کسب و کار

چرا گوگل را ترک کردم

در بخش اول این سلسله مطالب که هفته گذشته چاپ شد به داستانی درباره یکی از کارکنان سابق شرکت آمازون که چند ماه پس از ورود به شرکت پرآوازه آمازون آنجا را ترک کرد پرداختیم و گفتیم که شرکتهای بزرگ و مشهور بسیاری وجود دارند که هر کسی در دنیا آرزو دارد کار کردن در آنها را تجربه کند و بخشی از مجموعه‌های کاری قدرتمند و تاثیرگذاری مانند گوگل، اپل، آمازون، توییتر، مایکروسافت، سامسونگ یا تسلا باشند. با این همه ما شاهد این هستیم که هر ساله هزاران نفر از کارکنان و مدیران این شرکت‌ها به‌دلایل مختلف قید کار کردن در آنها را می‌زنند و با اشتیاق تمام این غول‌های مشهور و دوست‌داشتنی را ترک می‌کنند یا به شرکت‌های دیگر می‌روند یا اینکه ترجیح می‌دهند برای خود کار کنند.

داستان‌های این افراد از دلایل ترک این شرکت‌ها و مشکلاتی که در آنها وجود داشته است می‌گویند می‌تواند اطلاعات جالب و دست اولی را در مورد واقعیت‌های حاکم بر این شرکت‌ها ما بدهد که معمولا به‌طور رسمی و علنی در جایی مطرح نمی‌شوند اما وجود دارند.

در بخش دوم قصد داریم سراغ یکی از مدیران شرکت گوگل برویم که بعد از دو سال کار کردن در گوگل کارش را در آنجا رها کرده است.

من اخیرا کارم را به‌عنوان مدیر در یکی از بخش‌های شرکت گوگل رها کردم بدون اینکه پیشنهاد کاری فوق‌العاده‌ای دریافت کرده باشم یا بخواهم برای خودم کار کنم. شاید به‌نظر خیلی‌ها اقدام من برای ترک کردن شرکتی مانند گوگل اقدامی احمقانه و کاملا اشتباه بوده باشد اما به عقیده خودم این تصمیم بهترین تصمیمی بود که در تمام عمرم گرفته‌ام.

من در مجموع دو سال در شرکت گوگل کار کردم که ۱۸ ماه نخست آن برای من رویایی و عالی بود و من در آن ماه‌ها با اعضای تیم کاری‌ام رابطه‌ای فوق‌العاده خوب و دوستانه داشتم. وظیفه اصلی تیم کاری ما عبارت بود از بازسازی روابط نیروی کار در بخش‌های مختلف شرکت گوگل با هدف کاهش هزینه‌ها و افزایش ارائه طرح‌های جدید برای نوآوری و تنوع‌بخشی به محصولات و خدمات. همه چیز داشت برای من و اعضای تیم تحت رهبری‌ام در گوگل خوب پیش می‌رفت تا اینکه تصمیم گرفتم ایده‌ای بزرگ و جسورانه را برای متحول‌سازی یکی از بخش‌های کاری گوگل پیشنهاد دهم.

با توجه به ذهنیتی که از قبل در مورد شرکت گوگل داشتم توقع من این بود که ایده پیشنهادی‌ام که به عقیده من و چند نفر از همکارانم ایده‌ای ناب و فوق‌العاده بود با استقبال گرم مدیران گوگل روبه‌رو شود و آنها برخوردی مثبت با آن داشته باشند. اما پس از گذشت چند هفته از ارائه آن ایده به مدیریت گوگل هیچ بازخوردی از آنها دریافت نکردم. وقتی هم دوباره این کار را تکرار کردم و نامه‌نگاری مجددی را با مدیران گوگل صورت دادم متوجه شدم که آنها اصلا پیشنهاد مرا مورد بررسی هم قرار نداده‌اند و برای آن هیچ ارزشی قائل نشده‌اند و همان جا بود که من فهمیدم یک نوع «فرهنگ قبیله‌ای» در گوگل جریان دارد که براساس آن، ایده‌های ناب و ابتکارات ارائه شده از سوی افراد، تنها زمانی ارزشمند است و مورد اعتنا قرار می‌گیرد که آن ایده یا ابتکار از طرف کسانی ارائه شده باشد که از اعضای قبیله صاحب نفوذ و نخبه حاکم بر شرکت گوگل به شمار آیند و در غیر این صورت آن ایده و ابتکار به احتمال زیاد راه به جایی نخواهد برد.

من قبل از پیوستن به شرکت گوگل نزدیک به ۱۲ سال در شرکت مایکروسافت کار کرده بودم و در پروژه ایکس باکس مشارکت فعالی داشتم و در آن سال‌ها شاهد بودم که یک نوع «فرهنگ ادهوکراسی» در مایکروسافت حاکم بود به‌طوری من در زمانی که در مایکروسافت کار می‌کردم آن را یک سازمان واقعا پویا و سرزنده احساس می‌کردم که در آن ایده‌های ناب و سازنده با استقبال گرم مدیران و رهبران شرکت روبه‌رو می‌شوند و اصلا اهمیتی ندارد که آن ایده ارزشمند توسط چه کسی از کدام بخش ارائه شده باشد.

من خودم به شخصه انسانی ماجراجو و چالش دوست هستم و یکی از دلایل پیوستنم به گوگل این بود که فکر می‌کردم گوگل جایی است که می‌تواند عطش من را برای درگیر شدن با چالش‌های پیاپی و ماجراجویی کاری برطرف کند اما متاسفانه در عمل دیدم که فرهنگ مبتنی بر «قبیله‌گرایی» و گروه‌گرایی در گوگل باعث تنگ‌تر شدن دایره نخبگان و ایده‌پردازان در آنجا شده و افراد خارج از این دایره شانسی برای معرفی ایده‌ها و پیاده‌سازی آنها ندارند.

با این همه در هفته‌های نخست به مشکل خودتم با مدیران گوگل بر سر ایده بزرگی که به آنها پیشنهاد داده بودم سعی کردم از خودم انتقاد کنم و پیوسته از خودم می‌پرسیدم که کجای ایده پیشنهادی‌ام مشکل داشته و چرا من نتوانسته‌ام دیگران را در مورد درست و موثر بودن ایده پیشنهادی‌ام متقاعد کنم.

من حتی برای اینکه مطمئن شوم مشکل از ایده من نیست، آن را با رئیس مستقیم خودم مطرح کردم و از او درباره آن نظر خواستم. او که واقعا انسان شریفی بود بعد از بررسی ایده پیشنهادی‌ام به من گفت ایده‌ام هیچ مشکلی ندارد و در صورت پیاده شدن در شرکت گوگل می‌تواند بسیار مشکل‌گشا و موثر باشد. اما او هم به وجود همان چیزی در شرکت گوگل اشاره کرد که خودم هم آن را احساس کرده بودم یعنی وجود فرهنگ قبیله‌ای و بسته به بودن دایره ایده پردازان مورد وثوق و تعیین‌کننده در شرکت که افراد خارج از دایره خود را به بازی نمی‌گرفتند.

به هر حال من پس از چند ماه کلنجار رفتن با خود و مدیران شرکت گوگل به علت اینکه نتوانستم ایده پیشنهادی‌ام که به گواه بسیاری از همکارانم ایده‌ای فوق‌العاده و کاربردی بود، مجبور به ترک شرکت گوگل شدم و ترجیح دادم در جای دیگری کار کنم که برای خود ایده‌ها و ابتکارات پیشنهادی ارزش قائل هستند و نه فرد یا افرادی که آن ایده‌ها را پیشنهاد داده‌اند.

نویسنده: Zeb Fitz Simmons
مترجم: سید حسین علوی لنگرودی

بضاعتی پور خبر داد؛

پارک «محیطبان» مجهز به دو سکوی بازدید است

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج گفت: پارک محیطبان مجهز به دو سکوی بازدید است و الزامات یک پارک استاندارد حیات‌وحش را دارد.

به گزارش پیام آشنا، پیمان بضاعتی پور در مراسم افتتاح پارک ۱۷ و نیم هکتاری محیطبان که روز گذشته برگزار شد، گفت: این پارک هفدهمین پارکی است که در دوره پنجم مدیریت شهری افتتاح شده است.

وی با اشاره به اینکه عملیات اجرایی این پروژه اواسط سال ۹۷ آغاز شد، گفت: این پروژه با حمایت شهردار کرج و تخصیص اعتبارات لازم از سوی شورای اسلامی شهر به بهره‌برداری رسید.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج گفت: با بهره‌برداری از این آبگیر پارک ویژه حیات‌وحش بیش از ۱۷ هکتار از اراضی شمال حصار، محدوده بالای میدان حافظ تا تونل بیفلقان در دسترس شهروندان قرار گرفت.

بضاعتی پور در بخش دیگری تأکید کرد: پارک محیطبان مجهز به دو سکوی بازدید، سالن قرنطینه مجهز به کلینیک دامپزشکی، سیلوی ذخیره علوفه بوده و همه الزامات یک پارک استاندارد حیات‌وحش را دارد. وی همچنین با اشاره اینکه چهار پروژه دیگر تا پایان خردادماه به بهره‌برداری خواهد رسید، گفت: پیش‌ازاین پارک «روشندلان» و «ایران کوچک» از پارک‌های موضوعی بود که افتتاح‌شده و پارک «دوستدار کودک» نیز با تلاش مدیریت شهری در سال جاری احداث خواهد شد.

گفتنی است: ارزش این پروژه ۲۰۰ میلیارد ریال اعلام‌شده است.

احمدی‌نژاد خبر داد؛

چراغ فرماندهی سه‌راه «باسکول» نصب شد

معاون حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری کرج از نصب و بهره‌برداری چراغ فرماندهی سه‌راه باسکول تقاطع بلوار امیرکبیر - پیام خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، محمدرضا احمدی‌نژاد با اشاره به نقش مهم چراغ فرماندهی در تقاطع‌های پرتردد شهر که منجر به کاهش تصادفات، رفع گره ترافیکی و انضباط بخشی به حرکت وسایل نقلیه و عابرین پیاده می‌شود، گفت: چراغ فرماندهی سه‌راه باسکول «تقاطع بلوار امیرکبیر - پیام» باهدف روان‌سازی اختلالات و گره‌های ترافیکی در این منطقه نصب و راه‌اندازی شد و کنترل بار ترافیکی معبر مذکور و تأمین دسترسی با ایمنی بیشتر به رانندگان برای تردد از بلوار امیرکبیر به بلوار پیام و بلعکس از دیگر اهداف اجرای این امر مطرح کرد. معاون حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری کرج گفت: بدون شک ایمن‌سازی و روان‌سازی جریان ترافیک نقش تأثیرگذاری را در افزایش رضایت شهروندان ایفا می‌کند.

اثرگذاری مهم پرورش یافتگان در عصر دیجیتال

در قسمت قبل گفتیم بنیان‌گذاران غول‌های بزرگ دیجیتال دنیا خیلی زود دریافتند که دیجیتال می‌تواند سرعت رقابت کسب‌وکار را بیشتر کند بنابراین آنها برای سازگار شدن با این سرعت بالا، نوآوری را وارد فرهنگ روش‌های کار، طراحی سازمان و مدل رهبری کسب‌وکارشان کردند و اجرای مدلوم آن به منبع اصلی مزیت رقابتی برای آنها تبدیل شد. در قلب این رویکرد، مفهوم «چرخ نوآوری» قرار دارد که یک حلقه یادگیری است که قدرت نوآوری هر روزه را تامین می‌کند. چرخ نوآوری حول یک قضیه اثبات‌شده اصولی می‌چرخد. هر چقدر بیشتر در مورد مشتری بدانید، شانس بیشتری برای نوآوری کردن و ایجاد ارزش برای آن مشتری دارید.

برای شرکت‌های پیشکسوت که رهبری بازار را در اختیار دارند، چرخ نوآوری فرصتی فراهم می‌کند تا از شیوه‌ها و پرورش یافتگان در عصر دیجیتال درس بگیرند و از آن برای سرعت بخشیدن به نوآوری دیجیتال استفاده کنند. آنها باید این کار را با ساختن و سازماندهی یک تیم چرخ نوآوری، برای کاربر نهایی شروع کنند. رهبری ارشد سازمان، چالشی واضح را برای تیم مشخص می‌کند؛ اینکه اصطکاک موجود را پیدا کنند، راه‌حلی ابداع کنند و هر چه زودتر آن را پیاده‌سازی کنند.

بزرگترین درسی که می‌توان از پرورش‌یافتگان در عصر دیجیتال آموخت این است که چهش خلاقانه در ابداع و اختراع، صرفا قدم اول است کار واقعی بعد از معرفی محصول اتفاق می‌افتد. چرخ نوآوری یک طرح اولیه عملیاتی برای تیم فراهم می‌کند تا نمونه‌های متوالی نوآوری مدلوم را به وجود آورد و هدف این است که کاربر نهایی در یک چرخه منفعت‌آور تعهد و درگیری قرار گیرد. شیوه‌ها، آن، متدولوژی‌های بنیادین تفکر طراحی، ناب و چابکی را با چهار مرحله ادغام می‌کند که ریسک را کاهش و شانس موفقیت را افزایش می‌دهند:

● ساختن دانش کاربر نهایی از طریق بازخورد داده‌های کمی و کیفی را تلفیق کنید تا تیم چرخ نوآوری بتواند به آسانی و آنی به دسترسی دانشه باشد. رهبری سازمان باید گارمیل‌ها و پروتکل‌های واضح و مشخصی را برای داده‌های شخصی و حفظ حریم شخصی تعیین کند چون اینها عواملی ضروری برای راهنمایی و تصمیم‌گیری هستند.

● ایجاد دیدگاه با استفاده از ابزارهای تحلیل و مجموعه‌ای از روتین‌ها با شناسایی اینکه بزرگترین فرصت‌ها کجا نهفته‌اند، ارزش جدید ایجاد کنید.

● انجام آزمایش با ساختارزدایی نسخه‌های قوی و سریع که اثرگذاری را رصد می‌کنند. محرک شاخص‌های کلیدی عملکرد هستند و هدررویدادها حذف می‌کنند. راه‌حل‌های نوآورانه ایجاد کنید.

● نوآوری کردن. فرایندهایی ایجاد کنید که امکان توسعه مدلوم محصول، خدمات و پلتفرم‌ها را ایجاد می‌کند.

تیم‌ها باید به کاربردن این مازومات، می‌توانند نوآوری کنند و نوآوری‌های خود را سریع و اجرایی کنند. رویکرد چرخ نوآوری با آزمایش سریع و کارآمد هماهنگ است. افزایش شانس، ناشی از انجام کار بیشتر در یک بازه زمانی یکسان نیست بلکه ناشی از انجام کاری با اثرگذاری بیشتر است. برخی شرکت‌ها با استفاده از هوش مصنوعی در انجام آزمایش‌های خود این شتاب را به سطح بعد می‌برند.

شرکت UPS که ۱۱۰ قسمت دارد و از پیشتازان بازار در عرصه لجستیک است، اخیرا یک حلقه شتاب‌نوآوری را معرفی کرده تا بازار ۶۰ تریلیون دلاری تجارت الکترونیک B۲B را تدبیل کند. این شرکت کارش را تمرکز بر یک فامستریان کلیدی «کسب‌وکارهای کوچک و متوسط» شروع کرد و آنها را در مرکز چرخه نوآوری خود قرار داد. این اقدام خیلی سریع اصطکاک‌های بزرگ شرکت را برطرف کرد. خیلی از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فشار زیادی را حس می‌کردند تا انتظارات فزاینده مصرف‌کننده را برای ارسال یک تا دو روزه کالا در کل آمریکا، بدون افزایش هزینه سرویس، برآورده کنند. چگونه یک کسب‌وکار کوچک می‌توانست در دو هدف را محقق کند، به‌پویژه با جریان نقدی محدود؟

استارتاپ‌کس هم رویکرد تهاجمی مشابهی را به کار گرفت تا چرخ نوآوری خودش را بسازد. این شرکت در سال ۲۰۱۷، یک تیم نوآوری تشکیل داد تا اقلیت‌های دیجیتال خود را به شکلی بنیادین متحول کند و هدفش ارائه یک تجربه مشتری کاملا شخصی‌سازی شده بود. این کار به شرکت امکان می‌دهد مفهومیت تمرکز بر جیگ فرث کند. فنجان و یک محل در آن واحد؛ را محقق کند؛ تیم‌های استارتاپ‌کس رویکرد چرخ نوآوری را به یک مزیت رقابتی تبدیل کردند.

