شرکت ۶۳۶۵ نفر در آزمون نظام مهندسی البرز

آزمون ورود به حرفه مهندسان، برای دریافت پروانه اشتغال به کار مهندسی، با شرکت ۶۳۶۵ نفر در البرز در حال برگزاری است.

به گزارش پیام آشنا، آزمون ورود به حرفه مهندسی در هفت رشته مهندسی شامل عمران، معماری، تأسیسات مکانیکی، تأسیسات برقی، شهرسازی، نقشه‌برداری و ترافیک و شش رشته کاردانی و معماران تجربی در سه حوزه دانشگاه خوارزمی، دانشگاه پیام نور استان البرز و مرکز آموزش علمی کاربردی نام خمینی کرج همزمان با سراسر کشور در حال برگزاری است.

تعداد شرکت‌کنندگان در این آزمون ۶۳۶۵ نفر بوده و نتایج آن از طریق وبسایت دفتر مقررات ملی ساختمان به اطلاع شرکت‌کنندگان خواهد رسید.

طبق قانون نظام مهندسی ساختمان، مصوب سال ۱۳۷۴ هیأت وزیران، اعتبار قبولی در کلیه آزمون‌های نظام مهندسی حداکثر به مدت سه سال از تاریخ آزمون بوده و داوطلبان می‌بایست قبل از پایان این مدت، با مراجعه به دفتر مقررات ملی ساختمان، مرجع صدور مجوزها، درخواست صدور پروانه اشتغال داده تا پس از بررسی، پروانه اشتغال آنان صادر شود.

وزیر راه و شهرسازی در پیامی به مناسبت روز جهانی شهرسازی عنوان کرد؛

ساختن آینده‌ای پایدار برای شهرهای ایران با ارتقای نقش شهرسازان

وزیر راه و شهرسازی در پیامی ضمن تبریک روز جهانی شهرسازی اظهار فیروزی کرد: دانش شهرسازی که طیف گسترده‌ای از رشته‌های دانشگاهی در هویت بخشیدن به آن نقش داشته‌اند، بتواند جایگاه شایسته خود را در توسعه شهری سزمین مان پیدا کند

به گزارش پیام آشنا فرزانه صادق وزیر راه و شهرسازی ضمن تبریک روز جهانی شهرسازی در پیامی بخشی از رویکردهای وزارت راه و شهرسازی را در این زمینه تشریح کرد. در متن پیام صادق آمده است:

«همدل هستی را شاکرم که این فرصت را نصیب من کرد که بار دیگر روز جهانی شهرسازی را به همه متخصصان، حرفه‌مندان، دانشگاهیان، و فعالان حوزه شهرسازی کشور تبریک بگویم. این روز بهانه‌ای است برای تقدیر از جامعه علمی و حرفه‌ای شهرسازی که با دانش و تعهد خود بهبود زندگی مردم را رقم می‌زنند. امید دارم که دانش شهرسازی به طیف گسترده‌ای از رشته‌های دانشگاهی در هویت بخشیدن به آن نقش داشته‌اند، بتواند جایگاه شایسته خود را در توسعه شهری سزمین مان پیدا کند و به عنوان یکی از ارکان اصلی ساختن آینده‌ای پایدار برای شهرهای ما ایفای نقش کند.

شعار امسال روز جهانی شهرسازی، «خانه‌ها را برنامه‌ریزی آغاز می‌شوند». یادآور اهمیت برنامه‌ریزی صحیح در تأمین مسکن و سکونتگاه‌هایی است که علاوه بر برآورده ساختن نیازهای گوناگون شهروندان ، در خور شأن آنها نیز باشد. تأکید می‌نمایم که تأمین مسکن فقط ساخت واحدهای مسکونی نیست، بلکه هدف، ایجاد فضایی است که در آن زندگی اجتماعی و فرهنگی شکوفا شود. نیازهای اقتصادی پاسخ داده شود و شهری با کیفیت شایسته زیست شهروندان ساخته شود. بدون تردید مسکن باید در پیوندی ناگسستنی با برنامه‌ریزی جامع و یکپارچه شهری باشد تا زندگی مردم را رقم می‌زند. امید دارم که دانش شهرسازی پویا، عادلانه و زیست‌پذیر برای همه فراهم کند.

در وزارت راه و شهرسازی، همواره تلاش کرده‌ایم و بار دیگر تعهد می‌دهیم که نگاه ما به «تأمین مسکن» با اصول قانون جهش تولید مسکن و برنامه هفتم پیشرفت همسو باشد و مسکنی فراهم آوریم که علاوه بر دارا بودن خدمات پشتیبان و زیرساخت‌های لازم، به عنوان فضایی امن، زیبا و درخور شأن مردم عزیز کشورمان نقش‌آفرینی کند. این همان مسکنی است که با برنامه‌ریزی جامع و مؤثر آغاز شده و به ایجاد سکونتگاه‌هایی پایدار، عادلانه و فراگیر می‌انجامد.

امیدوارم با همت تمامی کارشناسان و متخصصان حوزه شهرسازی و با استفاده از تجربه‌های ملی و بین‌المللی، بتوانیم در مسیری حرکت کنیم که شهرها و سکونتگاه‌های ما سرشار از امنیت، عدالت و آرامش برای همگان باشند.

دستیابی به چنین آینده‌ای تنها با همدلی و همکاری و برنامه‌ریزی هدفمند ممکن است. به امید ساختن شهرهایی روشن‌تر و پرامیدتر برای یکایک شهروندان ایران.»

شنیدن خبرهای دست اول محله در گرمابه

محله راه آهن در قدیم ۶ گرمابه داشت که اکنون چراغ ۲ باب از آنها به خاطر استقرار مسافران و مهمانان مسافرخانه‌ها همچنان روشن و برخی دیگر به آبگرمخانه‌های چند طبقه و واحدهای قوطی کبریتی تبدیل شده است.

ترنا روزبهانی: حمام شیک در خیابان کارگر، حمام نوروززاده در ابتدای خیابان مختاری، حمام شارعی نرسیده به خیابان وحدت اسلامی، حمام حاج حسن عاطفه در کوچه ارمیدهشت که مرحوم علی حاتمی هم در آنجا ساکنت داشت و حمام کوکب در خیابان وحدت اسلامی مهمترین و شلوغ‌ترین حمام‌های محله راه آهن بودند که علی اصغر فرهادی، ساکن قدیمی این محله از آنها نام می‌برد.

و درباره اینکه حمام‌های قدیمی نقلی می‌کنند «محله راه آهن ۶گرمابه داشت. آن موقع‌ها سالن انتظار این حمام‌ها شلوغ بود و مراجعان باید نوبت می‌گرفتند مشتری‌ها مدت‌ها می‌نشستند تا صدایشان کنند. این حمام‌ها جزو حمام‌های شیک و بزرو تهران بودند. چون هم دوش داشتند و هم با دیگ، آب حمام گرم می‌شد و همیشه آب گرم پشت دست مشتری بود. معمولا مشتری این حمام‌ها اقشر ضعیف محله یا مسافران مهمان خانه‌های اطراف هستند. متلقه چندانی است با توسعه شهر تهران این محله هم دستخوش تغییرات شد و با ساخت و سازهای اخیر چهره دیگری برای محله راه آهن و فضاهای قدیمی‌اش به وجود آورده که با هویت قدیمی و تاریخی محله بسیار تفاوت دارد.»

حمام‌های محله فقط محل شست‌وشو و نظافت نبوده، بلکه بخشی از دورهمی‌ها و خوش‌وبش‌ها و مقدمه پارای از مراسم و تصمیمات قدیمی‌ها هم زیر همان سقف‌های بلند شکل می‌گرفت؛ از خواستگاری دختران برای پسرهای جوان توسط مادران گرفته تا حمام عروسی و زایمان و... که باعث می‌شد همیشه حال‌وهوای حمام‌های این محله پر از شور و شادی باشد. خلاصه اینکه حمام در گذشته یک‌نهاد اجتماعی محسوب می‌شد. فراهانی در این باره می‌گوید: «از زمان که هنوز وارد مصر از تبلیغات نشده بودیم، فرهنگ خاصی بین مردم برای کسب اخبار و اطلاعات رایج بود. یکی از مکان‌هایی که اخبار دست اول محله را می‌توانستید آنجا به دست بیاورید گرمابه بود. اهالی ساعت‌های طولانی در گرمابه می‌ماندند و حتی میان وعده‌ای با خود به همراه می‌بردند. بساط قلیان هم در حمام به پا بود. عموماً سلامتی و بهداشت بهانه بود برای نوعی احوالپرسی و از حال هم باخبر شدن و گرنه حمام رفتن و قلیان کشیدن حیثی با هم جور نبودند ولی این گپ و گمدها حال هر دو یعنی هم گرمابه‌دار و هم مشتری را خوب می‌کرد. شاید این موضوع برای نسل امروز کمی عجیب باشد.»

دستیابی به شهر هوشمند با همکاری شهروندان

یک فعال محیط زیستی با پرداختن به دستاوردهای احیای رودخره فرحزاد از عموم شهروندان خواست تا در حفظ و پایداری دستاوردهای زیست محیطی مشارکت کرده و برای رسیدن به شهر هوشمند، زیست‌پذیر و سالم همکاری کنند

به گزارش پیام آشنا به نقل از همشهری آنلاین: آیین بهره‌برداری از فاز اول پروژه احیا منطقه طبیعت گردی رودخره فرحزاد امروز -نوزدهم آبان ماه سال ۱۴۰۳- همزمان با یکصد و پنجاهمین پویش لمید و افتخار با حضور علیرضا زاکانی شهردار تهران، داود گودرزی معاون خدمات شهری و محیط زیست شهرداری تهران، علی محمد مختاری مدیرعامل سازمان بوستان‌ها و فضای سبز شهر تهران، سید محمدحسن ابوترابی فرد امام جمعه موقت تهران، شیدا تصاری رئیس سازمان حفاظت محیط زیست و همچنین برخی مدیران شهری برگزار شد.

احمد نوحه‌گر، استاد دانشگاه و فعال محیط زیست گفت: از عزیزانی که این پروژه را به سرانجام رساندند، تشکر می کنم و امیدوارم روزهای خوب محیط زیستی شهر افزایش پیدا کند. او بر اهمیت تطبیق فرایندهای اکولوژیکی با نیازهای انسانی و ضرورت پر کردن شکاف بین علم و عمل اشاره کرد و گفت: برای دستیابی به یک محیط زیست پایدار، شناخت ظرفیت‌ها و مسائل مرتبط ضروری است. در بسیاری از نقاط کشور، اقدماتی بدون شناسایی ظرفیت‌ها انجام شده که این امر باعث مشکلاتی شده است.

نوحه گر از تلاش‌های صورت گرفته توسط شهرداری تهران و متخصصان حوزه‌های مختلف به ویژه در زمینه حفظ محیط‌زیست و توسعه زیرساخت‌های پایدار، قدردانی کرد. همچنین اهمیت دستیابی به یک رویکرد سیستمی برای مدیریت بهتر اکوسیستم‌ها و مشارکت فعال شهروندان و ذی‌نفعان به عنوان یک رکن اساسی در موفقیت پروژه‌های محیط‌زیستی را مورد تأکید قرار داد.

مسکن ملی ضعیف‌تر از مسکن مهر

آمارهای رسمی که از سوی سیستم بانکی و دولت درباره «مسکن ملی» اعلام شده است نشان می‌دهد، جای بانک‌ها و مردم در این طرح کاملا عوض (اورنه) شده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، به شکل طبیعی و کاملا قابل انتظار، تسهیلات ساخت مسکن یک‌حداقل ۷۰ درصد از «هزینه ساخت و تأمین مسکن» به‌ویژه در طرح‌های حمایتی را پوشش دهند. این اتفاق در مسکن مهر افتاد به این معنا که پیش‌خریداران مسکن مهر در اواخر دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰، با پرداخت ۱۰ میلیون تومان آورده نقدی در آن مقطع، به‌پشتوانه ۲۵ میلیون تومان تسهیلات بانکی، تقریبا تمام هزینه ساخت مسکن ملی را تأمین کنند. طبق یک آمار رسمی، بانک‌ها تاکنون ۱۶۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات به پروژه‌های مسکن ملی پرداخت کرده‌اند. اما مردم بعضی حدود ۸۰۰ هزار خانوار تبتنام‌کننده در طرح، ۲۰۰ همت «آورده نقدی» پرداخت کرده‌اند. این یعنی، «هیم ناچیز تسهیلات بانکی» در طرحی که دولت قول داده است «کلید مسکن را با قیمت پایین (ارزان) به خانه‌دارها تحویل می‌دهد». در حالی آورده بانک‌ها در طرح مسکن ملی اب رفته است که این طرح قرار بود با حمایت و همکاری بانک‌ها اجرایی شود، به‌نحوی که با کمترین فشار امکان خانه‌دار شدن دهک‌های پایین درآمدی در کشور را فراهم کند؛ با این وجود وضعیت کنونی از آمار تسهیلات پرداخت شده در این طرح نشان از آن دارد که وعده حمایت دولت از خانه‌دار شدن اقشار ضعیف به نتیجه مطلوب نرسیده است.

