

## یادداشت

### کار آمدی پولی

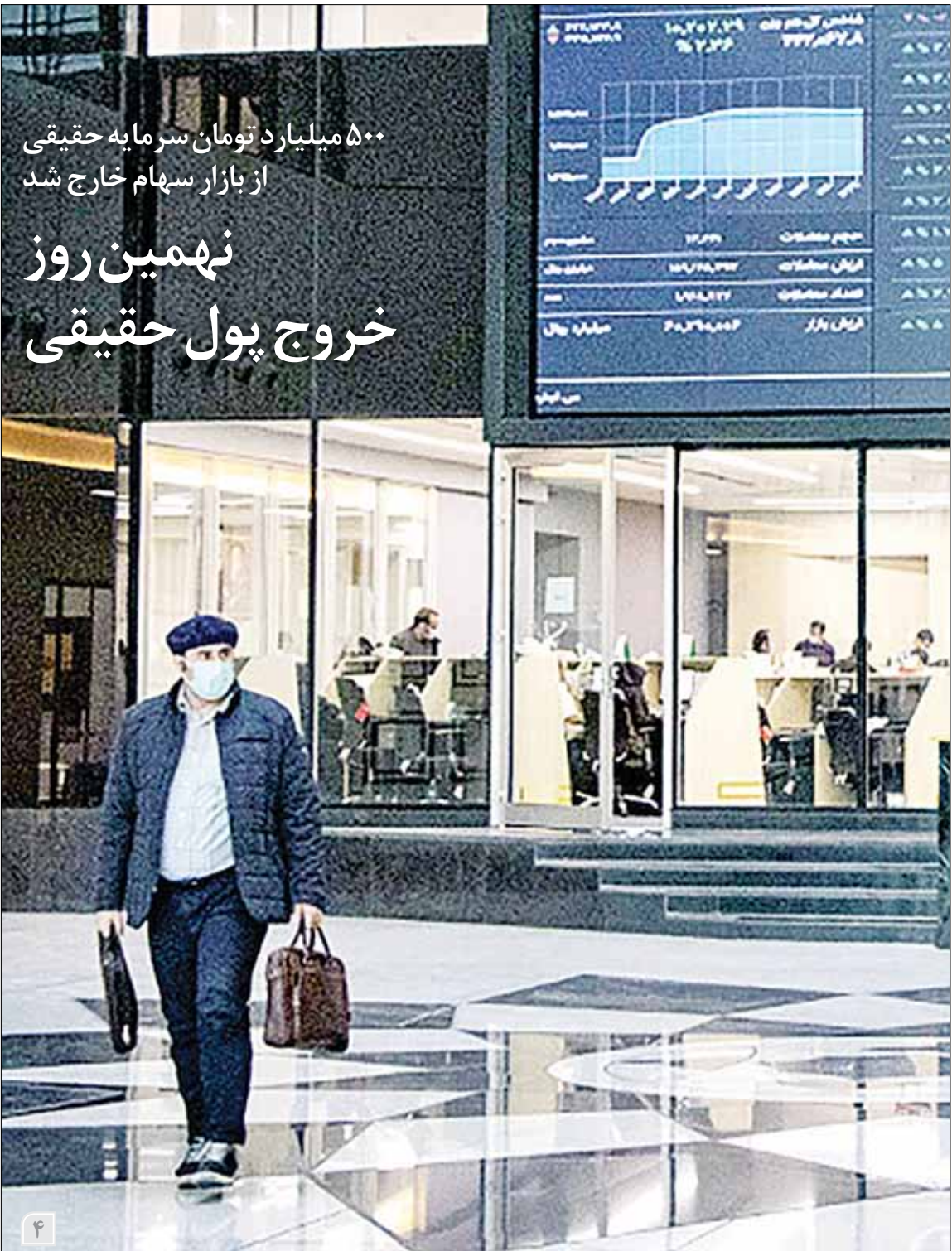
سهراب دل‌انگیزان
دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه رازی

اقتصاد ایران شامل معماهای متعددی است. از مشکلات اصلی اقتصاد ایران، نقدینگی سونامی‌مانندی است که امواج ویران‌کننده آن همواره عامل تورم‌های بزرگ و خانمان‌برانداز کشور است. از طرف دیگر، واحدهای تولیدی مستقل و خصوصی و حتی بازرگانان مستقل خصوصی فعال در اقتصاد کشور همواره از نداشتن نقدینگی و نداشتن سرمایه در گردش، نالان و در محدودیت اکید بوده و هستند. این معما یکی از سوالات جدی است. معمای کسری سرمایه در گردش به مدل شکل‌گیری اقتصاد ایران بازمی‌گردد. مدل شکل‌گیری اقتصاد کشور این‌گونه است که با توجه به سیاست‌های اصلی بین‌المللی کشور، تحریم‌های اعمال شده هر‌گونه ارتباط اقتصادی و تجاری بخش‌های تولیدی با خارج از کشور را با محدودیت جدی مواجه کرده است. این محدودیت‌ها جذب تکنولوژی، تجهیزات و ماشین‌آلات و انتقال آنها را به داخل کشور به شدت محدود کرده است. از طرف دیگر، اگر واحد تولیدی و بازرگانی بتواند محصول تولیدی خود را در بازارهای خارجی به فروش برساند، نمی‌تواند پول آن را به راحتی دریافت کرده و یا به داخل کشور منتقل کند.

ادامه در همین صفحه

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



۵۰۰میلیارد تومان سرمایه حقیقی از بازار سهام خارج شد

## نهمین روز خروج پول حقیقی

از پیش‌بینی‌پذیرکردن بازار ارز تا تأمین نیازهای ارزی واقعی

## ۲دستاورد بانک مرکزی در دولت سیزدهم

در دولت سیزدهم سعی بر آن شد تا نیازهای ارزی واقعی در واردات کالاها و خدمات تأمین شود و در کنار آن بازار ارز تا حد ممکن به یک فضای قابل پیش‌بینی نزدیک شد. به گزارش «ایسنا»، تنظیم‌گری و مدیریت بازار از یکی از ارکان‌های اصلی سیاست تثبیت در جهت پایداری و پیش‌بینی‌پذیر کردن بازار ارز توسط بانک مرکزی بوده که کنترل نوسانات بازار ارز از نتایج…

تورم تولیدکننده صنعت در اردیبهشت‌ماه کاهش یافت

# تورم پیشنگر در سرآشپزی

فرست امروز: رئیس کل بانک مرکزی در سسی و یکمین همایش سیاست‌های پولی و ارزی با عنوان «بازآرایی سیاست‌های پولی و نظارتی» به آخرین وضعیت متغیرهای پولی اشاره کرد و درباره تورم تولیدکننده گفت: تورم نقطه به نقطه تولیدکننده از ۳۷٫۹ درصد در بهمن ماه ۱۴۰۱ به ۲۳٫۳ درصد در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ کاهش یافته است. همچنین تورم شاخص تولیدکننده سالانه از ۳۶٫۱ درصد در بهمن ماه ۱۴۰۱ به ۳۰٫۳ درصد در اردیبهشت امسال کاهش یافته است. «محمدرضا فرزین»، یکی از عوامل کاهش نرخ تورم تولیدکننده را ثبات در نرخ ارز سامانه نیما عنوان کرد و گفت که همبستگی میان تحولات نرخ ارز حواله نیما و شاخص بهای تولیدکننده نشان می‌دهد بانک مرکزی با تأمین از مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای مورد نیاز کشور از طریق سامانه نیما، موفقیت چشمگیری در کنترل و کاهش شاخص تورم تولیدکننده داشته است. تورم تولیدکننده که از آن به تورم پیش‌نگر یاد می‌شود، در فروردین‌ماه امسال به ۲۳٫۸ درصد رسید که نشان‌دهنده کاهش ۰٫۷ واحد درصدی این متغیر در مقایسه با اسفندماه است. شاخص قیمت تولیدکننده (PPI) شاخص قیمتی است که میانگین تغییرات قیمت‌های دریافتی تولیدکنندگان داخلی را برای…

۲

چگونه می‌توان مشارکت بانک‌ها در پرداخت وام قرض‌الحسنه را بالا برد؟

### کارنامه قرض‌الحسنه بانک‌ها

۳

### مدیریت و کسب‌وکار

### بایدها و نبایدهای مذاکره در دنیای کسب و کار

حضور در دنیای کسب و کار بدون مذاکره قابل تصور نیست. همه مردم در دنیا نیاز به مذاکره به طور حرفه‌ای دارند. گاهی اوقات شما نمی‌توانید به این سادگی حرف‌تان را به کرسی نشاندہ یا به دیگران نشان دهید بهترین راه برای انجام یک کار را دم دست دارید. در چنین شرایطی بهترین روش استفاده از مذاکره به‌طور حرفه‌ای خواهد بود. این امر نه‌تنها منافع شما را تا حد زیادی تأمین خواهد کرد، بلکه دیگران را نیز در جریان امور و تأمین منافع قرار می‌دهد بنابراین باید توجه ویژه‌ای به این فرآیند داشته باشیم. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان برای اثرگذاری بر روی بازار باید همیشه شرایط مذاکره به‌طور حرفه‌ای را تمرین کنند. البته این امر دوره‌های آموزشی بی‌فایده‌ای را به همراه آورده که معمولاً افراد پس از شرکت در آن هیچ چیز یاد نمی‌گیرند. به همین خاطر ما در این مقاله خردمان دست به کار…

۸

از سوی دیگر، در داخل کشور نیز سیاست‌های به شدت مداخله‌گرانه رادیکال اقتصادی و تجاری مانند محدودیت‌های قیمت‌گذاری، مجوزها، سهمیه‌ها و اعمال فشارهای دیگر باعث شده است واحدهای تولیدی نتوانند در شرایط مناسبی اقدام به تولید و قیمت‌گذاری و فروش محصول خود به صورت مستقل و کارآمد کنند. خصوصی‌سازی هدف‌گذاری‌شده، عامل توسعه بخش خصوصی با مدیریت غیرمستقل شده، دولت همچنان بخش بسیار بزرگی در اقتصاد محسوب می‌گردد و بخش خصوصی مستقل نیز اگرچه از نظر تعداد بسیار بزرگ است ولی از نظر حجم فعالیت، تولید، سرمایه و چرخش مالی، بسیار کوچک است و هم از طرق متفاوت تحت فشار قرار گرفته است. هم‌زمان با وجود سیاست‌های رادیکال اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نیز تمایل به مهاجرت سرمایه‌های مالی و انسانی از جنس نخبگان و نیروهای متخصص، از مهمترین مشکلات کشور محسوب می‌شود. در چنین شرایطی نیز تمایل به نقد کردن و خارج کردن سرمایه در کشور همچنان یک مسئله جدی است. بخش بانکداری نیز مشمول چند مشکل جدی است؛ اول اینکه بانک‌ها به‌مترین بنگاه‌های خصوصی محسوب می‌شوند دوم اینکه مدیریت‌های بانک‌ها توسط دولت و با اعمال نظر حاکمیت انتخاب می‌شوند و تابع مطلوبیت مدیران بانکی در وهله اول به دنبال تأمین نظر انتخاب‌کنندگان آنان است و نه کارآمدی و بهره‌وری

بیرد و بنابراین تعداد بیشتری از احشام خود را وارد مرع می‌کند. این رقابت برای کسب منفعت شخصی در نهایت باعث پایان یافتن منابع مرع و زیان همگانی را اثر مصرف بیش از حد می‌شود. در نتیجه، هر گله‌دار با بیشتر کردن تعداد احشام خود در مرع نفع شخصی می‌برد، اما هم‌زمان به منافع همه زیان می‌رساند.

در مثالی دیگر، صنعت جهانی ماهی‌گیری است که ارزشی بالغ بر ۴۰۰ میلیارد دلار دارد و با تهدیدهای جدی ناشی از بهره‌برداری بیش از حد به ویژه در آب‌های آزاد (مناطق فراتر از حوزه قلمرو دریایی کشورها) مواجه است. منابع مشترک پایان‌پذیر که همگان به آنها دسترسی دارند، در معرض رقابت برای بهره‌برداری بیشتر قرار دارند. یک نمونه از چنین فرآیندی، صید ماهی تُن است که از سال ۱۹۶۰ تا ۲۰۱۳ بیش از ۷۵ درصد کاهش داشته است، زیرا افراد، اصل «آزادی دریاها» را به عنوان یک حق نامحدود برای صید این ماهی‌ها تعبیر کرده‌اند و در نتیجه با برداشت بیش از حد برای سود شخصی، یک منبع مشترک را از بین می‌برند.

استفاده از آب‌های زیرزمینی، نمونه دیگری از این تراژدی در سطح جهانی و به ویژه در ایران است. براساس یک مطالعه انجام‌شده در ایران، با تخمین آب‌های زیرزمینی در ایران بین سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۶ یک روند منفی ۴۴۰۰ میلیون متر مکعب آب گزارش شده است که حکایت از برداشت اضافی از سفره‌های زیرزمینی برای مصارف بیشتر شرب و کشاورزی در مناطق مختلف ایران دارد. فرآیندی که کشور را با چالش‌های آبی قابل توجهی مواجه و امنیت آب را به یک اولویت ملی تبدیل کرده است. طبق این گزارش، دسترسی آسان جاه‌های بمیاز به آب‌های زیرزمینی در هر زمان و هر کجا، باعث استفاده بی‌رویه از آب‌های زیرزمینی شده است. ایران که یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان

### کارآمدی پولی

منابع بانکی. خب با این تشریح اولیه، چندین ناکارآمدی بر بخش‌های تولیدی و بازرگانی کشور و مخصوصاً تولیدی‌ها اعمال می‌شود:
\* ناکارآمدی ناشی از جاماندگی و نداشتن تکنولوژی روز.
\* ناکارآمدی ناشی از عدم انجام سرمایه‌گذاری جبرانی.
\* ناکارآمدی ناشی از مستهلک شدن سرمایه‌های زیرساختی.
\* ناکارآمدی ناشی از نداشتن رابطه با بازارهای رقابتی خارجی.

\* ناکارآمدی ناشی از اجبار به فروش ارز صادراتی در قیمت‌هایی بسیار کمتر از قیمت بازار.

\* ناکارآمدی ناشی از نداشتن نیروی متخصص.
\* ناکارآمدی ناشی از نداشتن مدیران کارآمد مستقل.
\* ناکارآمدی ناشی از نداشتن استقلال در تصمیم‌گیری. وجود این ناکارآمدی‌ها باعث می‌شود که این واحدهای تولیدی نتوانند به تولید خود ادامه دهند، اما مدیریت اقتصادی کشور نیاز به تداوم تولید به هر قیمتی دارد. بنابراین در این شرایط چه خدماتی باید در اختیار واحدهای اصلی تولید کالاهای اساسی کشور قرار داد تا تولید در آنها امکان‌پذیر باشد؟ برای این حوزه باید اولاً سهم هزینه‌های دستمزد و پرداختی نیروی کار را برای آنان ارزان کرد، انرژی را برای‌شان ارزان کرد، استفاده از آب و خدمات زیست محیطی باید آسان و تقریباً مجانی شود و در انتها باید هر

تورم افسارگسیخته، نتیجه محتوم این فرآیند و روش اداره امور اقتصادی کشور است. ریشه اساسی همه ناکارآمدی‌ها در حوزه‌های تصمیم‌گیری استراتژیک بین‌المللی و داخلی کشور نهفته است. اقتصاد تنها از طریق نظام ر بیماری‌هایی چون تورم، کاهش مستمر دستمزدها، توسعه فقر و افزایش شدید قیمت ارز، این بیماری‌های جدی را به نمایش می‌گذراند. خب پس از طرح این مدل، سوال اساسی این یادداشت این است که چرا سرمایه در گردش برای واحدهای تولیدی بخش خصوصی مستقل وجود ندارد؟ پاسخ این است که به منظور داشتن قدرت تداوم تولید کالاهای اساسی، کلیشه منابع موجود و منابع خلق‌شده جدید ابتدا باید در اختیار واحدهای بزرگ و خیلی بزرگ تولیدکننده کالاهای اساسی قرار گیرند و آنها به هر قیمتی باید تولید را ادامه دهند. مابقی نقدینگی نیز باید به سمت دولت، شرکت‌ها و موسسات دولتی، شهرداری‌ها و موسسات عمومی غیردولتی برود. بنابراین دیگر منابع مالی برای پرداخت به بخش خصوصی مستقل در دست نخواهد بود. بخش قابل توجهی از این ناکارآمدی‌ها در پشت این سیستم تزریق پولی به واحدهای ناکارآمد پنهان خواهد ماند و آنچه‌ان که «فریدمن» گفته است، پول مانند یک لافاف، این ناکارآمدی‌های اساسی، زیرساختی، نهادی و انتخابی داوطلبانه را پشت خود پنهان نگه می‌دارد.

در بخش دیگر این عرصه تصمیم‌گیری خود بانک‌ها گرفته است. برای تبیین مفهوم «تراژدی منابع مشترک» می‌توان به موضوع دامنه پیامدهای بهره‌برداری بی‌رویه از آب‌های زیرزمینی در ایران اشاره کرد. برداشت بدون قاعده و بی‌رویه از آبخوان‌ها نه تنها باعث از بین رفتن این منابع می‌شود، بلکه پیامدها و عواقب خطرناک دیگری را به همراه دارد که سایر بخش‌های جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به گفته مقامات سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور، ۴۰۰ دشت از ۶۰۸ زمین‌شناسی در معرض فرونشست و محدوده قرمز قرار دارد و هرگونه برداشت آبی از آنها ممنوع است. کارشناسان معتقدند که دلیل عمده فرونشست تدریجی زمین در ایران، تخلیه سفره‌های آب زیرزمینی با استفاده از جاده‌های عمیق است که در اثر فرونشست زمین، ترک‌های کشتی سطحی ایجاد می‌کند. شماری از مناطق شهری ایران نیز در سال‌های اخیر با این پدیده روبه‌رو بوده است. به گفته صاحب‌نظران، استفاده بدون قاعده از «منابع مشترک» آب‌های زیرزمینی در بروز این «تراژدی» نقش داشته که صدمات زیادی به زمین‌های کشاورزی، ساختمان‌های مسکونی، جاده‌ها، خطوط انتقال نیرو و … وارد آورده است.