جمع‌آوری میلیاردها داده در هر سال به استارتاپ‌کس امکان می‌دهد دیدگاه‌هایی در مورد هر جنبه از تجربه مشتری را ایجاد کند. یک تیم چندبخشی متشکل از طراحان، مدیران محصول، بازاریابها، دانشمندان داده، مهندس‌ها و اپراتورها باید این عملیات را پیش می‌برد. یک پلتفرم تکنولوژی مهم، منابع داده‌ای پراکنده را از جمله بیش از ۹۰ میلیون تراکنش هفتگی؛ در کنار اطلاعات محصول، وفاداری مشتری و فروشگاه در مورد تک تک مشتریان، جمع‌آوری می‌کند. سپس پلتفرم مذکور، این اطلاعات را با داده‌های شخصی تلفن مرتبط با امکان پروفایل فروشگاه آب و هوا، وقایع محلی و غیره- تلفیق می‌کند تا مجموعه‌ها حل تکاملی از پیشنهادهای شخصی‌سازی شده را که از طریق موبایل یا در فروشگاه‌ها ارائه می‌شوند، شکل دهد. الگوینه‌های یادگیری ماشینی، باعث بهینه‌سازی مداوم، افزایش تعاملات بی‌درپی با مشتری و کاشتن به پیشنهادهای متناسب‌سازی شده برای هر فرد می‌شوند. چرخ بازاریابی استارتاپ‌کس هم ظرف چند سال بعد از راه‌اندازی، نتایج خیره‌کننده‌ای به‌وجود آورد. تعداد تنوع پیشنهادهای مطرح شده در بازار، ۱۰۰ هزار برابر افزایش یافته، عمر فروش از طریق بازاریابی شخصی‌سازی شده سه‌برابر شده و حالا فقط یک‌هم‌زمان شرکت برای توسعه و معرفی پیشنهادهای جدید صرف می‌شود.

نوآوری در سرعت و مقیاس

برای شرکت‌هایی که در عصر دیجیتال پرورش نیافته‌اند، پتانسیل کلان چرخ نوآوری، در مقیاس‌گذاری این رویکرد و ساختن مجموعه قابلیت‌های جدید برای پیش بردن شتاب نوآوری در هر بخش از کسب‌وکار است. رهبران سازمان، با معرفی انواع بیشتر هم تیم‌های نوآوری می‌توانند از گلوله برفی ایجاد کنند در حالی که تیم‌ها هم تلاش‌های یکدیگر را تقویت می‌کنند و نتایج بزرگ‌تری برای کسب‌وکار ایجاد می‌کنند. این هم به همان اندازه مهم است که هرچه کارکنان بیشتر درگیر شوند و در روش‌های جدید کار کردن بیشتر مشارکت داشته باشند، بیشترین کار را با کمترین تعداد انجام می‌دهند. رویکرد پرورش یافتگان عصر دیجیتال به رهبری سازمان، فرهنگ استعداد و تکنولوژی ریشه می‌دهد و اصول نوآوری را در سرعت و مقیاس امکان‌پذیر می‌کند.

در نهایت، این رویکرد نسبت به تکنولوژی برای بهینه‌سازی انعطاف‌پذیری، استقلال و بالا بردن سرعت هر تیم طراحی شده است. تولن موج راه‌حل‌ها شروع شد. یکی از آنها یک پلتفرم پشتیبانی است که برای سادسازی تعمیرات شبکه و عملیات تعمیر و نگهداری طراحی شده است. این راه‌حل حالا با سرعت بالایی در کل عملیات میدانی مورد استفاده قرار می‌گیرد و نتایج اولیه دستاوردهای بزرگی را در بهره‌وری و کارایی نشان داده‌اند.

طراحی چرخ نوآوری این پلاتفرم، کارگران خط، سرویس‌ورها و کارمندان دفتری را در مرکز چرخه نوآوری قرار می‌دهد. طراحی پلتفرم به هر کارگر امکان می‌دهد به‌صورت دینامیک، مجموعه‌های جدید داده در مورد موقعیت شغل، مکان تجهیزات، دارایی‌ها و - را به‌دست آورد تیم محصول از این مجموعه داده‌ای شناسایی بهترین فرصت بعدی استفاده می‌کند تا تجربه کاربر را در کنار عملکرد و هدفش این است که تا پایان امسال، تعداد این تیم‌ها را به ۲۵ برساند.

به حداکثر رساندن اثر چرخ نوآوری

طبق تجربه ما، رهبران سازمان می‌توانند پنج اقدام انجام دهند تا مطمئن شوند سازمان‌های آنها از چارچوب چرخ نوآوری با موفقیت استقبال می‌کنند و به‌تکامل کامل خود، برای ارزش‌آفرینی و نوسازی سازمانی به حداکثر می‌رساند.

