

دسترسی زنان به بازارهای فروش ممکن شد



طرح ملی «سلاها» با هدف اتصال بنگاههای کوچک به بزرگ و ایجاد اشتغال پایدار در حوزه پوشاک طراحی و عملیاتی شده و قرار است برای زنان و جوانان جویای کار، اشتغالزایی و امکان دسترسی به بازارهای فروش را فراهم کند.

در سال‌های اخیر موضوع اتصال بنگاههای خرد به کلان و پیوند صنایع کوچک به صنایع بزرگ به یکی از محورهای سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و اجتماعی کشور تبدیل شده و به‌عنوان یک راهکار کلیدی برای کاهش نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی مطرح شده است.

بنگاههای خرد و کوچک در مناطق محروم و کم برخوردار به عنوان بازیگران فعال در اقتصاد تولیدی شناسایی می‌شوند و امکان رقابت‌پذیری برای آنها در بازار کار فراهم می‌شود.

در همین راستا وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی طرح اتصال بنگاههای اقتصادی خرد و کلان را در رسته‌های مختلف اعم از پوشاک، صنایع تبدیلی، گیاهان دارویی، مواد غذایی و کشاورزی در دستور کار قرار داده است.

این طرح با محوریت بخش خصوصی به اجرا درآمده و درصدد است تا ضمن فعال کردن چرخه‌های صنایع تبدیلی در کشور، شکاف میان کسب و کارهای کوچک و بزرگ را پر کند. معاون وزیر کار، مدل شبکه‌سازی و ایجاد زنجیره رسته پوشاک با تجمع توان کارگاه‌ها و بنگاه‌ها، راهکاری اساسی برای مقاوم‌سازی کسب‌وکارهای خرد و توسعه ظرفیت بنگاه‌های بزرگ در شرایط فعلی اقتصاد است.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی این الگو را به عنوان استراتژی توسعه ساختاری به منظور تمرکز بر استفاده از ظرفیت‌های بومی و منطقه‌ای در دستور کار قرار داده تا به توسعه محلی جوامع و تقویت زنجیره ارزش در مناطق محروم و کم برخوردار کمک کند.

سید مالک حسینی - معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی - اخیراً در جریان سفر خود به استان خراسان رضوی، با حضور در واحدهای تولیدی پوشاک و نساجی و دیدار با فعالان پارک علم و فناوری، بر لزوم تحول هوشمندانه در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و ضرورت حمایت از نوآوری نسل جدید تأکید کرد. وی مدل شبکه‌سازی و ایجاد زنجیره رسته پوشاک با تجمع توان کارگاه‌ها و بنگاه‌ها را راهکاری اساسی برای مقاوم‌سازی کسب‌وکارهای خرد و توسعه ظرفیت بنگاه‌های بزرگ در شرایط اقتصادی کنونی معرفی کرد.

به اعتقاد معاون وزیر کار در شرایط تحریم، هزینه‌های متعددی بر بنگاه‌ها تحمیل می‌شود اما زنجیره شدن ظرفیت کارگاه‌ها و بنگاه‌های کوچک در امتداد شرکت‌ها و بنگاه‌های متوسط و بزرگ این امکان را می‌دهد که هر دو دایره ارتباطات خود را با یک درایی قدرتمند تبدیل کرده‌اند. اطلاعات و منابع جدیدی به دست آوردند و قدرت چانه‌زنی خود را افزایش دهند.

حذف ۲۰۰ هزار شغل در بانک‌های اروپایی



بانک‌های اروپایی قصد دارند با فراگیری شدن هوش مصنوعی، ۲۰۰ هزار شغل را حذف کنند. بخش بلکن اروپا در آستانه فراگرفتن درس سختی در مورد بهروری است. طبق تحلیل جدید بانک مورگان استنلی که توسط روزنامه فایننشیل تایمز گزارش شده است، بیش از ۲۰۰ هزار شغل بانکی اروپایی تا سال ۲۰۳۰ ممکن است حذف شود. طبق گزارش مورگان استنلی، هوش مصنوعی روی می‌آورد و شعب فیزیکی را تعطیل می‌کنند. این رقم تقریباً معادل ۱۰ درصد از نیروی کار در ۳۵ بانک بزرگ است. این خونریزی بیشترین ضربه را به عملیات پشت صحنه، مدیریت ریسک و انطباق وارد خواهد کرد. بخش‌هایی که تصور می‌شود الگوریتم‌ها قادرند سریع‌تر و موثرتر از انسان‌ها صفحات گسترده را بررسی کنند طبق گزارش مورگان استنلی، بانک‌ها از افزایش بهروری پیش‌بینی شده ۳۰ درصدی، هیچ‌کدام به‌دست‌اندین کاهش نیرو به اروپا منحصر نیست. بانک گلدمن ساکس در اکتبر، به کارمندان آمریکایی در مورد کاهش مشاغل و توقف استخدام تا پایان سال ۲۰۲۵ به عنوان بخشی از یک برنامه‌ی هوش مصنوعی که همه‌امور از جذب مشتری گرفته تا گزارش‌های نظاری هدف قرار می‌دهد، هشدار داده بود. بر اساس گزارش پایگاه فناوری تک کرانچ، برخی از موسسات در حال حاضر در حال تعدیل نیرو هستند. بانک هلندی ABN Amro قصد دارد تا سال ۲۰۲۸، یک پنجم از کارکنانش را تعدیل کند. با این حال، برخی از رهبران بانکی اروپا خواستار احتیاط هستند، به طوری که یکی از مدیران «چی بی مورگان چیس» به فایننشیل تایمز گفته است اگر بانکداران چون هرگز اصول اولیه را یاد نگیرند،

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی دانش پیام بامداد نوین
مدیر مسئول: کریم حسن پور
سرمدبیر: جمشید بیرامی
چاپ: جام جم
آدرس: تهران، پلوار مردزادان، خیابان البرز، البرزیکم، پلاک ۶
تلفن: ۰۲۱-۴۹۱۰۵۰۰۰
گستره توزیع: سراسری
شرکت توزیع: نشر گستر



چشم‌انداز فروش تسلا تاریک شد

پیش‌بینی می‌شود تسلا حدود ۴۴۰ هزار و ۹۰۰ خودرو در سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۵ تحویل داده که ۱۱ درصد نسبت به سال قبل از آن کاهش یافته است. تسلا در نیمه دوم سال ۲۰۲۵ به دلیل اظهارات ایلان ماسک، مدیرعامل این شرکت در مورد پیشرفت‌ها در هوش مصنوعی و باتریک، افزایش یافت اما پیش‌بینی که ماسک اعلام کرد، به موفقیت تسلا منجر نشد و این شرکت با وجود اینکه در سه ماهه سوم رکورد فروش خودرو را ثبت کرد احتمالاً در ۶ ماه گذشته نسبت به سال قبل از آن خودروهای کمتری فروخته است. تسلا حتی در اقدامی غیرمعمول، آمار داخلی خود را



نوکیا؛ از سقوط تلخ تا بازسازی در دنیای دیجیتال

عاطفه دهقانی | نوکیا، بعد از شکست در بازار تلفن همراه، با سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و خدمات ابری، دوباره خود را بازسازی کرد. این مقاله به تحلیل این تحول و مقایسه آن با برندهای دیگر می‌پردازد.

در دنیای پرشتاب و همیشه در حال تغییر فناوری، هیچ شرکتی به اندازه نوکیا نماد تغییرات بزرگ و تحولات اقتصادی نبوده است. در زمان انقلاب گوشی‌های همراه در دهه ۹۰ تا شکست‌های تلخ در دوران تلفن‌های هوشمند، نوکیا به‌عنوان یک غول فنلاندی نشان داده که نه تنها در برابر بحران‌ها تاباوری داشته، بلکه توانسته در مسیری جدید خود را بازسازی کند. اما در دنیای اقتصادی امروز، مسأله فراتر از یک برند یا یک شرکت است؛ این سوال مطرح می‌شود که چه عواملی موجب می‌شوند یک شرکت توانایی بازگشت به بازار را داشته باشد؟ آیا این توانایی به ویژگی‌های ذاتی یک برند مربوط است یا به انتخاب‌های استراتژیک آن در مواجهه با تغییرات جهانی؟ در این مقاله به مقایسه وضعیت نوکیا و دیگر شرکت‌های مشابه پرداخته و بررسی می‌کنیم که چگونه استراتژی‌های درست و انعطاف‌پذیری در مواجهه با بحران‌ها می‌توانند باعث موفقیت یا شکست برندها در دنیای اقتصادی شوند.

۱. نوکیا: داستان شکوفایی، سقوط و بازسازی

نوکیا یکی از برندهای شناخته‌شده در دنیای فناوری است که در ابتدا به عنوان غولی در بازار تلفن همراه شناخته می‌شد. در اوایل دهه ۲۰۰۰، نوکیا به‌عنوان پیشرو در صنعت تلفن همراه و اولین برند جهان در تولید گوشی‌های قابل حمل با سیستم ارتباطی GSM، بازار جهانی را تسخیر کرد. در آن زمان، نوکیا حدود ۲۶.۴ درصد از بازار جهانی تلفن همراه را در اختیار داشت و به‌عنوان نماد فرهنگی در قیام‌ها و رسانه‌ها حضور داشت. این شرکت برای مدت‌ها از دیگر رقیب جالوتی بود و بازار موبایل به‌ویژه در سال ۲۰۰۰، به‌طور ویژه‌ای به سمت نوکیا تمایل داشت. با این حال، نوکیا نتوانست با تحولات بعدی همگام شود. ورود گوشی‌های هوشمند با سیستم‌عامل‌های iOS و اندروید و تغییرات در نیاز مصرف‌کنندگان، نوکیا را غافلگیر کرد. این شرکت در تلاش برای رقابت با آیفون و سایر گوشی‌های هوشمند، حتی سیستم‌عامل ویندوز فون را معرفی کرد اما با شکست روبرو شد. در نهایت، نوکیا مجبور به فروش بخش دستگاه‌ها و خدمات خود به مایکروسافت شد و بیش از ۷۰ درصد از سهم بازار خود را از دست داد.

تحول این شرکت در سال‌های بعد از دوران گوشی‌های هوشمند به یکی از نکات کلیدی داستان نوکیا تبدیل شد. نوکیا با تغییر جهت به سمت فناوری‌های جدیدتر همچون خدمات ابری، شبکه‌های نوری و مراکز داده، به‌طور غیرمنتظره‌ای از نو ساخته شد. در این مقطع، نوکیا با خرید شرکت‌های مختلف و به‌ویژه همکاری استراتژیک با انویدیا در زمینه هوش مصنوعی، وارد رقابت با بزرگ‌ترین شرکت‌های فناوری دنیا در بخش‌های جدید شد.

۲. مقایسه با دیگر برندهای جهانی: چرا برخی موفق می‌شوند؟

در دنیای اقتصادی، توانایی بازسازی و تطبیق با تغییرات به‌ویژه در عرصه فناوری، به یکی از کلیدی‌ترین مهارت‌های کسب‌وکارها تبدیل شده است. در این زمینه، می‌توان شرکت‌های مشابه نوکیا را نیز بررسی کرد که هر کدام به‌نجوی متفاوت با چالش‌های مشابه روبرو شده‌اند. بلک‌بری (BlackBerry)، بلک‌بری یکی دیگر از برندهایی بود که در اوج خود تسلط زیادی بر بازار گوشی‌های هوشمند داشت. این شرکت با تمرکز بر امنیت و ویژگی‌های خاص خود برای کسب‌وکارها، در اوایل دهه ۲۰۰۰ به‌طور ویژه در بازار آمریکا موفق بود. با این حال، همانند نوکیا، بلک‌بری نیز نتوانست خود را با تحولات بازار تطبیق دهد و در برابر رقابت اپل و سامسونگ شکست خورد. برخلاف نوکیا که تغییرات بزرگی در استراتژی خود ایجاد کرد و به سمت صنعت‌های جدید مانند خدمات ابری حرکت کرد، بلک‌بری تنها تلاش کرد تا در همان صنعت گوشی‌های همراه باقی بماند و این امر موجب از دست رفتن سهم بازار و در نهایت شکست آن شد.

آی‌بی‌ام (IBM) در حالی که نوکیا با مشکلاتی نظیر ورود فناوری‌های جدید به بازار مواجه شد، شرکت‌های بزرگ‌تری مانند آی‌بی‌ام نیز روند مشابهی را طی کردند. با این حال، آی‌بی‌ام در دهه‌های اخیر توانسته خود را با تغییرات بازار سازگار کند و به یکی از پیشروهای صنعت فناوری اطلاعات و خدمات ابری تبدیل شود. در این بین، آی‌بی‌ام با تکیه بر نوآوری و به‌ویژه تلاش‌های خود در زمینه هوش مصنوعی، موفق به حفظ جایگاه خود در بازار شده است. آی‌بی‌ام همانند نوکیا در مواجهه با چالش‌های بزرگ، اقداماتی جسورانه برای بازسازی خود انجام داده است.

مایکروسافت: یکی دیگر از نمونه‌های بارز موفقیت در دنیای بازسازی، مایکروسافت است. این شرکت که در ابتدای دوران گوشی‌های هوشمند با شکست مواجه شد، تصمیم گرفت به‌طور کلی استراتژی خود را تغییر دهد و به سمت خدمات ابری، هوش مصنوعی و حتی نرم‌افزارهای متنوع حرکت کرد. خرید شرکت‌هایی مانند لیندکین و اکسپانسیو دیگر، مایکروسافت را به یکی از قدرتمندترین بزرگ دنیای فناوری تبدیل کرد. در حالی که نوکیا نیز تلاش کرد با فروش گوشی‌های موبایل به مایکروسافت خود را بازسازی کند، این نوع تصمیمات استراتژیک در نهایت باعث موفقیت مایکروسافت شد.

۳. نوکیا و هوش مصنوعی: یک استراتژی موفق یا یک ریسک بزرگ؟

در سال ۲۰۲۵، نوکیا با همکاری استراتژیک با انویدیا به تحول دیگری وارد شد. این همکاری که بر پایه استفاده از هوش مصنوعی

در شبکه‌های مخابراتی و مراکز داده بنا شده است، نوکیا را به یک بازیگر مهم در دنیای ابری و هوش مصنوعی تبدیل کرده است. شرکت فنلاندی می‌تواند نقشی در میلیارد دلاری انویدیا در نوکیا نشان می‌دهد که این شرکت مختلف فناوری‌هایی در مورد این استراتژی دیجیتال ایفا کند. اما آیا این تغییر استراتژیک می‌تواند نوکیا را به اوج بازگرداند؟ آیا این اقدام برای نوکیا، که همواره در معرض رقابت شدید در صنعت‌های مختلف قرار دارد، در نهایت موفق خواهد بود؟ پائولو پسکاتوره، تحلیلگر P.P Foresight، به نگرانی‌هایی در مورد این استراتژی جدید اشاره کرده است و از وجود رقبای سرسخت مانند Cisco و Ciena در این حوزه یاد کرده است. بسیاری از اپراتورهای شبکه نیز ممکن است به‌دلیل نگرانی از تکیه به یک ارائه‌دهنده واحد، این استراتژی را با تردید مواجه کنند.

۴. چالش‌ها و رقابت‌های پیش رو

با وجود موفقیت‌های اخیر، برخی تحلیلگران همچنان نگرانی‌هایی در رابطه با آینده نوکیا مطرح می‌کنند. رقابت شدید در عرصه هوش مصنوعی و مراکز داده، با حضور شرکت‌های بزرگی چون Ciena و Google، ممکن است نوکیا را در مسیر دشواری قرار دهد. همچنین، توجه بیش از حد به یک فناوری خاص می‌تواند این شرکت را در معرض ریسک‌هایی قرار دهد که از سوی مشتریان به دلیل تمایل به استفاده از چندین ارائه‌دهنده خدمات، با محدودیت‌هایی مواجه شود. پائولو پسکاتوره، تحلیلگر P.P Foresight، درباره بازده سرمایه‌گذاری کرده است که «نگرانی‌های قابل توجهی» درباره بازده سرمایه‌گذاری هوش مصنوعی برای اپراتورهای شبکه وجود دارد و این می‌تواند برای نوکیا به چالشی بزرگ تبدیل شود.

۵. نتیجه‌گیری: ادامه مسیر و آینده نوکیا در دنیای دیجیتال

نوکیا نشان داده است که بازسازی یک برند از پایه‌های فناورانه تا مدل‌های تجاری جدید، امری دشوار ولی ممکن است. این شرکت با یادگیری از شکست‌های گذشته و تطبیق با نیازهای جدید بازار، وارد دنیای هوش مصنوعی و شبکه‌های ابری شده است. با این حال، این شرکت باید خود را از رقابت‌های پیچیده و استراتژی‌های جدیدی که می‌تواند در مسیر رشد و موفقیت آن نقش بسزایی داشته باشد، محافظت کند. نوکیا، با پشت سر گذاشتن دوران افت و شکست، اکنون در مسیر جدیدی قرار گرفته است. استراتژی‌های صنعت موبایل تا ورود به دنیای هوش مصنوعی و مراکز داده، این شرکت فنلاندی نشان داده که توانایی بازسازی و تطبیق با شرایط جدید را دارد.

چرا دلار باغی شد؟

نوسانات افزایشی نرخ ارز که در هفته‌های اخیر ادامه داشت و موجب نارضایتی و اعتراض برخی کسبه شده، به سرعت فروکش کرده که از دلایل آن می‌توان به بازگشت دلار به کانال واقعی و تغییر رییس کل بانک مرکزی اشاره کرد. اما سوال این است که چرا در سال‌های اخیر قیمت ارز روند صعودی داشته است؟ که کارشناسان، کاهش درآمدهای نفتی و رشد نقدینگی را از دلایل اصلی پایین آمدن ارزش پول ملی می‌دانند. کارشناسان اقتصادی دلایل متعددی برای نوسانات بازار ارز در چهار دهه اخیر که البته از سال ۱۳۹۷ به بعد با تشدید تحریم‌ها شدت گرفته مطرح می‌کنند. طی مدت اخیر که دلار تا محدوده ۱۴۵ هزار تومان بالا رفت، موجب اعتراضات مردم در تهران و برخی شهرستان‌ها شد اما پس از دو روز به کانال ۱۳۷ و در حال حاضر به ۱۳۵ هزار تومان برگشت. این اتفاق پس از آن رخ داد که عبدالناصر همتی به عنوان رییس کل بانک مرکزی، جایگزین محمدرضا فرزین شد. اما دلیل اصلی روند افزایشی قیمت ارز در سال‌های اخیر چیست؟ عامل نخست کاهش شدید درآمدهای نفتی کشور است؛ نفتی که پارسال دولت به طور میانگین ۷۲ دلار می‌فروخت، اکنون با کسورات تنها ۵۱ دلار به فروش می‌رسد، یعنی حدود ۳۰ درصد کاهش درآمد ارزی که اثر مستقیمی بر بازار دارد. عامل دوم، تثبیت نرخ دلار نیما در سطح ۷۰ هزار تومان طی یک سال گذشته است. کارشناسان معتقدند این اقدام برخلاف اصول اقتصادی و تجارب جهانی باعث شد اختلاف نرخ نیما و بازار آزاد افزایش یابد. انگیزه صادرکنندگان برای عرضه ارز کاهش یابد و واردکنندگان نیز با ارائه تقاضای غیرواقعی، رانت بزرگی کسب کنند در این زمینه محمد صادق حسینی، اقتصاددان در گفت‌وگو با ایسنا، بر اهمیت تعیین کانال واقعی قیمت دلار تأکید دارد و می‌گوید «قیمت واقعی دلار بر اساس اختلاف نرخ تورم ایران و آمریکا باید در حدود ۱۳۰ هزار تومان باشد» او توضیح می‌دهد که طبق نمودار ارائه شده در آذرماه، نرخ ارز در بازه ۹۷ تا ۱۳۰ هزار تومان قرار دارد و هر قیمتی در این محدوده می‌تواند نوسان کند. سقف این کانال در آذر و دی بین ۱۳۳ تا ۱۳۴ هزار تومان است، گرچه امکان افزایش موقت بالاتر وجود دارد، اما به سرعت دوباره به کانال بازمی‌گردد. نرخ می‌تواند پایین‌تر، مثلاً ۱۰۵ هزار تومان نیز باشد، اما همه‌اکنون دو عامل عمده باعث شده‌اند که دلار در سقف کانال واقعی قرار گیرد. صادق حسینی معتقد است که تثبیت نرخ نیما، تولید و صادرات کشور را دچار اختلال کرده و یکی از دلایل استیضاح برخی مدیران بانکی بوده است. او می‌گوید: «وقتی نرخ دلار نیما بالا برود، اختلاف آن با بازار آزاد کاهش یافته و انگیزه‌های غیرواقعی صادرکنندگان و واردکنندگان از بین می‌رود، اما تثبیت نرخ، رانت عظیمی ایجاد کرد و فشار بر تولید را افزایش داد. علاوه بر این، تقاضای فصلی پایان سال میلادی و پایان سال چینی نیز نوسانات افزایشی قیمت ارز را تشدید کرده است. بنابراین، ادعای برخی مبنی بر اینکه سفرخی شدن بنزین عامل رشد دلار است، فاقد اعتبار بوده و واقعیت‌های اقتصادی و سیاست‌های اشتباه داخلی علت اصلی نوسانات ارزی را شکل می‌دهند. کاهش عرضه ارز در شرایط تحریم یکی از عوامل کلیدی رشد نرخ دلار و افزایش تورم در ایران است. حسین امیری، دیگر کارشناس اقتصادی است که به ایسنا می‌گوید که نوسانات ارزی نتیجه ترکیبی از مسائل سیاسی، کاهش ارز حاصل از صادرات و سفرخی شدن قیمت بنزین است و نمی‌توان تأثیر تحریم‌ها را بر اقتصاد کشور نادیده گرفت، زیرا این محدودیت‌ها بسیاری از صنایع را با چالش‌های جدی مواجه کرده است.



که حتی بدبینانه‌تر است، منتشر کرد و کاهش ۱۵ درصدی را پیش‌بینی کرد. وال استریت نیز به همین ترتیب در مورد چشم‌انداز سال ۲۰۲۶ بدبین شد. تحلیلگران در مدت مشابه دو سال پیش، پیش‌بینی کردند که تسلا بیش از سه میلیون خودرو تحویل خواهد داد. این تخمین میانگین برای فروش در سال ۲۰۲۵ به حدود ۱.۸ میلیون کاهش یافت. فروش خودروهای این خودروساز شروع ناامیدکننده‌ای داشت که بخشی از آن به دلیل تجهیز مجدد خطوط تولید در هر یک از کارخانه‌های خودروسازی خود برای «مدل وی» (Model Y) بازطراحی شده، بود.

افزایش قیمت نفت در اولین روز معاملات ۲۰۲۶



قیمت نفت پس از ثبت ضرر سالانه چشمگیر در سال ۲۰۲۵، در اولین روز معاملاتی سال ۲۰۲۶، افزایش یافت. قیمت نفت برنت در معاملات آسیایی روز جمعه، ۳۵ سنت افزایش یافت و به ۶۱ دلار و ۲۰ سنت در هر بشکه رسید. قیمت نفت وست تگزاس اینترمدیت آمریکا با ۳۴ سنت افزایش، به ۵۷ دلار و ۷۶ سنت در هر بشکه رسید. روسیه و اوکراین با وجود مذاکراتی که تحت نظارت دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا، با هدف پایان دادن به جنگ تقریباً چهار ساله انجام می‌شود، ادهای مبنی بر حمله به غیرنظامیان در روز سال نور و بدل کرده‌اند. کی‌یف در ماه‌های اخیر، حملات علیه زیرساخت‌های انرژی روسیه را تشدید کرده است.

و در جدیدترین اقدام دولت ترامپ برای افزایش فشار بر نیکولاس مادورو، رئیس‌جمهور ونزوئلا، واشنگتن روز چهارشنبه، تحریم‌هایی را علیه چهار شرکت و نفتکش‌های مرتبط که گفته می‌شود در بخش نفت ونزوئلا فعالیت می‌کنند، اعمال کرد. محاصره آمریکا با هدف جلوگیری از ورود با خروج نفتکش‌های تحریم شده به ونزوئلا انجام می‌شود و شرکت انرژی دولتی PDVSA را مجبور می‌کند تا برای جلوگیری از تعطیلی واحدهای پالایشگاهی در حالی که موجودی سوخت باقی‌مانده در حال افزایش است، به راه‌حل‌های افراطی متوسل شود.

شاخص‌های نفت برنت و وست تگزاس اینترمدیت در سال ۲۰۲۵، حدود ۲۰ درصد کاهش سالانه ثبت کردند که بزرگ‌ترین کاهش از سال ۲۰۲۰ بود و تحت تأثیر نگرانی‌ها در مورد عرضه بیش از حد روی داد. این بسوسمین کاهش سالانه متوالی قیمت نفت برنت بود که طولانی‌ترین دوره کاهش ثبت شده برای این شاخص قیمت بازار جهانی است. بریناکا ساچدوا، تحلیلگر ارشد بازار در شرکت «فیلیپ نوآ»، در یادداشتی نوشت: حرکت آرام قیمت نفت، نشان‌دهنده شکمخ بین خطرات ژئوپلیتیکی کوتاهمدت و عوامل بنیادی بازار بلندمدت است که پیش از نشست آئی اوپک پلاس، به عرضه بیش از حد اشاره دارد. قیمت نفت خام وست تگزاس اینترمدیت در سه ماهه اول سال ۲۰۲۶، به محدوده ۵۵ تا ۶۵ دلار در هر بشکه متمایل است. سازمان کشورهای صادرکننده نفت و متحدانش در چهارم ژانویه (یکشنبه ۱۴ دی)، به صورت مجازی تشکیل جلسه خواهند داد.

طلای جهانی سال جدید را افزایش قیمت شروع کرد



قیمت طلا در معاملات روز جمعه بازار جهانی و آغاز سال ۲۰۲۶، پس از ثبت رکوردهای بی‌سابقه در سال ۲۰۲۵، تحت تأثیر تنش‌های ژئوپلیتیکی و امید به کاهش نرخ بهره در سال جاری روند صعودی خود را از سر گرفت. بهای هر اونس طلا برای تحویل فوری با ۱.۳ درصد افزایش، به ۴۳۲۷ دلار و دو سنت رسید. بهای هر اونس طلا در بازار معاملات آتی آمریکا برای تحویل در فوریه، با یک درصد افزایش، به ۴۳۸۶ دلار و ۴۰ سنت رسید. بهای هر اونس نقره که روز دوشنبه، رکورد ۸۳ دلار و ۶۲ سنت را ثبت کرده بود، در معاملات روز جاری با ۲.۸ درصد افزایش، به ۷۳ دلار و ۳۰ سنت رسید. اونس نقره سال ۲۰۲۵ را با بیش از ۱۴۷ درصد رشد قیمت به پایان رساند که تحت تأثیر کمبود تاریخی موجودی نقره در بازار لندن، قرار گرفتن نقره در فهرست مواد معدنی حیاتی آمریکا و تقاضای صنعتی قوی بوده است. این فلز گرانبه‌ا در ۲۰۲۵، چندین رکورد را شکست که بسیار بیشتر از طلا بود و در بهترین عملکرد سالانه خود را ثبت کرد. «تیم واتر»، تحلیلگر ارشد بازار شرکت «کی ام سی ترید» گفت: به نظر می‌رسد فلزات گرانبه‌ا فروش پایان سال ۲۰۲۵ را جبران می‌کنند که اوایل هفته آنها را تحت تأثیر قرار داده بود. اونس طلا سال ۲۰۲۵ را با رشد چشمگیری ۶۴ درصدی قیمت که بزرگ‌ترین رشد سالانه آن از سال ۱۹۷۹ بود به پایان رساند و این افزایش قیمت تحت تأثیر کاهش نرخ بهره و احتمال تسهیل بیشتر سیاست‌های تسهیلی فدرال رزرو آمریکا، درگیری‌های ژئوپلیتیکی، افزایش تقاضای بانک‌های مرکزی و افزایش سرمایه ورودی به صندوق‌های قابل معامله در بورس، بوده است. آمریکایی‌ها هفته گذشته کمترین آمار درخواست‌های جدید مزایای بیمه بیکاری را در یک ماه ثبت کردند و در حالی‌که این تعداد از اوج اخیر خود کاهش یافته به نظر می‌رسد، همچنان ادامه خواهد داشت.

قیمت ارز بازار آزاد (تومان)	
دلار	۱۳۵,۶۰۰
یورو	۱۵۹,۱۰۰
پوند	۱۸۲,۱۰۰
درهم	۳۶,۱۰۰
لیبر	۳,۱۶۰
سکه تمام	۱۴۷,۵۰۰,۰۰۰
سکه نیم	۸۱,۱۰۰,۰۰۰
سکه ربع	۴۸,۷۰۰,۰۰۰
سکه یک گرمی	۲۱,۷۰۰,۰۰۰