

## نگاه

### یک راه بیشتر نمانده است

<b>مهدی یازوکی</b> <p>استاد دانشگاه علامه</p>
<div><span></span></div>
قوانین پایین‌دستی باید در جهت قوانین مادر مثل قانون اساسی، اسناد ۲۰ساله و برنامه‌های میان‌مدت که همان برنامه‌های توسعه پنج‌ساله هستند، اصلاح شوند. خلأیی که اقتصاد و جامعه ایران با آن مواجه شده، فقدان حاکمیت قانون است. در حالی که همه باید در برابر قانون با هم برابر باشند، می‌بینیم که در بعضی موارد برخی از افراد با قانون بازی کرده و آن را به نفع خود تغییر می‌دهند. این اقدامات به چشم جامعه می‌آید. غافل از اینکه در واقع، حاکمیت قانون به ثبات اقتصادی می‌انجامد. در جامعه ایران اما چشم‌پوشی بر این مهم، بی‌ثباتی اقتصادی را برای ما به ارمغان آورده که تبعات بسیار مضرى به همراه داشته است. به طور مثال، اصل در قانون اساسی، آزادی انسان‌ها است ولی امروز بعضی افراد آن را برابر ولن‌گاری تفسیر می‌کنند؛ در حالی که آزادی انتخاب، حق بشر است. لذا اگر در جامعه ما، حاکمان به قوانین بالادستی وفادار باشند و آنها را محترم بشمرند و به آن مبانی قانونی پایبند بوده و سر تعظیم فرود بیاورند، به این ترتیب زمانی که مردم احساس کنند قرار نیست کسی که قدرت دارد قانون را به نفع خود…
۲

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

کاهش هزینه تولید مسکن چه زمانی به بازار املاک می‌رسد؟

## چرخه رونق و رکود در بازار مسکن



نگاهی به عملکرد شبکه اجتماعی تردز

### قاتل توئیتر وارد می‌شود؟

ماسک» در مخیله‌شان هم نمی‌گنجد که به زودی یک شبکه اجتماعی جدید و نوپا از همان بدو آغاز به کارش به رقیب جدی توئیتر بدل شود و از سوی بسیاری از کاربران به «قاتل توئیتر» نام گیرد.

#### کری خوانای ماسک و زاکربرگ

اینکه تردز با توئیتر مقایسه می‌شود، چندان بی‌دلیل هم نیست. این پلتفرم، شباهت زیادی به شبکه اجتماعی توئیتر دارد که از قابلیت ارسال پست متنی، لایک پست‌ها و… برخوردار است. تنها تفاوت تردز با توئیتر این است که سقف تعداد کاراکتر متن ارسالی در آن اندکی بیشتر از توئیتر است و به نظر می‌رسد این شبکه اجتماعی نوپا در مراحل اولیه رونمایی خود روی تجربه بهتر کاربری در مقایسه با توئیتر تمرکز کرده است. از سوی دیگر، با ورود «ایلان ماسک» به توئیتر و محدودیت‌هایی که او در این شبکه اجتماعی تحمیل کرده است، کوچ کاربران از این پلتفرم به پلتفرم‌های رقیب - نظیر بلواسکای - دوچندان شده است و در این میان، تردز می‌تواند اترناتیو و انتخاب اصلی کاربران علاقمند به ارسال پست متنی و بیزار از توئیتر باشد. جالب اینجاست که خود «مارک زاکربرگ» این ایده را پذیرفته است که پلتفرم مشابه توئیتر متا مستقیما با پلتفرم «ایلان ماسک» رقابت می‌کند و این رقابت بفرنج و حساس تا به جایی رسید که هر دوی آنها از خجالت هم درآمندند و گفتند که اختلافات خود را در یک مسابقه قفس حل خواهند کرد؛ از یکسو، «ایلان ماسک» درباره مبارزه در قفس میان خود و «زاکربرگ» بارها پست گذاشت و از سوی دیگر، «زاکربرگ» در جواب او در پستی در شبکه اجتماعی تردز نوشت که «گر ایلان ماسک درباره تاریخ واقعی و رویداد رسمی، جدی باشد، می‌داند چطور من را پیدا کند. من روی رقابت با افرادی تمرکز می‌کنم که این ورزش را جدی می‌گیرند.»

هرچند مبارزه در قفس میان این دو غول دنیای فناوری هیچ‌گاه رنگ واقعیت به خود نگرفت و تنها در

حد کری‌خوانی مجازی مطرح شد، اما به نظر می‌رسد که با معرفی شبکه اجتماعی تردز عملا این مبارزه به صورت مجازی دنبال شده است. به این ترتیب، مبارزه در قفسی که قرار بسود در لاس وگاس و بین «مارک زاکربرگ» و «ایلان ماسک» برگزار شود، عملا در فضای مجازی و در قالب شبکه‌های اجتماعی کلید خورده است. جالب آنکه این موضوع از سوی بسیاری از ناظران و فعالان حوزه فناوری تایید شده است. «جاسمین انبرگ»، کارشناس اینسایدر اینتلیجنس در این باره گفته است: «مبارزه در قفس شروع شده است و زاکربرگ، ضربه سختی وارد کرده. تردز از هر نظر دقیقا همان چیزی است که از متا انتظار می‌رفت: اجرای خیره‌کننده و یک رابط کاربری راحت.»

#### توئیتر در مسیر سقوط؟

کاربران و اهالی شبکه‌های اجتماعی در هفته‌های گذشته با یک پلتفرم جدید به نام تردز آشنا شده‌اند. این شبکه اجتماعی توسط «مارک زاکربرگ» راه‌اندازی شده و در تلاش است که با توئیتر رقابت کند، اما آیا تردز می‌تواند رقیبی برای توئیتر ۱۷ ساله باشد؟ «کونومیسٹ» در این باره می‌نویسد: در یک سوی میدان، «مارک زاکربرگ» ۳۹ ساله را داریم و در سوی دیگر، «ایلان ماسک» ۵۲ ساله را. هر دو نفر میلیارد‌رهایی هستند که عطش زیادی برای کسب شهرت و ثروت دارند. حالا فرصت جدیدی فراهم شده است تا دو طرف به جان یکدیگر بیفتند؛ راه‌اندازی تردز؛ ماجرا از روزی شروع شد که «مارک زاکربرگ» از شبکه اجتماعی جدیدش با عنوان تردز رونمایی کرد. نکته جالب اینجاست که این شبکه اجتماعی، شباهت زیادی به توئیتر دارد و به همین دلیل، رقیبی جدی برای توئیتر به شمار می‌آید. توئیتر همان شبکه اجتماعی است که «ایلان ماسک» پس از ماه‌ها تلاش در سال گذشته آن را به قیمت ۴۴ میلیارد دلار خریداری کرد. قطعا «ماسک» تمایلی ندارد چیزی را که به این گرانی به دست آورد،

### اعداد و ارقام اقتصادی در هفته دوم شهریور

از روپایی‌ها از وعده‌های غذایی خود کم کرده و وضعیت اقتصادی خود را متزلزل توصیف کنند. براساس نتیجه این پژوهش، از هر چهار روپایی، یک روپایی به واسطه افزایش نرخ تورم در وضعیت مالی متزلزلی قرار دارد. همچنین براساس پژوهشی دیگر، قدرت خرید روپایی‌ها در سال‌های متوالی کاهش پیدا کرده است.

#### ۰٫۸ درصد

تولیدات صنعتی آلمان در ماه جولای کمی بیش‌از‌حد انتظار کاهش پیدا کرد. براساس آمار دفتر فدرال آمار آلمان، میزان تولیدات صنعتی در این کشور برای ماه جولای ۰٫۵ درصد پیش‌بینی‌شده بود، اما ۰٫۸ درصد کاهش پیدا کرد. اقتصاددانان باور دارند که کندشدن اقتصاد جهانی و افزایش هزینه انرژی باعث شده تا چشم‌انداز اقتصادی بزرگ‌ترین اقتصاد اروپا همچنان تیره‌وتر باقی بماند. در مقیاس به ماهه هم میزان تولیدات صنعتی آلمان در سه ماهه ۱٫۹۲ درصد کمتر از سه ماهه قبلی بوده است.

#### ۱۶ میلیارد دلار

دادگاهی در آمریکا آرژانتین را محکوم‌به پرداخت غرامتی ۱۶ میلیارد دلاری به سهامداران شرکت نفتی وای‌بی‌اف در آرژانتین کرد. این غرامت باید در ازای توقیف گسترده

شاخص کل بورس تهران ۵ هزار واحد دیگر در کانال ۲٫۱ میلیونی عقب رفت

### بورس در سراسییی شهریور

فرصت امروز: پس از آنکه روند صعودی بورس تهران در آغاز هفته جاری پس از ۱۰ روز معاملاتی متوقف شد، این روند در دومین روز هفته ادامه یافت و نماگر اصلی بورس بیش از ۵ هزار واحد دیگر در سطح ۲٫۱ میلیون واحد عقب‌نشینی کرد. هرچند میزان افت شاخص کل حدود ۰٫۲۸ درصد بود، اما این موضوع در دومین روز هفته و آن هم پس از ۱۰ روز کاری مثبت در…

«فرصت» امروز» ۴۰سالگی بانکداری بدون ربا را بررسی می‌کند

# از هدایت اعتباری تا نظارت اعتباری

در شهریورماه ۱۳۴۲، قانون عملیات بانکی بدون ربا به تصویب رسید و به همین مناسبت همه ساله در دهه نخست شهریورماه و به پاسداشت تصویب این قانون، همایش بانکداری اسلامی از سوی موسسه عالی آموزش بانکداری ایران برگزار می‌شود. در روزهای هفتم و هشتم شهریورماه امسال نیز سی و سومین همایش بانکداری اسلامی با محوریت «علل ناترازی بانک‌ها و راه‌های برون‌رفت آن» و «هدایت اعتباری و رشد بدون تورم» با حضور مدیران و صاحب‌نظران بانکی و دانشگاهی برگزار شد.

رئیس کل بانک مرکزی در همایش امسال درباره «علل ناترازی بانک‌ها» گفت که «بالای ۸۸ درصد تأمین مالی اقتصاد کشور هم‌اکنون توسط بانک‌ها انجام می‌شود و سهم سرمایه‌گذاری خارجی و بورس در تأمین مالی به ۱۲ درصد هم نمی‌رسد، ضمن اینکه تمام نظام تأمین مالی دولت نیز بر دوش بانک‌هاست و حتی بخشی از تأمین مالی شرکت‌های دولتی توسط بانک‌ها انجام می‌شود.» وزیر اقتصاد نیز دلایل دیگری برای «علل ناترازی بانک‌ها» برشمرد و با اشاره به ناترازی بانک‌ها و نسبت آن با بانکداری اسلامی گفت که «پرداخت سود سپرده فراتر از آن چیزی که بانک به عنوان درآمد واقعی کسب کرده، سبب ناترازی درآمد و هزینه خواهد شد و در دل آسیب‌شناسی ناترازی به موضوع ناترازی درآمد و هزینه می‌رسیم که این ناترازی منشأ ناترازی در بدهی و دارایی نیز هست که اگر ناترازی درآمد و…

۲

فائو از سقوط قیمت جهانی مواد غذایی خبر داد

### چشم‌انداز کشاورزی تا ۲۰۳۲

۳

#### مدیریت و کسب‌وکار

### راهنمای اجرای بازاریابی مناسبتی

آیا تا حالا پیش آمده در یک مناسبت خاص علاقه‌تان برای خرید از یک برند بی‌نهایت افزایش پیدا کند؟ مثلا وقتی سالن نو از راه می‌رسد، معمولا آدم‌ها برای خرید لباس دست و دلبازتر می‌شوند. این در حالی است که در طول سال معمولا از هر بهانه‌ای برای شانه خالی کردن از خریدهای عادی استفاده می‌کنند. اگر دنبال دلیل محکم برای علاقه مردم به خرید در زمان‌های خاص هستید، باید با بازاریابی مناسبتی آشنا شوید. بازاریابی مناسبتی (Seasonal Marketing) نوعی از بازاریابی است که بر روی رویدادهای فصلی و تعطیلات تمرکز دارد. این رویدادها شامل تعطیلات مذهبی، تعطیلات ملی، روزهای تولد یا رویدادهایی مثل هالووین است. نکته مهم در این میان استفاده از فرصت‌های پیش آمده برای بهبود وضعیت برند در بازار است.
خب مشتریانی که در حالت عادی انگیزه‌ای برای خرید ندارند، باید یک بهانه یا دلیل نصحف و…

۸

کسی مثل «زاکربرگ» به راحتی از دستش درآورد.

از روزی که «ماسک» وارد توئیتر شده، همه را مورد حملات خود قرار داده است. در ابتدا حدود ۸۰ درصد از نیروهای توئیتر به دنبال حضور او در شرکت توئیتر اخراج شدند تا هزینه‌های این شرکت کاهش پیدا کند. سپس به دنبال آن، اقداماتی در دستور کار «ماسک» قرار گرفت که مطابق میل کاربران دیرینه توئیتر نبود. در نتیجه بسیاری از آگهی‌دهندگان از توئیتر گریختند؛ چراکه نمی‌دانند «ماسک» برای فردای آنها چه برنامه‌ای در سر دارد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که درآمد توئیتر از محل آگهی‌ها در سال ۲۰۲۳ با افت ۲۸ درصدی نسبت به سال قبل همراه شده است. از زمانی که «ایلان ماسک» با خرید توئیتر موافقت کرد تاکنون حدود دوسوم از ارزش آن از دست رفته است.

در میان آشفتگی‌هایی که «ماسک» برای توئیتر ایجاد کرده، بزرگ‌ترین برنده ظاهرا «مارک زاکربرگ» است؛ مدیر شرکت متا که مالک واتس‌آپ، فیس‌بوک، اینستاگرام و اخیرا تردز است. تا سال ۲۰۲۱ تمام چیزی که از کسب وکار «زاکربرگ» می‌دانستیم، رسوایی‌هایی بود که به دلیل بهره‌گیری از اطلاعات کاربران و تجاوز به حریم خصوصی آنها به گوش می‌رسید، اما ناگهان پروژه متاورس مطرح شد و زندگی او را متفاوت کرد.

#### ماسک محبوب است یا زاکربرگ؟

واقعیت این است که در میان آمریکایی‌ها، «ماسک» هنوز از محبوبیت بیشتری نسبت به «زاکربرگ» برخوردار است. برای همین است که «ران دیسانتیس»، نامزد جمهوریخواهان در انتخابات ۲۰۲۴، توئیتر را به عنوان بستری برای اعلام موضوع نامزدی‌اش انتخاب کرد، هرچند ایده خوبی از آب درنیامد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که محبوبیت «زاکربرگ» نیز در حال حاضر به بالاترین سطح خود در سه سال گذشته رسیده و می‌تواند خطری بالقوه

برای «ماسک» باشد. بسیاری از استارت‌آپ‌ها تاکنون تلاش کرده بودند جای توئیتر را بگیرند، اما هیچ کدام در این زمینه به موفقیت دست پیدا نکرده‌اند. بیش از ۱۷ هزار نفر از عمر توئیتر می‌گذرد و به همین دلیل، رقابت با آن هرگز کار ساده‌ای نیست. میلیون‌ها کاربر به صورت روزانه از این شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند. هر چقدر هم «ماسک» نفرت‌برانگیز باشد، باز هم قدرت توئیتر فعلا بیشتر است، اما ظاهرا «زاکربرگ» تصمیم گرفته جلوی این غول بزرگ بایستد. به همین دلیل است که او تردز را رونمایی کرده و به نظر می‌رسد که فعلا به موفقیت رسیده است.

متا تاکنون توانسته به شیوه‌های مختلف، رقابتی خود را کنار بزند. برای مثال وقتی اسنپچت، یکی از ویژگی‌های جذاب و جدیدش را معرفی کرد، «زاکربرگ» خیلی سریع مشابه آن را برای اینستاگرام در نظر گرفت: استوری‌هایی که پس از ۲۴ ساعت محو می‌شوند. حالا به جای اینکه شما استوری را با اسنپچت بشناسید، آن را با اینستاگرام می‌شناسید. شاید مشابه این اتفاق در مورد تردز هم رخ بدهد؛ یعنی امکان دارد ویژگی‌هایی از طرف شرکت متا برای تردز تعریف و طراحی شود که از توئیتر جذاب‌تر باشد و بتواند آن را شکست دهد.

تردز شروع خوبی داشته و توانسته رکورد تعداد دائلودها در جهان را بشکند. اما مسئله اینجاست که آیا واقعا می‌تواند با توئیتر رقابت کند و به درآمد این شرکت برسد؟ حتما «زاکربرگ» برنامه‌هایی برای تردز در سر دارد و در آینده‌ای نه‌چندان دور از آنها رونمایی خواهد کرد. فعلا با اقداماتی که «ماسک» در توئیتر در پیش گرفته، می‌توان به تردز امیدوار بود.
با این وجود، باید دید برنامه‌های «زاکربرگ» تا چه اندازه به رقابت تردز با توئیتر کمک خواهد کرد. هنوز راه درازی باقی مانده و ممکن است «زاکربرگ» هم مانند «ماسک»، اقداماتی خلاف انتظار کاربران داشته باشد که سرنوشتش را تغییر دهد.

#### ۵۷٫۳۸ میلیارد دلار

صندوق‌های سرمایه‌گذاری بازار جهانی پول در این هفته سهم قابل توجهی از سرمایه را به خود جذب کرده‌اند؛ زیرا سرمایه‌گذاران در میان نگرانی‌های فرازاینده در مورد کندشدن رشد اقتصادی در چین و اروپا و عدم اطمینان نسبت به افزایش نرخ بهره از سوی فدرال رزرو، به سمت گزینه‌های مطمئن‌تر متمایل شدند. داده‌های مالی نشان می‌دهند سرمایه‌گذاران حدود ۵۷٫۳۸ میلیارد دلار سرمایه را به صندوق‌های بازار پول جهانی وارد کرده‌اند. براساس منطقه، صندوق‌های بازار پول آمریکا، اروپا و آسیا به ترتیب ۳۲٫۱۸ میلیارد دلار، ۲۰٫۷۵ میلیارد و ۱٫۶۴ میلیارد دلار ورودی داشته‌اند.

#### ۷٫۲۲ یوان

این هفته ارزش یوان در برابر دلار به پایین‌ترین رقم طی ۱۶ سال گذشته سقوط کرد و هر دلار برابر ۷٫۳۲ یوان معامله شد. ارزش این واحد پولی اکنون نسبت به سال گذشته تقریبا ۶ درصد کاهش یافته است. این کاهش دوباره پس‌ازآن رخ داد که داده‌های رسمی نشان دادند صادرات چین برای چهارمین ماه متوالی کاهش یافته است و در ماه اوت نسبت به سال گذشته ۸٫۸ درصد کاهش یافته است. این به دنبال کاهش ۱۴٫۵ درصدی در ماه گذشته بوده است.

## یادداشت

**یک راه بیشتر نمانده است**

**مهدی پازوکی استاد دانشگاه علامه**

قوانین پایین‌دستی باید در جهت قوانین مادر مثل قانون اساسی، اسناد ۲۰ساله و برنامه‌های میان‌مدت که همان برنامه‌های توسعه پنج‌ساله هستند، اصلاح شوند. خلأیی که اقتصاد و جامعه ایران با آن مواجه شده، فقدان حاکمیت قانون است. در حالی که همه باید در برابر قانون با هم برابر باشند، می‌بینیم که در بعضی موارد برخی از افراد با قانون بازی کرده و آن را به نفع خود تغییر می‌دهند. این اقدامات به چشم جامعه می‌آید. غافل از اینکه در واقع، حاکمیت قانون به ثبات اقتصادی می‌انجامد.

در جامعه ایران اما چشم‌پوشی بر این مهم، بی‌ثباتی اقتصادی را برای ما به ارمغان آورده که تبعات بسیار مضرى به همراه داشته است. به طور مثال، اصل در قانون اساسی، آزادی انسان‌ها است ولی امروز بعضی افراد آن را برابر ولنگاری تفسیر می‌کنند؛ در حالی که آزادی انتخاب، حق بشر است. لذا اگر در جامعه ما، حاکمان به قوانین بالادستی وفادار باشند و آنها را محترم بشمرند و به آن مبانی قانونی پایبند بوده و سر تعظیم فرود بیاورند، به این ترتیب زمانی که مردم احساس کنند قرار نیست کسی که قدرت دارد قانون را به نفع خود تغییر دهد، در جامعه امید به آینده به وجود خواهد آمد که خود به ثبات اقتصادی ختم خواهد شد. به نظر من، یکی از دلایل بی‌ثباتی در اقتصادهای توسعه‌نیافته از جمله ایران، فقدان حاکمیت قانون است. تفکری که به گروهی خاص اجازه نمایندگی، انتخاب و پیشروی می‌دهد، به واقع تفکری ضدتوسعه و پیشرفت اقتصادی است، بنابراین اگر قوانین بالادستی درست اجرا شود و قوانین پایین‌دستی در جهت حاکمیت بخشیدن به قانون اساسی و نه رسمیت بخشیدن به منافع قبیلیگی یک عده خاص تنظیم شود، قطعاً به نفع جامعه خواهد بود. با این وجود اما قوانین پایین‌دستی ما امروز واقع‌گرایانه نوشته نمی‌شوند؛ گو اینکه قانون‌نویسان فراموش کرده‌اند که قانون باید واقعیت‌ها را ببیند و نباید در خلأ نوشته شود. به این ترتیب، سیاست‌گذاران راهی به جز اصلاح قوانین ندارند.

قوانین پایین‌دستی باید در جهت منافع ملی اصلاح شود. قوانین میان‌مدت نیز بر همین اساس باید تغییر پیدا کرده و خودشان را به قوانین مادری چون قانون اساسی نزدیک کنند. در واقع، مهم این است که قانونگذار بتواند قانونی ثبات‌بخش تنظیم کند. از متولیان امر انتظار می‌رود ریشه قوانینی که به بی‌ثباتی کشور دامن می‌زند را بسوزانند. خطایم به آقایان است که وقتی می‌گویید می‌خواهیم با دنیا تجارت و تعامل کنیم، باید سیستم بانکی ایران را با کشورهای هدف به نحوی طراحی کنید که این مرزوده قابل انجام باشد. اما وقتی مقررات بین‌المللی را نمی‌پذیرید، هیچ کشوری حاضر با همکاری با شما نمی‌شود.

پایدم این تصمیم این است که اقتصاد ما عملاً به صورت چمدانی می‌چرخد و همین مسئله هم باعث ایجاد فساد گسترده می‌شود. بنابراین ما باید پذیریم که این شیوه‌ها بی‌کار کرد است و ما را به مقصد نمی‌رساند. باید بپذیریم که وقتی در قانون برنامه پنج‌ساله از تعامل با جامعه جهانی سخن می‌گوییم، سازوکار این تعامل باید در دنیای واقعی اتفاق بیفتد، لذا نیاز است که خط قرمز ما در نوشتن قواعد، منافع ملی باشد؛ به این معنا که اگر هر قانونی، منافع ملی ما را به خطر می‌اندازد باید آن قانون لغو شود و در جهت حفظ منافع ملی ملت ایران اصلاح شود.

به این ترتیب، قوانین بودجه سالانه نیز باید در جهت تحقق اهداف برنامه‌های میان‌مدت پنج‌ساله باشد، اما متأسفانه در بسیاری از مواقع این اتفاق نیفتاده است، چرا؟ در حالی که ما از پس از انقلاب تا امروز شش برنامه توسعه داشتیم و حالا نیز برنامه هفتم در مجلس شورای اسلامی در حال رسیدگی است، اما فقط یک برنامه به طور موفق اجرا شده است؛ برنامه سوم توسعه طی سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۲ که حدوداً ۷۰ درصد محقق شد. به این دلیل که اهداف برنامه با شعار عملی نخواهد شد. اینکه در برنامه‌ها حرف‌های قشنگی بزیم اما راهی برای عملی کردن آنها نداشته باشیم، به طور قطع در اجرا شکست خواهیم خورد. در این زمینه هم دولت و هم مجلس مقصر هستند و مجلس باید منافع ملی را خط قرمز خود قرار دهد. بارها دیده‌ام که در قانون بودجه سالانه با وجود اینکه تأکید بر حاکمیت انضباط پولی و مالی است اما دولت‌ها متخارج‌شان را بیش از درآمدشان به تصویب می‌رسانند. این به معنای کسری بودجه، افزایش نقدینگی، افزایش تورم و کاهش قدرت خرید مردم، افزایش جمعیت زیر خط فقر و تورمناشدن اغنیا است. این اتفاق وقتی در اقتصاد رخ می‌دهد که قانونگذار برخلاف اهداف برنامه قرار نیست انضباط مالی را حاکم کند. این تصمیمات قطعاً تبعات بسیار منفی را به واسطه کاهش ارزش پول ملی برای توده‌های مردم به همراه دارد و به ضرر طبقات ضعیف و به نفع ثروتمندان تمام خواهد شد.

تجارت خارجی در ۵ ماهه امسال نشان می‌دهد

### چین نخستین مقصد کالاهای ایرانی

براساس آمارهای رسمی، در پنج ماهه نخست امسال ۱۹٫۳ میلیارد دلار کالا از کشور صادر شده و چین، عراق و امارات سه مقصد اول کالاهای ایرانی بوده‌اند.
آنطور که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران گزارش داده است، در پنج ماهه امسال ۵۵٫۹ میلیون تن کالا به ارزش ۱۹٫۳ میلیارد دلار (بدون در نظر گرفتن نفت خام) از کشور صادر شده است که نسبت به مدت مشابه سال قبل به لحاظ وزنی و ارزشی به ترتیب رشد ۲۶ درصدی و افت ۸ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین در همین مدت ۱۴٫۴ میلیون تن به ارزش ۲۴٫۲ میلیارد دلار کالا به کشور وارد شده که به لحاظ وزنی و ارزشی به ترتیب ۲٫۲ درصد و ۷٫۵ درصد نسبت به پنج ماهه سال قبل افزایش یافته است.

این ارقام نشان می‌دهد که در پنج ماهه امسال متوسط قیمت هر تن کالای صادراتی از کشور حدود ۳۴۵٫۳ دلار بوده است. این در حالی است که ارزش هر تن کالای وارداتی به کشور به طور متوسط ۱۶۸۰٫۶ یعنی حدوداً ۴٫۸ برابر ارزش هر تن کالای صادراتی بوده است. همچنین براساس این آمارها، مهمترین مقاصد صادراتی کالاهای ایرانی در پنج ماهه امسال به ترتیب کشورهای چین با خرید ۵۶ میلیارد دلار، عراق با ۳٫۵ میلیارد دلار، امارات با ۲٫۳ میلیارد دلار، ترکیه با ۲٫۲ میلیارد دلار و هند با خرید ۸۰۰ میلیون دلار کالا از کشور بوده است. عمده واردات کشور نیز از کشورهای امارات، چین، ترکیه، آلمان و هند بوده که واردات از این کشورها به ترتیب معادل ۷٫۲ میلیارد دلار، ۷٫۱ میلیارد دلار، ۳٫۵ میلیارد دلار، ۲٫۵ و ۲ میلیارد دلار بوده است. بر این اساس در مردادماه نسبت به تیرماه امسال، حجم ارزش صادراتت به ترتیب ۱٫۱ درصد و ۰٫۲۳ درصد و حجم ارزش واردات ۲۰ درصد و ۱۵٫۸ درصد کاهش داشته است. گنتنی است فقط در مردادماه فعالیت کل تجارت کشور معادل ۱۲٫۷ میلیون تن به ارزش ۸٫۱ میلیارد دلار بوده است. از این میزان، حجم صادرات (بدون نفت خام) ۱۰٫۱ میلیون تن به ارزش ۳٫۴ میلیارد دلار و حجم واردات ۲٫۶ میلیون تن به ارزش ۴٫۶ میلیارد دلار بوده است.

«فرصت» امروز: ۴۰سالگی بانکداری بدون ربا را بررسی می‌کند

# از هدایت اعتباری تا نظارت اعتباری



«منظور از هدایت اعتباری، مجموعه سیاست‌های بانک مرکزی است که با توجه به مدل کسب‌وکار بانک‌ها در راستای ساماندهی و هدایت اعتبارات و تسهیلات‌دهی بانک‌ها به بخش‌های مولد اقتصادی و بهره‌مندی مردم از اعتبارات بانکی طراحی و اجرا می‌شود. لازمه هدایت اعتباری نیز نظارت اعتباری بر عملکرد بانک‌ها و موسسات اعتباری است که در برخی از کشورها توسط نهادهای خارج از بانک مرکزی و در برخی کشورها توسط بانک مرکزی صورت می‌گیرد. در حال حاضر در کشورمان براساس قانون، بانک مرکزی هم هدایت اعتباری و هم نظارت بر بانک‌ها را برعهده دارد. بند الف ماده ۱۰ قانون پولی و بانکی کشور در این باره می‌گوید: «بانک مرکزی ایران مسئول تنظیم و اجرای سیاست پولی و اعتباری براساس سیاست کلی اقتصادی کشور می‌باشد.» همین قاعده در ماده یک قانون عملیات بانکی بدون ربا نیز آمده و یکی از اهداف نظام بانکی کشور همانا «استقرار نظام پولی و اعتباری برمبنای حق و عدل (با ضوابط اسلامی) به منظور تنظیم گردش صحیح پول و اعتبار در جهت سلامت و رشد اقتصاد کشور» تعیین شده است. بنابراین در کشورمان هم هدایت اعتباری و هم نظارت اعتباری بر بانک‌ها و موسسات اعتباری در حال حاضر، آن هم در چارچوب قوانین برعهده بانک مرکزی است. اما مدیریت اعتبارات و پرداخت تسهیلات بانکی برعهده بانک‌ها و موسسات اعتباری است که مدیریت این اعتبارات را در چارچوب سیاست‌ها و مصوبات بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار از طریق هیأت‌مدیره و هیأت‌عامل بانک اعمال کنند.»

### لزوم استقلال بانک مرکزی از دولت

او پیش‌شرط هدایت و نظارت اعتباری را استقلال بانک مرکزی از سیاست‌های دولت می‌داند و می‌افزاید: «سیاستگذاری در امور پولی و بانکی برعهده مجلس است، اما اگر نهادهای فرادستی از جمله دولت عهده‌دار هدایت و مدیریت اعتباری بانک‌ها شوند باید منتظر تبدیل بانک‌ها به صندوق پرداخت بود. در چنین وضعیتی، قانونگذار با تصویب قوانین مختلف به‌جای سیاستگذاری، هم هدایت و هم مدیریت اعتباری بانک‌ها را عملاً برعهده می‌گیرد و بانک مرکزی نیز در چنین مواردی، نقشی جز ابلاغ مصوبات و تعیین میزان تسهیلات تکلیفی به بانک‌ها نخواهد داشت؛ تسهیلاتی که بیشتر از سپرده‌های بانکی مردم تأمین می‌شود، ولی در سال‌های اخیر حتی نوع وثیقه این تسهیلات نیز توسط قانونگذار تعیین می‌شود. طبیعی است که اگر نوع و میزان وثیقه تسهیلات بانکی، مناسب و قابل اتکا نباشد، ریسک نکول تسهیلات و مطالبات معوق بانک‌ها به طور تصاعدی افزایش خواهد یافت که این موضوع طبیعتاً توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها را کاهش می‌دهد و موجب افزایش ناترازی آنها خواهد شد. بنابراین لازمه هدایت و نظارت اعتباری مؤثر و کارای بانک مرکزی، استقلال این بانک از سیاست‌های اقتصادی دولت است.»

به گفته «نظافتیان»، «هدایت اعتباری در صنعت بانکداری باید به همراه نظارت دقیق اعتباری انجام شود و اینطور نباشد که بانک‌ها در انجام عملیات بانکی از هفت دولت رها باشند. باید پذیرفت که تا نظارت سازمان‌یافته بانک مرکزی بر عملکرد بانک‌ها و موسسات اعتباری نباشد، هدایت اعتباری نیز حاصل نخواهد شد. هدایت اعتباری نیز مستلزم واقع‌گرایی است. فاصله بین واقعیت تا ایده آل از زمین تا آسمان است.

تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۳۹۰

ایده‌آل همه این است که عملیات بانکی کشور، عاری از ربا باشد و تأمین و تجهیز منابع بانک‌ها یا همان جمع‌آوری پول هیچ هزینه‌ای نداشته باشد، اما برای رسیدن به این ایده‌آل بایستی ظرفیت‌های کارشناسی و سیستمی بانک‌ها را در نظر داشت و بدون ملاحظات دقیق کارشناسی، نظام تجهیز و تأمین منابع بانک‌ها را به چالش نکشید؛ زیرا در کشوری که به گفته «محمدرضا فرزین» رئیس کل بانک مرکزی، «بالای ۸۸ درصد تأمین مالی اقتصاد هم‌اکنون توسط بانک‌ها انجام می‌شود و سهم سرمایه‌گذاری خارجی و بورس در تأمین مالی به ۱۲ درصد هم نمی‌رسد»، وارد کردن شبکه بانکی به حواشی و مباحث چالش‌برانگیز عملاً از توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها می‌کاهد و در پی آن، تأمین مالی اقتصاد کشور دچار مشکل خواهد شد.»

### سود علی‌الحساب شرعی نیست؟

دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها در ادامه صحبت‌هایش به سابقه ۴۰ساله بانکداری بدون ربا اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: «چهار دهه از اجرای قانون عملیات بانکی بدون ربا می‌گذرد و اکنون بی برده‌ایم که آن میزان سودی (تحت عنوان سود علی‌الحساب یا علی‌الحساب سود) که به سپرده‌گذاران پرداخت می‌شود و در پایان دوره مالی بانک با آنان تسویه حساب صورت می‌گیرد، همان هزینه پول است، اما به اعتقاد برخی صاحب‌نظران در بانکداری اسلامی، چیزی به نام هزینه پول نداریم و این همان نرخ بهره است. هزینه پول چیزی جز بهره نیست، بهره نیز راست. حال این سوال پیش می‌آید که اگر در تجهیز منابع نتوان بخشی از سود قطعی سپرده‌های بانکی را در فواصل منظم به طور علی‌الحساب و غیرقطعی به سپرده‌گذاران بپردازیم، آنگاه مردم با کدام انگیزه اقتصادی پول خود را در بانک‌ها سپرده‌گذاری می‌کنند و بانک‌ها چگونه امر خطیر تأمین مالی را انجام می‌دهند؟ آیا سپرده‌گذاران بانکی، ریسک‌های رایج در بازار سرمایه را می‌پذیرند یا باید متقاعدشان کرد که اصل سپرده‌های آنان به همراه حداقل سود از هر گونه سوخت شدن در امان است؟» به اعتقاد این پژوهشگر بانکی، «ایده‌آل این است که سود پرداختی باید سود واقعی حاصل از عملیات بانکی باشد. این ایده شرعی بسیار عالی است، اما در مرحله اجرا و در جامعه‌ای که افراد برای قسار مالیاتی عملاً دو دفتر حسابداری (واقعی و صوری) دارند، بانک‌ها چگونه و با کدام نیروی کارشناسی می‌توانند حساب و کتاب واقعی هزینه‌ها و درآمدهای پروژه‌های مورد مشارکت را ارزیابی کرده و سود واقعی را محاسبه کنند؟»

«نظافتیان» با بیان اینکه «جمع‌آوری پول و تجهیز منابع در صنعت بانکداری، مجانی تمام نمی‌شود و برای بانک‌ها هزینه دارد»، می‌گوید: «نوع وام، تسهیلات و خدمات بانکی، محصولات تولیدی بانک‌ها هستند از نظر اصول حسابداری، محصولات تولیدی بانک‌ها نیز قیمت تمام‌شده دارد که سود بانک‌ها بدان اضافه می‌شود. این واقعیتی است که نمی‌توان از آن فرار کرد. بنابراین اگر بانک‌ها به سپرده‌گذاران بگویند که «هیچ مبلغی به عنوان «سود علی‌الحساب» یا تحت هر عنوان دیگری به شما پرداخت نخواهد شد، بلکه باید منتظر پایان سال مالی و مشخص شدن سود و زیان پروژه‌های مورد مشارکت باشید»، در این صورت چند درصد مردم حاضر به ادامه سپرده‌گذاری در بانک‌ها به امید تحقق سود در آینده می‌شوند؟»

کاهش هزینه تولید مسکن چه زمانی به بازار املاک می‌رسد؟

## چرخه رونق و رکود در بازار مسکن

تخواهند بود از این ابزارها فراتر از گفتاردرمانی استفاده کنند و این بازار بار دیگر با جهش‌های نجومی قیمت مواجه خواهد شد.

بازار مسکن در شرایط فعلی با وضعیت مطلوبی از نظر افزایش عرضه واحدهای مسکونی ملکی و استیجاری مواجه است؛ زیرا رکود بازار، سمت عرضه مسکن را سبب کرده تا قیمت پیشنهادی برای فروش واحدها را نسبت به ابتدای سال ۲۰ درصد کاهش دهد و همزمان به واسطه کسادی معاملات، عرضه واحدهای در معرض فروش به بازار اجاره نیز توجه اقتصادی بالایی پیدا کرده است. همچنین به واسطه دورنمای غیرتورمی این بازار فعلاً معاملات کوتاه‌مدت و سفته‌بازی مسکن به صفر نزدیک شده و همین مسئله ضمن اینکه اجرای پایه مالیاتی برای عایدی سرمایه در معاملات سفته‌بازی را در ابتدای راه بدون معارض خواهد کرد، می‌تواند در ادامه راه از ورود افراد به معاملات کوتاه‌مدت با هدف کسب سودهای اتفاقی که به تشنج بازار دامن می‌زند نیز جلوگیری کند.

به گفته مشاوران املاک، انباشت فایل‌های فروش مسکن در بازار افزایش پیدا کرده و از یک‌سوی متقاضیان سرمایه‌گذاری دورنمایی برای افزایش قابل‌توجه قیمت در میان‌مدت ندارند و برای خرید جلو نمی‌آیند و از سوی دیگر، متقاضیان مصرفی نیز هنوز نتوانسته‌اند همپای جهش‌های چند صد درصدی قیمت مسکن در سال‌های اخیر، قدرت خرید خود را ترمیم کنند. در پی این وضعیت فعلاً فروش مسکن در بازار را رکد به‌جز از مسیر حراج و ارزان‌فروشی زیر قیمت بازار امکان‌پذیر نیست البته که همه این اتفاقات، از کاهش تورم نهادهای ساختمان و افت هزینه تولید مسکن گرفته تا ریزش قیمت پیشنهادی فروشندگان و حتی حراج فروشندگان پول‌لازم، هیچ‌کدام برای بخش عمده متقاضیان مصرفی مسکن کارگشا نیست؛ چراکه در چند سال اخیر، فاصله آنها از رویای خانه‌دار شدن چند برابر افزایش پیدا کرده و این اتفاق حتی اگر آن فاصله را یک‌پنجم یا یک‌چهارم هم کاهش دهد، باز هم قدرت خرید مسکن ندارند.

<sup>[1]</sup> «فرصت» امروز: ۴۰سالگی بانکداری بدون ربا را بررسی می‌کند

## اخبار

اقت ۱۰۰ هزار تومانی سکه در دومین روز هفته

**سکه ۲۸ میلیون تومان شد**

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با قیمت ۲۸ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز قبل، ۱۰۰ هزار تومان کاهش قیمت را نشان می‌دهد. در جریان دادوستدهای روز یکشنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با افت ۱۰۰ هزار تومانی با قیمت ۲۸ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معامله شد. هر قطعه سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با همین میزان کاهش قیمت نسبت به روز کاری قبل، با رقم ۲۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. قیمت نیم‌سکه نیز بدون تغییر در همان قیمت ۱۵میلیون و ۲۰۰ هزار تومان دادوستد شد. ربع سکه ۱۰ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان و سکه گرمی ۶ میلیون تومان قیمت خورد، قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۳۵۶ هزار تومان اعلام شد. بهای هر انس طلا نیز در بازارهای جهانی یک هزار و ۹۲۰ دلار اعلام شد. همچنین قیمت هر اسکناس دلار در مرکز مبادله ارز و طلای ایران در مقایسه با روز شنبه، ۲ تومان افزایش و نرخ هر یورو ۴ تومان کاهش یافت. بر پایه داد و ستسد بازار مبادله ارز و طلای ایران، قیمت هر اسکناس دلار در قیمت ۴۱ هزار و ۲۸۵ تومان و قیمت حواله دلار به ۳۷ هزار و ۵۳۲ تومان کاهش یافت. بهای هر اسکناس یورو ۴۴ هزار و ۲۰۵ تومان و بهای حواله یورو ۴۰ هزار و ۱۸۶ تومان، هر اسکناس درهم ۱۱ هزار و ۲۴۱ تومان و هر حواله درهم ۱۰ هزار و ۲۱۹ تومان کشف شد.

معاون بانک مرکزی:

**۴۸ درصد ارز اربعین غیر حضوری تامین شد**

معاون بانک مرکزی از تامین غیرحضوری ۴۸ درصد ارز اربعین خبر داد و گفت رشد نقدینگی در مراد امسال نسبت به مراد پارسل معادل ۲۶٫۹ درصد بود که این‌ن نوید بهبود تورم را در دوره‌های آتی می‌دهد. «محمد شیرجیان» در یک برنامه تلویزیونی با بیان اینکه خلق نقدینگی غیرمتناسب با واقعیت‌های اقتصادی و رشد اقتصادی کشور است، گفت: عاملی که در میان مدت و بلندمدت تاثیر جدی بر تورم می‌گذارد خلق نقدینگی بدون پشتوانه است. بانک مرکزی با اشراف نسبت به این موضوع در چارچوب برنامه و سیاست کلان تثبیت اقتصادی یکی از محورهای جدی برنامه خود را مدیریت نقدینگی قرار داد.
به گفته وی، رشد نقدینگی در مردادماه امسال نسبت به مردادماه ۱۴۰۱ معادل ۲۶٫۹ درصد بود و این عدد در مردادماه ۱۴۰۱ نسبت به مرداد ۱۴۰۰ که ۳۷٫۸ درصد بود بالغ بر ۱۰٫۹ درصد کاهش پیدا کرد که این نوید بهبود تورم را در دوره‌های آتی می‌دهد.
رشد تجمعی نقدینگی در پنج ماهه نخست امسال معادل ۸٫۱ درصد بوده است که نسبت به هدف‌گذاری نقدینگی انجام شده ۲ درصد جلوتر هستیم و این عدد نسبت به ابتدای دولت ۱۶ درصد کاهش پیدا کرده است و این یعنی نقدینگی تورم‌ساز ما شرایط بهتری نسبت به ابتدای دولت پیدا کرده است. او در پاسخ به این سوال که کاهش رشد نقدینگی چه تاثیری بر زندگی مردم دارد و برای مهار رشد نقدینگی چه اقداماتی انجام شده است؟ گفت: مجموعه اقداماتی که برای مدیریت نقدینگی انجام دادیم از طریق مجموعه سیاست‌های تنظیمی برای مدیریت نقدینگی از خلق سیاست کنترل مقداری ترازنامه بانک‌ها است که تاثیر جدی بر حلقه نقدینگی بدون پشتوانه داشت. همچنین سیاست تنظیمی در قالب افزایش سپرده انجام دادیم و توانستیم مدیریت نقدینگی را انجام دهیم. در حقیقت در عین حال که توانستیم مدیریت نقدینگی را انجام دهیم نظام بانکی کشور از تامین مالی بنگاه‌های تولیدی غافل نشد.

معاون اقتصادی بانک مرکزی توضیح داد: در بازه زمانی پنج ماهه که رشد نقدینگی معادل ۲۶٫۹ درصد بوده است رشد تسهیلات معادل ۲۶٫۳ درصد بوده است و رشد مانده تسهیلات هم معادل ۳۶٫۸ درصد بوده که تامین مالی بنگاه‌ها به موقع انجام شود. البته از طریق روش‌های تامین مالی زنجیره‌ای نیز به دنبال این هستیم که تامین مالی با کیفیت بهتری انجام شود. نقدینگی یک متغیر معناداری است که در میان‌مدت و بلندمدت تاثیر جدی بر تورم می‌گذارد و آثار آن را در کاهش قیمت در بازار دارایی‌ها از جمله در حوزه مسکن و خودرو شاهد بودیم؛ به طوری که در چند ماه اخیر شاهد کاهش قیمت قابل توجهی در این دو بازار بودیم و این روند همچنان تداوم خواهد یافت و می‌توانیم از طریق اتخاذ مجموعه‌ای از سیاست‌ها، تامین مالی بنگاه‌ها را به موقع انجام دهیم.
پاسخ به اینکه علی‌رغم روند کاهش نقدینگی رشد، پایه پولی همچنان بالا است و آمار نشان می‌دهد که این ناشی از بدهی بانک‌ها است، این بدهی بانک‌ها چقدر ناشی از کسری بودجه دولت و چقدر ناترازی بانک‌ها است و بانک مرکزی چه برنامه‌ای از این زمینه دارد، افزود: آن چیزی که بر تورم اهمیت دارد نقدینگی است. پایه پولی اصالت و محل اعراب تورمی ندارد. پایه پولی جزئی از نقدینگی است و آن چیزی که تبدیل به تورم می‌شود و می‌تواند قدرت خرید کلانی بر اقتصاد ایجاد کند نقدینگی است که بانک مرکزی به درستی تمرکز خود را بر روی آن گذاشته است.

این مقام مسئول در بانک مرکزی ادامه داد: طی سال‌های گذشته نیز نشان داده است که بین پایه پولی و نقدینگی در طول سال رشد متناسبی وجود ندارد و معمولاً نقدینگی و پایه پولی در بلندمدت رشد متناسب با یکدیگر دارند، اما اینکه گفته شده این افزایش پایه پولی ناشی از افزایش بدهی دولت است، درست نیست. در شهریور ۱۴۰۰ خالص بدهی دولت به بانک مرکزی معادل ۳٫۷ همت بود و این‌ن در فروردین ۱۴۰۲ معادل منفی۱۳۳٫۳ همت بود. به گفته وی، ناترازی بانک‌ها دلایل مختلفی دارد. یکی از این دلایل به واسطه اتخاذ سیاست تنظیمی به کار برده شده توسط بانک مرکزی است. بانک‌هایی که با ناترازی مواجه هستند و حساب مازاد آنها از موجودی کافی برخوردار نیست، وقتی بانک مرکزی سپرده قانونی را افزایش می‌دهد این تامین سپرده قانونی از حساب مازاد بانک‌ها به درستی انجام نمی‌شود و تبدیل به بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی می‌شود. «شیرجیان» با اشاره به اینکه بانک مرکزی مجموعه‌ای برنامه‌ها را در دست اقدام دارد، افزود: در بانک‌هایی که قابل احیا هستند که اغلب بانک‌های کشور جزو آن دسته هستند و شرایط درستی دارند یعنی با ناترازی دارایی در این بانک‌ها مواجه نیستیم، تمرکز جدی را بر اصلاح ناترازی آنها، افزایش سرمایه نظارتی، کاهش تسهیلات غیرجاری و کاهش بدهی دولت به ششگانه بانکی قرار دادیم تا مقدار بدهی دولت به ششگانه بانکی تسویه شود. وی در پاسخ به بحث دلارزدایی از اربعین نیز گفت: خوشبختانه اتفاق خوبی که امسال افتاد این بود که ما برای یک میلیون و ۱۰۰هزار نفر از زوار بالغ بر ۱۹۰ میلیارد ریال که معادل شش همت می‌شود، ارز اربعین را به صورت درباری تامین کردیم. اتفاق خوبی که امسال افتاد و کیفیت تامین ارز برای مردم بهتر شد این بود که ۴۸ درصد از تامین ارز را به صورت غیرحضوری انجام دادیم یعنی در مرحله درخواست نیازی به مراجعه به شعبه نبود و این کیفیت تامین ارز بالاتر برد. شیرجیان عنوان کرد: این اتفاق نقطه شروع خوبی برای دلارزدایی بود. بخش عمده‌ای از تامین نیاز ارزی به صورت عمده یعنی در حوزه تامین نیازهای ارزی تجاری به صورت غیردلاری و در قالب ارزهای چون یورو، یوان، درهم، روبیه و… تامین می‌شود، اما آن چیزی که وابستگی دلار ما را در تامین نیازهای خارجی همچنان زیاد کرده است تامین نیازهای خرد در حمله نیازهای مسافرتی است. سیمان بانک مرکزی با توجه به ششگانه بانکی افتاده است برنامه جدی دارد که برای تامین نیازهای ارزی مسافرتی اعم از سیاحتی و زیارتی به کشورهای مقصد از ارز کشور مقصد استفاده کند و شرایط بهتری را ایجاد کند که اتفاق خوبی برای دلارزدایی است. استفاده از ارز کشورهای مقصد کم و بیش انجام می‌شود ولی هنوز در یک مقیاس بزرگ مانند ارز اربعین اتفاق نیفتاده است، اما با توجه به تجربه خوبی که از اربعین کسب کردیم می‌توانیم آن را در مورد کشورهای دیگر نیز اجرایی کنیم.



میلیارد تن پیش‌بینی کرده که اندکی کمتر از برآورد قبلی ۲٫۸۱۹ میلیارد تن است.

فائو همچنین با همکاری سازمان همکاری و توسعه در یک گزارش مفصل ۲۵۹ صفحه‌ای، چشم‌انداز بخش کشاورزی تا یک دهه آینده را بررسی کرده است. این گزارش، ارزیابی جامعی را از چشم‌انداز بازارهای کشاورزی جهان در یک دهه آینده ارائه می‌دهد و منبعی ضروری برای سیاست‌گذاران، مشاغل و کشاورزانی است که به دنبال درک چالش‌ها و فرصت‌های پیش رو هستند. نکات مهم این گزارش همچنین می‌تواند برای فعالان بخش خصوصی ایران نیز مفید باشد.
بندهای مهم گزارش فائو را در ادامه می‌خوانید.

• پیش‌بینی می‌شود که تولید جهانی کشاورزی در دهه آینده ۱٫۳ درصد در سال افزایش پیدا کند که به دلیل کاهش پیش‌بینی‌شده رشد جمعیت و درآمد سرانه، سرعت کمتری نسبت به دهه قبیل دارد.

• انتظار می‌رود افزایش هزینه‌های کود، قیمت‌های کالاهای کشاورزی را بالا ببرد و قیمت گندم و ذرت را به ویژه تحت تاثیر قرار دهد.

• پیش‌بینی می‌شود که مصرف جهانی غذا در دهه آینده به میزان ۱٫۳ درصد در سال افزایش یابد که ناشی از رشد جمعیت در کشورهای در حال توسعه است.

• چین و هند دو محرک بزرگ تقاضای جهانی غذا باقی خواهند ماند و تقریباً نیمی از افزایش مصرف جهانی غذا در یک دهه آینده را به خود اختصاص خواهند داد.

• پیش‌بینی می‌شود که بخش دام‌طی دهه آینده سریع‌تر از بخش کشاورزی رشد کند که این سبقت‌دام از کشاورزی به واسطه افزایش درآمد و شهرنشینی در کشورهای در حال توسعه رخ خواهد داد.

• پیش‌بینی می‌شود که تولید گوشت در دهه آینده ۱٫۶ درصد در سال افزایش یابد و گوشت طیور و گوشت خوک بیشترین رشد را تا ۱۰ سال آینده به خود اختصاص دهند.

• پیش‌بینی می‌شود که تولید لبنیات در دهه آینده ۱٫۴ درصد در سال افزایش یابد و پنیر و ماست بیشترین رشد را به خود اختصاص دهند.

فرصت امروز: جدیدترین گزارش سازمان خواربار و کشاورزی سازمان ملل یا همان فائو نشان می‌دهد که قیمت جهانی مواد غذایی به پایین‌ترین سطح دو سال گذشته رسیده است. شاخص قیمت مواد غذایی فائو از مارس ۲۰۲۱ در این سطح نبوده و در مقایسه با مارس ۲۰۲۲ تا ۲۴ درصد کاهش یافته است. شاخص قیمت جهانی اژانس مواد غذایی سازمان ملل متحد در ماه آگوست به پایین‌ترین حد خود در دو سال اخیر رسید و بازگشت ماه قبل را معکوس کرد؛ زیرا کاهش بیشتر کالاهای غذایی افزایش برنج و شکر را جبران کرد. شاخص قیمت سازمان خواربار و کشاورزی (فائو) در ماه آگوست به طور متوسط ۱۲۱٫۴ واحد در مقابل ۱۲۴ برای ماه قبل بود. شاخص جولای در ابتدا به عنوان ۱۲۳٫۹ واحد در بازگشت از پایین‌ترین سطح دو ساله ژوئن در نظر گرفته شد. این رقم در ماه آگوست پایین‌ترین رقم از مارس ۲۰۲۱ بود و همچنین ۲۴ درصد کمتر از بالاترین رقم ثبت شده در مارس ۲۰۲۲ و حمله روسیه به اوکراین بود.

کاهش در شاخص کلی علی‌رغم جهش معیار برنج فائو به بالاترین حد در ۱۵ سال اخیر پس از محدودیت‌های صادراتی هند، نشانگر کاهش محصولات لبنی، روغن‌های نباتی، گوشت و غلات است. قیمت‌های انفجاری برنج به دلیل شرایط آب و هوایی شدید تشدید شده است که از جمله مهمترین آنها، بازگشت پدیده اقیانوسی ال‌نینو است که می‌تواند برداشت محصول را در سراسر جهان به خطر بیندازد.
تاثیر بالقوه آن بر محصولات نیشکر نیز قیمت شکر را همراه با هوای خشک در تایلند، یکی از تولیدکنندگان پیشرو شکر افزایش داده است. شاخص غلات فائو نسبت به ماه جولای ۰٫۷ درصد افت کرد؛ زیرا قیمت گندم در مواجهه با برداشت‌های نیمکره شمالی کاهش یافت؛ در حالی که ذرت برای هفتمین ماه متوالی سقوط کرد و به پایین‌ترین حد در سه سال اخیر رسید که تحت فشار رکورد محصول برزیل و نزدیک شدن به برداشت ایالات متحده بود. شاخص شکر فائو در ماه آگوست ۱٫۳ درصد نسبت به ماه قبل افزایش یافت که به دلیل گرانی‌ها در مورد تاثیر الگوی آب و هوایی ال‌نینو بر تولید جهانی، آن را ۳۴ درصد بالاتر از سطح سال قبل نشان می‌دهد.
قیمت روغن نباتی در ماه آگوست ۳٫۱ درصد کاهش یافت؛ در حالی که قیمت لبنیات ۴ درصد کاهش یافت و هشتمین افت ماهانه متوالی خود را تجربه کرد که منعکس‌کننده عرضه فراوان در اقیانوسیه و کاهش واردات چین است. فائو همچنین تولید جهانی غلات در سال ۲۰۲۳ را حدود ۲٫۸۱۵

بالا و پایین نقدینگی در مردادماه ۱۴۰۲

## نقدینگی از ۷ هزار همت عبور کرد

گذشته داشته اما در بعد ماهانه سمت و سوی صعودی پیدا کرده است. بانک مرکزی همچنین از کاهش سهم پول از نقدینگی در مردادماه امسال خبر داده است، به طور کلی، نقدینگی از دو جز تشکیل می‌شود: پول و شبه پول. در ادبیات اقتصادی و دسته‌بندی بانک مرکزی، سهم پول به آن دسته از نقدینگی می‌شود که سرعت نقدشوندگی آن بالاتر باشد. بر همین اساس، اسکناس و مسکوک در دست مردم و سپرده‌های دیداری در محاسبه این شاخص قرار می‌گیرند. در سمت مقابل نیز شبه‌پول دلالت بر آن دسته از نقدینگی دارد که سرعت نقدشوندگی پایین‌تری دارد. در این سمت از نقدینگی، سپرده‌های مدت‌دار و قرض‌الحسنه قرار می‌گیرند که عموماً سطح بالاتری از نقدینگی را شامل می‌شوند.

با وجود کاهش رشد نقطه‌به‌نقطه نقدینگی اما سهم پول رکوردهای بی‌سابقه‌ای را در ماه‌های اخیر به ثبت رسانده بود. به عنوان مثال، سهم پول از نقدینگی طبق گزیده آمارهای اقتصادی تازه بانک مرکزی، در فروردین ماه برابر با ۲۶ درصد بوده که در بازه ۱۰ ساله سابقه نداشته است، اما هم‌اکنون بانک مرکزی اعلام کرده است که نسبت پول به نقدینگی در مردادماه امسال با ۰٫۶ واحد درصد کاهش نسبت به پایان سال گذشته برابر با ۲۵٫۱ درصد رسیده است. طبق این آمار، این سهم در مردادماه برابر با هزار و ۷۲۰ واحد بوده که نسبت به موقعیت مشابه خود در سال گذشته ۴۱٫۳ درصد بیشتر شده است. در نقطه مقابل نیز حجم شبه‌پول در اقتصاد ایران حدوداً ۲۲٫۶ درصد افزایش پیدا کرده و به ۵ هزار و ۱۳۴ همت رسیده است. در همین خصوص بررسی‌های آماری نشان می‌دهد که تغییرات قابل توجهی در رشد بخش پول از نقدینگی رخ داده است. به عنوان مثال، در مردادماه سال قبل رشد نقطه‌به‌نقطه پول ۵۵٫۶ درصد بوده و اکنون ۱۴٫۳ واحد درصد از آن زمان کمتر شده است. در حالی که برخی از تحلیلگران اقتصادی، تمایزی میان سهم پول و شبه پول در مقدار اثرگذاری بر تورم قائل نیستند، اما بانک مرکزی معتقد است کاهش ۰٫۶ واحد درصدی سهم پول از نقدینگی نسبت به پایان سال، اتفاقی است که بیانگر تعدیل سیالیت نقدینگی، ناشی از اتخاذ مجموعه‌ای از سیاست‌های ارزی و پولی در قالب رویکرد کلان تثبیت اقتصادی و بهبود انتظارات مردم و فعالان اقتصادی است. با فرض صحت این تحلیل، بررسی‌های آماری

## خبرنامه

نگاهي به سهم گروه ۲۰ از اقتصاد جهاني

**اتحادیه آفریقا به گروه ۲۰ پیوست**

نشست رهبران و سران گروه ۲۰ به میزبانی هند از روز شنبه در دهلی آغاز شد به این امید که نمایندگان بزرگ‌ترین اقتصادهای جهان بتوانند بر سر چالش‌هایی که اقتصاد جهانی را دچار رکود و کندی کرده، با یکدیگر به توافق‌هایی دست یابند. این نشست عموماً با هدف رسیدگی به مسائل اقتصادی جهان برگزار می‌شود و هند به عنوان میزبان این دوره از نشست، به دنبال متعادل کردن تنش‌های ژئوپلیتیک جهانی و تقویت نقش خود به عنوان مهره‌ای کلیدی در جنوب جهانی است. نارندرا مودی نخست‌وزیر هند، رئیس و میزبان امسال نشست گروه ۲۰ در اولین اقدام خود اتحادیه آفریقا را در غیاب رهبران چین و روسیه به عنوان عضو رسمی و دائمی گروه معرفی کرد.

نشست امسال گروه ۲۰ با شعار «یک زمین، یک خانواده، یک آینده» آغاز به کار کرده است، علاوه بر مسائل اقتصادی بر رشد فراگیر، نوآوری‌های دیجیتال، دسترسی عادلانه به سلامت و درمان و وضعیت اقلیمی جهان متمرکز است. اقتصاد جهانی در حال حاضر درگیر چالش‌های متعددی است که بر روند رشد آن تأثیرگذار است، ازجمله تورم ماندگار، نوسانات مالی، تشدید تقسیم‌بندی‌های اقتصادی-ژئوپلیتیکی و افزایش فشار بدهی در اقتصادهای نوظهور و کشورهای درحال‌توسعه. تحت تأثیر این عوامل صندوق بین‌المللی پول در آخرین به‌روزرسانی چشم‌انداز جهانی خود، رشد اقتصاد جهانی برای سال جاری و سال آینده را به ۳ درصد کاهش داده است. از همین رو، اقتصاددانان انتظار دارند نشستی که با حضور نمایندگان بزرگ‌ترین اقتصادهای جهان، اقتصادهای توسعه‌یافته و نوظهور برگزار می‌شود، فراتر از مسائل سیاسی بر توسعه پایدار و بهبود همکاری شمال-جنوب جهانی برای بهبود وضعیت اقتصاد جهانی متمرکز باشد.

گروه ۲۰ در سال ۱۹۹۹ در واکنش به بحران مالی آسیا شکل گرفت. این بحران باعث شد که گروه ۷ (G۷) که پیش‌تر تأسیس شده بود، با دیگر قدرت‌های بزرگ اقتصادی به‌گفت‌وگو بنشیند تا به چالش‌های اقتصادی جهانی رسیدگی کند. این گروه ابتدا با ۲۲ عضو در سال ۱۹۹۷ شروع شد، برای مدت کوتاهی در اوایل سال ۱۹۹۹ به ۳۳ عضو رسید و سپس شکل نهایی خود را متشکل از ۱۹ کشور و اتحادیه اروپا در سپتامبر همان سال به خود گرفت. انتظار می‌رود اکنون با پیوستن اتحادیه کشورهای آفریقایی به این گروه، نام آن به گروه ۲۱ تغییر پیدا کند. کشورهای عضو گروه ۲۰ هم اکنون حدود ۸۵٪ تولید اقتصادی جهانی را تشکیل می‌دهند و بیش از ۷۵ درصد تجارت جهانی و حدود دو سوم جمعیت جهانی را در اختیار دارند.

در سایه جذب سرمایه‌گذاری چین

**مبادلات بانکی عراق با یوان آغاز شد**

چین مهمترین سرمایه‌گذار در زیرساخت‌های حمل و نقلی در خاورمیانه است و تلاش می‌کند در پروژه توسعه‌ای عراق، مشارکت داشته باشد. اخیراً یکی از بانک‌های خصوصی عراق اعلام کرده است که مبادلات بانکی خود را با یوان چین آغاز کرده است.

در هفتادمین گزارش از سلسله گزارش‌های «بایش تحولات تجارت جهانی»، گلچینی از تحولات اخیر در دو لایهٔ جهانی و منطقهای محیط ژئواکونومیک ایران ارائه‌شده و آخرین روندها و پیش‌بینی‌های اقتصادی تهیه‌شده توسط بزرگ‌ترین نهادهای اقتصادی بین‌المللی، در قالب داده‌های تازه مورد واکاوی قرار گرفته‌اند. طبق ارزیابی باژی پژوهشی اتاق ایران، علی‌رغم ادعای روسیه در مورد تنوع‌بخشی به منابع درآمدی خود و کاهش وابستگی احتمالا تا پایان سال ۲۰۲۳ واقعیت است که صادرات گاز روسیه احتمالاً تا پایان سال ۲۰۲۳ میلادی بالغ بر ۳۰ میلیارد متر مکعب کاهش خواهد یافت. در واقع، افزایش صادرات گاز به چین و نیز در دست داشتن مقام بزرگ‌ترین صادرکننده نفت به هند و چین در ماه ژوئن، نمی‌تواند سهم بازار از دست رفته قاره اروپا را برای روسیه جبران کند. حقیقتی که موجب شده است تا بانک مرکزی روسیه به دنبال انجام اقدامات عاجلی در جهت احیای اقتصاد روسیه باشد تا بتواند پیش‌بینی رشد ۲٫۵ درصدی اقتصاد خود را تا پایان سال جاری، عینیت بخشد.

از سوی دیگر چین نیز در ادامه تقابلات تنش‌آمیز با آمریکا اخیراً اقدام به انتشار گزارشی کرده است که ضمن آن، سیاست‌های تجاری آمریکا را برخلاف قوانین سازمان تجارت جهانی و مخل یکپارچگی زنجیره‌های عرضه جهانی دانسته است؛ اقدامی که در مقابله با ادعای همیشگی آمریکا مبنی بر نامنفذانه بودن دیپلماسی اقتصادی چین در مقابل سسایر کشورهای جهان، صورت گرفته است. چین در سطح منطقه خاورمیانه هم بسیار فعال بوده و به عنوان مهمترین سرمایه‌گذار در زیرساخت‌های حمل و نقلی در خاورمیانه، در تلاش است تا در پروژه بسیار مهم جاده توسعه عراق، مشارکت ویژه‌ای داشته باشد. اخیراً نیز یکی از برجسته‌ترین بانک‌های خصوصی عراق اعلام کرده که مبادلات بانکی خود با یوان چین را آغاز کرده است. امارات متحده عربی نیز در ادامه پیشرفت روابط خود با چین در حوزه انرژی، توافق‌نامه‌ای در زمینه توسعه شبکه سوخت‌رسانی جت در چین را با این کشور به امضا رساند. به طور کلی، امارات متحده عربی به دنبال افزایش دارایی‌های بین‌المللی شرکت نفت خود، اخیراً فعالیت‌هایش را به منظور دستیابی به محصولات پتروشیمی در خارج از خاورمیانه افزایش داده و به بخش بالادستی گاز در مدیترانه شرقی و آسیای مرکزی وارد شده است. همچنین عربستان سعودی نیز علاوه بر برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری در بخش معدن و پالایشگاه پاکستان، توانست میزبانی هم‌رکز ارتقای اکوسیستم جهانی سازمان ملل متحده را به دست آورد و سرمایه‌گذاری مشترکی نیز با رژیم صهیونیستی در زمینه توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر هوشمند در کشور خود انجام دهد.

کشورهای قزاقستان و افغانستان نیز مذاکرات سازنده‌ای را در مسیر دستیابی به توسعه تعاملات اقتصادی در دست انجام دارند. به طور کلی و با وجود آشفتگی‌های ژئوپلیتیک جهانی، آسیای مرکزی به واسطه موقعیت جغرافیایی مناسب، بازار رو به رشد و نیز وجود پلنفرم‌های گفتم‌نوی سازنده در منطقه توانسته طبق پیش‌بینی‌ها عنوان سریع‌ترین منطقه در حال رشد در سال ۲۰۲۳ را به خود اختصاص دهد.

در بخش پایانی این گزارش و در بخش پژوهش‌های تازه نیز گزارش فابو از چشم‌انداز بازارهای کشاورزی جهانی در دهه آینده به طور اجمالی بررسی شده و کتاب «تهاجم روسیه به اوکراین و امنیت غذایی جهانی» که به تجزیه و تحلیل رابطه بین درگیری، تجارت و امنیت غذایی می‌پردازد، معرفی شده است. گفتنی است مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در حرکتی منسجم و کارشناسی، تهیه و انتشار سلسله گزارش‌های «بایش تحولات تجارت جهانی» را با هدف بررسی رویدادهای کلیدی در محیط ژئواکونومیک ایران در دستنور کار قرار داده است و در این گزارش‌ها مسائل مهم روز از منظر تأثیرگذاری بر دیپلماسی اقتصادی و موقعیت ژئواکونومیک ایران مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند.



فرصت امروز: پس از آنکه روند صعودی بورس تهران در آغاز هفته جاری پس از ۱۰ روز معاملاتی متوقف شد، این روند در دومین روز هفته ادامه یافت و نمابر اصلی بورس بیش از ۵ هزار واحد دیگر در سطح ۲٫۱ میلیون واحد عقب‌نشینی کرد. هرچند میزان افت شاخص کل حدود ۰٫۲۸ درصد بود، اما این موضوع در دومین روز هفته و آن هم پس از ۱۰ روز کاری مثبت در شهریورماه نمی‌تواند چندان دلچسب اهالی بازار سرمایه باشد.

شاخص کل بورس تهران در پایان معاملات روز یکشنبه، ۵ هزار و ۹۷۳ واحد نسبت به روز قبل افت کرد و با ثبت بازدهی منفی ۰٫۲۸ درصدی در سطح ۲ میلیون و ۱۲۳ هزار واحد ایستاد. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۲ هزار و ۱۰۶ واحدی معادل ۰٫۳ درصد در تراز ۷۱۴ هزار و ۷۰۸ واحد ایستاد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با افت ۶۰ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۴۱۹ واحد رسید. شاخص هم‌وزن فرابورس هم با ۱۶۰ واحد کاهش به سطح ۱۲۷ هزار و ۶۶۸ واحد رسید. روند خروج پول حقیقی همچنان ادامه یافت و ۴۰۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد. به جز فروردین ماه امسال که با خالص بیش از ۶ هزار میلیارد تومان ورود پول حقیقی‌ها به بازار سرمایه مواجه بودیم از اردیبهشت ماه تاکنون هر ماه به طور متوسط بیش از ۴ هزار میلیارد تومان خروج پول حقیقی از بورس به ثبت رسیده است. این موضوع در شهریورماه امسال هم صادق است و تا روز ۱۸ شهریورماه حوالی ۹۲۳ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار خارج شده است. همچنین ارزش معاملات در بازار بورس و اوراق بهادار تهران و به طور مشخص معاملات نقد در روز گذشته ۳۳۷۰ میلیارد تومان بود که این مشکل – ارزش پایین معاملات – چند ماهی است بازار را درگیر خودش کرده است. در روز یکشنبه رخ نقشه بازی در محدوده صفر تابلویی قرار داشت و نمی‌توان گفت که نمادی مثبت یا منفی بوده است، البته منتهای تک نشادهای مثل نماد صفها، خارزم، خریخت و چند نماد از گروه انبوه‌سازی که در میان یخ‌زدگی قیمت‌ها در تابلوهای معاملاتی رخ مثبت داشتند و با استقبال خوبی همراه شدند.

**خروج سرمایه از پالایش‌ها**

در معاملات روز یکشنبه ۱۹ شهریورماه ۱۴۰۲، شاخص کل بورس تهران ۵ هزار و ۹۷۳ واحد نسبت به روز کاری قبل پایین‌تر ایستاد و به

شاخص کل بورس تهران ۵ هزار واحد دیگر در کانال ۲٫۱ میلیونی عقب رفت

# بورس در سرایشی شهر یور



**اعتمادی که با دلجویی دولت برنگشت**

ارزش معاملات در بازار بورس و اوراق بهادار تهران و به طور مشخص معاملات نقد در روز گذشته ۳۳۷۰ میلیارد تومان بود که این موضوع چند ماهی است بازار را درگیر خودش کرده است. در این روز رخ نقشه بازار در محدوده صفر تابلویی قرار داشت و نمی‌توان گفت که نمادی مثبت یا منفی بوده باشد؛ به جز تک نمادهایی مثل نماد صفها، خارزم، خریخت و چند نماد از گروه انبوه‌سازی که در میان یخ‌زدگی قیمت‌ها در تابلوهای معاملاتی رخ مثبت داشتند و با استقبال خوبی همراه شدند. به گزارش «کوابیران»، نمادهای فولاد، تاسیکو، شینا، فملی و نماد فارس نمادهایی بودند که از تأثیرگذاران منفی بازار روز جاری به حساب می‌آیند. به جز فروردین ماه سال جاری که با خالص بیش از ۶ هزار میلیارد تومانی ورود پول حقیقی‌ها به بازار مواجه بودیم از اردیبهشت ماه تاکنون هر ماه به طور متوسط بیش از ۴ هزار میلیارد تومان خروج پول حقیقی ثبت شده است. این موضوع در شهریور هم صادق است و تا ۱۸ شهریورماه ۹۲۳ میلیارد تومانی پول حقیقی از بازار خارج شده است. با وجود اینکه بازار از رونق کمی برخوردار بود و توان مثبت شدن نداشت، دومین کندل منفی شهریورماه هم رخ‌نمایی کرد و شاخص کل بورس پس از رشد ابتدای شهریورماه با دومین کندل منفی خود روبه‌رو شد. شاید صلاح در این است که شاخص در همین حوالی ۲٫۱ میلیون واحدی کنترل شود. به گفته اهالی بنیادی کار بازار، شاخص کل در قیمت‌های منطقی قرار دارد و برای رشد نیازمند خبرهای خوبی است. البته خبر تغییر نرخ تسعیر قیمت پایه محصولات در بورس کالا و بازگشت تعیین نرخ خوراک گاز و سوخت صنایع به شیوه فرمولی می‌توانست جزو خبرهایی باشد که بازار را تکان دهد و به اصطلاح هیچ پیشخور شدنی هم در بازار در این خصوص رخ نداد. از نظر فعالان، بازار حاضر به ریسک بالا برای خرید نیست؛ چراکه به فصل تسعیر قیمت پایه محصولات در بورس کالا و بازگشت تعیین می‌شویم. دولت نیز در این روزها اعلام کرده که دولت بدون چاب پول کسری بودجه را تأمین کرده است. ادعایی که با آمارهای رسمی همخوانی ندارد. بازار انتظار داشت در این دو هفته انتهای تابستان و با نزدیک شدن به گزارش‌های شش ماه شرکت‌ها، کمی تغییرات مثبت ببیند، اما ترس از حرکت بعدی دولت اجازه خرید را از بازار گرفته است. صحبت از اعتماد از دست رفته خود را اینجا نشان می‌دهد.

سطح ۲ میلیون و ۱۲۳ هزار و ۶۳۴ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۲ هزار و ۱۰۶ واحد در رقم ۷۱۴ هزار و ۷۰۸ واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با افت ۶۰ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۴۱۹ واحد رسید. همچنین شاخص هم‌وزن فرابورس با کاهش ۱۶۰ واحدی به سطح ۱۲۷ هزار و ۶۶۸ واحد منفی شد و ۴۰۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد شینا بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۹۹ میلیارد تومان بود. پس از شینا، نمادهای تاسیکو، ویملت، فولاد، شستا، شبندر و شتران بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای خارزم، شستان، ویست و فسوز رسید. نمادهای فولاد، تاسیکو و شینا نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. در مقابل فجر، ویست و خارزم از نمادهای سبز بودند که اثر مثبت بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای آریا، خاور و نیاس بیشترین اثر کاهش و نمادهای وسپهر، شگویا و انتخاب بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس، نماد تکرادان بیشترین تراکنش را داشت و بیش از ۹۹ میلیارد تومان به بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز بملود، فن‌افزار و دی بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۹ هزار و ۷۷۹ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۷۶۷ میلیارد تومان بود که ۸ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۱۹ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان رسید که کمترین رقم در دو هفته اخیر است. نماد شینا بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۹۹ میلیارد تومان بود. صفها، خکستر، وخارزم و فولاد نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در معاملات روز یکشنبه، ۵۷ نماد صف خرید داشتند و ۵۲ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۵۶ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۱۵۹ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با افزایش ۶ درصدی به ۵۶۰ میلیارد تومان رسید.

مروری بر روند مبادلات تجاری ایران و بحرین و چند پیشنهاد

## تجارت ایران و بحرین چگونه احیا می‌شود؟

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران، روابط تجاری میان ایران و پادشاهی بحرین چندان دامنه‌دار نیست و برخلاف روابط تجاری ایران و امارات متحده، اغلب در تسلط عوامل سیاسی بوده است؛ به طوری‌که بحرین در سال ۱۴۰۰ تنها ۰٫۰۲ درصد از صادرات ایران را به خود اختصاص داد و از این نظر در جایگاه شصت و هشتم در میان شرکای تجاری ایران قرار گرفته است. در حوزه واردات نیز این کشور از مجموع ارزش واردات ایران با اختصاص ۰٫۰۲ درصد به خود، در جایگاه ۹۰ قرار گرفته است.

به عبارت دقیق‌تر پس از توافق هسته‌ای در سال ۲۰۱۵، روابط تجاری ایران و بحرین تقویت شد؛ به طوری که در سال ۱۳۹۶ مجموع تبادلات تجاری به حدود ۱۷ میلیون دلار رسید، اما در پی خروج ایالات متحده از برجام این رقم کاهش یافت و تنها در سال ۱۴۰۰ با افزایش نسبی همراه بود. هرچند ارقام مربوط به این سال نیز ۳۶ درصد کاهش را نسبت به سال ۱۳۹۶ نشان می‌دهد. همچنین فارغ از روند مجموع تبادل تجاری دو کشور، در تمام سال‌های مورد بررسی مبادلات رقمی ناچیز بوده است. براساس آمار منتشرشده در این گزارش، میزان صادرات ایران به بحرین در سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ به ترتیب معادل ۱۱٫۷، ۱۲٫۱، ۹٫۹، ۸٫۴ و ۹٫۷ میلیون دلار بوده است. ارزش واردات ایران از بحرین نیز در سال‌های گذشته روند کاهشی داشته، به طوری که از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ ایران به ترتیب ۵٫۵، ۵٫۸، ۱۰٫۸، ۰٫۹ و ۱٫۴ میلیون دلار کالا از بحرین وارد کرده است.

گفتنی است در سال ۲۰۱۸، فرش و سایر کفپوش‌های نساجی (۲٫۸۳ میلیون دلار)، میوه‌های خوراکی، اجیل، پوست مرکبات، خربزه (۱٫۹۶ میلیون دلار)، قهوه، چای، شیر خشک و ادویه‌ها (۱٫۴۹ میلیون دلار) روغن‌های ضروری، عطر و لوازم آرایشی (۸۴۷٫۵ هزار دلار)، آماده‌سازیهای غذایی سبزیجات، میوه و اجیل (۷۰۶٫۹ هزار دلار)، سبزیجات خوراکی و ریشه‌ها و غده‌های خاص (۶۷۶٫۲ هزار دلار) از جمله مهمترین کالاهای صادراتی ایران به بحرین بوده است.

در همین سال دستگاه‌های اپتیکال فنی و پزشکی (۷۵۳٫۱ هزار دلار)، آلومینیوم (۴۱۹٫۸ هزار دلار)، پلاستیک (۳۱۸٫۳ هزار دلار)، محصولات شیمیایی متفرقه (۱۵۰٫۸ هزار دلار) و تجهیزات الکتریکی و الکترونیکی (۱۲۰٫۱ هزار دلار) عمده کالاهای وارداتی ایران از بحرین را تشکیل داده‌اند.

تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۳۹۰







# راهنمای اجرای بازاریابی مناسبتی



برنده بودن خواهد داشت. این دقیقا همان نکته‌ای است که به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مشتریان کمک می‌کند.

اگر دقت کرده باشید، این روزها کلی کمپین بازاریابی با چاشنی

تخفیف رانندازی می‌شود. صرف نظر از اینکه خیلی از چنین کمپین‌هایی در همان ابتدای راه با شکست‌های سنگین رو به رو می‌شود، شما می‌توانید از فرصت به دست آمده برای جلب نظر

مشتریان در مناسبت‌های کلیدی استفاده کنید. یک مثال جذاب درباره تخفیف‌ها مربوط به بلک فرایدی (Black Friday) است. این رویداد مهم همراه با تخفیف‌های دیوانه‌واری در سطح فروشگاه‌های سراسر دنیاست؛ چراکه همه سعی دارند از شر محصولاتی که در قفسه‌ها مانده خلاص شوند و مشتریان هم اشتیاق زیادی برای خرید همراه با تخفیف فراوان دارند. این کاری است که به شما برای اثرگذاری هرچه بهتر بر روی مشتریان کمک می‌کند.

معمولا مشتریان در زمان‌های خاصی از سال انتظار دریافت تخفیف بیشتر از سوی برندها را دارند. بنابراین شما با توجه به این خواسته کلیدی مشتریان می‌توانید حسایی از رقبا جلو بزیند. کافی است یک فروشگاه آنلاین در حوزه فروش گل و گیاه را در نظر بگیرید که برای روز مادر تخفیف‌های ویژه‌ای روی محصولاتش اعمال می‌کند. بی‌شک فروش این کسب و کار در چنین بازه زمانی خیلی خیلی بیشتر از سایر رقبا خواهد بود، مگر نه؟

#### برگزاری رویداد خاص

رویدادهای خاص به شما کمک می‌کنند تا هویت کسب و کارتان را هرچه بهتر برای مشتریان نمایان کرده و فضایی برای تعامل بیشتر ایجاد کنید. این روزها خیلی از برندها برای اینکه اوضاع بهتری در بازار داشته باشند، اقدام به حضور در رویدادهای بزرگ می‌کنند. بی‌شک این روش اهمیت و تاثیرگذاری زیادی برای کسب و کارها دارد، اما شما

نباید خودتان را به این دایره محدود کنید.

معمولا سازمان‌های خیریه در روزهای جهانی مثل روز جهانی کودک اقدام به برگزاری رویدادهای خاص می‌کنند. این امر به آنها برای جلب توجه جهانی کمک کرده و تاثیرگذاری بیشتری بر روی مخاطب به همراه خواهد داشت. بی‌شک کسب و کارهایی که دنبال سود در بازار هستند هم می‌توانند مثل چنین سازمان‌های خیریه‌ای عمل کرده و رویداد منحصر به فرد خودشان را مدیریت کنند. اینطوری هر اتفاق فرصت کافی برای معرفی و ویژگی‌های خاص برندتان به مشتریان را خواهید داشت.

#### استفاده از شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی یکی از بهترین کانال‌ها برای بازاریابی مناسبتی هستند. با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، کسب و کارها پیام‌شان را به مخاطب جهانی می‌رسانند. این در حالی است که شما برای انجام چنین مأموریت مهمی در حالت عادی باید ساعت‌ها وقت صرف می‌کردید و در نهایت به عدم کارایی ابزارهای بازاریابی کلاسیک پی می‌بردید.

ما در روزنامه فرصت امروز تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی را بدون استفاده از هشتگ‌ها اصلا امکان‌پذیر نمی‌دانیم. شما برای اینکه کمی هم که شده کارتان در بازار را بهبود بخشید، باید قدرت هشتگ‌ها را به خوبی درک کنید. این روزها استفاده از هشتگ‌ها به شما کمک می‌کند تا میانبری به سوی موفقیت بیشتر بزنید؛ چراکه کاربران با جست‌وجوی هشتگ‌ها خیلی راحت‌تر به محتوای شما دسترسی پیدا خواهند کرد.

اجازه دهید برای این بخش هم یک مثال کاربردی بزنیم. برندی را در نظر بگیرید که در زمینه مُد و پوشاک فعالیت دارد. حالا اگر این برند برای هفته مد در دنیا قصد طراحی کمپین را داشته باشد، استفاده از هشتگ «هفته مد» در شبکه‌های اجتماعی ترافیک بیشتری به سوی پست‌های آن سرازیر خواهد کرد. فکر می‌کنم معادله مورد نظر در این بخش به اندازه کافی ساده و روشن بوده باشد، مگر نه؟ شما قرار نیست در شبکه‌های اجتماعی یک تنه اقدامات عجیب و غریب را رهبری کنید. در عوض بهتر است اهداف‌تان را واقع‌گرایانه تعیین کرده و دنبال تحقق شان باشید. مثلا چند تا هشتگ پرطرفدار را شناسایی کرده و در مناسبت مناسب از آنها استفاده کنید. اینطوری

#### نویسنده: علی آل‌علی

آیا تا حالا پیش آمده در یک مناسبت خاص علاقه‌تان برای خرید از یک برند بی‌نهایت افزایش پیدا کند؟ مثلا وقتی سال نو از راه می‌رسد، معمولا آدم‌ها برای خرید لباس دست و دلبازتر می‌شوند. این در حالی است که در طول سال معمولا از هر بهانه‌ای برای شانه خالی کردن از خریدهای عادی استفاده می‌کنند. اگر دنبال دلیل محکم برای علاقه مردم به خرید در زمان‌های خاص هستید، باید با بازاریابی مناسبتی آشنا شوید. بازاریابی مناسبتی (Seasonal Marketing) نوعی از بازاریابی است که بر روی رویدادهای فصلی و تعطیلات تمرکز دارد. این رویدادها شامل تعطیلات مذهبی، تعطیلات ملی، روزهای تولد یا رویدادهایی مثل هالووین است. نکته مهم در این میان استفاده از فرصت‌های پیش آمده برای بهبود وضعیت برند در بازار است. خوب مشتریانی که در حالت عادی انگیزه‌ای برای خرید ندارند، باید یک بهانه یا دلیل نضفه و نیمه برای خرید دم دست داشته باشند. چه چیزی بهتر است بازاریابی مناسبتی و ترکیب محصولات برند با یک داستان جذاب؟ هدف از بازاریابی مناسبتی، ایجاد ارتباط و تعامل با مشتریان در طول رویدادهای خاص است. به زبان خردمانی، شما با استفاده از این استراتژی در واقع محصولات‌تان را به جذابیت بازه‌های زمانی گره زده و اقدام به فروش بیشتر می‌کنید. شاید این ایده در ابتدا عجیب یا حتی باورنکردنی به نظر برسد، اما سال‌هاست برندهای مختلف از آن نهایت استفاده را می‌برند.

فکر می‌کنم خیلی از شما هنوز صف‌های طولانی برای خرید اولین سری از محصولات اپل را به یاد دارید. این صف‌های طولانی در واقع یکی از نمونه‌های موفق بازاریابی مناسبتی بود. چه بسا قبل از اینکه محصول اپل رونمایی شود، اصلا خبری از علاقه مردم به خرید پشت سرهم این محصولات نباشد. به علاوه، معمولا بعد از رونمایی هم به فاصله چند هفته تب خرید این محصولات کاملا فروکش می‌کند. بنابراین باید در این میان به عملکرد تیم بازاریابی این برند در زمینه جلب نظر مشتریان توجه ویژه‌ای داشته باشیم؛ چراکه آنها بخش زیادی از تلاش‌شان را معطوف به جذابیت کمپین‌شان در یک بازه زمانی مشخص، رونمایی از محصولات جدید، کرده‌اند.

شاید فکر کنید بازاریابی مناسبتی فقط با تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی جلو می‌رود. خوب در این صورت باید کمی ناامیدتان کنیم؛ چراکه راه‌های دیگری هم برای موفقیت در این حوزه وجود دارد. لطفا به این موارد توجه کنید:

- تولید محتوای و پیشنهادات ویژه
- ارائه تخفیف و پیشنهادات ویژه
- برگزاری رویدادهای خاص
- استفاده از شبکه‌های اجتماعی

بازاریابی مناسبتی می‌تواند راهی موثر برای افزایش آگاهی از برند، ایجاد ارتباط با مشتریان و افزایش فروش باشد، البته به شرط اینکه به درستی آن را اجرا کنید. ما در ادامه سعی می‌کنیم هر کدام از روش‌های بالا برای اجرای درست استراتژی بازاریابی مناسبتی را به زبانی ساده و خودمانی توضیح دهیم. اگر شما هم دوست دارید با این استراتژی آشنا شوید، تا انتها با ما همراه باشید.

#### بازاریابی مناسبتی در عمل

بازاریابی مناسبتی کاری نیست که عینا از روی دست دیگر برندها انجام دهید. به علاوه، خیلی وقت‌ها حساب و کتاب این استراتژی بسا بقیه الگوها از زمین تا آسمان فرق دارد. درست به همین خاطر وقتی کارآفرینان سراغ اجرای بدون برنامه این استراتژی می‌روند، بی‌برو برگشت شکست خواهند خورد. این بلایی است که سر خیلی از کارآفرینان در دنیای کسب و کار هم آمده است. به همین خاطر بد نیست در کنار بررسی همه‌جانبه این استراتژی نیم نگاهی هم به تفاوت‌های آن با بقیه استراتژی‌ها داشته باشیم. این همان کاری است که ما در ادامه سعی می‌کنیم به بهترین شکل ممکن انجام دهیم.

#### تولید محتوای مناسبتی

محتوای مناسبیتی یکی از رایج‌ترین روش‌های بازاریابی است. شما برای این کار کافی است ایده اصلی‌تان در زمینه تولید محتوا را با مناسبت موردنظرتان ترکیب کنید. مثلا اگر قصد دارید داستانی درباره کمک به مشتریان برای خرید محصولی خوب بگویید، بد نیست آن را با کریسمس ترکیب کرده و داستانی جذاب‌تر پیش روی مشتریان قرار دهید.

خیلی وقت‌ها کارآفرینان بسا کارهای بی‌نهایت ساده می‌توانند موفقیت‌های بزرگ در بازار به دست بیاورند. با این حال در عمل تنبلی و تلاش برای کپی‌برداری از روی دست دیگران مانع کارشان می‌شود. این دقیقا همان مشکلی است که شما در تولید محتوا باید به جتنگش بروید. البته در این میان به جای گرز و شمشیر باید کمی به ذهن‌تان فشار آورده و ایده‌های تازه برای تولید محتوا پیدا کنید.

اجازه دهید این بخش را با یک مثال عینی تمام کنید. فروشگاه‌های را در نظر بگیرید که به طور تخصصی در زمینه عرضه انواع لوازم الکترونیکی فعالیت دارد. این فروشگاه بزرگ می‌تواند از چند هفته مانده به عید نوروز محتوایی برای مخاطب‌ها درباره اهمیت خرید لوازم نو بسازد. خوب هرچه باشد مردم در سال نو دوست دارند تغییری هرچند کوچک در زندگی‌شان ایجاد کنند، مگر نه؟

تولید محتوای مناسبتی باید با توجه به حوزه کاری شما صورت گیرد. با این حال نباید ماجرا را خیلی سفت و سخت بگیرید؛ چراکه دنیای واقعی اصلا تا این اندازه سخت و نفسگیر نیست. در عوض شما می‌توانید بدون هیچ دردسری هر ایده‌ای را با مناسبت‌های مختلف ترکیب کرده و منتظر نتایج حیرت‌انگیز باشید.

##### ارائه تخفیف

چه کسی در دنیا خرید همراه با تخفیف را دوست ندارد؟ شما را نمی‌دانم، ولی من که در فروشگاه‌ها حتی اگر محصولی با هزار تومن تخفیف بیشتر ببینم، فورا قید بقیه محصولات مشابه را خواهم زد. خوب وقتی آدم با تخفیف‌های درست و حسابی خرید می‌کند، همیشه حس

بازاریابی مناسبتی باید براساس نیازها و خواسته‌های مشتریان طراحی شود. کسب و کارها باید بفهمند که مشتریان آنها در طول این رویدادهای خاص به چه چیزی علاقه‌مند هستند. مثلا اگر مشتریان شما دوست دارند همیشه خریدشان را اینترنتی انجام دهند، شما در طول کمپین نباید این الگوی خرید را کاملا فراموش کنید.

بناور کنید یا نه، گاهی اوقات کارآفرینان کاملا مشتریان را از معادلات‌شان بیرون می‌گذارند. اینطوری بازاریابی به جای اینکه رویکردی تعامل‌گرایانه داشته باشد، فقط ایده‌ها و سلیقه شخصی کارآفرینان را نشان می‌دهد. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا میانه خوبی با یک برند کاملا از خودراضی ندارم. پس طبیعی است کمپین چنین برندهایی هم توجه زیادی در میان مشتریان ایجاد نکند.

#### استفاده از محتوای تکراری

محتوای تکراری دشمن اصلی کسب و کارها در مسیر موفقیت محسوب می‌شود. شما با محتوای تکراری نه تنها شانس برای موفقیت در بازار ندارید، بلکه به مرور زمان اوضاع‌تان بدتر و بدتر هم خواهد شد. خوب اگر کسی را سراغ دارید که دل خوشی از یک برند همیشه کپی‌کار دارد، ما را هم بی‌خبر نگذارید. این روزها تمام برندهای بزرگ در تکاپو برای تولید محتوای درجه یک و صد البته دست اول هستند. حالا اگر در این میان شما به خواسته مشتریان پشت کرده و شروع به کپی‌برداری از بقیه کسب و کارها کنید، حساب‌تان از قبل مشخص خواهد بود. محتوای تکراری شاید یکی دو بار جان شما را در بازار نجات دهد، اما به مرور زمان مثل موربانه ستون‌های برندتان را سست می‌کند. آن وقت دیگر حتی یک مشتری هم در بازار به برندتان اعتماد نخواهد کرد. یادتان نرود، این روزها اعتماد مشتریان مهمترین دارایی یک برند است. بنابراین باید به خوبی آن را حفظ کنید. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

گاهی اوقات ترکیب ایده‌های موفق قبلی که برندهای بزرگ اجرا کرده‌اند، خیلی هم بد از آب در نمی‌آید. البته در این میان شما باید کمی در ایده‌های اصلی آنها تغییر ایجاد کنید. اینطوری تقریبا یک ایده کاملا تازه خواهید داشت. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و در بازار یک‌نمازی کنید.

#### سخن پایانی

بازاریابی مناسبتی یک فرصت عالی برای کسب و کارها است تا با مشتریان خود ارتباط برقرار کرده و فروش خود را افزایش دهند. شما الان اطلاعات لازم برای موفقیت در این حوزه را در اختیار دارید. از اینجا به بعد دیگر هیچ عذر و بهانه‌ای از سوی شما پذیرفته نخواهد بود. پس عذر و بهانه را کنار گذاشته و وارد میدان شوید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث

در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با بازاریابی مناسبتی و اشتباهات رایج در این حوزه کرده باشد. یادتان باشد، اگر به اشتباهات این حوزه توجه نکنید، یگهو تمام زحمات‌تان بر باد خواهد رفت. پس بهتر است کمی به خودتان سخت گرفته و کار را به طور اصولی دنبال کنید. اینطوری دیگر لازم نیست بعدا نگران نتیجه نهایی کمپین‌ها باشید. مثل همیشه اگر سوالی درباره بازاریابی مناسبتی داشتید، کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز ۲۴ ساعته آماده کمک به شما هستند. منابع:

https://www.indeed.com/career-advice/career-development/seasonal-marketing

https://www.adroll.com/blog/what-is-seasonal-marketing#:~:text=Seasonal%20marketing%20is%20the%20process,to%20simply%20the%20winter%20season.

**بازار بازاریابی مناسبتی**

**فصلنامه مدیریتی - اقتصادی**

**بسمه تعالی**

**اربعین، روز زیبایی حقیقت، روز زیارت چشمها از زیبایی های کر بلا ، روز تماشای واقعی عاشورا، روز رهایی از اسارت ها و ساکن شدن در حریم امن دوست است.راهپیمایی اربعین یکی از بزرگترین و حماسی ترین مناسک شیعیان است که هر ساله جمع کثیری از عاشقان اباعبدالله از طریق مرزهای زمینی کشور در این حرکت جمعی شرکت می‌کنند.**

**این حماسه بزرگ در سایه وحدت و همدلی مردم ولایت مدار و تلاش اعضای ستاد اربعین بالاخص دست اندرکاران راهداری و حمل و نقل جاده‌ای تحقق می‌پذیرد. رانندگان تلاشگر بخش حمل و نقل جاده‌ای همواره در برهه های حساس اقتصادی، اجتماعی و سیاسی انقلاب اسلامی نقش تاریخی و حساس خود را ایفا کرده اند. و در راهپیمایی عظیم اربعین سالجاری نیز با آگاهی بصیرت انقلابی و جهادی نقش خود را در جابجایی زائرین اربعین حسین به بهترین صورت ایفا کرده و برگ زرینی در کارنامه حمل و نقل جاده ای ثبت کردند.**

**اینجانب مراتب تشکر و قدردانی خود را از رانندگان عزیز حمل و نقل عمومی، مدیران عامل، دست اندرکاران شرکت ها و موسسات حمل و نقل مسافر، معاونت حمل و نقل اداره کل متبوعه، روسا و همکاران محترم ادارات راهداری و حمل و نقل جاده‌ای شهرستان‌های استان و کلیه همکاران محترم که در اجرای طرح جابجایی اربعین حسینی حضور داشتند اعلام نموده و از خداوند متعال توفیق روزافزون در خدمت به نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران را مسئلت می‌نمایم.**

**اورجعلی علیرزاده**

**مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای آذربایجان شرقی**

**رابطه عمومی اداره کل راهداری وحمل و نقل جاده ای استان آذربایجان شرقی**

**@Rahbaranasharghi**

# فرصت امروز

#### روزنامه مدیریتی - اقتصادی

**| دوشنبه | ۲۰ شهریور ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۱۵ | صفحه ۸ |**

**صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز**

**مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی**

**چاپ: ریجان**

**دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی اکبری، پلاک ۱۱۵**

**دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸**

**سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳**

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR