

Wed.11 Dec 2024

۹ جمادی الثانی ۱۴۴۵ - سال نهم

شماره ۲۶۰۱

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

یادداشت

دیپلماسی اقتصادی و فرصت از دست رفته

محمدرضامودودی مشاور رئیس اتاق ایران

توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون به‌کارگیری قدرت خلاقه و مهارت‌های انسانی برای ایجاد رفاه و بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است. توسعه اقتصادی امروزه ارتباطی پیوسته و زنده با مفاهیم بنیادی تری چون محیط زیست، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و برابری و عدالت انسانی دارد و انسان مدرن دیگر فقط خلاصه در تعریف «انسان صنعتی» نیست، انسانی که از ابزارها و محصولات کارخانه‌ای بهره‌برده و مصرف می‌کند و به تکنولوژی و فناوری روز مجهز است، بلکه انسان مدرن، انسانی است که درک درستی از تبعات تصمیم‌ها و اقداماتی دارد که آنها را انتخاب کرده و براساس آنها پیش می‌رود. در حقیقت، محیط کلان اقتصادی که توسعه در آن تجلی پیدا می‌کند، برآیند محیط کسب وکارهای کوچکی است که در کنار هم شکل گرفته‌اند و چنانچه این محیط ناهمگن، نامتوازن و آشفته باشد، طبیعی است که ناسازگاری کلان اقتصادی تسری می‌دهد و موجب می‌شود که مسیر توسعه ناموفق و منحرف شود و در نتیجه آن، هارمونی توسعه، ناموزن و ناخوشاینگ شود.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

رشد اجاره‌بها متناسب با رشد درآمدها نیست

قاب ۱۳ ساله قیمت مسکن



بانک مرکزی و قواعد افشا و محرمانگی

به عبارت دیگر، کمتر از ۲۰ درصد از کل صادرات منطقه، مربوط به صادرات کالاهای صنعتی است که تقریباً کمتر از صادرات کشور صادرکننده اول جهان، یعنی چین (بناً بر ۲۵۰۰ میلیارد دلار) و کمی بیشتر از صادرات دو کشور آمریکا و آلمان به ترتیب با حدود ۱۶۰۰ و ۱۵۰۰ میلیارد دلار صادرات در سال است.

در بخش واردات این منطقه نیز با حدود ۱۲۰۰ میلیارد دلار، بیش از ۷۰درصد واردات ۱۶ کشور منطقه مواد صنعتی فرآوری شده (۳۲ درصد)، کالاهای سرمایه‌ای (۲۳٫۵ درصد) و کالاهای مصرفی (۱۶ درصد) است. در مجموع به جز نفت و گاز، تراز تجاری منطقه با جهان در همه اقلام منفی است. کالاهای سرمایه‌ای (منفی ۲۱۵ میلیارد دلار)، انواع وسایل نقلیه و قطعات (منفی ۱۲۰ میلیارد دلار)، مواد صنعتی فرآوری شده (منفی ۸۱ میلیارد دلار) و مواد غذایی و کالاهای مصرفی (هر یک منفی ۶۳ میلیارد دلار) عمده‌ترین ترکیب وارداتی این کشورها به شمار می‌روند و از ۱۶ اقتصاد منطقه فقط ۴ کشور پاکستان، افغانستان، ترکیه و ارمنستان به درآمدهای نفت و گاز اتکا ندارند.

آمارهای فوق نشان می‌دهند که ظرفیت اقتصادی این کشورهای منطقه برای توسعه تجارت و تعاملات اقتصادی با یکدیگر تا چه پایه مستعد رشد و تقویت هستند. این در حالی است که ما و همسایگان مان امروزه بیش از هر زمان دیگری نیازمند یکپارچگی، همدلی، هماهنگی و همسویی هستیم و نقش دولت‌ها، ملت‌ها و به ویژه فعالان اقتصادی در این راهبرد تا چه میزان حیاتی، کلیدی و تعیین‌کننده است و هر نوع حمایت و سرمایه‌گذاری هدفمند در بخش توسعه همکاری‌ها، تبادل دانش و فناوری‌ها و تکمیل زیرساخت‌های نرم و سخت، مبتنی بر تقویت روابط اقتصادی، فرهنگی و سیاسی با همسایگان، آثار بلندمدت مثبتی بر شکل‌گیری، تسریع فرآیند و تداوم و ثبات اتحادیه‌های منطقه‌ای خواهد داشت. با این وصف به نظر می‌رسد که نه تنها هنوز نقشه راه واحد مشترکی در سطح منطقه وجود ندارد، بلکه خاورمیانه بیش از هر زمان دیگری در حال واگرایی و انشقاق است و

توسعه اقتصادی و دیپلماسی اقتصادی

برخلاف بسیاری از اتحادهای بین‌المللی منطقه‌ای که ۵۰ درصد از تجارت جهانی را شامل می‌شوند، هنوز اتحاد اقتصادی شایسته‌ای در جغرافیای آشوب زده منطقه با شکل نگرفته و این بازار مستعد و رو به رشد، همچنان آشفته و مغلوب بیگانه‌گان است.

از سوی دیگر، سهم ایران و همسایگان نفتی‌اش از صادرات محصولات با فناوری بالا بسیار پایین است و این در حالی است که در ترکیب سبند وارداتی خود این کشورها نیز وابستگی به واردات محصولات فناوریانه بسیار زیاد است و برای افزایش صادرات چنین محصولاتی نه فقط نیازمند سرمایه‌گذاری چشمگیر هستیم، بلکه به توان علمی و فناوریانه‌نخبگانی نیاز داریم که امروزه بیش از گذشته در حال کوچ به کشورهای توسعه‌یافته هستند و در عین حال، اراده‌ای نیز برای ایجاد و توسعه زیرساخت‌های لازم برای چنین رویکردی وجود ندارد. آنچه باید توجه ما را برانگیزد، بیرون ماندن از دایره کشورهای است که هر روز محصولاتی با محتوای دانشی بیشتر و ارزش افزوده بالاتر برای بازارهای جدیدتر و گسترده‌تر تولید می‌کنند از طریق تسهیل مبادلات، صادرات خود را توسعه می‌بخشند. این در حالی است که تولیدکننده‌های ما هنوز در گردونه سرگیجه آور قوانین و تصمیمات روزمره و سیاست‌های نامتوازن اقتصادی اسیرند. سیاست‌هایی که خطا بودن شان دهه‌هاست اثبات شده ولی هیچ‌کس جسارت اصلاح آنها را ندارد و در حالی که عمر انقلاب به ۵۰ سالگی نزدیک می‌شود، هنوز هیچ دولتی نتوانسته نشانه‌های ورغ حکمرانی اقتصادی را در اقتصاد کشور نمایان سازد و شیب نزولی منحنی شاخص‌های اقتصادی همچنان در حال سقوط است.

دولت‌های پس از انقلاب بیش از چهار دهه‌ زمان برای بالندگی و بلوغ و ثبات و تحول داشتند و در برهه‌هایی از تاریخ چنان فرصت‌های طلایی و غیرقابل تکراری برای خلق ثروت و بهره‌برداری از امکانات و ظرفیت‌های استثنایی وجود داشت که اگر اندکی جدیت، عقلانیت، تعهد و دانش دیپلماسی وجود می‌داشت، شاید امروز شاهد ایرانی متفاوت، مقتدرتر و شاداب‌تر می‌بودیم؛ ولی متأسفانه هر

دیپلماسی اقتصادی؛ پلی به سوی توسعه پایدار

روند جهانی شدن و توسعه بین‌المللی، مشارکت فعال داشته باشند فراهمی و بازگرمی خویش را به عنوان بازیگرانی کلیدی در اقتصاد جهانی تثبیت کنند. ابزارها و مکانیسم‌های متنوع دیپلماسی اقتصادی نیز به کشورها کمک می‌کنند تا جایگاه بین‌المللی خود را ارتقا یخشسند و به طور مؤثرتر با سایر کشورها همکاری کنند. این ابزارها شامل توافق نامه‌های تجاری دوجانبه و چندجانبه، سرمایه‌گذاری‌های مشترک، ایجاد شوراهای اقتصادی مشترک و برگزاری همایش‌ها و نمایشگاه‌های بین‌المللی است که همه و همه در جهت تحکیم روابط اقتصادی عمل می‌کنند. نهادهای بین‌المللی نظیر سازمان تجارت جهانی و بانک جهانی نیز به عنوان تسهیل‌کنندگان کلیدی در مسیر همکاری‌های اقتصادی عمل کرده و به کشورهای امکان می‌دهند که از منابع و تجربیات جهانی بهره‌برداري کنند. همچنین به کارگیری فناوری‌های نوین نیز توانمندی کشورها را در شناسایی سریع فرصت‌های اقتصادی افزایش می‌دهد و به آنها این امکان را می‌دهد تا روابط خود را بر پایه‌ای علمی و مبتنی بر داده‌های دقیق و مؤثر استوار سازند.

دیپلماسی اقتصادی در عین حال، با چالش‌هایی پیچیده در سطح جهانی مواجه است. تنش‌های ژئوپلیتیکی، نوسانات شدید در بازارهای مالی و تحریم‌های اقتصادی، همگی به عنوان موانعی جدی در مسیر دیپلماسی اقتصادی محسوب می‌شوند و گاه کشورها را در مواجهه با تنگناهای جدی قرار می‌دهند. با این حال، کشورهایی که قادرند در برابر این چالش‌ها انعطاف‌پذیری و خلاقیت خود را

ثبت‌نام رایگان موتورسیکلت‌های فرسوده آغاز شد

تمدید دوباره مهلت ثبت‌نام خودروهای وارداتی

تمدید دوباره مهلت ثبت‌نام خودروهای وارداتی، آغاز فروش و پیش‌فروش محصولات ایران خودرو، ثبت‌نام رایگان موتورسیکلت‌های فرسوده و… از مهمترین اخبار ۲۴ ساعت گذشته در بازار خودرو محسوب می‌شود. در نخستین خبر، مهلت تعریف حساب وکالتی و همچنین ثبت‌نام خودروهای وارداتی برای بار دوم تمدید شد. با توجه به استقبال متقاضیان خودروهای…

با وجود رشد شاخص مدیران خرید، نگرانی بنگاه‌های اقتصادی همچنان پابرجاست

بهبود مترلزل شامخ آبان

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید (شامخ) در آبان ماه به سطح ۵۱٫۴ رسید و برای دومین ماه متوالی، میزان فعالیت‌های اقتصادی اندکی بهبود پیدا کرد. با این وجود، فعالان اقتصادی همچنان نگران نرخ ارز، کمبود مواد اولیه و قطعی برق و گاز هستند. شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران، دومین بهبود پانیزی خود را ثبت کرد و از سطح ۵۰٫۲ در مهرماه به سطح ۵۱٫۴ در آبان ماه رسید تا نشان دهد میزان فعالیت‌های اقتصادی در این ماه نسبت به مهرماه، اندکی افزایش داشته است. علاوه بر شامخ کل اقتصاد، شامخ بخش صنعت نیز در آبان ماه و پس از حذف اثرات فصلی، برای دومین ماه متوالی بهبود یافته است؛ با این حال، افزایش نرخ ارز در شرایطی که بسیاری از شرکت‌ها به دلیل عدم تخصیص ارز با کمبود منابع مالی روبه‌رو هستند، باعث افزایش شدید قیمت مواد اولیه و هزینه‌های تولیدشده و به همین دلیل، شرکت‌ها در تأمین مواد اولیه با مشکل روبه‌رو شده‌اند. همچنین در شرایطی که شرکت‌ها با تقاضای ضعیف و قدرت خرید پایین مشتریان روبه‌رو هستند، در برخی از موارد، وصول مطالبات آنها هم به‌سختی انجام می‌شود. در همین حال، تداوم قوانین مخل مربوط به رفع تعهد ارزی، باعث کاهش صادرات شرکت‌ها شده و از طرفی به دلیل کمبود منابع انرژی، نگرانی‌ها نسبت به شروع…

چرا چالش‌های اقتصاد ایران حل و فصل نمی‌شوند؟

مصائب سیاستگذاری دستوری

مصرف انرژی در ایران به چه نحوی است؟

مدیریت و کسب‌وکار

پلی میان دنیای واقعی و دیجیتال

تصور کنید کسی از دهه ۹۰ میلادی با ماشین‌زمن به امروز پرت شود و بخواهد به یک مرکز خرید سر بزند. احتمالاً ترکیب الگوهایی مثل خرید آنلاین با تحویل درب منزل و اپلیکیشن‌هایی که به شما پیشنهاد خرید می‌دهند، معز او را حسیاب منفجر کند. هرچه باشد، صنعت خرده‌فروشی که روزگاری محدود به چند فروشگاه در خیابان اصلی بود، حالا به فضایی دیجیتال و فیزیکی تبدیل شده که در هم تنیده‌اند. بی شک این تغییرات تنها به فناوری خلاصه نمی‌شوند. در دنیای امروز، مشتری‌ها دیگر به تجربه خریدی ساده رضایت نمی‌دهند. آنها به دنبال ترکیبی از راحتی دنیای دیجیتال و حس اعتماد و تعامل انسانی خرید حضوری هستند. در اینجا جادوی فیجتال وارد میدان می‌شود. سوالی که اینجا پیش می‌آید، درباره ماهیت فیجتال است. اصلا این مفهوم یعنی چه؟ فیجتال یعنی تلفیق دو جهان متفاوت: تجربه‌های دیجیتال و فیزیکی…

توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است.

توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است. توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است.

توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است. توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است.

توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است. توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است.

توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است. توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است.

توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است. توسعه اقتصادی امروزه فراتر از مرزهای مفاهیمی چون بهره‌گیری از دانش و تکنولوژی مدرن برای خلق ارزش و پاسخ به نیازهای آینده بشر است.

اخبار



مدیرعامل بورس انرژی خبر داد

آغاز معاملات جبرانی برق از هفته آینده

مدیرعامل بورس انرژی ایران از انجام معاملات گواهی صرفه جویی برق خانگی از سال آینده خبر داد و گفت در سال آینده خانوارهایی که در یک بازه زمانی مشخص مصرف کمی داشته باشند می‌توانند از گواهی صرفه‌جویی مصرف برق خانگی استفاده کنند. «علی نقوی» در مراسم رونمایی از آغاز معاملات گواهی بهینه صرفه‌جویی مصرف برق همچنین از آغاز معاملات جبرانی برق از هفته آینده خبر داد و گفت: از ۲۸ آذرماه سال جاری معاملات جبرانی برق فراهم می‌شود که متقاضیان می‌توانند میزان کسری خود را از طریق این معاملات تامین کنند.

به گفته «نقوی»، چالش تامین انرژی، یکی از موضوعات اصلی کشور است؛ به طوری که بسیاری از مقامات ارشد کشور در این رابطه صحبت کرده و در تلاش هستند که راهکارهای برای این موضوع داشته باشند، اما متأسفانه در کشور ما به علت بدمصرفی و الگوی نامناسب انرژی باعث شده با ناترازی‌های بسیاری در صنایع روبه‌رو باشیم. مصرف انرژی در ایران تقریباً دو برابر میانگین مصرف جهانی است. بر این اساس، در قانون هفتم توسعه و همچنین در فرمایشات مقام معظم رهبری بر ارائه راهکارها برای کاهش ناترازی انرژی در کشور تأکید شده است.

مدیرعامل بورس انرژی ادامه داد: در بورس انرژی بیشتر زیرساخت‌ها برای بهره‌وری مناسب از انرژی فراهم شده اما متأسفانه تا امروز استفاده مطلوبی از این زیرساخت‌ها نشده است. در سه سال گذشته، بورس انرژی پیگیری معامله پذیر شده گواهی‌های بورس انرژی بوده است. او با بیان اینکه در شهریورماه سال گذشته مجوز گواهی صرفه‌جویی برق از توانیر دریافت شد و در سال جاری مصوبه مربوط معامله این گواهی از سوی وزارت نیرو ابلاغ شد، افزود: امروز معاملات گواهی صرفه‌جویی برق نیز عملی شده است. یکی از مزیت‌های این گواهی، آن است که خریداران گواهی مشمول قطعی برق در ساعات اوج مصرف نمی‌شوند. برای توسعه این بازار نیازمند تسهیل فرآیندها و کاهش سختگیری‌ها هستیم که مقرر است برخی اصلاحات در قوانین اجرا شود و به عبارتی، اعتماد لازم توسعه این بازار است و امروز شاهد متقاضیانی در حوزه انرژی هستیم که خواستار تأسیس نیروگاه‌های تجدیدپذیر هستند و امروز برق سبز، یکی از الگوهای موفق در کشور شناخته می‌شود.

مدیرعامل بورس انرژی با اشاره به اینکه از ۲۸ آذرماه، معاملات جبرانی برق فراهم می‌شود، گفت: یکی از عوامل مهم حضور می‌توانند در این حوزه معاملات خود را انجام و به عرضه و تقاضا در این حوزه بپردازند. بنابراین از ۲۸ آذرماه سال جاری معاملات جبرانی برق فراهم می‌شود که متقاضیان می‌توانند میزان کسری خود را از طریق این معاملات تامین کنند. برای سال آینده پیش‌بینی می‌شود که حجم معاملات برق در بورس افزایش داشته باشد. در سال جاری ۳۰ درصد معاملات برق در بورس صورت گرفت و مقرر است در سال آینده حجم این معاملات به ۶۰ درصد برسد.

ادارات تهران موظف به کاهش مصرف برق شدند

در راستای مدیریت مصرف سوخت و انرژی، ادارات شهر تهران موظف شدند مصرف برق خود را نسبت به دوره مشابه سال قبل کاهش دهند، انشعابات برق مشترکان اداری که رعایت نکنند، محدود خواهد شد. به گزارش «ایسنا»، به دنبال کاهش دمای هوای کشور و افزایش مصرف گاز، ادارات و دستگاه‌های اجرایی شهر تهران با هدف توزیع عادلانه انرژی موظف شدند مصرف برق خود را نسبت به آذرماه سال گذشته به میزان ۵۰ درصد کاهش دهند. استفاده حداقلی از سامانه‌های گرمایشی و خودرادی از گرم کردن بیش از حد محیط کار، استفاده از روشنایی طبیعی و کاهش روشنایی مازاد محیط اداری، خاموش کردن روشنایی نما و محوطه ساختمان‌های اداری، خاموشی سامانه‌های گرمایشی و اتاق‌ها و اماکن کم‌تردد، استفاده از سامانه‌های اطلاع‌رسانی درون سازمانی به منظور آموزش کارکنان، جلب همکاری آنان در استفاده حداقلی از انرژی در محیط کار و به کارگیری کلیه روش‌هایی که موجب کاهش مصرف گاز و برق می‌گردد، از جمله اقداماتی است که ادارات و دستگاه‌های اجرایی می‌توانند به منظور مشارکت در حرکت ملی مدیریت انرژی در کشور به کار برند. گفتنی است تمامی مشترکان اداری پایتخت در حال حاضر مجوز به کنشورهای هوشمند هستند و علاوه بر پایش لحظه‌ای مصرف برق این دسته از مشترکان از طریق سامانه‌های رصد و پایش هوشمند، گروه‌های ارزیاب متشکل از کارشناسان شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ نیز وظیفه پایش میدانی عملکرد بیش از ۵ هزار مشترک اداری تهران را برعهده گرفته‌اند. بدیهی است مشترکان اداری که اقدام به کاهش مصرف برق نکنند مشمول محدودیت خواهند شد.

رشد اجاره‌بها متناسب با رشد درآمدها نیست

قاب ۱۳ ساله قیمت مسکن



بخش قابل توجهی از بودجه و درآمد خانوارها صرف مسکن می‌شود، بررسی این روند می‌تواند کمک شایانی به درک وضعیت معیشتی خانوارهای شهری در ۱۳ سال گذشته داشته باشد. روند تغییرات درآمد سالانه و هزینه مسکن نشان می‌دهد در ابتدای دهه ۱۳۹۰، سرعت رشد درآمد و هزینه مسکن متناسب بوده و خانوارهای شهری قادر به پوشش هزینه‌های مسکن با درآمد سالانه خود بوده‌اند تا جایی که در سال ۱۳۹۲ همزمان با اثرگذاری تحریم‌های بین‌المللی بر بازار مسکن، نرخ رشد هزینه مسکن به ۲۴ درصد رسیده بود و این در حالی است که نرخ رشد متوسط درآمد سالانه خانوار شهری، ۲۲٫۳ درصد بوده است.

تحریم با سقف بالای سر خانوار چه کرد؟

مقایسه رشد ۲۴ درصدی هزینه مسکن و ۲۲ درصدی درآمد خانوار در سال ۱۳۹۲، نشان می‌دهد که خانوارهای شهری در این سال در تامین هزینه مسکن خود به مشکل برخوردند. زمانی که نرخ رشد هزینه مسکن، بیشتر از رشد متوسط درآمد سالانه می‌شود، مشکلات متعددی را می‌تواند با خود به ارمغان بیاورد. از جمله این مشکلات می‌توان به افزایش سهم هزینه مسکن از بودجه خانوار اشاره کرد که منجر به کاهش سهم سایر نیازها مثل بهداشت، آموزش و تفریح می‌شود. همین اتفاق می‌تواند باعث افزایش فشار اقتصادی بر دوش خانوارها و کاهش کیفیت زندگی آنها شود. نرخ اجاره‌بها به طور جدی از قیمت مسکن تأثیر می‌پذیرد. افزایش هزینه اجاره‌بها می‌تواند نشانگر افزایش قیمت مسکن باشد که بیانگر افزایش ناتوانی قشر متوسط و کم‌درآمد مستاجر از خرید خانه است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که هزینه مسکن، حدود یک سوم از هزینه‌های خانوارهای شهری را می‌بلعد.

اما با اضمای برجام و چشم‌انداز مثبت اقتصادی، شاهد کاهش سرعت افزایش هزینه مسکن بودیم؛ تا جایی که نرخ رشد هزینه مسکن به کمترین مقدار خود در این دوره زمانی (۵٫۴ درصد) رسید. سپس با خروج آمریکا از برجام، نرخ رشد هزینه مسکن با افزایش ۲۵ واحد درصدی به ۳۰ درصد رسید؛ در حالی که نرخ رشد درآمد سالانه خانوارهای شهری ۱۸٫۶ درصد بود. این روند تا سال ۱۳۹۸ ادامه داشت و به گفته کارشناسان، یکی از پارامترهای تأثیرگذار بر این افزایش سرعت قیمت، جهش نرخ ارز و انتظارات تورمی بوده است. در ادامه از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۲، هزینه مسکن سالانه ۱۱٫۵ درصد افزایش یافت و از سال ۱۴۰۱ از رشد درآمد سالانه پیشی گرفت. در سال ۱۴۰۲ نیز درآمد سالانه خانوار شهری نسبت به سال قبل ۵۴ درصد و رشد هزینه مسکن ۶۷ درصد افزایش یافت تا شکاف رشد درآمد و مسکن به بیشترین مقدار خود برسد. این موضوع می‌تواند از افزایش سطوح قیمت و اجاره در بازار مسکن طی چند سال اخیر ناشی شده باشد.

یکی از عوامل تأثیرگذار بر اجاره‌بها، تغییرات الگوی زندگی مردم است. در چند سال اخیر، مهاجرت از روستا به شهر افزایش یافته که یکی از عوامل مهم افزایش تقاضا برای سرپناه است. از آنجا که عمده مهاجرین به دنبال کار به شهرهای بزرگ مهاجرت می‌کنند، سهم قابل توجهی از این افراد از قشر پایین و متوسط جامعه هستند. افزایش نرخ اجاره‌بها می‌تواند این افراد را بسیار تحت تأثیر قرار دهد.

از اضمای توافق برجام کاهش یافت. این میزان پایین‌ترین تورم اجاره بها در حداقل ۱۳ سال اخیر بوده است. اما این روند کاهشی دوام نیافته و در سال‌های بعد از ۱۳۹۵، مسیر تورم هشت ماهه اجاره‌بها صعودی شد. این امر بعد از خروج ترامپ از برجام نیز شدت یافت و از ۲ درصد در سال ۱۳۹۵ به حدود ۲۰ درصد در سال ۱۳۹۷ رسید. به عبارت دیگر، هزینه اجاره‌بها در آبان ماه ۱۳۹۷ نسبت به اسفندماه ۱۳۹۶، رشد ۲۰ درصدی را نشان می‌دهد. در ادامه، تورم هشت ماهه اجاره بها از سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲، روندی صعودی را تجربه کرده است. در واقع می‌توان اینطور گفت که علت این امر در مشکلات سمت عرضه مسکن و شوک‌های اقتصادی خارجی و داخلی نهفته است؛ به طوری که در سال ۱۴۰۰، تورم هشت ماهه اجاره بها ۱۹ درصد ثبت شده اما در سال گذشته به ۲۶ درصد افزایش یافته است. این روند صعودی اما در سال ۱۴۰۳ ادامه نیافته و تورم اجاره بها به حدود ۲۴ درصد رسیده است. به عبارت دیگر، از سرعت افزایش قیمت‌ها کاسته شده است. بنابراین در آبان سال جاری، میزان اجاره بها نسبت به اسفند سال گذشته، ۲۴ درصد افزایش قیمت داشته است.

مقایسه رشد درآمد با رشد اجاره بها

بررسی‌ها همچنین نشان می‌دهد که در زمان شوک‌های منفی اقتصادی و سیاسی، سرعت رشد هزینه‌های مسکن، بیشتر از رشد متوسط درآمد سالانه شده است. این موضوع می‌تواند نشانگر این باشد که خانوارهای شهری در این دوره‌ها قادر به پرداخت هزینه مسکن با درآمد سالانه خود نبوده‌اند. نرخ رشد متوسط هزینه مسکن در سال ۱۴۰۲ نزدیک به ۷۰ درصد بوده و این در حالی است که متوسط درآمد سالانه خانوارهای شهری در سال گذشته حدود ۵۴ درصد بیشتر شده است. مقایسه این اعداد و ارقام نشان می‌دهد که خانوارهای شهری در سال گذشته قادر به پوشش هزینه مسکن با درآمد سالانه خود نبوده‌اند. بخش بزرگی از هزینه مسکن را اجاره بها تشکیل می‌دهد و به همین دلیل می‌توان تغییرات هزینه مسکن را مصداقی از تغییرات نرخ اجاره‌بها دانست.

بررسی روند تغییرات متوسط درآمد و هزینه مسکن خانوارهای شهری در ۱۳ سال گذشته، تحولات جالبی در این شاخص‌ها در نقاط عطف اقتصاد ایران به چشم می‌خورد. مسکن به‌عنوان یکی از نیازهای اساسی انسان، نقش حیاتی در کیفیت زندگی و رفاه خانوارها ایفا می‌کند. با افزایش شهرنشینی و تغییرات سریع در الگوهای زندگی، اهمیت مسکن به‌عنوان یک کالای ضروری و سرمایه‌ای بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. همچنین مسکن به دلیل ماهیت خود قابلیت جانشینی با کالاهای دیگر را ندارد و نهایتاً می‌توان به خانه‌های کوچک‌تر و یا به مناطق ارزان‌تر نقل مکان کرد. از طرف دیگر با افزایش نرخ هزینه‌های مربوط به مسکن نیز افزایش یافته‌اند و خانوارها، بخش زیادی از بودجه خود را صرف مسکن می‌کنند.

در این گزارش، منظور از هزینه مسکن، مجموع هزینه‌هایی است که صرف اجاره‌بها، آب و فاضلاب، سوخت و روشنایی و سایر هزینه‌های منزل مسکونی می‌شود که البته بخش بزرگی از آن را اجاره‌بها تشکیل می‌دهد. به همین دلیل، می‌توان تغییرات هزینه مسکن را مصداقی از تغییرات نرخ اجاره‌بها دانست. هدف اصلی این گزارش، بررسی روند افزایش متوسط درآمد سالانه خانوارهای شهری و هزینه‌های مسکن است. از آنجایی که

فرصت امروز، تورم اجاره بها در سال‌های گذشته همواره روندی صعودی داشته و در دو سال اخیر، تورم هشت ماهه اجاره بها به بیش از ۲۵ درصد رسیده است. با وجود آنکه تورم هشت ماهه اجاره بها در سال ۱۴۰۳ اندکی کمتر شده است، اما همچنان این رقم نسبت به میانگین سال‌های گذشته بالاست. تورم هشت ماهه اجاره بها در سال جاری در حالی که کمتر از ۲۵ درصد رسید که تورم هشت ماهه اجاره بها در دو سال اخیر، بالاتر از این رقم بوده است. روند این متغیر که در سه سال گذشته صعودی بوده، امسال در مقایسه با سال قبل، کاهشی شده است. پایین‌ترین تورم هشت ماهه اجاره بها از ابتدای دهه ۱۳۹۰ تاکنون (بازه ۱۳ ساله) در سال ۱۳۹۵ و بالاترین مقدار آن در سال ۱۴۰۲ ثبت شده است.

به نظر می‌رسد عواملی همچون تنش‌های سیاست خارجی، نااطمینانی بالای اقتصادی و مشکلات ساختاری بازار مسکن، در روند صعودی تورم اجاره‌بها همانند قیمت مسکن به شدت اثرگذار هستند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در زمان شوک‌های منفی اقتصادی و سیاسی، سرعت رشد هزینه‌های مسکن بسیار بیشتر از رشد متوسط درآمد سالانه شده است. این موضوع می‌تواند نشانگر این باشد که خانوارهای شهری در این دوره‌های زمانی قادر به پرداخت هزینه مسکن با درآمد سالانه خود نبوده‌اند. براساس آمارهای رسمی، نرخ رشد متوسط هزینه مسکن در سال ۱۴۰۲ نزدیک به ۷۰ درصد بوده و این در حالی است که متوسط درآمد سالانه خانوارهای شهری در سال گذشته حدود ۵۴ درصد بیشتر شده است. مقایسه این اعداد و ارقام نشان می‌دهد که خانوارهای شهری در سال گذشته قادر به پوشش هزینه مسکن با درآمد سالانه خود نبوده‌اند. بخش بزرگی از هزینه مسکن را اجاره بها تشکیل می‌دهد و به همین دلیل می‌توان تغییرات هزینه مسکن را مصداقی از تغییرات نرخ اجاره‌بها دانست.

تورم پایین آمده اما همچنان بالاست

به گزارش «اکیران»، تورم هشت ماهه اجاره بها برخلاف سه سال گذشته که روندی صعودی تجربه کرده، در سال جاری کاهشی اندک داشته و نسبت به سال‌های گذشته همچنان بالاتر است. تورم هشت ماهه اجاره بها در سال ۱۴۰۳ به پایین‌ترین آن در ۲۵ درصد رسیده و این در حالی است که تورم هشت ماهه اجاره بها در دو سال گذشته بالاتر از ۲۵ درصد بوده است. روند این متغیر که در سه سال اخیر همواره صعودی بوده، امسال در مقایسه با سال گذشته کاهشی شده است. پایین‌ترین تورم هشت ماهه اجاره بها در حداقل ۱۳ سال اخیر در سال ۱۳۹۵ و بالاترین مقدار آن در سال ۱۴۰۲ محاسبه شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که عواملی مانند تنش‌های سیاست خارجی، نااطمینانی‌های زیاد و مشکلات ساختاری بازار مسکن در افزایش تورم اجاره‌بها به مانند قیمت مسکن به شدت اثرگذار بوده‌اند. لازم به ذکر است که تورم هشت ماهه اجاره بها از رشد این شاخص در آبان نسبت به اسفند سال گذشته محاسبه می‌شود. روند نزولی تورم اجاره بها در سال ۱۳۹۲ و بعد از شروع مذاکرات هسته‌ای و زمزمه‌های توافق برجام شروع شد؛ به طوری که تورم اجاره بها از ۱۸ درصد در سال ۱۳۹۲ به حدود ۲ درصد در سال ۱۳۹۵ و بعد

شناسه آگهی: ۱۸۴۴۴۹۵

مزایده بخشی از سهام شرکت غیربوری سرمایه گذاری ری متعلق به بانک سپه

شماره ۲۱۳۳/۱۴۰۳/۱۵ - نوبت دوم

بانک سپه در نظر دارد بخشی از سهام شرکت غیربوری سرمایه گذاری ری متعلق به خود را با شیوه نقد و به صورت یکجا طبق مشخصات مندرج در این اسناد و از طریق برگزاری مزایده عمومی با رعایت کامل مندرجات در شرایط عمومی مزایده و همچنین سامانه نذار کات الکترونیک دولت (ستاد) به شماره ۰۰۰۶-۱۰۲۶-۱۰۰۲۰-۱۰۰۲۰ به نشانی www.setadiran.ir به فروش برساند.

❖	تاریخ انتشار مزایده در سامانه ستاد:	ساعت	۸۰۰	روز	یکشنبه	به تاریخ	۱۴۰۳/۰۹/۱۸
❖	آخرین مهلت دریافت اسناد مزایده:	ساعت	۱۹:۰۰	روز	شنبه	به تاریخ	۱۴۰۳/۰۹/۲۴
❖	آخرین مهلت ارائه پیشنهاد:	ساعت	۱۶:۰۰	روز	سه شنبه	به تاریخ	۱۴۰۳/۱۰/۰۴
❖	تاریخ بازگشایی پاکت پیشنهادی:	ساعت	۸:۰۰	روز	چهارشنبه	به تاریخ	۱۴۰۳/۱۰/۰۵

❖ تاریخ بازدید از ساعت ۹:۰۰ صبح روز دوشنبه به تاریخ ۱۴۰۳/۰۹/۱۹ لغایت ساعت ۱۵:۰۰ روز سه شنبه به تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۰۴ (بازدید در ایام برگزاری مزایده همه روزه به جز روزهای تعطیل از ساعت ۹:۰۰ لغایت ۱۵:۰۰ و پنجشنبه ها لغایت ۱۲:۰۰ مقذور می باشد) نحوه فروش: نقد

توجه: لطفاً به اصلاحات احتمالی مزایده که در جراید کنترال انتشار منتشر و در سایت بانک سپه به نشانی الکترونیک www.banksepah.ir مندرج می‌گردد و تا پایان آخرین مهلت ارائه پیشنهادات ملای عمل می باشد، توجه فرمایند. توضیحات و شرایط:

۱. هماهنگی لازم جهت کسب اطلاع از جزئیات سهام مذکور ویا بازدید از محل شرکت: جناب آقای مهندس بهشتی به آدرس کیلومتر ۲۸ آزاد راه تهران - قم (محل پروژه) بشماره تماس: ۵۶۴۰۰۱۷۶

۲. شرکت در مزایده صرفاً از طریق سامانه نذار کات الکترونیک دولت (ستاد) مقذور می باشد و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل خرید و دریافت اسناد مزایده، پرداخت تضمین شرکت در مزایده (ودیعه)، ارسال پیشنهاد قیمت و اطلاع از وضعیت برنده بودن مزایده گران محترم از این طریق امکان پذیر می باشد.

۳. علاقه‌مندان به شرکت در مزایده می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی اضمای الکترونیک (توکن) با دفتر ثبت نام سامانه ستاد با شماره ۱۲۴۵ تماس و یا به آدرس اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه نمایند. کلیه اطلاعات املاک و مستغلات شامل مشخصات، شرایط و نحوه فروش در برد اعلان عمومی سامانه مزایده قابل مشاهده، بررسی و انتخاب می‌باشد.

۴. ارائه پیشنهاد قیمت در سامانه ستاد به منزله قبول کلیه اسناد و مفاد مندرج در شرایط مزایده می باشد.

۱) شرکت سرمایه‌گذاری ری (سهامی خاص) غیر بوری بوده و موضوع فعالیت شرکت بر اساس ماده ۲ اساسنامه به شرح موارد زیر می باشد:

الف: انجام کلیه امور مربوط به سرمایه‌گذاری و اجرای پروژه‌های ساختمانی، صنعتی، کشاورزی، دامداری، معدنی، خدماتی، بازرگانی، فرهنگی، آموزشی، درمانی و بهداشتی، مطالعاتی و تحقیقاتی

ب: اخذ نمایندگی از شرکت‌های داخلی و خارجی

ج: اعطای نمایندگی به شرکت‌های داخلی و خارجی

د: ایضا و دریافت وام از مراجع ذی صلاح داخلی و خارجی

ح: انجام کلیه امور صادرات و واردات و خدمات مربوط به آن

خ: انجام کلیه امور مربوط به بیمه‌گذاری شرکت‌های دولتی و غیردولتی

ذ: انجام کلیه امور مربوط به بیمه‌گذاری انرژی و سرمایه‌گذاری و مشارکت در امور تولیدی بخش‌های خصوصی و دولتی

خبرنامه

سفیر پیشین ایران در اوپک بررسی کرد

سقوط اسد و تلاطم بازار نفت

با بروز تحولات سیاسی اخیر در سوریه، بار دیگر بازار جهانی نفت تحت تأثیر افزایش تنش‌ها در منطقه خاورمیانه قرار گرفته است. اگرچه سوریه، تولیدکننده بزرگ نفت نیست اما موقعیت جغرافیایی این کشور می تواند بی‌ثباتی منطقه‌ای را به همراه داشته باشد که این امر برای خاورمیانه مملو از ذخایر نفت و گاز بسیار حائز اهمیت است. در همین زمینه، «سیدمحمدعلی خطیبی»، کارشناس حوزه انرژی و سفیر پیشین ایران در اوپک، می‌گوید: «وقایع سوریه در بازار جهانی نفت، تأثیر چشمگیری به دنبال ندارد و اگر هم در روزهای آینده شاهد نوساناتی در بازارها یا قیمت جهانی طلای سیاه باشیم، باید این وقایع را موقتی بدانیم؛ چراکه این کشور، تولیدکننده مهمی در بازار نفت نبوده و منابع محدود آن هم از آغاز جنگ داخلی سوریه در اختیار دولت یعنی نبوده است.»

او در یادداشتی با عنوان «سقوط اسد و تلاطم در بازار نفت» نوشته است: «سرنگونی سریع حکومت سوریه به رهبری بشار اسد بدون تردید، یک نقطه عطف برای منطقه برتحول خاورمیانه می‌تواند باشد. تغییر حکومت‌ها در کشورها، آن هم در منطقه‌ای با تنش‌های پیچیده خاورمیانه، اثرات متعدد و گوناگونی بر روندهای موجود خواهد گذاشت و به همین دلیل، سرنگونی رژیم یعنی سوریه هم به تغییراتی در عرصه‌های مختلف منجر خواهد شد. به طور کلی، در منطقه‌ای مشابه خاورمیانه که مهم‌ترین قطب تولید نفت جهانی است، هر نوعی بی‌ثباتی به بی‌ثباتی در بازار نفت هم می‌انجامد. این اثرات گاه میان مدت و بلندمدت هستند و گاه مقطعی و روانی، شاید همین مهم، بسیاری از صاحب‌نظران غربی و غیرغربی را به این نتیجه رسانده که نباید اجازه داد بی‌ثباتی بر منطقه غرب آسیا و شمال آفریقا سایه افکند؛ چراکه نوسانات در این بخش جهان، به دیگر نقاط هم سرایت خواهد کرد. تحولاتی می‌تواند بر بازارها و به طور خاص، بازار نفت، اثر میان و درازمدت بگذارد که دامنه آن بر عرضه و تقاضا اثر بگذارند؛ چراکه در بازار نفت و گاز هم وقتی تعادل میان عرضه و تقاضا به هم می‌خورد، قیمت‌ها به طور پایدار گران یا ارزان می‌شوند. هر گاه تحولات به نحوی باشد که عرضه تغییر کند (به طور مثال در یک تولیدکننده مهم اتفاقاتی رخ دهد که میزان تولید آن کاهش یابد) یا اینکه به کاهش یا افزایش تقاضا منجر شود. مثلا وقتی دولت چین اقداماتی در دستور می‌گذارد که به افزایش نیاز آن کشور به انرژی ختم می‌شود، به نحوی محسوس تقاضای نفت و گاز بالا می‌رود و همین نیز به تغییرات قیمتی پایدار منجر می‌شود.

با این مقدمه باید یادآور شد که وقایع سوریه به تحولاتی پایدار در زمینه بازار جهانی نفت منجر نمی‌شود. از یک طرف این کشور تولیدکننده مهمی در بازار نفت نبوده و نیست منابع محدود آن هم از آغاز جنگ داخلی سوریه در اختیار دولت یعنی نبوده و گروه‌های دیگری که این مناطق را در اشغال خود داشتند، امکان صادرات همان منابع محدود نفت را در دست گرفته بودند. به این ترتیب، سقوط دولت اسد چنان نبوده که بتواند حتی تولید نفت در منابع محدود این کشور را هم تحت تأثیر قرار دهد. از سوی دیگر، سوریه زیر بار فشار جنگ داخلی، مدت‌هاست که برنامه‌های توسعه‌ای و صنعتی آن معلق مانده است. در این کشور جنگ زده ماند هر کشور بحرانی دیگری، برنامه‌های توسعه و عمرانی متوقف می‌شوند و درآمدهای عمومی، صرف تبعات جنگ و یا مقابله با مخالفان می‌شود. همین امر سبب می‌شود تا در زمینه تقاضای نفت در بازارهای جهانی هم تحولات سوریه، نقش چندانی نداشته باشند. به همین جهت باید تأکید کرد که وقایع سوریه در بازار جهانی نفت، تأثیر چشمگیری به دنبال ندارد و اگر هم در روزهای آینده شاهد نوساناتی در بازارها یا قیمت جهانی «طلای سیاه» باشیم، باید این وقایع را موقتی بدانیم.

آقای پزشکیان، پیشنهادتان غیر کارشناسی است

صرفه جویی انرژی با دور کاری؟

رئیس دولت چهاردهم اخیرا پیشنهاد داده که برای صرفه جویی در مصرف انرژی، ادارات و سازمان‌ها به دور کاری روی بیاورند، اما این پیشنهاد از دیدگاه یک استاد دانشگاه، کارشناسی و قابل اجرا نیست. «هاشم اورعی، رئیس اتحادیه انجمن‌های علمی انرژی ایران در این باره می‌گوید: «در دور کاری اولاً، راندمان کار به شدت پایین خواهد آمد و ثانیاً، تأثیر قابل توجهی در کاهش میزان مصرف انرژی نخواهد داشت.»

این استاد دانشگاه در یادداشتی با عنوان «آقای پزشکیان، پیشنهادتان غیر کارشناسی است»، در این باره نوشته‌است: «تا جایی که من می‌دانم، هیچ بررسی و کار کارشناسی در مورد دور کاری انجام نشده است و به نظر نمی‌رسد که دور کاری، تأثیر قابل توجهی در کاهش مصرف انرژی داشته باشد. دور کاری نیازمند الزاماتی است که ما آنها را نداریم؛ اول اینکه با زیرساختی که با این وضع اینترنت و ... داریم هرگز نمی‌توانیم به سهولت دور کاری را انجام دهیم؛ چراکه اینترنت روزی صدار قطع می‌شود و حتی وصل شدن به قابلیت و سرعت اینترنت ما جوابگوی دور کاری نیست. دوم اینکه اصلا شرایط دولت الکترونیک ما اقتدر پیشرفته نیست که بتوانیم بگویم مردم به ادارات دولتی مراجعه نکنند و همه چیز به صورت الکترونیکی انجام می‌شود. سوم اینکه در زمان دور کاری باید ملت در خانه‌های شان بنشینند و کار کنند، ولی تا جایی که من می‌دانم، در فرهنگ جامعه ما از مدرسه و دانشگاه گرفته تا ادارات، وقتی می‌گویند دور کاری، یعنی بیکاری. در نتیجه، ملت به جای اینکه در خانه بنشینند و برای سر کار رفتن بنزین مصرف کنند، چه سا بیشتر از آن مصرف می‌کنند و بی کار و کسبی خود و دین فاقیل می‌روند و الی آخر، در دور کاری اولاً، راندمان کار به شدت پایین خواهد آمد و ثانیاً، تأثیر قابل توجهی در کاهش میزان مصرف انرژی نخواهد داشت. ما تجربه دور کاری در زمان کرونا را نیز داریم و در آن زمان هم کار مردم را نمی‌افتاد. به عنوان مثال، در آن زمان کیفیت آموزش چه در آموزش و پرورش و چه در دانشگاه را بررسی کنیم می‌بینیم که به شدت افت کرده و هنوز داریم هزینه‌های آن را پرداخت می‌کنیم. باید دید آیا در دوران کرونا نیز بررسی آماری انجام گرفته که به لحاظ کیفی مثلا در ادارات دولتی آیا راندمان کاری پایین نیامده است؟ من معتقدم که آمده است. لذا من قبول ندارم که در دوره کرونا، کار مردم انجام می‌شده است. البته در دوره کرونا، انتخاب دیگری نداشتیم ولی امروز دیگر انتخاب است. ضمن اینکه اینها اصلا اساسا ایراد دارد و این قرصی مُسکن است و اصلا ناترازی برق ما را حل نمی‌کند. ناترازی انرژی را سیاست‌های درست حل می‌کند که مردم ضمن اینکه کار خود را انجام می‌دهند، درست مصرف کنند. ما داریم می‌گوییم مردم! در خانه بنشینید و کار نکنید تا انرژی مصرف نشود و این خیلی بد است و در این صورت نمی‌دانیم تکلیف تولید ناخالص داخلی چه می‌شود. بحث بر سر این است که اساسا ما مدل اقتصادی نداریم و حتی اگر بخش خصوصی پولی داشته باشد حاضر به مشارکت در ساخت نیروگاه حرارتی نیست؛ چراکه همه آنهایی که این کار را کرده‌اند بیچاره شده‌اند و دولت زیر بار بدهی آنها مانده است. تولیدکننده‌های برق ۱۵۰ هزار میلیارد تومان از توانیر طلبکار هستند ولی زورشان نمی‌رسد که پول شان را بگیرند. وقتی سرمایه‌گذار این صف را می‌بیند چگونگی می‌تواند به سرمایه‌گذاری در این حوزه اعتماد کند؟ مسئله این است که دولت نتوانسته شرایطی را فراهم کند که سرمایه‌گذار، رغبتی به سرمایه‌گذاری داشته باشد. سرمایه‌گذار خارجی هم ایران را قمارخانه اقتصادی و ریسک سرمایه‌گذاری ایران را بسیار بالا می‌داند. ایران در دنیا، منطقه سرمایه‌گذاری متنوع است و به نظر من، سرمایه‌گذاری خارجی کلا ممنعتی است. در نتیجه صحبت رئیس‌جمهور در مورد دور کاری، کارشناسی نشده است و قطعا در کاهش مصرف انرژی نیز تأثیر بسزایی نخواهد گذارد. هر سیاسی، دو جنبه مثبت و منفی دارد و باید کارشناسی شود و چنانچه مثبت بود انجام دهیم و اگر منفی بود انجام ندهیم. آقای دکتر پزشکیان که آنقدر معتقد به کار کارشناسی است باید از کارشناسی بخواهند که در این مورد بررسی جامعی انجام دهند ولی بنده معتقدم که ضرر این کار، بیشتر از منفعت آن است.»

چرا چالش‌های اقتصاد ایران حل و فصل نمی‌شوند؟

مصائب سیاستگذاری دستوری



بیشتر از هر زمان دیگری در دستور کار قرار گرفته است. هرچند تجربیات ریز و درشت گذشته نشان می‌دهد که اقتصاد دستوری، نسخه شایخشی برای اقتصاد ایران نیست، اما این روزها با گذشت بیشتر از یکصد روز از عمر دولت چهاردهم همچنان شاهد گفتار درمانی و طرح دوباره و چندباره مشکلات و چالش‌ها به دور از معرفی راهکار و درمان هستیم. دولت «مسعود پزشکیان» با وجود اینکه بارها وعده رفع فیلترینگ را در کارزار انتخابات داده، اما هنوز نتوانسته به قول خود عمل کند و کماکان چشم‌انداز روشنی برای تحقق این مطالبه مردمی به چشم نمی‌خورد. پرسشی که از دیرباز در محافل اقتصادی کشورمان مطرح بوده، چرایی سیاستگذاری دستوری است و اینکه چرا سیاستگذاران تنها به راهبرد اقتصاد دستوری چسبیده‌اند؟ به اعتقاد کارشناسان و صاحب‌نظران، نظام اقتصادی در دستور و فرمان اداره نمی‌شود و تجربیات دور و نزدیک گذشته نشان می‌دهد که اقتصاد دستوری و حرف‌های سنازکارهای اقتصادی اتفاق بیفتد حل چالش‌های اقتصادی نیست؛ کما اینکه ریشه بسیاری از مشکلات و چالش‌های تمام‌نشدنی ما به همین ویژگی دستتوری بودن اقتصاد ایران برمی‌گردد. بعید به نظر می‌رسد حافظه تاریخی ما در هیچ یک از دوره‌های تاریخی یا این همه انباشت نابسامانی و تلبیار چالش‌ها مواجه بوده باشد؛ تحریم، کم‌آبی، تورم، بحران صندوق‌های بازنشستگی و... به نظر می‌رسد چاره همه چالش‌های جامعه ایرانی به اقتصاد باز می‌گردد؛ یعنی تا وقتی اقتصاد قائم به ذات خودش نباشد و درگیر سیاست زدگی و وامدار ایدئولوژی باشد، دیوار تا ثریا کیج می‌رود. به قول «سقراط»، «زندگی نیازموده ارزش زیستن ندارد.»

سهل و ممتنع سیاستگذاری اقتصادی

همانطور که گفته شد، شواهد دور و نزدیک نشان می‌دهد که دست کم گرفتن علم اقتصاد در سیاستگذاری اقتصادی ایران موجب شده است تا یک ترازدی بارها و بارها در قامت کژفهمی سنازکارهای اقتصادی اتفاق بیفتد و چرخه‌ها شدن فنر قیمت ارز چندین مرتبه به جان بازارها بیفتد. البته این تنها روی واضح سکه تورم است. در سال‌های گذشته سیل نقدینگی نیز بخش‌های مختلف اقتصاد ایران را درنوردیده و به آسانی توانسته قیمت ارز را به عنوان مهم‌ترین عامل انتظارات تورمی بالا ببرد و این در حالی است که نه هزینه‌ها برای تعادل با درآمد‌ها کم شده و نه موانع مزاحم افزایش درآمد‌های خانوارها از سر راه برداشته شده است. قیقا به موجب همین عوامل است که در سال‌های گذشته، چرخه‌های رشد تورمی قیمت در بازار سرمایه هرچند سال یکبار تکرار شده‌اند و با فرو بردن سرمایه‌های خرد به جنگال زیان، از میل به سهامداری بلندمدت بیش از پیش کاسته‌اند.

سدی مقابل برمصرف‌ها و ویلاهای خالی

رکورد تولید نفت‌گاز شکسته شد

است. ازاین‌رو، مدیریت مصرف گاز به‌عنوان یک ضرورت ملی مطرح شده اما آمار و ارقام گویای افزایش مصرف است، به‌طوری‌که طی روزهای اخیر میزان مصرف روزانه ۱۳۰ میلیون مترمکعب بیشتر از مدت مشابه سال گذشته بوده است.

در همین راستا و برای مدیریت مصرف گاز و جلوگیری از افت فشار در مناطق سردسیر، شرکت ملی گاز ایران تصمیم گرفته است گاز باغ‌ویلاهای خالی از سکنه در مناطق سردسیر و شمالی کشور را قطع کند. «غلامرضا کوشکی»، رئیس مرکز کنترل شبکه راهبری گاز کشور، در این خصوص اعلام کرد که این اقدام براساس مصوبات نظارتی انجام می‌شود و هدف آن کاهش بار شبکه در شرایط افزایش بی‌رویه مصرف است. او با اشاره به رشد ۶ درصدی مصرف گاز طی روزهای اخیر، تأکید کرد که پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد مصرف گاز به‌زودی از ۶۲۰ میلیون مترمکعب در روز نیز عبور خواهد کرد. این میزان مصرف، با توجه به محدودیت‌های تولید گاز، می‌تواند فشار شندیدی بر شبکه وارد کند و مناطق سردسیر را با مشکلات جدی مواجه سازد.

شرایط فعلی نشان می‌دهد که توسعه فرهنگ صرفه‌جویی و مدیریت مصرف انرژی، بیش از هر زمان دیگری ضروری است. سیاست‌هایی نظیر قطع گاز باغ‌ویلاهای غیرمسکونی و پایش دمای اماکن عمومی، اقداماتی موقتی برای حفظ پایداری شبکه هستند، اما برای جلوگیری از تکرار چنین بحران‌هایی، نیاز به برنامه‌ریزی بلندمدت، از جمله توسعه زیرساخت‌های انرژی تجدیدپذیر و افزایش بهره‌وری در مصرف گاز،

ایمان ولی پور

ایمیل: IvanKaramazoli@yahoo.com

می‌گویند ایرانیان، حافظه تاریخی ندارند و این فراموشی تاریخی تا به اندازه‌ای است که برخی اقتصاددانان مثل «محمدعلی همایون کاتوزیان»، لقب «جامعه کوتاه‌مدت» به ایران داده‌اند. مصداق‌های این گزاره تاریخی در ایران معاصر بی‌شمار است و از آنجایی‌که اقتصاد، رابطه مستقیمی با رفاه و معیشت مردم دارد، بارها به چشم خود دیده‌ایم که سیاستگذار اقتصادی چگونه در این سال‌ها از یک سو،خ، چندین و چند بار گزیده شده است. انباشت چالش‌ها و تلبیار مشکلات اقتصادی و چرخه مداوم تکرار آنها در سال‌های گذشته، این پرسش را مطرح می‌کند که چرا سیاستگذاری اقتصادی در ایران راه به جایی نمی‌برد؟ چرا مسائل در اقتصاد ایران حل و فصل نمی‌شوند؟ چرا حل چالش‌ها با روش «زمنون و خطا» چند وقتی است که به «زمنون خطا» تبدیل شده و در یک کلام، چرا سیاست‌های اقتصادی در کشورمان به هدف اصابت نمی‌کنند؟

نگاهی به تجربیات جهانی نشان می‌دهد که گاهی خطای سیاستگذار در شناسایی و درک بحران‌ها باعث انتخاب رویکردهایی شده است که نه تنها به مهار بحران هیچ کمک نمی‌کنند، بلکه به تشدید ابعاد بحران نیز دامن می‌زند؛ کما اینکه از سیاست‌های فدرال رزرو و وزارت خزانه‌داری آمریکا در اتخاذ سیاست‌های انقباضی در آستانه رکود بزرگ، به عنوان اشتباه فاحش سیاستگذار اقتصادی در تشخیص بحران و مقابله با آن یاد شده است. در اقتصاد ایران نیز استفاده اشتباه از جعبه ابزار سیاستگذاری باعث ماندگاری چالش‌ها شده است؛ چنانکه به جای بهره‌گیری از نرخ ارز در سیاست‌های تجاری، گاهی از این ابزار برای کنترل نرخ تورم استفاده شده است و یا به جای بهره‌گیری از سیاست‌های پولی برای کنترل نرخ تورم، این سیاست‌ها در جهت اُشغال‌زایی، رونق اقتصادی و پوشش کسری بودجه به کار رفته و وظایف دیگری بـه بانک مرکزی تحمیل شده است.

چرا خطای سیاستگذاری تکرار می‌شوند؟

«از رنجی که می‌بریم»، نام مجموعه داستانی از «جلال آل احمد» است. «جلال» در این کتاب کوتاه، از رنج‌های سخن می‌گوید که انسان ایرانی در قریب به بیش از نیم قرن پیش از تحمیق استبدادزدگی و نابسامانی سیاسی به دوش می‌کشید. داستان‌های «آل احمد» به شدت متأثر از زمینه‌های سیاسی و اجتماعی است و بدیهی است که حالا آن رنج‌ها، جای خود را به رنج‌های دیگری داده که در این ولفانسای روزگار، جامعه ایرانی به خود می‌بیند و آشکارا و نهان به دوش می‌کشد؛ رنج

به‌شدت احساس می‌شود. قطع گاز باغ‌ویلاهای خالی از سکنه، هرچند اقدامی ضروری در شرایط بحرانی است، اما این موضوع نشان‌دهنده یک مسئله بزرگ‌تر در نظام مصرف انرژی کشور است. وابستگی بالا به گاز طبیعی و مصرف بی‌رویه آن، کشور را در فصول سرد سال با چالش‌های بزرگی مواجه می‌کند. برای جلوگیری از بروز مشکلات مشابه در آینده، نیاز است که برنامه‌ریزی‌های بلندمدتی برای مدیریت انرژی در کشور تدوین شود. توسعه انرژی‌های خورشیدی و بادی می‌تواند فشار بر منابع گاز طبیعی را کاهش دهد و گزینه‌ای پایدار برای تأمین انرژی در فصول سرد فراهم کند، همچنین ارتقای استانداردهای مصرف انرژی در ساختمان‌ها و صنایع می‌تواند به کاهش هدررفت انرژی و استفاده بهینه‌تر از منابع کمک آکاهی در میان شهروندان در مورد اهمیت صرفه‌جویی و مدیریت مصرف انرژی از طریق رسانه‌ها و برنامه‌های آموزشی نقش کلیدی در کاهش مصرف غیرضروری دارد. علاوهبر این ایجاد زیرساخت‌های بهتر برای ذخیره‌سازی و توزیع گاز می‌تواند تأمین پایدار انرژی را تضمین کند. در نهایت، بحران‌های موقت همچون افت فشار گاز در فصل زمستان نباید صرفاً با اقدامات کوتاه‌مدت مدیریت شوند. برنامه‌ریزی جامع و اجرای سیاست‌های کلان انرژی، می‌تواند کشور را در مسیر استفاده پایدارتر و کارآمدتر از منابع طبیعی قرار دهد و از بروز چنین مشکلاتی در آینده جلوگیری کند.

مسئله حریم شخصی در تبلیغات دیجیتال: کابوس درز اطلاعات!



نویسنده: علی آل علی

فرض کنید یکی از دوستان تان به عنوان یک کاربر عادی اینترنت در حال جست و جوی یک جفت کفش ورزشی است. به محض اینکه وب سایتی را ترک می کند، تبلیغات مرتبط با کفش های ورزشی او را تعقیب می کنند؛ حتی در اپلیکیشن های بازی یا صفحات خبری!

شاید این مسئله در ابتدا برای دوست تان جالب باشد، اما به زودی این حس به کابوس تبدیل خواهد شد. او نمی داند اطلاعاتش چگونه جمع آوری شده، کجا ذخیره شده و چه کسانی به آن دسترسی دارند. این سناریو برای میلیون ها نفر در سراسر دنیا یک حقیقت روزمره شده است؛ حقیقتی که حالا نگرانی از نقض حریم خصوصی را به اولویت اصلی کاربران تبدیل کرده است.

مسئله اینجاست که صنعت تبلیغات دیجیتال در تلاش است تا شخصی سازی را به حداکثر برساند، اما این تلاش اغلب به قیمت زیر پا گذاشتن اعتماد کاربران تمام می شود. کاربران اینترنت از اینکه اطلاعات شان بدون رضایت آنها به دست شرکت ها یا حتی هکرها می افتد، خسته شده اند. اخباری که درباره نقض داده های گسترده یا سوءاستفاده از اطلاعات کاربران منتشر می شود، ترس آنها را بیشتر کرده است.

این شرایط باعث شده است که حریم خصوصی از یک موضوع فرعی، به مسئله ای محوری در دنیای دیجیتال تبدیل شود. وقتی صحبت از تبلیغات دیجیتال می شود، بسیاری از کاربران احساس می کنند که بیشتر شبیه «محصول» هستند تا مشتری. این حس نه تنها اعتماد به برندها را کاهش می دهد، بلکه باعث مهاجرت کاربران به ابزارهایی مثل مسدودکننده های تبلیغات یا مرورگرهای امن تر می شود.

بازاریاب ها حالا با یک چالش بزرگ روبه رو هستند؛ چگونه می توانند هم پیام خود را به کاربران برسانند و هم اعتمادشان را حفظ کنند؟ اینجاست که مفهوم امنیت اطلاعات و حریم خصوصی اهمیت ویژه ای پیدا می کند. این موضوع دیگر نه یک انتخاب، بلکه ضرورتی برای ادامه حیات تبلیغات دیجیتال است.

ما در این مقاله قصد داریم برخی از دلایل افزایش اهمیت و اولویت امنیت اطلاعات کاربران در دنیای تبلیغات دیجیتال را بررسی کنیم. این مسئله به شما کمک خواهد کرد تا دید بهتری نسبت به شرایط در عرصه بازاریابی پیدا کنید. پس بد نیست در ادامه با ما همراه باشید تا رمز و راز این مسئله را به خوبی بشکافیم.

دلایل اولویت یافتن حریم خصوصی کاربران

حریم خصوصی کاربران یکی از مسائل مهم در دنیای دیجیتال امروزی است. با این حال خیلی از بازاریاب ها دقیقاً نمی دانند چرا و چطور این مسئله تا این اندازه مهم شده است. ما در این بخش سعی می کنیم برخی از نکات کلیدی درباره اهمیت یافتن حریم خصوصی کاربران، به ویژه در حوزه تبلیغات، را با شما در میان بگذاریم. شاید این مقاله درباره حوزه تبلیغات دیجیتال باشد، اما نکات مورد بررسی در این بخش به درد تمام حوزه های کسب و کار خواهد خورد. پس با ما همراه باشید تا این مسئله را دقیق تر بررسی کنیم.

تجربیات ناگوار کاربران و نقض اعتماد

هرچند دنیای دیجیتال زندگی را ساده تر کرده، اما تجربیات تلخی هم برای کاربران به همراه داشته است. نمونه های زیادی از حملات سایبری گسترده وجود دارد که اطلاعات میلیون ها کاربر را در معرض خطر قرار داده است. برای مثال، افشای اطلاعات بیش از ۵۳۰ میلیون کاربر فیس بوک در سال ۲۰۲۱ زنگ خطر را برای همه به صدا درآورد.

این نقض ها فقط به اطلاعات فردی محدود نمی شود؛ گاهی اوقات شماره کارت های اعتباری، آدرس ها و حتی مکالمات خصوصی هم لو می روند. کاربران وقتی می شنوند که داده های شان به قیمت چند دلار در بازار سیاه فروخته می شود، دیگر نمی توانند به راحتی به برندها اعتماد کنند.

مسدودکننده تبلیغات و خروج از پلتفرم های مشکوک نزدیک تر می کند. برندها اگر می خواهند با چنین چالش هایی مقابله کنند، باید برای حفاظت از اطلاعات کاربران سرمایه گذاری کنند. بنابراین کاربران حق دارند نسبت به امنیت اطلاعات شان نگرانی های زیادی داشته باشند. این مسئله با افزایش کاربرد هوش مصنوعی و امکان استفاده از داده های کلان در یک چشم به هم زدن اهمیت بیشتری نیز پیدا کرده است. بنابراین طبیعی است که بازاریاب ها به نسبت به این نکته حساسیت بیشتری به خرج دهند.

پیچیده تر شدن معادلات دنیای دیجیتال

امروزه تبلیغات دیجیتال دیگر محدود به بنرها و پاپ آپ ها نیست. تکنولوژی های جدید مانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشین به برندها امکان تحلیل عمیق تر رفتار کاربران را داده اند، اما این پیچیدگی، باعث ایجاد نگرانی های تازه ای شده است. کاربران وقتی می بینند که سیستم های پیشرفته می توانند حتی قبل از اینکه آنها چیزی جست و جو کنند، نیازهای شان را پیش بینی کنند، گاهی احساس ناامنی می کنند. سوالی که در ذهن بسیاری شکل می گیرد این است: «چقدر از زندگی من زیر ذره بین این شرکت ها قرار گرفته است؟»

بی شک حس نظارت مداوم برای هیچ کس در این دنیا لذت بخش نیست. به همین خاطر کاربران حساسی از این بابت نگران و حتی عصبانی هستند. برندهایی که از این تکنولوژی ها استفاده می کنند، باید شفاف باشند و به کاربران نشان دهند که چگونه اطلاعات شان مدیریت می شود. این شفافیت می تواند به یکی از بزرگ ترین نقاط قوت آنها تبدیل شود و اعتماد کاربران را جلب کند. در غیر این صورت باید منتظر موج های وسیعی از اعتراض و کاهش اعتماد عمومی باشند. این مسئله می تواند شرایط را به طور قابل ملاحظه ای تغییر دهد.

قوانین سختگیرانه تر جهانی

یکی از دلایل دیگر برای اولویت یافتن حریم خصوصی قوانین جدیدی است که در سراسر دنیا وضع شده است. برای مثال، قانون حفاظت از اطلاعات عمومی اتحادیه اروپا (GDPR) یکی از سختگیرانه ترین چارچوب ها برای حفظ اطلاعات کاربران است.

این قوانین شرکت ها را مجبور می کند که پیش از جمع آوری داده ها، رضایت کاربران را بگیرند و به آنها اطلاع دهند که این اطلاعات چگونه استفاده خواهد شد. شرکت هایی که این قوانین را رعایت نمی کنند، با جریمه های سنگینی مواجه می شوند که گاهی به میلیاردها دلار می رسد.

چنین تغییرات نشان دهنده این است که دیگر دوران بی قانونی به پایان رسیده و تبلیغ کنندگان باید در استراتژی های خود بازنگری کنند. احترام به قوانین، تنها راه باقیمانده برای برندها است تا همزمان با پیشرفت در دنیای دیجیتال، از اعتماد کاربران نیز محافظت کنند. بی شک در چنین شرایطی حفظ اولویت های کارآفرینی مسئله مهمی محسوب می شود. اگر شما هم دوست دارید در چنین فضای به کارتان ادامه دهید، چه سبب چاره ای به غیر از انطباق با قوانین سخت و سخت جهانی نداشته باشید.

افزایش آگاهی کاربران درباره حقوق خود

با افزایش سواد دیجیتال کاربران بیش از گذشته درباره حقوق خود در فضای آنلاین اطلاعات کسب کرده اند. آنها دیگر به راحتی اجازه نمی دهند داده های شان بدون اجازه ذخیره و استفاده شود. این تغییر فرهنگی، صنعت تبلیغات را وادار کرده است که با شفافیت بیشتری عمل کند. کاربرانی که می دانند داده های شان چقدر ارزشمند است، حالا از برندها می پرسند: «چرا باید اطلاعاتم را در اختیار شما بگذارم؟» اگر یک برند پاسخ قانع کننده ای نداشته باشد یا از روش های مبهم برای جمع آوری داده استفاده کند، به سرعت اعتماد خود را از دست خواهد داد.

افزایش آگاهی باعث شده که کاربران ابزارهایی مثل افزونه های مسدودکننده ردیابی یا مرورگرهای امن تر مثل بریو (Brave) را بیشتر به کار بگیرند. این تغییر رفتار، تبلیغ کنندگان را با چالشی جدید روبه رو کرده است؛ چگونه می توانند تجربه کاربری شخصی سازی شده ای ارائه دهند، بدون اینکه حس ناامنی به کاربران القا شود؟ برای تطبیق با این تغییر برندها باید به کاربران نشان دهند که حریم خصوصی آنها در اولویت است. ابزارهایی مثل اعلامیه های شفاف حریم خصوصی با استفاده از فناوری های رمزگذاری پیشرفته می توانند اعتماد کاربران را بازگردانند.

افزایش ارزش اعتماد در دنیای برندها

اعتماد در دنیای تبلیغات دیجیتال مانند طلا ارزشمند است. اگر کاربران به یک برند اعتماد نکنند، احتمال خرید یا تعامل با آن به شدت کاهش می یابد. نقض حریم خصوصی با استفاده نادرست از داده ها می تواند این اعتماد را به طور کامل نابود کند. برای مثال، پس از افشای اطلاعات کاربران توسط برخی شرکت های بزرگ بسیاری از مشتریان به سمت رقبای شفاف و اخلاقی تر روی آوردند. این پیام واضح است: کاربران به برندهایی که حریم خصوصی شان را جدی نمی گیرند، وفادار نمی مانند.

تبلیغکنندگان باید بدانند که حفظ حریم خصوصی چیزی فراتر از یک مسئولیت قانونی است؛ این یک تعهد اخلاقی است. مشتریانی که می بینند یک برند به حقوق آنها احترام میگذارد، به احتمال زیاد به مشتریان وفادار تبدیل می شوند و حتی این پیام را به دیگران منتقل می کنند. برای بازگرداندن اعتماد از دست رفته، برندها می توانند با کاربران درباره نحوه استفاده از داده ها در ارتباط برقرار کنند و مزایای آن را توضیح دهند. شفافیت در این زمینه، نه تنها اعتماد را بازمی گرداند، بلکه یک مزیت رقابتی مهم برای برندها به وجود می آورد.

فشار اجتماعی و اخلاقی بر برندها

دنیای امروز، دنیایی است که در آن مسائل اخلاقی و اجتماعی نقش پررنگ تری پیدا کرده اند. کاربران انتظار دارند که برندها علاوه بر ارائه محصولات و خدمات باکیفیت، در قبال جامعه و اخلاق نیز مسئولیت پذیر باشند. حریم خصوصی یکی از این مسئولیت ها است که نمی توان آن را نادیده گرفت.

اجازه دهید یک مثال مناسب برای فهم بهتر مسئله در این رابطه بزنیم. برندهایی که نشان داده اند به حریم خصوصی کاربران احترام می گذارند، اغلب به عنوان شرکت هایی اخلاق مدارتر شناسخته می شوند. این تصویر مثبت می تواند به یک دارایی ارزشمند برای برندها تبدیل شود و جایگاه آنها را در بازار تقویت کند. در حالی که برندهایی که در این مسیر شکست بخورند، نه تنها اعتماد مشتریان را

از دست می دهند، بلکه ممکن است با کمپین های اجتماعی منفی روبه رو شوند. این روزها کاربران در شبکه های اجتماعی قدرت زیادی دارند و می توانند یک برند را به راحتی زیر سوال ببرند. احترام به حریم خصوصی کاربران نه تنها یک راه برای جلوگیری از انتقادات اجتماعی است، بلکه فرصتی برای برقراری ارتباط عمیق تر با مخاطبان است. برندهایی که این نکته را درک کنند، در مسیر موفقیت بلندمدت قرار خواهند گرفت.

افزایش اثرگذاری مقررات بین المللی

قوانین جهانی نظیر GDPR (مقررات عمومی حفاظت از داده ها در اتحادیه اروپا) و CCPA (قانون حفظ حریم خصوصی مصرف کنندگان در کالیفرنیا) به یک نقطه عطف در تبلیغات دیجیتال تبدیل شده اند. این مقررات، شرکت ها را مجبور کرده اند با دقت بیشتری نسبت به داده های کاربران رفتار کنند. چنین قوانینی به کاربران اجازه می دهد که درخواست حذف داده های شان را مطرح کنند، در حالی که پیش از این، بسیاری از شرکت ها داده ها را بدون اطلاع کاربران جمع آوری و ذخیره می کردند. حالا برندها مجبورند در هر مرحله از جمع آوری داده ها شفافیت کامل داشته باشند. نکته جالب اینکه تبعات رعایت این قوانین می تواند فاجعه بار باشد. جریمه های سنگین و کاهش اعتماد کاربران از جمله عواقب آن است. برای نمونه، شرکت های بزرگی مانند گوگل و فیس بوک بارها به دلیل نقض قوانین حریم خصوصی جریمه های میلیون دلاری پرداخت کرده اند.

این قوانین جهانی به کاربران این امکان را داده است که حس کنند در برابر برندهای بزرگ قدرت بیشتری دارند. این تغییر قدرت باعث شده که برندها برای بقا در بازار، خود را با این قوانین تطبیق دهند و استراتژی های بازاریابی خود را اصلاح کنند. در نهایت، این قوانین نه تنها به حفظ حریم خصوصی کمک کرده، بلکه رقابت میان برندها را شفاف تر و اخلاقی تر کرده است. برندهایی که این مقررات را جدی بگیرند، احتمالاً در بلندمدت از اعتماد کاربران بهره مند خواهند شد.

پیچیدگی فضای دیجیتال و فناوری های جدید

فضای دیجیتال به سرعت در حال تغییر است و ابزارهای جدیدی برای تبلیغات ظهور کرده اند. فناوری های جدید مانند هوش مصنوعی و ابزارها قدرت بی نظیری در تحلیل داده های کاربران به برندها داده اند، اما همزمان نگرانی های عمیقی درباره حریم خصوصی ایجاد کرده اند.

به عنوان مثال، برندها با استفاده از الگوریتم های هوش مصنوعی می توانند تبلیغات را با دقت بالایی شخصی سازی کنند، اما کاربران وقتی می بینند یک برند دقیقاً می داند که چه چیزی خریدند یا به دنبال چه محصولی بوده اند، احساس ناامنی می کنند.

این پیشرفت ها باعث شده که حریم خصوصی کاربران به دغدغه ای بزرگ تر تبدیل شود. تصور کنید یک اپلیکیشن با استفاده از داده ای موقعیت مکانی، تبلیغات فروشگاهی های اطراف را نشان می دهد. این قابلیت از یک سو جذاب به نظر می رسد، اما اگر کاربران ندانند که داده های شان چگونه ذخیره و پردازش می شود، اعتمادشان به راحتی از دست خواهد رفت برای مقابله با این نگرانی ها، برندها باید نه تنها از فناوری های پیشرفته استفاده کنند، بلکه به کاربران نشان دهند که چگونه امنیت اطلاعات شان

تضمین می شود. این شفافیت، پلی میان پیشرفت فناوری و نیاز به حفظ حریم خصوصی است. در عصر دیجیتال پیچیده، برندهایی که می توانند تعادلی میان نوآوری و اخلاق برقرار کنند، مزیت نهایی خواهند بود.

تغییر انتظارات کاربران از شفافیت و کنترل

در گذشته کاربران معمولاً اطلاعات کمی درباره نحوه عملکرد تبلیغات دیجیتال داشتند و شاید هم زیاد اهمیت نمی دادند. اما حالا، انتظارات از برندها به طور چشمگیری تغییر کرده است. کاربران نه تنها انتظار دارند که برندها شفاف باشند، بلکه می خواهند کنترل بیشتری روی اطلاعات شخصی خود داشته باشند.

امروزه بسیاری از کاربران حالا به دنبال ابزارهایی هستند که به آنها اجازه می دهد ردیابی تبلیغاتی را خاموش کنند. مرورگرهایی مانند سفاری و کروم به طور پیشفرض ویژگی هایی برای مسدود کردن کوکی ها ارائه داده اند که این مسئله برای تبلیغ کنندگان چالشی بزرگ است.

این تغییر انتظارات، برندها را مجبور کرده است که در ارتباط با کاربران شفاف تر عمل کنند. پیام هایی مانند «ما از کوکی ها برای بهبود تجربه شما استفاده می کنیم» حالا به یکی از بخش های رایج هر وب سایت تبدیل شده است. این شفافیت به کاربران اجازه می دهد که تصمیم بگیرند آیا می خواهند اطلاعات شان به اشتراک گذاشته شود یا نه.

برندهایی که شفافیت را در اولویت قرار دهند و به کاربران ابزارهایی برای کنترل داده های شان بدهند، احتمالاً در جلب اعتماد موفق تر خواهند بود. این روند، نشان می دهد که قدرت در دنیای دیجیتال به آرامی از برندها به کاربران منتقل شده است. برندهایی که بتوانند به این انتظارات پاسخ دهند، نه تنها از اعتماد کاربران بهره مند خواهند شد، بلکه می توانند به عنوان پیشگامان اخلاق در دنیای دیجیتال شناخته شوند.

سخت پابندی

افزایش اهمیت حریم خصوصی و امنیت اطلاعات کاربران، دنیای تبلیغات دیجیتال را دگرگون کرده است. برندها دیگر نمی توانند به روش های قدیمی و بی توجه به نگرانی های کاربران ادامه دهند. این تغییر نه تنها چالش های بزرگ، بلکه فرصتی بی نظیر برای بازتعریف اعتماد میان کاربران و برندها است. دلایل متعددی از جمله نقض های امنیتی گسترده، قوانین سختگیرانه و افزایش آگاهی کاربران، صنعت تبلیغات را به سوی شفافیت و مسئولیت پذیری سوق داده اند. حالا برندها باید بیش از هر زمان دیگری روی اعتمادسازی کار کنند و حریم خصوصی را به عنوان اولویتی حیاتی در نظر بگیرند. در نهایت، برندها و قریع در این بازی، برندی است که بتواند میان تبلیغات هدفمند و احترام به حریم خصوصی کاربران تعادلی دقیق برقرار کند. این مسیر نه تنها اعتماد کاربران را جلب می کند، بلکه به ایجاد رابطه ای پایدار و موفق با آنها منجر می شود.

منابع:
<https://www.sprintdigital.com/blog/the-importance-of-data-privacy-in-digital-marketing>
<https://blog.emb.global/data-privacy-in-digital-marketing>

شناسه اگهی: ۱۸۲۲۹۷۷ **نویت دوم**

فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای (ارزیابی کیفی)

شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

نوعه: اعلام آمادگی جهت شرکت در این مناقصه صرفاً بصورت الکترونیکی (توکن) و از طریق سامانه ستاد به نشانی www.setadlran.ir می باشد.

مناقصه عمومی دو مرحله ای شماره م: ۲۶۷/۲۰۱ - ۲۳۰ مربوط به الزامات ایمنی مخازن ذخیره نفتخیز در بندر ماسرانی ماهشهر (۱۱۰۹۵۸۱۰۷/TK)

الف- شرح مختصر خدمات

مسحہ گذاری طراحی پایه طرحی تفصیلی، مهندسی و خرید کالا/اجاره اندازی سیستم و تجهیزات جهت تامین الزامات استاندارد ایمنی مورد نیاز ۳ مخزن ذخیره نفتخیز موجود در بندر ماسرانی ماهشهر

ب- محل اجرای خدمات و مدت انجام کار

ب-۱- پرواورد کارفرما

ب-۲- در محل کارفرما جهت انجام خدمات

ب-۳- در محل کارفرما جهت انجام خدمات

ب-۴- در محل کارفرما جهت انجام خدمات

ب-۵- در محل کارفرما جهت انجام خدمات

د- داشتن ظرفیت (فناوری و مالی) - مناقصه گران می بایست دارای گواهینامه صلاحیت طرح و ساخت صنعتی در رشته نفت و گاز حداقل نوع ۲ یا در قالب مشارکت در شرکت های دارای گواهینامه صلاحیت پیمانکاری در رشته نفت و گاز حداقل پایه ۴ و شرکت های مشاور، گروه نفت و گاز تخصصی واحد های پالایشگاه، نفت، گاز و پتروشیمی حداقل پایه ۵ با خطوط انتقال نفت و گاز با نامتساات پالایشگاهی و پتروشیمی نفت و گاز پایه یک (۱) - داشتن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی (ارزیابنده) و گواهینامه مذکور از شرکت برنده مناقصه در زمان انعقاد قرارداد انعقاد

می گردد - ارائه یک نسخه تایید شده از صورتهای مالی حسابرسی شده در سال ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۲ که در سامانه پرسس قابل استعلام رویت باشد. (ارزیابنده) - همچنین به استناد آیین نامه اجرائی بندج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی مناقصه گران و انتخاب فهرست کوتاه واجد شرایط اقدام و پس از آن به کمسیون مناقصات جهت

تصویب رسال خواهد شد. حداقل امتیاز ارزیابی کیفی قابل قبول ۶۵ می باشد. در تعیین برنده مناقصه و در شرایط برابری امتیازات شرکت های بومی امتیاز می باشد.

نوعه ای: ارائه تضمین شرکت در فرآیند، انجام کار به مبلغ: ۳۲۰.۹۶۸.۰۹۳۰۰۰ ریال و همچنین (۵٪ مبلغ پیمان در صورت برنده شدن) - عنوان تضمین انجام تعهدات می باشد.

نوعه: ضمانت نامه فرآیند انجام کار و انجام تعهدات متعهد توسط بانک یا سایر کفیل پذیرش نمی باشد.

تاریخ انتشار نویت اول: ۱۴۰۳/۰۹/۲۰ تاریخ انتشار نویت دوم: ۱۴۰۳/۰۹/۲۱

اعور حقوقی و فرار دادها - شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

با حضور مدیر پژوهش و فناوری شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران:

دومین رویداد سالانه پژوهش و فناوری در پالایشگاه امام خمینی(ره) شازند برگزار شد



پژوهشی انجام شده در شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) شازند عنوان کرد.

تیزیز ، تفاهم نامه ای با موضوع طرح مطالعاتی تجزیه و تحلیل خطرات شغلی و ایمنی شغلی با دانشکده بهداشت علوم پزشکی تبریز و تفاهم نامه ای با موضوع امکان سنجی-طراحی مفهومی و تعیین چیدمان و ظرفیت نیروگاه تلفیقی خورشیدی بادی و برق ای با دانشگاه اراک امضاء شد.

در ادامه مدیرکل دفتر نوآوری و کسب و کار نوین HSED در بین کارکنان شرکت با دانشگاه علوم پزشکی

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی آذربایجان شرقی خبر داد:

برگزاری ۱۴۴۰ نفر ساعت آموزش برای روسای نواحی مناطق شمالغرب کشور

نعمت‌اله نجفی در جلسه هئادینسی با رؤسای نواحی مناطق آذربایجان شرقی، کردستان، ارومیه، اردبیل و میاندوآب ضمن تقدیر از تلاش‌های شبانه روزی و جهادی مجموعه خدوم شرکت در اقصی نقاط مینهن اسلامی ایران گفت: با بررسی چالش‌ها و مشکلات مناطق ۲۷ گانه شرکت جمع‌بندی آنها و پیشنهادات کارکنان در رفع مشکلات مطرح‌وه در حوزه‌های مختلف گام‌های جدی برداشته خواهد شد.

نجفی در ادامه با اشاره به حجم کاری رؤسای نواحی افزود: با انجام برنامه‌ریزی های هنتر این مجموعه شده بر آن هستیم تا با هماهنگسازری و سیستمی کردن بسیاری از فرآیندهای عملیاتی ضمن ارتقای بهره وری سازمان از حجم کار نواحی کاسته و گامی دیگر در راستای کاهش مراجعات و جلب رضایت شهروندان از فراهم کنیم.

آشنایی با فرآیندهای عملیاتی و کنترل مجاری عرضه سوخت،دستورالعملهای گاز مایع، سامانه هوشمند سوخت، آشنایی اجمالی با عملیات انبار و مجاری عرضه، بیان گردید.

هوشمندسازی فرآیندهای عملیاتی موجب ارتقای بهره‌وری می‌شود

مدیر عملیات شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران نیز در جلسه هئادینسی با رؤسای نواحی مناطق شمال‌غرب کشور، معاونین و رؤسای ستادی که به میزبانی منطقه آذربایجان شرقی در تبریز برگزار شد نسبت به هوشمندسازی فرآیندهای عملیاتی جهت ارتقای بهره‌وری شرکت تأکید کرد.

عامل محترم شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری:

نهاده‌ینه کردن فرهنگ صحیح بهینه مصرف گاز و اهمیت نقش آموزش و پرورش در طرح همیاران گاز



مختلفی از جمله برگزاری کارگاه‌های آموزشی، مسابقات و برنامه‌های فرهنگی باشد که به ترویج این فرهنگ کمک می‌کند.سلیمان توحیح می‌دهد.مدارس به عنوان مراکز آموزشی می‌توانند با طراحی برنامه‌های آموزشی متنوع، دانش آموزان را با مفاهیم مرتبط با مصرف بهینه گاز آشنا کنند. کارگاه‌های آموزشی، برگزاری کارگاه‌هایی با موضوعات مرتبط با انرژی و محیط زیست که در آن‌ها دانش‌آموزان با روش‌های صرفه‌جویی در مصرف گاز آشنا شوند.

شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان:

در قالب ۱۴مگا پروژه برای کاهش ناترازی برق و گذر از اوج بار ۱۴۰۴ صورت می گیرد



ولتاژ شبکه، بهبود مبلعمان شهری، جلوگیری از برق گرفتگی با روشن کار کردن شبکه‌های هوایی برق، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید با اجرای طرح‌های ملی، به حداقل رسیدن سرقت شبکه و سرقت انرژی، افزایش ایمنی، کاهش جرمیم و کاهش امکان گرفتن اشعاب غیر مجاز از شبکه برق اشاره کرد. مجری تبدیل

مدیرعامل شرکت توانیر:

ردی هوا و ضرورت همکاری در کاهش ۲۰ درصدی مصرف انرژی

برق و گاز به استمرار تأمین انرژی پایدار کمک کنند. سختگوی صنعت برق خاطر نشان ساخت: به این منظور پایش جدی و دقیق روشنایی معابر و مصارف انرژی ادارات و مشترکان تجاری در دستور کار شرکت‌های توزیع نیروی برق سراسر کشور قرار دارد. وی با اشاره به این که بخورد با استخراج غیرمجاز رمراز نیز تشدید شده است، از کشف ۱۶۰ دستگاه ماینر غیرمجاز رمراز در روز جاری خبر داد و اضافه کرد، بخورد با افراد و استخراج کنندگان غیرمجاز رمراز براساس قانون حدی‌تری از قبل دنبال خواهد شد. سختگوی صنعت برق در پایان از همه مشترکین درخواست کرد به منظور حفظ پایداری شبکه سراسری برق نسبت به کاهش مصارف غیرضروری به طور جدی اقدام کنند.



درصدی جرمیه نامه موضوع بند (ب) ماده (۳۶) و ماده (۳۷) قانون مالیات بر ارزش افزوده، در صورت پرداخت بدهی مالیات بر ارزش افزوده دوره بهار، تا ۲۶ آذرماه سال جاری توسط ادارات امور مالیاتی سراسر کشور انجام خواهد شد.

اراک- فرناز امیدی: مدیر عامل شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره) شازند در دومین همایش سالیانه شازند اظهار داشت: بیش از ۹۵ نفر دست‌کم و تجهیزات مورد نیاز پالایشگاه شازند بومی‌سازی شده است و انتظار داریم در سایه همکاری با هیسته با سازندگان و شرکت‌های تولیدکننده داخلی این توان اسسال ۱۰۰ درصدی شود.

مجید رجیبی با اشاره به بومی سازی بیش از ۲۰ هزار قلمه توسط شرکت های دانش بنیان گفت:سازندگان داخلی همواره اثبات کرده‌اند که در کنار پالایشگاه ها با دانش ساخت این مجموعه استفاده از توان و ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌ها و سازندگان داخلی را اولویت نخست خود می‌دانند.

وی بیان اینکه امروز انواع کاتالیست‌ها توسط شرکت های داخلی ساخته می‌شود اشاره کرد:کاتالیستی که انحصار ساخت آن تنها در اختیار چند شرکت خاص اروپایی و آمریکایی بود، امروز ایران به عنوان نخستین کشور در منطقه با همکاری دو شرکت پدشاه و زارتند به دانش ساخت این کاتالیست پیچیده دست یافته‌است. مجید رجیبی طرح مطالعاتی اجرای روش تلفیقی گیاه پالایش و میکروبی به منظور تصفیه سیسپاه‌های ورودی به پوند و طراحی بسز ترم افزاری منطفظ برنامه بزی تولید و زمان بندی تعمیرات اساسی را از مهم ترین طرح های

فرصت امروز – ماهان فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از برگزاری ۱۴۲۰ نفرساعت آموزش ویژه روسای نواحی مناطق شمالغرب کشور با حضور مدیر عملیات شرکت در خصوص یکسان سازی روش اجرایی فرآیندهای عملیاتی به میزبانی این منطقه در تبریز خبر داد.

ناصر راشدی با بیان اهمیت برگزاری دوره های آموزشی با هدف هم افزایی، هم اندیشی و بهره مندی از خرد جمعی گفت: یک دوره آموزشی با عنوان یکسان سازی روش اجرایی فرآیندهای عملیاتی انجام برنامه ریزی و هماهنگی لازم با حضور مدیر عملیات و معاون نظارت بر عملیات بهره برداری و سایر مسئولین ستاد شرکت ملی پخش و روسای نواحی مناطق آذربایجان شرقی، کردستان، ارومیه، اردبیل و میاندوآب به مدت هفت چپنه روز در تبریز برگزار شدند. ناصر راشدی با اشاره به ارائه ۱۴۴۰ نفر ساعت آموزش برای فرآیگران این دوره اظهار داشت: علاوه بر تشریح سرفصل های تعیین شده، تخصصی چالش های مناطق در حوزه های مرتبط کاری نیز به بحث و تبادل نظر پرداخته شد.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی یادآور شد: در این دوره آموزشی با استفاده از اسنادید و کارشناسان مجرب شرکت ستاد سوده‌مدی در ارتباط با موضوعات مسجلداری فرآورده های نفتی و ثبت سند بردارد سوخت مصرف کارکنان گاز و معیارهای تعیین سهمیه،

اخبار

در جمع خبرنگاران مطرح کرد

برگزاری اولین جشنواره سراسری هنرهای تجسمی



یزد- سید محمد جواد عرفان‌فرو: رئیس دانشگاه آزاد اسلامی

استان یزد از برگزاری اولین جشنواره سراسری هنرهای تجسمی به میزبانی استان یزد خبر داد «محمدرضا دهقانی اشکوری» که جمع اصحاب رسانه استان اظهار داشت : در این جشنواره افتتاح اولین و بزرگترین مرکز آزمون رشته‌های پزشکی استان با حضور دکتر «محمدمهدی طهرانچی» رئیس دانشگاه آزاد اسلامی کشور خواهیم بود. وی از برگزاری نخستین چندین برنامه دیگر در هفته جاری به مناسبت روز دانشجو به میزبانی واحد یزد با حضور ریاست دانشگاه آزاد اسلامی و مسئولان ارشد استان خبر داد و به تشریح برنامه های این هفته بشرح ذیل پرداخت :

• نشست ۱۷۰ نفر از مسئولان و دبیران تشکلهای دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی کشور
• برگزاری اولین جشنواره سراسری هنرهای تجسمی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شامل برپایی چهار نمایشگاه از آثار منتخب دانشجویان در رشته‌های خطاطی، نقاشی و نگارگری، تصویرسازی و عکس و در نهایت برگزاری مراسم اختتامیه و تجلیل از برگزیدگان هر رشته

• نشست ۱۷۰ نفر از مسئولان و دبیران تشکلهای دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی از استان
• افتتاح نخستین دانشکده توسعه فناوری و کارآفرینی ایلامرام
• افتتاح اولین و بزرگترین مرکز آزمون‌های رشته‌های پزشکی و پیراپزشکی
• افتتاح اولین دانشکده توسعه فناوری و کارآفرینی بخش صنعت در اردکان با برخورداری از ۲۰ فضای آموزشی و آزمایشگاهی
• نشست اساتید گروه هنر دانشگاههای آزاد اسلامی کشور طی دو روز در قالب نشست‌های تخصصی و آموزشی
• اولین مراسم بزرگداشت فارغ التحصیلان دانشگاه در رشته کاشی و سرامیک با تجلیل از ۷۰ نفر
• افتتاح اولین و بزرگترین مرکز آزمون‌های الکترونیک پزشکی در قالب مرکز مکاترونیک پیشرفته آزمون پزشکی و پیراپزشکی به صورت الکترونیک همزمان برای ۱۸۰ نفر
«به‌واقع دادوی» دبیر علمی جشنواره هنرهای تجسمی دانشجویان دانشگاههای آزاد اسلامی با بیان اینکه این جشنواره در رشته‌های خطاطی، نقاشی و نگارگری، تصویرسازی و عکس به میزبانی دانشگاه آزاد اسلامی یزد برگزار خواهد شد اظهار داشت: بخشی از دانشجویان شرکت‌کننده، دانشجویان هنر نوبند و دو دانشکده‌های علوم انسانی و فنی و مهندسی نیز شرکت کرده‌اند، این امر نشان می‌دهد که در قالب این جشنواره می‌توانیم استعدادهای هنری را در رشته‌های فنی و مهندسی و انسانی نیز کشف و آثار خود را به چنین جشنواره‌هایی ارائه دهند. وی با اشاره به اینکه در مجموع بالغ بر دو هزار اثر به جشنواره ارسال شده است که در قالب نمایشگاه‌هایی در هفته جاری در اماکن مختلف دانشگاه آزاد اسلامی یزد به نمایش در خواهد آمد ؛ یکی از مهمترین اهداف برگزاری این جشنواره، تلاش جهت شناسایی، کشف و معرفی استعدادهای دانشجویی تمام رشته‌های دانشگاهی در حوزه هنرهای تجسمی عنوان کرد. دبیر علمی جشنواره هنرهای تجسمی دانشجویان دانشگاه‌های آزاد اسلامی اظهار داشت

: جشنواره در پنج رشته نقاشی، عکس، خوشنویسی، حجم و تصویرسازی برنامه‌ریزی و بالغ بر دو هزار اثر به دبیرخانه ارسال شد که آثار ۲۳۶ دانشجو در رشته نقاشی، ۱۶۵ دانشجو در رشته عکس، ۱۲۸ دانشجو در رشته خوشنویسی، ۶۲ دانشجو در رشته حجم و ۷۲ دانشجو در رشته تصویرسازی دریافت شد.
داوودی از برگزاری سه کارگاه آموزشی برای دانشجویان با حضور اساتید بزرگ کشورمان در موضوعات مختلف هنری از ساعت ۱۰ تا ۱۲ روز چهارشنبه خبر داد و گفت: دانشجویان می‌توانند به صورت حضوری یا به‌خط(از طریق سامانه مشکلات) از این دوره‌های آموزشی بهره گیرند. «عباس محمدی» رییس باشگاه رشد

استعدادهای ادبی هنری جوان دانشگاه آزاد اسلامی کشور نیزدر این نشست ضمن قراردانی از مسئولان دانشگاه آزاد اسلامی برگزاری این جشنواره و کمک به این فرآیند استعدادی دانشجویی، تمرکززدایی برنامه‌ها و گذاری آنها به واحدهای دانشگاهی در استانها براساس ظرفیتهای موجود در هر استان را از سیاست‌های کلان عنوان و تصریح داشت: جشنواره هنرهای

تجسمی دانشگاه آزاد اسلامی برای اولین بار در پنج شاخه هنری و زیرشاخه هنرهای تجسمی شامل رشته‌های نقاشی، عکاسی، خوشنویسی، حجم و تصویرسازی بر گزار می‌شود. وی از استقبال ۸۲۲نفر از دانشجویان دانشگاههای آزاد اسلامی از این جشنواره و برگزاری دو کارگاه آموزشی به صورت حضوری و مجازی با حضور اساتید مجرب و ارائه گواهینامه معتبر برای شرکت‌کنندگان خبر داد و خاطر نشان کرد: مراسم اختتامیه این جشنواره، عصر روز چهارشنبه در واحد یزد برگزار و برگزیدگان پنج رشته هنری و زیرشاخه هنرهای تجسمی شامل عکاسی، خوشنویسی، نقاشی، تصویرسازی و حجم تجلیل می‌شوند. رییس باشگاه

رشته استعدادهای ادبی هنری جوان دانشگاه آزاد اسلامی کشور گفت: در راستای شعار «هر دانشجو یک هنر» تربیت نیروی تخصصی در قالب برگزاری جشنواره با یکپارگی کردیم تا استعدادهای برتر تخصصی و به عنوان همیار دانشجوی فعالیت داشته باشند. ولذا در قالب این جشنواره علاوه بر استعدادهای دانشجویی دنبال می‌شود و دانشجویان هنرمند در رشته‌های هنری برای تولید محتوا دعوت می‌شوند مراسم اختتامیه و تجلیل از برترین‌های جشنواره در چهارشنبه عصر از ساعت ۱۴ تا ۱۶ برگزار خواهد شد .

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان:

تکمیل رینگ دیسپاچینگ و عملیات احداث فیبر نوری ناحیه ار جان خوزستان



اهواز – شبنم قباوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: با هدف تکمیل رینگ دیسپاچینگ در ناحیه ار جان خوزستان، عملیات احداث فیبر نوری بر روی خط ۴۰۰ کیلووات امیدیه ۲- نیروگاه پیروز بهبهان به پایان رسید و آماده بهره‌برداری است. به گزارش روابط عمومی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان، علی اسدی بیان کرد: عملیات احداث فیبر نوری بر روی خط ۴۰۰ کیلووات امیدیه ۲- نیروگاه پیروز بهبهان شامل تأمین تجهیزات، نصب و سیمکشی به طول ۴۰ کیلومتر مدار به اتمام رسید و آماده بهره‌برداری است. به گفته وی ارزش سرمایه‌گذاری این پروژه بالغ بر ۵۷ میلیارد ریال است. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: ایجاد شبکه مخابراتی و دیسپاچینگ مطمئن، تکمیل رینگ دیسپاچینگ در ناحیه ارجان خوزستان، ایجاد قابلیت مانورینگ و بدون کنترانس بین نواحی و ایجاد ارتباط مخابراتی بسیار مطمئن جهت انتقال حجم بالای اطلاعات با کیفیت بسیار خوب از اهداف بهره‌برداری از این پروژه است. شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تأمین و انتقال برق در ۲ استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

حضور میدانی مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری آبفای کشور از وضعیت منابع تأمین آب شرب مرکز استان



بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: در بازدید میدانی سید علیرضا طباطبایی مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری آب شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، وضعیت آب بندرعباس و کاهش چشمگیر آب سدهای هرمزگان که بر تأمین آب مرکز استان تأثیر گذاشته است مورد بررسی قرار گرفت. عبدالحمید حمزه پور مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان در این باره‌بازید با بیان اینکه آبفای رسانی در خصوص وضعیت پیش آمده صورت گرفت به محازن شهر بندرعباس هستیم که اقدامات لازم برای جبران این کمبودها در دستور کار است که امیدواریم با برنامه ریزی و وارد کردن ظرفیت های جایگزین از این وضعیت عبور کنیم. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان به حساسیت های وزارت نیرو و شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور در این خصوص اشاره کرد و گفت: به دلیل همین حساسیت، بازدید میدانی سدهای هرمزگان، پیش بینی اقدامات جایگزین و برنامه ریزی برای گذر از این وضعیت با حضور سید علیرضا طباطبایی مدیر کل دفتر نظارت بر بهره برداری آب شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور صورت گرفت که امیدواریم نتایج آن در تأمین آب شرب پایدار مرکز استان شاهد باشیم. وی با بیان اینکه حدود نیمی از ظرفیت تأمین آب مرکز استان از منابع سطحی است، افزود: وارد مدار شدن ظرفیت های جدید در پایین سمت سد شمیل و نیان می‌تواند، بخشی از مشکلات را مرتفع کند. به گفته وی، در این شرایط ضرورت مصرف بهینه از سوی مشترکین حائز اهمیت است که امیدواریم با همراهی شهروندان بتوانیم شاهد پایداری وضعیت آب شرب باشیم.

رفع نقاط بحرانی خطوط انتقال برق ۴۰۰ کیلووات شمال غرب اهواز به شوشتر



اهواز – شبنم قباوند: مدیر امور هماهنگی نواحی انتقال شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: راهشده گی که در قسمتی از هادی (سیم‌های) خط مهم انتقال برق ۴۰۰ کیلووات بست شمال غرب اهواز به شوشتر رخ داد، برطرف شد. محسن مرادی بیان کرد، یکی از سیم‌های خط مهم و استراتژیک بست شمال غرب اهواز به بست شوشتر که از خطوط استراتژیک تکمیل کننده رینگ ۴۰۰ کیلووات است، در مناطق پیرامون اهواز دچار راهشده گی شد و جریان انتقال برق متوقف شد. وی با بیان اینکه در کمترین زمان ممکن نیروهای عملیاتی به منطقه حادثه اعزام شدند، تصریح کرد: به دلیل بارندگی اخیر و کشاورزی بودن زمین‌های اطراف نیروهای عملیاتی با سختی تمام در گل و لای از خط مذکور رفع اشکال و شرایط را به حالت عادی برگرداندند. مدیر امور هماهنگی نواحی انتقال شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: آنچه در چنین عملیات‌هایی قابل توجه بوده، سختی کار در شرایط ناساعد است که مدت زمان انجام کار را چند برابر می‌کند. مرادی افزود: این اقدام با انتقال بار به سایر خطوط و بدون اعمال خاموشی به مشترکین انجام گرفته است. شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تأمین و انتقال برق در استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

برگزاری مراسم گرامیداشت روز حسابدار در دانشگاه علوم پزشکی گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مراسم گرامیداشت روز حسابدار با حضور دکتر ابراهیمی سرپرست دانشگاه علوم پزشکی گلستان، دکتر تهرانی سرپرست معاونت توسعه مدیریت و منابع دانشگاه، مدیران مالی، بودجه و پشتیبانی دانشگاه و جمعی از حسابداران و همکاران امور مالی در واحدهای تابعه دانشگاه برگزار شد.دکتر ابراهیمی سرپرست دانشگاه علوم پزشکی گلستان، در این مراسم با گرامیداشت فرارسیدن روز حسابدار و تقدیر از تلاش‌های تمام حسابداران شافل در بخش‌های مختلف دانشگاه، بر ضرورت رعایت سلامت اداری در تمامی حوزه‌ها تأکید کرد. نیروی انسانی را از مهم‌ترین منابع و سرمایه های هر سازمان دانست.دکتر تهرانی سرپرست معاونت توسعه مدیریت و منابع دانشگاه نیز ضمن تبریک روز حسابدار با تأکید بر نقش حیاتی حسابداران در شفافیت سلامت مالی سازمان، بر لزوم ارتقای مهارت‌های فردی و اخلاقی در کنار دانش و مهارت‌های حرفه‌ای این عزیزان تأکید نمودند.

۶ درصد از مشترکان پرمصرف گاز گلستان جریمه می‌شوند

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز گلستان گفت: کسانی که در پلکان ۱۰ به بالاتر از نظر میزان مصرف قرار می‌گیرند که شامل ۶ درصد مشترکان استان است و مصرف درصد قابل ملاحظه‌ای از انرژی را دارند نیز جرایمی پیش‌بینی شده است.علی طالبی اظهار کرد: میزان مصرف گاز در استان مانند دیگر استانهای کشور با توجه به سردی هوا رو به افزایش است و تنها همراهی مردم است که می‌تواند به پایداری شبکه کمک کند.مدیرعامل شرکت گاز گلستان با ابراز نگرانی از روند رو به رشد مصرف گاز در استان گفت: در روزهای اخیر متوسط مصرف گاز در استان بین ۱۱ تا ۱۳ میلیون مترمکعب بوده، در حالی که این میزان در روزهای گرم سال حدود دو میلیون مترمکعب است.وی افزود: با سردتر شدن هوا در روزهای پیش رو، در فصل زمستان، میزان مصرف گاز نیز افزایش قابل ملاحظه‌ای پیدا خواهد کرد و با توجه به اینکه در انتهای خط انتقال گاز قرار داریم ممکن است با چالش‌هایی مواجه شویم.طالبی از مردم خواست مدیریت مصرف را در دستور کار قرار دهند و دمای آسایش را در منازل را رعایت کنند و ادامه داد: بیشترین مصرف گاز در استان در بخش خانگی است و با وجود اینکه در ماههای آینده تعداد مشترکان گاز در استان تغییر چندانی نخواهد کرد، اما افزایش مصرف خانگی را شاهد هستیم و این نشان‌دهنده اتلاف انرژی است.وی بیان کرد: براساس آمارها حدود ۲۰ درصد تلفات انرژی در بازوها و پنجره‌ها است و نصب پنجره‌های دوجداره می‌تواند منجر به صرفه‌جویی قابل توجهی در مصرف انرژی شود. او حذلق همین یک کار در منازل مسکونی و ادارات انجام شود مست کم در این رشته‌های سرد سال تا سه میلیون مترمکعب صرفه جویی در مصرف گاز اتفاق خواهد افتاد.مدیرعامل شرکت گاز گلستان گفت: مشترکانی که کم مصرف باشند یا الگوی مصرف را رعایت کنند حتما تشویق می‌شوند و برای این امر بودجه خوبی توسط دولت پیش‌بینی شده است که امیدواریم مشترکان استان سهم خوبی از این تخفیف‌ها و مشوق‌ها داشته باشند.وی اضافه کرد: در عین حال برای مشترکان بدصرف و کسانی که در پلکان ۱۰ به بالاتر از نظر میزان مصرف قرار می‌گیرند که شامل ۶ درصد مشترکان استان است و مصرف درصد قابل ملاحظه‌ای از انرژی را دارند نیز جرایمی پیش‌بینی شده است.

فرصت امروز – ماهان فلاح: مدیرکل امور مالیاتی آذربایجان شرقی گفت: مودیسان مالیاتی در صورتی که تا ۲۴ آذر اقدام به پرداخت مالیات بر ارزش افزوده بهار ۱۴۰۳ کنند مشمول بخشودگی ۹۰ تا ۱۰۰ درصدی جرایم می‌شوند.

عبیسی اوج زاده با اعلام این خبر اظهار کرد: بر اساس اعلام سازمان امور مالیاتی کشور، ۲۴ آذرماه، آخرین مهلت ارائه اظهارنامه مالیات بر ارزش افزوده فصل بهار ۱۴۰۳ بوده و مودیسان مشمول می‌توانند در این بازه زمانی با انجام

فرصت امروز – ماهان فلاح: مدیرکل امور مالیاتی آذربایجان شرقی گفت:

مودیان مالیاتی در صورتی که تا ۲۴ آذر اقدام به پرداخت مالیات بر ارزش

افزوده بهار ۱۴۰۳ کنند مشمول بخشودگی ۹۰ تا ۱۰۰ درصدی جرایم می

شوند.

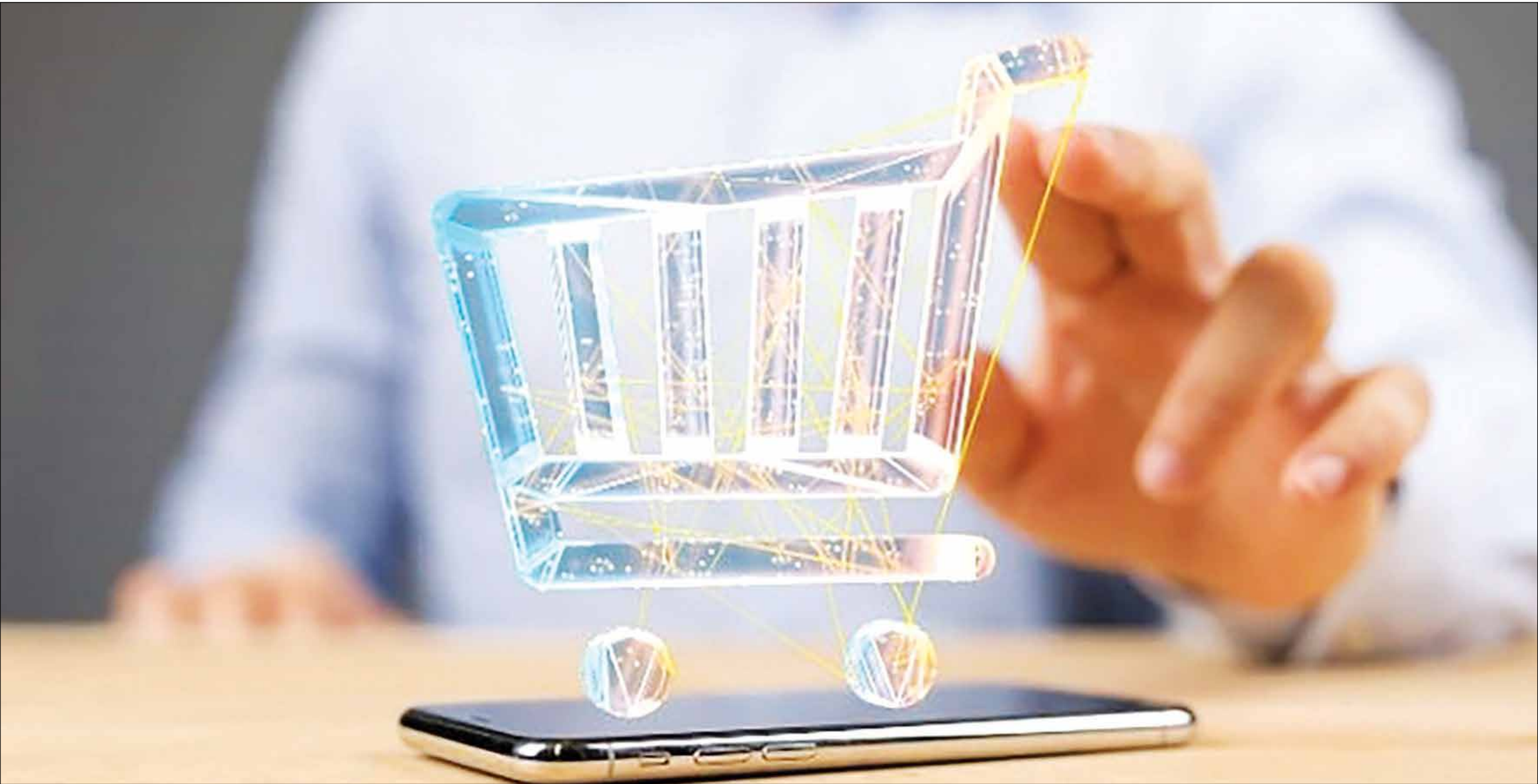
عبیسی اوج زاده با اعلام این خبر اظهار کرد: بر اساس اعلام سازمان امور

مالیاتی کشور، ۲۴ آذرماه، آخرین مهلت ارائه اظهارنامه مالیات بر ارزش افزوده

فصل بهار ۱۴۰۳ بوده و مودیسان مشمول می‌توانند در این بازه زمانی با انجام

خرده‌فروشی فیجیتال (Phygital): پلی میان دنیای واقعی و دیجیتال

بررسی مزایا و نحوه اجرای الگوی فیجیتال در کسب و کار



نویسنده: علی آل علی
تصور کنید کسسی از دهه ۹۰ میلادی با ماشین زمان به امروز پرت شود و بخواهد به یک مرکز خرید سر بزند. احتمالاً ترکیب الگوهایی مثل خرید آنلاین با تحویل درب منزل و اپلیکیشن هایی که به شما پیشنهاد خرید می دهند، مغز او را حسسایب منفجر کند. هرچه باشد، صنعت خرده‌فروشی که روزگاری محدود به چند فروشگاه در خیابان اصلی بود، حالا به فضایی دیجیتال و فیزیکی تبدیل شده که در هم تنیده‌اند.

بی شک این تغییرات تنها به فناوری خلاصه نمی شوند. در دنیای امروز، مشتری‌ها دیگر به تجربه خریدی ساده رضایت نمی دهند. آنها به دنبال ترکیبی از راحتی دنیای دیجیتال و حس اعتماد و تعامل انسانی خرید حضوری هستند. در اینجا جادوی فیجیتال وارد میدان می شود. سوالاتی که اینجا پیش می آید، درباره ماهیت فیجیتال است. اصلا این مفهوم یعنی چه؟

فیجیتال یعنی تلفیق دو جهان متفاوت: تجربه‌های دیجیتال و فیزیکی. این مفهوم که از کلمات فیزیکی و دیجیتال شکل گرفته، به برندها کمک می کند تا در عصر جدید نیازهای متنوع مشتریان را به بهترین نحو پاسخ دهند، اما اگر فکر می کنید فیجیتال فقط یک شعار جذاب است، باید بگوییم این مفهوم عملا به استراتژی بقای برندها تبدیل شده است.

دنیای فیزیکی و دیجیتال برای ارائه تجربه خرید بهتر به مشتریان را مدنظر داریم. این یعنی کارآفرینان و بازاریاب‌ها هرچه در چنته دارند برای جلب نظر مشتری رو می کنند!

برای کسب و کارهایی که می‌خواهند در میدان رقابت باقی بمانند، اجرای درست این الگو حیاتی است. برندهایی که نمی‌توانند تجربه‌های آنلاین و حضوری خود را هماهنگ کنند، خطر حذف شدن از بازار را به جان می‌خرند. پس اگر می‌خواهید بدانید فیجیتال چطور بازی را تغییر می‌دهد و چرا این الگو از مهمترین مفاهیم عصر خرده‌فروشی است، با ما همراه باشید.

مزایای الگوی فیجیتال (Phygital)

اولین قدم در مسیر آشنایی با الگوی فیجیتال فقط و فقط مرور مزایای آن است. خب تا وقتی مزایای یک استراتژی به طور کامل برای کارآفرینان روشن نشود، تلاش برای استفاده از آن بی نتیجه خواهد بود. این امر می‌تواند شرایط کارآفرینان در بازار را حسسایب دشوار سازد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز همیشه معتقدیم کارآفرینان باید بهترین آشنایی ممکن از مزایای یک استراتژی را به دست بیاورند. ما در این بخش تلاش می‌کنیم بخش قابل‌ملاحظه‌ای از چنین آشنایی را با شما در میان بگذاریم. پس با ما همراه باشید تا نکات کلیدی در این رابطه را مثل آب خوردن یاد بگیرید.

تصور کنید وارد فروشگاه‌های می‌شوید و به دنبال یک محصول خاص هستید. به جای پرسیدن از فروشنده، اپلیکیشن موبایل‌تان شما را مستقیماً به محل دقیق محصول هدایت می‌کند. سپس با استفاده از بارکدخوان در گوشی، اطلاعات کاملی از محصول دریافت می‌کنید و حتی اگر در فروشگاه موجود نباشد، بلافاصله امکان سفارش آنلاین آن فراهم است. ایمن تجربه ترکیبی دیجیتال و فیزیکی همان چیزی است که الگوی فیجیتال ارائه می‌دهد.

یکی از بزرگ‌ترین مزایای فیجیتال ایجاد تجربه خرید بدون مرز است. در این الگو، مشتریان می‌توانند به راحتی میان کانال‌های آنلاین و حضوری جابه‌جا شوند و از امکانات هر دو جهان بهره‌برند. برندهایی مثل آمازون گو این ایده را به شکلی چشمگیر به‌واقعیت تبدیل کرده‌اند.

شما وارد فروشگاه می‌شوید، محصولات را انتخاب می‌کنید و بدون نیاز به صف پرداخت، از فروشگاه خارج می‌شوید؛ زیرا سیستم هوشمند خرید شما را ثبت کرده است.

این تجربه روان و بی‌دردسر نه تنها باعث صرفه‌جویی در زمان مشتریان می‌شود، بلکه احساس راحتی و لذت بیشتری را نیز به آنها منتقل می‌کند. چنین تجربه‌هایی، تعامل میان برند و مشتری را عمیق‌تر می‌کند و به آنها احساس ارزشمندی می‌دهد.

جالب اینجاست که برندهایی که این نوع تجربه‌ها را ارائه می‌دهند، در ذهن مشتریان متمایز می‌شوند. وقتی مشتری احساس کند فرآیند خرید آسان و لذت‌بخش است، احتمال بازگشت او به همان برند بسیار بیشتر خواهد بود. به همین دلیل، برندهایی که به این مزیت توجه نمی‌کنند، ممکن است به زودی از میدان رقابت حذف شوند. در نهایت، تجربه خرید یکپارچه، پلی است که فاصله میان دنیای آنلاین و حضوری را پر می‌کند و به مشتریان این امکان را می‌دهد که خرید خود را دقیقاً به شیوه‌ای که می‌خواهند انجام دهند. این همان جادوی فیجیتال است که خرده‌فروشی را متحول کرده است.

افزایش تعامل و سرگرمی در خرید

آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که خرید می‌تواند به جای یک وظیفه، یک سرگرمی لذت‌بخش باشد؟ الگوی فیجیتال دقیقاً چنین امکانی را فراهم می‌کند. برندها با ادغام فناوری‌های تعاملی مثل واقعیت افزوده (AR) و واقعیت مجازی (VR)، خرید را از یک فعالیت تکراری به یک تجربه هیجان‌انگیز تبدیل کرده‌اند.

برای مثال، برند لوازم آرایشی لورال اپلیکشنی ارائه کرده که به مشتریان اجازه می‌دهد از طریق دوربین گوشی، محصولات مختلف مثل رژ لب یا سایه چشم را روی چهره خود امتحان کنند. این فناوری، نه تنها تجربه خرید را جذاب‌تر می‌کند، بلکه به مشتریان این امکان را

می‌دهد که تصمیم بهتری بگیرند.

این نوع تعامل مشتریان را بیشتر درگیر برند می‌کند. آنها نه تنها زمان بیشتری را صرف تعامل با محصولات می‌کنند، بلکه این تجربه منحصربه‌فرد در ذهن‌شان ماندگار خواهد شد. فروشگاه‌های حضوری هم می‌توانند از چنین فناوری‌هایی بهره‌مند شوند. آینه‌های تعاملی یا دستگاه‌هایی که محصولات را به صورت سه‌بعدی نمایش می‌دهند، مثال‌های دیگری از افزایش تعامل در خرید هستند. چنین تعاملاتی تنها برای مشتریان جذاب نیست، بلکه برای برندها نیز سودآور است. هرچه مشتریان بیشتر با برند تعامل کنند، احتمال خرید آنها افزایش می‌یابد. همچنین این تجربه‌ها باعث ایجاد حس تعلق به برند می‌شوند که برای وفاداری مشتریان حیاتی است. شکی نیست که الگوی فیجیتال با ترکیب سرگرمی و خرید، تجربه‌ای را ارائه می‌دهد که مشتریان را به خرید دوباره ترغیب می‌کند. به جای خریدهایی بی‌روح و تکراری، هر بار خرید می‌تواند به یک ماجراجویی تبدیل شود.

شخصی‌سازی عمیق‌تر تجربه مشتریان

شخصی‌سازی در دنیای امروز به یک ضرورت تبدیل شده است. مشتریان دیگر به تجربه‌های عمومی و یکسان راضی نیستند. الگوی فیجیتال به برندها این امکان را می‌دهد که به طور دقیق نیازها و سلیقه مشتریان را شناسایی کنند و تجربه‌ای کاملاً شخصی‌سازی‌شده ارائه دهند.

برای مثال، برند ورزشی نایک با فروشگاه‌های تعاملی خود این مفهوم را به کمال رسانده است. در این فروشگاه‌ها، مشتریان می‌توانند کش‌های خود را مطابق سلیقه شخصی طراحی کنند، از رنگ گرفته تا نوع مواد. همچنین فناوری‌های دیجیتال به آنها کمک می‌کند که سباز مناسب یا محصولات مشابه را با پیشنهادات دقیق پیدا کنند.

شخصی‌سازی باعث می‌شود مشتریان احساس کنند برند، دقیقاً آنها را می‌شناسد و برای نیازهای‌شان ارزش قائل است. این حس ارزشمندی، وفاداری مشتریان را افزایش می‌دهد. وقتی مشتریان بدانند برند به صورت خاص برای آنها طراحی شده، احتمال خرید دوباره آنها به شدت افزایش می‌یابد.

جالب‌تر اینکه برندها می‌توانند از داده‌های جمع‌آوری‌شده برای بهبود مستمر تجربه مشتریان استفاده کنند. هر بار خرید، اطلاعات جدیدی در مورد رفتار مشتری ارائه می‌دهد که می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های استراتژیک کمک کند. شخصی‌سازی تنها یک ویژگی نیست، بلکه یک مزیت رقابتی است که برندها را از دیگران متمایز می‌کند. فیجیتال به برندها این امکان را می‌دهد که این مزیت را به بهترین نحو اجرا کنند و تجربه‌ای به‌یادماندنی برای مشتریان خلق کنند.

گسترش دامنه مشتریان

یکی از چالش‌های بزرگ برای برندها، جذب مشتریان جدید و گسترش دامنه مخاطبان است. الگوی فیجیتال با ایجاد کانال‌های چندگانه، این امکان را به برندها می‌دهد که به مشتریانی دسترسی پیدا کنند که شاید پیش از این امکان خرید نداشتند. مثلاً فروشگاه‌های کوچک محلی می‌توانند با ایجاد فروشگاه‌های آنلاین، مشتریانی از سراسر جهان را جذب کنند. در عین حال، تجربه حضوری در فروشگاه‌های فیزیکی، به آنها این امکان را می‌دهد که مشتریانی را که به خرید حضوری علاقه دارند نیز راضی نگه دارند.

این گسترش دامنه مشتریان تنها به افزایش درآمد ختم نمی‌شود. برندها می‌توانند با استفاده از داده‌ها و فناوری‌های فیجیتال، محصولات و خدمات خود را برای هر گروه مشتری بهینه‌سازی کنند. این به آنها کمک می‌کند که بازارهای جدیدی را فتح کنند و رقبا را پشت سر بگذارند.

احتمالاً شما هم به این نتیجه رسیده‌اید که فیجیتال به برندها کمک می‌کند تا در دنیای پرقاب‌ت امروز، دامنه مخاطبان خود را گسترش دهند و به بازارهایی دسترسی پیدا کنند که پیش از این دور از دسترس بودند. این مزیت یکی از کلیدهای موفقیت در دنیای تجارت مدرن است.

نحوه اجرای الگوی فیجیتال در کسب وکار

حالا به بخش هیجان‌انگیز ماجرا رسیدیم. جایی که باید اجرای استراتژی فیجیتال را با هم مرور کنیم. خب اگر یک کسب و کار نتواند چنین استراتژی را به درستی اجرا کند، تمام زحماتش دود هوا خواهد شد. به علاوه،

اعتماد مشتریان را نیز به سادگی آب خوردن از دست می‌دهد. به همین خاطر مسا در روزنامه فرصت امروز سعی می‌کنیم برخی از مهمترین نکات برای بررسی عین دقیق و بهتر این استراتژی را با شما در میان بگذاریم. پس با ما همراه باشید تا برخی از نکات کلیدی در این رابطه را یاد بگیریم.

ترکیب فروشگاه فیزیکی و دیجیتال

وقتی به خرده‌فروشی‌های موفق فکر می‌کنید، اولین چیزی که به ذهن می‌آید شاید فروشگاه‌هایی باشد که در عین داشتن فضای فیزیکی جذاب، قابلیت خرید آنلاین بی‌نقصی هم دارند. ترکیب این دو دنیا در قلب الگوی فیجیتال قرار دارد. به عبارتی، فروشگاه‌های فیزیکی نباید تنها به عنوان مکانی برای نمایش محصولات باشند، بلکه باید تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای مشتریان ایجاد کنند که در هماهنگی با کانال‌های دیجیتال باشد.

برند پوشاک زارا نمونه‌ای از این هماهنگی است. این برند به مشتریان اجازه می‌دهد که در فروشگاه محصول مدنظرشان را با کمک اپلیکشن پیدا کنند یا حتی سفارش آنلاین دهند و در فروشگاه تحویل بگیرند. چنین ترکیبی، خرید را برای مشتریانی که زمان محدودی دارند، آسان‌تر می‌کند.

برای اجرای این روش، برندها باید روی طراحی فضای فروشگاه‌های فناوری‌های دیجیتال را ادغام می‌کنند، تمرکز کنند. از آینه‌های هوشمند که لباس‌ها را به صورت مجازی نمایش می‌دهند، گرفته تا سیستم‌های پرداخت بدون صف، همه این موارد می‌توانند تجربه حضوری را به دنیای دیجیتال متصل کنند.

از سوی دیگر، فروشگاه‌های آنلاین نیز باید با ارائه گزینه‌هایی مانند تحویل در فروشگاه، بازگشت محصول به صورت حضوری و حتی ارتباط ویدئویی با مشاوران فروش، حس ارتباط انسانی را تقویت کنند. این هماهنگی میان دنیای دیجیتال و فیزیکی، همان چیزی است که مشتریان امروز به آن نیاز دارند. ترکیب فروشگاه‌های فیزیکی و دیجیتال، نه تنها وفاداری مشتریان را افزایش می‌دهد، بلکه باعث می‌شود برندها به عنوان نوآوران صنعت شناخته شوند. این یک گام اساسی در اجرای موفق الگوی فیجیتال است.

بهره‌گیری از فناوری‌های تعاملی

تصور کنید وارد فروشگاه‌های می‌شوید و دستگاه‌های واقعیت افزوده به شما اجازه می‌دهند که محصولات مختلف را در همان لحظه امتحان کنید یا با اسکن یک کد کیو آر بتوانید تمام اطلاعات لازم درباره محصول را دریافت کنید. این فناوری‌ها باعث می‌شوند که خرید از یک کار ساده به یک تجربه جذاب تبدیل شود. فناوری‌های تعاملی مثل واقعیت افزوده (AR) و واقعیت مجازی (VR) به برندها کمک می‌کنند که مشتریان خود را شگفت‌زده کنند. مثلاً برند لوازم آرایشی لورال اپلیکشنی ارائه داده که به مشتریان اجازه می‌دهد محصولات مختلف را روی چهره خود امتحان کنند. چنین فناوری‌هایی نه تنها جذابیت خرید را افزایش می‌دهند، بلکه اعتماد مشتریان را نیز جلب می‌کنند.

برای اجرای این فناوری‌ها، برندها باید ابتدا نیازها و انتظارات مشتریان را درک کنند. اگر فناوری‌ای استفاده شود که برای مشتری ملموس یا مفید نباشد، نه تنها سودی ندارد، بلکه می‌تواند به اعتبار برند آسیب بزند. بنابراین، تحقیق و توسعه در این زمینه اهمیت بالایی دارد. در عین حال، ایمن فناوری‌ها باید به گونه‌ای طراحی شوند که استفاده از آنها برای مشتریان آسان و لذت‌بخش باشد. پیچیدگی یا نقص فنی در استفاده از فناوری‌های تعاملی می‌تواند تجربه مشتری را تخریب کند و آنها را از خرید منصرف کند. در نهایت استفاده از فناوری‌های تعاملی در الگوی فیجیتال، راهی عالی برای ایجاد تفاوت و جلب توجه مشتریان است. این فناوری‌ها نه تنها تجربه خرید را بهبود می‌بخشند، بلکه برندها را به عنوان پیشگامان نوآوری معرفی می‌کنند.

ارائه شخصی‌سازی عمیق‌تر

در دنیای پرقاب‌ت امروز، مشتریان به دنبال تجربه‌هایی هستند که حس کنند برای آنها طراحی شده است. یکی از اصول اساسی الگوی فیجیتال، ارائه شخصی‌سازی عمیق‌تر در تمامی مراحل خرید است. برند نایک یکی از نمونه‌های عالی در این زمینه است. این برند به مشتریان خود این امکان را می‌دهد که کش‌های‌شان را مطابق

با سلیقه شخصی طراحی کنند. همچنین با استفاده از داده‌های خرید و فناوری‌های پیشرفته، پیشنهادهای دقیق و متناسب با نیازهای مشتریان ارائه می‌دهد. برای اجرای شخصی‌سازی، برندها باید از داده‌های مشتریان به طور هوشمندانه استفاده کنند. این داده‌ها می‌توانند شامل تاریخچه خرید، علایق و حتی تعاملات مشتری با کانال‌های دیجیتال باشند. با تحلیل این اطلاعات، برندها می‌توانند تجربه‌ای کاملاً متناسب با نیازهای هر فرد ارائه دهند.

در کنار این موضوع، برندها باید ابزارها و امکاناتی را فراهم کنند که مشتریان بتوانند به راحتی محصولات را مطابق سلیقه خود تغییر دهند. ایمن کار نه تنها باعث جلب رضایت بیشتر مشتریان می‌شود، بلکه حس تعلق آنها به برند را نیز افزایش می‌دهد. شخصی‌سازی تجربه مشتری، نه تنها وفاداری آنها را تقویت می‌کند، بلکه به برندها کمک می‌کند که از رقبا پیشی بگیرند. در دنیای فیجیتال، این یک استراتژی کلیدی است که نباید نادیده گرفته شود.

بهینه‌سازی زنجیره تامین برای تطابق با فیجیتال

یکی از چالش‌های بزرگ در اجرای الگوی فیجیتال، بهینه‌سازی زنجیره تامین برای پشتیبانی از تجربه‌های ترکیبی است. مشتریان انتظار دارند که چه در خرید آنلاین و چه در خرید حضوری، دسترسی سریع و آسان به محصولات داشته باشند.

برند آمازون نمونه‌ای عالی از این بهینه‌سازی است. با ترکیب انبارهای هوشمند، لجستیک پیشرفته و داده‌کاوی، این برند توانسته است محصولات را در کمترین زمان ممکن به مشتریان تحویل دهد. این نوع هماهنگی میان زنجیره تامین و تجربه مشتری، برای موفقیت فیجیتال حیاتی است. برای اجرای این راهکار، برندها باید ابتدا نقاط ضعف زنجیره تامین خود را شناسایی کنند. آیا انبارها به اندازه کافی سریع عمل می‌کنند؟ آیا سیستم‌های توزیع قادر به پاسخگویی به تقاضاهای آنلاین و حضوری هستند؟ پاسخ به این سوالات می‌تواند به بهبود زنجیره تامین کمک کند.

همچنین، استفاده از فناوری‌هایی مثل هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی در مدیریت زنجیره تامین می‌تواند به برندها کمک کند که تقاضای مشتریان را بهتر پیش‌بینی کنند و به آن پاسخ دهند. این فناوری‌ها می‌توانند حتی به کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری نیز کمک کنند. بهینه‌سازی زنجیره تامین برای تطابق با فیجیتال، یکی از ستون‌های موفقیت در این الگو است. برندهایی که این بخش را جدی بگیرند، می‌توانند تجربه‌ای بی‌نقص برای مشتریان خود ارائه دهند و از رقبا جلو بزنند.

سختن پایانی

فیجیتال، فراتر از یک واژه جذاب، پلی میان دو دنیای واقعی و دیجیتال است که آینده خرده‌فروشی را شکل می‌دهد. این الگو نه تنها نیازهای فعلی مشتریان را برآورده می‌کند، بلکه مسیری برای نوآوری و تحول پایدار در صنعت خرده‌فروشی است.

برندهایی که بتوانند با این الگو همگام شوند، از تجربه‌ای متمایز برخوردار خواهند بود که نه تنها مشتریان را جذب می‌کند، بلکه وفاداری آنها را نیز تضمین می‌کند. آینده روشن است، اما تنها برای کسانی که به این واقعیت جدید خوشامد بگویند.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی بهتر با الگوی فیجیتال کرده باشد. حالا دیگر همه چیز برعهده خودتان است. بهتر است همین حالا دست به کار شده و وضعیت را به سود خودتان تغییر دهید. هرچا هم به مشکل خوردید، کارشناس‌های ما مثل همیشه کنارتان هستند تا از عهده چالش‌موردنظر برآید. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:
https://www.qualtrics.com/experience-management/customer/phygital/
https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/definition/phygital
https://www.giosg.com/blog/what-is-phygital