موضوع «تراژدی منابع مشترک» در اواخر دهه ۱۹۶۰ در آمریکا با مسئله ازدیاد جمعیت، پیامدهای آن و اینکه چه پاسخ‌هایی در آن زمان برای حل این معضل وجود دارد، مطرح شد و بسر راه‌حل‌های فنی برای رفع کمبود منابع مردنیاز جمعیت متمرکز بود. همین مسئله باعث شد تا موضوع مهمتر، یعنی نحوه بهره‌برداری از منابع پایان‌پذیر مشترک، کمتر دیده شود. طرح مسئله «تراژدی منابع مشترک» که در ۱۹۶۸ تاکنون، یکی از تأثیرگذارترین آثار در شکل‌گیری برخی نظریه‌ها و جنبش‌های سیاسی و اجتماعی، از جمله جنبش‌های محیط زیستی و سیاست‌های آینده‌نگرانه زیست‌محیطی بوده و همچنان مورد توجه و

#### تراژدی منابع مشترک

آب‌های زیرزمینی در جهان است، ۸۷ درصد از جمعیتش در مناطقی زندگی می‌کنند که برای شرب و آبیاری به شدت به آب‌های زیرزمینی وابسته هستند. مقامات کشور می‌گویند ۳۳۰ هزار حلقه جاه غیرمجاز در کشور فعال است اما به دلیل مسائل مالی نمی‌توانند آنها را مسدود کنند.

تراژدی منابع مشترک، یکی از مفاهیم کلیدی در مباحث محیط‌زیستی و سیاستگذاری عمومی است که برای نخستین بار توسط «ولیم فورستر لوید»، اقتصاددان بریتانیایی در سال ۱۸۳۳ مطرح شد، هرچند او این اصطلاح را به نحوی که امروزه به کار گرفته می‌شود، استفاده نکرده است. او به موضوع استفاده از منابع مشترک در غیاب اقتدار و مقررات بیرونی پرداخت و به همین دلیل برای تبیین مصداق خود با استفاده از مثال چراگاه‌های مشترک در انگلستان قبل از دوران مدرن، دو پرسش را مطرح کرد: چرا احشامی که در زمین‌ها و مراتع مشترک نگهداری می‌شدند، اغلب نحیف بوده و رشد کمی دارند و چرا پوشش گیاهی که مراتع مشترک به طور معمول ضعیف و کم‌رق است، در حالی که احشامی که در زمین‌های خصوصی نگهداری می‌شدند معمولاً در شرایط بسیار بهتری بودند؟ این صاحب‌نظر بریتانیایی در پاسخ تأکید می‌کند که تفاوت بستگی به تعداد احشام و نحوه استفاده از منبع مشترک و خصوصی دارد.

در همین راستا و بیش از یک قرن بعد، یک بوم‌شناس آمریکایی به نام «گارت جیمز هاردین» با انتشار مقاله «تراژدی منابع مشترک» در سال ۱۹۶۸، این مفهوم را در نسبت با تحولات جدید با دغدغه‌های مسائل زیستی و در عین حال آگاه به معضلات عمومی و اقتصادی در سطحی فراتر و جامع‌تر مطرح کرد، به طوری که در بیش از پنج دهه گذشته این موضوع به شدت مورد توجه صاحب‌نظران در عرصه علوم اجتماعی و اقتصاد و دیگر حوزه‌های مرتبط قرار

هستند که به عنوان بانک تعدادی بنگاه اقتصادی شکل گرفته و فعالیت می‌کنند و یا خود بانک‌ها هر کدام تعداد زیادی بنگاه اقتصادی را تاسیس کرده و مدیریت می‌کنند. بنابراین اگر منابع مالی در صندوق بانک‌ها باقی بماند، سهم این بنگاه‌های وابسته بانک‌ها خواهد بود و مجدداً تولیدکنندگان مستقل، سهمی از این حوزه نخواهند داشت. مسئله تمایل درونی بانک‌ها نیز به پرداختن منابع خود به واحدهای بزرگ به واسطه ساده بودن کار هم بر علت افزوده خواهد شد.

با این توضیحات می‌توان گفت که با وجود نقدینگی بالا، بودجه‌های بزرگ سالیانه و بخش‌های بزرگ تبصره‌ای پشت بودجه سالیانه برای تأمین مالی سرمایه در گردش واحدهای تولیدی اساسی، ناکارآمدی‌های بزرگ جاری و انباشته‌شده سالیانه در همه بخش‌هایی که تجربه تحمیل سیاست‌های دولتی را به هر شیوه و هر علتی دارا هستند، عامل شکل‌گیری ناکارآمدی‌های بزرگ و جدی بوده و منابع و قابلیت‌های تولیدی کشور را هدر می‌دهد. این عنصر تخریب‌کننده، اصلی‌ترین عاملی است که از یکسو عامل تورم و مسایر بیماری‌های بحران‌زا در اقتصاد کشور هستند و از سوی دیگر باعث می‌شود بخش‌های مستقل خصوصی که هم تعدادی بی‌شمار دارند و هم اندازه آنها خرد و بسیار خرد است، عملاً نتوانند سرمایه در گردش خود را تأمین کنند.

ارجاع پژوهشگران قرار دارد. تبیین و تعریف دامنه «منابع مشترک پایان‌پذیر» می‌تواند به ما کمک کند تا در قلمرو زندگی خود در شهر و دیگر نقاط این منابع در معرض خطر استفاده بی‌رویه را شناسایی کنیم و به این بیندیشیم که چگونه می‌توان از این منابع به‌طور پایدارتر استفاده کرد. تراژدی منابع مشترک نشان می‌دهد که چگونه استفاده بی‌رویه و غیرمسئولانه از منابع مشترک پایان‌پذیر می‌تواند به تخریب این منابع و زیان همگانی منجر شود. مسئله اصلی «تراژدی منابع مشترک»، موضوع شیوه استفاده منابع مشترک و ضرورت دست‌یابی به ترتیبات نهادی مؤثری است که بتواند از این منابع در برابر مصرف بی‌رویه و کوتاه‌بینی فردی محافظت کند. صاحب‌نظران برای گریز از تله «تراژدی منابع مشترک» و مقابله با این تراژدی، دو راه‌حل اصلی، یعنی دخالت حکومت یا اداره منابع توسط دولت یا نظام مالکیت خصوصی (نظم بازارها) یا واگذاری آنها به بخش خصوصی را پیشنهاد می‌کنند، اما مطالعات جدید، برای جلوگیری از تراژدی منابع مشترک باید به جای تکیه صرف بر دخالت دولت یا بازار، به همکاری و توسعه قوانین محلی توسط خود کاربران منابع، توجه بیشتری کرد. این رویکرد می‌تواند به راه‌حلی پایدار و مؤثر برای حفظ منابع مشترک و بهره‌برداری عقلانی و منصفانه از آنها منجر شود.

فرصت‌های از دست رفته برای ارتقای ناوگان هوایی ایران

**نقش تحریم‌ها در سقوط بالگرد رئیس‌جمهور**

سقوط بالگرد رئیس دولت سیزدهم، گمانه‌زنی‌هایی را درباره نقش تحریم صنایع هواپیمایی و هلیکوپتری ایران مطرح کرد و تردیدهایی را درباره ظرفیت و توان ناوگان هوایی ایران در خدمات غیرنظامی و عمومی به وجود آورد. بعد از سقوط بالگرد رئیس‌جمهور، گمانه‌زنی‌های زیادی درباره سنال ساخت بالگرد منتشر شد که خبرگزاری «مهر» درباره مشخصات آن نوشت: «بالگرد حامل رئیس‌جمهور مدل «بل ۲۱۲» دومتوره، ساخت آمریکا بود که ظرفیت این بالگرد حداکثر ۱۵ نفر (۲ خلبان و ۱۳ سرنشین) است. این بالگرد به طول ۱۷ متر و ارتفاع سه متری ساخته شده و سقف پروازی آن حدود ۱۷ هزارپا و بیشترین حجم برخاستی آن پنج تن برآورد شده است.» سایت «انتخاب» نیز همان زمان به نقل از برخی از کارشناسان نظامی و رسانه‌های داخلی گفته بود: «مالکیت بالگرد بل ۴۱۲ که ردپای آن در حادثه اخیر دیده می‌شود، در دهه ۷۰ شمسی مربوط به شرکت نفت بوده که پس از اورهال و نصب تجهیزات مخصوص مانند گجت‌های دید در شب و… به آشیانه بالگردهای ریاست جمهوری اضافه شده است. یعنی سن بالگرد مفقودشده رئیس‌جمهور در حادثه آذربایجان شرقی، به نزدیک ۴۰ سال می‌رسد.»

از سوی دیگر هلیکوپترهای مختلفی در ایران پرواز می‌کند، اما به خاطر تحریم‌های بین‌المللی، به دست آوردن قطعات یدکی برای آنها دشوار است. ناوگان هوایی نظامی کشورمان نیز تا حد زیادی به قبل کارشناسان داخلی در حال ترمیم و آماده به کار ماندن هستند. در چنین شرایطی کارشناسان معتقدند با توجه به شرایط تحریمی که بر ایران حاکم است، میانگین سن ناوگان هلیکوپترهای کشور تقریباً در همین بازه قرار دارد. هلیکوپترهای هوانیروز مانند بل ۲۱۲ ساخت ۱۹۶۰ میلادی یا بل ۲۱۴ و شنوک CH۴۷ که تولد آنها به دهه ۷۰ میلادی بازمی‌گردد، از نمونه‌های بارز این موضوع هستند.

به گزارش «خبرآنلاین»، بررسی دوره‌های تحریم شرکت‌های هواپیمایی ایران نشان می‌دهد بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶، ایران ایر و دیگر شرکت‌های هواپیمایی ایران تحت فرمان اجرایی ۱۳۳۸۲ ایلات متحده و ۱۳۲۲۴ تحریم شدند. در میان لیست سیاه آمریکا، ماهان ایر و معراج ایر نیز قرار داشتند. در نتیجه این تحریم‌ها، فروش قطعات یدکی ممنوع شد اما پس از برجام، ایران مجاز به خرید هواپیماهای تجاری شد. در مارس ۲۰۱۶ مجوز عمومی برای این فروش‌ها صادر شد. این توافق در سال ۲۰۱۸ با خروج آمریکا از برجام و اعمال مجدد تحریم‌های اولیه و ثانویه علیه این فرمان «دونالد ترامپ» لغو شد. در نوامبر ۲۰۱۸، ایران ایر دوباره در لیست سیاه قرار گرفت و دفتر کنترل دارایی‌های خارجی (OFAC) به لیست ۶۷ هواپیمایی ویژه تعیین شده و افراد مسدود شده (SDN) اضافه شد. با وجود این، مدیران این شرکت نتوانستند تا پیش از خروج واشگتن از توافق هسته‌ای و برقرار شدن دوباره‌ی تحریم‌ها در اواخر سال ۱۳۹۷، منابع مالی لازم برای تحویل گرفتن ده‌ها فرزند هواپیمایی نو سفارشی خود را تضمین کنند. یکی از مهمترین این موانع نیز ممنوعیت واردات کالاهای مصرفی آمریکایی در ایران بود که بعد از انعقاد برجام به عنوان سیاستی کلی به طرف مقابل تحمیل شد و راه را برای جلوگیری از پیوند اقتصاد ایران و آمریکا به عنوان تضمینی برای عدم خروج آمریکا از برجام بست.

این در حالی است که میانگین سن ناوگان ایران بیش از ۲۵ سال است که آن را به یکی از قدیمی‌ترین ناوگان‌های جهان تبدیل می‌کند و یکی از مزایای کلیدی لغو تحریم‌ها به موجب برجام، اتخاذ سیاست صدور مجوز مطلوب توسط ایالات متحده بود. هدف آن این بود که خرید هواپیماهای مسافربری تجاری و قطعات آن را برای ایران کمتر دشوار کند. در سطح دیکجانبه، تحریم‌های آمریکا علیه هواپیمایی کشوروی ایران همچنان پیچیده‌ترین تحریم‌هایی است که هنوز چالش‌های جدی برای شرکت‌های هواپیمایی ایران ایجاد می‌کند، به ویژه در زمینه پاندمی کووید-۱۹ که تأثیر مخربی بر تمام شرکت‌های هوایی در سراسر جهان داشته است. کالاهای خدماتی و فناوری‌های مورد استفاده برای اطمینان از عملکرد ایمن هواپیماهای مسافربری تجاری با منشأ ایالات متحده به طور کلی توسط ایالات متحده تحت قانون صدور مجوز مجاز است، با آغا به کار دولت سیزدهم و روی کار آمدن «ابراهیم رئیسی»، تأخیر در آغاز مذاکره با آمریکا و غیرمستقیم بودن مذاکرات از نسوی «علی باقری» معاون وزیر امور خارجه، متغیرهای دیگری را بر مذاکرات ایران و آمریکا تحمیل کرد. سپس با آغاز جنگ روسیه و اوکراین و گمانه‌زنی‌ها درباره کمک تسلیحاتی ایران به روسیه، ایالات متحده و متحدان اروپایی آن نیز هشدار دادند که اگر تهران موشک‌های بالستیک به روسیه بدهد تا در جنگ اوکراین استفاده کند، ممکن است تحریم‌های بیشتری برای تهران در راه باشد. در همین راستا رئیس سازمان هواپیمایی در مهرماه ۱۴۰۱ گفته بود: «تعداد ناگان هواپیماهای فعال در مهرماه سنال گذشته ۹۸ فروند بوده است.» او تأکید کرده بود: صنعت هوایی ایران علاوه بر تحریم در زمینه خرید هواپیمایی جدید، در خرید و تأمین قطعات مورد نیاز برای تعمیر و سرویس هواپیماها نیز با تحریم‌هایی مواجه است که در پی خروج آمریکا از برجام در سال ۹۷ به‌فرمان «دونالد ترامپ» تشدید شده است.

در طول دوره تحریم‌ها، شرکت‌های هواپیمایی ایران نمی‌توانستند قطعات یدکی را به طور مستقیم از بازار آزاد خریداری کنند، به همین دلیل برخی از شرکت‌ها به دنبال تأمین آنها از طریق واسطه‌ها و نهادهای صوری بودند. معمولاً این کار توسط هواپیمایی ماهان انجام می‌شد که عملیات خود را در آسیا و اروپا گسترش داد و در آوریل ۲۰۱۹ اولین پروازهای مستقیم خود را به ونزویلا آغاز کرد. از این رو ایران برای دور زدن تحریم‌ها، قطعات یدکی آمریکایی را از تأمین‌کنندگان در اروپا و آمریکای جنوبی با استفاده از فروشندهگان شخص ثالث در اروپا، شرق آسیا و سایر کشورهای خاورمیانه که حتی در تهران دفتر داشتند، خریداری می‌کند و پرداخت مالی معاملات را از طریق حساب‌هایی در کشورهای ثالث حل و فصل می‌کند. چه آنکه یکی از تاکتیک‌های دیگر که در دور زدن تحریم‌ها موثر بود و به طور گسترده‌ای توسط شرکت‌های هواپیمایی ایرانی دنبال شد، دور زدن محدودیت‌های فروش هواپیماهای جدید با اجازه از خطوط هوایی شریک یا خرید مستقیم هواپیماهای جدید از طریق آنها است. این تاکتیک که ثابت کرده موثر است، اما بسیاری از شرکت‌ها از سراسر جهان را در معرض خطر تحریم‌های آمریکا قرار داد. برابر قوانین تحریمی ایالات متحده شرکت‌ها و افراد خارجی از صادرات مجدد اقدام صادرشده از ایالات متحده به ایران منع می‌شوند و اگر آنها آگاه باشند که ایران مقصد نهایی صادرات مجدد است تحت تحریم‌های آمریکا قرار می‌گیرند.

در همین راستا سخنگوی سازمان هواپیمایی کشوری اعلام کرده است: «از ابتدای دولت سیزدهم تا پایان سال ۱۴۰۲ مجموع واردات هواپیماهای بزرگ، آموزشی و هلیکوپتر به ۷۸ فروند رسیده است.» خبری که در ادامه آن مشخص شد مجوز خرید و فروش هواپیماهای جت هفت نفره برای عموم آزاد شده و این موضوع گمانه‌زنی‌ها را درباره خریداری این هواپیماها از سوی شخصیت‌های خصوصی تروتمند مطرح کرد؛ موضوعی که اگرچه مجوز آن به آیین‌نامه مالکیت و بهره‌برداری هواپیمای شخصی مصوب سال ۱۳۸۲ بازمی‌گردد، اما حالا به مسیری برای دور زدن تحریم‌ها از نسوی اشخاص و نه شرکت‌ها تبدیل شده است. سیاستی که به نظر می‌رسد نمی‌تواند نیازهای ناوگان هواپیمایی ایران را برطرف کند.

