

کلید توسعه پایدار ایران

مسعود سپهر
جامعه‌شناس سیاسی
همه نام «توماس ادیسون» را به عنوان مخترع لامپ می‌شناسند، حتی امروز که دیگر کمتر نشانی از آن لامپ‌ها در زندگی ما وجود دارد. نام «گراهام بل» به عنوان مخترع تلفن برای همه آشناست. اما تلفن‌های همراه و هوشمند توسط چه کسی اختراع شده است؟ واقعیت آن است که تلاش برای حرکت در مسیر پرشتاب توسعه که امروز مسئله اول همه ملت‌های جهان و از جمله ما ایرانیان است، از دوش افراد و قهرمانان و رهبران، برداشته شده و بر دوش نهادها و مجموعه‌های انسانی، قرار گرفته است. عرصه‌های مختلف از چنان پیچیدگی و وسعتی برخوردار شده که جز با هم‌افزایی عقول انسانی و سازماندهی هماهنگی گروه‌های بزرگ افراد در قالب نهادها ممکن نیست. سازنده لامپ‌های کم‌مصرف و تلفن‌های هوشمند و هزاران محصول پیچیده کوچک و بزرگ که هر روز از آن بهره می‌بریم چه کسانی هستند، چون محصول کار و فکر مشترک هماهنگ هزاران انسان در سراسر جهان است. در همه کشورهایی که امر توسعه به هر شکل و شیوه رخ داده حتما محصول این هماهنگی و نهادهاسازی و هم‌افزایی مجموعه‌های بزرگ انسانی بوده است.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

بانک مرکزی برای مدیریت بازار ارز، وارد عمل شد

۶ فرمان برای مهار بازار ارز



کلید توسعه پایدار ایران

توده‌ای، مقابل جامعه مدنی و خاستگاه سیاسی نظام‌های اقتدارگرا است. در جامعه تودهای، هر فرد به شکل یک ذره معلق در میان ذره‌ها، هیچ وابستگی ارگانیک براساس علایق و منافع خود با دیگر افراد ندارد. فرد یا ذوب در مرکز قدرت است یا مرعوب آن. به همین دلیل، قدرت حاکم از هیچ چیز به اندازه تشکل افراد در احزاب مستقل، اتحادیه‌ها و سندیکاها، مجامع صنفی هنری، فرهنگی، علمی، دانشجویی و حتی مراکز تولیدی بزرگ بخش خصوصی واقعی و کارآفرین، واهمه ندارد اما تا زمانی که قدرت سیاسی اقتدارگرا نفهمد دیگر دوران توسعه آمرانه از بالا و بدون مشارکت آزادانه و اخلاق همه مردم در قالب نهادهای مدنی، سپری شده است، توسعه همه‌جانبه و پایدار امکان ندارد. از همان زمان که لامپ «ادیسون» و تلفن «گراهام بل»، جای خود را به لامپ کم‌مصرف و تلفن هوشمند داد، دیگر کمتر خبری از اختصایات سراسری کارگران برای افزایش دستمزد در کشورهای غربی می‌شنویم. اتحادیه‌های کارگری فهمیدند افزایش دستمزد در گرو افزایش بهره‌وری و رقابت بیشتر است و برای همین اعتصاب نمی‌کنند. کارفرما هم می‌داند با زور و فشار قادر به تولید محصول بهتر و بیشتر نیست و باید به انگیزه‌ها و نیازهای درونی کارگران خود توجه کند.

برای آنکه نقش نهادهای مدنی مستقل را در عرصه توسعه اقتصادی، بهتر درک کنیم، نمونه‌های زیر قابل تأمل است. در حوزه فناوری پیشرفته، شرکت‌هایی چون گوگل بینتار هستند. هرچند اینگونه شرکت‌ها براساس هوش و نبوغ افراد خاصی بنیان یافته‌اند، اما به سرعت تبدیل به نهادهایی بزرگ و مجموعه‌ای از افراد عاشق شده‌اند که شرکت را مثل خانواده خود و حتی فراتر از آن دوست می‌دارند و شرکت به بیشترین امتیازات و آزادی‌ها و امکانات را در اختیار آنها قرار داده است. در عین حال، دولت، آزادی عمل آنها را به رسمیت شناخته و اجازه داده است هر روز بزرگ‌تر و نیرومندتر شوند. مسیر اصلی توسعه اقتصادی در جهان امروز از درون چنین شرکت‌هایی می‌جوشد. در حوزه پیشرفت‌های علمی، دانشگاه‌های برتر جهان مثال‌زدنی است. همه آنها مستقل از دولت‌ها و برخوردار از آزادی‌های علمی، سیاسی و اقتصادی هستند. این دانشگاه‌ها برای خود هیچ رسالتی جز فراهم ساختن زمینه شکوفایی استعدادها و توانایی‌های خلاقانه و آزادانه استاد و دانشجو در همه زمینه‌ها، قائل نیستند. البته کسی می‌تواند وارد

این دانشگاه‌ها شود که حقیقتا عاشق باشد و بر عشق خود استوار بماند اما در عشق و رسیدن، محدودیتی ندارد. نمونه دیگر، احزاب سیاسی مستقل و متکثر است. مشارکت همه مردم به صورت آزادانه در قالب احزاب سیاسی متفاوت، اجازه نمی‌دهد قدرت، غیرپاشخگو و نقدناپذیر و مادام‌العمر و در نتیجه، فاسد شود. در همه متون توسعه، ثابت شده است که فساد فراگیر، مهمترین مانع توسعه است و احزاب سیاسی در رقابت با یکدیگر، مهمترین منبع جلوگیری از فساد هستند. طبعا می‌توان در جامعه تودهای، نمایش مشارکت سیاسی را به صحنه آورد، اما حاصل این نمایش، جز وعده‌های توخالی عوام‌پسند و گسترش فساد و رانت در اعماق قدرت نیست.

از این مثال‌ها فراوان است. حاصل کلام آنکه فناوری اطلاعات و ارتباطات و بههم پیوستگی در دنیای ما، شرایطی به وجود آورده است که حتی اگر تا چند سال پیش، رقابت و توسعه با شیوه‌ای متمرکز و آمرانه شدنی بود، امروز از محالات است. دیگر نمی‌توان با تبلیغات انحصاری، همه مردم را مجذوب کرد و نه با سرکوب، مرعوب، رسیدن به نهایت بهره‌وری و بهره‌مندی از همه خلاقیت‌ها و توانایی‌های جامعه، تنها با مشارکت آزاد تکتک آنها در نهادهای خودجوش و مستقل مدنی امکان‌پذیر است و بدون این شرایط همچنان توسعه، ناموزون و ناپایدار و برگشت‌پذیر خواهد بود. اگر وضعیت نیم‌قرن پیش همه کشورهای دنیا را با امروزشان مقایسه کنیم، حتما در بسیاری شاخص‌ها، پیشرفت‌های زیادی در همه آنها خواهیم دید و این یک پوشش جهانی است. به همین دلیل در ادبیات توسعه، مطالعات تطبیقی، نقش درجه اول را دارد. مقایسه کشورها و مناطق جغرافیایی دارای شباهت، این بیش از ایجاد می‌کند که مهم نیست یک کشور یا منطقه از کجا به کجا رسیده است، بلکه مهم آن است که به کجاها می‌توانست برسد که نرسیده است و اکنون باید برای جبران فرصت‌هایی از دست رفته، هزینه‌ها و تلاش‌های بیشتری را صرف کند. در ادبیات توسعه، دو صفت همه‌جانبه و پایدار از واژگان کلیدی است. اگر توسعه جوامع را به فرایند رشد یک موجود زنده تشبیه کنیم، همه‌جانبه بودن آن، ترجمان رشد موزون است. اگر در یک پیکر زنده، یک اندام بیش از حد رشد کند، می‌تواند سرطانی باشد که نه تنها سودی ندارد بلکه می‌تواند بدکار کردی یا مرگ اندام‌های دیگر را هم در پی داشته باشد. تاریخ توسعه ایران، آموزه‌ای عبرت‌آموز از

رابطه پنهان تورم و بی‌انضباطی پولی

می‌گویند از منابع عمومی؛ یعنی همان جیب خانواده ایرانی و البته مصرف‌کننده هم در نهایت کالا را با معادل ریالی ۱۰۰ گرفته، پول‌ها می‌خرد. چون حتی اگر سیاستمدار باور دارد که قیمت‌ها را دولت‌ها تعیین نمی‌کنند، در هر اقتصادی قیمت‌ها را بازارها تعیین می‌کنند. وقتی کالایی در بازاری ارزان است یا تقاضا برایش آنقدر افزایش می‌یابد که قیمتش بالا برود یا به بازاری می‌رود که تقاضای بالاتری دارد. اینجاست که باید گفت، این ارز چندنرخ‌ی است که با تحلیل منابع ارزی کشور، افزایش استقرار از بانک مرکزی و عرضه ریال بی‌پشتوانه، باعث تورم می‌شود. ارز تک‌نرخ‌ی، نیاز و لازمه انضباط پولی است که تورم را کنترل می‌کند. سیاستی که برخی به بهانه رفاه مصرف‌کننده و با انگیزه منافع محلی و رانت‌های باندهای قدرت با آن مخالفند، این در حالی است

که اگر دولتی نخواهد اجازه بدهد یک هیأت ناظر مستقل بر بازار ارز، بدون دخالت سیاست‌بازی‌ها و سیاست‌زدگی‌ها، بازار ارز را اصلاح کند، باید سه‌گانه پولی را بپذیرد: ۱) ارز تک‌نرخ‌ی بر مبنای بازار ۲) هدف تورمی ۳) انضباط پولی. برخلاف باور بسیاری از سیاست‌گذاران و ناظران، مردم ایران هم درآمده‌شان و هم هزینه‌شان به ریال است. این بی‌انضباطی دولت‌ها در افزایش هزینه‌های‌شان و تأمین هزینه‌ها از طریق عرضه پول است که تورم را رقم می‌زند. پژوهش‌های انجام‌شده درباره سیاست‌های پولی برای مهار تورم و نقش نرخ مبادله ارز در آنها، نشان می‌دهد که برای مهار تورم، یک بازار ارز متکی بر ارز تک‌نرخ‌ی، متغیر لازم و ضروری است. در حالی که بسیاری، خاورهای ایرانی را از این می‌ترسانند که ارز تک‌نرخ‌ی، افزایش قیمت‌ها را به دنبال خواهد داشت، در واقعیت تک‌نرخ‌ی شدن

روزپرنوسان بورس تهران

شاخص کل بورس تهران در دومین روز هفته به روند سبزپوشی خود ادامه داد و با رشد ۰٫۷۶ درصدی به ارتفاع ۳ میلیون و ۶۵۶ هزار واحد رسید. شاخص هم‌وزن نیز با رشد ۰٫۶۸ درصدی در تراز یک میلیون و ۲۳ هزار واحد ایستاد. بورس تهران در معاملات یکشنبه، روز پرنوسانی داشت و شاخص کل در نیم ساعت ابتدایی معاملات در پی فشار تعدادی از نادهای فلزی، بانکی و...

نقش تورم هسته در سیاست‌گذاری پولی کجاست؟

خلا آماري

تورم هسته

فرصت امروز: با توجه به روند فزاینده تورم در اقتصاد ایران و نقش حیاتی قیمت‌ها در رفاه و معیشت جامعه، «شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی» (CPI)، اهمیتی دوچندان در برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصادی و سیاسی کشور، پیدا کرده است. این شاخص، تغییرات قیمت کالاها و خدمات موجود در یک سبد ثابت از کالاها و خدمات مصرفی خانوارها را در یک دوره زمانی معین، بررسی می‌کند. در تحولات تورمی، بخشی از تغییرات قیمت دائمی و بخشی دیگر موقتی و گذراست. از اینرو، بانک‌های مرکزی و سیاست‌گذاران اقتصادی برای اتخاذ سیاست‌های پولی مناسب، باید میان تغییرات پایدار و موقتی، تمایز قائل شوند. در این راستا، مفهومی با عنوان «تورم هسته» معرفی شده که به‌عنوان شاخصی قابل سیاست‌گذاری و هدف‌گذاری، روند بلندمدت تورم را نشان می‌دهد. «تورم هسته» در تعریف ساده، نوسانات ناشی از شوک‌های قیمتی را حذف کرده و تمرکز آن بر روندهای...

شاخص مدیران خرید بخش صنعت به پایین‌تر از مرز ۵۰ واحد رسید

سیگنال رکود از شاخص صنعت

مدیریت و کسبوکار

چگونه کلمات به جای توضیح، رهبری می‌کنند؟

در دنیای مدیریت و کسب‌وکار، بسیاری از مدیران و بنیانگذاران ساعت‌ها وقت و انرژی صرف طراحی استراتژی، تحلیل داده‌ها، تولید محصول، بهبود تجربه مشتری و توسعه تیم می‌کنند اما در همین مسیر، یک عامل بسیار حیاتی معمولاً از نگاه‌شان دور می‌ماند: قدرت ساختار یافته کلمات. تا سال‌ها تصور می‌شد نوشتن یک مهارت جانبی است؛ چیزی شبیه یک توانایی تکمیلی که اگر باشد خوب است و اگر هم نباشد، لطمه بزرگی وارد نمی‌کند، اما تجربه من در نویسندگی حرفه‌ای و پژوهش‌های تخصصی در حوزه مدیریت و کسبوکار نشان داده که این باور، بیشتر از یک فرض ساده، یک خطای استراتژیک است. چرا؟ زیرا کلمات، معماری ذهنی برند را می‌سازند و برند، معماری تجربه مشتری. این مشتری ممکن است، خریدار محصولات فیزیکی ما در فروشگاه یا مغازه ما باشد و یا کارمند و سرپرست و مدیر سازمان ما. هر مدیر یا...

می‌رود و برای جبران آن به سال‌ها زمان نیاز است. بسیاری مواقع وقتی رشد موزون و همه‌جانبه نباشد، عقب‌ماندگی در یکی از زمینه‌ها تبدیل به عامل بازدارنده کل فرایند توسعه در طول زمان می‌شود؛ به عنوان مثال، اگر تولید ملی را یکی از شاخص‌های توسعه بدانیم، مقایسه آن در طول زمان بین سه کشور ایران و ترکیه و عربستان که شباهت‌های قابل توجهی دارند، درس‌آموز است. در حالی که ترکیه در این شاخص از هر دو کشور دیگر جلوتر بود، از سال ۲۰۰۳ رشد ایران آغاز می‌شود و برای اولین بار در سال ۲۰۱۰، ایران از دو کشور دیگر در این شاخص جلوتر می‌افتد، اما «عجزه هزاره سوم» و تحریم‌ها و فساد گسترده و عدم استفاده بهینه از منابع حاصل از افزایش قیمت نفت، همگی باعث می‌شوند که امروز تولید ملی ایران، نصف ترکیه و ۶۰ درصد عربستان باشد. اینجاست که باید گفت فرایند توسعه بدون داشتن یک برنامه مشخص و رهبری سیاسی منسجم که در طول زمان یک خط و برنامه را تعقیب کند، پایدار نمی‌ماند. از درجه دیگر، بسیاری پیامدهای توسعه، مانند رشد جمعیت، نیازمند آموزش‌های خاص در بلندمدت، حفظ محیط زیست، ایجاد صندوق ذخیره برای ثروت‌های بین‌نسلی و مانند اینهاست که پایداری توسعه را تضمین می‌کند و نیازمند برنامه‌ریزی‌های بلندمدت با ضمانت اجرایی قوی و پشتوانه سیاسی و فرهنگی پایدار است.

توسعه همه‌جانبه و پایدار حتماً با برنامه‌های نمایشی در تضاد است. نمایش‌ها به صحنه می‌آیند و می‌روند، اما از خود، اثری ماندگار به جا نمی‌گذارند. حال این نمایش چه برگزاری جشن تاج‌گذاری و ۲۵۰۰ ساله شاهنشاهی باشد یا راهپیمایی میلیونی یا چند کیلومتر سفره خیابانی یا بزرگ‌ترین تشییع جنازه تاریخ، که اذهان را از مسیر واقعی توسعه، منحرف می‌کند و موجب خودفریبی رهبران سیاسی می‌شود. اصولاً از ابتدای تاریخ، ساختن بلندترین ساختمان یا باشکوه‌ترین معبد یا بزرگ‌ترین توپ، وسیله‌ای برای شهرت و عظمت بوده است، اما کاربرد عملی اینها، مثل بنای اهرام مصر برای حفظ تابوئی بوده است یا بزرگ‌ترین شهر جهان که هرگز شلیک نشد و هنوز هم در محوطه کاخ کرملین آرمیده است. توسعه همه‌جانبه و پایدار، خیلی دور و خیلی نزدیک است. در یک پیش‌بینی وسیع با ذهنیت برنامه‌ریز، خیلی نزدیک است، اما برای آنکه افق دیدش از نوک بینی و محدوده تعصب‌اش فراتر نرود، بسیار دور به نظر می‌رسد.

ارز در کوتاه‌مدت بر قیمت کالا‌های مصرفی، تأثیر کمی دارد. طراحی و اجرای سیاست‌های پولی برای کنترل هدفمند تورم، همزمان با تک‌نرخ‌ی کردن ارز، باعث تعادل در قیمت‌ها و حتی کاهش نرخ تورم خواهد شد. خانواده‌های ایرانی دو گزینه دارند: یا با پرداخت مالیات غیرمستقیم از طریق تورم، تداوم رانت‌های حکومتی محافل و هیأت‌های قدرت را تضمین کنند یا با پذیرفتن ارز تک‌نرخ‌ی و مطالبه یک سیاست پولی هدفمند، منبع افزایش تورم را حذف کنند. هر مصرف‌کننده ایرانی می‌داند در صورت ادامه وضع فعلی، تورم پابرجاست و فردا باید بهای بیشتری برای کالا‌های مورد نیازش بپردازد. آیا دستگاه‌های حکومتی و دولتی آماده‌اند که به جای ایجاد و توزیع رانت با اخلاخ در بازار ارز و مالیات‌بستن به مصرف‌کننده ایرانی، نظم مالی و انضباط پولی را بپذیرند؟

علی دادبی، اقتصاددان
ما مردم ایران در ایران ریال خرج می‌کنیم. برخلاف تصور سیاست‌گذاران رانت‌خوار و رانت‌دوست، این نه هزینه واردات بلکه تقاضا برای کالاهاست که بهای آنها را در بازار تعیین می‌کند. در این روزهای شکست ساختاری سیاست‌های اقتصادی، وقت آن رسیده است که مسبب اصلی تورم را حذف کنیم و آن چیزی نیست جز بی‌انضباطی پولی دولت‌ها. مسئله این نیست که دلار چند تومان است؛ مسئله این است که دولت تا چه زمانی می‌خواهد با عرضه پول و استقرار از بانک مرکزی به تورم دامن بزند. ارز تک‌نرخ‌ی، لازمه انضباط پولی است.

بعد از بیش از چهار دهه تحمل تورم و افزایش‌های ناگهانی قیمت‌ها، وقت آن رسیده است که از خود ببرسیم

خبرنامه

پیش‌بینی قیمت طلا در سال آینده میلادی

طلا ۵۳۰۰ دلاری می‌شود؟

اونس جهانی طلا در سال ۲۰۲۵، شاهد رشد ۶۰ درصدی قیمت بود و اکنون موسسات مالی معتبر دنیا در حال بازنگری چشم‌انداز قیمتی فلز زرد برای سال ۲۰۲۶ هستند. اغلب این موسسات، انتظار تداوم رشد قوی قیمت طلا را دارند و قیمت هر اونس طلا را برای سال ۲۰۲۶، بین ۴۳۰۰ تا ۵۳۰۰ دلار برآورد کرده‌اند.
بااین حال، برخی از تحلیلگران هشدار می‌دهند که طلا در وضعیت حیاتی قرار دارد. به گزارش «کویارن»، اغلب موسسات مالی مطرح جهان بر این باورند که معاملات طلا در سال ۲۰۲۶، روندی صعودی خود را ادامه خواهد داد. اغلب این بانک‌ها، چشم‌انداز قیمتی طلا را بین ۴۵۰۰ تا ۵۰۰۰ دلار بر اونس برآورد می‌کنند.
با وجود این چشم‌اندازها، بسیاری هشدار می‌دهند که در خصوص ایجاد تغییرات بنیادین در وضعیت اقتصاد کلان کشورها یا توقف تقاضا از سوی بانک‌های مرکزی، ممکن است طلا با افت قیمت مواجه شود. حتی برخی کارشناسان می‌گویند که بازار طلا ممکن است بیش از قیمت ذاتی، خریداری شده و وارد وضعیت حیثی شده باشد.

