

یادداشت

حد مداخله دولت در

اقتصاد

مهرداد عباد

عضو اتاق بازرگانی تهران

آیا مداخله دولت در اقتصاد، منجر به توسعه ایران خواهد شد؟ حد مجاز مداخله دولت‌ها از منظر مکاتب اقتصادی مختلف، دارای اوزان متفاوتی است و شاید متمایزترین وجه تمایز مکاتب اقتصادی، در همین میزان معقول مداخله دولت در اقتصاد باشد. در مکاتب مبتنی بر بازار آزاد، مانند مکتب اتریشی و کلاسیک، میزان مداخله دولت در اقتصاد در حداقلی‌ترین حالت خود و نزدیک به صفر است. دولت در این مکاتب به اصطلاح «دَربان شب» خوانده می‌شود؛ بدین معنا که دولت فقط از امنیت و دفاع ملی و اجرای قراردادها حفاظت می‌کند و پیروان این مکتب به حداکثر آزادی فردی معتقدند؛ یا در مکتب کلاسیک، تنها سه وظیفه، شامل دفاع ملی، اجرای قانون و عدالت و ارائه کالا و خدمات عمومی که بخش خصوصی، انگیزه‌ای برای تولید آن ندارد، برای دولت تعریف شده است. در مکاتب مداخله‌گر میانه، مانند نئوکلاسیک‌ها که مداخله‌گری دولت‌ها محدود و هدفمند تعریف شده است، بازارها در حالت عادی، کارآمد تلقی می‌شوند و تنها در صورت بروز «شکست بازار»، دولت‌ها برای ایجاد اصلاحات در اقتصاد مداخله می‌کنند؛ مداخله‌گری آنها اصولاً با استفاده از ابزارهای سیاست مالی و پولی است و اعتقاد این گروه بر آن است که دولت، مانند راننده‌ای از طریق ترمز و گاز، اقتصاد را در مسیری باتبات هدایت می‌کند.

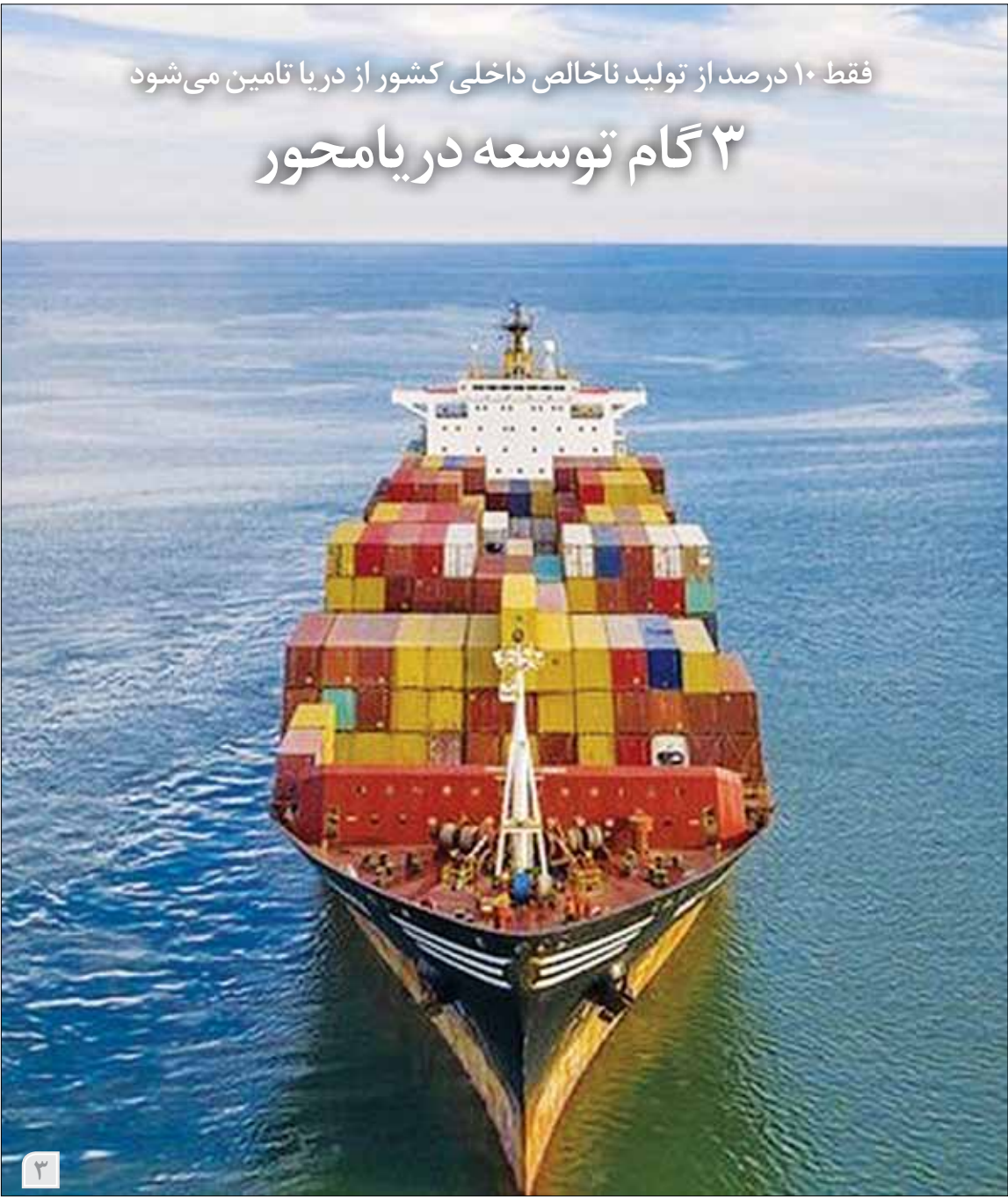
ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

فقط ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی کشور از دریا تامین می‌شود

۳ گام توسعه دریامحور



حد مداخله دولت در اقتصاد

و بحث اصلی بر سر میزان، شکل و حدود دخالت دولت‌هاست. در ایران نیز عملاً نمی‌توان گفت که سیاستمداران و مسئولان اقتصادی طی دهه‌های اخیر از کدام مکتب اقتصادی، پیروی کرده‌اند در واقع، چنین به نظر می‌رسد که سیاست‌های اقتصادی کشور در طیفی میان مکاتب نهادگرا و مرکانتیلیسم، حرکت کرده و حتی سیاست‌هایی نظیر سهمیه‌بندی و اعطای انحصار نیز در عملکرد اقتصادی کشور مشاهده می‌شود.

با مطالعه اقتصاد سایر کشورها و مسیری که سایر دولت‌ها طی دهه‌های اخیر پیموده‌اند، می‌توان این گزاره را با اطمینان و آمار دقیق، اعلام کرد که کشورهایی توانسته‌اند به توسعه پایدار و رفاه دست یابند که دخالت دولت در اقتصادهایشان، در نازل‌ترین سطح خود بوده است. دولت‌های بزرگ و ناکارآمد که توانایی تامین

بودجه خود را ندارند و با کسری بودجه مواجه هستند، باعث ناکارآمدی چرخه‌های اقتصادی شده و تورم نیز عمدتاً حاصل فعالیت آنها است. امروزه به تمامی کشورها ثابت شده است که هزینه تولید کالاها توسط دولت‌ها، بسیار بالاتر از هزینه تولید همان کالا از سوی بخش خصوصی است. دولت‌های بزرگ با تعدد شرکت‌های ناکارآمد، مواجه هستند و اغلب مدیران آنها، توانایی و انگیزه‌ای برای سودآوردن شرکت‌های خود ندارند. وقتی مدیران شرکت‌های دولتی به سرعت تغییر کرده با تخصص لازم در حوزه فعالیت خود را ندارند، نمی‌توانند به افرادی وفادار در سازمان تبدیل شوند. دخالت دولت در اقتصاد ایران نیز یکی از بالاترین رتبه‌ها را دارد. دولت با قیمت‌گذاری دستوری برای بسیاری از کالاهای، سهمیه‌بندی واردات و صادرات، تعیین مبلغ ارز واردات و صادرات، نحوه انتقال ارز حاصل از صادرات، رقابت در

صادرات پایدار، قربانی ناکارآمدی

برحسب فعالیت، متفاوت بوده است. شرایط ناپایمان تولید و بخصوص تورم فراینده و افسارگسیخته در بخش تولیدی، مزیت رقابتی و حضور پایدار در بازارهای جهانی را سلب نموده است که این مهم به علاوه فضای ناطلمینانی، انتظارات تورمی، محدودیت دسترسی به فناوری‌های جدید برای افزایش کیفیت و استاندارد تولید (به دلیل تحریم و عدم پذیرش FATF)فرز سرمایه‌ها از کشور می‌تواند آثار سویی بر توسعه زیرساخت‌های فنی، فناوری و خدمات پشتیبان صادرات کشور و به‌خصوص بخش کشاورزی داشته باشد. به‌اندک فراز مغزها برآنتب آثار سوء بیشتری بر توسعه صادرات، به‌خصوص صادرات مبتنی بر فناوری، خلاقیت و نوآوری خواهد داشت که عموماً نادیده گرفته می‌شود و خود خطای جبران‌ناپذیری برای توسعه صادرات پایدار است.

واقعیت‌ها را می‌توان در آمارها جست‌وجو کرد. آمار وزارت جهاد کشاورزی در خصوص صادرات بخش کشاورزی و غذا، حاکی از آن است که در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال ۱۴۰۲ حدود ۱۸ درصد افزایش وزنی و ۳۱ درصد افزایش ارزشی داشته است. این رقم به‌تنهایی بدون در نظر گرفتن مبنای محاسبه نرخ ارز در گمرک برای ترخیص کالاها ممکن است گمراه‌کننده باشد؛ چراکه هر سال براساس قانون بودجه کشور، مبنای محاسبه نرخ ارز در گمرک برای ترخیص کالاها متفاوت است و بایستی ارقام ارزشی برحسب دلار پایه، محاسبه و ارائه شود؛ به‌خصوص در کشور ما که نوسانات نرخ ارز نپایمانی و نرخ مرکز مبادله را وجود دارد. از طرف دیگر، صادرات محصولات کشاورزی و غذا براساس نقشه راه صادرات پایدار نبوده که همه الزامات آمایش سرزمین و حفاظت از خاک و آب و منابع طبیعی را لحاظ کند؛ چراکه هنوز درخصوص هر محصول، تحلیل هزینه-فایده برای صادرات پایدار و تاب‌آور در زنجیره ارزش، تهیه نشده است. این سؤال مطرح می‌شود که به‌عنوان نمونه برای برقتال، بسته و فرآورده‌های دامی با توجه به آمایش سرزمین و منابع طبیعی و پایه و مخاطرات تغییر اقلیم، چه میزان تولید انجام شود و چه میزان از تولید را بایستی در زنجیره ارزش صادرات‌محور کرد؟ بدون نقشه راه و چشم‌انداز، صادرات بخش کشاورزی، پایداری نخواهد داشت و به مقتضیات زمان و مکان و شرایط داخلی و جهانی در نوسان خواهد بود. از طرف دیگر، از آنجایی که «غذا» اهمیت ویژه‌ای دارد، کیفیت و سلامت غذا برای صادرات مهم است و بدون نقشه راه و چشم‌انداز، دسترسی به این مهم دشوار است. هر شوی که به اقتصاد ایران وارد شود، اثرات آن ممکن است آنی، کوتاه‌مدت و یا بلندمدت باشد و آثار خود را با وقفه و تأخیر، بسته به نوع شوک و میزان و جهت اثرگذاری آن، بروز دهد که این موضوع برای صادرات بخش کشاورزی نیز صادق است. آنچه مسلم است، بررسی آثار (میزان، جهت اثرگذاری، پایداری شوک و فرآیند تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم) نیازمند مطالعه و تحقیق است، اما شواهد گویای آن است که بروز شوک‌های مختلف و انباشت مسائل و مشکلات مرتبط با توسعه صادرات بخش کشاورزی در طول زمان، اگر برای ترمیم زخم‌های واردشده بر بدنه صادرات بخش کشاورزی، نقشه راهی و اقدام علمی صورت نگیرد، بهبودی حاصل نخواهد شد و با شعار گرای به سرانجامی نخواهد رسید. صادرات، مقوله علمی و چندرشته‌ای است که نیازمند است کارشناسان اقتصادی، بین‌الملل، اجتماعی، مدیریتی، توسعه‌ای و فنی با رویکرد حکمرانی خوب (مشارکت حاکمیت دولت و مردم) در کنار هم، نقشه راه را تدوین و برنامه اقدام و عمل را تهیه و سپس توسط حاکمیت، دولت

سامانه «خودنویس» و «کاتب»، صدای اصناف را در آورد

وام یک میلیاردی مسکن با هزینه ۳۲۰ میلیونی

جایگزین‌های سامانه «املاک و مستغلات» یعنی «خودنویس» و «کاتب» به گفته فعالان اقتصادی، نه تنها قانونی نیستند، بلکه با نواقص فنی و محدودیت‌های خود، صدای اصناف را در آورده‌اند. مشاوران املاک با ورود سامانه‌های جدید ثبت قرارداد، با مشکلات زیادی مواجه شده‌اند. اعتراض‌های آنها، نشان می‌دهد سامانه‌های «خودنویس» و «کاتب» که به دستور وزارت راه و شهرسازی...

شاخص ملی محیط کسب و کار در فصل تابستان نامساعدتر شد

کسب و کارها در بند نا اطمینانی

فرصت امروز: شاخص‌های اقتصادی از بدترشدن فضای کسب‌وکار در تابستان امسال حکایت دارند که با توجه به فضای نااطمینانی پس از جنگ ۱۲ روزه، وضعیت سخت و دشوار بنگاهداری در ایران را نشان می‌دهد. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در به‌روزرسانی شاخص ملی محیط کسب‌وکار، گزارش داده که شرایط کسب‌وکارها به بدترین وضعیت خود از تابستان ۱۴۰۲ تاکنون رسیده است و شاخص محیط کسب‌وکار در تابستان ۱۴۰۴ نه‌تنها بهبود نیافته بلکه با طی روند نزولی به سطح کم‌سابقه ۶۰۹ (نمره بدترین ارزیابی ۱۰ است) سقوط کرده که نسبت به ارزیابی فصل بهار (رقم ۹۵،۵) بر تداوم مشکلات فعالان بخش خصوصی، صحه می‌گذارد و تایید می‌کند که موانع پیش روی کارآفرینان و فعالان اقتصادی، بزرگ‌تر و پیچیده‌تر شده است. سه مولفه «غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تامین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین...

ورود ۷۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام

بورس از سقف تاریخی گذشت

مدیریت و کسب و کار

پرسونال برندینگ میلیون دلاری!

برای یک قرن مدل استاندارد موفقیت حرفه ای یک مسیر خطی و قابل پیش بینی بود: در یک شرکت خوب استخدام شوید، از نردبان ترقی بالا بروید و ارزش خود را با جایگاه شغلی تان تعریف کنید. در این مدل شما یک هزینه در صورت سود و زیان شرکت بودید؛ یک منبع انسانی که حقوقش باید مدیریت می شد. نکته کلیدی اینکه این دوران به پایان رسیده است. در اقتصاد جدید که بر پایه توجه و اعتماد بنا شده است، قدرتمندترین واحد اقتصادی دیگر یک شرکت نیست؛ یک فرد است. برند شخصی دیگر یک پروژه جانبی برای مشهورشدن در شبکه های اجتماعی یا یک ابزار برای کارایی بهتر نیست؛ این یک تغییر بنیادین در ماهیت کار است. این فرآیند تبدیل کردن هویت، تخصص و دیدگاه منحصر به فرد شما به یک دارایی استراتژیک است؛ دارایی که می تواند جریان در درآمد، فرصت و تاثیرگذاری را خلق کند...

تولید، واردات و صادرات کالا و...، عملاً سهم بزرگی در اقتصاد دارد. نکته حائز اهمیت اینکه، شرایط امروز اقتصاد ایران، گویای ناکارآمد بودن سیاستگذاری‌هاست؛ از این رو، تغییر نگرش به نقش دولت و عملیاتی کردن آن شاید از واجبات توسعه اقتصادی ایران در آینده است.
ولت می‌تواند با تغییرات گام به گام و واگذاری امور کم‌اهمیت‌تر، مانند برگزاری نمایشگاه‌ها توسط بخش خصوصی و با خروج از صنایعی که بخش خصوصی، توانایی اداره آن را دارد، نقش خود را در اقتصاد کاهش دهد و یا مانند برخی از کشورها، تغییرات دفعی را ایجاد کند. موضوعی که واضح به نظر می‌رسد، این است که توسعه اقتصادی و ارتقای رفاه مردم ایران از این مسیر می‌گذرد و دولت باید پیش از آنکه دیر نشود، نهضت کاهش مداخله در اقتصاد را کلید بزند.

