

طرح تکام (توانمندی، کارآفرینی، مردم پایه، مهاجرت معکوس)

قرارگاه جهادی وزارت کشور

نقد و راهکارهای پیشنهادی برای موفقیت طرح - خسرو سلجوقی، کارآفرین کسب و کارهای اجتماعی

۱۴۰۲۰۸۲۵

راهبردهای وزارت کشور در حکمرانی روستایی:

- 1- هم‌اندیشی و اقدام مشترک و هماهنگ همه دستگاه‌های مسئول در روستا
- 2- توسعه اقتصادی، اجتماعی و عمرانی روستاهای کشور
- 3- ارتقاء مدیریت قانونمند روستا
- 4- حمایت از کسب و کارهای روستایی
- 5- پایداری فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی روستاها
- 6- امنیت غذایی

توضیح سلجوقی: برای نیل به راهبردهای این حکمرانی نیاز به تغییر رویکرد و ابزار حکمرانی است و راهکارها و برنامه‌های پیشنهادی این طرح برای عصر حاضر و دوره فعلی مؤثر و نتیجه‌بخش نیست و باید اعضای محترم قرارگاه، وزیر محترم کشور را به آخرین فناوری و دانش روز مدیریت داده‌ها و سامانه‌ها و ساختارهای موجود مستحضر می‌کردند و یک هزینه مجدد به کشور تحمیل نشود. بهترین راهکار، مهاجرت تمام سازمان‌ها و شرکت‌های کشور به سازمان سکویی است و بجای راه‌اندازی سامانه‌های جدید با هدف یکپارچه‌سازی سامانه‌ها و یا ایجاد مراکز داده متمرکز برای یکپارچه‌سازی داده‌ها و سایر تصمیمات باید از همین داده‌های متفرق و سامانه‌های متعدد از طریق سازمان سکویی بهره‌برداری کرد.

مزید استحضار در دنیا سیر تکامل انواع سازمان‌های حکمرانی به شرح زیر است:

- 1- پیش از سازمان (به نظر کشور ما هنوز در این مرحله هست).
- 2- سازمان حکمرانی (سازمانی که دارای برنامه راهبردی است و از جمله کشور ما در طی این چهل سال فاقد برنامه راهبردی است)
- 3- سازمان مدرن
- 4- سازمان الکترونیکی
- 5- سازمان دیجیتالی
- 6- سازمان سکویی (پلتفرمی) نجات‌بخش حکمرانی دولتی و خصوصی

همان‌طور که تاریخ تکامل سازمان‌ها را ملاحظه می‌فرمایید. یا باید از شرایط پیش سازمان به ترتیب به سازمان مرحله بعدی رفت یا میانبر زد و جهش کرد و با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌توان جهش کرد. هرچند اصول و معماری سازمان سکویی از سال ۲۰۱۰ به بعد وضع شده است ولی در همین زمان کوتاه بیش از هشتاد درصد شرکت‌ها و سازمان‌های اتحادیه اروپا مهاجرت خود را به سازمان سکویی آغاز کرده‌اند و در سال ۲۰۲۱ کشور آلمان و در سال ۲۰۲۲ کشور عربستان پیشتاز مهاجرت به سازمان سکویی بوده‌اند.

معماری سازمان‌های سکویی:

- سازمان از بلوک‌های سازمانی استاندارد استفاده می‌کند که قابلیت شخصی‌سازی برای نیازهای هر سازمان را دارد.
- هر بلوک با ارتباطات استاندارد قابل ارتباط با بقیه بخش‌های سازمان یا سازمان‌های بیرونی است.
- کلیه منابع سازمان اعم از منابع انسانی، مالی، فناورانه، ارتباطی، دانشی و... تک‌به‌تک قابلیت برنامه‌ریزی و به‌کارگیری دارند.
- معماری سازمان N بعدی است یعنی هم‌زمان یک منبع سازمانی می‌تواند در N سازمان دیگر هم مورد استفاده قرار گیرد.

- هر منبع می‌تواند نقش‌های مختلفی را در سازمان‌های مختلف به‌صورت هم‌زمان به عهده بگیرد.

اثر تحول استفاده سکویی شدن بر بهره‌وری سازمان‌ها:

- استفاده از کلیه منابع سازمان و کنترل آن‌ها به‌صورت مستقیم
- استفاده از ظرفیت‌های خالی سازمان در فعالیت سازمان‌های دیگر
- استفاده بهینه از هر یک از منابع سازمان در بهترین جایگاه خود
- به‌کارگیری هم‌زمان یک منبع در چندین فعالیت مختلف در سطوح مختلف سازمانی و سازمان‌های مختلف
- بهره‌وری به‌عنوان مهم‌ترین عامل ارزش‌افزوده با معیارهای موجود می‌تواند چندین برابر شود!

ما امروزه با پدیده‌ای بنام نسبیت سکویی روبرو هستیم.

خروجی‌ها و دستاوردهای حاصل از پیاده‌سازی و اجرای صحیح چرخه مدیریت بهره‌وری از طریق سکو در سازمان عبارتند از:

- 1- شناسایی انواع عوامل اتلاف (MUDA) منابع در واحدهای ستادی و عملیاتی شرکت و حذف یا تعدیل آن‌ها
- 2- کاهش ضایعات و صرفه‌جویی منطقی در هزینه‌ها
- 3- افزایش درآمدها و ستانده‌های شرکت
- 4- مدیریت بهتر و بهره‌ور دارایی‌های شرکت
- 5- کاهش زمان انجام کار و قیمت تمام‌شده و افزایش کیفیت خدمات شرکت از طریق اصلاح و بهبود فرآیندها
- 6- توسعه و ترویج فرهنگ بهره‌وری در سطوح مدیران ارشد، میانی، سرپرستان، کارشناسان و کارکنان شرکت با به‌کارگیری مدل تسهیم دستاوردهای بهره‌وری (G.SH.)
- 7- پاسخگویی مناسب به الزامات و مقررات مطرح در برنامه‌ها و قوانین بودجه سالانه، کمک به تحقق شعار جهش تولید و اهداف برنامه‌های توسعه کشور
- 8- با رشد فناوری اطلاعات و ابزارهای مربوط به آن تغییرات زیادی در شکل انجام فعالیت‌ها در شرکت اتفاق افتاد.
- 9- تغییراتی که در بدو شکل فناوری اطلاعات با ورود رایانه‌ها به سازمان‌ها شروع شد و در قدم‌های بعدی به استفاده از نرم‌افزارهای مجتمع، خودکارسازی فرایندها و استفاده سازمان‌ها از سکوهایی سازمانی منجر شد.
- 10- ارزش‌افزوده ناشی از سکوهایی سازمانی از سال 2010 نسبت به سازمان‌های سنتی پیشی گرفت و هم‌اینک شرکت‌های نوظهور دیجیتالی ارزش‌افزوده‌ای به‌مراتب بیشتر از سازمان‌های عظیم سنتی تولید می‌کنند.
- 11- نسل جدید سازمان‌ها با به‌کارگیری سکو در همه فعالیت‌های داخلی سازمان و ایجاد سازمان‌های سکویی منجر به افزایش نمایی بهره‌وری گردید.

مزایای حرکت به سمت سازمان‌های سکویی:

- نامحدود بودن نهادها، سازمان‌ها و اشخاص مرتبط با سکو (سازمان بدون مرز)
- امکان شخصی‌سازی بی‌نهایت در حد فرد و تصمیمات فردی
- امکان ترجمه زبان‌های ارتباطی به یکدیگر
- امکان تجمیع اطلاعات در مورد موضوعات مرتبط با عملکرد طرف‌های موجود در سکو

- امکان پردازش نتایج تصمیمات و تصمیم سازی هم‌زمان برای طرف‌های موجود در سکو
- امکان بهره‌گیری از ابزارهای قدرتمند هوش مصنوعی در بهینه‌سازی تصمیمات
- انعطاف بسیار بالا در نوع ابزار ارتباط با سکو، زمان ارتباط، مکان ارتباط، زبان ارتباط، وسایل تولید و توزیع پیام
- امکان اندازه‌گیری سریع کیفیت تصمیمات
- امکان بازخورد و کنترل برخط تصمیمات
- امکان دسترسی به اطلاعات لحظه‌ای و مستند و منطبق بر واقعیت
- هزینه بسیار پایین
- افزایش اثربخشی

سازمان سکویی در ضمیمه ششم بیشتر تبیین شده است.

اهداف تشکیل قرارگاه جهادی:

- 1- وسعت‌بخشی به حضور مردم در تشکیلات رسمی دولت
- 2- کمک به مهاجرت معکوس

توضیح سلجوقی: برای نیل به اهداف مذکور، باید هزینه حضور مردم در تشکیلات رسمی دولت کاهش و انگیزه لازم بر تأثیر حضور برای مردم فراهم گردد؛ و اگر قرار باشد مردم به معنای مردم ساکن در روستا و مردم ساکن در شهرها باشند باید برای هر دو گروه برنامه‌های انگیزشی و مشارکت جداگانه تهیه و ارائه شود؛ و این موضوع بدون استفاده از **ارائه خدمات سازمان سکویی روستا** میسر نیست و در **ضمیمه یک** با جزییات تقدیم شده است.

نتایج و فواید مهاجرت معکوس:

- 1- پایداری روستا
- 2- اقتصاد پویا در روستا
- 3- محرومیت‌زدایی از روستا
- 4- استفاده از همه ظرفیت‌های روستا
- 5- توسعه روستا

توضیح سلجوقی: برای نیل به پایداری و اقتصاد پویا بدون توجه به اقتصاد مقیاس (SCALE ECONOMY) و همچنین بدون توجه به نیاز به ایجاد و راه‌اندازی شرکت‌های قدر و بزرگ برای راهبری شرکت‌های کوچک و رقیب در قالب خوشه اقتصادی موضوعی (ضمیمه شماره پنج) میسر نیست و در **ضمیمه دوم** این راهکار تبیین شده است.

مؤلفه‌های طرح:

- 1-1- کارآفرینی: راهبردی در جهت وسعت‌بخشی به حضور مردم در نقش‌های توانمندساز و تسهیلگر و کارآفرین جهت ایجاد و استفاده از فرصت‌های اقتصادی و فراگیرسازی تالش برای اشتغال‌زایی پایدار و مطمئن در روستا به‌ویژه در حوزه تأمین امنیت غذایی کشور با همکاری دستگاه‌های اجرایی.

توضیح سلجوقی: سازمان دیده‌بان جهانی کارآفرینی برآورد کرده است به‌طور میانگین یک درصد جوامع کارآفرین و ۹۹ درصد کارجو هستند و هنر حکمرانان این است که این یک درصد موتور توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... را شناسایی و با راهبری و مشارکت آن‌ها در آمایش سرزمین و شناسایی مشکلات و فرصت‌های منطقه (روستا) و ارائه راهکار برای رفع مشکلات و ایده برای فرصت‌ها استفاده می‌کنند. جزییات این راهکار در فایل اقتدار اقتصادی اینجانب قابل بهره‌برداری است.

2-1- آموزش و توانمندسازی

توضیح سلجوقی: آموزش بدون توجه به آمایش سرزمین پول دور ریختن است و این کار باید پس از یا حداقل هم‌زمان با آمایش سرزمین انجام شود. لازم است با رجوع به راهکارهای مندرج در فایل اقتدار اقتصادی اینجانب اقدام گردد.

علاوه بر این برای آموزش‌های مهارتی و رسمی آموزش و پرورش از خوشه دانایی و توانایی پیشنهادی استفاده می‌توان کرد، **ضمیمه سه** همین مکتوب است.

3-1- داوطلب اشتغال مفید در روستا: فردی که بر اساس سیاست مهاجرت معکوس دولت مردمی، خواستار مهاجرت از شهر و عمدتاً حاشیه آن به روستا برای اشتغال مفید است.

توضیح سلجوقی: برآورد تغییر ساختار اشتغال در سال 2045 میلادی به شرح زیر است:

3% کشاورزی

4% صنعت

93% خدمات

لذا باید با دانستن تغییر روندهای دنیا، در آموزش و معرفی مشاغل مفید به این موضوع توجه کرد. علاوه بر این بجای تمرکز بر روی داوطلبان اشتغال مفید در روستا شاید تمرکز کردن به بردن کسب‌وکار دارندگان نمانام و سرمایه معروف به روستا مبادرت کرد همانند کاری که محمد یونس با راهاندازی کسب‌وکارهای اجتماعی با نمانام‌های معروف در بنگلادش انجام داد؛ و مبادرت به ایجاد ارزش افزوده مشترک کرد. **ضمیمه چهارم** را ملاحظه کنید.

4-1- افراد تحت پوشش تکام: داوطلبان اشتغال مفید در روستا که در مناطق حاشیه‌ای شهری یا مناطق اجرای برنامه تکام ساکن بوده و دارای شرایط احراز مثبت برای انتقال به روستا می‌باشند و در بانک اطلاعاتی قرارگاه پیشرفت همه‌جانبه روستا دارای پرونده تکمیل و رسیدگی شده هستند.

توضیح سلجوقی: افراد تحت پوشش تکام نباید در اولویت داوطلبان اشتغال مفید در روستا باشند اتفاقاً ابتدا باید اهالی ساکن در روستاها در اولویت هستند و پس از ایجاد توان‌افزایی و تولید ثروت پایدار در روستا، این گروه جذب خواهند شد. **ضمیمه دوم** چند نمونه برای ایجاد خوشه‌های اقتصادی موضوعی است.

اهداف طرح تکام:

- 1- تسهیل دسترسی داوطلبان اشتغال مفید در روستا به خدمات و برنامه‌های مرتبط با تکام
- 2- افزایش سطح توانمندی تولید و خدمات مربوط در روستا، از طریق کانون‌های جهادی فعال در امور تخصصی مربوط
- 3- رفع موانع فیزیکی، نگرشی، ارتباطی و قانونی برای توانمندسازی داوطلبان اشتغال مفید در روستا
- 4- افزایش همکاری بین بخشی (بخش‌های دولتی و غیردولتی) در جهت فراگیرسازی حضور مؤثر داوطلبان اشتغال مفید در روستا
- 5- افزایش مشارکت اجتماعی برای گسترش و ارتقای برنامه توانمندسازی و کارآفرینی مردم پایه تولید روستایی

6- گسترش ابتکارات، خلاقیت‌ها و پژوهش‌ها در ارتباط با موضوع فراگیرسازی حضور افراد کارآفرین در برنامه تکام

نظام‌های طرح تکام:

- 1- نظام مهاجرت معکوس
- 2- نظام مدیریت منابع آب
- 3- نظام آموزش و توانمندسازی دهیاران و تسهیلگران
- 4- نظام خدمات بهداشت و درمان روستا
- 5- نظام قوانین و مقررات روستا
- 6- نظام کشاورزی
- 7- نظام فرآورده‌های دامی
- 8- نظام گردشگری روستایی
- 9- نظام امور زنان و خانواده روستایی و عشایر
- 10- نظام تعاونی روستایی
- 11- نظام منابع مالی روستایی
- 12- نظام فرهنگی روستا با محوریت مساجد
- 13- نظام انجمن و تشکل‌های مردمی روستا
- 14- نظام اجتماعی روستا (نشاط و امید به آینده در روستا)
- 15- نظام اتاق وضعیت روستا
- 16- نظام آموزش و پرورش کودکان و نوجوانان روستایی

توضیح سلجوقی: اهداف و نظام‌های طرح با استفاده از ابزارهای پیشنهادی و روش‌های پیشنهادی در این مکتوب و همچنین فایل اقتدار اقتصادی بیشتر قابل تأمل و تبیین است.

ضمیمه یک:

به نام خدا

شماره: 106-30-402

تاریخ: 1402/08/26

جناب آقای سردار بکایی

مسئول محترم قرارگاه جهادی وزارت کشور

با سلام،

پیرو جلسه برگزار شده با حضور جنابعالی و جناب آقای مهندس خسرو سلجوقی کارآفرین کسب و کارهای اجتماعی و همچنین درخواست ایشان در خصوص ایجاد سازمان سکویی برای یکپارچگی خدمات دولتی و حاکمیتی روستایی به منظور افزایش اثربخشی و کاهش هزینه‌های مجموعه فعالیت‌های کشور در حوزه روستایی، پیشنهاد این شرکت به شرح پیوست خدمتتان تقدیم می‌گردد.

همچنین به استحضار می‌رساند که شرح خدمات هر بند پیشنهادی می‌تواند با نظر جنابعالی و قرارگاه و بر اساس نیازها یا محدودیت‌های موجود تغییر کند. لذا خواهشمند است دستور فرمایید این پیشنهاد مورد بررسی قرار گرفته و نظرات به این شرکت منعکس گردد.

با تشکر

سید جواد حسینی

مدیرعامل

پیشنهادیه ارائه خدمات سازمان سکویی روستا

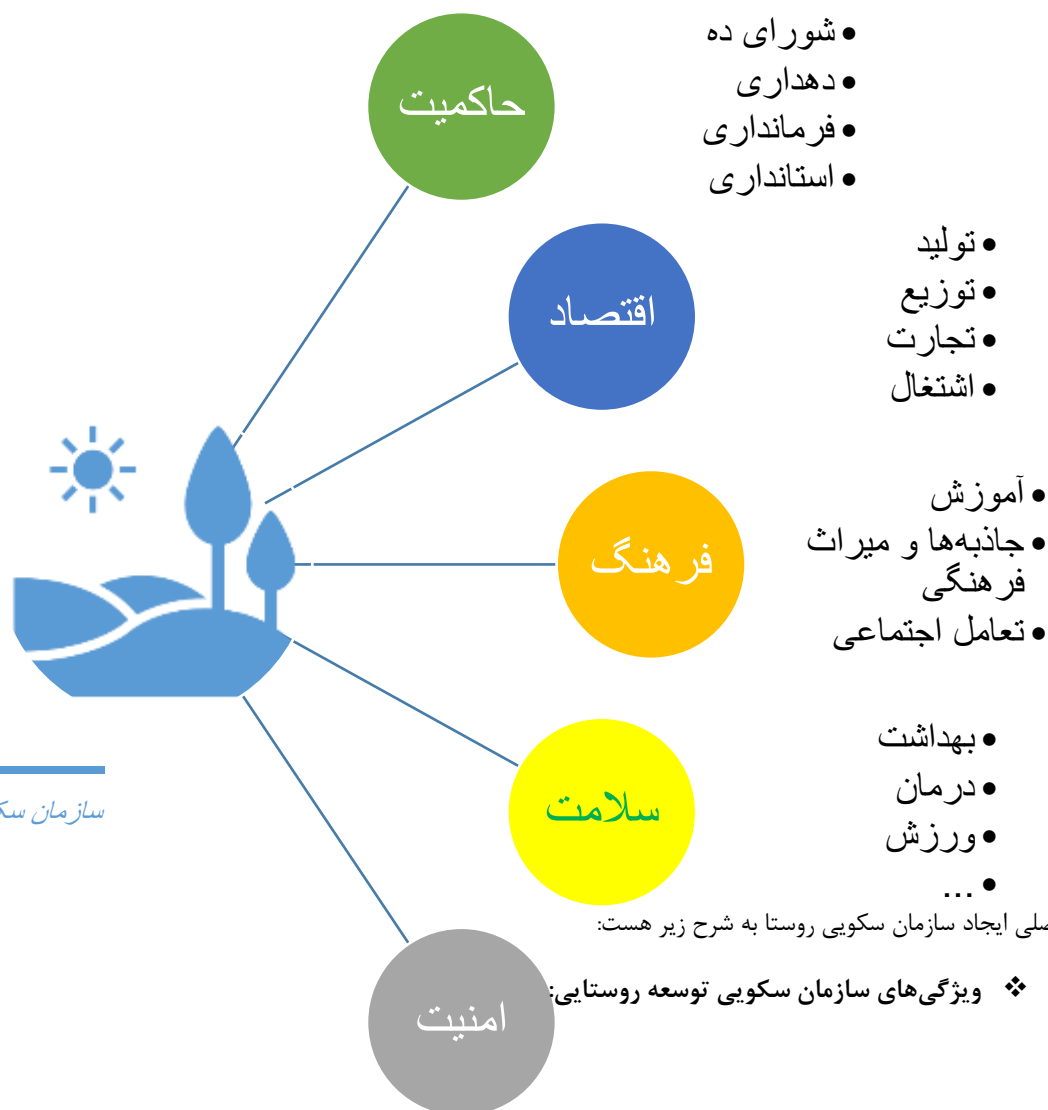
این پیشنهاد بر اساس مذاکرات فی مابین مهندس خسرو سلجوقی کارآفرین کسب و کارهای اجتماعی با قرارگاه جهادی وزارت کشور (از این پس در این پیشنهادیه قرارگاه) و شرکت تکچی تهیه گردیده است. در این پیشنهاد برخی از نیازهای اعلام شده در جلسه با حفظ ماهیت به شکل مناسب تر برای اجرای سکویی تغییر کرده اند.

این پیشنهاد زیرساخت اولیه سازمان سکویی روستا را ایجاد می کند.

در این پیشنهاد ابتدا کلیه فعالیت های مرتبط با یک روستا در ارتباط با اهالی روستا، نهادهای حاکمیتی و دولتی و نهادهای اجتماعی و اقتصادی روستا در یک بستر سکویی یکپارچه می شوند.

در این مرحله کلیه وظایف و اقداماتی که نهادهای حاکمیتی در ارتباط با یک روستا بر عهده دارند (مانند آب، برق، گاز، مخابرات، بهداشت و درمان، آموزش، امنیت، پروژه های عمرانی و...) به صورت هماهنگ و یکپارچه و در یک بستر اطلاعاتی مشترک ایجاد و اقدام به ارائه خدمات به مردم می کنند. بدین ترتیب کلیه نیازهای مردم و کسب و کارها و نهادهای اقتصادی و عمومی روستا در ارتباط با حاکمیت از طریق سکوی واحد صورت می گیرد.

همچنین کلیه قابلیت ها، ظرفیت ها، توانمندی ها و امکانات و محدودیت های روستا در سکو ثبت و قابل نمایش و گزارش گیری با سطوح دسترسی مختلف هست.



در این مرحله ابتدا سکویی برای یکپارچه‌سازی کلیه فعالیت‌ها و خدمات دستگاه‌های حاکمیتی در یک سکوی واحد ایجاد می‌شود و ضمن اینکه اطلاعات لازم در خصوص خدمات و اقدامات موجود به مردم و نهادهای روستایی انتقال می‌یابد، کلیه فرایندهای ارائه این خدمات نیز به‌صورت کاملاً مجازی در بستر سکو ارائه می‌گردد. به‌طوری‌که جز در مواقع ضروری نیازی به مراجعه حضوری اهالی و نهادهای روستا به دستگاه‌های حاکمیتی وجود نخواهد داشت.

و کلیه خدمات حاکمیتی از طریق یک پنجره واحد به‌طور کامل ارائه خواهد شد.

امکان پیش لحظه‌ای وضعیت روستا در ابعاد مختلف و نحوه فعالیت و ارزیابی عملکرد کلیه دستگاه‌های اجرایی در خدمت‌رسانی به مردم روستا نیز به‌طور لحظه‌ای پیش و قابل تحلیل خواهد بود همچنین امکان مقایسه و رتبه‌بندی بین دستگاه‌های مختلف و انتخاب تصمیمات بهینه در مورد اقدامات ضروری نیز فراهم می‌گردد.

در این مرحله یک پنل جامع برای قرارگاه جهادی وزارت کشور ایجاد می‌شود که در آن امکانات زیر ارائه می‌شود:

• امکانات داشبورد قرارگاه جهادی:

- 1- معرفی خدمات حاکمیتی
 - 2- فرایند خدمت‌رسانی به روستا از طریق همه دستگاه‌ها به‌طور کامل
 - 3- امکان مشاهده، ارزیابی و سنجش میزان تأثیر خدمات ارائه‌شده به هر روستا به تفکیک نام روستا، نام دستگاه خدمت دهنده، پروژه‌های در دست اقدام، میزان پیشرفت هر پروژه، میزان تأثیر هر پروژه یا اقدام بر روی شاخص‌های روستا و ...
 - 4- امکان انجام کلیه مکاتبات، ابلاغ سیاست‌ها، طراحی برنامه‌ها و پروژه‌ها و پیگیری آن‌ها در سکو
 - 5- امکان گزارش‌گیری لحظه‌ای از کلیه وضعیت‌ها و اقدامات دستگاه‌ها و ... به‌صورت خودکار
 - 6- امکان مدیریت دسترسی به کلیه سازمان‌های حاکمیتی، نظارتی، سیاستی، قانون‌گذاری کشور در خصوص وضعیت روستاها
 - 7- امکان اتصال به کلیه سامانه‌های دیگر در کشور به‌صورت وب‌خدمتی
 - 8- گزارش عملکرد نهادهای مرتبط به تفکیک موضوع، بخش، جغرافیا و ...
 - 9- گزارش پروژه‌ها و فعالیت‌های هریک از دستگاه‌های ذی‌ربط و آخرین وضعیت پیشرفت آن‌ها و دستاوردها و خطرپذیری‌های هر فعالیت
 - 10- اخبار تحولات و رویدادهای محیط روستا
 - 11- ایجاد شبکه الکترونیکی اختصاصی با امکان مشارکت مشاوران و مدیران دستگاه‌های مختلف با هدف همفکری برای حل مسائل و چالش‌های موجود هر روستا
- پیش‌بینی زمان لازم برای طراحی و آماده‌سازی خدمت 3 ماه هست.

برآورد هزینه اجرای خدمت برای هر روستا ۲۰۰ هزار تومان هست؛ و در صورتی که تعداد روستا به ۳۰ هزار روستا افزایش یابد هزینه هر روستا ۲۰۰ هزار تومان خواهد بود. (کل هزینه اجرای خدمت برای ۳۰ هزار روستا ۶ میلیارد تومان خواهد شد).

تبصره 1- پس از ایجاد خدمت فوق، با اضافه شدن روستای جدید، ارائه خدمت به بهره‌بردار جدید رایگان هست.

❖ دستاوردهای استفاده از خدمت سازمان سکویی:

- 1- کاهش هزینه‌ها
- 2- افزایش چابکی و کاهش زمان اجرای پروژه‌ها
- 3- افزایش دقت و کیفیت اجرای پروژه‌ها

- 4- ایجاد شفافیت برای کلیه ذینفعان
- 5- مدیریت بهینه دارایی‌ها و ظرفیت‌ها
- 6- حکمرانی مؤثر و هم‌افزا در بین ذینفعان
- 7- جلوگیری از دوباره‌کاری و انواع ضایعات
- 8- جلوگیری از مغفول ماندن نیازهای کمتر شناخته‌شده روستا
- 9- توسعه مشارکت‌های مردمی داخل و خارج کشور در پروژه‌های روستایی
- 10- ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی بین فعالیتهای حاکمیتی و مردمی
- 11- توسعه الگوی ارائه خدمات نوآور برای دیگر اقدامات نهادها در سرتاسر کشور
- 12- تکمیل فعالیتهای دولتی در پاسخگویی به نیازهای مردمی

با تشکر

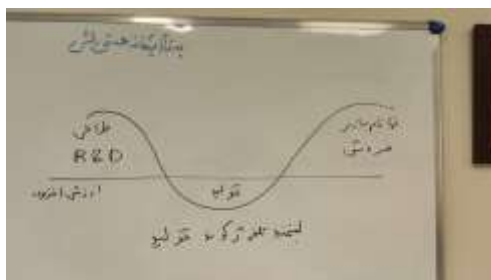
سید جواد حسینی

مدیرعامل



ضمیمه دو:

قسمت اول -



همان‌طور که در نمودار فوق ملاحظه می‌فرمایید در چهار بخش (۱-تحقیق و توسعه و ۲-طراحی و ۴-نمانام سازی و ۵-فروش) ارزش افزوده بالایی هست و در بخش ۳- تولید بسیار کم!! متأسفانه در بخش اشتغال کشور هم تمرکز بر بخش تولید بسیار زیاد است و اولین راهکار با پول پاشی و وام مبادرت به این تلاش می‌کنند و در نهایت اخیراً به آموزش فنی و حرفه‌ای و مهارت‌آموزی هم نیم‌نگاهی بدون توجه به آمایش سرزمین و نیاز بازار و کارآفرینان شده است.

نکته قابل تحمل فراموش کردن دو بخش ابتدایی و دو بخش انتهایی این نمودار و زنجیره و ارزش افزوده آن است. برای این کار حداقل تعدادی کارفرمای آزادکار موضوعی نیاز است. تا این زنجیره را یکپارچه و هم‌افزا کند. مثال ساده‌شده آن اسنپ و تپسی است. در برنامه‌های راهبردی نیاز داریم به این موارد توجه کنیم و نوآوری در تدوین راهبردهای پیشنهادی داشته باشیم. راه‌اندازی خوشه‌های

اقتصادی موضوعی بر مبنای سازمان سکویی نیاز اولیه اقتصاد ایران https://t.me/+YKbaXNq_o3Q5NTQ8

بررسی تجربه اشتغال خانگی چینی و ایرانی مورد کاوی خیاطی:

در ایران سازمان‌های حمایتی و تسهیلگر مبادرت به تأمین یک دستگاه چرخ خیاطی از طریق دریافت وام و در موارد نادر هم سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای مبادرت به آموزش حرفه‌ای و صدور گواهینامه و پرداخت وام را منوط به اتمام موفقیت‌آمیز این دوره مهارتی کرده است و سپس این خانم باید مبادرت به تولید پوشاک، بازاریابی، فروش، تبلیغات، نوآوری در مدل‌های جدید و الی آخر کند و البته چگونه؟ این‌ها مشکلی است که ایشان دارد و نه سازمان‌های تسهیلگر فاقد قوه عاقله!! برای شناسایی مشکل ایشان و مابقی کارآفرینی و کسب‌وکارهای خانگی خیاطی از شاغلین فریب‌خورده بپرسید و همین الگوی فاجعه‌بار را در تمامی مشاغل خانگی می‌توان دید! در بخش کشاورزی فاجعه‌بارتر است به هر روستایی تعدادی مرغ و گاو و بز و ... و یا تعدادی دار قالی با وام تجربه بس شکست‌خورده!

اما نمونه اشتغال خانگی خیاطی چینی که بنده شاهدش بودم و فرایندی که اتفاق می‌افتد.

اولاً بجای آن خانم و آقای شاغل خانگی چینی که به هیچ‌وجه نمی‌تواند در بازار ایران حضور پیدا کند یک شرکت توانمند و متعهد چینی (خوشه اقتصادی پوشاک خانگی) مبادرت به حضور در بازار ایران می‌کند و برای این کار یک نفر نماینده نمی‌فرستد تا با گردش در بازار ایران شناسایی بازار کند بلکه با یکی از ده شرکت ایرانی عضو شبکه (esomar.org) که در جهان حدود دو هزار شرکت هستند و تحت یک لیسانس مشترک فعالیت می‌کنند و یکی از فعالیت‌های آن‌ها بازار شناسی و ارزیابی است مبادرت به انعقاد قرارداد می‌کنند و این شرکت برای آن خوشه اقتصادی چینی مبادرت به شناسایی مواردی مثل اندازه‌های ایرانی‌ها، رنگ‌های مورد علاقه ایرانی‌ها، مدل‌های مورد علاقه ایرانی‌ها، نوع پارچه مورد علاقه ایرانی‌ها، دامنه قیمت مورد علاقه ایرانی‌ها، نوع بسته‌بندی و الی آخر می‌کند؛ و نتایج این تحقیق توسط خوشه اقتصادی خریداری و برای تحلیل به چین برده می‌شود.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود هزینه تحقیق و توسعه بالا است و این از وظایف یک شاغل خانگی نیست تا این هزینه را انجام دهد و برای همین خوشه اقتصادی مبادرت به انجام این هزینه و پرداخت آن و تأمین آن از اعضای خوشه اقتصادی است و سپس برای کاهش قیمت

تولیدی و افزایش کیفیت تولیدی و حضور پایدار و غیرقابل رقابت رقبای دیگر شرکت خوشه مبادرت به تأمین مواد اولیه یکجا و با حجم انبوه می‌کند و حتی پارچه از طریق دست برش داده نمی‌شود بلکه با گیوتین و در شمارگان انبوه برش داده می‌شود.

برای افزایش کیفیت و کاهش هزینه مبادرت به آموزش دوخت یک شلوار کامل به یک شاغل چینی نمی‌کنند بلکه برای گروهی فقط راسته‌دوزی و گروهی زیب دوزی و برای گروهی جیب دوزی و الی آخر آموزش داده می‌شود که در زمان کمتری با هزینه کمتری و آموزش تخصصی به تعداد افراد متخصص و توانمند به دوخت و دوز و با کیفیت آموزش داده می‌شوند.

و سپس در یک زنجیره مدیریت شده مبادرت به توزیع مواد اولیه بین شاغلین می‌کنند برای مثال اول پارچه در اختیار خانم‌های توانمند به راسته‌دوزی قرار و سپس از آن‌ها دریافت و در اختیار شاغلین توانمند به زیب دوزی و الی آخر قرار می‌گیرد و در انتها با بسته‌بندی برای ارسال به بازار هدف اقدام می‌شود.

نکته جالب توجه در این مراحل خوشه اقتصادی مبادرت به آموزش و همچنین کنترل کیفیت تا محصولات تولیدی دارای حداقل‌های تعیین شده باشند و در نهایت نقش دولت به‌عنوان تأمین بخشی از معافیت‌های صادراتی و غیره همراهی می‌کند و نه به‌عنوان مانع در این چرخه ایفای نقش کند.

لذا جایگاه تشکل خوشه اقتصادی موضوعی در این فرایند بسیار ضروری است و همچنین اصلاح نقش دولت و حاکمیت برای همراهی و هم‌نوردی با این تشکل لازم است و بجای چوب لای چرخ گذاشتن بلکه موانع را برداشتن در اهداف خود بگذارد.

سازمان‌ها و گروه‌های تسهیگر ایرانی برای تشکیل خوشه اقتصادی موضوعی و حضور هوشمندانه در بازارهای داخلی و خارجی پیش‌قدم شوید و البته سعی نکنیم با نصب تابلو به این کار اقدام کنیم بلکه با اقدام به فعالیت واقعی خوشه یعنی همان تحقیق و توسعه و نمانام سازی که دو وظیفه اصلی خوشه است.

راه‌اندازی خوشه اقتصادی سکوی اشتغال آزادکاری (freelancer) پایدار تولید محتوا - با قابلیت توسعه برای هنرستان‌های کشور متناسب با شرایط اقتصادی کشور در قالب کسب‌وکار اجتماعی و شرکت تعاونی با عضویت دانش‌آموزان و ذینفعان

★ نام پروژه: راه‌اندازی سکوی اشتغال آزادکاری (freelancer) پایدار تولید محتوا - با قابلیت توسعه برای هنرستان‌های کشور

★ خلاصه پروژه:

تکمیل زنجیره اشتغال خانگی از طریق آزادکاری با رویکرد یکپارچگی

★ هدف:

تلاش برای اشتغال خانگی از طریق آزادکاری متمرکز بر تولید محتوا که بخشی از اشتغال پایدار در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است که از منابع موجود حداکثر بهره‌وری برای تولید و اشتغال استفاده می‌شود.

★ مسئله چیست؟

در اشتغال خانگی از طریق آزادکاری 4 بخش فرآیند تولید توسط شاغلین در خانه و مدرسه امکان‌پذیر نیست (1- تحقیق و توسعه 2- طراحی 3- نمانام‌سازی 4- فروش) به‌منظور کمک به تولیدکننده (شاغلین خانگی) در 4 بخش ذکر شده هر نوع شغل خانگی در قالب سکوی ذکر شده امکان ارائه خدمت به شاغلین نیاز است مهیا شود.

مثل تولید محتوا، زعفران، پسته و فرش

★ راهکارهای پیشنهادی چیست؟

1- ایجاد سکوی مشاغل خانگی از طریق آزادکاری

- 2- انتخاب موضوعات مشاغل خانگی از طریق آزادکاری با فراگیری بیشتر
- 3- انجام 4 بخش ذکرشده برای هر یک از مشاغل خانگی از طریق آزادکاری انتخاب شده
- 4- ارائه خدمت در قالب سکو به دارندگان مشاغل خانگی از طریق آزادکاری
- 5- ایجاد کسب و کارهای اجتماعی برای هر موضوع تا پایداری ساختاری مناسب برای تداوم فعالیتها مهیا گردد.
- 6- راهاندازی خوشه‌های موضوعی (تولید محتوا، خیاطی، مونتاژ و ...)

★ مجری کیست؟

جامعه یابری فرهنگی و موسسه ابتکار و توسعه نوید

★ چه دستاوردهایی خواهد داشت؟

- 1- ایجاد اشتغال خانگی پایدار از طریق آزادکاری
- 2- افزایش بهره‌وری منابع کشور
- 3- تولید ثروت برای جامعه در کمترین زمان ممکن و با پایین‌ترین هزینه و سریع‌ترین روش

★ چه خطریذیری‌هایی را باید پوشش دهد؟

- 1- تشکیل تیم فنی و مدیریتی
- 2- سرمایه مالی و اعتباری

★ زمان تقریبی اجرای پروژه:

برای 2 عنوان موضوع اشتغال خانگی و یک آزادکاری تولید محتوا (6 ماه)

★ برآورد تقریبی هزینه پروژه:

برای راهاندازی سکو و تنخواه اولیه، 4 میلیارد تومان

قسمت دوم- ایجاد سازمان سکویی به ازای هر خوشه نمونه خوشه گیاهان دارویی همدلان

به نام خدا

قرارداد مشارکت

ایجاد سازمان سکویی خوشه گیاهان دارویی همدلان

ماده 1- موضوع مشارکت‌نامه:

موضوع این قرارداد همکاری و مشارکت در طراحی، اجرا و بهره‌برداری از سازمان سکویی خوشه گیاهان دارویی همدلان طبق شرایط مندرج در آن هست.

ماده 2- طرفین قرارداد مشارکت:

1-2- شرکت ...

2-2- شرکت خدمات فناوری تکچی شرق به شناسه ملی 14004405271 به نمایندگی آقای سید جواد حسینی به شماره ملی 4172028489 به نشانی تهران، خیابان دولت، بلوار کاوه، خیابان رزمجویین، بن بست نصر، پلاک 3، زنگ 3

ماده 3- نماینده رسمی گروه مشارکت:

شرکت خدمات فناوری تکچی شرق به شناسه ملی 14004405271 به نمایندگی آقای سید جواد حسینی به شماره ملی 4172028489 و با اختیارات کامل در برابر اشخاص ثالث برای امضای مکاتبات اداری و فنی تا زمان تشکیل شرکت مستقل معرفی می شود. همچنین نشانی شرکت تکچی برای انجام مکاتبات تا زمان تشکیل شرکت مستقل اعلام می شود.

تبصره 1- محدوده اختیارات نماینده مشارکت در چارچوب مصوبات کارگروه راهبری مشارکت هست و نماینده مشارکت مجاز به ایجاد تعهداتی خارج از مصوبات کارگروه مشارکت در برابر اشخاص ثالث نیست.

تبصره 2- طرفین قرارداد مشارکت در برابر تعهدات داده شده از سوی نماینده مشارکت به اشخاص ثالث مسئولیت برابر دارند.

ماده 4- کارگروه راهبری مشارکت:

به منظور ایجاد هماهنگی بین اعضا کارگروهی متشکل از نمایندگان طرفین مشارکت مسئولیت تعیین راهبردها و مدیریت امور اجرایی پروژهها را تا زمان تشکیل شرکت مشترک به عهده می گیرند.

از طرف همدلان آقای ... به شماره ملی ... به عنوان نماینده تام الاختیار در کارگروه راهبری معرفی می گردد؛ و از طرف شرکت تکچی آقای سید جواد حسینی به شماره ملی 4172028489 به عنوان نماینده تام الاختیار در کارگروه راهبری معرفی می گردد.

ماده 5- زمان قرارداد مشارکت:

این قرارداد از تاریخ عقد به مدت یک سال معتبر هست و پس از آن در صورت موفقیت و رضایت طرفین ادامه کار در قالب یک شرکت مستقل صورت می گیرد.

ماده 6- حق السهم طرفین و شرکت پروژه (شرکت مشترک):

6-1- طرفین مشارکت متعهد می شوند، در صورت اجرای موفقیت آمیز مرحله 1 (طبق پیوست شماره 1) ظرف دو ماه پس از اعلام نتیجه، نسبت به تشکیل شرکت مشترک (شرکت پروژه) جدید مطابق با قانون تجارت با درصدهای پیش بینی شده به صورت زیر به منظور تداوم کار با استفاده از توان تخصصی و امکانات حداکثری ممکن به صورت مشارکتی اقدام کنند.

ردیف	عنوان	درصد مشارکت	توضیحات
۱	همدلان	۴۵	
۲	شرکت تکچی	۵۵	

6-2- حق السهم اعلام شده طرفین در مشارکت نامه و در شرکت پروژه تا پایان دوران بهره برداری تنها با توافق طرفین قابل تغییر هست.

ماده 7- این جانبان امضاکنندگان زیر، در قبال این مشارکت نامه در قبال کلیه تصمیمات مشارکت که به تأیید کارگروه راهبری مشارکت برسد، مسؤولیت تضامنی داریم و اگر دارایی هر کدام برای تأدیه تمام خسارات وارد به اشخاص ثالث و پروژه ناشی از قصور گروه مشارکت کافی نباشد هر یک مسئول پرداخت خسارات وارده و انجام تمام تعهدات قراردادی هستیم. در صورت بروز هرگونه فعل یا ترک فعل مستند به هر یک از اعضای گروه مشارکت که منجر به ضبط ضمانت نامه های بانکی یا هرگونه اشکال در مطالعه و اجرای کار ارجاع شده به مشارکت شود، اعم از آن که قصور یا تقصیری مرتکب شده باشد، تمام امضاکنندگان دارای مسؤولیت تضامنی بوده و متعهد به جبران تمام خسارت های وارده به اشخاص ثالث هستند. همچنین همگی متعهد به انجام موارد زیر هستیم:

- 7-1- با مشارکت فعال در ارائه خدمات پروژه موضوع مشارکت نامه شرکت کرده و فعالیت‌هایی که در این خصوص به ما ارجاع می‌شود را با مشارکت کامل یکدیگر و در اختیار گذاشتن کامل توان فنی، مهندسی، تجهیزاتی، مالی و انسانی و سایر امور مربوط برای انجام کارهای ارجاع شده به بهترین نحو به‌طور کامل اجرا کنیم.
- 7-2- طرف‌های مشارکت می‌توانند تمام یا هر یک از فعالیت‌های موضوع این مشارکت نامه را با همکاری دیگران انجام دهند.
- 7-3- از واگذاری طرح یا پروژه موضوع مشارکت، به شخص ثالث بدون رضایت طرف دیگر قرارداد خودداری کنیم.
- 7-4- نحوه تقسیم وظایف، شرح وظایف و سهم‌الشراکه انجام وظایف هر یک از طرفین مشارکت، در اسناد پیوست گروه مشارکت مشخص و ضمیمه قرارداد موضوع مشارکت است.
- 7-5- نحوه توزیع حق‌السهم (سهم‌الشراکه مالی) مطابق جدول ارائه شده در پیوست مالی است.
- 7-6- هرگونه تغییر اساس نامه، هیئت‌مدیره و مدیرعامل در هر یک از اعضای حقوقی گروه مشارکت را ظرف 15 روز به‌طرف دیگر اعلام کنیم.
- 7-7- مالکیت تمام‌رویه‌ها، اسناد، گزارش‌ها و خروجی‌های پروژه موضوع مشارکت را حین انجام تعهدات و بعد از آن، همواره متعلق به اعضای تولیدکننده آن‌ها در مشارکت دانسته و فقط با مجوز کتبی سایر اعضای گروه مشارکت مجاز به استفاده از آن‌ها در موضوعات خارج از موضوع این مشارکت نامه هستیم.
- 7-8- اجرای این مشارکت نامه به استناد ماده (10) قانون مدنی برای طرف‌های مشارکت الزامی است و امکان رجوع اذن از این مشارکت از سوی هر یک از طرف‌های مشارکت یا به‌اتفاق تمام اعضا، از تاریخ امضا تا پایان تسویه حساب با سرمایه‌گذاران/کارفرماها و آزادی تضامین قراردادی و یا تعیین تکلیف تضامین قراردادی و انجام تعهدات در برابر اشخاص ثالث میسر نیست.
- تبصره 3-** بعد از انعقاد قرارداد پروژه موضوع مشارکت، در صورت فوت هر یک از اشخاص حقیقی و یا انحلال هر یک از اشخاص حقوقی و یا نیاز به تغییر نماینده گروه مشارکت، باید با توافق سایر طرف‌های مشارکت و با دارا بودن شرایط درخواست شخص دیگری جایگزین و سند مربوط به این مشارکت نامه تغییر می‌کند.
- تبصره 4-** این توافق نامه از تاریخ امضاء حداکثر به مدت یک سال شمسی و تا زمان اتمام فرایند تشکیل شرکت معتبر بوده و در صورت عدم اجرایی شدن آن به هر دلیل ظرف مدت سه ماه از زمان امضای قرارداد کان لم یکن و خودبه‌خود ملغی اعلام می‌گردد.
- ماده 8-** طرف‌های مشارکت ملتزم به رعایت ضوابط و دستورالعمل‌ها و تمام قوانین و مقررات مربوط به موضوع این مشارکت نامه هستند.
- ماده 9-** در صورت بروز حوادث قهری و یا اختلاف بین طرف‌های مشارکت در خصوص اجرای این مشارکت نامه، موضوع با مذاکره طرفین حل و فصل می‌شود، در صورت عدم توافق طرفین محق به مراجعه به داور مرضی‌الطرفین یا محاکم قانونی می‌باشند.
- تبصره 5-** پرداخت هزینه داوری قبل از رجوع به داور به‌طور مساوی توسط طرفین قرارداد تأمین و به حساب مشارکت واریز می‌گردد.
- ماده 10-** در صورتی که یکی از شرکا تصمیم به خروج از مشارکت بگیرد عضو باقیمانده در صورت تمایل به بقای مشارکت می‌تواند با پذیرش مسئولیت اشخاص خارج شده و یا پذیرش شریک جایگزین به مشارکت ادامه دهد. در این صورت اشخاص خارج شده باید کلیه اسناد، مدارک، اطلاعات و منابع که به صورت امانت در اختیار دارد را تحویل اشخاص باقیمانده کرده و نسبت به تسویه حساب با مشارکت اقدام کند و پس از خروج نیز از انجام رفتار، گفتار یا عملی که باعث لطمه به ادامه کار مشارکت گردد خودداری کند. این تسویه حساب شامل حقوق مالکیت مادی (مبالغ مازادی که تا لحظه خروج شخص از شرکت قابل تقسیم هست) می‌شود و شامل حقوق معنوی مشارکت مانند نمانام و ... نمی‌شود و اشخاص خارج شده حق ادعا و اعتراضی نسبت به حقوق مالکیت معنوی و دارایی‌های نامشهود مشارکت ندارند.

ماده 11- گروه مشارکت و یا هر یک از اعضای آن مجاز است مسئولیت انجام این مشارکت نامه را از طریق پوشش های بیمه ای معتبر تضمین کند.

ماده 12- تمام امضاکنندگان زیر به این وسیله حق هرگونه اعتراض نسبت به این مشارکت نامه را از خود ساقط می کنند.

ماده 13- این مشارکت نامه بر اساس مقررات و قوانین جاری در تاریخ ... در محل شرکت خدمات فناوری تکچی به نشانی خیابان دولت، بلوار کاوه، خیابان رزمجویین، بن بست نصر، پلاک 3، زنگ 3 در سه نسخه امضاء و مبادله شد و همه نسخه ها دارای اعتبار یکسان می باشند.

ماده 14- محل امضای صاحبان امضای مجاز به همراه مهر اشخاص حقوقی (بر اساس آخرین اعلام در روزنامه رسمی):

همدلان: خدمات فناوری تکچی شرق:

مهر و امضای مجاز مهر و امضای مجاز

پیوست 1 - تعهدات طرفین مشارکت:

تعهدات تکچی:

- 1- طراحی سازمان سکویی و مدیریت و سازمان دهی امور برای ایجاد کسب و کار سکویی خوشه گیاهان دارویی همدلان
- 2- مدیریت زیرساخت سکویی مناسب برای فعالیت تولیدکنندگان، توزیع کنندگان، فروشندگان، واردکنندگان، صادرکنندگان، شرکت ها، کارگزاران، سازمان ها و دیگر اجزای ارائه دهنده و دریافت کننده خدمات سکو

تعهدات همدلان:

- 1- جلب مشارکت حضور نهادهای مؤثر و مرتبط با سازمان سکویی خوشه گیاهان دارویی (موضوع قرارداد مشارکت) و بازاریابی خدمات ارائه شده در سازمان سکویی به منظور تحقق اهداف موضوع قرارداد مشارکت
- 2- تأمین سهم خود از سرمایه اولیه مشارکت به مبلغ 4/5 میلیارد تومان برای طراحی و استقرار سکو
- 3- به اشتراک گذاری تمامی امکانات، شبکه تجاری و ظرفیت های ارتباطی و تبلیغاتی خود برای ترویج، تبلیغ و ارتقای بند سازمان سکویی خوشه گیاهان دارویی همدلان

پیوست 2- مراحل اجرای قرارداد مشارکت:

این قرارداد تا مرحله ایجاد شرکت پروژه ادامه می یابد و پس از آن تابع قوانین و برنامه های شرکت مذکور خواهد بود.

مراحل انجام کار به شرح زیر هست:

مرحله اول - شناسایی و جذب بازرگانان و اشخاص حقیقی و حقوقی به ثبت نام در سکو و تشکیل فضای همکاری:

- تکچی: ایجاد زیرساخت اولیه برای ثبت نام و حضور شرکت‌ها، کارگزاران، سازمان‌ها و بازدیدکنندگان در سکو 3 ماه
- تکچی: طراحی سازمان حداقلی مورد نیاز برای اجرای موضوع مشارکت 1 ماه
- همدلان: انجام تبلیغات و جذب شرکت‌ها و نهادها برای حضور حداقل 1000 شخص حقیقی و حقوقی در سکو 3 ماه

مرحله دوم - ارائه خدمات به شرکت‌های موجود در سکو:

- کارگروه راهبری: طراحی خدمات و تهیه طرح تجاری هر خدمت در سکو در طول زمان مشارکت
- کارگروه راهبری: جلب حمایت و شبکه‌سازی با نهادها و سازمان‌های مرتبط
- تکچی: توسعه طرح‌های جدید و طراحی خدمات جدید کسب و کار در طول زمان مشارکت
- همدلان: تقویت نمانام سکو با استفاده از امکانات تبلیغاتی و ترویجی خود

پیوست 3- مالی:

تا تشکیل شرکت، مراحل سرمایه‌گذاری و هزینه کرد به صورت زیر هست:

- همدلان: تأمین سرمایه‌ی 4/5 میلیارد تومان پس از عقد قرارداد
- تکچی: پرداخت هزینه‌های طراحی و توسعه خدمت سازمان سکویی تا سقف 5/5 میلیارد تومان و مدیریت هزینه‌های مربوط به طراحی خدمات و کسب و کارها و پشتیبانی مشتریان و پرداخت هزینه‌های مدیریت و پشتیبانی سکو
- مدل درآمدی و نحوه تقسیم منافع مالی حاصل از قرارداد مشارکت به شرح زیر هست:
 - 15 درصد از کلیه منافع مادی حاصله از ارائه خدمات به شرکت‌ها و نهادها از سوی کارگزاران خارج از اعضای مشارکت متعلق به مشارکت هست (اعضای مشارکت نیز می‌توانند به همین روش مانند بقیه کارگزاران به فروش خدمات خود اقدام کنند).
 - 70 درصد از مبلغ هزینه اشتراک سالیانه حضور شرکت‌ها و نهادها در سکو متعلق به مشارکت هست 30 درصد بقیه صرف هزینه‌های قانونی سازمان سکویی مانند بیمه و مالیات می‌شود.
 - بقیه منافع حاصله از قرارداد مشارکت از جمله منافع حاصل از فروش بسته‌های اطلاعاتی که در نتیجه فعالیت‌های سکو حاصل می‌شود و درآمدهای ناشی از تبلیغات روی سکو کلاً متعلق به مشارکت هست.
 - پس از تشکیل شرکت کلیه دارایی‌ها و منافع باقیمانده به شرکت منتقل خواهد شد.
 - در صورت عدم تمایل دو طرف به ادامه مشارکت و عدم تشکیل شرکت مشترک، منافع مالی موجود شرکت پس از انجام هزینه‌ها و اتمام تعهدات در برابر اشخاص ثالث به نسبت سهم مشارکت بین طرفین قرارداد تقسیم می‌شود و مشارکت خاتمه می‌یابد.

پیوست 4- کارگروه راهبری مشارکت:

برای سیاست‌گذاری و انجام فعالیت‌های راهبردی مشارکت، کارگروهی متشکل از افراد زیر تشکیل می‌شود و تصمیمات این کارگروه با رأی اکثریت برای کلیه طرفین مشارکت الزامی است:

- از طرف همدلان آقای ... به شماره ملی ... به‌عنوان نماینده تام‌الاختیار در کارگروه راهبری معرفی می‌گردد؛ و از طرف شرکت تکچی آقای سید جواد حسینی به شماره ملی 4172028489 به‌عنوان نماینده تام‌الاختیار در کارگروه راهبری معرفی می‌گردد.
 - افرادی که به تشخیص طرفین مشارکت به‌طور موردی نیاز به حضورشان احساس شود.
- تبصره- کلیه تصمیمات مشارکت باید به تأیید کارگروه راهبری برسد و مشارکت تعهدی در قبال تعهدات خارج از مصوبات کارگروه در برابر اشخاص ثالث نخواهد داشت.

پیوست 5- پیوست فنی قرارداد:

امکانات موجود روی سکوی خوشه گیاهان دارویی همدلان به شرح زیر هست:

1- سازمان سکویی خوشه گیاهان دارویی همدلان یک سکو برای تبادل کالا و محصول و خدمات بین شرکتی و تبادلات B TO B فعال در حوزه خوشه گیاهان دارویی همدلان هست که کلیه خدمات مرسوم در تجارت برخط را به شرکت‌های عضو سکو ارائه می‌دهد. برخی از امکاناتی که در این سکو در اختیار اعضای حقوقی قرار می‌گیرد عبارتند از:

- 1-1 امکان تشکیل سازمان الکترونیکی برای کلیه شرکت‌ها، اشخاص حقیقی و حقوقی عضو به‌صورت دائمی روی سکو شامل:
 - 1-1-1 شناسنامه شرکت یا شخص
 - 1-1-2 سیاهه محصولات و خدمات
 - 1-1-3 سیاهه فناوری‌های توسعه‌یافته
 - 1-1-4 سیاهه امکانات، آزمایشگاه‌ها و ظرفیت‌ها
 - 1-1-5 سیاهه افتخارات و گواهی‌نامه‌ها
 - 1-1-6 سایر موارد بنا به درخواست همدلان
- 2-1 امکان فروش و خرید محصولات با فرایند استاندارد تجاری برای شرکت‌های عضو
- 3-1 امکان عقد قراردادهای خدماتی و ارائه خدمت از طرف کارگزاران به شرکت‌ها
- 4-1 امکان برقراری جلسات و نشست‌های تجاری برخط بین شرکت‌ها
- 5-1 امکانات اختصاصی برای حضور کارگزاران ارائه خدمات به شرکت‌های حاضر در سکو مانند مکاتبات، ارائه RFP، ارائه پروپوزال، عقد تفاهم‌نامه و عقد قرارداد ...
- 6-1 امکانات اختصاصی برای سازمان‌های حاکمیتی حاضر در سکو مانند امکانات نظارتی، گزارش‌گیری، خدمات G TO G و خدمات حمایتی از شرکت‌های حاضر در سکو
- 7-1 در سازمان سکویی خوشه گیاهان دارویی همدلان امکان برگزاری هم‌زمان تعداد زیادی نمایشگاه با مبدأ و مقصد متفاوت و با هدف‌گیری بازارهای مختلف داخلی و خارجی وجود دارد و می‌تواند کلیه فعالیت‌های مرتبط با نمایش محصول تا فروش محصول در نمایشگاه را مدیریت کند. برخی از ویژگی‌های این نمایشگاه عبارتند از:
 - 1-7-1 امکان حضور شرکت‌های عضو در چندین نمایشگاه الکترونیکی روی سکو به‌طور هم‌زمان
 - 2-7-1 امکان ادامه تماس‌های ایجادشده در نمایشگاه و تبدیل آن به قرارداد در قبل و بعد از نمایشگاه
 - 3-7-1 امکانات اختصاصی برای بازدیدکنندگان شامل خرید بلیت و جستجوی هوشمند در بین محصولات و شرکت‌های حاضر در نمایشگاه
 - 4-7-1 امکان تعریف نمایشگاه با پنل ادمین قابل‌واگذاری
 - 5-7-1 در پنل نمایشگاه امکان تعریف پروفایل نمایشگاه (شامل نشان‌واره و پوستر و تاریخ برگزاری و برگزارکنندگان و حامیان و...) باقابلیت‌های زیر وجود دارد:
 - 1-5-7-1 ایجاد و تعریف بخش‌های نمایشگاه بدون هیچ محدودیتی

- 1-7-5-2- تعریف و فروش بلیت برای بازدیدکنندگان، شرکت‌ها، سازمان‌ها و کارگزاران به‌صورت جداگانه
- 1-7-5-3- ایجاد و تعریف رویدادهای یک نمایشگاه
- 1-7-5-4- مشاهده و کنترل شرکت‌کنندگان و غرفه‌داران نمایشگاه
- 1-7-5-5- پنل کاربری شرکت‌ها (اشخاص حقوقی)
- 1-7-5-6- پروفایل کسب‌وکارها
- 2- برای اشخاص حقیقی حاضر در سکو نیز امکانات زیر در نظر گرفته شده است:
 - 2-1- پنل کاربری شخصی (ویژه اشخاص حقیقی)
 - 2-2- تنظیمات شامل پروفایل شخصی با امکان بارگذاری اسناد و مدارک مورد نیاز
 - 2-3- ایجاد کسب‌وکار اختصاصی با امکان ایجاد و تعریف یک کسب‌وکار و در اختیار گرفتن پنل کاربری حقیقی
 - 2-4- سیاهه خریدهای شخصی
 - 2-5- سیاهه نشانی‌های حمل
 - 2-6- جدول تیکت‌ها

ضمیمه سه:

خوشه اجتماعی دانایی و توانایی:

چشم‌انداز: دسترسی جامعه به محتواها و خدمات به‌روز و با کیفیت در هر لحظه و هر جا و هر زمان با ارزان‌ترین قیمت

هدف: آموزش و پرورش نوآوران با فناوری‌های نوین متناسب با نیاز جامعه

1- خوشه چیست؟ به تجمعی از واحدهای کسب‌وکار گفته می‌شود که به‌صورت بخشی و جغرافیایی تمرکز یافته، در بستر ارتباط و تکمیل فعالیت‌های همدیگر به تولید و عرضه تعدادی کالا و خدمات می‌پردازند و با **چالش‌ها و فرصت‌های مشترک** مواجه هستند.

ذینفعان خوشه: یک خوشه نه‌فقط شامل واحدهای کسب‌وکار (Enterprises) که تولیدات و یا خدمات مشخص خوشه را تولید و ارائه می‌کنند، بلکه به‌علاوه تأمین‌کنندگان مواد اولیه، پیمانکاران فرعی، خریداران، صادرکنندگان، تأمین‌کنندگان ماشین‌آلات، نهادهای مختلف پشتیبان، مشاوران، خدمات عمومی، واحدهای مربوط به سامانه حمل‌ونقل و سایر تأمین‌کنندگان که تولید در خوشه را به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم تسهیل می‌کنند را نیز در برمی‌گیرد.
در کنار این‌ها، گروه‌های دیگری از فعالان مثل اتحادیه‌ها، گروه‌های همیار، تعاونی‌ها و NGOها که ترغیب‌کننده کسب‌وکار بخش‌های مختلف خوشه هستند نیز قرار می‌گیرند.

<https://t.me/+PW3GsmVORU1MGY0>

2- ویژگی خوشه اقتصادی چیست؟ تعداد بی‌شماری شرکت و اشخاص کوچک و رقیب به دلیل کوچکی و رقابت امکان هزینه کردن برای تحقیق و توسعه را به‌تنهایی ندارند و صرفه اقتصادی ندارد و لذا همه عضو خوشه اقتصادی می‌شوند تا از نمانام و نتایج تحقیق و توسعه انجام‌شده توسط خوشه اقتصادی بهره‌برداری کنند.
کارایی جمعی: شامل صرفه‌جویی بیرونی که به علت تجمع در یک مکان نصیب شرکت‌های عضو خوشه می‌شوند؛ و دیگری مزایای اقدام اشتراکی که از همکاری آگاهانه محلی حاصل می‌شود مانند دستیابی به بازار و خدمات (طراحی، بازاریابی، تبلیغات، فروش و توزیع، تأمین مالی، آموزش نیروی انسانی و...)

3- تسهیم هزینه‌های تحقیق و توسعه چند مورد برای مثال ذکر می‌شود:

1-3- نحوه بسته‌بندی

2-3- نحوه نمانام سازی

3-3- نحوه ورود به بازار

4-3- نحوه تبلیغات

5-3- ...

4- ایجاد یک شرکت تعاونی فراگیر با **سهامداری** ذینفعان زیر:

1-4- آقا یا خانم ... به‌عنوان عامل توسعه خوشه

2-4- جامعه خیرین مدرسه‌ساز

3-4- دارندگان سکویهای آموزشی

4-4- تولیدکنندگان محتواهای آموزشی و فرهنگی

5-4- کاربران (اولیاء، کودکان، دانش‌آموزان، معلمان و مربیان و ...)

6-4- مراکز آموزشی و پرورشی بالأخص مهارتی

7-4- ارائه‌دهندگان خدمات آموزشی و پرورشی

8-4- تولیدکنندگان محتواهای آموزشی

- 9-4- واردکنندگان محتوای آموزشی
- 10-4- مراکز حمایتی مرتبط اعم از دولتی و حاکمیتی
- 11-4- ...

5- تهیه برنامه کسب و کار این خوشه در چند مرحله زیر:

- 1-5- مرحله اول تمرکز بر شناسایی سکوی موجود و انتخاب سکوی مناسب
- 2-5- مرحله دوم تمرکز بر شناسایی محتوای موجود و انتخاب محتوای مناسب
- 3-5- مرحله سوم تمرکز بر شناسایی خدمات موجود و انتخاب خدمات مناسب
- 4-5- مرحله چهارم تمرکز بر شناسایی نرم افزارهای موجود و انتخاب نرم افزارهای مناسب
- 5-5- مرحله پنجم تمرکز بر شناسایی سخت افزارهای موجود و انتخاب سخت افزارهای مناسب
- 6-5- مرحله ششم
- 7-5- ...

6- الگوی پیشنهادی برای ارائه خدمات با استفاده از روش تأمین سرمایه اجتماعی (CROWD FUNDING)
کانال تلگرامی تأمین جمعی سرمایه

<https://t.me/+sNOy1ZKTt0o4MDRk>

تذکر: این مراحل هم زمان و یا در موازات هم نیز قابل شروع و اجرا هستند.

ضمیمه چهار:

کسب‌وکار اجتماعی با معرفی کتاب کسب‌وکار اجتماعی

خلاصه کننده: خسرو سلجوقی کارآفرین کسب‌وکارهای اجتماعی - ۱۴۰۱۰۷۱۰

شیوه جدیدی از کسب‌وکار که منجر به تأمین نیازهای حیاتی بشر در دنیای سرمایه‌داری خواهد شد.

نویسنده: محمد یونس دارنده جایزه نوبل اقتصادی و مؤسس گرامین بانک بنگلادش و کارل وبر

ناشر: موسسه خدمات فرهنگی رسا، ۰۲۱۶۶۹۰۷۷۱۰ و ۰۲۱۶۶۹۰۷۷۱۲ و ۰۲۱۸۸۸۳۴۸۴۴

کسب‌وکارهای اجتماعی، در واقع راه‌حل جدیدی برای رفع مشکلات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی است که مدت‌ها است بشریت را با معضلاتی همچون گرسنگی، بی‌خانمانی، آلودگی و بی‌سوادی مواجه کرده است.

بازار سرمایه جدیدی لازم است ایجاد شود که از آن به‌عنوان ابزاری برای سرمایه‌گذاری افراد در کسب‌وکارهای اجتماعی استفاده کرد. کسب‌وکارهای اجتماعی به‌تنهایی در سیاهه بازار سهام اجتماعی قرار خواهند داشت و سرمایه‌گذاران از آغاز خواهند دانست که هرگز سود سهمی از این بازار دریافت نخواهند کرد. انگیزه آن‌ها تنها احساس افتخار برای کمک به حل مسائل اجتماعی است. بانک قرض‌الحسنه رسالت یک نمونه در ایران می‌تواند باشد.

مفهوم کسب‌وکار اجتماعی:

انسان هر دو انگیزه دیگر خواهی (Selfless) و خودخواهی (Selfish) را دارد و انسانی که کسب‌وکاری برای هدف فردی و حداکثر سازی منافع شخصی و بدون توجه به اثرات کسب‌وکار بر دیگران شکل می‌دهد و همان ساختار سرمایه‌داری است و انسانی که با هدف سودرسانی به دیگران کسب‌وکاری شکل می‌دهد و صاحب کسب‌وکار به‌غیر از لذت خدمت‌رسانی به دیگران، بهره‌ی دیگری از کسب‌وکار خود نمی‌برد (سودی از کسب‌وکار عاید آن‌ها نمی‌شود) و این نوع کسب‌وکار مبتنی بر بعد دیگر خواهی انسان‌ها شکل می‌گیرد، کسب‌وکار اجتماعی نامیده می‌شود.

هدف یک کسب‌وکار اجتماعی، حل یک مسئله اجتماعی با به‌کارگیری روش‌های متداول در کسب‌وکارها است.

مفهوم کسب‌وکار اجتماعی با مفهوم سازمان‌های غیرانتفاعی و مردم‌نهاد متفاوت است و هرگونه افزایش در میزان سرمایه‌ی اولیه سرمایه‌گذاران، باعث می‌شود آن کسب‌وکار، دیگر یک کسب‌وکار اجتماعی نباشد.

هفت اصل کسب‌وکار اجتماعی یا ویژگی‌های آن به شرح زیر است:

- 1- هدف کسب‌وکار اجتماعی، غلبه بر فقر، یا حل یک یا چند مسئله مانند آموزش، بهداشت، دسترسی فناوری و محیط‌زیست است که مردم و جامعه را تهدید می‌کند و به دنبال کسب سود از سرمایه‌گذاری‌ها نیست.
- 2- کسب‌وکار اجتماعی از لحاظ اقتصادی و مالی پایدار و به‌عبارت‌دیگر خودگردان است. (در عین خودگردانی، دستیابی به اهداف اجتماعی بر سودآوری اولویت دارد.)
- 3- سرمایه‌ی سرمایه‌گذاران، بدون هیچ سودی و تنها به همان میزان سرمایه‌گذاری اولیه به آن‌ها بازگردانده می‌شود.

- 4- پس از باز پس دادن سرمایه‌ی سرمایه‌گذاران، سود حاصله از کسب‌وکار، برای توسعه و پیشرفت در همان کسب‌وکار اجتماعی صرف خواهد شد.
- 5- کسب‌وکار اجتماعی به صورت آگاهانه به مسائل زیست‌محیطی توجه می‌کند.
- 6- پرداخت دستمزدها در کسب‌وکارهای اجتماعی، متناسب با بازار، به همراه شرایط کاری بالاتر از استانداردهای رایج در استفاده از نیروی کار است.
- 7- از نیروی کسب‌وکار اجتماعی لذت ببرید.

فرق بین کسب‌وکار اجتماعی با مسئولیت اجتماعی در این است، کسب‌وکار اجتماعی مستقیماً برای تغییر وضعیت اجتماعی و اقتصادی فقرا و یا ایجاد بهبود و پیشرفت اجتماعی در دنیا ایجاد شده است و تمام منابع خود را (بعد از پوشش دادن هزینه‌های کسب‌وکار و کنار گذاشتن ذخیره‌های احتیاطی) در این راه هزینه می‌کند، اما یک شرکت یا بنگاه معمولی که با هدف کسب بیشترین سود از سرمایه‌گذاری‌ها ایجاد شده است و به موضوعاتی همچون مسئولیت اجتماعی بنگاه می‌پردازد، ممکن است ۹۵ درصد از منابع خود را برای کسب سود و تنها پنج درصد و یا کمتر را به جامعه اختصاص دهد تا دنیا به مکان بهتری برای زندگی تبدیل شود.

والدین می‌توانند به فرزندان خود ایده راه‌اندازی یک کسب‌وکار اجتماعی مانند فروش روزنامه و تحویل آن درب خانه‌ها و یا راه‌اندازی یک ایستگاه فروش آبمیوه در یک روز گرم تابستانی را بدهند. به این ترتیب آن‌ها کسب‌وکارهای اجتماعی را ابتدا با هدف حل مسائل اهالی محل خود شروع خواهند کرد. پرورش درختان، مراقبت از حیوانات بی‌پناه، پیغام‌رسانی به همسایگان مسن و ... ایده‌های دیگری از این قبیل هستند.

برای پایداری مالی در این‌گونه کسب‌وکارها از **یارانه متقاطع (Cross-subsidization)** یعنی فرایند فروش به دسته‌ای از مشتریان با قیمت بالاتر، برای کاهش قیمت در دسته‌ی دیگری از مشتریان استفاده می‌گردد.

دو نوع کسب‌وکار اجتماعی وجود دارد:

نوع اول: شرکت‌های خودگردان و بدون تقسیم سودی (شرکت‌هایی که سود به سهامداران نمی‌دهند ولی در عین حال ضرر ده نیستند) هستند که برای حل یک مسئله اجتماعی ایجاد شده‌اند و مالکیت آن در اختیار سهامدارانی است که به دنبال سود شخصی از سهامشان نیستند و سود ناشی از سرمایه‌گذاری خود را تنها در جهت توسعه همان کسب‌وکار اجتماعی صرف می‌کنند. مثل **گرامین - دنون** که ماست انرژی‌زا تولید می‌کرد و یا شرکت آب‌رسانی **گرامین وئولیا** که آب تصفیه‌شده تولید می‌کرد.

نوع دوم: کسب‌وکارهای اجتماعی، مثل کسب‌وکارهای رایج هستند که به سهامداران خود سود تخصیص می‌دهند ولی مالکیت این کسب‌وکارها در اختیار فقرا است و یا به عبارت دیگر سهامداران آن فقرا هستند. این نوع از کسب‌وکارها از آنجایی که سود خود را به فقرا می‌دهند و در نتیجه به کاهش فقر و حل یک مسئله اجتماعی کمک می‌کنند کسب‌وکار اجتماعی نامیده می‌شوند ولی از آنجایی که برخلاف الگوی کسب‌وکارهای نوع اول به سهامداران خود سود تخصیص می‌دهند، کسب‌وکار اجتماعی نوع دوم نامیده می‌شوند. مثل بانک گرامین و کارخانه پارچه‌بافی اوتو گرامین

در این کتاب نمونه‌های کسب‌وکار اجتماعی که با مشارکت گرامین بانک در آموزش، تغذیه و غیره ایجاد شده است به‌طور مفصل تشریح شده است و برای یادگیری بسیار هیجان‌انگیز است.

برای اینکه بتوانیم یک **کسب‌وکار اجتماعی راه‌اندازی** کنیم با مراحل زیر می‌توان اقدام کرد:

- 1- سیاهه‌ای از مشکلات جهان تهیه کنید.
 - 2- سپس یکی از این مشکلات شناسایی شده را انتخاب کنید.
 - 3- از خودتان سؤال کنید آیا می‌توانید یک کسب‌وکار اجتماعی برای رفع این مشکل طراحی کنید؟
 - 4- با این سؤال به دنبال پیدا کردن راه‌حلی برای مشکلات می‌گردید، ممکن است به این نتیجه برسید که حل مشکلات به چیزهایی نیاز دارد که در توان شما نیست، در چنین شرایطی دلسرد نشوید و بدانید که مشکلات متعددی وجود دارند که به استعدادهای منحصربه‌فرد شما، برای رفع آن‌ها مفید خواهد بود.
 - 5- حرکت را از یک هدف بسیار بزرگ، به سمت اهدافی کوچک‌تر و مشخص‌تر سوق دهید. برای مثال هدف (ایجاد شغل برای پنج فرد فقیر) را انتخاب کنید حالا بهتر و سریع‌تر می‌توانید به هدف برسید.
- کارآفرین کسب‌وکار اجتماعی**، نقش یک کارآفرین کسب‌وکار اجتماعی ممکن است شامل موارد متعددی از قبیل پیدا کردن سرمایه‌گذار، فناوری مورد نیاز، تعیین چارچوب قانونی، طراحی الگوی کسب درآمد و تقسیم آن و یا پیدا کردن راهی برای رفع موانع اداری و قانون‌گذاری باشد.

برخی از انواع سازمان‌هایی که می‌توانند در راه‌اندازی یک کسب‌وکار اجتماعی ممکن است شریک شوند:

یک کسب‌وکار اجتماعی دیگر، یک سازمان مردم‌نهاد و یا یک خیریه، یک سرمایه‌گذار، یک مشارکت فناورانه، مشارکت در تولید، مشارکت در منابع انسانی، مشارکت در توزیع، مشارکت در جهت‌نظارت و ...

توجه شود در **کسب‌وکارهای اجتماعی حقوق و مزایای** کارکنان نسبت به سایر کسب‌وکارها کمتر نیست بلکه بالاتر است. به همین دلیل نخبگان بیشتر جذب می‌شوند.

برنامه کسب‌وکار اجتماعی چه کپی‌برداری از برنامه کسب‌وکار دیگری باشد و چه یک برنامه جدید باشد موارد زیر باید مدنظر قرار بگیرد:

- چه محصول و خدماتی ارائه خواهد شد؟
- این محصول و خدمت چگونه تولید خواهد شد؟
- مشتریان چه کسانی هستند؟
- چه تعداد از مشتریان در دسترس هستند؟
- مشتریان چگونه تصمیم به خرید می‌گیرند؟
- چگونه می‌توان به قیمتی پی برد که مشتریان حاضرند برای محصول و یا خدمت ارائه شده بپردازند؟
- مخارج و سرمایه‌گذاری‌های اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکار، چگونه تأمین خواهد شد؟
- هزینه‌های ماهانه‌ی کسب‌وکار (شامل اجاره، حقوق، حمل‌ونقل، تأمین و ...) چقدر خواهد بود؟
- با رشد کسب‌وکار، هزینه‌ها چگونه تغییر خواهد کرد؟

- به‌طور واقع‌بینانه، انتظار می‌رود چه میزان درآمد از فروش محصول و یا خدمت در ماه‌های اولیه‌ی کسب‌وکار حاصل شود؟ شش ماه اول چقدر؟ یک سال اول چقدر؟ سه سال اول چقدر؟
 - بر مبنای محاسبات انجام شده، چه زمانی کسب‌وکارتان به نقطه سربه‌سر می‌رسد؟
 - بعد از چه مدتی انتظار می‌رود که بتوان سرمایه‌های اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکار را بازپرداخت کرد؟
 - هدف اجتماعی من چیست؟ با استفاده از کسب‌وکار اجتماعی قصد کمک کردن به چه کسانی را دارم؟
 - قصد دارم چه خدمات اجتماعی‌ای را ارائه کنم؟
 - ذینفعان کسب‌وکار، چگونه در تدوین و اجرای آن مشارکت خواهند کرد؟
 - در شش ماه اول فعالیت کسب‌وکار، انتظار دارم به چه اهداف اجتماعی‌ای دست پیدا کنم؟ در یک سال اول؟ در سه سال اول؟
 - اگر کسب‌وکار اجتماعی موفق شد، چگونه می‌توانم آن را تکرار کنم و یا گسترش بدهم؟
 - آیا مزایا و خدمات اجتماعی دیگری وجود دارد که بتوان به مجموعه‌ی اهداف اجتماعی مورد نظرم اضافه کرد؟
- فراموش نکنیم یک سفر هزار کیلومتری تنها با یک قدم شروع می‌شود. پس باید قدم اول را برداریم.
- محمد یونس با قرض دادن ۲۷ دلار به ۴۲ نفر از فقرا در روستای جبرا بانک گرامین را راه‌اندازی کرد.

ساختار کسب‌وکار اجتماعی:

- بهترین گزینه در شرایط امروز به دلیل نداشتن ساختار حقوقی مناسب و مصوب در قالب یک کسب‌وکار انتفاعی تعریف کردن است. درعین‌حال از هدف اجتماعی که قلب کسب‌وکار اجتماعی است نباید غافل شد.
- در آینده، دولت‌ها و مجالس قانون‌گذاری می‌باید قوانین و مقررات مجزایی برای **کسب‌وکار اجتماعی** تدوین کنند. در این قوانین باید فرایند و شیوه‌ای که کسب‌وکار اجتماعی می‌باید دنبال کند تا به یک شرکت انتفاعی تبدیل شود، گنجانده شده باشد. هم‌زمان، می‌باید قوانین شرکت‌های فعلی را بهبود دهیم تا شامل شیوه‌نامه‌هایی بشوند که به‌وسیله‌ی آن، شرکت‌های انتفاعی بتوانند به کسب‌وکار اجتماعی تبدیل شوند.
- مرکز یونس:** این مرکز در سال ۲۰۰۸ ایجاد شد تا کسب‌وکارهای اجتماعی مرتبط با گرامین را معرفی و ترویج کند.

آزمایشگاه خلاقیت گرامین: موتور رشد برنامه‌های جهانی کسب‌وکارهای اجتماعی در شهر ویزبادن (Weisbaden) آلمان نزدیک فرانکفورت با انگیزه‌های شخصی **هانس ریتز** با سه وظیفه اصلی، برقراری ارتباط در خصوص کسب‌وکارهای اجتماعی، ایجاد مرکز رشد برای کسب‌وکارهای اجتماعی راه‌اندازی شده توسط خود این آزمایشگاه و درنهایت حمایت از ایجاد کسب‌وکارهای اجتماعی توسط دیگر سازمان‌ها و افراد.

روز دهم جولای **روز جهانی کسب‌وکارهای اجتماعی** نام‌گذاری شده است؛ و توسط شرکت فولکس‌واگن در مرکز این شرکت در شهر آتواستادا برگزار شد.

در دانشگاه کیوشو ژاپن چند پروژه کسب و کار اجتماعی در دست اجرا است: مثل هر روستا، یک درگاه - سلامت الکترونیکی - کشاورزی الکترونیکی - دفترچه پس انداز الکترونیکی - آزمایش در خصوص منابع انرژی جایگزین در جهت پیدا کردن راه‌های جدیدی برای تولید، ذخیره‌سازی و انتقال انرژی‌های تجدید پذیر پذیر پذیر انرژی خورشیدی، بادی، سوخت‌های زیستی و غیره.

بازار سهام اجتماعی: ضرورت راه‌اندازی یک بازار سهام اجتماعی به موازات بازار سهام موجود، باید پیگیری شود.

چرا افراد باید سهامشان در کسب و کارهای اجتماعی را به فروش برسانند؟

- برای دریافت سرمایه‌ی اولیه‌ی خود پیش از اینکه کسب و کار اجتماعی مورد نظرش بتواند آن را بازپرداخت کند.
- برای افزایش سرمایه‌ی خود برای خرید سهام کسب و کار اجتماعی دیگر،
- برای سرمایه‌گذاری در یک صندوق کسب و کارهای اجتماعی،
- و یا برای ایجاد صندوق سرمایه‌گذاری کسب و کارهای اجتماعی برای خودش و سرمایه‌گذاری کردن در کسب و کارهای اجتماعی.

بیست یا پنجاه سال دیگر جهان چگونه جایی است؟ اما سؤال مهم‌تر این است بیست یا پنجاه سال دیگر، جهان چگونه باشد؟

در نگرش اول خود را تماشاگر اتفاقاتی می‌بینیم که به وقوع خواهند پیوست و در نگرش دوم، خود ما آفرینندگانی هستیم که فعالانه در جهت نتایج دلخواه گام برمی‌داریم.

برای پیش‌بینی آینده به دو گروه می‌توان رجوع کرد، گروه اول بهترین دانشمندان و تحلیلگران فنی و اقتصادی دنیا و گروه دوم نویسندگان علمی و تخیلی. بدیهی است گروه اول بر اساس گذشته و حال به پیش‌بینی آینده مبادرت می‌کنند و گروه دوم بر اساس رؤیای آدم‌ها که اتفاقات دنیای واقعی را شکل می‌دهند. شما کدام گروه را انتخاب می‌کنید؟ محمد یونس گروه دوم را انتخاب کرد. سیاه‌های که برای توصیف دنیا در ۲۰۳۰ می‌توان ذکر کرد:

- جهانی بدون حتی یک فقیر.
- جهانی که اقیانوس‌ها، دریاچه‌ها، رودها و هوای آن آلوده نیست.
- جهانی که هیچ کودکی در آن گرسنه سر به بالین نمی‌گذارد.
- جهانی که در آن هیچ‌کس به علت یک بیماری قابل پیشگیری، نا به هنگام فوت نمی‌شود.
- جهانی که در آن جنگ‌ها فقط در کتاب تاریخ است.
- جهانی که در آن مردم می‌توانند به راحتی از مرزها عبور کنند و به هر جا که می‌خواهند سفر کنند.
- جهانی بدون بی‌سواد، جایی که همه با استفاده از معجزه‌ی فناوری به راحتی به آموزش دسترسی دارند.
- جهانی که در آن منابع غنی فرهنگ دنیا در دسترس همه قرار دارد.

کانال تلگرامی دانش توسعه پایدار

<https://t.me/+DnySOH0rlx83ZjM0>

راه‌اندازی خوشه‌های منتخب بر مبنای سازمان سکویی در قالب تعاونی

خسرو سلجوقی

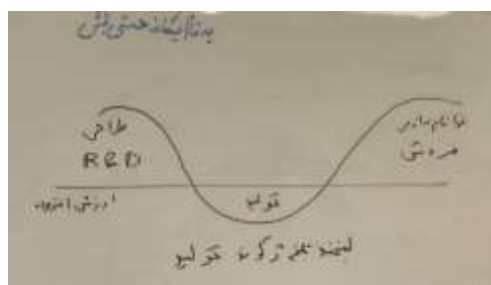
نسخه ۱- ۱۴۰۲۰۶۰۹

مقدمه:

در کلیه بخش‌های اقتصادی (صنعت، کشاورزی و خدمات) کشور موضوع **تکمیل نبودن زنجیره** موجب شده است تا از تولیدات کشور، تولیدکنندگان عزیز استفاده لازم را نبرند و در نتیجه تولید از ارزش افزوده لازم برای تولیدکننده و ثروت ملی برخوردار نشود.

همان‌طور که در نمودار زیر ملاحظه می‌شود در چهار بخش **طراحی، تحقیق و توسعه، نمانام‌سازی (برندسازی) و فروش** ارزش افزوده بالایی هست و در بخش تولید کم!

متأسفانه در بخش اشتغال کشور هم تمرکز تنها بر **بخش تولید** بسیار زیاد است و اولین راهکار با **پول پاشی و وام** مبادرت به این تلاش می‌شود و در نهایت اخیراً به آموزش‌های **فنی و حرفه‌ای و مهارت‌آموزی** هم نیم‌نگاهی بدون توجه به **آمایش سرزمین و نیاز بازار** و کارآفرینان شده است. نکته قابل تحمل فراموش کردن دو بخش ابتدایی و دو بخش انتهایی این نمودار و زنجیره و ارزش افزوده آن است. برای این کار حداقل تعدادی **کارفرمای آزادکار موضوعی** نیاز است. تا این زنجیره را یکپارچه و هم‌افزا کند. مثال ساده‌شده آن اسنپ و تپسی است. در برنامه‌های راهبردی نیاز داریم به این موارد توجه کنیم و نوآوری در تدوین راهبردهای پیشنهادی داشته باشیم.



درصد نرخ بازگشت سرمایه:

- امور کشاورزی (Agriculture) 4-12
- امور صنعتی (Industry) 10-20
- فناوری پیشرفته (High technology) 40
- امور نظامی (Military) 50
- امور سیاسی (Politic) 100
- مواد مخدر (Drug) 300
- تحقیق و توسعه (Research & development) 3000

همان‌طور که ملاحظه می‌شود نرخ بازگشت سرمایه در بخش تحقیق و توسعه بالاترین میزان است و تمامی بخش‌های قبلی نیز بدون تحقیق و توسعه از مزیت رقابتی برخوردار نیستند و هزینه کردن در این بخش برای شرکت‌های کوچک و متوسط و اشخاص حقیقی میسر نیست و برای جبران این ضعف راه‌اندازی خوشه‌های منتخب راهکار راهبردی است و برای همین هر خوشه اقتصادی مبادرت به انجام این هزینه و پرداخت آن و تأمین آن از اعضای همان خوشه اقتصادی می‌کند، نکته جالب‌توجه در این مراحل خوشه اقتصادی مبادرت به آموزش و همچنین کنترل کیفیت تا محصولات تولیدی دارای حداقل‌های تعیین‌شده باشند و در نهایت نقش دولت به‌عنوان تأمین بخشی از معافیت‌های صادراتی و غیره همراهی می‌کند. لذا جایگاه تشکل خوشه‌های منتخب در این فرایند بسیار ضروری است و همچنین اصلاح نقش دولت و حاکمیت برای همراهی و هم‌نوردی با این تشکل لازم است. برای تشکیل خوشه‌های منتخب و حضور هوشمندانه در بازارهای داخلی و خارجی پیش‌قدم شویم و البته سعی نکنیم با نصب تابلو به این کار اقدام کنیم بلکه با اقدام به فعالیت واقعی خوشه یعنی همان تحقیق و توسعه و نمانام سازی که دو وظیفه اصلی خوشه است، مبادرت شود.

