

یادداشت

بیراهه‌های اقتصاد

مرتضی افقه، اقتصاددان

براساس شعارهای زمان انقلاب و آرمان‌های مندرج در قانون اساسی و اهدافی که در چشم‌انداز ۱۴۰۴ و شش برنامه توسعه تعیین‌شده، انتظار می‌رفت شرایط فعلی کشور، آن هم چهار دهه پس از انقلاب و سه دهه پس از پایان جنگ بسیار متفاوت از امروز باشد. وضع موجود از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و حتی مذهبی نه‌تنها فاصله زیاد و غیرقابل باوری با شعارها، اهداف و آرزوهای مندرج در اسناد گفته‌شده دارد، بلکه هنوز نشانه‌ای از قرار داشتن کشور در جاده توسعه و مسیری که به این اهداف منتهی شود، وجود ندارد. براساس تجارب موجود و نیز دانش و امکانات و پیشرفت‌های موجود، برای قرار گرفتن در جاده توسعه حدود ۲۰ سال کافی است. این ادعا براساس تجربه کشورهای آسیای جنوب شرقی از جمله مالزی و تا اندازهای اندونزی و کشورهای مثل ویتنام، چین و هندوستان بیان شده است. این کشورها پس از آنکه سیاستگذارانی توسعه‌یافته (چه توسط یک فرد یا حزب) حکمرانی کشور را به عهده گرفتند، با تدابیری محکم و قاطع ظرف حدود دو دهه توانستند شورهای عقب‌مانده و فقیر را به کشورهای تبدیل کنند که با سرعت به سمت پیشرفت و رفاه در حال حرکت هستند.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



لایحه واردات خودروهای کار کرده از سد شورای نگهبان گذشت

واردات کار کرده‌ها در ایستگاه پایانی

بیراهه‌های اقتصاد

بی‌اعتنا به ساختارهای ضدتولید و ضدتوسعه ایجادشده، موجب راندن و مهاجرت انبوهی از این گروه از نیروهای انسانی شده‌اند و آثانی که نخواست به نتوانسته‌اند مهاجرت کنند در داخل مورد بی‌مهری و انزوا قرار گرفته‌اند و کشور را از نیروهای انسانی (عامل اصلی و منحصربه‌فرد توسعه جوامع) محروم کرده‌اند. حال به برخی خطاهای نظری و اجرایی رایج در تصمیم‌گیری و سیاستگذاری‌های چهار دهه گذشته که موجب اتلاف وسیع منابع و فرصت‌سوزی‌های جبران‌ناپذیر شده است، به صورت مختصر اشاره می‌کنیم:

اشتیباهات یا غفلت‌های گروه اول

در طول چهار دهه گذشته احکام اقتصادی فراوانی از فقه مبنیای تصمیم‌گیری و سیاستگذاری و اجرا قرار گرفته که در برخی موارد به دلیل ناسازگاری با ساختارهای موجود، مشکلاتی جدی در مسیر اصلاح شاخص‌های اقتصادی ایجاد کرده است. بانکداری اسلامی، یکی از این موارد است. این سیستم که در شرایط مطلوب شاید می‌توانست بدون اشکال اجرایی گردد، در طول سال‌های پس از انقلاب نتوانست بانک‌ها را آن‌گونه که در توصیف نظام بانکداری اسلامی بیان شده است، در جهت رونق تولید و پیشرفت و رفاه اقتصادی بسپنج کند. به عنوان مثال، در حالی که در شرایط تورمی، آن هم تورم‌های دورقمی بالای ۲۰ درصد، دارایی‌های سپرده‌گذاران در سیستم بانکی فعلی را به نفع وام‌گیرندگان با کاهش جدی مواجه کرده است، هنوز اغلب قریب به‌اتفاق فقها افزون پرداخت مبلغی به جبران (معادل) کاهش قدرت خرید ناشی از تورم به حساب سپرده‌گذاران قرض‌الحسنه و مابه‌التفاوت نرخ سود بانکی و نرخ تورم را غیرشرعی تلقی می‌کنند. در موردی دیگر، به بهانه حرمت با انتشار اوراق قرضه که یکی از بهترین و موثرترین ابزار سیاستگذاری دولت‌ها برای کنترل بحران‌های اقتصادی است (رکود، تورم، تورم نوآم یا رکود...) تا اواخر دهه ۱۳۷۰ ممنوع بود و دولت‌ها ناچار بودند کسری‌های مزمَن بودجه خود را یا از کسورهای خارج و یا از بانک مرکزی (که هر دو صورت اشتباه است) تأمین کنند. تنها در اواخر دهه ۱۳۷۰ بود که با استنباط‌های جدید فقها، اوراق مشارکت که کارایی بسیار محدودی نسبت به اوراق قرضه داشتند، اجازه انتشار یافتند، اما نه به سبک رایج در اقتصاد عرفی اجازه انتشار یافتند، اما با نام اوراق مالی اسلامی (صکوک، اوراق بدهی، اوراق خزانه اسلامی).

همان‌گونه که ذکر شد، این تأخیر در حل مشکل اوراق قرضه بیش از سه دهه دولت‌ها را از مهمترین ابزار

ارزش معاملات خرد به کمترین رقم از ابتدای اسفندماه سال گذشته رسید

رکورد جدید رکودی بورس تهران

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات هفته گذشته با افت ۶ درصدی سطح ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار واحد را از دست داد و شاخص هم‌وزن نیز افت ۶٫۶۳ درصدی را تجربه کرد. این بدترین عملکرد هفتگی بورس از آغاز سال ۱۴۰۲ تاکنون به شمار می‌رود. افزایش نرخ گاز سوخت و خوراک صنایع و عدم شفافیت دولت در خصوص نرخ تسعیر ارز صنایع بزرگ و… باعث شد…

۴

نوسان نرخ ارز، ساختار اقتصاد ایران را مخدوش کرده است

ردپای تورمی سیاستگذاری ارزی

فرصت امروز: به نظر می‌رسد نوسان‌های ارزی، امان اقتصاد ایران را بریده است. غیرقابل پیش‌بینی بودن احتمالا بزرگ‌ترین آسیبی است که می‌تواند یک اقتصاد را تهدید کند. در یک اقتصاد غیرقابل پیش‌بینی، نقدینگی به سمت بازارهای غیرمولد می‌رود و کالاهای مصرفی به کالای سرمایه‌ای بدل می‌شوند. از آنجا که در کشورهای در حال توسعه، مکانیسم انتقال سیاست پولی تا حدی ضعیف است و هزینه‌های تولید به طور ضمنی و با توجه به چشم‌انداز اقتصادی پیش رو بهینه نبوده و همواره بیش از سطح مطلوب است، اثر نرخ ارز روی تورم در این کشورها نسبت به کشورهای توسعه‌یافته بیشتر است.

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی که روزهای آخر اسفندماه سال گذشته منتشر کرد، دولت را متهم ردیف اول بی‌ثباتی حاکم در اقتصاد ایران دانست و نوشت: نرخ ارز در نیمسال دوم ۱۴۰۱، روند صعودی به خود گرفت و در دو ماه اخیر با شتاب بیشتری مسیر صعودی خود را ادامه داد، تا جایی که در هفتم اسفندماه، نرخ ارز در بازار غیررسمی به ۶۰ هزار تومان رسید. نوسانات نرخ ارز به دلایل مختلف از جمله اینکه این نرخ به صورت تاریخی، لنگر اسمی انتظارات تورمی بوده و بازارها را با بی‌ثباتی روبه‌رو می‌سازد، از اهمیت زیادی در جامعه برخوردار است. با اینکه بخش زیادی از اقدامات دولت در ماه‌های گذشته معطوف به کاهش بی‌ثباتی ارز بوده اما این…

۳

«فرصت امروز» بخشنامه جدید بانک مرکزی را بررسی می‌کند

پیشروی فقهی در نظام بانکی

۲

مدیریت و کسب‌و کار

راهنمای طراحی استراتژی بازاریابی رابطه‌ای

دنیای بازاریابی پر از الگوها و مدل‌های مختلف برای اجراست. بسیاری از تیم‌های بازاریابی برای موفقیت در این حوزه اقدام به استفاده از تمام الگوهای موجود می‌کنند. شاید این امر گزینه جذابی به نظر برسد، اما در بلندمدت امکان کسب موفقیت را از کسب و کار شما خواهد گرفت. هر برندی باید براساس سطح نیازش اقدام به استفاده از الگویی مشخص در زمینه بازاریابی نماید. یکی از الگوهای کاربردی در طول چند سال اخیر بازاریابی رابطه‌ای (Relationship Marketing) است. بدون تردید همه بازاریاب‌ها و به طور کلی اهالی کسب و کار درباره اهمیت تعامل نزدیک با مشتریان مطالب بسیار زیادی شنیده‌اند. این امر فراتر از فروش محصولات به مشتریان است. شما در واقع باید مثل دوستان‌تان با چنین مشتریانی تعامل داشته باشید، در غیر این صورت هیچ شانس‌ی برای موفقیت در بازاریابی رابطه‌ای نخواهید داشت…

سیاستگذاری خود محروم کرد. مورد دیگر، زکات است. زکات که یک مالیات اسلامی است و قاعداً بر دارایی‌ها وضع می‌شود، طبق رساله‌های عملی موجود هنوز بر مواردی تعلق می‌گیرد که در صدر اسلام جزو دارایی‌ها تلقی می‌شدند (کنند، جو، خرما، کشمش، شتر، گاو، گوسفند، طلا و نقره)، یعنی عمداً بر کشاورزی و دامداری که فعالیت‌های رایج آن دوره بوده‌اند. هرچند اخذ مالیات برای تأمین مالی دولت اسلامی هم تجویز می‌شود، اما توصیه‌های اکید از طریق تبلیغات وسیع، کشاورزان و دامداران عمدتاً خرده‌پای مستقر در روستاها را برای پرداخت زکات محصولات خود مورد خطاب قرار داده، درحالی‌که انواع دارایی‌های رایج در عصر حاضر طبق احکام فقهی موجود، مشمول دریافت زکات قرار نمی‌گیرند.

به همین ترتیب می‌توان اتلاف و اسراف وسیع منابع طبیعی و مالی کشور (تعداد طرح‌های نیمه‌تمام و…) و

نیز تعرض و تصرف انفال، گسترش فقر و نابرابری و… که در آموزه‌های فقهی و دینی به شدت نهی شده است، از حالت توصیه‌های اخلاقی خارج نشده‌اند؛ در حالی که برخی احکام فقهی مثل موسیقی و… به شدت مورد توجه عملی بسیاری از فقها قرار گرفته و می‌گیرند.

خطاهای گروه دوم (اقتصادخواننده‌های بازار آزاد)

این گروه که اصرار دارند تنها توصیه‌های آنها مبتنی بر علم اقتصاد است و توصیه‌های دیگران که براساس مفروضات و ساختارهای موجود طرح می‌شوند را غیرعملی تلقی کنند، اصراری غیرمنطقی بر اجرای کامل مبنای اقتصاد آزاد دارند؛ اصراری که در طول سه دهه گذشته پس از پایان جنگ، هزینه‌های فراوانی به کشور و مردم تحمیل کرده و فرصت‌های جبران‌ناپذیری از کشور گرفته است. این در حالی است که تمام گزاره‌ها و تئوری‌های علمی وقتی صادق هستند در پیش‌فرض‌های تعیین‌شده در تئوری‌ها، در جامعه هدف وجود داشته باشند. هرچند این پیش‌فرض‌ها (مبنای نظری و ساختارهای سیاسی، اداری، تقنینی، اقتصادی و اجتماعی) در جوامع پیشرفته که مولد تئوری‌ها هستند وجود داشته و بر آن اساس تئوری‌ها تدوین شده‌اند، اما در بسیاری از کشورهای درحال توسعه به ویژه ایران (با شرایط منحصربه‌فردش) نه‌تنها این پیش‌فرض‌ها موجود نیستند، بلکه بسیاری از ساختارهای موجود ضدتولید و ضدتوسعه هستند؛ بنابراین عمل به این نسخه‌های نامناسب در واقع، به‌سان پاشیدن بذر در شوره‌زارها و زمین‌های نامناسب است. همچنان که کشت در زمین‌های شور و نامناسب حاصل چندانی ندارد و تنها عوامل تولید (بذر، آب و نیروی انسانی و…) را تلف می‌کنند، تجویز و اصرار بر اجرای این نسخه‌های صرفاً

اقتصادی در این ساختارهای معیوب تاکنون هزینه‌های جبران‌ناپذیری بر کشور تحمیل کرده است. برخی از این توصیه‌های اشتباه در شرایط موجود عبارت‌اند از: خصوصی‌سازی‌ها، مناطق و بنادر آزاد تجاری، نسخه مهار تورم، ادعای بارانه پنهان، سهم مالیات‌ها در بودجه، کوچک‌سازی دولت و سهم پژوهش در تولید ملی و نقش دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی.

خصوصی‌سازی‌های سه دهه گذشته موجب انحراف جدی از اهداف تعیین‌شده و ایجاد شکاف عظیم طبقاتی در کشور شده‌اند. آنچه در طول سال‌های پس از جنگ با عنوان خصوصی‌سازی در کشور رخ داد، بیش از آنکه منافی برای کشور داشته باشد، موجب انحراف وسیع در تخصیص منابع و توزیع درآمد در کشور شده که هم خلاف آموزه‌های توسعه‌ای است و هم در تقابل با آموزه‌های دینی و شعارهای انقلاب (مندرج در قانون اساسی) است. بنادر و مناطق آزاد هم از جمله تقلیدهای کورکورانه همان گروه از اقتصادخوانده‌هایی است که نسخه‌های‌شان بی‌اعتنا به ساختارهای نامناسب اجرایی شده و زبان‌های زیادی به مردم و کشور وارد کرده است. هرچند در اقتصاد کلان رایج در دانشگاه‌های خارجی و داخلی، دلیل تورم را عمدتاً به سمت تقاضا ارجاع داده و بنابراین راه‌حل را معمولاً کاهش تقیدهای دیده‌اند، همچون موارد فوق، دلیل و ریشه تورم داخلی در بسیاری موارد با دلایل آن در کشورهای دیگر متفاوت است.

از جمله توصیه‌ها و نسخه‌های غلط دیگری که گروهی از اقتصادخوانده‌های بی‌اعتنا به بسترهای نامناسب اقتصادی، سال‌هاست در رسانه طرح و در برخی موارد، سیاستگذاران و مجریان را به تصمیمات غلط و پرهزینه‌ای سوق داده‌اند، ادعای پرداخت بارانه‌ها پنهان دولت به مردم از طریق - به‌زعم آنان - ارزان‌فروشی کالاهای و خدمات دولت (آب و برق و گاز و بنزین…) است. کوچک‌سازی دولت نیز از جمله توصیه‌های دیگری است که مدت‌هاست در فضای سیاسی و اجرایی کشور پرتکرار بوده و البته عمدتاً توسط اقتصاددانان نیز توصیه و تجویز و تأکید شده است. هرچند در تئوری، کوچک‌سازی و اصلاح ساختارهای دولت، امری مطلوب و مورد تأکید است و بنابراین قابل نقد نیست، اما اصرار به کوچک‌سازی دولت بدون توجه به دلایل ساختاری و نهادی که منجر به بزرگ شدن دولت در ایران شده، بی‌نتیجه و طبق تجربه سه دهه گذشته برای کشور و مردم پرهزینه بوده است؛ زیرا این اصرار باعث شد زوار خزانه‌هایی گهگاه ادغام‌شده، مجدد مجزا شده و به صورت مکرر وقت نمایندگان و سیاستگذاران را مدت‌هاست به خود اختصاص داده، بدون اینکه حاصلی در جهت بهبود کارایی و بهره‌وری بخش دولتی داشته باشد.

موفق به کسب تندیس زرین شد، سایر شرکت‌های گروه پاسارگاد نیز خوش درخشیدند که از آن جمله می‌توان به شرکت «پرداخت الکترونیک پاسارگاد» در گروه شرکت‌های پرداخت، نرم‌افزار «بی‌پاد» در گروه اپلیکیشن‌های پرداخت و «بیمه پاسارگاد» در گروه بیمه اشاره کرد که در گروه‌های تخصصی ذکرشده موفق به کسب جایگاه محبوب‌ترین نام تجاری شدند.

در دهمین جشنواره برند محبوب مصرف‌کنندگان برای سومین بار متوالی

بانک پاسارگاد برند محبوب بانکی شد

توسط انجمن حمایت از مصرف‌کنندگان به عنوان گسترده‌ترین نظرسنجی مردمی در زمینه محبوبیت برندها، بستری برای شناسایی نام‌های تجاری محبوب را فراهم نموده است تا ضمن شناسایی برندهای خوشنام ایرانی توسط مردم، زمینه تقدیر از آنها را فراهم آورد. در این جشنواره، مصرف‌کنندگان به عنوان مهمترین تصمیم‌گیران و داوران انتخاب برندهای محبوب

به مشتریان و رضایت ایشان را الگوی عمل خود قرار داده است، با انتخاب مستقیم مردم عزیز کشورمان در تمام گروه‌های بانکی شامل «بانکداری اینترنتی»، «همراه‌بانک» و «خدمات بانکی مصوری»، عنوان محبوب‌ترین نام تجاری بانکی را به خود اختصاص داد که این امر مهر تأییدی بر رضایت و اعتماد مشتریان به بانک پاسارگاد است. جشنواره برند محبوب هر ساله

بانک پاسارگاد در دهمین جشنواره برند محبوب مصرف‌کنندگان با انتخاب مستقیم مردمی در هر سه گروه خدمات بانکی به عنوان محبوب‌ترین برند بانکی کشور معرفی شد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، این بانک که همواره خدمت به مشتریان را افتخار خود دانسته و با گذر از شعار «حق با مشتری است» و تحقق باور «مشتری ذات بانک است»، احترام

مهمترین تحولات جمعیتی ایران تا ۳ دهه آینده

یک سوم جمعیت سالمند می‌شوند

چندی پیش، مرکز آمار ایران از جمعیت ۹۵٫۲ میلیونی جامعه ایران در الفق ۱۴۱۵ خبر داد و از زنانه شدن سالمندی، کاهش سنکونت در روستاها و نزدیک شدن جمعیت زنان به مردان به عنوان مهمترین تحولات جمعیتی ایران در سال‌های پیش رو یاد کرد. هرچند پس از سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، دیگر سرشماری جمعیتی در ایران انجام نشده است، اما مرکز آمار در گزارش مفصلی که در رابطه با شاخص‌های کلان اقتصادی و اجتماعی تهیه کرده، به پیش‌بینی جمعیت کشور در فاصله سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۱۵ دست زده است. این بررسی با روش ترکیبی پیش‌بینی جمعیت انجام شده است که متداول‌ترین روش پیش‌بینی جمعیت بوده و از مجموعه عوامل مؤثر بر تغییر و تحولات جمعیت یعنی باروری، مرگ و میر، مهاجرت و ترکیب سنی و جنسی جمعیت استفاده شده است.

یافته‌های گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که جمعیت ایران تا سال ۱۴۱۵ به بیش از ۹۵٫۲ میلیون نفر افزایش پیدا می‌کند. به عبارت بهتر، جمعیت ایران از حدود ۸۱٫۰۷ میلیون نفر در سال ۱۳۹۶ با روندی افزایشی به ۹۵ میلیون و ۲۷۸ هزار نفر در سال ۱۴۱۵ خواهد رسید. همچنین جمعیت زنان به مردان نزدیک‌تر می‌شود و با وجود اینکه در سال ۱۳۹۶ تعداد مردان حدود یک میلیون نفر از زنان بیشتر بوده و از کل جمعیت این سال، ۴۱۰٫۴ میلیون مرد و ۴۰۰٫۲ میلیون نفر زن بوده‌اند، اما در سال ۱۴۱۵ این ترکیب جمعیتی به نزدیک شدن تعداد زنان به مردان منتهی می‌شود و به طور دقیق‌تر، تعداد مردان به ۴۷٫۹ میلیون نفر و زنان به ۴۷٫۳ میلیون نفر افزایش پیدا خواهد کرد.

در افق جمعیتی سال ۱۴۱۵ همچنین روستاها خالی‌تر از جمعیت می‌شود. براساس برآورد مرجع آماری کشور، در سال ۱۳۹۶ تعداد مردان و زنان در نقاط شهری ۶۰٫۲ میلیون نفر بوده که ۳۰٫۵ میلیون مرد و ۲۹٫۷ میلیون زن بوده‌اند، اما پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارد که تا سال ۱۴۱۵ مجموع زنان و مردان در نقاط شهری به ۷۶٫۳ میلیون نفر خواهد رسید که سهم مردان ۳۸٫۳ میلیون و زنان ۳۷٫۹ میلیون خواهد بود، اما در نقاط روستایی و غیرساکن از تعداد جمعیت کاسته خواهد شد.

در این میان، مرکز پژوهش‌های مجلس نیز نسبت به سالمندشدن یک سوم جمعیت کشور هشدار داده و معتقد است که سهم جمعیت سالمند ایران تا ۳۰ سال آینده دو برابر می‌شود. انظور که نهاد پژوهشی مجلس در گزارش خود با عنوان «بررسی وضعیت سالمندی در ایران آینده و چالش‌های آن» آورده است، بیش از ۳۰ درصد از جمعیت کشور در ۳۰ سال آینده سالمند خواهند بود. این در حالی است که به ازای هر ۷۰۰ سالمند یک تخت مراقبت از سالمند در کشور وجود دارد و به طور متوسط هر بازنشسته حدود ۲۳ سال حقوق بازنشستگی دریافت خواهد کرد.

براساس برآوردهای جمعیتی مرکز پژوهش‌ها، ایران در ۳۰ سال آینده با بحران سالمندی مواجه خواهد شد؛ به‌طوری‌که بیش از ۳۰ درصد از جمعیت کشور، سالمند خواهد بود. در سال‌های ۱۳۴۵ تا ۱۳۹۵ به‌رغم افزایش جمعیت کشور، درصد رشد سالیانه آن، پس از پشت سر گذاشتن دوره بیش‌زایی دهه ۶۰، همواره نزولی بوده است. سهم سالمندان نیز به جز در بازه زمانی ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۵، رشد دوره‌ای (ساله ۱۰) صعودی داشته است؛ به‌طوری‌که از رشد منفی ۱۷ درصد در سال ۱۳۵۵ به رشد ۲۸ درصدی در سال ۱۳۶۵ رسیده است. طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته، سهم جمعیت سالمند ایران از سال ۱۳۹۸ تا سال ۱۴۲۱ (طی ۲۳ سال)، از ۱۰ به ۲۰ درصد خواهد رسید. این در حالی است که روند تغییرات این شاخص در کشورهای توسعه‌یافته، طی ۷۰ تا ۱۲۰ سال رخ می‌دهد.

براساس این گزارش، یکی از مهمترین عوامل مؤثر در تشدید مسئله سالمندی، کاهش بعد خلوار است. براساس داده‌های سازمان ثبت احوال کشور، از کل ولادت‌های رخ داده در سال ۱۳۹۹، حدود ۴۰ درصد ولادت مرتبه اول (فرزند اول)، ۴۰٫۸ درصد ولادت مرتبه دوم (فرزند دوم)، ۱۴٫۲ درصد ولادت مرتبه سوم (فرزند سوم) و ۴٫۳ درصد ولادت مرتبه چهارم و بیشتر است. بنابراین در بسیاری از ازدواج‌ها، دو تک‌فرزند با هم ازدواج خواهند کرد که در آینده باید چهار پدربزرگ و مادربزرگ را سرپرستی کنند. بدین ترتیب سالمندی جمعیت، کشور را با چالش‌های مختلفی مواجه خواهد کرد که یکی از مهمترین آن، افزایش هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی- درمانی است. در دهه‌های گذشته، ایران با بار اقتصادی بیماری‌های واگیر و عفونی روبه‌رو بوده و فعالیت‌های بخش سلامت به پیشگیری، درمان و بازتوانی عوارض ناشی از این‌گونه بیماری‌ها معطوف بوده است. در دهه‌های پیش‌رو با بروز پدیده گذار اپیدمیولوژیک، بار اقتصادی بیماری‌ها بر بیماری‌های غیرواگیر و مزمن متوجه شده است. اما موج سومی در راه است و به‌زودی بار اقتصادی بیماری‌ها بر سالمندی جمعیت ایران و عوارض ناشی از آن متمرکز خواهد شد. کمبود زیرساخت‌های مراقبت از سالمندان نیز یکی دیگر از چالش‌های سالمندی جمعیت است؛ به‌طوری‌که با در نظر داشتن تعداد ۹ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر جمعیت سالمند در کشور باید اذعان داشت که در حال حاضر به ازای هر ۷۰۰ سالمند یک تخت مراقبت از سالمند وجود دارد. این در حالی است که شاخص مذکور در کشورهای توسعه‌یافته معادل یک تخت به ازای ۱۸ سالمند است. گزارش مرکز پژوهش‌ها، یکی دیگر از مهمترین چالش‌های سالمندی را ناپایداری نظام رفاهی کشور معرفی می‌کند.

افزایش امید به زندگی دوره دریافت مستمری در دوران سالمندی افزایش یافته است؛ به‌طوری‌که در سال ۱۳۵۸، شاغلان با متوسط حدود ۲۷ سال خدمت، بازنشسته می‌شدند و با توجه به میزان امید به زندگی در همان سال (۵۷٫۵ سال)، به‌طور متوسط حدود ۱۱ سال حقوق بازنشستگی دریافت می‌کردند. این در حالی است که در حال حاضر، متوسط سن بازنشستگی در ایران برای مردان حدود ۵۲ سال و برای زنان حدود ۵۰ سال است. با سن امید به زندگی ۷۲ سال برای مردان و ۷۶ سال برای زنان، به طور متوسط مردان حدود ۲۰ سال و زنان حدود ۲۶ سال مستمری دریافت می‌کنند. این امر به واردشدن بار مالی بر صندوق‌های بازنشستگی منجر شده است. علاوه بر آن، میزان جمعیت در سن کار، رشدی کمتر از نرخ رشد بازنشستگان (سالمندان) داشته و این عدم توازن جمعیت، بر ناپایداری نظام‌های مبتنی بر مزایای معین تأثیر گذار است. اگرچه این مسئله، اجرای اصلاحات در نظام بازنشستگی را اجتناب‌ناپذیر کرده است اما توجه به ابعاد اجتماعی و حفظ استانداردها در اصول اساسی بیمه‌های اجتماعی مانند جامعیت، کفایت، پایداری و فراگیری در اجرای اصلاحات نیز انکارناپذیر است. در مجموع، سالمندی جمعیت در ایران برخلاف کشورهای غربی، قبل از فرآیند توسعه‌یافتگی اتفاق افتاده است. بنابراین احتمالاً راهکارهای این کشورها در این خصوص مناسب ایران نباشد؛ چراکه این کشورها ابتدا روند توسعه‌یافتگی را طی کرده و سپس با سالمندی مواجه شده‌اند. به همین دلیل، نهادهای رفاهی، قدرت کافی برای اجرای اصلاحات در ابعاد مختلف بازنشستگی، سلامت و حتی جایگاه اجتماعی به منظور دستیابی به دوره سالمندی پاکیفیت داشته‌اند، اما سالمندی در ایران قبل از توسعه در حال وقوع است و به نوعی یک مهمان ناخوانده به حساب می‌آید. لذا می‌بایستی راهکارهای متناسب با شرایط ایران را در دستور کار قرار داد.

«فرصت امروز» بخشنامه جدید بانک مرکزی را بررسی می‌کند

پیشروی فقهی در نظام بانکی



با ش‌ع را به رئیس کل اعلام کند. رئیس کل موظف است مصوبات شورای فقهی را پیگیری و بر حسن اجرای آنها نظارت کند.»
به گفته «نظافتیان»، «ظاهرا در این مرحله است که مسئولان بالاخره دریافتند که نهادی به نام «دبیرخانه شورای فقهی» با این‌همه وسعت اختیارات به تصویب قانونگذار نیاز دارد و نمی‌توان بی‌قانون نهادی را تأسیس و مدیران بانکی را ملزم به اجرای مصوبات آن کرد. به همین دلیل در یکی از بندهای ماده ۱۸ قانون بانک مرکزی برای مشروعیت‌بخشی به این نهاد تازه‌تأسیس مقرر شده: «شورای فقهی دارای دبیرخانه‌ای است که دبیر آن به پیشنهاد رئیس شسورای فقهی و پس از تأیید اکثریت اعضای شورا، با حکم رئیس کل برای مدت دو سال منصوب می‌شود و انتخاب مجدد وی بلامانع است. ساختار دبیرخانه و شرح وظایف آن به تصویب شورای فقهی می‌رسد و توسط رئیس کل ابلاغ می‌شود.» توجه کنید که حتی در همین قانون تصویب نشده، «دبیرخانه شورای فقهی» هم عرض شورای فقهی بانک مرکزی نیست تا مصوبات قانونا برای مدیران شبکه بانکی کشور همانند مصوبات شورای فقهی لازم‌الرایه باشد. اما حسب اطلاع، شورای نگهبان این قسمت از ماده ۱۸ قانون بانک مرکزی را به علت داشتن بار مالی تأیید نکرده است. بر فرض تصویب نهایی این قانون، آیا رئیس کل بانک مرکزی ساختار و شرح وظایف «دبیرخانه شورای فقهی» را تاکنون به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرده است؟»

به نام نظارت، به کام مدیریت

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها در جمع‌بندی صحبت‌هایش با اشاره به شبیه قانونی «دبیرخانه شورای فقهی» می‌افزاید: «مجمع تشخیص مصلحت نظام، ماده ۱۸ قانون بانک مرکزی راجع به حدود اختیارات شورای فقهی بانک مرکزی را مغایر با بند ۹ سیاست‌های کلی قانون‌گذاری تشخیص داده است؛ یعنی در حال حاضر تنها مستند قانونی شورای فقهی بانک مرکزی، ماده ۱۶ برنامه ششم توسعه است که در این قانون هم کمترین نشانی از نهادی به نام «دبیرخانه شورای فقهی» و اختیارات گسترده آن در دست نیست. آنچه بانک‌ها ملزم به اجرای آن هستند صرفا مصوبات شورای فقهی است. بنابراین تشکیل یک نهاد هم عرض با نام «دبیرخانه شورای فقهی» فاقد مبنای قانونی به نظر می‌رسد. از سوی دیگر، ناظران فقهی بانک‌ها می‌توانند علاوه بر نظارت فقهی در مدیریت بانک نیز مداخله کنند، این موضوع می‌تواند اختیارات مدیران بانک‌ها را تحت تأثیر قرار دهد و دوتگانگی مدیریت و نظارت را به همراه آورد. این دوتگانگی قطعا سرگردانی مدیران و مشترکان بانک‌ها را به همراه خواهد داشت. تصور نمی‌کنم که برای نظارت فقهی بر فرآیندهای بانکی در چارچوب ماده ۱۶ برنامه ششم توسعه با توجه به حاکمیت فانون عملیات بانکی بدون ربا، کسی مخالف وجود یک نهاد قانونی با نام «شورای فقهی بانک مرکزی» باشد. عدم مغایرت فرآیندهای بانکی با موازین شرعی را همه پذیرفته‌اند، ولی تشکیل نهادی به نام «دبیرخانه شورای فقهی» فراتر از قانون و هم‌طراز با شورای فقهی با ناظران شرعی بانک‌ها فاقد مبنای قانونی مشخص است.»

نگهبان و مجمع تشخیص مواجه شد. حالا در شرایطی که این طرح هنوز به تأیید نهایی نرسیده است، بانک مرکزی بر رعایت موازین شریعت در قالب دستورالعمل «راهنمای اجرایی نظارت و تطبیق شرعی در موسسات اعتباری» تأکید کرده است.

«علی نظافتیان»، دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها در این باره به «فرصت امروز» می‌گوید: «در بخشنامه جدید بانک مرکزی آمده که «برکناری مسئول نظارت و تطبیق شرعی لازم است با ذکر دلایل توجیهی توسط هیأت‌مدیره موسسه اعتباری و پس از تأیید شورای فقهی بانک مرکزی انجام شود». پس از تأیید مغایرت اعلامی توسط دبیرخانه شورای فقهی و اعلام آن به موسسه اعتباری، هیأت‌مدیره موظف است بلافاصله اجرای مقرره داخلی مذکور را متوقف کند. در صورتی‌که به هر دلیل امکان توقف یکباره اجرای مقرره وجود نداشته باشد، لازم است هیأت‌مدیره در نامه‌ای توجیهی، برنامه خود را برای انجام اصلاحات در بازه زمانی حداکثر چهار ماهه به دبیرخانه شورای فقهی اعلام نماید.» طبق مقررات برنامه ششم توسعه که فعلا تنها مستند قانونی شورای فقهی بانک مرکزی است، آنچه برای بانک‌ها لازم‌الاجراست صرفا مصوبات شورای فقهی بانک مرکزی است؛ زیرا در برنامه ششم توسعه نهادی به نام «دبیرخانه شورای فقهی» پیش‌بینی نشده است، اما بخشنامه اخیر بانک مرکزی برخلاف برنامه ششم، اجرای نظارت یک نهاد جدید با نام «دبیرخانه شورای فقهی» را هم بر بانک‌ها لازم دانسته است. سوال این است که آیا شورای فقهی بانک مرکزی براساس مقررات برنامه ششم توسعه تا این حد از اختیارات قانونی برخوردار است که علاوه بر شورای فقهی، نهادی به نام «دبیرخانه شورای فقهی» تشکیل دهد و بانک‌ها را مکلف به اجرای مصوبات این نهاد تازه‌تأسیس کند؟»

نظارت فقهی بر فرآیند بانکی

او سپس به جایگاه شورای فقهی بانک مرکزی در طرح قانون بانک مرکزی اشاره می‌کند و توضیح می‌دهد: «مجلس در آبان‌ماه ۱۴۰۱، قانون بانک مرکزی را تصویب کرد. در این قانون بنا به صلاحدید مجلس، جایگاه شورای فقهی بانک مرکزی از یک شورای تحت‌نظر رئیس کل بانک مرکزی به یکی از ارکان بانک ارتقا یافت. ماده ۱۸ این طرح در مورد صلاحیت‌های قانونی شورای فقهی بانک مرکزی گفتند: «برای حصول اطمینان از اجرای صحیح عملیات بانکی بدون ربا و جهت نظارت بر عملکرد نظام بانکی و اظهارنظر نسبت به رویه‌ها و ابزارهای رایج، شیوه‌های عملیاتی، دستورالعمل‌ها بخشنامه‌ها، چارچوب قرارداده‌ا و نحوه اجرای آنها از جهت انطباق با موازین فقه اسلامی، شورای فقهی موظف است نسبت به مصوبات هیأت عالی و کمیته‌های ذیل آن که حسب تشخیص رئیس شورای فقهی واجد ملاحظات شرعی می‌باشد، اظهارنظر نموده و موارد عدم انطباق با شرع را توسط رئیس شورا کتبا به رئیس کل اعلام کند. همچنین شورا موظف است درخصوص موضوعاتی که توسط رئیس کل به شورای فقهی ارجاع می‌شود یا توسط دبیرخانه یا به درخواست هر یک از اعضای شورای فقهی در دستور کار شورا قرار می‌گیرد، اظهارنظر نموده، موارد عدم انطباق

ایمان ولی‌بوز
IvanKaramzof@yahoo.com

بخشنامه جدید بانک مرکزی، پرسش‌های زیادی را در محافل کارشناسی و بانکی مطرح کرده است. هفته گذشته بود که بانک مرکزی، مجموعه رهنمودهای شورای فقهی بانک مرکزی را تحت عنوان «راهنمای اجرایی نظارت و تطبیق شرعی در موسسات اعتباری» به بانک‌ها ابلاغ نمود. سابقه این بخشنامه البته به دو سال قبل برمی‌گردد که بانک‌ها در آخرین روزهای سال ۱۴۰۰ با الزام بانک مرکزی موظف به تعیین مسئول نظارت و تطبیق شرعی شدند. این ماجرا در آن زمان، گمانه‌زنی‌های زیادی را به دنبال داشت و سخنگوی شورای فقهی بانک مرکزی در واکنش به موج حدس و گمان‌ها گفت که «برخی خبرگزاری‌ها اعلام کردند در هر شعبه یک ناظر شرعی قرار است مستقر شود که این کذب محض است و در هر بانک یک نفر به عنوان ناظر شرعی تعیین خواهد شد.» رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس هم گفت که «خبر منتشرشده درخصوص استخدام ۲۰ هزار ناظر روحانی در بانک‌ها موضوعیت ندارد و به صورت مثال، اگر بانک ملی در کل کشور ۲هزار شعبه هم داشته باشد، تنها یک روحانی به عنوان ناظر برای این ۲هزار شعبه انتخاب می‌شود و گزارش نظارتی خود را ارائه می‌کند، بدون اینکه معاونت و یا کارمندی داشته باشد.» سخنگوی بانک مرکزی نیز در تکمیل این صحبت‌ها در فضای مجازی نوشت که «براساس مصوبه شورای فقهی بانک مرکزی، در هر بانک یا موسسه اعتباری، یک نفر به عنوان مسئول نظارت شرعی در کمیته تطبیق حضور خواهد داشت. بنابراین برخی ادعاها مبنی بر حضور ناظران شرعی در همه شعب بانک‌ها به هیچ‌وجه صحت ندارد.»

از برآیند این توضیحات چنین برمی‌آید که ناظر شرعی در هر بانک تنها یک نفر خواهد بود، اما همانطور که از عنوان بخشنامه جدید بانک مرکزی پیداست – راهنمای اجرایی نظارت و تطبیق شرعی در موسسات اعتباری – به نظر می‌رسد ماجرا مفضل‌تر از این حرف‌هاست. آیا این بخشنامه، معنایی جز توسعه زیرپوستی تشکیل‌ناظران شرعی در بانک‌ها دارد؟ هزینه این توسعه تشکیلاتی برعهده کیست؟ دولت یا سهامداران بانک‌ها؟

جایگاه دبیرخانه شورای فقهی

حدود ۴۰ سال از اجرای بانکداری بدون ربا در ایران می‌گذرد. با وجود آنکه قرار بود قانون عملیات بانکی بدون ربا پس از پنج سال از تصویب آن در شهریورماه ۱۳۶۲ مورد بازنگری قرار گیرد، اما این فرصت در این سال‌ها هیچ‌گاه دست نداد تا امسال شاهد ۴۰ سالگی بانکداری بدون ربا با همه ضعف‌ها و قوت‌هایش باشیم. حال پس از چند دهه قرار است طرح جدید بانکداری به این چالش پایان دهد. سابقه طرح بانکداری اسلامی به مجلس دهم برمی‌گردد که کلیات آن در آذرماه ۱۳۹۸ به تصویب رسید. با پایان کار مجلس دهم و آغاز به کار مجلس یازدهم، طرح بانکداری اسلامی، تغییرات زیادی را به خود دید و چندین بار مورد بازبینی و اصلاح قرار گرفت. حاصل این طرح گسترده در نهایت به تصویب طرحی با عنوان قانون بانک مرکزی انجامید که البته در ادامه با ۱۷۳ ایراد از سوی شورای

لایحه واردات خودروهای کارکرده از سد شورای نگهبان گذشت. پس از آنکه نمایندگان مجلس به واردات خودروهای کارکرده چراغ سبز نشان دادند و آن را نه به تصویب رساندند، این لایحه از سد شورای نگهبان و مجمع تشخیص هم گذشت تا واردات خودروهای کارکرده به تعبیر سخنگوی شورای نگهبان به قانون تبدیل شود. «هادی طحان نظیف»، سخنگوی شورای نگهبان دیروز در نشست خبری خود از تأیید لایحه واردات خودروهای کارکرده در این شورا خبر داد و گفت: «واردات خودروهای کارکرده از نظر شورای نگهبان مخالف شرع و قانون اساسی شناخته نشد و با توجه به موافقت هیأت عالی نظارت مجمع، این مسئله امروز تبدیل به یک قانون شده است.»

این اما تنها خبر خودرویی روز گذشته نبود و طبق اصلاحیه اخیر هیأت وزیران، خرید خودروی خارجی برای دستگاه‌های اجرایی ممنوع شد. براساس اصلاحیه اخیر اعمال شده هیأت وزیران در ضوابط اجرایی قانون بودجه سال جاری، خرید هرگونه خودروی سواری خارجی برای دستگاه‌های اجرایی ممنوع شده است. در همین حال، رئیس سازمان ملی استاندارد از تسهیلمگری درخصوص واردات و صادرات در حوزه استاندارد خبر داد و گفت: «شرایط برای واردات خودرو به نحوی رقم خورده که میلیون‌ها خودرو می‌تواند فوراً وارد کشور شود.» «مهدی اسلام‌پناه» روز شنبه در نشست خبری جایزه ملی کیفیت، در بخشی از صحبت‌های خود با اشاره به موضوع تسهیلمگری در واردات و صادرات گفت: «بسته‌ای به عنوان بهار خدمت در فروردین امسال در اجلاس هیه مدیران دولت در سالن اجلاس رونمایی شد که براساس آن دستگاه‌ها مکلف به تسهیل‌گری در حوزه خود شدند. بنابراین سازمان ملی استاندارد طی ۴۵ روز کاری بر این موضوع تمرکز کرد تا بسته تدوین شود و براساس آن، تسهیلمگری درخصوص واردات و صادرات نیز انجام شود. براساس این بسته اکنون شرایط برای واردات خودرو به نحوی رقم خورده که میلیون‌ها خودرو می‌تواند فوراً وارد کشور شود و این موضوع در واقع تسهیلمگری واردات

نوسان نرخ ارز، ساختار اقتصاد ایران را مخدوش کرده است

ردپای تورمی سیاستگذاری ارزی



فرصت امروز؛ به نظر می‌رسد نوسان‌های ارزی، اسان اقتصاد ایران را بریده است. غیرقابل پیش‌بینی بودن احتمالا بزرگ‌ترین آسیب‌ساز است که می‌تواند یک اقتصاد را تهدید کند. در یک اقتصاد غیرقابل پیش‌بینی، نقدینگی به سمت بازارهای غیرمولد می‌رود و کالاهای مصرفی به کالای سرمایه‌ای بدل می‌شوند. از آنجا که در کشورهای در حال توسعه، مکانیسم انتقال سیاست پولی تا حدی ضعیف است و هزینه‌های تولید به طور ضمنی و با توجه به چشم‌انداز اقتصادی پیش رو بهینه نبوده و همواره بیش از سطح مطلوب است، اثر نرخ ارز روی تورم در این کشورها نسبت به کشورهای توسعه‌یافته بیشتر است.

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی که روزهای آخر اسفندماه سال گذشته منتشر کرد، دولت را متهم ردیف اول بی‌ثباتی حاکم در اقتصاد ایران دانست و نوشت: نرخ ارز در نیمسال دوم ۱۴۰۱، روند صعودی به خود گرفت و در دو ماه آخر با شتاب بیشتری مسیر صعودی خود را ادامه داد، تا جایی که در هفتم اسفندماه، نرخ ارز در بازار غیررسمی به ۶۰ هزار تومان رسید. نوسانات نرخ ارز به دلایل مختلف از جمله اینکه این نرخ به صورت تاریخی، لنگر اسمی انتظارات تورمی بوده و بازارها را با بی‌ثباتی روبه‌رو می‌سازد، از اهمیت زیادی در جامعه برخوردار است. با اینکه بخش زیادی از اقدامات دولت در ماه‌های گذشته معطوف به کاهش بی‌ثباتی ارز بوده اما این اقدامات نه‌تنها به کنترل نرخ ارز منجر نشد بلکه خود به عامل تشدید بی‌ثباتی بدل شد و شرایط را بدتر کرد. برآیند گزارش مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد به دلیل تداوم ناترازی‌های کلان اقتصادی و عدم کلیات صادرات نفتی برای جبران کامل کسری حساب جاری بدون نفت و پوشش این ناترازی‌ها، روند صعودی نرخ ارز دور از انتظار نیست. در چنین شرایطی، امنیت از فضای اقتصاد رخت می‌بندد و افزایش نااطمینانی نسبت به وضعیت آتی ارزی کشور از طریق افزایش ریسک نگهداری دارایی‌های داخلی نسبت به خارجی، به افزایش خروج سرمایه و افزایش نوسانات نرخ ارز منجر می‌شود.

خروج سرمایه در اقتصاد بی‌ثبات

معمولا خروج سرمایه به اشتباه به فرار سرمایه به شکل انتقال دارایی‌ها به خارج از کشور نسبت داده می‌شود. گزارش مرکز پژوهش‌ها در این باره می‌گوید: خروج سرمایه فقط به معنای فرار سرمایه به خارج از مرزهای کشور نیست و افزایش دارایی‌های خارجی نیز نوع دیگری از خروج سرمایه است. برای مثال زمانی که نگهداری اسکناس ارز و طلا در داخل مرزهای کشور افزایش پیدا می‌کند، خروج سرمایه رخ داده است. یا زمانی که صادرکننده بازگشت ارز خود به چرخه اقتصادی را به تعویق می‌اندازد، به معنای افزایش مقطعی خروج سرمایه است. در واقع، خروج سرمایه لزوماً به معنای خروج از مرزهای جغرافیایی کشور نیست، بلکه خروج آن از چرخه اقتصاد است. هرچه دارایی‌ها و سرمایه‌های داخلی از بازده کمتر و ریسک بیشتری در نسبت با سرمایه‌ها و دارایی‌های خارجی برخوردار باشد، تقاضای خروج سرمایه افزایش پیدا می‌کند. نظر به ماهیت دارایی‌گونه ارز، افزایش ریسک‌ها و نااطمینانی‌ها به سرعت در نرخ ارز منعکس می‌شود. به عنوان مثال، کم‌رنگ شدن احتمال حصول توافق هسته‌ای، سفرها و اقدام‌های مقامات آمریکایی به کشورهای منطقه برای اعمال فشار بیشتر به ایران، تحریم‌های جدید وضع شده علیه برخی از نهادها و اشخاص ایرانی و سایر علامت‌ها در کنار خبرهایی که فعالان اقتصادی در خصوص عدم بهبود روابط بین‌المللی دریافت کرده‌اند از طریق افزایش خروج سرمایه (اعم از فرار) از عواملی است که به افزایش نوسانات نرخ ارز منجر شده و بخشی از پدیده بازگشت ارز خود به چرخه اقتصادی است.

به گزارش پایگاه خبری اتاق تهران، در حالی که تمام شواهد حکایت از کمبود ارز در اقتصاد ایران می‌کند، یکی از مهمترین راه‌های نگه داشتن ارز در چرخه تولید، توسعه حساب‌های ارزی است که می‌تواند ارزهای دریافتی را به بخش تولید هدایت کرده و با تخصیص تسهیلات ارزی، برخی از نیازهای بی‌بخش تولید به ارز را برطرف کند. نوسان ارز اینچنین هم

که ارز خارجی را به پول داخلی تبدیل می‌کنند، نرخ ارز با زمان صدور کالا چه تفاوتی خواهد داشت. تولید در اقتصاد ایران به شدت به واردات کالاهای سرمایه‌ای، واسطه‌ای و مواد اولیه وابسته است. با در نظر گرفتن چنین شرایطی، تضعیف ارزش پول ملی، افزایش هزینه‌های تولید، رکود و تعطیلی صنایع را در پی خواهد داشت. براساس آخرین آمارها، یک هزار و ۶۰۰ واحد تولیدی کوچک در کشور فعال هستند، اما وقتی برای تولیدکننده ثباتی در نرخ ارز وجود ندارد، ادامه حیات و بقای آنها به اما و اگرهای بسیاری وابسته می‌شود.

تورم؛ مولود نوسان نرخ ارز

در کشورهایی با مختصات اقتصادی همچون اقتصاد ایران، مهمترین عوامل موثر بر تورم کوتاه‌مدت، سیاست‌های مالی و پولی دولت است. تورم در اقتصادهای از این جنس تا حد زیادی به نرخ ارز وابسته است. البته در ایران و کشورهای نفتی علاوه بر نرخ ارز که ربط مستقیم به صادرات نفت و سیاست‌های ارزی سرکوبگرانه دولت (که معمولاً به میزان ذخایر ارزی و کسری بودجه وابسته است) دارد، قیمت داخلی محصولات نفتی نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است. بنابراین سیاست‌های مالیاتی و پولی در ایران و کشورهای نفتی، نقش بسیار ضعیف‌تری در نوسانات کوتاه‌مدت و میان‌مدت تورم دارند. از آنجا که دولت مالک دارایی‌های نفتی است، فروش نفت و محصولات نفتی، درآمد دولت محسوب می‌شود و دولت با افزایش نرخ ارز و قیمت محصولات نفتی می‌تواند کسب درآمد کند (سیاست انقباضی) یا با پایین نگه‌داشتن آنها ایجاب رفاه و رونق کند (سیاست انبساطی). همین سیاست عامل اصلی چرخه‌های رکود-تورمی و رونق-غیرتورمی در اقتصاد ایران است که اقتصاد ایران را دچار یک دهه نوسان و آشوب ارزی کرده است.

معمولاً اقتصاددانان به تاسی از کشورهای توسعه‌یافته پیشنهاد می‌کنند بانک مرکزی مستقل باشد که به نظر می‌رسد در ایران این نسخه به تنهایی شفافیت نیست. مهمتر از آن، جدا کردن دولت از نفت است که به نظر می‌رسد امری در سطح «قانون اساسی» است. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود، بانک مرکزی به همراه درآمد‌های نفتی به مجلس واگذار شود. این تنها راه کاهش وابستگی نوسانات تورم کوتاه‌مدت به نرخ ارز و قیمت فراورده‌های نفتی است، اگرچه به واسطه ایجاد استقلال نهادهای بانک مرکزی می‌تواند تورم بلندمدت را نیز کاهش دهد. البته باید به خاطر داشت که این برای کاهش تورم بلندمدت کافی نیست و باید ساختار اقتصاد رقابتی شود و راه موثر آن نیز پیوستن به اقتصاد جهانی و جهانی شدن است.

زیمینگیر شدن تولید با نوسان ارز

نرخ ارز، یکی از مهمترین متغیرها در تعیین نسبت قیمت واردات و صادرات کسب و کارها و در نتیجه تعیین میزان رقابت‌پذیری آنهاست. کاهش نرخ واقعی ارز از یکسو قیمت کالاهای صادراتی در بازارهای خارجی را افزایش و از سوی دیگر قیمت کالاهای وارداتی در بازارهای داخلی را کاهش می‌دهد که محاصل آن انتقال تقاضای کل به سمت تقاضای کالاهای و خدمات خارجی و عدم استفاده کامل از تمامی ظرفیت‌های موجود در اقتصاد است. در واقع، تکانه‌های نرخ ارز از مهمترین عواملی است که از آن می‌توان به عنوان چالش عمده میان بخش‌های تولید، اشتغال و صادرات یاد کرد؛ چالشی که امکان برنامه‌ریزی را از بین‌گذاشته تولیدی می‌گیرد و سبب می‌شود تا تولید با کمبود سرمایه در گردش مواجه شود؛ به‌طوری‌که نگاه‌های تولیدی در قیمت‌گذاری کالا دچار سردرگمی می‌شوند.

در این شرایط، برخی دارایی خود را تبدیل به ارزی‌های خارجی می‌کنند و بخشی از سرمایه‌ها به‌جای اینکه در اختیار بانک‌ها و سپس بنگاه‌ها قرار داده شود به طور مستقیم تبدیل به ارز می‌شود. همچنین تداوم وضعیت نااطمینانی، نقش موثری بر درآمد‌های مولد و حتی صادراتی خواهد داشت. تاثیرگذاری نااطمینانی نرخ ارز این‌گونه است که صادرکنندگان با کاهش قیمت محصولات، ارز خارجی به دست می‌آورند که اگر نااطمینانی و نوساناتی در بازار نرخ ارز حاکم باشد نمی‌تواند مطمئن شوند، زمانی

اخبار

ایرانی‌ها در خردادماه چقدر تراکنش بانکی داشتند؟

تاثیر کرونا بر ابزارهای پرداخت

زورآزمایی اقتصاد و کرونا در چند ماه گذشته کماکان ادامه دارد و هر بار که محدودیت‌ها افزایش پیدا می‌کند، تقاضای معاملاتی افت می‌کند و در زمان کاهش محدودیت‌ها، تقاضای بنگاه‌ها و خانوار بهبود می‌یابد. حالا تازه‌ترین گزارش شاپرک نشان می‌دهد که در سومین ماه سال جاری تعداد تراکنش‌ها نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۲۱ درصدی داشته و تراکنش‌های شبکه الکترونیکی پرداخت کارتی کشور به بیش از ۵۵۲ هزار میلیارد تومان رسیده است.

براساس تازه‌ترین گزارش اقتصادی منتشرشده از سوی شاپرک، مجموع تعداد تراکنش‌های انجام شده شاپرک در خرداد امسال به ۳۳۰۸ میلیون عدد رسیده که ارزش این تراکنش‌ها در مجموع به بیش از ۵۵۲ هزار میلیارد تومان می‌رسد که نسبت به اردیبهشت رشد ۹۵۳ درصدی در تعداد و ۱۵،۱۲ درصدی در ارزش ریالی داشته است. بر این اساس، رشد اسمی ماهانه تراکنش‌های شاپرک در خردادماه نسبت به ماه گذشته ۱۵،۱۲ درصد بوده است.

در خردادماه همچنین سهم ابزارهای پذیرش اینترنتی در تراکنش‌های انجام شده ۶،۳۲ درصد و ابزار پذیرش موبایلی ۳،۴۴ درصد بوده و این در حالی است که کارت‌خوان‌های فروشگاه‌های بیش از ۹۰ درصد تراکنش‌های انجام شده را به خود اختصاص داده‌اند. از تعداد تراکنش‌های انجام شده ۸۸،۲۳ درصد مربوط به خرید کالا و خدمات، ۷،۵ درصد مربوط به پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه و معادل ۴،۲۷ درصد مربوط به مانده‌گیری بوده است.

سوالی که اینجا مطرح می‌شود، چرایی بالاتر بودن سهم ابزار کارت‌خوان فروشگاه‌های بازار تراکنش‌های شاپرک است. تحلیل‌های رسمی حاکی از این است که تراکنش‌های ابزار پذیرش کارت‌خوان‌ها و بالا بودن تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش کارت‌خوان‌ها به عواملی مانند وجود محدودیت انجام تراکنش روی ابزار پذیرش موبایلی، تعداد بالای ابزار کارت‌خوان فروشگاه‌ها، فراگیر بودن این ابزار و عدم نیاز این ابزار به تجهیزات مکمل دیگر نظیر کامپیوتر یا گوشی موبایل مربوط است. این درحالی است که به‌منظور استفاده از ابزار پذیرش اینترنتی، به بستر اینترنتی امن و در استفاده از ابزار پذیرش موبایل پی‌وجود دستگاه گوشی تلفن‌همراه نیاز است که ممکن است هنگام خرید در دسترس همگان قرار نداشته باشد. همچنین از مجموع کل تراکنش‌های انجام‌شده در خرداد معادل ۹۲،۵۴ درصد موفق و ۷،۴۶ درصد ناموفق بوده، البته تراکنش‌هایی که با سوایچ شاپرک انجام شده، ۹۹،۹۸ درصد موفق بوده است، اما از مجموع تراکنش‌های ناموفق انجام شده در این ماه، ۰۹ درصد به دلیل خطای پذیرندگی، ۰،۲ درصد به دلیل خطای شاپرک، ۱۰۶۲ درصد به دلیل خطای صادرکنندگی، ۸۷۸۲ درصد به دلیل خطای کاربری و ۰۴۶ درصد به علت خطای کسب و کار بوده است.

براساس این گزارش، نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی در خرداد ماه سال جاری نیز ۱۶۵،۷ درصد بوده و این در حالی است که نسبت اسکناس و مسکوک در دست اشخاص به نقدینگی در این ماه تنها ۲،۱۱ درصد بوده است. بنا بر تحلیل آمارهای رسمی در خرداد امسال، ابزار کارت‌خوان فروشگاه‌ها با ۳۱۳ تراکنش به ازای هر کارت‌خوان در مکان نخست قرار می‌گیرد و پذیرش اینترنتی با ۱۳۰ تراکنش به ازای هر ابزار و پذیرش موبایلی با ۷۹ تراکنش به ازای هر ابزار فعال به ترتیب در مکان‌های بعدی قرار می‌گیرند. افزون بر این، متوسط تراکنش هر ابزار پذیرش شاپرک در ماه مذکور معادل ۲۶۳ تراکنش است که این تعداد نسبت به مقدار مشابه در ماه گذشته افزایش ۲۵۸۹ واحدی (۹۲،۱۰ درصدی) را تجربه کرده است. همچنین بیشترین افزایش متوسط تعداد تراکنش مربوط به کارت‌خوان فروشگاه‌ها بوده است.

تجدید فراخوان مناقصه عمومی

یک مرحله‌ای

نوبت دوم

شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiranir.com انجام خواهد شد. و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

موضوع مناقصه: عملیات اجرایی احداث مخزن ۵ متر مکعبی، خط انتقال و شبکه توزیع آب روستای دریاخ شهربان بندر خمیر مبلغ برآورد اولیه: ۲۳۷۵۸،۷۲۰،۳۲۲ ریال (بست و سه میلیارد و هفتصد و پنجاه و هشت میلیون و هفتصد و بیست هزار و سیصد و شصت و دو ریال).

(اعتبار پروژه فوق از محل طرح‌های تملک دارایی‌های سرمایه‌ای و بصورت نقدی تأمین میگردد)

مبلغ تضمین شرکت در فرایند مناقصه: مبلغ ۱،۱۸۸،۰۰۰،۰۰۰ ریال (یک میلیارد و یکصد و هشتاد و هشت میلیون) ریال.

رتبه و رشته مورد نظر: رتبه ۵ ب

مبلغ خرید اسناد: ۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال به شماره حساب سپهر ۰۱۰۲۲۹۳۹۰۰۰۳ بانک صادرات شعبه گلشهر جهت فروش اسناد مناقصه مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۴ تاریخ ۱۴۰۲،۰۴،۲۵ ساعت ۱۴ تاریخ ۱۴۰۲،۰۵،۰۲

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۴ مورخ ۱۴۰۲،۰۵،۱۶

زمان بازگشایی پاکت‌های کیفی: ساعت ۸ صبح مورخ ۱۴۰۲،۰۵،۱۷

زمان بازگشایی پاکت‌های مالی: ساعت ۱۰ مورخ ۱۴۰۲،۰۵،۲۳

محل بازگشایی: سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان و حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پیشنهادها آزاد است. امتیاز کیفی لازم: پیشنهادت واصله پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران و احراز حداقل امتیاز لازم (۷۰٪) بازگشایی خواهد گردید.

پیشنهاد دهندگان موظف می‌باشند اسناد مناقصه را از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiranir.com دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم شامل پاکت الف، ب و ج تهیه و به صورت فایل‌های pdf در سامانه فوق درج نمایند.

سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های نقد و ارزیابی کیفی آدرس: بندرعباس - بلوار ناصر - جنب بیمارستان شریعتی - شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان (امور قراردادهای) تلفن: ۰۸۶-۸۶-۳۳۵۰۵۸۲-۳۳۵۰۵۸۲ سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به نشانی WWW.Abfa.Hormozgan.com: اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه، مرکز تماس تهران: ۰۲۱۳۱۳۱۳۱ دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۳۷۲ و ۸۵۱۹۳۶۷۸ -

روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان

۴۸۱

مناقصه عمومی شماره ۷۰-۲۰۲

نوبت دوم

شناسه آگهی ۱۵۲۸۸۹۹

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان در نظر دارد مناقصه عمومی فوق را با مشخصات و شرایط کلی ذیل از طریق برگزاری مناقصه ، به شرکت های واجد شرایط واگذار نماید.

الف) شرح مختصر کارها:

موضوع پروژه	مبلغ برآورد(ریال)	شهرستان	مدت پیمان (ماه)	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (ریال)
تعمیر و مرمت نرده حفاظ (قلزی)پل‌ها حوزه حفاظتی پارسیان	۱۶،۵۰۳،۷۵۷،۷۱۹	پارسیان	۱۲	۸۲۵،۱۸۷،۸۸۶

ب) محل تأمین اعتبار: از محل اعتبارات استانی

ج) شرایط مناقصی: ۱- داشتن شخصیت حقوقی ۲- داشتن توانایی ارائه ضمانت نامه بانکی شرکت در فرآیند ارجاع کار و ضمانت نامه انجام تعهدات ۳- دارا بودن حداقل رتبه ۵ رشته راه و ترابری. لذا متقاضیانی که دارای شرایط مذکور در بند «ج» فوق بوده و مدارکی اجرائی پروژه را دارند می‌توانند جهت اخذ اسناد مناقصه از ساعت ۱۴:۳۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۵ تا لغایت ۱۴:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۳۱ یا از پایگاه اینترنتی سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiranir.com مراجعه نمایند. آخرین مهلت تحویل اسناد مناقصه، ساعت ۱۳:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۱ و بازگشایی پاکت ساعت ۰۸:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۱ خواهد بود. جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس اینترنتی www.iets.mpor.gov.ir مراجعه نمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۴/۲۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۲۵

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای

آگهی فراخوان مناقصه عمومی

نوبت دوم

شرهداری فردوسیبه در نظر داشت نسبت به اجرای پروژه فاز دوم احداث ساختمان آتش نشانی از طریق مناقصه عمومی اقدام نماید لذا شرکت های واجد شرایط جهت دریافت اسناد فراخوان و اطلاعات بیشتر منوطند از تاریخ ۱۴۰۲،۰۴،۱۸ تا مورخه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiranir.com بر فراخوان شرکت نمایند. مبلغ برآورد اولیه: ۷۷۹۴۲،۱۳۱،۰۶۹ ریال

۲-سپرده شرکت در مناقصه: ۳۸۹۷،۱۰۶۵۵۲ ریال که بایستی نقداً به حساب شماره ۰۱۱۶۴۲۵۹۰۰۰۷ (شماره شب) ۰۱۱۶۴۲۵۹۰۰۰۷ IR به بانک ملی به نام شهرداری فردوسیبه یا بصورت ضمانت‌نامه بانکی تسلیم دبیرخانه این شهرداری گردد

لازم به ذکر است چنانچه برندگان اول و دوم مناقصه حاضر به عقد قرارداد نتوانند سپرده آنان به ترتیب به نفع شهرداری ضبط خواهد شد. ۳- مهلت و محل دریافت اسناد مناقصه از تاریخ انتشار آگهی تا ساعت ۱۳:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲،۰۴،۲۴ و محل دریافت اسناد آن صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ستاد به آدرس www.setadiranir.com میباشد.

۴-مهلت و محل تسلیم پیشنهادات: متقاضیان میبایست پاکتهای پیشنهاد قیمت خود را که برابر شرایط مندرج در اسناد مناقصه تنظیم شده است از حداکثر تا ساعت ۱۳:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲،۰۵،۰۲ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (www.setadiranir.com) بارگذاری نمایند. تذکر صرفاً اسناد پاکتهای پیشنهاد (ب) و (ج) دارای امضای الکترونیکی مورد پذیرش است و در جلسه بازگشایی پاکتهای (ب) و (ج) اسناد فاقد امضای الکترونیکی دارای مهر گرم به هیچ وجه مورد پذیرش نیست.

۵- مدارک لازم جهت دریافت اسناد مناقصه: جهت دریافت اسناد مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (www.setadiranir.com) نسبت به تهیه اسناد اقدام نمایند.

۶- زمان بازگشایی پیشنهادها ساعت ۱۳:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲،۰۵،۰۴ می‌باشد. ۷- شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است.

۸- هزینه ثبت آگهی به عهده برنده مناقصه میباشد که از محل مطالبات کسر خواهد شد.

مصطفی عموزه - سرپرست شهرداری فردوسیبه

۴۵۱

فراخوان تجدید مناقصه عمومی / یک مرحله ای / دو نوبته

موضوع: ساخت هشت قلم پره های توربین رسون ENI۸۵

شماره: ۲۰۰۲۰۹۱۸۷۱۰۰۰۰۳۳

نوبت اول

شناسه آگهی ۱۵۲۵۴۲۴

مدت اعتبار پیشنهادها: پیشنهاد مناقصه گران و ضمانت نامه شرکت در فرآیند ارجاع کار به مدت ۳ ماه از آخرین تاریخ بارگشت پاکت معتبر بوده و در صورت درخواست مناقصه گزار تا ۳ ماه دیگر قابل تمدید باشد.

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۰۲۱-۴۱۹۳۴۴-۰۲۱ دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۳۷۲-۰۲۱ (ج) دارای امضای الکترونیکی کلیه مراحل برگزاری مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiranir.com انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

آدرس: خوزستان - امیدیه - مایکوه - شرکت انتقال گاز ایران- منطقه یک صندوق پستی: ۳۱۵۱-کدپستی: ۶۳۷۸۱-۱۱۹۸۴

تلفن امور پیمایشها: ۵۲۶۲۵۱۱-۰۶۱

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۲۶

شرکت انتقال گاز ایران

مدت قرارداد: ۱۸ ماه

زمان توزیع اسناد مناقصه: توزیع اسناد مناقصه و کارگزار استعلام ارزیابی کیفی بین مناقصه گران از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول در روزنامه کنترالانتشار به مدت ۵ روز کاری خواهد بود.

زمان ارائه پیشنهاد: حداکثر تا ساعت ۱۳:۰۰ روز یکشنبه ۱۴۰۲/۰۵/۱۵

زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۰:۰۰ روز دوشنبه ۱۴۰۲/۰۵/۱۶

شرایط متقاضیان شرکت در مناقصه:

۱- ارائه مجوز ساخت، تولید یا فروش از مراجع ذیصلاح لازمی می‌باشد.

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ ۴،۹۴۱۵۰،۰۰۰ ریال ضمانت‌نامه بانکی مطابق با آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۳۴۴-ت ۰۶۵-۵۷ تاریخ ۱۳۴۴/۰۱/۲۲ (وازی وجه نقد به حساب سیبا بانک ملی به شماره حساب ۴۹۱۰۹۰۵۷۱۲۱۳۷۴۴ ریال بانک مرکزی و در وجه شرکت انتقال گاز ایران- منطقه یک انجام گیرد)

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۴/۲۵

روابط عمومی منطقه یک عملیات انتقال گاز

۴۳

انرژی



آژانس بین‌المللی انرژی:

تولید ماهانه نفت ایران ثابت ماند

آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) در جدیدترین گزارش ماهانه خود از بازار نفت، تولید نفت ایران در ژوئن نسبت به ماه پیش از آن را بدون تغییر اعلام کرد. براساس داده‌های گزارش بازار نفت آژانس بین‌المللی انرژی، تولید نفت ایران در ژوئن به ۳۰۰۱ میلیون بشکه در روز رسید که در مقایسه با مه، تغییری نشان داد. این آژانس در گزارش قبلی خود، تولید نفت ایران در ماه مه را ۲۸۷۰ میلیون بشکه در روز اعلام کرده بود اما در گزارش اخیرش، این رقم را به ۳۰۰۱ میلیون بشکه در روز بازمی‌نویس کرد. تولید نفت ۱۰ کشور عضو اوپک که در توافق محدودیت عرضه مشارکت دارند، در ژوئن به ۲۳٫۷۹ میلیون بشکه در روز در مقایسه با ۲۳٫۷۴ میلیون بشکه در روز در ماه مه، کاهش یافت. ایران به همراه لیبی و ونزولا از مشارکت در کاهش تولید اوپک معاف هستند. طبق آمار منابع ثانویه در گزارش بازار نفت اوپک که همزمان با گزارش آژانس بین‌المللی انرژی منتشر شد، تولید نفت ایران در ژوئن با ۵۶ هزار بشکه در روز افزایش، به ۲٫۷۵۴ میلیون بشکه در روز رسید. در گزارش آژانس بین‌المللی انرژی آمده است: تولید کمتر از سوی عربستان سعودی و اعضای بزرگ اوپک پلاس از زمان پیاده‌سازی محدودیت عرضه در نوامبر گذشته، تاکنون با تولید بالاتر از سوی تولیدکنندگان دیگر، خنثی شده است. عرضه جهانی نفت در ژوئن، ۷۰ هزار بشکه در روز پایین‌تر از سطح تولید اکتبر بود که هنوز نخستین دور کاهش تولید اوپک پلاس شروع نشده بود. ایران که به دلیل تحریم‌ها، از مشارکت در کاهش تولید معاف است، طی این مدت، تولیدش را ۵۳۰ هزار بشکه در روز افزایش داده است و به بالاترین میزان در پنج سال گذشته رسانده است. همزمان تولید نفت در قزاقستان و نیجریه بهبود پیدا کرده است. خارج از گروه اوپک پلاس، تولید نفت آمریکا به میزان ۶۱۰ هزار بشکه در روز افزایش یافت اما عرضه جهانی نفت با اعمال کاهش اضافی یک میلیون بشکه در روز از سوی عربستان سعودی، ممکن است در ژوئیه به میزان بیش از یک میلیون بشکه در روز کاهش پیدا کند. تولید عربستان سعودی قرار است در ماه‌های ژوئیه و اوت، به حدود ۹ میلیون بشکه در روز برسد که پایین‌ترین رکورد دو سال اخیر است.

پیش‌بینی اوپک از تقاضای بالاتر برای نفت

تقاضای نفت برای سال ۲۰۲۳ رشد می‌کند

اوپک در جدیدترین گزارش ماهانه‌اش، پیش‌بینی خود از رشد تقاضا برای نفت در سال ۲۰۲۳ را بالاتر برد و برآورد کرد که رشد تقاضا در سال میلادی آینده، به دلیل موانع منفی اقتصادی، اندکی ملایم خواهد شد. سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) در جدیدترین گزارش بازار نفت، پیش‌بینی کرد تقاضای جهانی برای نفت در سال ۲۰۲۴، به میزان ۲٫۲۵ میلیون بشکه در روز رشد می‌کند که در مقایسه با رشد ۲٫۴۴ میلیون بشکه در روز در سال میلادی جاری، افزایش ۲٫۲ درصدی خواهد داشت. پیش‌بینی اوپک از نرخ رشد تقاضا برای نفت در سال میلادی آینده، دو برابر میزان پیش‌بینی‌شده از سوی آژانس بین‌المللی انرژی است که جدیدترین گزارش خود از بازار نفت را روز پنجشنبه منتشر کرد. قیمت نفت در پی انتشار گزارش اوپک، صعودی شد. رشد تقاضا برای نفت، نشان می‌دهد که وضعیت بازار بهبود پیدا کرده و در تصمیمات سیاستی اوپک پلاس، تاثیر خواهد داشت. این گروه که شامل اوپک و متحدانش است، در ژوئن با هدف تقویت بازار، تصمیم گرفتند توافق محدودیت عرضه را تا پایان سال ۲۰۲۴، تمدید کنند. در گزارش اوپک آمده است: رویکرد پیشگیرانه اوپک پلاس و کاهش عرضه، به ثبات بازار افزوده است و بر این اساس، عوامل بنیادین قوی که امسال مشاهده شدند، انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۴ هم تداوم داشته باشند. طبق گزارش اوپک، انتظار می‌رود رشد اقتصادی جهانی قوی در بحبوحه تداوم بهبود چین، در سال ۲۰۲۴ مصرف نفت را تقویت کند. همچنین اوپک در این گزارش، پیش‌بینی خود از رشد تقاضا برای نفت در سال ۲۰۲۳ را به میزان ۹۰ هزار بشکه در روز نسبت به ماه قبل، افزایش داد. منابع نزدیک به اوپک هفته گذشته اظهار کرده بودند که این گروه در نخستین چشم‌انداز خود از رشد تقاضا برای نفت در سال آینده که ماه جاری منتشر می‌کند، احتمالاً دیدگاه خوش‌بینانه را حفظ خواهد کرد و کندی رشد تقاضا نسبت به امسال را پیش‌بینی می‌کند، اما انتظار دارد رشد تقاضا همچنان بالاتر از حد میانگین باشد. اوپک با فرض اینکه تورم کلی در نیمه دوم سال ۲۰۲۴، ملایم می‌شود، پیش‌بینی کرد رشد تقاضا جهانی در سال میلادی آینده به ۲٫۵ درصد در مقایسه با ۲٫۶ درصد در سال ۲۰۲۳ می‌رسد. همچنین فرض را بر این گذاشت که افزایش نرخ بهره تا پایان سال ۲۰۲۳، به اوج می‌رسد. براساس دورنمای سال ۲۰۲۴ اوپک، تقاضا برای نفت، رشد بسیار سریع‌تری از عرضه تولیدکنندگان خارج از اوپک خواهد داشت. اوپک انتظار دارد عرضه غیراوپک، به میزان ۱٫۴ میلیون بشکه در روز رشد کند و از رشد تقاضا عقب بماند. در نتیجه، ۳۰۰۲ میلیون بشکه در روز می‌رسد که ۸۰۰ هزار بشکه در روز بالاتر از سال ۲۰۲۳ خواهد بود. اوپک در حال حاضر، کمتر از این میزان، تولید می‌کند. طبق گزارش اوپک، تولید اوپک در ژوئن، با افزایش تولید ایران و عراق، ۹۱ هزار بشکه در روز افزایش یافت و به ۲۸٫۱۹ میلیون بشکه در روز رسید. ایران از مشارکت در توافق اوپک، معاف است. براساس گزارش روتترز، اوپک انتظار دارد آمریکا بزرگ‌ترین سهم را در رشد عرضه غیراوپک در سال ۲۰۲۴ داشته باشد. این گروه پیش‌بینی کرد که رشد تولید نفت شیل آمریکا از ۷۳۰ هزار بشکه در روز در سال ۲۰۲۳، به ۵۰۰ هزار بشکه در روز در سال ۲۰۲۴ کاهش پیدا می‌کند.

وزیر نیرو خیر داد

پساب به زودی وارد بورس انرژی می‌شود

وزیر نیرو از ورود پساب به بورس انرژی خبر داد و گفت طی هفته‌های آینده شاهد گشایش این تابلو خواهیم بود. علی‌اکبر محرابیان در حاشیه مراسم رونمایی از پیشخوان رصد منابع آب کشور در جمع خبرنگاران ب بیان اینکه در تبصره ۸ قانون ۱۴۰۲ تأمین آب شرب برای صنایع پیش‌بینی شده بود که وزارت نیرو می‌بایست از طریق استفاده حداکثری از پساب بهداشتی و همچنین آب دریا، آب صنایع را تأمین کند، گفت: این موضوع این امکان را به وجود می‌آورد که منابع آب بیشتری را در اختیار صنایع قرار دهیم و صنایع نیز بتوانند تولید بیشتری داشته باشند. به گفته محرابیان، براساس برآوردهای صورت گرفته این موضوع می‌تواند بیش از ۲میلیارد مترمکعب آب برای صنایع تأمین کند و صنایع آب‌ببر نیز موفق به اجرای طرح‌های خود شوند. علاوه بر این از طریق آزادسازی پساب می‌توان نیاز مناطق دیگری که نیاز به آب شرب را دارند را تأمین کرد. براساس قانون می‌بایست شرایط رقابتی ایجاد شود و پیش‌بینی می‌کنیم از طریق بورس ظرفیت پساب بهداشتی در اختیار صنایع قرار گیرد. او با بیان اینکه اخیراً بانک جهانی گزارشی را درخصوص وضعیت دسترسی به تأمین آب شرب در مناطق شهری و روستایی در کشورهای مختلف منتشر کرد که براساس این گزارش ایران در سطح جهان و منطقه در وضعیت ممتازی قرار داشت، اظهار کرد: براساس این گزارش دسترسی ایران در آب شرب شهری ۹۹٫۸۲ درصد و در مناطق روستایی بیش از ۸۲ درصد ثبت شده است. به گفته وی، در جهان متوسط دسترسی به آب شرب شهری ۸۵ درصد و آب روستایی ۵۹ درصد بوده همچنین در منطقه غرب آسیا دسترسی به آب شرب در بخش شهری ۸۳ درصد و در بخش روستایی ۶۹ درصد ثبت شده است.

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در محدوده ۱۷۰ هزار واحد

ارزش معاملات خرد به کمترین رقم از ابتدای اسفندماه سال گذشته رسید

رکورد جدید رکودی بورس تهران



شپنا بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. در سوی دیگر، بیشترین ورود پول حقیقی به نمادهای قاسم، ناما و شبندر اختصاص داشت. نمادهای فارس، کگل و ومعدان نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. در مقابل فولاد، شبندر و وبملت از نمادهای سبز بودند که اثر مثبت بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای ارفع، زاگرس و وسپهر بیشترین اثر افزایشی را و نمادهای فچهان، شگویا و گل‌دیرا بیشترین اثر کاهشده را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکش بورس نیز شهر بیشترین تراکش را داشت و خودرو و وبملت در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز کتوسعه، دی و عالیس بیشترین تراکش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۱ هزار و ۹۵۲ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۷۶ میلیارد تومان بود که ۸۵ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۲۳ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۴ هزار و ۸۱۸ میلیارد تومان رسید که کمترین رقم از ابتدای اسفند سال گذشته تاکنون است. نماد خمک بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۹۹ میلیارد تومان بود. در معاملات روز گذشته، ۷۱ نماد صف خرید داشتند و ۸۹ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۲۷ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۳۹۹ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۲۳ درصدی به ۳۴۳ میلیارد تومان رسید.

نوسان ترش و شیرین شاخص

بازار بورس تهران در جریان معاملات روز شنبه با نوسان ترش و شیرینی همراه شد. در روزهایی که برای بازار سرمایه جان و رمقی باقی نمانده است و هر که از هر طرف بر سنر این بازار سنگی می‌زند شاخص کل بورس تهران در نیمه اول بازار روند مثبتی به خود گرفت و تا ۱۰ هزار واحد مثبت شد، اما باز هم در نیمه دوم اهالی بازار از فرصت مثبت ۱۰ هزار واحدی استفاده کردند و با عرضه‌هایی ۱۰ هزار واحد مثبت در نهایت با ۵۱۳ واحد منفی کار را به پایان برد. به گزارش «کوایران»، ارزش معاملات بازار بورس تهران در حوالی ۱۰ هزار میلیارد تومان ایستاد که ۶ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان سهم ارزش معاملات بورس بود و حدود ۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان هم صندوق‌های قابل‌معامله به خود اختصاص دادند تا ارزش معاملات فرابورسی نیز به کمتر از یک هزار میلیارد تومان برسد. شاخص بورس تهران که روز چهارشنبه با افت سنگینی مواجه شده بود

رقابت بین ۳ قدرت بزرگ جهان در آفریقا تشدید خواهد شد

تلاقی قدرت‌ها در قاره سیاه

«دستور ۲۰۶۳: آفریقای که ما می‌خواهیم»، یک برنامه جمعی برای مبارزه با فقر و توسعه منطقه‌ای در آفریقا است. هدف اصلی این دستور کار، تبدیل قاره آفریقا به یک قدرت جهانی در آینده‌ای نزدیک است. در حال حاضر، قاره آفریقا ۱۷ درصد از جمعیت جهان را شامل می‌شود، اما تنها ۲٫۹ درصد از تولید جهانی و ۲٫۶ درصد از تجارت جهانی را تشکیل می‌دهد. تجارت بین آفریقایسی نیز در حال افزایش است. نهادهای اقتصادی مهم آفریقا شامل جامعه اقتصادی کشورهای غرب آفریقا (ECOWAS) و منطقه تجارت آزاد قاره آفریقا است. در سال ۲۰۲۳، منطقه شمال آفریقا و زیر صحرای آفریقا رشدی ۳٫۲ درصدی خواهند داشت، اما برخی کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند که اقتصادهای آفریقا در سال ۲۰۲۳ با دوران نر تلاطمی مواجه خواهند شد.

«همانطور که گفته شد، اتحادیه اروپا، ایالات متحده آمریکا و چین در سال‌های اخیر تلاش‌های خود را برای ایجاد روابط اقتصادی، سیاسی و امنیتی در قاره آفریقا افزایش داده‌اند و رقابت بین این سه قدرت بزرگ جهانی در سال‌های آینده در قاره سیاه قطعاً تشدید خواهد شد؛ آنچه از نقش آفریقا در محاسبات ژئواکونومیک قدرت‌ها حکایت دارد.

«اتحادیه اروپا دارای موقعیت برتری در میان سرمایه‌گذاران بین‌المللی در آفریقا است و احتمالاً این موقعیت را حفظ خواهد کرد.

تجارت اتحادیه اروپا با کشورهای شمال آفریقا به وسیله موافقت‌نامه‌های دوجانبه تجارت آزاد تنظیم شده است که سبب افزایش صادرات اتحادیه اروپا به این کشورها شده است. همچنین وجود موافقت‌نامه‌های دیگری نیز در شکل‌دهی به روابط تجاری اتحادیه اروپا و قاره آفریقا نقش دارد. رهبران اتحادیه اروپا و اتحادیه آفریقا (AU) در ششمین اجلاس سران

درحالی نیمه اول را با حدود ۱۰ هزار واحد مثبت سپری کرده بود که با شروع نیمه دوم این رشد باعرضه همراه شد و در نهایت شاخص با افت ۵۱۴ واحد کار را تمام کرد. بازار از منظر تکنیکالی محدوده‌ای قرار دارد که از نظر تعداد سطوح حمایتی کلاسیک و هارمونیک محدوده قابل‌توجهی است و می‌تواند به یکی از این سطح واکنش نشان دهد. سطح ۲۰۰ درصد فیبوناچی موج قبلی شاخص محدوده‌ای است که می‌توانست برای شاخص کل بورس تهران یک سطح حمایتی خوبی را ایجاد کند و دیروز شاخص بورس تهران از محدوده خیلی پایین‌تر نفت و نشان داد که می‌تواند از این سطح به‌عنوان یک سطح حمایت خوب استفاده کند. هرچند که نباید فراموش کرد تراکم سطوح حمایتی در این محدوده بسیار بالاست.

توقف ریزش شاخص پس از ۵ روز

از نظر تکنیکالیست‌های بازار سرمایه که الگوهای شمعی ژاپنی توجه زیادی دارند در سطوح حمایتی مهم شکل کندل‌های شمعی ژاپنی از درجه اهمیت بالاتری برخوردار می‌شود. در جریان معاملات شنبه و از منظر تکنیکالی شمعی ژاپنی شاهد تشکیل الگوی شمعی ژاپنی برگشتی هستتیم که در بین اهالی تکنیکالیست با عناوین مختلفی نام‌گذاری می‌شود، اما نکته مهم برای این موضوع تأیید این کندل با کندل روز بعد است. به این معنا که درصورتی‌که کندل روز یکشنبه ۲۵ تیرماه شاخص بورس تهران مثبت کار را تمام کند این کندل (الگوی) شمعی ژاپنی به‌درستی در یکی از سطوح منطقه حمایتی عمل کرده و می‌تواند نقطه برگشت بازار و شاخص کل بورس تهران باشد، اما درصورتی که بازار یکشنبه نیز همچون شنبه منفی به سمت اعداد و ارقام پایین‌تر حرکت می‌کند که بازار به سطح محدوده حمایتی قرار است واکنش نشان دهد و این موضوع چیزی از محدوده حمایتی ایجادشده برای شاخص بورس تهران کم نخواهد کرد. اما سناریوی بدتر این است که شاخص بورس تهران ظرف یک هفته آینده این محدوده حمایتی ایجادشده را از دست بدهد که باید گفت نه‌تنها شاخص به سمت اعداد و ارقام پایین‌تر حرکت می‌کند بلکه برگشت به سمت مسیر صعودی کار بسیار دشواری خواهد بود. در تایم فریم کوتاه (بازه زمانی کوتاه مدت) به نظر می‌رسد که شاخص ۵ موج خود را تکمیل کرده است، اما هنوز موج پنجم به پایان نرسیده است و معمولاً موج پنجم موج خیلی طولانی‌تری نسبت به موج‌های اول و سوم خواهد بود تا نسبت‌های موج‌های امواج الیوتی رعایت شده باشند. زمان همه چیز را مشخص خواهد کرد و نباید فراموش کرد تنها چیزی که در جهان ثابت است تغییرات است.

^[1] آفریقا و اروپا، در مورد اصول مشارکت جدید و چشم‌انداز مشترک برای سال ۲۰۳۰ به توافق رسیدند

^[2] ایالات متحده آمریکا نیز استراتژی جدیدی برای توسعه روابط با قاره آفریقا دارد و امیدوار است روابط خود را با این قاره تقویت کند

^[3] چین با رویکرد کم‌رشد – جاده و سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه در آفریقا، نفوذ خود را در این قاره گسترش می‌دهد. چین بزرگ‌ترین طلبکار دوجانبه جهان است و بانک‌های صادرات و واردات چین در ارائه وام به آفریقا نقش مهمی داشته‌اند. چین در حال تغییر تمرکز از دولت‌ها به مؤسسات مالی آفریقای است و با افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم و تقویت واردات از قاره آفریقا همکاری زنجیره تأمین را تقویت می‌کند. رابطه چین با قاره آفریقا منافع سیاسی نیز دارد و باعث افزایش تعداد کشورهای شده است که تایوان را به رسمیت می‌شناسند. چین تمرکز استراتژیک خود را بر کشورهای اطراف آفریقا قرار داده و پایگاه نظامی در جیبوتی تأسیس کرده است

راهنمای طراحی استراتژی بازاریابی رابطه‌ای



به قلم: کارولین فورسی

کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات ترجمه: علی آل علی

دنیای بازاریابی پسر از الگوها و مدل‌های مختلف برای اجراست. بسیاری از تیم‌های بازاریابی برای موفقیت در این حوزه اقدام به استفاده از تمام الگوهای موجود می‌کنند. شاید این امر گزینه جذابی به نظر برسد، اما در بلندمدت امکان کسب موفقیت را از کسب و کار شما خواهد گرفت. هر برندی باید براساس سطح نیازش اقدام به استفاده از الگویی مشخص در زمینه بازاریابی نماید. یکی از الگوهای کاربردی در طول چند سال اخیر بازاریابی رابطه‌ای (Relationship Marketing) است.

بدون تردید همه بازاریاب‌ها و به طور کلی اهالی کسب و کار درباره اهمیت تعامل نزدیک با مشتریان مطالب بسیار زیادی شنیده‌اند. این امر فراتر از فروش محصولات به مشتریان است. شما در واقع باید مثل دوستان‌تان با چنین مشتریانی تعامل داشته باشید، در غیر این صورت هیچ شانس‌ی برای موفقیت در بازاریابی رابطه‌ای نخواهید داشت.

بسیاری از برندها بدون جلب اعتماد و نظر مساعد مشتریانی امکان فروش موفقیت‌آمیز را ندارند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی است. اگر شما هم در بازار با چنین مشکلی رو به رو هستید، الگوی بازاریابی رابطه‌ای بهترین گزینه برای شما خواهد بود. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای طراحی استراتژی بازاریابی رابطه‌ای را مرور خواهیم کرد.

فراهم‌سازی خدمات مشتری محور و شخصی‌سازی شده

نخستین گام در راستای طراحی یک استراتژی بازاریابی رابطه‌ای توجه به فراهم‌سازی خدمات است. منظور ما در اینجا هر نوع خدماتی نیست، بلکه خدمات مشتری محور و از همه مهمتر شخصی‌سازی‌شده را مدنظر داریم. اگر شما به این نکته توجه لازم را نشان دهید، شانس بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان خواهید داشت. بسیاری از برندها در زمان ساماندهی خدماتی نظیر پشتیبانی از مشتریان به هر نکته‌ای به غیر از خود مشتریان توجه می‌کنند. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور مناسب است.

اگر برند شما فرصتی به مشتریان برای اظهارنظر

ندهد، هرگز امکان شخصی‌سازی خدمات را نخواهید داشت. بنابراین باید به فکر راه‌اندازی کانال‌های ارتباطی مناسب باشید. امروزه اغلب مردم در شبکه‌های اجتماعی حضور پررنگی دارند. بنابراین یکی از راهکارهای عالی برای تعامل با مشتریان استفاده از روند موردنظر خواهد بود. این امر به شما برای تعامل با مشتریان فرصت بسیار عالی خواهد داد. با این حساب دیگر شخصی‌سازی خدمات براساس سلیقه و نیاز مشتریان امر غیرممکنی نخواهد بود.

ارائه خدمات به طور مشتری محور مفهوم پیچیده‌ای نیست. مهمترین مسئله در این میان توجه به مشتریان در تمام وضعیت‌های برنداتان است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان بهترین کمک را خواهد کرد. برخی از برندهای بزرگ به طور مداوم از نظرات مشتریان وفادارشان برای ارائه خدمات مختلف استفاده می‌کنند. اگر شما هم این گزینه را مدنظر قرار دهید، وضعیت بازاریابی و تعامل‌تان با مشتریان به بهترین شکل ممکن مدیریت خواهد شد.

تعامل با مشتریان در جایی که هستند

مشتریان امروزه در همه جا حضور دارند. شاید شما با خودتان فکر کنید این امر بیش از اندازه اغراق‌آمیز به نظر می‌رسد، اما همه‌گیری کرونا آن را بدل به واقعیتی محض کرده است. امروزه برندها نه فقط در دنیای واقعی، بلکه در شبکه‌های اجتماعی نیز با مشتریان رو به رو هستند. اگر شما در این میان استراتژی مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نداشته باشید، خیلی سریع دچار مشکل خواهید شد. بازاریابی رابطه‌ای به معنای تعامل با مشتریان در جایی که هستند، است.

اگر مشتریان شما در پلتفرم اینستاگرام، توییتر یا حتی نتویچ حضور دارند، شما باید برنامه‌ای دقیق برای حضور در کنارشان داشته باشید. امروزه انتظارات مشتریان از برندها به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده است. بنابراین اگر شما در کنار مشتریان‌تان حضور نداشته باشید، شانس برای جلب نظرشان نخواهید داشت. استفاده از آمارهای قیق برای حضور در شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه مشتریان مهمترین نکته در بازاریابی رابطه‌ای محسوب می‌شود. شما باید همیشه فعالیت‌تان را براساس داده‌های دقیق متکی کنید، در غیر این صورت شاید پس از مدت زمانی اندک متوجه فعالیت اشتباه‌تان در عرصه بازاریابی رابطه‌ای شوید.

برخی از برندها در بازاریابی رابطه‌ای هرگز به دنبال

مشتریان نمی‌روند. این امر الگوی بازاریابی شما را به طور کامل تغییر می‌دهد. اگر شما به دنبال اجرای بازاریابی رابطه‌ای هستید، باید همیشه به سراغ مشتریان بروید، در غیر این صورت هیچ شانس‌ی برای تعامل با آنها نخواهید داشت.

استفاده از فناوری‌های جدید برای کار بهتر

بازاریابی به طور کلی امر بسیار دشواری محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در راستای اجرای الگوی بازاریابی رابطه‌ای درسه‌های زیادی را متحمل می‌شوند. نکته مهم در این میان تلاش برای ساده‌سازی فرآیند موردنظر با استفاده از فناوری‌های جدید است. وقتی از فناوری‌های جدید صحبت می‌کنیم، شما باید دست‌کم یک یا دو فناوری را مدنظر داشته باشید، در غیر این صورت آشنایی‌تان با این حوزه به اندازه کافی نیست.

وقتی بازاریاب‌ها آشنایی کافی با حوزه بازاریابی نداشته باشند، فرآیند تاثیرگذاری بر روی مشتریان بسیار دشوار خواهد شد. مشتریان به سرعت از فناوری‌های تازه استفاده می‌کنند. یکی از انتظارات آنها در این میان تلاش برای استفاده از فناوری‌های موردنظر در فرآیند بازاریابی و ارائه خدمات است. اگر شما هیچ اقدامی در این راستا انجام ندهید، در نهایت رقیبی از راه می‌رسد و تمام مشتریان‌تان را با خودش همراه خواهد کرد. بنابراین شما همیشه باید به بهبود وضعیت استفاده از فناوری‌های جدید در بازاریابی توجه نشان دهید.

بازاریابی رابطه‌ای امکان استفاده از فناوری‌های نوین به ساده‌ترین شکل ممکن را فراهم می‌سازد. شما به عنوان یک بازاریابی در این الگو نیاز به تعامل نزدیک با مشتریان دارید. بهترین فناوری برای شما در این میان هوش مصنوعی خواهد بود. شما با استفاده از هوش مصنوعی در قالب ربات‌های چت امکان تاثیرگذاری بهینه بر روی مشتریان را خواهید یافت. این امر به معنای کاهش نیاز برای رصد مداوم پرسش‌های مشتریان و امکان ارائه دقیق‌ترین جواب‌های ممکن با هوش مصنوعی به آنها خواهد بود.

کاهش نیاز به شمار بالایی از کارشناس‌ها برای تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی فضای آنلاین یک دستاورد مهم از نظر دقت و سرعت در پاسخگویی به مشتریان و همچنین کاهش هزینه‌های بازاریابی برند خواهد بود. بنابراین شما باید استفاده از چنین فناوری‌ای را به بهترین شکل ممکن مدنظر قرار دهید.

تعیین جوایز و مشوق‌های مختلف برای مشتریان وفادار

خرید دویساره از یک برند برای مشتریان همیشه گزینه‌ای جذاب نیست. مشتریان باید عملکرد بسیار ویژه‌ای از سوی برند شما مشاهده کنند، در غیر این صورت امتحان سرویس‌های یک برند دیگر را به هر کار دیگری ترجیح خواهند داد. این مشکل فقط برای برندهای کوچک نیست، بلکه کسب و کارهای بزرگ نیز با آن دست و پنجه نرم می‌کنند.

بهترین راهکار برای جلب نظر مشتریان به منظور خرید دویساره تعیین جوایز و مشوق‌هایی برای این امر است. بدون تردید مهمترین المان در این میان کیفیت محصولات و خدمات جایی یک برند است، اما هیچ مشتری از جایزه‌های مختلف نخواهد گذشت. بنابراین شما با تعیین چنین جایزه‌هایی به بهترین شکل ممکن امکان تعامل با مشتریان را خواهید داشت.

اگر مشتریان چند بار اقدام به تکرار خریدشان از برند شما نمایند، به تدریج بدل به مشتریان وفادارتان خواهند شد. این امر بدل به نوعی عادت برای مشتریان می‌شود. آن وقت دیگر هیچ برندی توانایی رقابت با شما را نخواهد داشت. مشتریان وفادار همیشه بخش قابل ملاحظه‌ای از سود کسب و کارها را شکل می‌دهند. بنابراین شما همیشه امکان استفاده از سود مطمئن در رابطه با آنها را خواهید داشت.

تعیین جوایز و تعامل نزدیک با مشتریان یکی از محورهای اصلی در بازاریابی رابطه‌ای محسوب می‌شود.

نکته مهم در این میان تلاش برای ایجاد رابطه‌ای نزدیک با مشتریان است. اگر شما رابطه‌ای نزدیک و عمیق با مشتریان در خلال خریدهای مداوم‌شان ایجاد کنید، به بهترین شکل ممکن امکان تاثیرگذاری بر روی آنها را پیدا خواهید کرد. این امر به معنای عدم نیاز به صرف هزینه‌های تبلیغاتی گزاف و مواجهه با مشکل ارتباطات‌تان با مشتریان ایجاد رابطه‌ای عمیق و معنادار را مدنظر داشته باشید.

تولید محتوای بازاریابی جذاب با داستانی هیجان‌انگیز

مردم عاشق داستان‌های مختلف هستند. بسیاری از برندها از این گزینه برای تعامل با مشتریان‌شان به بهترین شکل ممکن سود می‌برند. اگر شما هم در این میان علاقه‌مند به داستانسرایی در کسب و کار هستید، باید همین حالا دست به کار شوید. مشتریان در صورت مشاهده محتوای بازاریابی دارای داستان هیجان‌انگیز نظرشان نسبت به برندها تغییر مثنی خواهد کرد. نکته مهم بیان داستان به طور جذاب است. شاید شما یک ایده جالب برای بیان داستان‌تان داشته باشید، اما تا وقتی که آن را به طور هیجان‌انگیزی بیان نکنید، شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان نخواهید داشت. توصیه ما در این بخش مطالعه چند داستان از برندهای بزرگ دنیاست. شاید این امر برای شما چندان جذاب نباشد، اما دست‌کم چارچوب‌های اصلی داستانسرایی در حوزه کسب و کار و بازاریابی را یاد خواهید گرفت.

وقتی شما در بازاریابی‌تان از داستان استفاده می‌کنید، امکان همراه کردن مشتریان با خود را خواهید داشت. بسیاری از برندها همیشه با مشکل از دست دادن مشتریان در میانه مسیر بازاریابی مواجه هستند. بازاریابی رابطه‌ای با تاکید بر روی تولید محتوا براساس محور داستانی این مشکل را به طور کامل حل خواهد کرد.

وقتی شما داستان‌تان را در قالب محتوای بازاریابی به مخاطب عرضه می‌کنید، باید همیشه بیان ویژگی‌های برند و محصولات‌تان را هم مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت داستان‌تان صرفا جنبه تفریحی خواهد داشت. معنای این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در ادامه مسیر خواهد بود.

گردآوری بازخوردهای مشتریان به طور مداوم
ایجاد یک رابطه مناسب و عمیق با مشتریان نیازمند دقت نظر بسیار زیادی است. شاید شما در این مسیر اشتباهاتی را مرتکب شوید، اما مهمترین مسئله تلاش برای حل و فصل مشکلات در طول زمان است. درست مانند زمانی که با دوست‌تان مشکل پیدا می‌کنید، در اینجا هم باید به دنبال بهبود رابطه‌تان با مشتریان حتی در صورت بروز مشکل باشید.

بهترین راهکار برای بهبود رابطه برند با مشتریان گردآوری بازخوردهای مشتریان به طور مداوم است. این امر شما را به منبعی غنی و سرراست متصل خواهد کرد. اگر مشتریان از کار شما رضایت دارند، باید همین جهت را ادامه دهید. اگر هم نارضایتی‌هایی در کار باشد، باید هرچه سریع‌تر نسبت به حل و فصل مشکلات اقدام کنید. سرعت عمل شما در رفع نارضایتی مشتریان تعیین‌کننده میزان عمیق رابطه‌تان با آنها خواهد بود. بدون تردید مشتریان در صورت مشاهده اقدامات سریع شما برای حل و فصل مشکلات‌شان تمایل بسیار بیشتری برای تعامل با شما خواهند داشت. معنای این امر موفقیت شما در زمینه بازاریابی رابطه‌ای خواهد بود. نکته مهم در گردآوری بازخوردها از سوی مشتریان توجه به بازاریابی رابطه‌ای به عنوان یک بازی بلندمدت است. بنابراین شما باید به طور مداوم بازخوردهای موردنظر را گردآوری و تحلیل نمایید، در غیر این صورت فقط برای مدت زمانی محدود امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت.

نمونه‌های موفق از بازاریابی رابطه‌ای

بازاریابی رابطه‌ای الگویی به نسبت جدید در عرصه بازاریابی محسوب می‌شود. درست به همین خاطر

امکان بروز اشتباه در اجرای آن بسیار بیشتر از الگوهای دیگر است. هدف اصلی در این بخش بررسی برخی از نمونه‌های موفق اجرای این الگوی بازاریابی به منظور آشنایی هرچه بهتر شما با بازاریابی رابطه‌ای است. در ادامه برخی از موفق‌ترین الگوهای این حوزه را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد.

جنرال الکتریک: بهبود رابطه با مشتریان از طریق یادکست

بازاریابی رابطه‌ای بر محور ارائه پیشنهادات تازه برای مشتریان جریان دارد. بسیاری از برندها در این میان در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به دنبال تولید محتوای جذاب هستند. یکی از بهترین عملکردها در این راستا مربوط به برند جنرال موتورز است. این برند همیشه در تلاش برای رقم زدن آینده صنعت کسب و کار است. بنابراین مشاهده پیشنهادات و محتوای بازاریابی هیجان‌انگیز از سوی این برند جای تعجب ندارد. جنرال الکتریک در راستای تعامل هرچه بهتر با مشتریان اقدام به راه‌اندازی دو یادکست در ژانر علمی – تخیلی کرد. بدون تردید این اقدام از سوی یک برند نوآوری در عرصه کسب و کار بسیار عجیب به نظر می‌رسد. نکته مهم در این میان تلاش جنرال الکتریک برای بیان نوآوری‌های در دست اجرایش در قالب یادکست‌های موردنظر است. این امر طیف گسترده‌ای از مشتریان را هیجان‌زده و جذب این برند خواهد کرد. امروزه جنرال الکتریک فعالیت بسیار گسترده‌ای در زمینه پذیرش اسپانسرری یادکست‌های حوزه علم و فناوری در یوتیوب دارد. این امر موجب بهبود رابطه بسیاری از علاقه‌مندان به این حوزه با جنرال الکتریک شده است. بی‌تردید چنین رابطه‌ای نقش مهمی در افزایش مشتریان وفادار این برند در بازارهای مختلف ایفا می‌کند.

دومینوز

دومینوز در طول یک دهه اخیر تمام تلاشش برای نوآوری در زمینه ارائه ترکیب‌های تازه از پیتزا را کرده است. این امر به معنای پذیرش ریسک‌های عجیب و غریب برای به دست آوردن مشتریان تازه از طریق پیش‌بینی سلیقه‌شان بوده است. اقدام جالب این برند در زمینه بازاریابی رابطه‌ای تهیه ویدئوهای تبلیغاتی با بازخوانی انتقادات مشتریان از انواع پیتزاهای این برند و دیگر برندها و سپس تلاش برای خلق یک نوع پیتزای جدید براساس انتقادات موردنظر است.

بدون تردید اینکه یک برند براساس اعتراضات و نظرات منفی مشتریان تمام خدماتش را به‌روز رسانی نماید، ایده بسیار هیجان‌انگیزی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در عرصه کسب و کار چنین شجاعتی را ندارند. بنابراین دومینوز در این راستا دست به اقدام بسیار هیجان‌انگیزی زده است.

مشتریان دومینوز به دلیل رسیدگی سریع مدیران این برند به شکایت‌ها و نظرات منفی‌شان همیشه ارتباط نزدیکی با این برند دارند. این امر یکی از موفقیت‌های بزرگ دومینوز را نشان می‌دهد. بسیاری از برندها در بازار پس از سال‌ها تلاش هم موفق به تاثیرگذاری بر روی مشتریان به این صورت نمی‌شوند. بنابراین دومینوز در این راستا به لطف بازاریابی رابطه‌ای موفق به تبدیل بسیاری از منتقدانش به مشتریان وفادار خود شده است. این امر یکی از بهترین فعالیت‌ها در زمینه بازاریابی رابطه‌ای را نشان می‌دهد.

امروزه بسیاری از برندها به دنبال الگویی برای بازاریابی و تعامل نزدیک با مشتریان هستند. بدون تردید شیوه‌های بسیار زیادی در زمینه بازاریابی و تبلیغات در دسترس برندها قرار دارد، اما نکته مهم استفاده از بازاریابی رابطه‌ای برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مشتریان است. این الگو به بهترین شکل ممکن ارتباطات شما با مشتریان‌تان را ساماندهی خواهد کرد. اگر شما علاقه‌مند به استفاده از چنین الگویی در فرآیند بازاریابی‌تان هستید، استفاده از توصیه‌های این مقاله گزینه مناسبی برای شروع کارتان خواهد بود.

منبع: هاب اسپات