

سرمقاله

اولویت اصلی بانک مرکزی

علی نظامتیان پژوهشگر حقوقی بانکی

در شرایط فعلی اولویت اصلی فعالیت بانک مرکزی به عنوان سکندار شبکه بانکی چه می تواند باشد؟

هرکس ممکن است براساس دیدگاه های فکری یا شغلی یا انتظارات مالی خود نظری خاص در این مورد داشته باشد. بنابراین تفاوت نظریات مردم در این مورد چندان عجیب ودور از ذهن نیست،اما تا آنجایی که در حال حاضر ملموس است کاهش تورم پولی، نظارت مؤثر و کارای بانک مرکزی بر بانکها و مؤسسات اعتباری غیربانکی و رتبهبندی بانکها، ثبات بازار ارز و طلا و تأمین ارز موردنیاز برای خرید کالاهای اساسی ودروبی و تأمین نیاز های ارزی واحدهای تولیدی،رفع ناترازی مزمن بانکهای دولتی یا خصوصی با استفاده از روشهایی که منتهی به انحلال مؤسسات اعتباری و آوارگی شغلی کارکنان بانکهای منحل شده یا ادغام شده نشود، همچنین حلوفصل مشکلات استخدامی کارکنان بانک منحل شده آینده و کمک به بانک ملی ایران برای حل این مشکلات پرسنلی ، اعمال سیاست کاهش تسهیلات تکلیفی باتوجهبه اثرات منفی آن بر اقتصاد وتوان...

ادامه در همین صفحه

ادامه از همین صفحه تسهیلاتدهی بانکها ، همچنین فراهمآوری زمینه رقابت سالم بین بانکها برای ارائه خدمات مطلوب بانکی به مردم، ترمیم مدیریتی شبکه بانکی کشور و اجرای اصل شایسته‌سالاری درتأیید صلاحیت حرفه ای مدیران بانکی و بی‌اثرسازی لابی‌های گسترده در انتصاب مدیران بانکی و جلوگیری از چرخه مدیریتی مشاغل سالای بانکها ، تلاش برای بازگشت "تأمین ارز به چرخه عملیات ارزی بانک مرکزی، تأمین کمبود منابع بانک ها برای پاسخگویی به زوج‌های جوان در انتظار وام ازدواج یا وام مسکن، اصلاح قانون جهش تولید مسکن وجلوگری از نقره داغ کردن مالیاتی بانک ها با استفاده از این قانون ، پیشگیری از تصمیمات غیر بانکی ستاندها تسهیل والزام بانک ها به اجرای این تصمیمات غیر بانکی همچنین تأمین مالی واحدهای تولیدی، انطباق هر چه بیشتر عملیات بانکی شبکه بانکی کشوربا موازین شرعی، جلوگیری از عملیات پولی و بانکی مؤسسات غیرمجاز وبر خود قانونی با پدیده بازار غیرمتشکل پولی وانجام اقدامات بانکی وقضایی لازم به منظور جلوگیری گسترش پدیده شوم ربا خواری در بازار غیر متشکل پولی، تأمین اسکناس لازم برای دستگاه‌های خودپرداز در ایام نزدیک به سال نو و منع بانکها از الزام وناتجار سازی مردم به پذیرش اسکناس‌های درشت وبا مبالغ بالا که اکنون به یکی از مشکلات روز مره دادوستدی مردم تبدیل شده است، به همراه اجرای آرام و غیر شوک‌آور قانون اصلاح بند «الف» ماده (۵۸) قانون بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موسوم به قانون حذف چهار صفر از اسکناس‌ها به گونه‌ای که منتهی به کاهش دارایی بانکی مردم نشود و در کنار کاهش صفرها از دارایی های مردم ،چند صفر نیز از قیمت‌های کلا وخدمات واملاک عملاً کاهش یابد، مشکلات اجرایی قانون بانک مرکزی، به‌روآوری سامانه‌های ارتباطی بین باک مرکزی و شبکه بانکی کشور و برخورداری هر چه بیشتر مردم از بانکداری الکترونیکی وبرقراری نظام مالی مناسب برای تعیین میزان کارمزد خدمات بانکی بانک ها، ایجاد فضای رقابتی کسب‌وکار بین شبکه بانکی کشور به‌نحوی که موجب بهره‌مندی بیشتر مردم از رقابت‌های بین‌بانکی شود. ... همه این‌ها بخش‌هایی از مشکلات ریزودرشت بانک مرکزی و همچنین شبکه بانکی کشور است که باید روزی، روزگاری با سرپنجه تدبیر حل شوند وگرنه شبکه بانکی را در ایفای نقش کلیدی خود برای

ادامه از همین صفحه

نویسنده: علی آل علی

چاقوی ارتش سوئیس را در نظر بگیرید. این یک شاهکار مهندسی و نمادی از آمادگی برای هر شرایطی است، اما یک حقیقت ناگفته درباره آن وجود دارد: اکثر تیغه ها و ابزارهای آن به ندرت استفاده می شوند و آنهايي هم که استفاده می شوند، هرگز به خوبی یک ابزار تخصصی نیستند. این چاقو استعاره ای بی نقص برای وضعیت یک مالک کسب و کار کوچک در دنیای بازاریابی دیجیتال است.

شما هر روز با صدها مقاله و ویدئو بمباران می شوید که به شما می گویند باید همتان یک استاد سئو، یک اینفلوئنسر تیک تاک، یک نویسنده خبرنامه و یک مدیر تبلیغات فیس‌بوک باشید. نتیجه یک چاقوی سوئیسی دیجیتال است: ده ها فعالیت نصفه ونیمه که هیچ کدام به اندازه کافی تیز نیستند تا واقعا چیزی را ببرند. این مقاله یک فهرست بلندبالا از ابزارها نیست؛ این یک نقشه برای ساختن اولین و مهمترین سلاح شماست. بیاييد با هم به کارگاه آهنگری استراتژی برويم تا یک شمشير برنده بسازيم؛ دیجیتال مارکتینگ!

استوره خطرناک همه جا بودن!

بزرگ ترین دروغی که به کسب و کارهای کوچک گفته می شود این است: شما باید در تمام کانال هایی که مشتریان تان حضور دارند، فعال

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



قیمت خودروهای وارداتی در مسیر صعود با کاهش؟

آغاز ثبت نام جدید بازار را تعیین می کند

اولویت اصلی بانک مرکزی

پیشرفت و توسعه اقتصادی کشور و استفاده مردم از خدمات و سرویس‌های بانکی ناتوان خواهد شد. تصور می کنم گرچه ضروری است همه این مشکلات شبکه بانکی کشور به‌تدریج حل شوند، اما باید توجه داشت که از نظر مدیریتی باتوجه‌به امکانات موجود و وضعیت اقتصادی کشور، حل هم‌زمان همه مشکلات مورد بحث‌نشدن و غیرممکن است. پس بایستی برای بانک مرکزی آن میزان وسعت اختیارات مدیریتی قائل بود تا بتواند این مشکلات را اولویت‌بندی کند و حل مهم‌ترین‌ها را در اولویت کاری خود قرار دهد؛ بنابراین اولویت‌بندی سیاست‌های پولی، ارزی و بانکی بایستی در اختیار بانک مرکزی باشد، خوشبختانه رئیس کل بانک مرکزی اخیر آ با تشریح اولویت‌های سیاست‌گذاری پولی و ارزی از تمرکز کامل این نهاد بر مهار پایدار تورم، تعمیق بازار تجاری ارز و ضرورت همراهی سایر ارکان حاکمیت برای عبور از وضعیت پیچیده کنونی تأکید کرد. به گزارش روابط‌عمومی بانک مرکزی، عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی، در مصاحبه‌ای با تأکید بر این نکته اعلام کرد: "... بدون کنترل معنی‌دار و پایدار تورم، امکان ارتقای اشتغال، دستیابی به رشد مطلوب تولید و ایجاد آرامش و اطمینان اقتصادی فراهم نخواهد شد. ازاین‌رو، در شرایط کنونی هر هدفی که با این اولویت در تضاد باشد، از دیدگاه بانک مرکزی کنار گذاشته خواهد شد... بر بهبود تدریجی وضعیت اقتصادی کشور، از مسیر کنترل تورم، مدیریت بخش خارجی اقتصاد و کاهش ناپایدانی‌ها متمرکز خواهد بود..."

بر اساس این سخنان می‌توان نتیجه گرفت که در حال حاضر اولویت اصلی برنامه بانک مرکزی مهار تورم است. زیرا با مهار تورم بسیاری از مشکلات بانکی کشور نیز خودبه‌خود حل خواهند شد. در این زمینه نباید فراموش کرد که از ابتدای سال جاری بازار ارز، سکه و ائومبیل و بعد از آن بازار مواد غذایی رکورددار تورم بوده‌اند. در مورد ارز و سکه تورم حاصل از آن، تصور می‌کنم صرف نظر از عوامل برون مرزی مؤثر در افزایش نرخ ارز وسکه،یکی از علل مهم افزایش مستمر نرخ ارز و سکه سرمایه‌ای شدن این دو کالا در اقتصاد کشور ما باشد. به بیان دیگر در حال حاضر در کشور ما بیشتر مردم ارز و سکه را دو کالای بسیار مناسب برای سرمایه‌گذاری و پس‌انداز و آینده نگری تشخیص داده‌اند. به بیان دیگر افراد زیادی سود خود را در افزایش مستمر قیمت سکه طلا و انواع ارزهای معتبر

و یا ارزش می‌دانند. آنان به جای سپرده گذاری در بانک ها باز با سکه می‌خرند به امید آنکه قیمت آن افزایش پیدا کند و خریداران در این رهگذر سود بیشتر برند. گسترش این پدیده (سرمایه تلفی‌شدن ارز و سکه) موجب خواهد شد تا بانک‌ها نیز برای تأمین و تجهیز منابع خود با مشکل مواجه شوند؛ زیرا در این آشفته‌بازار مردم ترجیح خواهند داد به‌جای سپرده‌گذاری در بانک‌ها که حداکثر سود ۲۲٪، سپرده‌گذاری بانکی را نصیب آنان خواهد ساخت، به‌طور بازار ارز و سکه هجوم‌آورند و سرمایه‌های خود را ولو اندک در این بازار وارد کنند و بدین‌سان افزایش تقاضای ارزی بیش از عرضه قیمت آن را به‌طور مستمر افزایش می‌دهنداین پدیده کاهش منابع بانک ها را نیز در پی خواهد داشت.