● کوچک شروع کنید (ها بزرگ فکر کنید) رهبران سازمان باید یک مشکل را انتخاب کنند و به تیم اختیارات کامل دهند تا این مشکل را به شیوای جدید حل کند. این برخلاف رویکردهای تحول سنتی است که در آن برنامه‌های جدید و جسورانه با شواهد کاری و کوچک شروع کردن، تمرکز بر اثرگذاری سریع بر کسب‌وکار و لمزی دادن و توانمند کردن تیم‌های خط مقدم، حرکت و جنبش خودش را ایجاد می‌کند. این رویکرد می‌تواند مورد پشتیبانی تیم‌های رهبری سازمان، صرف‌نظر از بخش، بودجه موجود، یا موقعیت فعلی سازمانی در مسیر تغییر قرار بگیرد.

چالش بکشند تا یک راه‌حل جدید ابداع کنند.

● با ساختن یاد بگیرید. تیم‌های نوآوری باید چیزی مفید و سریع را ایجاد کنند و آن را به دست کاربران برسانند و سپس بازخورد بگیرند و اصلاحات لازم را انجام دهند. ذهنیت پرورش‌یافتن در عصر دیجیتال، باعث می‌شود یادگیری مستقیم از کار نهایی آسان و کارآمد باشد. در نتیجه رهبری سازمان باید به تیم‌های نوآوری مجوز بدهد تا هرچه سریع‌تر مفاهیم خود را با مشتریان تست کنند.

● رویکرد حرف‌زنی، عمل کن؛ را افتخار کنید. تیم‌های نوآوری باید هرچه سریع‌تر شواهد ملموسی را برای رهبری سازمان ارائه کنند. این کار با برنامه‌های سنتی در مقیاس بزرگ که موارد کسب‌وکار پیچیده و پشتیبانی شده ایجاد می‌شوند، تداعی‌ها دارد. این تداعی‌ها در تضاد است. تیم‌ها باید از طریق مجموعه‌ای از آزمایش‌های سریع، داده‌هایی برای امکان‌سنجی فنی و عملیاتی و اثرگذاری کسب‌وکار، تولید کنند. به این ترتیب آنها می‌توانند چند دور تفهیم مالی داشته باشند.

● چرخ را بچرخانید. ماهیت چرخ این است که برای راه افتادن و اولین دور چرخش خود، به انرژی زیادی نیاز دارد. بنابراین، رهبری سازمان باید از حرکتهای اولیه‌ای که موج اول تیم نوآوری با پرداختن به موانع و نارسائی‌های سازمانی ایجاد می‌کند حفاظت کند. یک فرهنگ تثبیت شده تصمیم‌گیری‌های کند و سیستم‌های مورثی شکننده می‌توانند نرمزی برای چرخیدن چرخ بیافتد. در واقع، اینها موانع ساختاری نوآوری هستند که همه سازمان‌های بزرگ با آنها مواجهی شوند.

خوشبختانه، تجربه ما می‌گوید رویکرد چرخ نوآوری به‌دار مراحل اولیه می‌تواند انرژی زیادی که برای غلبه بر این مسائل لازم است، ایجاد کند. به این ترتیب چرخ نوآوری یک حلقه تقویت‌کننده تلقیه برای جذب و حفظ استعدادهای جدید ایجاد می‌کند. پرورش یافتگان عصر دیجیتال، این موضوع را یک منبع اصلی دیگر برای مزیت رقابتی می‌دانند.

● تغییر را از درون به بیرون شروع کنید. صدای اقدامات و نتایج، باعث ترغیب بیافی‌های چشمگیر و استراتژی‌های دقیق تدوین شده است. رهبری سازمان، برای اینکه تغییرات سازمانی گسترده ایجاد کند، باید تیم‌های نوآوری را در موقعیتی قرار دهد که روش‌های جدید کار کردن خود و همچنین اثرگذاری کسب‌وکاری را که دارند، به کار بندند.

پتانسیل دگرگون‌کننده رویکرد چرخ نوآوری در تکنک عناصر مهم بازده اقتصادی گسترش یافته است. از فرهنگ و استعدادها گرفته تا طراحی سازمان، روش‌های کار کردن و تکنولوژی چرخ نوآوری با کوچک شروع کردن، تمرکز بر اثرگذاری سریع بر کسب‌وکار و لمزی دادن و توانمند کردن تیم‌های خط مقدم، حرکت و جنبش خودش را ایجاد می‌کند. این رویکرد می‌تواند مورد پشتیبانی تیم‌های رهبری سازمان، صرف‌نظر از بخش، بودجه موجود، یا موقعیت فعلی سازمانی در مسیر تغییر قرار بگیرد.

مترجم: مریم رضایی

گردشگری

شهرهای پیشرو در جذب گردشگر

آمارها نشان می‌دهد علاقه گردشگران در کشورهای مختلف به رزرو هتل و پرواز به‌صورت ماهانه افزایش یافته که این افزایش جستوجوها برای تعطیلات تابستانی گامی مثبت برای بخش گردشگری به‌شمار می‌رود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، تحقیقات آژانس مسافرتی باتر (BUTTER) تنها شرکت مسافرتی «اکنون بخر بعدا بپرداز» (BNPL) در انگلیس نشان می‌دهد باتوجه به افزایش جستوجوی رزرو هتل و پروازها در ماه مارس (اسفند)، مسافران به‌دنبال گذران تعطیلات تابستانی خود در مقاصد گردشگری به‌ویژه در کنار سواحل یا مناطق بکر هستند. براساس این تحقیقات، میزان علاقه جستوجو برای پروازها در ماه مارس به‌طور متوسط حدود ۲۲ درصد بوده است که در مقایسه با ماه قبل ۶ درصد افزایش داشته است. این روند صعودی در واقع اولین افزایش ماهانه از ماه دسامبر بوده است. با وجود این، اگرچه این حرکت مثبت، امید به ماه‌های آینده را به‌همراه خواهد داشت اما این رقم در مقایسه با جستوجوی پروازها در مارس سال ۲۰۲۰، کاهش ۶۶ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین میزان تقاضا برای پروازها در سه ماه نخست امسال در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته افت ۶۹ درصدی را تجربه کرده است. اطلاعات پاتا نشان می‌دهد خرید بلیت هواپیما نیز در کل کاهش ۸۹ درصدی را تجربه کرده است. در مقابل چشم‌انداز برای صنعت هتلداری مثبت‌تر است. اگرچه میانگین جستوجوی هتل برای ماه مارس به‌طور قابل توجهی پایین‌تر از سطح قبل از همه‌گیری کرونا است، با این حال جستوجوی هتل‌ها بین ماه فوریه و مارس حدود ۱۲ درصد جهش یافته است که این میانگین نمره ماهانه ۳ درصد بیشتر از یک سال گذشته بوده است و احتمالا در سال ۲۰۲۱ این بخش بیشترین ارتقا را خواهد داشت.

این افزایش اگرچه بسیار ناچیز است اما منجر به امیدواری به بازیابی بازار گردشگری شده است و محافظت از روند اعتمادسازی بهترین فرصت را برای احیای بازار گردشگری در سال جاری ایجاد می‌کند. از این رو شرکت باتر و برخی شرکت‌های مسافرتی دیگر با هدف تشویق افراد به سفر و ایجاد اعتمادسازی در مسافران تسهیلاتی همچون ضمانت‌هایی برای پس دادن پول در صورت کنسلی، انتخاب گزینه‌های منعطف برای پرداخت هزینه‌ها و انتخاب به تعویق انداختن سفر به‌ماه یک تاریخ دیگر در نظر گرفته است. رزرو در آژانس‌های مسافرتی «اکنون بخر بعدا بپرداز» همچون باتر این امکان را به مسافران می‌دهد که هزینه پروازها یا رزرو هتل‌ها را در بیش از ۱۰ قسط بدون بهره، با ودیعه کم و پرداخت کامل تا بعد تعطیلات پرداخت کنند.

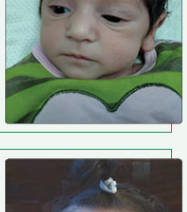
بررسی‌ها نشان می‌دهد علاوه بر افزایش علاقه برای سفر، میزان هزینه‌کرد برای تعطیلات نیز درحال افزایش است. تحقیقات اخیر شرکت چندملیتی هتلداری و گردشگری تی‌یوای (TUI)- فعال در زمینه مدیریت شرکت‌های هواپیمایی و خطوط چارتر، خطوط کشتی‌های گردشی، ارائه خدمات هتلداری، خدمات توریستی و مسافرتی- افزایش ۲۰ درصدی خرج‌کرد خانوارها در تعطیلات برای تامین ایمنی بیشتر را نشان می‌دهد. زیرا مسافران به‌منظور محافظت در برابر کووید-۱۹ به‌دنبال استراحتگاه‌های پرتر، بیمه مسافرتی بهتر و کیفیت خدمات بهتر هستند از این رو حاضر به پرداخت هزینه‌های بیشتر هستند.

ارتقای وضعیت صنعت هتلداری در برخی از کشورها بسیار چشمگیر بوده به‌طوری که در استرالیا میزان رزرو هتل‌ها به سطح قبل از همه‌گیری کرونا بازگشت. براساس تحقیقات شرکت سایت مادر- فهرست جهانی هتل- استرالیا بیشترین میزان رزرو هتل‌ها را داشته که آن را به سطح پیش از همه‌گیری رسانده است. طبق فهرست جهانی هتل اطلاعات ۱۴ آوریل ۲۰۲۱ افزایش بیش از ۱۰۲ درصدی از حجم رزرو هتل‌های استرالیا در تاریخ ۱۴ آوریل ۲۰۱۹ را نشان می‌دهد.

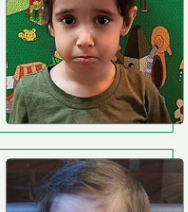
ارتقای صنعت هتلداری استرالیا را می‌توان ناشی از تسریع بازگشت سفرهای داخلی دانست که پس از کاهش محدودیت‌های سفرهای بین‌المللی، باز شدن مرزهای بین‌المللی و گسترش واکسن جهانی افزایش بیشتری خواهد داشت. پس از یک سال پرتوسان، استرالیا با تقویت گردشگری داخلی و اینک بازگشایی مرزها و پذیرش مسافر از نیوزیلند و کشورهایی با واکسیناسیون معتبر در موقعیت منحصربه‌فردی قرار گرفته و تغییرات گسترده‌ای را در صنعت هتلداری و گردشگری و مشاغل آن ایجاد کرده است و اینک سفرهای تفریحی از سفرهای تجاری پیشی گرفته‌اند. نکته قابل توجه که در بخش رزرو هتل‌ها وجود دارد، می‌توان به تفاوت عملکرد رزرو هتل بین کلان‌شهرها و مناطق اطراف اشاره کرد. آمارها حاکی از آن است که گردشگران علاقه‌مند به سفر و اقامت در هتل‌های شهرهای کوچک یا در روستاها هستند و شهرهای بزرگ کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

جویندگان عاطفه (۰۲۶ ۳۲۵۴۰۰۹۹) روابط عمومی اداره کل بهزیستی البرز

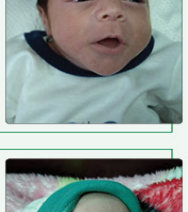
اینجا بهشت کودکان است! شاید دیوارهای رنگارنگی دارد و کودکان لباس های شیک و اسباب بازیهای خوبی دارند و مبلی و دستان نوازشگر پدر را گم کرده اند. در عمق چشمان مربیان شیرخوارگاه بهزیستی استان البرز غم موج می زند و همیشه چشم انتظار ندا مادر و پدر یکی از این کودکان شیرین زبان با دلتنگی به سراغ کوچولوهایشان بروند... برای آنها که از خانواده این کودکان اطلاعی در دست دارند.



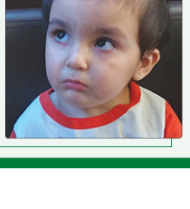
فرزند دلسا در مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۲۰ در بیمارستان شریعتی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۳۰ از طریق بیمارستان باهنر در بهزیستی پذیرش گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



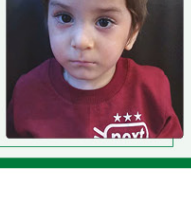
فرزند آی تک در مورخ ۹۷/۰۵/۱۴ متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۷/۱۱/۰۳ از طریق اورژانس اجتماعی ساوجبلاغ در بهزیستی پذیرش گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



فرزند کیمیا در مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۰۲ در بیمارستان کمالی متولد و رها گردیده و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۲۹ از طریق بیمارستان کمالی در بهزیستی پذیرش گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



فرزند الای در مورخ ۹۸/۰۲/۲۲ متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۹/۰۴/۲۵ از طریق اورژانس اجتماعی کرج در بهزیستی پذیرش گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



فرزند سورنا در مورخ ۹۷/۰۵/۱۰ در بیمارستان کمالی متولد و بدسرپرست می باشد. و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۷/۰۵/۲۵ از طریق بیمارستان کمالی در بهزیستی پذیرش گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

فرزند دلنیاد مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۲۰ در بیمارستان شریعتی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۰۷ از طریق بیمارستان باهنر در بهزیستی پذیرش گردیده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.