و بخش مردمی اجرایی شود. اگر چنین اتفاقی نیفتد، در شرایط رکود تورمی موجود، فرار انواع سرمایه‌ها از کشور، کاهش سرمایه اجتماعی، ناامیدی مردم و مشکلات ساختاری اقتصاد ایران، انتظار بهبود اوضاع صادراتی را نمی‌توان داشت و منتظر معجزه بود، مگر قوه عاقله‌ای شکل گیرد و به‌دور از عودهای سیاسی و جناحی، کار تدوین نقشه راه و برنامه اقدام و عمل، توسط کارشناسان و متخصصان امر، صورت پذیرد.
به یقین، توسعه صادرات و به‌خصوص صادرات بخش کشاورزی، تنها در سایه حکمرانی خوب، تحقق می‌یابد. تعامل، مشارکت و ارتباط سازنده دولت و حاکمیت با بخش خصوصی و جامعه مدنی ذی‌نفع در زنجیره صادرات، شرط لازم و اما شرط کافی، تعهدپذیری و مسئولیت‌پذیری سه‌جانبه حاکمیت، دولت و بخش خصوص و غیردولتی درخصوص وظایف و مأموریت حرفه‌ای آنان است. نگاه مبتنی بر مسئولیت‌پذیری، مترادف با این است که به پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی تصمیمات و اقدامات خود در تمامی سطوح، توجه کرده و در جهت صیانت و محافظت از محیط (انسانی و طبیعی و جانوری) تلاش‌های آگاهانه کرد. اگر اقتصادی مجیز به این دو نیروی محر که شده، یعنی حکمرانی خوب و مسئولیت‌پذیری، در هر بزرنگاه اقتصادی خواهد توانست با قوه عاقله جمعی مبتنی بر مشارکت، مشکلات را شناسایی و مدیریت کارآمدی را برای خروج از بحران پیاده‌سازی نماید. به نظر می‌رسد تنها نوشتن اعداد کمی بر روی کاغذ نمی‌تواند انباشت مشکلات توسعه صادرات بخش کشاورزی را مرتفع کند و در این برهه زمانی، نیاز به تغییر مسیر گذشته و حرکت به سمت ایجاد الزامات و بسترهای پیاده‌سازی حکمرانی خوب و مسئولیت‌پذیری است. در این صورت می‌توان تهدید را تبدیل به فرصت کرد و از فرصت‌ها حداکثر استفاده را برد.



شرکت مخابرات ایران
منطقه مازندران

آگهی مناقصه

۱۴۰۴/۳۶

شرکت مخابرات ایران، منطقه مازندران در نظر دارد مناقصه با موضوع «(طرح پیمانکار حجمی Swap فاز ۴ مرکز معلم شهرستان ساری)» را برگزار نماید.

متقاضیان شرکت درمناقصه می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به نشانی tcir.ir یا mn.teci.ir مراجعه نمایند.

روابط عمومی مخابرات منطقه مازندران

در مکاتب مدافع مداخله کامل دولت، مانند سوسیالیسم دولتی، میزان مداخله دولت در اقتصاد به بالاترین حد خود می‌رسد و دولت‌ها، مالک بخش بزرگی از ابزار تولید هستند و برنامه‌ریزی متمرکز دولت، جایگزین بازار شده است. در این مکاتب، یک نهاد مرکزی، تصمیم می‌گیرد که چه چیزی، چگونه، با چه قیمتی و برای چه کسی تولید شود و یا حتی را از این فراتر گذاشته و دولت به صورت فعال از طرق تعرفه‌های گمرکی بالا، سهمیه‌بندی و با اعطای انحصار از صنایع داخلی در برابر رقابت خارجی، حمایت می‌کند تا تراز تجاری مثبتی داشته باشد. البته این رویه‌ها، بیشتر یک سیاست اقتصادی است تا یک مکتب اقتصادی.

در عمل در دنیای کنونی، اکثر اقتصادهای امروز، آمیزه‌ای از مکاتب اقتصادی را مورد استفاده قرار می‌دهند که در طیفی میان کینزی و نئوکلاسیک، قرار می‌گیرند

فاطمه پاسبان، کارشناس اقتصادی

توسعه تجارت خارجی، به ویژه صادرات از عوامل مؤثر در توسعه اقتصادی کشورهاست که می‌تواند علاوه بر رشد اقتصادی و درآمد ارزی، موجب افزایش توان رقابت‌پذیری کشورها در عرصه‌های بین‌المللی شود. اهمیت صادرات به عنوان رویکردی برای توسعه بازار فروش محصولات دارای مزیت رقابتی، خلق ارزش و ثروت و امکان توسعه کمی و کیفی محصولات تولید داخلی و تنوع‌بخشی به آن، مورد توجه اقتصاددانان توسعه و سیاستگذاران است. در ادبیات نظری، اقتصاددانان نئوکلاسیک معتقدند که صادرات، کمک مؤثری به رشد اقتصادی می‌کند و از آن به‌مثابه موتور رشد اقتصادی، نام می‌برند. به‌علاوه، جایگزینی سیاست توسعه صادرات به‌جای سیاست جانشینی واردات در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، براساس این باور اقتصادی که سیاست توسعه صادرات، نسبت به جانشینی واردات، تأثیر بیشتری بر رشد اقتصادی دارد، اهمیت صادرات را در رشد اقتصادی کشورها بیش‌ازپیش آشکار می‌سازد. براساس مطالعات تجربی، افزایش صادرات بر رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت و بلندمدت، تأثیر مثبت دارد که نشان از آن دارد که تقویت و ارتقای سیاست توسعه صادرات، بیش از آنکه «انتخاب» باشد، «ضرورت» است. توسعه بازارهای فروش محصولات و ایجاد انگیزه برای ادامه تولید و آزرآوری، تحریک سرمایه‌گذاری و ارتقای درآمد فعالان اقتصادی، ازجمله آثار مثبت توسعه صادرات است و با ایجاد فرصت‌های شغلی، بخشی از نیروی کار کشور را به خود جذب خواهد کرد.

توسعه و ارتقای صادرات، مستلزم توجه به چهار نکته کلیدی است؛ نخست، هر محصولی، نیازمند تدوین استراتژی توسعه صادرات است و نمی‌توان بدون استراتژی که همه بازیگران زنجیره در آن دیده‌شده باشند، به توسعه صادرات دست یافت. دوم، صادرات براساس محصولات صادرات‌محور استوار است؛ تولیدی که بر پایه نیازهای بازارهای صادراتی و مصرف‌کننده آن طراحی و تولید می‌شود. سوم، تولید صادرات‌محور بر پایه حمایت و صیانت از منابع طبیعی است. تولید صادرات‌محور، دوستدار طبیعت است و تخریب منابع طبیعی و منابع پایه (آب‌وخاک) به زبان توسعه پایدار نسل فعلی و نسل‌های آتی خواهد بود. چهارم، توسعه صادرات بر محور خلق ثروت و ارزش است و تنها محصولاتی قابلیت صادرات دارند که بازار فروش داشته، دوستدار طبیعت بوده و ایجاد ثروت و خلق ارزش نمایند. برای این منظور، ضرورت دارد که طرح توجیهی هزینه-فایده برای صادرات هر محصول، تهیه و رویکرد آمایش سرزمین بر آن حاکم باشد.

صادرات علاوه بر عوامل درونی بخش، از عوامل بیرونی نیز تأثیرپذیر است که ازجمله می‌توان به نرخ ارز و بی‌ثباتی آن، بی‌ثباتی سیاست‌های دولت، نرخ سود بانکی، تورم، نااطمینانی فضای تصمیم‌سازی، شرایط فضای کسب‌وکار، میزان و نوع ارتباط با کشورهای همسایه و جهان، سرمایه‌گذاری عمرانی دولت در زیرساخت‌های اقتصادی مرتبط با صادرات، میزان حضور بخش خصوصی و مردمی در تامین سرمایه و سرمایه‌گذاری در بخش صادرات، به‌خصوص ورود فناوری و دانش و مدیریت در فرآیند صادرات، سیاست‌های حمایتی دولت و... اشاره نمود. ازاین‌رو، شناسایی عوامل مؤثر بر صادرات پایدار و تاب‌آور هر محصول و اولویت‌بندی آنان به‌منظور تدوین استراتژی توسعه صادرات پایدار با رویکرد زنجیره ارزش و حکمروایی خوب، یکی از اقدامات مهم برای ارتقای صادرات هر کشوری است.

اخبار

مدت گارانتی خودرو و موتورسیکلت تغییر کرد

براساس مصوبه جدید هیأت دولت، مدت گارانتی خودروهای سبک و سسنگین تا سه سال و با پیمایش ۶۰ تا ۲۰۰ هزار کیلومتر افزایش یافت و برای موتورسیکلت‌ها نیز گارانتی تا سه سال لازم‌الاجرا است. هیأت دولت با تصویب اصلاحیه‌ای در «آیین‌نامه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو»، مدت گارانتی خودروها و موتورسیکلت را به حداقل سه سال افزایش داد. در این مصوبه که از سوی «محمدرضا عارف» معاون اول رئیس‌جمهوری ابلاغ شده، آمده است: هیأت وزیران در جلسه ۳۰ مهرماه ۱۴۰۴ به پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و به استناد اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تصویب کرد: «ماده (۱۲) آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو موضوع تصویب نامه شماره ۲۷۴۱۵ ت۴۱۶۸۱ هـ مورخ ۲۸ فروردین ماه ۱۳۹۵ به شرح زیر اصلاح می‌شود و تبصره‌های آن به قوت خود باقی است. «ماده ۱۲ - دوره تضمین برای خودروهای عمومی و سبک شامل سواری، پیکاپ، وانت و ون از تاریخ تحویل به مصرف‌کننده حداقل سه سال با پیمایش برابر ۶۰ هزار کیلومتر هر کدام زودتر فرا برسد و برای خودروهای تجاری شامل مینی بوس، میدل باس، اتوبوس، کامیونت، کامیون و کشنده از تاریخ تحویل حداقل سه سال با پیمایش برابر ۲۰۰ هزار کیلومتر، هر کدام زودتر فرا برسد و برای انواع موتورسیکلت از تاریخ تحویل حداقل سه سال لازم‌الاجرا است».

رئیس سازمان ملی استاندارد خبر داد

اجرای پلکانی استانداردهای خودرو

رئیس سازمان ملی استاندارد از اجرای پلکانی استانداردهای جدید خودرو، خبر داد و گفت در حال حاضر استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرو در حال اجراست و استانداردهای صدویست‌ودوگانه نیز تدوین شده‌اند. اجرای این استانداردها، منوط به سیاستگذاری‌های آینده است و در صورت تصویب به صورت پلکانی اعمال خواهند شد. «فرزانه انصاری» در حاشیه مراسم نکوداشت و تجلیل از واحدهای تولیدی نمونه استاندارد استان تهران در جمع خبرنگاران درباره عدم رعایت معیارهای استاندارد در برخی از قطعات خودرو، گفت: هر آنچه از قطعات خودرو که مشمول استاندارد اجباری است؛ توسط سازمان ملی استاندارد نمونه‌برداری می‌شود و اگر مواردی وجود داشته باشد توسط سامانه‌های مربوط به اصالت‌سنجی که شماره آن ۱۵۱۷۰۱۰۰ است، مورد پیگیری قرار می‌گیرد. او در رابطه با ارتقای ۸۵ معیار استاندارد اجباری خودرو به معیارهای صدویست‌ودوگانه، توضیح داد: استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرو در حال حاضر اجباری هستند و اما؛ از آنجایی که استانداردهای مربوط به خودرو در سایر کشورهای جهان مورد تجدیدنظر قرار گرفته در کشور ما نیز تعداد استانداردهای به ۱۲۲ معیار ارتقا یافته که اجرای آن منوط به سیاستگذاری است و رایزنی‌ها با وزارت صمت به عمل آمده و اگر قرار باشد اجرا شود به صورت پلکانی و متناسب با توان تولیدکنندگان و بازار به صورت قدم به قدم پیگیری و اجرا خواهد شد. به گفته «انصاری»، استانداردسازی ۱۰۰۰ قطعه مربوط به خودرو از سال‌های گذشته در دستور کار سازمان استاندارد قرار داشته که حدود ۲۰۰ الی ۸۰۰ قطعه استانداردسازی شده و حدود ۲۰۰ تا ۳۰۰ قطعه نیز در دستور کار است. اگر قطعه‌سازان به هر روشی کیفیت مواد اولیه خود را کاهش دهند مشخص می‌شود؛ چراکه در آزمون قطعات و نمونه‌ها می‌توان سطح کیفی مواد اولیه قطعات را ارزیابی کرد. رئیس سازمان ملی استاندارد در رابطه با موضوع آلایندگی خودروها نیز گفت: در رابطه با آلایندگی خودروها وظیفه‌ای که برعهده سازمان ملی استاندارد است، تدوین استانداردها و مقررات مربوط به حد مجاز آلایندها است که در خودروهای بنزینی و دیزلی استانداردهای مربوط به یورو ۵ و یورو ۶ تدوین شده و سازمان محیط زیست نیز وظیفه دارد در بحث آلایندها نظارت خود را انجام دهد و در کنار آن نظارت‌های سازمان استاندارد نیز وجود دارد که نتایج آن را در اختیار سازمان محیط زیست قرار می‌دهد.

طلا در صف تغییرات بازارهای جهانی

افزایش قیمت طلا به بالاترین میزان خود در سال جاری، اشتباهی فزاینده‌ای برای شمش توکنیزه شده ایجاد کرده است، زیرا سرمایه‌گذاران به دنبال راه‌هایی برای مقابله با کاهش ارزش پول اما بر روی بلاک‌چین هستند. این فلز گرانبه‌ای که به صورت توکن صادر می‌شود، از همان فناوری زیربنای رمزارزها استفاده و صادرکننده تضمین می‌کند که این توکن‌ها توسط طلای فیزیکی که به طور ایمن نگهداری می‌شود و به گونه‌ای طراحی شده است که دقیقاً منعکس‌کننده قیمت طلا باشد، پشتیبانی می‌شوند. با افزایش قیمت طلا به بالاترین سلط خود در ماه اکتبر، شرکت تتر، صادرکننده استیبل کوین، شاهد افزایش ۶۰ درصدی ارزش توکن‌های طلای خود (XAUT) بود. این شرکت، اعلام کرد که ارزش بازار توکن‌های طلای آن از ۱.۴۴ میلیارد دلار در پایان سه ماهه گذشته به تقریباً ۲.۱ میلیارد دلار در ماه گذشته، قبل از فروش گسترده طلا، افزایش یافته است. در حال حاضر طلای توکنیزه شده فقط حدود یک درصد از بازار دارایی‌های دنیای واقعی را تشکیل می‌دهد. در حالی که استیبل کوین‌های پشتیبانی شده با دلار آمریکا با اوراق قرضه خزانه کوتاه مدت، ارزش بازاری حدود ۳۰۰ میلیارد دلار دارند. طلای توکنیزه شده فقط حدود ۳ میلیارد دلار را نشان می‌دهد که توسط توکن‌های طلای تتر و پکس گلد هدایت می‌شود. «پول پک» رئیس بخش دارایی‌های دیجیتال «پرودموتری»، گفت: مردم با این روش می‌توانند در صورت تمایل طلا را در کیف پول دیجیتال نگهداری کنند و آن را به صورت شبانه‌روزی و با قابلیت انتقال همتا به همتا معامله کنند. صنعت رمزارزها، به همراه بزرگان وال استریت، می‌خواهند این روند را به جریان اصلی وارد کنند. «ولاد تنف» مدیرعامل رابین‌هود، به تازگی توکن‌سازی را با قطار باری مقایسه کرد که نمی‌توان جلوی آن را گرفت. «لری فینک» مدیرعامل بلک‌راک، گفت که این مفهوم سرمایه‌گذاری را متحول خواهد کرد. به گزارش «یاهو فایننس»، قانون «جنیوس» (GENIUS) که اوایل سال جاری تصویب شد، محافظی برای صنعت استیبل کوین فراهم کرد و تنها اولین گام برای توکن‌سازی هر نوع دارایی، از جمله سهام، صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک و املاک و مستغلات تلقی می‌شود.

سکه با سررسید آخر بهمن پیش‌فروش می‌شود

برگزاری ۲ حراج سکه در آبان

براساس تصمیم بانک مرکزی و در پاسخ به متقاضیان، برگزاری حراج سکه طلای بانک مرکزی با سال ضرب ۱۳۸۶ در تاریخ ۱۴ آبان و ۲۱ آبان در مرکز مبادله ارز و طلای ایران انجام می‌شود. پیش‌فروش قطعی مسکوکات طلای بانک مرکزی با سال ضرب ۱۴۰۳ به سررسید ۳۰ بهمن ماه به روش حراج برگزار می‌شود. به گفته بانک مرکزی، بازه زمانی واریز وجه و سفارش‌گذاری برای پیش‌فروش مذکور از ۲۱ آبان تا ۲۶ آبان خواهد بود.

فقط ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی کشور از دریا تامین می‌شود

۳ گام توسعه دریامحور



دریامحور، دارای الزاماتی است که بخش‌خصوصی بارها به تبیین آن پرداخته است؛ فعالان اقتصادی بر این باورند که اجرایی شدن سیاست‌های کلی دریامحور، مستلزم برداشتن سه گام در مسیر «تشکیل نهاد تنظیم‌گر واحد دریایی برای هماهنگی تصمیمات بندری، گمرکی و منطقه‌ای در سطح ملی»، «طراحی پروتکل واسط ملی (API) برای تبادل داده و اتصال لحظه‌ای سامانه‌های بنادر، گمرک و مناطق آزاد» و «تعریف شاخص کلیدی عملکرد (KPI) برای اعلام وضعیت شاخص‌هایی چون زمان ماندگاری کانتینر، هزینه خدمات و سرعت صدور مجوزها» است که باید به فوریت انجام شود.» به گفته «سنددجی»، «این سه گام، پایه‌های تحقق سیاست‌های ابلاغی ۱۶ آبان به شمار می‌آید و اجرای آنها نفع‌تها به پیشرفت بنادر کشور کمک می‌کند، بلکه توان رقابتی ایران در کریدورهای بین‌المللی را ارتقا می‌دهد. دو سال از تعیین این تکلیف سپری شده و هنوز دریا به اندازه خشکی در سیاستگذاری ایران سهم ندارد. نکته حائز اهمیت این است که اگر بخش‌خصوصی در فرایند تصمیم‌سازی و اجرای توسعه دریامحور، همکار واقعی دولت باشد، شاید ۱۶ آبان سال آینده، نه به عنوان روز ابلاغ سیاست‌ها، بلکه به عنوان روز شکل‌گیری اقتصاد دریاپایه در ایران یادآوری شود.»

بازوی کارشناسی مجلس پیشنهاد می‌دهد

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش «ارزیابی عملکرد برنامه هفتم پیشرفت تا پایان شهرپورماه ۱۴۰۴؛ گذر و اقتصاد دریامحور»، پیشنهاداتی برای تحقق اهداف برنامه هفتم و توسعه دریامحور، ارائه داده است. مرکز پژوهش‌ها در ابتدای این گزارش، چالش‌های شش‌گانه توسعه اقتصاد دریامحور در ایران را «زمان و هزینه انطباق مرززی چند دهه‌برابری در مقایسه با سایر کشورهای منطقه و جهان»، «عدم طراحی و معرفی ابتکار عمل کریدوری ایران از سوی دستگاه‌های اجرایی»، «پلاتکلیفی و عدم تصمیم‌گیری در تعیین اولویت‌ها و زمانبندی احداث پروژه‌های زیرساختی راه‌آهنی و بندری»، «کمبود و فرسودگی ناوگان حمل و نقل عمومی»، «کم‌توجهی به اقتصاد دریامحور و توسعه منطقه مکران» و «ایمنی نسبتاً پایین راه‌های کشور طبق آمار فوتی‌های ناشی از تصادفات جاده‌ای» اعلام کرده است. این نهاد پژوهشی همچنین راهکارها و پیشنهادهایی برای حل این چالش‌ها معرفی کرده است؛ از جمله اینکه ستاد ملی گذر از اختیارات قانونی خود در جهت رفع تعارض منافع دستگاه‌های مستقر در پایانه‌های مرزی و جلوگیری از ابلاغ سیاست‌های متعارض و متناقض برای مرزها و هماهنگ‌سازی تشریفات گمرکی با مرزها استفاده کند تا جایگاه یافتن ایران در نظم اقتصادی آینده منطقه و جهان امکان‌پذیر شود. در این زمینه ضروری است کمیسیون‌های عمران، امنیت ملی و سیاست خارجی، صنایع و معادن و اقتصادی مجلس، برنامه‌نظارتی هدفمند درخصوص عملکرد دبیرخانه ستاد ملی گذر در وزارت راه و شهرسازی داشته باشند. این گزارش همچنین در حوزه توسعه زیرساخت‌های کریدوری و تأمین و نوسازی ناوگان حمل و نقل، پیشنهاد داده که هر کدام از زیربخش‌های ریلی، جاده‌ای و هوایی، یک برنامه عملیاتی جامع با برش‌های یک‌ساله برای تحقق احکام مرتبط با زیربخش خود به کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی ارائه دهند. مرکز پژوهش‌ها همچنین در پیشنهادی دیگر

فرصت امروز؛ طبق آمارها فقط ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی در ایران از دریا تامین می‌شود که با توجه به مزیت‌های سرزمینی کشورمان اصلاً راضی‌کننده نیست. ایران حدود یک درصد از اقتصاد دریایی جهان را (بدون احتساب منابع نفتی و گازی) به خود اختصاص داده و این در حالی است که از نظر ظرفیت‌ها در رتبه ۴۰ از بین ۱۸۴ کشور قرار گرفته است. با وجود آنکه اقتصاد دریامحور به‌عنوان یکی از محورهای کلیدی توسعه ملی در برنامه هفتم، مطرح شده و رشد سالانه ۱۶ درصد هدف‌گذاری شده است، اما چالش‌های متعددی در این مسیر، توسعه اقتصاد دریامحور را تهدید می‌کند و استفاده از مزیت سرزمینی ایران در حوزه حمل‌ونقل دریایی را به چالش می‌کشد. از نگاه بازوی کارشناسی مجلس، شش چالش «زمان و هزینه انطباق مرزی چند دهه‌برابری در مقایسه با سایر کشورهای منطقه و جهان»، «عدم طراحی و معرفی ابتکار عمل کریدوری ایران از سوی دستگاه‌های اجرایی»، «پلاتکلیفی و عدم تصمیم‌گیری در تعیین اولویت‌ها و زمان‌بندی احداث پروژه‌های زیرساختی راه‌آهنی و بندری»، «کمبود و فرسودگی ناوگان حمل و نقل عمومی»، «کم‌توجهی به اقتصاد دریامحور و توسعه منطقه مکران» و «ایمنی نسبتاً پایین راه‌های کشور طبق آمار فوتی‌های ناشی از تصادفات جاده‌ای» از مهمترین چالش‌های استفاده از مزیت سرزمینی ایران در حوزه توسعه دریامحور است. کارشناسان برای رفع این چالش‌ها و تحقق توسعه دریامحور در ایران، سه گام کلیدی را توصیه می‌کنند که شامل «تشکیل نهاد تنظیم‌گر واحد دریایی برای هماهنگی تصمیمات بندری، گمرکی و منطقه‌ای در سطح ملی»، «طراحی پروتکل واسط ملی (API) برای تبادل داده و اتصال لحظه‌ای سامانه‌های بنادر، گمرک و مناطق آزاد» و «تعریف شاخص کلیدی عملکرد (KPI) برای اعلام وضعیت شاخص‌هایی چون زمان ماندگاری کانتینر، هزینه خدمات و سرعت صدور مجوزها» است.

رویای شیرین و ناکام توسعه دریامحور

در روز شانزدهم آبان‌ماه ۱۴۰۲، سیاست‌های کلی توسعه دریامحور از سوی مقام معظم رهبری، ابلاغ شد؛ سندی که ابلاغ آن با هدف نجات اقتصاد ایران از خشکی گرایي مرزن و هدایت آن به سمت دریا، تجارت و زنجیره ارزش جهانی صورت گرفت. سیاست‌های کلی توسعه دریامحور در ۹ بند ابلاغ شده که در بند نخست آن بر سیاستگذاری یکپارچه امور دریایی، تقسیم کار ملی و مدیریت چابک و کارآمد به منظور بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت‌های دریا تأکید شده است. با این حال با گذشت نزدیک به دو سال از ابلاغ این سند، بندرهای کشور هنوز به سیاستگذاری یکپارچه مجهز نشده‌اند. هر بندر ساز خود را می‌زند و هیچ نهاد تنظیم‌گری وجود ندارد که بنادر، گمرک، مناطق آزاد و وزارتخانه‌های ذی‌ربط را در جhti واحد هدایت کند. در نتیجه، سیاست‌های دریامحور همچنان در سطح مصوبه باقی مانده و در عملکرد متولیان این حوزه مشاهده نمی‌شود؛ به‌طوری که داده‌ها در جزیره‌های جداگانه ذخیره می‌شوند، سرمایه‌گذاران با چند مرجع صادرکننده مجوز روبه‌رو هستند و مسیر ترانزیتی شمال – جنوب هنوز کاملاً عملیاتی نشده است.

«پیمان سنددجی»، عضو اتاق بازرگانی تهران با اشاره به سه گام کلیدی برای عملیاتی شدن توسعه دریامحور در ایران، می‌گوید: «تحقق توسعه

تصمیم عجیب برای تسهیلات ازدواج

وام نقدی ازدواج حذف می‌شود؟

انتظار داریم که از طریق کارت رفاهی متصل به اوراق گام بتوانیم از میزان مدت انتظار در صف متقاضیان کاسته شود. البته بخشی از افزایش صف تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج مربوط به اضافه شدن تسهیلات فرزندآوری از سال ۱۴۰۱ به تسهیلات تکلیفی و بخشی هم به خاطر رشد سقف فردی تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج بود که خیلی فراتر از توان قرض‌الحسنه رشد کرد. چون بعضاً اگر توان پرداخت ۲۵ درصد تا ۳۰ درصد افزایش پیدا می‌کرد برای چند سال شاهد رشد ۷۰ درصدی صف بودیم. «جلالی» با بیان اینکه بالغ بر ۲۲ درصد سهم تسهیلات جدید شبکه بانکی قرض‌الحسنه‌ها بوده که به متقاضیان خرد پرداخت می‌شود، گفت: در سال گذشته کل تسهیلات پرداختی جدید شبکه بانکی حدود ۱۴۰۰ همت بوده که ۲۵۰ همت آن بابت تسهیلات قرض‌الحسنه، ازدواج، فرزندآوری و اشتغال بوده است.

اقدام بانک مرکزی، موجی از نگرانی برای کسانی که در صف دریافت تسهیلات هستند را به وجود آورده است. مرد جوانی که هفت ماه است در انتظار دریافت تسهیلات ازدواج است و به گفته خودش، شش ماه از آغاز زندگی مشترکش زیر یک سقف می‌گذرد، در این باره گفت: ما تلاش کرده‌ایم با این پول و پس‌انداز و کادوهای عروسی، خانه کوچکی در یکی از شهر ک‌های اقماری تهران بخریم اما تبدیل پول نقد به کارت اعتباری، مشکلات متعددی را برای ما ایجاد می‌کند، چون ناگهان ۷۰۰ میلیون تومان از پولی که ما رویش حساب کردیم را از بین می‌برد. من هفت ماه است در نوبت. تمام وسایل مورد نیاز زندگی را هم خریده‌ام چون بدون وسیله نمی‌توانستیم زندگی را شروع کنیم و تجهیز را خانواده همسرم خریده‌اند. حالا اگر من بخواهم خانه بخرم، می‌شود هدررفت منابع؟ زن جوانی که یک سال از ازدواجش گذشته است نیز گفت: ما در صف دریافت تسهیلات هستیم و حالا با این تغییر همه محاسبات ما را به هم

صعود قیمت نفت در آغاز هفته میلادی

هر بشکه نفت برنت ۶۵ دلار شد

قیمت نفت در معاملات روز دوشنبه، در پی تصمیم تولیدکنندگان اوپک پلاس برای عدم افزایش تولید در سه ماهه اول سال میلادی آینده و کاهش نگرانی‌ها نسبت به مازاد عرضه، صعود کرد. قیمت هر بشکه نفت برنت با ۲۸ سنت معادل ۰.۴۳ سنت افزایش به ۶۵ دلار و پنج سنت و نفت وست تگزاس اینترمدیت آمریکا با ۲۵ سنت معادل ۰.۴۱ درصد افزایش به ۶۱ دلار و ۲۳ سنت رسید. سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) و متحدانش، معروف به اوپک پلاس، روز یکشنبه توافق کردند تولید خود را در دسامبر به میزان ۱۳۷ هزار بشکه در روز افزایش دهند که این میزان مشابه ماه‌های اکتبر و نوامبر است. اوپک پلاس در بیانیه‌ای اعلام کرد: پس از دسامبر، هشت کشور این گروه همچنین تصمیم گرفتند به دلیل شرایط فصلی، افزایش تولید را در ژانویه، فوریه و مارس ۲۰۲۶ متوقف کنند. «وارن پترسون» رئیس تحقیقات کالا در شرکت آیان‌جی، گفت: این تصمیم به نظر می‌رسد اذعان به وجود مازاد عرضه بزرگی است که بازار، به ویژه در اوایل سال آینده، با آن مواجه است. او افزود: بدیهی است که هنوز عدم قطعیت زیادی در مورد میزان مازاد وجود دارد که به میزان اختلال تحریم‌های آمریکا در جریان نفت روسیه بستگی دارد. «هلیم‌ا کرافت» رئیس استراتژی کالا در شرکت «ار بی سی کپیتال» نیز خاطرنشان کرد: روسیه در پی اعمال تحریم‌های آمریکا علیه تولیدکنندگان بزرگ شامل روس‌نفت و لوک‌اویل و همچنین حملات مداوم اوکراین به زیرساخت‌های انرژی، همچنان یک عامل تاثیرگذار در عرضه مانده است. با توجه به عدم قطعیت در مورد وضعیت عرضه در سه ماهه اول و کاهش تقاضای پیش‌بینی شده، زمینه کافی برای یک رویکرد محتاطانه وجود دارد. نفت برنت و وست تگزاس اینترمدیت در اکتبر، بیش از ۲ درصد کاهش یافتند و برای سومین ماه متوالی نزول کردند و در ۲۰ اکتبر، به دلیل ترس از عرضه بیش از حد و نگرانی‌های اقتصادی در مورد تعرفه‌های آمریکا، به کف قیمت پنج ماهه سقوط کردند. نظرسنجی رویترز نشان داد که تحلیلگران پیش‌بینی‌های‌شان از قیمت نفت را تا حد زیادی بدون تغییر نگه داشته‌اند، زیرا افزایش تولید اوپک پلاس و تقاضای ضعیف، ریسک‌های ژئولیتیکی متوجه عرضه را جبران می‌کند. تخمین‌ها از مازاد عرضه در بازار نفت از ۱۹۰ هزار بشکه تا ۳ میلیون بشکه در روز متغیر بود. اداره اطلاعات انرژی آمریکا، روز جمعه، گزارش داد که تولید نفت آمریکا در ماه اوت، ۸۶ هزار بشکه در روز افزایش یافته و به رکورد ۱۲.۸ میلیون بشکه در روز رسیده است. به گزارش رویترز، بررسی‌های تجاری روز دوشنبه نشان داد با توجه به تقاضای ضعیف آمریکا و تعرفه‌های اعمال شده توسط دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا که به سفارش‌های کارخانه‌ها در سراسر منطقه آسیب رسانده است، موانع برای قطب‌های بزرگ تولیدی آسیا در اکتبر همچنان ادامه داشته است. آسیا، بزرگ‌ترین منطقه مصرف‌کننده نفت در جهان است.

نیروگاه‌ها با دست پر به استقبال زمستان می‌روند

پایداری شبکه گازی کشور کلید اصلی گذر از فصل سرد بدون خاموشی است و پیش‌بینی می‌شود با افزایش تحویل گاز به نیروگاه‌ها (تحویل ۳ میلیارد و ۱۵۰ میلیون متر مکعب گاز)، رشد ذخایر سوخت مایع و همکاری دستگاه‌های مسئول، زمستان امسال با حداقل خاموشی و پایداری بیشتر شبکه برق سپری شود. به گزارش «ایسنا»، کمتر از دو ماه تا آغاز فصل زمستان باقی مانده و تدفقه‌های سوخت نیروگاه‌ها برای گذر از سرمای پیش‌رو، بیش از هر زمان دیگری مورد توجه قرار گرفته است؛ موضوعی که با توجه به تجربه خاموشی‌های سال گذشته اهمیت دوچندان یافته است. از اواخر شهریور سال جاری برنامه تعمیرات و ارتقای توان نیروگاه‌های حرارتی برای آمادگی کامل برای تابستان سال آینده در دستور کار واقع و آغاز شد.
آنطور که مسئولان گفته‌اند با وجود کسری منابع و ناترازی‌ها، اقدامات مناسبی برای تأمین برق و آب انجام شده و پیش‌بینی می‌شود در فصل سرد خاموشی‌ها به حداقل برسد، به شرط آنکه واحدهای نیروگاهی به اندازه کافی گاز و آب داشته باشند. کارشناسان بر این باورند که پایداری شبکه گاز امری مهم برای گذر از فصل سرد بدون خاموشی محسوب می‌شود چراکه هرگونه فشار در خطوط انتقال گاز می‌تواند مصرف خانگی، می‌تواند برنامه‌ریزی نیروگاه‌ها را به هم بزند و ذخایر مایع موجود را با سرعت بالایی کاهش دهد.

با این حال اقدامات انجام شده و اعلام رسمی مسئولان حکایت از همکاری و تعامل مطلوب میان دو وزارتخانه نیرو و نفت و سایر نهادهای مرتبط دارد. به طور مثال «محسن پاک‌نژاد»، وزیر نفت اخیرا در حاشیه جلسه هیأت دولت خبر از افزایش تولید گاز داد، بر این اساس مقدار گاز تحویلی به شبکه تا حدود ۶.۷ میلیون مترمکعب در روز بیشتر شده و طبیعتاً با این مقدار افزایش تولید، باید به دنبال مدیریت تحویل گاز به صنایع و نیروگاه‌ها نیز بود. طبق گفته وی، ذخایر نفت‌گاز در نیروگاه‌های گازی نسبت به سال گذشته تا ۱۳۰ درصد افزایش یافته و در حال حاضر بیش از ۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون لیتر ذخایر نفت‌گاز در نیروگاه‌ها وجود دارد، بنابراین با شرایط خوبی به سراغ فصل سرما می‌رویم.

در این راستا «ناصر اسکندری» معاون راهبری تولید شرکت برق حرارتی- اخیرا درباره تأمین سوخت نیروگاه‌ها در نیمه دوم سال توضیح داده است: در تلاش هستیم تا با پرکردن مخازن نیروگاهی از سوخت مایع گازوئیل و مازوت، زمستان جاری را با کمترین چالش سپری کنیم. در صددیم تا با دریافت گاز بیشتر، سوخت مایع را کمتر مصرف کرده و آن را برای فصل زمستان ذخیره کنیم. وی با اشاره به همکاری و هماهنگی وزارت نیرو و نفت در راستای تأمین سوخت موردنیاز نیروگاه‌ها ادامه داد: خوشبختانه با هماهنگی بسیار خوبی که بین دو وزارت نیرو و نفت ایجاد شده است ذخیره‌سازی مناسبی اتفاق افتاده و پیش‌بینی می‌شود که در صورت تأمین حداقل‌های موردنیاز از سوی وزارت نفت، در زمستان هیچ مشکلی در تأمین انرژی نداشته باشیم، اما به این منظور استمرار در تأمین سوخت موردنیاز لازم است.

براساس آمارهای رسمی اعلام شده، امسال رکورد تازه در تأمین گاز نیروگاه‌ها ثبت شده به طوری که بیش از ۳ میلیارد و ۱۵۰ میلیون متر مکعب گاز بیش از سال گذشته به نیروگاه ها تحویل داده شده است. در مجموع با افزایش تحویل گاز به نیروگاه‌ها، رشد ذخایر سوخت مایع و همکاری نزدیک دستگاه‌های مسئول، پیش‌بینی می‌شود زمستان امسال با حداقل خاموشی و پایداری بیشتر شبکه برق سپری شود؛ هرچند استمرار در تأمین گاز و مدیریت مصرف خانگی همچنان ضروری است.

ورود ۷۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام

بورس از سقف تاریخی گذشت



سهام و صندوق‌های سهامی) به مرز ۱۴.۵ همت رسیده که نسبت به بازه زمانی پس از جنگ ۱۲ روزه تقریباً سه برابر شده است. شاخص بازار سرمایه طی دو ماه گذشته در یک فرآیند افزایشی از سطح ۲.۴ میلیون واحد به ۳.۲ میلیون واحد رسیده و روز چهارشنبه برای اولین بار پس از شش ماه مجدداً کانال ۳.۲ میلیون واحد را که روز ۳۰ اردیبهشت از دست داده بود، تصاحب کرد. در نهایت، شاخص کل در روز دوشنبه، سقف تاریخی خود را شکست و در سطح ۳ میلیون و ۲۶۵ هزار واحد ایستاد.

بازار به حمایت سیاستی احتیاج دارد

یک کارشناس بازار سرمایه، گفت: بازار سهام در نخستین هفته آبان‌ماه با عبور شاخص کل از سطح ۳میلیون و ۲۰۰ هزار واحد، تحت‌تاثیر کاهش نرخ خوراک پتروشیمی‌ها و مجوز فروش ارز صادرکنندگان فولادی، مسیر صعودی خود را ادامه داد. «محمدرضا رافع» در گفت‌وگو با «ایرنا» توضیح داد: بورس در نخستین هفته آبان‌ماه تحت تأثیر دو تصمیم کلیدی یعنی کاهش نرخ خوراک گاز و مجوز فروش ارز صادرکنندگان فولادی در تالار دوم، با تحرک جدیدی روبه‌رو شد و این تحولات می‌توانند زمینه‌ساز بازگشت نسبی اعتماد به بازار باشند. کاهش نرخ خوراک از دهه ۹۰ تاکنون یکی از موثرترین مولفه‌ها بر تراز سود شرکت‌های پتروشیمی بوده است. از طرف دیگر، صادرکنندگان فولاد که تا امروز مجبور بودند ارز خود را با نرخ ۷۰ هزار تومان در سامانه نیما بفروشند، با تغییر کانال فروش می‌توانند با نرخ بالاتری معامله کنند و زیان انباشته‌شان را جبران کنند.

به گفته «رافع» این تغییر در سیاست ارزی اثر خود را در معاملات روزهای اخیر نشان داد، در گزارش شش ماهه فولاد مبارکه، افت شدیدی در سود نسبت به سال گذشته دیده می‌شد، اما خبر فروش ارز در تالار دوم باعث شد نماد فولاد مبارکه در سقف قیمتی معامله شود. روز چهارشنبه هفتم آبان صف خرید سنگینی در این نماد شکل گرفت که بیش از ۴هزار واحد اثر مثبت روی شاخص کل گذاشت. معاملات آخر هفته نشان داد خریداران تا پایان بازار دست بالا را دارند. بیش از ۲۵۳ میلیارد تومان نقدینگی حقیقی وارد بورس شد و حدود ۴۰۰ میلیارد تومان به سهام و حق تقدم‌ها اختصاص داشت. گروه‌های ربالی مثل خودرویی‌ها هم با مجوز تازه افزایش نرخ برای دومین‌بار در سال جاری، با رشد تقاضا روبه‌رو شدند و صنایع غذایی و دامپروری به واسطه گزارش‌های شش ماهه مطلوب‌شان مورد توجه قرار گرفتند. در مجموع، شرکت‌های ربالی نسبت به دلاری‌ها در نیمه نخست سال شرایط بهتری داشتند. این کارشناس بازار سرمایه درباره دورنمای بازار توضیح داد: اگر نرخ ارز صادراتی در تالار توافقی دوم بین ۹۰ تا ۱۰۰ هزار تومان تثبیت شود، احتمال افزایش سودآوری فولادی‌ها و رشد ورود سرمایه جدید بسیار بالاست. بازار در حال حاضر آینده صنعت را می‌خرد، نه گذشته گزارش‌ها را. کاهش نرخ خوراک و رفع محدودیت فروش ارز، دو تصمیم درستی بود که به رقابت‌پذیری شرکت‌ها کمک می‌کند.

مثبت در بازار حکایت می‌کند، بلکه نشان از عمق مناسب نقدشوندگی و تقاضای واقعی در سطوح فعلی دارد. جریان نقدینگی حقیقی به یکی از درخشان‌ترین سطوح خود در هفته‌های اخیر رسید؛ ورود ۶۹۵ میلیارد تومانی پول هوشمند که ۵۹ درصد بالاتر از میانگین ماهانه است، نه تنها از اعتماد کامل سرمایه‌گذاران خرد به چشم‌انداز بازار حکایت می‌کند، بلکه نشان‌دهنده تغییر اساسی در نگرش آنان به سطوح قیمتی جدید است. از دیدگاه تکنیکال، شکست قاطع مقاومت ۳.۲۶ میلیون واحدی و تثبیت در سطوح بالاتر، فضای کاملاً جدیدی را پیش روی بازار قرار داده است. توانایی بازار برای ثبت رکوردهای متوالی بدون نیاز به اصلاح عمیق، نشان از قدرت ذاتی روند جاری و وجود پتانسیل رشد بیشتر دارد. پیش‌بینی می‌شود در روزهای آتی، شاهد تداوم روند صعودی بازار باشیم. عواملی همچون تداوم ورود پول حقیقی، بهبود مستمر اعتماد سرمایه‌گذاران و تقویت بنیادهای اقتصادی، می‌توانند پشتیبان ادامه این روند تاریخی باشند. سرمایه‌گذاران هوشمند در چنین شرایطی با حفظ سبید متنوع و تمرکز بر سهام بنیادی، از فرصت‌های ایجاد شده بهره‌برداری خواهند کرد.

بورس بالاتر از طلا و دلار ایستاد

در ۹ روز ابتدای آبان، بازار سرمایه با رشد ۴.۲ درصد شاخص کل بیشترین بازدهی را در مقایسه با بازارهای رقیب به خود اختصاص داد. طی همین بازه زمانی طلا و دلار به ترتیب بازدهی منفی ۴.۹ درصد و ۰.۲ درصد را به ثبت رساند. به نظر می‌رسد با ایجاد ثبات سیاسی و کاهش بحران‌های منطقه‌ای، بازار سرمایه در حال جبران بخشی از اوراق بهادار تهران به تازگی دومین عرضه اولیه در سال جاری و اولین عرضه اولیه پس از جنگ ۱۲ روزه را انجام داد و قصد دارد تا پایان سال جاری این عدد را به ۱۰ عرضه اولیه برساند. در مهرماه امسال تعداد سهامداران فعال در بازار اعم از حقیقی و حقوقی (بدون احتساب کدهای دارای معامله در عرضه‌های اولیه) ۵۹۴ هزار و ۷۸۰ نفر بود که به تفکیک ۵۹۲ هزار و ۴۹۳ نفر شامل سهامداران حقیقی و ۲ هزار و ۲۸۷ نفر مربوط به حقوقی‌ها می‌شود. در این بازه زمانی سه صنعت پرگردش در معاملات بازار سهام به ترتیب فلزات اساسی، فراورده‌های نفتی و شیمیایی بودند. شاخص بورس در بازه مذکور ۲۱ درصد، هم‌وزن ۱۵.۸ درصد، فرابورس ۱۴.۲ درصد و هم‌وزن فرابورس ۱۷.۳ درصد رشد داشتند.

به نظر می‌رسد با ایجاد ثبات سیاسی و کاهش بحران‌های منطقه‌ای، بازار سرمایه در حال جبران بخشی از عقب‌ماندگی خود نسبت به بازارهای موازی است؛ تا جایی که بورس تهران به تازگی دومین عرضه اولیه در سال جاری و اولین عرضه اولیه پس از جنگ ۱۲ روزه را انجام داد و قصد دارد تا پایان امسال این عدد را به ۱۰ عرضه اولیه برساند. به گفته تحلیلگران و کارشناسان، اگر ریسک‌های سیستماتیک، بازار سرمایه را تهدید نکند، این بازار در ماه‌های آینده از ظرفیت رشد برخوردار است. در حال حاضر، ارزش معاملات خرد بورس (مبادلات

۱۰۴ مزرعه غیرمجاز در تهران کشف شد

ایران در رتبه چهارم استخراج رمزارز

استان تهران از ابتدای طرح مقابله با رمزارزهای غیرمجاز تاکنون حدود ۱۰۴ مزرعه غیرمجاز استخراج رمزارز کشف شده و بیش از ۱۴۶۵ دستگاه ضبط شده است که توان مصرفی معادل ۳۵۹،۵ کیلووات که معادل مصرف حدود ۱۰ هزار واحد مسکونی است و فشار سنگینی بر شبکه وارد کرده و موجب ناترازی و کاهش پایداری تأمین برق برای مشترکان خانگی و صنعتی شده است.

رئیس هیأت مدیره شرکت توزیع نیروی برق استان تهران با تأکید بر اینکه بیش از ۹۵ درصد این دستگاه‌ها از برق غیرمجاز استفاده می‌کنند، خاطرنشان کرد: فعالیت مزارع استخراج رمزارز به‌ویژه در قالب واحدهای صنعتی، مصرف غیرمجاز برق را به شدت افزایش داده و ضمن تحمیل فشار به شبکه، باعث اتلاف منابع پارانه‌ای و کاهش توان تولید صنایع شده است.

به گفته این مقام مسئول، در استان تهران، شهرستان‌های مختلفی درگیر فعالیت‌های غیرمجاز استخراج رمزارز هستند. شهرستان‌هایی مانند پاکدشت، فیروزکوه، ملارد، شهرقدس، کهریزک و مناطق صنعتی در جنوب غرب تهران بیشترین میزان کشف ماینرهای غیرمجاز را داشته‌اند. برای نمونه در شش ماهه نخست سال جاری ۸۰ مزرعه غیرمجاز با ۱۳۰۰ دستگاه ماینر کشف شد که مصرف برق آنها معادل ۸ هزار مشترک خانگی بود.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان تهران درباره روش‌های پنهان‌کاری متخلفان نیز گفت: سارقان برق از روش‌هایی مانند حفر تونل، دفن دستگاه‌ها در زیر زمین و استفاده از انشعاب‌های صنعتی پارانه‌ای بهره می‌برند که شناسایی آنها را دشوار می‌کند. با این حال، تیم‌های تخصصی شرکت توزیع و گشت‌های نظارتی، همراه با دستگاه‌های امنیتی و انتظامی، به‌صورت مستمر این مراکز را رصد و

با متخلفان برخورد می‌کنند. متأسفانه در برخی موارد، افراد متخلف تلاش کرده‌اند با نفوذ در برخی مراجع مسیر قانونی را تغییر دهند که این اقدام تضعیف حقیق حقوق المال است و دستگاه قضایی با جدیت در حال رسیدگی است.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان تهران در بخش پایانی صحبت‌هایش از همکاری مردم، ق‌قدردانی کرد و گفت: خوشبختانه همکاری مردم در گزارش موارد مشکوک نقش مهمی در کشف مزارع غیرمجاز داشته و نشان می‌دهد که مردم شبکه برق را «ثروت ملی» خود می‌دانند. از هم‌استانی‌ها می‌خواهم هرگونه مورد مشکوک را از طریق سامانه پیامکی ۳۰۰۰۵۱۲۱ گزارش دهند تا ضمن حفاظت از منابع پارانه‌ای و جلوگیری از آسیب به شبکه برق، با متخلفان برخورد قانونی شود.

مفقودی
پروانه طبیعت اینجانب هدیه حائمی به شماره ملی ۲۸۴۹۲۰۰۰۳۳۷ دارای مدرک دکترای پزشکی با شماره نظام پزشکی ۱۶۱۰۰۸ مربوط به شهر کرمانشاه با شماره پروانه ۱۲۶ – ۱۶۱۰۰۸ – ۳۳۶ تاریخ صدور: ۱۵/۷/۱۴۰۲ و تاریخ انقضا: ۱۵/۷/۱۴۰۵ مفقود گردیده‌و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱/۱۲۰
مفقودی
شناسنامه، کارت خودرو و معاینه فنی خودرو پراید ۱۵۱ مدل ۱۳۹۵ بشماره موتور۵۴۹۹۹۳۹ بشماره شاسی ۴۹۴۵۵۲۷۱۰۰۴۹۴۵۸۳۱NAST۵۱۰۰۶۶۸ بشماره انتظامی ۷۲۵ م ۵۴ – ۲۹ بنام علی موسی دوابی مفقود گردیده‌و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱/۱۲۰
مفقودی
کارت خودرو کامیون یخچالدار سیستم ایسوزو تیپ NPR۷۵K مدل ۱۳۴۳ به رنگ نارنجی – روغنی بشماره موتور ۱۷۸K۱۳۳۱۳۱۴۷H۱ بشماره شاسی ۶۶۸۰۰۰۶۶۸NAGNPR۷۵PET۰۰۰۶۶۸ بشماره انتظامی ۱۵۱ ع ۷۷۸ بنام شرکت شایه سنن مفقود گردیده‌و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱/۱۵۰

بهبود فرهنگ باز خورد در شرکت

اگر یک کارمند بترسد که با ارائه یک بازخورد انتقادی به همکار یا مدیر خود، آینده شغلی اش را به خطر می اندازد، به طور حتم سکوت خواهد کرد. این سکوت، سمی و کشنده است، زیرا اجازه می دهد تا مشکلات کوچک، به تدریج به فوایج بزرگ تبدیل شوند.

ساختن امنیت روانی، وظیفه اصلی رهبران است. این فرآیند با «مدل سازی آسیب پذیری» آغاز می شود. رهبری کنه به طور علنی به اشتباهات خود اعتراف می کند، در مورد چالش هایی که با آنها روبه‌رو است شفافیت به خرج می دهد و فعالانه از دیگران می پرسد «کجا می توانم بهتر عمل کنم؟». این پیام قدرتمند را به کل سازمان ارسال می کند که در اینجا، انسان بودن و کامل نبودن، قابل قبول است. جلسات هیأت امنای فکری (Braintrust) در استودیوی انیمیشن پیکسار، نمونه ای کلاسیک از امنیت روانی در عمل است. در این جلسات، کارگردانان و نویسندگان، کارهای ناتمام و آسیب پذیر خود را در معرض نقد بی رحمانه اما سازنده همتایان خود قرار می دهند، با این درک مشترک که هدف، حمله به فرد نیست، بلکه کمک به بهتر شدن «فیلم» است. بدون این بستر اعتماد، خلاقیت در تلفه خفه می شود.

فرهنگ از بالا آغاز می شود

در معماری یک فرهنگ بازخورد، رفتار رهبران، به ویژه مدیرعامل و تیم ارشد، بیش از هر سیاست نامه یا پوستر الهام بخشی، اهمیت دارد. کارمندان، موجوداتی بسیار باهوش هستند که به سرعت تفاوت میان حرف و عمل را تشخیص می دهند. اگر رهبران سازمان، خودشان در برابر دریافت بازخورد، رفتاری بسته، تدافعی یا تهاجمی داشته باشند، تمام تلاش ها برای تشویق دیگران به صراحت، به یک شوخی تلخ تبدیل خواهد شد. یک رهبر باید نه تنها پذیری بازخورد باشد، بلکه باید به طور فعال و مداوم، به دنبال آن بگردد. او باید به یک «هنربای حقیقت» تبدیل شود و محیطی را ایجاد کند که در آن، گفتن حقیقت به قدرتمندان، نه تنها امن، که یک وظیفه تلقی گردد.

این یعنی گنجاندن پرسش های مستقیم در جلسات یک به یک: «چه کاری را باید شروع کنم، چه کاری را متوقف کنم و چه کاری را ادامه دهم تا بتوانم بهتر از تو حمایت کنم؟». این یعنی استفاده از نظرسنجی های ۳۶۰ درجه برای خودشان و به اشتراک گذاری شفاف نتایج و برنامه های عملیاتی که از آن استخراج کرده اند.

وقتی ساتای نادالا رهبری مایکروسافت را برعهده گرفت، یکی از اولین و مهم‌ترین اقدامات او، تغییر فرهنگ از یک ذهنیت همه‌چیزدان به یک ذهنیت

نویسنده: علی آل‌علی

در اکثر سازمان ها بازخورد واژه ای است که با ترس، اضطراب و تشریفات گره خورده است. این کلمه ما را به یاد جلسات سنگین و ناخوشایند ارزیابی عملکرد سالانه می اندازد؛ رویدادی که در آن، مدیران با اکراه لیستی از نقاط ضعف را بیان می کنند و کارمندان در حالت تدافعی برای شنیدن حکم نهایی درباره آینده شغلی و مالی خود، لحظه شماری می کنند.

این سیستم معیوب و منسوخ، که میراث یک قرن مدیریت صنعتی است، تقریباً برای کشتن هرگونه ارتباط صادقانه طراحی شده است. شرکت ها ادعا می کنند که به دنبال رشد و بهبود مستمر هستند، اما ساختارهای بنیادین آنها افراد را برای «سکوت» و «پنهان کاری» پاداش می دهد، نه برای صراحت و شفافیت. این پارادوکس بزرگ‌ترین مانع پنهان در مسیر نوآوری و انعطاف پذیری سازمانی است. در اقتصاد دانش بنیان امروز سریع ترین و هوشمندترین سازمان ها آنهایی هستند که سریع تر از رقبای خود یاد می گیرند و موتور اصلی یادگیری سازمانی، یک چیز بیشتر نیست: یک جریان آزاد، مداوم و صادقانه از بازخورد در تمام سطوح و در تمام جهات. برندهای انقلابی مانند پیکسار یا نتفلیکس، برتری یا پادار خود را نه فقط بر پایه استعدادهای فردی، که بر پایه ساختن یک «سیستم» فرهنگی بنا کرده اند که در آن، صراحت سازنده نه تنها تشویق، بلکه یک الزام حرفه ای تلقی می شود. آنها دریافتند که بازخورد یک ابزار منابع انسانی نیست، بلکه یک دارایی استراتژیک است؛ یک سیستم ایمنی که مشکلات را پیش از آنکه به بحران تبدیل شوند، شناسایی می کند و یک موتور جست‌وجو که فرصت‌ها را بهبود را در هر گوشه از سازمان، کشف می نماید. ساختن چنین فرهنگی نیازمند چیزی فراتر از نصب یک نرم افزار جدید یا برگزاری چند کارگاه آموزشی است؛ این یک فرآیند مهندسی عمیق و آگاهانه است که باید از بالاترین سطح رهبری آغاز شده و در تار و پود تعاملات روزمره سازمان، تنیده شود.

