

مسیر ضروری تحول مدیریتی در ایران

سجاد رحیمی مدیسه پژوهشگر حوزه کسب و کار بدون بازنگری مدیریتی، توسعه در ایران ممکن نیست. با هدف بازنگری در حکمرانی مدیریتی و ضرورت شنیدن صدای کارکنان در ساختارهای نوین سازمانی ایران، این سیطور را می‌نویسم؛ چراکه عمیقاً باور دارم متولیان امر و ساختارهای حاکمیتی در سطوح بالای قدرت، باید صدای کارکنان را جدی بگیرند و ریشه‌های پنهان ناکارآمدی در بسیاری سازمان‌ها و مجموعه‌های دولتی و حاکمیتی را به درستی درک نمایند؛ چراکه کشور عزیزمان در یکی از تاریخی‌ترین و حساس‌ترین برهه‌های خود، قرار گرفته که همه باید دست در دست هم دهیم و در کنار هم بدون دعواهای سیاسی و شخصی، کشور را بسازیم.

در دهه‌های اخیر، جهان مدیریت با تکان‌هایی عمیق روبه‌رو شده است؛ تکان‌هایی که مدل‌های سنتی اداره کردن سازمان‌ها را از بنیاد به چالش کشیده و مسیر جدیدی از حکمرانی سازمانی را پیش‌روی کشورها، صنایع و دولت‌ها قرار داده است. تصویر لایه‌های پیاز و استعاره «کوه یخ نادانی» (The Iceberg of Ignorance) به روشنی نشان می‌دهد که فاصله‌ای جدی میان مسائل واقعی یک سازمان و درک و آگاهی مدیران عالی آن وجود دارد. این شکاف، نه‌تنها در شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، بلکه...

ادامه در همین صفحه

در سطوح مختلف حکمرانی سیاسی و اقتصادی کشور نیز مشاهده می‌شود؛ شکافی که اگر نادیده گرفته شود، ساختارها را دچار فرسودگی، ناکارآمدی و بحران‌های بی‌درپی می‌کند.

جامعه امروز ایران، با انبوهی از مسائل پیچیده اقتصادی، مدیریتی و ساختاری مواجه است. بخش زیادی از این مشکلات، نه فقط ناشی از عوامل بیرونی، بلکه نشأت گرفته از نوع نگرش مدیریتی رایج در حکمرانی و سازمان‌هاست؛ نگرشی که بیش از آنکه بر واقعیت‌های میدانی تکیه داشته باشد، بر تجربه‌های شخصی مدیران، برداشت‌های فردی و سلسله‌مراتب خشک و انعطاف‌ناپذیر، استوار شده است. در چنین فضایی، بازنگری در نگاه مدیریتی کلان کشور، نه یک انتخاب، بلکه ضرورتی حیاتی برای حرکت به سوی توسعه پایدار است.

نخستین گام در این بازنگری، پذیرش این حقیقت است که مدیریت مؤثر، دقیقاً از همان نقطه‌ای آسیب می‌بیند که صدای پایین‌ترین سطوح سازمان شنیده نمی‌شود. کارکنان خط مقدم، تکنسین‌ها، کارشناسان اجرایی، کارگران ماهر یا حتی ساده و کارکنانی که هر روز با مسائل واقعی سروکار دارند، معمولاً بیش از هر مدیر ارشدی به جزئیات مشکلات واقفند. در بسیاری از صنایع ایرانی، اختلاف میان آنچه مدیران تصور می‌کنند در جریان است، با آنچه به راستی در میدان رخ می‌دهد، گاه چنان زیاد است که عملاً تصمیم‌های کلان بر پایه تصویرهای ناقص یا حتی نادرست اتخاذ می‌شود. همین شکاف، منشأ بسیاری از ناکارآمدی‌ها، اتلاف منابع و شکست سیاست‌هاست. برای عبور از این وضعیت، نیازمند بازنگری جدی در شیوه حکمرانی مدیریتی هستیم. حکمرانی مؤثر، به ویژه در سطح ملی، تنها زمانی موفق می‌شود که فرآیندهای تصمیم‌سازی آن مبتنی بر داده، تحلیل و دانش تخصصی باشند؛ نه بر مبنای سلیقه‌محوری یا اتکا به حلقه‌های محدود تصمیم گیر و سیاسی کاری

و باندبازی. کشور ما، ظرفیت‌های عظیمی از خنجکان، متخصصان و صاحب‌نظران مدیریت را در اختیار دارد؛ افرادی که در دانشگاه‌ها، مراکز پژوهشی، صنایع بزرگ و حتی کسب‌وکارهای کوچک، سال‌ها تجربه و دانش اندوخته‌اند. باین‌حال، استفاده از این ظرفیت بزرگ در فرآیند حکمرانی هنوز به صورت سیستماتیک، هدفمند و حرفه‌ای انجام نمی‌شود. این بی‌توجهی، سبب شده است که بخش زیادی از سرمایه انسانی تخصصی کشور یا از چرخه تصمیم‌سازی کنار گذاشته شوند یا نقش آنها به همکاری‌های نمادین و غیراثربخش، محدود بماند.

امروز بیش از هر زمان دیگری، این ضرورت احساس می‌شود که حکمرانی سیاسی و اقتصادی کشور، در تعامل مستقیم و واقعی با متخصصان علم مدیریت و صاحب‌نظران مرتبط قرار گیرد. در دنیای پیچیده کنونی، تصمیم‌گیری بدون پشتوانه نظری و علمی، عملاً تصمیم‌گیری بر پایه حدس و آزمون وخطاست. کشورهایی که توانسته‌اند مسیر توسعه سازمانی و اقتصادی پایدار را طی کنند، دقیقاً همان‌هایی بوده‌اند که قدرت تحلیل را جایگزین اتکا به تجربه‌های فردی کرده‌اند و همکاری با خنجکان را نه تشریفات، بلکه زیربنای تصمیم‌سازی دانسته‌اند.

در کنار این تحول در سطح ملی، سازمان‌های ایرانی نیز با ضرورتی موازی روبه‌رو هستند: بازنگری در ارزش‌گذاری کارکنان. سال‌هاست که ساختارهای اداری کشور، گرفتار معضل مزمن «مدرک‌محوری» شده‌اند؛ معضلی که نیروهای خلاق، نوآور و مؤثر را در سایه قرار داده و کارکنان را تنها براساس مدرک دانشگاهی و نه میزان خلاقیت، تفکر و توان حل مسئله، ارزش‌گذاری کرده است. در حالی که دنیا به سمت سازمان‌های توانمندساز پیش می‌رود، ما هنوز در گیر اسناد کاغذی، مهر، امضا و مدرک دانشگاهی هستیم. نتیجه آن شده است

فرصت امروز برای کسب وکار آفرینی

علت آلودگی هوای تهران در آذرماه مشخص شد

آسمان همچنان خاکستری



مسیر ضروری تحول مدیریتی در ایران

که بسیاری از نیروهای توانمند، با وجود درک مستقیم از مسائل، پیشنهادهای خلاقانه و توان تولید ارزش، فرصت رشد و اثرگذاری نمی‌یابند. این وضعیت، پیامدهای گسترده‌ای به همراه دارد؛ نخست آنکه انگیزه کارکنان کاهش می‌یابد؛ زیرا می‌بینند تلاش، تجربه، مهارت و فکر، کمتر از مدرکی که شاید هیچ نسبتی با توان واقعی فرد ندارد، ارزش‌گذاری می‌شود. دوم آنکه سازمان‌ها از ظرفیت خلاقیت جمعی که موتور اصلی نوآوری است، محروم می‌مانند. سوم اینکه مسیر رشد حرفه‌ای در سازمان‌ها به جای آنکه براساس توان واقعی باشد، براساس شاخص‌های صوری و غیرواقعی شکل می‌گیرد. در چنین شرایطی، طبیعی است که بسیاری از سازمان‌ها در مواجهه با تحولات سریع و نیاز به نوآوری، ناتوان و غیرچابک باقی بمانند. یکی از ضرورت‌های مهم در مدیریت امروز، دور شدن از مدرک‌محوری و حرکت به سمت «ارزش‌محوری» است؛ یعنی جوشیره اصلی توانمندی‌ها در مهارت‌ها، تجربه، ابتکار، تفکر انتقادی و قدرت خلق راه‌حل‌هاست. صنعت تولیدی کشور، به‌ویژه از این مسئله به شدت رنج می‌برد. در بسیاری از واحدهای تولیدی، افرادی با تجربه‌های چندین ساله در خط تولید، توان ارائه راه‌حل‌های نو و قابل‌اجرا را دارند، اما ساختارهای رسمی و خشک و بعضاً پر حاشیه، فرصت شنیده‌شدن به آنان نمی‌دهد؛ درحالی‌که اغلب مشکلات بزرگ، ساده‌ترین پاسخ را از دل تجربه همین افراد دریافت می‌کند. شنیده‌شدن صدای کارکنان، یکی از پایه‌های بنیادین مدیریت اثربخش است. این اصل، نه یک شعار انگیزشی، بلکه یک الزام محاسباتی و مدیریتی است. بدون اینکه سازمان، صدای افراد درگیر با خط تولید، خدمات، فروش، اجرا و عملیات را بشنود، هیچ تصمیم مدیریتی نمی‌تواند دقیق و مبتنی بر واقعیت باشد. در بسیاری از کشورهای پیشرفته، حتی قوانین الزام‌آور برای توجه به نظر کارکنان

کمیود منابع یا تخصیص بد منابع؟

درست انجام می‌دادیم، امروز با بی‌پولی بازسازی اتوبان‌ها که نمدادی از زیرساخت‌ها هستند، روبه‌رو نمی‌شدیم. امروز با بیکاری جوانان تحصیلکرده روبه‌رو هستیم و گفته می‌شود که ایجاد هر شغل برای آنها، نیازمند منابع زیادی است و کشور، فاقد منابع لازم برای هزینه کردن در این موارد است. در مقام ارزیابی باید گفت که درست است، کشور در شرایط رکود است و حتی اگر رکود نبود، رشد بالایی هم نمی‌داشت و در چنین شرایطی، شغل برای این‌همه مهندس و افراد با تحصیلات بالا خلق نمی‌شد. واقعیت این است که الان کشور با کمیود تکنیسین فنی روبه‌روست. کافی است کولر شما خراب شده باشد. خواهید دید چقدر طول می‌کشد تا یک تعمیر‌کار بیاید و چه هزینه گزافی را بابت یک ساعت دریافت می‌کند. پس با مزاد نیروی با تحصیلات بالا و کمیود نیروی با مهارت فنی روبه‌رو هستیم. در واقع، یک عدم تطابق بین عرضه و تقاضا شکل گرفته است. ریشه آن، این است که در گذشته، نظام دانشگاهی ما رشد شدیدی داشته است که به‌مراتب بیشتر از نیاز کشور، فارغ‌التحصیلان مهندس، کارشناس ارشد و حتی دکترا تحویل داده است، اما اگر در گذشته، نظام فنی حرفه‌ای به‌جای دانشگاه گسترش می‌یافت، امروز با این معضل

وجود دارد. علت روشن است: کارکنان، چشم‌های سازمانند. همان‌طور که تصویر «کوه یخ نادانی» نشان می‌دهد، بسیاری از مسائل سازمان در همان بخش زیرین کوه یخ، پنهان است؛ جایی که مدیران ارشد معمولاً به آن دسترسی ندارند، اما کارکنان هر روز در آن زندگی و کار می‌کنند. این موضوع، ما را به آخرین محور بحث می‌رساند: منسوخ‌شدن مدل‌های سلسله‌مراتبی از بالا به پایین و ضرورت تغییر در ساختار سازمانی. مدل سنتی مدیریت که بر دستورات یک‌طرفه، کنترل عمودی، انحصار تصمیم‌گیری و فاصله قدرت شدید میان مدیر و کارکنان استوار بود، دیگر پاسخگوی دنیای امروز نیست. تحولات سریع اقتصادی و تکنولوژیک، رقابت‌های پیچیده و نیاز به نوآوری مستمر، همگی ساختارهای مسطح، چابک و مشارکتی را ضروری ساخته‌اند. ساختارهای مسطح سازمانی، انعطاف‌پذیرتر، انسانی‌تر و کارآمدترند؛ زیرا جریان اطلاعات در آنها سریع و بدون فیلترسازی‌های تصنعی است. کارکنان در چنین ساختارهایی، احساس مالکیت بیشتری نسبت به کار دارند، تصمیم‌گیری‌ها با مشارکت انجام می‌شود و ایده‌های نو، مجال ظهور می‌یابند. در سازمان‌های مسطح، مدیر نه یک فرمانده، بلکه یک تسهیلگر است؛ کسی که مسیر را روشن می‌کند، موانع را برمی‌دارد و به گروه اجازه می‌دهد که بهترین عملکرد خود را نشان دهند.

کشوری که به دنبال توسعه اقتصادی پایدار است، ناگزیر باید چنین ساختارهایی را در سازمان‌های دولتی، عمومی و خصوصی، پیاده کند. بازنگری در ساختار قدرت، کاهش تمرکز تصمیم‌گیری، افزایش شفافیت و تقویت ارتباطات درون‌سازمانی، از نیازهای حیاتی ایران معاصر است. ما نمی‌توانیم با ساختارهای مدیریتی دهه‌های گذشته، انتظار نتایج متفاوت و مدرن داشته باشیم. تغییر نگرش

روبه‌رو نبودیم. پس منابع زیادی در گذشته تخصیص یافته بود، اما اینن تخصیص، بهینه نبود، بلکه ناهینه و نادرست بود. نمونه دیگر، بنزین است. کشور با مصرف روزانه ۱۴۰ میلیون لیتر بنزین، سازگار شده است و نرخ مصرف از تولید بیشتر شده و برای همین سالانه بیش از ۵ میلیارد دلار صرف واردات بنزین می‌شود. غیر از اینکه بخشی از آن به خارج قاچاق می‌شود، مابقی توسط خودروها سوزانده می‌شود که پیامد آن، آلودگی شدید هوا و ترافیک است. از طرفی، رواج سفر با خودروهای شخصی، موجب تصادفات زیاد و کشته و مجروح شدن تعداد زیادی از هم‌وطنان می‌شود. این امر، نمونه روشنی از تخصیص بد منابع است. حال راه بدیل، این است که به‌جای صرف هزینه هنگفت بابت بنزین، حمل‌ونقل شهری غیرالاینده توسعه یابد و راه‌آهن بین‌شهری گسترش پیدا کند تا مردم از سفر با خودروی شخصی پرهیز کنند. باز هم در اینجا می‌بینیم که به‌جای تخصیص بهینه منابع، تخصیص بد منابع صورت گرفته است. با توضیحاتی که داده شد، مشخص می‌شود مسئله اصلی کشور، تخصیص بد منابع است. اگر تخصیص‌ها اصلاح شود، شاهد بهبود وضعیت اقتصاد و کاهش

فعلان اقتصادی درباره خریدهای احساسی هشدار می‌دهند

اوج‌گیری هیجان در بازار طلا و دلار

بازار طلا و ارز با آغاز هفته دوم آذرماه با جهش قیمت‌ها مواجه شد و در سه روز گذشته، شاهد رکوردزنی قیمت‌ها بوده‌ایم. قیمت دلار در بازار آزاد به کانال ۱۱۷ هزار تومان رسیده و هر گرم طلای ۱۸ عیار به بیش از ۱۲ میلیون تومان و سکه تمام بهار آزادی طرح جدید به بالاتر از ۱۲۴ میلیون تومان رسیده است. اونس جهانی طلا نیز این روزها شیب صعودی داشته و...

رشد اقتصادی پس از ۴ سال چگونه منفی شد؟

اقتصاد پر دست‌انداز

فرصت امروز؛ بازگشت تدریجی تحریم‌ها، اقتصاد ایران را با چالش تازه‌ای روبه‌رو کرده و فعال شدن مکانیسم ماشه، محدودیت‌های بانکی و فشار بر مبادلات نفتی، مسیر صادرات و واردات ایران را دشوارتر ساخته است. به نظر می‌رسد تحریم‌ها دیگر فقط محدودیت اقتصادی نیستند؛ بلکه بخشی از یک جنگ قدرت در نظم چندقطبی جهان هستند. حال در این شرایط خطریر و حساس و طبق گزارش مرکز آمار ایران، رشد اقتصادی کشور در بهار ۱۴۰۴ پس از چهار سال مجدداً منفی شده است. طبق برآوردهای مرکز آمار، رشد اقتصادی نسبت به بهار سال گذشته، کاهش یافته و به منفی ۰٫۱ درصد رسیده است. رشد اقتصادی بدون نفت نیز منفی ۰٫۴ درصد گزارش شده است. رشد بخش‌های صنایع و معادن و کشاورزی نیز در بهار امسال منفی بوده است؛ به طوری که رشد بخش صنایع و معادن از ۵٫۹ درصد در بهار سال گذشته به منفی ۰٫۳ درصد در بهار امسال رسیده است. همچنین رشد بخش کشاورزی در این مدت از ۲٫۳ درصد به منفی ۲٫۷ درصد کاهش پیدا کرده است.

به گفته «رابرت سولو» اقتصاددان آمریکایی، رشد اقتصادی به سه پایه اصلی تکنولوژی، سرمایه و نیروی کار، نیاز دارد. براساس مدل رشد سولو، پیشرفت فنی و نوآوری، دلیل اصلی رشد اقتصادها و شکوفایی آنهاست. این در حالی است که عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی، از جمله سرمایه انسانی و بهره‌وری نیروی کار، سلح تکنولوژی و دانش فنی، وضعیت سرمایه‌گذاری، محیط کسب‌وکار و... در اقتصاد حال حاضر ایران، وضعیت مناسبی ندارند و به همین...

۲

خدمات، بیشترین رشد و کشاورزی، کمترین رشد را تجربه کرد

افول تابستانی رشد اقتصادی

۴

مدیریت و کسبوکار

تحولات دنیای مارکتینگ در سال آینده

بزرگ‌ترین قربانی فناوری در قرن بیست و یکم نه یک صنعت خاص و نه یک مدل کسب و کار قدیمی، بلکه یک ایده است: ایده فریبنده و راحت مشتری میانگین. برای دهه ها کل بنای بازاریابی بر روی این مفهوم استوار بود. ما با استفاده از ابزارهای ابتدایی جمعیت‌شناختی مشتریان را در دسته های وسیعی مانند «زنان خانه دار ۲۵ تا ۴۰ ساله» یا «مردان شهری علاقه مند به ورزش» طبقه بندی می کردیم و سپس با یک پیام واحد و یک استراتژی یکسان آنها را هدف قرار می دادیم. این رویکرد مانند شلیک با یک تفنگ ساچمه ای در تاریکی بود، به این امید که بخشی از پیام به بخشی از مخاطبان برخورد کند، اما امروز هوش مصنوعی و تحلیل کلان داده ها این تصویر تاریک را با وضوحی خیره کننده روشن کرده اند. دیگر هیچ مشتری میانگینی وجود ندارد. تنها چیزی که وجود دارد، میلیون ها فرد منحصر به فرد با سلیقه ها، نیازها و داستان های خاص خودشان هستند. در این واقعیت جدید ادامه دادن به استراتژی های بازاریابی انبوه نه تنها یک اشتباه بلکه یک خودکشی تجاری است. برندهای...

مدیریتی در کشور، بخشی از یک تغییر بزرگ‌تر است: تغییر فرهنگ حکمرانی. این تغییر، بدون تکیه بر دانش خنجکان، بدون ارزش‌گذاری واقعی به کارکنان، بدون دوری از مدرک‌محوری و بدون شنیدن صدای افراد، امکان‌پذیر نیست. امروز سازمان‌ها، ارگان‌ها و نهادهای کشور، پیش از آنکه مدیریت را اصلاح کنند، باید گوش‌دادن را یاد بگیرند؛ باید درک کنند که آگاهی واقعی از سطح پایین سازمان شروع می‌شود و شفافیت، تنها زمانی شکل می‌گیرد که فاصله میان مشاهده‌کنندگان واقعیت و تصمیم‌گیرندگان، کاهش یابد. آینده ایران، متعلق به ساختارهایی است که واقعیت را می‌بینند، صداها را می‌شنوند، بر توانمندی‌ها تمرکز می‌کنند و دانش را به‌جای سلسله‌مراتب، مبنای تصمیم‌گیری قرار می‌دهند.

این مسیر، مسیری دشوار اما ضروری است؛ مسیری که سرانجام آن، سازمان‌هایی خلاق‌تر، انسان‌محورتر، شفاف‌تر و کارآمدتر خواهد بود. اگر بخوایم از چرخه بحران‌های متعددی که درگیر آنها شده‌ایم خارج شویم، باید این حقیقت را بپذیریم که مدیران، تنها زمانی می‌توانند تصمیم درست بگیرند که تصویر کامل‌تری از واقعیت داشته باشند و این تصویر، تنها از طریق شنیدن صدای کارکنان به دست می‌آید. این نه یک شعار، بلکه یک قانون طلایی مدیریت معاصر است؛ قانونی که آینده سازمان‌های کشور را رقم خواهد زد. امید است متولیان امر در حاکمیت کلان کشور، این مسیر ضروری تحول مدیریتی را هرچه زودتر درک کنند. در این مقاله، تلاش کردم تا حد امکان به اهمیت نادیده گرفتن کارکنان در سازمان‌ها و نشنیدن صدای ایشان بپردازم؛ چون بدون بازنگری مدیریتی، توسعه در ایران به شکل علمی، حقیقی و پایدار، ممکن نیست. امیدوارم دلسوزان مسئول و سیاست‌گذاران به این یافته‌های علمی، توجه کنند تا شاهد کشوری قدرتمند و در مسیر توسعه و رشد با شتاب افزون‌تر باشیم.

مشکلات یادشده خواهیم بود. حرکت از تخصیص بد به تخصیص بهینه و حرکت از تعادل بد موجود به تعادل خوب مطلوب، کار بسیار دشواری است و در بسیاری موارد، نیازمند پول یا منابع جدید است؛ مثلاً اگر خانه‌ها بخواهند عایق شوند و دست‌کم شیشه‌ها و پنجره‌ها دوجداره شوند، خانوارها باید هزینه کنند و معلوم نیست که بخش‌های فقیر بتوانند از پس آن برآیند. لذا لازم است که دولت، حمایت‌های مالی از نصب پنجره دوجداره برای این اقشار انجام دهد. آیا دولت پولش را دارد تا این حمایت را انجام دهد؟ بعید است؛ برای رفع نیاز به کارگران ماهر باید مراکز فنی حرفه‌ای، گسترش و نظام دانشگاهی که با کمیود دانشجو روبه‌رو شده، کوچک شود و ما آیا تبدیل یک دانشگاه به یک مرکز فنی و حرفه‌ای، کار ساده و بدون هزینه‌ای است؟ پاسخ این است که قطعاً خیر! آیا دولت پول لازم برای تبدیل مراکز دانشگاهی به مراکز فنی و حرفه‌ای را دارد؟ پاسخ منفی است. در قضیه بنزین برای حرکت از تعادل بد به تعادل خوب، نیازمند پول و منابع مالی زیادی هستیم، اما فعلاً فاقد آن منابع هستیم، اگر به‌جای رشد مصرف خودروی شخصی، مردم از حمل‌ونقل عمومی استفاده کنند، در مجموع، پول زیادی ذخیره خواهد شد و مازادی به‌وجود خواهد آمد.

خودروهای سواری چقدر در آلودگی هوا نقش دارند؟

متهمان اصلی آلودگی هوای پایتخت

این روزها با افزایش آلودگی هوا در کلانشهرهای ایران، به‌ویژه شهر تهران، انتقادات شدیدی به مصرف سوخت خودروها، وارد شده است. حتی رئیس‌جمهور نیز به این موضوع ورود کرده و به خودروسازان داخلی، هشدار داده است که در صورت عدم اصلاح موتور و کاهش یاختن مصرف سوخت، در تصمیم‌گیری و مجوز تولید آنها بازنگری خواهد شد. همزمان بسیاری از رسانه‌ها، خودروهای سوری را عامل اصلی آلودگی هوا، معرفی کرده و خواستار محدودیت‌های شدید در تردد این خودروها شده‌اند. برخی از کارشناسان، کیفیت سوخت خودروها را در حال حاضر، عاملی ثابت می‌دانند و نسبت به کیفیت پایین بنزین، انتقادات وارد دارند. با این حال، منابع آلودگی هوا، متغذی زیروارگاه‌ها و صنایع در این ماجرا نقش دارند؛ اما یکم وقتی کلانشهرها به فعالیت می‌کنند می‌شوند و در دو سویا تقویه به حداقل می‌کشد می‌رسد، باز هم از شدت آلودگی هوا کاسته نمی‌شود. همین راستا، دبیر انجمن سازندگان قطعه و مجموعه‌های خودرو کشور، سپهر خودروها، آلودگی هوا را کمتر از ۲۰ درصد می‌داند و می‌گوید: سپهر خودروهای سوری از آلودگی، کمتر از ۲۰ درصد است و منابع اصلی آلوده‌ها، شامل زیروارگاه‌ها، کیفیت پایین بنزین، صنایع و خودروهای تجاری دی‌زیل هستند.

«هزار بابلیگو» با اشاره به منابع اصلی آلاینده‌ها و نقش خودروهای سواری در آلودگی این تهران به «پسینا» گفت: موضوع آلودگی هوا و منابع آلوده‌کننده در کاتالوگهای مردم و به‌ویژه تهران، بارها توسط نهادهای رسمی و شرکت کنترل کیفیت هوا این تهران (د.م) شده است. براساس این گزارش، حدود ۴۰ درصد آلودگی هوا ناشی از سوخت رهاگاه‌هاست. برای مثال در تهران، محور طهران که روزهای گذشته نیز اعلام شد، نسبت تیرنوگاه در حال فعالیت هستند و مناسبانه پرآلودگی آنها نیز زیاد است. حدود ۲۰ درصد از آلودگی هوا (با کمی بیشتر از آن) به خاطر خودروهای تجاری، یعنی اتوبوس‌ها کامیون‌های است که سوخت گازوئیل مصرف می‌کنند و در نتیجه مشاهده می‌کنیم. بخش قابل توجهی از آلودگی به خاطر مصرف گازوئیل و مازوت است. از سوی دیگر، یک‌سایه ۴۰ درصد از آلودگی، ناشی از منابع ثابت مانند کارخانه‌های سیمان و سایر منابع با مصرف سوخت بالا است.

اوه سهواً خودروهای شخصی در آلودگی هوا را کمتر از ۲۰ درصد دانست و افزود: به سهواً خودروهای ساری و شخصی در آلودگی هوا، کمتر از ۲۰ درصد است. این یعنی ما محدود کننده اصلی آلودگی در تهران هستیم و تنها حدود ۱۰ درصدی است که در نظر داریم و بارها گفته شده است که مصلحت این است که درباره ۸۰ درصد متباعد خودروهایی که ما صحبت ننشود، اما اگر قصد اصلاح و بهبود شرایط را داریم؛ لازم است در این زمینه با شفافیت و روشنی اعلام شود که عوامل اصلی حجب بالای آلودندگی هوا چیست؟ متأسفانه بخش قابل توجهی از آن به کیفیت سوخت باز می‌گردد. حتی در خصوص خودروهای تجاری، که عمدتاً وارداتی هستند و با دست کم موتور آنها وارداتی است، باید گفت که تولید خودروهای تجاری مورد استفاده در کامیون‌ها و اتوبوس‌ها در کشور بسیار محدود است و سؤال این است که چارادر بسیاری از کشورهای پیشرفته اروپایی، بیش از ۹۰ درصدی خودروهای ساری با سوخت دیزلی کار می‌کنند، اما ما نمی‌توانیم خودروهای دیزلی را در کشور داشته باشیم؛ به نظر می‌رسد دلیل آن، کیفیت پایین گازوئیل است؛ ژوئیلی که اجازه کارکرد مناسب به موتورهای دیزلی نمی‌دهد. برای همین در تمام خودروهای که وارد کشور می‌شوند یا قرار است به تولید انبوه برسند، از همین در تمام متفاده می‌شود. بنابراین خودروهای ساری در این میان، نقش اصلی را ندارند. دیدار لیجن سالزاندگان قطعه، همده اعلام داد: وقتی درباره آلودگی هوا صحبت می‌کنیم و می‌گوییم که ما در تهران ۲۵ میلیون نفر داریم، باید بدانیم که ۲۵ میلیون نفر در تهران نیستند، بلکه ۲۵ میلیون نفر در تهران و اطراف آن هستند و این درازت بزرگ‌تر از ۲۵ کیلومتر هستند که هوا را آلوده کرده‌اند و این درازت نه تنها توسط موتور خودروهای بنزینی بدین معنی شوند؛ بلکه اگر هم تولید شوند، به‌وسیله فیلترهای مختلف در مسیر خروجی گاز، به تنهایی می‌توانند آلودگی را به مراتب کمتر از خودروهایی که با خودروهایی گازوئیلی هستند، یا به‌وسیله پراکنش و گاه‌ها از طریق زاموت تولید می‌شوند.

«بیلگو» درباره کیفیت موتور خودروهای داخلی نیز گفت: تمام خودروهای سوار در آن زمان از سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ به بعد دارای موتور بورو شده‌اند اما با بنزین بورو کار نکنند، اما متأسفانه همه فروشندگان که کیفیت مازوت پایین است و نیروگاه‌ها ریف مصرف می‌کنند و همین ریزش بنزین که در خودروهای داخلی استفاده می‌شود کیفیت مطلوبی ندارد. بنابراین شرکت نادراد که آلودگی‌ها کاهش پیدا نمی‌کند، شهران در روزهای گذشته با تعطیل بود یا به خاطر حجم بالای آلودگی هوا، ادارات و دستگاه‌ها دو کار کردند و به عبارتی، تردد در شهر تهران به حداقل ممکن رسیده است. در روز حجم آلودگی هوا بیشتر شده است؛ اگر مردم تردد را بکوتاه کنند، در تعطیلات نوروز ۱۴۰۱ در روز دوازدهم فروردین، به‌عادل کردن کمتر بنزین که در تمام خودروهای سوار در سطح کشور ثبت شد و وضعیت تردد در تهران به دلیل شرایط قرمزی در کمتر از یک ساعت حد بود، اما آن روز با وجود عدم تردد خودروهای سوار، هوا همانند این روزها آلوده بود. حتی اگر تمام خودروهای سوار به صورت کامل از تردد منع شوند، به‌ترین حالت در درصد از حجم آلودگی که خواهد شد، چرا که ۸۰ درصد آلودگی از منابع دیگری می‌آید می‌گیرد. ما در کشور زندگی می‌کنیم که دودسوم آن بیابان است و بیش از ۳۵۰۰ فانت است. مستقیم وارد می‌شود و این توان بزرگ‌ترین مزارع خوشه‌ای دنیا را داشته باشد، اما چنان باید با سوزاندن مازوت به دود آسیب برسانیم.

او به عنوان در کیفیت سوخت و کیفیت خودرو، اشاره کرد و گفت: متأسفانه در برخی از شاهدهای که همه تقصیر آلودگی هوا را بر گردن صنعت خودروسازی می‌انداختند، حال که بر کسی پوشیده نیست که کیفیت سوخت تولیدی کشور ما بسیار کمتر از کیفیت سوخت خودروهای استاندارد است، باید این پرسش را مطرح کرد که اگر سوخت تولیدی در کشور خوب است، چرا به سمت واردات بنزین سوپر با نرخ ۶۵ هزار تومان فروخته می‌شود؟ پرسش اساسی تعاملی که دو سال پیش از مرکز تحقیقات موتور ایران صورت گرفت، به شرایط اعلامی شرکت پارس پترو است. این شرکت در سال ۱۳۹۵، افزایش بیش از یک درصد از قیمت بنزین را در حدود ۱۰ درصد در نظر بگیریم؛ به عنوان رزانه بیش از ۱۱ میلیون لیتر بنزین به دلیل کیفیت نامناسب سوخت بین می‌رود و با این شرایط، بالا بردن استاندارد موتور خودروها چه فایده‌ای دارد؟ این سوخت مناسب برای آن تأمین نمی‌شود؛ با این حال، در کنار آن استانداردهای استاندارد تولیدی گانه به دو سبب سوخت خودروها به سوخت سوپر با این کیفیت می‌رود که در این شرایط کیفیت موتور خودروهای داخلی به مراتب از کیفیت سوخت مورد استفاده از سوخت سوپر خواهد بود.

دبیر انجمن سازندگان قطعه و مجموعه‌های خودرو در پایان به نقش مهم اسقاط‌دهی و رده‌بندی فرسوده، اشاره کرد و گفت: براساس آمار، حجم خودروهای فرسوده در کشور بسیار زیاد است و مستقیماً در افزایش نیاز به خودرو دارد. برای پوشش نیاز کشور، تولید حدود یک میلیون تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاه خودروی نو لازم است. طبق برنامه‌های کلان، سالانه حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاه خودرو تولید می‌شود و ۵۰ درصد اضافی صرفاً برای این است که طرح اسقاط اجرا شود؛ یعنی قرار است ۳۰۰ هزار خودروی فرسوده از خیابان‌ها جمع‌آوری و بجای آن ۵۰۰ هزار خودروی نو تولید شود. اما شرایط فعلی قیمت‌گذاری و فروش و مشکلات موجود، مردم توان خرید خودروی جدید و اسقاط قطعه فرسوده را ندارند.

به گفته «بیگلو»، هر روز قوانین تغییر می‌کند؛ یک روز اسقاط اجباری است، روز دیگر لغو می‌شود؛ یک روز هزینه یک میلیون تومان است و روز دیگر ۲۰ میلیون تومان. مسأله‌های فقهی، شرعی و اسلامی به عدم تأیید قوانین، باعث اختلال در روند اسقاط شده است. در این موضوع هیچ رأی‌گیری و خورسوسان ندارد، چرا که خورسوسان وظیفه تولید را انجام می‌دهد و برای حل مشکل باید قانون درست الزام رد اجرا و تأمین منابع مالی مناسب برای این مکانگ خورده‌های فرسوده وجود داشته باشد تا بتوانند خورده خود را از طریق اسقاط یا روش های دیگر جایگزین کنند. بنابراین بسیاری از موارد، خارج از اختیار تعدد خورسوساری بوده و باید توسط نهادهای تصمیم‌گیر بالادستی مدیریت شوند.

فرصت امروز: بازگشت تدریجی تحریم‌ها، اقتصاد ایران را با چالش‌های تازه‌ای روبه‌رو کرده و فعال شدن مکانیسم‌ها، محدوده‌های بانکی و فشار بر مبادلات نفتی، مسیر صادرات و واردات ایران را دشوارتر ساخته است. به نظر می‌رسد تحریم‌ها دیگر فقط محدودیتی اقتصادی نیستند؛ بلکه بخشی از یک جنگ قدرت در نظم چندقطبی جهان هستند. حال در این شرایط خطیر و حساس و طبق گزارش مرکز آمار ایران، رشد اقتصادی کشور در بهار ۱۴۰۴ پس از چهار سال مجدداً منفی شده است. طبق برآوردهای مرکز آمار، رشد اقتصادی نسبت به بهار سال گذشته، کاهش یافته و به منفی ۰٫۱ درصد رسیده است. رشد اقتصادی بدون شک فزاینده و به منفی ۰٫۲ درصد گزارش شده است. رشد بخش‌های صنایع و معادن و کشاورزی نیز در بهار امسال منفی بوده است؛ به طوری که رشد بخش صنایع و معادن از ۵٫۹ درصد در بهار سال گذشته به منفی ۰٫۳ درصد در بهار امسال رسیده است. همچنین رشد بخش کشاورزی در این مدت از ۲٫۳ درصد به منفی ۲٫۷ درصد کاهش پیدا کرده است. به گفته «ایرنا» سرمایه‌گذاران ایرانی، رشد اقتصادی به سه پایه اصلی تکنولوژی، سرمایه و نیروی کار، تکیه دارد. براساس مدل رشد سولو، پیشرفت فنی و نوآوری، دلیل اصلی رشد اقتصادها و شکوفایی آنهاست. ایران در حالی است که عوامل مطرح رشد اقتصادی، از جمله سرمایه انسانی و بهره‌وری نیروی کار، سطح تکنولوژی و دانش برای وضعیت سرمایه‌گذاری، محیط کسب‌وکار و... در اقتصاد حال حاضر ایران، وضعیت مناسبی ندارند و به همین دلیل، چشم‌انداز روشنی برای رشد اقتصادی کشور، مشاهده نمی‌شود. این وضعیت به معنای کوچک‌تر شدن اقتصاد کشور و کاهش سطح رفاه جامعه است. واقعیت تلخ و غیرقابل انکار، این است که ریسک‌های سیاسی، تنش‌های ژئوپلیتیکی و بی‌ثباتی اقتصادی، جنگ و نااطمینانی، تازاری انرژی، افت محسوس سرمایه‌گذاری، محدودیت‌های تولید، افت بهره‌وری و... به سرعت حیسوس‌های اقتصادی ایران، تبدیل شده‌اند.

سرعتگیرهای رشد اقتصادی در ایران

«رأبتر سلو»، اقآصءاءان اركمپاى بر اين روار اسآ آ كرش اقآصاءى، نياز منء سه پايه اساسى اكناولوزى، سهراميه و نيروى لاش را شء اساس مءل رسء سلو، يشرفاء و نوآورى، ولى كلر اسء اقآصاءى و شكوفايى اقآصاءه اسآ اما ارزيابى ها در ايران، حاكى از آن اسآ آ ك عوامل موثر بر رشء اقآصاءى، بهويژه سهراميه انسانى و بهرهورى بسوى كار، سطح اكناولوزى و دانش فنى، وضعا و سهراميه ءارارى، محيط كسبوكار و... به رشء وه مناسب نبسا و نسا و سهراميه رو، چشمانء ءارى روشنى براى رشء اقآصاءى كشور وجود ناارا. اين وضعا به معنالى اقآصاء كوچكتر بشءن اقآصاء و كاهاش سطح رفاه اسآ. واقعا قريابل انكار اين اسآ آ ريسكهائ سياسى، تنش هائ ژئوپليآيك، بى ثنائى اقآصاء كلاان، سايمه جنگ و نامنى، اترازى ارزى، ضعف سهراميه ءارارى اقآصاءى، تهراميه افء بهرهورى و... بشراى به سرعءگرس و تهءيىء ءارى براى رشء اقآصاء شده اسآ. تشرايط كنونى به گفته كارشناسان، اتخاا سياسءهائ ثبااا، رفء موانع سهراميه ءارارى، كسبوكار، كاهاش ريسكهائ اقآصاءى در كنار با بشءن فضائى كسبوكار و اعمال سيسءهائ رقابى كه زمينه ساز افزايش تقاضا براى فاؤرى و نوآورى و ارتقاى بهرهورى و رشء توليء اسآ، مى تواند بساااا.

همانطور که اشاره شد، رشد اقتصادی کشور در بهار امسال نسبت به بهار سال گذشته کاهش یافته و به ۰٫۱ درصد رسیده است. رشد بخشهای بدون نفت نیز معادل منفی ۰٫۴ درصد برآورد شده است. بخشهای صنایع و معادن و کشاورزی نیز در بهار امسال منفی بوده است. طبق داده‌های مرکز آمار ایران، رشد بخش صنایع و معادن از ۵٫۹

آگهی فقدان مدرک تحصیلی

مدرک تحصیلی از جناب فرید میرزا زهره فرزند قرامرز به شماره ملی ۳۳۲۰۵۳۱۴ صادره از اسلام آباد عرب در مقطع کارشناسی پیوسته رشته سنجش هندسی عمران صادره از اسناد دانشگاهی از اسلامی کرمانشاه به شماره ۲۴۷۰ / ۲۴۷۰ فاقد معوق گردیده است و فاقد اعتبار می باشد. از اینجانب تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه ازاد اسلامی واحد کرمانشاه بفرستد - میان فردوسی - شهرک متخصصین - انتهای بلوار فرهیختگان - دانشگاه ازاد اسلامی واحد کرمانشاه (مجمع امام خمینی (ره) دکتستی: ۶۷۱۹۹۷۵۵۱ / ارسال نامبد ۱۵۰ /

مفقودی

شناسنامه خودرو و مزدا مدل ۱۳۸۹ به شماره انتظامی ۱۷۷ د ۲۶ ایران ۲۹ بشماره موتور
ENG1NEN۰ بشماره شاسی ۱۹E۳۸۸۹۰NAGDPX۲PC بنام فرهاد نظری مفقود
گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۲۰۰/ع

مفقودی

کارت خودرو مزدا مدل ۱۳۸۹ به شماره انتظامی ۱۷۷ د ۲۶ ایران ۲۹ بشماره موتور ENG۱NEN۰ بشماره شاسی ۲۸۸۹۰۱E۲۱۹۲C۱NAGDPX بنام فرهاد نظری مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۲۴۰/ ط

مفقودی

کارت سوخت خودرو مزدا مدل ۱۳۸۹ به شماره انتظامی ۱۷۷ ۲۶ د ایران ۲۹ بشماره موتور ENG\NEN۰ بشماره شاسی ۱۹۰E۲۸۸۱NAGDPX۲PC بنام فرهاد نظری مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۲۳۰/ض

اگهی مفقودی

فرار داد ۵ برگی مسکن مهر پرند به شماره فراراد۱۰۵۵۲۴۱۱/۱۳۸۵ به تاریخ ۱۳۹۱/۰۶/۲۸ متعلق به اینجناب محمد ابراهیم بیانی با کد ملی ۱۳۷۹۸۹۴۱۵۲ به درس : پرند خیابان اصلی بلوار ادب شمالی خیابان پاییزمجتمع آرتا معمار بلوک ۲ واحد ۱۲ مفقود گردیده و فاقد اعتبار میباشد. رباط کریم

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۸۹ ایران ۳۴۴ د ۶۷ به شماره موتور ۱۲۰۹۸۲۰ و شماره شاسی ۵۶۹۱۲۲۸۴ S۱۴ متعلق به اینجانب سیمین زر مرادی به کد ملی ۵۶۰۹۷۷۳۲۴۵ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد رباط کریم

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو وانت پیکان به شماره انتظامی ۷۸ ایران ۲۸۷ ج ۳۴ به شماره موتور ۱۱۴۸۹۰۲۹۵۹۶
و شماره شاسی NAAAT۴۶AAYAG۱۲۶۶۴ متعلق به اینجناب محمد رحمت طلب مهر یزانی به کد
ملی ۲۶۷۷۸۷۳۸۰۱ مقفود گردیده و از درجه اعتبار ساقط میبایند رابط کریم

آگهی مفقودی

[illegible]

رشد اقتصادی پس از ۴ سال چگونه منفی شد؟

اقتصاد پر دست انداز

درصد در بهار سال گذشته به منفی ۰,۳ درصد در بهار امسال رسیده است. همچنین رشد بخش کشاورزی از ۲,۳ درصد به منفی ۲,۷ درصد تغییر یافته است. بخش خدمات نیز ۱,۴ درصد رشد داشته است. از طرفی، براساس آمارهای بانک جهانی، تولید ناخالص داخلی کشور نسبت به سال قبل، ۱۰,۱ درصد افزایش داشته است. در بهار سال ۱۳۹۴، تولید ناخالص داخلی کشور نسبت به سال قبل، ۳ درصد رشد داشته است. همچنین طبق محاسبات مرکز پژوهش‌های مجلس، رشد اقتصادی کشور در مردادماه امسال نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۲,۳ درصد و در شهریور ماه ۲,۶ درصد بوده است. در بهار سال ۱۳۹۴، رشد اقتصادی کشور نسبت به تیر ۲,۶ درصد برآورد شده است.

فناوری و نوآوری در سایه تحریم

گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، نشان می‌دهد که از سال‌های دهم ۱۳۹۰ با شروع تجربیاتی اقتصادی از یکسو و در غیاب سیاست‌های مناسب توسعه صنعتی از سوی دیگر، روند ارتقای فناوری صنعت، متوقف شده و اقتصاد ایران در وضعیت کمابیش ثابتی مانده و حتی در برخی از شاخص‌ها، حرکتی رو به عقب از خود نشان داده است. فقدان ثبات اقتصادی در بخش صنعت و تحولات مصاد کشور، فضای نامناسبی را برای صنایع کشور ایجاد کرده که سال‌های گذشته‌ها کار آفرینان و صاحبان صنایع، بیش از اینکه روی توسعه فعالیت‌ها و افزایش توان رقابت باشد، بیشتر معطوف به حفظ عملکرد موجود بنگاه باشد. از منظر شاخص جهانی نوآوری نیز ایران با امتیاز ۲۸٫۹ در سال ۲۰۲۳، رتبه ۶۴ را در بین ۱۲۳ کشور در کم جایگاه چندان مناسبی با توجه به پتانسیل‌ها و توانمندی‌های در کم نیست. همچنین وضعیت ایران از منظر کیفیت زندگی (رتبه ۱۰) و کیفیت زیرساخت (رتبه ۹۵) و پیچیدگی کسب و کار بسیار مناسب است که نشان می‌دهد نهادهای و زیرساخت‌ها در ایران در جهت ایت از نوآوری، تطبیق کافی ندارند. همچنین پیچیدگی کسب و کار به ۱۱۰) نیز در ایران بسیار پایین است که نشان می‌دهد کسب و کارها ایران چندان پیچیدگی ندارند؛ لذا نوآوری در آنها، نقش و جایگاه بسیار ندارد.

در مجموع، ورودی‌های نواوری در ایران، وضعیت مناسبی ندارد. به این مهم در بلندمدت می‌تواند برای اقتصاد ایران از منظر فقدان تنوع‌پذیری، هزینه بالایی داشته باشد. همچنین در فاصله سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵، سهم صنایع با فناوری متوسط و بالاتر از کل ارزش افزوده صنعت از ۴۵ درصد به حدود ۳۶ درصد کاهش یافته است. این در حالی است که سهم صنعت از کل اقتصاد ایران تقریباً در ۱۴ درصد مانده است. به نظر می‌رسد ساختار بخش صنعت در ایران از صنایع نواوری متوسط و بالاتر به سمت صنایع با فناوری پایین‌تر، شیفیت شده و روندی معکوس را طی کرده است که به معنای از دست دادن رونق و اقتصاد جهانی و کاهش رشد بلندمدت در سال‌های آینده خواهد بود. یکی از نشانگر افول فعالیت‌های فناوریانه بخش صنعت در یک گذشته است.

هوری نیروی انسانی در تنگنا

یکی از پیشران‌های اصلی رشد اقتصادی، سرمایه‌انسانی است. در
یات رشد اقتصادی، علاوه بر جنبه‌های سرمایه‌گذاری افراد برای

[illegible]

اخبار

جزئیات حراج جدید سکه اعلام شد

هشتاد و نهمین حراج سکه طلای بانک مرکزی، روز چهارشنبه ۱۲ آذرماه در مرکز مبادله ارز و طلای ایران برگزار می‌شود.
بازه واریز وجه برای شرکت در این حراج، ساعت ۸ الی ۲۳ روز سه‌شنبه ۱۱ آذرماه است. در این مرحله از حراج، انواع سکه‌های بانک مرکزی ضرب ۱۴۰۴ عرضه خواهد شد و متقاضیان می‌توانند از طریق سامانه معاملات سکه به نشانی marketice.ir ثبت سفارش انجام دهند.
بر این اساس، حداکثر حجم خرید برای هر متقاضی پنج قطعه سکه و سقف مجاز خرید برای هر کد ملی در دوره ۲۴۵ روزه منتهی به روز حراج، ۲۰ قطعه سکه تعیین شده است.
کلیه اشخاص حقیقی ایرانی بالای ۱۸ سال می‌توانند در این حراج شرکت کنند.
باتوجه به شیوه برگزاری حراج، متقاضیان قیمت پیشنهادی خود را ثبت می‌کنند. در سال جاری، ۸۹۲ هزار انواع قطعه سکه در جلسات حراج و پیش‌فروش سکه طلا به متقاضیان تخصیص داده شده است. تا پایان آذرماه نیز ۴۶۰ هزار قطعه انواع سکه پیش‌فروش شده وارد بازار خواهد شد.

روند نزولی بیت کوین ادامه دارد

سقوط شدید ارزهای دیجیتال

ارزش ارزهای دیجیتال در روز دوشنبه به شدت سقوط کرد و به فروش گسترده که به نظر می‌رسید به پایان رسیده است، شتاب تازه‌ای بخشد.
براساس داده‌های آماری «بلومبرگ»، ارزش بیت‌کوین در معاملات اولیه آسیا با ۵.۱ درصد کاهش به زیر ۸۷ هزار دلار رسید، در حالی که اتر بیش از ۶ درصد کاهش یافت و به زیر ۲۹۰۰ دلار رسید.
اکثر توکن‌ها از الگوی مشابهی پیروی کردند و سهولتا بیش از ۷ درصد سقوط کرد.
بازار ارزهای دیجیتال پس از یک هفته فروش گسترده، در وضعیت متزلزلی قرار دارد.
بیت‌کوین در ماه نوامبر، ۱۶.۷ درصد از ارزش خود را از دست داد، اما کاهش فشار فروش باعث شد که هفته گذشته مجدداً به سطح ۹۰ هزار دلار برسد.
پس از ریزش روز دوشنبه، معامله‌گران خود را برای حرکات نزولی بزرگ‌تر آماده می‌کنند.
«شان مک‌نالتی» سرپرست معاملات مشتقات آسیا-اقیانوسیه در شرکت «فالکون ایکس»، گفت: «بزرگ‌ترین نگرانی، ورود ناچیز سرمایه به صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس بیت‌کوین و عدم وجود خریداران در سطوح پایین‌تر است. ما انتظار داریم که موانع ساختاری در دسامبر ادامه یابد. ما سطح حمایت کلیدی بعدی را ۸۰ هزار دلار برای بیت‌کوین در نظر داریم.»

سه‌هیمه بنزین نو شماره‌ها، روی میز دولت

با تشکیل کارگروهی متشکل از وزارتخانه‌ها و نهادهای اقتصادی و امنیتی، تعیین زمان و شیوه حذف سه‌هیمه بنزین خودروهای نو شماره به مرحله بررسی کارشناسی رسیده است.
به گزارش «ایسنا»، با وجود اینکه دولت چهاردهم، سیاست‌های جدید بنزینی را با هدف مدیریت مصرف و کاهش واردات سوخت دنبال می‌کند، تصمیم اخیر درباره حذف سه‌هیمه بنزین خودروهای نو شماره با پرسش‌ها و انتقادهایی همراه شده است. این تصمیم قرار است در کارگروهی متشکل از وزارت کشور، وزارت اطلاعات، وزارت نفت، سازمان برنامه و بودجه و سازمان بهینه‌سازی و مدیریت راهبردی انرژی نهایی شود، اما اظهارها درباره زمان اجرا، دامنه شمول و موارد دیگر همچنان ادامه دارد.
«محسن پاک‌نژاد»، وزیر نفت، اعلام کرده که خودروهای نو شماره یعنی خودروهایی که برای نخستین‌بار شماره‌گذاری می‌شوند در اولویت بررسی برای حذف سه‌هیمه ۶۰ و ۱۰۰ لیتری قرار دارند. این موضوع نه‌تنها به خودروهای صفر داخلی مربوط است، بلکه خودروهای مناطق آزاد، خودروهای وارداتی و حتی خودروهای دولتی نیز در مدل جدید لحاظ شده‌اند.
با این حال، به‌دلیل اینکه هنوز زمان و شیوه اجرای این تصمیم مشخص نشده، برخی کارشناسان معتقدند مصرف‌کنندگان در وضعیت انتظار و بی‌اطمینانی قرار گرفته‌اند؛ موضعی که می‌تواند بازار خودرو را تحت تأثیر قرار دهد.
دولت استدلال می‌کند با افزایش مصرف بنزین که در برخی مقاطع به بالای ۱۹۰ میلیون لیتر در روز رسید حفظ وضع موجود نه اقتصادی است و نه پایدار. معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به هزینه ۶۰ سنتی واردات بنزین، گفته که راهبرد اصلی دولت «واردات صفر» است؛ بنابراین اصلاحات در سه‌هیمه‌گذاری برخی خودروها، بخشی از سیاست مدیریت مصرف به شمار می‌رود. با وجود تأکید دولت بر ضرورت اصلاح، حذف سه‌هیمه بنزین خودروهای نو شماره چند نکته را به‌همراه دارد، در مدل پیشنهادی، همه خودروهای نو شماره چه اقتصادی و کم‌مصرف باشند و چه لوکس و پر مصرف مشمول یک قاعده می‌شوند. منتقدان این موضوع را فاقد عدالت مصرفی می‌دانند.
با حذف سه‌هیمه، هزینه استفاده از خودروهای نو افزایش می‌یابد و ممکن است بخشی از خریداران به‌جای خودروهای جدید به سمت خودروهای کار کرده حرکت کنند؛ روندی که می‌تواند نوسازی ناوگان را کند کند.
همچنین در حالی که محدودیت برای خودروهای جدید اعمال می‌شود، هنوز سیاست‌هایی برای تشویق خرید خودروهای کم‌مصرف یا استاندارد ارائه نشده است؛ موضعی که باعث می‌شود این تصمیم بیشتر بازدارنده باشد تا سیاست هدایت مصرف را دنبال کند.
البته باید توجه داشت که طبق مصوبه دولت، سه‌هیمه ۱۶۰ لیتری با نرخ ۱۵۰۰ تومان و ۳ هزار تومان حذف نشده و تنها مصرف بیش از سه‌هیمه با قیمت ۵ هزار تومان محاسبه می‌شود. با این حال، برای خودروهای نو شماره قرار است همین سه‌هیمه پایه نیز حذف شود؛ تصمیمی که در صورت اجرای سراسری، الگوی مصرف بخش مهمی از خودروهای تازه شماره‌گذاری‌شده را تغییر می‌دهد.
مصوبه حذف سه‌هیمه بنزین خودروهای نو شماره، یکی از مهمترین بحث‌های کارگروه بنزینی دولت است؛ تصمیمی که هدف آن، مدیریت مصرف و کاهش وابستگی به واردات اعلام شده، اما در عین حال از نظر عدالت مصرف، تأثیر بر بازار خودرو و پیامدهای رفتاری با نقدهایی مواجه است. دولت تأکید کرده که این تصمیم نهایی نیست و امکان اصلاح آن وجود دارد؛ روشن‌شدن سازوکار اجرا، زمان‌بندی و تمایزگذاری میان خودروهای مختلف، می‌تواند از ابهام‌ها و نگرانی‌های فعلی بکاهد.

علت آلودگی هوای تهران در آذرماه مشخص شد

آسمان همچنان خاکستری



یکی از مهمترین شاخص‌ها، میزان بودجه‌ای است که دولت برای کاهش آلودگی هوا اختصاص می‌دهد. این بودجه نشان می‌دهد تا چه حد دولت برای مقابله با آلودگی هوا اقدام عملی انجام می‌دهد و چه منابعی برای برنامه‌های مرتبط در نظر گرفته شده است. اگر چه طبق قانون هوای پاک دولت موظف است از محل صرفه‌جویی ناشی از بهبود مدیریت سوخت، زمینه نوسازی ناوگان حمل و نقل عمومی و جایگزینی خودروهای فرسوده را فراهم کند، اما کارشناسان معتقدند وابستگی کامل سیاست‌ها به بودجه دولتی اجرای آنها را ناپایدار و آسیب‌پذیر می‌کند. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود که اقدامات کاهش آلودگی هوا خودگردان و مبتنی بر منابع مالی پایدار باشند تا با تغییر دولت‌ها یا کاهش بودجه، اجرای راهکارها مختل نشود. از معیارهای مهم دیگر، بازنگری استانداردها و تعیین حدود مجاز آلاینده‌ها است. استانداردهای دقیق و قابل اتکا، پایه اصلی هر ارزیابی معتبر محسوب می‌شوند. این استانداردها باید برای بخش‌های مختلف مانند حمل و نقل و صنایع تدوین شوند و مشخص باشد ارزیابی براساس چه نوع استاندارد ملی یا بین‌المللی صورت می‌گیرد. علاوه بر این، طبق قوانین موجود، سازمان حفاظت محیط‌زیست موظف است واحدهای آلاینده را شناسایی کرده و نوع و میزان آلودگی آنها را به طور رسمی اعلام کند.

از لزوم بازدارندگی تا مدیریت هوشمند

در ادامه این پژوهش، نظام جریمه صنایع آلاینده مطرح می‌شود؛ جریمه‌ها زمانی بازدارنده هستند که مبلغ آنها متناسب با سود فعالیت صنعتی باشد، وگرنه بسیاری از واحدها ترجیح می‌دهند جریمه را بپردازند و همچنان آلایندگی را ادامه دهند. پیامدهای عدم کنترل آلودگی هوامانند افزایش بیماری‌ها و مرگ و میر اهمیت این مداخلات را دوچندان می‌کند. در کنار ابزارهای الزام‌آور، سیاست‌های تشویقی اهمیت دارند؛ مانند ارائه تسهیلات برای خودروهای فیلتر دوده‌دار یا حمایت از سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پاک. این اقدامات به مشارکت بخش خصوصی و کاهش فشار مالی بر دولت کمک می‌کند. همچنین نقش دستگاه‌های نظارتی و قضایی در ارزیابی خطمشی‌ها برجسته است. قوه قضائیه می‌تواند با تشکیل شعب تخصصی محیط‌زیست، پیگیری تخلفات و حضور قضات متخصص، اجرای قوانین را تضمین کند. در نهایت، یکی از معیارهای مهم ارزیابی خروجی، سنجش دستوردهای اجرای خطمشی و مقایسه وضعیت قبل و بعد از اجرا است. این مقایسه امکان شناسایی نقاط ضعف، ارزیابی اثربخشی اقدامات و انجام اصلاحات لازم را فراهم می‌سازد.

پژوهش «حسین اصلی‌پور» و همکاران او، نشان می‌دهد که در سطح پیامد و آثار میان‌مدت خطمشی‌های آلودگی هوا، یکی از مهمترین معیارها توان سیاست‌ها در ایجاد بازدارندگی و کاهش رفتارهای آلاینده است. هرچند قانون به طور صریح، هر گونه اقدام آلاینده را ممنوع اعلام کرده است، اما در عمل ابزارهای بازدارنده لازم برای جلوگیری از این رفتارها فراهم نشده و ضمانت‌های اجرایی کافی وجود ندارد. از سوی دیگر، یکی از معیارهای مهم در این بخش، مدیریت هوشمند و فناورانه آلودگی هوا است؛ به بیان دیگر، مسئله آلودگی هوا تنها یک

فعالان اقتصادی درباره خریدهای احساسی هشدار می‌دهند

اوج‌گیری هیجان در بازار طلا و دلار

این تعطیلی‌ها، که بیش از ۱۰ روز کاری را تقریباً از دسترس خارج کرده، علاوه بر اختلال در زنجیره تأمین، حس ناامنی اقتصادی را در میان فعالان بازار، تقویت کرده است.
با این حال، مجموعه‌ای از نشانه‌ها وجود دارد که نشان می‌دهد این روند افزایشی بازارها الزاماً پایدار نیست؛ نخست اینکه بازارساز در روزهای اخیر، عرضه ارز و مداخله در بازار اسکناس و حواله را افزایش داده است. تجربه سال گذشته (به‌ویژه در جریان تنش‌های سیاسی و دوره موسوم به جنگ ۱۲ روزه) به‌روشنی نشان داد که هرچند نرخ دلار در دوره‌ای کوتاه به کانال‌های قیمتی بالاتر رسید، اما با فروکش هیجانات و تقویت طرف عرضه به روش حراج هلندی، بازار به کانال‌های پایین‌تر عقب‌نشینی کرد. از سوی دیگر، بنا بر ادعای بانک مرکزی، واردات بیش از ۱۰۰ تن طلا در سال ۱۴۰۳ و رسیدن واردات شمش طلا به ۲۰ تن در آبان‌ماه امسال با ارزشی معادل ۲.۱ میلیارد دلار نشان می‌دهد از نظر پشتوانه ارزی و طلایی، نگرانی جدی وجود ندارد. همچنین برنامه بانک مرکزی برای پیش‌فروش سکه در روز چهارشنبه می‌تواند بر روند بازار اثرگذار باشد. تجربه سال‌های گذشته، ثابت کرده که این ابزارها در مدیریت انتظارات مؤثر بوده و می‌توانند بخشی از تقاضای هیجانی را تخلیه و نقدینگی سرگردان را جذب کنند. در کنار این نشانه‌ها، بنا بر گفته برخی تحلیلگران، تمام نیازهای واقعی (از تجارت گرفته تا سفر و پرداخت‌های رسمی) همچنان در بازار رسمی تأمین می‌شود. تقاضای ثبت‌شده در بازار آزاد عمدتاً ناشی از هراس، شایعات و رفتارهای هیجانی است؛ تقاضایی که معمولاً عمر کوتاهی دارد و با اولین موج آرامش، تخلیه می‌شود.

واقعیت این است که بخشی از افزایش اخیر قیمت‌ها، بازتاب واقعیات اقتصادی است، اما بخش مهمی نیز ریشه در هیجان، انتظارات منفی و مدیریت فضای روانی توسط دلالتان دارد. تحلیلگران و فعالان اقتصادی معتقدند که دلالتان بزرگ، اخبار منفی را برجسته کرده و شایعات را پخش می‌کنند تا نوسان‌گیری کنند. در شبکه‌های اجتماعی، پست‌هایی دیده می‌شود که مردم را به هجوم به بازار تشویق می‌کنند. این فضاسازی، انتظارات تورمی را به چرخه‌ای معیوب تبدیل می‌کند. در چنین شرایطی، توصیه فعالان اقتصادی به مردم این است که با خونسردی و تکیه بر تحلیل دقیق، از افتادن در دام هیجان پرهیز کنند. دامن‌زدن به اضطراب عمومی، تنها قدرت سفته‌بازان را افزایش می‌دهد و فشار بیشتری بر

فرصت امروز: گزارش جدید سازمان حفاظت محیط زیست درباره میزان آلودگی کلانشهر تهران، منتشر شد. گزارشی در روزهای نیمه‌تعطیل شهر تهران که نشان می‌دهد در بازه زمانی اول تا ششم آذرماه، میانگین ۲۴ ساعته غلظت ذرات معلق ۲.۵ میکرون به ۱۰۷ میلی گرم بر متر مکعب رسیده است. رقمی که بیش از ۱۰ برابر رقم استاندارد سازمان جهانی بهداشت، یعنی ۱۰ میکروگرم بر متر مکعب است و نشان می‌دهد که هفته نخست آذرماه، یکی از شدیدترین دوره‌های آلودگی هوای سال‌های اخیر بوده است.

به نظر می‌رسد مناطق ۲۲، ۱۸، یاقرشهر، آزادگان و شهرری، بیشترین افزایش آلایندگی را تجربه کرده‌اند.
الگوهای مکانی، نشان می‌دهد که آلودگی با غلظت بالا در غرب و جنوب غرب تهران، متمرکز بوده و تحت تأثیر الگوی باد غالب، به سمت مرکز و جنوب شهر، گسترش یافته است. نتایج آنالیز ترکیبات شیمیایی ذرات کوچک‌تر از دو و نیم میکرون، نشان می‌دهد که سهم قابل توجهی کربن سیاه و کربن آلی در ترکیبات وجود دارد. موضوعی که نقش مستقیم ناوگان فرسوده دیزلی و سوزاندن ضایعات و فرآیندهای احتراقی را برجسته می‌کند.
همچنین سهم نیتрат در برخی مناطق به بیش از ۲۵ درصد رسیده که گویای انتشار بالای اکسیدهای نیتروژن و تشکیل ذرات ثانویه است. گزارش سازمان حفاظت محیط زیست همچنین نشان می‌دهد که سوخت با محتوای گوگرد بالا در برخی نیروگاه‌های ثابت و نیرومونی شهر، استفاده شده است. به نظر می‌رسد هم‌افزایی عواملی همچون پایداری جوی، وارونگی دما و نبود بارش، انتشار گسترده از ناوگان دیزلی فرسوده، وجود نقاط داغ آلایندگی در غرب و جنوب غرب تهران، مصرف سوخت با درصد بالای گوگرد در نیروگاه‌ها، ترافیک سنگین در ورودی‌های غرب و جنوب غرب شهر، تشکیل ثانویه ذرات نیترات، بازپراکنش گردوغبار ناشی از تردد و فعالیت‌های صنعتی و غیرمجاز پرکننده در حاشیه شهر، باعث آلودگی روزهای اخیر در پایتخت شده است.

چرا سیاست‌های ما جواب نمی‌دهد؟

درحالی‌که آلودگی هوا هر ساله قربانی‌های بیشتری می‌گیرد، سیاست‌های کنترل آلودگی همچنان در چرخه‌ای از وعده‌های تکراری، ناهمگنی نهادی و اجرای ناقص، گرفتار مانده‌اند. آسمان خاکستری، نتیجه تصمیم‌هایی است که روی کاغذ می‌ماند و در عمل راه به جایی نمی‌برند. به گزارش «ایرنا»، آلودگی هوا به یکی از مهمترین مشکلات کلانشهرهای ایران تبدیل شده است. با وجود اجرای خطمشی‌ها و برنامه‌های مختلف، شاخص‌های رسمی نشان می‌دهد که نه تنها وضعیت بهتر نشده، بلکه وخیم‌تر شده است. «حسین اصلی‌پور» و همکاران او در مقاله‌ای با عنوان «شناسایی معیارهای کلیدی برای ارزیابی خطمشی‌های آلودگی هوا در ایران» به یکی از نیازهای اساسی برای حل این مشکل پرداخته‌اند؛ یعنی مشخص کردن معیارهای دقیق و قابل اعتماد برای ارزیابی خطمشی‌ها. این پژوهش از طریق بررسی اسناد مرتبط و مصاحبه با ۱۶ نفر از متخصصان، تلاش کرده معیارهای موردنیاز برای ارزیابی خطمشی‌های آلودگی هوا را شناسایی کند.

نگاه



نفت با تصمیم اوپک پلاس جان گرفت

هر بشکه نفت برنت ۶۳ دلار

قیمت نفت در معاملات آسیایی روز دوشنبه، در واکنش به نتیجه نشست روز یکشنبه اوپک پلاس که با افزایش تولید برنامه‌ریزی‌شده قبلی در سه ماهه اول سال آینده مخالفت کرد، بیش از ۱.۵ درصد افزایش یافت. قیمت هر بشکه نفت برنت با ۹۴ سنت معادل ۱.۵۱ درصد افزایش به ۶۳ دلار و ۳۲ سنت و نفت وست تگزاس اینترمدیت آمریکا با ۹۰ سنت معادل ۱.۵۴ درصد افزایش به ۵۹ دلار و ۴۵ سنت رسید. اوپک پلاس در نشست روز یکشنبه موافقت کرد که سطح تولید نفت را برای سه ماهه اول سال ۲۰۲۶ بدون تغییر نگه دارد، زیرا این گروه در بحبوحه ترس از اشباع عرضه، در تلاش برای بازپس‌گیری سهم بازار محتاطانه عمل می‌کند.

افزایش قیمت نفت در معاملات روز دوشنبه، نشان‌دهنده آسودگی خاطر از موضع محتاطانه این گروه است. این اقدام قابل پیش‌بینی بود و به عنوان تلاشی برای جلوگیری از اشباع عرضه تلقی می‌شود. این تصمیم در بحبوحه نگرانی‌های فزاینده مبنی بر اشباع بازار جهانی نفت اتخاذ شده است. بسیاری از فعالان و تحلیلگران بازار نفت، اشباع عرضه در سال ۲۰۲۶ را پیش‌بینی کرده‌اند. این گروه هنوز حدود ۳.۲۴ میلیون بشکه در روز تولید خود را متوقف نگه داشته که ۱.۲۴ میلیون بشکه در روز از آن، کاهش‌های داوطلبانه‌ای است که امسال در حال انجام آن بوده است. با این حال، قیمت‌ها تحت تاثیر چشم انداز مازاد عرضه جهانی ناشی از افزایش عرضه تولیدکنندگان اوپک پلاس و رقبای آنها و همچنین رشد ضعیف تقاضا، همچنان بسیار پایین‌تر از سطوح ابتدای سال ۲۰۲۵ هستند. نفت در ماه نوامبر، تحت تاثیر چشم انداز مازاد عرضه در بازار، چهارمین کاهش ماهانه متوالی را تجربه کرد. با این حال، تنش‌های ژئوپلیتیکی در خاورمیانه و سایر مناطق جهان، تا حدودی از قیمت‌ها پشتیبانی کرده است. به گزارش «اویل پرایس»، با وجود افزایش قیمت نفت در روز دوشنبه، موانع اساسی هنوز پابرجا هستند. نگرانی‌های مربوط به عرضه بیش از حد، به همراه عدم اطمینان در مورد تقاضا و احتمال بازگشت بشکه‌های نفت تحریم شده به بازار، احتمالاً مانع از افزایش پایدار قیمت‌ها در کوتاه مدت خواهد شد.

نیروگاه حرارتی سیریک به کجا رسید؟

اخیرا در برخی محافل رسانه‌ای، خبری مبنی بر واگذاری پروژه احداث نیروگاه بخار سیریک از شرکت روسی تکنوپروم اکسپرت روسیه به گروه مینا منتشر شد. مدیر ارتباطات گروه مینا در این باره، گفت: هرچند وجود مذاکرات کلی در این زمینه قابل تأیید است، اما تا رسیدن به نتیجه، راه زیادی در پیش بوده و ضروری است به جزئیات توجه ویژه داشت. «احسان آقائی ملایری» با بیان اینکه قرارداد احداث نیروگاه بخار سیریک در استان هرمزگان، در سال‌های گذشته با بهره‌گیری از فاینانس دولت روسیه بین وزارت نیرو و یک شرکت پیمانکار از کشور روسیه منعقد شده است؛ افزود: بنا بر شواهد و قرائن ذکر شده در خبر اخیر نقل شده از کارفرما (شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی)، علی‌رغم پیگیری‌های مکرر وزرای دولت‌های سیزدهم و چهاردهم از دولت روسیه، پیمانکار مذکور نسبت به اجرای وظایف قراردادی خود امتناع ورزیده و عملاً این طرح ملی متوقف مانده است.

وی افزود: نظر به اهمیت طرح برای وزارت نیرو، در سال‌های اخیر پیشنهادی مبنی بر جایگزینی گروه مینا با پیمانکار روسی مطرح شده و شرکت تولید نیروی برق حرارتی در حال بررسی این جایگزینی بوده است. از آنجا که اجرای این طرح با بهره‌گیری از فاینانس دولت روسیه مدنظر بوده، حل مسائل قرارداد موجود با پیمانکار روسی و انجام توافقات با دولت روسیه به منظور جایگزینی پیمانکار ایرانی، پیش‌نیاز اقدامات بعدی خواهد بود. گروه مینا همیشه در کنار وزارت نیرو بوده و برای انجام ماموریت‌های محوله از طرف شرکت تولید نیروی برق حرارتی دریغ نرورزیه است، اما جایگزینی در این مورد خاص هنوز محقق نشده و در صورت حل مسائل تأمین مالی (فاینانس) و نیز انعقاد قرارداد بین کارفرما و گروه مینا، این گروه بلافاصله احداث طرح را به عهده خواهد گرفت و اطلاع‌رسانی آن با صحت و دقت انجام خواهد شد.

فرصت امروز: بازوی کارشناسی مجلس، در حالی رشد اقتصادی ماهانه شهریور را ۰.۸ درصد برآورد کرد که پیش‌تر رشد اقتصادی در چهار ماه متوالی، منفی شده بود. طبق اعلام مرکز پژوهش‌ها، بخش خدمات، جو ر رشد اقتصادی را کشید و رشد منفی دو بخش دیگر را در شهریورماه تا حدی جبران کرد. در این گزارش، رشد اقتصادی شهریور امسال نسبت به شهریور سال گذشته، ۰.۸ درصد و رشد بدون نفت، یک درصد برآورد شده است. بخش کشاورزی با رشد منفی ۳.۸ درصد، سهم زیادی در کاهش رشد اقتصادی ماه پایانی تابستان داشته است. طبق آمارهای وزارت جهاد کشاورزی، در شهریور امسال نسبت به شهریور سال گذشته، تولید محصولات زراعی، افت ۱۲.۶ درصدی داشته که در رشد منفی بخش کشاورزی، موثر بوده است. کمبود بارش در مهر و آبان می‌تواند رشد بخش کشاورزی را که در تمامی ماه‌های امسال منفی بوده، با مشکلات جدی‌تری در ماه‌های آینده مواجه کند. بخش نفت خام و گاز طبیعی نیز نسبت به شهریور سال گذشته، رشد منفی ۱.۶ درصدی داشته و به مانند بخش کشاورزی در تمام ماه‌های امسال با رشد ماهانه منفی ۱.۶ درصدی داشته و به مانند بخش کشاورزی در تمام ماه‌های سال با رشد ماهانه نقطه‌ای منفی، مواجه شده است.

در نقطه مقابل، بخش صنایع و معادن، تحت تاثیر رشد مثبت شاخص صنایع بورسی، با رشد ۱.۴ درصدی مواجه شد. طبق برآوردهای نهاد پژوهشی مجلس، بخش صنعت برای دومین ماه متوالی در سال ۱۴۰۴ با رشد مواجه شده است. همچنین ارزش افزوده گروه خدمات در شهریورماه امسال نسبت به شهریورماه سال گذشته، رشد ۴ درصدی را ثبت کرده است. در شهریورماه، بخش‌های «اداره عمومی، دفاع و تأمین اجتماعی»، «حمل و نقل و انبارداری» و «املاک و مستغلات» رشد مثبتی را نسبت به مدت مشابه سال گذشته، تجربه کرده و در رشد بخش خدمات اثرگذار بوده‌اند. علی‌رغم رشد مثبت شهریورماه، رشد فصلی تابستان به دلیل رشدهای منفی تیرماه و مردادماه به منفی ۱.۳ درصد رسید که خطر رکود را بیش از پیش، گوشزد می‌کند.

بازگشت رشد ماهانه به مدار مثبت

مرکز پژوهش‌های مجلس، رشد اقتصادی ماهانه نقطه‌ای در شهریورماه ۱۴۰۴ را پس از چهار ماه، مثبت برآورد شده است. هرچند که همچنان بخش کشاورزی و نفت‌وگاز با رشد منفی مواجه بوده و بخش صنعت و خدمات نسبت به شهریور سال گذشته رشد کرده‌اند. بازوی کارشناسی مجلس در گزارش جدید خود، رشد اقتصادی ماهانه نقطه‌ای در شهریور ۰.۸ درصد برآورد کرده است. همچنین طبق گزارش‌های قبلی مرکز پژوهش‌ها، رشد نقطه‌ای ماهانه پس از چهار ماه در شهریور مثبت شده است. بخش کشاورزی و نفت و گاز کوچک شده و بخش صنعت و خدمات نسبت به سال گذشته بزرگ‌تر شده‌اند. به عبارتی می‌توان گفت که رشد اقتصادی شهریورماه به علت بخش خدمات بوده و رشد منفی دو بخش دیگر را تا حدی جبران کرده است. در گزارش مرکز پژوهش‌ها، رشد اقتصادی شهریور امسال نسبت به شهریور سال گذشته، ۰.۸ درصد و رشد بدون نفت، یک درصد برآورد شده است. بخش کشاورزی با رشد منفی ۳.۸ درصدی، سهم زیادی در کم شدن رشد اقتصادی این ماه داشته است. براساس آمارهای وزارت جهاد کشاورزی، در شهریور امسال نسبت به شهریور سال گذشته،

خدمات، بیشترین رشد و کشاورزی، کمترین رشد را تجربه کرد

افول تابستانی رشد اقتصادی



پارسال، یک میلی‌متر افزایش یافته است. این مهم نشان می‌دهد که کاهش ارزش افزوده بخش کشاورزی کاملاً تحت‌تاثیر کاهش بارش‌ها نبوده است. از طرفی از ابتدای سال جاری، بخش کشاورزی با رشد منفی ماهانه رویه‌رو شده است. بخش نفت خام و گاز طبیعی نیز رشد ۴.۶ درصدی را در سال ۱۴۰۳ تجربه کرد و در شهریورماه امسال، رشد منفی ۱.۶ درصد را از سر گذراند. این رشد منفی در ادامه رشد منفی ارزش افزوده بخش نفت از ابتدای امسال بوده است. همچنین گروه صنایع و معادن، رشد مثبتی را در شهریور امسال تجربه کرد که طبق برآورد مرکز پژوهش‌ها عمدتاً تحت‌تاثیر افزایش شاخص تولید بخش صنعت و رشد مثبت بخش آب، برق و گاز بوده است.

بیشترین رشد در میان بخش‌های مختلف اقتصادی در شهریورماه امسال، متعلق به بخش خدمات بوده است. با توجه به داده‌های آماری بانک مرکزی، بخش خدمات در سال ۱۴۰۳ به رشد ۳.۲ درصد رسیده بود و حال نتایج برآورد مرکز پژوهش‌های مجلس، نشان می‌دهد که این بخش در شهریورماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل، رشد ۴ درصدی در ارزش افزوده را به ثبت رسانده است. بخش‌های حمل‌ونقل و انبارداری، «اداره عمومی، دفاع و تأمین اجتماعی» و «املاک و مستغلات» رشد مثبتی را تجربه کرده‌اند. همچنین در ماه مرداد رشد مثبت اما کوچک ۰.۳ درصدی را به ثبت رسانده است که در بی سه ماه پیاپی رشد منفی بوده است. نکته قابل‌توجه در میان رشد بخش‌های مختلف اقتصادی، این است که رشد گروه خدمات از بخش نفت و گاز، پیشی گرفته است. با توجه به تحریم‌های نفتی در سال‌های اخیر، فروش نفت ایران با چالش‌های زیادی مواجه شده و به همان اندازه، وصول درآمدهای نفتی را با مشکل مواجه ساخته است که گاه در قیمت فروش و در نتیجه در درآمدهای حاصل از فروش، خود را نشان می‌دهد. این موضوع باعث شده تا بخش خدمات، بار رشد اقتصادی را به دوش بکشد.

آگهی مزایده عمومی

شماره فراخوان: ۵۰۰۴۰۹۰۹۲۵۰۴۰۰۰۰۴ (شماره مورداجاره ۱۱۰۰۰۰۴۰۹۲۵۰۴۰۰۰۰۴)

شهرداری فریدونکنار به استناد در خواست شماره ۲۴۷۵ مورخه ۱۴۰۴/۰۲/۲۹ واحد خدمات شهری در نظر دارد نسبت به مزایده (اجاره) اجرای طرح تفکیک از میدا (طرح تیم) و ساماندهی و حراست مرکز زباله شهرداری فریدون کنار برابر قیمت کارشناسی پایه ۷۶۰۰۰/۰۰/۰۰۰ ریال بصورت ماهیانه و ۹/۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰ بصورت سالیانه اقدام نماید.

لذا از کلیه متقاضیان دعوت می گردد تا حداکثر ظرف مدت ۳ روز از انتشار آگهی (۱۴۰۴/۰۹/۱۱) تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۳ نسبت به دریافت اسناد و ده روز تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۲۳ نسبت به ارائه پیشنهاد اقدام نمایند. تاریخ بازگشایی پاکتها ۱۴۰۴/۰۹/۲۴ می باشد . جهت شرکت در مزایده به سامانه www.setadiran.ir مراجعه و اسناد را بارگذاری نمایند. مبلغ تضمین شرکت در مزایده باید بصورت ضمانت نامه بانکی معتبر یا واریز به حساب سپرده به شماره ۰۱۰۹۸۱۱۴۸۷۰۰۰ به نام سپرده شهرداری فریدونکنار نزد بانک ملی مرکزی کد ۹۶۵۱ صورت پذیرد. حد نصاب شرکت کنندگان در مزایده یک نفر می باشد، یک نفر بعنوان برنده اعلام میشود. برندگان اول و دوم و سوم مزایده هر گاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند، سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد. لازم به ذکر است شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار می باشد. سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مزایده مندرج است. ضمناً شرکت کنندگان می‌بایست اصل ضمانتنامه یا فیش واریزی سپرده را در پاکت قرار داده و تحویل شهرداری نمایند.

علی خان بابائی – شهردار

مناقصه ۱۴۰۴/۴۵

شرکت آب وفاضلاب استان مرکزی

مناقصه گزار : شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی

شماره مناقصه	مشخصات خدمت	شهر	مبلغ برآورد (ریال)	فهرست بها	رشته مورد نظر	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار در مناقصه (ریال)
۴۵	عملیات تهیه ، اجرا ، اصلاح و بازسازی شبکه توزیع و انشعابات آب شرب در روستای احتشاشیمه (گاوخانه) از توابع شهرستان اراک	اراک	۹۶,۴۹۶,۸۸۵,۵۵۱	انتقال و توزیع آب روستایی	رشته آب	۴,۸۲۴,۸۴۴,۲۷۷

محل تأمین اعتبار : عمرانی
مهلت دریافت اسناد: از ۱۳۰۹/۰۴/۱۲ لغایت ۱۳۰۹/۰۹/۱۷
مهلت تحویل پیشنهادات: از تاریخ ۱۳۰۹/۰۹/۱۸ لغایت ۱۳۰۹/۰۹/۲۹
تاریخ بازگشایی پاکات : ۱۳۰۹/۰۴/۰۱
نوع برگزاری مناقصه یک مرحله ای

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. محل دریافت اسناد: از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس : WWW.setadiran.ir محل تحویل اسناد: از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس: WWW.setadiran.ir توضیح اینکه: مناقصه گران موظفند پاکت الف که حاوی فرم تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار می باشد را تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۰۹/۰۹/۱۴ به دفتر قراردادهای شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی واقع در شهرک رضوی – میدان شهید نجفی تحویل داده و رسید آن را دریافت نمایند.

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای (نوبت اول)

نام مناقصه گزار : شرکت توزیع نیروی برق مازندران
(۱) موضوع مناقصه عبارت است از :

ردیف	شماره مناقصه	شرح مناقصه	امور برق	مبلغ برآوردی (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
۱	۴۰۴۱۱۰۰۱۷	جایگزینی سیم مسی با کابل خودنگهدار شهری موز برج سال ۱۴۰۴	شمال بابل	۲۱,۳۱۶,۶۶۲,۵۳۳	۲,۱۲۳,۰۰۰,۰۰۰
۲	۴۰۴۱۱۰۰۲۰	جایگزینی سیم مسی با کابل خودنگهدار فاز ۱ سال ۱۴۰۴	فریدونکنار	۲۱,۷۰۹,۳۳۵,۳۸۶	۲,۱۷۱,۰۰۰,۰۰۰
۳	۴۰۴۱۱۰۰۳۸	رینگ (قدرت مانور) سال ۱۴۰۴	فریدونکنار	۱۴,۲۰۸,۱۲۳,۰۰۵	۱,۴۲۱,۰۰۰,۰۰۰
۴	۴۰۴۱۱۰۰۵۲	جایگزینی سیم مسی با کابل خودنگهدار فشار ضعیف شهری سال ۱۴۰۴	جنوب ساری	۴۱,۹۵۷,۲۹۸,۶۳۶	۳,۵۲۳,۰۰۰,۰۰۰
۵	۴۰۴۱۱۰۰۵۴	جایگزینی سیم مسی با کابل خودنگهدار سال ۱۴۰۴	نکا	۲۷,۰۰۲,۳۵۵,۹۸۱	۲,۷۰۱,۰۰۰,۰۰۰

۱- تضمین شرکت در مناقصه قابل قبول کارفرما برابر آیین نامه تضمین شرکتهای توزیع می باشد.
۲- مهلت تحویل اسناد: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس setadiran.ir – سامانه مناقصه
۳- مهلت فروش اسناد: مبلغ ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال به حساب شماره ۵۲۴۰۳۳۳۴۱۲ بانک ملت شعبه امیرمازندرانی ساری (پرداخت از طریق درگاه اینترنتی)
۴- مهلت بازگذاری اسناد: الف) زمان بازگذاری اسناد مناقصه در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس Setadiran.ir، حداکثر تا ساعت ۱۹ روز دوشنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۱/۱۴ می باشد.
ب) زمان تحویل اسناد فیزیکی (پاکت الف) حداکثر تا ساعت ۱۰ روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۱/۱۴ می باشد.
۵- زمان بازگشایی پاکات : ساعت ۱۰ روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۱/۱۴ انجام می گیرد.
۶- محل تحویل اسناد الکترونیکی مناقصه : اسناد می بایست در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به صورت اسکن بارگذاری گردد.
تجصر: فقط پاکت الف که محتوی اصل ضمانتنامه شرکت در مناقصه می باشد، به آدرس ساری بلوار خزر جنب خیابان حزب اله امور تدارکات شرکت توزیع برق مازندران تحویل گردد.
۱- شرایط مناقصه گران : الف – داشتن شخصیت حقوقی
ب – داشتن ظرفیت مالی در رشته مورد نظر
ج – ارائه گواهینامه معتبر تایید صلاحیت (رتبه) نیرو
۸- محل بازگشایی اسناد مناقصه : ساری ، بلوار خزر ، بعد از خیابان حزب ا .. امور تدارکات شرکت توزیع برق استان مازندران
۹- نشانی کسب اطلاعات بیشتر:
الف – سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس setadiran.ir
ب – سایت معاملات تائیر به آدرس Tender.Tavanir.org.ir
ج- شماره تلفن ۰۱۱-۳۳۴۰۵۱۲۱ امور تدارکات – اداره مناقصات

شرکت توزیع نیروی برق مازندران – اداره مناقصات

تبدیل اختلاف نظر به عامل توسعه شرکت: درس‌هایی برای رهبران تجاری

نویسنده: علی آل‌علی

در راهروهای بسیاری از سازمان های امروزی یک سکوت سنگین و مودبانه حکم فرامست. جلسات با لیخند و تاییدهای پی در پی به پایان می رسند، ایمیل ها با لحنی دیپلماتیک و خنثی نوشته می شوند و همه تلاش می کنند تا از هرگونه رویارویی مستقیم پرهیز کنند. این پدیده، که در نگاه اول ممکن است نشانه یک محیط کاری هماهنگ و سالم به نظر برسد، در واقع اغلب نقابی است بر چهره یک بیماری خطرناک سازمانی: ترس از تضاد. این هماهنگی مصنوعی فضایی را ایجاد می کند که در آن، بهترین ایده ها هرگز به چالش کشیده نمی شوند، نگرانی های واقعی در گفت‌وگوهای خصوصی و راهرویی پنهان می مانند و تصمیمات بزرگ براساس اجماع سطحی و نه یک تحلیل عمیق و همه جانبه گرفته می شوند. در چنین محیطی، رشد متوقف می شود و سازمان به آرامی در سکون و رضایت از وضعیت موجود، شکننده و آسیب پذیر می گردد. حقیقت این است که تضاد به خودی خود، نه خوب است و نه بد؛ تضاد صرفاً انرژی است. این انرژی می تواند به همان راحتی که یک تیم را از هم می پاشد، به سوخت موشکی برای رسیدن به سطوح جدیدی از خلاقیت و پیشرفت نیز تبدیل شود. تفاوت میان این دو نتیجه، در یک متغیر کلیدی نهفته است: رهبری مبتنی بر هوش هیجانی. یک رهبر بزرگ، یک صلح‌بان یا یک میانجی‌گر منفعل نیست که وظیفه‌اش سرکوب کردن تمام اختلافات باشد. او بیشتر شبیه به یک کیمیاگر است که می داند چگونه حرارت و فشار ناشی از تضاد دیدگاه ها را به یک فرصت منحصر به فرد برای استخراج حقیقت، تقویت روابط و ساختن راه حل هایی قدرتمندتر تبدیل کند. این رهبران می دانند که نوآوری نه در آرامش اجماع، که در تلاطم سازنده دیدگاه های مخالف متولد می شود و وظیفه آنها نه خاموش کردن آتش، که کنترل و هدایت آن برای ذوب کردن فلزات سخت و شکل دادن به آینده ای درخشان تر است.

معماری امنیت روانی: تبدیل میدان نبرد به آزمایشگاه ایده
اولین و مهمترین وظیفه یک رهبر در مواجهه با تضاد، ساختن یک

نویسنده: علی آل‌علی

بیشتر سیستم های پاداش و انگیزش در دنیای کسب و کار بر پایه یک فرض قدیمی و به شدت ناقص بنا شده اند؛ اینکه انسان ها ماشین هایی منطقی و قابل پیش بینی هستند که با وارد کردن مقدار مشخصی سوخت (پول) می توان خروجی مشخصی (عملکرد) را از آنها انتظار داشت. این تفکر مکانیکی منجر به خلق طرح های پیچیده ای شده است که در آنها، عملکرد به اعداد و ارقام قابل اندازه گیری تقلیل یافته و پاداش به یک معامله سب و ریاضیاتی تبدیل می شود اما این سیستم ها اغلب با شکست مواجه می شوند، زیرا یک حقیقت بنیادین را نادیده می گیرند: انگیزه پایدار، از یک معامله منطقی نشأت نمی گیرد، بلکه از یک ارتباط عاطفی و یک حس عمیق سرچشمه می گیرد. یک چک پاداش ممکن است رفتار را در کوتاه مدت تغییر دهد، اما نمی تواند قلب و ذهن یک کارمند را تسخیر کند. رهبران بزرگ به جای طراحی اهرم هایی برای کنترل رفتار، به دنبال ساختن پلی برای اتصال دادن تلاش های روزمره به یک هدف بزرگ تر و الهام بخش هستند.

پیوند دادن پاداش به چرایی بزرگ تر

قدرتمندترین سیستم های انگیزشی، آنهایی هستند که پاداش را نه به انجام یکسری وظایف جدا افتاده، که به تجسم و پیشبرد مأموریت اصلی شرکت گره می زنند. وقتی یک کارمند احساس کند که تلاش هایش به طور مستقیم به یک هدف بزرگ تر و معنادار کمک می کند، انگیزه او از یک نیروی بیرونی (پاداش مالی) به یک موتور درونی (حس هدفمندی) تبدیل می شود. این تغییر، گفت‌وگو را از «برای گرفتن پاداش، چه کارهایی باید انجام دهم؟» به «چگونه می توانم به بهترین شکل ممکن به موفقیت مأموریت مشترک‌مان کمک کنم؟» تغییر می دهد. این رویکرد، به ویژه برای نسل جدید نیروی کار که به دنبال معنا در کار خود هستند، تاثیرگذاری بی نظییری دارد و پاداش را از یک دستمزد اضافه، به یک نماد تقدیر از مشارکت در یک سفر بزرگ تر تبدیل می کند.

شرکت پوشاک پاتاگونیا، که مأموریت اصلی خود را «نجات سیاره

بستر امن برای گفت‌وگو است. این مفهوم که به امنیت روانی شهرت دارد، به معنای ایجاد یک محیط بیش از حد مودبانه یا عاری از نقد نیست. برعکس، امنیت روانی به معنای خلق فرهنگی است که در آن، اعضای تیم اطمینان دارند که می توانند یک ایده، یک فرآیند یا یک تصمیم را با صراحت کامل به چالش بکشند، بدون آنکه نگران تحقیر شدن، به حاشیه رانده شدن یا آسیب دیدن آینده شغلی خود باشند. در چنین فضایی، مرز روشنی میان نقد ایده و حمله شخصی وجود دارد. رهبر هوشمند، این مرز را با رفتار خود تعریف و تقویت می کند. او گفت‌وگو را با این چارچوب ذهنی آغاز می کند که همه افراد حاضر در اتاق، باهوش و دلسوز هستند و هدف جمعی، نه اثبات برتری یک دیدگاه بر دیگری، که رسیدن به بهترین راه حل ممکن برای سازمان است. استودیوهای انیمیشن سازی پیکسار، این اصل را به یک فرآیند سازمانی به نام برین تراست (Braintrust) تبدیل کرده اند. در این جلسات، کارگردان یک فیلم که هنوز در مراحل اولیه تولید قرار دارد، کار خود را به گروهی از بهترین کارگردانان و خلاقان شرکت ارائه می دهد. اعضای برین تراست موظف هستند که با صراحتی بی رحمانه اما سازنده، تمام نقاط ضعف داستان، شخصیت پردازی و کارگردانی را نقد کنند. نکته کلیدی این است که این نقدها هرگز جنبه شخصی ندارند و هدف آنها صرفاً کمک به بهتر شدن فیلم است. کارگردان نیز می داند که هدف این جلسه تخریب او نیست، بلکه نجات پروژه اش از اشتباهات احتمالی است. این فرآیند که عملاً یک «تضاد مدیریت شده» است، به پیکسار اجازه داده تا به طور مداوم محصولاتی خلق کند که هم از نظر تجاری و هم از نظر هنری در اوج قرار دارند.

فراتر از دیدگاه شخصی: هنر ترجمه زبان های مختلف سازمانی
بسیاری از تضادهای محیط کار، نه از نیت بد افراد، که از تفاوت در دیدگاه ها، اولویت ها و زبان دیارتمان های مختلف نشأت می گیرد. تیم مهندسی به دنبال ساختن محصولی بی نقص و پایدار است، در حالی که تیم بازاریابی به دنبال یک داستان جذاب و هیجان انگیز برای فروش سریع آن است. تیم مالی نگران حاشیه سود است و تیم خدمات مشتریان مادری مان» تعریف کرده است، نمی تواند مدیران فروشگاه های خود را صرفاً براساس میزان فروش ارزیابی کند. یک سیستم انگیزشی هوشمند در این شرکت، بخشی از پاداش یک مدیر را به معیارهایی مانند میزان موفقیت در برگزاری کارگاه های آموزشی محلی در مورد حفاظت از محیط زیست یا حجم لباس های دست دومی که از مشتریان برای برنامه بازیافت جمع آوری کرده، گره می زند. در این مدل، مدیر فروشگاه پاداش خود را نه فقط برای فروش یک ژاکت جدید، که برای زنده نگه داشتن روح و مأموریت برند پاتاگونیا در دریافت می کند. این کار، تضمین می کند که رشد مالی شرکت هرگز به قیمت قربانی کردن ارزش های بنیادین آن تمام نشود.

طراحی پاداش برای تقویت همکاری

بسیاری از طرح های انگیزشی سنتی، به صورت ناخواسته یک فرهنگ رقابت داخلی سمی را ترویج می دهند. با پاداش دادن صرف به ستاره های فروش یا بهترین مهندسان این سیستم ها اغلب کارمندان را تشویق به احتکار اطلاعات، عدم همکاری با دیگر تیم ها و اولویت دادن به موفقیت شخصی بر موفقیت جمعی می کنند اما در دنیای کسب و کار مدرن، تقریباً هیچ دستاورد بزرگی محصول کار یک فرد به تنهایی نیست. نوآوری های بزرگ در نقطه تلاقی ایده ها و تخصص های مختلف متولد می شوند. بنابراین، سیستم های انگیزشی باید به گونه ای بازطراحی شوند که «همکاری» را به اندازه «عملکرد فردی» ارج نهاده و به آن پاداش دهند. این کار، تیم ها را از مجموعه ای از جزایر جدا افتاده، به یک شبکه عصبی هوشمند و یکپارچه تبدیل می کند.

شرکت مایکروسافت تحت رهبری ساتیا نادلا، یک تحول فرهنگی عظیم را از یک محیط به شدت رقابتی به یک فرهنگ مبتنی بر همکاری تجربه کرد. تصور کنید در مدل جدید، بخشی از پاداش یک تیم محصول که مسئولیت نرم افزار «اکسل» را برعهده دارد، نه تنها به موفقیت خود اکسل، که به میزان موفقیت «دغام» آن با محصولات دیگر مانند «تیمز» و «پاور بی ای» بستگی دارد. حتی ممکن است

نگران حل مشکلات فوری کاربران. هر یک از این گروه ها از دریچه دنیای خود به مسئله نگاه می کنند و به طور طبیعی، راه حل های متفاوتی را ترجیح می دهند. رهبری که فاقد هوش هیجانی است، در این میان گرفتار می شود و ممکن است به یکی از طرفین گرایش پیدا کند اما یک رهبر هوشمند، نقش یک مترجم و تلفیق کننده را برعهده می گیرد. او به هر تیم کمک می کند تا منطق و اولویت های تیم دیگر را درک کند و سپس، گفت‌وگو را از سطح تضاد منافع، به سطح یافتن یک راه حل یکپارچه برای رسیدن به هدف مشترک ارتقا می دهد. شرکت لگو را در نظر بگیرید. تصور کنید تیمی از طراحان این شرکت، ایده ای بسیار خلاقانه برای یک مجموعه جدید با قطعاتی پیچیده و منحصر به فرد ارائه می دهند، اما تیم تولید و زنجیره تامین معتقد است که ساخت این قطعات جدید، فرآیندهای تولید را به شدت پیچیده و پرهزینه می کند.

یک رهبر متوسط ممکن است این را یک بازی برد و باخت ببیند؛ یا خلاقیت پیروز می شود یا کارایی. اما یک رهبر با هوش هیجانی، هر دو تیم را گردهم می آورد و سوال را به این شکل بازنویسی می کند: «چگونه می توانیم تجربه ای شگفت انگیز و خلاقانه برای کودکان خلق کنیم، به گونه ای که تولید آن همچنان در چارچوب مدل کسب و کار سودآور ما باقی بماند؟». این بازنویسی، دو گروه را از موضع های متضاد خود خارج کرده و به شرکای حل یک مسئله مشترک تبدیل می کند؛ مسئله ای که راه حل آن ممکن است یک نوآوری در فرآیند تولید یا یک تعدیل هوشمندانه در طراحی اولیه باشد.

استخراج حقیقت پنهان در پس هر تضاد

اغلب اوقات، موضعی که افراد در یک تضاد اتخاذ می کنند (ما باید بودجه بیشتری برای بازاریابی دیجیتال تخصیص دهیم!)، تنها نوک یک کوه یخ است. در زیر این سطح، یک نیاز، ترس یا انگیزه عمیق تر و اغلب بیان نشده وجود دارد (من نگرانم که اگر در این حوزه سرمایه گذاری نکنیم، از رقبای جدید خود عقب بمانیم و جایگاه برندمان را از دست بدهیم).

رهبران بزرگ، استاد هنر گوش دادن فعال و پرسیدن سوال های

بخشی از پاداش آنها به این بستگی داشته باشد که چند بار به تیم های دیگر برای حل مشکلاتشان کمک کرده اند. این مدل، هر تیم را مجبور می کند که فراتر از دیوارهای دیارتمان خود فکر کند و موفقیت خود را در موفقیت کل اکوسیستم مایکروسافت ببیند.

قدرت پاداش های غیرمنظره و شخصی سازی‌شده

هر پاداشی که قابل پیش بینی باشد و به صورت یک فرمول مشخص پرداخت شود (مانند کمسیون فروش)، به سرعت جذابیت خود را از دست داده و به بخشی از حقوق موردانتظار کارمند تبدیل می شود. این پاداش ها دیگر انگیزه ایجاد نمی کنند و حذف آنها به شدت انگیزه را از بین می برد.

در مقابل، پاداش های غیرمنظره، شخصی سازی شده و مبتنی بر قدردانی واقعی، یک تاثیر روانی بسیار عمیق تر و ماندگارتر دارند. این پاداش ها نشان می دهند که رهبران، نه تنها به «چه» (نتیجه کار)، که به «چگونه» (تلاش، خلاقیت و شخصیت فرد) نیز توجه کرده اند. این کیمیاگری قدردانی، می تواند یک پاداش کوچک و غیرمادی را به یک خاطره انگیزشی قدرتمند برای تمام دوران حرفه ای یک فرد تبدیل کند.

فرهنگ شرکت زاپوس، فروشگاه آنلاین کفش که به خدمات مشتریان افسانه ای خود شهرت دارد، بر پایه همین اصل استوار است. یک کارمند مرکز تماس در این شرکت، ممکن است ساعت ها زمان صرف کند تا با صبر و همدلی به یک مشتری مسن که در استفاده از وب سایت مشکل دارد، کمک نماید.

چند روز بعد مدیر او نه براساس یک فرمول از پیش تعیین شده، بلکه به صورت کاملاً غیرمنظره، یک کارت هدیه برای رستوران مورد علاقه آن کارمند به همراه یک یادداشت دست‌نویس برای او ارسال می کند که در آن، از تلاش استثنایی او برای زنده نگه داشتن ارزش های شرکت قدردانی شده است. این حرکت کوچک، شخصی و غیرمنظره، بسیار قدرتمندتر از یک پاداش نقدی استاندارد، رفتار مورد نظر را در کل تیم تقویت می کند.

سخن پایانی

سیستم انگیزشی شما، یک ابزار حسابداری نیست؛ این قدرتمندترین ابزار ارتباطی شما برای بیان ارزش‌های‌تان است. این سیستم به تمام کارکنان شما سیگنال می دهد که چه چیزی در سازمان شما واقعاً اهمیت دارد. اگر به موفقیت های فردی پاداش دهید، قهرمانان منزوی خواهید ساخت. اگر به همکاری پاداش دهید، یک تیم متحد خواهید ساخت و اگر به خلاقیت و ریسک هوشمندانه پاداش دهید، یک فرهنگ نوآور خواهید ساخت. بنابراین، قبل از طراحی هر سیستمی، از خود بپرسید: «ما می خواهیم چه داستانی را در مورد فرهنگ خود روایت کنیم؟». پاسخ این سوال، معماری سیستم انگیزشی شما را مشخص خواهد کرد، سیستمی که نه برای خریدن وفاداری، که برای الهام بخشیدن به تعهد طراحی شده است.

منابع:

create-۹۹۱۴۲۲۲۹/https://www.fastcompany.com steps-۷-incentive-plan-motivate-employees

شناسه آگهی: ۲۰۵۹۴۱۴ نوبت دوم

شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر
(جهانی حامی)

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی انتخاب مشاور

شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی به منظور انجام خدمات مشاوره و نظارت فنی، کمی و مالی بر اجرای پروژه های توزیع برق استان بوشهر و انجام خدمات مهندسی طراحی و بروزرسانی اطلاعات GIS شبکه و تاسیسات برق به شماره فراخوان ۲۰۰۴۰۰۱۴۴۳۰۰۰۰۹۵ و ۲۰۰۴۰۰۱۴۴۳۰۰۰۰۹۶ را به روش (QCBS) –همزمان- از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد ارزیابی کیفی تا تهیه فهرست مشاوران دارای صلاحیت، ارسال درخواست پیشنهاد (RFP)، ارائه پیشنهاد مشاوران و بازگشایی پاکات از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مشاوران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند.

مناقصه‌گران می‌بایست جهت شرکت در ارزیابی، اسناد را از طریق سامانه مذکور بارگذاری نمایند.

مهلت دریافت اسناد: ۱۴۰۴/۹/۱۲ الی ۱۴۰۴/۹/۱۷

ردیف	شماره فراخوان	موضوع فراخوان	کد فراخوان سامانه ستاد	تاریخ و ساعت ارسال پاکات از طریق سامانه	تاریخ و ساعت بازگشایی پاکات ارزیابی از طریق سامانه
۱	۴۰۴/۱۱۱	انجام خدمات مهندسی طراحی و بروزرسانی اطلاعات GIS شبکه و تاسیسات برق	۲۰۰۴۰۰۱۴۴۳۰۰۰۰۹۵	۱۴۰۴/۹/۲۹ ساعت ۸	۱۴۰۴/۹/۳۰ ساعت ۸:۱۵
۲	۴۰۴/۱۱۲	انجام خدمات مشاوره و نظارت فنی، کمی و مالی بر اجرای پروژه‌های توزیع برق استان بوشهر	۲۰۰۴۰۰۱۴۴۳۰۰۰۰۹۶	۱۴۰۴/۹/۲۹ ساعت ۸	۱۴۰۴/۹/۳۰ ساعت ۸:۳۰

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۹/۱۰

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۱۱

مدیر امور تدارکات و قراردادها

شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر

مدیر روابط عمومی

شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر

مدیر امور تدارکات و قراردادها
شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر

شناسه آگهی ۱۱۱۲۹-۱۴۰۴	
آگهی فراخوان مزایده عمومی شماره ۱۰-۱۴۰۴ (نوبت اول)	
شرکت توسعه و مدیریت بنادر و فرودگاه منطقه آزاد قشم	
موضوع فراخوان:	
عنوان مزایده	بنادر
واگذاری و بهره برداری از جایگاه های توزیع سوخت جهت ارائه خدمات سوخت رسانی و آب رسانی په شناورها به مدت ۲ سال	کاوه ،لافت و بهمن
مبلغ پایه مزایده: مبلغ پایه مزایده ۶۷,۸۶۷,۰۰۰,۰۰۰ ریال میباشد.	
محل اجرای موضوع مزایده: بنادر کاوه ،لافت و بهمن تحت مدیریت شرکت توسعه و مدیریت بنادر و فرودگاه منطقه آزاد قشم.	
مهلت دریافت اسناد مزایده: متقاضیان شرکت در مزایده می‌توانند از تاریخ ۱۳۰۹/۰۹/۱۱ تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۰۹/۰۹/۱۴ با مراجعه به سامانه ستاد ایران به آدرس الکترونیکی: cauc.setadiran.ir نسبت به دریافت اسناد اقدام نمایند.	
مهلت و محل تسلیم پیشنهادات مزایده: متقاضیان باید پیشنهادات خود را تا ساعت ۱۴ مورخ ۱۳۰۹/۰۹/۱۴ در سامانه ستاد ایران بارگزاری نمایند.	
زمان و محل تشکیل کمیسیون و بازگشایی پاکتها: در تاریخ ۱۳۰۴/۱۰/۰۱ رلس ساعت ۱۴:۰۰ در دفتر مدیریت شرکت توسعه و مدیریت بنادر و فرودگاه منطقه آزاد قشم	
تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: شرکت کننده در مزایده باید ضمانت نامه بانکی بنام شرکت توسعه و مدیریت بنادر و فرودگاه منطقه آزاد قشم با شناسه ملی ۱۰۸۶۱۵۰۶۱۲۵ به مبلغ ۳,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال با ذکر عنوان مزایده تهیه و منضم به اسناد مزایده ارائه گردد، مدت اعتبار ضمانتنامه فوق از تاریخ آخرین روز تحویل پیشنهاده‌ها به مدت سه ماه و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید می باشد، علاوه بر آن ضمانتنامه های بانکی باید طبق فرم های مورد قبول تنظیم شود(ضمانتانه بانکی از بانک های خصوصی و دولتی مورد تایید بوده و ضمانتنامه‌های مربوط به موسسات مالی و اعتباری مورد تایید نمی باشد).	
سایر توضیحات و شرایط: هزینه انتشار آگهی مزایده و کلیه هزینه‌های مربوط به برگزاری مزایده فوق به عهده برنده مزایده می باشد.	
سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مزایده مندرج است.	
توان فنی و برنامه‌ریزی (۲۰ امتیاز) – توان مالی (۳۰ امتیاز) –توان تجهیزاتی(۱۰ امتیاز)– تجربه (سابقه اجرایی) (۳۵ امتیاز) – حسن انجام کار (۵ امتیاز)	
حداقل امتیاز قابل قبول در ارزیابی کیفی ۶۰ می باشد.	
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۹/۱۱	تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۱۵

اخبار

تقدیر استاندار مازندران از مدیرعامل شرکت گاز استان در هفته پژوهش و فناوری



از مدیریت هوشمندانه، رویکرد دانش‌بنیان، حمایت از پژوهش‌های کاربردی و نقش‌آفرینی مؤثر شرکت گاز در توسعه فناوری‌های نوین، تصریح کرده است:

بدون تردید این فعالیت‌ها، در مسیر تحقق مرجعیت علمی کشور و دستیابی به اقتصاد دانش‌بنیان، آینده‌ای روشن را برای استان رقم خواهد زد.

استاندار در ادامه، ضمن تقدیر از تلاش‌های شرکت گاز مازندران در گسترش زیرساخت‌های پژوهشی، حمایت از تحقیقات علمی و ارتقای بهره‌وری سازمانی، ابراز امیدواری کرده است که این روند با قوت بیشتری ادامه یابد.

این لوح تقدیر به امضای مهدی یونسسی رستمی، استاندار و رئیس ستاد هفته پژوهش و فناوری استان مازندران رسیده است.

گاز‌های مشعل کمتر می‌شود؛

ردیف سوم واحد نم‌زدایی رگ سفید یک در شرکت آغاچاری راه اندازی شد

در راستای تحقق سیاست‌های کلان وزارت نفت و دولت سیزدهم مبنی بر جمع‌آوری گازهای همراه و کاهش گازهای ارسالی به مشعل، ردیف سوم واحد نم‌زدایی و فشارافزایی در تأسیسات عملیاتی رگ سفید یک شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاچاری با سرمایه‌گذاری هلدینگ خلیج فارس راه‌اندازی شد.

مهندس سید محسن دهبان‌پور،مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاچاری، ضمن اعلام این خبر اظهار داشت: با بهره‌برداری از این ردیف جدید در تأسیسات رگ سفید یک، ظرفیت جمع‌آوری گازهای همراه در شرکت آغاچاری بالغ بر ۴۰ میلیون فوت مکعب استاندارد افزایش یافته و در مجموع به ۱۲۵ میلیون فوت مکعب استاندارد در روز رسیده است.

مهندس دهبان‌پور افزود: این اقدام ارزشمند، علاوه بر جلوگیری از سوزاندن مقادیر قابل توجهی گاز و کاهش قابل ملاحظه آلودگی‌های زیست‌محیطی، به کاهش اتلاف انرژی کمک شایانی می‌کند و همچنین نقش بسزایی در تأمین انرژی مورد نیاز کشور و بهبود وضعیت ناترازی سوخت، به ویژه در فصول سرد سال، ایفا خواهد کرد.

مدیر عامل شرکت توزیع برق غرب مازندران:

نیروی انسانی سرمایه اصلی هر سازمان است و باید به نحو شایسته از آن حفاظت کنیم.

ساری – دهقان : به گزارش خبرنگار مازنـدران به نقل روابط عمومی شرکت توزیع برق غرب مازندران ، همزمان با افتتاحیه نظارت عالیه بر عملکرد حوزه بهام شرکت توزیع برق غرب مازندران، مهندس بابایی، رئیس ضیأت مدیره و مدیرعامل شرکت در سخنانی با اشاره به اثرات فرآیند ارزیابی برای شرکت های صنعت برق، اظهار داشت: یکی از این پیامدهای مثبت، تبادل تجربیات، اطلاعات و دانش فنی دو سویه شرکت ها می باشد. وی با بیان اینکه ارزیابی در حوزه ایمنی، بهداشت و محیط زیست (بهام)، فراتر از رتبه‌بندی و ارزشیابی می باید لحاظ شود افزود: پیاده سازی و کاربردی کردن موضوعات این حوزه، موجب حفظ سلامت جسمی و امنیت روانی شهروندان و کارکنان صنعت می شود. مهندس سعیدی سرپرست گروه نظارت حوزه بهام نیز در سخنانی خاطر نشان کرد: ایمنی باید به عنوان یک فرهنگ در بین افراد یک سازمان و احاد جامعه جاری و ساری شود.

درخشش شرکت توزیع نیروی برق گلستان در کنفرانس بین المللی شرکت های توزیع

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت: پژوهشگران و متخصصان برق گلستان در بیست‌ونهمین کنفرانس بین‌المللی شبکه‌های توزیع نیروی برق، درخشیدند.به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان؛ سیداحمد موسوی گفت : مقاله با عنوان" تحلیل آماری و مکانی سرقت تجهیزات شبکه توزیع و اولویت بندی مناطق پر ریسک برای کاهش خسارت مطالعه موردی استان گلستان"در ۲۹ امین کنفرانس بین المللی شرکت های توزیع نیروی برق به میزبانی شرکت توزیع نیروی برق استان تهران بزرگ برگزار گردید به عنوان مقاله برتر که توسط آقایان محمد دریان و محمدرضا مقصودلو انجام شده است انتخاب گردید.وی افزود : حضور فعال در رویدادهای علمی ملی و بین‌المللی علاوه بر افزایش اعتبار علمی شرکت، به تقویت ارتباطات پژوهشی و تبادل تجربیات فنی در سطح کشور کمک می‌کند.موسوی اضافه کرد : این موفقیت نتیجه رویکرد پژوهش‌محور و هم‌افزایی دانش فنی در شرکت توزیع برق گلستان است.

گلستان بیش از ۸۷۳ هزار مشترک برق دارد / رشد ۱۸ درصدی هوشمندسازی و افزایش سهم کنتورهای کنترل‌پذیر در استان

به گزارش روابط عمومی ؛ مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان گفت : تا پایان شهریورماه ۱۴۰۴، تعداد کل مشترکان برق در استان گلستان به ۸۷۳،۴۱۷ مشترک رسیده است.وی افزود: از این تعداد، بیشترین سهم متعلق به مشترکان خانگی با ۷۰۵،۴۰۱ اشتراک است و پس از آن به ترتیب مشترکان عمومی (۳۶،۶۰۹)، کشاورزی (۱۴،۳۴۷)، صنعتی (۳،۷۱۳)، سایر مصارف (۱۰۶،۴۶۲) و روشنایی معابر (۶،۸۵۸) قرار دارند.وی اضافه کرد : این آمار نشان‌دهنده رشد مستمر تعداد انشعابات برق در استان گلستان و توسعه خدمات توزیع برق در تمامی شهرستان‌ها و بخش‌ها است.موسوی اضافه کرد : بر اساس گزارش تفکیکی طرح هوشمندسازی، از مجموع ۸۷۱،۰۴۸ مشترک فعال استان تا پایان شهریورماه ۱۴۰۴، تاکنون ۱۵۴،۲۴۲ مشترک (معادل ۱۸ درصد کل مشترکان) به کنتورهای هوشمند تجهیز شده‌اند. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان افزود : از مجموع ۱۵۴،۲۴۲ کنتور هوشمند نصب‌شده در سطح استان حدود ۴۵ درصد (معادل ۶۹،۴۰۰ مشترک) از نوع کنترل‌پذیر هستند (قابل فرمان قطع و وصل از راه دور) و حدود ۵۵ درصد (معادل ۸۴،۸۴۰ مشترک) به‌صورت رُویت‌پذیر فعال‌اند (قابل قرائت و پایش از راه دور).وی اضافه کرد : بدین ترتیب، از کل مشترکان استان گلستان، حدود ۸ درصد کنترل‌پذیر و ۱۰ درصد رُویت‌پذیر هستند و مجموعاً ۱۸ درصد از کل مشترکان استان تاکنون در بستر هوشمندسازی قرار گرفته‌اند.

عملیات نصب پایه‌های روشنایی محور امیدیه – آغاچاری آغاز شد

در راستای مسئولیت های شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری عملیات نصب پایه های روشنایی محور امیدیه به آغاچاری آغاز شد. مدیر خدمات شرکت آغاچاری عنوان کرد: به‌منظور ارتقای ایمنی تردد و بهبود کیفیت خدمات رفاهی شهروندان، پایه‌های روشنایی در محور مواصلاتی امیدیه به آغاچاری، حدفاصل پلیس‌راه تا سهرای روستای حبابه نصب شد. مهندس جعفر لکی بیان کرد: در فاز اول این پروژه بیش از ۶۰ پایه روشنایی نصب و جهت صرفه‌جویی انرژی و افزایش بهره‌وری، از چراغ‌های LED کم‌مصرف ۱۵۰ وات با شار نوری استاندارد و مناسب برای راه‌های برون‌شهری استفاده شده است. وی افزود: شرکت بهره‌برداری نفت و گاز آغاچاری همچنان در مسیر مسئولیت‌های اجتماعی و ارتقای رفاه عمومی مناطق همجوار تأسیسات نفتی گام برمی‌دارد و اجرای پروژه‌های مشابه در دستور کار قرار دارد.



اراک-فرزان امیدى: مدیرعامل برق منطقه‌ای باختر گفت: طرح‌های توسعه نیروگاه‌های خورشیدی در استان مرکزی بر اساس میثاق‌نامه‌ای که دهه فجر سال گذشته در شهرستان خمین و در بیت حضرت امام (ره) با حضور استاندار و مدیران استان منعقد شد، با جدیت در حال اجرا است.

مجتبی داودآبادی در نشست شورای اداری استان مرکزی، افزود: بر پایه این میثاق‌نامه، یک برنامه سه‌ساله برای احداث پنج هزار مگاوات نیروگاه خورشیدی در استان طراحی شده که شامل ۵۰۰ مگاوات در سال نخست، یک‌هزار و ۸۰۰ مگاوات در سال دوم و ۲ هزار و ۷۰۰ مگاوات در سال سوم (۱۴۰۶) است. وی با اشاره به پیشرفت مطلوب این طرح ادامه داد: تا امروز ۲۶۵ مگاوات از برنامه سال اول به‌طور رسمی به بهره‌برداری رسیده و وارد شبکه شده است و همچنین طبق برنامه‌ریزی انجام‌شده، در روزهای آینده حدود ۱۸۵ مگاوات دیگر نیز در استان مرکزی افتتاح خواهد شد که با تحقق آن، هدفگذاری ۵۰۰ مگاواتی سال اول به‌طور کامل محقق می‌شود. به گفته مدیرعامل برق منطقه‌ای باختر، این برنامه در ۱۱ محور تعریف شده که شامل طرح‌های بزرگ‌مقیاس، پروژه‌های صنعتی، سازوکارهای ماده ۱۶، سامانه‌های خورشیدی انباری (برق انبار) و دیگر بخش‌های پشتیبان توسعه انرژی خورشیدی است.

داودآبادی اظهار کرد: ۲ ماموریت اصلی این شرکت شامل تأمین برق سه شرکت توزیع استان‌های مرکزی، همدان و لرستان و نیز تأمین برق ۲۷ مشترک



بزرگ است که انرژی خود را به‌صورت مستقیم از شبکه انتقال دریافت می‌کنند. وی گفت: ظرفیت تولید برق استان مرکزی هم‌اکنون یک‌هزار و ۴۶۵ مگاوات‌آمپر است و شبکه آن شامل بیش از پنج هزار کیلومتر خط و ۹۰ ایستگاه انتقال و فوق‌توزیع می‌شود.

مدیرعامل برق منطقه‌ای باختر با بیان اینکه استان مرکزی چهار ایستگاه ۴۰۰ کیلوولت، هشت ایستگاه ۲۳۰ کیلوولت و ۷۷ ایستگاه ۶۳ کیلوولت دارد، افزود: در مجموع ۸۹ ایستگاه در استان فعال است که نسبت به جمعیت و مساحت استان، یک شبکه زیرساختی کم‌ظنیر در کشور به‌وجود آورده است.

با هدف گذاری برای عبور از ۱۶۰ کیلومتر؛

پیشرفت شبکه فاضلاب سراب به ۱۲۹ کیلومتر رسید



شهر انجام شده است. مدیرعامل آب‌ای استان همچنین افزود: در جهت تکمیل

معاون توسعه دانشگاه علوم پزشکی مازندران:

توجه به ورزش کارکنان، یکی از ابزارهای مؤثر برای کاهش فرسودگی شغلی است

کارآمدی سازمانی،تصریح کرد: توجه به ورزش تنها یک برنامه جانبی نیست، بلکه یکی از ابزارهای مؤثر برای افزایش بهره‌وری، کاهش فرسودگی شغلی و تقویت همبستگی میان کارکنان به شمار می‌رود.

دکتر پنبه چی ضمن آرزوی موفقیت برای اعضای تیم‌های اعزامی، اظهار کرد: انتظار می‌رود حضور فعال شما در عرصه ورزش، زمینه‌ساز ایجاد انگیزه و ترغیب سایر همکاران به شرکت در برنامه‌های ورزشی شود و با حضور گسترده‌تر کارکنان در فعالیت‌های سلامت‌محور بتوان محیطی شاداب‌تر و پویاتر برای خانواده دانشگاه ایجاد کرد. در پایان این مراسم که با حضور مهندس میرزاده مدیر امور پشتیبانی و رفاهی دانشگاه و در فضایی صمیمی برگزار شد، اعضای تیم‌های ورزشی آمادگی جسمانی و تنیس روی میز به‌عنوان آخرین تیم‌های اعزامی بانوان دانشگاه به آوردگاه ورزشی کارکنان وزارت بهداشت گسترده‌تر شد. به‌درفه معاون توسعه مدیریت، منابع و برنامه ریزی دانشگاه علوم پزشکی مازندران به سوی محل برگزاری مسابقات اعزام شدند

فرماندار رشت: رعایت بهداشت عمومی ضامن سلامت جامعه است

بیماری جلوگیری کرده و سلامت جامعه را تضمین کند. میرغضنفری به اهمیت مدیریت مناسب پسماند و رعایت بهداشت شهری اشاره و اظهار کردو: تفکیک از مبدا، کنترل به موقع پسماند، جمع‌آوری اصولی زباله‌ها و توجه به بهداشت محیط، نقش مهمی در کاهش خطر بیماری‌های فصلی و ویروسی دارد. همکاری شهروندان و استفاده از ظرفیت نیروهای محلی مانند بسیج و دهیاری‌ها می‌تواند به شناسایی سریع نقاط حساس و پیشگیری از مشکلات سلامت کمک کند. وی ادامه داد: اطلاع‌رسانی دقیق، رصد مستمر و اجرای برنامه‌های پیشگیرانه، زمینه را برای حفظ سلامت عمومی فراهم می‌کند و از ایجاد بحران‌های بهداشتی جلوگیری می‌کند.

فرماندار رشت در پایان خاطر‌نشان کرد: توجه به بهداشت فردی و جمعی، همکاری مردم و اجرای برنامه‌های پیشگیرانه، ساده‌ترین و مؤثرترین راه‌ها برای کاهش شیوع بیماری‌ها و ارتقاء سلامت جامعه در این فصل است.

همدلی برای خدمت؛ پیگیری مشکلات محلات ساری در نشست مشترک فرماندار و شهردار

تمام تلاش مجموعه مدیریت شهری و فرمانداری بر این است که با همدلی و پشتکار، خمنتگزار مردم بانسیم و با همراهی شهروندان فضای شهر را به سمت رضایتمندی عمومی هدایت کنیم. وی ضمن قدرانی از اقدامات شهرداری ساری به اجرای بیش از ۱۳۴ هزار مترمربع آسفالت و طرح‌های عمرانی و ملاقات مردمی اشاره کرد و این اقدامات را نشانه دغدغه شهردار مرکز استان و تیم مدیریت شهری برای حل مشکلات مردم دانست. در این جلسه، موضوعاتی ازجمله تعریض و بهسازی کبوی بهار آزادی، محله اندرخورا و خیابان معلم، روکش آسفالت و ساماندهی فاضلاب خانگی، تملک اراضی اندرخورا، اجرای برنامه‌های فرهنگی و ورزشی در مناطق کم‌برخوردار، لایروبی و ارتقای امنیت اجتماعی منطقه به‌عنوان اولویت‌های کاری مطرح شد.

مسابقات تنیس روی میز المپیاد ورزشی شرکت ملی پخش فرآورده نفتی ایران؛

سکوی سوم قهرمانی نصیب ورزشکار فر آورده های نفتی آذربایجان شرقی شد

پخش فرآورده های نفتی ایران گردید. علیرضا مستاجر در رقابت های تنیس روی میز المپیاد ورزشی شرکت ملی پخش ایران که به میزبانی منطقه بزر برگزار شد، با موفقیتی درخشان توانست مقام سوم قهرمانی رشته تنیس روی میز این دوره از مسابقات را به نام خود ثبت کرد. روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی ضمن تبریک اینن موفقیت برای این همکار ورزشکار و سایر فرهیختگان فرهنگی و ورزشی منطقه آرزوی پیروزی، عزت و سربلندی دارد.



نویسنده: علی آل علی

بزرگ‌ترین قربانی فناوری در قرن بیست و یکم نه یک صنعت خاص و نه یک مدل کسب و کار قدیمی، بلکه یک ایده است: ایده فریبنده و راحت مشتری میانگین. برای همه ها کل بنای بازاریابی بر روی این مفهوم استوار بود. ما با استفاده از ابزارهای ابتدایی جمعیت شناختی مشتریان را در دسته های وسیعی مانند «زنان خانه دار ۲۵ تا ۴۰ ساله» یا «مردان شهری علاقه مند به ورزش» طبقه بندی می کردیم و سپس با یک پیام واحد و یک استراتژی یکسان آنها را هدف قرار می دادیم. این رویکرد مانند شلیک با یک تفنگ ساچمه ای در تاریکی بود، به این امید که بخشی از پیام به بخشی از مخاطبان برخورد کند، اما امروز هوش مصنوعی و تحلیل کلان داده ها این تصویر تاریک را با وضوحی خیره کننده روشن کرده اند. دیگر هیچ مشتری میانگینی وجود ندارد. تنها چیزی که وجود دارد، میلیون ها فرد منحصر به فرد با سلیقه ها، نیازها و داستان های خاص خودشان هستند. در این واقعیت جدید ادامه دادن به استراتژی های بازاریابی انبوه نه تنها یک اشتباه بلکه یک خودکشی تجاری است. برندهای پیشرو این حقیقت را درک کرده و در حال بازنویسی کامل قوانین بازی هستند.

اقتصاد اعتماد و تحولات تجاری

در دوران بازاریابی انبوه رابطه برند و مشتری یک جاده یک طرفه بود. برندها صحبت می کردند و مشتریان گوش می دادند. داده ها به صورت یک طرفه و اغلب بدون رضایت آگاهانه جمع آوری می شدند تا پیام های تبلیغاتی موثرتری ساخته شوند، اما این دوران با یک صدای بلند به پایان رسید.

رسوایی های حریم خصوصی، افزایش آگاهی عمومی و قوانین جدید حفاظت از داده ها، قدرت را از شرکت ها به مصرف کنندگان بازگردانده است. در این اقتصاد اعتماد جدید داده های مشتری دیگر یک منبع قابل استخراج نیست، بلکه یک امانت گرانبهاست

نویسنده: علی آل علی

تصور کنید یک استاد بزرگ شطرنج ساعت ها در سکوت به مهره های روی صفحه خیره شده است. در ذهن او هزاران سناریوی احتمالی در حال شبیه سازی شدن هستند. او هر حرکت احتمالی حریف، هر پیامد آنی و هر اثر بلندمدت آن را بارها و بارها تحلیل می کند تا به یک استراتژی بهینه دست یابد. ما این فرآیند پیچیده ذهنی را تفکر استراتژیک یا آینده نگری می نامیم و آن را تحسین می کنیم. حال همان فرد را در محیط کار تصور کنید که در حال تحلیل یک گزارش ساده، به همین میزان از عمق و جزئی نگری غرق می شود و تمام احتمالات ممکن، از یک غلط املائی کوچک تا پیامدهای یک نمودار بر تصمیمات کلان شرکت را بررسی می کند. در این حالت ما به راحتی به او برچسب وسواس فکری یا اورتینک (Overthink) می زنیم و آن را یک ویژگی منفی و مانعی برای پیشرفت می دانیم. این دوگانگی در قضاوت، نشان دهنده یک سوءتفاهم بزرگ در دنیای مدرن است. در حقیقت، این دو فرآیند از یک موتور ذهنی یکسان قدرت می گیرند، موتوری که برای تحلیل عمیق، پردازش جزئیات و شبیه سازی احتمالات ساخته شده است.

مشکل از خوداین موتور ذهنی قدرتمند نیست، بلکه از نحوه به کار گیری آن است. فرهنگ کسب و کار امروز، به خصوص در حوزه فناوری، اغلب سرعت و قطعیت را می ستاید و شعارهایی مانند «سریع حرکت کن و همه چیز را بشکن» را ترویج می دهد. در چنین فضای، تفکر عمیق و محتاطانه به راحتی با تردید و عدم کارایی اشتباه گرفته می شود. افراد دارای ذهن تحلیلی و جزئی نگر، ممکن است به دلیل نیاز به پردازش کامل اطلاعات، کندتر از دیگران به نظر برسند و به همین خاطر، تلاش کنند تا این ویژگی ذاتی خود را سرکوب نمایند. اما این سرکوب، مانند قرار دادن یک ترمز سنگین بر روی یک موتور قدرتمند است که نه تنها آن را متوقف نمی کند، بلکه انرژی آن را به شکل اضطراب و تحلیل های بی حاصل به

نویسنده: علی آل علی

رهبری تجاری در روزهای آرام و آفتابی یک علم به نظر می رسد. انبوهی از داده ها، مدل های پیش بینی و تحلیل های بازار مسیر پیش رو را مانند یک جاده صاف و آسفالت شده روشن می سازند، اما آزمون واقعی یک رهبر در این جاده های هموار رخ نمی دهد. آزمون واقعی در یک نقطه پیش بینی نشده در دل یک مهِ غلیظ آغاز می شود؛ جایی که هیچ تابلو راهنمایی وجود ندارد، هر دو مسیر به یک اندازه خطرناک و ناشناخته به نظر می رسند و داده ها به جای روشن کردن مسیر تنها سکوتی کرکننده را بازتاب می دهند.

این قلمرو تصمیم ناممکن است؛ انتخابی که در آن گزینه ها نه میان

که باید آن را به دست آورد. بازاریابی در جهان پسا کوکی دیگر یک بازی فنی برای ردیابی کاربران در سراسر اینترنت نیست، بلکه یک تمرین انسانی برای ایجاد شفافیت و ارائه ارزش واقعی در ازای دریافت داوطلبانه اطلاعات است. برندهایی که این تغییر پارادایم را درک نکنند، به زودی خود را در حال صحبت با یک اتاق خالی خواهند یافت. ایل در این زمینه یک کلاس درس استراتژیک ارائه می دهد. در زمانی که مدل کسب و کار بسیاری از غول های فناوری بر پایه جمع آوری حداکثری داده های کاربران استوار بود، ایل مسیری مخالف را در پیش گرفت و حریم خصوصی را به یکی از ارکان اصلی هویت برند خود تبدیل کرد.

ابزارهایی مانند شفافیت ردیابی اپلیکیشن (App Tracking Transparency) که کنترل را مستقیما در دستان کاربر قرار می دهد، یک حرکت بازاریابی صرف نبود، بلکه یک بیانیه قدرتمند بود. ایل با این کار گفت: «ما به جای کسب سود از داده های شما، محصولاتی می فروشیم که زندگی شما را بهتر می کنند؛ اعتماد شما برای ما ارزشمندتر از اطلاعات شماست.»

این موضع گیری، یک مزیت رقابتی قدرتمند ایجاد کرد. در جهانی که کاربران به طور فزاینده ای نگران نحوه استفاده از اطلاعات شخصی شان هستند، ایل خود را به عنوان یک پناهگاه امن معرفی می کند. این برند، اعتماد را از یک مفهوم انتزاعی به یک ویژگی ملموس محصول تبدیل کرده است.

برندها به مثابه پلتفرم های اجتماعی

مدل قدیمی بازاریابی مشتری را به عنوان نقطه پایان یک فرآیند (قیف فروش) می دید. هدف این بود که فردی را از هر مرحله آگاهی

به مرحله خرید هدایت کرده و سپس به سراغ مشتری بعدی برود، اما این دیدگاه به طرز خطرناکی کونه بینانه است. در دنیای متصل امروز، ارزشمندترین مشتریان شما، نه تنها خریداران تکراری، بلکه طرفداران پرشوری هستند که به صورت داوطلبانه به سفیران برند

هر می دهد.

این مقاله به دنبال آن است تا این روایت را به طور کامل تغییر دهد. ما بر این باوریم که در دنیای پیچیده و پر از عدم قطعیت امروز، توانایی تفکر عمیق، تحلیل جزئیات و پیش بینی سناریوهای متعدد دیگر یک ضعف نیست، بلکه یک ابرقدرت پنهان است. چالش اصلی، نه مبارزه با این ویژگی، که هنر هدایت و کانالیزه کردن انرژی آن به سمت مسائل درست است. این یک دعوت به بازنگری در ارزش های سازمانی و فردی است، تا از ذهن های بی قرار و پرسرگرد نه به عنوان یک مشکل، که به عنوان ارزشمندترین دارایی استراتژیک خود برای حل مسائل پیچیده، پیش بینی ریسک ها و ساختن سازمان هایی عمیق و تابدارتر، بهره برداری کنیم.

تبدیل اضطراب به شبیه سازی استراتژیک

یکی از بارزترین مشخصه های اورتینک تمایل ذاتی آن به پرسیدن مداوم سوال «چه می شود اگر؟» است، وقتی این سوال به سمت نگرانی های شخصی و روزمره هدایت شود، می تواند به یک چرخه بی پایان از اضطراب و عدم قطعیت منجر گردد اما همین انرژی ذهنی، اگر به صورت آگاهانه به سمت چالش های استراتژیک یک سازمان هدایت شود، به یک ابزار قدرتمند برای شبیه سازی آینده تبدیل می شود. فردی که به طور طبیعی تمام نقاط ضعف بالقوه در یک برنامه را می بیند، بهترین فرد برای طراحی یک «قشه جنگ» استراتژیک است. او می تواند سناریوهای مختلفی را واکشش رقبا، تغییرات ناگهانی بازار یا بروز یک بحران داخلی پیش بینی کند و قبل از وقوع، راهکارهای متعددی را برای مقابله با آنها طراحی نماید. این فرآیند، اضطراب بی هدف را به یک آمادگی استراتژیک و هدفمند تبدیل می کند.

فلسفه تولید پوتوآ، که به عنوان یکی از کارآمدترین سیستم های صنعتی جهان شناخته می شود، بر پایه همین نوع تفکر عمیق و پیشگیرانه

شما تبدیل می شوند. برندهای هوشمند دریافته اند که وظیفه آنها دیگر فقط فروش محصول نیست، بلکه ایجاد یک خانه یا یک پلتفرم برای پرشورترین کاربران شان است. آنها به جای آنکه گفت‌وگو را کنترل کنند، فضایی را برای شکل گیری یک جامعه فراهم می آورند. در این جوامع، مشتریان با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند، از هم یاد می گیرند و در فرآیند نوآوری و حتی بازاریابی، به شه‌رکای فعال برند تبدیل می شوند. این استراتژی، بازاریابی را از یک هزینه به یک سرمایه گذاری با بازده مرکب تبدیل می کند.

شرکت لگو با پلتفرم لگو ایدیز (Lego Ideas) این مفهوم را به شکلی درخشان اجرا کرده است. این پلتفرم یک وبسایت ساده نیست، بلکه یک اکوسیستم خلاقیت است. هر کسی می تواند طرح یک مجموعه لگوی جدید را که در ذهن دارد، در این سایت آپلود کند. سایر اعضای جامعه به این طرح ها رأی می دهند و طرح هایی که به آستانه مشخصی از حمایت برسند، توسط تیم طراحی لگو برای تولید رسمی بررسی می شوند.

اگی طرحی پذیرفته شود، خالق آن نه تنها به عنوان یک طراح رسمی شناخته می شود، بلکه درصدی از فروش آن محصول را نیز دریافت می کند. لگو با این کار، بازاریابی را برون سپاری نکرده، بلکه آن را به یک فعالیت مشارکتی و لذت بخش برای وفادارترین مشتریاناش تبدیل نموده است. این جامعه، خود به بزرگ‌ترین منبع تحقیقات بازار، نوآوری محصول و بازاریابی دهان به دهان برای لگو تبدیل شده است.

بازاریابی در جهان فیجیتال

مرز میان دنیای فیزیکی و دیجیتال به سرعت در حال محو شدن است. تجربه مشتری دیگر به صورت مجزا در یک فروشگاه فیزیکی یا در یک وب سایت آنلاین رخ نمی دهد. ما وارد عصر فیجیتال (Phygital) شده ایم، جایی که این دو جهان در یکدیگر تنیده شده و یک تجربه یکپارچه و سیال را خلق می کنند.

تبدیل اورتینک (Overthink) به مزیت کارآفرینانه

بنا شده است. مهندسان پوتوآ به طور مداوم و وسواس گونه ای از خود می پرسند: «چه می شود اگر این قطعه به درستی در جای خود قرار نگیرد؟ چه می شود اگر این فرآیند یک میلی متر خطا داشته باشد؟». این بیش اندیشی سازمانی منجر به ابداع مفاهیمی مانند پوکا یوکه (Poka-Yoke) یا خطایناپذیر شد. سیستمی که طراحی فرآیندها را به گونه ای تغییر می دهد که بروز اشتباهات انسانی تقریباً غیرممکن شود. این نگاه دقیق و پیش‌نگر، که ریشه در تحلیل تمام سناریوهای منفی ممکن دارد، نه تنها به کیفیت افسانه‌ای محصولات پوتوآ منجر شده، بلکه کل سازمان را در برابر بحران ها و اختلالات زنجیره تامین به شدت مقاوم کرده است.

کشف نوآوری در دل جزئیات نادیده گرفته شده
یک فرد دارای اورتینک تجاری را با یک دره بی بسیار قوی مشاهده می کند. این ذهن متوجه جزئیاتی می شود که از چشم اکثر افراد پنهان می ماند؛ یک ناهماهنگی کوچک در طراحی یک محصول، یک کلمه مبهم در یک پیام بازاریابی یا یک مرحله اضافی و خسته کننده در فرآیند تجربه مشتری. در محیط های اجتماعی، این ویژگی ممکن است به عنوان ایرادگیری یا سختگیری بی مورد تعبیر شود، اما در دنیای طراحی محصول و ساختن برند، همین توجه به جزئیات، مرز میان یک محصول متوسط و یک تجربه به یادماندنی را مشخص می کند. نوآوری های بزرگ همیشه از ایده های انقلابی و ناگهانی متولد نمی شوند، بلکه بسیاری از آنها نتیجه مشاهدات دقیق و بهبودهای مستمر در جزئیات هستند که دیگران آنها را بدیهی فرض کرده اند. شرکت لگو یک نمونه درخشان از قدرت استراتژیک این نوع تفکر است. موفقیت جهانی این شرکت صرفاً به خاطر ایده آجرهای پلاستیکی رنگارنگ نیست، بلکه مدیون وسواس تقریباً غیرمنطقی آن در مورد کیفیت و دقت جزئیات است. مهندسان لگو با دقت میکروسکوپی بر روی قدرت اتصال آجرها کار می کنند تاطمینان حاصل کنند که هر قطعه ای که در هر کجای جهان و در هر دهه ای تولید شده، به راحتی به قطعه

تصمیم‌گیری تجاری در شرایط ناپایدار

های غیرقابل حل در واقع محصول یک چارچوب بندی اشتباه از خود مشکل هستند. ما آنچنان بر روی انتخاب میان گزینه های الف و ب متمرکز می شویم که فراموش می کنیم از خود پرسیم آیا این دو تنها گزینه های ممکن هستند یا خیر و مهمتر از آن آیا این اصلا سوال درستی است که باید به این پاسخ دهیم؟

یک رهبر تجاری بزرگ پیش از آنکه یک پاسخ دهنده باشد، یک پرسشگر بزرگ است. او گفت‌وگو را از تلاش برای انتخاب یک راه حل، به سمت کاوشکافی ریشه ای خود مسئله هدایت می کند. آیا این یک مشکل استراتژیک است یا یک مشکل فرهنگی؟ آیا ما با کمبود منابع مواجهیم یا با کمبود شجاعت؟ این فرآیند بازچارچوب‌های اغلب مانند یک شش‌پا بازی عمل می کند. با تغییر زاویه دید به مسئله، گاهی آن تصمیم ناممکن، به سادگی در هوا محو شده و یک مسیر سوم، یک راه حل خلاقانه که پیش از این نامرئی بود، خود را آشکار می سازد. به نبرد تاریخی میان بالک باستر و تنغلیس فکر کنید. در اوایل دهه ۲ هزار میلادی، رهبران تجاری بالک باستر با یک تصمیم به ظاهر ناممکن روبه‌رو بودند: «چگونه باید با مدل ارزان قیمت و اشتراکی تنغلیس برای ارسال پستی دی وی دی ها رقابت کنیم؟». هر پاسخی به این سوال، به شکست منجر می شد. تقلید از تنغلیس، مدل سودآور فروشگاه های فیزیکی آنها را نابود می کرد و نادیده گرفتن آن، به معنای از دست دادن بازار بود اما این سوال اشتباهی بود.

رهبران تنغلیس مسئله را به شکل دیگری چارچوب بندی کرده بودند. سوال آنها این نبود که چگونه دی وی دی اجاره دهیم؟ بلکه این بود که «ساده ترین و لذت بخش ترین راه برای رساندن سرگرمی به خانه های مردم چیست؟». این بازچارچوب بندی، دی وی دی را از محصول نهایی به یک فناوری موقت تبدیل کرد و مسیر را برای آینده ای مبتنی بر استریمینگ دیجیتال باز نمود. بالک باستر در تلاش برای پاسخ به یک سوال تاکتیکی ناممکن جان باخت، در حالی که تنغلیس با پرسیدن یک سوال استراتژیک درست، آینده را از آن خود کرد.

بازگشت به اصول برند: وقتی داده ها ساکت می شوند

در یک تصمیم ناممکن واقعی لحظه ای فرا می رسد که تمام تحلیل های منطقی به بن بست می خورند. هر دو گزینه ریسک ها و منافع تقریباً برابری دارند. پیش بینی های مالی، به یک اندازه غیرقابل اعتماد هستند و تیم کارشناسی به دو گروه مساوی تقسیم شده است. در این نقطه، تلاش برای یافتن یک داده بیشتر یا یک تحلیل جدید، تنها تصمیم گیری را به تعویق می اندازد.

در این مه غلیظ تنها یک قطب نمای قابل اعتماد باقی می ماند: اصول

بازاریابی در این دنیای جدید، نیازمند فراتر رفتن از تفکر کانال محور (تیلیفات تلویزیونی، تبلیغات دیجیتال، تجربه فروشگاه‌ها) و حرکت به سمت طراحی یک «سفر مشتری» جامع است. فناوری های مانند واقعیت افزوده، اینترنت اشیا و هوش مصنوعی ابزارهایی هستند که به برندها اجازه می دهند تا پل هایی هوشمند میان این دو جهان بسازند و در هر نقطه تماس، یک لایه جدید از ارزش، سرگرمی یا کارایی را به تجربه مشتری اضافه کنند. برندهایی که در این همگرایی استاد شوند، رهبران تجاری دهه آینده خواهند بود. نایک یک نمونه برجسته از یک شرکت است که با موفقیت از یک تولیدکننده پوشاک به یک شرکت فناوری با محوریت تجربه فیجیتال تبدیل شده است. اپلیکیشن‌های موبایل نایک تنها ابزارهای دیجیتال نیستند، بلکه دروازه هایی به یک اکوسیستم بزرگتر هستند. اطلاعات فعالیت ورزشی شما در اپلیکیشن می تواند منجر به دریافت پیشنهادات شخصی سازی شده برای خرید کفش جدید شود. در فروشگاه های فیزیکی نایک، می توانید با اسکن یک کد اطلاعات بیشتری در مورد یک محصول دریافت کنید یا از فناوری واقعیت افزوده برای امتحان کردن مجازی کفش ها استفاده نمایید. این یکپارچگی، تجربه برند را از یک سری عملیات گسسته به یک گفت‌وگوی مداوم و هوشمند تبدیل می کند. نایک به شما کفش نمی‌فروشد، بلکه شریک ورزشی شما می شود و در هر لحظه از این سفر، چه در دنیای دیجیتال و چه در دنیای فیزیکی، در کنار شما حضور دارد.

هوش مصنوعی به مثابه ابزاری برای همدلی با مشتری

نگاه اولیه به هوش مصنوعی در بازاریابی، اغلب با ترس از یک آینده غیرانسانی و الگوریتمی همراه است اما این نگاه، تنها نیمی از داستان را می بیند. قدرت واقعی هوش مصنوعی، نه در جایگزین کردن انسان، بلکه در تقویت عمیق ترین ویژگی انسانی ما یعنی

ای دیگر متصل و جدا شود. آنها درباره تجربه یک کودک «بیش اندیشی» می کنند: «چه می شود اگر لبه یک قطعه کمی تیز باشد؟ چه می شود اگر رنگ یک آجر پس از سال ها بازی کردن تغییر کند؟». این تعهد بی نظیر به جزئیاتی که شاید هیچ مصرف کننده‌ای به صورت آگاهانه متوجه آن نشود، همان چیزی است که حشر اعتماد، کیفیت و جادوی برند لگو را می سازد. **تبدیل تردید به ساختاری برای اعتماد**
افرادى که زیاد فکر می کنند، اغلب با تردید و خودتفادگى دست و پنجه نرم می کنند. آنها به طور مداوم کار خود را زیر سوال می برند و به دنبال تایید و اطمینان از صحت آن هستند. اگرچه این ویژگی می تواند از نظر روانی فرسایشی باشد، اما وقتی در یک چارچوب سازمانی درست قرار گیرد، به یک موتور قدرتمند برای ایجاد تعهد، مسئولیت پذیری و شفافیت تبدیل می شود. مدیری که به تصمیمات خود شک دارد، با احتمال بیشتری از تیم خود مشورت می خواهد. برنامه نویسی که به کد خود بدگمان است، آن را بارها و بارها آزمایش می کند. و رهبری که از صحت مسیر خود مطمئن نیست، سیستم های نظارتی و شاخص های کلیدی عملکرد را برای ارزیابی مداوم پیشرفت، طراحی می کند. در دنیای که اعتماد مصرف کنندگان به شرکت ها به شدت کاهش یافته، این تردید درونی می تواند به یک مزیت رقابتی تبدیل شود، زیرا به ساختن محصولات و خدماتی قابل اعتمادتر منجر می شود.

برند پوشاک پاتاگونیا، هویت خود را براساس همین خودتفادگى سازمانده بنا کرده است. این شرکت به طور مداوم و علنی، شیوه های تولید، زنجیره تامین و اثرات زیست محیطی خود را زیر سوال می برد. آنها به جای آنکه ادعای بی نقص بودن کنند، سفری پر از تردید و تلاش برای بهتر شدن را با مشتریان خود به اشتراک می گذارند. کمپین های بازاریابی آنها مانند «این ژاکت را نخريد» که مصرف کنندگان را به تفکر در مورد نیاز واقعی خود و تاثیرات مصرف گرایی تشویق می کند، نتیجه مستقیم یک «بیش

همدلی است. مغز انسان قادر به پردازش و درک عمیق میلیون ها سیگنال و الگوی رفتاری به صورت همزمان نیست، اما هوش مصنوعی این توانایی را دارد.

با تحلیل داده های رفتاری، زبانی و حتی احساسی در مقیاس بزرگ، هوش مصنوعی می تواند به برندها کمک کند تا نیازهای پنهان و لحظات شادی مشتریان خود را با دقتی بی سابقه درک کنند. این فناوری به ما اجازه می دهد تا به جای ارسال یک پیام یکسان برای میلیون ها نفر، یک پیام منحصر به فرد و همدلانه برای هر فرد، در لحظه ای که بیشترین اهمیت را دارد، ارسال کنیم. این، شخصی سازی در مقیاس انسانیست است.

سرویس پخش موسیقی اسپاتیفای، تجسم این فلسفه است. جادوی لیست های پخش هفتگی تنها در الگوریتم های پیچیده تطبیق موسیقی آن نیست، جادوی واقعی در احساسی است که ایجاد می کند. «این سرویس مرا می‌فهمد». اسپاتیفای نه تنها سبک موسیقی مورد علاقه شما را تشخیص می دهد، بلکه قادر به درک حال و هوا و سبک موسیقی مورد علاقه شما نیز هست. این سرویس می داند که موسیقی‌ای که شما در صبح یک روز کاری گوش می دهید، با موسیقی‌ای که در یک عصر آرامش بخش آخر هفته انتخاب می کنید، متفاوت است. این حس درک شدن، یک پیوند عاطفی عمیق ایجاد می کند که بسیار فراتر از یک رابطه تجاری است. این یک نمونه کامل از استفاده از فناوری پیشرفته برای خلق یک تجربه عمیقاً انسانی و همدلانه است.

منبع:
https://www.bizcommunity.com/article-۱۰۰/۱۷۴۰۵۶۴-۲۰۲۶-marketing-trends-for-https://onclusive.com/resources/blog/what-professionals--۲۰۲۶-marketing-trends-say-about-the-year-ahead

اندیشی» عمیق در مورد مسئولیت اجتماعی برند است.

سخن پایانی

در مسابقه بی پایان برای رسیدن به موفقیت، بسیاری از سازمان ها سرعت را با پیشرفت اشتباه گرفته اند. ما به مدبرانی پادش می دهیم که سریع تصمیم می گیرند و به کارکنانی که بدون پرسیدن سوال، کارها را انجام می دهند. در این میان، ارزش تفکر عمیق و تأمل استراتژیک به دست فراموشی سپرده شده است. اما پایدارترین موفقیت ها، نه از اقدام سریع در مسیر اشتباه، که از تأمل کافی برای یافتن مسیر درست حاصل می شوند. بیش اندیشی، اگر به درستی درک و هدایت شود، ترمز حرکت نیست، بلکه قطب نمای دقیقی است که قبل از شروع سفر، از صحت مسیر اطمینان حاصل می کند. این یک فرآیند ضروری برای جلوگیری از اتلاف منابع، کاهش ریسک های بزرگ و خلق ارزش های ماندگار است.

چالش اصلی برای رهبران امروزی، درمان کردن کلن کارکن بیش اندیش خود نیست، بلکه ساختن یک زیست بوم امن برای شکوفایی آنهاست. این به معنای ارزش نهادن به سوال های عمیق، حتی اگر پاسخ به آنها زمانبر باشد و تشویق به تحلیل های موشکافانه است. این یعنی باید فرصت و فضا را برای کسانی که دنیا را متفاوت می بینند، فراهم کنیم تا بتوانند موتور ذهنی قدرتمند خود را بر روی پیچیده ترین مسائل سازمان متمرکز کنند. شاید زمان آن رسیده باشد که از سرعت به عنوان تنها معیار موفقیت فاصله بگیریم و کمی عمق را جاشنی فرهنگ سازمانی خود کنیم.

منبع:
https://www.forbes.com/sites/traversmark-as-a-superpower-by-a-psychologist-ways-vhttps://medium.com/new-writers-welcome-۸۰d۷d۴۶۶fb۰-overthinking-makes-your-life-better

چه داستانی را درباره شجاعت و خرد خود روایت کنیم؟ این تمرین، به طور جادویی، مقیاس و چارچوب گفت‌وگو را تغییر می دهد. این فرآیند، تصمیم را از یک واکنش به یک بحران، به یک اقدام آگاهانه برای ساختن یک میراث تبدیل می کند. تصمیم استیو جابز برای عدم پشتیبانی از فلش شرکت اپل، در ایفون یک مثال کلاسیک از این تفکر بلندمدت است. در زمان عرضه ایفون، نگرانی بزرگی از محتوای تعاملی وب بر پایه فلش ساخته شده بود. از دیدگاه کوتاه مدت (۱۰ دقیقه‌ای و ۱۰ ماهه) این یک تصمیم فاجعه بار به نظر می رسید.

این کار، تجربه وگردگی میلیون ها کاربر را ناقص می کرد و انتقادات شدیدی را به همراه داشت. یک رهبر تجاری معمولی، تحت این فشار تسلیم می شد اما جابز، در حال گفت‌وگو با نسخه ۱۰ ساله آینده از خودش بود. او آینده ای را می دید که در آن، وب موبایل باید بر پایه استانداردهای باز، امنیت بالا و مصرف بهینه باتری بنا شود؛ ویژگی هایی که فلش فاقد آنها بود. قضاوت او، نه براساس واقعیت های زمان حال، بلکه براساس یک دیدگاه بی رحمانه و دقیق از آینده شکل گرفته بود. تصمیمی که در کوتاه مدت ناممکن و حتی اشتباه به نظر می رسید، در بلندمدت، نه تنها درست، بلکه به یکی از مهم‌ترین عوامل در شکل دادن به اینترنت موبایلی که امروز می شناسیم، تبدیل شد.

سخن پایانی

یک تصمیم ناممکن، یک لحظه ضعف یا شکست برای یک رهبر تجاری نیست؛ این لحظه تعریف کننده است. این فرصتی است که در آن، یک مدیر از یک حل کننده مسئله، به یک معمار معنا تبدیل می شود. کیفیت یک رهبر، در نهایت، نه با نتیجه بی نقص تصمیم هایش، که اغلب تحت تاثیر شانس و عوامل خارج از کنترل است، سنجیده نمی شود. کیفیت واقعی یک رهبر، در استحکام و شفافیت «فرآیندی» است که او برای پیمودن مسیر از دل عدم قطعیت به سوی یک انتخاب معتبر و اصولی، معماری می کند. این فرآیند، به خودی خود، یک دارایی استراتژیک است که به کل سازمان می آموزد چگونه در توفان های آینده فکر کند، بحث نماید و تصمیم بگیرد. در نهایت، بزرگ ترین دستاورد یک رهبر تجاری در مواجهه با یک تصمیم ناممکن، انتخاب مسیر درست نیست؛ بلکه ساختن تیمی است که پس از این انتخاب، فارغ از نتیجه، قوی تر، همسوارتر و شجاع تر از همیشه، در کنار یکدیگر ایستاده اند.

منبع:
how-to-make-a-seemingly-impossible-leadership-decision-https://online.hbs.edu/blog/post/leadership-decision-making