یکی از محرک‌های رشد طلا در ماه‌های اخیر، خرید گسترده بانک‌های مرکزی، به ویژه در اقتصادهای نوظهور است. بانک‌های مرکزی چین، لهستان، ترکیه و قزاقستان همچنان حجم قابل‌توجهی طلا به ذخایر خود اضافه می‌کنند و این روند پس از بحران اوکراین و محدودسازی ذخایر روسیه به‌صورت ساختاری تشدید شده است. با وجود نوسانات مقطعی، بانک‌های مرکزی تمایل دارند ذخایر طلای خود را افزایش دهند تا تنوع‌بخشی به پرتفوی ارزی و کاهش ریسک تحریم‌های احتمالی را تضمین کنند. طبق نظر سنجی شورای جهانی طلا از بانک‌های مرکزی، اغلب نهادهای پولی جهان انتظار دارند که ذخایر طلایی آنها در ماه‌های آتی به رشد ادامه دهد. عامل دیگر رشد قیمت طلا، سیاست‌های پولی فدرل رزرو و انتظارات بازار از کاهش نرخ بهره در ماه‌های اخیر است. کاهش نرخ بهره و واقعی و تضییع دلار آمریکا، جذابیت طلا به‌عنوان یک دارایی ثابت و پوشش تئوری را افزایش می‌دهد و تقاضای سرمایه‌گذاران، به‌ویژه از طریق صندوق‌های قابل معامله در بورس (ETF) را تقویت می‌کند. نااطمینانی‌های ژئوپلیتیکی و اقتصادی، از دیگر محرک‌های مهم طلا است. تنش‌های سیاسی، ریسک‌های مالی و افزایش بدهی‌های عمومی، سرمایه‌گذاران را به سمت طلا به عنوان «ارایی امن» سوق می‌دهد. محدودیت عرضه معدن و رشد نسبتاً آهسته تولید، در مقابل تقاضای فزاینده، زمینه‌ساز حفظ و افزایش قیمت است. سرمایه‌گذاران خرد و نهادی نیز با هدف تنوع‌بخشی به سبد سرمایه‌گذاری و کاهش وابستگی به دلار، به جمع خریداران طلا پیوسته‌اند. در مجموع، ترکیب تقاضای ساختاری بانک‌های مرکزی، سیاست‌های پولی تسهیلی، جریان‌های ETF، نگرانی‌های ژئوپلیتیک و محدودیت عرضه، چارچوبی قوی برای ادامه روند صعودی طلا در سال ۲۰۲۶ ایجاد کرده است. پیش‌بینی‌ها از قیمت‌های ۴۴۰۰ تا ۵ هزار دلار برای هر اونس حکایت دارد و حتی احتمال افزایش بیشتر قیمت‌ها نیز وجود دارد. از بین موسسات مالی جهان، بانک آمریکا، چشم‌انداز صعودی طلا در سال ۲۰۲۶ را ترسیم کرده و معتقد است که قیمت هر اونس می‌تواند به ۵ هزار دلار برسد. از نگاه این بانک، موتور اصلی این روند صعودی، نه هیجان بازار، بلکه کسری‌های فزاینده بودجه آمریکا، رشد بدهی عمومی و تضعیف قدرت خرید دلار است. هرچند طلا ظاهراً در سطوح بالایی معامله می‌شود، اما از نگاه بانک آمریکا همچنان سرمایه کمی وارد آن شده است و سهم ناچیزی در پرتفوی سرمایه‌گذاران بزرگ دارد. بنابراین با افزایش نسبتاً محدود تقاضای سرمایه‌گذاری، طلا می‌تواند در سال ۲۰۲۶ به سطح ۵ هزار دلار برسد. بانک گلدمن‌ساکس نیز هدف ۴۹۰۰ دلار را برای پایان سال ۲۰۲۶ مطرح می‌کند و معتقد است که به دلیل مقیاس کوچک بازار طلا در مقایسه با بازار بدهی آمریکا، حتی جابه‌جایی‌های محدود در پرتفوی سرمایه‌گذاران خصوصی می‌تواند جهش قابل‌توجهی در قیمت‌ها رقم بزند. از دید گلدمن‌ساکس، دو محرک کلیدی این روند تداوم خرید ساختاری طلا توسط بانک‌های مرکزی پس از مسدود شدن ذخایر روسیه و آغاز چرخه کاهش نرخ بهره فدرل رزرو است.

بانک خصوصی جی‌پی‌مورگان نیز چشم‌اندازی صعودی برای طلا در اقق ۲۰۲۶ ارائه داده و معتقد است که قیمت هر اونس طلا می‌تواند تا پایان سال آینده به محدوده ۵۲۰۰ تا ۵۷۰۰ دلار برسد. موتور اصلی رشد طلا از نگاه جی‌پی‌مورگان، تداوم خرید بانک‌های مرکزی، به‌ویژه در اقتصادهای نوظهور است، جایی که سهم طلا در ذخایر ارزی همچنان پایین بوده و جای افزایش دارد. حتی با کند شدن آهنگ خرید طلا، جریان‌های پایدار بانک‌های مرکزی، همراه با افزایش تدریجی وزن طلا در پرتفوی سرمایه‌گذاران و نگرانی‌ها درباره ارزهای فیات، می‌تواند قیمت‌ها را به سطوحی فراتر از ۵ هزار دلار برساند.
دوچیه‌بانک هم چشم‌انداز طلا در سال ۲۰۲۶ را صعودی دانست و میانگین قیمت ۴۴۵۰ دلار برای هر اونس را پیش‌بینی کرد؛ درحالی‌که دامنه نوسان مورد انتظار را ۳۹۵۰ تا ۴۹۵۰ دلار می‌داند. تصویر ساختاری بازار همچنان مثبت است و تقاضای پایدار بانک‌های مرکزی و جریان سرمایه به ETFها بخش بزرگی از عرضه را جذب کرده و فشار صعودی بر قیمت‌ها ایجاد می‌کند.
دوچیه‌بانک معتقد است ورود سرمایه به ETF کف قیمتی طلا را ۲۰۲۶ در حفظ خواهد کرد، هرچند ریسک‌هایی مانند کاهش کمتر از انتظار نرخ بهره آمریکا با افت سرعت خرید ذخایر رسمی همچنان پابرجاست.

همچنین موسسه ING چشم‌انداز طلا در سال ۲۰۲۶ را همچنان صعودی ارزیابی می‌کند و معتقد است که این فلز گران‌بها پس از جهش کم‌سابقه سال‌های اخیر، رکوردهای تازه‌ای ثبت خواهد کرد. این بانک باور دارد که تقاضای ساختاری بانک‌های مرکزی، ماهیتی پایدار دارد و عرضه معدنی نیز انعطاف‌پذیر نیست. بر این اساس، موسسه ING، میانگین قیمت طلا در سال ۲۰۲۶ را حدود ۴۳۲۵ دلار در هر اونس برآورد کرد. هم‌زمان با سایر بانک‌ها، مورگان استنلی معتقد است که روند صعودی طلا در سال ۲۰۲۶ ادامه خواهد یافت و پیش‌بینی خود را به محدوده ۴۴۰۰ تا ۴۵۰۰ دلار برای هر اونس ارتقا داد. از نظر تحلیلگران مورگان استنلی، طلا بیش از یک پوشش تورمی، به شاخصی از ریسک‌های ژئوپلیتیک و سیاست پولی تبدیل شده است. با وجود ریسک‌هایی مانند افت تقاضای جواهرات یا توقف کاهش نرخ بهره، مورگان استنلی همچنان چشم‌انداز طلا در سال آینده میلادی را مثبت ارزیابی می‌کند.
براساس این گزارش، با وجود انتظار صعود قوی طلا در بین موسسات مالی بزرگ جهان، نگرانی‌هایی نیز در خصوص حیاتی شدن این بازار وجود دارد. قیمت طلا ۵۴ درصد بالاتر از ابتدای سال است و ۴۲ درصد از اوج قبلی خود در سال ۱۹۸۰ (با تعدیل تورم) فراتر رفته است. در این راستا، بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی (BIS)، با صدور یک هشدار، اعلام کرده که طلا و سهام آمریکا هم‌زمان دارای نشانه‌های یک حباب هستند؛ وضعیتی که در ۵۰ سال اخیر بی‌سابقه بوده است. این رشد انفجاری، به ویژه در طلا، می‌تواند منجر به یک اصلاح شدیدبار و سریع شود. به گزارش «کونومست»، بخش اعظم جریانات ورودی به صندوق‌های قابل معامله در بورس طلا (ETF) و سهام آمریکا در ماه‌های اخیر مربوط به سرمایه‌گذاران خرد (Retail Investors) بوده است. بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی (BIS) اشاره می‌کند که رفتار جمعی این سرمایه‌گذاران می‌تواند نوسانات قیمتی را در صورت فروش‌های اضطراری تشدید کرده و ثبات بازار را تهدید کند. طلا بیش از آنکه یک دارایی امن سنتی باشد، به یک دارایی سفته‌بازانه تبدیل شده است، به‌خصوص با توجه به صعود هم‌زمان با بازار سهام. از منظر سرمایه‌گذاری نهادی نیز صعود طلا این بار بدون بحران‌های شدید و رکودهای سنتی رخ داده است، که با رالی‌های قبلی تفاوت ایجاد کرده است. علی‌رغم خریدهای تاریخی توسط برخی بانک‌های مرکزی، شواهد محکمی برای کنار گذاشتن گسترده دلار وجود ندارد. حجم خرید بانک‌های مرکزی در بازارهای نوظهور همچنان کم است و داده‌های صندوق بین‌المللی پول، نشان‌دهنده کند شدن خریدها از سال گذشته است. به نظر می‌رسد رالی اخیر بیشتر توسط سفته‌بازانی که به‌دنبال روند صعودی هستند، تقویت شده است. در صورت معکوس شدن این روند، سرمایه‌گذاران وفادار به طلا ممکن است با ریسک بزرگی مواجه شوند.

شاخص مدیران خرید بخش صنعت به پایین‌تر از مرز ۵۰ واحد رسید

سیگنال رکود از شامخ صنعت



در این میان، تطبیق روند شاخص مدیران خرید صنعت با تغییرات تولید صنعتی، مهم است. انطباق شامخ با رشد ارزش‌افزوده بخش صنعت کشور به‌عنوان تغییرات تولید صنعت و تغییرات کسب‌وکار حوزه صنایع کارخانه‌ای، قابل توجه است. روند شامخ صنعت کشور به‌طور نسبی هم‌راستا با روند رشد ارزش‌افزوده بخش صنعت (بانک مرکزی ایران) طی فصل‌های مربوطه در سال‌های اخیر است. این موضوع در سیاستگذاری کشور به‌خصوص در حوزه‌های شاخص‌های پیشرو می‌تواند کمک اساسی نماید.

سیاهه بلند چالش‌های بخش خصوصی

عدم تخصیص به‌موقع یا تأخیر در تخصیص ارز، از مهمترین مشکلات بخش خصوصی است. درخواست‌های تخصیص ارز به‌موقع تصویب نمی‌شود، مقررات و رویه‌ها به‌صورت مکرر و ناگهانی تغییر می‌کنند و وجود صف‌های طولانی و انتظار یک‌ساله برای دریافت ارز، برنامه‌ریزی تولید را یا غیرممکن و یا با تأخیر مواجه می‌سازد. همچنین افزایش نرخ ارز، عرضه ناکافی، انحصار عرضه در برخی کالاها، سهمیه‌بندی ناکارآمد در سامانه‌ها (وزارت صمت و بورس کالا) موجب کمبود و گرانی شده و بسیاری از شرکت‌ها به‌ناچار ارز خود را از بازار آزاد تهیه می‌کنند. نوسانات نرخ ارز همچنین هزینه تمام‌شده تولید را بالا برده و باعث بی‌ثباتی قیمتی شده است که رکود به همراه داشته و ریسک قرارداده‌ها را بالا می‌برد. از طرف دیگر، تقاضای داخلی پایین است، مشتریان محتاطانه خرید می‌کنند و افزایش قیمت‌ها تقاضا را سرکوب کرده است.

تغییرات مکرر مقررات (مسائل گمرک، ثبت سفارش، بورس کالا) و تغییرات روزانه در تعرفه‌ها و دستورالعمل‌ها، باعث عدم برنامه‌ریزی برای تولید شده است. تأخیر در پرداخت‌ها، فشار بر نقدینگی تولیدکنندگان وارد می‌کند و چک‌های برگشتی و تأخیرهای طولانی در بازپرداخت بدهی وجود دارد. با توجه به سخت‌گیری بانک مرکزی در تأمین اعتبار اضافی به سیستم بانکی، تأمین نقدینگی واحدهای تولیدی در ماه‌های اخیر با چالش‌هایی مواجه شده است.

کیفیت و کمبود نیروی انسانی ماهر و کاهش انگیزه نیروی کار نیز این شرایط را وخیم‌تر کرده است. از یک طرف، کمبود نیروی ماهر در برخی صنایع و کاهش انگیزه نیروی کار به دلیل دستمزدهای واقعی پایین، گزارش شده و از طرف دیگر، تعدیل نیروی انسانی در پنج ماه اخیر، شرایط را برای افزایش تدریجی بیکاری، بالا برده است. در همین حال، قیمت‌های اعلام‌شده در بورس برای برخی مواد بسیار بالا یا دارای دو نرخ متضاد است؛ این موضوع، ریسک و بی‌اعتمادی ایجاد می‌کند. سیاست‌های ضداحتکار و نظارت بر عرضه و تسهیل دسترسی تولیدکنندگان به عرضه‌های داخلی می‌تواند مؤثر باشد. در نهایت، تفاوت نرخ‌ها و مشکلات سامانه‌ای (اختلاف نرخ سامانه و بازار آزاد) باعث شده صادرات دچار اختلال شود و بازگشت ارز برای صادرکنندگان مشکل‌آفرین باشد. همچنین به دلیل کمبود نقدینگی و دسترسی محدود به تسهیلات بانکی، بنگاه‌ها از تأمین سرمایه در گردش ناتوانند، بانک‌ها با تأخیر یا با شروط سخت تأمین اعتبار می‌کنند، تقاضا ضعیف است، نقدینگی محدود و وصول مطالبات با تأخیر صورت می‌گیرد.

(نساجی، شیمیایی و فلزی) رشد داشته‌اند. میزان سفارشات جدید مشتریان در آبان‌ماه، در محدوده مرزی خنثی (۵۰) قرار گرفته و کمترین میزان سه ماهه خود را ثبت کرده است. عمده صنایع تقاضای ضعیف مشتریان را گزارش کرده‌اند و فقط چند صنعت با افزایش در سفارشات روبه‌رو بوده‌اند. در بخش تقاضای خارجی نیز میزان صادرات کالا کمترین مقدار چهار ماهه خود را به ثبت رسانده است. رفع تعهد ارزی و ریسک‌های سیاسی و اقتصاد بی‌ثبات بر تداوم رکود در صادرات نیز تأثیر گذاشته است.

در آبان‌ماه میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی همچنان در روند نزولی طولانی‌مدت قرار دارد و برای چهاردهمین ماه متوالی کاهش‌ی است و شدت کاهش شاخص در این ماه نسبت به ماه قبل اندکی بیشتر است. سطوح پایین تقاضا و افزایش نرخ ارز و هزینه‌ها که محدودیت منابع مالی برای شرکت‌ها ایجاد کرده است، باعث شده تا شرکت‌ها در تأمین مالی نیروی انسانی دچار مشکل باشند. این در حالی است که در سمت عرضه نیروی کار، کاهش انگیزه نیروی کار (به دلیل دستمزدهای کمتر از حداقل هزینه زندگی) به تداوم کمبود شدید نیروی کار ماهر در برخی صنایع، دامن زده است.

سیاه افزایش نرخ ارز بر بخش تولید

موجودی مواد اولیه خریداری شده در آبان‌ماه برای بیست‌ویکمین ماه متوالی همچنان کاهش‌ی است. افزایش نرخ ارز و قیمت مواد اولیه، باعث محدودیت در دسترسی به مواد اولیه شده است، از سوی دیگر، تخصیص ارز با وقفه طولانی و عملکرد نادرست در سامانه‌های مرتبط با تأمین مواد اولیه (سامانه بهینه‌سازی ارزی وزارت صمت و بورس کالا) به چالش زنجیره تأمین مواد اولیه دامن زده است. در همین حال، نتایج شامخ آبان‌ماه نشان می‌دهد، افزایش نرخ ارز و به‌تبع آن قیمت خرید مواد اولیه باعث شده تا تولیدکنندگان برای جبران فشار هزینه‌های تولید ناچار به افزایش قیمت محصولات تولیدشده شوند، به‌طوری‌که قیمت فروش بیشترین نرخ افزایش را طی ۴۳ ماهه اخیر از اردیبهشت ۱۴۰۱ را به ثبت رسانده است. آمارهای رسمی نیز این یافته را تأیید می‌کند چراکه شاخص قیمت مصرف‌کننده در آبان ماه نسبت به ماه قبل ۳٫۴ درصد افزایش داشته است. میزان فروش محصولات که طی دو ماه گذشته اندکی بهبود یافته بود، در آبان‌ماه مجدداً با کاهش روبه‌رو بوده است و کمترین مقدار چهار ماهه را به ثبت رسانده است. در بخش فروش خارجی نیز میزان صادرات کالا با شدت بیشتری نسبت به ماه قبل کاهش داشته است. ریسک‌های تحریمی و مشکلات رفع تعهد ارزی از دلایل اصلی آن بوده است.

شاخص انتظارات تولید در ماه آینده در آبان ماه انتظارات خوش‌بینانه را برای اکثر صنایع در ماه آینده نشان می‌دهد. هرچند صنایع تأکید کرده‌اند که نوسانات نرخ ارز، نااطمینانی و عدم ثبات سیاسی و رکود تقاضا، از مهمترین تهدیدهای ماه‌های آتی برای تداوم این امیدواری است. در مجموع، وضعیت شامخ صنعت به‌مراتب بهتر از شامخ کل اقتصاد است. بدین معنا که نگرش فعالان اقتصادی از عقب رکود در کل اقتصاد، بیش از صنایع کارخانه‌ای است و این‌ موضوع در کلان اقتصاد چندان خوشایند نیست؛ چراکه رکود در تقاضای کل اقتصاد را بیان می‌کند.

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید بخش صنعت در آبان‌ماه امسال مجدداً به مدار رکود بازگشت و با ثبت رقم ۴۹٫۹ به زیر مرز خنثی، سقوط کرد. به نظر می‌رسد روند مثبت اما کوتاه‌مدت بخش تولید، متوقف شده و شامخ صنعت نیز همچون شامخ کل اقتصاد (که برای بیستمین ماه متوالی به روند رکوردی خود در آبان‌ماه ادامه داد) در مسیر رکود قرار گرفته است. بدین ترتیب، شاخص مدیران خرید بخش صنعت پس از دو ماه ثبات نسبی (به واسطه کاهش محدودیت‌های برقی) مجدداً به روند کاهش‌ی خود بازگشته و در آبان‌ماه ۱۴۰۴، کمترین مقدار سه ماهه خود را ثبت کرده است. نکته جالب آنکه شاخص‌های اقتصادی نیمه نخست امسال (رشد ۰٫۱ درصد با نفت و منفی ۰٫۵ درصد بدون نفت و رشد منفی ۱٫۱ درصد بخش صنعت) دقیقاً با داده‌های شامخ بخش صنعت در یک راستا است. افت سفارشات جدید، کاهش موجودی مواد اولیه و کاهش استخدام‌ها از مهمترین عواملی است که فشار مضاعفی به بخش تولید، وارد کرده و به رکود عمیق صنعتی، دامن زده‌اند.

از میان شاخص‌های متنوع و گوناگونی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشر می‌شوند، شاخص مدیران خرید (Purchasing Manager's Index) از مهمترین شاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه قرار دارد و در حال حاضر برای حدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰ کشور دنیا محاسبه می‌شود. این شاخص در زبان فارسی به اختصار «شامخ» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، مأموریت محاسبه و انتشار آن را برعهده دارد. شاخص مدیران خرید یا همان شامخ براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و در آن از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود که به ۱۲ پرسش مطرح‌شده در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده است) پاسخ دهند.

شامخ صنعت در آبان به ۴۹٫۹ رسید

شاخص مدیران خرید بخش صنایع کارخانه‌ای و تولیدی کشور، نمایی بهتر و بارزتر برای سنجش وضعیت کسب‌وکار و روند تغییرات تولید و فروش است. براساس داده‌های حاصل از نظرسنجی میدانی به دست آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت ایران (تعدیل‌شده) در آبان‌ماه پس از دو ماه ثبات نسبی مجدداً به روند کاهش خود بازگشته و کمترین مقدار سه ماهه خود (۴۹٫۹) را به ثبت رسانده است؛ ازاین‌رو، نگرانی از تداوم رکود در صنعت کارخانه‌ای را افزایش داده است. در این ماه کاهش در اکثر صنایع (به غیر از نساجی، شیمیایی، فلزی و وسایل نقلیه و قطعات وابسته) رخ داده است. در این ماه همچنین کاهش مقدار این شاخص، بیشتر تحت تأثیر کاهش دو مؤلفه اصلی خود (موجودی مواد اولیه خریداری‌شده و میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی) قرار گرفته است.

شاخص مقدار تولید محصولات بخش صنعت در آبان‌ماه، در محدوده مرزی خنثی (۵۰) قرار گرفته و کمترین مقدار سه ماهه خود را به ثبت رسانده است. تقریباً اکثر صنایع به دلیل کمبود مواد اولیه، جهش نرخ ارز و محدودیت مالی و تقاضای محدود مشتریان، با کاهش میزان تولید در آبان‌ماه روبه‌رو بوده‌اند و فقط چند صنعت

با رایگان شدن طرح دوگانه‌سوز کردن خودروها، بیش از ۳۱ هزار خودرو در یک ماه گذشته در سامانه ثبت‌نام کرده‌اند. همچنین به گفته مسئولان شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی، تا پایان سال ۱۴۰۵ حدود ۱۰۰ جایگاه سی‌ان‌جی، احداث شده و به مدار عرضه اضافه خواهد شد. به گزارش «پسانه»، در راستای اجرای سیاست مدیریت مصرف سوخت و کاهش وابستگی به بنزین و استفاده از گاز طبیعی فشرده (CNG)، توسعه خودروهای دوگانه‌سوز به عنوان مکمل سیاست‌های کاهش مصرف بنزین در دستور کار قرار گرفته و طرح دوگانه‌سوز کردن خودروهای بنزینی به دوگانه‌سوز به صورت رایگان در دولت چهاردهم آغاز شده است. دوگانه سوز کردن خودروها از دهه ۸۰ در ایران شروع شد و به دلیل صرفه‌جویی زیاد در هزینه‌ها به شدت و سرعت، رواج پیدا کرد؛ تا جایی که به محبوبیت بالایی در بین مردم رسید و موجب بالارفتن سرانه خرید خودرو در کشور شد. یکی از مزایای اصلی این تکنولوژی، کاهش انتشارات گازهای گلخانه‌ای و آلودگی هواست. با استفاده هم‌زمان از گازهای زستی، این خودروها توانسته‌اند به عنوان یک گزینه پایدار و سازگار با محیط زیست در حوزه حمل و نقل ظهور کنند. همچنین در این خودروها هزینه گاز نسبت به سوخت‌های فسیلی پایین‌تر است. در یک سال گذشته، طرح تولید خودروهای دوگانه‌سوز در قالب امضای قرارداد با دو شرکت بزرگ خودروساز، آغاز و مقرر شد ۵۵ هزار خودرو شامل وانت‌بار و تاکسی تولید شود.

در راستای اجرای تبدیل رایگان خودروهای بنزینی به دوگانه‌سوز با سرمایه‌گذاری ۳ میلیارد دلاری در حوزه سی‌ان‌جی به دلیل کاهش ارزش بنزین، مصرف CNG به طور چشمگیری کاهش داشته است. در همین راستا، «سعید رحمان سالاری» مدیر طرح سی‌ان‌جی شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی ایران در یک گفت‌وگوی رادیویی با اشاره به روند تبدیل رایگان خودروهای بنزینی به دوگانه‌سوز، توضیح داد:

استقبال مردم از طرح رایگان دوگانه‌سوز کردن خودروها ادامه دارد

ثبت‌نام ۳۱ هزار خودرو در یک ماه

دوگانه‌سوز کردن هم در دستور کار است تا صف تبدیل را به صفر برسانیم.
آنطور که «سالاری» گفته، این طرح تا پایان ظرفیت مصوبه که ۴۰۰ هزار خودرو به شمار می‌رود ادامه دارد و تا پایان سال از طریق تولید کارخانه‌ای و از طریق تبدیل کارگاهی خودرو، این طرح تکمیل خواهد شد.

وی همچنین از احداث ۲۵ جایگاه در یک سال گذشته خبر داد و گفت: حدود ۱۰۰ جایگاه نیز در دست احداث است که تا پایان سال ۱۴۰۵ راه‌اندازی و به مدار عرضه سی‌ان‌جی اضافه خواهند شد. بررسی‌ها نشان می‌دهد هزینه پیمایش خودرو با گاز، به خصوص گاز CNG بسیار کمتر از بنزین است که هزینه اولیه تجهیز خودرو به سیستم گازسوز به مرور زمان به جیب مالک برمی‌گردد. در صورت افزایش تعداد خودروهای گازی، مصرف بنزین نیز کاهش پیدا می‌کند و هزینه‌های تولید آن نیز می‌تواند در دیگر نقاط کشور مورد استفاده قرار بگیرد. یکی از مزیت‌های خودروهای دوگانه‌سوز این است که به دلیل داشتن یک سوخت اضافه، قابلیت پیمایش بیشتری دارند و نیاز به توقف در طول مسیر و سوخت‌گیری در آنها کمتر است و و تبدیل بروز ایراد در یک سیستم سوخت‌رسانی، امکان حرکت خودرو با سوخت دوم نیز ممکن است و خودرو زمین‌گیر نمی‌شود. آلاینده‌ی سوخت گاز، کمتر از بنزین است و افزایش تمایل مالکان به سمت دوگانه‌سوز کردن خودروها، هم باعث صرفه اقتصادی برای آنها و هم منجر به افزایش اشتغال‌آفرینی می‌شود. در حال حاضر، ترکیب دو سیستم کلیدی دولت، یعنی ارتقای کیفیت سوخت نیروگاهی و توسعه خودروهای دوگانه‌سوز، کمک می‌کند که صنعت انرژی کشور در مسیر کاهش آلاینده‌ی و مدیریت مصرف سوخت، حرکت کند. این اقدامات علاوه بر بهبود کیفیت هوا در کلانشهرها، صرفه‌جویی گسترده در مصرف بنزین و افزایش بهره‌وری در نیروگاه‌ها را به دنبال دارد.

اخبار

براساس داده‌های مرکز آمار ایران

تورم بالا رفت، نفت ارزان شد

براساس داده‌های آماری مرکز آمار ایران، نرخ تورم در تابستان امسال نسبت به سال قبل افزایش یافت، اما قیمت نفت کمتر شد. طبق اعلام مرکز آمار ایران، نرخ تورم سالانه در پایان آبان امسال ۴۰.۴ درصد (خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات ۴۶.۱ درصد و کالاهای غیرخوراکی و خدمات ۳۷.۵ درصد) اعلام شد. همچنین بیشترین تورم سالانه تا پایان آبان‌ماه برای دهک اول با ۴۱.۷ درصد و کمترین تورم سالانه برای دهک دهم با ۳۹.۵ درصد ثبت شد. نرخ تورم سالانه فعالیت‌های مسکن و مستغلات نیز در تابستان امسال ۳۹.۳ درصد اعلام شد که نسبت به تابستان سال گذشته (۴۶.۷ درصد) کاهش نشان می‌دهد. این رقم در بهار ۱۴۰۴ نیز ۴۱.۱ درصد اعلام شده بود. نرخ تورم سالانه کالاهای صادراتی نیز در تابستان امسال ۴۸ درصد (ریالی) و ۰.۷ درصد (دلاری) اعلام شد. برای کالاهای وارداتی نیز ۱۲۳ درصد (ریالی) و ۲۱ درصد (دلاری) ثبت شد که نشانگر بالا رفتن هزینه‌های کشور و قیمت کالاهای وارداتی است، در حالی که کالاهای صادراتی چندان افزایش قیمتی نسبت به بهار امسال و تابستان سال قبل نداشته‌اند. طبق آخرین آمارها همچنین میزان نقدینگی کشور در مردادماه ۱۴۰۴ بیش از ۱۲۰ هزار میلیارد ریال اعلام شد که نسبت به تیرماه و فصل بهار سال جاری افزایش یافته است. ضریب فزاینده نقدینگی نیز ۷.۷۱۸ درصد اعلام شد که نسبت به تیرماه (۷.۶۴۵ درصد) و فصل بهار (۷.۶۵۶ درصد) بیشتر است. درآمد مالیاتی دولت در شش ماهه نخست امسال به ۶ میلیون و ۸۸۳ هزار و ۵۰۲ میلیارد ریال رسید. این رقم نشان‌دهنده رشد قابل توجه نسبت به مدت مشابه سال گذشته (۵ میلیون و ۱۲۶ هزار و ۵۹۶ میلیارد ریال) است و تأثیر آن بر بودجه و منابع دولت در سال جاری، اهمیت زیادی دارد. مقدار تولید و مصرف گاز طبیعی نیز برای فصل تابستان ۱۴۰۴ به ترتیب ۶۹۷.۹ و ۵۸۱.۹ میلیون متر مکعب اعلام شد که به نسبت بهار امسال و تابستان سال گذشته، کاهش قابل توجهی داشته است. هر بشکه نفت خام اوپک نیز ۷۰.۳ دلار ثبت شد، در حالی که برای بهار امسال و تابستان سال قبل، این مبالغ به ترتیب ۶۸.۱ و ۸۰.۱ دلار بود.

یک تحلیلگر بازارهای جهانی توضیح داد

آثار سیگنال‌های پولی بر فلزات گرانبها

یک تحلیلگر بازارهای جهانی با بررسی بازار جهانی فلزات گرانبها، گفت بازارهای جهانی در هفته‌های پرشتاب، شاهد رکوردشکنی‌های تاریخی و تعیین‌کننده‌ای بودند که ریشه در تحولات عمیق سیاست پولی داشت. کانون این تحولات، حراج معیار لندن بود، جایی که قیمت طلا با قدرت از مرز ۴۳۳۰ دلار در هر اونس عبور کرد و به سطحی بی‌سابقه‌ای رسید. «پسان‌علیزاده»، تحلیلگر بازارهای جهانی با بررسی روند بازار جهانی طلا و نقره به «پسانا» توضیح داد: هم‌زمان، نقره برای پنجمین روز متوالی رکورد زد و در محدوده بالای ۶۴ دلار تثبیت شد. این حرکت هماهنگ دو فلز گرانبها، تنها یک نوسان کوتاه‌مدت نبود، بلکه بازتابی قوی از تغییر چگانه‌ا اساسی بانک‌های مرکزی، به ویژه فدرال رزرو آمریکا و آغاز یک دوره جدید از سیاست‌های پولی انبساطی‌تر محسوب می‌شود.

او ادامه داد: زمینه‌ساز این جهش تاریخی، انتشار چشم‌انداز سیاستی جدید فدرال رزرو در تاریخ ۱۰ دسامبر ۲۰۲۵ و بیانات مطمئن رئیس آن، «جروم پاول» بود. داده‌های کلیدی نمودار دات‌پلات، مسیر آینده را روشن کرد: پیش‌بینی میانه سیاست‌گذاران، حاکی از آن است که نرخ بهره هدف تا پایان سال جاری در محدوده ۳.۶۲۵ درصد ثابت مانده و سپس روندی نزولی در پیش می‌گیرد (به حدود ۳.۴ درصد در سال ۲۰۲۶ و ۳.۱ درصد در سال ۲۰۲۷). این مسیر کاهش تورمی، همراه با پیش‌بینی بهبود نسبی رشد اقتصادی (از ۱.۷ درصد در ۲۰۲۵ به ۲.۳ درصد در ۲۰۲۶) و ثبات در بازار کار (نرخ بیکاری حدود ۴.۵ درصد)، سیگنال واضحی دال بر عزم فدرال رزرو برای حفظ محیط مالی نسبتاً تسهیلی بدون خنثی کردن دستاوردهای اشتغال بود. نکته کلیدی‌تر، اصلاح رو به پایین پیش‌بینی‌های تورمی بود: انتظار می‌رود تورم شاخص PCI تا پایان سال ۲۰۲۶ به ۲.۴ درصد (پایین‌تر از ۲.۶ درصد پیش‌بینی قبلی) و تورم پایه به ۲.۵ درصد برسد.

به گفته «علیزاده»، تفسیر «جروم پاول» از این داده‌ها، آرامش مضاعفی به بازارها تزریق کرد. «پاول» با بیان اینکه فدرال رزرو از نظر کنترل تورم، رشد و اشتغال در موقعیتی خوبی قرار دارد، اعتماد به نفس نهاد متبوعش را نشان داد. وی به وضوح اعلام کرد که عامل اصلی مانع رسیدن تورم به هدف ۲ درصدی، اثرات یکپارچه و مقطعی تعرفه‌ها بوده است، نه فشارهای پایدار قیمتی. «پاول» این تأثیرات را یک «تعدیل قیمتی یکباره» خواند و اطمینان داد که در غیاب افزایش‌های جدید تعرفه‌ای، مسیر تورم به سمت هدف ادامه خواهد یافت. این اظهارات، نگرانی بازارها درباره یک سناریوی تورمی سرکش را به شدت کاهش داد. تأثیر این سیگنال‌های پولی بر بازار فلزات گرانبها، مستقیم و قابل پیش‌بینی بود. ترسیم یک افق بلندمدت با نرخ‌های بهره پایین‌تر، عملاً هزینه فرصت نگهداری دارایی‌های بدون بازدهی مثل طلا را کاهش می‌دهد و جذابیت آن را به عنوان یک ذخیره ارزش در برابر پول در حال تضعیف نسبی، افزایش می‌دهد. تحلیلگران، از جمله «وینسنت دلوار» از استون‌کس، به درستی هم‌زمانی صعود طلا، گسترش اوراق پرنسپک و اوج‌گیری سهام را نشانه‌هایی از یک محیط مالی بسیار انبساطی ارزیابی کردند. پیش‌بینی‌های دات‌پلات و لحن آرامش‌بخش «پاول» به این محیط دامن زد.

این کارشناس بازارهای جهانی، ادامه داد: با این حال، در اوج این رکوردشکنی‌ها، نشانه‌هایی از هیجان و سفته‌بازی نیز دیده می‌شود. هشدارهایی درباره وضعیت «لشیاع خرید» و نقره مطرح شد، به‌گونه‌ای که به گفته «بیکي شیلز» از MKS Pamp، بخشی از رشد قیمت توسط معامله‌گران خرد و با استفاده از اهرم مالی (مارجین) هدایت شده که می‌تواند بازار را در برابر اصلاحات ناگهانی آسیب‌پذیر کند. فشار بر عرضه فیزیکی نیز با گزارش‌هایی از پر شدن خزانه‌ها و ترافیک قراضه در پالایشگاه‌ها مشهود است. جالب توجه آنکه این سیالیّت نقدینگی تنها به فلزات گرانبها محدود کند و با نرخ‌های بهره پایین‌تر، عملاً هزینه فرصت نگهداری دارایی‌های بدون بازدهی مثل طلا را کاهش می‌دهد و جذابیت آن را به عنوان یک ذخیره ارزش در برابر پول در حال تضعیف نسبی، افزایش می‌دهد. تحلیلگران، از جمله «وینسنت دلوار» از استون‌کس، به درستی هم‌زمانی صعود طلا، گسترش اوراق پرنسپک و اوج‌گیری سهام را نشانه‌هایی از یک محیط مالی بسیار انبساطی ارزیابی کردند. پیش‌بینی‌های دات‌پلات و لحن آرامش‌بخش «پاول» به این محیط دامن زد.

این کارشناس بازارهای جهانی، ادامه داد: با این حال، در اوج این رکوردشکنی‌ها، نشانه‌هایی از هیجان و سفته‌بازی نیز دیده می‌شود. هشدارهایی درباره وضعیت «لشیاع خرید» و نقره مطرح شد، به‌گونه‌ای که به گفته «بیکي شیلز» از MKS Pamp، بخشی از رشد قیمت توسط معامله‌گران خرد و با استفاده از اهرم مالی (مارجین) هدایت شده که می‌تواند بازار را در برابر اصلاحات ناگهانی آسیب‌پذیر کند. فشار بر عرضه فیزیکی نیز با گزارش‌هایی از پر شدن خزانه‌ها و ترافیک قراضه در پالایشگاه‌ها مشهود است. جالب توجه آنکه این سیالیّت نقدینگی تنها به فلزات گرانبها محدود کند و با نرخ‌های بهره پایین‌تر، عملاً هزینه فرصت نگهداری دارایی‌های بدون بازدهی مثل طلا را کاهش می‌دهد و جذابیت آن را به عنوان یک ذخیره ارزش در برابر پول در حال تضعیف نسبی، افزایش می‌دهد. تحلیلگران، از جمله «وینسنت دلوار» از استون‌کس، به درستی هم‌زمانی صعود طلا، گسترش اوراق پرنسپک و اوج‌گیری سهام را نشانه‌هایی از یک محیط مالی بسیار انبساطی ارزیابی کردند. پیش‌بینی‌های دات‌پلات و لحن آرامش‌بخش «پاول» به این محیط دامن زد.

این کارشناس بازارهای جهانی، ادامه داد: با این حال، در اوج این رکوردشکنی‌ها، نشانه‌هایی از هیجان و سفته‌بازی نیز دیده می‌شود. هشدارهایی درباره وضعیت «لشیاع خرید» و نقره مطرح شد، به‌گونه‌ای که به گفته «بیکي شیلز» از MKS Pamp، بخشی از رشد قیمت توسط معامله‌گران خرد و با استفاده از اهرم مالی (مارجین) هدایت شده که می‌تواند بازار را در برابر اصلاحات ناگهانی آسیب‌پذیر کند. فشار بر عرضه فیزیکی نیز با گزارش‌هایی از پر شدن خزانه‌ها و ترافیک قراضه در پالایشگاه‌ها مشهود است. جالب توجه آنکه این سیالیّت نقدینگی تنها به فلزات گرانبها محدود کند و با نرخ‌های بهره پایین‌تر، عملاً هزینه فرصت نگهداری دارایی‌های بدون بازدهی مثل طلا را کاهش می‌دهد و جذابیت آن را به عنوان یک ذخیره ارزش در برابر پول در حال تضعیف نسبی، افزایش می‌دهد. تحلیلگران، از جمله «وینسنت دلوار» از استون‌کس، به درستی هم‌زمانی صعود طلا، گسترش اوراق پرنسپک و اوج‌گیری سهام را نشانه‌هایی از یک محیط مالی بسیار انبساطی ارزیابی کردند. پیش‌بینی‌های دات‌پلات و لحن آرامش‌بخش «پاول» به این محیط دامن زد.

نقش تورم هسته در سیاست‌گذاری پولی کجاست؟

خلأ آماری تورم هسته



روی آورده‌اند؛ زیرا اگر چه در افق بلندمدت میان رشد نقدینگی و تورم، همبستگی بسیار بالایی وجود دارد، این رابطه در دوره‌های کوتاه‌مدت تضعیف می‌شود؛ زیرا آثار سیاست‌های پولی با وقفه ظاهر می‌شود. به عبارتی، شاخص‌های معمول تورم، هم شوک‌های موقتی را منعکس می‌کنند و هم تغییرات بلندمدت نقدینگی را که ناشی از سیاست‌های بانک مرکزی است به‌درستی بازتاب نمی‌دهند.

از منظر مرکز پژوهش‌ها، بخش قابل‌توجهی از نوسانات شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی (CPI)، ناشی از عواملی است که ارتباط مستقیمی با سیاست پولی ندارند؛ مانند شوک‌های قیمتی کوتاه‌مدت تحت‌تأثیر تغییرات فصلی، واکنش سیاست‌گذار پولی به چنین تغییراتی، ضروری و کارآمد نیست؛ زیرا این نوسانات در بلندمدت به صورت خودکار تعدیل می‌شود و اهمیتی برای ارزیابی مسیر پایدار تورم ندارند. به همین دلیل، اقتصاددانان تلاش کرده‌اند با ارائه روش‌های جایگزین، وزن‌دهی اجزای شاخص و کاهش واریانس تورم اندازه‌گیری‌شده، تصویر دقیق‌تری از روندهای بنیادی قیمت‌ها ارائه دهند. به همین دلیل، شاخص «تورم هسته» در ادبیات اقتصادی شکل گرفت؛ شاخصی که تورم را پس از حذف اقلام با نوسانات شدید و موقتی، اندازه‌گیری می‌کند. تمرکز این شاخص بر تغییرات ماندگار و بنیادی قیمت‌هاست و به همین دلیل، به‌عنوان مبنایی معتبر برای تصمیم‌گیری پولی و هدف‌گذاری تورم، مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ از همین رو، فدرال رزرو و سایر بانک‌های مرکزی نیز در ارزیابی وضعیت تورمی، اتکا به تورم هسته را بر شاخص کلی CPI، ترجیح می‌دهد.

روش‌های اندازه‌گیری تورم هسته

تورم هسته، معیاری است که با حذف نوسانات موقتی و عوامل برون‌زا تلاش می‌کند تصویری پایدارتر از روند اصلی تورم ارائه دهد. روش‌های محاسبه شاخص تورم هسته به‌طور کلی در دو رویکرد ارزیابی سیاست پولی و پیش‌بینی تورم طبقه‌بندی می‌شوند که هر کدام کارکرد خاص خود را در تحلیل‌های سیاستی دارند. در رویکرد ارزیابی سیاست پولی، هدف آن است که سیگنال‌های پایدار تورم از میان نوسانات کوتاه‌مدت، استخراج شود. روش‌های مبتنی بر حذف اقلام پرنوسان، همانند اقلام خوراکی، هزینه انرژی، مالیات‌های غیرمستقیم و هزینه‌های بهره مسکن می‌کوشند اثر شوک‌های موقتی را کنار بگذارند تا واکنش سیاست پولی بر مبنای روندهای بنیادی صورت بگیرد. در همین دسته، شاخص‌هایی چون تورم تولید شده داخلی یا حذف اقلام تجارت‌پذیر نیز با هدف تمرکز بر فشارهای درون‌زا طراحی شده‌اند؛ با این حال، استفاده از این شاخص‌ها در گرو داده‌های درست و باکیفیت و اطمینان از موقتی‌بودن شوک‌های ارزی است. در کنار این رویکردها، روش‌های برآورد روند از طریق تجزیه سری زمانی یا میانگین‌های متحرک، تصویری هموار از تورم فراهم می‌کند و تغییرات پایدار را از نوسانات فصلی و نامنظم جدا می‌کنند. همچنین برآوردهای تأثیر محدود ماندگانه و میانگین پیراسته، با حذف درصدی از بیشترین و کمترین تغییرات قیمت، شاخصی مقاوم به

ارزش معاملات خرد به سقف ۲ هفته اخیر رسید

روز پرنوسان بورس تهران

با رشد ۶ هزار و ۹۰۸ واحدی، معادل ۰.۶۸ درصد بالا رفت و به تراز یک میلیون و ۲۳ هزار و ۲۶۴ واحد رسید. این بازگشت نماگرهای بورس، نشان‌دهنده توانایی بازار در جذب فشار فروش و بازگشت تقاضای مؤثر است. همچنین در آن سوسی بازار سرمایه، شاخص کل فرابورس ایران نیز مثبت شد و با افزایش ۳۴۸ واحدی به محدوده ۳۰ هزار و ۹۳۴ واحد رسید. در جریان معاملات روز گذشته، بازار با حجم معاملات ۴۸.۶ میلیارد سهم و ارزش معاملات ۱۷.۶۸۱ میلیارد تومان، روز پرچمی را پشت سر گذاشت. این رقم بالاترین سطح معاملات در دو هفته اخیر است و حاکی از مشارکت فعال سرمایه‌گذاران در جریان معاملات است. در دقیقه پایانی معاملات، ارزش سفارش‌های خرید ۲.۵۱۵ میلیارد تومان و ارزش سفارش‌های فروش ۶۰۵ میلیارد تومان شد که نسبت تقاضا به عرضه را در بازار نشان می‌دهد. تعداد صف‌های خرید نیز با ۲۴۶ صف و صف‌های فروش با ۴۰ صف، بیانگر تمایل بالای سرمایه‌گذاران به خرید در محدوده‌های فعلی است. از طرفی، حقیقی‌ها دوباره پول به پای بازار سهام ریختند. ورود پول حقیقی به بازار سهام مثبت و بالغ بر ۱.۲۱۰ میلیارد تومان بود، اما ورود پول به صندوق‌های درآمد ثابت، منفی ۱.۶۶۳ میلیارد تومان ثبت شد که حاکی از ترجیح سرمایه‌گذاران به سهام نسبت به سرمایه‌گذاری در صندوق‌های با درآمد ثابت است. این جابه‌جایی نقدینگی، افزایش ریسک‌پذیری و تمایل به بهره‌گیری از فرصت‌های کوتاه‌مدت بازار را نشان می‌دهد.

در معاملات این روز، ۵۸۳ نماد با روند مثبت و ۲۵۰ نماد با روند منفی معامله شدند. این توزیع نمادها نشان می‌دهد که بخش عمده بازار در جریان رشد قیمت‌ها قرار داشت، با این حال، فشار فروش در برخی

فرصت امروز: با توجه به روند فزاینده تورم در اقتصاد ایران و نقش حیاتی قیمت‌ها در رفاه و معیشت جامعه، «شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی» (CPI)، اهمیتی دوچندان در برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصادی و سیاسی کشور، پیدا کرده است. این شاخص، تغییرات قیمت کالاها و خدمات موجود در یک سبد ثابت از کالاها و خدمات مصرفی خانوارها را در یک دوره زمانی معین، بررسی می‌کند. در تحولات تورمی، بخشی از تغییرات قیمت دائمی و بخشی دیگر موقتی و گذراست. از اینرو، بانک‌های مرکزی و سیاست‌گذاران اقتصادی برای اتخاذ سیاست‌های پولی مناسب، باید میان تغییرات پایدار و موقتی، تمایز قائل شوند. در این راستا، مفهومی با عنوان «تورم هسته» معرفی شده که به‌عنوان شاخصی قابل سیاست‌گذاری و هدف‌گذاری، روند بلندمدت تورم را نشان می‌دهد.

«تورم هسته» در تعریف ساده، نوسانات ناشی از شوک‌های قیمتی را حذف کرده و تمرکز آن بر روندهای پایدارتر تورمی است. این شاخص نه‌تنها اثر تغییرات ارزش پول ملی را نشان می‌دهد؛ بلکه ضعف‌های موجود در سیاست‌های پولی کشور را نیز آشکار می‌سازد. نکته مهم اینجاست که «تورم هسته» برخلاف (یا علیه) تورم کل نیست؛ بلکه روند «CPI» را بدون تأثیر نوسانات گذرا، تحلیل می‌کند. اهمیت این شاخص، به‌خصوص در زمان‌هایی که سیاست‌های کاهش تورم در دستور کار قرار دارد، بیشتر نمایان می‌شود. با این حال، عدم انتشار مستمر تورم هسته توسط نهادهای آماری، یک خلأ تحلیلی مهم در سیاست‌گذاری پولی ایجاد کرده است. در همین زمینه، مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی با عنوان «مروری بر مفهوم و روش‌های اندازه‌گیری تورم هسته»، ضرورت بهره‌گیری از شاخص «تورم هسته» را مورد بررسی قرار داده و ضمن بررسی روش‌های متنوع محاسبه این شاخص، تلاش کرده است که نشان دهد کدام رویکرد با ویژگی‌های ساختاری اقتصاد ایران، سازگارتر است.

نقش تورم هسته در سیاست پولی

یکی از چالش‌های اساسی در سیاست‌گذاری پولی، تشخیص روندهای پایدار تورم از نوسانات مقطعی و موقتی سطح عمومی قیمت‌ها است. شاخص‌های متعارف تورم، به‌ویژه شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی (CPI)، علاوه بر بازتاب آثار سیاست‌های پولی، تحت‌تأثیر شوک‌های گذرا و عوامل بیرونی است و همین مسئله می‌تواند ارزیابی دقیق وضعیت تورم و کارایی سیاست‌های پولی اتخاذ شده را دشوار کند. به عبارت دیگر، هدف شاخص‌های تورم هسته، استخراج بخش بنیادی و ماندگار تورم و ارائه مبنایی معتبرتر برای سنجش عملکرد سیاست پولی و تحقق هدف‌گذاری تورمی است. به همین دلیل در چنین شرایطی، نبود معیاری که بتواند مولفه‌های پایدار تورم را از نوسانات کوتاه‌مدت جدا سازد، یک خلأ تحلیلی مهم به‌حساب می‌آید. با این حال، نهادهای مربوطه، مانند بانک مرکزی و مرکز آمار تاکنون به صورت پیوسته، آمارهای مربوط به تورم هسته را منتشر نکرده‌اند. این در حالی است که بانک‌های مرکزی سایر کشورها در کنار شاخص‌های موسوم تورم، به محاسبه شاخص‌های تورم هسته

شاخص کل بورس تهران در دومین روز هفته به روند سبزیپوشی خود ادامه داد و با رشد ۰.۷۶ درصدی به ارتفاع ۳ میلیون و ۶۵۶ هزار واحد رسید. شاخص هم‌وزن نیز با رشد ۰.۶۸ درصدی در تراز یک میلیون و ۲۳ هزار واحد ایستاد. بورس تهران در معاملات یکشنبه، روز پرنوسانی داشت و شاخص کل در نیم ساعت ابتدایی معاملات در پی فشار تعدادی از نمادهای فلزی، بانکی و خودرویی که این روزها رشد ارزش سهام داشتند، ۳۰ هزار واحد منفی شد، اما در ادامه با افزایش تقاضای خرید سهام نماد وامید، سهام نماد شرکت‌های بزرگ در پی انتشار خبرهایی درخصوص ارتقای ارزش معاملات تالار دوم مرکز مبادله و نیز تقاضا برای خرید سهام نمادهای عرضه اولیه‌ای که این روزها تعدادشان در بازار افزایشی بوده، علاوه بر جبران افت ابتدایی معاملات در نهایت، ۲۷ هزار واحد مثبت شد. به عبارت دیگر، معاملات بورس تهران با بازگشایی مثبت آغاز شد و شاخص‌ها در ابتدای معاملات یکشنبه، رشد محدودی را تجربه کردند. شاخص کل با افزایش اندک مواجه شد، اما در ادامه، فشار فروش در نمادهای بزرگ و شاخص‌ساز شدت گرفت و شاخص کل به میزان حدود نیم درصد کاهش یافت. این افت جزئی نتوانست باعث ایجاد ترس در بازار شود و شاخص هم‌وزن حتی وارد محدوده منفی نشد، که نشان‌دهنده مقاومت گروه‌های کوچک‌تر و متوسط بازار است. سپس با ادامه معاملات، خریداران دوباره وارد بازار شدند و با فشار خرید خود توانستند افت نیم درصدی شاخص کل را جبران کنند.

بدین ترتیب در پایان معاملات روز یکشنبه، شاخص کل بورس تهران با ۲۷ هزار و ۷۲۴ واحد افزایش، بازدهی مثبت ۰.۷۶ درصدی را ثبت کرد و در سطح ۳ میلیون و ۶۵۶ هزار و ۹۰ واحد ایستاد. شاخص هم‌وزن نیز

حجم بالای بنزین ۳ هزار تومانی در کارت‌ها

نیازی به کارت جایگاه‌ها نیست

مدیرعامل شرکت ملی پخش فراآورده‌های نفتی ایران از واریز یک میلیارد و ۱۲۰ میلیون لیتر بنزین با نرخ اول و یک میلیارد و ۸۶۶ میلیون لیتر بنزین با نرخ دوم به کارت‌های سوخت خودروهای بنزینی در آذرماه، خبر داد و گفت: خودروهای تک‌سوز و دوگانه‌سوز، حجم بالایی از سهمیه ۲ هزار تومانی دارند که در هشت روز پایانی آذرماه می‌توانند از آن استفاده کنند و نیازی به استفاده از کارت جایگاه‌ها نیست. «کرامت ویس کرمی» درباره سهمیه‌های واریزشده برای ۳۱ میلیون کارت سوخت فعال کشور در آذرماه اسامیل نیز گفت: درمجموع یک میلیارد و ۱۲۰ میلیون لیتر بنزین با نرخ اول و ۱۵۰۰ تومانی به کارت‌های هوشمند سوخت خودروهای بنزینی واریز شده که تا روز ۲۱ آذرماه ۷۴۸ میلیون لیتر آن استفاده شده بود و حدود ۳۷۰ میلیون لیتر آن در کارت‌های سوخت همچنان موجود است.

او با اشاره به مقدار سهمیه مصرف‌شده خودروهای بنزینی با نرخ دوم ۳ هزار تومانی در آذرماه، افزود: در مجموع یک میلیارد و ۸۶۶ میلیون لیتر بنزین با نرخ دوم ۳ هزار تومانی برای خودروهای بنزین‌سوز در آذرماه واریز شد که تا روز ۲۱ آذرماه تنها ۱۸۶ میلیون لیتر آن مصرف شده و همزمان با اجرای طرح جدید بنزین از روز شنبه ۲۲ آذرماه و اعمال حذف سهمیه بنزین نرخ اول و دوم برای برخی خودروها، همچنان یک میلیارد و ۳۷۹ میلیون لیتر بنزین با نرخ دوم در کارت‌های هوشمند سوخت موجود است و مردم می‌توانند تا پایان آذر از این مقدار سوخت بنزین با نرخ دوم استفاده کنند.

مدیرعامل شرکت ملی پخش فراآورده‌های نفتی ایران در تشریح مقدار سهمیه موجود خودروهای دوگانه‌سوز در آذرماه توضیح داد: برای خودروهای دوگانه‌سوز درمجموع ۶۴ میلیون لیتر بنزین با نرخ اول در آذرماه واریز شده که تا روز ۲۱ آذرماه ۲۱۳ میلیون لیتر آن برداشت شده است، همچنین در مجموع ۲۱۳ میلیون لیتر بنزین با نرخ دوم برای کل خودروهای دوگانه‌سوز واریز شده که تا روز ۲۱ آذرماه تنها ۳۰ میلیون لیتر آن برداشت شده است.

طبق اعلام وزارت نفت، «ویس کرمی» با تأکید بر اینکه در هشت روز پایانی آذرماه همه خودروها (چه تک‌سوز و چه دوگانه‌سوز) حجم بالایی از سهمیه ۳ هزار تومانی دارند که می‌توانند آن را برداشت کنند و نیازی به استفاده از سهمیه کارت اضطراری جایگاه‌ها نیست، گفت: همچنین مانند گذشته سهمیه با نرخ اول تا شش ماه و سهمیه با نرخ دوم تا یک ماه در کارت‌های هوشمند سوخت ذخیره می‌شود.

مطلقا از خشکسالی عبور نکرده‌ایم

عقب‌ماندگی ۶۱ درصدی بارش‌ها

سختگوی صنعت آب درباره جریان کم‌بارشی‌های پاییز با بارش‌های اخیر، گفت این میزان بارش در مقایسه با عقب‌ماندگی انباشته و مزمعی که طی پنج تا شش سال گذشته ایجاد شده و همچنین شرایط ماه‌های اخیر که مصرف افزایش یافته، زمین خشک بوده و آسمان نیز سخت‌گیرتر شده است، هنوز به‌عنوان یک اتفاق مهم و تعیین‌کننده تلقی نمی‌شود.

«مسیی بزرگ‌راده» در واکنش به برخی اظهارات پیرامون عبور کشور از خشکسالی، توضیح داد: با وجود بارش‌های اخیر، مطلقا از خشکسالی عبور نکرده‌ایم، زیرا گرچه در روزهای اخیر خبرهای خوب را دیدیم و شاهد بارش‌هایی بوده‌ایم که احتمالا در روزهای آینده نیز این روند ادامه خواهد داشت اما این به‌هیچ‌وجه به معنای عبور از شرایط خشکسالی نیست. تا تاریخ بیستویکم آذر، میانگین بارش دریافتی کشور حدود ۲۰ میلی‌متر بوده، در حالی که براساس شرایط متعارف باید بیش از ۵۱ میلی‌متر بارش دریافت می‌کردیم. به بیان دیگر، در مقیاس کشوری حدود ۶۱ درصد عقب‌ماندگی بارشی داریم. در برخی استان‌ها از جمله کرمان، سیستان و بلوچستان و خراسان جنوبی عملا تاکنون بارش مؤثری دریافت نشده است.

سختگوی صنعت آب با بیان اینکه لطف الهی شامل حال کشور شده و در چند روز گذشته بارش‌هایی رخ داده، گفت: در استان‌هایی مانند یرد، خراسان رضوی، خراسان شمالی، تهران، اصفهان، قزوین، فارس، البرز و قزوین میزان بارش‌ها کم بوده است. برای مثال، در استان تهران تا تاریخ بیستویکم آذر، حدود ۷۶ درصد نسبت به میزان نرمال عقب‌ماندگی وجود دارد؛ به‌طوری‌که تنها حدود ۱۵ میلی‌متر بارش دریافت شده، در حالی که میزان مورد انتظار ۶۲ میلی‌متر بوده است، بنابراین این میزان بارش در مقایسه با عقب‌ماندگی انباشته و مزمعی که طی پنج تا شش سال گذشته ایجاد شده و همچنین شرایط ماه‌های اخیر که مصرف افزایش یافته، زمین خشک بوده و آسمان نیز سخت‌گیرتر شده است، هنوز به عنوان یک اتفاق مهم و تعیین‌کننده تلقی نمی‌شود. امیدواریم مطابق پیش‌بینی‌های بارش‌های مناسبی در ادامه رخ دهد، اما نباید این موضوع موجب سوءتفاهم شود. در حال حاضر، در متوسط کشوری حدود ۶۲ درصد و در برخی مناطق مانند تهران حدود ۷۶ درصد عقب‌ماندگی بارشی وجود دارد.

به گفته وی، اگر همه سدهای کشور را به صورت یک مجموعه در نظر بگیریم، ورودی آب از ابتدای سال ای، یعنی از اول مهر تا بیستویکم آذر، حدود ۲ میلیارد و ۸۹۰ میلیون مترمکعب بوده است، در حالی که این عدد در مدت مشابه سال گذشته ۴ میلیارد و ۵۷۰ میلیون مترمکعب بوده است. این یعنی ورودی آب به سدها حدود ۳۷ درصد کمتر از سال گذشته است. همچنین حجم مخازن سدها در تاریخ بیستویکم آذر اسامیل حدود ۱۶ میلیارد و ۶۰۱ میلیون مترمکعب بوده، در حالی که در زمان مشابه سال گذشته این عدد به ۲۲ میلیارد و ۶۷۰ میلیون مترمکعب می‌رسید؛ یعنی حدود ۲۷ درصد کاهش؛ بنابراین تأکید می‌کنم که این شرایط نباید موجب سوءتفاهم شود. ما همچنان به مدیریت مصرف نیاز داریم، همچنان باید سناریوی بدبینانه را برای تأمین آب شرب در دستور کار داشته باشیم و مدیریت بهینه مصرف در بخش‌های کشاورزی و صنعت نیز باید به صورت جدی دنبال شود.

«بزرگ‌راده» با اشاره به آمادگی وزارت نیرو برای مواجهه با بارش‌های شدید و احتمال وقوع سیلاب، ادامه داد: مهمترین عامل آمادگی، خود مردم هستند. پیش‌بینی‌های سازمان هواشناسی، مراجع جهانی و وزارت نیرو در دسترس عموم قرار دارد و زمانی که می‌دانیم در روزهای آینده احتمال بارش در بخش‌های گسترده‌ای از کشور وجود دارد، نخستین اقدام اینجانب از قرارگیری در حاشیه و بستر رودخانه‌ها و پهنه‌های سیلابی است. شهروندان محترم باید از حضور در مواضع خطر پرهیز کنند. تیم‌های وزارت نیرو نیز آماده هستند، سدها آمادگی لازم برای کنترل و مهار سیلاب را دارند اما نگرانی اصلی ما مربوط به آبراهه‌ها و مسیرهایی است که سد ندارند یا در بالادست سدها قرار گرفته‌اند. در این مناطق، امکان کنترل سیلاب وجود ندارد و طبیعت هرگونه که رقم بخورد، همان رخ خواهد داد. اگر جریان آب از بالادست وارد سد شود، در مخزن سد آرام می‌گیرد، یک سیلاب شکسته می‌شود و سیلاب تا حد زیادی کنترل خواهد شد، اما در مسیرهایی که فاقد سد یا بند هستند، توصیه جدی ما اجتناب از قرارگیری در مواضع خطر است. سختگوی صنعت آب با اشاره به وضعیت ذخیرمسازی سدها، افزود: بسیاری از مخازن سدهای کشور در ترازهای پایین یا نسبتا پایین قرار دارند و ظرفیت قابل‌توجهی برای آبگیری وجود دارد. البته این موضوع منوط به آن است که جبهه‌های بارشی در بالادست سدها رخ دهد تا امکان رله‌اندازی و کنترل سیلاب فراهم شود. اگر بارش در پایین‌دست سدها اتفاق بیفتد، طبیعتا چنین امکانی وجود نخواهد داشت.

طبق اعلام وزارت نیرو، «بزرگ‌راده» همچنین در مورد تفاوت باران و برف در فرآیند ذخیره‌سازی، توضیح داد: هر دو در دسته بارش قرار می‌گیرند. اگر بارش در مناطقی با دمای زیر صفر رخ دهد، به صورت برف خواهد بود. مزیت برف این است که به صورت تدریجی ذوب می‌شود و فرصت می‌دهد آب به آرامی وارد سیستم شود، بدون آنگه یک لحظه‌ای شدید ایجاد کند. از نظر حجم کلی آب، تفاوت زیادی میان باران و برف وجود ندارد اما از نظر پیک لحظه‌ای جریان، باران می‌تواند باعث افزایش ناگهانی دبی رودخانه و طغیان آن شود و دشت‌های سیلابی اطراف را درگیر کند که این امر مخاطراتی برای مردم و کانون‌های جمعیتی اطراف ایجاد می‌کند. از این منظر، بارش به صورت برف برای مدیریت خطر سیلاب، مطلوب‌تر است.

بانک مرکزی برای مدیریت بازار ارز، وارد عمل شد

۶ فرمان برای مهار بازار ارز



کشور را در مسیر ثبات قرار دهد، اما آیا این اقدامات می‌توانند گره از مشکلات اقتصادی کشور بکشانید؟ آیا این ابزارها قادر به حل چالش‌های موجود هستند یا اینکه در عمل با محدودیت‌هایی مواجه خواهند شد؟ به گزارش «کویران»، رئیس کل بانک مرکزی از توسعه ابزارهای نوین تأمین مالی ارزی برای پروژه‌های تولیدی و صادراتی، خبر داده است. او اشاره کرد که تاکنون از طریق اوراق صکوک ارزی، شش پروژه به ارزش ۵۱۰ میلیون دلار تأمین مالی شده است. پروژه جدید پتروشیمی بندر امام نیز به‌عنوان هفتمین اوراق ارزی با ارزش ۷۰ میلیون دلار در مرحله اول و ۸۰ میلیون دلار در مرحله دوم به‌زودی اجرایی می‌شود. پیش‌بینی می‌شود که با این سرمایه‌گذاری، درآمد ارزی این پروژه تا ۴۰۰ میلیون دلار افزایش یابد. در این شرایط، بانک مرکزی همچنین از برنامه‌ریزی برای انتشار ۱۵ میلیارد دلار اوراق ارزی در سال جاری خبر داده است تا منابع مالی لازم برای پروژه‌ها تأمین شود.

بانک مرکزی در تکاپوی ثبات ارزی

برای درک بهتر اقدامات اخیر بانک مرکزی، باید به ابزارهایی که برای تأمین مالی ارزی و کنترل نوسانات نرخ ارز معرفی شده‌اند، توجه کنیم. این ابزارها به‌طور کلی در راستای تقویت تولید داخلی و حمایت از صادرات طراحی شده‌اند. یکی از این ابزارها، پیش‌فروش ارز صادراتی است که به صادرکنندگان این امکان را می‌دهد که ارز حاصل از صادرات آینده خود را پیش‌فروش کرده و در ازای آن نقدینگی ربالی دریافت کنند. این روش می‌تواند به تأمین مالی پروژه‌های تولیدی و کمک به تولیدکنندگان برای ادامه فعالیت‌های‌شان در شرایط اقتصادی چالش‌برانگیز، کمک کند. دیگر ابزار معرفی شده، اوراق مراحیه ارزی هستند که برای تأمین مالی پروژه‌ها طراحی شده‌اند. این اوراق به بانک مرکزی این امکان را می‌دهند که از طریق جذب سرمایه‌گذاران ارزی، پروژه‌های مختلف را تأمین مالی کند و به رشد اقتصادی و افزایش درآمدهای ارزی کشور، کمک کند. این ابزار می‌تواند در جهت حل مشکلات تأمین مالی تولید و کاهش فشارهای اقتصادی مؤثر باشد. همچنین صندوق‌های ارزی و پروژه‌ای به‌عنوان ابزاری برای جذب سرمایه‌گذاری‌های ارزی و تأمین منابع مالی برای پروژه‌های مختلف، معرفی شده‌اند. این صندوق‌ها به تولیدکنندگان و پروژه‌ها این امکان را می‌دهند که از منابع ارزی برای تأمین مالی پروژه‌های خود، استفاده کنند.

حال با مرور ابزارهای معرفی‌شده بانک مرکزی، پرسش این است که این سیاست‌ها در شرایط واقعی اقتصاد ایران تا چه اندازه قابلیت اجرا دارند و آیا می‌توانند به هدف اعلام‌شده، یعنی کاهش نوسانات ارزی و تقویت تولید، منجر شوند یا خیر؟ نختست باید به بستر کلان اقتصاد توجه کرد؛ شرایطی که در آن،

نرخ ارز بیش از آنکه تابع ابزارهای مالی کوتاه‌مدت باشد، تحت تأثیر متغیرهای بنیادی و انتظارات فعالان اقتصادی حرکت می‌کند. در چنین فضایی، فرض کاهش معنادار نرخ ارز، چندان با واقعیت‌های موجود هم‌خوان نیست و غالب فعالان اقتصادی، به‌ویژه صادرکنندگان، انتظار رشد تدریجی نرخ ارز را دارند.

چالش پیش‌فروش ارز صادراتی

در این چارچوب، ابزار پیش‌فروش ارز صادراتی با یک چالش جدی روبه‌رو می‌شود؛ صادرکننده‌ای که با فاصله قابل توجه میان نرخ ارز آزاد و نرخ‌های رسمی یا تالاری مواجه است، به‌سختی انگیزه پیدا می‌کند که ارز آینده خود را با نرخی پایین‌تر تثبیت کند. به‌ویژه آنکه هزینه‌های تولید، تأمین مواد اولیه و سرمایه در گردش نیز هم‌زمان با رشد نرخ ارز افزایش می‌یابد. در چنین شرایطی، پیش‌فروش ارز اگرچه در ظاهر نقدینگی کوتاه‌مدت فراهم می‌کند، اما می‌تواند در ادامه، حاشیه سود تولیدکننده را تحت فشار قرار دهد و حتی به زیان عملیاتی منجر شود. از سوی دیگر، استدلال تأمین نقدینگی فوری نیز در محیط تورمی، نیازمند دقت بیشتری است. زمانی که قیمت کالاها و نهاده‌ها روندی صعودی دارند، تولیدکننده یا صادرکننده لزوماً با کمبود نقدینگی مواجه نیست، بلکه با ریسک افزایش هزینه‌ها روبه‌روست. در چنین فضایی، نگه‌داشتن ارز یا حتی دیوی کالا، از منظر اقتصادی می‌تواند منطقی‌تر از تبدیل سریع ارز به ریال باشد؛ چراکه ریال، در شرایط تورمی، قدرت خرید خود را سریع‌تر از دست می‌دهد.

وضعیت اوراق مراحیه ارزی و صندوق‌های ارزی و پروژه‌ای نیز تا حدی متفاوت است. این ابزارها بیش از آنکه مستقیماً به رفتار صادرکننده خرد گره بخورند، به اعتماد سرمایه‌گذاران و چشم‌انداز بازدهی پروژه‌ها وابسته‌اند. در صورتی که پروژه‌ها از توجیه اقتصادی روشن، جریان ارزی پایدار و شفافیت کافی برخوردار باشند، این ابزارها می‌توانند نقش مؤثرتری در تأمین مالی ایفا کنند. با این حال، حتی در این بخش نیز ریسک‌های کلان اقتصادی و ارزی همچنان عامل تعیین‌کننده باقی می‌مانند و اگر اعتماد سرمایه‌گذاران را مدنظر قرار ندهیم، شاید نتیجه مورد انتظار از این سیاست‌ها حاصل نشود.

قیمت ارز به ثبات خواهد رسید؟

در نهایت نکته‌ای که باید در نظر داشت، این است که با توجه به تثبیت نرخ ارز در تالار اول که در سال ۱۴۰۳ به گفته رئیس‌کل بانک مرکزی قرار بود با مکانیسم چینیج به فعالیت خود ادامه دهد، ناگهان به سمت تکرنخی شدن رفت و شاید بر اعتماد سرمایه‌گذاران، خدشه وارد کند؛ زیرا عایدی دلاری که با نرخ تثبیتی ارزش‌گذاری شود، فرقی با ریال ندارد و در شرایط حال حاضر اقتصاد ایران، عایدی تضمین‌شده به سرمایه‌گذار نمی‌دهد و بر سیاست‌های بانک مرکزی، تاثیر مستقیم خواهد داشت.

سفره‌ها کوچک‌تر شد، هزینه‌ها ۲ برابر

جولان تورم در آستانه شب یلدا

تومان معامله می‌شود. مغز بادام هندی نیز بین یک میلیون و ۴۰۰ تا یک میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و مغز بادام درختی، بین یک میلیون و ۲۰۰ تا یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان است. تخمه ژاپنی بین ۳۸۰ تا ۴۵۰ هزار تومان، تخمه آفتابگردان بین ۲۷۰ تا ۳۵۰ هزار تومان، برگ زردآلو بین ۴۰۰ تا ۶۵۰ هزار تومان و کشمش سبز بین ۳۸۰ تا ۶۰۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شده‌اند.

این جهش قیمتی نه تنها هزینه‌ها را افزایش داده، بلکه رفتار خرید و مصرف خانوارها را نیز تغییر داده است. بسیاری از خانواده‌ها آجیل‌های گران‌قیمت را کاهش داده، بسته‌های کوچک‌تر را انتخاب کرده و برخی اجزای سفره مانند شیرینی‌های خاص و دسرهای تزئینی را حذف کرده‌اند تا تنها روی آجیل‌های اصلی و میوه‌های ضروری، تمرکز کنند. بسته‌های آماده شب یلدا (شامل آجیل، میوه خشک و شیرینی) بین ۱.۳ تا ۱.۸ میلیون تومان عرضه می‌شوند و حتی این گزینه‌ها نیز نسبت به سال گذشته افزایش قابل‌توجهی داشته‌اند. به گفته کارشناسان، تغییرات اخیر، نتیجه تورم بالا، کاهش قدرت خرید و عدم هماهنگی رشد درآمدها با رشد قیمت‌هاست. تورم بالای مواد غذایی، فشار مضاعفی بر سفره خانوارها وارد می‌کند، به‌ویژه در دهک‌های پایین درآمدی که بخش عمده‌ای از درآمد خود را صرف خرید اقلام خوراکی می‌کنند. این فشار اقتصادی باعث شده خانواده‌ها حتی در انتخاب مهمانان و برگزاری آیین‌های جمعی نیز تجدیدنظر کنند و جمع‌های کوچک‌تری برگزار شود.

فصلان صنفی نیز از کاهش فروش آجیل‌های لوکس و گرایش مشتریان به آجیل‌های ساده‌تر خبر داده‌اند. هرچند حتی این گزینه‌های ارزان‌تر نسبت به سال قبل گران‌تر شده‌اند، اما بیانگر تغییرات عمیق در الگوی مصرف خانوارها و تطبیق سنت‌های فرهنگی با واقعیت اقتصادی است. بسیاری از خانواده‌ها تمرکز خود را بر نیازهای اولیه گذاشته‌اند و ترجیح می‌دهند بخش‌های جانبی سفره، مانند نوشیدنی‌های گران‌قیمت و دسرهای تزئینی، کاهش یابد.

البته سفره شب یلدا فقط شامل آجیل و میوه نیست؛ شیرینی‌های سنتی مانند سوهان، باسلوک، قطاب و گز نیز بخشی از این سفره محسوب می‌شوند و هر کدام می‌تواند ۲۰۰ تا ۴۰۰ هزار تومان برای هر کیلوگرم هزینه داشته باشد. اسامیل نیز این شیرینی‌ها با افزایش نسبی قیمت مواجه شده‌اند و هزینه تهیه یک سفره کامل یلدا برای یک خانواده چهار نفره می‌تواند به‌راحتی بیش از ۵ تا ۶ میلیون تومان برسد، فشار اقتصادی قابل توجهی که بخش زیادی از درآمد خانوارها را به خود اختصاص می‌دهد.

افزایش بی‌سابقه قیمت‌ها، تغییر رفتار مصرف‌کنندگان و بازتعریف خرید، نشان‌دهنده کاهش قدرت خرید در برابر تورم بالا است. برخی خانواده‌ها به بسته‌های اقتصادی شب یلدا روی آورده‌اند، اما حتی این بسته‌ها نسبت به سال قبل بسیار گران‌تر شده‌اند و مصرف‌کنندگان

افزایش بی‌سابقه قیمت‌ها، سنت دیرینه شب یلدا را به چالشی اقتصادی تبدیل کرده و خانوارها برای رعایت بودجه، سبک خرید خود را تغییر داده‌اند. به گزارش «خبرآنلاین»، در آستانه شب یلدا ۱۴۰۴، تهیه و چیدمان سفره این آیین کهن خانوادگی با فشار اقتصادی بی‌سابقه‌ای روبه‌رو شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد هزینه متوسط یک سفره نسبت به سال گذشته بیش از دو برابر افزایش یافته و این رشد قیمتی به مراتب بیش از رشد دستمزدها و درآمدهاست. شب یلدا، آیینی کهن و نماد گردهمایی خانوادگی، شعرخوانی و چیدمان سفره‌های رنگارنگ، اسامیل برای بسیاری از خانواده‌ها به نمادی از وضعیت اقتصادی کشور، تبدیل شده و فاصله میان سنت‌های فرهنگی و واقعیت‌های اقتصادی بیش از همیشه محسوس است. براساس داده‌های رسمی مرکز آمار ایران، تورم نقطه‌به‌نقطه قیمت مواد غذایی بیش از ۴۹ درصد و تورم سالانه این گروه بیش از ۴۰ درصد گزارش شده است. در بخش میوه و خشکبار، این رشد بیش از ۱۰۸ درصد بوده و نشان می‌دهد نه تنها سفره‌های روزمره تحت تأثیر قرار گرفته‌اند، بلکه شکل و ترکیب سنتی سفره شب یلدا نیز دستخوش تغییرات جدی شده است. افزایش بی‌سابقه قیمت‌ها باعث شده بسیاری از خانواده‌ها در ترکیب خریدهای خود، بازنگری جدی کنند و حتی بخش‌هایی از سفره که به‌طور سنتی جزو ارکان آن محسوب می‌شد، حذف شوند.

در نشست خبری ۲۳ آذرماه ۱۴۰۴، «مهدی بختیاری‌زاده» مدیر سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری تهران، از تلاش برای تثبیت قیمت برخی اقلام پر مصرف شب یلدا، خبر داد و گفت که نرخ‌گذاری رسمی برای آجیل‌های پایه انجام شده است: آجیل شور حدود ۸۲۰ هزار تومان، آجیل شیرین با باسلوک ۶۶۶ هزار تومان و آجیل شیرین فاقد باسلوک ۷۵۲ هزار تومان. با این حال، در بازار واقعی خریدفروشی، اغلب قیمت‌ها بالاتر است که ناشی از فشار تقاضا، هزینه حمل‌ونقل، کیفیت بالاتر و قایت فروشگاه‌هاست.

برای مقایسه، در سال ۱۴۰۳ هر کیلوگرم آجیل چهار مغز درجه یک حدود ۷۳۵ هزار تومان، آجیل شیرین ۴۰۷ هزار تومان و آجیل شور ۴۲۲ هزار تومان عرضه می‌شد. قیمت میوه‌های شاخص شب یلدا مانند انار، هندوانه و خرمالو به‌ترتیب حدود ۳۷ هزار، ۱۴ هزار و ۴۰ هزار تومان بود و هزینه تهیه سفره یک خانواده چهار نفره بدون شام بین ۱.۷ تا ۴ میلیون تومان برآورد می‌شد. این ارقام نشان می‌دهد حتی در سال گذشته نیز هزینه تهیه سفره یلدا برای خانوارهای با درآمد متوسط، سنگین تلقی می‌شد، اما در سال ۱۴۰۴ فشار اقتصادی به مراتب بیشتر شده است. اسامیل قیمت‌ها به شکل چشمگیری افزایش یافته است. پسته فندقی بین یک میلیون و ۱۰۰ تا یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان، پسته احمدآقایی یک میلیون و ۲۰۰ تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و پسته اکبری تا ۲ میلیون

رهبری تجاری و تعیین استانداردهای تیم

دومین و پرهزینه‌ترین قربانی، استعداد‌های برتر هستند. افراد فوق العاده، به خصوص متخصصان خلاق، از اینکه در یک قالب از پیش تعیین‌شده قرار بگیرند، متنفرند. یک مهندس نرم افزار درونگرا اما درخشان که بهترین کار خود را در سکوت و تمرکز عمیق انجام می دهد، در فرهنگی که استاندارد عالی بودن در آن، مشارکت پسرر و صدا در جلسات توان فکری است، به سرعت سرخورده خواهد شد.

شرکت لگو را در نظر بگیرید. استاندارد آنها «خلق تجربه های بازی خلاقانه» است. اگر آنها یک استاندارد تک بعدی برای ایده خوب تعیین می کردند و به طراحان خود می گفتند که تمام اسباب بازی ها باید براساس یک فرمول موفق گذشته ساخته شوند، امپراتوری خلاقیت آنها در چند سال فرو می پاشید.

تعریف «چه»، نه دیکته کردن «چگونه»

تمايز میان استانداردهای نتیجه و استانداردهای فرآیند یکی از مهمترین مفاهیمی است که رهبران بزرگ را از مدیران متوسط جدا می کند. یک مدیر متوسط، هم مقصد و هم نقشه دقیق رسیدن به آن را برای تیم خود تعیین می کند. او بر روی چگونه انجام شدن کارها وسواس دارد و هرگونه انحراف از روش های مورد نظر خود را به عنوان یک افت کیفیت تلقی می کند. در مقابل، یک رهبر بزرگ تمام انرژی خود را صرف تعریف شفاف، الهام بخش و غیر قابل مذاکره نتیجه نهایی یا همان چه می کند، اما به تیم خود در انتخاب چگونه یا همان مسیر، اختیار عمل و اعتماد کامل می بخشد. استاندارد در یک رستوران دارای ستاره ميشلن این نيست كه همه سرآشپزها بايد هويچ را به يك شكل مشخص خرد كنند؛ استاندارد این است كه هر بشقابی كه از آشپزخانه خارج می شود، بايد يك تجربه به یاد ماندنی برای مشتری خلق کند.

این آزادی در فرایند حس مالکیت روانی را شعله ور می سازد و به افراد اجازه می دهد تا خلاقیت و هوش منحصربه‌فرد خود را برای رسیدن به آن استاندارد والا به کار گیرند. برند زارا نمونه ای درخشان از این تفکر

نویسنده: علی آل علی
در اسطوره‌شناسی رهبری تجاری یک تصویر قدرتمند و تکرارشونده وجود دارد: رهبر بزرگی که در مقابل تیم خود ایستاده، به یک نقطه دور و مرتفع بر روی یک کوه اشاره کرده و می گوید: «آن قله استاندارد ما است. هیچ چیز کمتر از آن پذیرفته نیست.» این تصویر الهام بخش، قاطع و کاملاً گمراه‌کننده است. این نگاه یک فرض بنیادین و خطرناک را در خود پنهان کرده است: اینکه پیشرفت یک نقطه ثابت، واحد و یکسان برای همه است. این باور منجر به بزرگ ترین و در عین حال نامرئی ترین اشتباه در مدیریت عملکرد می شود. اشتباه رایج تعیین کردن استانداردهای پایین نیست؛ اشتباه مرگبار تعیین کردن یک استاندارد تک بعدی و تلاش برای قالب ریزی تمام استعدادهای متنوع تیم در آن چارچوب خشک و بی روح است. این رویکرد، تفاوت حیاتی میان داشتن استانداردهای بالا و تحمیل روش های یکسان را درک نمی کند و در نهایت فرهنگی از انطباق بی روح را جایگزین اشتیاق برای نوآوری می کند.

این مقاله به این موضوع می پردازد که چگونه رهبران بزرگ، از تعیین یک قله واحد فراتر رفته و به جای آن، یک اکوسیستم پیشرفت طراحی می کنند که در آن مسیرهای متعددی برای رسیدن به اوج وجود دارد.

هزینه پنهان یکنواختی

وقتی یک رهبر تجاری تعریفی خشک و تک بعدی از عملکرد عالی را تحمیل می کند، در عمل یک پیام ناگفته اما شفاف را به تیم خود ارسال می نماید: «برای موفق شدن در اینجا، باید شبیه به یک الگوی مشخص فکر و عمل کنید.» این الگو اغلب بازتابی از نقاط قوت و سبک کاری خود آن رهبر است.

این رویکرد، دو قربانی بزرگ می گیرد. اولین قربانی نوآوری است. نوآوری واقعی از برخورد دیدگاه های متفاوت و روش های غیرمتعارف متولد می شود. وقتی همه مجبور باشند از یک نقشه راه مشخص پیروی کنند، احتمال کشف مسیرهای جدید و بهتر به صفر می رسد.

نویسنده: علی آل علی

تصویر کلاسیک رهبری تجاری برای چندین نسل در ذهن ما حک شده است: فردی مقتدر در یک دفتر کار بزرگ با البوهی از گزارش ها روی میز که از فراز جایگاه خود، دستوراتی دقیق و غیر قابل بحث را صادر می کند. این مدل رهبری، که بر پایه اختیار محض و ساختار سلسله مراتبی بنا شده بود، محصول دوران صنعتی بود؛ دورانی که در آن ثبات، پیش بینی پذیری و بهینه سازی فرآیندهای تکراری، کلید موفقیت به شمار می رفت. اما بنیان های آن جهان برای همیشه فرو ریخته است.

در دنیای پر آشوب، به هم پیوسته و غیر قابل پیش بینی امروز این مدل فرماندهی نه تنها ناکارآمد، بلکه به شدت شکننده است. عصری آغاز شده که در آن، ماشین ها و الگوریتم ها مسئولیت بهینه سازی فرآیندها را بر عهده گرفته اند و از انسان ها انتظار می رود تا پیچیده ترین و منحصر به فردترین ظرفیت خود را به میدان بیاورند: توانایی خلاقیت، نوآوری و همکاری عمیق.

این ظرفیت ها هرگز با دستور و اختیار شکوفانی شوند؛ آنها محصول یک فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد، امنیت روانی و درک متقابل هستند. به همین دلیل قدرت رهبران آینده دیگر از جایگاه سازمانی آنها نشأت نخواهد گرفت، بلکه از عمق توانایی آنها برای برقراری ارتباطی انسانی و همدلانه با تیم شان سرچشمه می گیرد.

پایان عصر فرماندهی؛ چرا جایگاه سازمانی دیگر نفوذ نمی آفریند؟

منطق مدل رهبری سنتی بر یک پیشفرض ساده استوار بود: رهبر به دلیل جایگاهش بیش از دیگران می داند و در نتیجه بهترین تصمیم ها را می گیرد. این پیشفرض در دنیایی که سرعت تغییرات آن از توانایی یادگیری یک فرد پیشی گرفته است، به طور کامل بی اعتبار شده است.

امروزه یک کارشناس جوان در یک تیم ممکن است درک عمیق تری از یک تکنولوژی نوظهور یا یک روند جدید در شبکه های اجتماعی داشته باشد تا مدیرعامل شرکت. در چنین شرایطی، امرار بر مدل فرمان و کنترل، نه تنها به تصمیمات ضعیف منجر می شود، بلکه یک پیام تحقیرآمیز و شکننده برای انگیزه تیم دارد: «دانش و دیدگاه شما اهمیتی ندارد.»

نویسنده: علی آلعلی

در تناثر بزرگ کسب و کار معاصر نقش اول تقریباً همیشه برای رهبران پرسر و صدا رزرو شده است. ما برای مدیرانی که صدای بلندتری دارند، حضوری پررنگ تر در رسانه ها به نمایش می گذارند و با خرافات بیشتری سخنرانی می کنند. کف می زنیم. فرهنگ سازمانی ما به طور ناخودآگاه بلندی صدا را با قدرت و حضور دائمی را با تاثیرگذاری مترادف دانسته است، اما این یک خطای دید استراتژیک و خطرناک است. مشکل اصلی اینجا است که ما در دریایی از اطلاعات، جلسات بی پایان و ارتباطات فوری توانایی تشخیص سیگنال از نویز را از دست داده ایم. رهبری خاموش در تضاد کامل با این تصویر کلیشه ای، یک پادزهر قدرتمند برای این آشفتنگی است. این رویکرد به معنای انفعال یا کمروبی نیست، بلکه یک استراتژی عملدانه دقیق و به شدت انضباطی برای حذف موارد غیرضروری و تمرکز بر آن چیزی است که واقعاً اهمیت دارد. این هنر ایجاد شفافیت درم به مو ساختن نفوذ پایدار، نه با فریاد، که با سکوت معنادار است.

تبدیل شدن به ویراستار ارشد سازمان

یکی از قدرتمندترین کارهایی که یک رهبر می تواند انجام دهد، نه افزودن چیزی جدید، که حذف کردن موارد زائد است. رهبران پرهیاهو اغلب تلاش می کنند تا با ارائه ایده های بیشتر، برگزاری جلسات بیشتر و ایجاد فرآیندهای پیچیده تر ارزش خود را اثبات کنند.

در مقابل، رهبران خاموش، مانند یک ویراستار ارشد و بی رحم عمل می کنند. مأموریت اصلی آنها، ساده سازی است. آنها این سوال کلیدی را دائماً از خود و تیم شان می پرسند: «آیا این کار، این جلسه یا این اسلاید ما را به هدف اصلی نزدیک تر می کند یا صرفاً به پیچیدگی و سردرگمی می افزاید؟» یک شرکت پیشرو در زمینه نرم افزارهای خلاقانه را در نظر بگیرید؛ جلسات بازبینی محصول در این شرکت می تواند به راحتی به میدانی برای نمایش نظرات شخصی و ایده های پراکنده تبدیل شود. یک رهبر خاموش در این فضا کمتر صحبت و بیشتر مشاهده می کند.

او با پرسیدن یک سوال دقیق مانند «مهمترین مشکلی که این ویژگی برای مشتری حل می کند، چیست؟» به طور موثر تمام گفت‌وگوهای حاشیه‌ای را حذف کرده و تیم را به هسته اصلی موضوع باز می گرداند. این رهبران، با وسواس، به دنبال حذف نویز هستند تا سیگنال، یعنی همان ایده های ارزشمند، بتواند شنیده شود. این یک تغییر رویکرد از «تولید حجم» به «خلق ارزش» است.

تصمیم‌گیری فراتر از واکنش‌های آنی

عصر دیجیتال ما را با واکنشگراییان فوری تبدیل کرده است. ما برای پاسخ سریع

است. استاندارد آنها، «رساندن سریع جدیدترین روندهای مد از طراحی به فروشگاه» است، اما آنها به طراحان خود دیکته نمی کنند که دقیقاً چه چیزی طراحی کنند؛ آنها به مدیران فروشگاه های خود اختیار می دهند تا براساس بازخورد مشتریان محلی، تصمیم بگیرند کدام محصولات را سفارش دهند.

هنر انطباق با شرایط

دنیای کسب و کار یک ماشین ایستا نیست؛ یک ارگانیسم زنده و در حال تغییر است. تحمیل یک استاندارد ثابت بر روی یک محیط پویا، یک استراتژی محکوم به شکست است. رهبران هوشمند درک می کنند که استانداردها باید وابسته به زمینه باشند. استاندارد موردنیاز برای عرضه یک محصول کاملاً جدید و آزمایشی به بازار با استاندارد مورد نیاز برای مدیریت یک سرویس حیاتی که میلیون ها مشتری به آن وابسته هستند کاملاً متفاوت است. در سناریوی اول، استاندارد باید حول سرعت یادگیری و جمع آوری سریع بازخورد تعریف شود. در اینجا شکست های کوچک و سریع، نه تنها قابل قبول، بلکه مطلوب هستند. اما در سناریوی دوم، استاندارد، «قابلیت اطمینان صد درصدی» و «بدون هیچ خطا» است. شرکت خودروسازی تسلا را در نظر بگیرید. استانداردی که تیم تحقیق و توسعه نرم افزار رانندگی خودکار آنها دنبال می کند، بر پایه آزمایشگری سریع و بهبود مداوم از طریق داده های دنیای واقعی بنا شده است. اما استانداردی که در خط تولید برای اطمینان از ایمنی ساختاری خودرو به کار گرفته می شود، یک استاندارد مبتنی بر تحمل صفر برای خطا است. یک رهبر بزرگ، مانند یک کارگردان ماهر، می داند که برای هر صحنه از فیلم، به چه نوع بازی و چه سطحی از انرژی نیاز دارد.

الگوی واحد به ارکستر هماهنگ

قدرتمندترین تغییر ذهنی حرکت از دیدن تیم به عنوان مجموعه ای از کپی های یک الگوی ایده آل، به دیدن تیم به عنوان یک «ارکستر» است. در یک ارکستر سمفونیک استاندارد اساسی اجرای بی نقص یک قطعه

رهبری تجاری و مسئله تمرکز بر عامل انسانی

روانی هرگز در خلأ شکل نمی گیرد، بلکه مستقیماً محصول رهبری است که به جای قضاوت کردن، به دنبال درک کردن است. شرکت گوگل، که به وسواس خود در استفاده از داده برای تصمیم گیری مشهور است، در یک پروژه تحقیقاتی داخلی به نام پروژه ارسطو به دنبال یافتن فرمول تیم ایده آل بود. تحلیلگران این شرکت انتظار داشتند که عواملی مانند سطح هوش اعضا، تجربه یا ساختار تیم، کلید موفقیت باشد اما داده ها نتیجه ای شگفت انگیز را آشکار کردند: مهمترین عامل موفقیت یک تیم در گوگل، امنیت روانی بود. تیم هایی که اعضای آن به یک اندازه صحبت می کردند و نسبت به حالات عاطفی یکدیگر حساسیت بالایی داشتند (دو شاخص اصلی همدلی در عمل)، به طور مداوم بهتر از بقیه عمل می کردند. این یافته به مدیران گوگل آموخت که نقش اصلی آنها، نه کدنویسی بهتر از دیگران، بلکه ایجاد فضایی است که در آن هر فردی احساس کند صدایش شنیده می شود و حضورش ارزشمند است. همدلی در گوگل یک فضیلت اخلاقی نیست، بلکه یک متغیر مهندسی شده برای به حداکثر رساندن خروجی خلاقانه است.

نقش جدید رهبر

در پارادایم جدید، نقش یک رهبر از مدیر پروژه به معمار فرهنگ تغییر می کند. دغدغه اصلی او دیگر تخصیص وظایف و کنترل پیشرفت کار نیست، بلکه طراحی یک محیط است که در آن استعدادها به صورت طبیعی شکوف شوند. این معماری از طریق رفتارهای مشخص و قابل تمرین انجام می شود که در هسته خود، مبتنی بر همدلی هستند.

یکی از این رفتارها گوش دادن فعال است؛ یعنی شنیدن برای درک کردن، نه شنیدن برای پاسخ دادن. این یعنی توجه به زبان بدن، مکت ها و آنچه گفته نمی شود، به اندازه توجه به کلمات، رفتار کلیدی دیگر، آسیب پذیری است. رهبری که به راحتی اعتراف می کند «پاسخ این سوال را نمی دانم» یا «در این مورد اشتباه کردم»، اعتمادی به مراتب عمیق تر از رهبری می سازد که تلاش می کند خود را بی نقص و همه چیزدان نشان دهد. این آسیب پذیری، به دیگران نیز این مجوز را می دهد که انسان باشند، سوال بپرسند و بدون ترس از شکست، تلاش کنند.

فلسفه مدیریتی شرکت تویوتا، که به راه تویوتا مشهور است، نمونه ای کلاسیک

رهبری خاموش: هنر غلبه بر دنیای پرهیایو

وضوح به مثابه ارزشمندترین دارایی

در دنیای کسب و کار امروز که مملو از اصطلاحات پیچیده، مدل های چند وجهی و اسلایدهای بی پایان است، «وضوح» به یک کالای کمیاب و فوق العاده ارزشمند تبدیل شده است. رهبران پرهیاهو، گاهی از پیچیدگی به عنوان ابزاری برای نمایش هوش خود استفاده می کنند. آنها با به کار بردن عبارات تخصصی و مبهم، تلاش می کنند تا تسلط خود بر موضوع را به رخ بکشند. رهبر خاموش، این را یک ضعف بزرگ می داند. او درک می کند که هوش واقعی، در توانایی تبدیل مفاهیم پیچیده به ایده های ساده، قابل فهم و قابل اجرا نهفته است. او از هر گونه اصطلاحات تخصصی غیرضروری پرهیز می کند و پیام خود را با دقتی شبیه به یک جراح، کالبدشکافی کرده و به شفاف ترین شکل ممکن ارائه می دهد.

این تعهد به وضوح، باعث صرفه جویی در مهمترین منبع سازمان یعنی زمان و انرژی در مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشتی، پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

دیهاری روستای کردامیر در نظر دارد به استناد مصوبه شماره ۱۸۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۰ شورای اسلامی روستای کردامیر فراخوان فروش ۵ قطعه زمین مسکونی (به صورت مجزا) متعلق به دیهاری کردامیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بر گزار نماید
کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشتی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [WWW.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد.

مواعد زمانی:
– تاریخ انتشار فراخوان: از ۱۴۰۴/۰۹/۲۴ ساعت ۱۰ صبح
تاریخ چاپ نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۱

موسیقی است. اما هیچ کس انتظار ندارد که نوازنده ویولن، مهارت های نوازنده ترومپت را داشته باشد یا برعکس. رهبر ارکستر، نقاط قوت منحصربه فرد هر نوازنده را می شناسد و وظیفه او هماهنگ کردن این استعداد‌های متنوع برای خلق یک صدای واحد و شکوهمند است.

به همین ترتیب، یک رهبر کسب و کار بزرگ، استاندارد نهایی را برای تیم تعریف می کند، نه برای هر فرد. او می داند که یک عضو تیم ممکن است یک تحلیلگر داده های درون گرا و استثنایی باشد، در حالی که عضو دیگر، یک ارتباط گیرنده کاریزماتیک و الهام بخش است. او به جای تلاش برای تبدیل تحلیلگر به یک سخنران یا وادار کردن سخنران به کدنویسی، سیستمی را طراحی می کند که در آن، هر دو بتوانند با استفاده از نقاط قوت طبیعی خود، به استاندارد جمعی تیم کمک کنند.

این رویکرد را در شرکت های مشاوره مدیریتی پیشرو مانند مک کنزی می توان دید. هر تیم پروژه، ترکیبی از مهارت های مختلف است و استاندارد نهایی، «را‌انه یک راه حل استراتژیک و تاثیرگذار به مشتری» است؛ نتیجه ای که از هماهنگی استعدادهای متفاوت به دست می آید.

وظیفه رهبر تجاری در قرن بیست و یکم دیگر بالابردن یک میله ثابت نیست، بلکه ساختن یک زمین بازی پویا است. زمینی که در آن، استانداردهای بالا به عنوان یک سری اصول راهنما و نتایج غیر قابل مذاکره تعریف شده اند، اما مسیر رسیدن به آن نتایج، به هوش، خلاقیت و تنوع اعضای تیم سپرده شده است. چالش رهبری دیگر صرفاً تعیین مقصد نیست، بلکه فراهم کردن بهترین قلب نماها برای سفر منحصر به فرد هر فرد به سوی آن مقصد مشترک است.

منابع:

when-setting-the-standard-۱۰/۲۰۲۵/https://hbr.org-for-your-team-avoid-this-common-mistake-https://yourceomentor.com/the-standard-you-walk-past-is-the-standard-you-set

نویسنده: علی آل علی

از این رویکرد در یک محیط صنعتی است. یکی از اصول بنیادین این فلسفه، مفهوم گنجی کتبوستو است که به معنای برو و خودت ببین ترجمه می شود. از مدیران تویوتا انتظار نمی رود که در دفاتر خود ببنشینند و براساس گزارش ها تصمیم بگیرند. آنها تشویق می شوند تا به خط تولید (جایی که ارزش واقعی خلق می شود) بروند، با کارگران صحبت کنند و مشکلات را از نزدیک لمس کنند. این رویکرد، یک نمایش قدرتمند از همدلی عملی است. این یعنی احترام گذاشتن به تخصص افرادی که کار را به صورت روزانه انجام می دهند و درک عمیق چالش های آنها. رهبر در تویوتا یک فرمانده نیست، بلکه یک تسهیلگر است که با پرسیدن مداوم سوال «چرا؟»، به تیم کمک می کند تا ریشه مشکلات را پیدا کرده و خودشان بهترین راه حل را ابداع کنند.

سخن پایانی

ما در آستانه یک دگرگونی عمیق در درک خود از ماهیت رهبری ایستاده ایم. در آینده ای که هوش مصنوعی بسیاری از وظایف مدیریتی سنتی (برنامه ریزی، تحلیل داده ها و بهینه سازی) را بر عهده خواهد گرفت، ارزش رهبران در توانایی های منحصرآ انسانی آنها تعریف خواهد شد. بزرگ ترین پارادوکس رهبری در قرن بیست و یکم این است: برای هدایت موثر انسان ها در دنیایی که به طور فزاینده ای توسط فناوری شکل می گیرد، ما باید خودمان به شکلی عمیق تر و آگاهانه تر انسانی شویم. فراخوان نهایی برای نسل جدید رهبران، یک دعوت به سرمایه گذاری بر روی هوش هیجانی، ظرفیت درک دیگران و شجاعت برای کنار گذاشتن نقاب قدرت و اختیار است. موفق ترین سازمان های آینده توسط رهبرانی ساخته خواهند شد که می دانند نفوذ واقعی از ارتباطات معنادار حاصل می شود و بزرگ ترین دستاورد یک رهبر، نه در موفقیت های فردی خودش، بلکه در خلق فضایی است که در آن دیگران جرأت پیدا می کنند تا به بهترین نسخه از خودشان تبدیل شوند.

منبع:

https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil-the-future-of-leadership-is-human-why-۳۱/۱۰۲۰۲۵/cil-empathy-outweighs-authority

نویسنده: علی آل علی

بی شک رهبری خاموش یک سبک متغلفانه نیست، بلکه یک دکترین استراتژیک فعال برای موفقیت در قرن بیست و یکم است. این رویکرد انتخاب آگاهانه و انضباطی برای مقاومت در برابر جذابیت های سطحی رهبری نمایشی است. این درک عمیق است که نفوذ پایدار، نه از طریق حجم کلمات، که از طریق وزن و دقت آنها به دست می آید. رهبران آینده، نه پرسر و صداترین افراد در اتاق، که بهترین معماران سکوت خواهند بود؛ آنهایی که می دانند چگونه هیاهو را حذف کنند تا فضا برای تفکر عمیق باز شود. آنهایی که با مکت کردند، به خرد جمعی اجازه ظهور می دهند و آنهایی که با کنار کشیدن خود، میدانی برای توانمندسازی و درخشش دیگران خلق می کنند. چالش استراتژیک پیش روی هر رهبر در دنیای امروز این نیست که «چگونه صدای خود را به گوش دیگران برسانم؟». پرسش بنیادین تر این است: «چگونه می توانم محیطی آن چنان شفاف و متمرکز بسازم که پیام های درست، بدون نیاز به فریاد، شنیده شوند؟». پاسخ به این سوال مرز میان رهبری گذرا و میراثی ماندگار را ترسیم خواهد کرد.

منابع:

https://gulfnews.com/opinion/op-eds/cutting-through-the-clutter-the-art-of-quiet-leadership-۱۵۰۰۳۱۵۸۷۱-https://www.walkme.com/blog/quiet-leadership



سازمان جهاد کشاورزی

آگهی مزایده عمومی (نوبت اول)

مهلت دریافت اسناد تا تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۰۱ ساعت ۱۰

– مهلت ارائه پیشنهاد تا تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۰۸ ساعت ۱۰

– بازگشایی پاکت ها: ۱۴۰۴/۱۰/۰۸ ساعت ۱۱

– اعلام به برنده: ۱۴۰۴/۱۰/۰۹ ساعت ۸

نوع و مبلغ: فروش ۵ قطعه زمین مسکونی. مبلغ پایه متری ۸۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال

مبلغ کلی پایه ۱۳۶۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال هر قطعه ۱۶۰ متر مربع

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: شهیر ۰ روستای کردامیر خیابان شهیدان مداحی کوچه شهیدی آشنشان ساختمان دیهاری

تاریخ چاپ نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۹/۲۴

تاریخ چاپ نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۱

اخبار

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان خبر داد:

انتشار فراخوان برگزاری چهارمین دوره آموزشی «اقلیم قلم» به میزبانی استان خوزستان و شهر ماهشهر



اهواز - شبنم فجائوند: حسین براتی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان از برگزاری چهارمین دوره آموزشی «اقلیم قلم» ویژه هشت استان به میزبانی ماهشهر و با حضور اساتید نام‌آشنای داستان‌نویسی خبر داد که مهلت ثبت‌نام آن تا ۳۰ آذر ۱۴۰۴ تعیین شده است.
مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان یادآور شد: فراخوان ثبت‌نام در چهارمین دوره آموزشی «اقلیم قلم» ویژه داستان‌نویسان استان‌های ایلام، چهارمحال و بختیاری، قم، کرمانشاه، لرستان، مرکزی، همدان و خوزستان منتشر شد.
وی افزود: این دوره سهروزه با حمایت معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و همکاری خانه کتاب و ادبیات ایران و اداره‌کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان خوزستان، از ۳ تا ۵ دی‌ماه ۱۴۰۴ در شهر ماهشهر برگزار خواهد شد.
مهلت ثبت‌نام برای علاقه‌مندان تا ۳۰ آذر ۱۴۰۴ تعیین شده است.
حسین براتی مدرسان این دوره آموزشی را مجید قیصری، علیرضا محمودی ایرانمهر، رامبد خانلری و محمداسماعیل حاجی‌علیان معرفی کرد و اظهار داشت: مدرسان کارگاه‌های با محورهای «تعریف بوم در داستان اقلیم‌محور»، «جذابیت‌های روایی اقلیم در داستان» و «آداب و رسوم، باورها و افسانه‌های بومی در داستان اقلیمی» برگزار خواهند کرد.
علاقه‌مندان می‌توانند برای ثبت‌نام و ارسال نمونه اثر از طریق لینک نشانی https://survey.porsline.ir/s/vehix۲Ce اقدام کنند.
برای کسب اطلاعات بیشتر نیز شماره تماس ۰۶۳۴۳-۲۱۹۱۰۰ داخلی ۸۱۱پایخ‌گوی سوالات است.

درخشش پتروشیمی خارک در عرصه نوآوری صنعت پتروشیمی کشور

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: واحد پژوهش و نوآوری این شرکت در آیین اختتامیه چهارمین همایش پتروف، عنوان «نوآور برتر صنعت پتروشیمی کشور» را به خود اختصاص داد.
این موفقیت، نمادی از رویکرد خلاقانه و پایدار پتروشیمی خارک در توسعه فناوری و طرح‌های زیست‌محیطی است.
آیین اختتامیه چهارمین همایش پتروف در مرکز همایش‌های بین‌المللی پژوهشگاه صنعت نفت برگزار شد و طی آن، واحد پژوهش و نوآوری شرکت پتروشیمی خارک موفق به کسب جایزه طلای پتروشیمی کشور» گردید.
این جایزه به دلیل ارائه ایده‌های خلاقانه، تدوین و اجرای طرح‌های نوآورانه و اقدامات شاخص این واحد در حوزه طراحی و پیشبرد پروژه‌های توسعه‌ای و زیست‌محیطی به پتروشیمی خارک اعطا شد.
از جمله دستاوردهای برجسته، ارائه راهکار نوآورانه توسط مهدی حقی برای جلوگیری از اتلاف گاز CO۲ و تبدیل آن به ظرفیت تولیدی بود که توجه ویژه داوران را به خود جلب کرد.
تحقق این موفقیت با حمایت و پشتیبانی مدیریت عامل شرکت، دکتر پورضیایی، و تأکید مستمر ایشان بر ضرورت تقویت پژوهش و نوآوری در ساختار عملیاتی پتروشیمی خارک امکان‌پذیر شد.
همایش پتروف به عنوان یکی از رویدادهای مهم صنعت پتروشیمی کشور، با محوریت توسعه فناوری و تعمیق نوآوری برگزار می‌شود.
بهره‌گیری از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان و اعلام نتایج از زیبایی نوآوری شرکت‌های پتروشیمی از بخش‌های اصلی این رویداد است.
همچنین «جایزه نوآوری صنعت پتروشیمی» هر سال با هدف ایجاد هم‌افزایی میان متخصصان و فعالان این صنعت و تشویق شرکت‌های پیشرو در عرصه فناوری اعطا می‌شود.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران:

قطع گاز ۲۱۰ هزار ویلای خالی از سکنه در مازندران شروع شد

ساری - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز مازندران گفت: قطع گاز ۲۱۰ هزار ویلای خالی از سکنه در استان آغاز شده و این روند با هدف مدیریت مصرف انرژی تا پایان زمستان ادامه خواهد داشت.
هزبر جوادی در نشست شورای مدیریت بحران مازندران در ساری از آغاز طرح گسترده پایش مصرف سوخت در استان خبر داد و اظهار داشت: با سرد شدن هوا مصرف گاز در مازندران افزایش یافته و وبلاهای بزرگ و لوکس با امکاناتی نظیر سونا و جکوزی در رده‌های بالای مصرف قرار دارند که با نرخ‌های بالای گازبها مواجه می‌شوند.
وی با اشاره به فعالیت شبانه‌روزی ۸۰۰ نفر از کارکن شرکت گاز در مسیر گلوگاه تا اسمر، افزود: تاکنون حدود ۲۱۰ هزار ویلای خالی از سکنه شناسایی شده‌اند که در صورت ادامه مصرف غیرضروری گاز آنها از ابتدای دی‌ماه قطع خواهد شد.
مدیرعامل شرکت گاز مازندران تصریح کرد: مشترکانی که دارای خانه‌های دوم و سوم هستند در پله سوم تعرفه گاز قرار می‌گیرند و وبلاهای دولتی و ترابلیکس نیز تحت پایش قرار دارند.
جوادی اضافه کرد: درصورت مشاهده مصرف غیرضروری گاز این واحدها قطع و وصل مجدد تنها با تعهد رسمی امکان‌پذیر خواهد بود.
وی، هدف از اجرای این طرح را «توزیع عادلانه انرژی و پیشگیری از مصرف بی‌رویه در اقامتگاه‌های غیر دائم» عنوان کرد و افزود: صرفه‌جویی در مصرف انرژی به معنای همراهی با توسعه پایدار و تضمین پایداری انرژی برای نسل آینده است.

عنوان برتر توسط روابط عمومی نفت و گاز مارون

اهواز - شبنم فجائوند: روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون موفق شد دو عنوان برتر را در بیست و دومین دوره جشنواره برترین های روابط عمومی ایران همزمان با برگزاری بیست و یکمین سمپوزیوم روابط عمومی را کسب کند.
این امور ۲ تندیس روابط عمومی برتر در مدیریت راهبردی را برای بخش های اطلاع رسانی و ارتباطات مردمی و تکریم ارباب رجوع کسب کرد.
بیست و دومین دوره جشنواره برترین های روابط عمومی ایران جمع کسب بیست و یکمین سمپوزیوم روابط عمومی در سالن همایش های بین المللی کتابخانه ملی ایران برگزار شد.

برای اولین بار در ایران:

کنسائتاره دیونیزه در ارومیه در مدار تولید قرار گرفت

ارومیه - خبرنگار فرصت امروز: این واحد تولیدی که با حضور رضا رحمانی استاندار آذربایجان غربی ، معاونین استاندار و جمعی از مدیران کل دستگاه های اجرایی و فعالان اقتصادی « تولید کنسائتاره دیونیزه میوه برای اولین بار در کشور در شرکت ترش نارین» به بهره‌برداری رسید و ایران به تولید این نوع کنسائتاره سلامت محور انواع میوه ها دست یافت.
سکونت خیرخواه، مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان غربی در آیین بهره‌برداری از این طرح که در قالب طرح توسعه شرکت ترش نارین با حضور استاندار آذربایجان غربی به بهره برداری رسید، با قدردانی از سرمایه‌گذاران و صنعتگران فعال در استان، اظهار کرد: این پروژه از جمله طرح‌های مهم صنعتی استان است که سرمایه‌گذاری آن به‌طور کامل از محل صادرات مجموعه تأمین شده که سالانه حدود ۱۲ میلیون دلار صادرات برای کشور به همراه داشته است.
در ادامه این مراسم استاندار آذربایجان غربی با اشاره به اینکه صنعت با دو بال صادرات و فناوری رشد می کند افزود:سرمایه گذاری یکی از اصول اولیه تولید است. دکتر رضا رحمانی، استاندار آذربایجان غربی با تأکید بر نقش محوری سرمایه‌گذاری در توسعه کشور، گفت: بدون سرمایه‌گذاری، حل مسائل اساسی اقتصاد کشور امکان‌پذیر نیست و راه‌حل اصلی، تسهیل مسیر ورود سرمایه‌گذاران به عرصه تولید است.
مدیر واحد تولیدی ترش نارین با اشاره به سابقه فعالیت این مجموعه گفت: مجموعه ترش نارین فعالیت خود را از سال ۱۳۸۳ با ظرفیت سالانه ۸۰۰ تن پوره آغاز کرد و در سال ۱۳۸۶ با واردات و راهاندازی یک خط کنسائتاره پیشرفته از آلمان، مسیر توسعه خود را سرعت بخشید، از آن زمان تاکنون، تولیدات مجموعه هر سال بدون استثنا افزایش یافته است.
بری‌سیمیا شاشانی افزود: ظرفیت تولید فعلی این مجموعه شامل ۱۲ هزار تن انواع کنسائتاره، ۶ هزار تن پوره، ۲ هزار تن رب گوجه‌فرنگی، یک هزار تن شربت میوه‌جات و ۳ هزار تن کنسائتاره دی‌یونیزه است، همچنین سه مجموعه جدید به زیر مجموعه ترش نارین اضافه شده که شامل شرکت چلیپک نارین غرب (تولیدکننده بشکه‌های سیلندری و کونیکا)، شرکت بارسو (تولیدکننده انواع کنسائتاره و پوره) و مجموعه تخصصی تولید کنسائتاره دی‌یونیزه است.

هشدار پلیس راهور آذربایجان‌غربی درباره خرید و تردد پلاک‌های منطقه آزاد؛ هیچ مجوزی صادر نشد

ارومیه - خبرنگار فرصت امروز: رئیس پلیس راهور فرماندهی انتظامی آذربایجان‌غربی با هشدار جدی به شهروندان نسبت به خرید خودروهای دارای پلاک منطقه آزاد، گفت: تاکنون هیچ‌گونه مجوزی برای واگذاری، خرید و تردد این پلاک‌ها در خارج از محدوده مناطق آزاد صادر نشده و هرگونه تبلیغ در این زمینه فاقد وجهات قانونی است.
سرسهنگ جاتم ابراهیمی در نشست خبری با اصحاب رسانه در خصوص جزئیات ضوابط قانونی پلاک‌های منطقه آزادبا اعلام افزایش تبلیغات و ادعاهای غیرواقعی در فضای مجازی درباره فروش و واگذاری خودرو به پلاک‌های منطقه آزاد گفت: در حال حاضر تنها مجوز صادرشده، مربوط به خودروهای خدماتی شهرداری‌ها، خودروهای امدادی و برخی ماشین‌آلات سنگین حوزه راهسازی است که آن هم با مجوز مشخص استانداری انجام می‌شود و شامل خودروهای شخصی نمی‌شود.
وی افزود: هیچ‌گونه مجوزی از سوی پلیس، دولت یا سایر مراجع ذی‌صلاح برای فروش، واگذاری یا تردد آزاد خودروهای پلاک منطقه آزاد در سطح شهرها صادر نشده و مردم باید مراقب سوءاستفاده افراد سودجو باشند.
سرسهنگ ابراهیمی با تأکید بر اینکه پلاک‌های منطقه آزاد «شخص‌محور» هستند، تصریح کرد: این پلاک‌ها به نام یک فرد مشخص صادر می‌شود و به هیچ عنوان قابل واگذاری، فروش یا استفاده توسط شخص دیگر نیست؛ حتی وکالت‌نامه نیز در این زمینه فاقد اعتبار قانونی است.

کرج - یاسلت عابد: در بیست‌ویکمین دوره سمپوزیوم بین‌المللی روابط عمومی و بیست و دومین دوره جشنواره برترین‌های روابط عمومی ایران که با پیام دکتر پزشکیان رئیس جمهوری اسلامی ایران و با حضور جمعی از چهره‌های ارشد کشوراز جمله دکتر گلزاری دبیر شورای اطلاع رسانی دولت و مدیرکل روابط عمومی نهاد ریاست جمهوری و با مشارکت استادان برجسته داخلی و بین‌المللی و حمایت انجمن بین‌المللی روابط عمومی (IPRA)، در مرکز همایش‌های کتابخانه ملی ایران برگزار شد، از مهرداد کیانی شهردار کرج، به‌واسطه حمایت ازبرنامه‌های ارتباطی و نگاه تخصصی به روابط عمومی و دوست‌دار و تسهیل‌گر روابط عمومی قدردانی شد و نشان «مدیر ارشد ارتباط گستر» به وی اعطا گردید.
این نشان به دلیل انجام خدمات موثر، مساعدت در توسعه ارتباطات با جامعه مخاطب، توجه به افکار عمومی، ارتباط موثر با رسانه ها و حمایت از برنامه های ارتباطی و نگاه تخصصی به حوزه ارتباطات و روابط عمومی به مهرداد کیانی شهردار کلاشهر کرج اهدا شد.
در این سمپوزیوم که با حمایت انجمن بین‌المللی روابطعمومی (IPRA) برگزار شد، متخصصان رشته ارتباطات و روابطعمومی، طی سخنرانی‌ها و کارگاه‌های تخصصی، آخرین یافته‌ها ودیدگاه‌های خودرا در رابطه با موضوع روابط عمومی درجهان شبکه‌ای، برای حاضران در مراسم، تشریح کردند و در ادامه مراسم سه استاد مطرح



ارتباطات ایران به‌عنوان سخنرانان اصلی کنفرانس تازه‌ترین دیدگاه‌های علمی خود را درباره مدیریت روایت‌ها، راهبردهای ارتباطی و نقش روابطعمومی در فضای مجازی در دوره جنگ ارائه کردند.

«روابط عمومی شهرداری کرج» در جمع برترین روابط عمومی های کشور ایستاد

در ادامه جشنواره «برترین‌های روابط عمومی ایران» که با هدف ارزیابی و تقدیر ازعملکرد برجسته نهاده‌ا و سازمان‌ها در حوزه ارتباطات و روابط عمومی

مدیرعامل شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند:

از بازسازی اساسی در سایه تحریم تا نقشه راه پژوهش مسئله‌محور در پالایشگاه شازند



اراک- فرناز امید: مدیرعامل شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) تعمیرات اساسی این شرکت پالایشگاهی را با وجود حجم عظیم چالش‌ها و چند برابر شدن خرابی‌ها در مدت چهار ماه را یک اقدام کم‌نظیر عنوان کرد و گفت: پالایشگاه‌ها در خط مقدم تأمین امنیت انرژی کشور، صنعتی پیرسک و کم‌حوصله‌اند که تنها با خلق ارزش و خلاقیت در به روزرسانی تجهیزات و تعمیرات اساسی می‌توان در آن پایدار ماند.
رضا چراغی در سومین همایش سالیانه پژوهش و فناوری پترو پالایش نفت امام خمینی (ره)شازند افزود: صنعت پالایش در کشور ما حساس و پیچیده است که در سخت‌ترین شرایط از جمله جنگ، تحریم و ناترازی انرژی باید همیشه فعال بمانند و کوچک‌ترین توقف آن، امنیت انرژی کشور را به مخاطره می‌اندازد.
وی تعمیرات اساسی اسمال پالایشگاه شازند را یک بازسازی اساسی دانست و ادامه داد: این فرآیند فراتر از یک تعمیرات اساسی معمول و یک بازسازی اساسی و همه‌جانبه بود به طوری که ۱۴ واحد اصلی از جمله واحدهای حیاتی مانند RFCC و RCDرا دربرگرفت و با حضور حدود ۲۶۰ نیروی خارجی، نزدیک به ۶ هزار نیروی پیمانکاری داخلی و بیش از ۳۵۰ نفر از نیروهای خود پالایشگاه، یک کار بزرگ انجام شد.
مدیرعامل پالایشگاه شازند با بیان اینکه حجم خرابی‌های واحدها چند برابر برآورد اولیه بود، بیان کرد: از موعد تعمیرات اساسی این واحدها مدت زیادی گذشته بود.
با این حال، با تمرکز بر کیفیت، کنترل فشارهای بیرونی و تکیه بر دانش داخلی، توانستیم عملیات را در چهار ماه به پایان برسانیم. چراغی اضافه کرد: پس از



تقدیر شد.
پس از مراسم افتتاحیه، شرکت‌های پتروشیمی حاضر در این رویداد در پنل‌های تخصصی به ارائه نیازهای نوآورانه و فناوری‌ها خود پرداختند.
این رویداد بستری برای هم‌افزایی شرکت‌های بزرگ صنعتی با دانشگاه‌ها و

معاون امور زیربنایی و حمل‌ونقل شهری شهرداری اراک خبر داد:

امضای تفاهم‌نامه سه‌جانبه مدیریت شهری اراک



گسترده شهر در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر تصریح کرد: توسعه نیروگاه‌های خورشیدی پشت‌بامی در ساختمان‌های اداری، اماکن عمومی، مدارس، فضاهای خدماتی و همچنین محلات کم‌برخوردار، به‌عنوان یکی از راهبردهای اصلی مدیریت شهری در دستور کار قرار گرفته است و این موضوع با همکاری شرکت توزیع برق و حمایت شورای اسلامی شهر دنبال می‌شود.
دولت‌آبادی خاطر‌نشان کرد: بهره‌گیری از پنل‌های خورشیدی

برگزار گردید، اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری کرج با رأی هیئت داوران به عنوان یکی از روابط عمومی های برتر کشور معرفی شد و از محمدجلال سبزی مدیرکل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری کرج به‌دلیل رعایت استانداردهای حرفه‌ای و مدیریت راهبردی روابط عمومی با اهدای لوح تقدیر و تندیس تجلیل شد.
مدیرکل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری کرج در این خصوص گفت: کسب این عنوان ارزشمند موهون تلاش شبانه‌روزی همکاران پرتلاش در مجموعه روابط عمومی شهرداری کرج است که همواره اصل صداقت، شفافیت و تعامل سازنده را سرلوحه کار خود قرار داده‌اند.
ما باور داریم که روابط عمومی دیگر صرفاً یک واحد اطلاع‌رسانی نیست، بلکه نبض تپنده سازمان است و نقش محوری در بازنمایی دستاوردها و جلب مشارکت مردمی دارد.
محمدجلال سبزی ضمن قدردانی از حمایت های دکتر کیانی شهردار کرج و اعضای شورای اسلامی این کلاشهر برای اعتلای جریان اطلاع رسانی در مدیریت شهری اضافه کرد: ما با رویکرد «جهاد تبیین» و تمرکز بر تولید محتوای اثرگذار و مستمر در فضای مجازی و رسانه‌ای، سعی کردیم تا خدمات و پروژه‌های عمرانی و فرهنگی شهر را به شکلی دقیق و به موقع به اطلاع شهروندان برسانیم.
تمرکز بر محتواسازی، برنامه‌محوری و ارائه گزارش‌های عملکردی مستند، از عواملی بود که در ارزیابی‌های این جشنواره مورد توجه قرار گرفت.

مدیرعامل شرکت پالایش نفت امام خمینی(ره) شازند:

از بازسازی اساسی در سایه تحریم تا نقشه راه پژوهش مسئله‌محور در پالایشگاه شازند

و مشکلات تأمین مالی، بخشی از واقعیت‌های روزمره این صنعت است. چراغی ادامه داد: برخلاف تصور برخی، این صنعت پردرآمد و آرام نیست در حالی که صنعت پالایش، یکی از پرریسک‌ترین و حادثه‌خیزترین صنایع کشور است و کارکنان ما هر روز با مخاطرات جانی روبو روبرو هستند.
مدیرعامل پالایشگاه شازند به نقش این مجموعه در حفاظت از محیط‌زیست نیز اشاره کرد و گفت: امسال بیش از ۴۲۰ میلیون لیتر سوخت کم‌سulfور به نیروگاه‌ها تحویل دادیم، در حالی که هیچ الزام قانونی برای این کار نداشتیم و این اقدام داوطلبانه به کاهش محسوس آلاینده‌گی دودکش‌ها و بهبود کیفیت هوای استان مرکزی، که امروز یکی از کم‌تعمیل‌ترین استان‌هاست، کمک کرده و اعتبار اجتماعی ارزشمندی برای پالایشگاه ایجاد نموده است.
چراغی در ادامه سخنان خود توجه به پژوهش و فناوری به خصوص در حوزه نفت را یکی از مهمترین اولویت‌های حال حاضر در کشور عنوان کرد و گفت: سال‌هاست درباره همکاری صنعت و دانشگاه صحبت می‌شود، اما بخش زیادی از پژوهش‌های دانشگاهی هنوز مسئله‌محور نیستند و بسیاری مقالات و پایان‌نامه‌ها تکراری، غیرعملیاتی و صرفا برای دفاع هستند.
وی از سیاست‌های جدید پژوهشی در پالایشگاه شازند خبر داد و گفت: در شورای پژوهش اعلام کردیم هر طرح پژوهشی باید حداقل ۷۰ درصد احتمال موفقیت داشته باشد و طرح‌های زیر این سطح باید در دانشگاه انجام شوند، طرح‌های تکراری باید حذف شوند و پژوهش باید مسئله‌محور، کاربردی و ارزش‌آفرین باشد.

دریافت تندیس برنز شرکت برتر در نوآوری توسط پتروشیمی آریاساسول

مراکز دانش‌بنیان بود اما هدف اصلی همایش توسعه پایدار فناوریانه و نوآورانه در صنعت پتروشیمی است.
یکی از جوانب مهم همایش پتروف، برگزاری جایزه نوآوری صنعت پتروشیمی است؛ این جایزه با هدف ایجاد هم‌افزایی بین متخصصان و صاحب‌نظران صنعت پتروشیمی برگزار می‌شود.
توسعه پایدار فناوریانه و نوآورانه به‌عنوان لازمه بقا و پایداری صنعت پتروشیمی در نظر گرفته می‌شود و این جایزه برای تشویق و تقدیر از شرکت‌هایی که در زمینه نوآوری و فناوری پیشرو عمل می‌کنند، برگزار می‌شود.
شرکت پلیمر آریاساسول درسال ۱۴۰۴ برای اولین بار در این رویداد حاضر شد و بر اساس ارزیابی‌های صورت گرفته در جایزه نوآوری پتروشیمی از سوی هیئت داوران حائز دریافت تندیس برنز شرکت برتر در حوزه نوآوری شد.
بر این اساس در آیین اختتامیه این آیین محمدرضا حیدرزاده، نائب رئیس هیئت‌مدیره و مدیرعامل شرکت پلیمر آریاساسول تندیس و لوح این جایزه را دریافت کرد.

معاون امور زیربنایی و حمل‌ونقل شهری شهرداری اراک خبر داد:

امضای تفاهم‌نامه سه‌جانبه مدیریت شهری اراک

در بافت شهری، علاوه بر تأمین بخشی از برق مصرفی، می‌تواند به‌عنوان یک ابزار موثر در بازآفرینی شهری مورد استفاده قرار گیرد؛ به‌گونه‌ای که پشت‌بام‌ها به فضاهای چندمنظوره شامل تولید انرژی، ایجاد سایه، بهبود شرایط زیست‌محیطی و حتی توسعه فضاهای سبز شهری تبدیل شوند.
وی با تأکید بر رویکرد عدالت‌محور مدیریت شهری گفت: تمرکز ویژه این تفاهم‌نامه بر مناطق کم‌برخوردار است؛ چرا که کاهش هزینه‌های انرژی در این محلات، تأثیر مستقیمی بر بهبود کیفیت زندگی شهروندان دارد و اجرای پروژه‌های انرژی‌محور در مساجد، سراهای محله و مجموعه‌های خدماتی، از اولویت‌های اجرایی شهرداری اراک خواهد بود.
معاون امور زیربنایی و حمل‌ونقل شهری شهرداری اراک در پایان با اشاره به ضرورت هم‌افزایی نهادهی تصریح کرد: تحقق اهداف این تفاهم‌نامه مستلزم همکاری منسجم میان مدیریت شهری، شورای اسلامی شهر، شرکت توزیع نیروی برق و سایر دستگاه‌های اجرایی است و شهرداری کلاشهر اراک با تمام ظرفیت‌های فنی و اجرایی خود، آمادگی دارد نقش راهبردی و تسهیل‌گری را در مسیر توسعه انرژی‌های پاک و مدیریت هوشمند مصرف انرژی ایفا کند.

رفع ۶۶ مورد نشتی گاز در منطقه ۲ عملیات انتقال گاز ایران از ابتدای سال ۱۴۰۴ تا پایان آبان

و به اندازه یک پروژه کامل، نیازمند برنامه ریزی و اجرای عملیات تخصصی بوده اند.
اسدالله مهری افزود: پایش مستمر خطوط، استفاده از فناوریهای نوین تشخیص نشستی و به کارگیری نیروهای مجرب از جمله اقداماتی است که در راستای پیشگیری و مدیریت به موقع چنین مواردی انجام میشود.
مدیر منطقه ۲ عملیات انتقال گاز ایران همچنین بر تدوام نظارت‌ها و بازرسی‌های دوره ای برای حفظ ایمنی و کارایی شبکه گازرسانی تأکید کرد و گفت: این اقدامات در چارچوب مسئولیتهای اجتماعی و حرفه ای شرکت انتقال گاز ایران برای تأمین ایمنی و پایداری جریان گاز انجام میگردد.



مدیرکل صمت گیلان :

پاسخ به استعلامات معدنی ظرف ۱۵ روز، مصوبه شورای معادن گیلان

شروع به کار چند پروژه معدنی تصمیم گرفته شد افزود: با توجه به اینکه اغلب معادن با پتانسیل‌های مصالح معدنی در حال فعالیت هستند افزایش توان آنها و حمایت از آن باعث پیشسرفت در انجام پروژه‌های عمرانی استانی می‌گردد.
به گفته دکتر پورحیدری بالغ بر یک میلیون متر مکعب مصالح معدنی برای پروژه‌های عمرانی در امسال تأمین شده است و کلا ۱۰۲ معدن شناخته شده داریم که به علت برخی از تعارضات محلی و با منابع طبیعی و زیست محیطی فقط ۵۰ معدن دائمی در حال فعالیت می‌باشند.



سجاد رحیمی مدیسه نویسنده، پژوهشگر و مشاور حوزه مدیریت و کسب و کار



در دنیای مدیریت و کسب‌وکار، بسیاری از مدیران و بنیانگذاران ساعات‌ها وقت و انرژی صرف طراحی استراتژی، تحلیل داده‌ها، تولید محصول، بهبود تجربه مشتری و توسعه تیم می‌کنند اما در همین مسیر، یک عامل بسیار حیاتی معمولاً از نگاه‌شان دور می‌ماند: قدرتِ ساختار‌یافته کلمات.

تا سال‌ها تصور می‌شد نوشتن یک مهارت جانبی است؛ چیزی شبیه یک توانایی تکمیلی که اگر باشد خوب است و اگر هم نباشد، لطمه بزرگی وارد نمی‌کند، اما تجربه من در نویسندگی حرفه‌ای و پژوهش‌های تخصصی در حوزه مدیریت و کسب‌وکار نشان داده که این باور، بیشتر از یک فرض ساده، یک خطای استراتژیک است. چرا؟ زیرا کلمات، معماری ذهنی برند را می‌سازند و برند، معماری تجربه مشتری. این مشتری ممکن است، خریدار محصولات فیزیکی ما در فروشگاه یا مغازه ما باشد و یا کارمند و سرپرست و مدیر سازمان ما.

هر مدیر یا بنیانگذاری که به شکل جدی به رشد، مقیاس‌پذیری، فروش و تاثیرگذاری فکر می‌کند، دیر یا زود به یک نقطه مشترک خواهد رسید: رشد پایدار،

نویسنده: علی آل علی

برای چندین دهه مفهوم روابط عمومی در ذهن بسیاری از مدیران و صاحبان کسب و کار با تصویری ساده و تا حدی کلیشه ای گره خورده بود. مجموعه ای از تاکتیک‌ها برای جلب توجه رسانه‌ها. نوشتن یک بیانیه مطبوعاتی، برقراری ارتباط با چند روزنامه نگار و تلاش برای کسب پوشش خبری رایگان. تقریباً تمام آن چیزی بود که از این حوزه انتظار می رفت. روابط عمومی یک بخش جانبی و اغلب کم اهمیت در کنار غول های قدرتمندی چون بازاریابی و تبلیغات به حساب می آمد؛ یک بلندگوی خوش صدا که در صورت نیاز پیام شرکت را با صدای بلندتری فریاد می زد، اما این تصور امروز به اندازه یک دستگاه تلگراف در دنیای اینترنت کوانتومی منسوخ و ناکارآمد است.

در اقتصاد جدید که ارزشمندترین دارایی یک شرکت نه کارخانه ها و تجهیزات بلکه اعتماد مخاطبان است، روابط عمومی از یک وظیفه تاکتیکی به یک فلسفه استراتژیک و از حاشیه به هسته اصلی رهبری تجاری تغییر ماهیت داده است. درک این تحول بنیادین برای بقا و رشد هر برندی حیاتی است. برندهای پیشرو مانند اپل، کوکاکولا یا تویوتا موفقیت پایدار خود را نه فقط مدیون محصولات عالی یا بودجه های غلظیم تبلیغاتی، بلکه مدیون دهه ها سرمایه گذاری هوشمندانه و وسواس گونه بر روی معماری اعتبارشان هستند. آنها دریافته اند که در دنیایی شفاف و به هم پیوسته، جایی که هر مشتری به یک رسانه بالقوه تبدیل شده، دیگر نمی توان تصویر مثبتی را به زور به بازار تزریق کرد؛ بلکه باید یک شخصیت معتبر و قابل اعتماد ساخت و به طور مداوم آن را در تمام نقاط تماس با مخاطب، به نمایش گذاشت.

روابط عمومی مدرن دیگر هنر گفتن داستان های جذاب نیست؛ بلکه هنر زیستن یک داستان معتبر و معنادار است. این دیگر مجموعه ای از فعالیت های پراکنده نیست، بلکه سیستم عامل یکپارچه ای است که تمام ارتباطات یک سازمان

بدون روایت پایدار امکان‌پذیر نیست. روایت، فقط داستان‌سرایی نیست؛ نوعی چارچوب‌سازی شناختی است که از طریق کلمات، ذهن مخاطب را به درک جدیدی می‌رساند. من سال‌هاست این نوع مواجهه با نویسندگی را نویسندگی ارزش‌آفرین می‌نامم: نوعی از نویسندگی که اطلاعات را منتقل نمی‌کند، بلکه بینش، جهت، معنا و انگیزه خلق می‌نماید، اما اجازه بدهید کمی دقیق‌تر پیش برویم و از زاویه‌ای مدیریتی به موضوع نگاه کنیم.

کلمات، زیرساخت نامرئی تصمیم‌گیری در سازمان هستند؛ وقتی مدیر، مأموریت سازمان را بازتعریف می‌کند؛ وقتی مدیرعامل با سرمایه‌گذار مذاکره می‌کند؛ وقتی بنیانگذار داستان شکل‌گیری استارت‌آپ را توضیح می‌دهد؛ وقتی تیم فروش تلاش می‌کند ارزش محصول را توضیح دهد؛ وقتی یک مشتری تردید دارد که آیا محصول شما همان چیزی است که باید انتخاب کند یا نه؛ در همه این لحظات، کلمات هستند که تعیین می‌کنند تصمیم به سمت شما متمایل می‌شود یا از شما دور می‌شود. من بارها دیده‌ام که یک محصول عالی، فقط به این دلیل که درست روایت نشده، هرگز اجازه ورود به ذهن بازار را پیدا نکرده است. نه به این دلیل که بد بوده؛ بلکه به این دلیل که بد توضیح داده شده.

ارزش واقعی آن چیزی نیست که شما ارائه می‌دهید؛ ارزش واقعی، چیزی است که مخاطب از طریق کلمات شما درک می‌کند و فاصله میان «ارزش واقعی» و

«ارزش ادراک‌شده» همان جایی است که کسب‌وکار یا رشد می‌کند یا گرفتار می‌شود.

نویسندگی ارزش‌آفرین؛ مهارتی برای ساختن تصمیم، نه فقط ساختن محتوا

وقتی از نویسندگی ارزش‌آفرین صحبت می‌کنم، منظورم تولید متن‌های زیبا، شاعرانه یا تزیینی نیست. منظورم نوشتن متنی است که:

- دیدگاه می‌سازد،
- اعتماد شکل می‌دهد،
- ایهام را کاهش می‌دهد،
- انگیزه ایجاد می‌کند،
- رفتار مشتری را هدایت می‌کند،
- و در نهایت حیات دوباره و رشد درآمد را سرعت می‌دهد.

در سازمان‌ها، بسیاری از مشکلات نه به دلیل نقص فنی یا ضعف محصول، بلکه به دلیل ضعف در روایت ارزش ایجاد می‌شود.

درواقع محصول خوب، بدون روایت خوب، تبدیل می‌شود به محصولی که بازار آن را نمی‌فهمد.

و هیچ مشتری‌ای چیزی را که نمی‌فهمد، انتخاب نمی‌کند.

مدیران آینده، نویسندگان آینده هستند. در دنیایی که رقابت شدیدتر می‌شود؛ اطلاعات بیشتر می‌شود؛ زمان کمتر می‌شود و تصمیم‌گیری پیچیده‌تر، مدیری که قدرت توضیح روشن، مختصر، قانع‌کننده و انسانی داشته

روابط عمومی در اقتصاد کار آفرینی دیجیتال

های مدیرعامل، تکرار و تقویت شوند. این ثبات، به تدریج یک تصویر قابل پیش بینی و قابل اعتماد از برند در ذهن مخاطب می‌سازد و سنگ بنای اصلی اعتبار را شکل می‌دهد.

هنر ایجاد رابطه: کسب اعتبار به جای خرید توجه
پس از آنکه بنیاد استراتژیک شکل گرفت روابط عمومی وارد مرحله تعامل فعال با دنیای بیرون می‌شود. در اینجا نیز یک تغییر پارادایم بزرگ رخ داده است. در مدل سنتی تمرکز بر روی ارسال یک طرفه پیام به رسانه‌ها بود، اما در دنیای جدید تاکید بر ساختن روابط دوطرفه و کسب اعتبار است.

های اجتماعی با توصیه ای گفته می‌شود که برند پولی برای آن پرداخت نکرده، بلکه آن را به دست آورده است. این نوع از اعتبار، به مراتب از تبلیغات مستقیم قدرتمندتر است، زیرا از فیلتر یک منبع سوم مستقل (مانند یک روزنامه نگار، یک کارشناس صنعتی یا یک مشتری راضی) عبور کرده است.

ساختن این روابط یک فرایند زمانبر و مبتنی بر ایجاد ارزش متقابل است. یک متخصص روابط عمومی مدرن، به جای آنکه بیانیه های مطبوعاتی عمومی را برای صدها خبرنگار ارسال کند، وقت خود را صرف شناسایی تعداد محدودی از روزنامه نگاران و تولیدکنندگان محتوای کلیدی در حوزه کاری خود می‌کند.

او تلاش می‌کند تا حوزه علاقه و نیازهای آنها را درک کرده و سپس به جای درخواست پوشش خبری به آنها ایده های داستانی جذاب، دسترسی به منابع تخصصی یا داده های انحصاری پیشنهاد دهد. او خود را نه به عنوان یک درخواست‌کننده، بلکه به عنوان یک منبع مفید برای خبرنگار تعریف می‌کند. همین منطق در مورد همکاری با برندهای دیگر یا چهره های تأثیرگذار نیز صادق است. به جای یک معامله مالی ساده، تمرکز بر روی پیدا کردن شرکایی است که از نظر ارزش ها و مخاطب، با برند همپوشانی دارند و می‌توان با همکاری آنها، یک داستان بزرگ‌تر و معتبرتر را برای

زنگ‌زدگی شغلی: اپیدمی جدید نیروی کار

جنس زنگار است. این زنگ زدگی (Rust Out) نام دارد: فرسایش تدریجی و مرگ خاموش انگیزه که نه از کار زیاد، بلکه از چالش بسیار کم زاده می‌شود. برخلاف فرسودگی شغلی که با هیاهو و بحران خود را نشان می‌دهد، زنگار شغلی یک قاتل خاموش است. این تجربه یک ورزشکار حرفه ای است که مجبورش کرده اند تمام روز را روی نیمکت بنشینند؛ حس یک موتور قدرتمند است که تنها با دنده یک حرکت می‌کند.

این پدیده وضعیتی است که در آن توانایی‌ها، هوش و خلاقیت یک فرد به طور مداوم کمتر از آنچه که باید، مورد استفاده قرار می‌گیرد. نتیجه یک بی‌حسی فلج‌کننده، یک بی‌تفاوتی عمیق و این احساس ویرانگر است که استعداد شما در حال تلف شدن است. خطر بزرگ تر اینجاست: در حالی که سازمانی که دچار فرسودگی است، حداقل می‌داند که مشکلی وجود دارد، سازمانی که از زنگار شغلی رنج می‌برد، اغلب در یک آرامش فریبنده به سر می‌برد و متوجه نمی‌شود که ارزشمندترین دارایی‌هایش در حال اکسیده شدن و از دست دادن درخشش خود هستند.

آنانومی زنگار شغلی

زنگ زدگی شغلی صرفاً خستگی از کار نیست؛ این یک بحران عمیق‌تر از جنس معنا است. این وضعیت زمانی رخ می‌دهد که یک شکاف بزرگ و پایدار میان «آنچه من قادر به انجامش هستم» و «آنچه از من خواسته می‌شود انجام دهم» به وجود می‌آید.

این شکاف به تدریج حس هدفمندی و پیشرفت را از فرد می‌گیرد، او دیگر احساس نمی‌کند که در حال یادگیری، رشد یا مشارکت در چیزی بزرگ‌تر از خودش است. وظایف روزمره به یک تکرار بی‌معنا تبدیل می‌شوند که نه به هوش او نیاز دارند و نه خلاقیتش را به چالش می‌کشند؛ این وضعیت به ویژه برای افراد بااستعداد و جاه طلب مانند قرار گرفتن در یک اتاق بدون پنجره است؛ فضایی امن اما خفه‌کننده که به آرامی تمام امید به آینده را از بین می‌برد.

این فرسایش خود را در علائم رفتاری ظریفی نشان می‌دهد. فردی که دچار زنگار شغلی شده، ممکن است به طور متناقضی در انجام ساده ترین وظایف تعلل کند، نه به این دلیل که تنبل است، بلکه چون آن وظیفه آنقدر کوچک و بی‌اهمیت است که مغز او

باشد، برنده است. به همین دلیل، در میان مدیران جهان یک حقیقت جدید پذیرفته شده: نویسندگی، مهارت نرم نیست؛ مهارت رهبری است. استراتژی که درست نوشته نشود، درست فهمیده نمی‌شود، چشم‌اندازی که درست روایت نشود، الهام‌بخش نمی‌شود، محصولی که درست معرفی نشود، فروخته نمی‌شود و برندی که درست تعریف نشود، در بازار گرم می‌شود.

استارت‌آپ‌ها با کمبود منابع، نبود اعتماد اولیه و رقابت سنگین مواجه‌اند. در چنین اکوسیستمی، هر جمله درست می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذار را جذب کند و مشتری اولیه را قانع. همچنین این پتانسیل را دارد که تیم را انگیزه‌مند نگه دارد و حتی جهت محصول را تغییر دهد. به عنوان مثال یک Landing Page خوب استارت‌آپ فقط یک صفحه نیست؛ بخشی از سفر ذهنی مشتری است. یک پیام برند خوب، فقط یک شعار نیست؛ قطب‌نمای تصمیم‌گیری سازمان است. در تمام این موارد، نویسندگی ارزش‌آفرین، مزیت رقابتی است.

نهایی شدن فروش، ۸۰درصد کلمه و ۲۰درصد محصول است. (برخلاف تصور رایج) بسیاری از مدیران تصور می‌کنند فروش یعنی توانایی متقاعدسازی مستقیم‌ا مو فروش، قبل از هر چیز توانایی معنابخشی است. اینکه چگونه محصول، خدمت یا عرضه شما در ذهن مشتری به یک ضرورت تبدیل شود، نه یک گزینه. هر بار که مشتری درباره محصول شما سؤال می‌پرسد،

مخاطبان هر دو طرف روایت کرد.

رهبری فکری: تبدیل شدن به مرجع اصلی صنعت
یکی از قدرتمندترین استراتژی های روابط عمومی مدرن فراتر رفتن از صحبت کردن درباره محصولات و خدمات خود و تبدیل شدن به یک رهبر فکری (Thought Leader) در کل صنعت است. این استراتژی به معنای ارائه تحلیل های عمیق، پیش بینی روندهای آینده و به اشتراک گذاشتن سخاوتمندانه دانش و تجربه با هدف کمک به کل اکوسیستم است. وقتی که شرکت موفق می‌شود که خود را به عنوان مرجع اصلی و قابل اعتمادترین منبع اطلاعات در یک حوزه مشخص تثبیت کند، به یک مزیت رقابتی فوق العاده دست می‌یابد. در این حالت، مشتریان و رسانه‌ها به طور طبیعی برای دریافت راهنمایی و نظر تخصصی به سراغ او می‌آیند. شرکت مایکروسافت تحت رهبری تجاری ساتیا نادلا، نمونه درخشانی از این استراتژی است. آنها با انتشار گزارش های تحقیقاتی عمیق، حضور فعال مدیران ارشدشان در کنفرانس‌های جهانی و ارائه دیدگاه های آینده‌نگرانه درباره موضوعاتی مانند هوش مصنوعی و آینده کار، خود را نه فقط به عنوان یک فروشنده نرم افزار، بلکه به عنوان یک شریک استراتژیک برای تمام کسب و کارها معرفی کرده اند. این رویکرد، نیازمند سرمایه‌گذاری بلندمدت بر روی تولید محتوای باکیفیت، تشویق متخصصان داخلی برای به اشتراک گذاشتن دانش‌شان (مثلاً از طریق وبلاگ های تخصصی یا سخنرانی ها) و داشتن شجاعت برای بیان دیدگاه هایی است که فراتر از منافع کوتاه مدت شرکت باشند. رهبری فکری، اعتماد را در مقیاسی وسیع تولید می‌کند و به برند یک جایگاه رفیع و غیرقابل جایگزین می‌بخشد.

قرارداد اجتماعی: مدیریت اعتبار در دوران بحران و شفافیت

آزمون واقعی قدرت روابط عمومی یک برند در لحظات سخت و بحرانی مشخص می‌شود. در دنیای امروز که اخبار

فرهنگ شرکت هایمانند گوگل، با فلسفه معروف «۲۰ درصد

هیچ انگیزه ای برای درگیر شدن با آن پیدا نمی‌کند. او ممکن است به یک منتقد بدبین در جلسات تبدیل شود یا به طور کامل سکوت اختیار کند، زیرا دیگر باور ندارد که نظرش تفاوتی ایجاد خواهد کرد. این، مرگ تدریجی «عاملیت» است؛ یعنی این باور که من می‌توانم بر روی محیط اطرافم تأثیر بگذارم. وقتی این باور از بین برود، تنها چیزی که باقی می‌ماند، یک حضور فیزیکی بدون هیچ گونه حضور ذهنی یا احساسی است.

چرا سازمان‌ها زنگ زدگی شغلی را تقویت می‌کنند؟ زنگار شغلی به ندرت انتخاب یک فرد است؛ بلکه اغلب محصول محیطی است که توسط رهبران و ساختارهای سازمانی خلق می‌شود. یکی از بزرگ ترین معماران این سکون رهبری است که از رشد می‌ترسد. مدیری که از ترس از دست دادن یک کارمند خوب یا از ترس آنکه مبدا خودش در سایه قرار گیرد، به طور آگاهانه یا

نخواهدگاه، چالش‌های جدید، مسئولیت‌های بزرگ‌تر و فرصت‌های یادگیری را از بهترین اعضای تیمش دریغ می‌کند. این مدیر، برای حفظ ثبات کوتاه مدت، در حال قربانی کردن پتانسیل بلندمدت بازارش درختن استعدادهای خود است.

دومین عامل طراحی ضعیف نقش است. بسیاری از سازمان‌ها، افراد فوق العاده باهوشی را استخدام می‌کنند و سپس آنها را در جعبه های کوچک و محدودی از وظایف تکراری و اداری قرار می‌دهند. این مانند خریدن یک کامپیوتر قدرتمند و استفاده از آن تنها به عنوان یک ماشین حساب است. فرهنگ شرکت هایی مانند گوگل، با فلسفه معروف «۲۰ درصد زمان»، خود، یک پانزهر قدرتمند برای این مشکل ارائه داد. با دادن این آزادی به مهندسان که بخشی از زمان خود را صرف پروژه هایی کنند که به آن علاقه دارند، گوگل نه تنها از زنگار شغلی جلوگیری کرد، بلکه برخی از نوآورانه ترین محصولات خود مانند جی میل را نیز خلق نمود. این فرهنگ، بر این باور استوار است که اگر به افراد باهوش، فضای کافی برای کنجکاوی بدهید، آنها راهی برای خلق ارزش پیدا خواهند کرد.

استراتژی‌های مبارزه با زنگ‌زدگی شغلی

مبارزه با زنگار شغلی نیازمند یک تعهد دوطرفه از سوی رهبر و خود فرد است. رهبر شغلی تبدیل شدن از یک مدیر وظایف به یک معمار فرصت است. یک رهبر بزرگ مانند یک مربی خوب

درواقع می‌گوید: به من کمک کن بفهمم چرا باید تو را انتخاب کنم؟ و این رویکرد مشتری، یک مسئله کاملاً زبانی است. پس کلمات ما، نه فقط معرفی می‌کنند؛ بلکه توجیه، روشن‌سازی، آرام‌سازی و قانع‌سازی را هم انجام می‌دهند. فروشنده بزرگ، کسی نیست که خوب حرف بزند؛ کسی است که خوب توضیح می‌دهد. با این تفسیر حتی اگر مدیر یک سازمان باشید، باید از خودتان بپرسید که آیا کلمات شما برای کارکنان‌تان قانع‌کننده هست؟ آیا دغدغه‌های آنان را خوب توضیح می‌دهد؟

فراموش نکنیم محتوا فقط برای برندسازی یا شبکه‌های اجتماعی نیست؛ محتوا برای «معماری اعتماد» است؛ در هر زمان و مکان و در هر سازمان یا کسب‌وکار، برند بدون اعتماد، یک پوسته توخالی است و اعتماد، بدون روایت، امکان‌پذیر نیست. در دنیای امروز، مخاطب فقط خروجی شما را نمی‌خرد؛ بلکه «داستان»، «نگاه» و «منطق پشت اقدام» شما را می‌خرد. مدیرانی که محتوای ارزش‌آفرین تولید می‌کنند (نه محتوای تبلیغی) یک جایگاه متمایز در ذهن بازار و کارکنان خود می‌سازند. محتوایی که بنا دارد بفروشد، معمولاً نمی‌فروشد، اما محتوایی که بنا دارد ارزش بسازد، معمولاً به راحتی می‌فروشد. چون اعتماد، همیشه مقدم بر فروش است.

در پایان به این نکته اشاره کنم که در جهان امروز، کلمات سریع‌تر از محصول حرکت می‌کنند، سریع‌تر از تبلیغات اثر می‌گذارند و سریع‌تر از هر ابزار دیگری اعتماد می‌سازند. کلمات را دست‌کم نگیریم.

فرهنگ شرکت هایمانند گوگل، با فلسفه معروف «۲۰ درصد

با سرعت نور پخش می‌شود و هر مشتری ناراضی می‌تواند با یک تلفن همراه، یک بحران بزرگ بیاورند، داشتن یک برنامه مدیریت بحران دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت مطلق است. با این حال مدیریت بحران تنها بخش کوچکی از یک تصویر بزرگ‌تر است: مدیریت پیمان اجتماعی برند با جامعه.

این پیمان نانوشته، بر پایه دو عنصر کلیدی استوار است: مسئولیت‌پذیری و شفافیت. برندهای بزرگ می‌دانند که اعتبارشان تنها در روزهای خوب ساخته نمی‌شود، بلکه در نحوه واکنش آنها به اشتباهات و مشکلات، تعریف و تثبیت می‌گردد. دریافت بازخوردها و نظرات مشتریان چه مثبت و چه منفی و پاسخگویی سازنده به آنها بخش مهمی از این پیمان است. همچنین، مشارکت فعال در جامعه محلی و نشان دادن تعهد به مسائل اجتماعی ابعاد دیگری از مسئولیت‌پذیری یک برند را به نمایش می‌گذارد.

اما نقطه اوج در زمان وقوع یک بحران است-خواه یک مشکل در کیفیت محصول باشد یا یک اشتباه مدیریتی. در این لحظات، پنهانکاری، انکار یا مقصر دانستن دیگران، سریع ترین راه برای نابودی اعتمادی است که سال‌ها برای ساختن آن تلاش شده. در مقابل، پذیرش سریع مسئولیت، ارتباط شفاف و صادقانه با تمام ذی‌نفعان و ارائه یک راه حل مشخص برای جبران خسارت، نه تنها می‌تواند یک بحران را مهار کند، بلکه حتی ممکن است در بلندمدت، احترام و اعتماد بیشتری را برای برند به ارمغان بیاورد.

منابع:

https://www.indeed.com/career-advice/career-development/public-relations-strategies
https://www.entrepreneur.com/starting-a-business/how-to-turn-personal-adversity-۴۹۶۳۴۳/into-a-pr-strategy-that

فرهنگ شرکت هایمانند گوگل، با فلسفه معروف «۲۰ درصد

نقاط قوت و علایق پنهان اعضای تیم خود را می‌شناسد و به طور فعال به دنبال پروژه‌ها و چالش‌هایی می‌گردد که این استعدادها را به کار گیرد و آنها را گسترش دهد. این، یعنی داشتن گفت و گوهای منظم در مورد مسیر شغلی، فراتر از ارزیابی عملکرد سالانه. این، یعنی تفویض اختیار هوشمندانه، نه تنها در وظایف، بلکه در مالکیت واقعی پروژه‌ها.

این رویکرد در هسته مرکزی فلسفه بهبود مستمر «یاکازین» در شرکت تویوتا نهفته است. در این فرهنگ، هر کارمندی تشویق می‌شود تا به دنبال راه‌هایی برای بهبود فرآیندها بگردد. این حس مالکیت و توانایی ایجاد تغییر، قوی‌ترین واکنش در برابر بی‌تفاوتی و زنگار است. از سوی دیگر، خود فرد نیز مسئولیت دارد.

او نمی‌تواند به صورت منفعلانه منتظر بماند تا یک چالش هیجان‌انگیز از آسمان بر روی میزش فرود آید. او باید با کنجکاوی و شجاعت، به دنبال فرصت‌های جدید بگردد؛ دواطلب شدن برای یک پروژه بین‌بخشی، یادگیری یک مهارت جدید که مستقیماً به شغلش مرتبط نیست یا ارائه یک پیشنهاد برای بهبود یک فرآیند ناکارآمد.

در پایان باید این حقیقت را بپذیریم که در اقتصاد دانش‌بنیان امروز بزرگ‌ترین دارایی یک سازمان، نه ماشین‌آلات یا ساختمان‌هایش، بلکه انرژی، خلاقیت و انگیزه انباشته‌شده در ذهن کارکنانش است. زنگار شغلی، فرآیند آهسته و خاموش نشت این انرژی گران‌بهاست. نادیده گرفتن آن، یک خطای استراتژیک است که هیچ کسب و کار هوشمندنی نمی‌تواند از عهد آن برآید. چالش بزرگ برای هر رهبر، این نیست که فقط بپرسد «آیا تیم من بیش از حد کار می‌کند؟»، بلکه این است که بپرسد «آیا کار آنها به اندازه کافی بزرگ و معنادار است؟». سوال نهایي این است: در حالی که ما با نگرانی مراقب آتش سوزی‌های ناشی از فرسودگی شغلی هستیم، آیا به صدای آرام و فرساینده زنگاری که بر روی درخشان‌ترین استعدادهای‌مان می‌نشیند، با دقت کافی گوش می‌دهیم؟

منبع:

https://www.fastcompany.com/۹۱۴۰۷۲۸۱/what-is-rust-out-and-could-you-be-experiencing-it-burnout-work?partner=rss