

هوش مصنوعی و عطش مصرف برق

هاشم اورعی
رئیس اتحادیه انجمن‌های انرژی ایران

مغز انسان حدود ۲۰ وات انرژی مصرف می‌کند، اما اگر بخواهیم همین کار را با هوش مصنوعی انجام دهیم، یک مگاوات انرژی صرف می‌شود؛ پس مصرف انرژی هوش مصنوعی به مراتب بالاست و ۵۰ هزار برابر، انرژی بیشتری مصرف می‌کند. بحث هوش مصنوعی که آینده زندگی همه کشورها را تغییر خواهد داد، نیاز زیادی به برق دارد، برآوردها نشان می‌دهد که انسان‌ها تا سال ۲۰۵۰، فکر کردن و تحلیل و آنالیزها را به هوش مصنوعی می‌سپرنند؛ چراکه جهان به سمتی می‌رود که برای توسعه بیشتر باید آنالیزها و تحلیل داده‌های بزرگ‌تری صورت بگیرد. مغز انسان حدود ۲۰ وات انرژی مصرف می‌کند، اما اگر بخواهیم همین کار را با هوش مصنوعی انجام دهیم، یک مگاوات انرژی صرف می‌شود؛ پس می‌بینیم که مصرف انرژی هوش مصنوعی به مراتب بالاست و ۵۰ هزار برابر، انرژی بیشتری مصرف می‌کند. اگر مشکل برق ایران حل نشود، این نگرانی وجود دارد که آینده را به باد بدهیم؛ چراکه در آینده، کشورهایی که از نظر تأمین انرژی جلوتر هستند، می‌توانند از منظر به کارگیری هوش مصنوعی نیز کار را به دست بگیرند و این نگرانی جدی وجود دارد که ایران به خاطر مشکلات تأمین انرژی و...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

باگ فرمول ترامپ در تعرفه‌گذاری

آیا ترامپ معامله‌گر خوبی است؟

هفته‌نامه «اکنونیست» در شماره این هفته خود به باگ فرمول ترامپ برای تعرفه‌گذاری پرداخته و این سوال را مطرح کرده است که چرا فرمول تعرفه‌گذاری ترامپ، مشکل دارد و آیا اساسا ترامپ معامله‌گر خوبی است؟ به نظر می‌رسد ترامپ در آغاز و سرعت‌بخشیدن به مذاکرات مهارت دارد اما در به نتیجه رساندن آنها ضعیف است. به نوشته «اکنونیست»، دونالد ترامپ...

ایران چگونه از مسیر صادرات خارج شد؟

پنج ضلعی شکست تجارت

فرصت امروز: مرکز پژوهش‌های مجلس در یک گزارش به بررسی شاخص‌های کلیدی تجارت پرداخته و تجارت خارجی ایران را از منظر پنج شاخص «باز بودن تجاری»، «کمال و پتانسیل صادراتی»، «شدت تجاری»، «تنوع کالا و شریک» و «ماندگاری صادرات» آسیب‌شناسی کرده است. یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که درجه باز بودن در اقتصاد ایران پس از صعود نیمه اول دهه ۱۳۸۰، از نیمه دوم این دهه روندی نزولی داشته و در دهه ۱۳۹۰ به علت نوسانات اقتصادی، روند مشخصی نداشته است. همچنین بر اثر تحریم‌ها، تنوع شرکای صادراتی ایران در این مدت به شدت کاهش یافته و در تنوع محصول نیز هرچند تعداد کالاهای صادراتی ایران افزایش یافته، اما کمتر از روند جهانی بوده و رتبه ایران به لحاظ تعداد کالاهای صادراتی، عقبگرد داشته است. بررسی شاخص نفوذ بازار نیز...

ایران در شاخص توسعه انسانی در رتبه ۷۵ جهان ایستاد

صعود ۲ پله‌ای ایران در سال ۲۰۲۵

مدیریت و کسب‌وکار

بهبود ارزش طول عمر مشتری بدون دردرس اضافه!

تصور کنید وارد یک نانوايي کوچک می‌شوید. نان تازه می‌خرید، با نانوا خوش و بش می‌کنید و هفته‌ای چند بار هم به آنجا سر می‌زنید. حالا اگر همین نانوا شما را به چشم مشتری همیشه ببیند، احتمالا بیشتر به شما توجه کرده و شاید نان تازه هم برای‌تان کنار بگذارد. در دنیای کسب و کار این نوع توجه و تداوم رابطه تحت عنوان «ارزش طول عمر مشتری» مورد بررسی قرار می‌گیرد. جایی که معادلات میان برند و مشتریان فقط براساس یکبار فروش خشک و خالی جریان پیدا نمی‌کند. ارزش طول عمر مشتری در ساده‌ترین شکلش یعنی میزان درآمدی که یک مشتری در کل مدت ارتباطش با کسب و کار برای آن ایجاد می‌کند. برخلاف آنچه در گذشته رایج بود، امروز دیگر فقط تعداد مشتریان مهم نیست، در عوض وفاداری و تکرار خرید آنهاست که سرنوشت یک برند را می‌سازد. درست مثل همان نانوا که به جای جذب...



سبزپوشی بورس تهران در اولین روز کاری خردادماه

نوبت به سهام بنیادی بازار رسید

هوش مصنوعی و عطش مصرف برق

وزارت نیرو، تعرفه‌های جدید برق را اعلام کرد که بر این اساس، تعرفه برق کشاورزی تنها ۷ درصد افزایش داشته، یعنی نسبت به تورم ۴۰ درصدی کشور، ۳۳ درصد تعرفه برق کشاورزی ارزان شده است. اگر قیمت تمام شده هر کیلووات ساعت برق را با توجه به تمامی ابعاد آن از هزینه سوخت و هزینه‌های واقعی اقتصادی و اجتماعی اتخاذ کنیم، به رقم ۱۰ هزار تومان می‌رسیم که البته بخشی از

بازگشت توفانی سرمایه خصوصی

جدید، تلاش کردند سرمایه تحت مدیریت خود را افزایش دهند. در این مسیر، استفاده از ساختارهای سرمایه‌گذاری جایگزین، مانند حساب‌های برنامه‌ریزی‌شده جداگانه و سرمایه‌گذاری‌های مشترک، رواج بیشتری یافت. این اقدامات باعث شدند شرکای عمومی به منابع مالی متنوع‌تری، دسترسی پیدا کنند و به تبع آن، انعطاف مالی و عملیاتی آنها افزایش یابد. همچنین شرکای عمومی، توجه بیشتری به سرمایه‌گذاران خرد و افراد ثروتمند داشتند و با ارائه فرصت‌های سرمایه‌گذاری جذاب‌تر، موفق به جذب این دسته از سرمایه‌گذاران شدند. این رویکرد باعث شد شرکای عمومی بتوانند از نظر مالی، ثبات بیشتری پیدا کرده و در مواجهه با نوسانات بازار، مقاومت بیشتری داشته باشند. علاوه بر این، آنها از ابزارهای مالی نوینی برای پاسخ به نیاز نقدشوندگی سرمایه‌گذاران استفاده کردند و این امر در تقویت روابط با سرمایه‌گذاران و حفظ آنها مؤثر بود. به طور کلی، این نوآوری‌ها و تغییرات استراتژیک، نشان‌دهنده توانایی بالای شرکای عمومی در تطبیق با شرایط بازار و پاسخگویی به نیازهای متغیر سرمایه‌گذاران است. افزایش تقاضا برای نقدشوندگی همچنین باعث رشد قابل توجه ساختارهای نوینی مانند «Continuation Vehicle» و معاملات عمومی به خصوص به‌ویژه در اروپا شد. این نوع معاملات به تنهایی در اروپا، رشدی معادل ۶۵ درصد را تجربه کردند و نقش مهمی در تحولات این بازار ایفا کردند.

از منظر جغرافیایی، صنعت سرمایه خصوصی در سال ۲۰۲۴، تغییرات چشمگیری را در مناطق مختلف جهان تجربه کرد. بازار در آمریکای شمالی، رشدی قوی و مستمر را نشان داد. ارزش دارایی‌های تحت مدیریت به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافت که عمدتا به دلیل بهبود محیط اقتصادی، کاهش نرخ تورم و ثبات نرخ بهره بود؛ عواملی که سرمایه‌گذاران را به بازگشت فعالانه به بازار تشویق کرد. زیرساخت‌های مالی مستحکم، همراه با ثبات مقرراتی و افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران، این رشد را بیش از پیش تقویت نمود. اروپا نیز شاهد رشد قابل توجهی بود، به‌ویژه در زمینه معاملات عمومی

در زمستان، ناترازی گاز داشته باشیم، بلکه در زمستان هم کسری برق و در تابستان هم کسری گاز داریم. خودمان کالای ارزشمند برق را تبدیل به یک کالای بی‌ارزش کرده‌ایم. سهم پول برق در اجاره مغازه‌ها و اصناف، یک درصد و کمتر از یک درصد است و در این صورت، هیچ انگیزه‌ای برای افزایش بهره‌وری در مصرف آن وجود ندارد. متأسفانه هنوز به ادامه این مسیر اشتباه، اصرار داریم.

توسط شرکت مشاوره‌ای مک‌کنزی، مشخص شد که طی سه سال اخیر، اهمیت شاخص «توزیع نسبت به سرمایه پرداخت‌شده» برای سرمایه‌گذاران بیش از دو برابر افزایش یافته است؛ امری که اهمیت نقدشوندگی و بازگشت سریع سرمایه را به خوبی نشان می‌دهد. از منظر حجم معاملات، سال ۲۰۲۴ نیز شاهد تحولات قابل توجهی بود. در این سال، ارزش کل معاملات در صنعت سرمایه خصوصی با رشد حدود ۱۴ درصدی به بیش از ۲ تریلیون دلار رسید و سومین رکورد تاریخی صنعت را ثبت کرد. در این بین، معاملات بزرگ‌تر از ۵۰۰ میلیون دلار، نقش پررنگی ایفا کردند و این امر، نشان‌دهنده بازگشت اعتماد سرمایه‌گذاران بزرگ و افزایش تمایل آنها به فعالیت مجدد در این بازار است. همچنین فضای مالی و اقتصادی در سال ۲۰۲۴ به مراتب بهتر از سال‌های گذشته شد. نرخ بهره که در دو سال گذشته به‌شدت افزایش یافته بود، در این سال به طور محسوسی کاهش یافت و در نتیجه، هزینه‌های تأمین مالی نیز کاهش یافتند. هرچند این هزینه‌ها هنوز کمی بالاتر از میانگین تاریخی قرار دارند، اما این کاهش نسبی، تأثیر مثبت و قابل توجهی بر ارزش‌گذاری شرکت‌ها و تمایل سرمایه‌گذاران برای انجام معاملات داشته است.

شرایط بهبود یافته اقتصادی در مقایسه با سال‌های قبل از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ در سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳، افزایش قابل توجه نرخ بهره (بیش از ۵۰۰ واحد پایه در ایالات متحده)، تورم سرسام‌آور و بی‌ثباتی سیاسی، محیط بسیار دشواری را برای سرمایه‌گذاری ایجاد کرده بود، اما در سال ۲۰۲۴ با بهبود نسبی این شرایط، آرامش بیشتری در بازار مشاهده شد و فرصت مناسبی برای جذب سرمایه فراهم آمد. نکته قابل توجه دیگر در این سال، تصمیم حدود ۳۰ درصد از سرمایه‌گذاران برای افزایش تخصیص سرمایه خود به بازار سرمایه خصوصی بود. این تصمیم بر مبنای عملکرد تاریخی بهتر این صنعت نسبت به بازارهای عمومی، مانند S&P ۵۰۰ گرفته شد؛ واقعیتی که بار دیگر جذابیت بلندمدت این حوزه را تأیید می‌کند. شرکای عام نیز در سال ۲۰۲۴ به‌طور چشمگیری فعال و نوآور ظاهر شدند. آنها با رویکردهایی

بازه پنج ساله از صنعت برق، دولت‌زدایی کنیم و دولت به کارهای حاکمیتی و سیاستگذاری و نظارت خود بازگردد و کارها را بخش خصوصی سامان دهد. متأسفانه مصرف برق در بخش غیرمولد نسبت به بخش مولد، پیشی گرفته و مصرف برق و غیربهره‌به بودن آن، مثل یک چاه ویل عمل می‌کند که ته ندارد و در مسابقه تولید و مصرف، همیشه تولید بازنده است.

زیرساختی پایدار، تمرکز داشتند که نشان‌دهنده علاقه سرمایه‌گذاران برای استفاده از ظرفیت‌های رشد بلندمدت در این مناطق است. یکی از مهمترین چالش‌ها در بازار سرمایه خصوصی، انباشت زیاد شرکت‌هایی است که هنوز به مرحله خروج نرسیده‌اند. دوره نگهداری این شرکت‌ها به طور متوسط به ۶.۷ سال رسیده که بالاتر از میانگین تاریخی این صنعت است. این مسئله باعث افزایش معاملات بین اسپانسرها شده است. در مقابل، عرضه‌های اولیه عمومی به عنوان یک مسیر خروج همچنان با مشکلاتی مواجه بوده و چندان مورد استقبال قرار نگرفتند. بازار ثانویه نیز در پاسخ به نیاز نقدینگی سرمایه‌گذاران، رشد چشمگیری داشته و در سال ۲۰۲۴، ارزش معاملات در این بازار به رقم بی‌سابقه ۱۶۲ میلیارد دلار رسید. این امر، نشان‌دهنده نقش حیاتی بازار ثانویه در حفظ نقدینگی و ثبات در این صنعت است. از منظر عملیاتی نیز شرکت‌های پورتفولیو، اقدامات مهمی را برای بهبود عملکرد داخلی و افزایش ارزش خود انجام دادند. در این زمینه، تملک افزایشی نیز سهم قابل توجهی را به خود اختصاص دادند و حدود ۴۰ درصد از کل ارزش معاملات سال را تشکیل دادند. به طور کلی، صنعت سرمایه خصوصی در سال ۲۰۲۴، نه تنها موفق به عبور از دوره‌ای پر از تلاطم و چالش‌های اقتصادی و سیاسی شد، بلکه با بهره‌گیری از نوآوری‌ها و انعطاف‌پذیری بالا، قدرت خود را در سازگاری با تغییرات و پاسخ به نیازهای متنوع سرمایه‌گذاران به اثبات رساند. بازگشت اعتماد سرمایه‌گذاران، افزایش چشمگیر معاملات و بهبود شرایط مالی و اقتصادی نشان می‌دهد که صنعت سرمایه‌گذاری به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند انرژی‌های تجدیدپذیر و فناوری‌های مالی، فعالیت چشمگیری صورت گرفت که ناشی از سیاست‌های پیشرو دولت‌ها و حمایت قوی نهادهای مالی از نوآوری بود. آمریکای لاتین نیز موفق شد جریان‌های سرمایه‌گذاری بیشتری را جذب کند که ناشی از اقدامات اقتصادی ثبات‌بخش در کشورهای کلیدی، مانند برزیل و مکزیک بود. سرمایه‌گذاری‌ها عمدتا بر بخش‌های فناوریانه، بازارهای مصرفی و پروژه‌های

... در صورتی که چالش‌های این حوزه برطرف نشود، برای همیشه از قطار توسعه جهانی پیاده شود.

ماجرای برق و کسری آن، جدید نیست، بلکه وقتی جامعه متوجه آن شد که خاموشی به بخش خانگی رسید؛ وگرنه این مشکلات از قبل وجود داشت و کارشناسان از حدود ۱۰ سال پیش هشدار می‌دادند. ما دچار ناترازی ترکیبی هستیم و اینطور نیست که فقط در تابستان، ناترازی برق و

مهسا رجایی‌نژاد، پژوهشگر اقتصادی

صنعت سرمایه خصوصی همواره به عنوان یکی از پویاترین حوزه‌های مالی و اقتصادی جهان شناخته شده است که تأثیر مستقیمی بر توسعه کسب‌وکارها و رشد اقتصادی در مناطق مختلف دارد. با این حال، این صنعت در سال‌های اخیر با چالش‌های کم‌سابقه‌ای مواجه شد که منجر به تردیدهای بسیاری درخصوص آینده آن گردید. سال ۲۰۲۴ اما نقطه عطف مهمی برای این صنعت بود؛ سالی که در آن صنعت سرمایه خصوصی توانست بار دیگر توانایی منحصربه‌فرد خود در مقابله با شرایط دشوار و بازگشت به مسیر رشد و شکوفایی را به اثبات برساند. در این گزارش، تحولات برجسته صنعت سرمایه خصوصی در سال ۲۰۲۴ از جنبه‌های مختلف، از جمله روندهای مالی، استراتژی‌های شرکای عمومی و وضعیت منطقی‌ای به طور عمیق بررسی خواهد شد. سال ۲۰۲۴ برای صنعت سرمایه خصوصی در جهان، نقطه عطف بسیار مهمی محسوب می‌شود. این صنعت در چند سال گذشته با مجموعه‌ای از چالش‌ها و موانع پیچیده روبه‌رو بود که از جمله مهمترین آنها می‌توان به کاهش شدید فعالیت‌های سرمایه‌گذاری، بی‌ثباتی اقتصادی، تورم بالا و چالش‌های ژئوپلیتیکی اشاره کرد، اما با ورود به سال ۲۰۲۴، نشانه‌هایی از احیا، رشد مجدد و بازیابی در این صنعت به وضوح قابل مشاهده است. از دید کلی و ظاهری، شاید شرایط آنددر هم امیدوارکننده به نظر نرسد؛ تأمین سرمایه صندوق‌های سنتی سرمایه‌گذاری با کاهش حدود ۲۴ درصدی مواجه شد و برای سومین سال متوالی، روند نزولی داشت. با این حال، وقتی به عمق تغییرات این صنعت نگاه می‌کنیم، تحولات مثبت و قابل توجهی به چشم می‌خورند که نویددهنده بازگشتی قدرتمندانه به شرایط مطلوب هستند.