فرصت امروز: رئیس کل بانک مرکزی در سسی و یکمین همایش سیاست‌های پولی و ارزی با عنوان «بازارایی سیاست‌های پولی و نظارتی» به آخرین وضعیت متغیرهای پولی اشاره کرد و درباره تورم تولیدکننده گفت: تورم نقطه به نقطه تولیدکننده از ۳۷٫۹ درصد در بهمن ماه ۱۴۰۱ به ۲۲٫۳ درصد در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ کاهش یافته است. همچنین تورم شاخص تولیدکننده سالانه از ۳۶٫۱ درصد در بهمن ماه ۱۴۰۱ به ۳۰٫۳ درصد در اردیبهشت امسال کاهش یافته است. «محمدرضا فرزین»، یکی از عوامل کاهش نرخ تورم تولیدکننده را ثبات در نرخ ارز سامانه نیما عنوان کرد و گفت که هستگی میان تحولات نرخ ارز حواله نیما و شاخص بهای تولیدکننده نشان می‌دهد بانک مرکزی با تأمین ارز موافق و کالاهای واسطه‌ای مورد نیاز کشور از طریق سامانه نیما، موفقیت چشمگیری در کنترل و کاهش شاخص تورم تولیدکننده داشته است.

تورم تولیدکننده که از آن به تورم پیش‌نگر یاد می‌شود، در فروردین‌ماه امسال به ۲۳٫۸ درصد رسید که نشان‌دهنده کاهش ۰٫۷ واحد درصدی این متغیر در مقایسه با اسفندماه است. شاخص قیمت تولیدکننده (PPI) شاخص قیمتی است که میانگین تغییرات قیمت‌های دریافتی تولیدکنندگان داخلی را برای تولیدشان اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص که با عنوان شاخص قیمت عمده‌فروشی نیز شناخته می‌شود، از اهمیت خاصی در نشان دادن هزینه‌های اثرگذار بر بخش عرضه بازار حکایت دارد. با این حال اهمیت آن با کاهش مداوم کالاهای تولیدی به‌عنوان سهمی از هزینه‌ها در اقتصاد کاهش پیدا می‌کند. این شاخص همچنین به‌عنوان نمایانگر انتظارات تورمی شناخته می‌شود. فرضیه‌ای وجود دارد مبنی بر اینکه روند طی‌شده در این تورم با مدتی تأخیر در تورم مصرف‌کننده نیز طی می‌شود و به همین خاطر این تورم به تورم پیش‌نگر معروف است.

**پیشران تورم صنعت به کجا رسید؟**

تورم تولیدکننده ماهانه گروه صنعت در اردیبهشت ماه نسبت به فروردین ماه کاهش یافته، اما نرخ نقطه به نقطه این شاخص دوباره صعودی شده و از ۱۹ درصد به بالای ۲۰ درصد رسیده است. به گزارش «کوپایران»، تورم تولیدکننده شاخصی است که معمولاً از آن به عنوان پیش‌نگر تورم

تورم تولیدکننده صنعت در اردیبهشت‌ماه کاهش یافت

## تورم پیشنگر در سراسیبهی



جای دیگر» بوده است.

**تورم تولیدکننده در سالی که گذشت**

تورم تولید ماهانه گروه خدمات در اسفندماه ۱۴۰۲ نسبت به بهمن ماه افزایش یافته و از میان زیربخش‌های این گروه، عجیب‌ترین تورم مربوط به «آبرسانی، پسماند و فاضلاب» بوده است. براساس داده‌های آماری مرکز آمار ایران، تورم تولیدکننده ماهانه گروه خدمات در اسفند سال گذشته نسبت به بهمن افزایش یافته است. این گروه چند زیربخش دارد که از میان آنها بالاترین و عجیب‌ترین تورم تولید ماهانه مربوط به «آبرسانی، پسماند و فاضلاب» بوده که هزینه تولید آن بیش از ۳۰ درصد در طول یک ماه افزایش یافته است. پس از آن، «سایر فعالیت‌های خدماتی» و «حمل‌ونقل و انبارداری» با تورم بالاتر نسبت به بقیه روبرو بوده‌اند. در سوی دیگر این طیف نیز «آموزش» و «فعالیت‌های بیمه‌ای» قرار گرفته که تورم تولید در آنها کمتر از نیم درصد است.

گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد تورم تولیدکننده ماهانه گروه خدمات از ۱٫۴ درصد در بهمن ماه به ۲ درصد در اسفند ۱۴۰۲ رسیده است. تورم تولیدکننده ماهانه نشان می‌دهد که هزینه تولید خدمات در مبدأ تولید و پیش از رسیدن به بازار مصرف چند درصد نسبت به ماه قبل تغییر کرده است. از میان زیربخش‌های این گروه، بالاترین تورم ماهانه تولید ۳۰٫۴ درصد و برای خدمات «آبرسانی، پسماند و فاضلاب» بوده است. این شاخص در بهمن ماه صفر بوده و در طول یک ماه ۳۰ درصد افزایش یافته که در نوع خود مشاهد‌های عجیب به نظر می‌رسد. در رتبه بعد، «سایر فعالیت‌های خدماتی» قرار گرفته‌اند که تورم تولید ماهانه آنها ۳٫۹ درصد برآورد شده است. در جایگاه سوم نیز حمل و نقل و انبارداری جای گرفته که هزینه تولید خدمات مربوط به آن ۳٫۲ درصد در اسفند بالاتر رفته است. این رقم نسبت به بهمن ماه حداقل ۲ واحد درصد افزایش یافته است. در سوی دیگر این طیف، آموزش و فعالیت‌های بیمه‌ای قرار دارند که تورم تولید ماهانه مورد اول صفر و مسود دوم ۰٫۴ درصد بوده است. در یک نگاه کلی، به نظر می‌رسد تورم تولید ماهانه در گروه خدمات از التهاب افتاده و هزینه تولید خدمات در آخرین ماه از سال ۱۴۰۲ با سرعتی به مراتب کمتر از ماه‌های قبل بالا رفته است.

مصرف‌کننده استفاده می‌شود. علت این مسئله در آن است که این تورم، به افزایش قیمت کالاها در مبدأ تولید و پیش از رسیدن به بازار می‌پردازد و از این‌کنال می‌تواند به تورم مصرف‌کننده و خانوارها جهت بدهد. این شاخص برای بخش‌های اصلی اقتصاد اعلام می‌شود. مرکز آمار ایران اخیراً تورم تولیدکننده گروه صنعت را برای اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ اعلام کرده است. همانطور که اشاره شد، تورم تولیدکننده ماهانه گروه صنعت نسبت به فروردین ماه کاهش یافته است. نرخ سالانه این شاخص نیز با افت جزئی همراه بوده است. با این حال، تورم تولیدکننده نقطه به نقطه، رفتار متفاوتی را در پیش گرفته و نسبت به فروردین ماه افزایش یافته است. انطور که مرکز آمار گزارش داده، ساخت «آشامیدنی‌ها» تورمی‌ترین فعالیت صنعتی در اردیبهشت ماه بوده است. تورم تولیدکننده ماهانه گروه صنعت از ۴٫۳ درصد در فروردین ماه به ۲٫۳ درصد در اردیبهشت رسیده و کاهش یافته است. از میان اجزای این گروه، بالاترین تورم تولید ماهانه ۱۲٫۶ درصد بوده که مربوط به «ساخت انواع آشامیدنی‌ها» می‌شود. در نقطه مقابل، تولید «کک و فرآورده‌های پخته‌شده» کمترین تورم ماهانه را تجربه کرده‌اند. به بیان دیگر، هزینه تولید این محصولات در اردیبهشت نسبت به فروردین با سرعت کمتری افزایش یافته است. دو گروه کالایی منجمله «ساخت تجهیزات حمل‌ونقل» و «ساخت فلزات پایه» نیز با تورم تولید منفی همراه بوده‌اند که نشان‌دهنده ارز‌ان‌تر شدن هزینه تولید آنها در این یک ماه است.

تورم تولیدکننده نقطه به نقطه نشان می‌دهد که هزینه تولید محصولات صنعتی در اردیبهشت امسال چند درصد نسبت به اردیبهشت سال قبل تغییر کرده است. این نسبت در فروردین‌ماه ۱۹ درصد بوده اما در اردیبهشت ماه به ۱۲٫۹ درصد رسیده است. بنابراین تورم نقطه‌ای تولید محصولات صنعتی افزایش یافته است. از میان زیربخش‌های گروه صنعت، بالاترین تورم تولید نقطه‌ای مربوط به «ساخت انواع آشامیدنی‌ها» و پایین‌ترین آن مربوط به «ساخت محصولات کاغذی» بوده است. تورم تولید سالانه نیز از ۲۲٫۲ درصد در فروردین‌ماه به ۲۸٫۹ درصد در اردیبهشت ماه کاهش یافته است. بالاترین تورم تولید سالانه ۶۰٫۳ درصد بوده که مربوط به «ساخت ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی‌شده در

اتاق بازرگانی تهران در بیانیه‌ای خواستار شد

### اجتناب از تعجیل در تصویب لایحه تجارت

مصوب ۱۳۱۱ و لایحه اصلاح قسمتی از قانون تجارت مصوب ۱۳۴۷ و سایر قوانین و مقررات مرتبط گردد. هرچند که اصلاح قوانین و به‌روزرسانی آنها فی‌نفسه امری لازم و پسندیده است و اگرچه تردیدی در وجود ایرادات و نواقص متعدد در قانون تجارت فعلی و لزوم اصلاح و به‌روزرسانی آن بعد از ۹۰ سال نیست لیکن با توجه به اهمیت و نقش اساسی قانون تجارت در حوزه اقتصاد و کسب‌وکار کشور و قدمت ۹۰ ساله آن هرگونه تغییر کلی قانون مزبور، نظام حقوقی بازرگانان و فعالان اقتصادی کشور را در آستانه بی‌نظمی قرار خواهد داد که آثار آن بر اقتصاد کشور به خصوص در وضعیت فعلی که عملاً در یک جنگ تمام‌عیار اقتصادی قرار داریم، بسیار نامطلوب خواهد بود. در طول ۹۰ سال اجرای قانون تجارت و نزدیک به ۶۰ سال از زمان اجرای اصلاحیه آن، بازرگانان و فعالان اقتصادی و دیگر اصحاب حوزه کسب‌وکار و فعالان دولتی و اجرایی با ایجاد رویه‌های اجرایی و عملی روابط حقوقی و تجاری خود را براساس قانون موجود و رویه‌های مذکور تنظیم کرده‌اند. همچنین در این مدت طولانی رویه‌های قضایی ارزشمند که محاکم قضایی در ارتباط با ضوابط و مقررات قانون تجارت ایجاد شده که سرمایه‌های قیمتی در حوزه حقوق تجارت می‌باشند. به عبارت دیگر، عمده نواقص و ایرادات قانون تجارت عملاً به وسیله رویه‌های قضایی و نظرات علمی حقوقدانان و به‌خصوص با رویه‌های اجرایی و عرفی در روابط قیامیین فعالان اقتصادی رفع گردیده است و بالطبع در حال حاضر هیچ مشکل اضطراری در این حوزه وجود ندارد که رفع آن مستلزم تغییر کلی قانون تجارت باشد.

اتفاق بازرگانی تهران بر این امر تأکید دارد که به‌منظور حفظ ثبات و امنیت اقتصادی کشور، هرگونه تغییر و اصلاح قانون تجارت الزاماً می‌بایست با هدف پاسخگویی به نیازهای اقتصاد ملی، ایجاد ثبات در اقتصاد ملی و پیشگامی در تقویت کسب‌وکار و دستگاه‌های دولتی و اجرایی اقتصاد مقاومتی) به تدریج و متناسب با امکان رسیدن در رویه‌ها و عرف‌های تجاری موجود و به صورت اصلاحیه بر بخش از قانون فعلی و با رعایت ضوابط سیاست‌های کلی نظام قانونگذاری ابلاغی مقام معظم رهبری، از جمله معطوف بودن به نیازهای واقعی، ابتناء بر نظرات کارشناسی و ارزیابی تأثیر اجرایی قانون، ثبات، نگاه بلندمدت و ملی، جلب مشارکت مردم، ذی‌نفعان و نهادهای قانونی مردم‌نهاد تخصصی و صنفی انجام گردد.» همچنین در یازدهمین نشست کمیسیون تسهیل و تجارت اتاق بازرگانی تهران نسبت به تغییر یکباره قانون تجارت ابراز نگرانی شد و فعالان اقتصادی بخش خصوصی خواستار تدبیر و تأمل بیشتر در این کار شدند. در این نشست که با حضور «محمود نجفی‌عرب» رئیس اتاق بازرگانی تهران، «غلام‌رضا مصباحی‌مقدم» نماینده سابق مجلس و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام، فعالان اقتصادی و جمعی از نمایندگان

اتفاق بازرگانی تهران در بیانیه‌ای با اشاره به تصویب ناگهانی لایحه تجارت پس از نزدیک به دو دهه در مجلس شورای اسلامی، خواستار اجتناب نهادهای متولی از جمله شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام از تعجیل در تصویب لایحه قانون تجارت شد و با تأکید بر ضرورت اصلاح بخش‌هایی از قانون، تغییر یکباره کل قانون را غیرضروری و موجب از بین رفتن رویه‌های تجاری و قضایی شکل گرفته در ۹۰ سال اخیر دانست.

به دنبال نقد و بررسی لایحه تجارت در کمیسیون تسهیل و توسعه تجارت و ارائه گزارش این لایحه شده است. اتفاق تهران در بخشی از این بیانیه آورده است که در طول ۹۰ سال اجرای قانون تجارت و نزدیک به ۶۰ سال از زمان اجرای اصلاحیه آن، بازرگانان و فعالان اقتصادی و دیگر اصحاب حوزه کسب و کار و دستگاه‌های دولتی و اجرایی با ایجاد رویه‌های اجرایی و عملی روابط حقوقی و تجاری خود را براساس قانون موجود و رویه‌های مذکور تنظیم کرده‌اند.

در متن بیانیه نمایندگان بخش خصوصی گفته شده است که عمده نواقص و ایرادات قانون تجارت عملاً به وسیله رویه‌های قضایی و نظرات علمی حقوقدانان و به‌خصوص با رویه‌های اجرایی و عرفی در روابط میان فعالان اقتصادی رفع شده است و بالطبع در حال حاضر هیچ مشکل اضطراری در این حوزه وجود ندارد که رفع آن مستلزم تغییر کلی قانون تجارت باشد. همچنین در این بیانیه عنوان شده است که اتفاق بازرگانی تهران بر این باور است که به منظور حفظ ثبات و امنیت اقتصادی کشور، تغییر و اصلاح قانون تجارت باید با هدف پاسخگویی به نیازهای اقتصادی ملی، ایجاد ثبات در اقتصاد ملی و به صورت تدریجی و متناسب با امکان تغییر در رویه‌ها و عرف‌های تجاری موجود صورت بگیرد.

به گفته نمایندگان بخش خصوصی با توجه به گذشت حدود ۹دهه از تدوین و تصویب قانون و ضرورت به‌روزرسانی آن می‌توان با اصلاحیه‌هایی که ضوابط سیاست‌های کلی نظام قانونگذاری ابلاغی مقام معظم رهبری از جمله معطوف بودن به نیازهای واقعی، ابتناء بر نظرات کارشناسی و ارزیابی تأثیر اجرایی قانون، ثبات، نگاه بلندمدت و ملی، جلب مشارکت مردمی، ذی‌نفعسان و نهادهای قانونی مردم نهاد تخصصی و صنفی را رعایت کند، بخش‌هایی از قانون را متناسب با نیازهای روز جامعه اصلاح کرد. متن کامل بیانیه اتاق تهران به شرح زیر است: «مجلس شورای اسلامی در نهایت و بعد از ۱۹ سال لایحه تجارت را در پنج کتاب مشتمل بر ۱۳۴۳ ماده تصویب نمود که قرار است به صورت کلی جایگزین قانون تجارت

<sup>[1]</sup> تورم تولید ماهانه گروه خدمات در اسفندماه ۱۴۰۲ نسبت به بهمن ماه

<sup>[2]</sup> تورم تولید ماهانه گروه خدمات در اسفندماه ۱۴۰۲ نسبت به بهمن ماه

## اخبار

پیش‌بینی جدید آژانس بین‌المللی انرژی

### جهان تا سال ۲۰۳۰ مازاد عرضه نفت خواهد داشت

آژانس بین‌المللی انرژی در گزارش جدید خود پیش‌بینی کرد که احتمالاً جهان تا سال ۲۰۳۰ «مازاد عمده» نفت خواهد داشت؛ زیرا هم‌زمان با کاهش تقاضا به واسطه انتقال به انرژی پاک، تولید افزایش خواهد داشت. به گفته آژانس بین‌المللی انرژی، انتظار می‌رود تقاضای جهانی تا پایان این دهه به ۱۰۶ میلیون بشکه در روز کاهش یابد، درحالی‌که ظرفیت عرضه کلی می‌تواند به ۱۱۴ میلیون بشکه در روز برسد که درنتیجه مزادی خیره‌کننده از ۸ میلیون بشکه در روز ایجاد می‌کند که بازارهای نفت باید خود را برای آن آماده کنند. این پیش‌بینی چند روز پس از آن صورت می‌گیرد که گروه تولیدکنندگان عمده نفت خام اوپک پلاس کاهش تولید را که در تلاش برای حمایت از قیمت‌ها در برابر ترس از تضعیف تقاضای جهانی اعمال‌شده است تا ابتدای پاییز امسال تمدید کردند. آژانس بین‌المللی انرژی در گزارش خود اشاره کرد که کشورهای آسیایی درحال توسعه سریع مانند چین به همراه بخش‌های هوانوردی و پتروشیمی همچنان تقاضای نفت را که در سال ۲۰۲۳ به ۱۰۲ میلیون بشکه در روز رسیده است، افزایش خواهند داد. اما افزایش گرایش به رشد خودروهای برقی در کنار افزایش بهره‌وری سوخت برای خودروهای معمولی و کاهش استفاده از نفت توسط کشورهای خاورمیانه برای تولید برق، منجر به محدودشدن افزایش تقاضای کلی به حدود ۲ درصد تا سال ۲۰۳۰ خواهد شد. هم‌زمان به نظر می‌رسد ظرفیت تولید نفت به رهبری آمریکا و سایر کشورهای قاره آمریکا در حال افزایش است که منجر به پیش‌بینی مازاد ۸ میلیون بشکه‌ای می‌شود؛ سطحی از مازاد که تنها در طول قرنطینه دوران کرونا در سال ۲۰۲۰ به دست آمد. آژانس بین‌المللی انرژی گفت که ظرفیت مازاد در چنین سطوحی می‌تواند پیامدهای مهمی برای بازارهای نفت ازجمله برای اقتصادهای تولیدکننده اوپک و فراتر از آن و همچنین برای صنعت شیل آمریکا داشته باشد. فاتح بیروول، مدیر اجرایی آژانس در بیانیه‌ای گفت که با باز بین رفتن روند بازگشت همه‌گیری، انتقال انرژی پاک و تغییر ساختار اقتصاد چین، رشد تقاضای جهانی نفت کند می‌شود و قرار است این کندی تا سال ۲۰۳۰ به اوج خود برسد. به گفته او شاید نیاز باشد شرکت‌های نفتی از آماده بودن استراتژی‌ها و برنامه‌های تجاری خود برای تغییرات در حال وقوع اطمینان حاصل کنند.