درصد هزینه ساخت مسکن ملی را تامین کنند. طبق یک آمار شده است. درواقع بانک‌ها نتوانسته یا نخواسته‌اند که ۷۰ شرکت‌ها توانستند نزدیک به ۶هزار میلیون تومان و به عبارت دیگر پنج برابر سرمایه خود، تسهیلات مسکن پرداخت کنند اما جریان فعالیت این صندوق‌ها متوقف شد تا اینکه در سال ۹۵ دستورالعمل مربوط به راه‌اندازی این موسات توسط شورای پول و اعتبار تصویب شد. به تازگی بازوی پژوهشی مجلس شورای اسلامی با انتشار یک گزارش کارشناسی درباره دستورالعمل اجرایی تاسیس، فعالیت و نظارت بر موسسات پس‌انداز و تسهیلات مسکن که سال ۹۵ تنظیم و تصویب شد ضمن برشماری نقاط قوت و ضعف دستورالعمل مذکور بر اصل ضرورت فراهم کردن امکانی برای کمک به تسهیلاتدهی به متقاضیان خرید مسکن که در متن بازار مسکن یعنی خارج از طرح‌های خانه‌سازی دولتی قصد خرید ملک دارند، تاکید کرده است. مفاد دستورالعمل مذکور اگرچه هرگز فرصت اجرا پیدا نکرد، اما مرور آن با توجه به نیاز امروز بازار مسکن به ابزارهای تامین مالی برای تسهیلات‌دهی، خالی از لطف نیست. متن بازنگری شده این دستورالعمل نیز مرداد امسال به تصویب هیات عالی بانک مرکزی رسیده است. اما ماهیت این دستورالعمل چیست؟ براساس این دستورالعمل، امکان تاسیس موسسات پس‌انداز و تسهیلات مسکن به صورت منطقه‌ای در کلان‌شهرها و مراکز استان‌ها فراهم می‌شود. هدف از تاسیس چنین موسساتی، جمع‌آوری سرمایه‌های خرد و به کارگیری آنها در امر تسهیلات‌دهی به متقاضیان خرید مسکن و نیز سایر فعالان بخش مسکن و ساختمان است. این ایده در دنیا قدمتی ۲۰۰ ساله دارد؛ کما اینکه اولین فعالیت موسسات پس‌انداز و تسهیلات مسکن، در سال ۱۷۷۶ در انگلستان آغاز شد. این موسسات تک‌شعبه‌ای - یا حداکثر با شعبی در محدوده یک شهر یا استان - مانند بانک‌های کوچک و کارآمدی عمل می‌کنند که با حداقل نرخ سپرده قانونی نزد بانک مرکزی امکان فعالیت پیدا می‌کنند. هرچند دستورالعمل تشکیل این «بانک‌های کوچک و چابک به شکل منطقه‌ای در سال ۹۵ توسط شورای پول و اعتبار تصویب شد تا به واسطه فعالیت آنها بخشی از بار تسهیلات‌دهی به بخش مسکن از روی دوش بانک‌ها برداشته شود، اما در عمل تاکنون هیچ‌کدام از این موسسات پس‌انداز و تسهیلات مسکن شکل نگرفته‌اند. به گفته کارشناسان، یکی از دلایل اصلی این امر، بی‌توجهی به ظرفیت‌های موجود در بانک‌ها و موسسات اعتباری است. در حالی که بانک‌ها و موسسات اعتباری در حال حاضر با مشکل نقدینگی مواجه هستند، تاسیس موسسات جدید، نه‌تنها مشکل نقدینگی را حل نمی‌کند، بلکه با ایجاد هزینه‌های اضافی، بر مشکلات موجود می‌افزاید.

اعتبارسازی برای خریداران خانه

دولت درصدد است تا دستورالعمل تشکیل موسسات پس‌انداز و تسهیلات مسکن را پس از گذشت ۹ سال از تصویب یا تغییراتی به جریان بیندازد و به واسطه آن برای متقاضیان خرید خانه اعتبارسازی کند

به گزارش پیام آشنا پیشینه صندوق‌های پس‌انداز و وام مسکن در ایران به سال‌های پیش از انقلاب مربوط می‌شود. این مدل از تامین مالی بخش مسکن، در سال ۱۳۴۷ با عنوان «شرکت‌های پس‌انداز و وام مسکن» از سوی بانک رهنی و با کمک بانک مرکزی در آن دوره ایجاد شد. ساختار این موسسه‌های مالی این‌گونه بود که با استفاده از پس‌اندازها و سپرده‌ها از سرمایه‌گذاران خصوصی، به اعطای وام مسکن می‌پرداخت. عملکرد شرکت‌های پس‌انداز و وام مسکن پیش از انقلاب اسلامی به‌گونه‌ای بود که آنها در مدت ۱۵سال فعالیت خود (تا سال ۱۳۵۶)، نزدیک به ۳هزار میلیون تومان یعنی به میزان ۲.۷ برابر سرمایه خود، سپرده پس‌انداز جذب کردند. این

دینامیک‌های «تک‌برنده» بودن در بازار

بازارهای «تک‌برنده» بازارهایی که تولیدکننده برتر یک محصول در آن بیشتر از سایر رقبا سهم دارد) از مدت‌ها قبل در حوزه ورزش، سیاست، مسرگرمی و برخی دیگر از بخش‌های اقتصاد وجود داشته‌اند. مثلا در ورزش، در یک یا چند فصل یک تیم همواره برنده مسابقات است. در انتخابات سراسری برخی کشورها، برای چند دوره متوالی تنها یک نفر به عنوان رئیس‌جمهور کشور انتخاب می‌شود. این وضعیت زمانی به‌وجود می‌آید که یک شرکت‌کننده در یک مسابقه کل جوایز یا منافع را برنده شود. فقط بدلیل شخصیت و اعتبار نیست که در این شرایط نصیب تنها فرد برنده می‌شود، بلکه برندگان لاحقه‌ای لقب، پوشش رسانه‌ای بیشتری دریافت می‌کنند و رقابت بیشتری برای دریافت خدمات آنها شکل می‌گیرد. اما در حوزه کسب و کار وضعیت کاملا متفاوت است.

شرکت تک‌برنده در رقابتی که برای تسلط بر بازار وجود دارد، بزرگ‌ترین سهم را می‌گیرد که البته ۱۰۰ درصد هم نیست. ممکن است یک یا دو یا چند شرکت دیگر در رقابت وجود داشته باشند، اما آنها معمولا بازیگران فرعی بازارند. «جست‌وجوی گوگل» یک مثال عالی از پدیده تک‌برنده بودن است. تا اوت ۲۰۲۳ سهم بازار گوگل در جست‌وجوی کاربران با گوشی موبایل ۹۵.۵ درصد بوده و مرور گرهای DuckDuckGo و یاهو به ترتیب با سهم بازار ۱۶ و ۱.۵ درصد، بازیگران فرعی هستند.

کدام کسب و کارها؟ کدام دینامیک‌ها؟

پس کدام کسب و کارها تمایل دارند پدیده تک‌برنده را به نمایش بگذارند؟ در پاسخ باید گفت این مسأله عمدتا مربوط به شرکت‌های تکنولوژی یا کالاها و خدمات دیجیتال است. شرکت‌هایی که کالاهای فیزیکی می‌فروشند معمولا در بازارهای خود تک‌برنده نیستند. تعداد شرکت‌های بسیار موفق که کالاها و خدمات فیزیکی می‌فروشند و سهم بازار بزرگی دارند زیاد است. در این حوزه معمولا انحصار چندجانبه است. به طوری که دو سه یا چند شرکت دارای سهم بازار بزرگی هستند و هیچ کدام‌شان انحصار مطلق به آن معنا که بر کل بازار مسلط باشند و بقیه فرعی محسوب شوند ندارند. فقط کسب و کارهایی که کالاها و خدمات دیجیتال دارند بتانسیل مستقیم به وضعیت انحصار کامل یا انحصاری در صنایع خود را دارند. چنین صنایعی دارای بتانسیل رشد تصاعدی هستند که دینامیک‌های بازار تک‌برنده را ایجاد می‌کنند.

محصولات معمول که در اقتصاد کسب و کارهای کالاهای فیزیکی مورد استفاده قرار می‌گیرند عبارتند از: کمبود کالا، کاهش بازدهی نسبت به مقیاس و هزینه‌های حاشیه‌ای (هزینه‌ای که با تولید یک واحد دیگر از محصول به اقتصاد اضافه می‌شود) که هیچ کدام نمی‌توانند فقط اقتصاد کسب‌وکارهای کالاهای دیجیتال بطقا برعکس این است.

کالاهای دیجیتال کالاهایی هستند که می‌توانند دیجیتالی شوند؛ یعنی به بیت (کوچک‌ترین واحد اطلاعات ممکن که با ۰ یا ۱ مشابه نشان داده می‌شود) و بایت (گروه‌هایی که هر کدام ۸ بیت هستند) تبدیل شوند تا کامپیوترها بتوانند آنها را مرتکز تحلیلی، تجزیه و تحلیل کنند. نمونه‌های کالاهای دیجیتال عبارتند از نرم‌افزار، کتاب‌های الکترونیک، عکس‌های دیجیتال، پخش موسیقی آنلاین و... کسب و کارهایی که کالاهای دیجیتال دارند دارای مزیت مقیاس و وسعت هستند که کسب و کارهای غیردیجیتال از آن برخوردار نیستند. هزینه‌های حاشیه‌ای تولید و توزیع شرکت‌هایی که کالاهای دیجیتال می‌فروشند، صفر یا نزدیک به صفر است. برخلاف شرکت‌های فروشنده کالاهای فیزیکی که هزینه‌های حاشیه‌ای آنها همیشه مثبت است، به عنوان مثال، ممکن است شرکت مایکروسافت برای توسعه نسل‌های مختلف نرم‌افزار سیستم عامل ویندوز یک میلیارد دلار یا بیشتر هزینه کند تا نتایج یک کپی دیگر از نرم‌افزار ویندوز عملا هیچ هزینه اضافه‌ای برای شرکت تحمیل نکند.

هزینه حاشیه‌ای توزیع نرم‌افزار به مشتریان از طریق اینترنت نیز برای شرکت صفر خواهد بود، بنابراین، یک شرکت کالاهای دیجیتال می‌تواند عرضه بی‌پایان محصول داشته باشد و هر چقدر که بخواهد محصولات جانبی بسازد و بفروشد، بدون اینکه هزینه حاشیه‌ای قابل توجهی متحمل شود. کسب و کارهای کالاهای دیجیتال، مشمول «قانون موور» (Moore's Law)، «قانون متکالف» (Metcalfe's Law) هستند. قانون موور می‌گوید با یک هزینه معین، قدرت محاسباتی در هر ۱۸ تا ۲۴ ماه دو برابر می‌شود. یکی از فاکتورهایی که ویژگی رشد تصاعدی کالاهای دیجیتال را نشان می‌دهد این است در عصر هوش مصنوعی، قدرت محاسباتی در واقع بسیار سریع‌تر از آنچه قانون موور پیش‌بینی می‌کند، افزایش یافته است. محققان دانشگاه استنفورد دریافته‌اند که قدرت محاسباتی هوش مصنوعی بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۸ هر سه یا چهار ماه دو برابر شده است.

قانون متکالف هم می‌گوید، ارزش یک محصول دیجیتال با افزایش تعداد کاربرانش، بیشتر و بیشتر می‌شود. این ویژگی اثرات شبکه‌ای کالاهای دیجیتال است؛ وقتی ارزش یک کالا با پیوستن هرچه بیشتر کاربران به شبکه بالا می‌رود، می‌گوییم یک کالا اثر شبکه‌ای دارد. یک روش دیگر برای توضیح این مسأله این است که کالاهای دیجیتال «ارزشی به مقیاس» یا «ارزش بالایی دارند».

بازدهی به مقیاس، رابطه بین ورودی و خروجی محصول یک شرکت در طول زمان را توضیح می‌دهد. به عنوان مثال می‌توان به شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین و پلتفرم‌های تجارت الکترونیک مانند آمازون اشاره کرد. با افزایش تعداد فروشندگان در سایت آمازون، خریداران بیشتری هم به پلتفرم خواهند آمد.

پیوست‌پژوهی‌کس:

صنایعی که اثرات شبکه‌ای قوی دارند به شدت متمرکزند. در این صنایع، مشتریان وقتی می‌خواهند یک محصول یا خدمت را کنار بگذارند و سراغ محصول یا خدمت دیگری بروند، باید هزینه زیادی متحمل شوند که باعث می‌شود وابسته شوند و موانع بروشدن به کسب و کار جدید زیاد باشد. این موضوع به دینامیک‌هایی برای تک‌برنده منجر می‌شود. یافتن نمونه‌هایی از چنین شبکه‌های دیجیتالی دشوار نیست (یا یک، یا دو برنده در بازار وجود خواهد داشت). گوگل و علی بابا را هم در نظر بگیرید. همه آنها از طریق اثرات شبکه صرفه‌جویی ناشی از مقیاس، نوآوری‌های تکنولوژیک ارائه کالاها و خدمات مکمل و استفاده از هزم اقتصادهای مقیاس و داده‌های بزرگ به رشد تصاعدی رسیده‌اند. به عنوان مثال، خدمات دیجیتال اپل شامل Apple Music، Apple TV+، Apple Fitness+، Apple News+، Apple Card و Apple Arcade است. (اپل کالاهای دیگری مثل آی‌فون و آی‌پد هم دارد، اما چون کالاهای فیزیکی هستند، شامل ویژگی‌های هزینه حاشیه‌ای صفر نمی‌شوند). البته کردن کالاها و خدمات مکمل، پایگاه مشتریان اپل را افزایش می‌دهد و مشتریان را به پلتفرم آن وابسته می‌کند. اپل با البته کردن چند کالا و خدمات دیگر به سبد محصولات خودش، از پویایی‌های بازار تک‌برنده منتفع می‌شود.

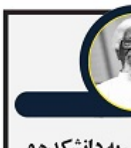
شرکت‌هایی که به موفقیت تک‌برنده می‌رسند معمولا اولین و سریع‌ترین قدام‌کنندگان در بازارهای خود هستند و بنابراین از مزایای اولین بودن هم استفاده می‌کنند: مثل برندسازی، کنترل داشتن بر هر گونه منابع کمیاب و پیش‌رفتن در منحنی یادگیری جلوتر از بقیه. همه اینها می‌توانند به یک شرکت کمک کند که به قدرت بازار دست یابد و بعد تسلطش بر بازار تقویت شود.

نتیجه‌گیری

بازارهایی تک‌برنده که با تکنولوژی‌هایی با رشد تصاعدی، گرات شبکه‌ای، نوآوری، صرفه‌جویی ناشی از مقیاس و مزایای اول بودن شناخته می‌شوند، یک سناریوی بازار پیچیده مشتکل از فرصت‌های بسیار را ارقم می‌کنند. در حالی که پیش بازارها به کارآیی و سودآوری برای بنرندگان منجر می‌شوند، پرسش‌هایی را در مورد نحوه کارکرد رقابت و برای جلوگیری‌مدام مخارج می‌کنند که ممکن است به بررسی دقیق نظارتی را ایجاب کند. همچنین این فلسفه با مدل‌های تولوژی مثل اکوسیستم‌های کسب و کار که بر منافعت دوجانبه ارزش‌های مشترک و رشد جمعی تاکید دارند، در تناقض است. وقتی پیچیدگی‌های دنیای امروز را حل می‌کنیم، محدودیت‌های رویکرد تک‌برنده بیشتر ظاهر می‌شوند و فضا را برای الگوهای جایگزینی که اهمیت به هم‌متصل کسب و کار مدرن هم‌خوانی بیشتری دارند، آزاد می‌کنند.

منوچهر بهرجرم‌ضایی

دیدگاه



وقتی معماری به دانشکده و پلی تکنیک نقل مکان کرد افولش آغاز شد

دماس نوکو

از روزی که حرفه {یا صنعت ساختمان} نام {معمار {تحصیل کرده}} را ابداع کرد، هیچ‌کاری را به خوبی زمانی که صنف سازندگان {و بنایان} وجود داشت انجام نداد. وقتی معماری به دانشکده و پلی‌تکنیک نقل مکان کرد، افولش آغاز شد و این شر مدارس رسمی {معماری} است. چرا که مدرسه معماری مکانی خلاقانه نیست.

مدرسه معماری جایی برای بازبینی است. {...} نه جای خلاقیت، و نه پیش‌بینی و نگاه به آینده در مدارس معماری فقط آنچه وجود دارد را می‌گیرند و کنار هم می‌گذارند، تا در کتاب‌ها ثبت و مستندسازی شود. وقتی شما این کار را بکنید همه‌چیز کهنه شده است. (در گفت‌وگو با Rupert Bickersteth، منتشر شده در وبسایت dezeen، سال ۲۰۲۳)

محیط زیست

درختان پارک‌های جنگلی تهران پیر شده‌اند

معاون امور جنگل سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور گفت: عمده توده‌های جنگلی اطراف تهران در حال حاضر به سن دیرزیستی رسیده و پیر شده‌اند، لذا خیلی آسیب‌پذیر شده‌اند؛ علاوه بر آن عواملی مثل آلودگی هوا و کم‌آبی این آسیب‌پذیری را تشدید کرده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، نقی شعبانیان افزود: پارک‌های جنگلی اطراف تهران ۵۰، ۶۰ سال قبل به وجود آمدند و توسعه یافتند بر اساس دانش و نیاز آن زمان جنگل‌کاری شدند که عمدتا سوزنی‌برگ‌ها هستند. درخالت پرورشی در سال‌های بعد باید فنجام می‌شد ولی عملیات چندانی صورت نگرفت.

وی با بیان اینکه این توده‌های جنگلی به چند دلیل آسیب‌پذیر هستند گفت: گونه‌های کاشته شده در پارک‌هایی مانند چیتگر، سرخه حصار، لویزان و تنگ‌کشتی، همسال و غیربومی هستند، یعنی این توده تمام شاخص‌های آسیب پذیری را داشته است. عمده این توده‌ها در حال حاضر در اطراف تهران به سن دیرزیستی رسیده‌اند و پیر شده‌اند، لذا خیلی آسیب‌پذیرتر شده‌اند علاوه بر آن عواملی مثل آلودگی هوا و کم‌آبی این آسیب‌پذیری را تشدید کرده‌اند.

معاون امور جنگل سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور ادامه داد: طرح‌های پرورشی، حفاظتی و حمایتی از این جنگل‌ها را باید حداقل از ۴۰ سال قبل تدوین و اجرا می‌کردیم تا درصدی از این درخت‌ها برداشت شوند و به جای آن‌ها گونه‌های دیگری به‌ویژه گونه‌های پهن‌برگ مقاوم مثل بلوط ایرانی، بنه و پسته وحشی کاشته شوند، به‌گونه‌ای که حداقل ۵۰ درصد جنگل‌کاری قدیمی را گونه‌های پهن‌برگ جایگزین می‌کردیم. این کار باعث می‌شد پارک‌های جنگلی هم ترکیب گونه‌ای مناسب و هم تنوع سنی داشته باشند اما طی این سال‌ها مقاومت توده‌های جنگلی اطراف تهران را افزایش ندادیم.

وی با بیان اینکه طی دو سال اخیر در حال انجام این کار هستیم و با شهرداری تهران جلساتی برگزار کردیم، اظهار کرد جلسات ما با شهرداری به‌صورت هفتگی برگزار می‌شود تا بتوانیم توده جنگلی مقاومی را حتی چهار پنج سال در اطراف تهران ایجاد کنیم. برای تهیه این طرح‌ها از توان و ظرفیت علمی و تحقیقاتی کشور استفاده کرده‌ایم.