یکی از واضح‌ترین نشانه‌های این تغییر مثبت، افزایش قابل توجه پرداخت‌ها یا توزیع‌ها به شرکای محدود بوده است. برای اولین بار پس از سال ۲۰۱۵، توزیع‌ها از فراخوان سرمایه فراتر رفتند. این امر، بیانگر افزایش نقدشوندگی و ایجاد رضایت بیشتر در میان سرمایه‌گذاران بوده است. در یک نظرسنجی جامع

اکنونومیست: آیا جایگاه علمی آمریکا در خطر است؟

حمله «ماکا» به دانشگاه‌ها

هفته‌نامه «کنونومیست» در سرمقاله این هفته خود به کاهش بودجه تحقیقاتی برخی از دانشگاه‌های مهم آمریکا پرداخته و این پرسش را مطرح کرده است که آیا اقدام دولت ترامپ، جایگاه علمی و دانشگاهی آمریکا را به خطر خواهد انداخت؟ «کنونومیست» در پاسخ می‌گوید: کاهش بودجه تحقیقاتی برخی از مهمترین دانشگاه‌های آمریکا از سوی دولت ترامپ، که با هدف مبارزه با «گروه اندیشی» در آنها انجام می‌شود، در نهایت به جایگاه آمریکا آسیب خواهد زد. به نوشته «کنونومیست»، دولت ترامپ ظرف چند ماه، هزاران کمک هزینه تحقیقاتی را لغو کرده و میلیاردها دلار بودجه را از دانشمندان دریغ کرده است. پروژه‌هایی در دانشگاه‌های معتبر هاروارد و کلمبیا به‌طور ناگهانی قطع شده‌اند و یکی از پیشنهادهای بودجه‌ای قرار است تا ۵۰ درصد از منابع مالی اصلی پژوهش در آمریکا را کاهش دهد. آمریکا به‌دلیل قدرت برتر علمی و فناوری‌انش، مدت‌هاست که مقصد اصلی نخبگان جهانی بوده است، اما اکنون برخی از درخشان‌ترین ذهن‌های دنیا با نگرانی به‌دنبال راه خروج هستند.

اما چرا دولت آمریکا در حال تضعیف نهاد علمی خود است؟ «مایکل کراتسویس» مشاور علمی دونالد ترامپ، چند روز قبل، منطق پشت این اقدام را شرح داد و گفت: علم به تحول نیاز دارد، چراکه ناکارآمد و کند شده است و پژوهشگران گرفتار «گروه اندیشی»، به‌ویژه در حوزه تنوع، عدالت و شمول (DEI) شده‌اند (سه اصلی که سازمان‌ها ادعا می‌کنند برای ایجاد محیط‌های عادلانه‌تر و فراگیرتر از آن استفاده می‌کنند). ممکن است این حرف منطقی به‌نظر برسد، اما اگر با دقت به اتفاقات نگاه کنیم، تصویر نگران‌کننده‌ای نمایان می‌شود. از منظر نشریه «کنونومیست»، این حمله به علم، نامتمرکز و غیرصادقانه است و دولت به‌جای آزادسازی علم، به آن آسیب جدی می‌زند. پیامدهای این مسئله برای جهان بد خواهد بود، اما آمریکا بیشترین تاوان را خواهد پرداخت.

حذف علوم در میانه مبارزه با «گروه اندیشی»

یکی از مشکلات این است که اقدامات انجام‌شده بسیار گسترده‌تر از آن چیزی است که دولت ادعا می‌کند. درحالی‌که مقامات ترامپ می‌خواهند DEI را ریشه‌کن کرده، دانشگاه‌ها را بابت پیهودستیزی مجازات کنند و هزینه‌های دولتی را کاهش دهند، علم تبدیل به قربانی شده است. شک و تردید نسبت به اینکه دانشمندان تفکرات ووک (woke) را ترویج می‌کنند، باعث شده است که اعطاکندگان کمک‌های مالی نسبت به واژه‌هایی مانند «ترنس» و «عدالت» حساس شوند. در نتیجه، نه‌تنها برنامه‌های آموزشی فراگیر بلکه طیفی از علوم متعارف نیز حذف شده‌اند. برای مثال، بودجه تحقیقاتی که به بررسی عوامل خطر سرطان بر اساس نژاد یا شیوع بیماری‌های مقاربتی براساس جنسیت اختصاص داشت، قطع شده‌اند. حمله به دانشگاه‌های نخیه، به سطحی عجیب رسیده است. چون کاخ سفید این دانشگاه‌ها را پایگاه تفکر «ووک» و «پهودستیزی» می‌بیند و بودجه تحقیقاتی آنها قطع شده است. پروژه‌های درباره موضوعات مختلف، از بیماری آلزایمر گرفته تا تغییر اقلیم، یک‌شبه متوقف شده‌اند.

اما در سطحی بنیادی‌تر، ادعای ترامپ مبنی بر اینکه او به «گروه اندیشی» پایان خواهد داد، فریبنده است. جنبش «ماکا» خصومت ویژه‌ای با پژوهشگران حوزه سلامت عمومی و اقلیم دارد؛ چراکه آنها را نگران‌هایی می‌داند که آزادی آمریکایی‌ها را محدود کرده‌اند؛ همان‌طور که در دوران کرونا با قرنطینه‌ها و تعطیلی مدارس اتفاق افتاد. در نتیجه، بودجه تحقیقات درباره واکسن و تغییرات اقلیمی به‌شدت کاهش خواهد یافت. با یک امضای قلم، مقامات سعی دارند قوانینی را تحمیل کنند که به دانشمندان می‌گوید در چه حوزه‌هایی می‌توانند تحقیق کنند و چه حوزه‌های ممنوع است.

در همین حال، مشکلات واقعی در ساختار علمی آمریکا نادیده گرفته می‌شود. «کراتسویس» درست می‌گوید که بوروکراسی بیش از حد است؛ بهترین پژوهشگران آمریکایی می‌گویند دو روز از هر پنج روز کاری را صرف پر کردن فرم‌ها و کارهای اداری می‌کنند. تحقیقات بیش از پیش تدریجی و غیرنوآورانه شده‌اند. در این شرایط، روش‌های جدید تأمین مالی مانند قرعه‌کشی ارزش امتحان کردن را دارند. با این‌حال، دولت تاکنون هیچ برنامه‌ای برای بهبود کارآمدی علم ارائه نداده است. در واقع، زمانی که دانشمندان نسبت به ادامه حمایت مالی از تحقیقات‌شان مطمئن نیستند یا ناچارند برای احقاق حقوق خود به دادگاه مراجعه کنند، علم در آمریکا ناکارآمدتر می‌شود، نه کارآمدتر.

شاید کشنده و دادگاه‌ها بتوانند دامنه و شدت این اقدامات ضدعلمی را محدود کنند، اما حتی در این صورت، آسیب‌هایی که در این چند ماه وارد شده است، به‌زودی احساس خواهد شد. کاهش شدید بودجه اداره ملی اقیانوسی و جوی (NOAA) به معنای پیش‌بینی ضعیف‌تر وضعیت آب‌وهواست؛ موضوعی که کشاورزان را در تعیین زمان کشت و مسئولان محلی را در آمادگی برای بلایای طبیعی به مشکل می‌اندازد. کاهش بودجه مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری‌ها (CDC) هم باعث می‌شود نظارت و در نتیجه مقابله با شیوع بیماری‌ها دشوارتر شود.

خطر تشدید فرار مغزها و آسیب به نوآوری در بلندمدت نیز آسیب‌هایی در راه است. گرچه ترامپ امیدوار است تعرفه‌ها باعث شود شرک‌تها در آمریکا سرمایه‌گذاری کنند، اما هزینه‌های تحقیقاتی آنها به سختی می‌تواند جای خالی تحقیقات بنیادی دولتی را پر کند. با انجماد بودجه، خطر «فرار مغزها» جدی می‌شود؛ در سه ماه اول امسال، تعداد درخواست‌های شغلی از سوی دانشمندان آمریکایی برای مهاجرت به خارج از کشور نسبت به دوره مشابه سال ۲۰۲۴ یک‌سوم افزایش یافته است؛ درحالی که درخواست‌های پژوهشگران خارجی برای مهاجرت به آمریکا یک‌چهارم کاهش داشته است. شهرت آمریکا در جذب استعداد به این راحتی باز نخواهد گشت. پیامدهای این روند در سراسر جهان نیز احساس خواهد شد. آمریکا بزرگ‌ترین حرم مالی تحقیقات عمومی در دنیاست؛ نیمی از برندگان نوبل علمی از این کشورند و چهار دانشگاه از ۱۰ دانشگاه برتر تحقیقاتی دنیا در آمریکا قرار دارند. دانش و نوآوری‌هایی که پژوهشگران آمریکایی کشف کرده‌اند؛ از اینترنت گرفته تا واکسن‌های mRNA، نعمتی برای بشریت بوده‌اند. وقتی پیشگیری از بیماری‌ها عقب‌نشین می‌کند، همه از میوه‌های این خلاقیت محروم می‌شوند.

با این حال، این خود امریکاست که بیشترین آسیب را خواهد دید. در آغاز قرن بیستم، هیچ شاخه‌ای از علم نبود که آمریکا در آن پیشتاز باشد، اما در پایان همان قرن، هیچ شاخه‌ای نبود که آمریکا در آن عقب باشد. پیروزی‌های آمریکا، از قدرت اقتصادی تا توانایی فناوریانه و نظامی، با موفقیت‌های علمی آن درهم‌تنیده بوده‌اند. اگر آمریکا عقب‌نشینی کند، جای خود را به چین اقتدارگرا به‌عنوان ابرقدرت علمی خواهد داد. حمله «ماکا» به علم، تنها درباره گروه‌اندیشی یا دانشگاه‌ها نیست و پیش از هر چیز، این یک آسیب به خود است.

پانوشته:

«عظمت را دوباره به آمریکا بازگردانیم» (Make America Great Again) یا به طور خلاصه «ماکا» (MAGA)، شعار انتخاباتی دونالد ترامپ است که در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۶ مطرح و محبوب شد.

ایران چگونه از مسیر صادرات خارج شد؟

پنج ضلعی شکست تجارت



«شدت تجاری» از دیگر شاخص‌های مهم در ارزیابی کیفیت رابطه تجاری میان دو کشور است. این شاخص مشخص می‌کند که سهم یک کشور از کل صادرات یک کالای خاص به کشور مقصد چقدر است. کاهش این شاخص نشان‌دهنده افت نفوذ و قدرت رقابت یک کشور در بازار مقصد است. دامنه مقادیر این شاخص، صفر تا مثبت بی‌نهایت است و مقدار بزرگ‌تر از ۱۰۰، رابطه شدیدتر از میانگین جهانی را برای شریک تجاری در یک محصول خاص نشان می‌دهد. هرچه عدد به سمت بی‌نهایت میل کند، نشان‌دهنده وابستگی بیشتر و تجارت عمیق‌تر بین دو کشور در آن کالای خاص است. در گروه کالایی «میوه‌ها و اجیل‌ها» که یکی از اقلام اصلی صادرات غیرنفتی ایران محسوب می‌شود، صادرات ایران در سال ۱۴۰۲ به ۲،۴ میلیارد دلار رسید؛ معادل ۵درصد از کل صادرات، اما شدت تجاری ایران با مقاصد اصلی خود در این حوزه کاهش یافته و بین سال‌های ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲، این شاخص در مورد ترکیه ۸۵ درصد، امارات ۷۹ درصد، کویت ۷۶ درصد، پاکستان ۲۷ درصد و روسیه ۴۳ درصد افت کرده است. علت کاهش شاخص «شدت تجاری» در بازارهای منطقه‌ای را می‌توان در ضعف ایران در حوزه‌هایی چون ثبات تأمین، استانداردهای کیفی، برندسازی و ضعف لجستیک جست‌وجو کرد. چنین روندی در شرایطی که رقبای منطقه‌ای، مانند ترکیه با رشد پیوسته در همان بازارها حضور یافته‌اند، زنگ خطری جدی برای آینده صادرات غیرنفتی ایران است.

یکی از نشانه‌های پویایی تجارت خارجی، تنوع بازارهای صادراتی است. طبق آمارها، ایران در سال ۱۳۸۳ حدود ۸۰ درصد از صادرات خود را به ۲۱ کشور انجام می‌داد، اما این رقم در سال ۱۴۰۲ به تنها هفت کشور کاهش یافته است؛ یعنی ۸۰ درصد ارزآوری صادراتی ایران اکنون وابسته به هفت شریک است؛ موضوعی که هرگونه تنش سیاسی، تحریمی یا حتی تغییر سیاست‌های تجاری یکی از این کشورها را به تهدیدی مستقیم برای تجارت خارجی ایران بدل می‌کند. از دیگر نشانه‌های پایداری و پشرفت صادراتی نیز ماندگاری ایران بدل می‌کند. از سید صدارتی کشورمان در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲، در مجموع ۳۹۰۹ قلم کالای صادراتی در فهرست‌های گمرکی ایران ثبت شده است. از این تعداد فقط ۲۸،۷ درصد کالاها در تمام این یک دهه به‌صورت پایدار صادرات داشته‌اند؛ یعنی حدود ۱۱۲۲ قلم کالا و ۴۳ درصد کالاها کمتر از پنج سال در فهرست صادراتی باقی‌مانده‌اند؛ یعنی بیش از ۱۶۸۰ قلم در نیمه راه از فهرست صادراتی خارج شده‌اند.

چندضلعی ناکامی در تجارت خارجی

در مجموع، این اعداد و ارقام از ناکامی تجارت خارجی ایران حکایت دارد و نشان می‌دهد که ساختار صادرات ایران، نه‌تنها متکی به کالاهای پایدار نیست، بلکه هرساله بخش عمده‌ای از سید صدارتی کشورمان دستخوش تغییر می‌شود. چنین ناپایداری معمولاً در اقتصادهایی با سیاست‌های ارزی نوسانی، مشوق‌های متغیر صدارتی و نبود استراتژی مشخص مشاهد می‌شود. تصویر صادرات ایران، همان‌طور که از اعداد و ارقام گزارش مرکز پژوهش‌ها مشخص است، بیانگر تمرکز بیش‌ازحد، افت تنوع، ناپایداری، ضعف نفوذ و ناکارآمدی ساختاری است. این وضعیت، نه‌تنها بازتاب شرایط تحریمی، بلکه حاصل نبود راهبرد منسجم در سیاستگذاری و برنامهریزی است. بدون اصلاحات ساختاری و بنیادین و حتی در صورت توافق ایران و آمریکا و لغو تحریم‌ها، صادرات ایران نمی‌تواند سهم موثری از تجارت جهانی را به دست آورد.

۱۲۸ جهان قرار دارد. امتیاز این شاخص برای ایران در سال ۲۰۲۲، رقم ۴۳،۸ درصد بوده که کشورمان را در جایگاه ۱۲۸ از بین ۱۷۸ کشور جهان قرار می‌دهد. نکته جالب آنکه میانگین جهانی این شاخص بیش از ۸۰ درصد است و کشورهای نوظهوری چون ویتنام و ترکیه، حتی به ارقام بالاتر از ۱۰۰ درصد رسیده‌اند. روند این شاخص در ایران در دهه ۱۳۸۰ رو به رشد بود، اما از سال ۱۳۸۵ به بعد و مخصوصاً در دهه ۱۳۹۰، افت شدیدی را تجربه کرد. ترکیبی از عوامل مختلف، مانند تحریم‌های گسترده، نوسانات شدید ارزی، بی‌ثباتی سیاست‌های تجاری و خروج سرمایه از بخش تولیدی، باعث شدند سهم تجارت خارجی در اقتصاد ایران کاهش یابد. این واگرایی در حالی اتفاق افتاد که بسیاری از کشورهای درحال توسعه در همین دوره توانستند اقتصاد خود را به زنجیره جهانی ارزش پیوند دهند. همین موضوع باعث شده تا اقتصاد ایران قابل‌پیش‌بینی نباشد.

توان صادراتی بالقوه و فقدان برنامه‌ریزی

یکی دیگر از شاخص‌های کلیدی تجارت، شاخص «کمال تجاری» است که نشان می‌دهد تجارت کشورها چقدر برمبنای تحلیل نیازهای بازار جهانی طراحی شده است. این شاخص، میزان انطباق ساختار صادراتی ایران با ساختار واداتی کشورهای هدف را می‌سنجد. دامنه ارزش شاخص، بین صفر تا ۱۰۰ است و عدد ۱۰۰ نشان می‌دهد که دو کشور، شرکای تجاری ایده‌آل و کامل‌کننده یکدیگر هستند و عدد صفر نشان می‌دهد که دو کشور، رقبای کاملی با یکدیگر هستند. داده‌های سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که بالاترین میزان تطابق میان صادرات ایران و واردات کشورهای دیگر، مربوط به سوریه است. طبق آمارها، ۴۲ درصد از نیاز وارداتی سوریه با کالاهای صادراتی ایران همخوانی دارد. با این حال، حجم صادرات ایران به سوریه فقط ۲۲۷ میلیون دلار است و ایران حتی جزو پنج شریک اصلی این کشور نیز نیست. شاخص تطابق ایران با عراق نیز ۲۲ درصد و با ترکیه ۱۹ درصد است. این الگو نشان می‌دهد که مبنای انتخاب شرکای تجاری، نه تحلیل ساختاری تقاضا، بلکه بیشتر امکان انجام مبادله در شرایط تحریم بوده است. متأسفانه حتی در کشورهایی که پتانسیل بالایی برای توسعه تجارت دارند، ایران برنامه‌ریزی موثری نداشته و بخش قابل توجهی از فرصت‌ها را از دست داده است.

در این میان، شاخص «پتانسیل صدارتی»، تصویر روشن‌تری از استفاده یا عدم‌استفاده ایران از ظرفیت‌های صادراتی خود به‌دست می‌دهد. این شاخص، مقایسه‌ای بین صادرات واقعی و صادرات بالقوه هر کشور به مقصد مشخص است. برای مثال، صادرات ایران به عراق حدود ۸۸ درصد بیش از ظرفیت تخمینی است. چنین سطحی از صادرات فراتر از پتانسیل، گرچه در کوتاهمدت مثبت به‌نظر می‌رسد، اما از دیدگاه پایداری اقتصادی، نشانه‌ای از تمرکز بیش‌ازحد و اشباع بازار است. در نقطه مقابل و در شرایطی که قرارداد تجارت ترجیحی و سپس آزاد بین ایران و اوراسیا وجود دارد، کشورمان فقط ۲۲ درصد از ظرفیت خود در روسیه را بالفعل کرده و حدود ۷۸ درصد از این بازار بدون استفاده باقی‌مانده است. درخصوص چین نیز سهم ایران فقط ۲۶ درصد بالاتر از پتانسیل برآورد شده است و تقریباً به سقف ظرفیت خود در این بازار نزدیک شده‌ایم. این تفاوت‌ها، بیانگر تمرکز بیش‌ازحد ایران بر بازارهایی با دسترسی آسان و غفلت از بازارهایی با ظرفیت بالاتر اما پیچیده‌تر است؛ الگویی که در بلندمدت منجر به وابستگی تجاری به کشورها می‌شود.

تنوع صادراتی؛ از ۲۱ شریک به ۷ بازار محدود

سالمندی در ایران شتاب گرفت و نرخ باروری به زیر یک درصد رسید

شکست سیاست‌های فرزندآوری

در این میان، این ریسک جدی وجود دارد که در صورت ادامه روند فعلی، ایران به سالمندترین کشور منطقه تا سه دهه آینده بدل خواهد شد. درحالی که روند سالمندی در ایران با شتابی چشمگیر در حال پیشروی است، دبیر ستاد ملی جمعیت کشور چندی پیش درباره کاهش نرخ باروری، افزایش میانگین سن و کاهش ازدواج، هشدار داد و با ابراز نگرانی نسبت به بحران سالخوردگی کشور، خواستار مشارکت فعال نهادهای آموزشی و فرهنگی در سیاست‌های جمعیتی شد. «وحید دستجردی» در روز اول اردیبهشت و در نشست مشترک با اعضای قرارگاه حمایت از خانواده و جوانی جمعیت در وزارت آموزش و پرورش، گفت که ایران تا سال ۲۰۵۰ به سالمندترین کشور منطقه بدل خواهد شد، اگر سیاست‌های حمایتی برای ترویج ازدواج، فرزندآوری و اشتغال زنان به طور مؤثر اجرا نشوند.

دبیر ستاد ملی جمعیت کشور با اشاره به نظریه‌های کاهش جمعیت، توضیح داد: ۱۰۴ درصد جمعیت کشور ما سالمند هستند و نمودار جمعیتی ایران کاهش‌ی است؛ چراکه نرخ رشد جمعیت نیز کمتر از یک درصد (۶ دهم درصد) است. به گفته «دستجردی»، توسعه مپدهای کودک و مراکز مراقبت از فرزندان، اعطای مرخصی و قوانین منعطف اشتغال زنان از جمله راهبردهای مؤثر در زمینه بهبود وضعیت و افزایش نرخ فرزندآوری است.

فرصت امروز: مرکز پژوهش‌های مجلس در یک گزارش به بررسی شاخص‌های کلیدی تجارت پرداخته و تجارت خارجی ایران را از منظر پنج شاخص «باز بودن تجاری»، «کمال و پتانسیل صادراتی»، «شدت تجاری»، «تنوع کالا و شریک» و «ماندگاری صادرات» آسیب‌شناسی کرده است. یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که درجه باز بودن در اقتصاد ایران پس از صعود نیمه اول دهه ۱۳۸۰، از نیمه دوم این دهه روندی نزولی داشته و در دهه ۱۳۹۰ به علت نوسانات اقتصادی، روند مشخصی نداشته است. همچنین بر اثر تحریم‌ها، تنوع شرکای صادراتی ایران در این مدت به شدت کاهش یافته و در تنوع محصول نیز هرچند تعداد کالاهای صادراتی ایران افزایش یافته، اما کمتر از روند جهانی بوده و رتبه ایران به لحاظ تعداد کالاهای صادراتی، عقبگرد داشته است. بررسی شاخص نفوذ بازار نیز نشان می‌دهد که از نفوذ ایران در بازارهای صادراتی چهار محصول استراتژیک سنتی کشورمان (خرما، فرش، زعفران و پسته) کاسته شده است. بررسی شاخص ماندگاری صادرات نیز نشان می‌دهد که بخش زیادی از کالاهای صادراتی ایران از ماندگاری بالایی برخوردار نیستند؛ یعنی برحسب مورد با افزایش نرخ ارز، توجیه‌پذیری صادراتی داشتند و مجدداً از فهرست اقلام صادراتی کشور خارج شدند.

به طور کلی می‌توان گفت که کشورهای کمتری، طرف صادرات ایران بوده و کالاهای صادراتی ایران نیز با بازارهای خود را از دست داده‌اند و یا اینکه نتوانستند در بازارهای جدید نفوذ کنند. به نظر می‌رسد یک شکاف غیرقابل‌انکار میان اقتصاد ایران و جهان اتفاق افتاده است. با وجود اینکه بیش از سه دهه از ثبات الگوهای تجارت جهانی در قالب زنجیره‌های ارزش می‌گذرد، ایران تمایل چندانی به مشارکت در این بخش ندارد و متأسفانه این رویکرد، تجارت ایران و به‌ویژه بخش صادرات را به وضعیت شکننده و ناپایداری رسانده است.

رتبه ۱۲۸ ایران در شاخص باز بودن تجاری

بازوی پژوهشی مجلس در گزارشی به «بررسی وضعیت تجارت خارجی ایران با استفاده از شاخص‌های حوزه صادرات» پرداخته و وضعیت شکننده و ناپایدار صادرات کشور را آسیب‌شناسی کرده است. مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، وضعیت تجارت خارجی ایران را از منظر شاخص‌های «باز بودن تجاری»، «کمال و پتانسیل صادراتی»، «شدت تجاری»، «تنوع کالا و شریک» و «ماندگاری صادرات» بررسی کرده و نشان می‌دهد که شاخص‌های کلیدی تجارت در ایران همگی روندی معکوس دارند. این گزارش با تکیه بر داده‌های آماری و تحلیل ساختاری، تصویری تلخ و نگران‌کننده از وضعیت امروز صادرات ایران ترسیم می‌کند؛ تصویری که بر لزوم بازنگری سیاست‌های تجاری و احیای دیپلماسی اقتصادی تأکید می‌کند. به نظر می‌رسد تعامل اقتصادی با جهان، رمز دستیابی به توسعه است.

از جمله شاخص‌های اصلی تجارت، شاخص «باز بودن تجاری» است که نسبت مجموع صادرات و واردات به تولید ناخالص داخلی را می‌سنجد. درجه باز بودن اقتصاد، بیانگر میزان تبادل کالا و خدمات در یک اقتصاد با دنیای خارج در مقایسه با تولید ناخالص داخلی کشور است. مقدار شاخص بالای ۱۰۰ نشان می‌دهد که مجموع صادرات و واردات یک کشور بیش از تولید ناخالص داخلی بوده و مبادلات تجاری با سایر کشورها در سطح بالایی است. همچنین ارزش شاخص کمتر از ۱۰۰ به‌معنای اتکای کمتر اقتصاد یک کشور به مبادلات تجاری با سایر کشورهاست. گزارش مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ایران در شاخص «باز بودن تجاری» در رتبه

روند سالمندی در جامعه ایران، شتاب گرفته و نرخ باروری به زیر یک درصد رسیده است. کاهش آمار ازدواج و عدم کارایی سیاست‌های فرزندآوری در این سال‌ها به وضوح نشان می‌دهد که نرخ باروری، بیش از آنکه متأثر از مشوق‌های مالی و سیاست‌های حمایتی دولت باشد، متأثر از روند اقتصاد کلان و وضعیت مالی خانواده‌هاست. طبق برآوردهای کارشناسی و درصورتی که سیاست‌های حمایتی برای ترویج ازدواج، فرزندآوری و اشتغال زنان به اهداف خود اصابت نکنند، ایران به سالمندترین کشور منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۵۰ تبدیل خواهد شد. مرکز آمار ایران در جدیدترین گزارش جمعیتی خود، نمودار هرم سنی جمعیت ایران در سال ۱۴۰۴ را منتشر کرد. مرکز آمار با انتشار یک اینفوگرافیک مبتنی بر آمارهای سرشماری این مرکز برای سال جاری، هرم جمعیتی کشور را ترسیم کرد. یافته‌های این اینفوگرافیک نشان می‌دهد که هرم سنی جمعیت کشور نسبت به سال‌های گذشته، تغییر کرده است. در اینفوگرافیک مرکز آمار ایران، متولدان دهه ۱۳۶۰، بیشترین تعداد و متولدان نیمه دوم دهه ۱۳۷۰، کمترین جمعیت تشکیل‌دهنده هرم سنی هستند. تغییر شکل هرم سنی جمعیت به دنبال لاغر شدن بخش جوان جامعه، از وقوع پدیده «پیری جمعیت» حکایت دارد که جمعیت‌شناسان و اقتصاددانان از سال‌ها پیش نسبت به آن هشدار می‌دهند.

اخبار

ارزش بیت‌کوین به کانال ۱۰۸ هزار دلار رسید

خوش‌بینی ایلان ماسک به پادشاه رمزارزها

تسلا، با وجود نوسانات اخیر قیمت بیت‌کوین، دارایی‌های رمزارز خود را حفظ کرده است که نشان می‌دهد «ایلان ماسک» و شرکت خودروسازی وی، همچنان به پتانسیل بلندمدت این رمزارز اطمینان دارند. شرکت تسلا متعلق به «ایلان ماسک» همچنان به بیت‌کوین متعهد است، زیرا براساس داده‌های پلتفرم آر‌خام (Arkham)، در حال حاضر دارایی‌های بیت‌کوین این شرکت، بیش از ۱.۲۵ میلیارد دلار ارزش دارد. این خودروساز برقی با در اختیار داشتن ۱۱ هزار و ۵۰۹ بیت‌کوین، خوش‌بینی مدیرعامل آن را نسبت به این رمزارز پیشرو تقویت می‌کند.

تسلا اولین بار در سال ۲۰۲۱، بیت‌کوین خرید و ۱.۵ میلیارد دلار از این رمزارز سود کرد و حتی برای مدت کوتاهی آن را به عنوان روش پرداخت برای وسایل نقلیه خود پذیرفت. درحالی که این شرکت، مقادیر کمی از دارایی‌های بیت‌کوین خود را فروخته است، اما بیشتر سرمایه‌گذاری خود را حتی پس از تعلیق پرداخت‌های بیت‌کوین به دلیل نگرانی‌های زیست‌محیطی، حفظ کرده است. تعهد تسلا به حفظ بیت‌کوین در نوسانات قیمت، این خودروساز را از بسیاری از شرکت‌های دیگر متمایز کرده است؛ شرکت‌هایی که اغلب در زمان اوج قیمت، ذخیره رمزارز خود را نقد می‌کنند یا در زمان رکود، با وحشت آن را می‌فروشند. تحلیلگران بر این باورند که رویکرد تسلا یادآور این است که سرمایه‌گذاران اصلی بیت‌کوین، هنوز آن را به عنوان دارایی قابل دوام و استراتژیک ارزیابی می‌کنند. این استراتژی با روند گسترده‌تر پذیرش رو به رشد نهاده‌ها، همسو است. از زمان سرمایه‌گذاری اولیه تسلا، شرکت‌های مالی بیشتری ارائه خدمات مرتبط با بیت‌کوین را آغاز کرده‌اند و شفافیت نظارتی در چندین کشور بهبود یافته است که مشروعیت و جذابیت بیت‌کوین را افزایش می‌دهد.

براساس داده‌های فعلی «کوین مارکت کپ»، قیمت بیت‌کوین پس از ثبت بالاترین رکورد تاریخی خود در روز پنجشنبه، ۱۸۵ درصد کاهش یافت و به ۱۰۹ هزار و ۴۴۸ دلار رسید. این رمراز قبل از بازگشت به سطح فعلی خود، برای مدت کوتاهی از حدود ۱۱۱ هزار و ۴۰۰ دلار، به نزدیک ۱۰۸ هزار دلار سقوط کرد. با وجود این نزول قیمت، بیت‌کوین با ارزش بازار ۲.۱۷ تریلیون دلار که بزرگ‌تر از تولید ناخالص داخلی بسیاری از کشورها است، همچنان در بازار ارزهای دیجیتال غالب است. فعالیت معاملات بیت‌کوین در ۲۴ ساعت گذشته ۱۲.۹۸ درصد کاهش یافته و حجم آن اکنون به ۶۷.۹۴ میلیارد دلار رسیده است. با این وجود، بیت‌کوین با امتیاز ۱۰۰ درصد در پلتفرم «کوین مارکت کپ» همچنان رمزارز قابل اعتماد محسوب می‌شود. همانند تسلا، بسیاری از دارندگان بر نیز بر تصمیم گرفتند که ذخیره بیت‌کوین خود را نغروشند.

استقبال اوراسیا از تصویب پالرمو در ایران

گروه مقابله با پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم اوراسیا (EAG) از تصویب کنوانسیون پالرمو توسط ایران استقبال کرد و آن را نشان‌دهنده عزم این کشور برای انجام تعهدات خود در سطح بین‌المللی برشمرد. تارنامای گروه مقابله با پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم اوراسیا در گزارشی به موضوع تصویب کنوانسیون پالرمو توسط ایران پرداخت و نوشت: در ۱۴ مه ۲۰۲۵، جمهوری اسلامی ایران کنوانسیون سازمان ملل متحد علیه جرایم سازمان‌یافته فراملی (پالرمو) را تصویب کرد. این گام مطابق با برنامه عملیاتی تدوین شده توسط FATF در سال ۲۰۱۶ برای رفع نواقض راهبردی در نظام مبارزه با پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم ایران برادشته شد.

براساس این گزارش، یکی از نکات کلیدی برنامه عملیاتی FATF این است که کشور باید به کنوانسیون‌های پالرمو و تأمین مالی تروریسم بپیوندد. طبق اعلام وزارت اقتصاد، «سرگنی تتروکوف»، دبیر اجرایی گروه مقابله با پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم اوراسیا در همین ارتباط گفت: تصویب کنوانسیون پالرمو نشان‌دهنده پیشرفت جمهوری اسلامی ایران در تقویت نظام ملی خود برای مبارزه با جرایم سازمان‌یافته فراملی و پول‌شویی و همچنین نشان‌دهنده عزم این کشور برای انجام تعهدات خود در سطح بین‌المللی در این زمینه است. به عقیده این مقام روسی، گام بعدی در جهت اجرای برنامه عملیاتی می‌تواند تصویب کنوانسیون سازمان ملل متحد برای سرکوب تأمین مالی تروریسم باشد. «تتروکوف» همچنین خاطرنشان کرد که در چهل و یکمین نشست عمومی گروه مقابله با پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم اوراسیا در نوامبر ۲۰۲۴، هیأت‌های کشورهای عضو EAG حمایت خود را از اقدامات انجام شده توسط مقامات ایران برای حذف نام ایران از فهرست حوزه‌های قضایی پرخطر FATF ابراز و آمادگی خود را برای ارائه کمک‌های فنی برای تقویت اقدامات مبارزه با پول‌شویی و تأمین مالی تروریسم در این کشور اعلام کردند.

قیمت اسکناس ارز تجاری به روال قبلی بازگشت

روز شنبه، بازار ارز تجاری مرکز مبادله شاهد افزایش چند درصدی قیمت اسکناس ارزی بود که علت آن به احتساب کارمزد نهایی خرید در قیمت اسکناس مربوط بود، اما دوباره احتساب کارمزد خرید در قیمت نهایی برداشت‌ه و نرخ اسکناس ارز تجاری به روال قبلی خود بازگشت. به گزارش «ایسنا» سامانه معاملات ارز تجاری مرکز مبادله در بخش معاملات اسکناس شاهد افزایش چشمگیر در نرخ‌گذاری اسکناس ارزی بود و اسکناس دلار با افزایش نزدیک به ۳۰۰۰ تومانی، اسکناس یورو با افزایش ۳۳۰۰ تومانی و دیگر ارزهای بازار ارز تجاری نیز با افزایش چند درصدی در بخش معاملات اسکناس روبه‌رو شدند؛ به طوری که اسکناس دلار با نرخ ۱۴۲ هزار و ۴۹ تومن، اسکناس یورو با نرخ ۸۴ هزار و ۲۱ تومان، اسکناس درهم با نرخ ۲۰ هزار و ۱۶۲ تومان، اسکناس یوان با نرخ ۱۰ هزار و ۳۱۱ تومان و اسکناس روبل با نرخ ۹۳۰ تومان، قیمت‌گذاری شد.

براساس پیگیری‌های انجام شده و طبق اعلام مرکز مبادله، این تغییر نرخ به دلیل لحاظ کردن کارمزد معاملات در نرخ نهایی اعلامی صورت گرفت، اما به دنبال تصمیم‌گیری‌های جدید صورت گرفته، مقرر شد اعلام نرخ اسکناس مرکز مبادله کماکان با روال سابق صورت بگیرد و از این رو، نرخ اسکناس ارز در معاملات امروز دوباره به وضعیت بدون احتساب کارمزد معاملات بازگشت. بر این اساس، نرخ اسکناس دلار در حال حاضر (شنبه سوم خردادماه) در بازار ارز تجاری، ۷۱ هزار و ۱۴۲ تومان، اسکناس یورو ۸۰ هزار و ۷۳۲ تومان، اسکناس درهم ۱۹ هزار و ۳۷۱ تومان، اسکناس یوان ۹۹۰۷ تومان و اسکناس روبل ۸۹۴ تومان است. این تغییر اعمالی و احتساب کارمزد در نرخ رز، تنها در بخش اسکناس صورت گرفته بود و بخش معاملات حواله ارزی شاهد تغییر و احتساب کارمزد نبوده است.

ایران در شاخص توسعه انسانی در رتبه ۷۵ جهان ایستاد

صعود ۲ پله‌ای ایران در سال ۲۰۲۵



سیاسی، با چالش‌های بزرگی مواجه است. براساس گزارش سازمان ملل،

سهم زنان از کرسی‌های مجلس در ایران فقط ۵٫۶ درصد است. همچنین نرخ مشارکت اقتصادی زنان ۱۳٫۶ درصد و نرخ مشارکت مردان ۶۷٫۳ درصد است. از سوی دیگر، مرگومیر مادران در هر ۱۰۰ هزار تولد، ۲۶٫۲ مورد گزارش شده است. بنابراین یکی از جدی‌ترین موانع توسعه در ایران، شکاف جنسیتی است که نیاز به سیاستگذاری‌های جامع دارد.

در حوزه آموزش اما ایران وضعیت نسبتاً مناسبی دارد و سیستم آموزشی ایران توانسته در گسترش پوشش تحصیلی، موفق عمل کند. با این حال، تمرکز صرف بر افزایش سال‌های تحصیل، بدون ارتقای کیفیت آموزش، کافی نیست و در عصر هوش مصنوعی، مهارت‌هایی نظیر تفکر انتقادی، خلاقیت، سواد دیجیتال و قدرت یادگیری مستقل باید در کانون برنامه‌های آموزشی قرار گیرند. از دیگر نقاط ضعف ایران در گزارش توسعه انسانی ۲۰۲۵، درآمد سرانه (براساس قدرت خرید) است که این رقم برای ایران ۱۶ هزار دلار اعلام شده است؛ درحالی‌که کشورهای با شاخص توسعه انسانی مشابه، همچون مالزی و ترکیه، درآمد سرانه ۲۵ تا ۳۵ هزار دلار را ثبت کرده‌اند. این شکاف درآمدی، که بخشی از آن به ساختار اقتصادی غیرمولد، وابستگی به منابع طبیعی و بهره‌وری پایین بازمی‌گردد، باعث شده تا توسعه انسانی در ایران با فشارهای اقتصادی بر خانواده‌ها همراه شود. این موضوع در شرایط تورم مزمن، نرخ بالای بیکاری جوانان و نوسان شدید ارزی، تشدید شده است.

از شکاف دیجیتال تا نابرابری بین نسلی

سازمان ملل در گزارش توسعه انسانی ۲۰۲۵، بخش ویژه‌ای را به بررسی اثرات هوش مصنوعی بر زندگی مردم در کشورهای مختلف اختصاص داده است. هرچند در این بخش، هیچ داده آماری از ایران در زمینه هوش مصنوعی آورده نشده است، اما نتایج منطقه‌ای نشان می‌دهد که کشورهای با «شاخص توسعه انسانی بالا» همانند ایران، انتظارات بالایی از استفاده هوش مصنوعی در حوزه‌های آموزش، سلامت و کار دارند. در همین حال، چالش‌هایی مانند دسترسی نابرابر به فناوری، پایین‌بودن سواد دیجیتال در بخش‌هایی از جامعه، نبود سیاست‌های اخلاقی برای هوش مصنوعی و تمرکز قدرت در پلتفرم‌های خارجی، موجب شده‌اند که ایران در مسیر بهره‌گیری حداکثری از هوش مصنوعی با موانعی جدی مواجه باشد. گزارش توسعه انسانی ۲۰۲۵ همچنین نسبت به شکاف دیجیتال در کشورها، هشدار داده و نشان می‌دهد که شکاف دیجیتال در کشورهایی مانند ایران، به شکل‌گیری نابرابری‌های جدیدی دامن می‌زند. برای نمونه، نسل جوان بیش از دیگران در معرض آسیب‌های روانی ناشی از شبکه‌های اجتماعی و استفاده افراطی از موبایل و اینترنت قرار دارد. همزمان بزرگ‌سالان و سالمندان، احساس کنترل کمتری بر زندگی خود در عصر فناوری دارند. این پدیده‌های اجتماعی، نیازمند نگاه چند بعدی هستند؛ نگاهی که آموزش، سیاست، خانواده و فناوری را در کنار هم ببیند.

در مجموع، گزارش سازمان ملل، تصویری چند بعدی از وضعیت توسعه

ایمان ولی‌پور

ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

آخرین گزارش شاخص توسعه انسانی سازمان ملل، نشان‌دهنده صعود ۲ پله‌ای ایران در سال ۲۰۲۵ است. ایران در گزارش توسعه انسانی ۲۰۲۵ که بر پایه آمار و اطلاعات سال ۲۰۲۳ تهیه شده است، با ثبت امتیاز ۰.۷۷۹، در رتبه ۷۵ جهان قرار گرفته و در گروه کشورهای با «توسعه انسانی بالا» جای گرفته است. ایران در گزارش پیشین سازمان ملل در رتبه ۷۷ جای گرفته بود و حال با صعود ۲ پله‌ای به رتبه ۷۵ جهان رسیده است. ایران در حال حاضر در گروه کشورهای با «توسعه انسانی بالا» قرار دارد و در صورت صعود یک پله‌ای می‌تواند به گروه «توسعه انسانی بسیار بالا» وارد شود.

در گزارش سازمان ملل، کشورهای جهان از نظر میزان توسعه انسانی به چهار گروه تقسیم می‌شوند؛ گروه نخست، کشورهای با «توسعه انسانی بسیار بالا» هستند که ۷۴ کشور را شامل می‌شوند. گروه دوم، کشورهای با «توسعه انسانی بالا» هستند که ۵۰ کشور را دربر می‌گیرند. گروه سوم، کشورهای با «توسعه انسانی متوسط» هستند که ۴۳ کشور را شامل می‌شوند و نهایتاً گروه چهارم، کشورهای با «توسعه انسانی پایین» هستند که از ۲۶ کشور تشکیل می‌شوند. ایران درحالی در گروه دوم، یعنی کشورهای با «توسعه انسانی بالا» ایستاده است که با آخرین کشور گروه نخست، یعنی کشورهای با «توسعه انسانی بسیار بالا» فقط یک پله فاصله دارد. گزارش سازمان ملل نشان می‌دهد که ایران با وجود چالش‌های اقتصادی و تحریم‌های خارجی توانسته است در حوزه‌های توسعه انسانی، پیشرفت قابل توجهی داشته باشد و به یک قدمی کشورهای با «توسعه انسانی بسیار بالا» برسد. با این حال، ایران همچنان با چالش‌های زیادی در زمینه نابرابری، آموزش و درآمد روبه‌رو است.

چالش در آمد سرانه و نابرابری جنسیتی

گزارش «توسعه انسانی ۲۰۲۵؛ مسئله انتخاب، مردم و امکانات در عصر هوش مصنوعی» چند هفته پیش از سوی سازمان ملل منتشر شد و تصویری دقیق از وضعیت کشورهای جهان در مسیر پیشرفت انسانی به نمایش گذاشت. یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که ایران با ثبت امتیاز ۰.۷۷۹، در رتبه ۷۵ جهان قرار گرفته و در گروه کشورهای با «توسعه انسانی بالا» ایستاده است. با وجود آنکه ایران در شاخص توسعه انسانی (HDI)، روند نسبتاً مطلوبی را پشت سر گذاشته، اما در سالیان گذشته همچنان در گروه کشورهای با «توسعه انسانی بالا» ثابت مانده است. به نظر می‌رسد تحریم‌ها، رکود اقتصادی، همه‌گیری کرونا و ضعف سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های انسانی، مهمترین موانعی هستند که حرکت ایران در مسیر توسعه را کند کرده‌اند. به عنوان نمونه، شاخص نابرابری جنسیتی (GII) در ایران، عدد ۰.۴۸ را نشان می‌دهد که کشورمان را در رتبه ۱۲۳ جهان قرار می‌دهد. این شاخص نشان می‌دهد که ایران در زمینه عدالت جنسیتی، مخصوصاً در بازار کار و مشارکت

اتمام حجت بانک مرکزی با وزارت ار تباطات

بانک مرکزی، متولی رمزارزهاست

نهادهایی چون وزارت ارتباطات یا وزارت صمت در حوزه‌ای به‌شدت حساس و آسیب‌پذیر مانند رمزارزها، که در معرض جرایم مالی، فرار سرمایه و تأثیر بر ثبات مالی کشور است، پیشنهادی بسیار خطرناک و غیرمسئولانه است. تنوع بازیگران نباید به پراکندگی تصمیم‌سازی منجر شود. بلکه باید در قالب ساختاری یکپارچه و با محوریت بانک مرکزی، از ظرفیت‌های تخصصی سایر نهاده‌ا به‌صورت هدفمند استفاده کرد. استدلالی است که می‌گوید بانک مرکزی صرفاً باید بر CBDC نظارت کند، نادرست است. پول دیجیتال بانک مرکزی، بخشی از چشم‌انداز آینده بانکداری دیجیتال است، اما تنظیم‌گری بازار رمزارزهای غیردولتی (اعم از توکن‌ها، استیبل‌کوین‌ها و صرافی‌ها) نیز در راستای وظایف قانونی بانک مرکزی در مدیریت جریان‌های نقدی، ثبات پولی و مقابله با تأمین مالی تروریسم قرار دارد. به عبارت دیگر، بانک مرکزی مسئول «کارکردهای پولی» نه صرفاً «ابزارهای پولی» است. پیشنهاد تدوین منشور حقوق داده کاربران و ضوابط تبادل داده، در جای خود ارزشمند و ضروری است، آنچنانکه تاکنون نیز هیچ شفافیتی در موضوعات متعدد مرتبط با حقوق کاربران از جمله نرخ کارمزد، مجموعه نگهداری دارایی عموم نزد پلتفرم‌ها نیز شفاف نگردیده است، اما نباید به بهانه حفاظت از داده‌های کاربران، حوزه تنظیم‌گری پولی به نهادهای غیراقتصادی واگذار شود. حفاظت از اقتصاد و حتی سازمان بورس اوراق بهادار در سیاستگذاری، توسعه فناوری و تقویت بسترهای نظارت بر زیست‌بوم رمزارز بسیار مهم و ضروری است اما مسئولیت تنظیم‌گری، مجوزدهی، نظارت و مقابله با سوءاستفاده‌های مالی باید منحصر با رهبری بانک مرکزی و در هماهنگی با نهادهای امنیتی، قضایی و مالی انجام شود. حرکت به‌سوی ساختار چندنهادی بدون مرکز، تنها به تعارض، فساد و ریسک‌های سیستماتیک منجر خواهد شد. در پایان تأکید بر این نکته ضروری است که رئیس‌جمهور نیز در تاریخ

۱۵ بهمن ۱۴۰۳ بر رئیس‌کل بانک مرکزی، این نهاد را متولی انحصاری ساماندهی بازار رمزیول (رمزارز) و تنها مرجع مجوزدهی، تنظیم‌گری، نظارت و ابلاغ دستورالعمل‌های مورد نیاز این حوزه اعلام کرد. بر همین اساس و نظر به ضرورت تسریع در انتظام بخشی به کسب و کارهای فعال در حوزه رمزیپول و در راستای تأکیدات ریاست‌جمهور، بانک مرکزی اقدامات مربوطه را در دستور کار قرار داده و اطلاع‌رسانی به تمام فعالان این حوزه نیز در ماه‌های گذشته انجام گرفته است. نظر به اینکه تاکنون کسب و کارهای فعال در این حوزه مبادلات رمزیپول‌ها (رمزارزها)، هیچ‌گونه مجوز فعالیتیی از این بانک اخذ نهموده‌اند؛ طی چند ماه گذشته و با اطلاع‌رسانی‌های عمومی به کسب و کارهای فعال، ضرورت رعایت الزامات حداقلی این بانک در مرحله شناسایی اولیه جهت تمدید روند فعالیت مشروط ایشان تا زمان اخذ مجوزهای قانونی مربوطه ابلاغ گردید. شایان ذکر است؛ تا تاریخ ۱۵ اردیبهشت امسال، تعداد ۶۱ کسب و کار با پذیرش الزامات ابلاغی، تعهد به ارائه اطلاعات و مدارک لازم در راستای نظارت بر سلامت فعالیت ایشان و تکمیل اطلاعات ثبتی و تجاری، موفق به اخذ موافقت اولیه مشروط سه ماهه گردیده و درگاه پرداخت ایشان از حالت تعلیق خارج گردیده است. پزشکشان، رئیس جمهوری اسلامی ایران در نامه خود به رئیس‌کل بانک مرکزی، تأکید کرده که به استناد اجزاء ۱۳ و ۱۴ بند الف و تبصره ۱ ماده ۴ و مفاد مقرر در ماده ۵۹ قانون بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۳۰ خرداد ۱۴۰۲ مجلس شورای اسلامی، بانک مرکزی، متولی انحصاری ساماندهی بازار رمزیول (رمزارز) و تعیین موارد مجاز نگهداری و مبادله آن و همچنین تنها مرجع مجوزدهی، تنظیم‌گری، نظارت و ابلاغ دستورالعمل مورد نیاز این حوزه – اعم از رمزیول (رمزارز) های جهان‌روا و پایه‌تاب – بوده، تمامی اشخاص حقیقی و حقوقی فعال و کسب و کارهای عرصه رمزیول (رمزارز) ها، اشخاص تحت نظارت بانک مرکزی محسوب می‌شوند و تأسیس و فعالیت آنها منوط به اخذ مجوز از این بانک است. همچنین براساس این نامه، بانک مرکزی به تمام داده‌ها و آمار و اطلاعات و اسناد نهادهای فعال در عرصه رمزیول (رمزارز) ها دسترسی مستقیم و دست اول خواهد داشت.

خبرنامه

پژشکیان در نهمین کنفرانس انرژی‌های تجدیدپذیر:

به سمت انرژی خورشیدی حرکت کنیم

رئیس جمهور گفت سیاست و چشم‌انداز دولت این است که گرمایش و سرمایه‌ش خانه‌ها از برق تامین و گاز حذف شود، در نتیجه نیاز است در تمام زمینه‌ها از جمله پتل‌ها، تجهیزات و ذخیره‌سازی و مجموعه ابزارها توسعه یابد.

مسعود پژشکیان در نهمین کنفرانس بین‌المللی انرژی‌های تجدیدپذیر با بیان اینکه در دولت هر هفته و هر روز وضعیت انرژی را پیگیری می‌کنیم و تمرکز ما روی انرژی پاک، بادی خورشیدی و هسته‌ای است، اظهار کرد: تلاش می‌کنیم مشکلات انرژی حل شود، سیاست و چشم‌انداز این است که گرمایش و سرمایه‌ش خانه‌ها از برق تامین شده و گاز حذف شود، در نتیجه نیاز است در تمام زمینه‌ها از جمله پتل‌ها، تجهیزات و ذخیره‌سازی و مجموعه ابزارها توسعه یابد. وی با بیان اینکه باید به صنعت به نوع دیگری نگاه کنیم، اظهار کرد: باید تلاش کنیم استفاده از سوخت فسیلی را کم و از انرژی پاک استفاده کنیم و وسایل نقلیه را نیز به این سمت سوق دهیم؛ همچنین میزان بهره‌وری را افزایش دهیم. رئیس جمهوری با بیان اینکه یک طرف عرضه و یک طرف تقاضا قرار دارد، گفت: براساس داده‌ها شش برابر بیشتر از یک تعداد از کشورهای اروپایی برق مصرف می‌کنیم، اگر مردم همراهی بیشتری داشته باشند می‌توانیم این روند را اصلاح کنیم.

پژشکیان با تاکید بر اینکه به جای چند لوستر می‌توانیم دو چراغ روشن کنیم و مدیریت مصرف را جدی بگیریم، گفت: باید تقاضای نادرست و غلط اصلاح شود و به اندازه نیاز استفاده کنیم، سریع‌ترین و لازم‌ترین راه استفاده از انرژی پاک و خورشیدی است و این سیاست را دنبال خواهیم کرد. وی با بیان اینکه دانشگاه‌ها در هر دما می‌توانند وارد شوند و میزان بهره‌وری را افزایش دهند، گفت: استفاده از انرژی پاک نه تنها موجب رف نارتازی می‌شود، بلکه میزان آلودگی هوا را نیز کاهش می‌دهد. تولید موتور و خودرو می‌بایست به سمت برقی شدن پیش برود علاوه بر این در تمام بخش‌های گرمایشی و سرمایشی نیز باید به این سمت حرکت کنیم، چراکه تا نیروگاه انرژی نداشته باشیم تولید صنعتی بی‌معنا است. او با بیان اینکه سال گذشته بیش از ۳۰۰ همت ضرر ناشی از قطع گاز و برق داشتیم، اما می‌توانیم کاری کنیم که این مشکل حل شود، گفت: تاکنون نزدیک به ۸۰ هزار مگاوات در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر منعقد شده است. پژشکیان با اشاره به جزئیات برق گفت: روند قیمت‌ها به این شکل نخواهد بود زمانی که برق رایگان در اختیار مردم قرار می‌دهیم ارزش آن را نمی‌دانند. اگر می‌خواهیم کشوری توسعه‌یافته داشته باشیم باید به سمت انرژی خورشیدی حرکت کنیم، چراکه خورشید تمام شدنی نیست و اگر مانعی برای توسعه وجود داشته باشد آن را اصلاح خواهیم کرد تا بتوانیم بیشترین بهره‌برداری را داشته باشیم.

۲ برابر شدن ظرفیت نیروگاه‌های خورشیدی طی ۷ ماه

وزیر نیرو با اشاره به اقدامات انجام‌شده در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر، گفت طی هفت ماه گذشته ظرفیت نیروگاه‌های خورشیدی نزدیک به دو برابر افزایش یافته است.

عباس علی‌آبادی در نهمین کنفرانس بین‌المللی و ششمین جایزه ملی انرژی‌های تجدیدپذیر با اشاره به اهمیت انرژی تجدیدپذیر، اظهار کرد: بازار جهانی انرژی به سرعت به سمت منابع پاک در حال حرکت است، رشد ظرفیت نصب شده انرژی خورشیدی و بادی همراه با کاهش هزینه‌ها نشان از تغییر پارادایم‌ها دارد. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۰ ظرفیت تجدیدپذیرها تا ۵۵۰۰ گیگاوات افزایش یابد و حرکت دنیا به سمت افزایش راندمان در این حوزه است. او با اشاره به اهمیت ذخیره‌سازی انرژی، گفت: این فناوری امکان استفاده از انرژی و پایداری شبکه را افزایش می‌دهد. وزیر نیرو با تاکید بر اینکه ذخیره‌سازها به کاهش خاموشی‌ها و تلفات کمک می‌کنند، گفت: راهبرد اصلی وزارت نیرو بهبود فضای کسب‌وکار برای سرمایه‌گذاری در بخش غیردولتی است.

وی توسعه ذخیره‌سازهای انرژی را مکمل اصلی توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر دانست و افزود: بدون توجه به زیرساخت‌های ذخیره‌ساز انرژی، توسعه تجدیدپذیرها با چالش‌های جدی روبه‌رو خواهد شد. به‌ویژه در ساعات کم باری، ذخیره‌سازها می‌توانند نقشی کلیدی در پایداری شبکه و کاهش ناترازی ایفا کنند.

علی‌آبادی با بیان اینکه وزارت نیرو برنامه مطالعاتی ویژه‌ای را در حوزه هیدروژن سبز نیز آغاز کرده و این فناوری می‌تواند به‌عنوان یکی از راهکارهای آینده‌نگرانه در سیاست‌های انرژی کشور نقش‌آفرین باشد، گفت: امکان احداث نیروگاه‌های تجدیدپذیر به استفاده از ظرفیت ماده ۱۲ قانون رفع موانع تولید، راه‌اندازی تابلوی سبز در بورس انرژی، احداث نیروگاه‌های خورشیدی توسط صنایع از طریق تئاز، توسعه مزارع تجدیدپذیر برای استخراج قانونی رمزارز و استفاده از ظرفیت ماده ۶۱ قانون اصلاح الگوی مصرف از جمله اقدامات وزارت نیرو برای تسهیل توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر است. وی با اشاره به رشد ظرفیت منصوبه تجدیدپذیرها در دولت چهاردهم، اظهار کرد: تاکنون برای ۸۰ هزار مگاوات ظرفیت تولید برق تجدیدپذیر در کشور پروانه صادر شده است، وزارت نیرو به‌صورت جدی در حال پیگیری انعقاد قرارداد و تفاهم‌نامه برای احداث نیروگاه‌های خورشیدی است و متقاضیانی که فعالیت خود را آغاز نکرده‌اند، در کوتاه‌ترین زمان جایگزین خواهند شد تا روند توسعه بدون توقف ادامه یابد.

وزیر نیرو با بیان اینکه شتاب‌گیری توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر در دستور کار دولت چهاردهم قرار دارد، اظهار کرد: دولت چهاردهم و وزارت نیرو، متعهد به پیگیری این سیاست کلان هستند و برنامه‌ریزی‌های دقیقی در این زمینه انجام شده است. علی‌آبادی با بیان اینکه حل مشکل ناترازی برق نیازمند حمایت‌های ویژه و برنامه‌ریزی منسجم است، اضافه کرد: با توجه به افزایش نقش انرژی برق در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها و روند فزاینده مصرف، لازم است اقدامات توسعه‌ای ویژه‌ای در این بخش اجرایی شود. وی با اشاره به ترکیب فعلی منابع تولید برق در سطح جهانی، گفت: در حال حاضر ۵۹.۱ درصد برق جهان از منابع فسیلی و ۴۰.۹ درصد آن از منابع تجدیدپذیر تأمین می‌شود. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد تا سال ۲۰۳۰ ظرفیت تولید برق تجدیدپذیر در جهان به ۵۵۰۰ گیگاوات خواهد رسید؛ این موضوع به‌روشنی نشان می‌دهد که ایران نیز باید گام‌های جدی و برسرعتی را در این مسیر بردارد.

سبزپوشی بورس تهران در اولین روز کاری خردادماه

نوبت به سهام بنیادی بازار رسید

مطلوب، شاهد رشد نمادهای خاص باشسیم و در این میان، کمتر شاهد رشد یکپارچه بازار خواهیم بود. همچنین انتظار نمی‌رود که تا معلوم‌شدن نتایج مذاکرات، شاهد تحکرات جدی مثبت و یا منفی در شاخص کل باشیم، اما سهام با عملکرد مطلوب در اردیبهشت یا زمستان سال گذشته که مجامع به تقسیم سود خوبی خواهند داشت، مورد توجه ویژه قرار خواهند گرفت.

غلبه تقاضا در سهم‌های شاخص‌ساز

«بهناز اکبرپور»، دیگر تحلیلگر بازار سرمایه نیز به اخبار مهم شنبه، اشاره کرد و گفت: به‌واسطه اخبار مذاکرات روز جمعه و افزایش امیدواری‌ها به برگزاری دور بعدی مذاکرات و حصول توافق، بازار سبزرنگی را شاهد هستیم و وضعیت تقاضا در کلیت بازار نسبت به هفته گذشته بهبود پیدا کرده است؛ همچنین سهم‌های بزرگ و شاخص‌ساز، تقاضای بهتری نسبت به سایر سهم‌ها دارند. در روز شنبه، نرخ ارز توافقی ۶۹ هزار و ۲۰۵ تومان قیمت خورد. همچنین قرارداد تولید ۳۰ هزار دستگاه وانت دوگانه سوز به ارزش ۱۸،۵ میلیون دلار بین زامیاد و شرکت ملی پخش فراآورده‌های نفتی امضا شد. رئیس سازمان بورس از بازگشت اقبال به بازار سهام خبر داد و گفت که اگر سهامداران اعتماد ۱۰۰ درصدی داشته باشند، دلیلی برای افزایش یا کاهش دامنه نوسان وجود ندارد. همچنین قطع مکرر برق منجر به تحویل طرح استیضاح وزیر نیرو با ۲۱ امضا به هیأت رئیسه مجلس شد. از طرفی طبق تصمیم دولت، صنایع آسیب‌دیده از قطع برق، مشمول بسته سه بندی حایثی تسهیلاتی، مالیاتی و بیمه‌ای می‌شوند.

به گفته «اکبرپور»، در ادامه بازاری می‌توان پیش‌بینی کرد که همچنان وضعیت تقاضا مناسب باشد و به‌صورت کلی، تقاضا برتری بر عرضه داشته باشد. از لحاظ ورود نقدینگی می‌توان انتظار داشت که دو صنعت بانکداری و سیمان با ورود نقدینگی حقیقی همراه شوند و از لحاظ ارزش معاملات نیز صندوق‌های اهرمی و بخشی و گروه خودرو و ساخت قطعات، پرحجم معامله شوند.

خروج از سهم‌های بانکی به سیمانی

بورس تهران در جریان معاملات روز چهارشنبه، شاهد کاهش شدید مالکیت حقیقی در بین نمادهای بانکی و خودرویی بود. با وجود قطع برق برخی از تولیدی که در صنعت سیمان بیش‌تر از سایر صنایع به چشم می‌خورد؛ شاهد صدرنشینی این صنعت در رشد مالکیت حقیقی بودیم. بازار سهام در این روز شاهد کاهش ۵ درصدی ارزش معاملات خرد بود و این معیار به سطح ۱۲ هزار و ۲۵۴ میلیارد تومانی نزول کرد. ارزش معاملات خرد در هفته گذشته، ۵ سطح متفاوت را تجربه کرد و با وجود نوسان قابل توجه، روندی رکودی به خود گرفت. با این حال متوسط ارزش معاملات خرد رفتگی در آخرین هفته اردیبهشت افزایش یافت و تا سطح ۱۵ همتی بالا آمد. ارزش صف‌های خرید سهام افزایش ۴ درصدی داشت و ارزش صف‌های فروش ۵۸ درصد افت کرد. با این تفاسیر، ارزش صف‌های خرید از هزار و ۷۷۷ میلیارد تومان به هزار و ۸۵۲ میلیارد تومان و ارزش صف‌های فروش از ۶ هزار و ۵۹۱ میلیارد تومان به ۲ هزار و ۷۷۳ میلیارد تومان رسید.

سرانه خرید هر کد حقیقی از ۳۵،۵ میلیون تومان سه‌شنبه تا ۳۲،۳

باگ فرمول ترامپ در تعرفه‌گذاری

آیا ترامپ معامله‌گر خوبی است؟

است، چیزی که مدت‌هاست بر آن تأکید کرده‌ایم. منطقه خاورمیانه، تشنه رشد اقتصادی است و ترامپ از این واقعیت در دوره اول ریاست جمهوری خود برای پیشبرد پیمان ابراهیم میان رژیم صهیونیستی و شماری از کشورهای عربی بهره گرفت. اعضای شوکه‌شده ناتو، هزینه‌های دفاعی خود را افزایش داده‌اند. سرمایه‌گذاران بازار سهام نیز اکنون به منطق «تنش‌زایی و تنش‌های منبجی‌گری» با اعتماد پیدا کرده‌اند. به‌طرز شگفت‌انگیزی، شاخص اس‌ان‌دی پی ۱۰۰ از زمان انفجار تعرفه‌های «روز آزادی» در روز دوم آوریل، همه زبان‌های خود را جبران کرده است.

اما مشکل اینجاست که پس از شعله‌ور ساختن بحران‌ها، ترامپ به ندرت در حل آنها موفق می‌شود. توافق‌هایی که او به دست آورده است محدودند. آتش‌بس با چین فقط شامل تعرفه‌ها بر کالاهاست؛ درحالی‌که جنگ تجاری همچنان ابعاد گسترده‌تری دارد. توافق تجاری با بریتانیا در روز هشتم مه نیز همین‌قدر سطحی بود. جزئیات آتش‌بس با حوثی‌ها مهم است اما ممکن است فقط شامل کشتی‌های آمریکایی شود که سهم بسیار اندکی از ترافیک دریایی به سوی کانال سوئز به آنان تعلق دارد. در دوازدهم مه، آمریکا و غنی‌سازی هسته‌ای تمرکز دارد و به فناوری موشکی یا حمایت ایران از شبه‌نظامیان نمی‌پردارد. بنابراین گستره آن فراتر از توافق دوره اوباما که ترامپ در سال ۲۰۱۸ آن را لغو کرد، نیست. صلح پایدار در اوکراین، نیازمند بازدارندگی قوی در برابر روسیه برای سال‌هاست؛ چیزی که ترامپ آشکارا تا آن زمان نادیده می‌گیرد. همچنین توافق‌های ممکن است ناپایدار نیز باشند؛ چراکه اختلافات بنیادین حل نشده‌اند. او اغلب مایل به آغاز گفت‌وگوهاست اما به ندرت نقش ضامن یا اجراکننده را ایفا می‌کند. آتش‌بس در غزه که در ماه ژانویه با میانجی‌گری نماینده‌اش، استیو وینکاف، حاصل شد، تنها ۵۸ روز دوام داشت. حوثی‌ها به حملات موشکی علیه رژیم صهیونیستی ادامه دادند. آتش‌بس با چین ۹۰ روزه است. پیشنهاد آمریکا و اوکراین به روسیه شامل آتش‌بسی ۳۰ روزه است.

شویه دست‌وپاگیر ترامپ در مذاکره، دردرسهایی را برای آینده ایجاد می‌کند. آمریکا با تسلیم سریع در برابر خواسته‌های پاکستان پس از تهدیدهای هسته‌ای این کشور و نادیده گرفتن تساهلش نسبت به تروریسم، مشوقی برای هند فراهم کرده تا در آینده تندتر و سریع‌تر ضربه بزند. پس از عقب‌نشینی در جنگ تجاری، ترامپ از فرصت «اتحاد» با چین سخن گفت، جمله‌ای که دولتش فورا آن را پس گرفت اما تابوای را وحشت‌زده کرد. محدودیت‌های ترامپ به عنوان یک معامله‌گر، پیامدهای بلندمدت به همراه دارد. یکی از آنها، افزودن حاشیه ریسک به تصمیم‌گیری‌های اقتصادی است، چیزی که مانع سرمایه‌گذاری می‌شود. بازارهای سهام بهبود یافته‌اند، اما دلار هنوز نه؛ چراکه سرمایه‌گذاران درباره قابل اتکا بودن آمریکا نگران هستند. بازار حمل‌ونقل دریایی، انتظار بروز وقفه‌ای موقتی در جنگ تجاری چین و آمریکا و اختلال بیشتر در کانال سوئز را دارد، نه بازگشت به وضعیت عادی.

کاهش گرہ‌های ترافیکی کرج با افتتاح پروژه‌های عمرانی جدید



سلطان‌ی گفت از نظر عمرانی این ایستگاه آماده بهره‌برداری است، اما مشکل دپوی قطار و عدم توافقی با

دستگاه خوارزمی همچنان پابرجاست. علیرغم برگزاری جلسات متعدد، هنوز توافقی حاصل نشده و اگر همکاری

مدیر عامل شرکت برق منطقه‌ای گیلان در نشست دستگاه‌های اجرایی استان عنوان کرد:

اجرای پروژه‌های بزرگ، نیازمند اراده‌ها و اجماع‌های بزرگ می‌باشد



دشست بزرگ با بیان اینکه ناترازی برق در استان از سال ۱۴۰۱ شروع شده، خاطرنشان کرد: انرژی تحویلی به صنایع استان در سال ۱۴۰۲ نسبت به سال ۱۴۰۲ بیش از ۲۴ درصد رشد داشته است. همچنین در دو ماهه نخست امسال انرژی تحویلی در مقایسه با سال قبل با رشد ۱۰ درصدی روبه رو

رشت – **زهرا رضاهاد:** نشست دستگاه‌های اجرایی استان با حضور بازرس کل استان به منظور تسهیل در اجرای پروژه‌های حیاتی و زیربنایی صنعت برق گیلان در سالن اجتماعات پیامبر اعظم(ص) شرکت برق منطقه‌ای گیلان برگزار شد.

دشست بزرگ با اشاره به ۲۰۲ مگاوات ناترزی تولید و مصرف برق در استان در سال گذشته، گفت: بر اساس پیش‌بینی‌ها، این میزان در سال جاری ۵۲۹ مگاوات خواهد بود که نیازمند مشارکت و همکاری احاد مردم برای عبور موفق از تابستان می‌باشد. مدیر عامل شرکت برق منطقه‌ای گیلان با بیان اینکه هدف از برگزاری این نشست، هماهنگی و هماهنگی است، تصریح کرد: باور و ایمان راسخ داریم که بسیاری از مسائل پیچیده و بزرگ با اجماع، تدبیر و شجرت قابل حل می‌باشد و اجرای پروژه‌های بزرگ، نیازمند اراده‌ها و اجماع‌های بزرگ بوده و این شهادت‌های اجرایی مگاپروژه‌ها است. وی افزود: بسیاری از کارهای عملیاتی و اجرایی شرکت در واقع فراسازمانی بوده و با کمک و مساعدت تمامی دستگاه‌ها رف و رجوع خواهد شد و امیدواریم با نتایج این جلسه بتوانیم دستاوردهای مهمی را در زمینه زیرساخت‌های برق کسب نماییم.

امضای ۱۶ تفاهم‌نامه تأمین مالی و سرمایه‌گذاری برای احداث ۱۴۲۰ مگاوات نیروگاه تجدیدپذیر در خراسان رضوی

مشهد- ابراهیم پای: به همت ستاد توسعه نیروگاه‌های تجدیدپذیر استان خراسان در نمایشگاه اپنوس و فاینکی مشهد ۱۶ تفاهم‌نامه تأمین مالی و سرمایه‌گذاری برای احداث ۱۴۲۰ مگاوات نیروگاه تجدیدپذیر در خراسان رضوی به امضا رسید. در یک رویداد مهم اقتصادی، ۱۶ تفاهم‌نامه تأمین مالی و سرمایه‌گذاری به ارزش بیش از ۶۰ هزار میلیارد تومان برای احداث ۱۴۲۰ مگاوات نیروگاه تجدیدپذیر در استان خراسان رضوی به امضا رسید این تفاهم‌نامه‌ها با حضور استاندار خراسان رضوی میان شرکت‌های برق منطقه‌ای خراسان، توزیع برق مشهد، توزیع برق استان خراسان و مجموعه‌های مختلفی از جمله وزارت امور اقتصادی و دارایی، بانک تجارت، مؤسسه اعتباری ملل، بنیاد بهرپوری موقوفات استان قدس رضوی، شهرداری مشهد، ایران خودرو خراسان، شرکت سیاد خراسان، هلدینگ انرژی شستا (نیروگاه طوس)، زنجیره تولید صالح کامشیر، شرکت پارت‌صنعت، شرکت افلاک الکتریک، کارگزاری (استاسی پویا و شرکت آفتاب‌گستران امضا شد که هدف اصلی این تفاهم‌نامه‌ها، توسعه

رئیس مجمع مشورتی روسای شوراهای شهر کلان‌شهرها و مراکز استان‌های کشور؛

نباید میان دولت و شورا تفکیک ایجاد شود



حکمرانی هستند، البته شوراها به مردم و متن شهر نزدیک‌تر و برای مدیریت امور شهر، شایسته‌تر هستند. این مقام مسئول با بیان اینکه ۱۳۰ هزار عضو شورا در کشور داریم و این ظرفیتی برای کمک به دولت است؛ اظهار امیدواری کرد، «طلمس مدیریت واحد شهری به دست دولت شکسته و، تا‌نشان کنیم این اجماع صورت گرفته و حکمرانی واحد شهری اجرایی شود چون از هر رفت بودجه‌ها کاسته می‌شود، و چیزی است که در دنیا تجربه شده نه مدیریت واحد بلکه مدیریت یکپارچه است و ما هم باید آن را پیاده کنیم. چمران تأکید کرد: تخلف برخی شوراها نباید سبب شود که حکم کلی در

مدیر کل دامپزشکی استان مرکزی هشدار داد:

مردم استان مراقب شیوع احتمالی تب کری‌مه کنگو باشند



له کردن کنه با دست، تماس با خون، ترشحات خونی و گوشت دام آلوده منتقل می شود. مدیر کل دامپزشکی استان مرکزی گفت: با توجه به آغاز فصل گرما و فعالیت کنه‌ها نیاز است برای پیشگیری از شیوع تب خونریزی

اراک – **فرناز امیدی:** مدیر کل دامپزشکی استان مرکزی گفت: با توجه به افزایش احتمال شیوع تب خونریزی دهنده کریمه کنگو در فصل گرما در راستای پیشگیری از شیوع احتمالی این بیماری نیاز است مردم استان رعایت اصول پیشگیری را در دستور کار خود قراردهند.

محمد فتاحی افزود: با توجه به افزایش دمای محیط در روزها و ماه های پیش رو و به تبع آن افزایش فعالیت کنه های حیوانی که باعث ایجاد و انتقال بیماری تب خونریزی دهنده کریمه کنگو (CCHF) می شود، برای جلوگیری از انتقال این بیماری، لازم است از هرگونه کشتار غیرمجاز دام، معایر، منازل، باغات، مراسمات مختلف و ... جلوگیری به عمل آید و دامی داد: تب خونریزی دهنده کریمه کنگو از جمله بیماری‌های ویروسی مشترک انسان و دام است که از طریق کنه‌ها از بدن دام آلوده به سایر دام‌ها منتقل می‌شود. مدیر کل دامپزشکی استان مرکزی بیان داشت: تب خونریزی دهنده کریمه کنگو در انسان ایجاد خونریزی‌های گسترده زیرپوستی و کیبودی در نقاط مختلف بدن می کند. فتاحی افزود: تب کریمه کنگو از طریق گزش،

مراسم بزرگ روز ملی "مرتع و مرتعداری" در استان همدان

همدان – مجید ملکیان: به مناسبت روز ملی "مرتع و مرتع راری" مراسم در ارتفاعات روستای فسحسپهان از توابع شهرستان بهار برگزار شد. مهندس اسفندیار خزائی مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان همدان از مراسم داد بیش از ظرفیت در مراتع این استان خبر داد و گفت: ظرفیت مجاز تراکم همدان ۶۹۰ هزار واحد دامی است، اما هم‌اکنون میزان یک میلیون و ۸۰۰ هزار واحد مستقیم. مدیرکل منابع طبیعی همدان، راه حل برون‌رفت از این مشکل را «مدیریت هوشمندانه چرای دام» و «استفاده از سامانه‌های کشاورزی برای تأمین خوراک دام» عنوان کرد و گفت: برای جلوگیری از وارد شدن خسارت را بدین طول دوره چرای دام، باید از کوتا‌ترت شده و پسماندگی کشاورزی نیز برای تغذیه دام استفاده می شود تا فشار بر مراتع کمتر شود. اسفندیار خزایی با بیان اینکه این وضعیت، مراتع را به سمت فرسایش شدید و تشدید زریزگردها سوق می دهد، تأکید کرد: «گر پوشش گیاهی از بین رود، شاهد آغاز فرسایش خاک و افزایش گردوغبار خواهیم بود که پیامدهای آن برای استان و کشور فاجعه‌بار است. وی با اشاره به شناسایی ۱۸۶۰ گونه گیاهی در مراتع همدان، از وجود گونه‌های منحصر به فردی مانند «مهر» و «پوشکن آلوده» در این مناطق خبر داد و گفت: از این تعداد ۳۰۰ اکوسیستم منطقه را با بحران مواجه می کند.

خرایی با بیان اینکه هم اکنون در هر هکتار یک واحد دامی در مراتع چرا

صورت نگیره، ناگزیر به پیگیری قانونی خواهیم بود.

وی همچنین کمبود راه‌های قطار را یکی از چالش‌های مهم، مترو دانست و اظهار داشت: در حال حاضر تنها دو رام قطار در اختیار داریم که این موضوع موجب افزایش سرفاصله قطارها و نارضایتی مردم خواهد شد. اگر تأمین رام جدید میسر نشود، بهره‌برداری با همین تعداد و با رعایت کامل ایمنی شهروندان انجام خواهد شد.

محمدی همچنین به قرارداد خرید ۶۹۹ واگن مترو توسط وزارت کشور و با یک شرکت چینی اشاره کرد و گفت: سهم کرج از این قرارداد ۱۰۴ واگن است. قصد داشتیم با اخذ مجوزهای لازم، سفری برای پیگیری این موضوع به چین داشته باشیم که تاکنون انجام نشده، اما در صورت نیاز این سفر را در دستور کار قرار می‌دهیم. در پایان، رئیس شورای اسلامی شهر کرج درباره آخرین وضعیت پروژه پیاده‌راه امامزاده حسن (ع) گفت: با وجود چالش‌هایی نظیر جلب رضایت کسبه، این پروژه به‌صورت فازبندی پیش رفته است. اکنون در فاز نهایی در ضلع شرقی قرار دارد. تأمین مالی یکی از بزرگ‌ترین موانع این پروژه بود که با صرفه‌جویی و برنامه‌ریزی توانستیم تا این مرحله به‌خوبی پیش برویم.



تشکیل جلسه قرارگاه مشترک و کمیته صیانت از امنیت روانی در فضای مجازی در داسرای یزد

یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر: به گزارش پایانه، در اجرای که برنامه های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۰، سند تحول و تعالی قضایی، اولین جلسه قرارگاه مشترک و کمیته صیانت از امنیت روانی در فضای مجازی به میزبانی دادسرای عمومی و انقلاب یزد برگزار شد این نشست به ریاست دادستان مرکز استان یزد و با حضور معاون دادستان مرکز استان یزد، جمعی از قضاات، مدیر کل امنیتی استانداری، نمایندگان دستگاه های امنیتی و انتظامی، معاون قضای مجازی صدا و سیما،ی مرکز استان، مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی و نماینده ستاد امر به معروف و نهی ا از مکر سه منظور هماهنگی و تدوین راهکارهای مؤثر برای حفظ سلامت روانی جامعه در فضای دیجیتال تشکیل گردید. در این جلسه، چهار محور اصلی مورد بحث قرار گرفت: ارائه گزارش اقدامات انجام‌شده؛ دستگاه‌های حاضر، گزارش ا از فعالیت‌های پیشین خود در حوزه رصد و مقابله با محتوای مخرب در فضای مجازی ارائه کردند.

تخصمی شدن رصد و پایش محتوای قضای مجازی، راهبردهای برای شناسایی جرایم حوزه فضای مجازی نظیر مراجعه به تارنمای https://shs.farhang.gov.ir/laws/laws/masasidigh و ارتقای روش‌های تخصمی پایش و تحلیل محتوا با هدف شناسایی سریع تهدیدات مطرح شد. به‌شبه نامه و ارائه راهکار مناسب، تعیین الگوریتمی رفتاری و تبلیغاتی در فضای مجازی. در پایان، اعضای جلسه بر لزوم تدوام همکاری‌های بین‌سازمانی و اجرای مصوبات تأکید کردند تا با اقدامات هماهنگ، فضای مجازی به محیطی امن و سالم برای کاربران تبدیل شود.

تقدیر مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی از رئیس و کارکنان واحد اندازه‌گیری و توزیع گاز



نخستین جلسه کمیته تدارکات، حمل‌ونقل، زیرساخت و لایروبی منطقه البرز برگزار شد

بررسی وضعیت مصرف فرآورده‌های نفتی، CNG و ناوگان حمل‌ونقل در انبار نفت کرج

کرج – اباصلت عابد: نخستین جلسه کمیته تدارکات، حمل‌ونقل، زیرساخت و لایروبی با حضور مهندس سید پیمان جابری، سرپرست منطقه البرز شرکت پخش فرآورده‌های نفتی، در انبار نفت کرج برگزار شد. در این نشست که با حضور معاونان و رؤسای واحدهای ستادی و عملیاتی منطقه همراه بود، موضوعات مرتبط با مصرف فرآورده‌های نفتی، وضعیت حمل‌ونقل و زیرساخت‌های مرتبط مورد بررسی قرار گرفت. در ابتدای جلسه، میرزا مصرف کلیه فرآورده‌های نفتی از ابتدای سال جاری تاکنون، با مدت مشابه سال گذشته مقایسه شد. در ادامه، تعداد نفکشت‌های فعال، وضعیت پارکینگ آن‌ها و ظرفیت ناوگان حمل‌ونقل سوخت تحلیل گردید. در بخش دیگری از جلسه، آمار مصرف‌کنندگان سوخت مایع و زیرساخت‌های مرتبط در استان البرز مورد بررسی قرار گرفت. طبق اعلام مسئولان، بیش از پنج هزار مصرف‌کننده رسمی در این استان وجود دارد که شامل خانوارها و خودروهای شخصی و عمومی می‌شوند. همچنین گزارش از میزان مصرف گاز طبیعی فشرده (CNG) در کارگاه‌های عرضه ارائه شد و بر لزوم کنترل‌های دوره‌ای و تأمین تجهیزات مورد نیاز این جایگاه‌ها تأکید شد. در پایان این جلسه، مهندس جابری با اشاره به اهمیت تأمین سوخت برای مصرف‌کنندگان واقعی، بر تلاش مجموعه در راستای افزایش رضایتمندی عمومی و بهبود کیفیت خدمات تأکید کرد.

اهواز – شسنبم قجوانند: معاون طرح و توسعه شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: فاز اول پست ۱۳۲ کیلوولت صیدون قبل از شروع یک تابستان وارد مدار خواهد شد.احمدرضا بخشی بیان کرد:فاز اول پست ۱۳۲ به ۱۵ کیلوولت صیدون، ۱۵ مگاوات اصولی ظرفیت دارد و تا پایان خردادماه وارد مدار خواهد شد. وی با بیان اینکه در حال حاضر پیرمترت احداث پست صیدون بیش از ۸۷ درصد است، تصریح کرد: ارزش سرمایه‌گذاری این پروژه ۱۰۰۰ میلیارد ریال است و در مراحل پایانی نصب تجهیزات قرار دارد. معاون طرح و توسعه شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: با وارد مدار شدن پست مذکور، ظرفیت و ولتاژ شبکه منطقه انرژی قابل توجهی پیدا خواهد کرد و تا چند سال آینده ظرفیت ایجاد شده، قابلیت تأمین برق مصرفی شهرستان صیدون در بخش‌های مختلف را خواهد داشت. بخشی اضافه کرد: بیش از این نیز برای تغذیه و برقرارد کردن پست صیدون، خط ۱۳۲ کیلوولت بااعملگ ۲۰۰ – صیدون که از پروژه‌های حیاتی ابلاغی وزارت نیرو بوده (۱۲ پروژه) به طول ۷۸ کیلومتر در ۱۹۹ و ۲۳۰ کیلومتر در ۲۳۰۰ میلیارد ریال احداث شده است. شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تأمین و انتقال برق در استان‌های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای گلستان:

مجوز خرید تضمینی ۱۵ هزار مترمکعب آب دریای خزر اخذ شد

گرگان-تادر گرمی: مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای گلستان از اخذ مجوز خرید تضمینی ۱۵ هزار مترمکعب آب دریای خزر در شیانروز در فاز نخست طرح دادیجیج حیریان، در نشست خبری با خبرنگاران در محل سد ترماد شهرستان مینودشت اظهار کرد: در یک اقدام ارزنده، مجوز خرید تضمینی ۱۵ هزار مترمکعب در شیانروز از دریای خزر اخذ شده است و در مرحله مرحله ۱۱۵ هکتار زمین از طرح منابع طبیعی هشتم وی تصریح کرد: بعد از تحویل زمین، زیرساخت‌های آب و گاز و فراخوان سرمایه‌گذاری انجام خواهد شد و بعد از این مرحله مجاری آب آغاز خواهد شد.مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای گلستان ابراز کرد: از سال ۱۳۰۰ تا سال ۱۴۰۴، تعداد ۲۵ حلقه چاه آب شرب با حجم ۲۰۰ – مترمکعب باهفد کمک به آب شرب استان خضر شده است.وی ادامه داد: در همین مدت، مخازن آب به میزان ۲۲ هزار مترمکعب احداث شده است و ۲۲ هزار مترمکعب دیگر نیز در حال انجام شد که در مجموع ۵۹ هزار مترمکعب مخازن آب برای مدیریت توزیع آب در گرگان احداث شده است. جیدریان گفت: یکی از پروژه‌های مهم استان گلستان در حوزه آب، احداث شبکه وسوزرین‌گل، سد کبود، لوله آب برای آن بیش از ۹۲ میلیون یورو تسهیلات آید از محل اعتبارات بانک توسعه اسلامی در نظر گرفته شده که هیچ پروژه‌ای اندازه این پروژه اعتبارات را ندارد.وی بیان کرد:قرار است بااین اعتبار شبکه آبپار سد قدروسوزین‌گل انجام شود که تاکنون کالک بااین احداث شده و شبکه فرعی و تاسیسات آن در حال اجراست.مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای گلستان یادآور شد: در حال حاضر، ۱۹ هزار و ۹۶۵ حلقه چاه آب مجاز در حوزه گلستان فعال است که از این میزان، ۱۲ هزار و ۶۲۲ حلقه آن در حوزه کشاورزی، یک هزار و ۳۱۹ حلقه در حوزه صنعت و ۸۸۲ حلقه در حوزه آبپرب است. وی ادامه داد: از تعداد ۱۹ هزار و ۹۶۵ حلقه چاه آب استان گلستان، ۵ هزار و ۲۲۱ حلقه چاه آب برقی و ۱۴ هزار و ۷۴۴ حلقه چاه دیزلی است.

آغاز پوشش «فصل همدلی» برای مقابله با ناترازی برق

گرگان-تادر گرمی: با حضور سردار سلیمانی، رئیس سازمان بسیج مستضعفین، و مهندس حاتری، معاون وزیر نیرو، نشست با فرماندهان سپاه سراسر کشور در سازمان سپاه بر گزار شد. هدف این نشست، ایجاد هماهنگی و هماهنگی برای عبور از بحران ناترازی انرژی برق در کشور بود. این نشست، سردار سلیمانی با اشاره به اقدامات بسیج از جمله کمک مراکز غیرمجاز استخراج رمز ارز، کمک به صنایع، تولید انرژی‌های تجدیدپذیر و خورشیدی-سازی جاهای کشاورزی، بر نقش مردم و مدیریت صرف تأکید کرد. وی از لزوم فرهنگ‌سازی، نصب کنتورهای هوشمند و رعایت الگوی مصرف نهادهای سازمان‌ها و اصناف سخن گفت.پوشش فصل همدلی» که به پیشنهاد سازمان بسیج آغاز شده، با هدف مشارکت مردم در کاهش ۱۰ درصدی مصرف برق و آب، حمایت از تولید، و جلوگیری از قطعی برق، در امروز به‌طور رسمی آغاز شد.حاتری، معاون وزیر نیرو گفت: این پوشش را نمادی از مسئولیت‌پذیری مردم و بسیج در اصلاح الگوی مصرف عنوان کرد. مهندس حاتری نیز تأکید کرد که مدیریت مصرف تنها از طریق فرهنگ‌سازی ممکن است و مشارکت همی می‌توان تغییر رویکردی در مصرف ایجاد کرد. در ادامه، تشکیل کارگروه‌های استانی با همکاری بسیج و استانداری‌ها در دستور کار قرار گرفت.

برگزاری پنجمین جلسه توسعه نیروگاه‌های تجدیدپذیر در استان گلستان با تأکید بر تسریع در راه‌اندازی نیروگاه‌های خورشیدی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: پنجمین جلسه توسعه نیروگاه‌های تجدیدپذیر و تأمین انرژی پایدار استان گلستان در سال ۱۴۰۴، با حضور کیان مهر، معاون امور اقتصادی استانداری گلستان، سیداحمد موسوی، مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان و جمعی از مدیران دستگاه‌های اجرایی استان در محل شرکت توزیع نیروی برق گلستان برگزار شد.در این نشست، کیان مهر با اشاره به نام‌گذاری سال ۱۴۰۴ به عنوان «سال سرمایه‌گذاری و تولید»، بر ضرورت بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت انرژی‌های تجدیدپذیر به‌ویژه انرژی خورشیدی تأکید کرد و گفت: با توجه به نیاز استان و کشور به انرژی خورشیدی، تمام توان خود را برای تسریع در راه‌اندازی نیروگاه‌های تجدیدپذیر به کار خواهیم گرفت. وی همچنین از مردم به دلیل ناترازی در تولید برق، خاموشی‌های احتمالی درخواست‌های کرد و خواستار تسریع در واگذاری زمین به متقاضیان ساخت نیروگاه‌های خورشیدی شد. کیان مهر همچنین از اقدامات چهلای دستگاه‌ها مدنظر قرار دندی کرد. سیداحمد موسوی، مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان نیز در این جلسه با بیان اینکه این شرکت با تمام توان و به صورت شبانه‌روزی در حال پیگیری اجرای طرح‌های مرتبط با انرژی‌های پاک است، افزود: «شرکت توزیع گلستان یکی از شرکت‌های پیشرو در زمینه انرژی خورشیدی در کشور به شمار می‌رود». موسوی نماینده هیئت مدیران استان و با اشاره به اقدامات شرکت خیر داد و اعلام کرد: مراسم مشترک کار آغاز شد که از نیروگاه‌های خورشیدی به زودی برگزار خواهد شد.در پایان این نشست، بر اجرای دستور نداد ریاست‌جمهوری مبنی بر تجهیز افراد دولتی به پل‌های خورشیدی تأکید شد.

بهبود ارزش طول عمر مشتری بدون در دسر اضافه!

نویسنده: علی آل علی

تصور کنید وارد یک نانوائی کوچک می‌شوید. نان تازه می‌خرید، با نانوا خوش و بش می‌کنید و هفته‌ای چند بار هم به آنجا سر می‌زنید. حالا اگر همین نانوا شما را به چشم مشتری همیشه ببیند، احتمالا بیشتر به شما توجه کرده و شاید نان تازه هم برای‌تان کنار بگذارد. در دنیای کسب و کار این نوع توجه و تداوم رابطه تحت عنوان «ارزش طول عمر مشتری» مورد بررسی قرار می‌گیرد. جایی که معادلات میان برند و مشتریان فقط براساس یکبار فروش خشک و خالی جریان پیدا نمی‌کنند. ارزش طول عمر مشتری در ساده‌ترین شکلسش یعنی میزان درآمدی که یک مشتری در کل مدت ارتباطش با کسب و کار برای آن ایجاد می‌کند. برخلاف آنچه در گذشته رایج بود، امروز دیگر فقط تعداد مشتریان مهم نیست. در عوض وفاداری و تکرار خرید آنهاست که سرنوشت یک برند را می‌سازد. درست مثل همان نانوا که به جای جذب مشتریان جدید با تخفیف‌های فریبنده، نگران رضایت و بازگشت مشتریان قدیمی‌اش است.

بیاور کنید یا نه، بازاریابی مدرن قواعد بازی را عوض کرده است. حالا دیگر موفقیت در فروش فقط به جذب مشتری جدید وابسته نیست، بلکه نگه داشتن آنها، افزایش رضایت‌شان و تشویق به خریدهای پی در پی حصر اول را می‌زند. به همین خاطر مدیران هوشمند بیشتر از همیشه به ارزش طول عمر مشتری توجه می‌کنند؛ چراکه این شاخص نه تنها راه موفقیت را نشان می‌دهد، بلکه چراغ‌هایی روشن در مسیر توسعه پایدار برند به حساب می‌آید.

اگر به دنبال راهی برای افزایش درآمد بدون هزینه‌های تبلیغاتی سرسام‌آور هستید و دوست دارید برندگان همیشه در ذهن مشتریان جا خوش کند، این مقاله برای شماست. ما در ادامه به سراغ مزایای ارزش طول عمر مشتری می‌رویم و سپس راه‌هایی را بررسی می‌کنیم که به کمک آنها می‌توان این ارزش را بالا برد. پس با ما همراه باشید تا ماموریت هیجان‌انگیزمان را شروع کنیم.

مزایای استفاده از الگوی ارزش طول عمر مشتری

بهبه‌سازی هزینه‌های بازاریابی

یکی از شیرین‌ترین مزایای مربوط به کاربست الگوی ارزش طول عمر مشتری مربوط به کاهش هزینه‌های جذب مشتریان جدید است. وقتی بدانید که یک مشتری قدیمی چقدر می‌آورد، متوجه می‌شوید شاید بهتر باشد به جای خرج کردن برای تبلیغات پرهزینه، روی نگه داشتن همان مشتری تمرکز کنید. بسیاری از برندهای موفق همین مسیر را پیش گرفته‌اند. در واقع نگه داشتن یک مشتری وفادار همیشه کم‌هزینه‌تر از جذب مشتری تازه است. برندهایی که به ارزش طول عمر مشتری توجه می‌کنند، کمپین‌هایی طراحی می‌کنند که بیشتر بر حفظ ارتباط تمرکز دارد تا جذب مقطعی. این یعنی پیامک‌های تبریک تولد، پاداش برای خرید دوم یا حتی یک تماس پیگیری ساده می‌تواند بسیار پربازده‌تر از یک بلبورد در بزرگراه باشد.

علاوه بر کاهش هزینه، این نگاه باعث افزایش دقت در انتخاب مشتریان هدف می‌شود. وقتی شما می‌دانید که کدام مشتری بیشترین ارزش را دارد، بودجه بازاریابی‌تان را دقیق‌تر تخصیص می‌دهید. این یعنی بازدهی بیشتر با منابع کمتر. در بلندمدت، چنین رویکردی منجر به شکل‌گیری جامعه‌ای از مشتریان وفادار می‌شود که حتی بدون تبلیغ هم خرید می‌کنند، شما را به دوستان‌شان معرفی کرده و تبدیل به سفیر برندتان می‌شوند. به عبارت ساده‌تر، ارزش طول عمر مشتری سرمایه‌ای است که بهره‌اش را در آینده خواهید گرفت. ماجرا جالب شد، نه؟

افزایش وفاداری و ارتباط بلندمدت با مشتری
یکی دیگر از مزایای اساسی ارزش طول عمر مشتری شکل‌گیری رابطه‌ای عمیق و ماندگارتر با مخاطب برند است. وقتی کسب و کارها به جای تمرکز صرف بر فروش فوری به فکر افزایش رضایت و تجربه مشتری باشند، مشتری نیز با احساس ارزشمندی بیشتری به برند نگاه می‌کند و همین حس پایه‌ای برای وفاداری می‌شود.

مشتری وفادار فقط کسی نیست که دوباره خرید می‌کند؛ او کسی است که برند را به عنوان بخشی

از سبک زندگی خود می‌پذیرد. کافی است نگاهی به طرفداران برندهایی مانند اپل، نایک یا حتی فروشگاه‌های زنجیره‌ای موفق بیندازیم. این مشتریان با برند احساس تعلق دارند و از تجربه‌شان در کنار آن لذت می‌برند. با افزایش طول عمر مشتری، برندها فرصت پیدا می‌کنند تا روابطی انسانی‌تر، صمیمی‌تر و بهتر با مشتریان خود برقرار کنند. این رابطه تنها در قالب تخفیف و پاداش نیست، بلکه با گوش دادن به نیازهای مشتری، پاسخگویی به دغدغه‌ها و حتی ایجاد حس مشارکت شکل می‌گیرد. وقتی مشتری حس کند نظارش اهمیت دارد، دلیلی محکم برای تداوم خرید از برند شما پیدا خواهد کرد.

چنین ارتباطی در طول زمان به اعتماد تبدیل می‌شود. در روزگاری که اعتماد کمیاب‌ترین دارایی برندهاست،

این سرمایه غیرملوس می‌تواند مسیر توسعه را هموار کند و مشتری را از یک خریدار ساده به سفیر برند تبدیل کند. مشتری‌ای که برای‌تان تبلیغ می‌کند، از شما دفاع می‌کند و حتی در بحران‌ها کنارتان می‌ماند. در نهایت، وفاداری حاصل شده از مدیریت درست ارزش طول عمر مشتری نه تنها به حفظ مشتریان کمک می‌کند، بلکه فرصت خلق تجربه‌های تازه و طراحی خدمات اختصاصی را نیز فراهم می‌سازد. تجربه‌ای که گاه برای مشتری ارزشمندتر از خود محصول است.

پیش‌بینی دقیق‌تر درآمد‌ها

مدیریت ارزش طول عمر مشتری به برندها کمک می‌کند تا با نگاهی واقع‌بینانه‌تر مسیر مالی خود را طراحی کنند. برخلاف حدس و گمان یا پیش‌بینی‌های غیرمستند، ارزش طول عمر مشتری به کسب و کارها ابزار عددی دقیقی می‌دهد تا آینده خود را بهتر ببینند. وقتی یک برند بتواند براساس رفتار خرید مشتریان، طول مدت رابطه آنها با کسب و کار و الگوهای تکرار خرید ارزش متوسط هر مشتری را تخمین بزند، برنامه‌ریزی مالی‌اش بسیار دقیق‌ و منطقی‌تر خواهد بود. دیگر بودجه‌ها براساس حدس زدن تنظیم نمی‌شوند؛ بلکه بر پایه داده‌هایی هستند که از مشتریان واقعی به دست آمده‌اند. افزون بر این، داشتن درکی عمیق از ارزش طول عمر مشتری به شما این امکان را می‌دهد که در کمپین‌های آتی، بهتر تصمیم بگیرید. مثلا ممکن است بفهمید مشتریان یک بخش خاص از بازار، ارزش بالاتری دارند و باید تمرکز بیشتری روی آنها گذاشت. شاید هم مشخص شود که بخشی از هزینه‌های تبلیغاتی، بازدهی مطلوبی نداشته‌اند و باید در استراتژی تجدیدنظر کرد. این قابلیت پیش‌بینی و تنظیم استراتژی، پایه‌ای برای رشد پایدار است. کسب و کارهایی که فقط به درآمد امروز فکر می‌کنند، معمولا در رقابت دوام نمی‌آورند؛ اما برندهایی که آینده‌نگرند و مسیر رشد را بر پایه ارزش واقعی مشتریان می‌سازند، شانس بالایی برای بقا و گسترش دارند. بی‌شک به کسب و کارها کمک می‌کند تا آینده را بهتر ببینند و برای آن آماده شوند. آن هم نه با رویای موفقیت، بلکه با ابزار دقیق تصمیم‌سازی.

تقویت تجربه مشتری و بهبود خدمات
اگر بدانید که یک مشتری در طول زمان چقدر برای کسب و کار شما ارزش دارد، آیا حاضرد خدمات معمولی به او بدهید؟ خب این امر خیلی بعید است. این نگاه باعث می‌شود برندها تلاش کنند تا تجربه‌ای فراتر از انتظار برای مشتریان خلق کنند. تجربه‌ای که نه تنها وفاداری را افزایش می‌دهد، بلکه احتمال خریدهای مکرر را نیز بالا می‌برد.

در دنیای رقابتی امروز، تجربه مشتری مهمترین وجه تمایز برندهاست. وقتی تمرکز بر ارزش طول عمر مشتری باشد، تیم‌ها یاد می‌گیرند که به جای نگاه کوتاه مدت به فروش، روی ایجاد حس رضایت، راحتی و لذت خرید تمرکز کنند. مثلا یک فروشگاه اینترنتی می‌تواند با شخصی‌سازی پیشنهاده‌ها، پاسخگویی سریع یا حتی ارسال یادآوری‌های کاربردی، تجربه‌ای منحصر به فرد بسازد.

از طرفی ارزش طول عمر بالا نشان می‌دهد که مشتریان از خدمات شما رضایت دارند. این بازخورد به صورت غیرمستقیم به برند کمک می‌کند تا نقاط قوت خود را بشناسد و بر آنها تمرکز کند. همین شناخت می‌تواند موتور محرک نوآوری و بهبودهای آتی باشد. همچنین برندها با نگاه به این معیار متوجه می‌شوند که رضایت مشتریان قدیمی چقدر حیاتی است. شاید لازم باشد خدمات پشتیبانی را تقویت کنند یا بخشی از فرایند خرید را ساده‌تر سازند. در هر صورت، ارزش طول عمر مشتری نشانه‌ای برای بهترشدن ترسیم می‌کند. در نهایت، تجربه مثبت مشتری چیزی نیست که تنها با تخفیف ساخته شود. بلکه حاصل سال‌ها تعامل درست، گوش دادن فعال و ارائه خدماتی است که دقیقا با نیاز مشتری هماهنگ است. بنابراین باید برای بهره‌برداری درست از این فرآیند کمی هم که شده صبر و شکیبایی را چاشنی کار کنید.

ارتقای اعتبار برند

ارزش طول عمر مشتری تنها به سود مالی ختم نمی‌شود، بلکه تاثیر شگرفی بر اعتبار برند دارد. مشتریانی که تجربه خوبی از برند دارند، درباره آن صحبت می‌کنند، آن را پیشنهاد می‌دهند و حتی در مواقع بحرانی از آن دفاع می‌کنند. این یعنی ارزش طول عمر بالا به مرور به افزایش قدرت برند در بازار منجر می‌شود. در بازار امروز که اطلاعات به سرعت منتشر می‌شوند، برندهایی که مشتریان وفادار دارند بهتر می‌توانند با شایعات، نارضایتی‌ها یا حتی رقابت سنگین مقابله کنند. مشتریانی که بارها و بارها از شما خرید کرده‌اند، به برند اعتماد دارند و به سادگی آن را با گزینه‌های دیگر جایگزین نمی‌کنند.

علاوه بر این، مشتریانی با ارزش بالا اغلب در گفت‌وگو با دیگران نقش مرجع را دارند. وقتی آنها از تجربه مثبت خود به برند می‌گویند، احتمال جذب مشتریان جدید نیز افزایش می‌یابد. این نوع تبلیغ فرد به فرد بهترین و کم‌هزینه‌ترین الگوی بازاریابی است. با این حساب چرا یک بازاریاب باید دست رد به چنین گزینه‌ای بزند؟

همچنین ارزش طول عمر بالا انگیزه‌ای برای توسعه برند به حوزه‌های تازه فراهم می‌آورد. وقتی بدانید که پایگاهی از مشتریان وفادار راحتمل می‌توانید محصولات جدید معرفی کنید یا وارد بازارهای نو شوید؛ چراکه بخش بزرگی از فروش اولیه توسط همان مشتریان وفادار صورت خواهد گرفت.

یادتان باشد، ارزش طول عمر مشتری نه فقط عددی مالی، بلکه بازتابی از سلامت برند است. هرچه این عدد بالاتر باشد، یعنی برند جایگاه مستحکم‌تری در ذهن و دل مشتریان دارد. جایگاهی که حتی با رقابت یا بحران هم به سادگی از بین نمی‌رود.

روش‌ها بهبود ارزش طول عمر مشتری

شخصی‌سازی تجربه مشتری
در دنیایی که مشتریان با انبوهی از انتخاب‌ها روبه‌رو هستند، برندهایی برده‌اند که بتوانند تجربه‌ای اختصاصی برای هر مشتری رقم بزنند. شخصی‌سازی نه فقط یک تکنیک بازاریابی، بلکه نوعی احترام گذاشتن به هویت مشتری است. وقتی مخاطب احساس کند پیشنهادهای دریافتی دقیقا با سلیقه و نیاز او هماهنگ است، احتمال تعامل، خرید مجدد و حتی توصیه برند به دیگران افزایش می‌یابد.

برای اجرای شخصی‌سازی، برندها باید داده‌محور عمل کنند. اطلاعات مربوط به خریدهای قبلی، زمان‌های ترجیحی خرید، علاقه‌مندی‌ها یا حتی بازخوردهای گذشته می‌توانند مانند قطعات یک پازل کنار هم قرار گیرند تا تصویری دقیق از هر مشتری ترسیم شود. این تصویر زمینه‌ساز خلق پیام‌ها، تخفیف‌ها و پیشنهادهایی می‌شود که حس خاص بودن را به مشتری القا می‌کند. فرض کنید یک فروشگاه پوشاک آنلاین بداند که مشتری در آغاز هر فصل سراغ خرید می‌رود و بیشتر به رنگ‌های خنثی علاقه دارد. ارسال یک پیام با عنوان «منتخب رنگ های خنثی برای شروع پاییز؛ مخصوص شما» می‌تواند نرخ بازگشت را به طور چشمگیری افزایش دهد. چنین تجربه‌ای در مشتری نشان می‌دهد که برند فقط به فکر فروش نیست، بلکه او را واقعا می‌شناسد.

این سطح از شناخت و شخصی‌سازی به مرور به ابدهای عمیق‌تر تبدیل می‌شود. مشتری حس می‌کند در یک تعامل انسانی حضور دارد، نه صرفا یک تراکنش مالی. به همین دلیل است که شخصی‌سازی، یکی از قدرتمندترین راهکارها برای تقویت وفاداری و افزایش طول عمر مشتری محسوب می‌شود. نکته مهم در

اجرای شخصی‌سازی، حفظ تعادل میان کارایی و حریم خصوصی است. استفاده درست از داده‌ها باید با شفافیت و احترام به اطلاعات شخصی مشتری همراه باشد. تنها در این صورت است که اعتماد شکل می‌گیرد و فرآیند شخصی‌سازی به یک مزیت پایدار تبدیل می‌شود.

برنامه‌های وفاداری هدممند و جذاب

برنامه‌های وفاداری در ظاهر ساده به نظر می‌رسند، اما اگر به درستی طراحی شوند، می‌توانند موتور محرک افزایش ارزش طول عمر مشتری باشند. هدف اصلی چنین برنامه‌هایی، ایجاد انگیزه برای بازگشت و خریدهای مکرر است. در عین حال نکته کلیدی در موفقیت آنها طراحی خلاقانه و مبتنی بر نیازهای واقعی مخاطبان است.

برنامه وفاداری نباید صرفا به امتیازدهی خلاصه

شود. مشتری باید حس کند عضویت در این برنامه مزایایی انحصاری برای او دارد. مثلا دسترسی زودتر به محصولات جدید، خدمات شخصی‌سازی‌شده یا حتی دعوت به رویدادهای اختصاصی می‌تواند سطح جدیدی از تعامل را رقم بزند. وقتی مشتری احساس کند عضوی از یک باشگاه ویژه است، ارتباطش با برند فراتر از رابطه خرید و فروش خواهد شد. یکی از مثال‌های موفق در این زمینه باشگاه مشتریان برند استارباکس است. این برند با ایجاد یک ساختار چند مرحله‌ای برای برنامه وفاداری خود مشتریان را تشویق به افزایش تعامل و ارتقای سطح عضویت کرده است. امتیازهایی مانند نوشیدنی رایگان، سفارش سریع یا حتی پیام‌های شخصی‌سازی شده تجربه مشتری را ارتقا می‌دهند. طراحی چنین برنامه‌هایی نیازمند درک عمیق از رفتار مشتریان و بازخوردهای آنهاست. گاهی لازم است چند مدل مختلف آزموده شود تا بهترین ترکیب پاداش و تعامل کشف گردد. در هر صورت برنامه وفاداری باید حس ارزشمندی را در مشتری تقویت کند، نه صرفا ارائه چند درصد تخفیف. در نهایت، وقتی مشتری ببیند که برند برای تداوم رابطه برنامه‌ریزی کرده و به او جایگاهی خاص داده است، انگیزه‌اش برای بازگشت و ماندن چند برابر می‌شود. این یعنی سرمایه‌گذاری بلندمدت روی مشتریانی که می‌توانند در آینده، ارزشمندترین دارایی برند باشند.

ارائه خدمات پشتیبانی استثنایی

در جهانی که رقابت میان برندها به شدت فشرده است، تفاوت واقعی نه در محصول، بلکه در تجربه خدمات رقم می‌خورد. یکی از مهمترین عوامل تاثیرگذار بر حفظ و رشد ارزش طول عمر مشتری کیفیت پشتیبانی و خدمات پس از فروش است. مشتریان امروز بیش از هر زمان دیگری به پاسخگویی سریع، محترمانه و کلیدی اهمیت می‌دهند و اینجاست که برندها می‌توانند با درخشش در پشتیبانی، گوی رقابت را از دیگران برایند. پشتیبانی خوب فقط به معنای پاسخ دادن به شکایت‌ها نیست، بلکه یعنی پیش از بروز مشکل همراه مشتری بودن. برای مثال، برندهایی که پس از خرید با مشتری تماس می‌گیرند و درباره رضایت‌مندی او سؤال می‌کنند یا دستورالعمل‌های استفاده از محصول را در قالبی جذاب و ساده ارائه می‌دهند، نشان می‌دهند که رابطه با مشتری برای‌شان مهمتر از یک بار فروش است. یکی از نکات کلیدی در این حوزه، استفاده از کانال‌های متنوع پشتیبانی است. برخی مشتریان ترجیح می‌دهند از طریق تماس تلفنی با برند در ارتباط باشند، در حالی که گروهی دیگر راه‌های دیجیتال مانند چت آنلاین، ایمیل یا حتی پیام در شبکه‌های اجتماعی را ترجیح می‌دهند. تنوع و انعطاف‌پذیری در پاسخگویی، به مشتری این حس را می‌دهد که برند با او همراه است، نه مقابل او. مثالی ساده اما گویا در این زمینه تجربه مشتریان شرکت تارگت است. این برند خرده‌فروشی با ساختن فرهنگِ بر پایه حمایت بی‌قید و شرط از مشتریان، توانسته است شهرتی جهانی در ارائه پشتیبانی استثنایی به دست آورد. آنها حتی در مواقعی که نیاز به بازگرداندن کالا نیست همچنان خدمات جایگزینی را پیشنهاد می‌دهند. آن هم فقط برای اینکه مشتری حس کند مهم است. فراموش نکنید، پشتیبانی حرفه‌ای نه تنها مشتری‌ها را حفظ می‌کند، بلکه آنها را به مبلغان داوطلب برند نیز تبدیل می‌کند. کافی است که یک تجربه فوق‌العاده در ذهن مشتری ثبت شود تا او در جمع دوستان و آشنایان بی‌هیچ هزینه‌ای برای برند تبلیغ کند. خب در این میان چه چیزی ارزشمندتر از تبلیغی که از دل رضایت واقعی می‌جوشد؟ اینظوری شما با یک تیر دو هدف خواهید زد؛ هم رضایت مشتریان را دارید، هم یک ابزار تبلیغاتی بی‌نهایت موثر.

استفاده هوشمندانه از بازاریابی محتوایی

در دنیای رقابتی امروز، دیگر جذب مشتری تنها شرط موفقیت نیست. آنچه برندها را متمایز می‌سازد، توانایی آنها در حفظ، رشد و عمیق‌تر کردن رابطه با مشتریان فعلی است. مفهوم ارزش طول عمر مشتری دقیقا همین نقطه را نشانه رفته است: تبدیل مشتریان گذرا به همراهان وفادار. همانطور که دیدیم، استفاده از استراتژی‌هایی مانند شخصی‌سازی، طراحی برنامه‌های وفاداری، خدمات پشتیبانی قدرتمند، بازاریابی محتوایی هوشمند و تحلیل مداوم رفتار مشتری می‌تواند به برندها کمک کنند تا نه فقط درآمد خود را افزایش دهند، بلکه ساختار ارتباطی پایداری را با مشتریان شکل دهند. این ارتباط سرمایه‌ای است که در نوسانات بازار و تغییرات اقتصادی همواره همراه برند باقی می‌ماند.

بر بازاریابی مدرن حفظ مشتری از جذب مشتری مهتر است. وقتی این حفظ همراه با رضایت، تعامل و احترام باشد مشتری نه تنها بارها بازمی‌گردد، بلکه برند را به دیگران نیز توصیه می‌کند. در حقیقت، ارزش طول عمر مشتری نه فقط یک شاخص مالی، بلکه یک قطب نام برای استراتژی‌های پایدار و موثرتر در کسب و کار است. پس باید تمرکز به جای فروش آتی، به ساختن روابطی فکر کنیم که دوام دارند؛ روابطی که هر بار لیخند رضایت مشتری را با خود همراه دارند و از دل همان لیخند، فردایی روشن‌تر برای برند ما شکل می‌گیرد. خب منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.

منابع:

https://userpilot.com/blog/ltv-optimization/
https://www.shopify.com/enterprise/blog/increase-customer-lifetime-value-clv
https://www.mxtrautomation.com/strategies-to-maximize-customer-lifetime-value/

ارائه محتوای آموزشی، داستان‌های الهام‌بخش، راهنماهای کاربردی یا حتی پشت پرده‌هایی از نحوه تولید محصول می‌تواند برند را از حالت یک فروشنده خشک و رسمی خارج کرده و به دوستی قابل اعتماد تبدیل کند. این محتوا، اگر با شناخت صحیح از مخاطب طراحی شود دقیقا همان چیزی خواهد بود که مشتری به دنبالش است. اجازه دهید یک مثال ساده در این رابطه را با هم مرور کنیم. یک برند تولید کننده لوازم جانبی خودرو می‌تواند ویدئویی تحت عنوان «نکات مراقبت از بدنه خودرو در تابستان» را منتشر کند. این محتوا نه تنها فروش مستقیم ندارد، بلکه به مشتری آموزش می‌دهد و باعث ایجاد وابستگی و اعتماد به برند می‌شود. مشتری در چنین حالتی به برند به عنوان مرجعی تخصصی نگاه خواهد کرد، نه صرفا یک فروشنده.

مزیت دیگر بازاریابی محتوایی، امکان استمرار ارتباط است. برخلاف تبلیغات کوتاه مدت، محتوا می‌تواند همیشه در دسترس باشد و در مسیرهای مختلف (از سایت گرفته تا شبکه‌های اجتماعی و ایمیل) مخاطب را همراهی کند. این استمرار باعث می‌شود برند در ذهن مشتری ماندگار شود، حتی زمانی که خریدی در جریان نیست. محتوای خوب به اعتماد ختم می‌شود و اعتماد به خرید دوباره، ترکیب این دو، یعنی ایجاد یک رابطه پایدار و بلندمدت با مشتری؛ چیزی که مستقیما به افزایش ارزش طول عمر او منجر خواهد شد. پس بازاریابی محتوایی نه یک هزینه، بلکه سرمایه‌گذاری روی وفاداری و سودآوری آینده است.

تحلیل و بهینه‌سازی مداوم رفتار مشتری

یکی از مهمترین ابزارها برای افزایش ارزش طول عمر مشتری شناخت دقیق اوست. در عین حال این شناخت نباید به یکبار تحلیل محدود شود. مشتریان دائما در حال تغییر هستند. نیازها، سلیقه‌ها، الگوهای خرید مشتریان دائما تغییر می‌کند. بنابراین اگر برندها بخواهند ارتباط خود را حفظ و تقویت کنند، باید مرتبا رفتار مشتری را تحلیل و اقدامات خود را بهینه کنند.

تحلیل رفتار مشتری به کمک ابزارهای دیجیتال داده‌های دقیق و ارزشمندی در اختیار برندها قرار می‌دهد. این داده‌ها می‌توانند نشان دهند که مشتریان چه محصولاتی را بیشتر می‌خرند، چه زمانی از سسال فعال‌تر بوده، چقدر زمان روی سایت می‌گذرانند و در چه نقاطی فرایند خرید را ترک می‌کنند. این اطلاعات مثل چراغ قوه‌ای در تاریکی تصمیم‌گیری هستند؛ به برندها کمک می‌کنند مسیرهای درست را بشناسند و مسیرهای ناکارآمد را کنار بگذارند. کار ملموسی از این موضوع را می‌توان در فروشگاه‌های آنلاین دید. فرض کنید داده ها نشان دهند که مشتریان در مرحله نهایی پرداخت، اغلب خرید خود را رها می‌کنند. با بررسی جزئی‌تر ممکن است مشخص شود که فرایند پرداخت طولانی یا غیرشفاف است. بهینه‌سازی این بخش، مستقیما به افزایش نرخ تکمیل خرید منجر می‌شود و از طرف دیگر، تجربه مشتری را بهبود می‌بخشد. همین بهبودهای کوچک در مجموع تاثیری بزرگ بر طول عمر مشتری خواهند داشت.

نکته مهم در تحلیل رفتار مشتری، نگاه بلندمدت است. گاهی یک تغییر بلافاصله نتیجه نمی‌دهد، اما در بلندمدت مسیر وفاداری مشتری را تقویت می‌کند. بنابراین برندها باید صبور بوده، بازخورد بگیرند و به صورت مستمر از اطلاعات جدید برای تصمیم‌گیری استفاده کنند. این فرایند، نوعی یادگیری دائمی از دل تعامل با مشتری است. یادتان باشد، تحلیل و بهینه‌سازی مداوم نه تنها به افزایش سود منجر می‌شود، بلکه به برند کمک می‌کند هم پای مشتری حرکت کند. این مهسوس، باعث ایجاد رابطه‌ای واقعی، انسانی و پایدار می‌شود؛ رابطه‌ای که فراتر از خریدهای تکراری، به احساس تعلق و مشارکت ختم خواهد شد.

سخن پایانی

در دنیای رقابتی امروز، دیگر جذب مشتری تنها شرط موفقیت نیست. آنچه برندها را متمایز می‌سازد، توانایی آنها در حفظ، رشد و عمیق‌تر کردن رابطه با مشتریان فعلی است. مفهوم ارزش طول عمر مشتری دقیقا همین نقطه را نشانه رفته است: تبدیل مشتریان گذرا به همراهان وفادار. همانطور که دیدیم، استفاده از استراتژی‌هایی مانند شخصی‌سازی، طراحی برنامه‌های وفاداری، خدمات پشتیبانی قدرتمند، بازاریابی محتوایی هوشمند و تحلیل مداوم رفتار مشتری می‌تواند به برندها کمک کنند تا نه فقط درآمد خود را افزایش دهند، بلکه ساختار ارتباطی پایداری را با مشتریان شکل دهند. این ارتباط سرمایه‌ای است که در نوسانات بازار و تغییرات اقتصادی همواره همراه برند باقی می‌ماند. بر بازاریابی مدرن حفظ مشتری از جذب مشتری مهتر است. وقتی این حفظ همراه با رضایت، تعامل و احترام باشد مشتری نه تنها بارها بازمی‌گردد، بلکه برند را به دیگران نیز توصیه می‌کند. در حقیقت، ارزش طول عمر مشتری نه فقط یک شاخص مالی، بلکه یک قطب نام برای استراتژی‌های پایدار و موثرتر در کسب و کار است. پس باید تمرکز به جای تمرکز بر فروش آتی، به ساختن روابطی فکر کنیم که دوام دارند؛ روابطی که هر بار لیخند رضایت مشتری را با خود همراه دارند و از دل همان لیخند، فردایی روشن‌تر برای برند ما شکل می‌گیرد. خب منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.

منابع: