

مذاکرات فرصت است، نه پایان ماجرا. مذاکرات ایران و آمریکا، هر بار که در سطح رسانه‌ها یا پشت درهای بسته سیاسی مطرح می‌شوند، بازارهای داخلی ایران را به شکل محسوسی تحت تاثیر قرار می‌دهند. با این حال، بسیاری از تحلیل‌ها، تنها به سطح دیپلماتیک این مذاکرات می‌پردازند و کمتر به بستر پیچیده و خاکستری ژئوپلیتیک و اثر رفتار بازیگران اقتصادی بزرگ بر روند گفت‌وگوها و خروجی‌های اقتصادی آن پرداخته می‌شود. به عنوان یک کارشناس اقتصادی، آنچه مرا بیش از متن توافق یا دیدار مقامات سیاسی نگران می‌کند، زمین بازی پیچیده‌ای است که این مذاکرات در آن شکل می‌گیرند. زمین بازی‌ای که بیشتر از کلمات، تحت تاثیر معادلات قدرت، مداخلات منطقه‌ای و منافع کوتاهمدت و بلندمدت بازیگران اصلی در اقتصاد است.

نخست باید بدانیم که مذاکرات ایران و آمریکا در خلأ رخ نمی‌دهند. این گفت‌وگوها در بستری از تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی و در فضای رقابتی میان قدرت‌های بزرگ مانند چین، روسیه و ایالات متحده قرار دارند.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



روند نزولی شاخص‌های اقتصادی همچنان ادامه دارد

سه ضلعی تکراری موانع کسب وکار

با لیدری خودرویی‌ها و بانکی‌ها، ۲۷۰۰ میلیارد تومان از تالار شیشه‌ای خارج شد

بورس روی موج نوسان

فرصت امروز: بازار سرمایه که در هفته‌های اخیر، تحت تاثیر ریسک‌های سیستماتیک قرار گرفته، اولین روز هفته جاری را با ریزش چشمگیر آغاز کرد و شاخص کل بورس تهران با ریزش ۵۳ هزار واحدی و ثبت افت ۱،۷ درصدی به سطح ۳ میلیون و ۱۱۵ هزار واحد رسید. در روزی که ۲۷۰۰ میلیارد تومان سرمایه حقیقی با لیدری گروه خودرویی و بانکی از بازارهای خرد خارج شد...

۶

در پایان سال گذشته، رشد اقتصادی به صفر نزدیک شد

نفت در محدوده قرمز

فرصت امروز: برآورد رشد اقتصادی ایران در زمستان سال گذشته، معادل نیم درصد بوده که در مقایسه با سه ماهه منتهی بهمن ۱۴۰۳، کاهش یافته است. طبق برآورد پژوهشکده پولی و بانکی، کیک اقتصاد در سه ماهه منتهی به اسفند ۱۴۰۳ در مقایسه با همین بازه زمانی در سال ۱۴۰۲، حدود ۵۰ درصد بزرگ‌تر شده است. این در حالی است که رشد اقتصادی سه ماهه منتهی به بهمن سال گذشته ۲،۲ درصد بوده، بنابراین سرعت رشد اقتصادی در اسفند نسبت به بهمن سال گذشته پایین‌تر آمده است. در زمستان سال گذشته، رشد بخش‌های خدمات، نفت و کشاورزی نسبت به سه ماهه منتهی به بهمن، کاهشی بوده است. در مقابل، رشد گروه صنایع و معادن در این مدت افزایش داشته است. نکته مهم در تحلیل پژوهشکده پولی و بانکی و همچنین مرکز پژوهش‌های مجلس، منفی شدن رشد بخش نفت است که می‌تواند نشان‌دهنده تاثیر گذاری بیشتر تحریم‌ها علیه بخش نفت و گاز کشور باشد.

۳

بازار لوازم یدکی در دستان غیررسمی هاست

از قاچاق تا کم‌اظهاری در بازار خودرو

۴

مدیریت و کسب‌وکار

اعتمادسازی، رمز ماندگاری در ذهن مشتری

در دنیای پرتلاطم کسب و کار آنچه برندها را از یکدیگر متمایز می‌کند، تنها کیفیت محصول یا خدمات نیست؛ بلکه رابطهای است که آنها با مشتریان خود می‌سازند. در این میان اعتماد مشتریان گوهری کمیاب و در عین حال حیاتی است. اگر نگاهی به برندهایی مثل اپل، نایک یا کوکاکولا بیندازیم به وضوح درمی‌یابیم که موفقیت آنها تنها نتیجه نوآوری یا تبلیغات پرزور و برق نیست، بلکه اعتماد بی‌چون و چرای مشتریان به آنها نقش اصلی را ایفا می‌کند. برندی که بتواند در دل مشتریان جایی باز کند و به عنوان نامی قابل اتکا شناخته شود، گام بلندی در مسیر موفقیت برداشته است. هدف ما در این مقاله شناخت تکنیک‌هایی است که می‌تواند به برندها در این مسیر کمک کند. تکنیک‌هایی برای تقویت اعتماد و تبدیل یک مشتری عادی به طرفدار وفادار. اگر شما...

۸

داخلی از سوی فعالان اقتصادی ایرانی». مذاکرات ایران و آمریکا بیش از آنکه یک فرآیند سیاسی باشد، اکنون به یک متغیر تعیین‌کننده در آینده اقتصاد ایران بدل شده است، اما مسیر این مذاکرات با سنگ‌ریزهای ریز و درشتی، چون رقابت قدرت‌های جهانی، تنش‌های منطقه‌ای و منافع بازیگران بزرگ اقتصادی، فرش شده است. به همین دلیل، هرگونه توافقی، «حتی محدود» می‌تواند محرک کوتاه مدتی برای اقتصاد باشد، اما تنها یک توافق جامع و پایدار می‌تواند اقتصاد ایران را از سایه تحریم، نااطمینانی و فرار سرمایه خارج کند. با این‌همه، حتی بهترین سناریوها نیز بدون اصلاحات ساختاری داخلی در حوزه‌هایی چون نظام بانکی، بودجه دولت و فضای کسب وکار نمی‌توانند به شکوفایی بلندمدت اقتصادی منجر شوند. مذاکرات فرصت است، اما نه پایان ماجرا. بهره‌گیری از این فرصت، نیازمند تصمیمات دشوار، عزم سیاسی و شجاعت در تغییر است.

خطوط فایننس و تامین مالی بین‌المللی برای پروژه‌های بزرگ» و «اصلاح نظام بانکی در سایه بازگشت تدریجی به سوئیفت و روابط بانکی بین‌المللی» اشاره کرد. این سناریو اما بیشترین مقاومت را از سوی مخالفان منطقه‌ای و بازیگران اقتصادی محافظه‌کار داخلی خواهد داشت؛ زیرا منافع بسیاری از گروه‌ها در سایه تحریم‌ها شکل گرفته و تثبیت شده‌اند.

در کنار این سه سناریوی اصلی، چند خروجی کم‌اهمیت‌تر نیز قابل پیش‌بینی است که هرچند در ظاهر تاثیر اندکی دارند، ولی در فضای بی‌ثبات اقتصاد ایران، می‌توانند نقش تسریع‌کننده یا کندکننده در روندهای کلان ایفا کنند: «بازگشت برخی شرکت‌های خارجی کوچک و متوسط در بخش فناوری یا خدمات»، «افزایش تعاملات بانکی با کشورهای آسیایی و منطقه‌ای، مانند قطر و عمان»، «تسهیل واردات کالاهای واسطه‌ای و کاهش هزینه تولید» و «افزایش امید به آینده و تقویت سرمایه‌گذاری در بازارهای

عمومی و نااطمینانی»، «کاهش چشمگیر سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، همراه با فرار سرمایه»، «افزایش فشار بر واردات کالاهای اساسی و افزایش قیمت نهاده‌ها»، «رکود تورمی عمیق‌تر، به ویژه در نیمه دوم سال ۱۴۰۴ و ۱۴۰۵» و «اختلال در تجارت منطقه‌ای با کشورهایی مانند ترکیه، عراق، امارات» اشاره کرد. در سناریوی سوم، یعنی «توافق جامع و راهبردی با پشتوانه بین‌المللی»، مذاکرات به نتیجه‌ای بلندمدت منجر می‌شود، با تعهداتی متقابل و پایدار که توسط نهادهای بین‌المللی، مانند اتحادیه اروپا یا ژانسی انرژی اتمی نیز تضمین می‌شود. از آثار اقتصادی احتمالی این سناریو می‌توان به «رود سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه انرژی، صنعت و زیرساخت در میان مدت»، «افزایش شدید درآمدهای نفتی و دسترسی به منابع بلوکه شده ارزی»، «تثبیت نرخ ارز و ایجاد زمینه برای مهار پایدار تورم»، «رونق تولید صنعتی و ارتقای ظرفیت اشتغال»، «فعال شدن

غفلت از توسعه

متمرکزتر می‌شود و قدرت بخش سیاسی در برنامه بیشتر می‌شود. هیأت دولت، جایگزین نظام برنامه‌ریزی می‌شود و بعد از برنامه چهارم توسعه هیچ دستگاه فکری، نظریه‌پرداز توسعه و برنامه‌ریز و منطق برنامه‌ریزی نداریم و همه عملاً تعطیل می‌شود. در قبل از انقلاب، ضعف این رفتارها خیلی خود را بروز نمی‌داد به این دلیل که چون برنامه‌ریزی برای ساخت زیربنای توسعه بود که در اختیار دولت بود اما در بعد از انقلاب، این رفتارها با ذات برنامه در تناقض است و برنامه‌ریزی نیازمند نظام نظری پیچیده است. سراسیمگی، سیاست‌های شتاب‌زده، مثل تعدیل اقتصادی که در کشورهای جهان سوم، مثل آمریکای لاتین در دهه ۷۰ میلادی به اجرا درآمد و شکست خورد را ما در دهه بعد در کشور خود عیناً پیاده کردیم. با کره در سال ۱۹۴۰ با سیاست تشویق صادرات به بازار جهانی پیوست و ما به دلیل نبود دستگاه نظری هرگز از فرصت‌ها درست استفاده نکردیم و برنامه‌ریزی ما در مسیر توسعه نبوده است.

در برنامه سوم توسعه اما سعی بر این بود که با دنیا تعامل داشته باشیم و اقتصاد دانش پایه رشد کند اما در دوره بعد، همه اینها کنار گذاشته شد و به سمت سیاست انزواگرپایانه و تحریطمیلانیه تقلیل یافت که الان اثرات این مسائل را می‌بینیم، اما وابستگی به اقتصاد نفت هم مزید بر علت است. اما بنیانی که نمی‌توانیم این مسائل را جبران کنیم، یکی «سیاست اجتماعی پیوسته» است که آن جهت‌گیری نظری و دستگاه نظری که برنامه‌ریزی را هدایت کند است. آنچه به عنوان یارانه‌ها به مردم داده شد، خود باعث فقر فزاینده شد و به رفاة اجتماعی در این ۳۶ سال منجر نشد و علاوه بر فقر طبقاتی، شکاف طبقاتی را در بین مردم در سطوح جغرافیایی هم دامن زد؛ مثلاً مسکن مهر را ببینید. در فرانسه برای مستجرهای خود دولت پارانۀ می‌دهد و وام بدون بهره و حجم بودجه آن برای این کار، ۱،۷۵ درصد تولید ناخالص داخلی فرانسه است، اما در ایران بودجه مسکن مهر، ۴ درصد تولید ناخالص ایران بود اما مسئله مسکن حل نشده و بدتر شد و اسکان غیررسمی گسترش یافت و کیفیت مسکن

تخریم‌های مالی و انرژی و در مقابل، کاهش سطح غنی‌سازی ایران است. این توافق اغلب در چارچوب «رفع فشار لحظه‌ای» صورت می‌گیرد و نه حل ریشه‌ای مشکلات. از آثار اقتصادی احتمالی این سناریو می‌توان به «کاهش مقطعی نرخ ارز به دلیل بهبود انتظارات روانی»، «افزایش صادرات نفت به میزان محدود، بدون جذب سرمایه‌گذاری‌های عمده خارجی»، «کاهش تورم انتظاری، ولی نه کاهش پایدار تورم ساختاری» و «افزایش تحرک در بورس، به ویژه در نمادهای دلاری و پتروشیمی‌ها، اما نه بازگشت اعتماد عمومی به بازار سرمایه» اشاره کرد.

در سناریوی دوم، یعنی «شکست مذاکرات و تشدید فشارها»، مذاکرات بدون حصول توافق خاتمه می‌یابد و آمریکا با متحدانش تحریم‌ها را افزایش می‌دهند، با مکانیزم ماشه و اقدامات مشابه را در نهادهای بین‌المللی فعال می‌کنند. از آثار اقتصادی احتمالی این سناریو می‌توان به «افزایش قیمت دلار و طلا به دلیل هراس

هر یک از این کشورها، بسته به منافع ژئوپلیتیکی خود یا مشوق این گفت‌وگوها هستند یا سعی در اخلاص در روند آن دارند. در کنار آن، بازیگران بزرگ اقتصادی نیز وارد میدان شده‌اند. شرکت‌های چندملیتی، لابی‌های نفتی و حتی صندوق‌های سرمایه‌گذاری که از تحریم‌های ایران منتفع بوده‌اند یا در برابر باز شدن ناگهانی بازار ایران احساس تهدید می‌کنند، به طور غیرمستقیم بر جهت‌گیری مذاکرات تاثیر می‌گذارند. این فشارها می‌توانند به کند شدن روند، تغییر اولویت‌ها و حتی انحراف از موضوعات اقتصادی منجر شوند. در این بخش، سه سناریو قابل تصور است که با توجه به عوامل بالادستی و ژئوپلیتیک، می‌توان آنها را مورد بررسی قرار داد: «توافق موقت با اهداف محدود اقتصادی»، «شکست مذاکرات و تشدید فشارها» و «توافق جامع و راهبردی با پشتوانه بین‌المللی». در سناریوی اول، یعنی «توافق موقت با اهداف محدود اقتصادی»، دو طرف به توافقی موقت و محدود دست می‌یابند که شامل لغو برخی

کمال اطهاری، اقتصاددان و پژوهشگر توسعه

تقریباً پس از شش دهه برنامه‌ریزی برای توسعه در ایران، در برنامه هفتم توسعه چه باید و نبایدهایی را مدنظر قرار دهیم تا به جای توسعه پایدار که در برنامه ششم مورد تأیید بود، به رشد برسیم؟ در چند سال گذشته، برنامه‌ریزی‌ها در ایران کاملاً دچار فرود مطلق بود و این فرود را با تحلیل و برنامه‌ریزی بهتر می‌شود دریافت تا به فراز نسبی رسید که این فراز در جهت توسعه هم باشد. وقتی در سال ۱۳۲۷، اولین برنامه عمرانی به تصویب رسید، برنامه‌نویسی از بالا اجتناب‌ناپذیر بود، چون ما نهاد برنامه‌ریزی نداشتیم و نظام متمرکزی برای برنامه‌نویسی نبود. از طرف دیگر، در ایران متخصص نداشتیم و زیرساخت‌ها برای توسعه آماده نبود. به همین دلیل، این شیوه برنامه‌ریزی اجتناب‌ناپذیر بود اما دولت می‌بایست مبنای مشارکت را فراهم کند، برای سواد مردم و تربیت کادر متخصص تلاش کند و به زیرساخت‌های توسعه اقدام کند و برنامه‌ریزی، امری دولتی بود اگرچه هنوز هم هست اما بعد از انقلاب مردم خواهان مشارکت هستند. آن زمان قرارداد اجتماعی وجود نداشت و الان هم به این مسئله توجه کافی نمی‌شود و در صورت نبود این توجهات باید بگویم که توسعه اتفاق نمی‌افتد. اما در بعد از انقلاب، مهم‌ترین مشکل برنامه‌ریزی، سیاسی‌بودن آن است. وقتی سازمان مدیریت برنامه و بودجه که یک نهاد مستقل است را منحل می‌کنند، نهادی که براساس موازین شناخته شده و برای برنامه‌ریزی در کشورها عمل می‌کند را منحل می‌کنند، آیا چه می‌توان این کار را تعبیر کرد؟ اگر در گذشته، دولت باید زیرساخت توسعه مثل بنادر، فرودگاه، کشتی، صنایع سنگین و نیازهای پایه را تولید می‌کرد و برنامه‌ها معطوف به این بود، اشکالی نداشت و اینها چارچوب توسعه هستند، اما الان چارچوب توسعه، برنامه‌ریزی است. آن زمان، بخش خصوصی فعال وجود نداشت و اگر بخش خصوصی وارد می‌شد، مثل ایجاد بانک و فعالیت صنعتی که در سال ۱۳۴۰ به بعد فعال شدند و باعث ۱۵ درصد رشد سالانه



مزایده سراسری فروش املاک مازاد بانک صادرات

شماره ۱/۱۴۰۴ (نوبت دوم)



بانک صادرات لرستان در نظر دارد تعدادی از املاک مازاد خود را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. متقاضیان می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر، دریافت اسناد مزایده، مطالعه مدارک و بازدید از املاک مورد نظر خود با در دست داشتن فیش واریزی خرید اسناد، همه روزه از تاریخ انتشار آگهی (غیر از ایام تعطیل) از ساعت ۸:۰۰ صبح لغایت ۱۲:۰۰ به مدیریت مندرج در جدول ذیل مراجعه و یا تماس حاصل نمایند. حضور شرکت کنندگان در جلسه بازگشایی، اختیاری و منوط به ارائه رسید تسلیم پاکت می‌باشد. (سایت: www.bsiir.com)

زمان فروش اسناد مزایده: از روزشنبه ۱۴۰۴/۰۲/۲۰ لغایت روز چهارشنبه ۱۴۰۴/۰۲/۲۴ آخرین مهلت تحویل مدارک و اسناد: ساعت ۱۲:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۲۴ تاریخ بازگشایی پاکت: ساعت ۹:۰۰ صبح روز شنبه ۱۴۰۴/۰۲/۲۷

«مشخصات مدیریت شعب استان لرستان»

ردیف	مدیریت مربوطه	شماره تلفن	شماره حساب	آدرس دریافت اسناد	شرایط کلی شرکت در مزایده	جدول شرایط فروش
۱	لرستان	۳۳۳۳۱۷۰۷ ۰۶۶-۳۳۳۴۱۹۱۴	۰۱۰۵۴۲۹۵۴۸۰۰۷	لرستان-خرم آباد-میدان ۲۲ بهمن بلوار ولیعصر(عج) ساختمان مرکزی بانک صادرات طبقه ۴ دایره تدارکات و ساختمان	بانک در رد و یا قبول یک یا تمامی پیشنهادهای خرید مختار است.	نقد و اجاره به شرط تملیک

۲-مطالعه مدارک و سوابق املاک و بازدید از آنها، قبل از شرکت در مزایده برای تمامی شرکت کنندگان ضروری است. پس از اعلام نام برنده و ابلاغ آن، در صورت انصراف مبلغ سپرده تودیع به نفع بانک ضبط می‌گردد.

۳-میزان مبلغ سپرده تودیع جهت شرکت در مزایده مربوط به هر ملک، می‌بایست به حساب اعلامی واریز شود. ضمناً جهت خرید پاکت مزایده و دریافت اسناد و اوراق مزایده، ارائه فیش واریزی به مبلغ ۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال به حساب یادشده الزامی است.

۴- پیشنهادها باید به صورت مشخص و شفاف اعلام شود. همچنین کلیه هزینه های نقل و انتقال بر عهده خریدار خواهد بود.

۵- اولویت فروش بصورت نقدی و در شرایط مساوی بودن همه شرایط اولویت با مبلغ نقدی بیشتر می‌باشد و فروش به صورت اجاره به شرط تملیک وفق ضوابط و مقررات بانک انجام می‌گیرد.

ردیف	"شناسه ملک"	استان / منطقه	آدرس ملک	پلاک ثبتی	نوع ملک (ساختمان / آپارتمان و ...)	نوع مالکیت	کاربری	وضعیت تصرف	"عرصه" (متر مربع)"	"اعیان" (متر مربع)"	"مبلغ پایه در مزایده"	"میزان سپرده تودیع جهت شرکت در مزایده" (به ریال)"	شرایط واگذاری (با درج میزان نقد و اقساط)	توضیحات کامل ملک جهت درج در آگهی مزایده
۱	۹۷۸۸	لرستان	بروجردخیابان مدرس	عادی	ساختمان	ملکی	تجاری - مسکونی	تخلیه	۹۴/۴۹	۳۶۶/۴۵	۶۰,۱۲۸,۹۰۰,۰۰۰	۳,۰۰۶,۴۴۵,۰۰۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک شش دانگ عرصه و اعیان و اخذ سند تک برگ به عهده خریدار است. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۲	۲۵۰۰	لرستان	کوهدشت خیابان بازارچه جنب میدان امام خمینی (ره)	۶۵/۳۴۰۵	ساختمان	ملکی	مسکونی - تجاری	تخلیه	۱۲۱,۷۴	۳۷۸,۸۳	۹۳۷,۹۷۳,۹۵۰,۰۰۰	۲۷,۷۵۹,۴۷۹,۰۰۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک شش دانگ عرصه و اعیان و اخذ سند تک برگ به عهده خریدار است. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۳	۴۳۴۲	لرستان	بروجرد-خیابان-رودکی	۳۵۴۷/۵۷	ساختمان	ملکی	مسکونی- تجاری	تخلیه	۲۵۴,۲	۷۲۷,۹۶	۴۱۲,۹۳۸,۸۰۰,۰۰۰	۱۷,۲۵۸,۷۷۶,۰۰۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک شش دانگ عرصه و اعیان و اخذ سند تک برگ به عهده خریدار است. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۴	۷۲۷۶	لرستان	درود کندوان بازار روز	۱۱۷/۳۸۶۵	مغازه	تملیکی	تجاری	متصرف دارد	۹۳/۱	۱۸۶/۲	۹,۹۵۸,۱۹۰,۵۱۵	۴۹۷,۹۰۹,۵۲۶	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک ۲۴۹۳۲ سهم مشاع از ۳۸۳۲۷ سهم عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۵	۷۲۸۰	لرستان	الیگودرز کیلومتر ۶ جاده ازنا	۱/۲۰	ساختمان	تملیکی	دامداری	متصرف دارد	۳۱۱۹	۸۱۳	۳,۱۷۲,۲۰۰,۰۰۰	۱۵۸,۶۱۰,۰۰۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک یک دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۶	۷۵۵۲	لرستان	رومشکان روستای بازوند	۱۲۲/۱۱۱۸	ساختمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	۶۵۴/۷۳	۲۳۱	۹۲۷,۹۶۶,۱۶۷	۴۶,۳۹۸,۳۰۸	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک یک سهم چهل و هشت صدم دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۷	۷۵۵۳	لرستان	خرم اباد خیابان مجاهدین اسلام	۱۷۵/۱۹۳۹	ساختمان	تملیکی	صنعتی	متصرف دارد	۴۸۲/۴۴	قنبرالسهم	۱۹,۱۳۶,۷۸۶,۶۶۷	۹۵۶,۸۳۹,۳۳۳	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک یک سهم نوزده صدم دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۸	۷۵۷۰	لرستان	بروجردروستای کیدان	۱۹/۲	زمین	تملیکی	دامداری	متصرف دارد	۲۷۵۰۰	۱۰۴۵	۵۵۶,۴۷۵,۵۸۶	۲۷,۸۳۳,۷۷۹	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک یک سهم دو دهم جفت مشاع از پنجاه و هشت جفت اراضی روستای کیدان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۹	۸۵۵۷	لرستان	خرم آباد کمالوند شهرک صنوف قاضی ۴۰ متری دوم-سمت چپ	۵۰/۱۶۴۸/۲۳۳۴	مغازه	تملیکی	تجاری	متصرف دارد	۱۵۰	۱۵۰	۲۳,۳۹۰,۳۵۰,۰۰۰	۱,۱۶۹,۵۱۲,۵۰۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک دو سهم سیصد و نود و نه هزارم دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۰	۹۱۷۹	لرستان	بروجردخیابان بحرالعلوم کوچه شهیدکزاری پلاک ۳و	۴۳۵/۲۰۴۶	آپارتمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	قنبرالسهم	۸۵/۱۶	۵,۳۹۲,۶۲۳,۹۳۸	۲۶۹,۶۳۱,۱۹۷	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک شصت و سه سهم نودونهم صدم سهم مشاع از نودوشش سهم عرصه اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۱	۹۷۸۲	لرستان	الشتر خیابان کاشانی شرقی	۹۸/۲۰۴	ساختمان	تملیکی	تجاری - مسکونی	متصرف دارد	۱۵۱/۸	۳۸۸	۴۰,۳۲۴,۴۵۳,۳۲۳	۲۰۱,۶۲۳,۶۶۷	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک هشتاد و هشت صدم دانگ از شش دانگ عرصه اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۲	۱۰۳۶۷	لرستان	ازنا بلوار جهاد خیابان شهید زمانی نبش شهید ترابی	۳۰/۱۰۹۹۲	زمین یا بنای احداثی	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	۴۱/۶	۱۰۴/۵۵	۱۱,۸۸۹,۰۰۰,۰۰۰	۵۹۴,۴۵۰,۰۰۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۳	۱۰۳۶۹	لرستان	بروجرد جاده کمربندی جاده استخر نساجی جنب کارخانه شکری	۵۶/۹۲	ساختمان	تملیکی	صنعتی	متصرف دارد	۲۹۷۵/۷۷	۱۶۰۸/۸	۶۱,۷۲۰,۳۲۱,۴۰۰	۳۰,۸۶۰,۱۶۵,۷۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک پنجاه و دو سهم نود و دو صدم سهم مشاع از نود و شش سهم عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۴	۱۰۳۹۲	لرستان	خرم آباد بلوار بهارستان کوچه رادمردیان	۱۰/۲۷	ساختمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	۳۳۷/۹۲	۲۰۰	۱۱,۰۰۴,۶۶۵,۶۰۰	۵۵۰,۳۳۳,۳۸۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک دو سهم پانصد و چهل و چهار هزارم سهم مشاع از شش سهم عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۵	۱۰۴۹۰	لرستان	خرم آباد شهرک قدس کوچه مغایرات	۳۶۷۴/۳۸	ساختمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	۲۳۰/۷۹	۱۴۵	۵۰,۶۶۶,۷۴۲,۹۶۴	۲۵۳,۳۳۷,۱۴۸	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک یک سهم ششصد و هشتاد و شش هزارم سهم مشاع از شش سهم عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۶	۱۰۴۹۴	لرستان	لرستان خرم آباد انتهای خ سپاهان دانش ۳	۳/۱۶۷۶	ساختمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	۲۲۵	۱۵۰	۲,۳۰۵,۵۰۰,۰۰۰	۱۱۵,۲۷۵,۰۰۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک چهارصد و بیست و چهار هزارم دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۷	۱۰۶۰۹	لرستان	خرم آباد اول خیابان رازی کوچه پاسارگاد پلاک ۱۱	۲۰۹۱/۷۷۷۱/۱۳۵۶۱	آپارتمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	قنبرالسهم	۱۲۵/۸۱	۲,۳۲۴,۹۶۸,۸۰۰	۱۱۶,۲۴۸,۴۴۰	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک ششصد و شانزده هزارم دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۸	۱۰۶۱۰	لرستان	کوهدشت خیابان بوعلی سینا گلستان ۷ کوچه بن بست ۳ متری	۶۵/۲۳۴۵	ساختمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	۱۲۳/۸۳	۸۰	۱,۹۸۲,۷۹۰,۳۸۰	۹۹,۱۳۹,۵۱۹	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک یک سهم شش شش هزار و یکصد و هفتاد و نه هزارم سهم از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه آن به عهده خریدار می‌باشد. دارای سند انتقال اجرائی و اخذ سند تک برگ به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۱۹	۱۰۶۸۷	لرستان	الشتر خ آیت اله طالقانی روبه روی کوچه آلاله ۳	۹۱/۱۶۸۸	آپارتمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	۲۶۳,۷۶	۲۶۳,۷۶	۳,۶۷۵,۰۸۹,۵۸۰	۱۸۳,۷۵۴,۴۷۹	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک یک سهم چهارصد و بیست و شش هزارم سهم مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۲۰	۱۰۷۰۰	لرستان	پلدختر کوی شهید بهشتی کوچه انقلاب (دکتر سفیدی) خیابان انقلاب شمالی	۲۱۳۳/۱۱۶	آپارتمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	آپارتمان طبقه همکف	۱۴۴/۵۴	۱,۹۸۴,۴۰۱,۷۰۵	۹۹,۳۲۰,۰۸۵	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک هشت هزار و ششصد و هفتاد و یک هزارم دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.
۲۱	۱۰۷۰۱	لرستان	خرم آباد بلوار ۶۰ متری خیابان چمران خیابان شهید جهان آرا	۱۷/۳۲۹	ساختمان	تملیکی	مسکونی	متصرف دارد	۲۱۱/۷۹	۱۳۶	۲,۳۸۳,۰۰۴,۸۸۷	۱۱۹,۱۵۰,۲۴۲	نقد و اجاره به شرط تملیک	سهام بانک سه سهم سیصد و هفتاد و یک هزارم دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان که در بد مالک قبلی بوده و تخلیه و رفع تصرف به عهده خریدار می‌باشد. فروش با وضع موجود می‌باشد.

اخبار

کارمزد خرید ارز برای حجاج چقدر است؟

ارز تخصیص یافته به حجاج معادل ۵۰۰ یورو با نرخ اسکناس ارز تجاری و با کارمزد ۵ درصد است. از روز دوشنبه هفته گذشته (۱۵ اردیبهشت) اولین کاروان حجاج ایرانی، عازم سرزمین وحی شد و امسال تامین ارز موردنیاز حجاج برعهده بانک ملی ایران است و طبق دستورالعمل بانک مرکزی، میزان ارز اختصاصی به زائران به ازای هر زائر بالای پنج سال، مبلغ ۵۰۰ یورو است و پرداخت ارز صرفا به زائرانی که اطلاعات آنها مورد تایید سازمان حج و زیارت باشد، صورت می‌گیرد. بر این اساس، زائران می‌توانند با استفاده از سامانه نرم‌افزاری بله از بخش خدمات بانکی و وارد کردن مشخصات فردی (مشخصات ثبت‌شده در گذرنامه)، تعیین تاریخ و شعبه موردنظر خود، در شهر محل سکونت، ارز خود را در زمان مقرر و با مراجعه به شعبه تعیین شده منتخب ارزی بانک ملی دریافت کنند. البته دریافت ارز حجاج از شعب ارز بانک ملی، یک روز پس از ثبت نام زائران امکان پذیر است. علاوه بر این، آنگونه که بانک ملی اعلام کرده امکان خرید حضوری ارز از طریق مراجعه مستقیم به شعب منتخب این بانک و با ارائه مدارک شناسایی نیز فراهم است. دریافت ارز برای فرآیند حج تمتع، در سهمیه ارز مسافرتی هر ساله مسافران داخلی ایجاد نمی‌کند و به عبارتی، سهمیه ارز حج تمتع از سهمیه سالانه مسافرتی جداسد. با این حال، طبق برخی شنیده‌ها از زائرانی که به خانه خدا مشرف شده‌اند، در برخی موارد مشاهده شده که ارز تخصیص یافته به حجاج اسکناس ۵۰۰ یورویی بوده که در عربستان مشکلاتی در فرآیند تبدیل آن به ریال عربستان ایجاد شده است. بر این اساس روابط عمومی بانک ملی ایران در رابطه با تخصیص اسکناس ۵۰۰ یورویی به برخی از حجاج، توضیح داد: تعداد اسکناس ۵۰۰ یورویی اختصاص یافته به حجاج در حجم بالایی نیست و با توجه به اینکه سبب ارزی متفاوت است، طبیعتا به برخی از زائران اسکناس ۵۰۰ یورویی تعلق می‌گیرد، اما در مجموع اکثر اسکناس‌های تعلق گرفته به حجاج ۵۰۰ یورویی و ۱۰۰ یورویی است.

همچنین بانک ملی در رابطه با میزان و نرخ کارمزد خرید ارز توسط حجاج، گفت که ارز اختصاص یافته به حجاج برای حج امسال، مبلغ ۵۰۰ یورو و سا نرخ اسکناس ارز تجاری مرکز مبادله ارز و طلای ایران است و کارمزد خرید آن در مجموع ۵ درصد است. بنابراین از متقاضیان این ارز باید براساس میزان تعیین شده کارمزد اخذ شود که در صورت دریافت بیش از درصد تعیین شده، تخلف محسوب می‌شود.

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای خواستار شد

توسعه سامانه املاک و اسکان توسط بانک‌ها

بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای، الزامات قانونی استفاده از سامانه املاک و اسکان برای ارائه خدمات بانکی را تشریح کرد و از شبکه بانکی خواست تا نسبت به پیاده‌سازی و بهره‌برداری از وب‌سرویس استعلام اقامتگاه اصلی اشخاص از این سامانه اقدام کنند. به گزارش بانک مرکزی، این بانک طی بخشنامه‌ای در تاریخ ۱۷ اردیبهشت، الزامات قانونی استفاده از سامانه املاک و اسکان برای ارائه خدمات بانکی را به شرح زیر به شبکه بانکی ابلاغ کرد: «به موجب بند (۷) تبصره (۸) ماده (۱۶۹ مکرر) قانون مالیات‌های مستقیم مصوب سال ۱۳۶۶ با اصلاحات و الحاقات بعدی، «دستگاه‌های اجرایی مکلفند خدمات خود از قبیل افتتاح حساب بانکی و صدور دسته چک، ... را صرفا با اخذ کدملی و براساس کدپستی یا شرح نشانی یکنای درج شده مربوط به اقامتگاه اصلی آنان در سامانه املاک و اسکان کشور ارائه کنند. بانک‌ها مکلفند نسبت به اطلاع‌رسانی موضوع این بند به مشتریان و مراجعان خود و تشویق آنها به ثبت اطلاعات مزبور (در سامانه املاک و اسکان) اقدام کنند». از سوی دیگر، به استناد بند (۳) ماده (۳) قانون ساماندهی بازار زمین، مسکن و اجاره‌بها مصوب سال ۱۴۰۳، «... کلیه دستگاه‌ها، نهادهای اجرایی و زیرمجموعه‌های آنها مکلفند استعلامات موردنیاز اقامت و سکونت متقاضیان خود را صرفا از طریق سامانه ملی املاک و اسکان کشور انجام دهند و در صورت عدم خوداظهاری اشخاص حقیقی و حقوقی در سامانه مذکور، پس از دو بار ارائه خدمات، از ارائه خدمات برای بار سوم به آنان خودداری کنند». با عنایت به مراتب مذکور در فوق و ضمن استناد به بند «الف» ماده (۷) قانون مبارزه با پولشویی مصوب سال ۱۳۸۶ با اصلاحات و الحاقات بعدی، بند (۱) ماده (۵۹)، بند (۱) تبصره (۱) و بند (۱) تبصره (۲) ماده (۶۰)، جزء «پ» بند (۱) ماده (۶۱) و تبصره (۳) ماده (۶۴) آیین‌نامه اجرایی ماده (۱۴) الحاقی قانون مبارزه با پولشویی مصوب جلسه ۲۱ مهر ۱۳۹۸ هیأت وزیران، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری مکلفند پیش از ارائه خدمات پایه نظیر افتتاح حساب، صدور دسته چک، اعطای انواع تسهیلات و قبول تعهدات، اعطای ابزار پرداخت و ابزار پذیرش، نسبت به بررسی تطابق شناسه (کد) پستی اظهارشده توسط مشتری با شناسه (کد) پستی ثبت شده در سامانه املاک و اسکان اقدام کند.

بدیهی است در صورت عدم انطباق اطلاعات نشانی ارائه‌شده توسط مشتری با استعلام صورت‌پذیرفته از پایگاه مذکور، مؤسسه اعتباری باید ضمن راهنمایی مشتری برای مراجعه به تارنمای amlak.mrud.ir و ثبت یا تصحیح اطلاعات نشانی خود در پایگاه یادشده، از ارائه هرگونه خدمت تا اصلاح مغایرت خودداری کند. ضروری است شبکه بانکی با قید تسریع نسبت به پیاده‌سازی و بهره‌برداری از وب‌سرویس استعلام اقامتگاه اصلی اشخاص از سامانه املاک و اسکان اقدام کنند.

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۲۰۰۰۱۸۱۴۰۳۰۲۱۶۰۱۴۰۴ مورخه ۱۴ / ۲ / ۱۴۰۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک پایه تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای احمد نادری فرزند ولی بشماره شناسنامه ۳۱۷ صادره از کرمانشاه در یک قطعه باغ با حفظ کاربری زراعی و باغی به مساحت ۳۴۷۰٫۹۱ متر مربع موضوع پلاک ۲۳۴ فرعی از ۲ اصل۲ واقع در محدوده باغات خانقاه – جاده خاتقا به درمور خریداری از ورته به مرحوم آقای سید بابا جمیل پناه فرزند سید عبدالکریم با در نظر گرفتن جمیع جهات و مدارک و مستندات ارائه شده و مضبوط در پرونده و گزارش کارشناس منتخب و پاسخ استعلامات با رعایت متن رای به شماره فوق محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت مدار خواهد شد.

فیروز عزیززاده – رئیس ثبت اسناد و املاک

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۲/۲۱

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۳/۱۲

در پایان سال گذشته، رشد اقتصادی به صفر نزدیک شد

نفت در محدوده قرمز



نظر بر مرکز پژوهش‌های مجلس، رشد اقتصادی اسفندماه نسبت به بهمن‌ماه

افزایش یافته است. البته اختلاف این دو نهاد پژوهشی در بازه زمانی مورد بررسی نیز حائز اهمیت است؛ چراکه پژوهشکده پولی و بانکی، تغییرات کیک اقتصاد را در سه ماه ارزیابی می‌کند؛ در حالی که مرکز پژوهش‌های مجلس، تنها این شاخص را در یک ماه مورد سنجش قرار می‌دهد. با این‌وجود در گزارش این دو نهاد پژوهشی از رشد اقتصادی اسفندماه، اشتراکاتی نیز به چشم می‌خورد؛ به طوری که هم مرکز پژوهش‌های مجلس و هم پژوهشکده پولی و بانکی، رشد بخش نفت را در اسفندماه نسبت به بهمن‌ماه سال گذشته نزولی و منفی دانسته‌اند و رشد گروه صنایع و معادن را صعودی پیش‌بینی کرده‌اند.

پژوهشکده پولی و بانکی، رشد اقتصادی نفت در اسفندماه سال گذشته را منفی ۲٫۷ درصد برآورد کرده که نسبت به بهمن‌ماه که رشد این بخش ۴٫۸ درصد بوده است، کاهش شدیدی را نشان می‌دهد. از طرف دیگر در همین بازه زمانی، رشد اقتصادی صنایع و معادن از ۱٫۴ درصد در بهمن‌ماه به ۱٫۹ درصد در اسفندماه رسیده است اما رشد بخش خدمات که در بهمن‌ماه ۲٫۱ درصد برآورد شده بود، در اسفندماه سال گذشته نزدیک به صفر درصد پیش‌بینی شده است. در همین مدت، رشد بخش کشاورزی نیز از ۱٫۷ درصد به ۱٫۶ درصد کاهش پیدا کرده است.

درآمدهای نفتی در مسیر سراسییبی

فارغ از رشد منفی بخش نفت در اقتصاد ایران، این روزها قیمت هر بشکه نفت به آستانه ۶۰ دلار رسیده است. هرچند سقوط قیمت نفت به نفع کشورهایی است که به دنبال کاهش هزینه‌های سوخت خود هستند، اما در کشورهای تولیدکننده نفت از جمله ایران می‌تواند به تشدید مشکلات اقتصادی و کاهش هزینه‌های دولت بینجامد. طبق گزارش روزنامه «نیویورک تایمز»، تحریم‌های جهانی، مشتریان نفت ایران را کاهش داده و اگر چه چین همچنان خریدار اصلی نفت ایران است، اما تقاضای پکن در میانه کاهش رشد اقتصادی به شدت پایین آمده است. از سوی دیگر، پالایشگاه‌های مستقل و کوچک این کشور در معرض تحریم‌های ثانویه قرار دارند؛ تحریم‌هایی که ایالات متحده در ماه‌های اخیر علیه چند پالایشگاه چین اعمال کرده است. بنابراین از منظر تحلیلگران، ایران برای جذب خریداران باید تخفیف‌های قابل توجهی ارائه دهد. ایران در حال حاضر در حال مذاکره با آمریکا درباره آینده برنامه هسته‌ای خود است و هر گونه توافق میان تهران و واشنگتن می‌تواند به‌معنای کاهش تحریم‌های ایران باشد؛ با این حال این امر امسال بعید به‌نظر می‌رسد. از سوی دیگر، ایران با فشار فزاینده‌ای برای کاهش یارانه‌های انرژی مواجه است. به نظر می‌رسد با کاهش قیمت نفت و تحریم‌های جدید آمریکا، ریزش رشد اقتصادی در انتظار ایران باشد. صندوق بین‌المللی پول در گزارش اخیر خود، پیش‌بینی رشد اقتصادی ایران را به‌طور چشمگیری کاهش داد و نسبت به رکود توأم با تورم بالا هشدار داد. بانک جهانی هم پیش‌بینی کرد که رشد اقتصاد ایران نه تنها کند می‌شود بلکه ممکن است به محدوده منفی برسد. به گفته بانک جهانی، ایران در سال مالی منتهی به اسفندماه ۱۴۰۳ با کاهش رشد اقتصادی مواجه شد که کاهش صادرات نفت، ناترازی انرژی و افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی، از مهمترین عوامل آن به شمار می‌روند.

چشم‌انداز کاهش تقاضای نفت

«نیویورک تایمز» می‌گوید که کاهش شدید قیمت نفت می‌تواند برای کشورهایی چون ایران، که درآمد آنها به نفت وابسته است، نگران‌کننده

در نشست خبری سی و دومین همایش سیاست‌های پولی و ارزی مطرح شد

سیاست پولی یک موضوع تک‌بعدی نیست

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی خاطرنشان کرد: در این همایش ۱۶۵ مقاله از صاحب‌نظران و پژوهشگران دریافت شده که ۲۷ مقاله پذیرفته شده و ۱۸ مقاله به صورت شفاهی در این همایش ارائه می‌شود و سخنرانان کلیدی این دوره از همایش، رئیس کل بانک مرکزی، رئیس سازمان برنامه و بودجه، سرپرست وزارت امور اقتصادی و دارایی، ایروانی به عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام و رئیس سازمان حسابرسی ویژه هستند. به گفته «پرویزیان»، سیاست پولی باید به صورت شفاف و روشن ذکر شود و از مقبولیت عمومی برخوردار باشد. سیاست پولی از موضوعات کلان اقتصادی کشورها است و اعلام طی سال‌های گذشته از سوی بانک مرکزی مطرح بود و تداوم اجرای آن در سال جاری نیز از سوی رئیس کل بانک مرکزی مطرح شد که نشان‌دهنده تداوم و اجرای این سیاست در سال جاری است. موضوع سیاست پولی یک موضوع تک‌بعدی نیست و در هماهنگی، هم‌زمانی و همراهی با همه موضوعات‌های عمومی کشور مطرح می‌شود؛ چراکه اثربخشی آن در ارتباط با دیگر سیاست‌ها است.

در ادامه این نشست خبری، «محمد اخباری» مدیر اداره بررسی‌های اقتصادی بانک مرکزی، به اجرای سیاست تثبیت در سال جاری، اشاره کرد و گفت: بانک مرکزی طی سال‌های قبل برنامه‌هایی را پیش‌بینی کرده تا بتواند محدودیت‌ها را در سیاست‌های مبتنی بر نرخ کنترل کند. طی سال‌های اخیر بانک مرکزی به طور همزمان اقدام به اجرای

فرصت امروز: برآورد رشد اقتصادی ایران در زمستان سال گذشته، معادل نیم درصد بوده که در مقایسه با سه ماهه منتهی به بهمن ۱۴۰۳، کاهش یافته است. طبق برآورد پژوهشکده پولی و بانکی، کیک اقتصاد در سه ماهه منتهی به اسفند ۱۴۰۳ در مقایسه با همین بازه زمانی در سال ۱۴۰۲، حدود ۰٫۵ درصد بزرگ‌تر شده است. این در حالی است که رشد اقتصادی سه ماهه منتهی به بهمن سال گذشته ۲٫۲ درصد بوده، بنابراین سرعت رشد اقتصادی در اسفند نسبت به بهمن سال گذشته پایین‌تر آمده است. در زمستان سال گذشته، رشد بخش‌های خدمات، نفت و کشاورزی نسبت به سه ماهه منتهی به بهمن، کاهشی بوده است. در مقابل، رشد گروه صنایع و معادن در این مدت افزایش داشته است. نکته مهم در تحلیل پژوهشکده پولی و بانکی و همچنین مرکز پژوهش‌های مجلس، منفی شدن رشد بخش نفت است که می‌تواند نشان‌دهنده تاثیرگذاری بیشتر تحریم‌ها علیه بخش نفت و گاز کشور باشد.

برآوردهای پژوهشکده پولی و بانکی نشان می‌دهد در اسفند سال گذشته، رشد اقتصادی نسبت به بهمن‌ماه نزولی بوده؛ در حالی که از نظر مرکز پژوهش‌ها، رشد اقتصادی اسفندماه نسبت به بهمن افزایش یافته است. البته اختلاف این دو نهاد پژوهشی در بازه زمانی مورد بحث نیز حائز اهمیت است؛ چراکه پژوهشکده پولی و بانکی، تغییرات کیک اقتصاد را طی سه ماه ارزیابی می‌کند؛ حال آنکه مرکز پژوهش‌ها، تنها این شاخص را در یک ماه مورد سنجش قرار می‌دهد. با این وجود، در گزارش هر دو نهاد از رشد اقتصادی اسفندماه، یک چیز مشترک است و آن رشد منفی بخش نفت است.

رشد اقتصادی نزدیک صفر شد

برآورد رشد اقتصادی ایران در زمستان سال گذشته، معادل نیم درصد بوده که در مقایسه با سه ماهه منتهی به بهمن‌ماه ۱۴۰۳، کاهش یافته است. براساس آخرین برآوردهای پژوهشکده پولی و بانکی از رشد اقتصاد ایران، کیک اقتصاد در سه ماهه منتهی به اسفندماه ۱۴۰۳ در مقایسه با همین بازه زمانی در سال ۱۴۰۲ حدودا ۰٫۵ درصد بزرگ‌تر شده است. این در حالی است که رشد اقتصادی سه ماهه منتهی به بهمن سال گذشته ۲٫۲ درصد بوده است. بنابراین سرعت رشد اقتصادی در اسفندماه نسبت به بهمن‌ماه سال گذشته پایین‌تر آمده است. در زمستان سال گذشته، رشد بخش‌های خدمات، نفت و کشاورزی نسبت به سه ماهه منتهی به بهمن‌ماه کاهشی بوده است. در سمت مقابل، رشد گروه صنایع و معادن در این مدت افزایش داشته است. نکته قابل توجه در گزارش پژوهشکده پولی و بانکی و همچنین مرکز پژوهش‌های مجلس، منفی شدن رشد بخش نفت است. این امر می‌تواند نشان‌دهنده تاثیرگذاری بیشتر تحریم‌ها علیه بخش نفت و گاز کشور باشد.

پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی در رویکردی جدید با استفاده از روش‌های یادگیری عمیق و داده‌های مختلف، اقدام به برآورد رشد اقتصادی بخش‌های مختلف می‌کند. این بخش‌ها شامل نفت، کشاورزی، خدمات و صنایع و معادن می‌شود. در این گزارش، وقتی از رشد یک ماه مشخص به طور مثال رشد بهمن‌ماه یاد می‌شود، منظور این است که حجم اقتصاد در سه ماهه منتهی به بهمن‌ماه ۱۴۰۳ در مقایسه با همین بازه زمانی در سال ۱۴۰۲ چقدر تغییر کرده است.

جزئیات رشد اقتصادی اسفندماه

برآوردهای بازوی پژوهشی بانک مرکزی نشان می‌دهد که در اسفند سال گذشته، رشد اقتصادی نسبت به بهمن‌ماه نزولی بوده؛ در حالی که از

سی و دومین همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی در روزهای ۲۲ و ۲۳ اردیبهشت ماه در بانک مرکزی برگزار خواهد شد. بر همین اساس، نشست خبری این همایش، روز گذشته برگزار شد و رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی با اشاره به تداوم سیاست تثبیت در سال جاری و اینکه سیاست پولی یک موضوع تک بعدی نیست، گفت: سیاست تثبیت طی سال‌های گذشته از سوی بانک مرکزی مطرح بود و تداوم اجرای آن در سال جاری نیز از سوی رئیس کل بانک مرکزی مطرح شده، اما یک موضوع تک بعدی نیست و در ارتباط با دیگر سیاست‌ها اثربخشی است. «گوروش پرویزیان»، رئیس پژوهشکده پولی و بانکی در نشست خبری سی و دومین همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی، به برگزاری این همایش در روزهای ۲۲ و ۲۳ اردیبهشت و تلاقی آن با اولین سال اجرای قانون جدید بانکداری بانک مرکزی و همچنین سال نخست اجرای قانون برنامه هفتم، اشاره کرد و گفت: سی و دومین همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی در تاریخ ۲۲ و ۲۳ ماه جاری در بانک مرکزی برگزار خواهد شد. به گفته «پرویزیان»، طی چهار ماه گذشته ۱۰ پیش نشست در حوزه‌های ارتقای حکمرانی در سیاست‌های پولی و ارزی، فناوری‌های نوین در نظام بانکی، رویکردهای تنظیم‌گری، راهبردهای اصلاح در نظام بانکی و همچنین هوشمندنی نظام بانکی در نظارت برگزار شد و سی و دومین همایش سیاست‌های پولی و ارزی با اولین سال اجرای قانون جدید بانکداری بانک مرکزی همراه شده و علاوه بر آن، با سال نخست اجرای قانون برنامه هفتم همزمان است.

بررسی راه و رسم اعتمادسازی میان مشتریان

اعتمادسازی، رمز ماندگاری در ذهن مشتری

نویسنده: علی آل علی

در دنیای پرتلاطم کسب و کار آنچه برندها را از یکدیگر متمایز می‌کند، تنها کیفیت محصول یا خدمات نیست؛ بلکه رابطه‌ای است که آنها با مشتریان خود می‌سازند. در این میان اعتماد مشتریان گوه‌ری کمیاب و در عین حال حیاتی است. اگر نگاهی به برندهایی مثل اپل، نایک یا کوکاکولا بیندازیم به وضوح درمی‌یابیم که موفقیت آنها تنها نتیجه نوآوری یا تبلیغات پرزرق و برق نیست، بلکه اعتماد بی‌چون و چرای مشتریان به آنها نقش اصلی را ایفا می‌کند. برندی که بتواند در دل مشتریان جایی باز کند و به عنوان نامی قابل اتکا شناخته شود، گام بلندی در مسیر موفقیت برداشته است.

هدف ما در این مقاله شناخت تکنیک‌هایی است که می‌تواند به برندها در این مسیر کمک کند. تکنیک‌هایی برای تقویت اعتماد و تبدیل یک مشتری عادی به طرفدار وفادار. اگر شما هم دوست دارید از اعتماد بی‌چون و چرای مشتریان برخوردار باشید، این مقاله مخصوص شماست.

شفافیت در ارتباطات

یکی از حیاتی‌ترین تکنیک‌های اعتمادسازی، شفافیت در ارتباطات است. برندهایی که با مشتریان خود صادقانه صحبت می‌کنند، زودتر از دیگران به جایگاه مطمئنی در ذهن آنها دست پیدا خواهند کرد. شفافیت یعنی بیان نقاط قوت و ضعف بدون پنهانکاری، ارائه اطلاعات دقیق و واقعی درباره محصول یا خدمت و پرهیز از وعده‌های توخالی. برای مثال، برند پرادا در صنعت پوشاک با انتشار گزارش‌های مالی، شیوه تولید و حتی هزینه‌های زنجیره تامین خود الگویی از شفافیت در دنیای مد به حساب می‌آید.

شفافیت به مشتری احساس احترام و مشارکت می‌دهد. او دیگر خود را صرفا خریدار محصول نمی‌بیند، بلکه عضوی از برند تلقی می‌کند که در جریان تصمیم‌گیری‌ها و اتفاقات درون سازمان قرار دارد. همین حس، اعتماد را به شکلی عمیق و ماندگار تقویت می‌کند. البته باید به این نکته نیز توجه داشت که شفافیت تنها در زمان فروش یا معرفی محصول کاربرد ندارد. در مواقع بحران، وقتی مشکلی برای محصول یا خدمت رخ می‌دهد، رفتار برند مشخص می‌کند که چقدر به اصول خود پایبند است. واکنش صادقانه در چنین شرایطی اغلب اعتماد بیشتری از مشتریان جلب می‌کند.

برندهایی که در مسیر شفافیت گام برمی‌دارند، در بلندمدت مشتریانی وفادار خواهند داشت؛ چراکه مخاطبان چنین برندهایی، به جای وابستگی به هیجان‌های کوتاه مدت، رابطه‌ای احساسی و عقلانی با برند برقرار می‌کنند. در مجموع، شفافیت نه تنها

فرصتی برای متمایز شدن در بازار رقابتی است، بلکه سنگ بنای اعتماد و سرمایه اجتماعی یک برند به شمار می‌آید.

ارائه تجربه مشتری بی‌نقص

تجربه مشتری آن عنصری است که از اولین تماس با برند تا آخرین لحظه تعامل در ذهن باقی می‌ماند. اگر تجربه‌ای که مشتری از برند به دست می‌آورد بی‌نقص، حرفه‌ای و مطابق با انتظارات باشد، احتمال شکل‌گیری اعتماد بسیار افزایش خواهد یافت. برندهایی که روی کیفیت تعامل با مشتری، خدمات پس از فروش و پشتیبانی دقیق کار می‌کنند، بیش از دیگران در قلب بازار جای می‌گیرند.

یک تجربه خوب مثل خرید آسان، پاسخگویی سریع، احترام به وقت مشتری، ساده‌سازی فرآیندها و پشتیبانی مستمر به مشتریان برای باور شما کمک خواهد کرد. نمونه بارز آن برند آمازون است؛ تجربه خرید در این پلتفرم به حدی دقیق طراحی شده که کاربران به آن اعتماد کامل دارند و حتی خرید کالاهای گران قیمت را بدون تردید انجام می‌دهند. نکته مهم در این تکنیک، استمرار کیفیت تجربه است. مشتریانی که یک بار تجربه خوبی داشته‌اند اما در تعامل بعدی با مشکل مواجه می‌شوند، سریعاً دچار تردید می‌شوند. بنابراین برندها باید تجربه مشتری را نه یک نقطه، بلکه یک سفر در نظر بگیرند و در تمام مراحل، بر بهبود آن تمرکز کنند. بهبود تجربه مشتری نیاز به بازخورد دارد. برندهایی که به طور منظم از مشتریان خود نظرسنجی می‌کنند و براساس آن تصمیم می‌گیرند، کیفیت تعامل را دائماً بالا می‌برند.

در نهایت، ارائه تجربه بی‌نقص از برند، پیام واضحی به مشتریان می‌فرستد: ما شما را می‌بینیم، به شما اهمیت می‌دهیم و برای رضایت شما تلاش می‌کنیم. چنین پیامی به معنای دقیق کلمه اعتمادآباد است.

پایداری در ارزش‌ها و هویت برند

یکی از عوامل کلیدی در جلب اعتماد مشتریان، پایداری برند در ارزش‌ها و هویتی است که ادعا می‌کند دارد. مشتریان امروز بیش از هر زمان دیگری به دنبال برندهایی هستند که نه فقط وعده‌های زیبا می‌دهند، بلکه در عمل نیز به اصول خود وفادار می‌مانند. به همین دلیل هرگونه تغییر ناگهانی در موضع‌گیری برند، چه در حوزه اجتماعی، چه در سیاست‌های زیست محیطی یا فرهنگی، می‌تواند به اعتماد مخاطب لطمه بزند. آنچه اهمیت دارد، ثبات برند در مرور زمان است.

برای مثال، برند پاتاگونیا همواره بر اصول زیست محیطی خود پایبند مانده است. این برند نه تنها محصولات خود را از منابع پایدار تامین می‌کند، بلکه در کمپین‌های تبلیغاتی‌اش هم از مصرف‌گرایی افراطی فاصله می‌گیرد. این رویکرد منسجم برای

مشتریان این پیام را دارد که پاتاگونیا برندی واقعی است؛ نه برندی که فقط در مواقع خاص شعار اخلاقی می‌دهد.

پایداری در ارزش‌ها همچنین مانع سردرگمی مشتریان می‌شود. وقتی برند دائماً موضع‌گیری‌های متناقض یا رفتارهای متضاد از خود نشان دهد، مخاطب نمی‌تواند به ماهیت آن اعتماد کند. ثبات، حس امنیت ایجاد می‌کند و این حس بی‌ریزی اصلی اعتماد است.

البته این موضوع نباید با فقدان خلاقیت یا تحول اشتباه گرفته شود. برندها می‌توانند تحول داشته باشند، اما این تغییرات باید در امتداد همان ارزش‌های پیشین صورت بگیرد و از دل فلسفه برند بجوشد؛ نه آنکه ناگهانی و صرفاً با انگیزه بازاریابی باشند. در نهایت، برندی که در مسیر خود اصالت دارد و در فراز و نشیب‌های زمان، از ارزش‌های خود محافظت می‌کند، نزد مشتریان به عنوان یک شریک قابل اعتماد و باثبات شناخته می‌شود.

تعامل انسانی و ارتباط شخصی

در عصر فناوری تعامل انسانی به کالایی نایاب تبدیل شده است. مشتریان امروز با هوش مصنوعی، چت بات‌ها و ایمیل‌های خودکار احاطه شده‌اند، اما هنوز هیچ چیز جای یک ارتباط واقعی انسانی را نمی‌گیرد. برندهایی که تلاش می‌کنند با مشتریان خود از طریق تعاملات واقعی و شخصی‌سازی‌شده رابطه برقرار کنند، گام بلندی به سمت ایجاد اعتماد برمی‌دارند.

مثالی عالی در این حوزه برند پوماست. این شرکت با ارائه پشتیبانی انسانی ۲۴ ساعته، آموزش کامل به تیم خدمات مشتری و حتی تشویق کارمندان به گفت‌وگوهای دوستانه با مشتریان نمونه‌ای از تعاملی انسانی که نه تنها باعث رفع مشکلات مشتری می‌شود، بلکه خاطره‌ای مثبت و قابل اتکا در ذهن او ایجاد می‌کند، محسوب می‌شود.

تعامل انسانی لزوماً به معنای گفت‌وگوی حضوری یا تماس تلفنی نیست. حتی ایمیل‌هایی که شخصی‌سازی شده‌اند، پیام‌های تبریک در مناسبت‌ها یا پاسخ به کامنت‌های مشتریان در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بخشی از این رویکرد باشد. آنچه اهمیت دارد، ایجاد حس دیده‌شدن در مشتری است. این نوع تعامل، نوعی احترام و توجه به شخصیت مشتری تلقی می‌شود. فرد احساس می‌کند صرفاً یک شماره سفارش یا هدف فروش نیست، بلکه یک انسان با خواسته‌ها، نیازها و ترجیحات خاص است که برند او را جدی گرفته. به طور خلاصه، تعامل انسانی و ارتباط شخصی می‌تواند از یک رابطه خریدوفروش ساده، پلی به سوی وفاداری و اعتماد بلندمدت بسازد؛ پلی که اغلب برندها از ساخت آن غافلند.

کدام کشورها بهترین استاندارد زندگی را دارند؟

رتبه ۷۵ ایران در شاخص توسعه انسانی

کرد، اما تازه‌ترین گزارش آن نشان می‌دهد که سرعت رشد آن در سال ۲۰۲۳ به کمترین سطح ثبت‌شده رسیده است. به گفته «آچیم اشتاینر» از برنامه توسعه سازمان ملل، کشورهای ثروتمند عملکرد بسیار بهتری در این شاخص داشته‌اند و ۹۷ درصد این کشورها یا به سطح پیش از همه‌گیری کرونا بازگشته‌اند و یا از آن عبور کرده‌اند. این در حالی است که کمتر از ۶۰ درصد کشورهای فقیر به چنین وضعیتی رسیده‌اند.

در آخرین گزارش شاخص توسعه انسانی سازمان ملل، سئوئیس پس از دو سال صدرنشینی، جای خود را با فاصله‌ای اندک به ایسلند داده است. کشورهای شمال اروپا معمولاً در رتبه‌های بالای شاخص‌های کیفیت زندگی قرار دارند؛ کودکی که امروز در ایسلند متولد می‌شود، به‌طور میانگین بیش از ۸۲ سال عمر می‌کند و انتظار می‌رود بیش از ۱۸ سال تحصیل کند؛ درآمد سرانه در این کشور به حدود ۷۰ هزار دلار می‌رسد. با این حال، این شاخص نابرابری‌های درون هر کشور را در نظر نمی‌گیرد؛ سازمان ملل برای این منظور، شاخص جداگانه‌ای دارد؛ چراکه استانداردهای زندگی در میان اقشار ثروتمند و فقیر یک کشور می‌تواند بسیار متفاوت باشد. برای مثال، آمریکایی‌های ثروتمند معمولاً بسیار بیشتر از فقرا عمر می‌کنند، اما پول همیشه تعیین‌کننده نیست؛ مطالعه‌ای که به تازگی به سرپرستی پژوهشگران دانشگاه براون منتشر شده، نشان می‌دهد که نرخ مرگ‌ومیر ثروتمندترین آمریکایی‌ها (در کشوری که رتبه ۱۷ جهان را در شاخص توسعه انسانی دارد) تقریباً با فقیرترین ساکنان اروپای شمالی و غربی و بیشتر کشورهای اروپای شرقی برابر است.

در انتهای جدول نیز کشورهای جنوب صحرای آفریقا

هیچ برندی از اشتباه در امان نیست، اما تفاوت برندهای مورد اعتماد با برندهای معمولی، در واکنش آنها به بحران است. زمانی که مشکلی رخ می‌دهد، مثلاً نقص فنی در محصول، برندهایی که پاسخگو و مسئولیت‌پذیرند نه تنها اعتماد از دست نمی‌دهند، بلکه گاهی آن را عمیق‌تر هم می‌کنند.

پاسخگویی در بحران شامل سه بخش اصلی است: پذیرش خطا، اطلاع‌رسانی شفاف و اقدام برای جبران. نمونه قابل توجه در این حوزه، واکنش برند تیلنول (Tylenol) در دهه ۸۰ میلادی است؛ زمانی که چندین مرگ به خاطر آلودگی کپسول‌های این داروی معروف گزارش شد. این شرکت به سرعت تمام محصولات را از بازار جمع‌آوری کرد، هزینه‌ها را پرداخت، سیستم بسته‌بندی را تغییر داد و با شفافیت کامل موضوع را با رسانه‌ها در میان گذاشت. نتیجه؟ بازگشت سریع اعتماد عمومی و افزایش وفاداری مشتریان.

در مقابل، برندهایی که در بحران‌ها سکوت می‌کنند یا تلاش می‌کنند اشتباه را لاپوشانی کنند، در معرض نابودی اعتماد قرار می‌گیرند. امروز دیگر مشتریان منتظر بیانیه رسمی نمی‌مانند، بلکه در لحظه درباره عملکرد برند قضاوت می‌کنند. نکته کلیدی در این تکنیک، سرعت عمل و صداقت است. برند باید پیش از آنکه بحران از کنترل خارج شود، به آن پاسخ دهد و این پاسخ باید واقعی، ملموس و بدون بهانه‌تراشی باشد. در نهایت، برندهایی که در روزهای سخت کنار مشتریان می‌مانند، همان‌هایی هستند که در روزهای خوب هم در ذهن مشتریان باقی خواهند ماند.

اثبات اجتماعی از سوی مشتریان

مردم به همدیگر اعتماد زیادی دارند، نه به تبلیغات پرطمطراق. این واقعیت ساده، اساس تکنیکی به نام «اثبات اجتماعی» است. زمانی که برندها تجربه مشتریان قبلی را نشان می‌دهند، نظر متخصصان یا افراد تأثیرگذار را منتشر می‌کنند و از زبان کسانی غیر از خود برند صحبت می‌کنند، اعتبار بیشتری در ذهن مخاطبان ایجاد می‌شود. نمونه بارز آن استفاده از نقدهای مشتریان، امتیازدهی آنلاین، ویدئوهای آن باکسینگ و همکاری با اینفلوئنسرهایست. برندهایی مثل گلاسیر، داد و آدیداس سال‌هاست با تکیه بر محتوای تولیدشده توسط کاربران (UGC) توانسته‌اند اعتماد گسترده‌ای در بازار ایجاد کنند، بدون آنکه هزینه‌های سرسام‌آور تبلیغاتی داشته باشند. این تکنیک خصوصاً برای برندهای تازه کار بسیار حیاتی است. آنها هنوز اعتبار لازم را نزد مخاطبان کسب نکرده‌اند و هیچ چیز بهتر از یک توصیه صادقانه از زبان یک مشتری دیگر نمی‌تواند این

خلأ را پر کند. اثبات اجتماعی همچنین به شکستن مقاومت اولیه مخاطب کمک می‌کند. وقتی او می‌بیند که دیگران تجربه خوبی داشته‌اند، تردیدش کم می‌شود و احتمال اعتماد افزایش می‌یابد. نکته مهم این است که این تکنیک باید واقعی باشد. نقدهای ساختگی، نظرات جعلی یا همکاری با اینفلوئنسرهایی که با برند هیچ ارتباطی ندارند، می‌تواند نتیجه‌ای معکوس داشته باشد و اعتماد مخاطب را برای همیشه از بین ببرد.

سخن پایانی

اعتماد مشتریان به برند نه یک شبه، بلکه طی روزها، هفته‌ها و حتی سال‌ها ساخته می‌شود. این اعتماد حاصل ترکیبی از شفافیت، ثبات، همدلی، صداقت، عملکرد عالی و ارتباط واقعی با مخاطب است. برندهایی که توانسته‌اند جایگاهی ماندگار در دل مشتریان برای خود بسازند، خوب می‌دانند که اعتماد بزرگ‌ترین سرمایه غیرمالی یک کسب وکار است؛ سرمایه‌ای که به وقت بحران، به فریاد برند می‌رسد و در روزهای عادی، ضامن وفاداری مشتریان است.

تکنیک‌هایی که در این مقاله بررسی کردیم، در واقع نقشه راهی هستند برای ایجاد پیوندی عمیق‌تر با مخاطب. این تکنیک‌ها به برند کمک می‌کنند از یک فروشنده صرف، به یک شریک مورد اعتماد تبدیل شود؛ کسی که مشتری نه فقط برای خرید، بلکه برای توصیه، وفاداری و حتی دفاع از آن برند، رویش حساب باز می‌کند.

اما فراموش نکنیم که اعتماد پدیده‌ای شکننده است. حتی برندهایی که سال‌ها برای به دست آوردن آن تلاش کرده‌اند، می‌توانند با یک اشتباه، یک سکوت یا یک دروغ از چشم مشتریان بیفتند. به همین دلیل، اعتمادسازی هیچ‌گاه پایان نمی‌پذیرد؛ بلکه فرآیندی دائمی و در حال توسعه است.

در نهایت، کسب و کارهایی که به جای فریب و هیاهو بر پایه حقیقت، عملکرد و ارتباط انسانی پیش می‌روند، همان‌هایی هستند که در بازار پر رقابت امروز نه تنها دوام می‌آورند، بلکه رشد می‌کنند؛ چراکه مشتریان وفاداری خود را به کسانی می‌سپارند که لیاقتش را دارند و این لیاقت چیزی نیست جز ساختن پلی از اعتماد میان برند و مخاطب.

منابع:

https://www.indeed.com/career-advice/career-development/customer-trust
https://www.zendesk.com/blog/customer-trust

https://www.uschamber.com/co/grow/customers/regaining-customer-trust

۱۹۹۰ تا ۲۰۲۳، مقدار شاخص توسعه انسانی ایران از ۰٫۶۱۳ تا ۰٫۷۸۰، تغییر کرده که نشان‌دهنده افزایش ۲۸ درصدی است. تا سال ۲۰۱۷، روند شاخص توسعه انسانی سازمان ملل در ایران کاملاً صعودی بوده و به قله خود در سطح ۰٫۷۸۸، رسیده است. پس از آن اما روند شاخص توسعه انسانی ایران، سیری نزولی داشته و در سال ۲۰۲۱ تا سطح ۰٫۷۷۶ کاهش پیدا کرده است. گفته می‌شود که دلیل اصلی این روند نزولی در این بازه زمانی، همه‌گیری کرونا بوده است. شاخص توسعه انسانی ایران همچنین در سال ۲۰۲۲ به سطح ۰٫۷۸۰ رسیده که همان سطح ثبت شده سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ است. در این دوره، امید به زندگی در بدو تولد از ۶۴٫۴ سال به ۷۴٫۶ سال رسیده و حدود ۱۶ درصد رشد داشته است. همچنین در حوزه تحصیلات، سال‌های مورد انتظار برای تحصیل ۳٫۳ سال و متوسط سال‌های تحصیل پنج سال افزایش یافته است. درآمد ناخالص ملی سرانه نیز در این دوره، ۵۶٫۵ درصد افزایش یافته است. در آخرین گزارش شاخص توسعه انسانی سازمان ملل نیز ایران از رتبه ۷۷ در سال ۲۰۲۲ به رتبه ۷۵ در سال ۲۰۲۳ رسیده و در گروه کشورهای با توسعه انسانی بالا جای گرفته است. نگاهی به روند سالیان اخیر نشان می‌دهد که از سال ۲۰۲۱ میلادی، شاخص توسعه انسانی ایران، روندی صعودی داشته است. با این حال، در سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰، کاهش‌هایی در شاخص توسعه انسانی ایران به چشم می‌خورد که به فشار ناشی از تحریم‌های اقتصادی، اثرات همه‌گیری کرونا بر سلامت و آموزش، و کاهش رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها برمی‌گردد.

سه‌ضلعی تکراری موانع کسب وکار

تولید صنعتی بوده است. افت تقاضا و کاهش قدرت خرید در بازارهای داخلی و افت فروش صادراتی نیز بر تولید و فروش صنایع، تأثیر منفی داشته است؛ به‌طوری‌که شاخص میزان فروش محصولات برای سومین ماه متوالی کاهش‌ی شده و با شدت بیشتری نسبت به ماه قبل، کاهش یافته است. میزان سفارشات جدید مشتریان در فروردین‌ماه به دلیل تداوم رکود تقاضای داخلی در سطوح پایین باقی مانده و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان و همچنین افزایش قیمت محصولات، موجب تضعیف بازار مصرف و به تبع آن، کاهش سفارشات مشتریان شده است. افت میزان صادرات، دیگر عاملی است که به کاهش بیشتر سفارشات دامن زده است؛ تا جایی که میزان صادرات کالا در فروردین‌ماه برای ششمین ماه متوالی کاهش داشته است. البته شدت کاهش در این ماه نسبت به ماه قبلی اندکی کمتر شده است. افزایش هزینه‌های تولید به دنبال افزایش قیمت مواد اولیه از یک‌سو و بحران نقدینگی از سوی دیگر منجر به کاهش موجودی مواد اولیه شده است.

^[1] طبق آخرین گزارش شاخص توسعه انسانی سازمان ملل، ایران از میان ۱۹۳ کشور جهان در رتبه ۷۵ ایستاده و در گروه کشورهای با توسعه انسانی بالا قرار گرفته است

^[2] در سال ۲۰۲۲ به رتبه ۷۵ در سال ۲۰۲۳ رسیده و در گروه کشورهای با توسعه انسانی بالا جای گرفته است