<https://t.me/joinchat/bGD1OguwhzowYjdk>

خوشه‌های منتخب چیست؟

بهترین ساختاری که در دنیا آزمون شده است برای ایران به شرح زیر پیشنهاد می‌گردد: خوشه اقتصادی

خوشه اقتصادی را چه اشخاص حقیقی و یا حقوقی تشکیل می‌دهند؟ شرکت‌ها، تولیدکنندگان و بازرگانان کوچک و رقیب که با چالش‌ها و فرصت‌های مشترک مواجه هستند.

پشتوانه نظری پدیده ایجاد خوشه یا تجمیع را اولین بار آلفرد مارشال در نظریه صرفه‌های اقتصادی ناشی از تجمیع بیان کرد. در چارچوب این نظریه شرکت‌های کوچک در عین حال که رقبای طبیعی همدیگرند، اعضای داخل یک شبکه مستقل هستند. ایده خوشه اقتصادی توسط پورتر از سال 1990 شروع شد.

اولین ارزش‌افزوده خوشه اقتصادی در نمانام (Brand) است که می‌تواند در بازارهای داخلی و جهانی حضور داشته باشد و بجای حضور تعداد زیادی شرکت کوچک و رقیب یک شرکت معظم بنام خوشه ... در بازار جهانی حاضر خواهد شد برای مثال تولیدکنندگان انواع شیرینی ایرانی از قطب و باقلوای یزد، اریس تبریز، گز اصفهان، نان برنجی کرمانشاهی و کلمپه کرمان و الی‌آخر در خوشه شیرینی ایران می‌توانند عضو شوند و عامل توسعه این خوشه می‌تواند به همراه هیئت سیاسی و اقتصادی کشور برای حضور در بازارهای جهانی مسئولین را همراهی و بازاریابی کند.

دومین ارزش‌افزوده خوشه ناشی از چیست؟ محاسبات نشان می‌دهد میانگین نرخ بازگشت سرمایه در بخش‌های مختلف در جهان به شرح زیر است:

کشاورزی 4 الی 12 درصد

صنعت 10 تا 20 درصد

صنایع پیشرفته 40 درصد

صنایع نظامی 50 درصد

کشورگشایی 100 درصد

مواد مخدر 300 درصد

تحقیق و توسعه 3000 درصد

برای نمونه در خصوص تحقیق و توسعه برای شناسایی بازارهای صادراتی و نیاز بازار و یا حتی بازاریابی خوشه مبادرت به انعقاد قرارداد با یکی از چند شرکت بازار هدف عضو شبکه (esomar.org) که در جهان حدود دو هزار شرکت هستند و تحت یک لیسانس مشترک فعالیت می‌کنند و یکی از فعالیت‌های آن‌ها **بازارشناسی و ارزیابی** است می‌کند؛ و نتایج این تحقیق توسط خوشه اقتصادی خریداری و برای اعضای خوشه فروخته می‌شود.

پس باید با **بکارگیری تحقیق و توسعه در خوشه اقتصادی** اقدام کرد و تحقیق و توسعه برای شرکت‌های کوچک هزینه‌زا است و این هزینه توسط خوشه به عمل می‌آید و **نتیجه تحقیقات** بین اعضاء توزیع و فروخته می‌شود و **هزینه آن** نیز بین اعضاء تسهیم می‌شود.

برای مثال تحقیق و توسعه در خوشه اقتصادی کشاورزی را مثال بزنیم:

- 1- تحقیق و توسعه در انتخاب بذر مناسب و سازگار با محیط
- 2- تحقیق و توسعه در میزان آبدهی، زمان آبدهی و الی آخر
- 3- تحقیق و توسعه در میزان کود دهی، زمان کود دهی و الی آخر
- 4- تحقیق و توسعه در میزان سم دهی، زمان سم دهی و الی آخر
- 5- تحقیق و توسعه در زمان برداشت، نوع برداشت و زمان برداشت و الی آخر
- 6- تحقیق و توسعه در نوع بسته‌بندی، نگهداری و الی آخر
- 7- تحقیق و توسعه در بازاریابی و تبلیغات و الی آخر
- 8- تحقیق و توسعه در پایش بازار و خدمات پس از فروش و کنترل بازار برای حضور مداوم و الی آخر
- 9- تحقیق و توسعه در ...

مزایای اقدام اشتراکی:

که از همکاری آگاهانه حاصل می‌شود مانند دستیابی به بازار و خدمات (طراحی، بازاریابی، تبلیغات، فروش و توزیع، تأمین مالی، آموزش نیروی انسانی و...)

فرق شرکت نگهدار (هولدینگ کمپانی) و کنسرسیوم با خوشه چیست؟

در شرکت نگهدار این مادر است که دارای فرزند می‌شود یعنی شرکت‌های زیرمجموعه هولدینگ سهامدارش هولدینگ است و در کنسرسیوم نیز به دلیل نداشتن قوانین و مقررات امکان تشکیل کنسرسیوم در کشور میسر نیست ولی در خوشه اقتصادی این فرزندان موجود (شرکت‌های کوچک و رقیب) به دنبال داشتن یک مادر قوی، مدیر و مدبر هستند و این مادر **عامل توسعه خوشه (CDA Cluster Development Agent)** نامیده می‌شود و باید ویژگی لازم برای مدیریت خوشه را داشته باشد.

عامل توسعه خوشه (CDA):

معمولاً پروژه‌های توسعه خوشه‌ای با مسئولیت سازمان‌های توسعه‌ای، عمومی و گهگاه فعالان درون خوشه صورت می‌گیرد. مسئولیت مستقیم راهبری یک پروژه توسعه خوشه‌ای بر عهده **عامل توسعه خوشه (Cluster Development Agent)** است.

عامل توسعه خوشه عموماً فردی است با تحصیلات دانشگاهی مرتبط (ترجیحاً مهندسی صنایع، اقتصاد و مدیریت) و تجربه کافی (حداقل 4-5 سال) در حوزه صنایع کوچک و متوسط که دارای قابلیت‌های رهبری، ایجاد ارتباط مثبت و اثربخش، قدرت تحلیل اقتصاد کسب و کار، آشنا به رویکردهای کل گرا و نظام‌مند، مدیریت راهبردی، توان حل تعارضات، روحیه پویا و فعال و ترجیحاً دارای سن بین 30-50 سال

مزیت‌های تشکیل خوشه‌ها:

- 1- خوشه سازی بسیج منابع مالی و انسانی را تسهیل می‌کند.

- 2- در خوشه سازی سرمایه‌گذاری به مراحل کوچک و با خطرپذیری پایین تقسیم می‌شود.
- 3- خوشه سازی بستری برای صعود و بالندگی شرکت‌های کوچک فراهم می‌آورد.
- 4- شرکت‌ها در خوشه سازی، امکان انباشت سرمایه و مهارت‌ها را برای یکدیگر اغلب ناخواسته و گاهی آگاهانه به وجود می‌آورند.
- 5- افزایش قدرت رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی و توان صادراتی را به وجود می‌آورند.
- 6- تکرارپذیری و قابلیت گسترش خوشه
- 7- ارتباط با سایر مناطق

اقدامات لازم برای ساماندهی:

برای خلق ثروت (مزیت‌های نسبی، مزیت‌های جهانی، ارزش‌افزوده و ارزش قدرت رقابت) اقدامات زیر در ساماندهی خوشه ملحوظ می‌شود:

- 1- سرمایه‌های فعال و غیرفعال جامعه
- 2- سهام سرمایه
- 3- نیروی انسانی ماهر
- 4- فناوری
- 5- پیدا کردن حلقه‌های گم‌شده توسعه اقتصادی
- 6- ایجاد زنجیره‌های تأمین و عرضه
- 7- ایجاد چهار جریان
- 1-7- اطلاعات
- 2-7- مواد
- 3-7- خدمات
- 4-7- پول

فلسفه تشکیل شرکت‌های خوشه‌ای:

- 1- تغییر در ساختار صنعتی و ترویج آن به سوی صنایع کوچک
- 2- مزایای صنایع کوچک نسبت به صنایع بزرگ از جمله: (ارزش‌افزوده، نوآوری، اشتغال آفرینی، انعطاف‌پذیری)
- 3- محدودیت‌های موجود در صنایع کوچک از قبیل: (مالی، تحقیق و توسعه، بازاریابی)
- 4- راهکارهای اساسی (تجمیع صنایع کوچک و متوسط و سازمان‌دهی آن‌ها در قالب خوشه‌های اقتصادی)

فلسفه اعضای خوشه اقتصادی:

سرمایه اجتماعی اعضای خوشه اقتصادی فلسفه وجودی آن‌ها است:

سود اعضا در گرو سود دیگران است. نه سود اعضا در گرو زیان دیگران.

نوع شرکت خوشه: در دنیا به ترتیب اولویت

- 1- سهامی عام
- 2- سهامی خاص
- 3- تعاونی

انتظارات از شرکت خوشه:

- 1- به‌عنوان صنایع جامع (مادر)

- 2- این شرکت با تعداد وسیعی از فناوری‌ها سروکار دارد، مقدار حجم قطعات و محصولات بسیار زیاد است به عبارت دیگر این خوشه به‌عنوان لوکوموتیو حرکت بسیاری از صنایع دیگر است.
- 3- کمک در افزایش سطح رقابت‌پذیری
- 4- کاهش موانع از اندازه بنگاه‌ها و حمایت از کار جمعی
- 5- به‌عنوان یکی از عوامل توسعه خوشه در بخش ذی‌ربط

اختیارات شرکت خوشه:

- 1- شناسایی و معرفی خوشه‌های مرتبط با مأموریت‌های شرکت در مناطق مختلف کشور
- 2- اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی در بخش فعالیت‌های مربوط به مزایای خوشه‌ها و توسعه خوشه‌ها در بخش
- 3- انتخاب و اولویت‌گذاری توسعه خوشه‌ها از میان خوشه‌های بالفعل و بالقوه بر اساس معیارهای گزینش
- 4- هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه خوشه‌ها
- 5- نظارت بر اجرا و ارائه گزارش عملکرد

بازار شرکت خوشه:

- 1- مراکز دولتی
- 2- کشورهای همسایه
- 3- کشورهای مسلمان
- 4- کشورهای در حال توسعه

سرمایه مورد نیاز شرکت خوشه:

- 1- سرمایه اجتماعی
- 2- اعتماد به نفس
- 3- پشتیبانی مراجع ذی‌ربط
- 4- همت ذینفعان

صادرات شرکت خوشه:

- 1- دانش
- 2- ارائه کمک‌های فنی و مشاوره‌ای
- 3- ارائه کمک‌های فنی و مشاوره‌ای صادراتی
- 4- تقویت و فرهنگ‌سازی به سمت کارایی جمعی، تقویت سرمایه اجتماعی به‌عنوان پیش‌تاز اصلی موفقیت طرح‌ها
- 5- توسعه و رشد در زمینه فعالیت‌های شرکت با هم‌افزایی و همکاری
- 6- رقابت توأم با همکاری به‌عنوان شرط لازم و کافی در توسعه اقتصادی
- 7- ارتباط بین تولیدکنندگان و خریداران
- 8- ارتباط بین تولیدکنندگان با...

واردات شرکت خوشه:

- 1- دانش
- 2- افزایش سرمایه اجتماعی اعضا
- 3- ارتباط بین تولیدکننده با تأمین‌کننده

- 4- ارتباط بین تولیدکننده با شرکت‌های تولیدی
- 5- ارتباط بین تولیدکننده با ارائه‌دهندگان خدمات

اهداف نهایی:

- 1- کارایی، رقابت جمعی و صرفه‌های بیرونی
- 2- تسهیل بین منابع مالی و انسانی
- 3- تقسیم سرمایه‌ها به مراحل کوچک‌تر و خطرپذیری کمتر
- 4- برقراری پیوندهای متنوع بین عاملان اقتصادی درون خوشه‌ای
- 5- ایجاد خلاقیت در طرح‌های جدید کسب‌وکار
- 6- دسترسی به نیروی کار ماهر، قطعات موردنیاز و نیز گردش سریع اطلاعات

ایجاد مهارت در خوشه:

- 1- آگاهی از تغییرات جهان
- 2- مطالعات الگوواره‌ای (الگوواره‌های توصیفی) و تشخیص الگوواره جدید
- 3- توانایی آینده‌نگری و آینده سازی
- 4- توانایی برنامه‌ریزی راهبردی در کسب فرصت‌های بین‌المللی
- 5- قابلیت در برنامه‌ریزی‌های توسعه در تنوع کالا و خدمات
- 6- توانایی در تحقیق، توسعه، نوآوری و توسعه فناوری
- 7- قابلیت در استفاده از فنون جدید مهندسی و فناوری‌های
- 8- قدرت ایجاد زنجیره‌های ارزش
- 9- توانایی در ساماندهی GCs, HC, MMEs, SBDCs و هرگونه Start – up
- 10- ایجاد منابع جدید مالی و اعتباری برای فعالیت‌های تجاری و غیره
- 11- ایجاد مراکز آموزش عالی یا مشارکت با مراکز علمی و فنی جهان
- 12- شهامت و خطرپذیری در فعالیت‌های فناوری برتر
- 13- توانایی در ایجاد پیوندهای راهبردی با رقبای جهانی
- 14- جایگزین کردن انرژی
- 15- هماهنگی زیرمجموعه‌های خود با دولت و تغییر قوانین و مقررات
- 16- توانایی اخذ کمک و پشتیبانی از دولت

نحوه تعاملات و همکاری بین اعضای خوشه:

❖ هیئت امناء:

- 1- هیئت امناء خوشه یا کارگزار خوشه به‌عنوان عالی‌ترین مرجع سیاست‌گذاری و راهبری خوشه با مکانیسم انتخابی و از طریق آراء اکثریت اعضای خوشه متشکل از 5 نفر برای مدت 5 سال انتخاب می‌گردند.
- 2- هیئت امناء خوشه و مسئولیت‌ها و مکانیسم راهبری خوشه در کلیه اساسنامه‌های شرکت‌های عضو خوشه درج گردیده و کلیه اعضای متعهد به رعایت دستورالعمل‌های داخلی خوشه می‌باشند.

وظایف هیئت‌امنای خوشه:

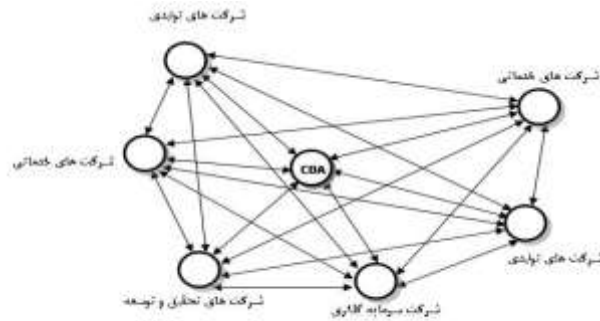
- 1- سیاست‌گذاری و تعیین خط‌مشی و تبیین اهداف و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت خوشه.

- 2- کنترل برنامه‌ها و میزان دستیابی به اهداف و در صورت نیاز اقدامات اصلاحی و پیشگیرانه در دستیابی هر چه بهتر به اهداف.
- 3- راهبری و هدایت‌کننده فعالیت‌های فرآیندی و ارتباطات عمومی با استفاده از سازمان‌ها، کارگروه‌ها و شرکت‌های عضو خوشه.
- 4- نمایندگی اعضاء خوشه در مجامع و نهادهای مختلف به منظور حفظ و صیانت از منافع اعضاء خوشه.
- 5- هماهنگی بین سازمان‌ها و واحدها و شرکت‌های خدماتی، حمایتی و تولیدی عضو خوشه در انجام وظایف.
- 6- برگزاری جلسات متعدد منظم هفتگی و دوره‌ای با کلیه اعضا خوشه و تبیین دیدگاه‌ها، بررسی مشکلات، اخذ تصمیمات گروهی و جمعی، پیدا کردن روش‌های بهینه حل مشکلات و مسائل خوشه از طریق بحث و گفتگو و روش‌های نوین حل مسئله جهت وحدت رویه در قبال انواع فرصت‌ها و تهدیدها.
- 7- کمک به ارتقاء سطح علمی کلیه کارکنان عضو خوشه از طریق آموزش‌های درون‌سازمانی.
- 8- ارتباط با سازمان‌ها و ادارات و نهادهای دولتی جهت معرفی خوشه و پیگیری رفع مسائل و مشکلات خوشه.
- 9- شرکت در نمایشگاه‌های داخل و خارج از کشور با همکاری سازمان بازرگانی خوشه به نمایندگی از اعضاء خوشه.
- 10- کنترل و نظارت بر اجرای روش‌ها و آیین‌نامه‌های تصویب‌شده توسط کارگروه‌ها و ارائه لوایح و طرح‌ها و روش‌های اجرایی و سامانه‌های مدیریت کیفیت و نظارت بر حسن اجرا قوانین و مقررات داخلی خوشه.
- 11- اطلاع‌رسانی و مدیریت اطلاعات و داده‌ها در سطح خوشه
- 12- برنامه‌ریزی سفرهای تحقیقاتی، تفریحی و بازدیدهای نمایشگاهی و ارتباط با مجامع و نمایشگاه‌های داخلی و خارجی
- 13- معرفی و تبلیغ و اشاعه الگوی خوشه‌های اقتصادی و معرفی خوشه اقتصادی به مسئولین، ترجمان‌های دولتی و خصوصی.
- 14- پیگیری رفع موانع و مشکلات اعضاء خوشه و انجام مکاتبات و هماهنگی‌های لازم جهت پیدا کردن بهترین مسیر جهت رفع موانع و معضلات با تشکیل جلسات و کارگروه‌های مختلف.
- 15- ارتباط با نهادها و مراکز دولتی و خدماتی جهت اخذ بهترین تسهیلات و امکانات جهت استفاده کلیه اعضاء خوشه.
- 16- تشکیل تیم‌های واکنش سریع و تیم‌های چابک از بین واحدهای داخل یا خارج از خوشه به منظور رفع مشکلات فرآیندی و غیر فرآیندی واحدهای عضو خوشه.
- 17- هدایت و اصلاح جهت‌گیری‌های کلی خوشه به منظور دستیابی هرچه بهتر و سریع‌تر به اهداف.
- 18- ارائه خدمات نظام‌مند و مکانیزاسیون. (با استفاده از خدمات سازمان‌های درون یا برون خوشه).
- 19- حل اختلاف بین اعضاء خوشه و حکمیت در موارد اختلافی با همکاری نهادهای انتخابی خوشه (هیئت حل اختلاف خوشه، هیئت‌منصفه)

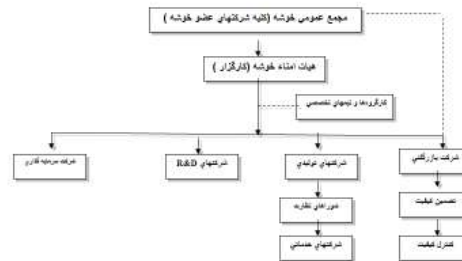
اعضای خوشه:



نحوه ارتباطات اعضای خوشه:



نمودار سازمانی خوشه:



مهم ترین عوامل مؤثر بر سیاست گذاری خوشه ای:

ابعاد فضا و زمان است که تصمیم در خصوص برنامه های خوشه ای را تحت تأثیر قرار می دهند.

• هم اکنون منتظر یاری شما هستیم. فردا دیر است. دست به ... شوید.

ویژگی خوشه اقتصادی موضوعی و اطلاعات بیشتر در کانال تلگرامی به نشانی زیر بیشتر تبیین شده است:

- <https://t.me/joinchat/eQBe8HHkfxgxZThk>

چگونه نمانم (BRAND) بسازیم؟

- کشاورزان عزیز ما در بیش از سی محصول در دنیا رتبه های اول و دوم در تولید و صادرات را در اختیار دارد همچون زعفران، پسته، فرش و ... ولی افسوس در هیچ کدام از این محصولات یک نمانم (BRAND) در دنیا نداریم و اصولاً ما در هیچ کالایی و محصولی یک نمانم (BRAND) داخلی، جهانی، منطقه ای و بین المللی نداریم! چرا؟
- چون نمانم سازی یک ساختار و هزینه نیاز دارد و تاکنون در کشور حتی یک مورد از این ساختار ایجاد و راه اندازی نشده است. اولین ساختار یک شرکت خصوصی و دارای اندازه بزرگ نیاز هست تا بتواند هزینه یک نمانم سازی را تأمین و پرداخت کند و با توجه به ساختار اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و ... کشور در کوتاه مدت آمادگی و انتظار از زایش و راه اندازی چنین شرکتی میسر نیست و پس از این ساختار، دومین ساختار که تجربه جهانی دارد نامش خوشه های منتخب (CLUSTER) است و این روش متأسفانه با دستور و

امرونی قابل‌راه‌اندازی نیست و برای راه‌اندازی آن در کشورهای توسعه‌یافته وجود سرمایه اجتماعی موجب می‌شود این اتفاق بیافتد و در کشورهای در حال توسعه از جمله کشور ما به دلیل کمبود و یا نبود سرمایه اجتماعی این تولد و راه‌اندازی اتفاق نمی‌افتد و نیاز به سزاین است و این سزاین توسط کسانی و یا سازمانی صورت می‌پذیرد که تخصص و به نحوی سرمایه اجتماعی دارند انجام می‌شود و یا دارای اعتماد بین تولیدکنندگان آن محصول دارا باشند.

ضمیمه ششم:

سازمان چیست؟

- هر نهادی اعم از خدماتی، تولیدی، اقتصادی، حاکمیتی،... برای انجام مأموریت خود نیاز به انجام فعالیت‌های مختلف با توالی مشخصی دارد. فعالیت‌هایی از قبیل نظارت، سیاست‌گذاری، توسعه محصول و خدمات، تولید محصول، بازاریابی و فروش، مدیریت منابع مالی، مدیریت منابع انسانی، مدیریت خطرپذیری، مدیریت دارایی، مدیریت مشتری، مدیریت راهبردی و غیره.
- هرگاه در یک نهاد برای انجام این فعالیت‌ها، فرایندها و روش‌های انجام کار به‌صورت مدون و مستند تهیه شود و افراد با اجرای این فرایندها فعالیت‌های فوق را انجام دهند و نحوه انجام این فعالیت‌ها به جابجایی افراد وابسته نباشد و دانش و تجربه افراد در فرایندهای سازمانی رسوب کند، نهاد وارد مرحله تشکیل سازمان شده است.
- در صورتی که نحوه انجام فعالیت‌ها مستند و مکتوب نبوده و بر اساس ذهنیت و به‌صورت شفاهی در سازمان صورت گیرد و با رفت‌وآمد افراد مختلف نحوه انجام این فعالیت‌ها تغییر کند، نهاد هنوز در مرحله پیش سازمان بوده و سازمان در آن شکل نگرفته است.
- شاخص مهم تشخیص سازمان میزان وابستگی و حساسیت کیفیت فعالیت‌های جاری سازمان به جابجایی نیروهای انسانی در آن سازمان است. هر چه این حساسیت کمتر باشد با سازمان بالغ‌تری روبه‌رو هستیم.

چرا سازمان مهم است؟

- سازمان پیچیده‌ترین پدیده خلق‌شده به دست بشر است.
- خلاقیت و تخیل آدمی + قدرت ابزار و فناوری + عمر نامحدود، از سازمان ابر موجودی ساخته است که دنیا را در تسخیر خود گرفته است.
- مرزهای جدید جهان پیش رو نه بر اساس خطوط جغرافیایی بلکه بر اساس مرزهای سازمانی ترسیم خواهد شد.
- رویارویی آینده رقابت سازمان‌ها باهم و شاید رویارویی سازمان‌ها با انسان باشد.
- همان‌گونه که امروز فناوری مرزهای توانمندی بیولوژیک انسان نظیر بینایی، شنوایی و... را توسعه داده‌اند سازمان‌ها در آینده مرزهای هویتی انسان‌ها و محدوده دخالت انسان در نظام خلقت را توسعه می‌دهند.
- سازمان‌هایی نظیر فیس‌بوک با 2.7 میلیارد نفر جمعیت و یا آمازون با ارزش 2000 میلیارد دلار و علی‌بابا با بیش از 11 میلیون خریدار و فروشنده عمده

سازمان سکویی چیست؟

حاکمان و مدیران توانمند = حاکمان و مدیران متوسط + ابزارهای قوی (سازمان سکویی)

نیاز حکمرانی خوب به حاکمان و مدیران توانمند است. کمبود حاکمان و مدیران توانمند را با چه مکملی می‌توان جبران کرد؟

به‌کارگیری حاکمان و مدیران متوسط با ابزارهای قوی (سازمان سکویی)

تکامل انواع سازمان‌های حکمروایی:

- 7- پیش از سازمان (به نظر کشور ما هنوز در این مرحله هست).
- 8- سازمان حکمرانی (سازمانی که دارای برنامه راهبردی است و از جمله کشور ما در طی این چهل سال فاقد برنامه راهبردی است!)
- 9- سازمان مدرن

10- سازمان الکترونیکی

11- سازمان دیجیتالی

12- سازمان سکویی (پلتفرمی) نجات بخش حکمرانی دولتی و خصوصی (آخرین نوع سازمان است).

روش کلاسیک گذار: طی کردن دوران گذار از سازمان قبلی به سازمان بعدی است و بدیهی است زمان بر است.

روش میانبر گذار: استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات است و جهش از سازمان نوع یک به شش است.

چرا باید از روش میانبر گذار استفاده کرد؟

با توجه به روند دانش که هر **۱۲ ساعت دو برابر** می شود.

از ویژگی شرایط کنونی دنیا تغییرات در دنیا سریع و شتابان است و نیاز به پیش بینی و آمادگی رویارویی با آینده است و روندهای ساده (Simple)، بغرنج (Chaotic)، پیچیده (Complex) به روند آشوبناک شدن دنیا (بی نظمی) (Complicated) سیر می کند؛ و لزوم تصمیم گیری و تصمیم سازی در لحظه است؛ و سازمان سکویی این امکان را فراهم می کند.

کاربرد هوش مصنوعی در مدیریت کسب و کار:

کاربرد هوش مصنوعی در مدیریت کسب و کار اعم از سازمان های دولتی و غیردولتی و نهادها به شکل حیاتی وابسته به هوش مصنوعی است. سازمان ها و محیط (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، فناوری، سیاسی، ارتباطی) آن به قدری گسترش یافتند که برای یک تصمیم ساده باید **صدها هزار مگابایت داده را در لحظه** تحلیل کنیم و بر اساس آن یک برنامه یا یک تصمیم مناسب را ارائه کنیم. ظرفیت انسان در تحلیل داده بی نهایت محدود و در حد **چند مگابایت** است و نیاز به تحلیل در تصمیم گیری های محیطی میلیون ها برابر بیشتر این ظرفیت است. هر چه حجم داده ها بالاتر رود کیفیت و دقت و صحت در تصمیمات کاهش می یابد و این مشکل اول مدیریتی در کشور ما است که دارای بهره وری به مراتب کمتر از 5 درصد در مقابل شرکت ها و سازمان ها پیشرفته با بهره وری بالای 90 درصد هستیم. مفهوم این مدیریت سنتی در مقابل مدیریت پیشرفته **عدم استفاده مطلق از ظرفیت های** یک سازمان یا یک کشور است. هوش مصنوعی می تواند سه کار مهم در سازمان های پیشرفته انجام دهد. اول اینکه می تواند در نوع ورودی داده تغییر ایجاد کند و زمان ورود داده و به روزرسانی آن که در سازمان های سنتی به یک تا چند سال می رسد را به یک صدم ثانیه از طریق خوانش داده های جاری در محیط الکترونیکی تغییر دهد و البته از داده ها کاراکتری به انواع متنوع داده های تصویری و متنی و فایل و صوتی و ... گسترش دهد. دوم اینکه قدرت ارزیابی پایایی و روایی داده ها یعنی صحت و دقت و درستی داده را در کسری از ثانیه دارد. اگر داده ای غلط باشد یا تکراری باشد و یا ساختگی باشد مانند تمایز تصویر چهره افراد در دستگاه حضور و غیاب سازمان را دارد. سوم اینکه برخلاف مدیریت های سنتی که بر اساس داده و آمار و اطلاعات تصمیماتی با احتمال خطای 99 درصدی را در زمینه های مختلف مدیریتی برای مدیران فراهم می سازد قدرت ارائه تحلیل یعنی تصمیم بر مبنای ارتباط با همه داده های دیگر با خطای کمتر از 1 درصد را ارائه می کند. مدیریت مبتنی بر شاخص که بر اساس آن کشورها و سازمان ها و کسب و کارهای پیشرفته از سال 1995 به بعد از آن بهره می برند از حیاتی ترین نیازهای کشور در مدیریت کسب و کارهای ما هست. مدیران ما امروز مدیریت نمی کنند فقط در یک محیط کوچک خود را مشغول می کنند و با احساس تسلط بر سازمان و کسب و کارشان کمتر از یک درصد از قابلیت های یک مدیریت پیشرفته را ارائه می دهند.

کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی و تجارت:

کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی و تجارت بسیار گسترده و در حوزه اقتصاد و رقابت بسیار حیاتی است. اینکه ما در بازار و تجارت چه استفاده های از هوش مصنوعی می توانیم داشته باشیم به میزان شناختن دانش بازاریابی دارد. اگر قرار باشد در بازار داخلی یا بین المللی موفق باشیم نیاز به چند دانش پیچیده و کلیدی داریم که آن ها را بیاموزیم و از ابزارهای مناسب برای مدیریت کسب و کار استفاده کنیم. برخی از مهم ترین آن ها دانش تحلیل بازار، دانش تبلیغات و نمانام سازی، دانش مدیریت ارتباط با مشتری، دانش ارزیابی بازار، دانش مدیریت حمل و نقل یا لجستیک، دانش رفتار مصرف کنندگان، دانش قیمت گذاری، دانش انواع شبکه های کسب و کار و انواع قراردادها و ... داریم. حدود **30 موضوع مهم** در بازاریابی برای موفقیت کسب و کارها در بازار داخلی و بخصوص بین المللی مهم است که دسترسی آن ها را هوش مصنوعی می تواند ایجاد کند. در زمینه

تحلیل بازار ما به داده‌های حجیم و جاری در بازار نیاز داریم که وضعیت یک محصول را در بازار مشخص کند. حجم محصول و میزان واردات و میزان نیاز بازار به آن. میزان تقاضا و میزان عرضه آن و شاخص‌های قیمت و تنوع و دسترسی و ... و یا مثلاً در مدیریت ارتباط با مشتری به وضعیت و نیازهای لحظه‌ای مشتری و میزان رضایت آن‌ها از محصول باید دسترسی داشته باشیم و این تغییرات که باید در هر دقیقه مورد پایش قرار بگیرد بسیار با اهمیت است. ما در حال حاضر بیش از 4 میلیون محصول شامل کالا و خدمات و ایده در بازار داریم که مشتریان برای تأمین آن تلاش می‌کنند. این مشتریان به صورت فرد B2C یا به صورت شرکت و موسسه حقوقی B2B به صدها میلیون نفر می‌رسند؛ مثلاً برای تعیین قیمت یک محصول در هر منطقه و در هر کشور آن هم با توجه به تنوع قیمت‌گذاری که بیش از 300 روش وجود دارد نیازمند یک سامانه با قابلیت تحلیل لحظه‌ای از بازار هستیم. علاوه بر این به دلیل سرعت تغییرات بازار و حجم بالای محصولات و نیازهای بازار فرصتی برای ورود داده‌ها از طریق جمع‌آوری دستی آن‌ها وجود ندارد. هوش مصنوعی در حوزه تجارت و بازار با کاربری‌های مختلف مثل نقشه تجاری و سامانه‌های ارزیابی بازار و ... می‌توانند این داده‌ها را از روی داده‌های جاری در محیط وب که به صورت عکس یا متن یا فایل یا صوت و ... هستند جمع‌آوری و در کسری از ثانیه تحلیل و به مدیران کسب‌وکار کمک کنند تا نوع محصولشان را متناسب با بازار تغییر دهند و بهترین قیمت را در بازار انتخاب کنند و دسترسی مشتریان به محصولات را به حداقل زمان کاهش دهند. کسب‌وکارهای امروزی دیگر نمی‌توانند بدون استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در بازارهای بزرگ رقابت کنند و با نیازهای مشتری هماهنگ شود.

سازمان پایدار چیست: بنگاه اقتصادی که در صدسال عمر خود انترگرال رشدش در طول زمان مثبت باشد.

در کشور ژاپن ۳۳ هزار شرکت پایدار وجود دارد و قدیمی‌ترین شرکت پایدار ۱۷۰۰ سال عمر دارد و یک شرکت معماری است و یکی از دلایل پایداری در ژاپن این است خانواده اساس سازمان تعریف شده است؛ و بعدازاین، شرکت دومی با ۷۰۰ سال و شرکت سومی با ۵۰۰ سال سابقه است و در این‌گونه سازمان‌ها سرمایه اجتماعی انباشت می‌شود.

نقش مدیران در سازمان‌های سکویی:

مدیران در سازمان‌هایی سکویی ناخدایی نمی‌کنند بلکه طراحی سازمانی می‌کنند و با ابزار سکویی این طراحی میسر می‌شود؛ و در سازمان‌های سکویی با ابزار سکو و به‌کارگیری اقتصاد اشتراکی به بهره‌وری نمایی می‌رسیم.

همه مشاغل سنتی با اقتصاد اشتراکی و موبایلیتی به مشاغل مدرن تبدیل می‌شوند.

برای نمونه نتایج ارزیابی ۹۰۰ سازمان و شرکت در وبگاه تکچی (www.techchi.ir) و ناب و نو (www.nabono.com) زیر قابل‌رؤیت است:

techchi.ir خدمات فناوری تکچی | ارزیابی، عرضه یابی و رتبه بندی سازمانی

nabono.com ناب و نو

مفهوم سکو:

سکوها شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی هستند که در آن با استانداردسازی و تسهیل تعاملات بین اجزای موجود در سکو و تبدیل داده به دانش از طریق پردازش اطلاعات موجود در سکو، ارزش افزوده ایجاد می‌شود.

اثر سکوها بر افزایش بهره‌وری:

در سکوها با استفاده از ابزارهای پردازش اطلاعات و هوش مصنوعی به‌طور مستمر کلیه منابع سازمان مورد پایش، اندازه‌گیری و بهبود مستمر قرار گرفته و چرخه بهبود مستمر بهره‌وری ایجاد می‌شود.

سازمان سکویی چیست؟

- سازمان‌هایی که علاوه بر فعالیت و مأموریت اصلی خود بقیه فعالیت‌های سازمانی خود را نیز روی سکوها و با استفاده از اجزای سکویی انجام دهند سازمان‌های سکویی نامیده می‌شوند.
- نحوه طراحی و اجرای فرایندها و همچنین نمودار سازمانی در این دسته از سازمان‌ها کاملاً با سازمان‌های سنتی متفاوت بوده و تشخیص محدوده‌های سازمان در این دسته معمولاً به‌سادگی میسر نیست.
- معماری سازمانی در آن‌ها نه بر اساس محدودیت‌های انسانی بلکه بر اساس میزان توان پردازشی در دسترس و فناوری‌های ارتباطی شکل می‌گیرد.

تفاوت سازمان سکویی با خدمت سکویی چیست؟

- برای نمونه خدمات اسنپ، خدمات سکویی است و سازمان سکویی نیست.
- برای سازمان سکویی باید فرایندهای سازمان طراحی شوند و سازمان سکویی با استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری خودش مبادرت به اصلاح فرایند می‌کند.



مسیر حرکت به سمت سازمان سکویی:

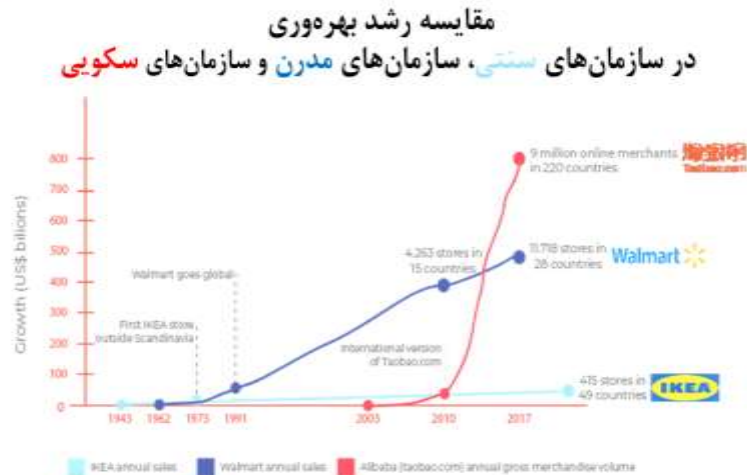
- با رشد فناوری اطلاعات و ابزارهای مربوط به آن تغییرات زیادی در شکل انجام فعالیت‌ها در سازمان اتفاق افتاد.
- تغییراتی که در بدو شکل فناوری اطلاعات با ورود رایانه‌ها به سازمان‌ها شروع شد و در قدم‌های بعدی به استفاده از نرم‌افزارهای مجتمع، خودکارسازی فرایندها و استفاده سازمان‌ها از سکوهایی سازمانی منجر شد.
- ارزش‌افزوده ناشی از سکوهایی سازمانی از سال 2010 نسبت به سازمان‌های سنتی پیشی گرفت و هم‌اینک شرکت‌های نوظهور دیجیتالی ارزش‌افزوده‌ای به مراتب بیشتر از سازمان‌های عظیم سنتی تولید می‌کنند.
- نسل جدید سازمان‌ها با به‌کارگیری سکو در همه فعالیت‌های داخلی سازمان و ایجاد سازمان‌های سکویی منجر به افزایش نمایی بهره‌وری گردید.

اثر سکوها بر افزایش بهره‌وری:

- در سکوها با استفاده از ابزارهای پردازش اطلاعات و هوش مصنوعی به‌طور مستمر کلیه منابع سازمان مورد پایش، اندازه‌گیری و بهبود مستمر قرار گرفته و چرخه بهبود مستمر بهره‌وری ایجاد می‌شود.

رشد نمایی بهره‌وری در سازمان‌های سکویی:

- در سازمان‌های سکویی کل ساختار سازمانی شامل فرایندهای داخل سازمان و فرایندهای خدمات سمت مشتری روی سکو قرار می‌گیرد. سکوها مورد استفاده در این مورد سکوها N سویه هستند که N می‌تواند به سمت اعداد بسیار بزرگ میل کند.
- در سازمان‌های سکویی معماری سازمان N بُعدی است یعنی هم‌زمان یک منبع سازمانی می‌تواند در N سازمان دیگر مورد استفاده قرار گیرد.



5/16/2021

21

ویژگی‌های این تحول سازمانی:

- آخرین تحول در حوزه تحول دیجیتال، تشکیل سازمان‌ها بر بستر سکو است.
- کمتر از 5 سال از عمر آن می‌گذرد ولی رشد شتابانی داشته است.
- در این تحول یا به عبارتی انقلاب:
 - مرزهای معمول سازمان‌های سنتی در حال از بین رفتن است.
 - محدودیت منابع در سازمان‌ها به‌عنوان یک محدودیت وجود ندارد.
 - به‌عنوان مثال نیروهای انسانی این سازمان‌ها می‌توانند در هر کجای دنیا ساکن باشند و یا تأمین‌کنندگان مواد اولیه و خدمات سازمانی این سازمان‌ها توسط تیم‌ها یا شرکت‌هایی در هر کجای دنیا تأمین شود. بازارهای فروش و فعالیت این سازمان‌ها نیز مرز مشخصی نداشته و هر جا که مزیتی برای عرضه وجود داشته باشد بازار این سازمان‌ها محسوب می‌شود.

اثر این تحول بر بهره‌وری سازمان‌ها:

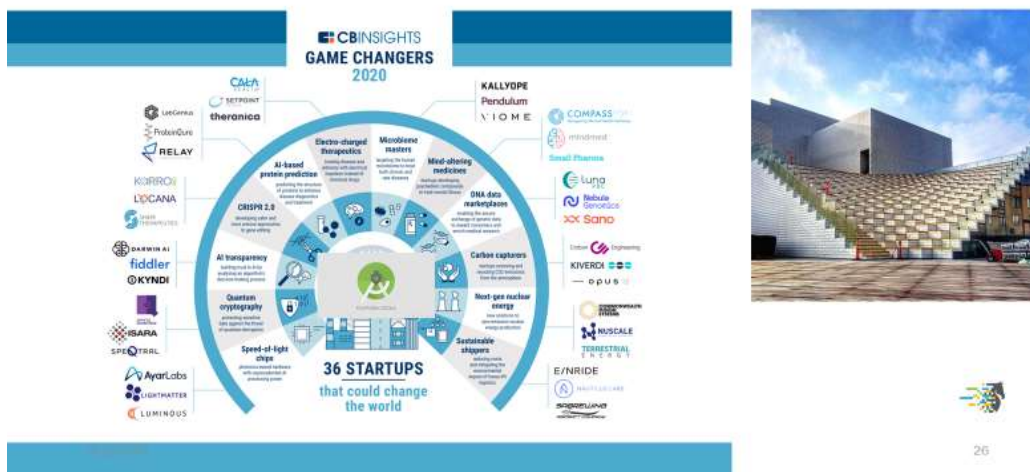
- استفاده از کلیه منابع سازمان و کنترل آن‌ها به صورت مستقیم و خودکار
- استفاده از ظرفیت‌های خالی سازمان در فعالیت سازمان‌های دیگر به طور خودکار
- استفاده بهینه از هر یک از منابع سازمان در بهترین جایگاه خود به صورت خودکار
- به کارگیری هم‌زمان یک منبع در دو فعالیت مختلف در سطوح مختلف سازمانی و سازمان‌های مختلف و در چندین سکوی مختلف به طور خودکار
- بهره‌وری به عنوان مهم‌ترین عامل ارزش افزوده با معیارهای موجود می‌تواند چندین برابر شود!
- ما امروزه با پدیده‌ای بنام نسبیت سکویی روبرو هستیم.

معماری سازمان‌های سکویی:

- سازمان از بلوک‌های سازمانی استاندارد استفاده می‌کند که قابلیت شخصی سازی برای نیازهای هر سازمان را دارد.
- هر بلوک با ارتباطات استاندارد قابل ارتباط با بقیه بخش‌های سازمان یا سازمان‌های بیرونی است.
- کلیه منابع سازمان اعم از منابع انسانی، مالی، فناورانه، ارتباطی، دانشی و... تک به تک قابلیت برنامه‌ریزی و به کارگیری دارند.
- معماری سازمان N بعدی است یعنی هم‌زمان یک منبع سازمانی می‌تواند در N سازمان دیگر هم مورد استفاده قرار گیرد.
- هر منبع می‌تواند نقش‌های مختلفی را در سازمان‌های مختلف به صورت هم‌زمان به عهده بگیرد.

TECHCHI

سازمان‌های سکویی موجود در دنیا



مزایای حرکت به سمت سازمان‌های سکویی:

- نامحدود بودن نهادها، سازمان‌ها و اشخاص مرتبط با سکو (سازمان بدون مرز)
- امکان شخصی سازی بی‌نهایت در حد فرد و تصمیمات فردی

- امکان ترجمه زبان‌های ارتباطی به یکدیگر
- امکان جمع‌آوری اطلاعات در مورد موضوعات مرتبط با عملکرد طرف‌های موجود در سکو
- امکان پردازش نتایج تصمیمات و تصمیم‌سازی هم‌زمان برای طرف‌های موجود در سکو
- امکان بهره‌گیری از ابزارهای قدرتمند هوش مصنوعی در بهینه‌سازی تصمیمات
- انعطاف بسیار بالا در نوع ابزار ارتباط با سکو، زمان ارتباط، مکان ارتباط، زبان ارتباط، وسایل تولید و توزیع پیام
- امکان اندازه‌گیری سریع کیفیت تصمیمات
- امکان بازخورد و کنترل برخط تصمیمات
- امکان دسترسی به اطلاعات لحظه‌ای و مستند و منطبق بر واقعیت
- هزینه بسیار پایین
- افزایش اثربخشی

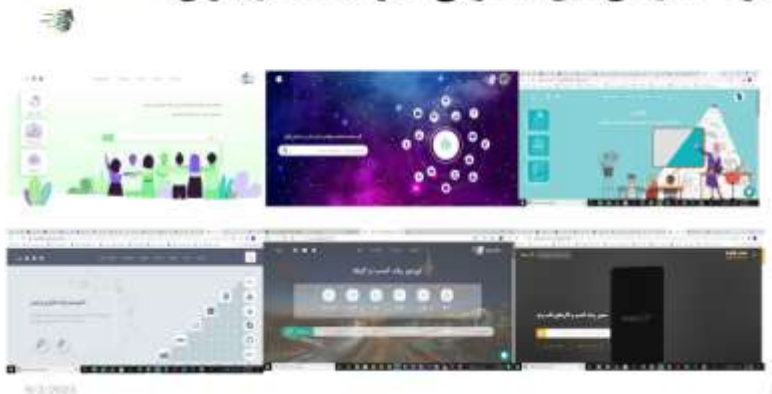
TECHCHI نمونه پنل‌های پایش سازمانی در سازمان سکویی



نمونه‌ای از پنل یک سازمان سکویی



نمونه سازمان‌های سکویی اجرا شده در ایران



یک نمونه مزایای به‌کارگیری سکوی مدیریت هوشمند بهره‌وری شرکت تکچی به شرح زیر است:

خروجی‌ها و دستاوردهای حاصل از اجرای درست سکوی (پلتفرم) مدیریت هوشمند بهره‌وری:

خروجی‌ها و دستاوردهای حاصل از پیاده‌سازی و اجرای صحیح چرخه مدیریت بهره‌وری از طریق سکو در سازمان عبارتند از:

- 12- شناسایی انواع عوامل اتلاف (MUDA) منابع در واحدهای ستادی و عملیاتی شرکت و حذف یا تعدیل آن‌ها
- 13- کاهش ضایعات و صرفه‌جویی منطقی در هزینه‌ها
- 14- افزایش درآمدها و ستانده‌های سازمان یا شرکت
- 15- مدیریت بهتر و بهره‌ور دارایی‌های سازمان
- 16- کاهش زمان انجام کار و قیمت تمام‌شده و افزایش کیفیت خدمات سازمان از طریق اصلاح و بهبود فرآیندها
- 17- توسعه و ترویج فرهنگ بهره‌وری در سطوح مدیران ارشد، میانی، سرپرستان، کارشناسان و کارکنان شرکت با به‌کارگیری مدل تسهیم دستاوردهای بهره‌وری (G.SH)
- 18- پاسخگویی مناسب به الزامات و مقررات مطرح در برنامه ششم توسعه و قوانین بودجه سالانه، کمک به تحقق شعار جهش تولید و اهداف برنامه‌های توسعه کشور

یک نمونه مزایای به کارگیری سکوی نمایشگاه الکترونیکی دائمی بین‌المللی شرکت تکچی به شرح زیر است:

www.texplat.ir

سکوی برخط تبادلات تجاری الکترونیکی دائمی بین‌المللی دارای امکانات و مزایای زیر برای حضور و معرفی هوشمندانه در عصر هوش مصنوعی برای کلیه کسب‌وکارها و فعالیت‌های اشخاص حقوقی و حقیقی با هزینه اشتراک سه ماهه اولیه رایگان و سپس مبلغ یک میلیون تومان برای استفاده دائمی:

- 1- معرفی هر محصول و خدمات در قالب متاورس
- 2- امکان دسترسی برخط برای تولید محتوا و معرفی مجموعه
- 3- امکان دسترسی برخط خریداران و متقاضیان خدمات و کالا
- 4- امکان برخط کسب‌وکار اعم از فروش، ارسال و ...
- 5- کلیه امکانات برای چندزبانه بودن تولید محتوا فراهم است.
- 6- ...

• **تماس و ارتباط با شرکت تکچی:**

برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد استقرار چرخه مدیریت بهره‌وری و بخصوص کسب اطلاعات تخصصی در زمینه سکوی (پلتفرم) مدیریت هوشمند بهره‌وری، به وبگاه تکچی به نشانی www.techchi.ir مراجعه و یا با شماره تلفن 02122604485 و رایانامه crm@Techchi.ir تماس حاصل فرمایید.

توضیح:

جزئیات بیشتر این پیشنهادها در کانال‌های تلگرامی اینجانب به شرح زیر قابل دسترسی است و شخصاً برای اجرایی شدن آمادگی لازم برای تشریح بیشتر را دارم.

کانال تلگرامی برای آموزش و پرورش کرم پروتئینی

<https://t.me/+SAsqTh97XQYyZDZk>

فیلم آموزشی برای آموزش و پرورش کرم پروتئینی

<https://apararat.com/v/30IUT>

کانال تلگرامی راه‌اندازی خوشه‌های اقتصادی موضوعی

<https://t.me/+PWh3GsmVORU1MGY0>

کانال تلگرامی کنگر گیاه بدون نیاز به آب

https://t.me/+hPHe2_NFdcY0ODRk

کانال تلگرامی سالیکورنیا گیاه تغذیه‌کننده با آب‌شور دریا

<https://t.me/+IrNcT5Nsb5ViMWJk>

کانال تلگرامی خارشتر گیاه بدون نیاز به آب

<https://t.me/+zBk-XSiMsTAzODU0>

کانال تلگرامی مورینگا گیاه زندگی جنوب ایران

<https://t.me/+M3dFz1U2pPo3YWNk>

کانال تلگرامی گیاه عدسک آبی تصفیه کننده فاضلاب

<https://t.me/+oHUSE3qXBPJkMGY0>

کانال تلگرامی وتیور گیاه تصفیه کننده فاضلاب

<https://t.me/+RGgaL3 mtLwzNTU0>

کانال تلگرامی سامانه تصفیه فاضلاب در مبدأ با باکتری ایمهاف تانک

<https://t.me/+Gna7d8lsm-sxZGU0>

کانال تلگرامی تأمین جمعی سرمایه

<https://t.me/+sNOy1ZKTtOo4MDRk>

کانال تلگرامی دانش توسعه پایدار

<https://t.me/+DnySOH0rlx83ZjM0>

کانال تلگرامی بهره‌وری آب

<https://t.me/+aUKSB-Md4q80YzFk>

کانال تلگرامی مدرسه یاری

<https://t.me/+qS2qsE76yflxYmRk>

فیلم آموزشی برای آموزش و پرورش کرم پروتئینی

<https://aparar.com/v/30IUT>