رئیس بانک مرکزی اروپا:

### مسیر کاهش تورم درست اما پرفراز و نشیب است

کریستین لاگارد مطمئن است که اروپا در مسیر درستی برای بازگرداندن تورم به ۲ درصد قرار دارد، حتی اگر مسیر پیشرفت در چند ماه آینده پرفرازونشیب باشد. کریستین لاگارد، رئیس بانک مرکزی اروپا در کنفرانسی خبری در دوبرونیک کراسوی اعلام کرد: این خوش‌بینی به سیاست‌گذاران اجازه‌های جدید را هفته گذشته نرخ بهره را کاهش دهند. لاگارد گفت که پاشش‌های زیاد در پیش هستند، اما من واقعاً معتمدم که اکنون به سمت یک مسیر کاهش‌دهنده تورم پیش می‌رویم که شاید مشکلاتی در پیش داشته باشد، اما باید آنها را دست‌اندازهای جاده نامید. باوجود چنین اطمینانی، مقامات نسبت به طراحی مسیری برای نرخ بهره، پس از کاهش اولیه طی هفته گذشته محتاط هستند. عدم اطمینان در مورد تورم ناشی از رشد دستمزدها، تنش‌های ژئوپلیتیکی و برنامه‌های دیگر بانک‌های مرکزی بزرگ همچنان بالاست و قیمت‌های مصرف‌کننده و همچنین معیارهای اخیر دستمزد کارگران بیش‌ازحد افزایش یافته است. بانک مرکزی اروپا پیش‌بینی می‌کند که تورم در سه ماهه پایانی سال آینده به ۲ درصد بازگردد و لاگارد باور دارد در صورت نداشتن شوکی غیرمنتظره یا ریسک‌های نزولی، مسیر سفر درست است. رئیس بانک مرکزی اروپا معتقد است: تورم نوساناتی خارج از چرخه کسب‌وکار تقویت خواهد شد. همچنین نیروهای ساختاری اصلی که تا مقرباً هیچ تجربه‌ای از آنها نداریم به آن، این‌ها هستند. ازجمله تغییر ژئوپلیتیکی و تغییرات آب‌وهوایی. شواهدی که تاکنون در اختیار داریم نشان می‌دهد که انواع شوک‌های جدیدی که با آن مواجه هستیم احتمالاً حداقل در ابتدا فشار صعودی بر قیمت‌ها وارد می‌کنند. لاگارد نسبت به نگرانی‌ها در بازارهای مالی مبنی بر اینکه انتخابات زودهنگامی در فرانسه می‌تواند منجر به طرفی‌شدن شود که طرفدار سیاست‌های مالی ضعیف‌تر است اظهارنظری نکرد و گفت که وظیفه بانک مرکزی اروپا این است که به وظایف خود عمل کند و تورم را تحت کنترل نگه دارد و به هدف بازگرداند که این همان کاری است که ما انجام خواهیم داد. به گفته افراد مطلع، مقامات بانک مرکزی اروپا دلیلی برای اشاره به خطر نسبت به تلاطم بازاری که در چند روز گذشته فرانسه را فرا گرفته است، نمی‌بینند.

نتایج هفتمین حراج اوراق دولتی نشان می‌دهد

### درآمد ۲۰ همتی دولت از فروش اوراق

نتایج هفتمین حراج اوراق دولتی بانک مرکزی نشان می‌دهد که برخلاف هفته‌های گذشته، این‌بار بانک‌ها خریدار اصلی اوراق دولت بودند و مشارکت بازار سرمایه کاهش یافته‌است. به گزارش «اکوایران»، هفتمین مرحله از حراج اوراق مالی اسلامی دولتی در سال جدید در تاریخ بیست‌ودوم خردادماه ۱۴۰۳ برگزار شد و بانک مرکزی نتایج آن را اعلام کرد. طبق گزارش بانک مرکزی، از حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان اوراق عرضه شده، حدود ۲ هزار میلیارد تومان توسط بازار سرمایه و بازار پول جذب شده است. از بین این دو مشتری اصلی، نقش‌آفرینی بازار پول و بانک‌ها برترنگت بوده؛ چراکه نزدیک به ۲۰ هزار میلیارد تومان از این اوراق را بانک‌ها جذب کرده‌اند. در حراج ۲۲ خردادماه، دولت چهار نوع اوراق اسلامی منتشر کرده است. اولین اوراق، اراد ۱۵۷ است که به میزان یک هزار و ۸۹۰ میلیارد تومان و با نرخ سود ۲۸ درصد عرضه شده‌ است. این نرخ، کمترین نرخ سود را در مقایسه با سه اوراق دیگر دارد. دومین اوراق، اراد ۱۵۸ است که حجم عرضه آن ۹ هزار و ۹۲۰ میلیارد تومان و نرخ سود آن ۲۸٫۵ درصد بوده است. اوراق سوم و چهارم نیز به ترتیب اراد ۱۵۹ و اراد ۱۶۰ بوده که هر کدام به ترتیب ۸ هزار و ۸۵۰ میلیارد تومان و ۹ هزار و ۶۷۴ میلیارد تومان عرضه شده‌اند. نرخ سود اراد ۱۵۹ برابر با ۲۸٫۷ درصد و نرخ سود اراد ۱۶۰ برابر با ۲۸٫۹ درصد بوده است. به این ترتیب، کمترین و بیشترین نرخ سود به ترتیب به اراد ۱۵۷ و اراد ۱۶۰ تعلق دارد. شایان ذکر است که افزایش نرخ سود عمدتاً تحت تأثیر مدت قرارداد تعیین می‌شود و هر چقدر نرخ سود بالاتر باشد به معنای سررسید بلندمدت‌تر اوراق است. بنابراین در مجموع ۳۰ هزار و ۳۴۴ میلیارد تومان اوراق دولتی عرضه شده است. دو مشتری اصلی خرید این اوراق، بانک و بازار سرمایه است. از میان بانک‌ها و موسسات مالی، سه بانک مشتری اراد ۱۵۷، اراد ۱۵۸ و اراد ۱۵۹ بوده‌اند. حجم خرید یک بانک از اراد ۱۵۷ برابر با یک هزار و ۸۴۰ میلیارد تومان بوده یعنی ۹۷ درصد حجمی که عرضه شده است. بانک دیگر نیز تمام ۹ هزار و ۳۹۰ میلیارد تومان اراد ۱۵۸ عرضه شده را خریداری کرده است. همچنین سومین بانک ۹۳ درصد از اراد ۱۵۹ عرضه شده را که حجمی برابر با ۸ هزار و ۲۷۰ میلیارد تومان دارد، خریداری کرده است. بازار سرمایه نیز با مشارکتی کمتر از هفته‌های گذشته، اما اقدام به خریداری یک هزار میلیارد تومان از اراد ۱۶۰ کرده که نرخ سود آن بیشتر از بقیه و برابر با ۲۸ درصد بوده است. با احتساب مشارکت ۱۹٫۵ هزار میلیارد تومانی سه بانک و مشارکت یک هزار میلیارد تومانی بازار سرمایه، در مجموع ۲۰ هزار و ۵۱۰ میلیارد تومان از اوراق عرضه شده توسط دولت در حراج هفتم، به فروش رسیده است. این در حالی است که همانطور که به آن اشاره شد، حجم اوراق عرضه شده به ۳۰،۳۴ همت می‌رسد. بنابراین حدود ۶۷ درصد از اوراق عرضه شده دولتی توسط بازار پول و سرمایه جذب شده است.

چگونه می‌توان مشارکت بانک‌ها در پرداخت وام قرض‌الحسنه را بالا برد؟

# کارنامه قرض‌الحسنه بانک‌ها



در این زمینه، سیاستگذار باید منافع بانک‌ها، سپرده‌گذاران و اقشار ضعیف جامعه را که متقاضیان تسهیلات قرض‌الحسنه هستند، مدنظر قرار دهد. از این رو، لازم است همه سپرده‌های قرض‌الحسنه براساس عقد وکالت و مشروط به سیاستگذاری بانک مرکزی در بانک‌ها تجهیز شوند تا بانک مرکزی بتواند براساس اولویت‌ها، سهم تسهیلات قرض‌الحسنه نیازمندان را از مانده سپرده‌های قرض‌الحسنه جاری و پس‌انداز مشخص کند.

#### طراحی و انتشار اوراق قرض‌الحسنه

بازوی پژوهشی بانک مرکزی درباره راهکار طراحی و انتشار اوراق قرض‌الحسنه» می‌گوید: بانک یا موسسه در برابر پولی که از قرض‌دهندگان در جایگاه وکیل آنان می‌گیرد، می‌تواند این اوراق را در سررسیده‌های شش ماهه، یک ساله، دو ساله و بلندمدت منتشر کند. دارنده این اوراق به موسسه وکالت می‌دهد از وجهی که پرداخت کرده است، به مدت مذکور در آن اوراق، در قرض‌الحسنه استفاده شود. این اوراق به‌دلیل ماهیت قرض، بدون سود و صرفاً به مبلغ اسمی اوراق در سررسید یا پیش از آن در بازار ثانویه قابل فروش است. این اوراق می‌تواند به‌صورت اوراق سرمایه‌گذاری قرض‌الحسنه نیز وجود داشته باشد که در این حالت، دارنده اوراق بابت وجه پرداختی به موسسه یا بانک وکالت می‌دهد که پول او را در فعالیت‌های سودآور، سرمایه‌گذاری و سود آن را صرف قرض‌الحسنه برای نیازمندان کند.

«کاهش ذخیره قانونی سپرده‌های قرض‌الحسنه»، راهکار دیگری است که در این گزارش بدان اشاره شده است: با توجه به اینکه بانک مرکزی از منابعی که به‌منظور قرض‌الحسنه توسط مردم در اختیار بانک‌ها قرار داده می‌شود، ذخیره قانونی می‌گیرد، پیشنهاد می‌شود با کاهش حداکثری نرخ ذخیره قانونی سپرده‌های پس‌انداز قرض‌الحسنه، به حجم منابع تسهیلات قرض‌الحسنه افزوده شود. حتی می‌توان پیشنهاد کرد در صورت امکان، بانک مرکزی بخشی از منابع در اختیار خود را جهت اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه از طریق نظام بانکی به کار گیرد. همچنین، کاهش مرحله‌ای نرخ ذخیره قانونی سپرده‌های دیداری برای بانک‌هایی که بخشی از باقی‌مانده حساب‌های جاری خود را به تسهیلات قرض‌الحسنه اختصاص می‌دهند، می‌تواند پیشنهاد دیگری در این حوزه باشد. در نهایت، به‌منظور اصلاح سیاست‌های نادرست گذشته که به سوءمصرف منابع قرض‌الحسنه و بی‌عدالتی منجر شده است، لازم است حوزه‌های ارائه تسهیلات قرض‌الحسنه توسط بانک‌ها به‌درستی مشخص شود تا بانک‌ها طبق آن، تسهیلات خود را تخصیص دهند.

بنابراین باید در اصلاح قانون عملیات بانکی بدون ربا، شیوه تجهیز سپرده‌های قرض‌الحسنه موردتوجه قرار گیرد و همان‌طور که در قانون، عقد سپرده‌های پس‌انداز از عقد قرض به عقد وکالت تغییر کرده است، پیشنهاد می‌شود تا عقد سپرده‌های جاری قرض‌الحسنه نیز از عقد قرض به عقد وکالت مشروط بر سیاستگذاری بانک مرکزی تغییر کند تا بانک‌ها به استفاده از بخشی از این سپرده‌ها در ارائه تسهیلات قرض‌الحسنه به نیازمندان ملزم شوند. اعمال سیاستگذاری بانک مرکزی براساس اولویت‌های اجتماعی کشور برای تخصیص بیهیبه منابع قرض‌الحسنه، محاسبه کارمزد واقعی، کاهش ذخیره قانونی سپرده‌های قرض‌الحسنه، طراحی و انتشار اوراق قرض‌الحسنه، تمرکز منابع و مصارف قرض‌الحسنه در صندوق مجزای قرض‌الحسنه تحت مالکیت بانک و تفکیک آن از سایر فعالیت‌های بانکی به‌طور کامل و همچنین استفاده از بانکداری دیجیتال و فناوریانه در اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه از دیگر راهکارهای پیشنهادی جهت سلاماندهی و تقویت قرض‌الحسنه در نظام بانکی کشور به شمار می‌رود.

شده است تا این نسبت در سال‌های اخیر بهبود بیشتری پیدا کند. علاوه بر این، مکلف کردن بانک‌ها از سوی بانک مرکزی در پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه برای ازدواج جوانان و فرزندآوری، ودیعه، خرید یا ساخت مسکن، تأمین هزینه‌ی کالای ایرانی، ودیعه مسکن مربوط به افراد مرتبط با سازمان‌های غیرزیستی و کمیته امداد و… در افزایش این نسبت نقش موثری داشته است.

در ادامه این گزارش به مشکلاتی که گریبانگیر مسئله قرض‌الحسنه در کشور است پرداخته شده و از خلاهای قانونی، تورم و کاهش ارزش پول و همچنین پایین بودن سطح درآمد سپرده‌گذاران به عنوان مهمترین چالش‌های این امر یاد شده است. البته میزان کنترل‌پذیری هر یک از این عوامل متفاوت است؛ برای مثال، خلاهای قانونی را می‌توان با همکاری قوه مقننه و بخش‌های اجرایی با تصویب قوانین جدید و تهیه دستورالعمل‌های اجرایی برطرف کرد، ولی کاهش تورم که نیازمند راهکارهای ریشه‌ای است یا افزایش درآمد سپرده‌گذاران، به زمان و تغییرات اساسی در برخی ساختارهای اقتصادی کشور نیاز خواهد داشت.

#### ساماندهی منابع و مصارف قرض‌الحسنه

رقابت بانک‌ها برای افزایش سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری و نبود اراده جدی برای گسترش قرض‌الحسنه از طرف مدیران بانکی جزو عوامل سیاسی محسوب می‌شوند و اثرپذیری و اثرگذاری بالایی دارند؛ یعنی نبود اراده جدی در مدیران بانکی جهت ترویج امر قرض‌الحسنه در رقابت بانک‌ها برای افزایش سود اثر گذار است و از سوی دیگر، نبود اراده جدی نیز خود متأثر از عوامل پیشران و رقابت بانک‌ها خواهد بود. همین امر نشان می‌دهد که این دو مورد، قابل مدیریت و سیاستگذاری است و می‌توان با راهبردهای کلان و برنامه‌ریزی، آنها را متعق کرد. در مجموع، برخی راهکارهای پیشنهادی که به نظر مهمتر از دیگر موارد ذکرشده در این گزارش هستند، عبارتند از: «استفاده از رابطه حقوقی وکالت به‌جای قرض در تمام سپرده‌های قرض‌الحسنه»، «اعمال سیاستگذاری بانک مرکزی برای تخصیص بیهیبه منابع قرض‌الحسنه با توجه به میزان جذب بالای سپرده‌های جاری توسط بانک‌ها و ایجاد فاصله زیاد میان درآمدها و هزینه‌های ارائه خدمات حساب جاری توسط آنها»، «طراحی و انتشار اوراق قرض‌الحسنه» و «کاهش ذخیره قانونی سپرده‌های قرض‌الحسنه».

در ادامه این گزارش به تشریح هر یک از این راهکارها پرداخته شده و در رابطه با «استفاده از رابطه حقوقی وکالت به‌جای قرض در تمام سپرده‌های قرض‌الحسنه» گفته شده است: جهت اصلاح سیاست‌های نادرست گذشته که منجر به سوءمصرف منابع قرض‌الحسنه شده است، ضروری است در اصلاح قانون عملیات بانکی بدون ربا شیوه تجهیز سپرده‌های قرض‌الحسنه مورد توجه قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود همه سپرده‌های قرض‌الحسنه (اعم از جاری و پس‌انداز) صرفاً براساس عقد وکالت تجهیز شوند. با این رابطه حقوقی، دیگر بانک نمی‌تواند این منابع را در جاهای دیگر استفاده و درآمد کسب کند و باید آنها را در قرض‌الحسنه به کار برد.

«اعمال سیاستگذاری بانک مرکزی بسزای تخصیص بیهیبه منابع قرض‌الحسنه با توجه به میزان جذب بالای سپرده‌های جاری توسط بانک‌ها و ایجاد فاصله زیاد میان درآمدها و هزینه‌های ارائه خدمات حساب جاری توسط آنها»، راهکار دیگری است که پژوهشکده پولی و بانکی بدان اشاره کرده و گفته است: ضروری است بانک مرکزی به عنوان نهاد سیاستگذار پولی با وضع سیاست‌های مناسب، ضمن کاهش قدرت انحصارگری بانک‌ها و در راستای ارتقای عدالت در نظام بانکی، وضعیت را به سمت بیهیبه اجتماعی که در آن رفاه جامعه حداکثر می‌شود، سوق دهد.

از پیش‌بینی‌پذیر کردن بازار ارز تا تأمین نیازهای ارزی واقعی

## ۲ دستاورد بانک مرکزی در دولت سیزدهم

وزیربنای این بازار، مرکز مبادله ارز و طلای ایران راهاندازی شد که ضمن بررسی کاستی‌ها و مشکلات در سال جاری با عمق بخشیدن به این بازار از طریق تنظیم‌گری و ایجاد زیرساخت‌های جدید در قالب سامانه‌ها تسلط بانک مرکزی در بازار ارز را افزایش می‌دهد. این مرکز، مرجعیت قیمت، افزایش حجم معاملات رسمی و سهولت تأمین انواع تقاضای ارز را مدیریت می‌کند.

اما از دیگر سیاست‌های ارزی بانک مرکزی در دولت سیزدهم به‌کارگیری سیاست تثبیت نرخ ارز و تأمین ارز کالاهای اساسی، ضروری و دارو با نرخ ترجیحی (۲۸۵۰۰ تومان)، عرضه ارز در حاشیه بازار به صورت محدود و هوشمندانه به منظور جلوگیری از نوسانات شدید و مقطعی آن و مهار و کنترل فعالیت‌های سفته‌بازانه و قاچاق ارز (از طریق اعمال محدودیت بر سقف تراکنش‌ها، ساماندهی چک‌های تضمینی و اعمال نظارت بر جابه‌جایی مبالغ کلان) بوده است. مجموع این اقدامات منجر به کنترل نوسانات بازار ارز و تقویت عرضه ارز در مرکز مبادله ارز و طلا به منظور رسمیت بخشیدن به بازار رسمی ارز شده است.

همچنین به منظور بررسی نوسانات بازار ارز از شاخص ضریب تغییرات که عبارت از انحراف معیار تقسیم بر میانگین استفاده می‌شود، با اجرای سیاست تثبیت اقتصادی در اواخر سال ۱۴۰۱ ضریب تغییرات نرخ دلار در بازار غیررسمی از ۱۹٫۵ درصد در سال ۱۴۰۱ به ۵٫۸ درصد در سال ۱۴۰۲ کاهش یافته است. از ابتدای دولت سیزدهم در شهریور ۱۴۰۰ تا اردیبهشت ۱۴۰۳ ضریب تغییرات نرخ دلار در بازار غیررسمی معادل ۳۸٫۸ درصد بوده است. این در حالی است که ضریب تغییرات نرخ مزبور در سه سال پایانی دولت دوازدهم (شهریور ۱۳۹۷ تا مرداد ۱۴۰۰) معادل ۳۳٫۱ درصد به ثبت رسیده است. در دولت‌های یازدهم (از شهریور ۱۳۹۲ تا مرداد ۱۳۹۶) و دوازدهم (از شهریور ۱۳۹۶ تا مرداد ۱۴۰۰) ضریب تغییرات نرخ دلار در بازار غیررسمی به ترتیب معادل ۷٫۸ و ۴۹٫۹ درصد به ثبت رسیده است. در دولت‌های نهم (از شهریور ۱۳۸۴ تا مرداد ۱۳۸۸) و دهم (از شهریور ۱۳۸۸ تا مرداد ۱۳۹۲) نیز ضریب تغییرات نرخ دلار در بازار غیررسمی به ترتیب معادل ۳٫۴ و ۵۳٫۱ درصد بوده است.

از سوی دیگر در مورد تأمین نیازهای ارزی واقعی در واردات کالاها و

فرصت امروز: وام قرض‌الحسنه را می‌توان به نوعی دشوارترین وام و تسهیلات در نظام بانکی ایران دانست. با وجود تبلیغات زیادی که برای پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه در بیلبوردهای سطح شهر و روزنامه‌ها و تلویزیون می‌شود، اما این وام به دست خیلی از متقاضیان و شهروندان نیازمند جامعه نمی‌رسد. برخلاف فلسفه وام قرض‌الحسنه متأسفانه بدون سپرده‌گذاری و اعتبارسنجی نمی‌توان در صف دریافت وام قرض‌الحسنه ایستاد و به دلیل شکاف بین نرخ تورم و نرخ سود بانکی و همچنین بوروکراسی اداری و شرایط سخت و سختی که برای دریافت وام بانکی وجود دارد، عملاً وام قرض‌الحسنه به یک رانت بانکی تبدیل شده است. از سوی دیگر البته باید به بانک‌ها حق داد که به عنوان یک بنگاه اقتصادی به فکر سود و زیان خود باشند و نسبت به حجم قابل توجه تسهیلات تکلیفی، اعتراض داشته باشند. بنابراین پرداخت وام و تسهیلاتی که عایدی چندانی برای بانک‌ها ندارد، طبعاً جذابیت چندانی نیز برای آنها نخواهد داشت.

براساس آمارهای بانک مرکزی، سهم سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز نسبت به کل سپرده‌های بانکی از ۲۵ درصد در سال ۱۳۶۳ به ۸٫۸ درصد در سال ۱۴۰۱ و ۸٫۳ درصد در فروردین ماه ۱۴۰۲ کاهش یافته است. در طول سال‌های گذشته، درصد قابل توجهی از سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز صرف پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه نشده است؛ در حالی که در طول این سال‌ها، صف‌های طولانی برای دریافت تسهیلات قرض‌الحسنه به‌ویژه قرض‌الحسنه ازدواج در نظام بانکی شکل گرفته و نظام بانکی همواره کمبود منابع را علت عدم‌پرداخت این‌گونه تسهیلات برشمرده است. البته در سال‌های گذشته، نسبت تسهیلات قرض‌الحسنه به سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز، با کسر سپرده قانونی افزایش یافته و در فروردین ماه ۱۴۰۲ به رقم ۱۱۷ درصد رسیده است. به نظر می‌رسد از سال ۱۳۸۶ که تحولات قانونی با تغییرات سازوکاری در مدیریت منابع قرض‌الحسنه همراه شده، این نسبت به مرور افزایش پیدا کرده است.

#### آخرین وضعیت تسهیلات قرض‌الحسنه

پژوهشکده پولی و بانکی در گزارش تازه خود به «بررسی وضعیت قرض‌الحسنه در نظام بانکی کشور و راه‌های تقویت آن» پرداخته است.
آنطور که بازوی پژوهشی بانک مرکزی گزارش داده، سهم سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز نسبت به کل سپرده‌های بانکی از ۲۵ درصد در سال ۱۳۶۳ به ۸٫۸ درصد در سال ۱۴۰۱ و ۸٫۳ درصد در فروردین ماه ۱۴۰۲ کاهش یافته است. در طول سال‌های گذشته، درصد قابل توجهی از سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز صرف پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه نشده است، در حالی که در طول این سال‌ها، صف‌های طولانی برای دریافت تسهیلات قرض‌الحسنه به‌ویژه قرض‌الحسنه ازدواج در نظام بانکی شکل گرفته است و نظام بانکی همواره کمبود منابع را علت عدم‌پرداخت این‌گونه تسهیلات برشمرده است. البته طی سال‌های اخیر، نسبت تسهیلات قرض‌الحسنه به سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز، با کسر سپرده قانونی افزایش یافته و در فروردین ماه ۱۴۰۲ به مقدار ۱۱۷ درصد رسیده است. در واقع، از سال ۱۳۸۶ که تحولات قانونی با تغییرات سازوکاری در مدیریت منابع قرض‌الحسنه همراه شده، این نسبت افزایش یافته و در سال ۱۳۹۹ به بالای ۹۵ درصد رسیده و در سال ۱۴۰۱ با رسیدن به مقدار ۱۱۳ درصد، پس از گذشت حدود ۱۵ سال از مقدار ۹۵ درصدی مصوبه هیأت وزیران در سال ۱۳۸۶ فراتر رفته است. در واقع، این نسبت به‌دلیل وجود تسهیلات تکلیفی برای بانک‌ها و نقش برخی از آنها (بانک‌های تخصصی) در ایجاد زیرساخت‌های عمومی و مشارکت در طرح‌های ملی و کلان کشور بیشتر بوده است. لذا افزایش تعداد بانک‌ها در کشور و برعهده گرفتن بخشی از سیاست‌های تکلیفی بانکی کشور سبب

<b>شرکت بازرسی فنی مهندسی ساختمانی تدبیر اطلس ایرانیان (سهامی خاص) با شناسه ملی ۱۴۰۰۳۶۹۶۹۳۳ و شماره ثبت ۴۴۴۵۲۴</b>
دعوت از سهامداران جهت حضور در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده با موضوع انتخاب و تعیین روزنامه کثیرالانتشار سایر موضوعات مرتبط
در تاریخ ۱۴۰۳/۰۴/۲۰ ساعت: ۱۴
در محل: تهران، خیابان ولی عصر، خیابان اسفندیار، پلاک ۵۴ کد پستی: ۱۹۶۸۵۳۲۶۸

<b>شرکت بازرسی فنی مهندسی ساختمانی تدبیر اطلس ایرانیان (سهامی خاص) با شناسه ملی ۱۴۰۰۳۶۹۶۹۳۳ و شماره ثبت ۴۴۴۵۲۴</b>
دعوت از سهامداران جهت حضور در جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده با موضوع: تصمیم‌گیری درخصوص انحلال شرکت، انتخاب مدیر تصفیه و سایر موضوعات مرتبط
در تاریخ ۱۴۰۳/۰۴/۲۰ ساعت: ۱۶

## خبرنامه

مذاکرات نفتی ایران و روسیه تا کجا پیش رفت؟

### سرمایه‌گذاری روسی در ۷ میدان نفتی ایران

در روزهای گذشته مقامات ایران و روسیه با یکدیگر دیدار داشتند و در این دیدار بر روند توسعه مناسبات ایران و روسیه تاکید و برای این مهم نیز تصمیماتی اخذ شد. به‌گزارش «اسنا»، حجم مبادلات تجاری روسیه با جمهوری اسلامی ایران در سه ماه نخست سال ۲۰۲۴ نسبت به مدت مشابه سال گذشته میلادی، ۴۸درصد افزایش یافت. همچنین براساس نتایج سه ماه نخست سال ۲۰۲۴، صادرات روسیه به ایران ۷۷ درصد و واردات این کشور از ایران ۱۳درصد افزایش یافته است. به تازگی نیز مقامات دو کشور با یکدیگر مذاکره کردند، همه موارد دستور کار مناسبات دو کشور طی سه سال اخیر بررسی و درباره سرمایه‌گذاری روسیه در میدان‌های جدید نفتی ایران مذاکره و تصمیم‌های خوبی گرفته و پیشرفت کارها در حوزه صنعت و نفت و گاز، نیروگاهی، نیروگاه هسته‌ای شماره دو بوشهر، بانکی، کریدور شمال و جنوب و خط ریلی رشت – استارا بررسی شد. در این دیدار درباره رفع چالش‌ها در پروژه‌های مشترک گشت‌وگو و توافق‌ها و تصمیم‌های تازه به‌ویژه در صنعت نفت و گاز و پتروشیمی اتخاذ شد.

آنطور که جواد اوجی، وزیر نفت اعلام کرده است، اکنون هفت میدان نفتی در ایران با سرمایه‌گذاری شرکت‌های مختلف روسی در حال توسعه است و ۲۲۰۰هزار بشکه از تولید روزانه نفت ایران از آن دسته از میدان‌های کشور است که روس‌ها در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند. درباره سرمایه‌گذاری شرکت‌های روس در میدان‌های جدید نفتی در ایران نیز در این نشست مذاکره شد. وی از گفت‌وگو درباره صادرات فرآورده‌های نفتی و محصولات پتروشیمی و انتقال فناوری به‌عنوان محور دیگر مذاکرات خود با مقامات روسی نام برد و گفت: متخصصان ایرانی هم‌اکنون در حال تأمین نیازمندی‌های شرکت‌های روسیه در حوزه‌های بالادست و پایین‌دست صنعت نفت هستند و درمقابل، یک‌دوره نیازمندی‌های صنعت نفت و گاز ایران از طریق شرکت‌های روسی تأمین می‌شود که همه این موارد در نشست‌هایی که با دولتمردان روسیه داشتیم مطرح و تصمیمات خوبی اتخاذ شد.

او یادآور شد: از سوی به‌دنبال حادثه ناگوارگی که در کشور رخ داد و سبب شهادت رئیس‌جمهوری، وزیر امور خارجه و عزیزان دیگر شد، ابراز همدردی و پیگیری موضوعات از طریق آقای پوتین و پشتیبانی و حمایت وی در این فرآیند را شاهد بودیم؛ ازاین‌رو، لازم بود که به‌طور حضوری قدرانی کنیم. وزیر نفت همچنین با اشاره به اینکه دوره فعالیت الکساندر نواک، معاون نخست‌وزیر روسیه به‌عنوان رئیس طرف روسی کمیسیون مشترک همکاری‌های اقتصادی با ایران، هفته آینده پایان می‌یابد، اعلام کرد: در این نشست وزیر انرژی روسیه که مسئولیت طرف روسی این کمیسیون را برعهده خواهد گرفت هم حضور داشت. وزیر نفت همچنین با اشاره به راه‌اندازی پروژه سرمایه‌گذاری تهران – گروزنی مرکز چین روسیه، ابراز امیدواری کرد که همکاری‌ها همسو با تقویت مناسبات دو ملت همگام با ارتقای سطح روابط تداوم یابد.

در همین حال، الکساندر نواک معاون نخست‌وزیر روسیه نیز ضمن اعلام افزایش ۹۸درصدی مبادلات تجاری ایران و روسیه در سه ماه نخست ۲۰۲۴ گفت: راه‌اندازی پروژه‌های مستقیم در مسیر گروزنی – تهران در تاریخ ۰ ژوئن ۲۰۲۴ از سوی (شرکت ایرانی) ماهان ایر انجام می‌شود و اطمینان دارم که این موضوع انگیزه‌ای برای افزایش جریان گردشگر متقابل بین ایران و مناطق قفقاز شمالی خواهد بود. ایران و روسیه ظرفیت‌های متعددی برای توسعه روابط خود در حوزه انرژی دارند و طی سال‌های اخیر نیز برای تحقق این مهم جلسات متعدد را با یکدیگر در سطوح مختلف برگزار کرده‌اند که نتایج خوبی نیز حاصل شده است. تأکید بر افزایش روابط بی‌شک می‌تواند نتایج بهتری را برای هر دو کشور حاصل کند.

تأثیر خشکسالی بر تولید برق آبی

### موجودیت برق آبی به خطر افتاد

خشکسالی‌های ناشی از تغییرات اقلیمی، جریان آب در رودخانه‌ها و مخازن آب را کاهش داده و باعث کاهش قابل ملاحظه تولید برق آبی در سراسر جهان شده است. به گزارش «اسنا»، برق آبی پاک در نقاط مختلف جهان تولید می‌شود و تولید حدود ۶۰ درصد آن در چین، برزیل، آمریکا، کانادا، روسیه، هند، نروژ، ونزوئلا، سوئد و ژاپن صورت می‌گیرد. کشورهای بیشتری می‌خواهند از پتانسیل برق آبی خود استفاده کنند، زیرا دولت‌ها در سراسر جهان، در مسیر گذار سبز قدم برمی‌دارند. با این حال، این صنعت با چالش‌های زیادی مواجه است که عمدتاً مرتبط با تغییرات آب و هوایی است. دوره‌های اخیر خشکسالی در چندین کشور در سراسر جهان، نرخ تولید برق آبی را کاهش داده و تولید آینده را در معرض تهدید قرار داده است.

برق آبی، یکی از قدیمی‌ترین اشکال تولید انرژی‌های تجدیدپذیر است. برق آبی از جریان آب برای تغذیه یک ژنراتور و تولید برق استفاده می‌کند. شرکت‌ها معمولاً نیروگاه‌های برق آبی را روی منبع آب یا نزدیک آن بنا می‌کنند. حجم جریان آب و تغییر ارتفاع از نقطه‌ای به نقطه دیگر، میزان انرژی موجود در آب روان را تعیین می‌کند. هرچه جریان آب بیشتر باشد یا تغییر ارتفاع بیشتر باشد، برق بیشتری تولید می‌شود. دو نوع فعالیت متداول برق آبی وجود دارد. نخستین مورد، سیستم جریان رودخانه است که بر نیروی جریان‌های رودخانه برای تأمین انرژی توربین، متکی است. در برخی از این فعالیت‌ها، آب به سمت توربین‌ها هدایت می‌شود. مورد دوم، سیستم ذخیره‌سازی است که از مخازن ایجادشده پشت سدهای ساخته‌شده روی نهرها و رودخانه‌ها، برای جمع‌آوری آب استفاده می‌کند که می‌تواند سپس توسط توربین‌ها رها شود و فشار بالایی را فراهم کند. تاسیسات برق آبی ذخیره‌سازی پمپی، نمونه‌ای از سیستم‌های انرژی آبی کمتر متعارف هستند که در آن، آب از منبع، به مخزن ذخیره بالاتر پمپ می‌شود. سپس آب را می‌توان از یک مخزن بالایی به توربین‌های آبی پایینی فرستاد. با این حال، این فرآیند به برق بیشتری نسبت به تاسیسات معمولی نیاز دارد. مقدار آب موجود، به شدت بر تولید برق آبی تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال، مقدار آب بارانی که به رودخانه‌ها و نهرها در هر منطقه خاص تخلیه می‌شود، میزان آب موجود برای تولید برق آبی را تعیین می‌کند. این براساس فصل متفاوت است و همچنین می‌تواند در طولانی‌مدت، با تغییر الگوهای بارش تغییر کند. بنابراین خشکسالی می‌تواند تأثیر بسیار منفی بر تولید برق آبی داشته باشد.

## بورسی

۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه حقیقی از بازار سهام خارج شد

# نهمین روز خروج پول حقیقی

فرصت امروز: جریان خروج پول حقیقی برای نهمین روز متوالی ادامه یافت و ۵۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. شاخص کل بورس تهران نیز برای دومین روز متوالی ریزش کرد و با افت ۱۴ هزار واحدی به سطح ۲ میلیون و ۶۱ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با کاهش ۳ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۲ هزار و ۸۸ میلیارد تومان رسید. نماد ویملت بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به ارزش ۱۴۲ میلیارد تومان از آن خود کرد. پس از ویملت، وتجارت بیشترین ارزش معاملات را داشت و فملی رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد وبصادر و فولاد در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام ویملت با تعداد ۶۳۲ میلیون و ۲۵۲ هزار و ۳۴۵ سهم در صدر قرار گرفته است. در معاملات شنبه، ۲۲



نماد صف خرید داشتند و ۴۵۵ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۳۱ درصدی نسبت به روز قبل به ۱۰۸ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش با افزایش ۱۲۶ درصدی به هزار و ۲۳۵ میلیارد تومان رسید.

#### نگاه بورس به انتخابات چهاردهم

بورس تهران بعد از صحبت‌های جدی‌تر نامزدهای انتخاباتی با افت بیش از ۱۴ هزار واحدی همراه شد و ارزش بازار بورس و اوراق بهادار تهران در پایان معاملات روز شنبه در محدوده ۷۰۶۴ هزار میلیارد تومانی قرار گرفت. نقشه بازار بورس و اوراق بهادار تهران کم‌اکنان سرخ‌رنگ است. دامنه نوسان نیز همچنان در محدوده‌های مثبت و منفی ۲ درصدی قرار دارد و سازمان بورس گویا هنوز تصمیمی ندارد که بازار را به دامنه قبل برگرداند. ارزش معاملات بازار در جریان معاملات روز گذشته، کمی بیشتر از هفته قبل بود و گروه بانکی بازار سرمایه بیش از ۲۸۸ میلیارد تومان ارزش معاملاتی به خود گرفت که برای چندمین روز متوالی در صدر برترین ارزش معاملاتی گروه‌های بازار سرمایه قرار گیرد. گروه فلزات اساسی با ۱۳۰ میلیارد تومان و اختلاف قابل توجه با گروه بانکی در جایگاه دوم ایستاد. خودرویی‌های بازار سرمایه هم با ارزش معاملاتی ۷۷ میلیارد تومانی در جایگاه پنجم برترین ارزش معاملاتی بازار ایستاد تا باز هم سؤالاتی دیگر را

در ذهن بورس‌بازان برای وضعیت آینده بازار سرمایه ایجاد کند. نامآگرهای بورسی به طور دسته‌جمعی روند نزولی را تجربه کردند و در صدر آنها، شاخص کل بورس تهران با افت ۱۴ هزار و ۲۳۹ واحدی نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته گذشته تا سطح ۲ میلیون و ۶۱ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۳ هزار و ۳۰۵ واحدی در تراز ۶۶۹ هزار و ۶۷۳ واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با ۱۷۴ واحد کاهش به سطح ۲۲ هزار و ۳۱ واحد رسید. عملاً باید گفت که شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران طبق پیش‌بینی‌ها در شروع نام‌نویسی برای انتخابات ریاست جمهوری، رفتار مشخصی را از خود نشان داد. اهالی بازار سرمایه این انتظار را داشتند تا به واسطه تأیید صلاحیت نامزدها، بازار تغییر خاصی را به خود نیندند و این واقعه هم رخ داد اما در ادامه و با تأیید صلاحیت‌افراد برای انتخابات، بازار به دنبال صحبت‌ها و وعده‌هایی است که نامزدها مطرح می‌کنند تا شاید دست خرید یا فروش را در بازار پیش بگیرند. البته با دامنه نوسان ۲ درصدی و فضای انتخاباتی چندان نمی‌توان در مورد وضعیت تکنیکالی و حتی بنیادی بازار صحبت کرد و خیلی‌ها ترجیح می‌دهند فعلاً صرفاً نظرگر بازار و اخیر باشند.

#### تأثیرپذیری بورس از صحبت نامزدها

در این چند روزه نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری با مشاوران خود در رسانه ملی حاضر شدند و در مورد اقتصاد و بازارهای مالی صحبت‌هایی را به میان آوردند که به‌منظر می‌رسد منفی‌های بازار شنبه به نوعی برداشتی از صحبت‌های کاندیداها بوده است. شاید مرور گزیده‌هایی از صحبت‌های اخیر نامزدها بتواند سرخ‌نمایی از علل افت بازار و البته این روزهای بازار سرمایه به دست دهد. البته نباید فراموش کرد که این افراد در مسئولیت‌های قبلی خود چه رفتار و عملکردی نسبت به بازار سرمایه داشته‌اند. «محمدباقر قالیباف» عنوان کرده که «سرخ‌نمایی باید به کانالی بیفتد که نرخ آن قابل پیش‌بینی باشد، معتقدم تصمیم یکشنبه ارز ۴۲۰۰ تومان یا دیگر نرخ‌ها به ضرر اقتصاد است». همچنین رئیس مجلس بر این موضوع تأکید کرده است که دولت در حال نابودکردن بورس با سوده‌های بالای بانک‌ها است! این نامزد انتخابات دوره چهاردهم همچنان تأکید دارد که مهمترین نکته که در چالش‌های اقتصادی توجه داریم این است که بتوانیم اقتصاد را پیش‌بینی‌پذیر کنیم! به گزارش «کواپران»، البته یکی از مشاوران قالیباف در برنامه میز اقتصادی ویژه انتخابات، «محمد شاکری» بود. فردی که اهالی بازار در سال ۹۹ از آن به عنوان ضدبُورس یاد می‌کنند.

«مسعود پوشکیان»، دیگر نامزد انتخاباتی برای شرکت در میز اقتصادی ویژه انتخابات از حسین عبده تبریزی به عنوان نماینده تفکر اقتصاد بازارمحور استفاده کرده و در خصوص سرمایه‌گذاری خارجی اینطور عنوان کرده است که برای سرمایه‌گذاری خارجی مانع تراشیدیم. نسبت به موج مهاجرت یخبگان بی‌نهایت بودیم و استراتژی‌هایی که می‌توانستند یک اقتصاد ما را بزرگ کنند را از بین بردیم.

«فاضی‌زاده هاشمی» از دیگر نمایندگان انتخابات چهاردهم درخصوص

اعضای کابینه احتمالی خود اینطور عنوان کرده است که: من دست به

تغییر هیچ کدام از اعضای کابینه دولت فعلی و مدیرانی میانی در سال اول

نخواهم زد. این موضوع برای اهالی بازار سرمایه می‌تواند پیام‌های زیادی را

به همراه داشته باشد، اما وعده توزیع گوشت دم در خانه توسط «راکانی»،

شهردار فعلی تهران، یکی از پرترک‌ازترین صحبتی بود در بین اهالی فضای

مجازی دست به دست شده است.

## فقدان زنجیره ارزش جهانی در اقتصاد ایران

به لحاظ صادرات در بازار روسیه بگیریم. ترکیه در حوزه صنعت زنجیره ارزش جهانی قرار گرفته است. زنجیره ارزش جهانی در اقتصاد ایران شکل نگرفته ولی در دنیا اقتصاد ابعاد اقتصاد متناسب با هم پیش می‌رود. در سال ۲۰۱۶ اقتصاد ایران ۹۷٫۳۲ دهم میلیارد دلار صادرات داشته که بیشتر آن نفت پتروشیمی و حمل‌ونقل و مخابرات بوده و ۱۳ میلیارد دلار برای مصرف نهایی بوده است. به گفته «جهانگرد»، کشورهایی که در زنجیره ارزش کالا هستند با هم جنگ نمی‌کنند. امنیت اقتصادی با قرار گرفتن ارزش جهانی ایجاد می‌شود. مدخل توسعه اقتصادی قرن ۲۱ قرار گرفتن در زنجیره ارزش جهانی است.

این استاد دانشگاه سپس به وضعیت کالای تولید ایرانی پرداخت و این سوالات را مطرح کرد: کالای ایرانی به کجا صادر می‌شود و چه مسیری را طی می‌کند؟ کالای تولید ایران چقدر محتوای داخلی دارد؟ چقدر از این تولیدات به نفع ایران نوشته می‌شود؟ خالص ارزش‌افزوده ایران به خارج چقدر است؟ موقعیت ایران در ارزش جهانی چیست؟ نسبت ارزش‌افزوده به استاندارد جهانی است؟ و در ادامه گفت: ایران در زنجیره ارزش جهانی نیست. ما کارخانه و صنعتی نداریم که در دنیا نهاده بگیرد و آن را صادر کند. سیستم صادراتی باید به بلوغ برسد باید ظرفیت‌های فناورانه اقتصاد را گسترش دهیم.

وی در ادامه صحبت‌هایش درباره صنعت نساجی هم عنوان کرد: باید برای تک‌تک محصولات نساجی برنامه داشته باشیم. در ادامه این نشست نیز یکی از حاضران، نبود استراتژی توسعه صنعتی مبتنی بر آمایش سرزمین را بخشی از مشکلات صنعت کشور عنوان کرد که باید به این حوزه توجه شود.

و منطقی‌ای و جهانی توجه شود. «جهانگرد» در ادامه توضیحاتش افزود: GVCیا چیزی فراتر از تولید هستند. GVC ها فراتر از تولید، همچنین وظایف مرتبط با زنجیره ارزش مانند تحقیق و توسعه، طراحی، خرید، تدارکات و بازاریابی و همچنین مراقبت‌های بعدی را در نظر می‌گیرد. بنابراین، یک GVC شامل تمام فعالیت‌هایی است که برای ارائه یک محصول به بازار لازم است – از مفهوم‌سازی تا تولید، طراحی تا روابط عمومی – که اغلب در سراسر جهان قرار دارند و بخش می‌شوند و در ادامه شش بعد GVC ها را تشریح کرد. این عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی در ادامه این گزارش،

با اشاره به فعالیت‌های سا ارزش بالا در زنجیره‌های ارزش جهانی و رویکردهای تحلیلی زنجیره ارزش جهانی، به تشریح وضعیت ایران در شبکه اقتصاد جهان براساس جدول داده-ستانده بین کشوری پرداخت و اظهار کرد: براساس که ایسپک در اقتصاد ایران بخش‌های خدماتی نه با بخش تولید ارتباط دارد و نه با بخش خدماتی. مثلاً فرش در ژاپن با کل اقتصاد تعامل دارد یا اینکه در چین بخش خدمات‌شان نسبت به ژاپن بسیار بیشتر مورد توجه است یا اینکه بخش خدمات در اقتصاد آمریکا در بالای هرم زنجیره ارزش نوشته است. «جهانگرد» ادامه داد: در مقایسه ایران با متوسط دنیا برای یکی واحد تولید چقدر نهاده استفاده می‌کنیم. هزینه تمام‌شده خدمات اداری دولتی در ایران از تولید دنیا بالاتر است. در شبکه اقتصاد ایران در زیر ۵۰ میلیون دلار، نوعی ارتباط با خدمات قطع‌شده است. اقتصاد عربستان وضعیت بهتری از ایران دارد، اگرچه هر دو اقتصاد نفتی است. جهش اقتصادی‌هارمونیک‌تری دارد.

او با تشریح وضعیت اقتصاد ایران گفت: ما نمی‌توانیم جایگاه ترکیه

در نشست مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، با اشاره به شکل‌نگرفتن زنجیره ارزش جهانی در اقتصاد ایران، اعلام شد امنیت اقتصادی با قرار گرفتن در زنجیره ارزش جهانی ایجاد می‌شود و قرار گرفتن در این زنجیره، پیش‌نیاز توسعه اقتصادی است. در همین راستا، رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران پیشنهاد کرد: پژوهش با همراهی اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران، انجمن صنایع نساجی ایران، مرکز پژوهش‌های اقتصادی اتاق تهران و معاونت صنایع عمومی وزارت صنعت، معدن و تجارت در حوزه صنعت نساجی و زنجیره ارزش جهانی آن انجام شود که مورد قبول حاضران قرار گرفت.

«محمد قاسمی»، رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در نشست‌ی که با موضوع «بررسی ساختار شبکه اقتصاد ایران» برگزار شد، گفت: مرکز پژوهش‌های اتاق ایران طرحی با عنوان «اقتصاد ایران در زنجیره ارزش جهانی» با همراهی استادان دانشگاه انجام داده و نتیجه این مطالعه در معاونت صنایع عمومی وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه شده است. در آن نشست مقرر شده که صنعت نساجی و پوشاک ایران در الگویی که طراحی‌شده و با بهره‌گیری از ظرفیت‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت، کمیسیون صنعت اتاق ایران، انجمن صنایع نساجی اتاق ایران و اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران مورد ارزیابی قرار گیرد.

در بخشی از نشست مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، «سپندنیار جهانگرد» عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی، گزارشی با عنوان «زنجیره ارزش جهانی؛ مشارکت موقعیت و تخصص‌گرایی عمودی در فعالیت‌های اقتصادی ایران» ارائه کرد و در توضیح آن گفت: زنجیره ارزش طیف کاملی از فعالیت‌هایی را که شرکت‌ها و کارگران انجام می‌دهند تا یک محصول از زمان تصور آن به مصرف نهایی و فراتر از آن برسانند، توصیف می‌کند. این شامل فعالیت‌هایی مانند تحقیق و توسعه (R&D)، طراحی، تولید، بازاریابی، توزیع و پشتیبانی و مصرف‌کننده نهایی است. فعالیت‌هایی که یک زنجیره ارزش را تشکیل می‌دهند را می‌توان در یک شرکت واحد یا بین شرکت‌های بین شرکت‌های مختلف تقسیم کرد.

به گفته این استاد دانشگاه، در بررسی زنجیره ارزش نساجی باید به حوزه تولید، مانشگاه، R&D، توزیع، هزینه حوزه حمل‌ونقل، صادرات و … هم باید توجه کرد. در حوزه زنجیره ارزش یک حوزه در سطح منطقه با تأکید آمایش سرزمینی بررسی کنیم و بعد این را به زنجیره ارزش جهانی متصل کنیم. در تعریف پروژه تحقیقی باید به مسائل بین بخشی و بخشی

## آگهی فراخوان مناقسه عمومی

## دو مرحله‌ای شماره ۱۴۰۳/۹

<b>شناسه آگهی: ۱۷۳۵۴۹۴</b>
<p>اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی</p> <p>اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی در نظر دارد. انجام پروژه هارا از طریق مناقسه عمومی به شرکت‌های واجد شرایط واگذار نماید.</p> <p>مهلت دریافت اسناد مناقسه<span> </span>: از تاریخ ۱۴۰۳/۰۳/۲۳ تا ۱۴۰۳/۰۳/۳۱ می باشد.</p> <p>نحوه دریافت اسناد مناقسه<span> </span>: از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس <b>www.setadiran.ir</b> می باشد.</p> <p>مهلت اصلاح<span> </span>: پس گرفتن ، جایگزینی و ارسال پیشنهادها: حداکثر تا ساعت ۸ صبح مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۰ خواهد بود.</p> <p>زمان بازگشایی پاکتها: بازگشایی پاکت الف و ب (مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۰) و بازگشایی پاکتهای ج: (۱۴۰۳/۰۴/۱۲) ساعت ۹ صبح درمحل اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی می باشد.</p> <p>تاریخ انتشار مناقسه در سامانه ستاد تاریخ<span> </span>: ۱۴۰۳/۰۳/۲۳ می باشد.</p> <p>–از کلیه مناقسه گرانی که پاکت پیشنهاد قیمت ارائه می نمایند دعوت می گردد در جلسه بازگشایی حضور بهم رسانند.</p>

لذا متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند به امور قراردادها واقع در شهر صنعتی –جنب سازمان همیاری شهرداری ها – سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری اراک مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۸۶-۳۳۱۳۲۰۲ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۳/۲۷

#### علی نغفی – سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری



# چرا همه برندها باید در گوگل بیزینس عضو باشند؟



## به قلم: منوی آگروال

کارشناس بازاریابی  
ترجمه: علی آل علی

امروزه بسیاری از بازاریاب‌ها توانایی خود را صرف بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. در این میان نیز تنها معیار معتبر برای این دسته از افراد هزینه بیشتر و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر می‌تواند نتایج بسیار مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به همراه داشته باشد. البته به شرط اینکه برند مورد نظر بودجه‌ای عالی برای فعالیت در این راستا در دسترس داشته باشد، نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه با بودجه‌های کلان رو به رو نیستید. درست به همین دلیل گاهی اوقات باید با واقعیت‌های دنیای کسب و کار و بازاریابی کنار بیایید. در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین رفته و شما دیگر شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نداشته باشید. این امر می‌تواند در بلندمدت نه تنها منابع مالی برندتان را کاهش دهد، بلکه شانس‌تان برای تعامل با مخاطب هدف را نیز به طور چشمگیری کاهش خواهد داد.

در دنیایی که گوگل مهمترین برند دیجیتال دنیا محسوب می‌شود، تلاش برای بازاریابی با همکاری این برند امری ضروری و اساسی خواهد بود. بسیاری از مردم در سراسر دنیا برای پیدا کردن محصولات موردنظرشان اقدام به استفاده از گوگل می‌کنند. این امر با یک جست و جوی ساده دنبال شده و شرایط برندها را نیز به طور چشمگیری بهبود می‌بخشد. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای مناسب و تاثیرگذار است. گوگل برای جلب نظر برندها از مدت‌ها پیش سرویس گوگل بیزینس را راه‌اندازی کرده است. این سرویس به برندها امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داده و شرایطشان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود می‌دهد.

یادگیری کار با گوگل بیزینس نه تنها می‌تواند ابزار بازاریابی محسوب می‌شود، بلکه به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با هزینه بسیار کمتر نیز کمک خواهد کرد. درست به همین دلیل هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی مزایای ثبت نام در گوگل بیزینس و استفاده از این پلتفرم است. بی‌تردید بسیاری از برندهای بزرگ از مدت‌ها قبل در این سرویس عضویت دارند. نکته مهم اینکه اگر شما به دنبال بهبود جایگاه برند و تبدیل شدن به یکی از کسب و کارهای معتبر در این میان هستید، می‌توانید همیشه بر روی گوگل حساب باز کرده و شرایطتان در این میان را بهینه‌سازی کنید.

یادگیری گوگل بیزینس کار دشواری نیست. نکته مهم در این میان تلاش برای آگاهی از مزایای این پلتفرم است، در غیر این صورت شما هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نکرده و کارتان به شیوه‌ای مناسب دنبال نخواهد شد. در ادامه برخی از مهمترین مزایای ثبت نام در گوگل بیزینس و بازاریابی همراه با آن را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد. این امر به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای می‌کند.

### گوگل بیزینس چیست؟

گوگل بیزینس سرویس بازاریابی محلی این پلتفرم بزرگ است که به برندها امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در محدوده‌های جغرافیایی مشخص را می‌دهد. امروزه بسیاری از برندها برای تعامل با مشتریان نیازی به کمپین‌های بزرگ و بین‌المللی ندارند. در عوض به دنبال کمپین‌های محلی و همچنین مشتریان محلی هستند. این امر می‌تواند توانایی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری توسعه دهد. سرویس گوگل بیزینس به طور معمول در ابزار مپ و موتور جست و جوی گوگل برای کاربران نمایش داده می‌شود. به این ترتیب شما با سرمایه‌گذاری بر روی این سرویس امکان نمایش محتوای بازاریابی یا حتی معرفی کسب و کارتان به مخاطب هدف در قالبی بسیار حرفه‌ای را خواهید داشت.

کار با گوگل بیزینس مثل تمام ابزارهای این برند بسیار ساده و

راحت است. درست به همین خاطر شمار بالایی از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط ویژه‌ای در این میان دارند. این امر به آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایطشان را به طور چشمگیری بهبود می‌بخشد. در ادامه برخی از مهمترین ویژگی‌های گوگل بیزینس و نحوه کمک آن به برندها در دنیای بازاریابی را مرور خواهیم کرد. این امر به شما فرصت خوبی برای آگاهی از امکانات این ابزار و اطمینان نسبت به اهمیت استفاده از آن در دنیای بازاریابی می‌دهد.

### افزایش آگاهی از برند در اینترنت

آگاهی از حضور و فعالیت یک برند در بازار اهمیت بسیار زیادی برای فروش مناسب دارد. مشتریان تا زمانی که نسبت به فعالیت برند شما ایده‌ای نداشته باشند، هرگز موفق به مشاهده محصولات‌تان نخواهند شد. نکته مهم اینکه حضور برند شما برای خیلی از مردم اهمیتی ندارد. بنابراین این شما هستید که باید به هر قیمتی شده برند و محصولات‌تان را پیش روی مخاطب هدف قرار دهید. در غیر این صورت شاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکرده و شرایطتان در بازار به طور مداوم بدتر از هر زمان دیگری شود.

این روزها هزاران برند در سراسر دنیا هستند که پس از سال‌ها فعالیت در بازار هنوز هم کسی از وضعیت کاری‌شان خبر ندارد. درست به همین دلیل شما باید از همان ابتدای شروع به فعالیت برند به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایطتان در بازار پیدا نکنید.

گوگل بیزینس با ارائه یک پروفایل کامل به شما امکان فعالیت بازاریابی در گوگل را می‌دهد. همچنین شما می‌توانید پروفایل‌تان را کامل کرده و وقتی کاربران برندتان را جست و جو می‌کنند، اطلاعات بسیار مفیدی پیش روی آنها قرار دهید. این امر موجب تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شده و توانایی برندها را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بیشتر می‌کند.

احتمالاً شما هم تا به حال در پی جست و جو در گوگل با فهرستی از کسب و کارها و شماره تماس‌شان در صفحه اول نتایج رو به رو شده‌اید. این کسب و کارها دقیقاً به خاطر داشتن اکانت رسمی در گوگل بیزینس به شما معرفی می‌شوند. نکته جالب اینکه اگر وضعیت سئو یک برند مناسب باشد، بابت این معرفی هیچ هزینه‌ای نیز از آن دریافت نخواهد شد. درست به همین دلیل شما می‌توانید تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری توسعه دهید. این نکته شانس‌تان را توسعه داده و برندتان را در موقعیت مناسبی از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان قرار می‌دهد.

### به اشتراک گذاری اطلاعات مهم با مشتریان

آیا تا به حال برای‌تان پیش آمده اقدام به خرید از یک برند کنید، اما نه شماره تماسی داشته باشید نه حتی آدرس سایت رسمی آن در دسترس باشد؟ این اتفاق برای خیلی از مردم به معنای پایان روند بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، می‌توانید کارتان را به شکلی حرفه‌ای دنبال کنید.

اکانت رسمی شما در گوگل بیزینس همیشه همراه با درج اطلاعات دقیق از برندتان خواهد بود. مزیت این امر امکان مشاهده اطلاعات موردنظر از سوی کاربران به ساده‌ترین شکل ممکن است. بنابراین دیگر شما مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و شیوه‌های بهینه‌سازی کارتان در این میان نخواهید داشت. بسیاری از اوقات مشتریان به دلیل فقدان اطلاعات دقیق از برندها قید آنها را می‌زنند. شما در این صورت با ثبت نام در گوگل بیزینس می‌توانید به کلی از شر این مشکل رها شوید. در این صورت دیگر مسئله‌ای برای بهینه‌سازی موقعیت‌تان در بازار نخواهد داشت. یادتان باشد، شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه وقت ندارید. درست به همین دلیل باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال کرده و شانس‌تان در این میان را نیز تقویت

کنید. استفاده از گوگل بیزینس به شما فرصت تاثیرگذاری اولیه بسیار عالی و بدون مشکل را می‌دهد. درست به همین خاطر باید به طور مداوم شانس‌تان در این میان را تقویت نمایید. یادتان باشد در دنیای بازاریابی همیشه بهترین گزینه‌ها هزینه‌بر نیستند. بنابراین به جای سرمایه‌گذاری همراه با هزینه کلان بر روی حوزه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌توانید نیم نگاهی به گوگل داشته باشید.

### پاسخگویی به سوالات مشتریان

برندها همیشه با سوالات بسیار متعددی از سوی مشتریان رو به رو هستند. پاسخگویی به این سوالات برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه امری مهم محسوب می‌شود. یکی از نکات اساسی در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از بهترین شرایط ممکن است. برندهایی که اکانت گوگل بیزینس دارند، به طور معمول امکان دسترسی به بخشی مشخص برای پاسخگویی به سوالات مشتریان را خواهند داشت. در این بخش کاربران امکان طرح سوالات‌شان از شما را پیدا کرده و شما نیز به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. این امر موقعیت‌تان از نظر بهینه‌سازی شرایط برند در نگاه مشتریان را تا حد زیادی بهبود خواهد بخشید. بسیاری از مشتریان در صورتی که پاسخ سوالات‌شان از برندها را خیلی سریع دریافت نکنند، انگیزه‌ای برای خرید پیدا نمی‌کنند. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند استفاده از شرایط ویژه‌ای هستید. این امر به شما کمک می‌کند تا هرچه بهتر موقعیت‌تان در بازار را بهینه‌سازی کنید. چنین امری از نظر حرفه‌ای به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای خواهد کرد. یادتان باشد پاسخگویی سریع به مخاطب هدف باید همراه با جواب‌های درست و کاربردی باشد، در غیر این صورت شاید شما هرگز موقعیت مناسب برای بهینه‌سازی شرایطتان را پیدا نکنید. در این صورت هرگز شانس در بازار و در برابر برندهای بزرگ نخواهید داشت.

گوگل با داشتن پشتیبانی سریع و تخصصی به شما در هر مرحله‌ای از کار با گوگل بیزینس کمک خواهد کرد. در این میان کافی است از طریق ایمیل یا صفحه پشتیبانی این برند سوالات یا مشکلات‌تان را با آنها در میان بگذارید. این امر شما را در کانون توجه برندها قرار داده و شرایط شما را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد.

### دسترسی به نظرات مشتریان

نظرات مشتریان درباره یک برند اهمیت بسیار زیادی برای فعالیت کاری آن دارد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و وضعیت‌تان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. نکته مهم دیگر اینکه شما برای بهینه‌سازی شرایطتان همیشه باید موقعیت برندتان را در نظر بگیرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت مدیریت بهینه برندتان را پیدا نکرده و شرایطتان نیز به نحو قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار گیرد.

برندهایی که از نظرات مشتریان برای اصلاح روند کاری‌شان سود نمی‌برند، به طور معمول مدت زیادی در بازار دوام نخواهند آورد. این امر می‌تواند برای هر برندی دردسرساز شود. درست به فراهم شود، اگر این امر برای شما امکان‌پذیر نیست، باید همیشه به دنبال راه حل جایگزین باشید. این امر شامل تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شرایط ویژه در دنیای کسب و کار است. بسیاری از برندها در این میان توانایی زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین بهینه‌سازی شرایطشان در دنیای کسب و کار ندارند. نکته مهم دیگر اینکه شما برای بهبود شرایطتان باید همیشه وضعیت‌تان را به بهترین شکل ممکن توسعه دهید. آگاهی از نقطه نظرات مشتریان در این میان شروع بسیار خوبی برای برند شما خواهد بود.

گوگل بیزینس به برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن کمک می‌کند. این امر شما را در مرکز گفت و گوهای مشتریان درباره برندتان قرار داده و فرصت‌تان برای بهینه‌سازی شرایط را نیز توسعه خواهد داد.

### افزایش ترافیک سایت و میزان فروش

امروزه اغلب برندها دارای سایت رسمی برای کسب و کارشان هستند. این امر به آنها برای تاثیرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و در برخی از موارد نوعی فروشگاه آنلاین نیز محسوب می‌شود. اگر شما تا به حال سایت رسمی‌تان را راه‌اندازی نکرده‌اید، باید به بهترین شکل ممکن در پی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در این میان باشید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای بهینه‌سازی شرایطتان در بازار می‌دهد. درست به همین خاطر وضعیت کسب و کارتان باید به طور مداوم بهینه‌سازی شده و براساس روند فعالیت‌تان کار را توسعه دهید.

وقتی یک برند تازه در ابتدای راه قرار دارد، بی‌تردید ترافیک سایتش تعریف چندانی نخواهد داشت. این امر در کنار مسئله مربوط به فروش اندک آنلاین می‌تواند برای هر برندی دردسرساز شود. درست به همین دلیل شما باید از همان ابتدا کارتان را بسیار جدی در این فضا دنبال کنید، در غیر این صورت شاید هرگز موفق به فروش آنلاین با نرخ بالا نشوید.

گوگل بیزینس در زمینه افزایش ترافیک به شما کمک شایانی می‌کند. کاربران وقتی یک برند دارای اکانت رسمی در گوگل بیزینس است، تمایل بالاتری برای همکاری با آن نشان می‌دهند. ساده‌ترین مصداق در این میان نیز بازدید سریع از سایت یک برند است. شما با این کار به خوبی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا کرده و ترافیک سایت‌تان به طور چشمگیری توسعه پیدا می‌کند.

از نقطه نظر افزایش فروش برند شما همیشه امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن را دارید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و شرایطتان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال بهبود شرایطتان هستید، می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن با استفاده از ابزارهای حرفه‌ای بهینه‌سازی کنید. کاربران در دنیای آنلاین به طور معمول برای خرید از یک برند استرس و نگرانی بسیار زیادی دارند. دلیل این امر نیز تجربه‌های ناگوار گذشته در زمینه خرید از برندها محسوب می‌شود. شما در این میان می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن تجربه مشتریان از برندتان را تغییر داده و کارتان را ساده‌تر کنید.

اکانت رسمی در گوگل بیزینس به مشتریان نشان می‌دهد با برندی معتبر مواجه هستند. درست به همین دلیل دیگر خرید از یک برند برای شما کار زیادی نداشته و توانایی‌تان در این میان را نیز توسعه می‌دهد. یکی از مواردی که برندها برای بهینه‌سازی کارشان بدان نیاز مبرم دارند، مربوط به کسب اعتبار در فضای آنلاین است. این امر به سادگی امکان‌پذیر نیست. درست به همین دلیل شما باید همیشه آمادگی کامل در این میان را داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهبود شرایطتان پیدا نکنید. گوگل با ارائه فرصت‌های مناسب در زمینه کسب اعتماد مشتریان به شما عملاً کارتان را بی‌نیاهت ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد کرد. یادتان باشد در این میان شما همیشه با مشکلات زیادی نیز مواجه خواهید بود. مهمترین مسئله حضور رقبای بسیار زیادی است. با این حال عضویت در گوگل بیزینس گامی مهم در راستای تضمین اعتبار برند در دنیای کنونی خواهد بود. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و شرایطتان را به طور مداوم بهینه‌سازی خواهد کرد.

امروزه گوگل بیزینس یکی از ابزارهای مهم برای بازاریابی محسوب می‌شود. درست به همین دلیل شما برای موفقیت بازاریابی باید همیشه استفاده از آن را در کانون توجه قرار دهید. مزایای مورد بحث در این مقاله نقطه شروع مناسبی برای شما و کسب و کارتان خواهد بود.

منبع: socialpilot.co



# بایدها و نبایدهای مذاکره در دنیای کسب و کار

چنین روشی را توصیه نمی‌کنیم. پس بهتر است یک مذاکره را همان اول تا نقطه انتها پیش ببرید. این امر می‌توانسد وضعیت‌تان از نقطه نظر اثرگذاری بر روی مخاطب را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد. **هیچ چیز شخصی وجود ندارد: شخصی کردن بحث را فراموش کنید!**

مذاکره یک فرآیند حرفه‌ای برای تعامل میان کارآفرینان یا سازمان‌هاست. در این رابطه هیچ چیز شخصی میان شما و دیگران وجود ندارد. پس الکی سعی نکنید حوزه مذاکره را بدل به رینگ بوکسی برای حسابرسی‌های شخصی کنید. شاید گاهی اوقات شما با نماینده یک برند رو به رو شوید که در زندگی شخصی

از همکاران آنها را مشخص سازید. این امر نتایج بسیار بهتری برای شما و کسب و کارتان به همراه خواهد داشت.

**مذاکره بیش از اندازه نذاریم: زیاده‌روی یعنی شکست**

شکست در مذاکره همیشه به خاطر اختلاف نظرهای جدی در میان کارآفرینان نیست. بسیاری از افراد برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط مناسبی دارند، اما زمان پایان مذاکره را به خوبی نمی‌دانند. این امر می‌تواند دردهسره‌های زیادی برای کارآفرینان به همراه داشته و حتی شرایطشان را حسابی دشوار سازد. توصیه ما در اینجا بی‌نهایت ساده است. وقتی منابع‌تان تا حد

بیش از نظر اثرگذاری بر روی دیگران باشید. وقتی شما اولیسن پیشنهاد را روی میز بگذارید، طرف‌های دیگر به طور ناخودآگاه بر مدار توصیه شما شروع به بحث و گفت‌وگو خواهند کرد. این مزیت مهمی برای‌تان محسوب می‌شود؛ چراکه در فرآیند مذاکره اعتبار حرف‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. نکته جالب اینکه بسیاری از کارآفرینان

خیال می‌کنند باید اول شنونده حرف دیگران باشند. خوب این امر فرصت ابتکار عمل را از شما می‌گیرد. پس سعی کنید به طور متفاوتی کارتان را سامان داده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. متأسفانه برخی از کارآفرینان خیال می‌کنند باید همیشه متفاوت از دیگران عمل کنند. این یعنی صبر کنند تا حرف و پیشنهادات همه طرفین تمام شده و در نهایت وارد میدان شوند. شاید این امر جذابیت‌های خاص خودش را داشته باشد، اما هیچ وقت برای شما چاره‌ای اساسی نخواهد شد؛ چراکه مهارت‌های ارتباطی در جمع‌بندی صحبت‌های دیگران و جلب نظرشان به ایده‌ای تازه بی‌نهایت اثرگذار است. چه بسا اصلا نتوانید از چنین مهارت خوبی بهره‌مند شده یا استفاده‌اش کنید. نکته دیگری که در این میان مهم است، شکل‌گیری ذهنیت دیگران بعد از بیان ایده‌های مختلف است. بنابراین شما در انتها راه بی‌نهایت دشواری پیش رو خواهید داشت. پس بهتر است به جای اینکه خودتان را در گیر چنین فرآیند سختی کنید، یکبار هم که شده به ساده‌ترین روش ممکن رجوع کنید. این فرآیند شامل بیان ایده‌ها و پیشنهاداتتان به عنوان نفر اول است؛ به همین سادگی.

**تاکید بر روی شرایط به جای قیمت‌ها: نکته‌ای هوشمندانه**
خیلیی از افراد از همان ابتدا بر سر قیمت‌ها مذاکره می‌کنند. اجازه دهید از یک سناریوی فرضی استفاده کنیم. شما به عنوان مدیر شرکت مرسدس بنز شاید علاقه‌مند به تامین ورقه‌های فولادی مورد نیاز برای ساخت بدنه ماشین با قیمت ۲۰ هزار یورو در هر تن باشید. خب این امر به شما فرصتی برای صرفه‌جویی مناسب در هزینه‌ها داده و حاشیه سودتان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از شرایط به جای قیمت نهایی است. خب اگر طرف مقابل که احتمالاً کارخانه فولاد است یکگو رنج قیمت ۵۰ هزار یورو را پیشنهاد دهد، بی‌شک معامله برهم می‌خورد.

ابتکار عمل کارخانه فولاد در بیان ویژگی‌های ورقه‌های فولادی‌اش است. این امر می‌تواند شما را مجاب کند تا هزینه بیشتری برای ورقه‌ها پرداخت کنید. مثلا یک مذاکره‌کننده خوب می‌تواند روی اهمیت کیفیت فولاد بر روی امنیت سرنشین‌ها تاکید کند. این امر موجب بهبود کیفیت خدمات مرسدس بنز می‌شود. با این استدلال اصلا بعید نیست شما حتی حاضر به صرف هزینه‌هایی بیشتر از ۵۰ هزار یورو نیز شوید. همانطور که می‌بینید، اصول مذاکره در دنیای امروز کاملا متفاوت است. این امر ممکن است از شما یک کارآفرین هنرمند یا حتی فردی شکست‌خورده بسازد. بنابراین باید سعی کنید همیشه از اولویت‌های دیگران به سود خودتان استفاده کنید.

**طرح سوالات پایان باز: هنر گوش دادن**
سوالاتی که جواب مستقیم بله یا نه دارند، معمولا در فرآیند مذاکره به درد نمی‌خورند؛ چراکه این نوع سوالات فرآیند مذاکره را به حاشیه برده و اجازه شکل گیری یک بستتر مناسب را نمی‌دهد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید از سوالات پایان باز برای بهبود کار استفاده کنید. شاید این امر کمی عجیب یا حتی غیرمنطقی به نظر برسد، اما با سوالات پایان باز فرآیند گفت‌وگو بیشتر ادامه پیدا می‌کند. اگر دوست دارید درباره سطح قیمت مناسب برای طرف مقابل سوال کنید، اصلا نباید عبارت «ظرت درباره ۱۵ هزار دلار چیست؟ قبولش می‌کنی؟» استفاده نمایید. در عوض یک ساختار مناسب سوالی این شکلی خواهد بود: «اگر ممکن است کمی درباره موجوده قیمت مناسب از نظر سازمان‌تان صحبت کنید.»

بی‌شک سوال دوم ساختار بازتری دارد. به همین خاطر مخاطب را ترغیب می‌کند تا بیشتر با شما تعامل داشته و از توانایی اعطاف‌پذیری بالاتری هم بهره خواهد برد. خب در این صورت شما می‌توانید به ساده‌ترین شمل سوالات پایان باز برای بهبود کار استفاده کنید. شاید این امر کمی عجیب یا حتی غیرمنطقی به نظر برسد، اما با سوالات پایان باز فرآیند گفت‌وگو بیشتر ادامه پیدا می‌کند. اگر دوست دارید درباره سطح قیمت مناسب برای طرف مقابل سوال کنید، اصلا نباید عبارت «ظرت درباره ۱۵ هزار دلار چیست؟ قبولش می‌کنی؟» استفاده نمایید. در عوض یک ساختار مناسب سوالی این شکلی خواهد بود: «اگر ممکن است کمی درباره موجوده قیمت مناسب از نظر سازمان‌تان صحبت کنید.»

بی‌شک سوال دوم ساختار بازتری دارد. به همین خاطر مخاطب را ترغیب می‌کند تا بیشتر با شما تعامل داشته و از توانایی اعطاف‌پذیری بالاتری هم بهره خواهد برد. خب در این صورت شما می‌توانید به ساده‌ترین شمل سوالات پایان باز برای بهبود کار استفاده کنید. شاید این امر کمی عجیب یا حتی غیرمنطقی به نظر برسد، اما با سوالات پایان باز فرآیند گفت‌وگو بیشتر ادامه پیدا می‌کند. اگر دوست دارید درباره سطح قیمت مناسب برای طرف مقابل سوال کنید، اصلا نباید عبارت «ظرت درباره ۱۵ هزار دلار چیست؟ قبولش می‌کنی؟» استفاده نمایید. در عوض یک ساختار مناسب سوالی این شکلی خواهد بود: «اگر ممکن است کمی درباره موجوده قیمت مناسب از نظر سازمان‌تان صحبت کنید.»

بی‌شک سوال دوم ساختار بازتری دارد. به همین خاطر مخاطب را ترغیب می‌کند تا بیشتر با شما تعامل داشته و از توانایی اعطاف‌پذیری بالاتری هم بهره خواهد برد. خب در این صورت شما می‌توانید به ساده‌ترین شمل سوالات پایان باز برای بهبود کار استفاده کنید. شاید این امر کمی عجیب یا حتی غیرمنطقی به نظر برسد، اما با سوالات پایان باز فرآیند گفت‌وگو بیشتر ادامه پیدا می‌کند. اگر دوست دارید درباره سطح قیمت مناسب برای طرف مقابل سوال کنید، اصلا نباید عبارت «ظرت درباره ۱۵ هزار دلار چیست؟ قبولش می‌کنی؟» استفاده نمایید. در عوض یک ساختار مناسب سوالی این شکلی خواهد بود: «اگر ممکن است کمی درباره موجوده قیمت مناسب از نظر سازمان‌تان صحبت کنید.»

بی‌شک سوال دوم ساختار بازتری دارد. به همین خاطر مخاطب را ترغیب می‌کند تا بیشتر با شما تعامل داشته و از توانایی اعطاف‌پذیری بالاتری هم بهره خواهد برد. خب در این صورت شما می‌توانید به ساده‌ترین شمل سوالات پایان باز برای بهبود کار استفاده کنید. شاید این امر کمی عجیب یا حتی غیرمنطقی به نظر برسد، اما با سوالات پایان باز فرآیند گفت‌وگو بیشتر ادامه پیدا می‌کند. اگر دوست دارید درباره سطح قیمت مناسب برای طرف مقابل سوال کنید، اصلا نباید عبارت «ظرت درباره ۱۵ هزار دلار چیست؟ قبولش می‌کنی؟» استفاده نمایید. در عوض یک ساختار مناسب سوالی این شکلی خواهد بود: «اگر ممکن است کمی درباره موجوده قیمت مناسب از نظر سازمان‌تان صحبت کنید.»

بی‌شک سوال دوم ساختار بازتری دارد. به همین خاطر مخاطب را ترغیب می‌کند تا بیشتر با شما تعامل داشته و از توانایی اعطاف‌پذیری بالاتری هم بهره خواهد برد. خب در این صورت شما می‌توانید به ساده‌ترین شمل سوالات پایان باز برای بهبود کار استفاده کنید. شاید این امر کمی عجیب یا حتی غیرمنطقی به نظر برسد، اما با سوالات پایان باز فرآیند گفت‌وگو بیشتر ادامه پیدا می‌کند. اگر دوست دارید درباره سطح قیمت مناسب برای طرف مقابل سوال کنید، اصلا نباید عبارت «ظرت درباره ۱۵ هزار دلار چیست؟ قبولش می‌کنی؟» استفاده نمایید. در عوض یک ساختار مناسب سوالی این شکلی خواهد بود: «اگر ممکن است کمی درباره موجوده قیمت مناسب از نظر سازمان‌تان صحبت کنید.»

این حال این نوع رفتار فقط از دل صحبت‌های زبیا بیرون نمی‌آید. به همین خاطر ما در این بخش سعی می‌کنیم ساز و کاری جدی برای آن فراهم کنیم. اولین نکته در این میان تلاش برای مکتوب کردن ساز و کار است. مثلا اگر شما دوست دارید همیشه با لحنی قاطع و همراه با پیشنهادهاتی مشخص سراغ مخاطب‌تان بروید، بد نیست از همان ابتدا این نکته را رعایت کنید. اگر در برخی از مذاکرات این مسئله را فراموش کنید، نظم کارتان با چالش رو به رو می‌شود.

شما باید سعی کنید اصول مذاکره‌تان را بدل به روندهایی مشخص کنید. دقیقا مثل جلسات تمرینی تیم‌های ورزشی که همیشه یک روند ثابت و روشن دارا!



شخصی کردن مسائل فقط بار روانی روی طرفین را زیاد خواهد کرد. در این شرایط احتمال رسیدن به یک توافق اصولی به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد. پس بهتر است به جای اینکه آتش منازعه را تقویت کنید، یکبار برای همیشه آن را خاموش نمایید. بی‌شک این کار ساده‌ای نیست، اما برای یک مذاکره اصولی بهترین روش خواهد بود.

**پذیرش معامله بد ممنوع: نکته‌ای کلیدی برای موفقیت**

اگر شما در شرایط قبول یک معامله یا مذاکره بد قرار گرفتید، لازم نیست به هر قیمتی آن را قبول کنید. خب چه کسی گفته همیشه شما باید کوتاه بیایید؟ این مسئله‌ای است که خیلی از کارآفرینان اصلا به طور درست رعایت نمی‌کنند. بعد هم دائما شاکي هستند که اجازه موفقیت از آنها سلب شده است. اگر شما دوست دارید در دنیای کسب و کار شانسسی برای خودنمایی داشته باشید، باید همیشه به فکر منافع بلندمدت برندتان باشید.

امروزه در حوزه مذاکره به طور کلی چند شیوه رایج وجود دارد. در همه شیوه‌ها شما باید اصول اساسی یا منابع حیاتی‌تان را روشن سازید. این منافع به هیچ وجه قابل مذاکره نبوده و باید تحت هر شرایطی تامین شوند. در نقطه مقابل اصولی قرار دارد که برای شما چندان حیاتی نیست. یعنی می‌توانید سر آنها با دیگران مذاکره کرده و حتی نسبت به برخی از آنها چشم‌پوشی کنید. مشکل اصلی در مذاکره وقتی شروع می‌شود که شما نمی‌توانید با اصلا دوست ندارید حدود منابع‌تان را روشن سازید. آن وقت این توهم سراغ‌تان می‌آید که همه نکات شامل منافع حیاتی است. خب در این صورت دیگر جایی برای مذاکره باقی نخواهد ماند.

هنر تفکیک میان منافع برای هر مدیری ضروری است. اگر شما در این رابطه مهارت کافی را ندارید، همیشه می‌توانید روی تحلیل اوضاع برند حساب ویژه‌ای باز کنید. این امر می‌تواند برای‌تان دردهسره‌های کمتری هم به همراه داشته باشد. مثلا به جای اینکه همین طور سرخود برخی از منابع اساسی را انتخاب کنید، وضعیت برند را زیر ذره بین برده یا حتی در گفت‌وگو با برخی

**نویسنده: علی‌الی علی**

حضور در دنیای کسب و کار بدون مذاکره قابل تصور نیست. همه مردم در دنیا نیاز به مذاکره به طور حرفه‌ای دارند. گاهی اوقات شما نمی‌توانید به این سادگی حرف‌تان را به کرسی نشاندنه یا به دیگران نشان دهید. بهترین راه برای انجام یک کار را دم دست دارید. در چنین شرایطی بهترین روش استفاده از مذاکره به طور حرفه‌ای خواهد بود. این امر نه‌تنها منافع شما را تا حد زیادی تامین خواهد کرد، بلکه دیگران را نیز در جریان امور و تامین منافع قرار می‌دهد بنابراین باید توجه ویژه‌ای به این فرایند داشته باشیم.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان برای اثرگذاری بر روی بازار باید همیشه شرایط مذاکره به طور حرفه‌ای را تمرین کنند. البته اینن امر دوره‌های آموزشی بی‌فایده‌ای را به همراه آورده که معمولا افراد پس از شرکت در آن هیچ چیز یاد نمی‌گیرند. به همین خاطر ما در این مقاله خودمان دستت به کار شده‌ایم تا به شما یاد دهیم یک مذاکره خوب چه شکلی باید باشد. شاید فکر کنید ما در این مقاله قصد داریم شما را با برخی از توصیه‌های خشک و خالی درباره اصول مذاکره تنها بگذاریم. خب در این صورت حساسی در اشتباهه هستید. این امر نه تنها به شما کمکمی نخواهد کرد، بلکه اوضاع‌تان از نظر مدیریت کسب و کار را نیز بهم می‌ریزد. خب چه کسی از یک کلاس درس بی‌فایده و خشک خوشش می‌آید. در عوض ما دنبال استفاده از یک فرایند کلیدی به منظور همراه ساختن شما در یک تجربه هیجان‌انگیز از مذاکره در بازار هستیم. این امر به شما امکان آشنایی هرچه دقیق‌تر با فرآیند مذاکره را داده و کارتان را نیز بی‌نهایت ساده‌تر خواهد کرد.

شما در این مقاله با برخی از بایدها در کنار نبایدهای اساسی مذاکره آشنا می‌شوید. ما سعی می‌کنیم در فرآیند بحث از مثال‌های مختلف برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب سود ببریم. این امر به شما کمک می‌کند تا سرنوشت بهتری از نظر اثرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته باشید. نکته کلیدی اینکه تمرکز بر روی نبایدها در کنار بایدها به شما این امکان را می‌دهد تا مذاکره را نه از پشت ویتزین، بلکه در قالب یک تجربه زیسته تجربه کنید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شوید تا وقت را از دست نداده‌ایم.

**نبایدهای مذاکره در بازار**

ما اول از همه قصد داریم با برخی از نبایدهای کلیدی در رابطه با دنیای کسب و کار شروع کنیم. این امر به شما یاد می‌دهد چطور کارتان را با حواس جمع پیش ببرید. خب خیلی وقت‌ها کارآفرینان آنقدر درگیر بایدها و اصول یک کار هستند که از خطاهای این حوزه غافل می‌شوند. درست به همین خاطر ما در این بخش قصد داریم کمی نگاه‌ها را عوض کنیم.

یادتان باشد، نبایدها یا خطاهای بسیار زیادی در رابطه با مذاکره وجود دارد. از آنجایی که ما در این مقاله فرصت محدودی داریم، سعی می‌کنیم برخی از کلیدی‌ترین اشتباهات را با شما در میان بگذاریم. اگر دوست داشتید، همیشه می‌توانید ماجراجویی‌تان در این رابطه را ادامه دهید.

**عجله ممنوع: اشتباهی نابودگر**

عجله در مذاکره هیچ جایگاهی ندارد. شما نمی‌توانید یک شب همه اختلاف نظر‌ها را حل کرده و انتظار داشته باشید طرفین بر سر یک سری اصول کلی به توافق برسند. این ماجرا نه تنها در میان کسب و کارها، بلکه در میان آدم‌های عادی نیز کمتر به چشم می‌خورد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز طرفدار شکل متفاوتی از توسعه تعاملات کاری هستیم.

عجله موجب می‌شود هر کدام از طرفین مذاکره سر برخی از اصول‌شان کوتاه بیایند. شاید این امر در نگاه اول خیلی جذاب و حتی مفید به نظر برسد، اما بعدا میان طرفیت دعوای بزرگی شکل خواهد گرفت. خب وقتی همه طرف‌ها بر سر اصول به توافق نمی‌رسند، ممکن است بعدا زیر مذاکره بزنند.

توصیه ما در این بخش تلاش برای اختصاص زمان مناسب به فرآیند مذاکره است. شاید این گزینه کمی سختگیرانه به نظر برسد، اما دیگر جای اما و اگر برای بعدا نخواهد گذاشت. اینطوری می‌توانید بدون دردهسر اضافه کارتان را پیش برده و مطمئن باشید پس از یک فرآیند طولانی مذاکره دیگر بر سر آن دعوا نخواهد شد. اگر شما همیشه عجله دارید تا بهترین اقدام را در دنیای کسب و کار صورت دهید، شاید بد نباشد کمی هم که شده خودتان را با دیگران مقایسه کنید. خب کارآفرینان بزرگ دنیا در عین حال که از سرعت بالایی برای پیشبرد کارها برخوردار هستند، اما برای مذاکره هیچ وقت عجله نمی‌کنند. این امر دلیل روشنی دارد: وقتی عجله داشته باشید، خیلی از نکات مهم از دیدتان مخفی خواهد ماند. آن وقت مذاکره نهایی ماهیت موقتی پیدا می‌کند.

شاید برخی از کارآفرینان سرشان برای مذاکره‌های متعدد درد کند، اما ما در روزنامه فرصت امروز اصلا

# فرصت امروز

**روزنامه مدیریتی – اقتصادی**

**| یکشنبه | ۲۷ خرداد ۱۴۰۳ | شماره ۲۴۸۵ | صفحه ۸ |**

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

**مدیر مسئول و سردبیر: محمد رضا قدیمی**

**چاپ: صمیم**

**دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵**

**دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۳۸**

**سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳**

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR