



گزارش کامل  
را اینجا بخوانید

## کسب و کارهایی که اعتماد می فروشند!

**امیر ناظمی - آرتیستا تقوایی:** وقتی صحبت از حراج می شود، همواره این شبهه بین خریداران مطرح می شود که احتمالاً قبل از حراج کالا با قیمت بالاتر از قیمت واقعی فروخته می شده و حالا در زمان حراج و به اسم حراج، قیمت واقعی کالا ارائه شده و در واقع اصلاً حراجی در کار نبوده است یا اینکه اگر برای مثال یک تخفیف ۳۰ درصدی برای یک کالا در نظر گرفته می شود، کاربران گمان می کنند که تخفیف واقعی حداکثر ۱۰ درصد بوده است و ۲۰ درصد حراج را در واقع بزرگ نمایی فروشنده تلقی می کنند. این شبهه در دنیای دیجیتال که ماهیت ارتباط فیزیکی در آن مفهومی ندارد، مصداق بیشتری پیدا می کند.

آنچه مسلم است، این است که پلتفرم هایی که مارکت پلیس (Marketplace) هستند و خودشان فروشنده نیستند، لازم است ابزارهایی را ایجاد کنند تا بتوانند از طریق آنها به دغدغه های مردم و کاربران خود پاسخ گو باشند. بدون شک پاسخ گویی به دغدغه های مردم است که همواره «سرمایه اجتماعی» ایجاد می کند؛ به عبارت دیگر افراد برای رشد و توسعه سرمایه اجتماعی خود لازم است دغدغه های جامعه خود را به خوبی بشناسند و برای آنها پاسخ مناسبی پیدا کنند.

مارکت پلیس یا بازارگاه بستری است که امکان خرید از چندده هزار تأمین کننده متفاوت را برای مشتریان فراهم می کند. در مارکت پلیس دیجی کالا تولیدکننده، صنعتگر، هنرمند و کسب و کار ایرانی بی واسطه به بازاری به وسعت سراسر ایران متصل هستند و همه سرویس های لجستیکی، انبارداری، پرداخت، بسته بندی، بازاریابی، تولید محتوا، بیش از ۱۰۰ خدمت پس از فروش را در اختیار دارند.



پلتفرم دیجی کالا به عنوان یک مارکت پلیس به این دغدغه پاسخ گفته و با ارائه نموداری زمانی از قیمت های قبل و بعد از تخفیف، کاربران را آگاه و مطلع کرده است که این کارکرد هم منجر به بهبود شده و هم باعث ایجاد شفافیت برای کاربران و ارتقای مکانیسم های بازار می شود و به قول «سامیون» عدم تقارن اطلاعاتی شکل نمی گیرد؛ چراکه در صورت عدم تقارن اطلاعاتی، امکان تصمیم گیری و انتخاب عقلایی کاهش می یابد و بازار دچار شکست می شود. سامیون در سال ۱۹۷۸ نظریه ای درباره تصمیم گیری در کسب و کار مطرح کرد که بر مبنای آن اساس تصمیم گیری مشارکت کنندگان در بازار سرمایه، اطلاعاتی است که از سوی شرکت ها منتشر می شود.



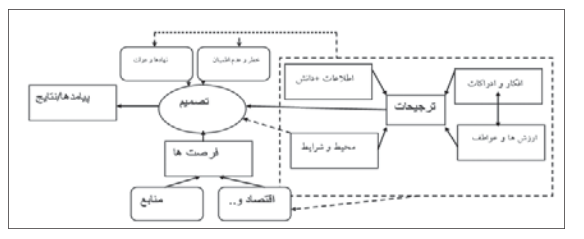
تیکتک

درواقع کاربران و خریداران همواره نیازمند اطلاعاتی هستند که آنان را در تصمیم گیری های مختلف یاری کند. افزایش شفافیت و تقارن اطلاعات منجر به رشد آگاهی مشارکت کنندگان در بازار شده و زمینه را برای انتخاب های بهتر آنان فراهم می کند. رسیدن به این هدف از طریق گردآوری و افشای اطلاعات، افزایش کیفیت افشا، افزایش دفعات گزارش گیری ها و ارتقای مکانیسم های نظارتی امکان پذیر است. در حقیقت هرچه اطلاعات شفاف تر ارائه شود، عدم تقارن اطلاعاتی کمتر و به نفع آن کارایی مکانیسم های بازار نیز افزایش خواهد یافت.



این تحلیل کاری است از رسانه خبری TickTech که بر اساس گزارش ۱۴۰۰ دیجی کالا تهیه و تدوین شده است. گزارش های سالانه دیجی کالا به صورت عمومی منتشر می شود.

بهره گیری از این اطلاعات و تصمیم گیری صحیح زمانی امکان پذیر است که اطلاعات یاد شده به موقع، مرتبط، با اهمیت و نیز کامل، دقیق و قابل فهم ارائه شود. از سوی دیگر، نوع و چگونگی دستیابی به اطلاعات نیز از اهمیت بسزایی برخوردار است. در صورتی که انتقال اطلاعات به صورت نابرابر و نامتقارن بین افراد صورت گیرد و اصطلاحاً عدم تقارن اطلاعاتی به وجود آید، می تواند نتایج متفاوتی را نسبت به یک موضوع واحد سبب شود. این پدیده پیامدهای نامطلوب مختلفی از قبیل کاهش کارایی بازار، افزایش هزینه های معاملاتی، مشارکت حداقلی سرمایه گذاران، ضعف بازار، نقدشوندگی پایین و به طور کلی کاهش سود حاصل از معاملات در بازارهای سرمایه را در پی دارد. در شکل زیر شاهد مؤلفه ها و فرایندهای تصمیم گیری با رویکرد شناختی هستیم که مجموعه این مؤلفه ها در کنار هم، افراد را به اتخاذ تصمیم و در نهایت پیامدها و نتایج حاصل از تصمیم آنها می رساند. باید گفت برخورداری از اطلاعات شفاف و دانش کافی نسبت به مقوله مدنظر، بر ترجیحات و تصمیم نهایی کاربران و مشتریان اثر درخور توجهی دارد.



## داده ها درباره هشتگ #وریا تنها نیست چه می گویند؟

# حمایت از وریا غفوری فراتر از موضوعات ورزشی است

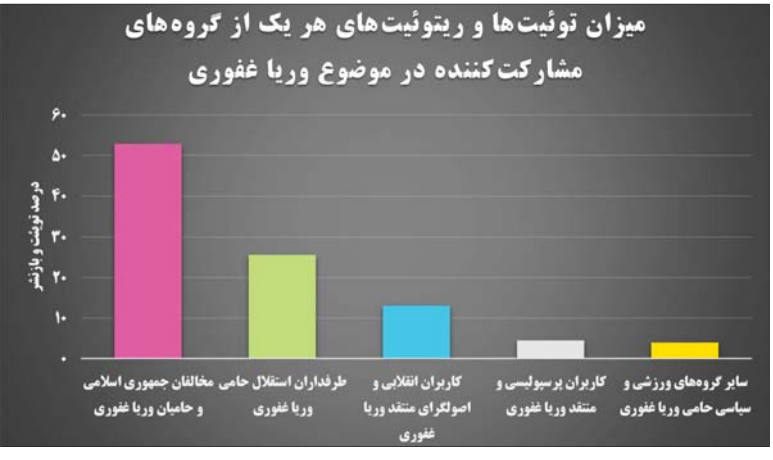
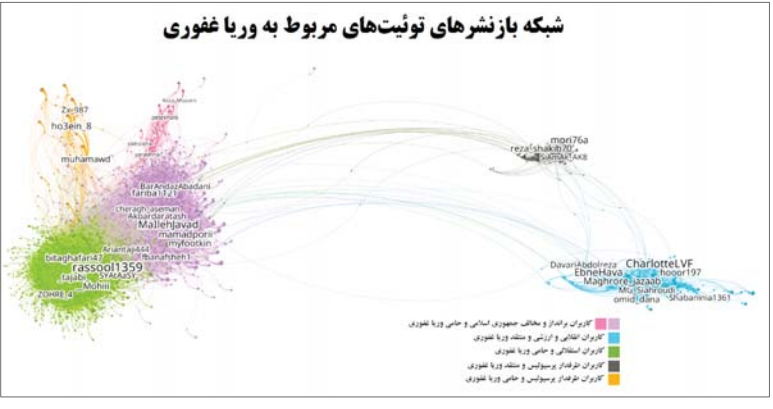
اما کاربران توئیتر در این باره چه می گفتند؟ نگاهی به پربالک ترین توئیتهای منتشر شده در این زمینه، به خوبی بیانگر فضای غالب توئیتر است. اکثر این کاربران عمدتاً بر وجه مردمی بودن وریا غفوری تأکید کرده و معتقدند وریا غفوری در کنار مردم مانده و باید از او حمایت شود. نگاهی به توئیتهایی که بیشترین لایک را در مورد وریا غفوری گرفته اند به خوبی این را نشان می دهد. پربالک ترین توئیتهای منتشر شده راجع به وریا غفوری، ۱۹۰۸ لایک دارد که در آن نوشته شده است:

در کنار مردم بودن و با مردم بودن بزرگی و شرافت می آفریند #وریا در قلب همه مردم ایران جای دارد #وریا حذف شدنی نیست.

اگرچه به نظر می رسد فضای غالب توئیتر عمدتاً در دفاع از وریا غفوری بوده است، اما شبکه بازنشر توئیتهای مربوط به او نشان می دهد صدایی در مخالفت با او نیز در توئیتر بلند بوده است. همان گونه که در گراف زیر مشخص است، کاربران اصولگرا و تعدادی از کاربران طرفدار پرسپولیس، منتقد وریا غفوری بوده و در نقد او نوشته اند. البته در سوی دیگر برخی دیگر از حامیان پرسپولیس، به همراه طرفداران استقلال از وریا غفوری حمایت کرده اند و در میان کاربران سیاسی توئیتر نیز براندازان و مخالفان جمهوری اسلامی حمایت گسترده ای از وریا غفوری داشته اند.

در میان طرفداران پرسپولیس برخی از کاربران در نقد وریا غفوری نوشته اند: یکی از این کاربران با نام «رضا شکیب» خطاب به دیگر پرسپولیسی ها در توئیتی با ۲۸۰ لایک نوشته است: «پروژه اسطوره سازی از یک فوتبالیست معمولی و متظاهر و دروغگو کلید خورده لطفاً یک بار من خودم پرسپولیسی ام ولی... نباشید و با این موج استقلالی ها همراه نشید». منتقدان اسلوگر وریا غفوری نیز در توئیتهایشان بر ضعف فوتبالی وریا غفوری تأکید کرده و علت تمسیدنش در قرارداد او را به این موضوع مرتبط می دانند. کاربری به نام «ابن حوا» در توئیتی با ۲۷۶۸ لایک، نوشته است: «وریا غفوری توی این فصل کلاً تو ۸ تا بازی بوده که ۷ تاش تعویضی بوده؛ نه کلی زده؛ نه پاس کلی داده و نه حتی دفاع و قطع توپی داشته و تقریباً هیچ تأثیری نداشته؛ حالا که میخوان از استقلال بیرونش کنن میگن بخاطر نظرات سیاسی؛ د آخه اگه همون چار تا مزخرف هم نمی گفت که باید می رفت گدایی!(((».

نزدیکی شبکه مخالفان سیاسی و ورزشی وریا غفوری در گراف نشان می دهد این کاربران تا حدی اقدام به بازنشر کردن توئیتهای یکدیگر نیز کرده اند. مشابه با آنچه در مخالفان وریا غفوری دیده می شود، در سمت حامیان او نیز هست. کاربران ورزشی و سیاسی حامی وریا غفوری، توئیتهای حمایتی یکدیگر را بازنشر کرده اند و میزان نزدیکی شبکه این گروه ها در گراف نشان می دهد که شدت حمایت های آنها از یکدیگر به مراتب بیش از منتقدان وریا غفوری بوده است.



