت شبکه و داده‌ها از الزامات هر سازمان می باشد و باید بصورت مداوم و در همه شرایط آماده به کار باشد و خللی در فرآیندهای بندری ایجاد ننماید، زیرا کوچکترین خلل و قطعی سیستم ها، روند جریان کالا را کند و مستقیماً در زندگی مردم تأثیر گذار خواهد بود. موسی‌پور گرچی خطاب به تیم مییزی عنوان کرد: انجام مییزی ها سبب می شود تا نواقص و چالش های هر

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان مرکزی خبر داد:

لایروبی ۱۵۰ کیلومتر از رودخانه‌ها بالادست سدهای استان مرکزی



اراک-فرناز امیدی: مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان مرکزی گفت: بیش از ۱۵۰ کیلومتر از رودخانه‌های بالادست سدها از زمستان سال گذشته تاکنون، لایروبی شده و مجوز ۳۰ هفته چاه پدافندی برای شرکت آبفاخذ شد که حدود ۲۷ قحله از این تعداد هنوز وارد مدار نشده‌اند و نتیجه این اقدامات اجرایی نشدن جیره بندی ۱۴۰۳ و گذر از پیک مصرف ۱۴۰۴ بوده است. حسین اسدی درخصوص وضعیت بارندگی در استان مرکزی افزود: میانگین بارش در استان مرکزی در حالت نرمال ۲۷۰ میلیمتر است، ولی در سال این گذشته، این میزان به ۱۸۰ میلیمتر رسید و ما در حال حاضر پنجمین سال خشکسالی را سپری می کنیم. وی ادامه داد: ۱۰۰ درصد شهرها و ۸۶ درصد روستاهای استان دارای آب شرب و بهداشتی هستند. تا قبل از سال ۸۰ کل تأمین آب استان از منابع زیرزمینی بود ولی با توجه به برنامه ریزی هایی که صورت گرفت، سد القدر ساوه و سد کمال صالح احداث شد و آب‌رسانی از سد کوچری انجام شد و توانستیم بخشی از تأمین آب شرب و بهداشتی اراک، خمین، محلات، نیمور، دیجان و ساوه را از این محل‌ها تأمین کنیم. آب‌رسانی

در اولین جلسه بیست و پنجمین دوره هیئت مدیره؛

رییس جدید کانون وکلای دادگستری آذربایجان شرقی انتخاب شد



فرصت امروز – ماهان فلاح: وکیل حسین عبدالله پور اقدم شریانی بعنوان رییس جدید کانون وکلای دادگستری آذربایجان شرقی انتخاب شد. اولین جلسه بیست و پنجمین دوره هیئت مدیره کانون وکلای دادگستری آذربایجان شرقی شنبه سوم مهرماه بلافاصله پس از تحویل و تحول هیئت مدیره، با حضور حسن فرویدی نیا، اکبر رزایپور فرد، جواد فتحی، حسین عبدالله پور اقدم شریانی و بابک بابازاده تشکیل شد. دستور جلسه، انتخابات داخلی هیئت مدیره بود که با اتفاق آراء اعضای هیئت، جناب وکیل «حسین عبدالله پور اقدم شریانی» بعنوان رئیس هیئت مدیره و رئیس کانون وکلای دادگستری آذربایجان شرقی انتخاب و معرفی شد. جناب وکیل حسین عبدالله پور اقدم شریانی، ریاست دوره ۲۲ هیئت مدیره را نیز در سوابق خود دارد.

تلاش‌های مستمر راهداری گیلان در جهت تسهیل ترافیک و رفاه مردم؛ پروژه تعریض پل تخته پل رشت در دست اقدام



رشت – زهرا رضاده: مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان گیلان در خصوص پروژه تعریض پل تخته پل رشت اعلام کرد: «داره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان گیلان با تمام توان در حال پیگیری پروژه تعریض پل تخته پل رشت است تا ضمن کاهش مشکلات ترافیکی در محور رشت-پیربازار، آسایش و ایمنی بیشتری را برای رانندگان و ساکنان این منطقه فراهم آورد.» وی افزود: «با توجه به رشد چشمگیر ترافیک و لزوم تعریض پل، تخته پل، این پروژه به عنوان یکی از اولویتهای اساسی اداره کل راهداری گیلان در جهت تسهیل تردد و رفع مشکلات ترافیکی در این محور در دستور کار قرار گرفت. طی بیش از یک سال گذشته، اداره کل راهداری استان با

پس از انجام تعمیرات میان‌دوره ای:

واحد دو بخار نیروگاه نکا به مدار تولید بازگشت



توان عملی واحدها تا اواخر اردیبهشت سال ماه آینده اجرا خواهد شد. وی با سخت و دشوار توصیف کردن تعمیرات، نگهداری و بهره برداری واحدهای نیروگاه نکا گفت: از عمر واحدهای نیروگاه ۴۵ سال میگذرد و تجهیزات آن بدلیل عمر بالا و کارکرد زیاد فرسوده شدند و حفظ آمادگی

رئیس نت شرکت نفت و گاز مارون منصوب شد



اهواز – شبنم قجاوند: آئین تودیع و معارفه رئیس نگهداری و تعمیرات شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون برگزار و بهزاد ناصری کریموند به عنوان رئیس جدید این اداره معارفه و منوچهر حیدری نیا به عنوان رئیس پیشین تودیع شدند. مدیر عامل این شرکت جایگاه های سازمانی را امتحانی گرانپهرا برشمرد که در اختیار واجدین شرایط قرار دارند و باید در زمان تصدی به بهترین نحو و در راستای تحقق اهداف آن سازمان راهبری شوند. مهندس قیاد ناصری: بهره مندی شرکت از مدیران و روسای کارآمد یکی از مهمترین عوامل دستیابی به تولید پایدار و هموار شدن مسیر برای پیشبرد اهداف توسعه ای است که نگهداری و تعمیرات از ارکان مهم و تأثیر گذار بر این روند می باشد. باقر قاسمی، مدیرعملیات شرکت بهره برداری

افزایش ۳۲ درصدی فروش محصولات پتروشیمی آریاساسول

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: آریا در سامانه کدال صورت‌های مالی ۶ ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ۱۴۰۴ خود را منتشر کرد که به ازای هر سهم ۳۸۳ تومان سود ساخته است. در دوره شش ماهه فروش شرکت معادل ۲۹،۸۴۶ میلیارد تومان بوده که نسبت به دوره مشابه سال گذشته ۳۲ درصد رشد داشته است. سود ناخالصی دوره شش ماهه این شرکت معادل ۱۰،۳۰۵ میلیارد تومان است که نسبت به سال گذشته دارای ۲۱ درصد رشد بوده است. همچنین آریا در طی دوره شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ۱۴۰۴ به سود عملیاتی ۶،۹۲۹ میلیارد تومانی دست پیدا کرد که نسبت به دوره مشابه گذشته ۴ درصد رشد داشته است. همچنین این شرکت معادل ۱،۴۶۴ میلیارد تومان هزینه مالیات در صورت سود و زیان خود شناسایی کرده که عمدتاً به‌دلیل حذف معافیت‌های مالیاتی در صنعت شیمیایی است. بررسی روند درآمدی آریا طی دوره‌های ۶ ماهه سال جاری و سه سال گذشته نشان می‌دهد که مبلغ فروش در طی این سال‌ها روند صعودی داشته است. شرکت پلیمر آریا ساسول با بهره مندی از امکانات روز و پیشرفته دنیا، سالانه ۱،۱۰۰،۰۰۰ تن اتیلن در واحد الفین، ۳۷۵،۰۰۰ تن پلی اتیلن سبک (۹ گرید تحت لیسانس استامی کربن هلند) در واحد LDPE و ۳۷۵،۰۰۰ تن پلی اتیلن متوسط و سنگین (۱۰ گرید تحت لیسانس بازل آلمان) در واحد MD/HDPE خود تولید می کند.

مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی خبر داد:

هشدار دامپزشکی استان مرکزی در خصوص افزایش کانونهای تب برفکی

اراک – فرناز امیدی: دامپزشکی استان مرکزی، با توجه به ابتاش دام در برخی دامداری ها و خط افزایش برخی بیماری ها از جمله تب برفکی در استان هشدار صادر کرد. محمد فتاحی افزود: نیاز است دامداران برای جلوگیری از شیوع این بیماری در استان اقدامات بهداشتی، انجام واکسیناسیون دام ها و ضد عفونی جایگاه دام در دامداری ها و روستاها را جدی گرفته و از نقل و انتقال دام به صورت غیر بهداشتی و بدون هماهنگی با دامپزشکی به شدت خودداری کنند. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی خاطر نشان کرد: شیوع این بیماری در سطح کشور و استان خسارت های اقتصادی جبران ناپذیری را برای دامداران به همراه دارد. وی ادامه داد: عدم نقل و انتقال غیر مجاز دام در استان در کنار اجرای طرح های واکسیناسیون و ضد عفونی دامداری ها تأثیر بسزایی در جلوگیری از شیوع این بیماری در استان دارد. فتاحی بیان داشت: اجرای طرح پایش فعال توسط نیروهای دامپزشکی استان و غیر فعال توسط بخش خصوصی و دامداران، آموزش دامداران برای دفن بهداشتی دام های تلف شده و جلوگیری از رهاسازی دام های تلف شده در طبیعت، هماهنگی با دهیاران برای دفن بهداشتی و تهیه سمپاش برای ضد عفونی جایگاه دام ها و دامداری ها در سطح روستاهای استان از دیگر برنامه های اداره کل دامپزشکی برای مقابله با این بیماری در استان است. وی همچنین به دامداران استان توصیه کرد که ضمن رعایت اصول امنیت زیستی، از خرید و فروش و جابجایی و حمل و نقل دام بدون ضابطه، تماس با دلالان دام و میادین دام و حضور در مناطق پر خطر و پرترکم دام به شدت خودداری نمایند و هرگونه تلفات را به شکل بهداشتی دفن نموده و موارد مشکوک را به سرعت به دامپزشکی محل اطلاع رسانی نمایند.

پیشرفت ۷۰ درصدی پروژه احداث پست برق ۴۰۰ کیلوولت جندی‌شاپور دزفول

اهواز – شبنم قجاوند: معاون طرح و توسعه شرکت برق منطقه‌ای خوزستان از پیشرفت ۷۰ درصدی احداث پست ۴۰۰ کیلوولت جندی‌شاپور دزفول خبر داد. احمدرضا بخشی بیان کرد: پست برق ۴۰۰ به ۱۳۲ کیلوولت جندی‌شاپور از پروژه‌های حیاتی جهت گذر از موج صرف تابستان ۱۴۰۵ است که عملیات اجرایی آن در حال انجام است. وی افزود: ظرفیت پست مذکور ۶۳۰ مگاوات آمپر است که ترانس اول ۲۱۵ مگاوات آمپر نصب و مونتاژ گردیده و ترانس دوم نیز روی فونداسیون مستقر گردیده است. معاون طرح و توسعه شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: این پروژه بزرگ، دومین پست ۴۰۰ کیلوولت شهرستان دزفول است که نقشی اساسی در تأمین و پایداری برق شهرستان دزفول و شمال خوزستان ایفا خواهد کرد. به گفته بخشی، تمام تلاش شرکت این است که با رف محدودیت‌ها که مهم‌ترین آن تأمین اعتبار و رفع کمبود نقدینگی است، پروژه برای تابستان ۱۴۰۵ وارد مدار شود.

تأکید استاندار گلستان بر جلوگیری از برگشت اعتبارات استان

گرگان -نادر کرمی-در دیدار مدیرکل و معاونین دیوان محاسبات استان با علی‌اصغر طهماسبی، استاندار گلستان، موضوعات مربوط به مدیریت منابع مالی، جذب اعتبارات و ساماندهی املاک تملک‌دارایی استان مورد بررسی قرار گرفت.استاندار گلستان در این نشست با تأکید بر ضرورت پیگیری فعال مدیران دستگاه‌های اجرایی در سطح ملی گفت: مدیران استان باید با پیگیری از وزارتخانه‌های خود بتوانند سهم گلستان را از برش ملی دریافت کنند؛ عقب‌ماندگی‌های استان زمانی جبران می‌شود که از ظرفیت‌های ملی به درستی بهره ببریم.علی‌اصغر طهماسبی به لزوم دقت در هزینه‌کرد اعتبارات اشاره کرد و افزود: مدیران مالی دستگاه‌ها نباید اجازه دهند اعتبارات جذب‌شده به دلیل بی‌توجهی برگشت داده شود. طهماسبی در بخش دیگری از سخنان خود به موضوع املاک تملک‌دارایی اشاره کرد و گفت: در سنوات گذشته برخی موارد شناسایی نادرست املاک موجب بروز مشکلاتی شده بود که با کارشناسی مجدد و صحت‌سنجی املاک وضعیت مالکیت آن‌ها مشخص شد.استاندار گلستان در پایان با اشاره به شرایط اقتصادی کشور اظهار داشت: دولت در این شرایط سخت تأمین اعتبارات را برای استان‌ها ادامه می‌دهد و بدون تردید تنها با وحدت، انسجام و وفای میان مدیران و دستگاه‌ها می‌توان از این روزهای دشوار عبور کرد.

آغاز رسمی فرآیند انتخابات شوراهای گلستان با تأکید بر دقت و سلامت اجرایی

گرگان -نادر کرمی-نخستین جلسه ستاد انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا در استان گلستان، به ریاست طهماسبی استاندار و با حضور حمیدی معاون سیاسی امنیتی و اجتماعی استاندار و رئیس ستاد انتخابات استان، اعضای ستاد انتخابات و حضور و بیماری فرمانداران و بخشداران سراسر استان برگزار شد.در این نشست معاون استاندار و رئیس ستاد انتخابات استان، ضمن ارائه گزارشی از اقدامات انجام‌شده در دبیرخانه ستاد انتخابات، با اشاره به پیگیری‌های نرم‌افزاری، مکاتبات اداری و آموزش‌های تخصصی، از آمادگی کامل استان برای ورود به مرحله اجرایی انتخابات خبر داد.وی با بیان ویژگی‌های خاصی این دوره از انتخابات، بر ضرورت شناسایی شعب اخذ رأی دارای نواقص، تکمیل زیرساخت‌های فرمانداری‌ها و بخشداری‌ها، و انتخاب افراد مؤثر و معتمد شهرستان برای همکاری در فرآیند انتخابات تأکید کرد.حمیدی اظهار داشت: فرمانداران باید از هم‌اکنون نسبت به رصد فضای شهرستان و جلوگیری از تخلفات احتمالی اقدام کنند.معاون استاندار همچنین خواستار تقویت سازوکارهای نظارتی و اولویت‌بخشی به موضوع انتخابات در برنامه‌های اجرایی شهرستان‌ها شد و خاطر‌نشان کرد: دولت وفای ملی با محوریت سلامت مدیران، هیچ‌گونه تخلفی را در حوزه‌های اجرایی نمی‌پذیرد و فرمانداران باید با حساسیت و دقت، استقلال و سلامت فرآیند انتخابات را تضمین کنند.در پایان رئیس ستاد انتخابات با اشاره به نقش کلیدی رهنمودهای استاندار محترم در هدایت مسیر اجرایی، آغاز رسمی فرآیند انتخابات شوراهای اسلامی شهر و روستا در استان گلستان را اعلام کرد

فرونشست زمین و شکستگی‌های بافت تاریخی یزد، نتیجه نبودمنابع آب پایدار

یزد – سید محمد جواد عرفان فر: نماینده مردم یزد، اشکذر، زارچ و بخش ندوشن با اشاره به پروژه ۱۵ ساله مجتمع آب‌رسانی امام حسین (ع) خراب‌باد شهرستان اشکذر و شرایط تنش‌زای آب در تابستان گذشته، خواستار تکمیل فوری رینگ شهری، تسریع در خط انتقال آب خراسان و برقراری عدالت کیفی و کمی آب برای تمام مردم شد. در مراسم بهره برداری از مخزن ۱۵هزار متر مکعبی شهید موسوی با حضور آیت الله ناصری نماینده ولی فقیه در استان، محمد رضا بابایی استاندار یزد و هاشم امینی مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، نماینده مردم یزد، اشکذر، زارچ و بخش ندوشن، با ارائه گزارشی صریح و بکران کننده، وضعیت آب استان و شهرستان یزد را در نقطه بحرانی توصیف کرد و خواستار اقدامات عاجل و بنیادین شد. دکتر جوکار با اشاره به تنش شدید آبی در تابستان گذشته، اظهار داشت: اینکه می‌گویم تابستان را مدیریت کردیم، باید بگویم با چه شرایط سختی، در برخی مواقع، ارتفاع آب در مخازن ما به ۹۰ سانتی‌متر رسید و یک قطعی برق می‌توانست ما دچار مشکل کند. رئیس مجمع نمایندگان استان با انتقاد شدید از نبود عدالت در توزیع آب در سطح شهر یزد، افزود: در شهر یزد نه عدالت در کیفیت آب وجود دارد و نه عدالت در توزیع کمی آب، در برخی مناطق فشار آب بالاست و در برخی مناطق اصلاً آب از لوله بیرون نمی‌آید. کیفیت آب در مناطقی که از چاه‌های کشاورزی تأمین می‌شود، به شدت پایین است. این بی‌عدالتی باید پایان یابد. دکتر جوکار بحران آب را فراتر از یک مشکل خدماتی و یک تهدید وجودی برای شهر یزد دانست و هشدار داد: افت سالیانه مخازن آب زیرزمینی چیزی برای ما باقی نگذاشته است. فرونشست‌های زمین، شکستگی‌هایی که در بافت تاریخی ما ایجاد شده و فروچاله‌هایی که شاهد آن بودیم، آینده بسیار بدی را در برابر ما قرار داده است. اصل موضوع، تأمین آب پایدار است.

و سناریوهای پیش‌روی اداره کل فناوری اطلاعات سازمان را در سطوح و شرایط مختلف برای مییزان و کارشناسان تشریح نمود. بر اساس این گزارش ، در جلسه اختتامیه این مییزی دو روزه ، ابتدا موارد بهبود ، توسعه زیرساخت و عدم انطباق‌ها با جزئیات کامل برای مدیرکل و مسئولین بندر امیرآباد تشریح شد و مقرر شد تمامی نقاط قوت و ضعف طی گزارشی مکتوب نیز برای مدیر کل بندر امیرآباد ارسال گردد تا در سریع‌ترین زمان ممکن نسبت به رفع همه موارد عدم انطباق ، از سوی اداره فاوی بندر رسیدگی و اقدام لازم صورت پذیرد تا در مییزی‌های آتی شاهد هیچ نقصی نباشیم. محمد علی موسی پور گرچی ، مدیرکل بندر امیرآباد نیز در جمع‌بندی این نشست و با تقدیر از زحمات مییزان و همکاری واحدهای مختلف بندر در این مییزی ، اظهار داشت: نتیجه بصری این مییزی نشان از رشد و تلاش همکاران در بهبود وضعیت موجود را نشان می دهد و این مییزی به ما کمک کرد تا نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی و در صدد رفع عدم انطباق ها بر آییم. وی همچنین در پایان از تمام تلاش و زحمات همکاران اداره فناوری اطلاعات و ارتباطات بندر امیرآباد به عنوان همکارانی امین و قابل اعتماد تقدیر کرد و افزود: اقدامات انجام‌شده در سال جاری در بندر امیرآباد نشان از زحمات بی شائبه همکاران در این حوزه دارد و پیگیری‌های این همکاران منجر به دستیابی به نتایج بسیار مطلوبی در حوزه IT و شبکه شده است.

بهداشتی مورد نیاز استان را بتوانیم از آب‌های سطحی فراهم کنیم. اسدی با اشاره به پیگیری طرح جامع آب‌رسانی به فلات مرکزی از دریای عمان و خلیج فارس و انتقال آب بین حوزه ای اظهار کرد: بازچرخانی پساب برای رهاسازی آب بهداشتی از صنایع و تأمین آب صنعت از این محل در دستور کار است و از استان های پیشرو در بازچرخانی پساب هستیم. بالاشگاه و پتروشیمی سازند و صنایعی در خمین این مهم را عملیاتی کرده اند. وی با بیان اینکه متشکل برای تأمین آب پروژه های مسکونی جدید در اراک که حدود ۱۱ هزار واحد است نخواهیم داشت، گفت: ۹۱ درصد از آب مصرفی استان در حوزه کشاورزی استفاده می شود و اگر این بخش فقط ۱۰ درصد صرفه جویی کند نباید اصلاً مشکل آب شرب داشته باشیم که در این حوزه، تغییر نوع کشت و تغییر نوع آبیاری پیگیری می شود. اسدی با اشاره به اجرای برنامه سفیران آب در قالب تقاهم وزارت نیرو و آموزش و پرورش در استان اجرا می شود در راستای آگاهی سازی در حوزه مصرف بهینه آب و اجرای طرح داباب گفت: در نتیجه اجرای طرح داباب ۵ اختراع در سطح کشور به ثبت رسیده است.

همچنین جناب وکیل «اکبر رزایپور فرد» بعنوان نایب رییس، جناب وکیل «بابک بابازاده» بعنوان بازرس، و جناب وکیل «جواد فتحی» بعنوان دبیر هیئت مدیره و جناب وکیل «حسن فرویدی نیا» بعنوان عضو اصلی هیئت مدیره انتخاب و معرفی شدند. شایان ذکر است تمامی انتخابات یاد شده به اتفاق آرای اعضاء صورت گرفت. مدیریت دفتر نمایندگی روزنامه در استان آذربایجان شرقی و کارکنان و خبرنگاران سرپرستی این جریده بومیه سراسری حسن انتخاب آقای دکتر شریانی به سمت ریاست کانون وکلای دادگستری آذربایجان شرقی را به ایشان، جامعه وکلای استان و نیز همکاران وی در ترکیب ارکان و هیئت مدیره و بازرسان از جمله آقایان دکتر بابازاده، دکتر رضایپورفرد و دکتر فتحی صمیمانه تبریک و تهنیت عرض می نمایند.

همکاری و رایزنی‌های مستمر، توانست مجوزهای لازم را از سازمان راهداری اخذ کرده و فرآیند مطالعات و پیگیری‌های قانونی پروژه را به اتمام برساند.» مرادی در ادامه اظهار داشت: «با توجه به نیاز به تاییدیه‌های تخصصی و هماهنگی با وزارت نیرو و شرکت سهامی آب منطقه‌ای، مراحل تصویب و اخذ مجوزهای لازم کمی طولانی شد. اما خوشبختانه پروژه به مرحله اجرایی رسید و در همراه سال جاری، پیمانکار پروژه مشخص گردید.» مدیر کل راهداری گیلان در پایان خاطر نشان کرد: «پسین پروژه به‌عنوان یکی از طرح‌های مهم در زمینه بهبود زیرساخت‌های جاده‌ای، با تخصیص اعتبار و نظارت مستمر به پیش خواهد رفت تا شاهد کاهش ترافیک و بهبود وضعیت راههای استان باشیم.»

همکاری و رایزنی‌های مستمر، توانست مجوزهای لازم را از سازمان راهداری اخذ کرده و فرآیند مطالعات و پیگیری‌های قانونی پروژه را به اتمام برساند.» مرادی در ادامه اظهار داشت: «با توجه به نیاز به تاییدیه‌های تخصصی و هماهنگی با وزارت نیرو و شرکت سهامی آب منطقه‌ای، مراحل تصویب و اخذ مجوزهای لازم کمی طولانی شد. اما خوشبختانه پروژه به مرحله اجرایی رسید و در همراه سال جاری، پیمانکار پروژه مشخص گردید.» مدیر کل راهداری گیلان در پایان خاطر نشان کرد: «پسین پروژه به‌عنوان یکی از طرح‌های مهم در زمینه بهبود زیرساخت‌های جاده‌ای، با تخصیص اعتبار و نظارت مستمر به پیش خواهد رفت تا شاهد کاهش ترافیک و بهبود وضعیت راههای استان باشیم.»

هنر مدیریت هر نوع بحران تجاری

هنر تبدیل کردن آشوب به فرصتی برای شفافیت، یادگیری و بازسازی را به کمال رسانده اند.

فرمان اول: جذب وحشت

در لحظات اولیه یک بحران (خواه یک نقص فنی فاجعه بار باشد یا یک خبر ویرانگر رسانه ای) اولین چیزی که در سراسر سازمان پخش می شود، نه اطلاعات، بلکه احساسات است: ترس، عدم اطمینان و وحشت.

در چنین شرایطی وظیفه شماره یک رهبر تبدیل شدن به یک ضربه گیر روانی برای کل سازمان است. او باید با آرامش و ثبات خود موج اولیه وحشت را جذب کرده و از سرایت آن به بدنه تیم جلوگیری کند. اگر رهبر آرامش خود را از دست بدهد، این سیگنال را به همه می فرستد که وضعیت از کنترل خارج شده و هر کس باید به فکر نجات خود باشد. این لحظه‌ای است که یک تیم، به مجموعه ای از افراد وحشت زده تبدیل می شود. یک رهبر بزرگ نه تنها آرامش خود را حفظ می کند، بلکه یک تصویر واقع بینانه اما امیدوارکننده از مسیر پیش رو ارائه می دهد. او اذعان می کند که شرایط دشوار است، اما همزمان این باور را تزریق می کند که تیم، توانایی، استعداد و اراده لازم برای عبور از این چالش را در اختیار دارد.

فرمان دوم: شفافیت رادیکال

بزرگ ترین متحد ترس خلأ اطلاعاتی است. وقتی کارکنان، مشتریان و سرمایه گذاران اطلاعاتی در مورد آنچه در حال وقوع است نداشته باشند، ذهن آنها به طور خودکار بدترین سناریوهای ممکن را تصور می کند. در این شرایط، سکوت یا ارائه پیام های مبهم و شرکتی به منزله ریختن بنزین بر روی آتش شایعات و بی اعتمادی است. یک رهبر شجاع، به جای پنهان شدن، پا به

نویسنده: علی آل علی

یک بحران هرگز به صورت ناگهانی ضغف ها را در یک سازمان خلق نمی کند؛ بلکه آنها را با نوری بی رحمانه و خیره کننده آشکار می سازد. بحران مانند یک دستگاه MRI عمل می کند که تمام ترک های مویی، ضعف های ساختاری و تومورهای فرهنگی پنهان در کالبد یک کسب و کار را که در روزهای آرامش و کامیابی نادیده گرفته شده بودند، به یکباره به تصویر می کشد.

در لحظات ثبات و رشد پنهان شدن در پشت عناوین مدیریتی، سخنرانی های الهام بخش و نمودارهای فروش صعودی کار دشواری نیست، اما وقتی توفان از راه می رسد و کشتی سازمان به شدت به تلاطم می افتد، دیگر هیچ جایی برای پنهان شدن وجود ندارد. در این لحظات آشوب و عدم قطعیت تمام نقاب ها کنار می رود و جوهره واقعی یک رهبر در مقابل چشم همگان عریان می شود.

بسیاری به اشتباه مدیریت بحران را مجموعه ای از تکنیک های کنترل آسیب و روابط عمومی می دانند، اما این دیدگاه به طرز خطرناکی سطحی است. مدیریت بحران یک آزمون شخصیت در مقیاسی بزرگ است؛ یک آزمایشگاه حقیقت که در آن توانایی یک رهبر برای برقراری ارتباط صادقانه، تصمیم گیری شجاعانه در میانه مه و نشان دادن همدلی واقعی به زیر ذره بین می رود.

این همان بزنگاهی است که مرز میان یک مدیر معمولی و یک رهبر تجاری ماندگار را ترسیم می کند. سازمان هایی که از دل یک بحران قوی تر، متحدتر و معتبرتر از همیشه بیرون می آیند، آنهایی نیستند که از توفان فرار کرده اند، بلکه آنهایی هستند که رهبران‌شان

نویسنده: علی آل علی

یک شب در دنیای بازاریابی پرسه می زنده، شب جایگزینی. این داستان ترسناک را همه ما شنیده ایم: الگوریتم های هوشمند و خودکار روزی از راه خواهند رسید، میزهای ما را تصاحب خواهند کرد و تمام وظایف خلاقانه و استراتژیک ما را با سرعتی مافوق انسانی به انجام خواهند رساند. این روایت، اگرچه جذاب و دراماتیک است، اما یک تصویر کاملاً اشتباه از انقلابی است که همین حالا در بدن آن قرار داریم. هوش مصنوعی، یک مهاجم بیگانه نیست که برای فتح دنیای ما آمده باشد. این یک ابزار جدید، قدرتمند، کمی عجیب و گاهی کاملاً غیرواقبیل پیش بینی است که در داستان ما قرار گرفته است.

مواجهه با این ابزار جدید بیش از هر چیز شبیه به اولین روزهای ظهور عکاسی است. در آن زمان بسیاری از نقاشان با ترس و تردید به این جعبه های جادویی نگاه می کردند و آن را پایان هنر می دانستند، اما تاریخ نشان داد که دوربین هنر نقاشی را نابود نکرد، بلکه آن را از ظرفیت طاقت فرسای بازتولید دقیق واقعیت آزاد کرد و به آن اجازه داد تا به دنیاهای جدیدی از انتزاع و احساسات نفوذ کند. هوش مصنوعی نیز برای بازاریاب های امروزی دقیقاً همین نقش را ایفا می کند. این یک رقیب نیست؛ یک همکار خلاق و خستگی ناپذیر است که می تواند ما را از کارهای تکراری رها کرده و فضای ذهنی لازم برای تفکر عمیق تر و استراتژیک تر را فراهم آورد.

نویسنده: علی آل علی

یک معمار را تصور کنید که پیش از گذاشتن اولین آجر ساعت ها در سکوت به نقشه ای خیره می شود که در ذهن دارد. او فقط به فکر ساختن یک سرپناه نیست، بلکه به دنبال خلق یک اثر ماندگار است. اثری که شخصیت دارد، حسی را منتقل می کند و در گذر زمان داستانی برای گفتن خواهد داشت. هویت بصری در دنیای کسب و کار دقیقاً همان نقشه ذهنی معمار است. این هویت صرفاً مجموعه ای از رنگ ها و خطوط زیبا نیست؛ بلکه معماری یک شخصیت و زبان بصری است که بدون حتی یک کلمه با جهان سخن می گوید. بسیاری هویت بصری را با یک لوگوی جذاب اشتباه می گیرند. این تصور، مانند آن است که هویت یک انسان را در عکس پروفایل او خلاصه کنیم. هویت بصری بسیار عمیق و گسترده تر از یک نماد گرافیکی است. این مفهوم روحی است که در تمام اجزای یک برند، از سایت گرفته تا بسته بندی محصول و حتی گوشه

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی –اقتصادی

سه‌شنبه | ۶ آبان ۱۴۰۴ | شماره ۲۸۰۶ | 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

پلاک ۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

میدان می گذارد و به «منبع اصلی حقیقت» برای همه ذی‌نفعان تبدیل می شود، حتی اگر آن حقیقت، تلخ و ناخوشایند باشد.

یک نمونه کلاسیک و جاودانه از این رویکرد را می توان در مدیریت بحران شرکت دارویی جانسون و جانسون در دهه ۸۰ میلادی مشاهده کرد. زمانی که مشخص شد چندین نفر بر اثر مصرف کپسول های آلوده تایلنول جان خود را از دست داده اند، این شرکت به جای انکار یا کوچک نمایی مشکل، تصمیمی بی سابقه گرفت: فراخوان تمام محصولات تایلنول از سراسر کشور، با هزینه ای صدها میلیون دلاری. آنها با برگزاری کنفرانس های خبری روزانه و همکاری کامل با رسانه ها، روایت را به دست گرفتند و با شفافیتی بی نظیر، اعتماد عمومی را بازسازی کردند. این اقدام، به مشتریان یک پیام قدرتمند داد: «امنیت شما، برای ما از هر سودی مهم تر است». این، قدرت شفافیت رادیکال در تبدیل یک فاجعه بالقوه به یک داستان ماندگار از مسئولیت پذیری است.

فرمان سوم: تصمیم‌گیری با ۷۰ درصد اطلاعات
یک بحران هرگز به رهبران این فرصت تجملی را نمی دهد که تا زمان دستیابی به تمام اطلاعات و اطمینان ۱۰۰ درصدی، صبر کنند. انتظار برای تصویر کامل، در عمل به معنای فلج شدن و از دست دادن کنترل است. رهبری در شرایط بحران، هنر تصمیم گیری های بزرگ و پرمخاطره با داده های ناقص و در میانه مه غلیظ عدم قطعیت است.

این لحظه ای است که شهود استراتژیک، که از سال ها تجربه نشأت گرفته، باید با داده های موجود ترکیب شود تا یک مسیر عمل مشخص، هرچند ناقص، تعیین

هوش مصنوعی در کسب و کارهای کوچک

مصنوعی فهرستی بلندبالا از ایده های مختلف، از کلاسیک و آشنا گرفته تا مدرن و نامتعارف، تولید می کند. آیا تمام این ایده ها عالی هستند؟ قطعاً نه. بسیاری از آنها ممکن است کلیشه ای یا حتی بی ربط باشند، اما این مهم نیست. جادوی واقعی در این است که این ابزار، نقطه شروع را از یک صفحه خالی، به یک فهرست بلند از گزینه ها تغییر می دهد. حالا وظیفه بازاریاب، از «خلق کردن از هیچ» به «انتخاب، ترکیب و بالایش هوشمندانه» تبدیل می شود. او می تواند بهترین عناصر از چندین پیشنهاد را با هم ترکیب کند، آنها را با درک عمیق خود از برند و مخاطب اصلاح نماید و به یک نتیجه نهایی درخشان برسد. این همکاری انسان و ماشین، خلایق را دموکراتیزه و تسریع می کند.