متأسفانه وابستگی قیمت بسیاری کالاها به ارز نیز انکارناپذیر است. پس افزایش قیمت ارز با سکه خودبه‌خود تورم را در سایر بخش‌های اقتصادی کشور دامن خواهد زد. زیرا حذف تورم از همه بخش‌های اقتصادی غیرممکن و خیال‌پروری بیهوده است. افزون بر آن وجود اندکی تورم در برخی بخش‌های صنعتی و کشاورزی لازمه توسعه آن بخش است. به بیان دیگر تا اندکی تورم مثبت نباشد توسعه در آن بخش محقق نخواهد شد. به‌هرحال این نکته قابل‌کتمان نیست که تورم معمولاً کاهش ارزش پایه پولی را به همراه دارد. متأسفانه وجود تورم و افزایش مستمر ویی وقفه آن قدرت خرید مردم را به علت کاهش ارزش پایه پولی کشور به‌شدت کاهش داده است. در زمان‌های نه‌چندان خیلی دور مثلاً دهه شصت شاید می‌شد با پانصد هزار تومان یک دستگاه اتومبیل متوسط یا یک واحد مسکونی معمولی خرید. اما اکنون قدرت خرید پول ملی چنان کاهش‌یافته که حتی با پانصد هزار تومان هم به‌زحمت می‌توان یک لاستیک نو برای همان تومبیل خرید ؛ بنابراین تورم علاوه بر افزایش قیمت کالا و خدمات تخریب پایه پولی کشور را نیز هدف قرار می‌دهد و قدرت خرید پول در دست مردم را به‌شدت کاهش می‌دهد. پس به همین دلایل منطقی است که بانک مرکزی مهار تورم را اولویت اصلی کاری خود قرار دهد.اما در این مهم همکاری دولت ومجلس با بانک مرکزی بسیار ضروری است وگرنه این بار سنگین به مقصد نخواهد رسید.

اما باید توجه داشت تورم غیر ثابت تنها مشکل بانک مرکزی نیست. اقتصاد کشور ما به‌شدت بانک‌محور است و بخش‌های تولیدی و صنعتی کشور سخت نیازمند تأمین مالی مناسب توسط شبکه بانکی کشور هستند. ناترازی بانک‌ها به همراه کمبود

مهارت‌های بنیادی در دیجیتال مارکتینگ

خوش ساخت باشد. صفحات اجتماعی شما، کوره های شما نیستند؛ آنها زمین های اجاره ای هستند که صاحب خانه (مارک زاکربرگ یا ایلان ماسک) می تواند هر لحظه، قوانین اجاره را تغییر دهد. یک کوره خوب، نیازی به پیچیدگی ندارد اما باید سه وظیفه را به طور بی نقص انجام دهد:

- پاسخ به سوالات بنیادین در ۵ ثانیه: یک بازدیدکننده جدید باید فوراً بفهمد: شما چه کسی هستید؟ چه مشکل خاصی را حل می کنید؟ و چرا باید به شما اعتماد کند؟
- ارائه یک مسیر مشخص: بازدیدکننده باید به وضوح بداند که قدم بعدی چیست. آیا باید با شما تماس بگیرد؟ یک محصول را ببیند؟ یا یک نمونه کار را بررسی کند؟
- حرفه ای و معتبر بودن: طراحی ضعیف، غلط های املایی یا اطلاعات قدیمی، به سرعت اعتبار شما را از بین می برد. ابزارهایی مانند اسکوترسپیس یا حتی قالب های حرفه ای وردپرس، به شما اجازه می دهند تا با هزینه ای اندک، یک کوره محکم و قابل اعتماد بسازید. تا زمانی که یک پایگاه خاکنگ مستحکم و متقاعدکننده نساخته اید، هرگونه هزینه برای هدایت ترافیک به آن، مانند ریختن آب در یک سطل سوراخ است.

عیدی کارمندان، کارگران، بازنشستگان روستاییان و مستمری بکیران ابلاغ شد

میزان عیدی تمام کارکنان اعم از کارمند و کارگر و همچنین بازنشستگان مشخص شد. به گزارش خبرگزاری خبر آنلاین، کف و سقف عیدی کارگران طبق محاسبات صورت گرفته در قالب قانون کار مشخص شده است. بر این اساس کف عیدی کارگران برابر با بیست میلیون و ۷۸۱ هزار و ۹۳۶ تومان است. سقف عیدی در این دوره‌ی زمانی برای کارگرانی که یک سال تمام کار...

نرخ بیکاری کاهش یافت؟

نیم رخ بازار کار ایران

فرصت امروز: در تازه‌ترین گزارش منتشرشده از سوی مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری در کشور همچنان در مسیر نزولی قرار دارد؛ آماري که در نگاه نخست می‌تواند نشانه‌ای از بهبود وضعیت بازار کار تلقی شود. اما بررسی دقیق‌تر داده‌ها نشان می‌دهد که این کاهش، لزوماً به معنای رونق اشتغال نیست و شکاف‌های مهمی در ساختار بازار کار همچنان پابرجاست. بر اساس این گزارش که از سوی رسانه‌ها نیز بازتاب یافته، نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر در بهار سال جاری ۷.۳ درصد و در تابستان ۷.۴ درصد اعلام شده است. این در حالی است که نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله در همین بازه زمانی از ۱۹.۷ درصد به ۱۹ درصد کاهش یافته و در گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال نیز به ۱۴.۴ درصد رسیده است . اگرچه این ارقام از ادامه روند کاهشی بیکاری در کشور حکایت دارند، اما نکته مهم آن است که همچنان فاصله‌ای قابل توجه میان نرخ بیکاری عمومی و نرخ بیکاری جوانان...

۲

قیمت طلای جهانی در فاز اصلاح؛

آیا روند صعودی متوقف شده است؟

۴

مدیریت و کسبوکار

مدیریت وفاداری مشتریان در اقتصاد ناپایدار مدرن

یک نگاهیان فانوس دریایی را در یک شب مه آلود و توفانی در برج بلند خود نه به دنبال کشتی های سرگردان می رود و نه برای آنها فریاد می کشد. او تنها یک کار انجام می دهد: با ثباتی تزلزل ناپذیر نور به محیط اطراف می اندازد. او کشتی ها را با زنجیر نمی بندد؛ او نوری است که کشتی ها آزادانه انتخاب می کنند تا مسیرشان را با آن بیابند. این نکته عمیق و مدرن ترین درک از مفهوم وفاداری مشتری است؛ مفهومی که اغلب به اشتباه با قفس های طلایی و زنجیرهای نامرئی تخفیف، یکسان گرفته می شود. نگاه سنتی به وفاداری آن را نتیجه یک محاسبه منطقی یا یک عادت ساده می داند. کسب و کارها برای دهه ها تلاش کرده اند تا با ارائه کارت های امتیازی و پیشنهادهای انحصاری، مشتریان را در یک چرخه تکرار خرید، حبس کنند. اما این وفاداری سست و شکننده است. این یک تعهد سطحی است که با اولین

منابع و افزایش سالانه سطح تسهیلات تکلیفی و مشکلات طاقت‌فرسای حقوقی و قانونی وصول مطالبات معوق بانک‌ها به همراه پرداخت تسهیلات فرمایشی و خارج از ضابطه توسط برخی از بانک‌ها از جمله عواملی هستند که توان تسهیلات‌دهی شبکه بانکی کشور را به‌شدت کاهش می‌دهند. کاهش توان تسهیلات‌دهی شبکه بانکی کشور نیز پرداخت تسهیلات به بخش‌های مولد اقتصادی را با مشکلات فراوان مواجه می‌سازد. پس در یک نگاه کلی می توان دریافت کرد که بسیاری از مشکلات بانکی کشور چون زنجیر به‌هم‌پیوسته‌اند. به همین جهت کارشناسان می‌گویند: "... علل اصلی تورم شامل افزایش تقاضا، کاهش عرضه و عوامل ساختاری مانند نظام پولی ضعیف، فساد و زیرساخت‌های ضعیف می‌شود و راه‌حل‌های بالقوه برای کنترل تورم شامل سیاست‌های پولی، سیاست‌های مالی، افزایش عرضه، کنترل انتظارات تورمی و مقابله با ریشه‌های تورم می‌شود..." مسلماً بانک مرکزی برای ثبات‌بخشی تورم و آرامش فضای ملتهب ارز و سکه نیازمند همراهی شبکه بانک‌های دولتی و بانک‌های خصوصی و دولت و مجلس است و بدون مشارکت و همراهی آنان قادر به اجرای مطلوب این سیاست نخواهد بود.

به هرحال تصور می‌کنم بانک مرکزی برای موقعیت در برنامه های خود بایستی بیش از دیگران پایبند به اجرای دقیق مقررات قانون بانک مرکزی باشد.شاید طرح این نکته خارج‌موضوع تلقی شود؛ اما بر اساس مقررات ماده ۱۱ قانون بانک مرکزی "... اصل در مذاکرات و مصوبات هیئت عالی و سایر ارکان بانک مرکزی، غیرمحرمانه بودن و انتشار عمومی آنهاست. بانک مرکزی موظف است مشروح مذاکرات و مصوبات هیئت عالی را نهایتاً تا ده روز کاری پس از برگزاری جلسه از طریق پایگاه اطلاع‌رسانی خود منتشر کند..." با نگاهی به سایت بانک مرکزی در بخش مشروح مذاکرات هیات عالی می‌توان دریافت بانک مرکزی باوجوداین تأکید قانونی تاکنون این قانون را چنان که بایدوشاید اجرا نکرده ومشروح مذاکرات هیات عالی را به طور کامل بارگذاری نکرده است. بی‌خبری شبکه بانکی و مردم از دلایل سیاست‌ها و مصوبات بانک مرکزی اجرا آنها را با مشکل مواجه می‌سازد. انتظار است بانک مرکزی بیش از این به اجرای قانون خود پایبند باشد.

در مجموع تصور می‌کنم اگر بانک مرکزی در با ثبات سازی میزان تورم وجلوگیری از افزایش بی رویه تورم خصوصاً در بخش های مواد غذایی ومحصولات تولیدی موفق باشد بسیاری از مشکلات اقتصادی مردم حل خواهد شد.

وزارت امور اقتصادی و دارایی
وزارت امور مالی و دارایی

مناقضه یک مرحله ای شماره
۱۴۰۴/۲/۲۱

شرکت مخابرات ایران - منطقه گلستان در نظر داره اجرای عملیات شبکه ثابت گلستان تلهفاری دور

نمایند- پشتیبانی دکل و آنتن نگهداری پشتیبانی تعدیه نیرو و از طریق برقراری مأمیه نامین نمایند.

از کلیه متقاضیان واجد شرایط لازم دعوت بعمل می آید جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد مناقضه به مدت ۱۰ روز از تاریخ ۱۳۰۴/۱۱/۱۶ تا تاریخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۸ به سایت شرکت مخابرات ایران به آدرس www.golcir.ir و با سایت مخابرات منطقه گلستان به آدرس www.golcir.ir مراجعه نمایند.

روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان

یادداشت

آمارهای سبز و بازار خاکستری

دکتر محمدرضا قدیمی مدیر مسئول

کاهش نرخ بیکاری در گزارش‌های رسمی، در نگاه نخست نشانه‌ای از بهبود شرایط اقتصادی تلقی می‌شود. رسیدن این نرخ به محدوده ۷ درصد، در ظاهر حکایت از آن دارد که بازار کار ایران از یکی از مهم‌ترین چالش‌های خود عبور کرده است. اما آیا این تصویر، بازتاب دقیقی از واقعیت اقتصاد ایران است؟ برای پاسخ به این پرسش، باید فراتر از یک عدد ساده رفت. نرخ بیکاری، تنها بخشی از واقعیت بازار کار را نشان می‌دهد و بدون در نظر گرفتن شاخص‌های مکمل، می‌تواند گمراه‌کننده باشد. یکی از مهم‌ترین این شاخص‌ها، نرخ مشارکت اقتصادی است؛ شاخصی که نشان می‌دهد چه میزان از جمعیت در سن کار، فعالانه در جست‌وجوی شغل هستند. در ایران، این نرخ همچنان در سطحی پایین قرار دارد و بخش قابل توجهی از جمعیت، اساساً وارد بازار کار نمی‌شوند یا پس از مدتی از جست‌وجو برای یافتن شغل، از این بازار خارج می‌شوند. این خروج خاموش، به‌طور طبیعی نرخ بیکاری را کاهش می‌دهد، بی‌آنکه الزاماً شغلی ایجاد شده باشد.

در کنار این مسئله، ترکیب جمعیتی بیکاران نیز حامل پیام مهمی است. فاصله معنادار میان نرخ بیکاری عمومی و نرخ بیکاری جوانان، نشان می‌دهد که بازار کار در جذب نیروی تازه‌وارد با مشکل جدی مواجه است. وقتی حدود یک‌پنجم جوانان فعال بیکار هستند، نمی‌توان از بهبود واقعی سخن گفت. این وضعیت به معنای آن است که نظام آموزشی، ساختار تولید و بازار کار، در اتصال به یکدیگر با اختلال روبه‌رو هستند؛ اختلالی که پیامدهای آن، از اقتصاد فراتر رفته و به حوزه‌های اجتماعی نیز سرایت می‌کند. مسئله مهم دیگر، کیفیت اشتغال است. در آمارهای رسمی، هر نوع فعالیت اقتصادی—even با حداقل ساعات کاری—به‌عنوان اشتغال محسوب می‌شود. در نتیجه، رشد مشاغل غیررسمی، موقت یا کم‌درآمد نیز می‌تواند به کاهش نرخ بیکاری منجر شود، بی‌آنکه امنیت شغلی یا رفاه خانوارها بهبود یابد. در سال‌های اخیر، سهم این نوع اشتغال در اقتصاد ایران افزایش یافته و همین موضوع، یکی از دلایل فاصله میان آمارهای رسمی و تجربه واقعی مردم از بازار کار است. از سوی دیگر، شرایط کلی اقتصاد نیز بر وضعیت اشتغال اثرگذار است. تورم بالا، کاهش قدرت خرید و نااطمینانی‌های گسترده، بسیاری از بنگاه‌ها را در وضعیت «بقا» قرار داده است. در چنین فضایی، برنامه‌ریزی برای توسعه و جذب نیروی جدید به اولویت دوم تبدیل می‌شود و بازار کار، به‌ویژه برای جوانان و فارغ‌التحصیلان، با محدودیت بیشتری مواجه می‌شود. در واقع، اقتصادی که درگیر بقاست، نمی‌تواند موتور خلق شغل‌های پایدار باشد. در این میان، نباید از نقش مهاجرت نیروی انسانی نیز غافل شد. خروج بخشی از نیروی کار جوان و متخصص، اگرچه ممکن است در کوتاه‌مدت فشار بر بازار کار را کاهش دهد، اما در بلندمدت به تضعیف سرمایه انسانی و کاهش ظرفیت رشد اقتصادی منجر خواهد شد. کاهش بیکاری در چنین شرایطی، بیش از آنکه نشانه‌ای از موفقیت باشد، می‌تواند بازتابی از تغییر در ترکیب نیروی کار باشد.

بنابراین، تحلیل وضعیت اشتغال در ایران، نیازمند نگاهی جامع‌تر است؛ نگاهی که صرفاً به یک عدد بسنده نکند و کیفیت اشتغال، میزان مشارکت اقتصادی و پویایی بازار کار را نیز در نظر بگیرد. در غیر این صورت، خطر آن وجود دارد که سیاست‌گذاری‌ها بر مبنای تصویری ناقص از واقعیت شکل بگیرند و شکاف میان آمار و زندگی روزمره مردم، عمیق‌تر شود.

در نهایت، آنچه اهمیت دارد نه صرفاً کاهش یک شاخص آماري، بلکه بهبود واقعی شرایط زندگی و اشتغال است. اگر این تمایز نادیده گرفته شود، نتیجه چیزی جز فاصله میان اعداد و واقعیت نخواهد بود؛ فاصله‌ای که امروز بیش از هر زمان دیگری خود را نشان می‌دهد: آمارهای سبز و بازار خاکستری.

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران مطرح کرد

بنگاه‌های تولیدی همچنان در انتظار ۷۰۰ همت

یک عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران، با انتقاد از سیاست‌های حمایتی از بنگاه‌ها گفت: بسته ۷۰۰ همتی سرمایه در گردش که مدت‌هاست مطرح شده، تاکنون عملاً اجرایی نشده است. مرتضی حاجی‌آقامیری در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان این مطلب افزود: بخشی از این سازوکار از ابتدا به گونه‌ای طراحی شده که ناکارآمد بوده و انجام نمی‌شود. اگر یک حلقه از زنجیره همکاری نکند، این طرح عملاً بی‌اثر می‌ماند.

این فعال بخش خصوصی تأکید کرد: این سیاست بیشتر جنبه اسمی دارد و به مرحله عمل نرسیده است. در نتیجه، مشکلی از شرکت‌ها حل نمی‌شود و تولید همچنان با گرفتاری‌های خود دست و پنجه نرم می‌کند.

او گفت: صرفاً افزایش عددی این بسته‌ها مشکل را حل نمی‌کند. مشکل بنیادی است. در گذشته نیز چنین بسته‌هایی نتوانسته رضایت بخش خصوصی و بنگاه‌های مستقل را جلب کند. عدد مهم نیست، کارآمدی مهم است و وقتی طرحی کارآمد نباشد، عملاً فایده‌ای ندارد.

حاجی‌آقامیری با اشاره به شرایط کنونی گفت: می‌دانیم دولت خود نیز دچار مضيقه است، اما به نظر می‌رسد بیشتر سعی می‌کند با این گونه طراحی‌ها نوعی گفتار درمانی کند یا زمان بخرد و بر روان تولیدکننده اثر بگذارد. در حالی که مشکلات تولیدکنندگان واقعی است و این گفت‌وگوها تأثیری در حل آنها ندارد. عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران در ادامه با اشاره به سابقه مشوق‌های مشابه افزود: حتی در مورد مشوق‌های صادراتی در سال‌های گذشته نیز دیدیم که عملاً به شکلی طراحی شد که دسترسی به آنها بسیار محدود بود و عموماً به طیف خاصی یا کسانی که ارتباطات نزدیک‌تری با بخش‌های دولتی داشتند، تخصیص یافت. به نظر می‌رسد منابع واقعی کمتری در نظر گرفته شده است.

فرصت امروز: در تازه‌ترین گزارش منتشرشده از سوی مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری در کشور همچنان در مسیر نزولی قرار دارد؛ آماري که در نگاه نخست می‌تواند نشانه‌ای از بهبود وضعیت بازار کار تلقی شود. اما بررسی دقیق‌تر داده‌ها نشان می‌دهد که این کاهش، لزوماً به معنای رونق اشتغال نیست و شکاف‌های مهمی در ساختار بازار کار همچنان پابرجاست.

بر اساس این گزارش که از سوی رسانه‌ها نیز بازتاب یافته، نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر در بهار سال جاری ۷.۳ درصد و در تابستان ۷.۴ درصد اعلام شده است. این در حالی است که نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله در همین بازه زمانی از ۱۹.۷ درصد به ۱۹ درصد کاهش یافته و در گروه سنی ۱۸ تا ۲۵ سال نیز به ۱۴.۴ درصد رسیده است .

اگرچه این ارقام از ادامه روند کاهشی بیکاری در کشور حکایت دارند، اما نکته مهم آن است که همچنان فاصله‌ای قابل توجه میان نرخ بیکاری عمومی و نرخ بیکاری جوانان وجود دارد؛ فاصله‌ای که به یکی از مهم‌ترین چالش‌های ساختاری اقتصاد ایران تبدیل شده است.

کاهش بیکاری؛ اما با چه کیفیتی؟

نرخ بیکاری در ایران طی یک دهه اخیر روند نزولی داشته و از سطوح بالای ۱۲ درصد در میانه دهه ۹۰ به حدود ۷ درصد رسیده است . این روند در ظاهر نشانه‌ای مثبت برای بازار کار محسوب می‌شود، اما کارشناسان اقتصادی تأکید دارند که کاهش نرخ بیکاری تنها در صورتی معنادار است که همراه با افزایش اشتغال پایدار و باکیفیت باشد.

واقعیت این است که بخشی از این کاهش، نه به دلیل ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، بلکه به دلیل کاهش تعداد افراد جوایی کار رخ داده است. افرادی که به دلایل مختلف از جمله ناامیدی از یافتن شغل، ادامه تحصیل یا مهاجرت، از بازار کار خارج می‌شوند، دیگر در جمعیت فعال اقتصادی محسوب نمی‌شوند و همین موضوع به کاهش ظاهري نرخ بیکاری منجر می‌شود.

مشارکت اقتصادی؛ حلقه گمشده بازار کار

نرخ بیکاری کاهش یافت؟

نیم رخ بازار کار ایران



رکود بنگاه‌ها و محدودیت جذب نیرو

شرایط اقتصادی کشور نیز یکی دیگر از عوامل موثر بر بازار کار است. تورم بالا، کاهش قدرت خرید خانوارها و نااطمینانی‌های اقتصادی باعث شده بسیاری از بنگاه‌ها به جای توسعه، در وضعیت «بقا» قرار گیرند. در چنین شرایطی، تمایل کارفرمایان به جذب نیروی جدید کاهش می‌یابد و بازار کار با رکود مواجه می‌شود. این موضوع به‌ویژه برای جوانان و فارغ‌التحصیلان که در ابتدای مسیر شغلی قرار دارند، چالش‌برانگیزتر است.

مهاجرت نیروی کار؛ اثر پنهان بر آمار بیکاری

یکی دیگر از عواملی که می‌تواند بر کاهش نرخ بیکاری تأثیر بگذارد، مهاجرت نیروی کار است. در سال‌های اخیر، بخشی از نیروی انسانی متخصص و جوان کشور به دلایل اقتصادی و اجتماعی مهاجرت کرده‌اند. این موضوع اگرچه ممکن است در کوتاه‌مدت باعث کاهش فشار بر بازار کار شود، اما در بلندمدت به کاهش سرمایه انسانی و تضعیف رشد اقتصادی منجر خواهد شد.

جمع‌بندی: کاهش آماري یا بهبود واقعی؟

بررسی داده‌های جدید نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در ایران به سطحی کم‌سابقه رسیده، اما این کاهش به تنهایی نمی‌تواند نشانه‌ای از بهبود واقعی بازار کار باشد.

سه واقعیت کلیدی درباره بازار کار ایران عبارتند از:

- نرخ بیکاری کاهش یافته، اما نرخ مشارکت اقتصادی همچنان پایین است
 - بیکاری جوانان و فارغ‌التحصیلان در سطح بالایی باقی مانده
 - سهم اشتغال غیررسمی و بی‌کیفیت افزایش یافته است
- در چنین شرایطی، تحلیلگران اقتصادی معتقدند که بهبود واقعی بازار کار تنها زمانی محقق می‌شود که علاوه بر کاهش نرخ بیکاری، کیفیت اشتغال و میزان مشارکت اقتصادی نیز افزایش یابد. «کاهش نرخ بیکاری در ایران، بیش از آنکه نشانه رونق بازار کار باشد، بازتابی از تغییر در ترکیب جمعیت فعال و رشد اشتغال کم‌کیفیت است.»

تدوین نقشه راه هوش مصنوعی برای تحول دیجیتال الکترونیک کشور

زیرساخت امن داده است.

این مسئول بیان داشت: محور سوم نیز تسهیل تجاری‌سازی و گسترش بازار با راه‌اندازی سکوی بازارگاه هوش مصنوعی تجارت الکترونیک به عنوان بستری برای عرضه و تبادل راه‌حل‌های هوشمند مورد نیاز کسب‌وکارها خواهد بود.

توفیقی بر برنامه‌ریزی مرکز برای توسعه سرمایه انسانی و ترویج فرهنگ هوش مصنوعی تأکید کرد و اظهار داشت: تحقق این چشم‌انداز بلندپروازانه بدون سرمایه‌گذاری روی تربیت نیروی انسانی متخصص و آگاه ممکن نخواهد بود. برنامه‌های آموزشی گسترده‌ای برای کارشناسان دولتی و فعالان بخش خصوصی طراحی شده است.

وی خاطرنشان کرد: برنامه اقدام مرکز توسعه تجارت الکترونیکی نشان‌دهنده عزم این نهاد حاکمیتی برای به‌کارگیری عملی و مسئولانه هوش مصنوعی در قلب فرآیندهای نظارتی و اعتمادساز است. تمرکز بر پروژه‌های کلان ملی، توسعه مدل‌های بومی و ایجاد بازارگاه فناوری، گام‌های بلندی است که در صورت تحقق می‌تواند الگویی برای دیگر دستگاه‌های اجرایی در بهره‌گیری از هوش مصنوعی برای خدمات عمومی تبدیل شود. موفقیت این برنامه منوط به تأمین به‌موقع منابع مالی، تربیت نیروی انسانی خبره و تقویت همکاری‌های بین‌دستگاهی است.

تخلفاتی مانند عرضه کالای قاچاق حرکت کرده است.

رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در ادامه بیان داشت: دستیار هوشمند سامانه‌های مرکز نیز با تحلیل متون فارسی، نقش تصمیم‌یار هوشمند برای کارشناسان و مدیران را ایفا می‌کند. سامانه هوشمند رسیدگی به شکایات نمونه‌ای عینی از عدالت هوشمند برای حل و فصل اختلافات به صورت خودکار است. همچنین تقویت زیرساخت کلید عمومی و مرکز داده بازرگانی به عنوان بستر امن و معتبر داده‌ای برای توسعه و حکمرانی مسئولانه هوش مصنوعی انجام شده است. هوشمندسازی، توسعه اکوسیستم داده ها و تسهیل تجاری سازی وی با اشاره به سامانه ملی نظارت و اعتماد هوشمند تجارت الکترونیک گفت: اولویت‌های آینده این مرکز در سه محور اصلی تعریف شده است که محور نخست تعمیق هوشمندی در نظارت و اعتمادسازی از طریق توسعه «سامانه ملی نظارت و اعتماد هوشمند تجارت الکترونیک» به عنوان پروژه‌ای کلان ملی طی ۲۷ ماه است. این سامانه یکپارچه، پایش پیش‌دستانه و تحلیل ریسک‌های نوظهور را ممکن خواهد ساخت. توفیقی ادامه داد: محور دوم توسعه اکوسیستم داده‌ای از طریق مشارکت در توسعه مدل‌های بنیادین هوش مصنوعی مانند مدل‌های زبانی تخصصی با استفاده از داده‌های بومی انحصاری مرکز و تقویت

مهارت‌های بنیادی در دیجیتال مارکتینگ

پایان سفر: ساختن یک رابطه پایدار

فلز شما اکنون داغ و آماده شکل دهی است. بسیاری از کسب وکارها در اینجا اشتباه می‌کنند: آنها تمام تلاش خود را می‌کنند تا در همان اولین برخورد، یک معامله را به مشتری تحمیل نمایند. این کار، مانند آن است که یک تکه فلز داغ را با یک ضربه، به شکل یک شمشیر درآورید. نتیجه، یک تیغه شکننده و بی کیفیت خواهد بود. آهنگری ماهر، با صدها ضربه کوچک و دقیق، فلز را شکل می‌دهد. در بازاریابی، این ضربات کوچک، همان «ساختن رابطه» است. وظیفه شما، تبدیل یک بازدیدکننده غریبه به یک عضو وفادار از جامعه کوچک شماست. قدرتمندترین ابزار برای این کار، یک کانال ارتباطی مستقیم است که مالکیت آن با شماست.

• بازاریابی ایمیلی: از بازدیدکنندگان وب‌سایت خود بخواهید تا در ازای دریافت یک چیز ارزشمند—یک تخفیف، یک راهنمای رایگان، یک مشاوره کوتاه—آدرس ایمیل خود را در اختیار شما قرار دهند. این، اجازه آنها برای ادامه گفت‌وگوست.

• سخاوت استراتژیک: لیست ایمیل شما، یک بلندگو برای فریاد زدن

تخفیف‌ها نیست. این یک کانال برای ادامه دادن به ارائه ارزش است. یک خبرنامه ماهانه ساده با نکات مفید، داستان های پشت صحنه یا معرفی مشتریان دیگر، می‌تواند اعتماد را به گونه ای بسازد که هیچ تبلیغی قادر



اخبار

قوانین جدید چین برای مهار قیمت خودرو

چین برای مهار جنگ قیمت شدید میان خودروسازان که زبان‌های هنگفتی را برای این صنعت به همراه داشت قوانین جدیدی را وضع کرد.

به گزارش ایسنا، طبق اعلام انجمن تولیدکنندگان خودرو چین، فروش خودروهای سواری در چین در ژانویه نسبت به سال گذشته ۱۹.۵ درصد کاهش یافته و این بزرگترین کاهش از فوریه ۲۰۲۴ بوده است.

اداره دولتی تنظیم بازار چین، روز پنجشنبه دستورالعمل‌های جدیدی را برای تولیدکنندگان، فروشندگان و عرضه‌کنندگان قطعات خودرو منتشر کرد که هدف آن جلوگیری از جنگ قیمت‌ها بود.

آنها خودروسازان را از تعیین قیمت‌هایی پایین‌تر از هزینه تولید منع می‌کنند. این نهاد نظارتی هشدار داد که متخلفان ممکن است با ریسک های قانونی مواجه شوند.

انجمن تولیدکنندگان خودرو چین اعلام کرد که ۱.۴ میلیون خودروی سواری در ژانویه در مقایسه با ۲.۲ میلیون دستگاه فروخته شده در دسامبر فروخته شده است.

کاهش تقاضا نشان دهنده عدم تمایل خریداران با بودجه کم برای خریدهای بزرگ است. تحلیلگران خودرو می‌گویند فروش همچنین از کاهش معافیت‌های مالیاتی برای خرید خودروهای برقی، همراه با عدم قطعیت در مورد ادامه یارانه‌های معاوضه برای خرید خودروهای برقی پس از حذف تدریجی آنها در برخی مناطق، آسیب دیده است.

«لی یانوی»، مشاور انجمن فروشندگان خودرو چین، اظهار کرد جنگ قیمت تهاجمی در بخش خودروسازی چین در سه سال گذشته باعث زیان تخمینی ۴۷۱ میلیارد یوان (۶۸ میلیارد دلار) در ارزش تولید در کل صنعت شده است.

تحلیلگران انتظار دارند تقاضای داخلی در سال جاری کاهش یابد. موسسه رتبه‌بندی اس اند پی گلوبال (S&P Global) پیش‌بینی کرده است که فروش خودروهای سبک، از جمله خودروهای سواری، در چین در سال ۲۰۲۶ تا سه درصد کاهش یابد.

خودروسازان چینی در بازارهای جهانی در حال پیشرفت هستند. صادرات خودروهای سواری چین در ژانویه ۴۹ درصد نسبت به سال ۲۰۲۵ افزایش یافت و به ۵۸۹ هزار دستگاه خودرو رسید. تحلیلگران سیتی گروپ، پیش‌بینی می‌کنند که صادرات خودرو چین در سال جاری به دلیل صادرات خودروهای برقی و پلاگین هیبریدی، ۱۹ درصد افزایش یابد.

بی‌وادی فروش حدود ۱.۳ میلیون خودرو در خارج از چین را در سال ۲۰۲۶ هدف قرار داده که نسبت به ۱.۰۵ میلیون خودرو در سال ۲۰۲۵ افزایش یافته است.

بر اساس گزارش آسوشیتدپرس، کانادا در ژانویه موافقت کرد که تعرفه سنگین ۱۰۰ درصدی خود بر واردات خودروهای برقی چینی را کاهش دهد، که مورد استقبال خودروسازان چینی قرار گرفت. چین همچنین در جدیدترین توافق با اتحادیه اروپا می‌تواند به خودروهای برقی بیشتری اجازه ورود به بازار اروپا را بدهد.

عقب‌نشینی دوباره نفت

با امید به توافق ایران و آمریکا

قیمت نفت برنت و WTI در ادامه افت روز پنجشنبه، تحت تأثیر امید به توافق ایران و آمریکا، پیش‌بینی مازاد عرضه و ضعف تقاضای جهانی کاهش یافت و در آستانه دومین افت هفتگی قرار گرفت.

به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین، قیمت آتی نفت برنت پس از افت ۲.۷ درصدی در معاملات روز پنجشنبه، در معاملات امروز ۶ سنت، معادل ۰.۱ درصد کاهش یافت و به ۶۷ دلار و ۴۶ سنت در هر بشکه رسید.

مهر نوشت: نفت وست‌تگزاس اینترمیدیت (WTI) آمریکا نیز پس از کاهش ۲.۸ درصدی در روز گذشته، ۱۲ سنت یا ۰.۲ درصد افت کرد و در سطح ۶۲ دلار و ۷۲ سنت در هر بشکه معامله شد. بر اساس این ارقام، قیمت نفت برنت از ابتدای هفته جاری تاکنون ۰.۸ درصد و نفت آمریکا ۱.۱ درصد کاهش یافته است؛ روندی که در صورت تثبیت، دومین کاهش هفتگی متوالی هر دو شاخص نفتی را رقم خواهد زد.

قیمت‌ها در ابتدای هفته تحت تأثیر نگرانی‌ها از احتمال تشدید تنش‌ها در خاورمیانه افزایش یافته بود، اما اظهارات روز پنجشنبه دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا، مبنی بر امکان دستیابی به توافق با ایران طی ماه آینده، موجب عقب‌نشینی بازار نفت شد.

تونی سایکامور، تحلیلگر شرکت «آی‌جی»، در یادداشتی نوشت: «قیمت نفت در شرایطی کاهش یافته که نشانه‌هایی وجود دارد مبنی بر اینکه ایالات متحده به دنبال زمان بیشتری برای دستیابی به توافق هسته‌ای با ایران است؛ موضوعی که ریسک ژئوپلیتیکی کوتاه‌مدت را کاهش می‌دهد».

در کنار افت نگرانی‌های ژئوپلیتیکی، آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) نیز در گزارش ماهانه خود که روز پنجشنبه منتشر شد، پیش‌بینی کرد رشد تقاضای جهانی نفت در سال جاری کمتر از برآوردهای قبلی خواهد بود و عرضه کلی از تقاضا پیشی می‌گیرد. به گفته سایکامور، افت شدید قیمت‌ها در معاملات پنجشنبه با انتشار داده‌هایی تشدید شد که از افزایش قابل‌توجه ذخایر نفت خام آمریکا حکایت داشت. همچنین، پیش‌بینی‌ها درباره ورود عرضه بیشتر از سوی ونزوئلا به بازار، فشار مضاعفی بر قیمت‌ها وارد کرده است.

او افزود: «انتظار می‌رود تولید نفت ونزوئلا در ماه‌های آینده به سطح پیش از محاصره دریایی آمریکا بازگردد و از حدود ۸۸۰ هزار بشکه در روز به نزدیک ۱.۲ میلیون بشکه در روز افزایش یابد.» در همین حال، یک مقام حوزه انرژی کاخ سفید اعلام کرد وزارت خزانه‌داری آمریکا در هفته جاری مجوزهای بیشتری برای کاهش محدودیت‌های تحریمی علیه بخش انرژی ونزوئلا صادر خواهد کرد.

بر اساس گزارش رویترز، کریس رایت، وزیر انرژی آمریکا، روز پنجشنبه گفت فروش نفت ونزوئلا تحت کنترل آمریکا تاکنون به بیش از یک میلیارد دلار رسیده و پیش‌بینی می‌شود طی ماه‌های آینده حدود پنج میلیارد دلار دیگر نیز به این رقم افزوده شود.

قیمت خودروهای وارداتی در مسیر صعود یا کاهش؟

آغاز ثبت‌نام جدید بازار را تعیین می‌کند



یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کارشناسان، نحوه عرضه خودروهای وارداتی در این مرحله است. در صورتی که عرضه به‌صورت «قطره‌چکانی» انجام شود، ممکن است نتیجه‌ای خلاف انتظار به‌همراه داشته باشد. در بازاری که با کمبود عرضه مؤثر مواجه است، انتشار خبر فروش محدود خودروهای خارجی می‌تواند این پیام را به بازار منتقل کند که عرضه واقعی همچنان محدود است. این موضوع در برخی موارد باعث افزایش انتظارات تورمی شده و حتی می‌تواند به رشد قیمت‌ها منجر شود. به همین دلیل، بسیاری از تحلیلگران تأکید دارند که سیاست واردات باید به‌گونه‌ای طراحی شود که بازار از حالت انتظار خارج شود و خریداران بتوانند با اطمینان بیشتری تصمیم‌گیری کنند.

شرط ثبت‌نام و اثر آن بر تقاضا

یکی از ویژگی‌های مهم طرح‌های فروش خودروهای وارداتی، الزام به افتتاح حساب و کالتی و مسدودسازی مبلغ مشخصی در حساب بانکی است. این شرط باعث می‌شود تنها بخشی از متقاضیان که توان مالی بالاتری دارند، وارد فرآیند ثبت‌نام شوند.

این موضوع در عمل به محدود شدن تقاضای واقعی منجر می‌شود و باعث می‌شود بازار خودروهای وارداتی به یک بازار خاص‌تر تبدیل شود. در نتیجه، تأثیر این خودروها بر کل بازار، به‌ویژه در بخش خودروهای داخلی، ممکن است کمتر از حد انتظار باشد.

رکود بازار؛ عامل تعیین‌کننده رفتار خریداران

همزمان با انتشار خبر آغاز ثبت‌نام جدید، بازار خودرو همچنان با رکود معاملات مواجه است. کاهش قدرت خرید، نوسانات اقتصادی و نبود چشم‌انداز روشن از سیاست‌های قیمتی، باعث شده بسیاری از خریداران در موضع انتظار قرار گیرند.

در چنین شرایطی، حتی کاهش قیمت‌ها نیز نتوانسته بازار را از رکود خارج کند. به‌همین دلیل، برخی کارشناسان معتقدند که صرف عرضه خودروهای وارداتی نمی‌تواند به تنهایی بازار را فعال کند، مگر آن‌که با

بازار خودرو ایران در شرایطی به استقبال دور جدید عرضه خودروهای خارجی می‌رود که نشانه‌هایی از تغییر در قیمت خودروهای وارداتی به چشم می‌خورد. بررسی‌ها نشان می‌دهد همزمان با انتشار خبر آغاز ثبت‌نام جدید خودروهای وارداتی از امروز، نگاه‌ها بار دیگر به سمت این بخش از بازار معطوف شده است؛ بخشی که طی ماه‌های اخیر به یکی از عوامل اثرگذار بر قیمت خودرو در بازار تبدیل شده است.

بر اساس اطلاعات منتشرشده، قرار است مرحله تازه‌ای از فروش خودروهای وارداتی با عرضه محدود توسط چند شرکت آغاز شود. در این مرحله، خودروهایی از برندهای خارجی توسط واردکنندگان به متقاضیان عرضه خواهد شد و فرآیند ثبت‌نام نیز از طریق سامانه یکپارچه انجام می‌شود. این در حالی است که بازار خودرو همچنان در وضعیت رکود معاملاتی قرار دارد و بسیاری از خریداران در انتظار مشخص شدن روند قیمت‌ها هستند.

قیمت خودروهای وارداتی؛ عامل تنظیم بازار یا سیگنال روانی؟ کارشناسان بازار خودرو معتقدند که نقش خودروهای وارداتی در بازار ایران، فراتر از یک محصول صرف است. این خودروها به‌دلیل قیمت‌گذاری متفاوت، کیفیت بالاتر و ارتباط مستقیم با نرخ ارز، به‌نوعی «مرجع قیمتی» برای سایر بخش‌های بازار محسوب می‌شوند.

با این حال، اثرگذاری واقعی واردات بر قیمت‌ها به یک عامل کلیدی وابسته است: حجم و تداوم عرضه. اگر عرضه خودروهای وارداتی محدود و مقطعی باشد، نمی‌تواند تأثیر قابل توجهی در کاهش قیمت‌ها داشته باشد. در مقابل، عرضه گسترده و مستمر می‌تواند به افزایش رقابت و تعدیل قیمت‌ها در بازار کمک کند.

در شرایط فعلی، بسیاری از فعالان بازار بر این باورند که عرضه‌های محدود، بیشتر از آن‌که نقش تنظیم‌کننده داشته باشند، به‌عنوان یک عامل روانی عمل می‌کنند و می‌توانند انتظارات قیمتی را تغییر دهند.

عرضه محدود؛ تهدیدی برای کاهش قیمت‌ها

عیدی کارمندان، کارگران، بازنشستگان، روستاییان و مستمری‌بگیران ابلاغ شد

اساس بخشنامه‌ی ابلاغی از سوی دولت پرداخت هر گونه وجه دیگری به عنوان پاداش آخر سال (عیدی) با عناوین مشایه، علاوه بر مبلغ موضوع این بند توسط دستگاه‌های مزبور و تمام واحدهای وابسته و تابع و سایر واحدهایی که اجرای مقررات در مورد آنها مستلزم ذکر نام است، ممنوع می‌باشد. ذی‌حسابان و مدیران امور مالی دستگاه‌های اجرایی، مکلفند نظارت لازم را اعمال و موارد خلاف را گزارش کنند.

عیدی کارکنان قراردادی چقدر است؟

پرداخت پاداش آخر سال (عیدی) موضوع این بند به کارکنان خرید خدمت، قراردادی و موقت به نسبت خدمات تمام وقت آنان در سال ۱۴۰۴ بوده و در هر حال میزان عیدی این‌گونه افراد از پنجاه درصد رقم مذکور کمتر نخواهد بود.

میزان عیدی بازنشستگان و مستمری بگیران

میزان پرداخت پاداش آخر سال (عیدی) بازنشستگان، مستمری‌بگیران، حقوق وظیفه از کارافتادگی، حقوق وظیفه وراث مستخدمین متوفای مشمول صندوق بازنشستگی کشوری، سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح و سایر صندوق‌های بازنشستگی و نیز شهدا و جانبازان از کار افتاده کلی نیز به مبلغ ثابت یکصد میلیون ریال برابر با ده میلیون تومان حسب مورد از محل بودجه مصوب صندوق بازنشستگی یا دستگاه اجرایی ذی‌ربط قابل پرداخت است.

دبیر کل سندیکای صنعت برق ایران:

ناترازی و چالش‌ها ناشی از عوامل بیرون از صنعت برق است

مدیریتی فعلی در وزارت نیرو و شرکت توانیر، یک ضرورت جدی است. دبیرکل سندیکای صنعت برق ایران با تأکید بر نقش کلیدی خودکفایی و اتکا به توان داخلی در پایداری شبکه برق کشور، ادامه داد: تمرکز بر تولید داخل و فعال‌سازی پروژه‌های متوقف‌شده، در سال‌های اخیر به یکی از مهم‌ترین راهبردهای صنعت برق تبدیل شده و همین رویکرد، نقش تعیین‌کننده‌ای در مدیریت شرایط دشوار شبکه ایفا کرده است. مسائلی با بیان اینکه تعامل دوسویه میان وزارت نیرو، توانیر و بخش خصوصی در وضعیت مطلوبی قرار دارد، گفت: کمبودها و نارسایی‌های موجود در صنعت برق، بیش از آنکه ناشی از ضعف مدیریتی درون صنعت باشد، ریشه در تداخلات بیرونی، مشکلات مالی، محدودیت‌های

دبیرکل سندیکای صنعت برق ایران گفت: صنعت برق در دو تا سه سال گذشته شرایطی کاملاً متفاوت را تجربه کرد؛ به‌گونه‌ای که ناترازی‌ها و محدودیت‌های ناشی از عوامل بیرون از صنعت، از جمله چالش‌های سوخت و مسائل مالی، شبکه را از مرحله پایداری به تاب‌آوری و حتی بحران رساند، اما این شرایط با مدیریت مناسب، بدون فروپاشی شبکه پشت سر گذاشته شد. به گزارش خبرنگار اقتصادی ایرنا، مهدی مسائلی روز جمعه در جمع خبرنگاران افزود: اگرچه تداوم برخی محدودیت‌ها، از جمله در حوزه سوخت و تأمین مالی، موجب می‌شود که در سال ۱۴۰۵ نیز همچنان با چالش‌هایی مواجه شویم، اما تجربه عبور موفق از پیک‌های سنگین اخیر نشان داد که حفظ شرایط

اخبار

تصویب بودجه‌ای واقع‌بینانه مسیر ارتقای خدمات شهری را هموار می‌کند

کرج – اباصلت عابد: رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی شورای شهر کرج گفت: شفافیت مالی، بهره‌وری منابع و مدیریت کارآمد هزینه‌ها از الزامات تصویب بودجه‌ای واقع‌بینانه و مؤثر برای پاسخ‌گویی به نیازهای شهروندان است.

علا ایزدیار با اشاره به بررسی بودجه پیشنهادی سال ۱۴۰۵ شهرداری در کمیسیون تلفیق اظهار کرد: با تصویب بودجه‌ای واقع‌بینانه و کارآمد، زمینه ارتقای خدمات شهری فراهم شود.

وی تأکید کرد: تصویب بودجه سال ۱۴۰۵ شهرداری کرج، با تأکید بر شفافیت، کارآمدی و بهره‌وری منابع، می‌تواند به الگویی برای مدیریت شهری سایر کلانشهرها تبدیل شود و امید است این روند زمینه‌ساز توسعه پایدار و بهبود کیفیت زندگی شهروندان باشد.

ایزدیار خاطر‌نشان کرد: توجه ویژه به اولویت‌های شهر، تقویت پروژه‌های عمرانی و خدماتی، جلب مشارکت بخش خصوصی و پاسخ‌گویی شفاف به افکار عمومی از مهم‌ترین رویکردهایی است که باید در فرآیند تصویب و اجرای بودجه سال ۱۴۰۵ مدنظر قرار گیرد تا مدیریت شهری بتواند گام‌های مؤثری در مسیر توسعه متوازن و رضایت‌مندی شهروندان بردارد



افتتاح و آغاز عملیات اجرایی ۶ پروژه آبرسانی در شهرستان قائمشهر

ساری – دهقان : بهزاد برازاده، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب مازندران در آیین بهره‌برداری و آغاز عملیات اجرایی ۶ پروژه آبرسانی در شهرستان قائمشهر ضمن گرامیداشت دهه مبارک فجر از اجرای این طرح‌ها با هدف ارتقای پایداری شبکه، افزایش ظرفیت تأمین و بهبود کیفیت خدمات آبرسانی خبر داد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مازندران، او با اشاره به بهره‌برداری از دو پروژه آبرسانی در این شهرستان اظهار داشت: این پروژه ها شامل احداث یک باب مخزن ذخیره به حجم ۵۰۰ مترمکعب ، احداث یک واحد ایستگاه پمپاژ با ظرفیت ۲۰ لیتر در ثانیه و اجرای ۳۰ کیلومتر اصلاح و توسعه شبکه آبرسانی در سطح این شهرستان است که با صرف اعتباری بالغ بر ۵۰۰ میلیارد ریال، امکان بهره‌مندی حدود ۲۲ هزار نفر از جمعیت این منطقه از آب شرب پایدار را فراهم کرده است.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب مازندران همچنین از آغاز عملیات اجرایی ۴ پروژه آبرسانی در روستاهای اسکندركلا، کوتنا ، آبمال و خط انتقال جاده جویبار خبر داد و افزود: این پروژه‌ها با هدف افزایش ظرفیت تأمین و انتقال آب تعریف شده و عملیات اجرایی آن‌ها شامل حفر دو حلقه چاه با پیش‌بینی دبی ۱۱۵ لیتر در ثانیه و احداث یک باب مخزن ذخیره به حجم ۵۰۰ مترمکعب و اجرای خط انتقال به طول ۲ هزار متر خواهد بود.

برارزاده با بیان اینکه اعتبار پیش‌بینی‌شده برای اجرای این پروژه ها ۱۷۵ میلیارد ریال است، تصریح کرد: با تکمیل و بهره‌برداری از این طرح‌ها، بیش از ۱۲ هزار و ۲۴۰ نفر از جمعیت این روستاها از خدمات آبرسانی مطمئن و پایدار بهره‌مند خواهند شد.



آیین تکریم و معارفه مدیر کانون‌های فرهنگی هنری مساجد خوزستان برگزار شد

اهواز – شبنم قباوند: آیین تکریم و معارفه مدیر کانون‌های فرهنگی هنری مساجد خوزستان، با حضور مرتضی کریمی مدیرکل حوزه ریاست ستاد و امور استانهای ستاد کانون های مساجد کشور و نیکجو مدیر حراست کانون های مساجد کشور و مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان برگزار شد. حسین براتی با ابراز امیدواری نسبت به آغاز «فصل جدیدی» در فعالیت‌های مساجد با مدیریت مسعود میرزابور، تأکید کرد: که از تمام ظرفیت‌های ادارات شهرستانی و معاونت‌های اداره کل فرهنگ و ارشاد خوزستان برای رونق و پربارت کردن برنامه‌های کانون‌های مساجد نسبت به سال‌های گذشته بهره‌گیری خواهد شد. وی تعامل دوسویه معاونت های هنری و فرهنگی با کانون‌های مساجد را ضروری خواند تا بتوانند با همکاری یکدیگر، فصل جدیدی را در عرصه فرهنگی استان نمایان سازند. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با اشاره به جمله‌ای گوهریار از شهید بهشتی، خاطر‌نشان کرد: قدرت باید در مسیر خدمت به مردم به کار گرفته شود و هدف اصلی تمام فعالیت‌ها را «خدمت به خلق» است، هر حرکت خارج از این چارچوب، به زیان و خسران منجر خواهد شد. وی سردار شهید حاج قاسم سلیمانی را الگویی بی‌بدیل در عرصه خدمت‌گزاری صادقانه و خالصانه معرفی کرد و افزود: تمام تلاش‌ها باید با جوهره اخلاص همراه باشد تا مانند نام و یاد آن شهید، ماندگار و اثرگذار باقی بماند.

در پایان مدیر کل فرهنگ وارشاداسلامی خوزستان از خدمات ارزشمند حجت الاسلام و المسلمین حاج آقا سمیری در سالهای گذشته و زحمات ایام اخیر آقای سید شاکر موسوی نسب تقدیر نمود .



پروژه ترمیم و درزگیری معابر سطح شهر کرج آغاز شد

کرج – اباصلت عابد: سرپرست سازمان عمران و بازآفرینی فضاهای شهری شهرداری کرج، از آغاز عملیات ترمیم و درزگیری معابر سطح شهر بر اساس خروجی پایش آسفالتهای خبر داد.

مرتضی دهقانی‌سانجج با بیان اینکه هدف از اجرای عملیات ترمیم و درزگیری معابر سطح شهر بر اساس خروجی پایش آسفالتهای ارتفاع کیفی، حذف ناهمواری‌های معابر و تسهیل در عبور و مرور وسایل نقلیه است، گفت: عملیات ترمیم و درزگیری معابر سطح شهر کرج از بلوار تربیت مربی در منطقه ۸ شهرداری کرج آغاز شده و همچنان ادامه خواهد داشت.

وی اشاره کرد: این عملیات پس از برگزاری مناقصه عمومی و انتخاب پیمانکار توسط سازمان عمران و بازآفرینی فضاهای شهری شهرداری کرج در راستای نگهداری آسفالت معابر، نوسازی جلوه شهری و کاهش هزینه‌های بلندمدت شهرداری انجام می‌شود.

سرپرست سازمان عمران و بازآفرینی فضاهای شهری شهرداری کرج اظهار امیدواری کرد تا با ادامه این پروژه در سایر معابر شهر کرج رضایت‌مندی شهروندان فراهم شود.



رشت – زهرا رضازاده: همزمان با دهه فجر، ۱۱۶ پروژه اجرای طرح هادی روستایی در گیلان با اعتباری بالغ بر ۱۶۱ میلیارد و ۵ تومان با حضور معاون رئیس‌جمهور و مسئولان استانی به‌صورت متمرکز در شهرستان خمام افتتاح شد.

این مراسم با حضور حسین‌زاده معاون رئیس‌جمهور در امور توسعه روستایی و مناطق محروم، حق‌شناس استاندار گیلان، معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری، حامد دانمی مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی گیلان، فرماندار شهرستان خمام و جمعی از مدیران استانی، به‌صورت متمرکز در روستای اشمندان طالم خمام برگزار شد.

در این آیین، پروژه‌های طرح هادی در روستاهای مختلف استان به طور رسمی به بهره‌برداری رسید؛ طرح‌هایی که در بهبود زیرساخت‌ها، ارتقای کیفیت زندگی روستائیان و توسعه متوازن مناطق روستایی نقش اساسی دارند. حامد دانمی، مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی گیلان در حاشیه این مراسم خاطر نشان کرد: برای اجرای این ۱۱۶



پروژه، اعتباری بالغ بر ۱۶۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان هزینه شده که بیانگر توجه ویژه دولت و بنیاد مسکن به آبادانی روستاهای استان است. وی با تشریح جزئیات پروژه‌ها افزود: این طرح‌ها شامل آسفالت معابر، احداث پل، سنگفرش، اجرای جوی و جدول، زیرسازی و تأمین

با امضای تفاهم‌نامه اجرایی می‌شود؛

همکاری ورزشی دانشگاه تبریز و فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی



ورزشکاران دانشگاهی، تقویت تعامل میان نهادهای دانشگاهی و فدراسیون و افزایش فرصت مشارکت جامعه دانشگاهی در برنامه‌های ورزشی منظم و با کیفیت عنوان شده است.

فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی در چارچوب این تفاهم‌نامه

فرصت امروز – ماهان فلاح: دانشگاه تبریز و فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی همکاری ورزشی خواهند داشت.

به گزارش خبرنگار ما از تبریز، تفاهم‌نامه همکاری با هدف توسعه ورزش دانشگاهی، راه‌اندازی مرکز تیم‌های ملی دانشجویی و بهره‌برداری مشترک از امکانات ورزشی و رفاهی، میان فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی و دانشگاه تبریز به امضاء رسید. این تفاهم‌نامه با امضای دکتر رضا نوری، رئیس فدراسیون ملی ورزش‌های دانشگاهی و دکتر محمدتقی علمی، رئیس دانشگاه تبریز منعقد شد و زمینه‌ساز گسترش همکاری‌های مشترک در حوزه ورزش دانشجویان خواهد بود. بر اساس این تفاهم‌نامه، راه‌اندازی مشترک مرکز تیم‌های ملی دانشگاهی و بهره‌برداری مشترک از امکانات ورزشی، خوابگاهی و خدمات رفاهی دانشگاه تبریز برای میزبانی اردوهای تمرینی، مسابقات و رویدادهای ملی و بین‌المللی در دستور کار قرار گرفته است.

هدف اصلی این همکاری، ارتقای سطح آمادگی جسمانی و مهارتی

رشت – زهرا رضازاده: مشعل گاز در ۶ روستای سیاهکل همزمان با دهه مبارک فجر ۱۴۰۴ با حضور فرماندار و مسئولان اداره گاز این شهرستان برافروخته شد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان گیلان، سید رضا منعمی رئیس اداره گاز شهرستان سیاهکل در مراسم افتتاحیه پروژه گازرسانی به ۶ روستای این شهرستان ضمن تبریک فرا رسیدن چهل و هفتمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی اظهار داشت: با برخورداری روستاهای هفت بند، سردسر شاه‌ی جان، جازان، تللیجان کر، اسبابسر لیه چاک از نعمت گاز طبیعی تعداد روستاهای بهره‌مند از گاز در شهرستان سیاهکل به ۱۵۶ روستا رسیده است. وی با اشاره به اجرای عملیات گازرسانی به روستاهای صباب‌العبور و کوهستانی شهرستان سیاهکل، تصریح کرد: در مجموع این ۶ روستا دارای ۱۷۰ خانوار است که با هزینه ۳۲۹ میلیارد ریال به بهره برداری رسید و همچنین گازرسانی به ۵ روستای این شهرستان با ۱۶۶ خانوار در‌دست اجر می‌باشد.



رئیس اداره گاز شهرستان سیاهکل در پایان با اشاره به تلاش شبانه روزی کارکنان شرکت گاز استان گیلان برای گازرسانی به مناطق دوردست و صعب

هم‌اندیشی اصحاب رسانه خوزستان با مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی؛

تأکید بر رسالت اجتماعی رسانه‌ها در تقویت امید و وحدت ملی

ارتقای آگاهی عمومی و تقویت انسجام ملی، به ارتقای تاب‌آوری اجتماعی کمک شایانی نمایند. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با اشاره به حضور پرسرور مردم در راهپیمایی ۲۲ دی، این حضور را نشانه‌ای آشکار از عمق پیوند مردم با آرمان‌های انقلاب و اندیشه‌های مقام معظم رهبری توصیف کرد و ادامه داد: این تجربه، ظرفیتی بی‌نظیر مردمی را به نمایش گذاشت و اثبات کرد که حضور آگاهانه آنان تعیین‌کننده سرنوشت کشور است. وی عنوان کرد: در آستانه راهپیمایی عظیم ۲۲م، نقش رسانه‌های استانی در اطلاع‌رسانی، انگیزش و سازماندهی حضور حداکثری و باشکوه مردم، نقشی کلیدی و غیرقابل انکار ارزیابی شد و از اصحاب رسانه با بسیج تمامی ظرفیت‌ها، این حضور امنیت آفرین و رویداد ملی را هرچه پرشکوه‌تر به تصویر بکشند. در پایان براتی این نشست را فرصتی برای تبادل نظر و هم‌فکری بیشتر میان مجموعه اداره کل فرهنگ وارشاداسلامی خوزستان و اصحاب رسانه پیرامون شیوه‌های عملیاتی‌شدن این اهداف و رفع موانع احتمالی پیش رو دانست.

بانک شهر می‌تواند از یک بانک خدماتی به معمار توسعه شهری کرج تبدیل شود

با فضاهای خدماتی می‌توانند نقطه شروع مناسبی باشند؛ همان‌طور که در برخی کشورها شاهد ایجاد مجموعه‌هایی مانند شهرهای‌های چندطبقه در دل شهرها هستیم که این ظرفیت در کرج و سایر کلان‌شهرهای کشور نیز وجود دارد. رئیس کمیسیون عمران شورای شهر کرج در بخش دیگری از سخنان خود به موضوع خدمات نوین شهری اشاره کرد و افزود: طرح‌هایی مانند کارت شهروندی و کارت‌های چندمنظوره تاکتون بیشتر در حد ایده باقی‌مانده‌اند، در حالی که با تحقق این طرح‌ها، بانک شهر می‌تواند از یک بانک صرفاً خدماتی، به یک بازیگر و معمار توسعه شهری تبدیل شود؛ نقشی که علاوه بر ارزش‌آفرینی برای شهر، آورده اقتصادی قابل توجهی نیز برای بانک به همراه خواهد داشت.

وی در پایان با تأکید بر اهمیت ارائه تسهیلات کم‌بهره بانکی برای کارکنان شهرداری، خواستار توجه ویژه بانک شهر به این موضوع شد و ضمن قدردانی از مجموعه بانک شهر، بر تداوم همکاری نزدیک میان مدیریت شهری کرج و این بانک تأکید کرد.

بهره‌برداری از پروژه‌های گازرسانی مازندران با اعتبار ۴۹۷۸ میلیارد ریال در دهه فجر

شهرستان‌های بابل، آمل، نور، نوشهر، چالوس و رامسر افزود: اجرای خطوط تغذیه و شبکه‌های توزیع در محورهای مختلف این شهرستان‌ها، بخش دیگری از پروژه‌های دهه فجر امسال را تشکیل می‌دهد که ده‌ها کیلومتر شبکه گاز را شامل می‌شود. وی خاطر‌نشان کرد: همچنین پروژه گازرسانی به روستاهای لیامکده و اکراسر در محور جنت‌رودبار رامسر، همراه با احداث راه‌اندازی دو ایستگاه تقلیل فشار با ظرفیت‌های ۱۰ هزار و ۲ هزار و ۵۰۰ مترمکعب در ساعت و با اعتباری بالغ بر ۶۲۰ میلیارد ریال اجرا شده است. مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران در پایان تصریح کرد: مجموع این طرح‌ها شامل گازرسانی به ۲۷ روستا و اجرای بیش از ۱۲۰ کیلومتر خطوط تغذیه و توزیع است که با بهره‌برداری از آن‌ها، زمینه توسعه پایدار، رونق تولید، کاهش مصرف سوخت‌های آلاینده و بهبود کیفیت زندگی مردم استان فراهم می‌شود.



عملیات یک‌هزار و ۹۰۰ متر و اعتباری بالغ بر ۷۶ میلیارد ریال اشاره کرد. مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران ادامه داد: در محور جنوب سوادکوه، اجرای شبکه توزیع گاز روستاهای فاز نخست ورسک به طول ۲۹ هزار متر و با اعتباری معادل ۲۴۷ میلیارد ریال انجام شده و در فاز دوم این محور نیز شبکه توزیع گاز به طول ۲۶ هزار متر با اعتباری بالغ بر ۲۸۵ میلیارد ریال به بهره‌برداری می‌رسد. جودای با اشاره به پروژه‌های گازرسانی در

ساری – دهقان : مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران از بهره‌برداری گسترده پروژه‌های گازرسانی در سراسر استان همزمان با دهه مبارک فجر انقلاب اسلامی خبر داد و گفت: این طرح‌ها با اعتباری بالغ بر چهار هزار ۹۷۸ میلیارد ریال اجرا شده است. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت ملی گاز ایران، هژبر جوادای با تشریح برنامه‌های دهه فجر اظهار کرد: همزمان با ایام‌الله دهه فجر، پروژه‌های متعدد گازرسانی در بخش‌های شهری، روستایی، صنعتی و خدماتی استان به بهره‌برداری می‌رسد که نقش مهمی در توسعه زیرساخت‌های انرژی و ارتقای سطح رفاه عمومی دارد.

وی افزود: از جمله این پروژه‌ها می‌توان به گازرسانی به شهرک صنعتی شماره ۳ ساری، شهرک صنعتی شهدای میاندرود، بیمارستان ۳۶۹ تختخوابی ماهرودچوک و اجرای خط پای‌پس ایستگاه کارخانه سیمان نکا با حجم

مدیریت وفاداری مشتریان در اقتصاد ناپایدار مدرن



نویسنده: **علی آل علی**

یک نگهبان فانوس دریایی را در یک شب مه آلود و توفانی در برج بلند خود نه به دنبال کشتی های سرگردان می رود و نه برای آنها فریاد می کشد. او تنها یک کار انجام می دهد: با ثباتی تزلزل ناپذیر نور به محیط اطراف می اندازد. او کشتی ها را با زنجیر نمی بندد؛ او نوری است که کشتی ها آزادانه انتخاب می کنند تا مسیرشان را با آن بیابند. این نکته عمیق و مدرن ترین درک از مفهوم وفاداری مشتری است؛ مفهومی که اغلب به اشتباه با قفس های طلایی و زنجیرهای نامرئی تخفیف، پکسان گرفته می شود.

نگاه سنتی به وفاداری آن را نتیجه یک محاسبه منطقی یا یک عادت ساده می داند. کسب و کارها برای دهه ها تلاش کرده اند تا با ارائه کارت های امتیازی و پیشنهادهای انحصاری، مشتریان را در یک چرخه تکرار خرید، حبس کنند. اما این وفاداری سست و شکننده است.

این یک تعهد سطحی است که با اولین پیشنهاد بهتر از سسوی یک رقیب، فرو می ریزد. وفاداری واقعی و پایدار، از جنس دیگری است. این یک احساس عمیق اعتماد، یک همسویی ارزشی و یک پیوند عاطفی است که به سادگی گسسته نمی شود.

ما در این مقاله قصد داریم سفری به قلب این مفهوم چندلایه داشته باشیم. ما از سطح محاسبات منطقی عبور کرده و به عمق احساسات و هویت انسانی نفوذ خواهیم کرد تا کشف کنیم چرا قدرتمندترین برندهای جهان بیش از آنکه به فکر ساختن قفس باشند، به دنبال تبدیل شدن به یک فانوس دریایی قابل اعتماد در زندگی مشتریان شان هستند. این یک راهنما برای ساختن روابطی است که نه تنها در هوای آفتابی، که در سخت ترین توفان ها نیز پابرجا باقی بماند.

وفاداری از ذهن مشتری شروع می شود!

پایه ای و شاید منطقی ترین لایه وفاداری در ذهن مشتری شکل می گیرد. این وفاداری حاصل یک محاسبه شناختی ساده است: آیا این برند به طور مداوم یک تجربه قابل اعتماد، باکیفیت و بی دردسر ارائه می دهد؟ در این سطح مشتریان به دنبال هیجان یا ارتباط عاطفی نیستند. آنها به دنبال آرامش خاطر هستند. آنها می خواهند بدانند محصولی که می خرند، همان کاری را که وعده داده شده است، به خوبی انجام خواهد داد و در صورت بروز مشکل، یک پشتیبانی قابل اتکا در کنارشان خواهد بود. این ارز رایج پیش بینی پذیری است.

برند تویوتا امپراتوری خود را بر روی همین سنگ بنا ساخته است. اکثر مردم یک خودروی تویوتا را برای طراحی هیجان انگیز یا سرعت سرسام آور آن نمی خرند. آنها تویوتا را انتخاب می کنند، چون این نام، با چندین دهه مهندسی دقیق و کنترل کیفیت وسواس گونه، مترادف با اطمینان شده است.

نویسنده: **علی آل علی**

در قرن پانزدهم نقشه‌های جهان یک ابزار هنری زیبا اما به طرز خطرناکی ناقص بودند. آنها سواحل اروپا را با دقتی قابل قبول نشان می‌دادند، اما هرچه از مرکز دورتر می‌شدید، قلمروها به سرزمین های ناشناخته و پر از هیولاهای خیالی تبدیل می شدند. این نقشه ها یک مسیر خطی و قابل پیش بینی را براساس بهترین دانش موجود در آن زمان ترسیم می کردند. قیف بازاریابی (Marketing Funnel)نقشه جهان بازاریاب ها در قرن بیستم بود. یک مدل زیبا، منظم و به ظاهر منطقی که یک مسیر خطی را از آگاهی در بالای نقشه تا خرید در پایین آن، برای هر مشتری ترسیم می کرد.

این نقشه در دنیای ساده تر رسانه های محدود و یک طرفه، به ما حس کنترل و پیش بینی پذیری می داد، اما امروز تلاش برای هدایت یک مشتری با استفاده از این نقشه قدیمی مانند تلاش برای پیدا کردن یک کافه در توکیو با استفاده از نقشه قرون وسطی است. مشتریان دیگر در یک خط مستقیم حرکت نمی کنند؛ آنها در یک شبکه بی نهایت پیچیده و چندبعدی

از اطلاعات زندگی می کنند. آنها از یک ویدیوی یوتیوب به یک بحث در ردیت، از آنجا به صفحه اینستاگرام یک اینفلوئنسر و سپس به بخش نظرات یک فروشگاه آنلاین آمازون می روند. آنها دیگر از یک مسیر از پیش تعیین شده پیروی نمی کنند؛ آنها در حال ارسال سیگنال هایی از نیت خود در لحظه هستند.

این یک به روزرسانی ساده در تاکتیک های بازاریابی نیست؛ این یک انقلاب در فلسفه درک مشتری است. زمان آن فرا رسیده که نقشه قدیمی و آرامش بخش خود را کنار بگذاریم و به شکارچیان ماهر سیگنال در این دنیای جدید و پر آشوب تبدیل شویم.

چرا قیف بازاریابی دیگر کار نمی کند؟

قیف بازاریابی بر یک فرضیه بنیادین استوار بود: سفر مشتری یک فرآیند تقلیل گرایانه است که در آن گروه بزرگی از غریبه ها از بالا وارد شده و پس از عبور از مراحل مشخص، تعداد کمی از آنها به عنوان مشتری از پایین خارج می شوند. این مدل برای دهه ها به کسب و کارها کمک کرد تا فرآیندهای فروش و بازاریابی خود را ساختارمند کرده و منابع خود را به طور موثر تخصیص

مشتری می داند که این خودرو بر کمترین دردسر ممکن، برای سال های طولانی به او خدمت خواهد کرد. این وفاداری، احساسی نیست؛ کاملاً منطقی است. هر تجربه مثبت و بدون مشکل، این مسیر عصبی را در مغز مشتری تقویت می کند که «این یک انتخاب امن و هوشمندانه است» و همین، دلیلی کافی برای خرید مجدد فراهم می آورد.

ساختن این سطح از وفاداری، نیازمند یک تعهد سازمانی به برتری عملیاتی است. این یعنی داشتن فرآیندهای کنترل کیفیت سختگیرانه، ارائه شفاف اطلاعات و سرمایه گذاری بر روی یک سیستم خدمات

مشتری که واقعا مشکلات را حل می کند، نه آنکه آنها را پیچیده تر نماید. این شاید پرزرق و برق ترین بخش بازاریابی نباشد، اما بدون این فونداسیون محکم، ساختن هر بنای بلندمرتبه تری از وفاداری، غیرممکن است.

معماری عادت: وفاداری رفتار

لایه دوم وفاداری در رفتار و عادات روزمره مشتری ریشه دارد. در این سطح برندها تلاش می کنند تا خود را به بخشی جدایی ناپذیر از اکوسیستم زندگی مشتری تبدیل نمایند. هدف در اینجا سخت کردن فرآیند ترک کردن است؛ نه با ایجاد موانع آزاددهنده، بلکه با ساختن یک دنیای یکپارچه و راحت که مشتری، دلیلی منطقی

مرگ قیف بازاریابی: ظهور سیگنال‌ها!

- پرسیدن یک سوال مشخص در مورد ویژگی محصول شما در یک انجمن آنلاین یا ایکس.
- مقایسه محصول شما با دو رقیب دیگر در یک وب سایت نقد و بررسی.
- گذراندن پنج دقیقه در صفحه قیمت گذاری شما. تفاوت بنیادین اینجااست: قیف تلاش می کرد تا مرحله مشتری را براساس یک مدل از پیش تعیین شده حدس بزند اما سیگنال ها، نیت واقعی مشتری را در لحظه فریاد می زنند. یک نفر که در صفحه قیمت گذاری شماست، ممکن است از نظر قیف سنتی هنوز در مرحله ارزیابی باشد، اما سیگنال او نشان دهنده نیت بالای خرید است. فلسفه جدید می گوید: به جای هل دادن افراد به مرحله بعدی قیف، به سیگنال آنها گوش دهید و با ارائه «مفیدترین» پاسخ ممکن در آن لحظه، به آنها کمک کنید.

نقش جدید بازاریابی در دنیای سیگنال ها

این تغییر پارادایم، نقش تیم بازاریابی را به طور کامل بازتعریف می کند. بازاریابان دیگر «اپراتورهای قیف» نیستند که پیام های یکسان را به گروه های بزرگ ارسال می کنند؛ آنها به «شکارچیان سیگنال» و «معماران گفت‌وگو» تبدیل می شوند.

معماری یک کتابخانه محتوایی

در این دنیای جدید، شما نمی توانید یک کمپین خطی طراحی کنید. در عوض، باید یک کتابخانه غنی و ماژولار از محتوای مفید برای پاسخ به هر سیگنال احتمالی بسازید. این کتابخانه باید شامل مقالات، مقایسه ای، مطالعات موردی، ویدئوهای آموزشی، ماشین حساب های بازگشت سرمایه و شهادت نامه های مشتریان باشد.

هر قطعه از این محتوا یک پاسخ آماده برای یک سیگنال خاص است. موسسه هاب اسپات استاد این رویکرد است. آنها یک کتابخانه عظیم از محتوای آموزشی رایگان برای پاسخ به تقریبا هر سوالی که یک بازاریاب ممکن است داشته باشد، ساخته اند. آنها منتظر نمی مانند تا شما وارد قیف‌شان شوید؛ آنها با ارائه ارزش در لحظه ای که شما یک سیگنال نیاز را ارسال می کنید، اعتماد شما را جلب می کنند.

تبدیل شدن به شریک مکالمه

وظیفه شما پیدا کردن سیگنال ها در سراسر اینترنت و پاسخ دادن به آنها به شیوه ای مفید و انسانی است. این یعنی نظارت فعال بر شبکه های اجتماعی، انجمن های تخصصی و سایت ای نقد و بررسی. وقتی کسی در ایکس در مورد چالش هایی که محصول شما حل می کند صحبت می کند، پاسخ خودکار شما نباید یک لینک خرید باشد. پاسخ باید یک راهنمایی مفید، یک لینک به یک مقاله آموزشی یا یک دعوت به یک

این تجربه روان و یکپارچه، یک هزینه تعویض بالا ایجاد می کند. حتی اگر یک رقیب، تلفن همراهی با دوربین کمی بهتر تولید کند، فکر خارج شدن از این اکوسیستم هماهنگ و بازسازی آن در یک پلتفرم دیگر، برای بسیاری از کاربران آنقدر دشوار و پردردسر است که ترجیح می دهند در همان دنیای آشنا و راحت باقی بمانند.

این نوع از وفاداری مبتنی بر ایجاد ارزش از طریق یکپارچه سازی است. برندهایی که در این زمینه موفق هستند، به جای فروش محصولات مجزا، در حال فروش یک «راه حل کامل» هستند. آنها با هر محصول جدیدی که به اکوسیستم خود اضافه می کنند، نه تنها یک جریان درآمدی جدید خلق می نمایند، بلکه دیوارهای باغ زیبای خود را نیز بلندتر و خروج از آن را دشوارتر می سازند.

پیوند ناگسستنی: وفاداری قلبی

عمیق ترین، قدرتمندترین و کمیاب ترین سطح وفاداری، در قلب مشتری جوانه می زند. این وفاداری، دیگر ربطی به منطق یا عادت ندارد. این یک پیوند عاطفی است. در این سطح، برند از یک فروشنده محصول، به بخشی از هویت مشتری تبدیل می شود. مشتریان، این برند را نه به خاطر کاری که انجام می دهد، بلکه به خاطر باوری که نمایندگی می کند، دوست دارند. آنها دیگر فقط یک محصول را مصرف نمی کنند؛ بلکه به یک قبیله تعلق دارند.

برند نایک را در نظر بگیرید. مردم کفش های نایکی را تنها برای دویدن نمی خرند. آنها فلسفه «فقط انجامش بده» را می خرند. آنها با خریدن محصولات نایکی، خود را به داستان ورزشکاران بزرگی متصل می کنند که بر محدودیت های انسانی غلبه کرده اند. این برند، نمادی از عزم، پیروزی و پتانسیل انسانی است. وقتی یک مشتری، چنین ارتباط عاطفی عمیقی با یک برند برقرار کند، دیگر یک مشتری نیست؛ او یک طرفدار واقعی است. او نه تنها به طور مداوم از این برند خرید می کند، بلکه به سرسخت ترین مدافع و مبلغ آن نیز تبدیل می شود و داستان آن را با افتخار برای دیگران روایت می نماید.

ساختن این سطح از وفاداری، نیازمند داشتن یک «چرا» قدرتمند و یک داستان سرایی اصیل است. این کار از طریق تبلیغات صرف به دست نمی آید. این وفاداری، محصول سال ها ثبات در پیام، همسویی با ارزش های عمیق انسانی و خلق تجربه هایی است که احساسات مردم را لمس می کند. این همان کیمیایی است که یک نام تجاری را به یک اسطوره فرهنگی تبدیل می نماید.

https://www.qualtrics.com/experience-management/customer/customer-loyalty
https://blog.hubspot.com/service/customer-loyalty

گفت‌وگوی بدون فشار باشد.

شخصی‌سازی در مقیاس وسیع

غول های فناوری مانند تفلیکس یا اسپاتیفای سال هاست که براساس این فلسفه زندگی می کنند. آنها یک قیف بازاریابی دارند. آنها یک موتور سیگنال دارند. هر کلیک، جست‌وجو، مکث و بازیش یک ویدئو سیگنالی است که به الگوریتم آنها می گوید چه چیزی را در لحظه بعد به شما پیشنهاد دهد. آنها به طور مداوم در حال گوش دادن و پاسخ دادن به سیگنال های شما هستند تا تجربه ای کاملاً شخصی سازی شده ارائه دهند.

چگونه برای این دنیای جدید آماده شویم؟

این تحول نیازمند یک بازنگری کامل در ساختار، فناوری و معیارهای موفقیت یک تیم بازاریابی است. شستن سیلوهای داده، برای شکار سیگنال، شما به یک دید ۳۶۰ درجه و یکپارچه از مشتری نیاز دارید. داده های تیم فروش، خدمات مشتری و بازاریابی باید در یک پلتفرم واحد ترکیب شوند تا بتوانید تمام ردپاهای دیجیتال یک فرد را به هم متصل کنید. سرمایه‌گذاری در سرعت و اتوماسیون: پاسخ به سیگنال ها باید در نزدیک ترین زمان ممکن به لحظه وقوع آنها اتفاق بیفتد. این امر نیازمند استفاده هوشمندانه از ابزارهای اتوماسیون بازاریابی است که می توانند براساس یک سیگنال خاص (مانند بازدید از یک صفحه خاص)، یک پاسخ از پیش تعریف شده و شخصی سازی شده (مانند ارسال یک ایمیل حاوی یک مطالعه موردی مرتبط) را فعال کنند.

۳. تعریف مجدد معیارهای موفقیت: معیارهای قدیمی مانند «ترخ تبدیل در هر مرحله از قیف» دیگر کارایی ندارند. معیارهای جدید باید بر روی سرعت و کیفیت پاسخ به سیگنال ها، «ارزش طول عمر مشتری و میزان تعامل با محتوای کمکی متمرکز شوند.

قطعا کنار گذاشتن قیف بازاریابی می تواند دلهره آور باشد. این مدل به ما حس نظم در یک دنیای بی نظم را می داد اما پذیرش واقعیت جدید، یک فرصت فوق العاده است. این یک دعوت به بازاریابان است تا از نقش فریاد زدن در یک بلندگو به سمت جمعیتی بی چهره، به نقش گوش دادن دقیق به زمزمه های هر فرد و پاسخ دادن به او با همدلی و ارزش واقعی، حرکت کنند. در این دنیای جدید، موفق ترین برندها، نه آنهایی که بلندترین صدا را دارند، بلکه آنهایی خواهند بود که بهترین شنودگان هستند.

منابع:

https://searchengineland.com/the-end-of-the-marketing-funnel-why-signals-are-your-new-opportunity-۴۶۱۶۵۵

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| شنبه | ۲۵ بهمن ۱۴۰۴ | شماره ۲۸۷۷ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر

پلاک ۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

سایت شما.