زیربنای اعتماد: امنیت روانی

هیچ کس در میدانی که احساس خطر کند، دست به ریسک نمی زند و صراحت، بزرگ‌ترین ریسک بین فردی در محیط کار است. پیش از آنکه از افراد انتظار داشته باشید که بازخوردهای صادقانه ارائه دهند یا دریافت کنند، باید یک بستر غیرقابل مذاکره را فراهم آورید: «امنیت روانی». این مفهوم، به معنای یک باور مشترک در میان اعضای تیم است که می توانند بدون ترس از تحقیر، تنبیه یا انتقام جویی، نظرات، سوالات، ایده ها یا اشتباهات خود را مطرح کنند.

نویسنده: علی آل‌علی

تصویر کلاسیک یک مذاکره کننده قدرتمند تصویری برگرفته از درام های حقوقی و داستان های وال اس‌تریت است: فردی سرسخت، با اراده ای آهنین که با بلوف های هوشمندانه، فشارهای روانی و تاکتیک های تهاجمی، حریف خود را به گوشه رینگ رانده و وادار به تسلیم می کند.

این تصویر یک اسطوره هیجان انگیز اما عمیقاً اشتباه است. تحقیقات گسترده در روانشناسی و علوم رفتاری نشان می دهد که این رویکرد جنگجویانه اگرچه گاهی به پیروزی های کوتاه مدت منجر می شود، اما در بلندمدت به طور سیستماتیک ارزش را بر روی میز مذاکره از بین می برد.

مذاکره کنندگان بزرگ آینده ژنرال های جنگ نیستند؛ آنها معماران واقعیت هستند. آنها وارد یک اتاق نمی شوند تا بر سر یک کیبک از پیش پخته شده بچنگند؛ آنها وارد می شوند تا با هوشمندی، مواد اولیه و دستور پخت را به گونه ای تغییر دهند که یک کیبک کاملاً جدید و بسیار بزرگ تر برای همه خلق شود. این مقاله به کالبدشکافی این فوق مدرن می پردازد؛ رویکردی که در آن، قدرت نه از تحمیل اراده، بلکه از توانایی درک عمیق، بازشطراحی مسئله و ساختن یک پل منطقی به سوی یک راه حل مشترک نشأت می گیرد.

هنر جمع‌آوری اطلاعات قبل از اعلام موضع

یک مذاکره کننده متوسط، بیشتر زمان آماده سازی خود را صرف تمرین کردن حرف هایی که قرار است بزند می کند. او خود را برای دفاع از موضعش، ارائه دلایل و مقابله با استدلال های طرف مقابل آماده می نماید. در مقابل، یک مذاکره کننده عالی، بیشتر وقت خود را صرف طراحی سوالاتی که قرار است بپرسد می کند.

او با ذهنیت یک کارآگاه وارد جلسه می شود، نه یک «وکیل مدافع». هدف اصلی او در نیمه اول مذاکره، فروختن ایده هایش نیست، بلکه خریدن اطلاعات است. او با کنجکاوی عمیق و سوالات هوشمندانه، تلاش می کند تا به دنیای پشت میز طرف مقابل نفوذ کند: محدودیت های واقعی آنها چیست؟ چه فشارهایی از سوی مدیران شان احساس می کنند؟ تعریف پیروزی برای آنها چیست؟

نویسنده: علی آل‌علی

ما در عرصه بازاریابی یک ماشین بی نقص ساخته ایم. یک شاهکار مهندسی شده از داده ها، الگوریتم ها و اتوماسیون که می تواند با دقتی شبیه به لیزر جراحی یک پیام مشخص را در یک لحظه دقیق به یک فرد خاص در آن سوی کره زمین برساند. ما این ماشین را قیف فروش مدرن می نامیم و با وسواس هر جزء کوچک آن را بهینه می کنیم: نرخ کلیک، هزینه جذب مشتری و ارزش طول عمر مشتری.

ما داشبوردهای درخشانی ساخته ایم که نبض این ماشین را در هر ثانیه با ما نشان می دهند. در این تعقیب بی وقفه برای ساختن یک سیستم کاملاً بهینه و بدون اصطکاک ما یک چیز را فراموش کرده ایم؛ یک عنصر حیاتی که در این فرآیند فشرده سازی داده ها، به سادگی له شده و از بین رفته است: خود انسان. بازاریابی مدرن در حال تبدیل شدن به یک گفت‌وگوی بی روح میان الگوریتم ها است. یک الگوریتم از طرف برند یا الگوریتم دیگری در پلتفرم تبلیغاتی صحبت می کند تا رفتار یک پروفایل کاربری را پیش بینی نماید. در این مکالمه ماشینی صدای انسان یا تمام پیچیدگی ها، تناقض ها و احساسات غیر قابل پیش‌بینی اش، به طور فزاینده ای در حال محو شدن است. این مقاله، یک زنگ خطر است؛ یک پرسش بنیادین در مورد اینکه آیا در تلاش برای صحبت کردن با همه کس به صورت شخصی‌سازی شده، ما در حال از دست دادن توانایی برای صحبت کردن با یک نفر به صورت واقعی هستیم؟

فریبندگی داده ها: وقتی «چه» جایگزین «چرا» می شود

داده ها اغواکننده هستند. آنها به ما احساس کنترل، قطعیت و عنینت می دهند. آنها رفتارهای پیچیده و آشفته انسانی را به نمودارهای تمیز و قابل فهم تبدیل می کنند. این قدرت، غیرقابل انکار است. شرکت های کالای مصرفی بزرگی مانند پروکتند کار گمبل، امپراتوری خود را بر پایه تحلیل دقیق داده های خرده فروشی برای بهینه سازی زنجیره تامین و استراتژی قیمت گذاری خود بنا کردند. اما حتی آنها نیز در طول مسیر دریافته‌اند که داده ها تنها بخشی از داستان را روایت می کنند.

داده ها به ما می گویند که یک مشتری چه چیزی خرید، اما به ندرت به ما می گویند چرا. آنها به ما نشان می دهند که یک فرد بر روی کدام تبلیغ کلیک کرد، اما احساسی را که در آن لحظه تجربه می کرد، آشکار نمی سازند. وسواس

یادگیرنده بود. این تحول، با رفتار خود او آغاز شد؛ او با فروتنی، به ضعف های خود در حوزه های مختلف اعتراف کرد و به طور مداوم از دیگران برای پر کردن این شکاف ها، کمک خواست. این رفتار، به همه مدیران و کارمندان مایکروسافت این مجوز را داد که آنها نیز یادگیرنده باشند و این یعنی، پذیرش بازخورد برای رشد.

تبدیل بازخورد به یک روتین عملیاتی

یکی از دلایل اصلی شکست فرهنگ بازخورد، محدود کردن آن به یک رویداد رسمی و سالانه است. این رویکرد، فشار روانی را به شدت بالا برده و آن را به یک فرآیند سنگین و قضایی تبدیل می کند. در مقابل، سازمان های پیشرو، بازخورد را به یک «عادت» سبک، مکرر و کم هزینه تبدیل کرده اند که در جریان کار روزمره اتفاق می افتد. هدف، عادی سازی گفت‌وگوهای صادقانه و کاهش بار عاطفی آنها است. به جای انباشت کردن بازخوردها برای یک جلسه بزرگ، آنها در لحظه و به شکلی مداوم، تبادل می شوند. این کار، از سوءتفاهم های بزرگ جلوگیری کرده و به افراد اجازه می دهد تا به سرعت مسیر خود را اصلاح کنند. برای تبدیل بازخورد به یک عادت، باید آن را در سیستم های عملیاتی سازمان تعبیه کرد. برای مثال، روش شناسی چابک (Agile) که در شرکت های نرم افزاری مانند اسپاتیفای رایج است، شامل جلسات منظم بازنگر (Retrospective) در پایان هر چرخه کاری است. در این جلسات، تیم به طور مشخص در مورد اینکه «چه چیزی خوب پیش رفت، چه چیزی خوب پیش نرفت و چه چیزی را می توانیم در چرخه بعدی بهبود دهیم»، گفت‌وگو می کند. این یک مکانیزم داخلی برای بازخورد سیستمی و مداوم است. در سطح فردی نیز تشویق به جلسات منظم یک به یک میان مدیران و کارمندان که تمرکز آنها نه بر گزارش دهی، بلکه بر توسعه و مربیگری است، یک ابزار فوق العاده قدرتمند محسوب می شود.

صراحت یک هنر است، نه یک سلاح

تشویق افراد به دادن بازخورد بدون آموزش دادن «چگونگی» آن، می تواند به فاجعه منجر شود. صراحت بدون مهارت، به راحتی به بی رحمی و تخریب تبدیل می شود. به همین دلیل، بخش مهمی از ساختن یک فرهنگ بازخورد، سرمایه گذاری بر روی آموزش و ارائه ابزارهای عملی به تمام کارمندان است. افراد باید یاد بگیرند که چگونه بازخوردی ارائه دهند که مشخص، قابل اجرا، مبتنی بر رفتار (نه شخصیت) و با نیت کمک به رشد طرف مقابل باشد.

مدل هایی مانند موقعیت-رفتار-تأثیر (Situation-Behavior-Impact)

بهترین مذاکره‌کنندگان دقیقاً چکار می‌کنند؟

به توافق ایجاد می‌شود. شرکتی مانند دیزنی در مذاکرات پیچیده خود، استاد این هنر است. آنها می‌توانند حقوق پخش، حق استفاده از شخصیت‌ها، پارک‌های تفریحی و کالاهای مصرفی را به‌عنوان اهرم‌هایی در یک مذاکره واحد به کار ببرند و بسته‌ای را طراحی کنند که شاید در یک متغیر به نفع طرف مقابل باشد، اما در مجموع، یک پیروزی استراتژیک برای دیزنی محسوب‌شود.

کنترل نامرئی روایت مذاکره

مغز انسان، برای فرار از پیچیدگی، به دنبال ماینبرهای ذهنی یا لنگرها می‌گردد. اولین عددی که بر روی میز گذاشته می‌شود، به‌طور ناخودآگاه به‌نقطه مرجع تمام بحث‌های بعدی تبدیل می‌شود. مذاکره‌کنندگان بزرگ، این اصل روانشناختی را به‌خوبی درک کرده و از آن برای چارچوب‌بندی کل گفت‌وگو استفاده می‌کنند.

آنها با دقت، اولین پیشنهاد را مطرح می‌نمایند و آن را نه به‌عنوان یک عدد تنها، بلکه به‌عنوان بخشی از یک داستان منطقی و مبتنی بر ارزش ارائه می‌دهند. این کار، به‌طور نامرئی، زمین‌بازی را به نفع آنها تغییر می‌دهد. علاوه بر این، آنها در کنترل چارچوب کلی مذاکره، استاد هستند. به‌جای آنکه اجازه دهند بحث به یک چانه‌زنی صرف بر سر قیمت تبدیل‌شود، آنها گفت‌وگو را به سمت مفاهیمی مانند شراکت بلندمدت، نوآوری مشترک یا کاهش ریسک متقابل هدایت می‌کنند.

یک شرکت مشاوره مدیریتی پیشرو، هرگز مذاکره را با صحبت در مورد هزینه‌ساعتی خود آغاز نمی‌کند. آنها ابتدا یک ساعت در مورد هزینه‌ای که دست‌رفته‌نامشی از عدم حل مشکل مشتری صحبت می‌کنند. تا زمانی که بحث به هزینه‌خدمات آنها می‌رسد، مغز مشتری از قبل «لنگر» بسیار بزرگی تری را برای مقایسه در ذهن دارد و قیمت پیشنهادی، منطقی‌تر به‌نظر می‌رسد.

مدیریت هیجانات به‌عنوان یک مزیت استراتژیک

مذاکرات به‌خصوص زمانی که استرس و فشار بالاست، می‌تواند به‌شدت احساسی‌شوند. ترس، طمع، غرور و نا‌امیدی می‌توانند به‌سرعت منطق را کنار زده و منجر به تصمیمات فاجعه‌بار بشوند. در این میدان نبرد روانی، قدرتمند

پارادوکس بازاریابی در عصر الگوریتم‌ها

درصد افزایشی می‌دهد؟ این فرآیند A/B تست مداوم به تدریج به سمت یک میانگین آماری امن حرکت می‌کند، اما به ندرت به یک جهش خلاقانه منجر می‌شود. این رویکرد برای خلق کمپین‌های تبلیغاتی تاریخی مانند «فقط یک لیتم» یا «هفتاد فکر کن» اپل، کاملاً ناتوان است. این ایده‌های بزرگ از یک درک عمیق و شهودی از فرهنگ و روانشناسی انسان سرچشمه گرفته‌اند، نه از تحلیل داده‌های کلیک.

هلدینگ کالای لوکس LVMH (که صاحب برندهایی مانند لویی ویتون است) کسب و کار خود را بر پایه بهینه‌سازی‌های کوچک بنا نمی‌کند. آنها با ساختن داستان‌های قدرتمند در مورد میراث، هنر و انحصار، یک آرزو را به فروش می‌رسانند؛ مفهومی که در هیچ داشبورد تحلیلی قابل اندازه‌گیری نیست. بازاریابی که تنها بر بهینه‌سازی تمرکز کند، ممکن است در کوتاه‌مدت، کارآمدتر باشد، اما در بلندمدت برند خود را از هرگونه معنا و قدرت احساسی تهی می‌کند.

انسان‌شناس دیجیتال: بازارپاب آینده

آیا راه حل کنار گذاشتن داده‌ها و بازگشت به دوران بازاریابی مبتنی بر حدس و گمان است؟ قطعاً نه. راه حل در ادغام هوشمندانه دو جهان نهفته است: بازارپاب آینده، نه یک دانشمند داده صرف است و نه یک هنرمند خلاق صرف. او یک انسان شناس دیجیتال است.

او داده‌ها به‌عنوان یک نقطه شروع برای پرسیدن سوالات عمیق‌تر استفاده می‌کند. او داده‌های کمی را با تحقیقات کیفی، مصاحبه‌های عمیق و مشاهدات میدانی ترکیب می‌نماید تا به یک درک ۳۶۰ درجه از انسان پشت آن پروفایل کاربری برسد.

شرکت اِبرِ بی‌ان‌بی، نمونه‌ای عالی از این تفکر است. آنها از داده‌ها برای بهینه‌سازی پلتفرم خود استفاده می‌کنند، اما برنشان بر پایه داستان‌های واقعی و انسانی میزبان‌ها و مهمان‌ها ساخته‌شده است. آنها درک کرده‌اند که کسب و کارشان نه در مورد اجاره اتاق، بلکه در مورد تعلق داشتن به هر جایی است؛ یک نیاز عمیقاً انسانی که هیچ الگوریتمی قادر به درک کامل آن نیست. در نهایت، هرچه بازاریابی فنی‌تر، خودکارتر و مبتنی بر داده‌تر می‌شود، مزیت رقابتی یک درک واقعی از ماهیت انسان، نه تنها کاهش نمی‌یابد، بلکه به شکل چشمگیری افزایش پیدا می‌کند. فناوری یک زمین بازی برای برای

(Impact) می‌توانند چارچوب ساده و موثری را برای این گفت‌وگوها فراهم کنند. برای مثال، به‌جای گفتن «تو در جلسات خیلی پرخاشگر هستی»، می‌توان گفت: «امروز صبح در جلسه بازاریابی (موقعیت)، وقتی من داشتم ایده‌ام را مطرح می‌کردم، چند بار حرفم را قطع کردی (رفتار) و این باعث شد که من احساس کنم به نظر من احترام گذاشته نمی‌شود و رشته کلامم را از دست بدهم (تأثیر)».

به همان اندازه، مهارت دریافت بازخورد نیز حیاتی است. افراد باید آموزش ببینند که چگونه به بازخوردها بدون حالت تدافعی گوش دهند، سوالات روشن‌گرانه بپرسند و از فرد مقابل برای صداقتش تشکر کنند، حتی اگر با نظر او مخالف باشند. درک این نکته که بازخورد، یک هدیه و داده‌ای ارزشمند برای رشد است، یک تغییر ذهنیتی بنیادین است که باید به‌طور فعال در سازمان، پرورش داده‌شود. یک شرکت پیشرو در حوزه مشاوره مدیریت، ممکن است کارگاه‌های شبیه‌سازی برگزار کند تا به مشاوران خود، تمرین عملی این گفت‌وگوهای دشوار را در یک محیط امن، ارائه دهد.