ترجمه داده های بازار به زبان استراتژی

دنیای بازاریابی مدرن بر قیاینوسی از داده ها بنا شده است. از تحلیل رفتار کاربران در وب سایت گرفته تا هزاران نظر و بازخورد در شبکه های اجتماعی، همه جا مملو از سیگنال های ارزشمند است، اما مشکل اینجاست که ما انسان ها در این قیافوس را راحتی غرق می شویم. توانایی ما برای پردازش و یافتن الگوهای معنادار در این حجم عظیم از اطلاعات، بسیار محدود است. این دقیقاً جایی است که هوش مصنوعی، از یک ابزار خلاقانه، به یک مغز تحلیلی قدرتمند تبدیل می شود. ابزارهای هوش مصنوعی می توانند در چند دقیقه، هزاران نظر مشتری درباره یک محصول را تحلیل کرده و مضامین

هویت بصری: شناسنامه خاموش کسب و کار

العاده است. ما تصاویر را سریع تر از کلمات درک و به خاطر می سپاریم. یک هویت بصری قوی از این ویژگی بنیادین به نفع کسب و کار بهره می برد و یک میایر ذهنی قدرتمند در ذهن مخاطب ایجاد می کند. البته این تنها شروع ماجراست. نخست، هویت بصری سنگ بنای شناسایی برند است. وقتی رنگ آبی خاص فروشگاه های زنجیره ای والمارت یا قوس های طلایی مک دونالد را می بینید، یک شناسایی آنی و ناخودآگاه اتفاق می افتد. این تداوم و تکرار در تمام نقاط تماس با مشتری، از اپلیکیشن موبایل تا بلبوردهای شهری، باعث می شود برند در ذهن مخاطب تثبیت شود. این شناخت فوری، در جهانی مملو از انتخاب های بی پایان، یک دارایی بی نهایت ارزشمند است. دوم، هویت بصری تمایز خلق می کند. در بازارهایی که محصولات و خدمات به شدت شبیه به هم شده اند، المان های بصری یک برند به یکی از اصلی ترین ابزارهای رقابتی تبدیل می شود. برند اپل را در نظر بگیرید؛ استفاده هوشمندانه از فضای سفید، طراحی مینیمال و پالت رنگی خنثی، آن را به شکلی بنیادین از رقبایی که به دنبال نمایش انبوهی از ویژگی های فنی در طراحی خود هستند، متمایز می کند. این زبان بصری، وعده سادگی، کیفیت و نوآوری را پیش از لمس محصول به مخاطب مخابره می کند. در نهایت به مهمترین نقش آن یعنی ساختن اعتماد می رسیدیم. یک هویت بصری منسجم و حرفه ای به طور ناخودآگاه این پیام را ارسال می کند که پشت این نما یک سازمان منظم، باثبات و قابل اتکا قرار دارد. ناسازگاری های بصری، مانند استفاده از رنگ ها و فونت های متفاوت در بسترهای مختلف، حسی از آشفتگی و عدم اطمینان را القا می کند. در مقابل، یکپارچگی بصری به برند شخصیتی معتبر و پایدار می بخشد و سنگ بنای یک رابطه طولانی مدت با مشتری را می گذارد. ماجرا جالب شد، نه؟

اهمیت استراتژیک هویت بصری

چرا برخی برندها، حتی پیش از آنکه نام شان را بخوانیم، از فاصله ای دور قابل تشخیص هستند؟ پاسخ در یک اصل روانی ساده نهفته است: مغز انسان یک ماشین پردازش تصویر خارق العاده است. ما تصاویر را سریع تر از کلمات درک و به خاطر می سپاریم. یک هویت بصری قوی از این ویژگی بنیادین به نفع کسب و کار بهره می برد و یک میایر ذهنی قدرتمند در ذهن مخاطب ایجاد می کند. البته این تنها شروع ماجراست. نخست، هویت بصری سنگ بنای شناسایی برند است. وقتی رنگ آبی خاص فروشگاه های زنجیره ای والمارت یا قوس های طلایی مک دونالد را می بینید، یک شناسایی آنی و ناخودآگاه اتفاق می افتد. این تداوم و تکرار در تمام نقاط تماس با مشتری، از اپلیکیشن موبایل تا بلبوردهای شهری، باعث می شود برند در ذهن مخاطب تثبیت شود. این شناخت فوری، در جهانی مملو از انتخاب های بی پایان، یک دارایی بی نهایت ارزشمند است. دوم، هویت بصری تمایز خلق می کند. در بازارهایی که محصولات و خدمات به شدت شبیه به هم شده اند، المان های بصری یک برند به یکی از اصلی ترین ابزارهای رقابتی تبدیل می شود. برند اپل را در نظر بگیرید؛ استفاده هوشمندانه از فضای سفید، طراحی مینیمال و پالت رنگی خنثی، آن را به شکلی بنیادین از رقبایی که به دنبال نمایش انبوهی از ویژگی های فنی در طراحی خود هستند، متمایز می کند. این زبان بصری، وعده سادگی، کیفیت و نوآوری را پیش از لمس محصول به مخاطب مخابره می کند. در نهایت به مهمترین نقش آن یعنی ساختن اعتماد می رسیدیم. یک هویت بصری منسجم و حرفه ای به طور ناخودآگاه این پیام را ارسال می کند که پشت این نما یک سازمان منظم، باثبات و قابل اتکا قرار دارد. ناسازگاری های بصری، مانند استفاده از رنگ ها و فونت های متفاوت در بسترهای مختلف، حسی از آشفتگی و عدم اطمینان را القا می کند. در مقابل، یکپارچگی بصری به برند شخصیتی معتبر و پایدار می بخشد و سنگ بنای یک رابطه طولانی مدت با مشتری را می گذارد. ماجرا جالب شد، نه؟

عناصر هویت بصری: فراتر از یک لوگو

هویت بصری یک ارکستر هماهنگ است که هر ساز در آن نقش منحصر به فرد خود را برای خلق یک سمفونی یکپارچه ایفا می کند. رهبر این ارکستر استراتژی برند است، اما نوازندگان اصلی آن عناصری هستند که با دقت انتخاب و با وسواس در کنار هم چیده می شوند. درک نقش هر یک از این عناصر، کلید خلق یک هویت ماندگار است.

پالت رنگ: روانشناسی خاموش رنگ ها

رنگ ها سریع ترین راه برای انتقال احساسات و معانی هستند. انتخاب پالت رنگی یک برند تصمیمی سطحی نیست، بلکه یک حرکت استراتژیک است. رنگ قرمز درخشان کوکاکولا را تصور کنید؛ این رنگ نمادی از انرژی، هیجان و کلاسیک بودن است. استفاده مداوم از این رنگ در طول بیش از یک قرن آن را با هویت این برند عجین کرده است. پالت رنگی یک

گردد. یک تصمیم خوب که امروز گرفته شود، بسیار بهتر از یک تصمیم عالی است که یک هفته دیگر گرفته شود.

این رویکرد در DNA شرکت های چابکی مانند آمازون نهاده شده است. جف بزوس اغلب در مورد قانون ۷۰ درصد صحبت می کند: اگر شما برای گرفتن یک تصمیم، منتظر بمانید تا ۹۰ درصد اطلاعات را به دست آورید، در بیشتر موارد دیگر خیلی دیر شده است. یک رهبر باید با رسیدن به حدود ۷۰ درصد اطمینان، قاطعانه عمل کرده و همزمان، آماده باشد تا در صورت یک رهبر باید با رسیدن به حدود ۷۰ درصد اطمینان، دریافت اطلاعات جدید، مسیر خود را به سرعت اصلاح کند. این ترکیب از قاطعیت و انعطاف پذیری، به تیم یک حس جهت گیری و امید می دهد و آنها را از حالت انفعال و انتظار، به حالت اقدام و حل مسئله منتقل می کند.

فرمان چهارم: فرصتی بی نظیر برای یادگیری

پس از آنکه توفان فروکش کرد و آرامش نسبی به سازمان بازگشت کار واقعی رهبر تازه آغاز می شود. وسوسه انگیزترین کار این است که نفسی از روی آسودگی بکشیم، از اینکه زنده مانده ایم خوشحال باشیم و هرچه سریع تر به «وضعیت عادی» بازگردیم. این، یک اشتباه فاجعه بار است.

یک رهبر بزرگ می داند که بحران، یک شهریه بسیار گران است که سازمان برای یادگیری یک درس ارزشمند پرداخته است و هدر دادن این درس نابخشودنی است. او باید بلافاصله یک فرایند کالبدشکافی بدون سرزنش را آغاز کند تا به این سوالات بنیادین پاسخ داده شود: «ریشه این مشکل کجا بود؟ کدام فرایندها، سیستم ها یا پیش فرض های ما شکست خوردند؟ و چگونه می

اصلی را استخراج کنند. آنها می توانند به شما بگویند که برکتورترین شکایت مشتریان چیست، کدام ویژگی بیشترین تحسین را برانگیخته و چه پیشنهادهایی برای بهبود، بیشتر از همه تکرار شده است. این کار، که در گذشته نیازمند هفته ها کار یک تیم تحلیلگر بود، اکنون به یک فرایند آنی تبدیل شده است. تصور کنید برند نایک می خواهد واکنش بازار به آخرین مدل کفش دوندگی خود را بسنجد. به جای خواندن دستی هزاران بررسی در وب سایت های مختلف، آنها می توانند از هوش مصنوعی بخواهند تا خلاصه ای از احساسات عمومی را ارائه دهد. این تحلیل ممکن است نشان دهد که اکثر دوندگان حرفه ای از سبکی کفش تمجید کرده اند، اما بسیاری از کاربران عادی از قیمت بالای آن گله مند هستند و گروهی دیگر، به یک ایراد طراحی کوچک در قسمت پاشنه اشاره کرده اند. این گزارش، یک نقشه راه دقیق و مبتنی بر داده برای کمپین های بازاریابی آینده و حتی برای تیم طراحی محصول، فراهم می کند.

هنر پرسیدن سوالات درست

در این دنیای جدید، کیفیت خروجی هوش مصنوعی، ارتباط مستقیمی با کیفیت ورودی آن دارد. این ابزارها، غول های چراغ جادو نیستند که آرزوهای ما را حدس بزنند. آنها موتورهای پردازش زبانی هستند که دقیقاً به همان دستوری که دریافت می کنند، پاسخ می دهد. این یعنی مهمترین مهارتی که یک بازاریاب در عصر هوش مصنوعی باید در خود

هویت بصری: شناسنامه خاموش کسب و کار

برند معمولاً شامل رنگ های غالب برای ایجاد شناخت، رنگ های ثانویه برای ایجاد تنوع و رنگ های خنثی برای پس زمینه و متون است. این ترکیب باید در عین زیبایی، با شخصیت و ارزش های برند هوشخوانی کامل داشته باشد.

لوگو: فشرده ترین بیان روایت یک برند

اگر هویت بصری یک کتاب باشد، لوگو عنوان آن کتاب است. یک لوگوی قدرتمند باید ساده، به یاد ماندنی، تطبیق پذیر و جاودانه باشد. به لوگوی نایک فکر کنید. یک حرکت منحنی ساده چنان با مفهوم پیروزی، حرکت و قدرت گره خورده است که دیگر نیازی به نوشتن نام برند در کنار آن نیست. این نماد در ذهن اندازۀ ای، از یک کفش کوچک گرفته تا یک بلبورد غول پیکر، هویت خود را حفظ می کند و داستانی بزرگ را در فشرده ترین حالت ممکن روایت می کند. لوگو نقطه کانونی هویت بصری است، اما قدرت واقعی آن زمانی آشکار می شود که در کنار سایر عناصر قرار گیرد.

تایپوگرافی: شخصیت حروف

شکل حرفی که یک برند برای ارتباط نوشتاری خود انتخاب می کند، صدای بصری آن برند است. برخی فونت ها حسی از سنت و اعتبار را منتقل می کنند، در حالی که برخی دیگر مدرن، بازیگوش یا مینیمال به نظر می رسند. برندهایی مانند گوگل حتی فراتر رفته و فونت اختصاصی خود را طراحی می کنند تا اطمینان حاصل کنند که شخصیت شان در هر کلمه و جمله ای منعکس می شود. ثبات در استفاده از تایپوگرافی در سایت، تبلیغات و تمام مواد ارتباطی به همان اندازه اهمیت دارد که یک فرد همیشه با یک لحن صدای مشخص صحبت کند. **سبک تصویرسازی و عکاسی: پنجره ای به دنیای برند** تصاویر قدرتمندترین ابزار برای داستان سرائی و برانگیختن احساسات هستند. یک برند باید سبک بصری مشخصی برای عکس ها و تصاویر خود تعریف کند. آیا تصاویر باید پر از انرژی و حرکت باشند، مانند تبلیغات ردبول؟ یا باید آرام، متمرکز و انسانی باشند، شبیه به کمپین های داو؟ این سبک باید به گونه ای انتخاب شود که به بهترین شکل، تجربه و حسی را که برند قصد دارد به مشتریان خود ارائه دهد، به تصویر بکشد. یکپارچگی در این حوزه باعث می شود تمام تصاویر، امضای نامرئی برند را با خود حمل کنند.

انجام عملیاتی در طراحی هویت بصری

خلق عناصر بصری زیبا یک بخش از کار است، اما چالش اصلی اجرای هماهنگ و یکپارچه آنها در تمام نقاط تماس با مخاطب است. از طراحی سایت و اپلیکیشن گرفته تا بسته بندی محصولات و طراحی فضای فیزیکی فروشگاه ها، همه چیز باید از یک زبان بصری واحد پیروی کند. این یکپارچگی، برند را در ذهن مشتریان قابل اعتماد و حرفه ای جلوه می دهد.

توانیم سازمان خود را بازطراحی کنیم تا در آینده، نه تنها در برابر بحران های مشابه، بلکه در برابر تهدیدهای ناشناخته نیز مقاوم تر باشیم؟»

این فرآیند نباید به یک شکار مقصر تبدیل شود. فرهنگی که در آن، افراد از ترس تنبیه، اشتباهات را پنهان می کنند، هرگز یاد نمی گیرد. در مقابل، شرکتی مانند تویوتا، با فرهنگ ریشه دار حل مسئله خود، پس از هر مشکلی، به دنبال «ریشه اصلی» می گردد و سیستم های خود را برای جلوگیری از تکرار آن بهبود می بخشد. این رویکرد، بحران را از یک خاطره تلخ، به یک کاتالیزور برای تکامل و قوی تر شدن تبدیل می کند.

در نهایت، ما در عصری زندگی می کنیم که آشوب و عدم قطعیت، دیگر یک استثناست، بلکه به یک ویژگی دائمی در محیط کسب و کار تبدیل شده است. در چنین دنیایی، رهبری بحران دیگر یک مهارت تخصصی برای مواقع اضطراری نیست؛ بلکه خود مهارت اصلی رهبری است. چالش برای هر رهبری این است که به جای دعا کردن برای یک دریای آرام، تیم خود را به بهترین و مقاوم ترین کشتی گیران تبدیل کند و خود، به آن ناخدای خردمندی بدل شود که می داند چگونه از دل سهمگین ترین توفان ها، مسیرهای جدیدی به سوی سرزمین های ناشناخته و پر از فرصت پیدا کند.

منابع:

https://www.entrepreneur.com/leadership/how-to-lead-through-any-crisis۴۹۷۲۰۲/crisishttps://contiguglia.com/blog/crisis-management۱۰۱

پرورش دهد، دیگر نوشتن یا تحلیل صرف نیست؛ بلکه «هنر مهندسی فرمان» است. یعنی توانایی پرسیدن سوالات دقیق، مشخص و هوشمندانه. یک فرمان ضعیف مانند «یک تبلیغ برای قهوه بنویس»، به یک نتیجه کلیشه ای و بی فایده منجر خواهد شد، اما یک فرمان قدرتمند مانند «در نقش یک بازاریاب ارشد برای یک برند قهوه لوکس که به دنبال جذب مخاطبان جوان و پرمشغله است، سه متن تبلیغاتی کوتاه برای اینستاگرام بنویس که بر روی سرعت آماده سازی و کیفیت بالا، بدون استفاده از کلمات کلیشه ای مانند خوشمزه، تاکید کند»، به نتایجی بی نهایت کاربردی تر و الهام بخش تر خواهد رسید. این مهارت جدید، بازاریابان را از جایگاه تولیدکنندگان، به جایگاه کارگردانان ارتقا می دهد. آنها دیگر بازگرنان صحنه نیستند؛ بلکه کارگردانی هستند که با دادن دستورالعمل های دقیق به یک بازیگر فوق العاده بااستعداد اما بی تجربه (هوش مصنوعی، بهترین اجرای ممکن را از او می گیرند. آینده متعلق به کسانی است که یاد بگیرند چگونه با این همکار جدید، به طور مؤثر گفت‌وگو کنند.

منابع:

https://www.wordstream.com/blog/ai-experimentshttps://www.forbes.com/sites/how-small-businesses-۱۹۰۹/۲۰۲۴/allbusiness-are-using-ai

برند لوکس تیغیانی اند کو را به عنوان یک مثال درخشان در نظر بگیرید. آن رنگ آبی خاص، که به آبی تیغیانی معروف است، به تنهایی بخش بزرگی از هویت این برند را نمایندگی می کند. این رنگ نه تنها روی جعبه های نمادین آنها، بلکه در طراحی فروشگاه ها، وب سایت و کمپین های تبلیغاتی شان نیز به طور مداوم حضور دارد. این ثبات رویه باعث شده که حتی دیدن یک جعبه خالی با آن رنگ، تمام مفاهیم لوکس بودن، کیفیت و ظرافت را در ذهن تداعی کند. این قدرت انسجام است.

در مقابل، کسب و کاری که در سایت خود از یک لوگو و در شبکه های اجتماعی از نسخه ای دیگر و در بسته بندی خود از رنگ های کاملاً متفاوتی استفاده می کند، در حال ارسال پیامی گیج کننده و غیرحرفه ای است. این آشفتگی بصری به طور مستقیم به آشفتگی در ادراک برند منجر می شود و فرایند ایجاد اعتماد را تضعیف می کند. بنابراین، تدوین یک راهنمای هویت بصری که در آن قوانین استفاده از تمام عناصر به وضوح تعریف شده باشد، از شرکت ها، از شرکت های بزرگ مانند آمازون تا کسب و کارهای نوپا، حیاتی است.

سخت پایانی

هویت بصری یک پروژه با نقطه پایان مشخص نیست، بلکه یک موجود زنده است که همراه با برند رشد می کند و تکامل می یابد. در دنیای پویای امروز، این هویت باید به اندازه ای انعطاف پذیر باشد که بتواند خود را با رسانه های جدید تطبیق دهد، اما در عین حال به اندازه ای استوار باشد که هسته اصلی خود را حفظ کند. با ظهور پلتفرم های دیجیتال جدید و تغییر رفتار مصرف‌کننده برندها دیگر نمی توانند به یک هویت بصری ثابت و خشک اتکا کنند. هویت بصری امروز باید برای صفحه کوچک یک ساعت هوشمند به همان اندازه کارآمد باشد که برای یک نمایشگر عظیم شهری. این چالش، فرصتی برای خلاقیت بیشتر است؛ فرصتی برای خلق هویت های بصری پویا که می توانند در هر بستری، روایتی جذاب و منسجم از خود ارائه دهند. بی شک سیمای یک برند چیزی فراتر از یک الزام کسب و کار است. این بازتابی از باورها، ارزش ها و وعده های آن است. هماطور که چهره یک انسان داستان زندگی او را بازگو می کند، هویت بصری یک برند نیز روایتگر داستان سفر، آرزوها و شخصیتی است که در پس یک نام تجاری نهفته است. پرسش الهام بخش برای آینده این است: آیا هویت بصری برند شما داستانی را روایت می کند که شایسته شنیدن باشد؟

منابع:

https://www.thebrandingjournal.visual-identity/۲۰۵۲۰۲۳/comhttps://blog.hubspot.com/marketing/visual-identity-design