است. این امر نشان می دهد در این زمینه نیز ما بیشتر از آنکه یک دوقطبی ورزشی بر سر استقلال و پرسپولیس را شاهد باشیم، یک دوقطبی سیاسی را شاهد بوده ایم. البته ماهیت و دلیل حمایت از وریا غفوری نیز به موضوعات اجتماعی سیاسی بازمی گردد. البته آنچه در این گراف مشخص است آن است که اساساً منتقدان وریا غفوری درصد بسیار بیشتری از حامیان او را تشکیل داده اند؛ داده ها نشان می دهد حدود ۵۳ درصد از توئیتهای وریا غفوری مربوط به این موضوع، توسط کاربران منتقد و مخالف جمهوری اسلامی در حمایت از وریا غفوری زده شده است. حدود ۲۵ درصد از این توئیتهای وریا غفوری نیز از سمت کاربران استقلالی بوده است. این در حالی است که منتقدان سیاسی و فوتبالی وریا غفوری روی هم رفته حدود ۱۷ درصد از توئیتهای وریا غفوری را در این راستا منتشر کرده اند که نشان می دهد فضای غالب توئیتر در حمایت از وریا غفوری بوده است. البته حمایت ها از وریا غفوری محدود به توئیتر و گروه های سیاسی خاص نمانده است و درصد بیشتری از کاربران شبکه های اجتماعی به این موضوع واکنش داده اند. فقط در اینستاگرام هشتگ #وریا تنها نیست به تتهایی در روزهای چهارشنبه و پنجشنبه هفته گذشته، هزاران بار تکرار شده و این جدای از پست های فاقد هشتگ مرتبط، پست های غیر عمومی و استوری های حمایتی است؛ امری که نشان می دهد حمایت از وریا غفوری محدود به توئیتر نمانده و در اینستاگرام هم بازخوردهای فراوانی داشته است. این در حالی است که صدای منتقدان وریا غفوری در اینستاگرام چندان بلند نبوده است. حمایت از وریا غفوری فراتر از شبکه های اجتماعی نیز بوده است. در پلتفرم کارزار نیز نزدیک به ۴۶ هزار نفر در نامه ای خطاب به وزیر ورزش و جوانان، با هشتگ #وریا تنها نیست، ضمن حمایت از وریا غفوری خواستار تداوم حضور او در تیم استقلال شده اند. گستردگی این حمایت ها از وریا غفوری نشان می دهد اگرچه برخی از گروه های سیاسی در داخل یا خارج از کشور از وریا غفوری حمایت گسترده ای کردند، اما این امر زمینه ورزشی و اجتماعی در جامعه ایران دارد و حفظ وریا غفوری در تیم استقلال واقعاً خواسته بخشی از جامعه است و بخش گسترده ای از مردم حذف او را بنا بر دلیل غیرورزشی و فوتبالی تلقی می کنند.

وریا غفوری توی این فصل کلاً تو ۸ تا بازی بوده که ۷ تاش تعویضی بوده؛ نه کلی زده؛ نه پاس کلی داده و نه حتی دفاع و قطع توپی داشته و تقریباً هیچ تأثیری نداشته؛ حالا که میخوان از استقلال بیرونش کنن میگن بخاطر نظرات سیاسی!

د آخه اگه همون چار تا مزخرف هم نمی گفت که باید می رفت گدایی!(((

Translate Tweet

9:18 PM · Jun 29, 2022 · Twitter Web App

326 Retweets 25 Quote Tweets 2,768 Likes

در کنار مردم بودن و با مردم بودن بزرگی و شرافت می آفریند #وریا در قلب همه مردم ایران جای دارد #وریا حذف شدنی نیست

1,080 Retweets 29 Quote Tweets 19.8K Likes

### شناسایی سازندگان و تامین کنندگان قطعات شرکت فولاد مبارکه

« شرکت فولاد مبارکه به منظور شناسایی و تکمیل بانک اطلاعاتی سازندگان و تامین کنندگان توانمند خود اقدام به برگزاری فراخوان عمومی جهت کلیه اقلام مورد نیاز خود در زمینه فعالیت های مکانیک برق و اتوماسیون و ابزار دقیق نموده است.

« لذا از کلیه سازندگان و تولیدکنندگان توانمند در معیارهای نیروی انسانی، بازرگانی، مالی و فنی متناسب با موضوع فراخوان دعوت می گردد نسبت به شرکت در فراخوان اقدام و پرسشنامه خوداظهاری خود را در سامانه SRM شرکت فولاد مبارکه ثبت و تکمیل نمایند.

زمان: ۱۰ تیر لغایت ۱۰ مردادماه

شرکت در فراخوان و اطلاعات بیشتر:

**srm.msc.ir**

روابط عمومی @msc.ir @mobarakesteel\_co