سخن پایانی

در نهایت، ساختن یک فرهنگ که بازخورد را تشویق می‌کند، یک پروژه کوتاه‌مدت با یک نقطه پایان مشخص نیست. این یک فرآیند باغیانی مداوم و یک تعهد بلندمدت از سوی رهبری است. این فرهنگ، بر روی چهار ستون استوار است: امنیت روانی به‌عنوان بستر اعتماد، رهبران به‌عنوان الگوی اصلی رفتار، عادت‌های روزمره به‌عنوان مکانیزم اجرایی و مهارت‌آموزی به‌عنوان ابزار توانمندسازی. سازمانی که بر روی این چهار ستون سرمایه‌گذاری می‌کند، در واقع در حال ساختن یک مزیت رقابتی تجدیدپذیر و تقریباً غیرقابل تقلید است. این سازمان، سریع‌تر یاد می‌گیرد، زودتر خود را با تغییرات بازار وفق می‌دهد، استعدادهای برتر را به خود جذب و آنها را حفظ می‌کند و از همه مهمتر، به محیطی انسانی‌تری برای کار کردن تبدیل می‌شود. سوال استراتژیک برای هر رهبر کسب و کار، دیگر این نیست که آیا ما به بازخورد نیاز داریم یا نه؛ بلکه این است که آیا ما شجاعت لازم برای مهندسی کردن سازمانی را داریم که در آن، حقیقت بتواند آزادانه و بدون ترس، جریان داشته‌باشد؟

منابع:

building-a-company-culture-۱۰/۲۰۲۵/https://hbr.org-that-encourages-feedbackhttps://www.aihr.com/blog/culture-of-feedback

ترین فرد، اغلب آرام‌ترین فرد است. مذاکره‌کنندگان بزرگ، دارای یک توانایی استثنایی در مدیریت هیجانات خود و درک هیجانات طرف مقابل هستند. آنها درک می‌کنند که یک انفجار خشم یا یک عقب‌نشینی از روی ترس، می‌تواند تمام استراتژی آنها را نابود کند. آنها از تکنیک‌هایی مانند مکث استراتژیک استفاده می‌کنند؛ به‌جای پاسخ فوری به یک پیشنهاد غیرمنطقی، ممکن است بگویند: «این نکته جالبی است، اجازه دهید در مورد آن فکر کنیم.» این مکث کوتاه، به آنها اجازه می‌دهد تا از واکنش احساسی اولیه عبور کرده و یک پاسخ سنجیده را فرموله کنند.

علاوه بر این، آنها همدلی را به‌عنوان یک ابزار به‌کار می‌برند، نه یک ضعف. آنها با گفتن جملاتی مانند «من درک می‌کنم که چرا این موضوع برای شما یک اولویت است»، به طرف مقابل نشان می‌دهند که صدای او را شنیده‌اند، بدون آنکه لزوماً با موضوع او موافقت کرده باشند. این کار، تنش را کاهش داده و فضایی را برای حل مسئله خلاقانه باز می‌کند.

مذاکره در بالاترین سطح یک مهارت فنی نیست، بلکه یک انضباط ذهنی است. این توانایی فاصله گرفتن از غریزه جنگجویانه خود و نگاه کردن به موقعیت با ذهن جالبی است، اجازه دهید در مورد آن فکر کنیم.» این مکث چیزی جدید است، نه یک سرباز که به دنبال تخریب دشمن است.

آینده متعلق به مذاکره‌کنندگانی خواهد بود که می‌توانند پیچیدگی را در آغوش بگیرند، کنجکاوی را بر قطعیت ترجیح دهند و درک کنند که پایدارترین توافق‌ها، آنهایی هستند که در آن، هر دو طرف با احساس پیروزی میسر از ترک می‌کنند. این، تنها راه برای تبدیل کردن یک معامله یک‌باره، به یک رابطه بلندمدت و سودآور است.

منابع:

what-makes-a-great-negotiator-۱۰/۲۰۲۵/https://hbr.org-according-to-researchhttps://online.hbs.edu/blog/post/how-to-become-a-good-negotiator

همه ایجاد کرده است. در این زمین بازی جدید برندهایی پیروز خواهند شد که به یاد دارند در آن سوی هر صفحه نمایش، یک انسان با تمام امیدها، ترس‌ها و آشفته‌گی هایش نشسته است. سوال «آیا ما هنوز برای انسان‌ها بازاریابی انجام‌شده» تنها یک سوال فلسفی نیست؛ این مهم‌ترین سوال استراتژیک در دستور کار هر رهبر بازاریابی در جهان امروز است. پاسخ به این سوال، مرز میان ساختن یک برند ماندگار و تبدیل شدن به یک نویز زودگذر در ماشین بزرگ اینترنت را مشخص خواهد کرد.

منابع:

are-we-still-۱۲/۲۰۲۵/https://contently.com-marketing-to-humanshttps://www.linkedin.com/pulse/beyond-noise-why-real-marketing-still-human-mark-cvvhf

شماره آگهی: ۲۰۳۸۹۹۰
نوبت اول

نقل و انتقال
لنج صیادی به شماره
ثبت ۱۱۵۱۳ – بندرعباس

به استناد رونوشت سند شماره ۶۲۵۸۴ مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۲۳ با
شماره سند ۱۴۰۴/۱۴۵۱۰۰۸۰۰۰۷۰ دفتر اسناد رسمی ۶۴
بندرلنگه آقایان علی زارعی فرزند محمد و عبدالرحمن احمدی
فرزند عیسی تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری به
شماره ثبت ۱۱۵۱۳ – بندرعباس را به خانم ها مانده بحری فرزند
علی و نگار بریغ فرزند محمد انتقال قطعی داده اند.
مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

اخبار

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان در جشن میلاد حضرت زینب (س):

کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، سرمایه‌های انسانی این مجموعه هستند



اهواز - شبنم قبالوند: حسین براتی در « جشن میلاد حضرت زینب کبری سلام الله علیها » که با حضور کارکنان و خانواده‌های اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان برگزار شد ، این جشن را اقامی در راستای تکریم، قدردانی و بازتاب نقش تأثیرگذار خانواده‌ها در پیشبرد مأموریت‌های فرهنگی استان دانست. براتی در این باره گفت: کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، سرمایه‌های انسانی این مجموعه‌اند؛ ما روی هر تلاش و موفقیتی، صبر و بردباری خانواده‌های فهیم و فرهنگ دوست قرار دارد که با حمایت‌های بی‌درغ خود زمینه‌ساز ایفای بهتر مسئولیت‌های فرهنگی و اجتماعی شده‌اند. این جشن ، تنها یک مراسم نیست؛ پیام قدردانی صمیمانه ما به خانواده‌هایی است که بخش بزرگی از بار سختی‌های کاری همکاران ما را تاب آوردند. وی افزود: در چند ماه اخیر، حجم فعالیت‌های اداری، فرهنگی و هنری به شکل چشمگیری افزایش یافته و همکاران ما گاهی فراتر از ساعت اداری در کنار مردم و اصحاب فرهنگ، هنر و رسانه حضور داشته‌اند. اگر همراهی خانواده‌ها نبود، تحقق این سطح از عملکرد امکان‌پذیر نبود. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان خوزستان همچنین تأکید کرد که هدف از برگزاری این جشن، تقویت پیوندهای انسانی و عاطفی در خانواده بزرگ فرهنگ و ارشاد و ایجاد فضایی سرشار از صمیمیت، نشاط و همدلی است. وی اظهار داشت: امیدواریم این برنامه هر چند کوچک، که نشانه قدرشناسی مجموعه مدیریت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان از زحمات ارزشمند همکاران و خانواده‌هایشان است تداوم داشته و بتوانیم همواره با برنامه‌های بهتر، این همراهی و همدلی را تقویت کنیم. شایان ذکر است این مراسم به مناسبت میلاد با سعادت حضرت زینب علیهاالسلام با حضور کارکنان و خانواده‌های ایشان ، همراه با برنامه‌های شاد و متنوع برگزار شد و در ادامه از فرزندان تعدادی از کارکنان تقدیر به عمل آمد.

گام‌های بلند پالایشگاه گاز ایلام در مسیر صنعت سبز و توسعه پایدار

ایلام - خبرنگار فرصت امروز: رئیس بهداشت، ایمنی، محیط زیست و پدافند غیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام، از دستاوردهای چشمگیر محیط‌زیستی این شرکت در نیمه اول سال ۱۴۰۴ خبر داد و گفت: با راه‌اندازی پروژه‌های کلیدی، شاهد کاهش انتشار آلاینده‌ها، بازچرخانی بیش از ۲۰۷ میلیون مترمکعب آب و مدیریت صدها تن پسماند به‌صورت اصولی بوده‌ایم. «علی سلیمان» با اشاره به اینکه این شرکت در طول سال‌های گذشته و به‌خصوص در شش ماهه اول سال جاری به کاهش مؤثر انتشار آلاینده‌های هوا توجه ویژه‌ای نموده است اظهار داشت: با بهره‌برداری از کمپرسورهای Off Gas، حجم گازهای آرسالی به‌مشتعل (فلر) به میزان قابل توجهی کاهش یافته که این امر گامی بلند در راستای عمل به تعهدات اجتماعی و حفظ سلامت هوا در منطقه است. وی در ادامه به ارتقای سازه‌های پایش آنلاین اشاره و تصریح کرد: سامانه پایش لحظه‌ای خروجی سساب صنعتی با نظارت کارشناسان سازمان حفاظت محیط‌زیست استان، به روزرسانی و تجهیز شد که این پایش، پیشرفته‌تر، پارامترهای متعددی از جمله فسفات، نیترات، کدورت، اکسیژن محلول، COD، PH و TSS را به صورت مستمر رصد می‌کند تا از استاندارد بدون کیفیت سساب خروجی اطمینان حاصل شود. رئیس بهداشت، ایمنی، محیط زیست و پدافند غیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام، بازچرخانی و مصرف بهینه آب را از دیگر افتخارات این دوره عنوان کرد و افزود: در شش ماه گذشته، بیش از ۲۰۷ میلیون مترمکعب از آب خروجی تصفیه خانه سساب صنعتی، تصفیه و بازچرخانی شده که به طور کامل جهت آبیاری فضای سبز پالایشگاه و نیز ذخیره برای مصارف آتش نشانی مورد استفاده قرار گرفته و همچنین بر تصفیه ۴۲ هزار و ۸۵۴ مترمکعب آب ورودی به این تصفیه‌خانه نیز نظارت دقیق اعمال شده است. سلیمانی با اشاره به برنامه‌های پاکسازی و مشارکت‌های مردمی، تصریح کرد: به مناسبت هفته محیط زیست، پاکسازی محیط پیرامونی پالایشگاه با شعار«محیط زیست مطلوب؛ تعهد مسئولان، همراهی مردم» انجام شد که نشان از عزم جدی این مجموعه برای تعامل با جامعه محلی دارد. وی پیشرفت پروژه‌های زیرساختی را اینگونه تشریح کرد و اظهار داشت: حفاری و تجهیز ۸ حلقه از ۱۵ حلقه چاه گمانه پایش آب‌های زیرزمینی به پایان رسیده و مابقی در دست اجراست که این شبکه پایش، امکان ارزیابی دقیق و سریع را در صورت بروز هرگونه نشتی احتمالی به خاک را فراهم می‌کند. سلیمانی تصریح کرد: در این مدت، بیش از ۸۰ تن پسماند عادی و ۱۴۰ تن پسماند صنعتی مدیریت و برای امحای بیش از ۳۰۰ تن پسماند ویژه آمین نیز شرح خدمات لازم برای پیمان سیاری از طریق شرکت های ذی صلاح تهیه و در دست اقدام است.علاوه بر این، با راه‌اندازی ایستگاه سنجش هوای جدید، سامانه اندازه‌گیری پارامترهای جزئی مانند سرعت و جهت باد، دما، رطوبت و تشعشع نیز ارتقا یافته است.

ثبت مصرف بیش از ۹۹۱ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در نیمه نخست سال



شهرکرد - خبرنگار فرصت امروز: در همافه نخست سال جاری، بیش از ۹۹۱ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در استان چهارمحال و بختیاری مصرف شده؛ رقمی که با کاهش ۸.۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته، بیانگر پیشرفت محسوس در بهینه‌سازی مصرف انرژی در این استان است. جبهانخش سلیمان، مدیرعامل شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری با اعلام این خبر گفت: گاز طبیعی یکی از ارزشمندترین سرمایه‌های ملی است و مدیریت صحیح مصرف آن نقشی تعیین‌کننده در حفظ منابع، کاهش هزینه‌ها و پایداری تأمین انرژی کشور دارد؛و با اشاره به سهم بالای بخش خانگی در مصرف گاز استان افزود: مدیریت مصرف در منازل، علاوه بر آثار اقتصادی برای خانواده‌ها، به تأمین پایدار گاز در سایر مناطق کشور نیز کمک می‌کند و از بروز نازاری در فصل سرد سال جلوگیری خواهد کرد. سلیمیان فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی مستمر را کلید اصلاح الگوی مصرف در دسترس و تصریح کرد: تجربه نشان داده که افزایش آگاهی عمومی از طریق رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، مدارس و نهادهای فرهنگی می‌تواند به‌صورت مستقیم موجب کاهش مصرف انرژی در سطح جامعه شود.مدیرعامل شرکت گاز استان در پایان چهارمحال و بختیاری، خاطرنشان کرد که با نزدیک شدن به فصل سرد سال، همکاری مردم در رعایت دمای رفا بین ۱۸ تا ۲۰ درجه سانتی‌گراد و استفاده بهینه از وسایل گرمایشی، نقش بسزایی در تداوم پایداری شبکه گاز استان و کشور خواهد داشت.

آلومینیوم باشگاه برتر ورزش کشور شد

اراک- فرناز امید: دومین آیین تجلیل از باشگاه‌های برتر کشور با حضور مسؤولان ارشد وزارت ورزش و جوانان، روسای فدراسیون‌ها و مدیران ورزش کشور در هتل المپیک تهران برگزار شد و باشاه فرهنگی، ورزشی آلومینیوم اراک برای دومین سال متوالی عنوان باشگاه برتر کشور را از آن خود کرد و مدیرعامل این باشگاه مورد تقدیر قرار گرفت.سید محمدمشوروین اسبقیان، معاون توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای وزارت ورزش و جوانان در این مراسم به اهمیت باشگاه‌ها و نقش آن‌ها در توسعه ورزش قهرمانی و حرفه‌ای اشاره کرد و گفت: باشگاه‌ها به‌عنوان ستون‌های ورزش کشور، در پرورش قهرمانان تأثیر بسیار زیادی دارند و هر میزان به باشگاه‌ها توجه شود، آینده ورزش کشور روشن‌تر خواهد بود.سیدوسریس احمدی، مدیرکل دفتر امور باشگاه‌های وزارت ورزش و جوانان نیز در این مراسم عنوان کرد: قانون نظام باشگاه‌داری برای ایجاد یک ساختار منسجم، شفاف و پایدار در مدیریت و توسعه باشگاه‌ها وضع شده که اجرای دقیق آن می‌تواند موفقیت‌های چشمگیری را برای ورزش کشور به ارمغان بیاورد.همچنین در این مراسم محمد رجاییان، مدیرعامل باشگاه فرهنگی ورزشی آلومینیوم اراک تندیس باشگاه برتر کشور را از اسبقیان، معاون وزیر ورزش و جوانان دریافت کرد.درامس برترین مربیان بیست و چهارمین دوره لیگ برتر با حضور پیشکسوتان، مسؤولان و سرمربیان به همت کلون مربیان فوتبال ایران برگزار شد که از سید مجتبی حسینی، سرمربی تیم آلومینیوم اراک هم قدردانی شد.با نظر کلون مربیان فوتبال ایران، مجتبی حسینی، سرمربی پرتلاش و سازنده آلومینیوم اراک به‌عنوان تأثیرگذارترین مربی فصل ۱۴۰۳-۱۴۰۴ فوتبال ایران انتخاب و تقدیر شد.

تست عملکرد مسیرهای جایگزین در مانور پدافند غیر عامل مخابرات منطقه گلستان

گركان – خبرنگار فرصت امروز: با حضورسریست مخابرات منطقه گلستان ، مانور پدافند غیر عامل برگزار شد. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان ، مانور پدافند غیر عامل باحضور مهندس بهرام عیدی در مرکز امام رضا (ع) گرگان برگزار شد . به گفته مهندس بهرام عیدی سریپرست مخابرات منطقه گلستان ، به مناسب هفته پدافند غیر عامل وبا هدف آمادگی بیشتر در مواقع بحران ، مانور های مختلف درمركز مخابراتی سطح استان برگزار شده است . وی که در حاشیه مانور تست عملکرد مسیرهای جایگزین مرکز شهری گرگان سخن می گفت با اشاره به اهمیت برگزاری این مانورها برای تست عملکرد تجهیزات ،تالسیسات و زیرساختها افزود: آمادگی صد در صدی در مواقع بحران از اهداف برگزاری این مانورهاست که بصورت مستمر اجرا می شود . وی گفت : در مرکز امام رضاع(ع) گرگان با قطع برق شهری و تست دیزل همچنین قطع فیبر نوری و تست پروتکشن مرکز شهری گرگان ، مانور با موفقیت انجام و عملکرد زیرساختها مناسب ارزیابی شد .

بر پایي ميز خدمت مخابرات در مصلي نماز جمعه نگين شهر شهرستان آزادشهر

گركان – خبرنگار فرصت امروز: رئیس مخابرات شهرستان آزادشهر در میز خدمت مصلي نمازجمعه نگین شهر حضور یافت. به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان،مهندس جعفر ممشلی باحضور در میز خدمت مصلي نمازجمعه نگین شهر درخواستهای مخابراتی مراجعه کنندگان را بررسی کرد. در این مراسم که به منظور بررسی و تأمین درخواستهای مشترکین برگزار شد، مهندس جعفر ممشلی، رئیس مخابرات آزادشهر نیز حضور داشت. در این نشست، مسائل و مشکلات مخابراتی مشترکین مراجعه کننده مطرح و راهکارهای اجرایی جهت بهبود وضعیت ارتباطات و خدمات مخابراتی ارائه شد.وی با اشاره به تأثیر گذاری حضورمدیران در جمع مردم در جهت تسهیل گری و تأمین به موقع درخواستهای آنان گفت : برپایی چنین رویدادهایی موجب رضامتمندی مشترکین خواهد شد و مخابرات این اهتمام را خواهد داشت تا در اسرع وقت به درخواستهای مطرح شده رسیدگی نمایند.

کرج – باصلت عابد: رئیس شورای اسلامی شهر کرج در همایش تخصصی پدافند غیرعامل این شهر طی سخنانی گفت: مدیریت شهری کرج تجربه ای گران‌بها در جنگ تحمیلی ۱۲ روزه و در مواجهه با بحران و پدافند غیرعامل شهری کسب کرد که باید از این تجربه در همه ارکان شهری بهره‌برداری کند. مسعود محمدی افزود: ما بحران‌های متعددی را در سال‌های اخیر پشت سر گذاشتیم که از جمله آنها بحران کرونا و بویژه جنگ ۱۲ روزه بود که باعث شد یک سری از فضای پدافند غیرعامل را تجربه کنیم. وی ادامه داد: البته هر زمان که اسسم پادفندی می‌آید ذهن‌ها به سمت چیزی که در جنگ ۱۲ روزه دیدیم، می‌رود. همه گمان می‌کنند که پدافند صرفاً شاید موضوعات نظامی باشد؛ ولی پدافند غیرعامل در جنگ ۱۲ روزه و موضوعاتی که در مدیریت شهری تجربه شد به ما نشان داد که این حوزه فراتر از صرف مسائل نظامی‌ست. رئیس شورای اسلامی شهر کرج اضافه کرد: اینکه در زمانی که نیروهای مسلح در حال دفاع از میهن اسلامی هستند مهمترین مطلبی که می‌تواند بین همه اقلشار و مخصوصاً مسئولین و کارمندانی که مسئولیتی در کشور دارند مطرح باشد این است که همه وظایف خود را در دیگر حوزه ها هم انجام دهند. وی گفت: چند روز بعد از جنگ در سخنان مقام معظم رهبری نیز موضوعاتی



در خصوص روال اداره کشور و خصوصاً انجام امور مردم بیان شد که نشان از اهمیت کارهای غیرنظامی دارد. محمدی ادامه داد: در ایام جنگ ۱۲ روزه ما در مدیریت شهری و خیلی از ارگان‌های دیگر مثل فرمانداری و استانداری به موضوع پدافند غیرعامل و پیش‌بینی‌هایی که می‌توانستیم انجام بدهیم دسترسی پیدا کردیم. بخصوص لازم است در زمینه آسایش روان شهروندان تلاش بیشتری انجام گیرد. وی تأکید کرد: کرج در زمان جنگ در درجه اول ساختمان‌های نظامی و در درجات بعدی ساختمان‌های اداری، در خطر بودند که در این موارد باید

مدیرکل استاندارد استان مرکزی خبر داد:

تدوین ۱۲۵ استاندارد اجباری در استان مرکزی



شده که بیانگر گستردگی و اهمیت فعالیت‌های این اداره کل در سطح ملی و حتی بین‌المللی است.استاندارد مرکزی در این هایش، ضمن تریبک روز ملی استاندارد و قدردانی از تلاش‌های مدیران، کارشناسان و فعالان این بخش، اظهار کرد: این استان در طول یک قرن گذشته همواره پیشرو در توسعه صنعتی کشور بوده و اکنون نیز با برخورداری از تنوع بالای تولیدات

امضای تفاهمنامه همکاری میان شرکت گاز و آموزش‌وپرورش گیلان برای اجرای طرح ملی «همیار گاز»



استان گیلان با هماهنگی آموزش‌وپرورش جلسات فرهنگی و آموزشی بسیار موثری برگزار کردند. اثر این همکاری در سطح کشور ملموس بود و خوشبختانه شاهد کاهش قابل توجه مصرف گاز خانگی در سطح استان بودیم. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان اینکه، یکی از اولویت های ما، استفاده از ظرفیت آموزش‌وپرورش بمنظور نهادینه‌سازی فرهنگ مصرف درست گاز در جامعه است، گفت: گام برداشتن هر قدم کوچک برای آموزش، برای ما موجب افتخار ماست و همکاری در اجرای



منتشر کردند. معاون فرهنگی دانشجویی دانشگاه علوم پزشکی مازندران افزود: در این پویش بیش از پنج‌هزار اثر در قالب‌های مختلف از جمله عکس، فیلم، دل‌نوشته، پاکتست و اینفوگرافی تولید شد و دانشگاه علوم پزشکی مازندران

با دقت نظر بیشتری تصمیم گرفته می‌شد. البته نباید این را فراموش کنیم که هم‌زمان تهدیداتی را هم داشتیم. در این شرایط اولین موضوعی که مطرح می‌شود این است که روال عادی کار و آن چیزی که مردم توقع دارند انجام بشود، صورت بگیرد. الحمدلله در بحبوحه جنگ اخیر مدیریت شهری کرج از باب کارهای اداری و کارهایی که می‌توانست انجام بدهد، در حد توان در میدان بود. این مسئول اضافه کرد: در زمان جنگ، برای تأمین سوخت و اولویت‌بندی سوخت هم موضوع داشتیم که وجود اتوبوس‌های برقی در شهر کرج خود کمک بزرگی به بحث کنترل خوب مصرف سوخت کرد. وی در ادامه گفت: تجربه آن روزها به ما نشان داد که در کنار مباحث نظامی باید بتوانیم زیرساخت‌های لازم را برای شهروندان و شهر ایجاد کنیم. در این زمینه به نظر می‌رسد عملکرد قابل قبولی داشتیم. اما واقع‌بینانه باید نقدها را بررسی کنیم که اگر خدای نکرده اتفاقات مشابه از بابت بحران‌های مختلف رخ بدهد با آمادگی بیشتر و بهتر در صحنه حضور داشته باشیم. رئیس شورای شهر کرج در پایان سخنان خود تأکید کرد: مانورهای مختلف پدافند غیرعامل می‌تواند در ساختمان‌های اداری شهرداری اجرا شود تا آمادگی لازم فراهم باشد و این می‌تواند در دستور کار قرار بگیرد تا یک تمرین خوب برای زمان‌های بحرانی بشود.

مدیرکل استاندارد استان مرکزی خبر داد:

صنعتی، نقش مهمی در اقتصاد ملی ایفا می‌کنند.مهدی زنده‌ویکیلی وی بیان کرد: مجموعه استاندارد در استان مرکزی با وجود چالش‌ها و برنامه‌های غیرمنتظره، عملکرد قابل توجهی طی سال گذشته داشت که شایسته تقدیر است.وی افزود: این استان به عنوان منطقه اول در تنوع صنعتی کشور باید در بخش تدوین و اجرای استانداردهای جدید نیز پیشرو باشد و حرکت فراتر از استانداردهای موجود را در دستور کار قرار دهد.استاندارد مرکزی ادامه داد: باید تلاش بشود تا این جایگاه حفظ بشود و حرکت در موزه‌های دانش و تبدیل آن به کاربردهای روزمره در بخش‌های اشتغال، تجارت، درمان و سایر بخش‌ها از جمله وظایف اصلی است و توقف در مسیر توسعه برای استان مرکزی جایز نیست:زنده‌ویکیلی با اشاره به توانمندی نیروی انسانی و صنعتگران استان مرکزی، گفت:بخش قابل توجهی از تولیدات استان حاصل تلاش متخصصان حوزه دانش فنی و صنعتی است و باید با تجهیز بیشتر و حرکت به سمت فعالیت‌های دانش‌بنیان، مسیر صنعتی‌سازی این ظرفیت‌ها را هموار کرد.وی ادامه داد: در بخش صنعت ساختمان نیز استان مرکزی از جمله استان‌های پیشرو در استفاده از محصولات استاندارد نظیر بتن آماده و آسانسور است و این روند باید در سایر بخش‌ها نیز گسترش یابد.

طرح‌هایی مانند همیار گاز از اولویت‌های شرکت گاز گیلان است و آماده ایم ما با تمام توان در مسیر آموزش و فرهنگ‌سازی گام برداریم. در ادامه این نشست، ترنگس دستیار، مدیرکل آموزش‌وپرورش استان گیلان، ضمن تقدیر از تلاش‌های فرهنگی دو دستگاه، بر اهمیت آموزش نسل‌های امات‌داران خوبی برای این نعمت باشیم. مصرف درست انرژی از طریق آموزش به کودکان و خانواده‌ها شکل می‌گیرد و باید در آموزش‌وپرورش به عنوان اصل تربیتی نهادینه شود.مدیرکل آموزش‌وپرورش گیلان استفاده از روش‌های جذاب آموزشی و همکاری میان نهادهای برای ترویج مصرف ایمن و بهینه گاز در مدارس تأکید کرد و تصریح کرد: اجرای طرح ملی همیار گاز، نمادی از هم‌افزایی نهادهای برای استمرار فرهنگ‌سازی صحیح در سال‌های آینده است. دستیار با بیان اینکه انرژی‌ها منابع محدود و امانت نسل آینده محسوب می‌شوند، افزود: ما باید امانت‌داران خوبی برای این نعمت باشیم. مصرف درست انرژی از طریق آموزش به کودکان و خانواده‌ها شکل می‌گیرد و باید در آموزش‌وپرورش به عنوان اصل تربیتی نهادینه شود.مدیرکل آموزش‌وپرورش گیلان استفاده از روش‌های جذاب و تنوع آموزشی را در طرح همیار گاز ضروری دانست و اظهار کرد: اجرای این قبیل طرح باید با نمادهای فرهنگی و انیمیشن‌های آموزش‌محور، مشابه تجربه موفق « آقای ایمنی » در ذهن دانش‌آموزان ماندگار شود. طراحی شعار یا پویش فرهنگیان موثر می‌تواند ارتباط بچه‌ها با مفهوم مصرف ایمن گاز را عمقی‌تر کند.

دانشگاه علوم پزشکی مازندران در رویداد ملی "روایت یک دیدار" برگزیده شد

در کنار دانشگاه‌های رفسنجان، جهرم، قزوین و دزفول، توانست عنوان برگزیده بخش عکس و گزارش تصویری را کسب کند. به‌گفته‌ها بابایی، در این رویداد بیش از ۶ هزار و ۵۴۳ نفر دانشجو و زائر از ۴۷ دانشگاه علوم پزشکی در قالب ۶۹ کاروان حضور داشتند. دانشجویان رسانه‌ای آموزش‌دیده هر کاروان تلاش کردند روایتگر حضور عاشقانه و معنوی زائران حسینی باشند. معاون فرهنگی دانشجویی دانشگاه علوم پزشکی مازندران با اشاره به گستره تولیدات رسانه‌ای منفداهای دانشگاهی گفت: رباطن و کارشناسان رسانه‌ای دانشگاه‌ها با ثبت بیش از ۲۵۰۰ عکس در قالب گزارش تصویری سهم قابل توجهی در انعکاس این حرکت عظیم دانشجویی در این زمینه داشتند. بابایی در پایان افزود: دستیابی دانشگاه علوم پزشکی مازندران به عنوان برگزیده بخشی از ثمرات تلاش جمعی دانشجویان علاقه‌مند، کارشناسان رسانه‌ای و مسئولان مفدا بود که با انگیزه خدمت فرهنگی و انتقال حال و هوای اربعین، محتوای فاخر و اثرگذار تولید کردند. این موفقیت نمودی از نشاط رسانه‌ای و تعهد دانشجویان ما نسبت به فرهنگ و ارزش‌های عاشورایی است.

مدیر بازرسی شهرداری فردیس :

ساختار نظارتی شهرداری فردیس در جهت بهبود خدمت‌رسانی به مردم ارتقا یافت

با اشاره به جهش در پاسخگویی مردمی از طریق سامانه ۱۳۷، گفت: در حوزه ارتباطات مردمی، ما راه‌ها نشان‌دهنده یک جهش بی‌سابقه‌است. تماس‌های مردمی با سامانه ۱۳۷ در ۱۳ ماه گذشته به ۱۶۷ هزار و ۸۰۰ مورد رسید که نسبت به دوره مشابه، بیش از ۲۰ هزار تماس افزایش داشته است. مدیر بازرسی شهرداری فردیس اضافه کرد: در راستای افزایش رضایتمندی شهروندان دو دستگاه اسبوت برای ارائه خدمات در محل خریداری شد و یک دستگاه وانتجان ب ایمنی سنجی اقدامات پاسخگویی به مطالبات شهروندان اختصاص داده شد. وی به بهبود و ارتقای سامانه ۱۳۷ اشاره کرد و افزود: توان پاسخگویی کاربران نرم‌افزار ۱۳۷ به نایب‌ت افزایش یافته و تجهیزات به روزرسانی شده است به طوریکه افزایش تعداد کاربران هیچ محدودیتی ندارد. به گفته شرفی پاسخگویی به درخواست‌های سامانه ۱۳۷(ارتباطات مردمی) نزدیک به ۱۰۰٪ و پاسخگویی به شکایات ارجاعی از سامانه ۱۳۶ سازمان بازرسی کل کشور بالای ۹۰٪ افزایش شده است. همچنین ۲۳ جلسه ملاقات چهره به چهره با ۲۲۱ نفر از شهروندان در این مدت برگزار شده است.



۳۰ نفر افزایش یافت و ۱۸ پست سازمانی برای مرکز و ۲۱ پست برای سازمان‌ها و مناطق پیش‌بینی شد و یادآور شد: در حوزه بازرسی شناسایی و رفع فساد، ارتقاء شفافیت اطلاعاتی و فراهم‌سازی دسترسی به اطلاعات، مطابق با اصل ۱۷۴ قانون اساسی و بیانیه گام دوم انقلاب، که جزء وظایف اصلی بازرسی تعریف شده در اولویت حوزه بازرسی شهرداری فردیس قرار گرفته است. شرفی

پرسونال برندینگ میلیون دلاری!

است. شما باید با شجاعت، حوزه نفوذ خود را آتقدر محدود کنید که در ابتدا ترسناک به نظر برسد. به جای آنکه یک مشاور کسب و کار باشید، یک مشاور استراتژی رشد برای شرکت های نرم افزاری با مدل درآمدی اشتراکی باشید. به جای آنکه یک مربی تندرستی باشید، یک مربی کمک به مدیران پرمشغله برای بازیابی انرژی از طریق تغییرات کوچک در سبک زندگی باشید.

این سطح از تمرکز، سه مزیت استراتژیک خلق می کند: اول، شما را به بهترین و تنها گزینه منطقی برای یک گروه خاص از مخاطبان تبدیل می کند. دوم، به شما اجازه می دهد تا به جای تولید محتوای سطحی و عمومی، دانش عمیق و منحصر به فردی را ارائه دهید که جای دیگری پیدا نمی شود و سوم، رقابت را تقریباً بی معنا می کند. شما در حال ساختن یک امپراتوری در یک سرزمین کوچک هستید که خودتان قوانین آن را می نویسید.

فراتر از محتوا: تبدیل تخصص به دارایی های دیجیتال
تولید محتوای مداوم، موتور اصلی ساختن آگاهی از برند است، اما اگر این محتوا به یک سیستم بزرگ تر متصل نباشد، شما تنها یک تولیدکننده محتوا باقی خواهید ماند و درآمدتان مستقیماً به ساعت هایی که کار می کنید، گره خواهد خورد. جهش از یک متخصص شناخته شده به یک برند یک میلیون دلاری، در لحظه ای اتفاق می افتد که شما تخصص خود را از یک خدمت به یک دارایی مقیاس پذیر تبدیل می کنید. یک طراح گرافیک را در نظر بگیرید. او می تواند ساعت های خود را برای طراحی لوگو برای مشتریان بفروشد. این مدل، محدودیت درآمدی دارد، اما همین طراح می تواند یک قدم فراتر رفته و یک دوره آموزشی آنلاین در مورد «اصول طراحی لوگو برای بنیانگذاران استارت آپ ها»

تبدیل می کند.

معماری استعداد، نه شکار استعداد
اولین و واضح ترین مزیت یک مدل توزیع شده، دسترسی به یک اقیانوس بی کران از استعداد است. استراتژی استخدام سنتی، شبیه به ماهیگیری در یک برکه کوچک بود، اما استراتژی جدید به ما اجازه می دهد تا در سراسر اقیانوس جهانی، در هر کجا که بهترین و بزرگ ترین ماهی ها (یعنی استعدادها) جمع شده اند، نور خود را پهن کنیم. این، یک مزیت رقابتی غیرقابل انکار است. یک شرکت توسعه هوش مصنوعی را در نظر بگیرید که به دنبال ساختن یک تیم مهندسی در سطح جهانی است. به جای آنکه تلاش کند استعدادهای گران قیمت و کمیاب را به دفتر مرکزی خود در شهری با هزینه زندگی بالا بکشد، می تواند مراکز مهندسی استراتژیک در نقاطی ایجاد کند که به عنوان قطب های جهانی آن تخصص شناخته می شوند. این رویکرد، نه تنها هزینه جذب و نگهداری استعداد را به شدت کاهش می دهد، بلکه کیفیت نهایی تیم را به طرز چشمگیری افزایش می دهد. این مراکز برتری به سازمان اجازه می دهند تا به جای ساختن تیم های متوسط در همه چیز تیم های استثنایی در حوزه های کلیدی بسازند. به عنوان مثال، یک شرکت کالاهای مصرفی می تواند مرکز طراحی خود را در شهری مانند میلان مرکز تحلیل داده خود را در بنگالور و مرکز بازاریابی دیجیتال خود را در استین، تگزاس تأسیس کند. این، یعنی به جای آنکه استعدادها را به سمت شرکت بکشانیم، شرکت را به سمت استعدادها می بریم. غول های فناوری مانند گوگل و مایکروسافت، دهه هاست که با ایجاد مراکز تحقیق و توسعه در سراسر جهان، از این استراتژی برای جذب بهترین مغزها استفاده می کنند.

چشمداشت، به یک گروه مشخص از مخاطبان برای حل مشکلات شان کمک می کنید، یک مسیر دفاعی از اعتماد به دور برند خود می سازد. این اعتماد به شما «حق قیمت گذاری» می دهد. وقتی زمان ارائه یک محصول پولی فرا می رسد، دیگر نیازی به فروشندهی تهاجمی ندارید؛ مخاطبان شما از قبل برای خرید آماده هستند، زیرا شما با بخشندگی خود در گذشته، این حق را به دست آورده اید.

هنر برداشت محصول: زمانی که در آمد نتیجه طبیعی ارزش است

چگونه یک برند شخصی به درآمد یک میلیون دلاری می رسد؟ پاسخ، در تمرکز نکردن بر روی خود پول نهفته است. درآمد، یک شاخص تأخیری است؛ یک نتیجه که پس از ساختن یک جامعه متعهد و ارائه ارزش مستمر، به طور طبیعی ظاهر می شود. استراتژی درآمدزایی باید یک معماری چند لایه داشته باشد.

لایه اول می تواند شامل خدمات مشاوره ای گران قیمت برای تعداد محدودی از مشتریان رده بالا باشد. این لایه، اعتبار و درآمد اولیه را تأمین می کند. لایه دوم، محصولات دیجیتال مقیاس پذیر مانند دوره های آموزشی، کتاب های الکترونیکی یا کارگاه های آنلاین است. این لایه، به شما اجازه می دهد تا به مخاطبان بیشتری با قیمت های مناسب تر دسترسی پیدا کنید. لایه سوم می تواند شامل درآمدهای وابسته (Affiliate) از طریق معرفی محصولات یا ابزار هایی باشد که خودتان واقعاً به آنها باور دارید. نکته کلیدی این است که هر پیشنهاد فروش، باید یک راه حل منطقی برای مشکلی باشد که شما از قبل در محتوای رایگان خود در مورد آن صحبت کرده اید. غول رسانه ای مانند نتفلیکس، ابتدا با ارائه محتوای رایگان (در قالب دوره آزمایشی) اعتماد شما را

تغییر توزیع نیروی کار: الگوی نوین مدیریت کسب و کار

یک مدل توزیع شده، به طور ذاتی «تاب‌آورتر» است. با پراکنده کردن تیم ها و زیرساخت ها در مناطق جغرافیایی مختلف، سازمان ریسک خود را به شدت کاهش می دهد. اگر یک مرکز به دلیل یک بحران غیرمنتظره از کار بیفتد، مراکز دیگری می توانند بخشی از بار کاری آن را بر دوش کشیده و از توقف کامل عملیات جلوگیری کنند.

این، اصل بنیادین طراحی هر شبکه قدرتمندی، از خود اینترنت گرفته تا سیستم های مالی جهانی است. در دنیایی که آشوب و عدم قطعیت، به یک ویژگی دائمی تبدیل شده اند، ساختن یک سازمان توزیع شده، دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک استراتژی حیاتی برای مدیریت ریسک است. شرکتی مانند اسپاتیفای، با داشتن تیم های مهندسی در شهرهای مختلف جهان، اطمینان حاصل می کند که دانش و توانایی نگهداری از پلتفرم جهانی شان، در یک نقطه واحد متمرکز نشده است. این، یک بیمه نامه استراتژیک در برابر آینده ای نامشخص است.

چالش جدید رهبری تجاری

البته، این مدل با چالش های بزرگی نیز همراه است و بزرگ ترین آن‌ها، چالش فرهنگ است. چگونه می توان یک هویت و فرهنگ مشترک و منسجم را در میان تیمی که هرگز به صورت فیزیکی با یکدیگر ملاقات نکرده اند، ایجاد کرد؟ پاسخ، در تعمدی بودن نهفته است. در غیاب یک ساختمان مشترک، فرهنگ باید به صورت آگاهانه، فعالانه و مداوم معماری شود. این، نیازمند بازنگری کامل در تمام فرآیندهای ارتباطی، همکاری و مدیریت است.

رهبری در یک سازمان توزیع شده، نیازمند مهارت های جدیدی است: تسلط بر ارتباطات غیرهمزمان برای غلبه بر چالش مناطق زمانی، سرمایه گذاری سنگین بر روی فناوری

تغییرات بازاریابی ویدئویی با ورود هوش مصنوعی

در دنیایی که چشم های‌مان دیگر نمی توانند به آنچه می بینند اعتماد کنند، زنده بمانیم و شکوفا شویم.

پایان عصر انحصار: هر کسب و کاری یک استودیوی هالیوودی

اولین و آشکارترین پیامد ظهور ویدئوهای هوش مصنوعی دموکراتیزه شدن کامل تولید ویدئو است. این پدیده موازنه قدرت را در دنیای بازاریابی برای همیشه تغییر می دهد. در گذشته، تنها برندهای بزرگی مانند اپل یا نایک می توانستند از پس هزینه های تولید تبلیغات تلویزیونی با کیفیت سینمایی برآیند. این توانایی، یک مزیت رقابتی قدرتمند و یک مانع بزرگ برای ورود رقبای کوچک تر بود. امروز یک استارت آپ کوچک که در یک کاراژ اداره می شود، می تواند با استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی، ویدئوهای معرفی محصولی تولید کند که از نظر فنی، قابل تمایز از خروجی یک آژانس تبلیغاتی گران قیمت نیست. این استاندارد آپ می تواند بدون استخدام یک بازیگر، ده ها نسخه از یک ویدئوی تبلیغاتی را با چهره ها و صداها‌ی مختلف برای بازارهای متفاوت در سراسر جهان تولید کند. این پایان عصر انحصار بصری است. دیگر کیفیت تولید، به تنهایی، یک عامل تمایز نیست. وقتی همه می توانند یک ویدئوی زیبا بسازند، سوال استراتژیک از «چگونه بسازیم؟» به «چه چیزی بسازیم؟» تغییر می کند. در این دنیای جدید، ارزش از توانایی های فنی به سمت «خلاقیت استراتژیک» و «قدرت ایده پردازی» منتقل می شود.

موتور همدلی یا ماشین دستکاری؟

وعده بزرگ هوش مصنوعی «شخصی سازی در مقیاس انبوه» است. این فناوری نه تنها به شما اجازه می دهد یک ویدئو بسازید، بلکه به شما اجازه می دهد یک ویدئو «برای یک فرد مشخص» بسازید. تصور کنید یک خرده فروش آنلاین مانند آمازون، یک ویدئوی تبلیغاتی را به شما نشان می دهد که در آن، یک گوینده مجازی نام شما را صدا زده و محصولاتی را براساس تاریخچه خرید شما پیشنهاد می دهد؛ محصولاتی که در یک محیط مجازی کاملاً شبیه به خانه شما به نمایش درآمده اند. این سطح از شخصی سازی می تواند به شدت موثر باشد. این یک جهش از بازاریابی یک طرفه به یک

نویسنده: علی آل علی

برای یک قرن مدل استاندارد موفقیت حرفه ای یک مسیر خطی و قابل پیش بینی بود: در یک شرکت خوب استخدام شوید، از نردبان ترقی بالا بروید و ارزش خود را با جایگاه شغلی تان تعریف کنید. در این مدل شما یک هزینه در صورت سود و زیان شرکت بودید؛ یک منبع انسانی که حقوقش باید مدیریت می شد. نکته کلیدی اینکه این دوران به پایان رسیده است. در اقتصاد جدید که بر پایه توجه و اعتماد بنا شده است، قدرتمندترین واحد اقتصادی دیگر یک شرکت نیست؛ یک فرد است. برند شخصی دیگر یک پروژه جانبی برای مشهورشدن در شبکه های اجتماعی یا یک ابزار برای کارایی بهتر نیست؛ این یک تغییر بنیادین در ماهیت کار است. این فرآیند تبدیل کردن هویت، تخصص و دیدگاه منحصر به فرد شما به یک دارایی استراتژیک است؛ دارایی که می تواند جریانِی از درآمد، فرصت و تأثیرگذاری را خلق کند که بسیار فراتر از هر حقوقی است که یک کارفرما می تواند به شما بپردازد. این مقاله یک نقشه راه برای ساختن این دارایی است؛ فرایندی که نه با فریاد زدن در فضای دیجیتال، بلکه با معماری دقیق و صبورانه ارزش آغاز می شود.

معماری یک امپراتوری در یک سرزمین کوچک
اولین و بزرگ ترین اشتباه در ساختن برند شخصی تلاش برای راضی کردن همگان است. این یک مسیر قطعی به سوی بی نام و نشان ماندن است. برندهای بزرگ تاریخ، از اپل گرفته تا نتسلا، با تمرکز لیزری بر روی یک گروه خاص از مخاطبان به قدرت رسیدند؛ گروهی که عمیقاً با ارزش ها و دیدگاه آنها همذات پنداری می کردند.

همین قانون برای برند شخصی نیز با شدت بیشتری حاکم است. شما باید با شجاعت، حوزه نفوذ خود را آتقدر محدود کنید که در ابتدا ترسناک به نظر برسد. به جای آنکه یک مشاور کسب و کار باشید، یک مشاور استراتژی رشد برای شرکت های نرم افزاری با مدل درآمدی اشتراکی باشید. به جای آنکه یک مربی تندرستی باشید، یک مربی کمک به مدیران پرمشغله برای بازیابی انرژی از طریق تغییرات کوچک در سبک زندگی باشید.

نویسنده: علی آل علی

آدرس دفتر مرکزی شرکت شما، که برای یک قرن مانند لگژی سنگین هویت، فرهنگ و از همه مهمتر مرزهای استعدادیابی تان را به یک نقطه ثابت در نقشه متصل می کرد، امروز در حال تبدیل شدن به یک مفهوم تقریباً بی معناس‌ت. مدل ذهنی کار در محل بر یک فرض ساده و منسوخ بنا شده بود: اینکه بهترین راه برای گردهم آوردن ذهن ها و به حداکثر رساندن بهره وری، قرار دادن تمام بدن ها در یک ساختمان واحد است. اما این مدل هرگز یک انتخاب استراتژیک نبود؛ بلکه یک محدودیت فیزیکی بود که توسط فناوری زمان خود به ما تحمیل شده بود. امروز فناوری این دیوارها را فرو ریخته و به ما اجازه داده تا به این سوال بنیادین از منظرِی کاملاً جدید نگاه کنیم: «اگر استعداد می توانست در هر جایی باشد و کار بتواند در هر زمانی انجام شود، آنگاه سازمان ما چه شکلی به خود می گرفت؟». پاسخ به این سوال در حال خلق یک انقلاب خاموش اما قدرتمند در طراحی سازمانی است: انقلاب کارتوزیع شده جغرافیایی (Geo Distributed Workforce). این مفهوم فراتر از «کار از راه دور» یا «کار ترکیبی» است. آن مراکز استعداد و بازار تبدیل می شود که کرده و دفتر مرکزی را به عنوان خورشید و کارکنان دورکار را به عنوان سیارات دوردست می دیدند.

اما کار توزیع شده یک مدل شبکه ای و کاملاً غیرمتمرکز است. در این مدل، دیگر یک مرکز واحد وجود ندارد. سازمان به مجموعه ای از مراکز استعداد و بازار تبدیل می شود که به صورت استراتژیک در سراسر جهان پراکنده شده اند و هر یک، مانند یک گره قدرتمند در یک شبکه عصبی جهانی عمل می کنند. این، یک بازطراحی رادیکال است که سازمان را از یک هرم صلب به یک موجود زنده، تطبیق پذیر و واقعاً جهانی

نویسنده: علی آل علی

تا همین چند وقت پیش خلق یک ویدئوی تبلیغاتی حرفه ای شبیه به یک عملیات نظامی بود. به یک ارتش کوچک از متخصصان نیاز داشتید: کارگردان، فیلمبردار، تدوینگر و بازیگران. بودجه های هنگفت، هفته ها برنامه ریزی و روز های طولانی فیلمبرداری همگی برای تولید ۶۰ ثانیه محتوای بی نقص صرف می شد. این اقتصاد کیمیایی، ویدئو را به یک کالای لوکس در زرادخانه بازاریابی تبدیل کرده بود. امروز تمام این ارتش، در یک کادر متنی کوچک بر روی صفحه نمایش شما جای می گیرد. با چند خط دستور یک بازاربای تنها می

جلب می کند و سپس اشتراک ماهانه خود را پیشنهاد می دهد. مدل شما نیز باید بر همین اساس باشد: «اول ارزش، سپس درخواست».

ساختن برندی که بزرگ تر از بنیانگذارش باشد

در نهایت، پایدارترین برندهای شخصی، آنهایی هستند که از وابستگی کامل به یک فرد فراتر می روند و به یک پلتفرم یا یک رسانه در حوزه تخصصی خود تبدیل می شوند. این مرحله نهایی بلوغ یک برند است. این یعنی ساختن یک تیم کوچک، دعوت از متخصصان دیگر برای تولید محتوا و ایجاد یک برند که هویتی فراتر از نام بنیانگذارش دارد. دیزنی به عنوان یک شرکت، بسیار بزرگ تر و ماندگارتر از شخص عنوان دیزنی است، زیرا او یک مجموعه از ارزش ها، یک سبک داستان‌گویی و یک فرهنگ را بنا نهاد که پس از او نیز به حیات خود ادامه داد. هدف نهایی شما نیز باید همین باشد: تبدیل کردن نام تان به یک نماد برای یک ایده یا یک جنبش خاص. این کار، نه تنها کسب و کار شما را در برابر اتفاقات غیرمنتظره مقاوم می کند، بلکه میراثی را خلق می نماید که می تواند برای سال ها پس از شما به تأثیرگذاری و ارزش آفرینی ادامه دهد. سوال استراتژیک نهایی این نیست که «چگونه می توانم معروف شوم؟»، بلکه این است که «چگونه می توانم یک سیستم ارزشمند بسازم که در مرکز آن، تخصص و دیدگاه منحصر به فرد من قرار دارد؟». پاسخ به این سوال مسیر رسیدن به یک برند یک میلیون دلاری و فراتر از آن است.

منابع:

https://www.forbes.com/sites/۱m--how-to-build-a-personal-brand-from-scratch

های همکاری دیجیتال برای ایجاد یک دفتر مجازی بی نقص طراحی گردهمایی های فیزیکی استراتژیک برای تقویت پیوندهای انسانی و حس تعلق. شرکت های کاملاً توزیع شده مانند گیت لب (GitLab) که هیچ دفتر مرکزی ای ندارند، در این زمینه پیشگام هستند. آنها با مستندسازی بی نظیر تمام فرآیندها و ارزش های فرهنگی خود در یک کتابچه راهنمای عمومی، اطمینان حاصل می کنند که هر کارمند جدید، فارغ از موقعیت جغرافیایی اش به DNA فرهنگی سازمان دسترسی کامل دارد.

ما در حال گذار از جغرافیای مکان به جغرافیای استعداد هستیم. مدل های سازمانی آینده، نه براساس نقشه املاک و مستغلات، که براساس نقشه استعدادهای جهانی ترسیم خواهند شد. این یک سفر پیچیده و پر از چالش است، اما پاداش آن، ساختن سازمانی است که نه تنها کارآمدتر و تاب آورتر، بلکه به طور بنیادین، جهانی تر، متنوع تر و هوشمندتر است. چالش نهایی برای هر رهبر تجاری این است: آیا سازمان شما همچنان در حال تلاش برای گردهم آوردن افراد در یک ساختمان است یا در حال ساختن پلی برای اتصال بهترین ذهن ها در هر کجای این سیاره؟

منابع:

https://searchengineland.com/geo-۴۶۳۲۷۸-working-bradfordjacobs.com/blog/secrets-to-keeping-a-geographically-distributed-workforce-engaged-۵۱۰۶۲۰۱۸/https://hbr.org/sponsored-practical-ways-to-engage-a-geographically-distributed-workforce

که در حال غرق شدن در اقیانوس محتوای مصنوعی هستند، متمایز کنند. استراتژی انطباق، تنها پذیرش فناوری جدید نیست؛ بلکه درک عمیق این است که چه زمانی باید از آن استفاده نکرد.

از مدیریت پروژه تا مدیریت معنا

نقش سازارباب در این دنیای جدید، به طور بنیادین در حال تغییر است. او دیگر یک مدیر پروژه نیست که تیمی از انسان ها را برای تولید یک ویدئو هماهنگ می کند. نقش جدید او، بیشتر شبیه به یک خالق هنری یا یک کارگردان برای الگوریتم ها است. موفقیت او دیگر به مهارت های فنی اش بستگی ندارد، بلکه به سلیقه، قضاوت استراتژیک و توانایی او در پرسیدن سوالات درست از ماشین بستگی دارد. او باید بتواند یک چشم انداز خلاقانه را به یک سری از دستورات دقیق (Prompts) ترجمه کند. او باید بتواند از میان صدها خروجی تولیدشده توسط هوش مصنوعی، آن یک موردی را که دارای آن جرقه انسانی و آن روح لازم برای برقراری ارتباط است، انتخاب نماید. او باید نگاهان اخلاقی برند خود باشد و اطمینان حاصل کند که کارایی، به قیمت از دست رفتن اعتماد تمام نمی شود.

این یک جابه‌جایی از مهارت های اجرایی به مهارت های مفهومی است. انقلاب واقعی ویدئوهای هوش مصنوعی، ما را به نقطه شروع باز می گرداند. این فناوری، با از بین بردن تمام موانع فنی، ما را مجبور می کند تا با اساسی ترین سوال در بازاریابی روبرو شویم: «ما چه داستانی برای گفتن داریم؟». وقتی همه می توانند یک فیلم بسازند، تنها چیزی که اهمیت دارد، خود فیلمنامه است. آینده متعلق به برندهایی نخواهد بود که بهترین ابزارهای هوش مصنوعی را در اختیار دارند، بلکه از آن برندهایی است که واضح ترین هویت، معتبرترین داستان و عمیق ترین درک را از انسانیت مخاطبان خود دارند. هوش مصنوعی، صحنه نمایش را برای همه فراهم کرده است، اما این هنوز هم انسان ها هستند که باید نمایشنامه ای را بنویسند که ارزش تماشاکردن را داشته باشد.

منابع:

https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/ai-video-has-changed-marketing-forever-heres-how-۴۹۷۸۹۸/to-adapt