

شنبه <p>۲۶ خرداد ۱۴۰۳</p>
<p>Sat. 15 Jun 2024</p> ۷ ذوالحجه ۱۴۴۵ - سال نهم <p>شماره ۲۴۴۸</p> ۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
<p>www.forsatnet.ir</p>

سر مقاله

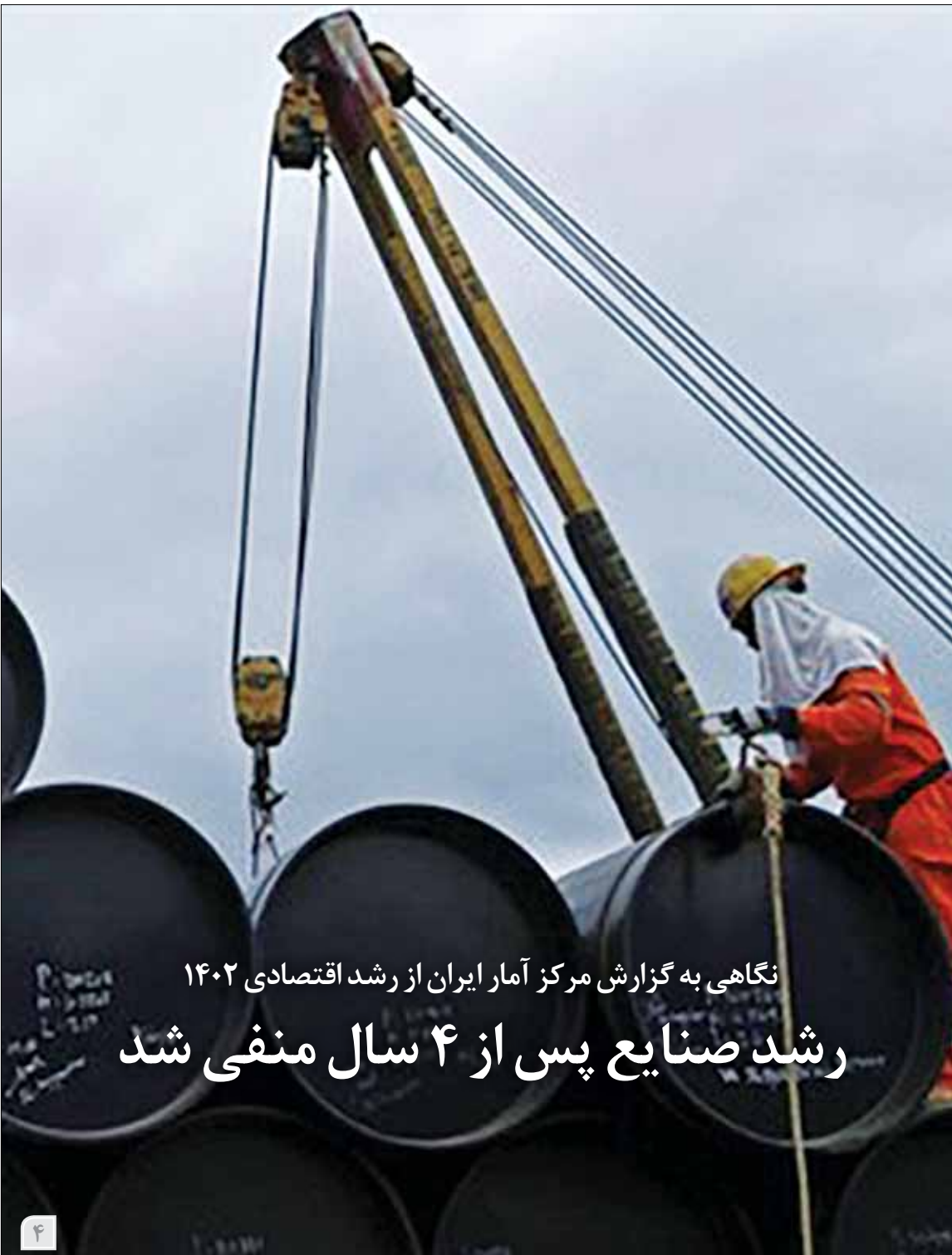
رئیس‌جمهور آینده و شبکه بانکی کشور

علی نظافتیان <p>دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانکها</p>
<div>در تیرتوبان سیاست‌ورزی این روزها، پیش‌بینی اینکه چه کسی رئیس‌جمهور آینده ایران خواهد شد، چندان آسان نیست. حوزه فعالیت بنده، تحلیل مسائل پولی و بانکی است و با قطار پرشتاب سیاست، کاری ندارم. نمی‌دانم دیدگاه‌های اقتصادی و بانکی رئیس‌جمهور آینده چیست و او چه ملاحظات و انتظاراتی از مجموعه بانکی کشور خواهد داشت؛ مجموعه‌ای بزرگ شامل بانک مرکزی، بانک‌های دولتی، بانک‌های خصوصی و حتی بانک‌های خصوصی. اگر در این زمینه از دیدگاه‌های اقتصادی و انتظارات جامعه فراتر رویم، نیک می‌دانیم که اقتصاد ایران، بانک‌محور است و رشد اقتصادی در گروی تأمین مالی مناسب واحدهای تولیدی از سوی بانک‌هاست. پس نمی‌توان به بهانه‌های مختلف از یکسو بر طبل تضعیف شبکه بانکی کشور کوبید و از سوی دیگر انتظار داشت که بانک‌ها، یاور همیشگی تولید و صندوق پرداخت‌های بی‌بازگشت باشند. افزون بر آن، باید بدین نکته هم توجه داشت که بانک، صندوق پرداخت نیست، بلکه یک مؤسسه انتفاعی است که بایستی هم امور مشترکانش را راه اندازد و هم به سپرده‌گذاران و سهامدارانش سود برساند.</div>
ادامه در همین صفحه

روزنامه **مدیریتی - اقتصادی**

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



نگاهی به گزارش مرکز آمار ایران از رشد اقتصادی ۱۴۰۲

رشد صنایع پس از ۴ سال منفی شد

رئیس‌جمهور آینده و شبکه بانکی کشور

شورای سیاستگذاری پولی و ارزی و همچنین شورای تنظیم‌گری و نظارت بانکی بانک مرکزی فراهم خواهد شد. از آنجایی که مطابق رویه اجرایی، رئیس کل بانک مرکزی، یکی از اعضای تیم اقتصادی دولت محسوب می‌شود، قاعدتا رئیس‌جمهور آینده، رئیس کل و مدیران بانک مرکزی را از میان افرادی گزینش خواهد کرد که بیشترین هماهنگی فکری و اجرایی را با تیم اقتصادی دولت داشته باشند. برای دستیابی به این مهم، استفاده از تجربیات ارزشمند مدیران قبلی و فعلی بانک مرکزی و شبکه بانکی کشور به عنوان اتاق فکر بانک مرکزی، بسیار راهگشاست.

دوم: پیگیری و تعیین تکلیف تعاملات بین‌المللی شبکه بانکی کشور

«بینا»، رسانه مرجع بانک مرکزی، چند سال پیش تیتراژه بود: «راه‌حل نظام بانکی از قبول FATF می‌گذرد.» شخصاً به مباحث سیاسی مربوط به سوئیفت و گروه ویژه اقدام مالی (FATF) علاقه‌ای ندارم. اتخاذ تصمیم در این گونه موارد نیز در صلاحیت مراجع دیگری است، اما از جنبه اجرایی و بانکی باید بپذیریم که در حال حاضر، فعالیت‌های بین‌المللی شبکه بانکی در خارج از مرزها جغرافیایی ایران نیازمند ابزارهای شناخته‌شده و امن و در عین حال، پرکاربرد بین‌المللی است. سوئیفت (SWIFT)، شاره‌های بانکی جهان است که در سال ۱۹۷۳ توسط ۲۲۹ بانک از ۱۵ کشور اروپایی و آمریکای شمالی راه‌اندازی شد و هم‌اکنون طبق شنیده‌ها دست‌کم ۱۰ هزار بانک و مؤسسه مالی از ۲۰۹ کشور جهان عضو این شبکه هستند. شبکه‌ای که قرار است تعاملات مالی - بانکی کشورها را برعهده داشته باشد و آن را تسریع کند. هدف و فلسفه وجودی شبکه سوئیفت، این است که تعداد بیشتری از کشورها و مؤسسات مالی و بانکی جهان، عضو آن باشند تا از تطبات مالی بانک‌ها در محیطی امن، مطمئن و ایمن انجام شود. ترجمه تحت‌اللفظی سوئیفت (Financial Telecommunication)، «جامعه جهانی ارتباطات مالی بین بانکی» است.

گروه ویژه اقدام مالی (Financial Action Task Force) یا همان FATF نیز یک سازمان بین‌دولتی است که در سال ۱۹۸۹ میلادی با ابتکار گروه هفت براساس سیاست‌های توسعه‌ای جهت مبارزه با پولشویی ایجاد شده است. این گروه، میزان پیشرفت کشورهای عضو در زمینه پیاده‌سازی توصیه‌های گروه را رصد می‌کند. همچنین میزان پیشرفت اجرای توصیه‌های گروه در سطح جهان نیز نظارت می‌کند. گروه ویژه اقدام مالی (FATF) براساس همین رصد و نظارت بر اجرای مصوبات و توصیه‌ها، کشورها را به سه دسته تقسیم می‌کند؛ دسته نخست، کشورهایی هستند که از نظر گروه ویژه اقدام مالی کاملاً بر توصیه‌ها منطبق بوده و آنها را اجرا کرده‌اند. این گروه عمدتاً کشورهای توسعه‌یافته هستند. دسته دوم، کشورهایی هستند که در حال پیشرفت و تطبیق با استانداردهای مشخص شده هستند. دسته سوم نیز کشورهای هستند که با گروه ویژه اقدام مالی، همکاری ندارند و بنابراین از نظر این گروه، به عنوان کشورهای دارای ریسک بالای پولشویی و تأمین مالی تروریسم شناخته می‌شوند. این دسته خود به دو گروه تقسیم می‌شوند؛ یک گروه کشورهایی که علیه آنها «اقدام متقابل» انجام نمی‌شود و گروه دیگر که علاوه بر حضور در لیست سیاه، «اقدام متقابل» علیه‌شان صورت می‌گیرد. در مجموع، بدون استفاده از این دو پدیده، شبکه بانکی کشور برای تعامل و همکاری با بانک‌های سایر کشورها،

خواه بانک‌های دولتی و خواه بانک‌های خصوصی، با مشکل مواجه خواهد بود و ریسک عملیات بانکی بانک‌های ایرانی در خارج از کشور را به‌شدت افزایش می‌دهد. باید پذیرفت که امروزه در دنیای بانکداری بین‌المللی نمی‌توان به‌صورت جزیره‌ای بانکداری کرد و با بانک‌های دنیا تعامل و همکاری متقابل نداشت. تجارت خارجی ما شدیداً نیازمند استفاده از روش‌های امن و مطمئن بانکی برای مبادله پول و کالا و خدمات است. پس رئیس‌جمهور آینده می‌بایستی با هماهنگی سایر مراجع ذی‌ربط برای حل این مشکل شبکه بانکی کشور راهگشایی کند.

سوم: تعیین مدل سود سپرده‌ها و تسهیلات بانکی به‌منظور ایجاد رقابت بین‌بانکی

پس از تصویب قانون عملیات بانکی بدون ربا در شهریورماه ۱۳۶۲، مدلی جدید از نحوه نرخ‌گذاری و گرفتن سود تسهیلات بانکی و پرداخت سود به سپرده‌گذاران بر مبنای ملاحظات بانکی زیر در نظام بانکی کشور طراحی شد: «ممنوعیت اخذ ربا در عملیات بانکی»، «لزوم اخذ کارمزد در وام قرض‌الحسنه»، «ممنوعیت پرداخت سود در وام یا سپرده قرض‌الحسنه»، «طراحی روابط حقوقی بین بانک‌ها و مشتریان بر مبنای معاملات شرعی مورد تأیید مجلس و شورای نگهبان»، «اتخاذ سیاست‌های تشویقی به‌منظور ایجاد انگیزه اقتصادی در مردم برای سپرده‌گذاری در بانک‌ها، یعنی پرداخت بخشی از سود سپرده‌های بانکی به‌عنوان «سود علی‌الحساب» در طول سال به سپرده‌گذاران و تسویه نهایی سود عملیات بانکی با احتساب مدت و مبلغ سپرده مردم و سهم منابع بانک در عملیات بانکی».

اگر این سیاست‌های تشویقی نبود، سپرده‌گذاری در بانک‌ها هم برای مردم جاذبه اقتصادی نداشت. در زمان حیات بنیانگذار جمهوری اسلامی، ایشان ایراد شرعی بر عملیات بانکی مورد اشاره وارد نکردند. بر همین اساس، شورای پول و اعتبار همه ساله نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌ها و تسهیلات بانکی را تعیین می‌کند. اما این فرآیند بانکی در حال حاضر با چند چالش اساسی مواجه است؛ از جمله چالش تفاوت قیمت هزینه تمام شده تجهیز و تأمین منابع و سود دستوری تسهیلات بانکی. به بیان ساده، اگر قرار باشد هزینه تمام شده نهایی محصولات بانکی بیشتر از نرخ دستوری سود تسهیلات بانکی باشد، در این صورت سرمایه‌گذاری در بانکداری سودآور نخواهد بود. وقتی شورای پول و اعتبار حداکثر نرخ سود سپرده‌های بانکی را ۲۲.۵ درصد تعیین می‌کند، نباید انتظار داشت که سپرده‌گذاران بانکی در حال حاضر با چند چالش اساسی مواجه است؛ از جمله چالش تفاوت قیمت هزینه تمام شده تجهیز و تأمین منابع و سود دستوری تسهیلات بانکی. به بیان ساده، اگر قرار باشد هزینه تمام شده نهایی محصولات بانکی بیشتر از نرخ دستوری سود تسهیلات بانکی باشد، در این صورت سرمایه‌گذاری در بانکداری سودآور نخواهد بود. وقتی شورای پول و اعتبار حداکثر نرخ سود سپرده‌های بانکی را ۲۲.۵ درصد تعیین می‌کند، نباید انتظار داشت که سپرده‌گذاران بانکی به‌منظور جبران کاهش سپرده‌های بانکی، دور از بانک‌های تسهیلات بانکی نباشند تا امکان عرضه تسهیلات بانکی به مردم با نرخ سود منصفانه فراهم آید. چالش مهم دیگر، چالش فقهی پرداخت سود علی‌الحساب

به سپرده‌گذاران بانکی است. سال‌ها از پرداخت بخشی از سود سپرده‌های بانکی تحت عنوان «سود علی‌الحساب» به سپرده‌گذاران بانکی می‌گذرد، اما ظاهراً چندی است که سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی از جهات شرعی، مورد ایراد برخی از مراکز فقهی قرار گرفته است. فرض کنید که این ایراد قبول شود و پدیده «سود علی‌الحساب» یا به عبارت دقیق‌تر، «علی‌الحساب سود» از عملیات بانکی ایران برچیده شود؛ آنگاه با کدام سیاست جذب و تجهیز منابع می‌توان مردم را تشویق کرد که در بانک‌ها سپرده‌گذاری کنند و صبر پیشه سازند تا سپرده‌های آنان تبدیل به تسهیلات بانکی و تأمین منابع واحدهای تولیدی شود؟

اگر قرار است نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات بانکی، تابع بازار رقابت نباشد و همچنان دستوری تعیین شود، در این صورت بایستی بین هزینه تمام شده تجهیز منابع بانک‌ها و نرخ سود تسهیلات بانکی، توازن اقتصادی برقرار باشد؛ وگرنه بانکداری سودآور نخواهد بود و زیانده خواهد شد.

چهارم: طراحی مدل مناسب برای پرداخت تسهیلات تکلیفی

مهندس «طهماسب مظاهری» رئیس کل پیشین بانک مرکزی در نشست تحلیلی «تبیین و ارزیابی سیاست‌های پولی و ارزی» در سری و یکمین همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی به درستی گفته است که «تسهیلات تکلیفی، علت‌العلل بسیاری از مشکلات نظام بانکی است. در ابتدای جلسه، مسئله سرریز کسری بودجه به ترازنامه نظام بانکی مطرح شد، علاوه بر این مسئله، مشکل تسهیلات تکلیفی نیز در ناترازی شبکه بانکی موثر است که باید کنترل شود.» در واقع، تسهیلات تکلیفی به شیوه فعلی، هیچ نتیجه‌ای جز ناچار شدن بانک‌های عامل به پرداخت تسهیلات بدون داشتن سپرده کافی در پی نخواهد داشت. افزایش تورم ناشی از پرداخت تسهیلات بدون موجودی سپرده بانکی نیز اجتناب‌ناپذیر است. بند الف ماده ۸۴ قانون برنامه سوم توسعه به صراحت در مورد لزوم کاهش تسهیلات تکلیفی مقرر داشته بود: «افزایش درمانده تسهیلات تکلیفی طی سال‌های برنامه سوم به طور متوسط سالانه ده درصد (۱۰٪) نسبت به ارقام مصوب سال ۱۳۷۸ تعیین می‌یابد.» همین حکم بار دیگر در جزء ۳ از بند «ج» ماده ۱۰ قانون برنامه چهارم توسعه تکرار شده است، اما متأسفانه با وجود این قوانین، حجم تسهیلات تکلیفی بانک‌ها نه‌تنها کاهش نیافته؛ بلکه بر میزان آن سال‌به‌سال افزوده شده و بانک‌ها را به علت کمبود منابع در تنگنای مالی قرار داده است. نتیجه این نوع تسهیلات تکلیفی نیز مشخص است: افزایش تورم همراه با استحاله بانکداری به صندوق پرداخت. به هر حال، در مورد تسهیلات تکلیفی تصور می‌کنم تضمین مطالبات بانک‌های عامل ناشی از پرداخت تسهیلات تکلیفی توسط دولت و همچنین کاهش سالانه حجم آن به روش برنامه سوم و چهارم توسعه می‌تواند تا حدود زیادی از ضرر و زیان بانک‌ها بر اثر پرداخت تسهیلات تکلیفی بکاهد.

پنجم: تعیین تکلیف مدیریت بانک‌های خصولتی بانک‌های خصولتی، گونه تکامل‌یافته بانک‌های دولتی هستند. گرچه مالکیت آنها سال‌هاست که خصوصی شده، ولی مدیریت آنها همچنان تمام‌وکمال دولتی باقی‌مانده است. سیاست‌های کلی نظام در مورد سهام بانک‌های ملی شده، شفاف و روشن است. متن ابلاغیه در خصوص سیاست‌های بخش‌های غیردولتی از طریق واگذاری فعالیت‌ها و بنگاه‌های دولتی که در سال ۱۳۸۵ به رؤسای سه قوه و رئیس مجمع

کار رئیس‌جمهور ساخت و ساز نیست

سقف ۲۶ درصدی اجاره‌بها در تهران

علی‌رغم تجربه ناموفق سقف اجاره بها در بحران کرونا، دولت بار دیگر اقدام به تعیین سقف مجاز اجاره بها براساس نرخ تورم کرده و این سقف در شهر تهران ۲۶ درصد تعیین شده است. در جریان شیوع کرونا و در دوره فعالیت دولت دوازدهم بود که با هدف کمک به خانوارهای اجاره‌نشین، سقف اجاره بها در شهر تهران ۲۵ درصد و در سایر شهرها ۲۰ درصد اعلام شد. البته این…

مهمترین خواسته مردم از رئیس‌جمهور آینده بهبود شرایط اقتصادی و کاهش تورم است
<div>فرصت امروز؛ تا برگزاری انتخابات زودهنگام ریاست جمهوری، زمان زیادی باقی نمانده است. اقتصاد، معیشت، تورم، تحریم و… از کلیدواژه‌های اصلی انتخابات امسال هستند و مطالبات اقتصادی همچنان نقش پررنگی در این دوره از انتخابات دارند. ثبات‌بخشی به فضای اقتصاد کلان، رفع تحریم‌های خارجی، اصلاح نظام بودجه‌ریزی، ساماندهی ناترازی انرژی و… از جمله دغدغه‌های فعالان اقتصادی در آستانه انتخابات هشتم تیرماه است. نتایج آخرین نظرسنجی ایسپا (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران) نشان می‌دهد که اقتصاد از نگاه بیشتر پاسخ‌دهندگان، مسئله اصلی انتخابات است؛ به طوری که از دیدگاه ۵۸.۵ درصد از مردم، دولت آینده باید مسئله «فقر و محرومیت» را در اولویت کاری خود قرار دهد. «ایجاد اشتغال» با ۳۹.۷ درصد، «تورم و ارزش پول ملی» با ۳۶.۵ درصد، «سیاست خارجی و روابط با دیگر کشورها» با ۲۸.۷ درصد، «امنیت ملی» با ۲۸.۴ درصد، «ساماندهی بخش مسکن» با ۲۰.۶ درصد و «مبارزه با فساد و رانت» با ۱۹.۶ درصد از دیگر مواردی است که مورد توجه شهروندان ایرانی قرار دارد. همچنین در یک نظرسنجی دیگر که اخیراً از سوی مرکز رشد دانشگاه امام صادق انجام شد، «بهبود شرایط اقتصادی» به عنوان مهم‌ترین خواسته مردم از رئیس‌جمهور آینده مطرح شده است. در این نظرسنجی از پاسخ‌دهندگان پرسیده شد که رئیس‌جمهور بعدی کشورمان از بین مشکلات موجود بایستی بیش از همه برای رفع کدامیک تلاش کند؟ در پاسخ به این پرسش، پنج اولویت اصلی مردم مشخص شده است که اولین آن، «جلوگیری از افزایش تورم و گرانی» است. همچنین «مذاکره به منظور رفع تحریم‌های خارجی»، «رسیدگی به اقشار محروم و کم‌درآمد»، «مبارزه با فساد و رانتخواری» و «کاهش تبعیض علیه زنان»، اولویت‌های بعدی شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی را نشان می‌دهد…</div>
۲

بانک جهانی نسبت به تداوم بالاماندن نرخ بهره هشدار داد

رشد اقتصادی از چشم بانک جهانی

مدیریت و کسب‌وکار
<div>ریمارکتینگ (Remarketing) چیست و چطور انجام می‌شود؟ <p>آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده در سایت یک برند محتوایی را مشاهده کنید و روز بعد دوباره با همان محتوا در قالب تبلیغات آنلاین رو به رو شوید؟ شاید هم در یک فروشگاه اینترنتی سفارشی را بلاکلیف گذاشته‌اید و بعد از چند روز در گوگل با تبلیغ همان محصولاتی که در فهرست خریدتان بوده، رو به رو می‌شوید. خب در این صورت لازم نیست زیاد فکر و خیال کنید؛ چراکه هدف بازاریابی مجدد یا ریمارکتینگ قرار گرفته‌اید. ریمارکتینگ در واقع فرآیند نمایش تبلیغات شخصی‌سازی‌شده برای کسانی است که قبلاً تعاملی با برند شما داشته‌اند. این امر با هدف ایجاد یک شانس دوباره برای تعامل با مخاطب روی می‌دهد. البته شما قرار نیست همیشه از دل این فرآیند به موفقیت‌های بزرگ برسید، اما شانس مجددی برای به دست آوردن دل مشتریان و کسب سود خواهد بود. اگر بخواهیم از یک مثال دم دستی استفاده کنیم، باید گفت ریمارکتینگ تقریباً مثل…</p></div>
۳
مدیریت و کسب‌وکار
<div>ریمارکتینگ (Remarketing) چیست و چطور انجام می‌شود؟ <p>آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده در سایت یک برند محتوایی را مشاهده کنید و روز بعد دوباره با همان محتوا در قالب تبلیغات آنلاین رو به رو شوید؟ شاید هم در یک فروشگاه اینترنتی سفارشی را بلاکلیف گذاشته‌اید و بعد از چند روز در گوگل با تبلیغ همان محصولاتی که در فهرست خریدتان بوده، رو به رو می‌شوید. خب در این صورت لازم نیست زیاد فکر و خیال کنید؛ چراکه هدف بازاریابی مجدد یا ریمارکتینگ قرار گرفته‌اید. ریمارکتینگ در واقع فرآیند نمایش تبلیغات شخصی‌سازی‌شده برای کسانی است که قبلاً تعاملی با برند شما داشته‌اند. این امر با هدف ایجاد یک شانس دوباره برای تعامل با مخاطب روی می‌دهد. البته شما قرار نیست همیشه از دل این فرآیند به موفقیت‌های بزرگ برسید، اما شانس مجددی برای به دست آوردن دل مشتریان و کسب سود خواهد بود. اگر بخواهیم از یک مثال دم دستی استفاده کنیم، باید گفت ریمارکتینگ تقریباً مثل…</p></div>
۸

تشخیص مصلحت نظام ابلاغ گردیده، بدین شرح است: «واگذاری ۸۰ درصد از سهام بنگاه‌های دولتی مشمول صدر اصل ۴۴ به بخش‌های خصوصی شرکت‌های تعاونی سهامی عام و بنگاه‌های عمومی غیردولتی به شرح ذیل مجاز است: ۱- بنگاه‌های دولتی که در زمینه‌های معادن بزرگ، صنایع بزرگ و صنایع مادر (از جمله صنایع بزرگ پایین‌دستی نفت و گاز) فعال هستند به استثنای شرکت ملی نفت ایران و شرکت‌های استخراج و تولید نفت خام و گاز. ۲- بانک‌های دولتی به‌استثنای بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بانک ملی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه صادرات.»

براساس سوابق موجود در سال‌های پیش، سهام عمده بانک‌های ملی شده تجار، صادرات ملت به اشخاص حقوقی یا حقیقی غیردولتی واگذار شده است. از جمله حقوق قانونی هر سهامدار، امکان مداخله در مدیریت شرکت و اعمال مدیریت در آن براساس مقررات قانون تجارت و اسدنامه شرکت است، اما با وجود واگذاری سهام بانک‌های مورد اشاره، مدیریت آنها تاکنون به سهامداران واگذار نشده است. پس در این پدیده حقوقی، مالکیت بانک‌های مورد بحث، غیردولتی است، اما مدیریت آن همچنان دولتی باقی مانده است. متن‌شأ اصطلاح «بانک‌های خصولتی» نیز همین‌جاست؛ یعنی بانک‌های خصوصی شده که دولتی مانده است. پس پرسش مهم اینجاست که تکلیف سازمان‌ها و مراجع نظارتی با ماهیت حقوقی این بانک‌ها چیست؟ و همچنین دولتی‌اند یا خصوصی شده‌اند؟ به طور منطقی، اگر سهام بانک واگذار شده، مدیریت آن نیز بایستی به سهامداران قانونی آن واگذار شود؛ وگرنه نتیجه این قبیل مدیریت‌ها، فره‌بردن و گسترش تکنیکالی دولت خواهد بود. ادامه تصدیگری دولت در این‌گونه بانک‌ها، مغایر با اهداف خصوصی‌سازی است. به قول معروف، «یا زنگی زنگ یا رومی روم».

سخن پایانی آنکه، شبکه بانکی کشور به شدت نیازمند داشتن برنامه توسعه است تا مردم بدانند که بانک‌های ایران تا دو دهه آینده در کجای صنعت بانکداری ایستاده‌اند. مسائل ابلاغی و مشکلات بانکی، فراوان است و توقع بحق مردم از بانک‌ها، ارائه خدمات مطلوب بانکی است. رئیس‌جمهور آینده حتماً کشور خواهد داشت. بانک مرکزی نیز عضو تیم اقتصادی دولت است و باید با این تیم هماهنگ باشد، اما قطعاً بانکداری دستوری، انتصاب مدیران غیربانکی در بانک‌ها، سرکوب قیمت‌ها و حذف زمینه رقابت از میدان فعالیت بانک‌های دولتی، خصوصی و خصولتی در کنار گسترش بی‌رویه غیرمتناسب تسهیلات تکلیفی، مشکل‌ساز خواهد بود و به ناترازی و مشکلات فعلی شبکه بانکی کشور هرچه بیشتر دامن خواهد زد. از سوی دیگر، اقتصاد کشورمان، پول‌مدار و بانک‌محور است و بخش تولید به تأمین مالی بانک‌ها شدیداً وابسته است. بانکداری با صندوق‌داری متفاوت است. بانک یک مؤسسه اقتصادی است و انتفاعی است و نباید آن را صرفاً از زاویه پرداخت تسهیلات تکلیفی نگریست. مردم حق دارند که از بهترین خدمات بانکی برخوردار شوند و مطمئن باشند که در صورت سرمایه‌گذاری در بانک‌ها به‌صورت سهام یا سپرده بانکی، سرمایه‌گذاری آنها مطمئن و سودآور خواهد بود؛ ضمن آنکه مالیات بستن بر سپرده‌های بانکی مردم، خروج سپرده‌های بانکی و ناتوانی بانک‌ها در پرداخت وام و تسهیلات را به همراه خواهد داشت.

نگاه

مشاوران اقتصادی پژوهشکيان چه نظراتی دارند؟

از بنزین تا یارانه نقدی

بحران‌های اقتصادی ایران حالا اهمیت تئورسین‌های اقتصادی و کارشناسان حاضر در کنار کاندیداهای ریاست جمهوری را بیش از پیش روشن کرده است. شامگاه پنجشنبه بالاخره اولین مناظره اقتصادی با حضور مسعود پژوهشکيان و مشاوران برگزار شد. در این نشست، حسین عبده تیریزی و احمد میدری در کنار پژوهشکيان حضور یافتند و به تبیین برنامه‌های اقتصادی وی پرداختند. به گزارش «خبرآنلاین»، حسین عبده تیریزی در سال ۱۳۳۰ در تهران متولد شد. در سال ۱۳۵۲، همزمان کارشناسی بازرگانی از مدرسه عالی بازرگانی و کارشناسی زبان انگلیسی از مدرسه عالی ترجمه دریافت نمود. در سال ۱۳۵۲، تحصیلات خود را در رشته مدیریت بازرگانی در مرکز مطالعات مدیریت ایران در سطح کارشناسی ارشد ادامه داد و تحصیلات عالی خود را در سطح دکتری رشته امور مالی و بانکداری در مدرسه عالی بازرگانی منچستر در سال ۱۳۵۶ به پایان رساند. سابقه تدریس او به دهه ۵۰ بازمی‌گردد و از آن زمان تاکنون در بسیاری از مؤسسات آموزش عالی، سازمان‌ها و مراکز تحقیقاتی کشور استاد مدعو بوده‌است. دانشگاه صنعتی شریف، دانشگاه تهران، دانشگاه شهید بهشتی، دانشگاه علامه طباطبایی، مؤسسه عالی پژوهش در برنامه‌ریزی و توسعه و دانشگاه امام صادق (ع) تنها برخی از مؤسساتی است که وی در آنها به تدریس دانش مالی پرداخته است. اندیشه‌های عبده تیریزی با اندیشه‌های اقتصاد بازار هنجوایی بیشتری دارد. او مخالف سرسخت قیمت‌گذاری دستوری است و معتقد است ما جزو معدود کشورهای جهان هستیم که همچنان سیستم قیمت‌گذاری دستوری را داریم. در سال ۱۳۹۲ بود که وی نقدی بسیار جدی را به برنامه هدفمندی یارانه‌های احمدی‌نژاد وارد کرد و گفت: یارانه نقدی که باید برای هر نفر واریز می‌شد ۱۸ هزار تومان بود، اما دولت وقت نسبت به توزیع یارانه ۴۵ هزار تومانی اقدام کرد که البته مضرات این اقدام همین حالا روشن است.

او در انتخابات سال ۱۳۹۶ نیز وعده‌ها برای افزایش یارانه را غیرممکن خوانده بود. این کارشناس حوزه مالی البته راه بررون‌رفت بورس از مشکلات کنونی را نیز خروج دولت از قیمت‌گذاری دستوری می‌داند. او در فروردین امسال در نشست بررسی وضعیت ایران در خاورمیانه گفته بود: ما در شرایط عادی می‌توانستیم با عربستان و ترکیه رقابت کنیم، این موقعیت و جایگاه ایران، حرف‌گزافی نیست و ما با یک مقدار برنامه‌ریزی و حرکت می‌توانیم در این موقعیت باشیم. ایران این پتانسیل را دارد که از وضعیت فعلی بیرون بیاید و این قابلیت را هم دارد. ما می‌توانیم افرادی باشیم که در این کشور با یکدیگر در زمینه‌های مختلف، اختلاف داریم، اما در یک دوره‌ای در همین جمهوری هم با هم راحت‌تر و کم‌تنش‌تر زندگی می‌کردیم و در چارچوب همین قانون اساسی، نرخ رشد اقتصادی ۵ و ۶ درصد هم داشتیم.

او حالا در کنار پژوهشکيان، سخنانی صریح درباره آینده پیش‌تر رو دارد. او سخنان پژوهشکيان درباره اینکه برنامه دولتش در صورت انتخاب اجرائی برنامه‌های کلی نظام است را تأیید کرده و گفته است: برنامه هفتم توسعه با این محورها نگاشته شده است: تعامل سازنده در ورای بین‌الملل، آزادی‌های مشروع، حفظ کرامت انسان‌ها، فرصت‌های برابر، پست نابرابر، جایگاه برابر، رسیدن به عزم ملی، تقویت نهاد خانواده و نقش زن در آن، رقابت‌پذیری کالاها و… است. کسانی که این موارد را نمی‌فوند احساس می‌کنند که این متن متعلق به ۱۳۸۲ است و قرار است در ۱۴۰۴ عملی شود. این سندی است که در مجمع تشخیص مصلحت نظام تصویب شده و به تأیید مقام معظم رهبری رسیده است. براساس این سند سیاست‌های کلی ابلاغ شده، براساس همین سند برنامه‌های پنج ساله تدوین شده است.

وی گفت: حالا اگر آقای پژوهشکيان گفته است که من قصد اجرائی این برنامه‌ها را دارم آیا حرف بدی است؟ آیا اگر مشاوران ایشان به‌او گفته‌اند که این اهداف موارد خوبی است و باید محقق شود آیا حرف بدی گفته‌اند؟ در بند ۳۹ قرار بوده تورم کنترل شود، در دولت سازندگی تورم متوسط ۲۵ درصد بوده، در دولت آقای خاتمی متوسط ۱۵ بوده، در دولت آقای احمدی‌نژاد متوسط ۲۰٫۵ درصد بوده، در دولت آقای روحی تورم متوسط ۲۵ درصد بوده است. ما تنها ۶-۷ درصد در دنیا هستیم که تورم بیشتری داریم. طبیعی است که معضل امروز مردم تورم است، ما وقتی می‌گوییم تورم، گران می‌هم به همراه آن است، تازه آقایان متوجه شده‌اند که مشکلی در این زمینه است و باید برخورد شود حالا در دهه ۶۰ شلاق می‌زدیم و دیگر شلاق نمی‌زنیم.

عبده تیریزی در سال ۱۳۹۴ اعلام کرده بود: به طرح هدفمندی یارانه‌ها باید نگاه امنیتی اجتماعی داشت و باید دانست که نمی‌توان به صورت یکباره پرداخت یارانه‌ها را قطع کرد زیرا دولت نیازمند تحقیق و انتخاب دقیق افرادی است که اگر یارانه بگیرند هم برای‌شان فرقی نمی‌کند. او در سال ۱۳۹۸ نیز درباره قیمت بنزین توصیه خاصی داشت و با تأکید بر اینکه بسیاری از اقتصاددانان با چند نرخ شدن بنزین توافق نمی‌کنند، به دولت توصیه کرد تمام درآمد حاصل از افزایش قیمت بنزین را بین خانوارهای یارانه‌بگیر توزیع کند. احمد میدری نیز ۶۱ ساله است. گرایش وی به سمت اقتصاد نهادگراست و حالا عضو هیأت علمی دانشگاه شهید چمران است. میدری در مجلس ششم نماینده مردم دماوند از بهر سطح درآمدی از بهداشت و درمان و آموزش کار و رفاه اجتماعی شد. پژوهشگر مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی دارای دکتری تخصصی اقتصاد و فوق‌لیسانس توسعه و برنامه‌ریزی اقتصادی از دانشگاه تهران است. میدری سابقه تدریس در دانشگاه علامه طباطبائی را نیز دارد. او منتقد جدی سيطرة سیاست بر اقتصاد و نظام اداری ایران است و این اتفاق را عامل بدحکمتگی میدری می‌داند. وی منتقد رفتار یارانه نقدی سراسری است و معتقد است باید نروتمندان از فهرست یارانه‌گیران حذف شوند. نویسنده کتاب در جست‌وجوی سعادت عمومی اعتقاد دارد فقر در ایران صدایی ندارند. وی البته معتقد است باید طرح‌هایی برای بیمه همگانی و استفاده عموم مردم از هر سطح درآمدی از بهداشت و درمان و آموزش و پرورش را ضروری می‌داند. میدری که نامش در میان اقتصاددانان منتقد محمود احمدی‌نژاد دیده می‌شود خود را مدافع شفافیت معرفی کرده است.

وی در اولین نشست در کنار پژوهشکيان تأکید کرد: شیوه آدراری که آقای پژوهشکيان پاتوجه به تجربه خود دارد، این است که بهداشت و آموزش دو حق همگانی بوده و کالا نیستند. میزان مصرف مردم از بهداشت ربطی به قدرت خرید نباید داشته باشد. همانطور که ایرانیان از نظر امنیت حق برابر دارند، در زمینه بهداشت و آموزش نیز حق برابر باید داشته باشند. در طول سال‌های مختلف از این امر انحراف صورت گرفته ولی آقای پژوهشکيان ایده عدالت اجتماعی را دارند. عدالت از طریق توزیع یارانه نقدی که پس از چند سال ارزش آن کاهش یابد، مدنظر نیست بلکه زیرساخت‌هایی مثل بهداشت و آموزش باید بازسازی شود تا نابرابری کشته شود. آقای پژوهشکيان مطرح کردند که اگر تزریق پول باعث تزویج بیمه در روستاها نشود، طرح تحول سلامت دچار مشکل خواهد شد. این ایده یکشبهه در روز انتخابات مطرح نشده بلکه در سال‌های مختلف و در دوران وزارت ایشان دنبال شده است. به گفته وی، در بحث تورم شعارهای خوبی مطرح شده و هیچ رئیس جمهوری دنبال تورم ۲۰ درصدی نبود است. حتما شهید رئیسی موقف فساد جای بدش نبوده و چند فساد بوده اما مسئله ما بر سر ساختار و محیط و کسب و کار است. محیط کسب و کار و محیط اداری ایران منشا تحمیل هزینه‌هایی مثل تورم و بیکاری در اقتصاد ایران بوده است.

این استاد اقتصاد دانشگاه تأکید کرد: به دلیل سلطه سیاسی نظام ایران بر اقتصاد کشور، ما دچار ضعف اقتصادی شدیم. وقتی یک رئیس جمهور عوض می‌شود، هزاران بست کلیدی در شرکت‌ها و مدارس و نهادهای عوض می‌شوند و فاقد ثبات هستند. ما سیاسی اداره کردن کشور را اولویت قرار دادیم و این مانشین اجرائی را به شدت ضعیف کرده است. این مانشین ضعیف اجرائی انتظارات مردم و مسئولان را برآورده نمی‌کند. ما شاخص شکنندگی حاکمیت را در ادبیات اقتصاد توسعه داریم. اختلاف جناح‌های سیاسی یک شاخص در حوزه شکنندگی حاکمیت‌ها است. ما در این شاخص درون محیط سیاسی ۹۵ هستیم ولی این شاخص در وضعیت اقتصادی در ایران ۷ است. ما طی برنامه هفتم توسعه قرار بود قانونی برای جلوگیری از زمین‌خواری داشته باشیم، اما این قانون از سال ۱۳۳۷ تاکنون اجرا نشده است. هر کارمندی حس می‌کند یا باید وارد باندهای سیاسی شود و یا باید قید ادامه فعالیت خود را بزند.

فرصت امروز: تا برگزاری انتخابات زودهنگام ریاست جمهوری، زمان زیادی باقی نمانده است. اقتصاد، معیشت، تورم، تحریم وی… از کلیدواژه‌های اصلی انتخابات امسال هستند و مطالبات اقتصادی همچنان نقش پررنگی در این دوره از انتخابات دارند. ثبات‌بخشی به فضای اقتصاد کلان، رفع تحریم‌های خارجی، اصلاح نظام بودجه‌ریزی، ساماندهی ناترازی انرژی وی… از جمله دغدغه‌های فعالان اقتصادی در آستانه انتخابات هشتم تیرماه است. نتایج آخرین نظرسنجی ایسا (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران) نشان می‌دهد که اقتصاد از نگاه بیشتر پاس‌خدهندگان، مسئله اصلی انتخابات است؛ به طوری که از دیدگاه ۵۸٫۵ درصد از مردم، دولت آینده باید مسئله «فقر و محرومیت» را در اولویت کاری خود قرار دهد. «ایجاد اشتغال» با ۳۹٫۷ درصد، «تورم و ارزش پول ملی» با ۲۶٫۵ درصد، «سیاست خارجی و روابط با دیگر کشورها» با ۲۸٫۷ درصد، «امنیت ملی» با ۲۸٫۴ درصد، «ساماندهی بخش مسکن» با ۲۰٫۶ درصد و «مبارزه با فساد و رانت» با ۱۹٫۶ درصد از دیگر مواردی است که مورد توجه شهروندان ایرانی قرار دارد.

همچنین در یک نظرسنجی دیگر که اخیرا از سوی مرکز رشد دانشگاه اسام صادق انجام شد، «بهبود شرایط اقتصادی» به عنوان مهمترین خواسته مردم از رئیس جمهور آینده مطرح شده است. در این نظرسنجی از پاسخ‌دهندگان پرسیده شد که رئیس‌جمهور بعدی کشورمان از بین مشکلات موجود باستانی بیش از همه برای رفع کدامیک تلاش کند؟ در پاسخ به این پرسش، پنج اولویت تورم و گرانی» است. همچنین «مذاکره به اولین آن، «جلوگیری از افزایش تورم و گرانی» است. همچنین «مذاکره به منظور رفع تحریم‌های خارجی»، «رسیدگی به اقشار محروم و کم‌درآمد»، «مبارزه با فساد و رانتخواری» و «کاهش تبعیض علیه زنان» اولویت‌های بعدی شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی را نشان می‌دهد. براساس نتایج این نظرسنجی، با ۱۲٫۴ درصد از پاسخ‌دهندگان، «جلوگیری از افزایش تورم و گرانی» را به عنوان خواسته اصلی خود از رئیس‌جمهور آینده اعلام کرده‌اند. «مذاکره به منظور رفع تحریم‌های خارجی» با ۱۴٫۸ درصد، «رسیدگی به اقشار محروم و کم‌درآمد» با ۱۴٫۲ درصد، «مبارزه با فساد و رانتخواری» با ۱۲٫۴ درصد و «کاهش تبعیض علیه زنان» با ۴٫۵ درصد، اولویت‌های بعدی مردم را تشکیل می‌دهد.

دیدگاه نامزدها درباره ریشه تورم

چهار دهه تورم مزمن شرایط را برای اقتصاد کشور ایجاد کرده که معیشت مردم و بخصوص اقشار پایین‌ر تحت تأثیر قرار داده است. میانگین تورم در دولت‌های گذشته بین ۱۵ تا ۲۹ درصد بوده و مطابق نظرسنجی‌ها توانایی مهار تورم توسط دولت آینده برای رأی‌دهندگان از اولویت‌های اصلی است. به گزارش «ایستنا»، موضوع کاهش تورم یکی از مباحث کلیدی در برنامه‌های شش کاندیدای ریاست جمهوری دوره چهاردهم است. واقعیت این است که در چهار دهه گذشته تقریبا در تمامی دولت‌ها با مسئله تورم مزمن مواجه بوده‌ایم و راهکارهایی که بعضا به عنوان برنامه‌های علمی و تخصصی توسط دولت‌ها ارائه شده در مقام عمل توفیق چندانی نداشته است. آمارها نشان می‌دهد میانگین نرخ تورم در دولت میرحسین موسوی

اقتصاد امروز

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۸۶۰۷۳۳۶۰

مهم‌ترین خواسته مردم از رئیس‌جمهور آینده، بهبود شرایط اقتصادی و کاهش تورم است

نقشه راه مهار تورم



۱۹٫۲ درصد، هاشمی رفسنجانی ۲۵٫۲ درصد، خاتمی ۱۵٫۷ درصد، احمدی‌نژاد ۱۶٫۵ درصد، روحانی ۲۳ درصد درصد و ریسیی ۲۹٫۴ درصد بوده است. دولت موسوی در سال ۱۳۶۸ کشور را با تورم ۲۶٫۳ درصد به هاشمی رفسنجانی تحویل داد. او نیز در سال ۱۳۷۶ کشور را با تورم ۱۹٫۷ درصد تحویل خاتمی داد. خاتمی در سال ۱۳۸۴ کشور را با تورم ۱۴٫۷ درصد به احمدی‌نژاد واگذار کرد. احمدی‌نژاد در سالال ۱۳۹۲ کشور را با تورم ۳۵٫۱ درصد به روحانی تحویل داد. در پایان دولت روحانی نیز تورم به ۴۵٫۸ درصد رسید و تحویل دولت شهید ریسیی شد. در اردیبهشت امسال به فاصله یک ماه مانده به انتخابات ریاست جمهوری دوره چهاردهم تورم به ۳۷ درصد رسید و در ماه‌های اخیر روند کاهشی داشته است. ذکر این نکته لازم است که دولت سیزدهم با شهادت سیدابراهیم ریسیی در عمر دو سال و ۹ ماه خود مجال چندانی برای کاهش تورم نیافت. با وجود فشارهای اقتصادی به‌جا مانده از گذشته تلاش‌هایی از جمله اصلاح نظام یارانه‌ها و کاهش روند رشد نقدینگی به منظور کاهش نرخ تورم در این دولت صورت گرفت در حال حاضر تورم به ۳۷ درصد رسیده و روند نزولی به خود گرفته است. با این حال، آمار نشان می‌دهد عمده دولت‌ها برای کنترل تورم یکی از مسائل کلیدی و مهم برای مردم است. کاهش نرخ نقدینگی تأکید کرده‌اند. اگرچه این مولفه، تنها راهکار برای کاهش تورم نیست، اما درخصوص کاهش رشد نقدینگی نیز توفیقات چندانی حاصل نشده است.

اولویت‌های اقتصادی مردم در انتخابات

به طور کلی افزایش تورم در ایران از عواملی همچون افزایش نقدینگی، سیاست‌های مالی انبساطی و کسری بودجه، انتظارات تورمی، افزایش جمعیت گروه سنی مصرف‌کننده، افزایش شاخص قیمت کالای وارداتی، افزایش نرخ ارز، شوک‌های مثبت و منفی درآمد نفتی و نااطمینانی یا نوسان نشأت می‌گیرد. بنابراین کاندیداهای دوره چهاردهم ریاست جمهوری اگر می‌خواهند در تثبیت قیمت کالاها و خدمات توفیق به دست بیاورند باید توانان به هشت مولفه مذکور توجه کنند و مهمتر آنکه توانایی اجرای این برنامه‌ها را داشته باشند. بررسی‌ها نشان می‌دهد موضوع کنترل تورم یکی از مسائل کلیدی و مهم برای مردم است. مطابق نظرسنجی‌های اخیر، ۵۸٫۵ درصد از مردم در پاسخ به پرسش «از دولت بعد چه انتظاراتی دارید» اعلام کردند که دولت و رئیس‌جمهور آینده باید موضوع و مسئله «فقر و محرومیت» را در اولویت کاری خود قرار دهد. «ایجاد اشتغال» با ۳۹٫۷ درصد، موضوع «تورم و ارزش پول ملی» با ۲۶٫۵ درصد، «سیاست خارجی و روابط با دیگر کشورها» با ۲۸٫۷ درصد، موضوع «امنیت ملی» با ۲۸٫۴ درصد، «ساماندهی بخش مسکن» با ۲۰٫۶ درصد و «مبارزه با فساد و رانت» با ۱۹٫۶ درصد از جمله مواردی است که مردم به آن اشاره کرده‌اند.

نامزدهای چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اهداف و نظرات و برنامه‌هایی در رابطه با موضوع اقتصاد به ویژه موضوع رشد اقتصادی، تورم، نقدینگی و نرخ بهره بانکی دارند. تأکید محمدمدافع‌کیلیاف این است که برخی از مشکلات باید ریشه‌ای حل شود و می‌گوید کی قرار است تورم و گرانی و نوسانات و عدم ثبات در اقتصاد حل شود؟ حل این موارد

کار رئیس‌جمهور ساخت و ساز نیست

سقف ۲۶ درصدی اجاره‌بها در تهران

تومان رهن کامل اجاره داده می‌شود، به نظر می‌رسد میزان تقاضای بازار رهن و اجاره مسکن در منطقه ۱۲ طبق گفته واسطه‌گران ملکی، نسبت به سال گذشته کاهش یافته و بیشتر مستاجران تمایل به تمدید قرارداد و در صورت لازم به همراه متمم‌های جدید دارند. به گفته وی، رهن و اجاره در این منطقه نسبت به سال گذشته تقریبا ۱۰ تا ۱۵ تا درصد افزایش یافته و برای مثال واحدی ۱۴۵ متری و دارای دو خواب که ۹۰۰ میلیون تومان رهن کامل تعیین شده بود هم‌اکنون با قیمت یک میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان رهن کامل اجاره داده می‌شود. همچنین یک مشاور ملکی در محله دروازه‌شمیران می‌گوید، برای رهن کامل واحدی ۸۰ متری و با امکانات در این محله، دست‌کم باید ۷۰۰ میلیون تومان بودجه داشت. همچنین در حوالی میدان شهید، رهن کامل واحدی ۷۵ متری و ۱۳ سال ساخت، یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان تعیین شده است. در بهارستان نیز برای رهن آپارتمانی ۷۰متری و شش سال ساخت، ۶۰۰ میلیون تومان و اجاره آن، ۱۰ میلیون تومان و در محله دروازه شمیران، برای واحدی ۷۵ متری و ۲۵ سال ساخت، ۳۰۰ میلیون تومان رهن و ۱۲ میلیون تومان اجاره ماهانه در نظر گرفته شده است.

در این میان، چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری تا حدود دو هفته دیگر برگزار می‌شود و یکی از وعده‌های مهم نامزدها درباره بازار مسکن است. با این حال، یک استاد دانشگاه، کار رئیس‌جمهور را ساخت و ساز نمی‌داند. «محمد فاضلی» در یادداشتی در صفحه مجازی خود در این باره نوشته است: «رئیس‌جمهور اگر سیاست‌فردی باشد که مانع از دخالت سیاست در کار تخصصی باشد و حریم پست‌های تخصصی را پاس بدارد و جمعی از متخصص‌ترین‌ها را به‌کار بگیرد و با هنر سیاست‌ورزی، حریم امنیتی برای آنها فراهم کند تا کار تخصصی‌شان را انجام دهند، ممکن است ره به جایی ببریم. پست رئیس‌جمهور سیاسی است، یعنی چه رئیس‌جمهور پست سیاسی است؟ پاسخ این سؤال را باید با متضادش روشن کرد، یعنی اول پست غیرسیاسی (یعنی تخصصی، تکنوکراتیک یا بوروکراتیک) را توضیح داد. رئیس‌نیروگاه، استاد دانشگاه، معلم دبستان تا دبیرستان، متخصص چشم در بیمارستان، معاون آب و زیر نیرو و تقریبا همه معاونین وزرا و… کار تخصصی انتخاب می‌دهند. حوزه مشخصی را در اختیار دارند و باید کاری را انجام دهند که علی‌القاعده باید تخصص و تحصیلات متناسب با آن را داشته باشند.

صاحبان پست‌های تخصصی، کار می‌دهند از اصول و قواعد

با رسیدن به پیشرفت است که برای آن به دنبال سرمایه‌گذاری و تولید ثروت هستیم، بپذیریم در یک دهه گذشته متوسط سالانه رشد اقتصادی یک درصد بوده است؛ بنابراین، باید کسبک اقتصاد را بزرگ کنیم که آن وقت قادر به توجه به این مشکلات هستیم. امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی نیز که با شعار «دولت مردم و خانواده» وارد شده معتقد است: در صورتی که نظام اداری کشور جراحی نشود، اقتصاد و تورم اصلاح نمی‌شود. وی عامل وجود تورم بالا در کشور را دخالت دولت و اقتصاد دولتی دانست و گفت: تورم مزمن ۷۰ سال است در کشور وجود دارد و اقتصاد دولتی را به اختاپوسی تشبیه کرد که در همه جا استوار است.

زبباترین مدال برای دولت چهاردهم

همچنین سعید جلیلی در برنامه تلویزیونی گفت: حتما رشد ۸ درصدی و حتی بیشتر از آن می‌تواند تحقق یابد. علاوه بر این، انطور که در وعده‌های جلیلی در ادوار گذشته آمده است، وی قصد حل مشکل گرانی با استفاده از ظرفیت استان‌ها را داشت و اعلام کرده بود که روزانه ۲۰۰۰ میلیارد تومان خلق پول در کشور صورت می‌گیرد و با این میزان خلق پول نمی‌توان به‌طور شایسته جلوی تورم را گرفت. جلیلی حل مشکل تورم با اقتصاد مقاومتی را در دستور کار دارد. مسعود پژوهشکيان نیز درباره برنامه‌هایش درخصوص رشد اقتصادی در برنامه هفتم گفت: اگر می‌خواهیم به رشد برسیم باید سرمایه‌گذاری انجام دهیم؛ چراکه بدون سرمایه‌گذاری به اشتغال ایجاد می‌شود و نه تولید افزایش می‌یابد؛ سرمایه‌گذاری به این بستگی دارد که ما چقدر توانایی افزایش را در نظر می‌گیریم. آیا فقط کشور را می‌بینیم یا اینکه منطقه را نیز در نظر می‌گیریم؟ هر چقدر دید ما وسیع‌تر باشد طبیعی است رشد افزایش بیشتری را تجربه می‌کند. بیشتر نظرات پورمحمدی در رابطه با موضوعات اقتصادی نیز منکی به شفافیت اقتصادی است. وی شفافیت اقتصادی را در راستای همخوانی هسته‌های فناوری و تکنولوژی با داده‌های اقتصادی می‌داند و معتقد است: راه مبارزه با فساد از مسیر شفافیت می‌گذرد. با این‌س حال نظرات مشخصی در رابطه با موضوع تورم و رشد اقتصادی تا امروز از سوی وی مطرح نشده است. همچنین علیرضا زاکانی در مناظرات تلویزیونی سال ۱۴۰۰، علت بالا بودن حجم نقدینگی را چاپ پول دانست و گفت: بانک مرکزی به تقاضاهای دولت پاسخ داد و با چاپ پول آن را در بازار عرضه کرد و نتیجه آن است که دولت بدهی خود را به دولت آینده انتقال می‌دهد. بانک‌ها بدون نظرات بانک مرکزی اقدام به تولید پول می‌کنند و ما اکنون ابردهنگران بانکی داریم.

به باور بسیاری از اقتصاددانان، جامعه‌شناسان و سیاسیون، انتخابات چهاردهم از نظر شکلی و محتوایی با سایر انتخابات‌ها تفاوت دارد. این انتخابات دیگر عرصه شعر و حاشیه‌های سیاسی نیست. آنچه برای مردم اهمیت دارد این است که رئیس‌جمهور آینده توانایی محرومیت‌زدایی، کنترل فقر، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد سرانه و کاهش نرخ تورم را داشته باشد. این موضوع را به خوبی می‌توان از حال و هوای انتخابات دوره چهاردهم متوجه شد. مدال مهار تورم می‌تواند قشنگ‌ترین مدال برای دولت آینده باشد.

تخصص‌شان تبعیت می‌کند. پزشک وقتی جراحی می‌کند، عدالتخواه باشد یا طرفدار بازار آزاد، تأثیری بر ماهیت کارش ندارد. عملی هم که ریاضی درس می‌دهد، تحت تأثیر ایده سیاسی‌اش نیست. معاون آب و برق وزارت نیرو هم باید همین گونه عمل کند. صاحبان پست‌های تخصصی قرار نیست مسئله‌هایی را حل کنند که فراتر از حیطه تخصصی‌شان است، اما صاحبان پست سیاسی، قرار است مسئله‌هایی را حل کنند که سمت‌های تخصصی قادر به آن نیستند. برخی از این مسئله‌ها عبارت‌اند از:
۱- ساختن توافق‌هایی میان نیروهای درون و بیرون حاکمیت، به منظور اجماع‌سازی برای انجام کنش‌های جمعی اقتصادفرد بین مردم، نیروهای سیاسی بیرون از قدرت و حاکمیت سیاسی.
۲- تعریف جایگاه مردم در درون و در نسبت با حاکمیت سیاسی.
۳- برقراری ارتباط بین مردم و حاکمیت سیاسی، به نحوی که صدای مردم شنیده شود.
۴- ساختن روح جمعی، اتحاد و امید در مردم.
۵- بالا بردن سطح و ظرفیت مذاکره بین مردم و حاکمیت.
۶- هدایت نیروهای اجتماعی به سوی انسجام برای حل مسئله‌های ملی.
۷- رفع تعارضات بنیادی بین نهادهای حاکمیت-بوروکراسی و موانع اقدام جمعی مؤثر.

این فهرست را می‌توان طولانی‌تر کرد، اما همین مقدار نشان می‌دهد که چه تفاوت بنیادی بین این نوع کارها و اقدامات تخصصی وجود دارد. «سیاست‌فرد» (واژه‌ای که سیاست‌مرد و سیاست‌زن را شامل می‌شود) باید این کارها را انجام دهد. سیاست‌فرد که کارش سیاسی و پستش سیاسی است، باید براساس همین قابلیت‌هایش، زمینه‌ای فراهم کند که متخصصان بتوانند فارغ از سیاست، کار تخصصی خودشان را انجام دهند. سیاست‌فرد باید سپهر حفاظتی بوروکرات‌ها، تکنوکرات‌ها و متخصصان در برابر مداخله سیاست باشد. سیاست‌فرد باید از سیاست‌ورزی استفاده کند تا سیاست در کار تخصصی دخالت نکند. رئیس‌جمهور از اگر سیاست‌فردی باشد که مانع از دخالت سیاست در کار تخصصی باشد و حریم پست‌های تخصصی را پاس بدارد و جمعی از متخصص‌ترین‌ها را به‌کار بگیرد و با هنر سیاست‌ورزی، حریم امنیتی برای آنها فراهم کند تا کار تخصصی‌شان را انجام دهند، ممکن است ره به جایی ببریم. رئیس‌جمهور در این معنا، فردی برای ساخت‌وساز نیست، فردی است که سازوکارها را اصلاح می‌کند.»

بانک جهانی نسبت به تداوم بالاماندن نرخ بهره هشدار داد

رشد اقتصادی از چشم بانک جهانی



فرصت امروز: بانک جهانی به تازگی چشم‌انداز خود را برای رشد اقتصاد جهانی ارتقا داد و تخمین زد که با توجه به رشد پایدار در آمریکا، اقتصاد جهانی امسال ۲٫۶ درصد رشد خواهد کرد، اما هم‌زمان نسبت به تداوم بالاماندن نرخ بهره هشدار داد. جدیدترین چشم‌انداز بانک جهانی نشان‌دهنده افزایش از ۲٫۴ درصدی است که این بانک در ماه ژانویه برای سال ۲۰۲۴ ارائه داده بود و با رشد ۲٫۶ درصدی اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۳ برابری می‌کند.

این نهاد بین‌المللی با وجود ارتقای چشم‌انداز رشد اقتصاد جهانی، هشدار داد که رشد جهانی براساس استانداردهای گذشته کند است، فقیرترین کشورهای زار بار بدهی‌های سنگین و نرخ‌های بهره بالادست‌وپنجه نرم می‌کنند و افزایش موانع تجاری، رونق در سراسر جهان را به خطر می‌اندازد. همچنین جنگ‌های بی‌رحمانه در اوکراین و غزه، فشارهای بیشتری را بر اقتصادهای منطقه وارد می‌کند. رشد قوی‌تر از حد انتظار

در آمریکا، بزرگ‌ترین اقتصاد جهان، ۸۰ درصد از چشم‌انداز ارتقایافته بانک جهانی را تشکیل می‌دهد. این آژانس اکنون انتظار دارد که اقتصاد آمریکا در سال ۲۰۲۴، حدود ۲.۵ درصد رشد کند، مشابه سال ۲۰۲۳، اما نسبت به ۱٫۶ درصدی که بانک در ژانویه پیش‌بینی کرده بود، افزایش قابل‌توجهی به شمار می‌رود. اقتصاد آمریکا در فاصله زمانی ژانویه تا مارس، تنها با نرخ سالانه ۱٫۳ درصد رشد کرد که کندترین سرعت در نزدیک به دو سال گذشته است و به گفته بانک جهانی، پیش‌بینی جدید کاهش رشد سه ماهه اول را در نظر گرفته است. این عقب‌نشینی عمدتا به دلیل عواملی مانند افزایش واردات و کاهش موجودی‌های تجاری بود که اقتصاددانان آن را موقتی می‌دانند. در مقابل، مؤلفه‌های اصلی رشد اقتصادی، مخارج مصرف‌کننده و سرمایه‌گذاری تجاری، در سه ماه اول سال ثابت ماندند.

تجارت متزلزل، مانع رشد جهانی

اقتصاد جهانی و به‌ویژه آمریکا به‌طور غیرمنتظره‌ای در برابر نرخ‌های بهره بالا، از خود انعطاف‌پذیری بالایی نشان داده‌اند، اما حتی پس از ارتقای چشم‌انداز بانک جهانی، رشد جهانی کند به نظر می‌رسد، نیم درصد کمتر از میانگین ۲۰۱۰-۲۰۱۹. تورم به‌طور قابل‌توجهی کاهش یافته و از ۷.۲ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۴.۹ درصد در سال گذشته به پیش‌بینی ۳.۵ درصد در سال ۲۰۲۴ رسیده است؛ اما بالاتر از جایی است که بانک‌های مرکزی می‌خواهند. این بدان معناست که سیاستگذاران بانک مرکزی ممکن است در مورد کاهش نرخ‌ها از سطوح بالای امروزی احتیاط بیشتری به خرج دهند. بااین‌حال، این رویکرد خطراتی به همراه دارد، به‌ویژه این خطر که نرخ بالای استسقراض باعث کندشدن بیش‌ازحد رشد اقتصادی شود. به گفته بانک جهانی، عواقب بالا نگذاشتن نرخ بهره برای مدت طولانی‌تر وجود دارد و می‌تواند منجر به کندی رشد بینجامد و حتی شاید اقتصاد جهانی در مسیر رشد کند اقتصادی گیر بیفتد.

اکثر کشورها در حال حاضر تحت‌فشار هستند. بانک جهانی انتظار دارد که کشورهای نوظهور و کشورهای درحال توسعه مجموعاً ۴ درصد امسال رشد کنند که نسبت به ۴.۲ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش یافته و بسیار کمتر از میانگین ۳.۸ درصدی در دهه قبل از آغاز همه‌گیری کرونا است. چین، دومین اقتصاد بزرگ جهان پس از آمریکا، با فروپاشی بازار املاک

اخبار

قیمت سکه و طلا در هفته گذشته کاهش یافت

سکه در مرز ۴۰ میلیونی

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با اعلام اینکه طی یک ماه اخیر قیمت‌ها در ثبات نسبی قرار دارد، گفت بعید است که دیگر شاهد نوسان خاصی در بازار باشیم و می‌توان گفت که بهترین فرصت برای مبادلات است. «نادر بذرافشان» در رابطه با وضعیت یک هفته اخیر بازار سکه و طلا به «سینا» توضیح داد: هفته‌ای که گذشت، بسیار آرام و البته کاهشی بود. از اواسط هفته این کاهش نسبی اتفاق افتاد. البته با این روند کاهشی، متأسفانه بازار به سمت و سوی رکود و نبود تقاضا رفته و همان شرایط بحرانی که از ابتدای سال در صنف ما ایجاد شده، ادامه پیدا کرده و تشدید شده است. در حال حاضر، شرایط قیمت‌ها بسیار خوب است و باتوجه به اینکه یک ماهی است که قیمت‌ها در ثبات نسبی قرار دارد، لذا بعید است که دیگر شاهد نوسان خاصی در بازار باشیم و می‌توان گفت که بهترین فرصت برای مبادلات است.

این مقام صنفی تصریح کرد: شرایط صنعت ما به لحاظ اقتصادی، چندان مناسب نیست و علی‌رغم گذشت سه ماه از سال، هنوز رونق و آرامش به این صنف بازنگشته است؛ این شرایط اگر تداوم پیدا کند، تبعات خوبی نخواهد داشت و می‌تواند آسیب جبران‌ناپذیری برای صنعت طلا و جواهر کشور و به‌ویژه واحدهای تولیدی داشته باشد.

«بذرافشان» در رابطه با آخرین قیمت معاملات سکه و طلا در بازار گفت: در آخرین معاملات پایانی هفته گذشته در روز پنجشنبه هر قطعه سکه تمام طرح جدید ۴۰ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان و هر قطعه سکه تمام طرح قدیم ۳۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان قیمت داشت. نیم سکه ۲۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان و ربع سکه ۱۴ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان دادوستد شد. سکه‌های یک گرمی بانک مرکزی نیز در آخرین معاملات هفته ۶ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان قیمت داشت. هر مثقال طلای آب شده در آخرین معاملات پایانی هفته، ۱۴ میلیون و ۳۷۰ هزار تومان دارای بها بود و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۲ میلیون و ۳۱۷ هزار تومان مبنای معاملات طلا قرار گرفت.

قیمت نفت سنگین ایران توسط اوپک اعلام شد

جدیدترین گزارش ماهانه اوپک نشان داد قیمت نفت سنگین ایران پس از چهار ماه رشد متوالی، در ماه مه با کاهش روبه‌رو شد. سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) در گزارش ماهانه خود از بازار نفت، اعلام کرد قیمت هر بشکه نفت سنگین ایران در ماه مه، به ۸۴ دلار و ۱۳ سنت رسید که چهار دلار و ۶۶ سنت معادل ۵.۲ درصد در مقایسه با قیمت ۸۸ دلار و ۷۹ سنت در آوریل، کاهش داشت. میانگین قیمت نفت سنگین ایران از ابتدای سال ۲۰۲۴ تاکنون، به ۸۳ دلار و ۴۱ سنت در مقایسه با ۸۰ دلار ۴۶ سنت در مدت مشابه سال ۲۰۲۳ رسیده است. ارزش سید نفتی اوپک در ماه مه، به ۸۳ دلار و ۵۹ سنت در هر بشکه رسید که پنج دلار و ۵۳ سنت معادل ۶.۲ درصد در مقایسه با ۸۹ دلار و ۱۲ سنت در آوریل، کاهش داشت. میانگین ارزش سید نفتی اوپک از ابتدای سال ۲۰۲۴ تاکنون، به ۸۳ دلار و ۶۵ سنت در هر بشکه رسیده است که در مقایسه با ۸۰ دلار و ۱۷ سنت در مدت مشابه سال میلادی گذشته، سه دلار و ۴۸ سنت معادل ۴.۳ درصد افزایش نشان می‌دهد.

بهای معاملات نفت در ماه مه تحت تاثیر فروش سفته‌ای، انتظارات برای کاهش ریسک‌های ژئوپلیتیکی و شاخص‌های اقتصادی گوناگون، افت قابل ملاحظه‌ای را تجربه کردند. طبق آمار منابع ثانویه اوپک، تولید نفت اوپک که متشکل از ۱۲ کشور است، در روز برمبنای ماه مه ماه، افزایش داشت. تولید نفت در نیجریه، گابن و گینه استوایی افزایش داشت، در حالی که در عربستان سعودی، کویت، لیبی و کنگو کاهش پیدا کرد هم‌زمان، مجموع تولید نفت متحدهان اوپک در گروه اوپک پلاس، در ماه میلادی گذشته، به ۱۴.۲۹ میلیون بشکه در روز رسید که ۱۵۲ هزار بشکه در روز برمبنای ماه مه ماه، کاهش داشت. تولید نفت ایران در ماه مه، با هفت هزار بشکه در روز افزایش، به ۳.۲۲۶ میلیون بشکه در روز رسید.

چگونه قبض برق مصرفی را ساده محاسبه کنیم؟

بسیاری از مردم چگونگی محاسبه قبض برق همواره برای‌شان مورد سوال بوده و مبلغی که به عنوان بهای برق مصرفی ملزم به پرداخت آن هستند، چطور و با چه فرمولی محاسبه می‌شود. در این نوشتار نحوه محاسبه قیمت برق به زبان خیلی ساده آمده است، به طوری که هر یک از ما می‌توانیم با الگو گرفتن از این محاسبه ساده، حدود تقریبی قبض برق مصرفی ماهانه خود را به راحتی حساب کنیم. طبق اعلام توانیر، تعرفه برق مشترکان خانگی به صورت پلکانی محاسبه می‌شود. به عبارت دیگر با افزایش مصرف، نرخ هر کیلووات ساعت به صورت پلکانی افزایش می‌یابد. معیار تعیین مصرف، الگوی مصرف است. الگوی مصرف به گونه‌ای محاسبه می‌شود که ۷۵ درصد مشترکان کمتر از آن مصرف برق در ماه دارند. سایر پله‌های مصرف به شرح ذیل است:

۱- تا الگوی مصرف (۷۵ درصد مشترکان)

۲- از الگو تا ۱.۵ برابر آن (۱۵ درصد مشترکان)

۳- تا ۱.۵ از ۲.۵ برابر آن (۸ درصد مشترکان)

۴- بیش از ۲.۵ برابر الگو، ۲ درصد مشترکان مشمول هستند
الگوی مصرف در مناطق عادی کشور در ماه‌های گرم (خرداد تا شهریور) ۳۰۰ کیلووات ساعت است. به طور مثال اگر یک مشترک در ماه ۳۰۰ کیلووات ساعت برق مصرف کند، نرخ یک آن به ازای هر کیلووات ساعت حدود ۱۳۰ تومان و بهای انرژی مصرفی ماهیانه آن نیز (۳۰۰ کیلووات ساعت) برابر ۳۶ هزار تومان خواهد بود. حال اگر یک مشترک در ماه ۴۵۰ کیلووات ساعت برق مصرف کند، نرخ برق برابر ۳۹۰ تومان به ازای هر کیلووات ساعت و بهای انرژی در ماه برابر ۱۷۵ هزار تومان خواهد شد. به عبارتی با افزایش ۱.۵ برابری مصرف، نرخ برق ۳ برابر و مبلغ ۴.۵ برابر می‌شود. همچنین اگر مصرف یک مشترک در ماه

به ۷۵۰ کیلووات ساعت برسد، نرخ انرژی ۸۲۱ تومان به ازای هر کیلووات ساعت و مبلغ آن نیز ۶۱۵ هزار تومان خواهد شد. به عبارت دیگر با ۲.۵ برابر شدن مصرف، نرخ برق ۶.۳ برابر و مبلغ آن ۱۷ برابر می‌شود.

در این میان ۲ درصد مشترکان که بیش از ۲.۵ برابر الگو مصرف می‌کنند، مصرف ماهانه‌شان حدود ۱۰۰۰ کیلووات ساعت می‌شود که نرخ برق آن برابر ۱۳۰۰ تومان و بهای برق ماهیانه نیز حدود یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان خواهد بود. به عبارتی با مصرف ۳.۳ برابری نسبت به مشترکان تا الگو، نرخ برق ۱۰ برابر و مبلغ برق مصرفی ۲۶ برابر افزایش می‌یابد. حال اگر به اعداد و ارقام بالا، ۱۰ درصد مالیات بر ارزش افزوده، ۱۰ درصد عوارض برق، ۶ تومان به ازای هر کیلووات ساعت پول گاز (برای مشترکان زیر الگو) و ۱۲ تومان برای مشترکان بیش از الگو و ۷۵۰۰ تومان بابت بیمه همگانی اضافه کنیم، مبلغ تقریبی قبض برق ماهانه هر مشترک به دست می‌آید.

و این نرخ در سال ۲۰۲۲ نیز ۳.۸ درصد برآورد شده است. با توجه به اینکه هنوز آمارهای زمستان ۱۴۰۲ منتشر نشده، برای محاسبه رشد اقتصادی سال ۲۰۲۳ بانک جهانی از مدل‌های تخمینی استفاده کرده است. طبق تخمین این نهاد، رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۳ برابر با ۵ درصد است. علت این افزایش رشد معافیت ایران از کاهش تولید نفت اوپک بوده است. در نتیجه این اقدام، ایران توانست نفت بیشتری تولید و صادر کند و درآمدش از این محل افزایش یابد.

تأثیر کرونا و نابرابری درآمد بر کشورها

هم‌زمان با بهبود درآمد نفتی، بخش خدمات نیز بهبود نسبی پیدا کرده و همراهی آن با افزایش فروش نفت منجر به رشد اقتصادی ۵ درصدی در سال ۲۰۲۳ شده است. با این حال، برآوردهای بانک جهانی حاکی است که ایران در سال‌های پیش رو با کاهش رشد اقتصادی مواجه می‌شود و این نرخ در سال ۲۰۲۴ به ۳.۲ درصد، در سال ۲۰۲۵ به ۲.۷ درصد و در سال ۲۰۲۶ به ۲.۴ درصد خواهد رسید. «پندرمه گیل»، اقتصاددان ارشد و معاون ارشد بانک جهانی می‌گوید: «چهار سال پس از تلاطم‌های ناشی از کرونا، درگیری‌ها، تورم و سخت‌گیری‌های پولی، به نظر می‌رسد که رشد اقتصادی جهانی در حال تثبیت است. با این حال، رشد در سطوحی پایین‌تر از سال‌های قبل از دهه ۲۰۲۰ است. چشم‌اندازهای اقتصادی برای فقیرترین کشورها حتی نگران‌کننده‌تر از سایر کشورهاست. این کشورها با سطوح سنگین خدمات بدهی، محدودیت‌های تجاری و رویدادهای اقلیمی پرهزینه مواجه هستند. اقتصادهای در حال توسعه باید راه‌هایی برای تشویق سرمایه‌گذاری خصوصی، کاهش بدهی‌های عمومی و بهبود آموزش، بهداشت و زیرساخت‌های اساسی پیدا کنند. فقیرترین کشورها، به ویژه ۷۵ کشوری که واجد شرایط دریافت کمک‌های امتیازی از انجمن توسعه بین‌المللی هستند، بدون حمایت بین‌المللی قادر به انجام این کار نخواهند بود.»

به گفته بانک جهانی، در سال جاری انتظار می‌رود که یک چهارم از اقتصادهای در حال توسعه فقیرتر از سال ۲۰۱۹، یعنی قبل از پاندمی، باقی بمانند. این نسبت برای کشورهایی که در شرایط شکننده و متأثر از درگیری هستند، دو برابر بیشتر است. علاوه بر این، شکاف درآمدی بین اقتصادهای در حال توسعه و پیشرفته در تقریباً نیمی از اقتصادهای در حال توسعه طی سال‌های ۲۰۲۰-۲۰۲۴ افزایش خواهد یافت. این شکاف، بالاترین سطح از دهه ۱۹۹۰ به بعد است. درآمد سرانه در این اقتصادها، که یک شاخص مهم از سطح زندگی است، به طور میانگین تا سال ۲۰۲۴، با نرخ ۳.۰ درصد رشد خواهد کرد که بسیار کمتر از میانگین ۳.۸ درصدی در دهه قبل از شیوع کرونا است. تورم جهانی نیز در سال ۲۰۲۴ به ۳.۵ درصد و در سال ۲۰۲۵ به ۲.۹ درصد کاهش می‌یابد، اما سرعت کاهش تورم نسبت به شش ماه پیش کندتر است. بنابراین احتمالاً اکثر بانک‌های مرکزی با احتیاط بیشتری نسبت به کاهش نرخ‌های بهره سیاستی عمل خواهند کرد. نرخ‌های بهره جهانی احتمالاً در مقایسه با استانداردهای دهه‌های اخیر بالا و به طور میانگین حدود ۴ درصد در سال‌های ۲۰۲۶-۲۰۲۵ خواهد ماند که تقریباً دو برابر میانگین سال‌های ۲۰۰۰-۲۰۱۹ است.

شاخص فلاکت ۱۰ استان بهتر از میانگین کشوری است

جغرافیای استانی شاخص فلاکت

در این سال مربوط به استان تهران بوده است.

بررسی آمارهای شاخص فلاکت استانی در سال ۱۴۰۲ حاکی از آن است که شاخص فلاکت در کل کشور معادل ۴۸.۸ بوده است. این در حالی است که ۱۰ استان کشور وضعیتی بهتر از میانگین کشوری و ۲۱ استان وضعیت نامناسب‌تری را تجربه کرده‌اند. بر این اساس می‌توان مشاهده کرد که بهترین وضعیت شاخص فلاکت در سال ۱۴۰۲ مربوط به استان تهران بوده است. طبق آمارها شاخص فلاکت در استان تهران معادل ۴۳.۲ بوده که نسبت به میانگین کشوری ۵.۶ واحد کمتر بوده است. به بیانی می‌توان گفت استان تهران وضعیت مناسب‌تری در نرخ بیکاری و تورم سالانه نسبت به سایر استان‌های کشور داشته است.

کاهش ۴۹ درصدی اعتبار گیری قاعده‌مند بانک‌ها

بانک مرکزی ۲۰۸ همت از خوراک بانک‌ها را تامین کرد

به گزارش «اَکوابران»، سیاستگذار پولی می‌تواند برای تحریک تقاضا و پاسخ به کمبود منابع مالیی در میان بانک‌ها، منابعی مالیی در ازای گرو گرفتن اوراق بهادار (با نام ریپو اوراق نیز شناخته می‌شود) در اختیار بانک‌های متقاضی قرار دهد. معکوس این عملیات نیز قابل تصور است که در برخی مقاطع در ایران به اجرا درآمده است که طی آن بانک مرکزی در جهت وضعیت متقاضی اقدام به فروش موقت اوراق بهادار خود به شبکه بانکی می‌کند (ریپو معکوس) و در ازای آن از بانک‌ها منابع مالیی استقراض می‌کند.

آخرین گزارش بانک مرکزی حاکی از آن است که در حراج ۲۱ خرداد ماه، ۲۳ بانک متقاضی دریافت اعتبار به ارزش ۲۰۸ هزار و ۸۶۰ میلیارد تومان از بانک مرکزی بوده‌اند. مانند سایر استقراض‌ها، این اعتبارگیری نیز نیازمند وثیقه است و نرخ سودی دارد که بانک مرکزی آن را مشخص می‌کند. سررسید حراج قبلی شش روزه بود و همین سررسید برای حراج جدید تعیین شد. نرخ سود نیز ۲۲ درصد و مانند دوره‌های قبل تعیین شده است. بانک مرکزی در ازای دریافت وثیقه بانک‌ها با درخواست ارسال

در عملیات بازار باز که بیست‌ویکم خردادماه انجام شد، ۲۳ بانک مجموعاً متقاضی ۲۰۸ هزار میلیارد تومان اعتبار بودند و بانک مرکزی با کل درخواست آنها موافقت کرد. ارزش اعتبارگیری قاعده‌مند نیز نسبت به عملیات بازار باز قبل کاهش یافته و به کمتر از ۵۰۰ میلیارد تومان رسید. یکی از ابزارهای پولی بانک مرکزی برای ساماندهی نیاز مالی بانک‌ها، اجرای عملیات بازار باز است. در این عملیات، بانک‌ها اعتبار موردنیاز خود را با قرار دادن اوراق به عنوان وثیقه نزد بانک مرکزی، از این نهاد دریافت می‌کنند. ابتدا بانک‌ها مبلغ موردنیاز خود را اعلام کرده و سپس بانک مرکزی مشخص می‌کند که بانک‌ها اعتبار دریافت شده را در چه سررسیدی و با چه نرخ سودی باز می‌گردانند. گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد که در عملیات بازار باز ۲۱ خرداد ماه، تقریباً ۲۰۸ همت از سوی ۲۳ بانک درخواست شده و تمامی این مبلغ در ازای دریافت وثیقه به آنها اعطا شده است. همچنین، حجم اعتبارگیری قاعده‌مند بانک‌ها در هشت روز منتهی به ۲۱ خردادماه به ۴۷۰ میلیارد تومان رسیده و نسبت به هفته قبل تقریباً ۵۰ درصد کاهش داشته است.

خبرنامه

ستون راست

دریچه

واشنگتن چه گزینه‌هایی روی میز دارد؟

رشد علمی سریع اژدهای زد

هفته‌نامه «کونومیس‌ت» در سرمقاله این هفته خود به روایت پیشرفت فناوری چین و نگرانی آمریکا در این زمینه پرداخته و می‌گوید، اگر آمریکا می‌خواهد پیشتازی خود را حفظ کند، باید کمتر روی پایین نگه داشتن چین تمرکز کند. به گفته «کونومیس‌ت»، اگر فقط یک موضوع باشد که حزب کمونیست چین و مقامات امنیتی آمریکا درباره آن توافق داشته باشند، باید گفت آنها می‌دانند که رمز و راز برتری ژئوپلیتیکی، اقتصادی و نظامی در نوآوری نهفته است.

«کونومیس‌ت» در سرمقاله ۱۳ ژوئن ۲۰۲۴ می‌نویسد: «شی‌جین‌پینگ»، رئیس‌جمهور چین امیدوار استت علم و فناوری به کشورش کمک کند تا بتواند از آمریکا پیشی بگیرد. سیاست‌گذاران در واشنگتن با استفاده از ترکیبی از محدودیت‌های صادراتی و تحریم‌ها، تلاش گرفته می‌کنند تا مانع دستیابی چین به مزیت فناوری شوند. بعدی است که استراتژی آمریکا کارساز باشد. علم و نوآوری در چین به‌سرعت در حال پیشرفت است. اگر آمریکا خواهان حفظ پیشتازی خود است و می‌خواهد بیشترین منفعت را از تحقیقات دانشمندان بااستعداد چینی به دست آورد، بهتر است تمرکز کمتری بر جلوگیری از پیشرفت علمی چین داشته باشد و بیشتر بر ادامه پیشروی خود در مرزهای علم و فناوری متمرکز شود. برای قرن‌ها، فناوری چین از نگاه غرب، ناچیز بود. اروپایی‌ها که همواره منافع خود را در نظر می‌گرفتند، در قبول اینکه یک کشور دودرست توانسته قطب‌نما، گمان پولادی و کوره‌بلند را اختراع کند، با چالش روبه‌رو بودند.

در دهه‌های اخیر و هم‌زمان با پیوستن چین به اقتصاد جهانی، پیشرویی سریع این کشور و سواستفاده از آن مالکیت معنوی غربی به این معنا بود که چین اغلب به عنوان یک مقلد و رباپنده فناوری در نظر گرفته می‌شود تا کشوری که خود به تولید نوآوری اقدام می‌کند. در همین حال، علم چین دست‌کم گرفته می‌شد که بخشی از آن به این موضوع برمی‌گردد که این کشور پژوهشگران را تشویق می‌کرد تا حجم بالایی از مقالات علمی بی‌کیفیت ارائه دهند.

اکنون زمان آن رسیده تا از تفرکات قدیمی درباره علم چین عبور کنیم. دانشمندان این کشور در حال حاضر برخی از برترین تحقیقات در سطح جهان ارائه می‌دهند، به‌ویژه در شیمی، فیزیک و علم مواد. دانشمندان چینی به نسبت هم‌تایان خود در آمریکا و اتحادیه اروپا، مقالات بیشتری را در اختیار ژورنال‌های معتبر جهانی می‌گذارند و تعداد تحقیقات آنها که به‌شدت جلب توجه می‌کند، بیشتر از دانشمندان غربی است. دانشگاه‌های چینوا و ژجیانگ هر کدام به اندازه موسسه فناوری ماساچوست تحقیقات پیشرفته انجام می‌دهند. آزمایشگاه‌های چین دارای برخی از پیشرفته‌ترین کیت‌ها و فناوری‌ها هستند، از ابر کامپیوترها و آشکارسازهای انرژی بسیار بالا گرفته تا میکروسکوپ‌های الکترونی برودتی. این تجهیزات هنوز هم به پای تجهیزات مورد استفاده در اروپا و آمریکا نمی‌رسند، اما قابل توجه هستند. چین دارای ثروتی از استعدادها است. بسیاری از محققان این کشور که در غرب به دانشگاه رفتند و مشغول به کار شدند، اکنون به خانه بازمی‌گشت‌اند. چین همچنین به آموزش دانشمندان می‌پردازد: تعداد آن دسته از برترین محققان هوش مصنوعی در سطح جهان که مدرک نخست خود را در چین دریافت کردند، بیش از دو برابر تعداد این محققان است که مدرک نخست خود را در آمریکا به دست آوردند. در زمینه نوآوری تجاری نیز چین در حال تغییر قابل توجه فرصیات قدیمی نسبت به این کشور است. خودروهای الکتریکی و باتری‌های این خودرها که از چین صادر می‌شوند، نه‌تنها ارزان هستند، بلکه فناوری بسیاری پیشرفته‌تری را در خود جای داده‌اند. هواوی، شرکت فناوری چینی که پس از تحریم‌ها نتوانست با عمده شرکت‌های آمریکایی همکاری داشته باشد، در حال حاضر به پیشرفت چشمگیری دست یافته و دیگر نیازی به بسیاری از تأمین‌کنندگان خارجی ندارد. اگرچه درآمد هواوی یک-سوم درآمد اپل و مایکروسافت است، این شرکت چینی تقریباً به اندازه شرکت‌های آمریکایی یادشده در زمینه تحقیق و توسعه هزینه می‌کند.

از منظر «کونومیس‌ت»، چین هنوز به قدرت مطلق فناوری در سطح جهان تبدیل نشده است. هواوی همچنان دسترسی محدودی به پیشرفته‌ترین تراشه‌های جهان دارد؛ خودکفایی، پرهزینه است. بسیاری از دانشگاه‌های دولتی چین، ناکارآمد هستند. عمده هزینه‌های تحقیق در کنترل دولت قرار دارد. علاوه بر این، بخشی از دانشگاه‌های متوسط این کشور به تولید تحقیقات متوسط ادامه می‌دهند. به عبارت دیگر، نوآوری چین ناکارآمد محسوب می‌شود. با این حال، آقای شی این ناکارآمدی را تحمل می‌کند تا بتواند به مجموعه‌ای از نتایج قابل توجه در سطح جهانی دست یابد.

همه اینها برای آمریکا یک مفضل ایجاد می‌کند. با علم خوب بیشتر، دانش جدید حاصل می‌شود که به نفع بشریت خواهد بود، آن هم از طریق حل مشکلات جهان، بهبود زندگی‌ها و عمیق‌تر کردن درک به لطف کارشناسان کشاورزی چین، کشاورزان در همه جا می‌توانند برداشت‌های پربرتری داشته باشند. پنل‌های خورشیدی مبتنی بر پرسوسکایت (نوعی کانی) این کشور در گابن به خوبی صحرای کوبی (بخشی از چین) کار می‌کنند، اما پیشرفت نوآوری در چین ممکن بخش‌های دیگر را نیز تحت تأثیر قرار دهد. مانند کاربردهای نظامی در محاسبات کوانتومی یا سلاح‌های مافوق صوت. همچنین هدف چین تبدیل توانایی‌های تکنولوژیکی خود به نفوذ اقتصادی و دیپلماتیک خواهد بود.

تاکنون آمریکا بر تهدیدها تمرکز داشته و با استفاده از تحریم و محدود کردن انتقال دانش، استعداد و ایده‌ها به داخل چین، سعی کرده مانع این کشور شود. مقامات آمریکایی مدعی هستند که این امر موجه است زیرا چین به پنهان کاری معروف است. مقامات آمریکایی ادعا می‌کنند که چین از ارائه تحقیقات اولیه خود درباره ویروس که منجر به بیماری کووید-۱۹ شد، خودداری کرده است. اگر دانش چینی با این تاکتیک‌ها در حال پیشرفت است، بنابراین شاید واشنگتن باید نسبت به یکن، حتی سختگیرانه‌تر و محدودکننده‌تر عمل کند. این موضوع باعث می‌شود توانایی آمریکا برای محدودکردن کل علم چین، بیش از حد دست بالا گرفته شود. حتی هواوی با وجود تحریم‌های خارجی توانسته به پیشرفت خود ادامه دهد و این موضوع، هزینه‌هایی که متوجه توسعه دانش در آمریکا می‌شود را دست‌کم می‌گیرد، از جمله فناوری‌هایی که از امنیت این کشور حمایت می‌کنند. به جای تقلید از تاکتیک‌های چین، آمریکا باید پیشرفت در نوآوری خود را بیش از پیش ارتقا دهد و این موضوع به وسیله ارتقای ویژگی‌هایی حاصل می‌شود که تاکنون باعث موفقیت ایالات متحده در زمینه علم و دانش شده است.

یکی از نقاط قوت آمریکا، باز بودن آن است. این کشور از مدت‌ها قبل مانند یک آهن‌ریز برای برترین استعدادهای جهان عمل کرده است و این روند باید ادامه داشته باشد، حتی با جذب دانشمندان نخبه از چین. واضح است که برخی فعالیت‌ها باید مخفی باقی بمانند، اما داشتن رویکردی علیه استخدام محققان چینی می‌تواند دسترسی آمریکا به استعدادهای ارزشمند را از بین ببرد. ایالات متحده همچنین باید نسبت به ایده‌ها، به شکل باز عمل کند. استنادها افزایش یافته است، اما تعداد بسیار کمی از دانشمندان غربی به مقالات چینی توجه می‌کنند.

یک توافق در دهه ۱۹۷۰ میلادی میان «دنگ شیائوپینگ» رهبر وقت چین، و «جیمی کارتر»، رئیس‌جمهور وقت آمریکا، برای ارتقای

روند نزولی بازار سرمایه همچنان ادامه دارد

بورس در بزنگاه انتخابات

עד ۷۱۲۲ هزار میلیارد تومانی ایستاد. گروه بانکی برای سومین روز پیاپی جز برترین گروه بازار با ارزش معاملاتی بیش از ۳۷۷ میلیارد تومانی بود و گروه فلزات اساسی با ۱۸۰ میلیارد تومان در جایگاه دوم و گروه خودرویی با ۱۳۱ میلیارد تومان در رتبه سوم ایستاد، اما در این روزها علاوه بر خبرهای انتخاباتی و وعده‌های کاندیداتورها، چالش اصلی بازار سرمایه برای تولیدکنندگان، قطعی برق تابستان است به همین خاطر سخنگوی صنعت برق از برنامه‌های توانبر برای تأمین برق صنایع در تابستان خبر داد. به گفته مصطفی رجبی شهیدی، براساس پیش‌بینی‌ها در خردادماه بیش از ۵۰ درصد از معاملات برق در بورس انجام خواهد شد که از این آمار می‌توان به عنوان یک رکورد یاد کرد. در گذشته ۳ درصد از معاملات برق توسط بورس انرژی و باقی آن از طریق بازار عمده‌فروشی انجام می‌شد. اکنون بیش از ۶۰ درصد از این معاملات توسط بورس صورت می‌گیرد.

تاکنون هیچ کدام از نامزدها به سیاست‌های خارجی خود اشاره نکرده‌اند. در چنین فضای چند پرسش مهم و کلیدی پیش روی هرشش نامزد انتخابات قرار دارد. اصلی‌ترین مسئله سیاست خارجی ایران چیست؟ سیاست خارجی اولویت چندم است؟ نامزدهای ریاست جمهوری چه راه‌حلی برای آن دارند؟ سوال دیگری این است که نامزدهای انتخاباتی با تحریم‌ها و فرا رسیدن سال انتخابات ریاست جمهوری آمریکا چه می‌کنند؟ با برجام و موعد غروب آن چه خواهند کرد؟ سیاست منطقه‌ای و عدم‌توازن در جهت‌گیری شرقی و غربی به چه ستمنی خواهد رفت؟ دیپلماسی اقتصادی را چگونه به پیش می‌برند؟ در دیپلماسی عمومی چه طرحی دارند؟ سیاست همسایگی و روابط با کشورهای عربی به کجا خواهد رسید؟ چه طرح مشخصی برای بازدارندگی و حفظ تمامیت سز زمینی وجود دارد؟ اما موضوع دیگری که اهالی بازار سرمایه به آن توجه دارند موضوع نرخ دلار نیما است. چندی پیش بانک مرکزی با افتتاح مرکز مبادله ارز و طلا در اواخر سال ۱۴۰۱، از نرخ ارز رسمی رونمایی کرد. نرخ دلار این مرکز از ۴۰ هزار و ۲۰۰ تومان با رشدی ۸ درصدی به ۴۳ هزار و ۴۷۲ تومان در پایان اسفندماه ۱۴۰۲ رسید. این میزان رشد برای پایدانی‌ترین روزهای بازار ۱۴۰۲ با رشد حدود ۸ درصدی کار را در حال تمام کردن است و قیمت نرخ اعلامی از سوی بانک مرکزی حوالی ۴۲ هزار و ۵۰۰ تومان است.

کاندیدابها برای بورسی‌ها چه در چنته دارند؟

این روزها توجه فعالان اقتصادی به کمپین‌های انتخاباتی است. این روزها توجیه فعالان اقتصادی به کمپین‌های انتخاباتی است. این روزها توجیه فعالان اقتصادی به کمپین‌های انتخاباتی است. این روزها توجیه فعالان اقتصادی به کمپین‌های انتخاباتی است.

نگاهی به گزارش مرکز آمار ایران از رشد اقتصادی ۱۴۰۲

رشد صنایع پس از ۴ سال منفی شد

معمولا برای خارج کردن اثر تورم از این ارزش، آن را با قیمت‌های ثابت سال پایه (۱۳۹۰) محاسبه می‌کنند تا مشخص شود به طور واقعی، و نه به علت تورم، حجم اقتصاد چند درصد بزرگ‌تر شده است.

آخرین داده‌ای که از رشد اقتصادی در سال گذشته توسط مرکز آمار ایران منتشر شده است مربوط به پاییز سال گذشته است. اخیراً «داوود منظور»، رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور، نرخ رشد کل سال گذشته را اعلام کرده است. «کوپایران» با استفاده از این نرخ، اندازه اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۲ را برآورد کرده است. طبق آنچه که رئیس سازمان برنامه و بودجه اعلام کرده است، رشد اقتصادی سال ۱۴۰۲ به حدود ۵٫۷ درصد رسیده است. این نرخ در این سال ۱۴۰۱ تقریباً ۵٫۵ درصد بوده است. محاسبات صورت گرفته حاکی از آن است که در صورت تحقق این رشد، رشد اقتصادی زمستان سال گذشته نیز به ۲٫۸ درصد می‌رسد. این نرخ در فصل پاییز ۵٫۱ درصد بوده است. بنابراین در یک مقایسه فصلی، رشد اقتصادی با کاهش روبه‌رو بوده اما در یک مقایسه سالانه، این نرخ رو به افزایش گذاشته است با فرض اینکه رشد اقتصادی در زمستان سال قبل ۲٫۸ درصد باشد، تولید ناخالص داخلی با به عبارت دیگر، حجم اقتصاد ایران در این فصل ۲۱۳ هزار میلیارد تومان (همت) برآورد می‌شود. در نتیجه،

تازه‌ترین گزارش مرکز آمار ایران از رشد اقتصادی نشان می‌دهد تولید ناخالص داخلی در سال ۱۴۰۲ به ۵٫۷ درصد رسیده است که نفت نقش پررنگی در ایجاد این رشد داشته است. همچنین رشد گروه صنایع (بدون نفت) پس از چهار سال منفی شد. به گزارش «کوپایران»، مرکز آمار ایران در تازه‌ترین گزارش خود از تولید ناخالص داخلی کشور، رشد اقتصادی بخش‌های مختلف در سال ۱۴۰۲ را اعلام کرد. بر این اساس رشد اقتصادی سالانه در ۱۴۰۲ معادل ۵٫۷ درصد بوده که نفت نقش بسزایی در ایجاد آن داشته است. براساس داده‌های مرجع آماری کشور، رشد اقتصادی سال ۱۴۰۲ در دو بخش «کشاورزی» و «صنایع و معادن» منفی بوده است. از سوی دیگر بخش نفت با رشد بالای ۲۰ درصدی بیشترین تأثیر را در رشد اقتصادی سال ۱۴۰۲ داشته است. به نوعی می‌توان گفت که در سال گذشته نفت جور کاهش تولید در بخش‌های «صنایع و معادن» و «کشاورزی» را کشیده است. همچنین طبق آمارهای رشد اقتصادی می‌توان گفت که رشد بخش صنایع و معادن (بدون نفت) پس از چهار سال در نقطه منفی قرار گرفته است.

در واقع، نکته مهم در این میان، کاهش تولید بخش صنعت و معدن پس از چهار سال است. براساس آمارهای اعلام‌شده از تولید ناخالص داخلی در سال ۱۴۰۲، رشد اقتصادی در پایان سال گذشته ۵٫۷ درصد بوده است. آمارهای رشد اقتصادی در بخش‌های مختلف نشان می‌دهد که دو بخش کشاورزی و صنایع و معادن کاهش تولید و بخش خدمات و نفت افزایش تولید داشته‌اند. طبق آمارهای رسمی، بخش کشاورزی با وجود افزایش تولید در زمستان سال گذشته همچنان با رشد منفی در میانگین سالانه مواجه است. طبق این آمار رشد بخش کشاورزی در سال گذشته معادل منفی ۲٫۲ درصد بوده است. به بیان ساده، تولید بخش کشاورزی در سال ۱۴۰۲ نسبت به سال ۱۴۰۱ کاهش ۲٫۲ درصدی داشته است. اما بخش دیگری که با کاهش تولید مواجه شده است، صنایع و معادن بوده است. آمارهای رسمی حاکی از آن است که از سال ۹۸ تاکنون بخش صنایع و معادن (بدون نفت) رشد منفی را تجربه نکرده است. بر این اساس بعد از چهار سال رشد بخش صنایع و معادن منفی شده و در سطح منفی ۰٫۵ درصد ایستاده است. بخش خدمات نیز برخلاف دو بخش دیگر رشد مثبت را تجربه کرده است. طبق آمارهای مرکز آمار، رشد این بخش در سال ۱۴۰۲ معادل ۵٫۷ درصد بوده است. اما مهمترین بخش آمارهای تولید در سال گذشته مربوط به بخش نفت بوده است. بخش نفت که یکی از مهمترین اجزای اقتصاد ایران است؛ در سال گذشته با افزایش ۳۰٫۳ درصدی تولید مواجه شده است. به عبارت بهتر، تولید نفت در این سال توانست کاهش تولید در بخش‌های کشاورزی و صنایع را پوشش دهد و بار رشد اقتصادی سال ۱۴۰۲ را به دوش بکشد.

براساس این گزارش، طبق رشد اقتصادی اعلام‌شده از سوی رئیس سازمان برنامه و بودجه، تخمین زده شده که اندازه اقتصاد ایران در سال گذشته به بالای ۸۶۰ هزار میلیارد تومان رسیده باشد؛ یعنی ۵٫۷ درصد بزرگ‌تر از سال ۱۴۰۱. اندازه اقتصاد در واقع همان اصطلاح عامیانه «تولید ناخالص داخلی» است که نشان می‌دهد در یک بازه زمانی مشخص، ارزش کالا و خدمات تولیدشده درون مرزهای کشور به چه سطحی رسیده است. اگر این ارزش با سال قبل مقایسه شود، رشد اقتصادی به دست می‌آید.

آگهی مزایده و اگناری به اجاره مجموعه فرهنگی، رفاهی و خدماتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال شامل تالارهای پذیرایی و مهمانسرا

دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال در نظر دارد مجموعه تالار پذیرایی واحد، شامل ۳ سالن مجزا، آشپزخانه، فضای سبز و محوطه مناسب، سردخانه (زیر صفر)، دفتر مدیریت تالار، یخچال و یخ‌ساز، فریزر، میز، صندلی، انبار مواد اولیه و مهمانسرا به مساحت ۳۰۰۰ مترمربع را با قیمت پایه تالار ماهانه ۱۶۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و مهمانسرا ماهانه ۸۵۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ به صورت یکساله به اجاره واگذار نماید، از متقاضیان دعوت می‌شود جهت بازدید از محل، دریافت اسناد مزایده و تحویل پاکت های شرکت در مزایده حداکثر تا ۱۰ روز پس از چاپ آگهی به روابط عمومی دانشگاه مراجعه کنند. دانشگاه در رد یا قبول پیشنهادات مختار است و هزینه درآی آگهی برعهده برنده مزایده خواهد بود.

آدرس: استان اردبیل، شهرستان خلخال خیابان ولیعصر خیابان دانشگاه مجتمع دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال

تلفن ۰۴۳۲۴۵۹۰۶

کاندیدابها وعده‌های گوناگونی برای مردم و فعالان اقتصادی داشته‌اند، از ارسال گوشت به در منزل تا برداشتن فیلترینگ اینترنت اما در این میان، حضور دو چهره دانشگاهی به عنوان مشاور اقتصادی در کنار مسعود پزشکیان در برنامه تلویزیونی با محوریت مسائل اقتصادی مورد توجه اهالی بازار سرمایه قرار گرفت. در معاملات هفته گذشته شاهد تداوم خروج پول حقیقی و عملکرد منفی نامرگ‌های بورسی بودیم. در این هفته همانند هفته‌های پیش دامنه نوسان قیمت سهام منفی و مثبت ۲ درصد بود، بنابراین شاهد تداوم صف‌های سنگین در بازار بودیم و ارزش معاملات نیز آرام‌ب آرام بسیار پایینی را ثبت کرد. ارزش معاملات خرد سهام روز شنبه به ۲ هزار و ۱۰ میلیارد تومان ریزش کرد، دو روز بعدی را هم در سطح ۲ همت قرار داشت. روز سه‌شنبه ارزش معاملات خرد به ۳ هزار و ۵۲ میلیارد تومان رسید، اما روز چهارشنبه با افت ۱۵ درصدی به ۲ هزار و ۶۰۳ میلیارد تومان ریزش کرد. به نظر می‌رسد سازمان بورس اعمال محدودیت ۲ درصدی دامنه نوسان را تا برگزاری انتخابات ریاست جمهوری ادامه دهد.

این روزها توجه فعالان اقتصادی به کمپین‌های انتخاباتی است. کاندیدابها وعده‌های گوناگونی برای مردم و فعالان اقتصادی داشته‌اند، از ارسال گوشت به در منزل تا برداشتن فیلترینگ اینترنت. اما در این میان، حضور دو چهره دانشگاهی به عنوان مشاور اقتصادی در کنار مسعود پزشکیان در برنامه تلویزیونی با محوریت مسائل اقتصادی مورد توجه اهالی بازار سرمایه قرار گرفت. دکتر حسین عبده تبریزی و دکتر احمد میدری در این برنامه پزشکیان را همراهی کردند. باید دید که آیا کمپین اصلاح‌طلبان توان جلب نظر شهروندان و فعالان اقتصادی را دارد یا نه، اما به نظر می‌رسد در اولین گام واکنش‌های مثبتی دریافت کرده است. سرمایه‌گذاران، سهامداران و فعالان بازار سرمایه تحولات انتخابات ریاست جمهوری را دنبال می‌کنند و در انتظار رونمایی از نهمین رئیس جمهوری اسلامی ایران خواهند بود.

شاخص کل بورس معاملات روز چهارشنبه را نیز با افت تمام کرد البته که این افت خیلی عدد قابل توجهی نبود و همانطور که انتظار می‌رفت بازار در این روزها نوسان چندانی را به خود نمی‌بیند؛ چراکه توجه خاصی به صحبت‌های انتخاباتی دارد و سازمان بورس هم همچنان بر پایبند بودن به عدم تعادل بازار تاکید دارد و تصمیم دارد تا دامنه نوسان را در محدوده مثبت و منفی ۲ درصدی نگه دارد. بازار و اهالی بازار سرمایه همچنان در انتظار بازگشایی دامنه نوسان و انتخابات ۸ تیرماه ۱۴۰۳ هستند.

حجم اقتصاد در کل سال گذشته که مجموع ۴ فصل است، به ۸۶۷ همت می‌رسد. این در حالی است که اندازه اقتصاد در سال ۱۴۰۱ برابر با ۸۲۰ همت و در سال ۱۴۰۰ برابر با ۷۸۱ همت بوده است. از آنجایی که این قیمت‌ها طبق سال پایه ۱۳۹۰ محاسبه شده است، تورم در آن وجود ندارد و این ارقام، منعکس‌کننده اندازه واقعی و غیرتورمی اقتصاد ایران است. روند تولید ناخالص داخلی به قیمت‌های ثابت سال ۹۰ از ابتدای دهه ۹۰ تا سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که این شاخص در سال ۹۱ و به دلیل شروع تحریم‌های بین‌المللی از نزدیک ۶۹۰ همت به حدود ۶۳۰ همت نزول می‌کند اما با رشد آرامی در سال‌های بعد رو به افزایش می‌گازد. داده‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که اندازه اقتصاد ایران در سال ۹۴ برابر با ۶۵۸ همت بوده و در سال ۹۵ و ۹۶ به ترتیب به ۷۵۱ همت و ۷۸۷ همت می‌رسد. به نظر می‌رسد علت این افزایش چشمگیر، توافق هسته‌ای و چشم‌انداز مثبت ایجادشده در اقتصاد ایران باشد. با خروج آمریکا از برجام در سال ۹۷ تولید ناخالص داخلی ایران کاهش می‌یابد و این روند نزولی تا سال ۹۸ ادامه‌دار می‌شود. با این حال، از سال ۹۹ دوباره این شاخص رو به افزایش گذاشته تا جایی که برآورد می‌شود در سال ۱۴۰۲ به سطح ۸۶۷ همتی برسد.

مزایده عمومی

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۷۳۳۰۲۲

اداره کل راه و شهرسازی استان آذربایجان شرقی به نمایندگی از شرکت بازآفرینی شهری ایران در نظر دارد به مدت یکسال حق بهره‌برداری از منافع تعداد شش باب مغازه با کاربری تجاری واقع در مجتمع تجاری پرند در میدان شهید بهشتی (منصور) تبریز را به شرح مشخصات ذیل از طریق مزایده عمومی و در قالب قرارداد اجاره واگذار نماید. فرآیند این مزایده در بستر اینترنتی بوده و شرکت در آن فقط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران - www.setadiran.ir - بخش مزایده دستگاه اجرایی) ممکن می‌باشد. دریافت اسناد، پرداخت تضمین، ارسال اسناد و پیشنهاده قیمت، صرفاً در بستر سامانه مذکور میسر بوده که علاقمندان ملزم به ثبت‌نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (توکن) می‌باشند.

کد دستگاه مزایده‌گزار در سامانه ستاد: ۹۱۵۳۰ - شماره مزایده در بخش اجاره: ۵۰۰۳۰۹۱۵۳۰۰۰۰۰۳ (تشکیل پرونده و عقد قرارداد اجاره با مبلغ پیشنهادهی ظرف حداکثر ۱۰ روز کاری پس از ابلاغ به برنده) نوساز و خالی ، مشرف به میدان و محوطه سنگفرش ، ارتفاع حدود ۳ متر سیستم گرمایش رادیاتور با موتورخانه مرکزی ، فاقد بلکن، کف سرامیک و دیوار کاشی کاری شده دارای سقف کاذب و درب فلز و نمای شیشه‌ای					
ردیف	شماره مورد اجاره در ستاد / شماره مغازه	مساحت (مترمربع)	قیمت پایه اجاره ماهانه(ریال)	قیمت پایه اجاره سالانه (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مزایده (ریال)
۱	۱/ ۵۱۰۳۰۹۱۵۳۰۰۰۰۰۰۱۴	۴۹،۱۴	۳۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۳،۶۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۸۰،۰۰۰،۰۰۰
۲	۲/ ۵۱۰۳۰۹۱۵۳۰۰۰۰۰۰۱۳	۷۶،۳۸	۴۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۴،۸۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۲۴۰،۰۰۰،۰۰۰
۳	۳/ ۵۱۰۳۰۹۱۵۳۰۰۰۰۰۰۱۲	۴۷،۸۳	۲۷۰،۰۰۰،۰۰۰	۳،۲۴۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۶۲،۰۰۰،۰۰۰
۴	۴/ ۵۱۰۳۰۹۱۵۳۰۰۰۰۰۰۱۱	۳۱،۰۶	۱۵۰،۰۰۰،۰۰۰	۱،۸۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۹۰،۰۰۰،۰۰۰
۵	۵/ ۵۱۰۳۰۹۱۵۳۰۰۰۰۰۰۱۰	۵۰،۴۰	۲۵۰،۰۰۰،۰۰۰	۳،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۵۰،۰۰۰،۰۰۰
۶	۶/ ۵۱۰۳۰۹۱۵۳۰۰۰۰۰۰۰۹	۳۰۹،۹۵	۱،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۸،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۹۰۰،۰۰۰،۰۰۰
آدرس: مجتمع تجاری پرند تبریز (منصور)، طبقه همکف					

- ✓ آخرین مهلت دریافت اسناد و شرکت در مزایده: ساعت ۱۴ روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۴
- ✓ آخرین مهلت واریز ودیعه و ارسال پیشنهاده قیمت: ساعت ۱۴ روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۴
- ✓ کلیه پیشنهادات واصله، روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۴ در سالن کنفرانس اداره کل راه و شهرسازی استان بازگشایی خواهد شد.
- ✓ ضامن متقاضیان (مزایده‌گران) در صورت نیاز می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به بخش مزایده در پایگاه اینترنتی اداره کل به آدرس <https://azarsharghimrud.ir> مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۱۵۱ ۳۳۶۹ ۰۴۱ تماس حاصل نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۲۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۳/۲۶

از سوی سازمان مدیریت پسماندهای کلانشهر تبریز؛

منطقه ۸ عملیات انتقال گاز در سکوی مدیریت سبز قرار گرفت



آمایشگاه‌های ممتد سازمان محیط زیست در خصوص پایش‌های محیط زیستی شامل گازه‌های خروجی از اگزاست توربین‌ها، پایش آلودگی فاضلاب بهداشتی در سطح منطقه و پایش صوت محیط زیستی تأسیسات تقویت فشار گاز منطقه را از اقدامات دیگر این منطقه در راستای مسئولیت اجتماعی و اجرایی شدن مقوله مدیریت سبز در سالیان اخیر در این منطقه عملیاتی

اعلام کرد. وی، پیشگیری از آلودگی‌های زیست محیطی، آموزش کارکنان در جهت ارتقاء نفع‌داشت زیست محیطی، رعایت قوانین و ضوابط زیست محیطی، افزایش و توسعه پایدار فضای سبز و ارتقاء و گسترش فرهنگ زیست محیطی و- را معیاری برای دریافت طرح مدیریت سبز دانست.

روابط عمومی راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی حائز ۳ رتبه برتر در جشنواره شهید بابایی شد

اراک- **فرناز امیدی**: مدیر روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی در جشنواره شهید بابایی موفق به کسب ۳ رتبه برتر شد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی، نخستین جشنواره روابط عمومی‌های استان مرکزی یادبود شهید علیرضا بابایی با حضور بهادری جهرمی سخنگو و دبیر هیئت دولت، فرزاد مخلص‌الامته استاندار مرکزی، جمعی از مدیران کل ادارات استان، مسوولان ارشد استان و مدیران روابط عمومی‌ها برگزار شد. در این جشنواره که برای نخستین بار در استان مرکزی می‌شد از روابط عمومی‌های برتر در سطح استان در بخش‌های مختلف شامل تولیدات چندرسانه‌ای، کلیپ، محتوای رسانه‌ای، جبر و- تجلیل شد.

به همین مناسبت سخنگو و دبیر هیئت دولت و استاندار مرکزی با اهدای



لوح و تندیس جشنواره از حامد عشایری مدیر روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی به علت کسب رتبه اول در بخش تولید محتوای رسانه‌ای تجلیل و قدردانی کردند.

مدیر شرکت ملی پخش فر آورده های نفتی منطقه ساری :

حدود ۵۰۰ هزار لیتر سوخت به پروازهای حج تمتع امسال تحویل شد

ساری-دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : با تلاش شبیانه روزی کارکنان مرکز سوختگیری هواییمنای منطقه ساری ، عملیات سوخت رسانی به نواگان هوایی زائرین حج تمتع سال ۱۴۰۲ با موفقیت انجام شد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری، بیان کرد : سوخت رسانی به نواگان هوایی فرودگاه بین المللی دشت ناز ساری به منظور اعزام زائرین به حرم معظمه به صورت شبانه روزی و با پشتیبانی فنی ، تدارکاتی و لجستیکی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری به بهترین نحوه ممکن انجام شد و در مجموع با ۱۸ پرواز رفت به پایان رسید.

سبحان رجب پور اظهار کرد : تعداد پروازهای حجاج در مرحله رفت به



با تجلیل مدیر کل روابط عمومی وزارت نفت از علی اصغر اورعی اسلامی انجام شد؛

تقدیر وزارت نفت از روابط عمومی شرکت پخش فر آورده های نفتی آذربایجان شرقی

سازان باعث شده روابط عمومی‌ها به عنوان نخستین بخش اجرایی صنعت نفت در تحقق منویات مقام معظم رهبری قلمداد شوند.

وی ضمن تبریک روز ارتباطات و روابط عمومی برای رئیس روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی ونیز کارشامان این واحد موفق ، جهت خدمت به نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران آرزوی توفیق کرد. مدیریت و کارکنان دفتر سرپرستی و نمایندگی روزنامه در استان آذربایجان شرقی، توفیق حاصله را به مهندس علی اصغر اورعی اسلامی ریاست روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی تبریک و تهنیت عرض نموده و برای وی و جمیع همکاران مجرب و توانمند ایشان در واحد روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی، آرزوی سربلندی روزافزون دارد.

مدیر کل ورزش و جوانان آذربایجان شرقی اعلام کرد؛

تبریز میزبان مسابقات ملی و بین المللی ورزشی

به گفته وی، سسال گذشته در این مسابقات چهار تیم شرکت کرده بودند اسمال تاکنون نیز ۶ تیم اعلام آمادگی کردند.
ستوده نژاد افزود: این مسابقات سومین دوره کاپ آسیا و سومین دوره مسابقات آسیای میانه خواهد بود که پنج کیلومتر شد، ۲۰ کیلومتر دوچرخه سواری و مجدد ۲.۵ کیلومتر دومیان خواهد بود.
وی افزود: مسابقات رزمی به طور ملی و مسابقات موتورسواری نیز ۳۱ خرداد و اول تیر برای انتخابی تیم ملی و همفهرستی ایران به میزبانی تبریز برگزار می شود.

معاون طرح و توسعه شرکت برق منطقه‌ای گیلان:

عملیات اجرایی پروژه افزایش ظرفیت پست لیسار آغاز شد



تا این پست نتواند پاسخگوی تامین برق منطقه لیسار باشد.

وی افزود: برای تامین پایدار انرژی برق و برآورده ساختن نیاز منطقه به انرژی برق، پروژه افزایش ظرفیت پست لیسار کلید خورد و ۱ دستگاه ترانسفورماتور ۳۰ مگاوات‌آمیر جایگزین ۱ دستگاه ترانسفورماتور ۱۵ مگاوات‌آمیر موجود خواهد شد و ظرفیت توان الکتریکی پست، ۱۰۰ درصد افزایش خواهد یافت.

وی با اشاره به نقش موثر این پروژه در رونق و توسعه منطقه لیسار، تصریح کرد: با اجرای این پروژه ظرفیت بخش فوق توزیع از ۱۵ مگاوات‌آمپر به ۲۰ مگاوات‌آمپر افزایش خواهد یافت و پیش بینی می شود این طرح قبل از اوج بار سال جاری در مدار قرار گیرد.

استاندار اصفهان مطرح کرد:

بهره‌برداری و آغاز عملیات پروژه‌های گازرسانی شهرستان نائین



است. وی افزود: به‌منظور گازرسانی به طرح‌های ملی و به‌رهمندی مشترکین خانگی از نعمت گاز طبیعی ۱۲ طرح گازرسانی به مسکن ملی شهرک شهید

فرصت امروز – ماهان فلاح:مدیر کل روابط عمومی وزارت نفت از تلاش های رئیس روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی تقدیر کرد.

علی فروزنده مدیر کل روابط عمومی وزارت نفت با ارسال نامه ای از تلاش های علی اصغر اورعی اسلامی رئیس و کارشناسان روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی در راستای بازتاب دستاوردها و عملکرد این مجموعه و تلاش در تحقق منویات مقام عظمای ولایت تقدیر کرد.

علی فروزنده در این نامه با اشاره به نقش بی بدیل روابط عمومی‌ها در باب «جهاد تبیین» گفت: روایت روشنسن از تلاش همکاران، نقش آفرینی در بالا بردن اعتماد جامعه و انتقال نقطه نظرات مردمی و برون سازمانی به تصمیم



رشت – خبرنگار فرصت امروز: با توجه به رشد بار روزافزون و تامین برق پایدار منطقه لیسار شهرستان تالش، پروژه افزایش ظرفیت پست لیسار آغاز گردید.
محمد افتخاری معاون طرح و توسعه شرکت برق منطقه‌ای گیلان با بیان اینکه این طرح از پروژه های ضروری شرکت ملی باشد،گفت: پروژه افزایش ظرفیت پست لیسار با هدف افزایش ضریب اطمینان شبکه و برقرسانی پایدار به مشترکان شهر لیسار و حومه در حال اجرا می باشد.
معاون طرح و توسعه ضمن اشاره به احداث پست تازه تأسیس لیسار، افزود: با توجه نیاز منطقه لیسار، پست ۶۲.۴ کیلووات لیسار در سال ۱۴۰۰ به بهره برداری رسید اما رشد و توسعه سریع شهرنشینی و مراکز صنعتی موجب شد

شیر بین راهی خط لوله گاز ۲۰ اینچ بری نصب و راه اندازی شد

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز همچنين از نصب موفقیت آمیز ایستگاه ششیر بین راهی در مسیر خط لوله انتقال گاز ۲۰ اینچ بری واقع در حوزه بهره برداری خطوط لوله میانه خبر داد.

فیروز خدائلی ضمن اعلام این خبر افزود: با نصب ایستگاه شیر بین راهی در مسیر خط لوله انتقال گاز ۲۰ اینچ بری واقع در حوزه بهره‌برداری خطوط لوله میانه ضمن جلوگیری از هدر رفت گاز طبیعی، ضریب اطمینان خطوط لوله نیز افزایش خواهد یافت. خدائلی، زمان صرف شده برای این پروژه را ۱۴ روز اعلام کرد و افزود: با تدابیر لازم و با آمادگی قبلی نیروهای فنی و عملیاتی این منطقه، این ایستگاه با حداقل هزینه ۴ هزار و نفر ساعت کارکرد با موفقیت نصب و راه اندازی گردید.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز اظهار داشت: همکاران این منطقه عملیاتی، پس از انجام عملیات برشکاری، جوشکاری و اتصال نهایی، این پروژه را بدون صرف وقت به پایان بردند تا ضمن جلوگیری از هدر رفت انرژی، پایداری انتقال گاز به نیروگاه آریان زنجان نیز تقویت گردد و در نهایت خط لوله مذکور به طول ۱۷ کیلومتر جهت اطمینان از تمیز بودن، مورد پیگرانی نیز قرار گرفت.

وی یادآور شد: خط لوله ۲۰ اینچ بری واقع در حوزه بهره برداری خطوط لوله میانه جهت گازرسانی به نیروگاه آریان زنجان در سال ۱۴۰۲ به بهره برداری رسید.

اخبار

مدیرمنطقه ۱۰ عملیات انتقال گاز خبر داد:

ظرفیت انتقال گاز خط لوله ششم سراسری کشور افزایش یافت



بوشهر– خبرنگار فرصت امروز: مدیرمنطقه ۱۰ عملیات انتقال گاز از افزایش ظرفیت انتقال گاز خط لوله ششم سراسری خبر داد. علی مغدانی با اشاره به بهره برداری از تأسیسات تقویت فشار گاز شهید باقری (خورموج) فشار گاز شهید باقری درشهر خورموج (تویع استان بوشهر) گفت: این تأسیسات توسط شرکت مهندسی وتوسعه گاز ایران با بهره گیری از سیستم کنترل ساختار داخل بر روی خط لوله ششم سراسری احداث شده است. وی با بیان تأسیسات یادشده درمنطقه ۱۰ عملیات بعنوان یک منطقه مهم و استراتژیک شرکت

انتقال گاز ایران قرار دارد، خاطر نشان کرد: این تأسیسات با ۳ تئریو کمپرسور ایرانی و فشار افزایی روزانه ۱۰۷ میلیون مترمکعب گاز، وظیفه تقویت شبکه انتقال گاز در منطقه غرب و جنوب غرب کشور را برعهده دارد. مغدانی در ادامه افزود: توسعه زیرساخت های گاز رسانی در راستای تامین گاز مطمئن و پایدار از اولویت های مهم صنعت گاز کشور بوده و خوشبختانه این مهم تاکنون با موفقیت انجام شده است. به گفته مدیر منطقه ۱۰ عملیات انتقال گاز بهره برداری از تأسیسات تقویت فشار گاز شهید باقری (خورموج)، موجب افزایش ظرفیت انتقال گاز و علاوه براین نقش مهمی نیز در صادرات گاز به کشور عراق را به همراه دارد.

ایجاد ارتباط مخابراتی مطمئن در شبکه برق شرق اهواز



اهواز – شبنم قجاوند: مجری طرح‌های خطوط شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: عملیات احداث فیبر نوری بر روی خط ۲۳۰ کیلووات اهواز ۲-، نورد به پایان رسید و آماده بهره برداری گردید. امیر حیاتی بیان کرد: عملیات احداث فیبر نوری بر روی خط ۲۳۰ کیلووات اهواز ۳-، نورد شامل تامین تجهیزات، نصب و سیمکشی به طول ۲۰ کیلومتر مدار به پایان رسید و آماده بهره برداری گردید. وی با بیان اینکه ارزش سرمایه‌گذاری این پروژه بالغ بر ۲۵ میلیارد ریال بوده، افزود: تکمیل رنگ دیسپاچینگ در ناحیه شرق اهواز از جمله اهداف بهره‌برداری از این پروژه بوده است. ایجاد

شبکه مخابراتی و دیسپاچینگ مطمئن، ایجاد قابلیت مانیتورینگ و ویدئو کنفرانس بین نواحی و ایجاد از تباط مخابراتی بسیار مطمئن جهت انتقال حجم بالای اطلاعات با کیفیت بسیار خوب، دیگر اهدافی است که مجری طرح‌های خطوط شرکت برق منطقه‌ای خوزستان برای بهره‌برداری از این پروژه برشمرد. قابل ذکر است که از مهر ماه ۱۴۰۲ تاکنون ۲ پروژه احداث فیبر نوری به طول ۸۰ کیلومتر با ارزش سرمایه‌گذاری ۱۰۰ میلیارد ریال در شبکه برق منطقه‌ای خوزستان به پایان رسید و وارد مدار شد. شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تأمین و انتقال برق در ۲ استان خوزستان و کهگیلویه وبویراحمد را بر عهده دارد.

بازدید معاون امور انتقال و تجارت خارجی شرکت توانیراز دیسپچینگ شرکت برق باختر



اراک- فرناز امیدی: محمد اله داد در این بازدید از دیسپاچینگ RDC اداره کل برق باختر بازدید و در جریان آخرین وضعیت شبکه برق در حوزه تحت سرپرستی این شرکت قرار گرفت. معاون امور انتقال شرکت توانیر در این بازدید ضمن تقدیر و تشکر از همکاران برق باختر در شروع یک بار تاستان گفت خوشبختانه با تلاش و کوشش همکاران صنعت برق در کشور شبکه سراسری و اطمینان جسمانی جهت برق رسانی مطمئن به مشترکین و هموطنان عزیزمان برخوردار است. اله داد همچنین در این دیدار از نزدیک با فرایند چگونگی پایش مشترکین صنعت برق در سه استان لرستان، مرکزی و همدان قرار گرفت. بنا براین گزارش در ادامه این دیدار «مجتبی دادوادیابی» مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای برق اظهر داشت: ۴۳ صنعت سنگین در سه استان لرستان، مرکزی و همدان انرژی الکتریکی مورد نیاز خود را از شرکت باختر منطقه‌ای انتقال داد. ظرفیت پست‌های انتقال و فوق توزیع در این سه استان بالای ۱۸ هزار مگاوات آمپر یا ۱۹۷ ایستگاه انتقال و فوق توزیع است که وظایف مذکور را بر عهده دارند، همچنین ۱۱ هزار کیلومتر خط انتقال و فوق توزیع در این منطقه وجود دارد. لازم به یادآوریست شرکت برق منطقه‌ای باختر مسئولیت انتقال برق در سه استان لرستان، مرکزی و همدان را برعهده دارد.

بازدید مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از پروژه های در حال اجرا در استان گیلان



برداری خطوط لوله گاز رشت در حال اجراست نیز بازدید کرد وی در ادامه با حضور در محل پروژه اجرای عملیات ایمن سازی خط لوله در بستر رودخانه پلرود استان گیلان در جریان روند اجرایی این عملیات قرار گرفت و رهمندوهای لازم را ارائه کرد.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی گرگان:

نیروی متخصص مهم ترین نیاز واحد های تولیدی در گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز:امیر یوسفی رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی گرگان در نشست هم اندیشی با اعضا هیات رئیسه دانشگاه فنی حرفه ای استان گلستان بیان کردواحدهای تولیدی صرفا به مدرک دانشگاهی نیاز ندارند مهم عملیاتی و تخصص افراد است.وی در ادامه گفت:علم آموزی باید به صورت تخصصی باشد.یوسفی اظهار داشت:جامعه دچار بحران نیروی فنی و متخصص است که این مورد یکی چالش اساسی برای واحدهای تولیدی به شمار می رودوی افزودواحدهای تولیدی با توجه به واحدهای فنی نیاز به نیروهای متخصص با مهارت کافی دارند که این موضوع تبدیل به یک معضل شده است. یوسفی گفت:اتاق این آمادگی را دارد از نیروها و دانش آموختگان ماهر دانشگاه فنی و حرفه ای حمایت و با توجه به تخصص آنها بستر اشتغال را برای فراهم کند.رئیس اتاق بازرگانی گرگان بیان کرد:اتاق بازرگانی گرگان می تواند هماهنگی لازم را انجام دهد تا نیروها و دانش آموختگان فنی از واحدهای تولیدی به صورت میدانی بازدید کنند و به تجربه آنها اضافه شود.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان:

معاذت کشاورزان گلستانی از برنامه‌های مدیریت مصرف برق با نصب پنل خورشیدی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز سید احمدی مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان از خصوص معاذت کشاورزان از برنامه‌های مدیریت مصرف برق با نصب پنل خورشیدی و ایجاد منبع دوم درآمد برای فعالان کشاورزی، توضیحاتی ارائه کرده است. موسوی اعلام کرد که اگر کشاورزان ۸۰درصد از نیاز مصرفی خود را از طریق برق تجدیدپذیر پنل خورشیدی تامین کنند، از مدیریت مصرف در روزهای اوج بار معاف خواهند شد. در این راستا، هزینه ساخت یا نصب پنل خورشیدی به طور متوسط برای تولید هر کیلووات برق، ۳۰ میلیون تومان است.وی تصریح کرد که با این روش، کشاورزان می‌توانند برای معاذت از مدیریت مصرف در اوج بار، با استفاده از این ظرفیت تا ۸۰ درصد توان مورد نیازشان، نیروگاه نصب کنند تا برقشان در دوره اوج بار برق و طی چهار ماه قطع نشود. حتی در طول ۸ ماه برق تولیدی آنان خریداری خواهد شد.البته تحقق این امر نیازمند پرداخت تسهیلات از سوی بانک‌هاست که در صورت حمایت‌های لازم، برای کشاورزان منبع درآمد دوم ایجاد خواهد شد و آلودگی هوا نیز کاهش می‌یابد. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان همچنین گفت که با اتمثال این پنل‌ها به شبکه نیروسی، امکان خرید برق تولیدی در صورت تضمین در مدت ۲۰ سال با عرضه آن در بورس انرژی فراهم می‌شود. که این امر درآمدی پایدار و مطمئن برای کشاورزان را برافغان خواهد آورد.

دانشگاه علوم پزشکی گلستان، سازمان برتر در جذب اهداکنندگان خون

گرگان – خبرنگار فرصت امروز در آستانه روز جهانی اهدای خون طی مراسمی از دانشگاه علوم پزشکی گلستان به عنوان سازمان برتر در زمینه جذب اهداکنندگان خون، تجلیل به عمل آمد.رئس آیین بزرگداشت تجلیل از اهداکنندگان برتر خون در گلستان که در سالن افتخار بهروزری مرکز بهداشت با حضور مسئولین استانی برگزار شد، از تلاش‌های ارزشمند موسی مهری، مسئول کانون‌های دانشجویی دانشگاه، به عنوان اهداکننده و رابط برتری در میان سازمان‌ها و ادارات کل استان در جهت تزویج فرهنگ اهدای خون و جذب اهداکنندگان خون، با اهدای لوح تقدیر، قدرنمایی به عمل آمد.این انتخاب در پی تلاش‌های کفون دانشجویی هلال احمر دانشگاه در برگزاری پوشش اهدای خون و جذب افراد جدید اهدا کننده خون در سال‌های گذشته و سال جاری صورت گرفته است.

بهبود قابلیت اطمینان شبکه برق انتقال ناحیه شرق اهواز



معاونت طرح‌های توسعه شرکت برق منطقه‌ای خوزستان، افزایش امکان ترازیت توان، افزایش امکان مایور در شبکه انتقال منطقه، افزایش پایداری و تامین برق مشترکین خانگی و صنعتی و مسازن‌سازی بار ترانس‌ها، بهبود سطح ولتاژ و افزایش امکان بارگیری از ظرفیت منصوبه پست ۲۳۰ کیلووات سپیدار اهواز از دیگر اهداف بهره‌برداری از این پروژه بوده است. شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تأمین و انتقال برق در ۲ استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

برگزاری نشست کنترل پروژه های توزیع برق یزد



یزد– سسید محمد جواد عرفان‌فر ؛ با حضور سه معاون از حوزه های مهندسی ، برنامه ریزی و مالی شرکت توزیع نیروی برق و برخی از مسئولین پروژه های برق در شهرستان و نواحی یزد ، نشست کنترل پروژه برگزار شد . در این نشست مهندس کاظم ، معاون مهندسی گفت : با توجه به محدودیت تامین اجناس، پیگیری تخصصی اجناس پروژه‌های مهندسی و رفع لغت ولتاژ در الویت قرار گیرند. وی افزود: نظارت و کنترل روند وضعیت پروژه‌ها امری مهم و مسئولین پروژه بااستیانت اطلاعات جامع و کاملی از پروژه‌های باز و ستوانی امور داشته باشند. مهندس سیدحجت اله رضوی نسب ، معاون برنامه ریزی تأکید کرد : در فرآیند اجرایی پروژه‌های ساختمانی مانند پروژه‌های امنی و احداثی، نظارت در مراحل اجرایی و پیشرفت فیزیکی پروژه‌ها با دقت ثبت و کنترل گردد. حسین برگرگی ، معاون مالی و پشتیبانی اظهار کرد : پروژه‌های آزاد منابع در صورتی که پیشرفت فیزیکی آن پروژه‌ها صفر و در مرحله علامت گذاری پایه ها است و راکد مانده است ، مطلق شود. وی اضافه کرد : پس از تخصیص اجناس به امورها، با کنترل درصد پیشرفت فیزیکی پروژه‌هایی که به آن‌ها تخصیص داده شده است، کنترل و نظارت بر روند اجرایی پروژه‌ها اعمال نمایند.

ریمارکتینگ (Remarketing) چیست و چطور انجام می‌شود؟

در این مقاله یاد می‌گیرید که بازاریابی مجدد چیست و چگونه می‌توانید آن را اجرا کنید.

در این مقاله یاد می‌گیرید که بازاریابی مجدد چیست و چگونه می‌توانید آن را اجرا کنید.

حساب پای هیچ تقبل یا حتی سرقت اطلاعاتی در میان نیست. بازاریابی مجدد بر روی نمایش دوباره محتوای تکراری به شیوه‌ای خلاقانه تاکید دارد. این امر با هدف ایجاد حس آشنایی در مخاطب و تقویت شناسن برندها برای فروش صورت می‌گیرد. بنابراین شما باید توجه ویژه‌ای بدان داشته باشید.
خب وقتی مشتریان قبلا تعاملی با برند شما داشته‌اند، تمایل‌شان برای خرید به طور حیرت‌انگیزی بیشتر خواهد بود. این امر می‌تواند برای شما زنگ خطر را به صدا دربیاورد؛ چراکه در صورت ناامیدی کامل مشتریان اصلا بعید نیست کلا دور شما را خط بکشند. پس بهتر است از بازاریابی مجدد به عنوان سنگر آخرتان استفاده کنید

ریمارکتینگ چطور کار می‌کند؟
کاری که شما برای استفاده از الگوی ریمارکتینگ باید

خبر خوب اینکه هنوز گوگل تصمیم نهایی درباره کد پیکسل را نگرفته است. بنابراین شما می‌توانید همچنان به استفاده درست از این استراتژی امیدوار باشید. اگر هم بلای سی سر این کد آمد، ما اینجا هستیم تا راه‌های دیگر برای دسترسی ساده به استراتژی بازاریابی مجدد را به شما یاد دهیم.

چرا بازاریابی مجدد مهم است؟

خب حالا رسیدیم به بخش جالب و هیجان‌انگیز ماجرا. اصلا چرا بازاریابی مجدد تا این اندازه مهم و حیاتی است. چه چیزی در این میان بازاریاب‌ها را به سوی سختی‌های مسیر طراحی و اجرای این استراتژی سوق می‌دهد. ما در این بخش سعی داریم برخی از مهمترین مزایا درباره بازاریابی مجدد را با شما در میان بگذاریم. پس با ما همراه باشید تا درک بهتری از این فرآیند پیدا کنید.

بازایی ترافیک از دست رفته



کارآفرینان معمولا ترافیک سایت را همینطور ساده مورد توجه قرار نمی‌دهند. برای آنها ترکیب نهایی کسانی که خرید آنلاین کرده‌اند، مهم خواهد بود. به همین خاطر بازاریابی مجدد در واقع فرصتی برای هدف‌گذاری دوباره بر روی کسانی است که به طور کامل ارتباطشان با شما را قطع نکرده‌اند.
خب کاربران در دنیای شلوغ مدرن با کلی گزینه برای خرید رو به رو هستند. به همین خاطر ضروری است شما نه تنها بیکار، بلکه چندین بار جلوی راه آنها سبز شوید. این امر شناس‌تان برای اثرگذاری بر روی آنها را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

بازاریابی مجدد به شما برای بازاریبی دوباره ترافیک از دست رفته و افزایش شناس موفقیت‌تان همراهی خواهد کرد. پس اگر دوست دارید تجربه‌ای متفاوت از تعامل با کاربران در فضای آنلاین داشته باشید، اصلا نباید این استراتژی را دست‌کم بگیرید.

افزایش فروش

بازاریاب‌ها در دنیسای کسب و کار به طور مداوم با سوالات بی‌پایان مدیران بالادستی درباره میزان روش رو به رو هستند. این یعنی شما باید همیشه فروش عالی در بازار داشته باشید تا از شر بهانه‌ترشی‌های مدیران در امان بمانید.
خب استراتژی ریمارکتینگ در این فرآیند به شما برای افزایش میزان فروش کمک می‌کند.

وقتی شما دوباره سراغ مخاطب‌تان می‌روید، احتمالا شناس بالاتری برای موفقیت خواهید داشت. ماجرا از این قرار است که مشتریان همیشه دوست دارند در کانون توجه برندها قرار داشته باشند. وقتی شما عملکرد خوبی از خودتان در زمینه توجه چندباره به مشتریان نشان می‌دهید، شناس‌تان برای تجربه فروشی بالاتر افزایش خواهد یافت. فکر می‌کنم معادله در این بخش به اندازه کافی ساده باشد که شما را متقاعد سازد، مگر نه؟

افزایش اعتماد مشتریان به برند

برندی که بارها و بارها برای به دست آوردن دل مشتریان تلاش می‌کند، به مرور زمان اعتماد بیشتری در آنها ایجاد خواهد کرد. این امری است که در طول سال‌های اخیر کمتر مورد توجه کارآفرینان قرار گرفته است. از نظر آنها در اولین تلاش مشتریان باید استقبال وحشتناکی از محصولات یا حتی کمپین بازاریابی یک برند داشته باشند. این امری است که به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب کمک شایانی خواهد کرد.

یادتان باشد، شما باید نشان دهید مشتریان برای‌تان اهمیت بسیار زیادی دارند. بنابراین تلاش برای به دست آوردن رضایت‌شان نکته مهمی محسوب می‌شود. یکی از نکات کلیدی در این میان استفاده از انواع تکنیک‌های مربوط به بازاریابی مجدد است. البته شما نباید آنقدر زیاده‌روی کنید که در عمل بدل به مزاحمی برای کاربران شوید. پس تعادل را رعایت کرده و جلوی زیاده‌روی را بگیرید.

یافتن ایرادات کمپین

بسیاری از بازاریاب‌ها دوست دارند همیشه کمپین‌های بازاریابی بی‌عیبی روانه بازار کنند. صرف نظر از اینکه چنین آرزویی تا چه اندازه واقعیت دارد، شما در عمل توانایی اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب به استفاده از

نوینسنده: علی‌آلی علی

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده در سایت یک برند محتوایی را مشاهده کنید و روز بعد دوباره با همان محتوا در قالب تبلیغات آنلاین رو به رو شوید؟ شاید هم در یک فروشگاه اینترنتی سفارشی را بلاکلیف گذاشته‌اید و بعد از چند روز در گوگل با تبلیغ همان محصولاتی که در فهرست خریدتان بوده، رو به رو می‌شوید.
خب در این صورت لازم نیست زیاد فکر و خیال کنید؛ چراکه هدف بازاریابی مجدد یا ریمارکتینگ قرار گرفته‌اید.

ریمارکتینگ در واقع فرآیند نمایش تبلیغات شخصی‌سازی‌شده برای کسانی است که قبلا تعاملی با برند شما داشته‌اند. این امر با هدف ایجاد یک شناس دوباره برای تعامل با مخاطب روی می‌دهد. البته شما قرار نیست همیشه از دل این فرآیند به موفقیت‌های بزرگ برسید، اما شناس مجددی برای به دست آوردن دل مشتریان و کسب سود خواهد بود.

اگر بخواهیم از یک مثال دم دستی استفاده کنیم، باید گفت ریمارکتینگ تقریبا مثل وقت‌های اضافه یا ضربات پنالتی است که دوباره به هر تیم فرصت برنده شدن را می‌دهد. البته به شرط اینکه بلد باشید چطور کار را تمام کنید!

بی‌شک از دست دادن مشتریان برای هر برندی بی‌نهایت سخت و دشوار است. به همین خاطر خیلی از کسب و کارها پس از ریزش شدید مشتریان دیگر سراغ فعالیت دوباره نمی‌روند. به همین خاطر هر سال کلی برند با شکست‌های سنگین دور و بر ما سبز می‌شوند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای طراحی یک استراتژی خوب به منظور کاهش نرخ از دست دادن مشتری یا حتی مخاطب است.
خب کسی در بازار برای شما فرش قرمز پهن نکرده و اگر حواس‌تان نباشد، تمام تلاش‌های شما نقش برآب می‌شود. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز اینجا هستیم تا معادلات را به سود شما تغییر دهیم؛ آن هم با چاشنی بازاریابی مجدد.

ریمارکتینگ یا هدف‌گذاری مجدد؟

بازاریاب‌ها معمولا دو اصطلاح را به طور انکارناپذیری به جای هم به کار می‌برند. ریمارکتینگ از نسوی بسیاری از بازاریاب‌ها در واقع همان هدف‌گذاری مجدد (Retargeting) شناخته می‌شود. شاید در اولین نگاه این همانندسازی اصلا عجیب نباشد، اما اگر کمی بیشتر خواهیم شد.
خب اول از همه اینکه بازاریابی مجدد اصلا آن طور که فکر می‌کنیم نیست. در این میان خبری از هدف‌گذاری دوباره یا چندباره نیست. در عوض کارآفرینان برای بهبود وضعیت‌شان بر روی نمایش دوباره محتوای تبلیغاتی تمرکز می‌کنند. نکته مهم دیگر اینکه در فرآیند هدف‌گذاری مجدد از کوکی‌هایی که دم دست هست، استفاده می‌شود. این در حالی است که ریمارکتینگ بر روی سرویس‌هایی مثل ایمیل تمرکز دارد.

بی‌شک هر دو روش ریمارکتینگ و هدف‌گذاری مجدد اهمیت بسیار زیادی برای کارآفرینان دارد. با این حال ما در این مقاله قصد داریم کمی بیشتر بر روی بازاریابی مجدد زوم کنیم. نگران نباشید، بعدا سراغ هدف‌گذاری مجدد هم خواهیم آمد.

شما در این مقاله یاد می‌گیرید که بازاریابی مجدد دقیقا چیست و به چه کاری می‌آید. در نهایت نیز برخی از مهمترین تکنیک‌ها برای اجرای درست این استراتژی را با شما در میان خواهیم گذاشت.
خب اجازه دهید با همین نکات مقدماتی یک راست برویم سراغ اصل ماجرا.

سناریوی بازاریابی مجدد در دنیای واقعی

قبل از اینکه برویم سراغ بخش‌های دیگر مقاله، اجازه دهید یک سناریوی واقعی از بازاریابی مجدد را به اتفاق هم مرور کنیم. این فرآیند به شما یاد می‌دهد چطور در دنیای واقعی این استراتژی بارها و بارها به داد کسب و کارها می‌رسد.

برند سونتی یکی از محبوب‌ترین کمپانی‌های حوزه الکترونیک محسوب می‌شود. این برند سالانه میلیاردها دلار سود به جیب می‌زند و از همه مهمتر تمام مشتریان نیز از محصولات این برند راضی هستند. فرض کنید شما بعد از یک روز طولانی برای گشت و گذار در اینترنت سراغ سایت رسمی سونتی می‌روید تا برخی از دوربین‌های عکاسی جدیدش را بررسی کنید. اینجا هیچ خبری از قصد جدی شما برای خرید نیست، اما سونتی برنامه‌های دیگری دارد!

وقتی شما از سایت سونتی دست خالی برمی‌گردید، این برند یک کمپین مجده برای جلب نظر شما راه می‌اندازد. به این صورت که علاوه بر ایمیل شخصی‌تان، در سایت‌های دیگر نیز تبلیغاتی درباره همان دوربین‌هایی که دیده‌اید، به شما نشان می‌دهد. این کار نه یک توطئه علیه امنیت سایبری شما، بلکه حاصل توافق میان سایت‌ها یا کسب و کارهای مختلف است.
خب شما وقتی به هر سائیتی وارد می‌شوید، در اولین قدم از شما درخواست به اشتراک‌گذاری برخی از کوکی‌ها می‌شود. این امر وقتی مورد تایید شما قرار گیرد، به کارآفرینان برند موردنظر امکان استفاده از کوکی‌ها برای بازاریابی را می‌دهد. با این

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| شنبه | ۲۶ خرداد ۱۴۰۳ | شماره ۲۴۸۴ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۳۳

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

باشند. حالا که پای بازاریابی مجدد در میان است، حتی از قبل هم باید حجم ایمیل‌تان کمتر شود. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. این مسئله‌ای است که بسیاری از بازاریاب‌ها اصلا حواس‌شان به آن نیست. به همین خاطر دائما درگیر مشکلاتی از نظر نرخ بازشدن ایمیل‌شان می‌شوند.

الگوی ایمیلی معمولا برای مشتریان معمولی جواب می‌دهد. پس اگر فکر می‌کنید در حوزه BYB می‌توانید از این تکنیک استفاده کنید، خیلی زود با شکست‌های بزرگ غافلگیر خواهید شد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز تاکید اساسی بر روی استفاده از الگوی ایمیلی داریم. این مسئله می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک قابل ملاحظه‌ای نماید.

ویدئو مارکتینگ

آیا شما هم به قدرت ویدئو در زمینه جلب نظر مخاطب باور دارید؟
خب در این صورت شما هم جزو آن دسته از بازاریاب‌های باهوشی هستید که توانایی اثرگذاری قابل ملاحظه‌ای بر روی مخاطب دارند. نکته کلیدی در این میان استفاده درست از ویدئو برای تولید محتواست. به زبان خودمانی، شما قرار نیست یک فیلم سنیمایی جلوی روی مخاطب‌تان قرار دهید. در عوض همه چیز بر مدار بیسان چکیده و بی‌نهایت خلاصه محتوا جریان خواهد داشت. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کرده و اوضاع‌تان را نیز بی‌نهایت بهتر سازد.
ما در روزنامه فرصت امروز ویدئو را فرمتی بی‌نهایت مناسب برای بازاریابی می‌دانیم. با این حال مشکلات از جایی شروع می‌شود که شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان به جای استفاده از ایده‌های متفاوت سراغ کی‌برداری از همان کمپین اولیه در بازاریابی مجدد می‌روید.
خب این شیوه کاملا مشخص است که جواب نخواهد داد. پس اگر دوست دارید نتیجه‌ای مناسب از دل فرآیند بازاریابی‌تان به دست بیآورید، بد نیست کمی هم که شده روی پردازش ایده‌ای متفاوت حساب کنید. اینطوری دست کم شناس بیشتری برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان خواهید داشت.

شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی مجدد

شبکه‌های اجتماعی یکی از بهترین گزینه‌ها برای بازاریابی مجدد در دنیا محسوب می‌شود. بسیاری از بازاریاب‌ها خیال می‌کنند در این میان باید همیشه کمپین‌های گران اجرا کنند یا آبدیتی از کمپین قبلی را پیش روی مخاطب قرار دهند. این در حالی است که گاهی اوقات ایده‌هایی مثل جواب دادن درست و حسابی به نظرات کاربران نیز برای شما کاربردی خواهد بود. اینطوری می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن اثرگذاری‌تان بر روی مخاطب را چند برابر کنید.

متأسفانه خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند برای بازاریبی مخاطب و تبدیلیش به مشتری باید دست به کارهای عجیب بزنند. این در حالی است که معادلات بازار اصلا این طوری جریان ندارد. در عوض شما باید خودتان را برای اثرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب آماده کنید. این یعنی به جای حساب و کتاب مربوط به هزینه‌های تولید محتوا، میزان اثرگذاری و سلیقه مخاطب باید اولویت‌تان باشد.

شما وقتی وارد دنیای شبکه‌های اجتماعی می‌شوید، دیگر باید از انتخاب یک فرمت خاص دست بکشید. این امر یعنی فرآیند اثرگذاری بسر روی مخاطب هدف باید ترکیبی باشد. به علاوه، در پلتفرم‌های اجتماعی معمولا کلی برند مختلف در کنار هم حضور دارند. همین امر امکان اشتباه را از شما خواهد گرفت. به همین خاطر اگر دوست دارید تجربه‌ای در زمینه تعامل با مخاطب در شبکه‌های اجتماعی داشته باشید، بد نیست شرایط خاص شبکه‌های اجتماعی و رقابت حیرت‌انگیز در این حوزه را مورد توجه قرار دهید.

ما در روزنامه فرصت امروز پیشنهادمان برای بازاریابی مجدد در شبکه‌های اجتماعی تلاش برای استفاده از تجربه دیگر برندهاست. این امر به شما کمک می‌کند تا به راحتی از زیر بار شکست‌های مجدد در بروید. البته به شرط اینکه با نگاه انتقادی کمپین دیگر برندها را بررسی کرده و به نتایج درست و حسابی برسید. وگرنه در عمل دوباره همان اشتباهات را تکرار خواهید کرد. آن وقت دیگر نمی‌توانید فرآیند تولید محتوا را به شکل ایده‌آل دنبال کنید.

خوشبختانه امروزه در شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی فضای اینترنت هوش مصنوعی بسدل به ابزاری بی‌نهایت کاربردی شده است. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کرده و اوضاع‌تان از نظر بازاریبی مخاطب را بهبود بخشد. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از هوش مصنوعی به عنوان یک ابزار کمکی، نه راهکاری مستقل است.
خب اگر شما به طور کاملا مستقل روی شبکه‌های اجتماعی حساب کنید، کارتان حسابی با مشکل رو به رو خواهد شد. پس همین حالا هر فکر و خیالی درباره تبدیل هوش مصنوعی به یک با بازاریاب همه فن حریف را دور بریزید؛ چراکه اصلا شدنی نیست، دست کم فعلا!

سخن پایانی

بازاریابی مجدد یا همان‌طور که بازاریاب‌ها از عنوان «ریمارکتینگ» برای آن استفاده می‌کنند، الگوی بی‌نهایت جذابی برای اثرگذاری بر روی مخاطب محسوب می‌شود. به ویژه اگر شما با مشکل از دست دادن مخاطب‌تان به طور مداوم رو به رو هستید، آن وقت این استراتژی به دادتان خواهد رسید.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف و اجرای درست بازاریابی مجدد را مسورد بحث قرار دهیم. شما الان با کوله‌بسیاری از اطلاعات درباره استراتژی مورد بحث آماده اجرای آن در عمل هستید. یادتان نرود، هر استراتژی باید به آرامی و سر فرصت اجرا شود. پس اگر زیاد عجله کنید، نتیجه معکوس خواهد داد.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مسورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با اصول ریمارکتینگ کرده باشد. فراموش نکنید، این مقاله تنها شروعی برای آموزش و یادگیری بی‌پایان شما در این فضاست. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مورد بحث در مقاله داشتید، کارشناس‌های ما همیشه آماده پاسخگویی به شما هستند. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://business.adobe.com/blog/basics/what-is-remarketing
https://www.outbrain.com/blog/remarketing-guide
https://mailchimp.com/de/marketing-glossary/google-remarketing