

سرمقاله

نظارت بر بانک‌ها در قانون بانک مرکزی

علی‌نظافتیان پژوهشگر حقوق بانکی

در صنعت بانکداری، نظارت حرفه‌ای بر عملیات بانکی و پولی بانک‌ها، امری ضروری است تا بانک‌ها، سپرده‌های مردم را در امور غیربانکی به کار نگیرند و نظام بانکی برخلاف مصالح عمومی جامعه حرکت نکند؛ وگرنه در غیر آن صورت، بانک‌ها با مقررات انضباطی بانک مرکزی و یا ارجاع پرونده به هیأت انتظامی روبه‌رو خواهند شد. البته ساختار مرجع نظارتی بانک‌ها و حدود اختیارات آنها در کشورهای مختلف متفاوت است. تقریباً در بیشتر کشورها، بانک مرکزی قانوناً وظیفه نظارت بر عملیات بانکی بانک‌ها و موسسات اعتباری را برعهده دارد، اما حد و مرز و حوزه نظارتی بانک مرکزی در کشورها با یکدیگر تفاوت دارد. حتی در برخی کشورهای پیشرفته در صنعت بانکداری، این نوع نظارت بانکی توسط موسساتی خارج از بانک مرکزی، ولی برای بانک مرکزی انجام می‌شود. در آمریکا، فدرال رزرو (Federal Reserve) با هدف نظارت بر عملیات بانکی در این کشور تأسیس شد. بانک مرکزی ایالات متحده با تصویب لایحه فدرال رزرو در سال ۱۹۱۳ و در پاسخ به یک رشته بحران‌های مالی تشکیل شد که نیاز به کنترل مرکزی سیستم پولی را نشان داد. این نهاد توسط شورای حکام فدرال رزرو اداره می‌شود که اعضایش توسط رئیس‌جمهور منصوب می‌شوند. دوازده شعبه بانکی فدرال رزرو در سراسر کشور آمریکا پراکنده‌اند و به تنظیم قوانین و نظارت بر بانک‌های خصوصی تجاری مشغول هستند. ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

سریال ورود پول حقیقی به بازار سهام متوقف شد

صعود بورس با طعم خروج پول

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات روز گذشته، ۱۵ هزار واحد بالا رفت و با ثبت رشد ۰٫۴ درصدی در ارتفاع ۳ میلیون و ۱۵۱ هزار واحد ایستاد. شاخص هم‌وزن نیز ۸ هزار واحد صعود کرد و با ثبت رشد ۰٫۹ درصدی و ورود به کانال ۹۰۰ هزار واحدی، به بالاترین سطح سطح خود از نیمه

دی ماه ۱۴۰۳ رسید. در آن سوی بازار هم شاخص کل فرابورس ۱۰۹ واحد افزایش یافت و با...

شاخص‌های رفاهی خانوارهای شهری و روستایی در ۲ دهه اخیر بررسی شد

جاماندگی رفاه خانوار

فرصت امروز: امروزه بحث رفاه خانوارها و رفاه اجتماعی نه‌تنها از بعد اقتصادی بلکه از ابعاد سیاسی و اجتماعی نیز حائز اهمیت است و تقریباً تمامی اقتصاددانان، یکی از اهداف عمده دولت را حفظ سطح رفاه خانوارها و افزایش آن می‌دانند. برای افزایش و نگه‌داشت سطح رفاه اجتماعی باید به دو متغیر مهم توجه شود؛ نخست، سطح رفاه خانوارها به عنوان متغیر ایجادکننده رفاه و دوم، نحوه توزیع درآمد در بین خانوارها. بنابراین در جوامع مختلف، حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر و بهبود توزیع درآمد همواره یکی از دغدغه‌های سیاست‌گذاران، قانونگذاران و دولت بوده است. در این زمینه، مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری در مطالعه‌ای به «رأورد و بررسی شاخص‌های رفاهی خانوارهای شهری و روستایی در دو دهه اخیر» پرداخته و می‌گوید: شاخص رفاه اجتماعی که نمایانگر الگوی مصرف واقعی مردم محسوب می‌شود، طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰، روند نزولی داشته است. براساس آمارها طی دو دهه گذشته، مخارج حقیقی خانوار به‌طور متوسط سالانه ۱٫۸ درصد برای خانوارهای شهری و ۴ درصد برای خانوارهای...

در نشست «تقدم و تأخر توسعه سیاسی یا اقتصادی در ایران» مطرح شد

حلقه مفقوده توسعه ایرانی

مدیریت و کسب‌وکار برندسازی بر پایه مسئولیت اجتماعی در عصر نوین

دنیای دیجیتال همه متر و معیارهای قدیمی را به هم ریخته است. نسل جدید مصرف‌کنندگان، به ویژه جوان‌ترها، تنها به دنبال خرید محصولی خوب نیستند. آنها از برندها انتظار دارند در برابر جامعه، محیط زیست و انسان‌ها نیز مسئول باشند. حالا برند محبوب آنها برندی نیست که صرفاً بیشترین فروش را دارد، بلکه برندی است که بیشترین مسئولیت‌پذیری را نیز از خود نشان می‌دهد. این تغییر نگرش، مسیر تازه‌ای برای برندسازی گشوده که در آن مسئولیت اجتماعی به یک رکن اساسی تبدیل شده است. از همین رو است که بسیاری از برندهای بزرگ دنیا مثل کوکا کولا، آدیداس و حتی غول‌های فناوری مثل مایکروسافت نیز وارد میدان مسئولیت‌های اجتماعی شده‌اند. این برندها نه تنها به دنبال فروش بیشتر هستند، بلکه می‌خواهند الهام‌بخش دگرگونی در جهان نیز باشند. یکی به سراغ حمایت از محیط زیست می‌رود، یکی...

فدرال رزرو با استقلال کامل مسئول تدوین سیاست‌های پولی، پیگیری رسیدن به اشتغال کامل، تثبیت قیمت‌ها و رشد اقتصادی در آمریکاست.

اما در انگلستان، نظارت بر بانک‌ها وموسسات اعتباری، کمی متفاوت از آمریکاست.

بانک انگلستان (Bank of England)، مسئولیت نظارت بر سیستم مالی کشور و حفظ ثبات مالی آن را برعهده دارد. این نهاد ناظر بر سیاست‌های پولی و مالی، در راستای کنترل تورم و نرخ بهره عمل می‌کند. نظارت بر بانک‌ها و موسسات اعتباری در انگلستان، یک فرآیند پیچیده و چند نهادهی است که برای حفظ ثبات مالی و حمایت از مشتریان، طراحی شده است. هوش مصنوعی در تحلیل سیستم نظارت بانکی در آمریکا و انگلیس و تفاوت‌هایش، می‌گوید: «درحالی‌که ممکن است هر دو سیستم نظارتی ایالات متحده و انگلستان به لحاظ اثربخشی و پیشرفتگی، نقاط قوت و ضعف خود را داشته باشند، اما می‌توان گفت، ایالات متحده به دلیل ساختار چندلایه و تحولات پس از بحران مالی، نظارت بر بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در این کشور به‌دقت و باتوجهبه ریسک‌های سیستماتیک بیشتری انجام می‌شود. در انگلیس با وجود ساختار متمرکزتر، ممکن است در برخی زمینه‌ها از لحاظ صداقت و نوآوری بهتر عمل کند. در نهایت، وجود شرایط خاص اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در هر کشور بر نحوه عملکرد نظام‌های نظارتی، تأثیر می‌گذارد.» البته در ساختار نظارت بانکی هر دو کشور، بانک‌ها و موسسات اعتباری هر کدام به طور مستقیم یا غیرمستقیم ذی‌مدخل هستند و بانک‌ها را با دست‌انبریز تعارض منافع به طور کامل از چرخه نظارت خارج نکرده‌اند. در این نکته، تردیدی نیست که نظارت بر عملیات بانکی بانک‌ها، امری بسیار ضروری است تا منابع مالی مردم که در اختیار بانک‌هاست، در امور غیربانکی مصرف نشود و بانک‌ها به جای بانکداری، با قدرت مالی فراوان وارد بازار سرمایه شوند و بلاجهت خلق پول نشود.

به نظر می‌رسد سیستم نظارت بر بانک‌های ایران در قانون جدید بانک مرکزی، از انگلستان گرفته شده است. قانون بانک مرکزی (مصوب ۱۷ آبان‌ماه ۱۴۰۰)، اهمیت ویژه‌ای در نظارت بانک مرکزی بر بانک‌ها و موسسات اعتباری داده و به نظر می‌رسد استقلال بانک مرکزی در این قانون، محو در افزایش قدرت نظارتی آن شده است. خلاصه آنکه قانون جدید بانک مرکزی در بحث اختیارات نظارتی بانک مرکزی، کم نگذاشته است. در این قانون حدوداً ۱۵۵ بار واژه «نظارت» به کار رفته است؛ گویی با لشکری از متخلفان بانکی روبه‌روست، حتی این قانون در زمینه طراحی ساختار سازمانی که قاعدتاً بایستی در اختیار رئیس کل و هیأت عامل بانک مرکزی باشد، خود رأی‌آند (در زمینه نظارت) دست به کار شده و در برخی موارد به جای هیأت عامل، زحمت طراحی ساختار سازمانی بانک مرکزی را برعهده گرفته است. در قانون بانک مرکزی، یک معاونت با اختیارات فوق‌العاده ویژه به نام «معاون تنظیم‌گری و نظارت» پیش‌بینی شده که به نظر می‌رسد در برخی موارد، اختیارات این معاونت، حتی از هیأت عامل بانک مرکزی فراتر رفته است. براساس چارت مصوب سازمانی، «معاونت اعتباری و نظارت» در حال حاضر دارای مدیریت‌های ستادی، شامل مرکز تنظیم‌گری، مدیریت کل تنظیم مقررات، مدیریت کل ارزیابی و صدور مجوز، مدیریت کل نظارت احتیاطی کلان و فناوریانه، اداره مبارزه با پولشویی و مبارزه با تروریسم، مرکز نظارت، مدیریت کل نظارت بانکی، مدیریت کل نظارت غیربانکی، مدیریت کل نظارت غیراحتیاطی اداره ارزیابی و راهبردهای نظارتی است. طبعاً هر یک از این تشکیلات، پست‌های مدیریتی و کارشناسی مختص به خود را دارند. این‌همه تشکیلات، نه‌تنها برای نظارت بر بانک‌ها و موسسات اعتباری است، بلکه قانون بانک مرکزی، پدیده‌ای جدید به نام «شاخص تحت نظارت» ابداع کرده و بانک مرکزی را ناظر قانونی اشخاص تحت نظارت داخل و بیرون نظام بانکی قرار داده است. در قانون بانک مرکزی، «شاخص تحت نظارت» اینطور تعریف شده است: «کلیه موسسات اعتباری، صندوق‌های قرض‌الحسنه، تعاونی‌های اعتبار و سایر موسسات سپرده‌پذیر، شرکت‌های واسپاری (لیزینگ)، صرافی‌ها، شرکت‌های مدیریت دارایی‌های موسسات اعتباری، شرکت‌های اعتبارسنجی ارائه‌دهنده خدمات به موسسات اعتباری و سایر اشخاصی که به انجام عملیات یا ارائه خدمات بانکی و ارائه ابزارهای پرداخت، اشتغال دارند، در این قانون با عنوان «شاخص تحت نظارت» یاد می‌شوند. تشخیص مصداق، برعهده بانک مرکزی است.»

با این تعریف و گستره شمول آن، اختیارات نظارتی بانک مرکزی تقریباً بی حد و مرز است و حتی در مواردی شامل اشخاص خارج از نظام بانکی نیز می‌شود؛ زیرا در همین قانون، «افزایش توان نظارت بانک مرکزی بر «شاخص تحت نظارت» جزو اهداف قانون تعیین شده است. بر همین اساس، بانک مرکزی قانوناً موظف است «شاخص تحت نظارت» را به اعمال قواعد نرم‌افزاری و فرآیندهای موردنظر

بانک مرکزی در سامانه‌های داخلی خود مکلف نموده و از این طریق بر عملیات «شاخص تحت نظارت»، به ویژه مؤسسات اعتباری و نقل و انتقال وجه توسط آنها نظارت کند.» شاید ایجاد «شورای تنظیم‌گری نظارت بانکی» در راستای تحقق همین اهداف نظارتی بوده است. اعضای شورای تنظیم‌گری و نظارت بانکی عبارتند از: ۱- قائم‌مقام رئیس کل (رئیس) ۲- معاون تنظیم‌گری و نظارت (دبیر) ۳- معاون حقوقی رئیس کل ۴- اعضای موضوع جزء ۵) بند «الف» ماده ۷) این قانون ۵- اعضای از هیأت عامل که رئیس کل عضویت آنان را در این شورا لازم می‌داند. وظایف قانونی شورای تنظیم‌گری و نظارت بانکی نیز عبارت است از: ۱- آماده‌سازی دستور، کار و پیش‌نویس مصوبات هیأت عالی در موضوعات مرتبط با تنظیم‌گری و نظارت بانکی ۲- ارزیابی اثربخشی تصمیمات بانک مرکزی در حوزه تنظیم‌گری و نظارت بانکی و ارائه گزارش به هیأت عالی ۳- پایش مستمر عملکرد «شاخص تحت نظارت» از جهت تمکین به دستورالعمل‌های ابلاغی بانک مرکزی درخصوص حفظ سلامت و ثبات شبکه بانکی و ارائه پیشنهاد‌های تشویقی یا تنبیهی لازم به هیأت عالی ۴- انجام سایر امور که توسط هیأت عالی یا رئیس کل ارجاع می‌شود. در همین زمینه، طبق گزارش روابط‌عمومی بانک مرکزی، رئیس مرکز تنظیم‌گری بانک مرکزی، گفته است: «معاونت تنظیم‌گری و نظارت دارای دو بازوی اصلی شد: بازوی تنظیم‌گری که تحت عنوان «هرکز تنظیم‌گری» تعریف شد و بازوی نظارتی که مدیریت کل تنظیم مقررات، مدیریت کل مجوزها و ارزیابی مدیران، کنار اداره مجوزها تحت عنوان «داره ارزیابی مدیران» ایجاد شده است. این ادارات، نظامی را در سطح کشور ایجاد خواهند کرد که براساس آن، ارزیابی مستمر مدیران شبکه بانکی و سایر اشخاص تحت نظارت صورت خواهد گرفت. به گفته «حجت اسماعیل‌زاده»، مدیریت کل نظارت: «رسیدگی به تخلفات «شاخص تحت نظارت» و اعمال کنار اداره کل نظارت احتیاطی و فناوریانه و اداره مبارزه با پول‌شویی در زیرمجموعه مرکز تنظیم‌گری قرار دارند که در قالب ساختار جدید معاون تنظیم‌گری و نظارت شکل گرفته است. این ساختارها کمک کرده‌اند که در حوزه‌های ارزیابی اشخاص تحت نظارت و توسعه فناوری‌های نظارتی و افزایش شفافیت اطلاعاتی و گزارشگری، گام‌های اساسی در سال ۱۴۰۳ برداشته شود.»

همچنین فصل پنجم قانون بانک مرکزی، بخشی از وظایف این بانک را بدین‌گونه تعیین کرده است: «بانک مرکزی موظف است اقدامات حاکمیتی موضوع این فصل را در موارد زیر با استفاده از ساختار و ترتیباتی که در موارد بعد بیان می‌شود، پیگیری نماید: ۱- رسیدگی به تخلفات «شاخص تحت نظارت» و اعمال مجازات‌های قانونی در مورد آنها ۲- رسیدگی به اختلافات «شاخص تحت نظارت» با یکدیگر و تدوای حقوقی مشتریان و سایر ذینفعان علیه «شاخص تحت نظارت» و بالعکس ۳- پیگیری جرائم پولی و بانکی-تبصره: رئیس کل در چارچوب این قانون و مصوبات هیأت عالی، نماینده تام‌الاختیار بانک مرکزی در کلیه موارد فوق است و می‌تواند اختیارات نظارتی خود را به هر یک از معاونانش تفویض کند. وظایف و اختیاراتی که در قانون برای معاونان رئیس کل پیش‌بینی شده، نافی اختیارات و مسئولیت رئیس کل نیست.»

ضمناً در صورت بروز تخلفات بانکی، قانون بانک مرکزی یک مرجع شبه قضایی به نام «هیأت انتظامی بانک مرکزی» پیش‌بینی کرده تا به تخلفات اشخاص تحت نظارت رسیدگی کند. طبق ماده ۲۲ قانون بانک مرکزی، تخلفات اشخاص تحت نظارت که رسیدگی به آنها در صلاحیت هیأت انتظامی است، عبارت است از: «تخلف از تعهدات ارائه‌شده به بانک مرکزی در مورد انجام اقدامات اصلاحی، ۵- هرگونه رفتار «شاخص تحت نظارت» که به تشخیص معاون تنظیم‌گری و نظارت می‌تواند به نارتاری وی یا سایر «شاخص تحت نظارت» یا اختلال در نظام پرداخت کشور منتهی شود. ۶- عدم رعایت ضوابط تنظیم و نگهداری صحیح دفاتر، حساب‌ها، اطلاعات و صورت‌های مالی مطابق با مقررات و دستورالعمل‌های ابلاغی بانک مرکزی و عدم ارائه به‌موقع، صحیح و کامل داده‌ها، اطلاعات، صورت‌های مالی و گزارش‌ها به بانک مرکزی ۷- مشارکت حقوقی یا سرمایه گذاری مستقیم و به نگاهداری مؤسسه اعتباری خارج از ضوابط و حدودی که بانک مرکزی با رعایت و در چارچوب قوانین اعلام می‌کند. ۸- خودداری از ارائه اطلاعات در مواردی که «شخص تحت نظارت» مکلف به ارائه آن بوده و خودداری از آن به موجب قانون تخلف محسوب شده باشد. ۹- جلوگیری از اعمال رفتار بانک مرکزی با اخلا در آن از طریق اقداماتی نظیر جلوگیری از حضور بازرسان، ارائه اطلاعات و آمار اشتباه و گمراه‌کننده، ارائه اطلاعات ناقص، تعلل و تأخیر در ارائه اطلاعات خواسته شده ۱۰- به‌کارگیری افراد به عنوان عضو هیأت‌مدیره و هیأت عامل و یا سایر مناصبی که حسب قانون یا

مقررات، نیازمند تأییدیه هستند، بدون کسب تأییدیه صلاحیت عمومی و حرفه‌ای از بانک مرکزی با مرجع مربوط- تبصره: حکم این جزء مانع رعایت قانون نحوه انتصاب اشخاص در مشاغل حساس مصوب ۱۴۰۱/۷/۱۰ در مواردی که مشمول قانون مذکور می‌شوند، نیست. ۱۱- توقف فعالیت بدون عذر موجه ۱۲- ارائه خدمت به اشخاصی که به موجب این قانون یا سایر قوانین، ارائه خدمت به آنها ممنوع است. ۱۳- عدم اجرای درخواست‌های صندوق ضمانت سپرده‌ها در مواردی که به موجب این قانون یا قوانین دیگر به صندوق اختیار داده شده است. ۱۴- عدم رعایت سقف‌های مذکور در بندهای ۹)، ۱۰) و ۱۱) ماده ۸) قانون.» این تخلف‌ها نیز بی‌مجازات نیستند بلکه برابر با مقررات قانون بانک مرکزی، این گونه تخلفات مشمول مجازات‌های قانونی و غالباً مجازات‌های مالی براساس حکم هیأت انتظامی بانک مرکزی می‌شوند. انواع مجازات انتظامی پیش‌بینی‌شده در قانون بانک مرکزی، عبارت است از: ۱- اخطار کتبی به «شخص تحت نظارت» متخلف یا هر یک از سهامداران مؤثر و مدیران ۲- سلب صلاحیت موقت یا دائم هر یک از سهامداران مؤثر و مدیران ۳- سلب نظارت ۴- اعمال جریمه نقدی برای سهامداران مؤثر «شخص تحت نظارت» تا سقف پانصد میلیارد ریال یا ۱۰ درصد ارزش روز سهام آنها یا پنج برابر میزان تخلف، هر کدام که بیشتر باشد. ۴- اعمال جریمه نقدی برای مدیران «شخص تحت نظارت» تا سقف پنجاه میلیارد ریال یا پنج برابر میزان تخلف هر کدام که بیشتر باشد. ۵- انفصال موقت یا دائم هر یک از اعضای هیأت‌مدیره، هیأت عامل یا مدیران «شخص تحت نظارت» از خدمات دولتی و عمومی ۶- اعمال محدودیت یا ممنوعیت درخصوص توزیع سود یا اندوخته بین سهامداران مؤثر توسط «شخص تحت نظارت» تا سقف پنج ساله ۷- سلب حق رأی سهامداران مؤثر متخلف ۸- سلب حق تقدم ناشی از افزایش سرمایه «شخص تحت نظارت» برای سهامدار مؤثر متخلف ۹- تعلیق مجوز «شاخص تحت نظارت» متخلف حداکثر به مدت سه‌ساله ۱۰- لغو مجوز «شاخص تحت نظارت» متخلف، برای پیگیری تخلفات مورد اشاره، معاون تنظیم‌گری نقش اساسی خواهد داشت. قانون بانک مرکزی در این مورد، گفته است: «معاون تنظیم‌گری و نظارت علاوه بر انجام‌وظیفه به عنوان دانش‌ان انتظامی بانک مرکزی، وظایف و اختیارات زیر را برعهده دارد: ۱- صدور، تعلیق، تمدید و لغو مجوز «شاخص تحت نظارت» در چارچوب قوانین مربوط تبصره - صدور، تعلیق، تمدید و لغو مجوز مؤسسات اعتباری توسط معاون تنظیم‌گری و نظارت مستلزم اخذ موافقت هیأت عالی است. ۲- نظارت بر حسن اجرای مقررات توسط «شاخص تحت نظارت» و ارائه گزارش به رئیس کل و هیأت عالی ۳- اعلان عمومی و به‌روزرسانی فهرست «شاخص تحت نظارت» ۴- پایش مستمر شاخص‌های ثبات و سلامت بانکی و ارائه گزارش به رئیس کل و هیأت عالی ۵- راهبری فرآیند بازسازی و گزیر مؤسسات اعتباری ۶- انجام سایر وظایفی که از طرف رئیس کل یا هیأت عالی به معاون تنظیم‌گری و نظارت ارجاع می‌شود.» افزون بر این اختیارات همچنین «درصورتی‌که معاون تنظیم‌گری و نظارت اقدامات پیشگیرانه را کافی نداند، می‌تواند پس از کسب موافقت رئیس کل، مؤسسه اعتباری را ملزم کند تا ظرف یک ماهه برنامه بازسازی خود را که قبلاً به تأیید شورای تنظیم‌گری و نظارت بانکی رسیده است، به‌موقع به اجرا بگذارد یا حسب درخواست معاون تنظیم‌گری و نظارت، برنامه بازسازی خود را اصلاح و پس از تأیید، اجرا نماید. درصورتی‌که ظرف مهلت مقرر برنامه بازسازی مؤسسه اعتباری به بانک مرکزی ارائه نشود یا برنامه ارائه شده به تأیید شورای تنظیم‌گری و نظارت نرسد، معاون تنظیم‌گری و نظارت، برنامه بازسازی مؤسسه اعتباری موردنظر را رأی‌آست تهبیه و جهت تصویب به شورای مزبور ارائه می‌نماید.»

علاوه بر هیأت انتظامی، قانون بانک مرکزی همچنین برای رسیدگی به اختلافات حقوقی بین اشخاص تحت نظارت با یکدیگر، یک نهاد شبه قضایی جدید نیز تأسیس کرده است. براساس مقررات ماده ۲۵ قانون بانک مرکزی، «اختلافات حقوقی «اشخاص تحت نظارت» با یکدیگر و با مشتریان آنها و سایر اشخاص ذی‌ربط، که مرتبط با موضوع فعالیت مصرح در اساسنامه «شاخص تحت نظارت» باشد، توسط شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی رسیدگی می‌شود. شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی با استفاده از امکانات و نیروی انسانی موجود قوه قضائیه و در محدوده امکانات آن قوه در مراکز استان‌ها و شهرهای پرجمعیت تشکیل می‌شود. شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی شامل شعب بدوی و تجدیدنظر هستند. ب- بانک مرکزی می‌تواند با تأیید هیأت عالی، کارشناسی را برای ارائه

مشاوره به قضات شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی به رئیس قوه قضائیه معرفی کند. کارشناسان مذکور، از طریق رؤسای کل دادگستری استان‌ها به شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی معرفی می‌شوند. قضات شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی موظفند قبل از انشای رأی، نظر کارشناس یا کارشناسان معرفی شده به شعبه را استعلام کنند و در صورتی که رأی آنان خلاف نظر کارشناس یا کارشناسان معرفی شده باشد، باید در متن رأی خود، دلایل رد نظر کارشناسی را تصریح نمایند. پ - شعب ویژه رسیدگی به اختلافات بانکی از حیث دادرسی و هزینه دادرسی تابع قوانین مربوط هستند. ت - حق ارحمه کارشناسان موضوع این ماده توسط هیأت عالی تعیین و از محل بودجه بانک مرکزی پرداخت می‌شود. ث - کارشناسان مذکور در بند «ب» این ماده نباید هیچ‌گونه رابطه مالکیتی، مدیریتی یا مشاوره‌ای با «شخص تحت نظارت» طرف دعوی داشته باشند. ج - «اشخاص تحت نظارت» مشمول قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۸۴/۹/۱ باید برای رسیدگی به اختلافات فیمابین خود، به هیأت داورى موضوع ماده (۳۶) قانون یادشده مراجعه و طرح دعوی نمایند.»

ظاهراً طراحان قانون بانک مکزى، این بانک و اختیارات نظارتی آن را با مراجع قضایی اشتباه گرفته‌اند. معاون نظارت و تنظیم‌گری علاوه بر تخلفات بانکی همچنین در موضوع اصلاح یا بازسازی یا «گزیر» بانک‌ها و مؤسسات اعتباری نیز ذی‌مدخل است: «درصورتی‌که هیأت عالی با اعطای تسهیلات اضطراری موافقت کند، معاون تنظیم‌گری و نظارت موظف است ضمن مطالبه برنامه بازسازی از مؤسسه اعتباری متقاضی، در صورت نیاز برای حصول اطمینان در آن مؤسسه، ناظر مقیم منصوب باشد. ث - معاون تنظیم‌گری و نظارت موظف است پیش از انقضای مدت تسهیلات اضطراری، گزارش‌های وضعیت مؤسسه اعتباری مورد نظر برای تصمیم‌گیری به رئیس کل و هیأت عالی ارائه کند. هیأت عالی پس از استماع گزارش معاون تنظیم‌گری و نظارت می‌تواند تسهیلات موضوع این بند را برای نخستین‌بار با رأی موافق دو سوم و برای بار دوم، با رأی موافق سه چهارم اعضا تمدید نماید. تمدید تسهیلات مزبور بیشتر از دو نوبت مجاز نیست.»

در مجموع، بسیار بعید به نظر می‌رسد بانک مرکزی تا آن حد از تشکیلات کارشناسی برخوردار باشد که بتواند به این‌همه امور و تخلفات اشخاص داخل و برون نظام بانکی کشور رسیدگی نموده و اعمال مجازات انتظامی نماید. بانک مرکزی در هیچ کشوری یک مرکز قضایی نیست، بلکه فقط ناظر قانونی بانک‌هاست. به نظر می‌شود، تنظیم‌گری و نظارت و اختیارات قانونی معاون تنظیم‌گری و نظارت

در قانون بانک مرکزی، نوعی افراط در تنظیم‌گری و نظارت مشهود است که در مراحل اجرایی، هم بانک مرکزی و هم شبکه بانکی کشور را دچار مشکلات اجرایی فراوان خواهد کرد. این مقررات به گونه‌ای است گویی بانک مرکزی وظیفه دارد به همه تخلفات بیرون و درون نظام بانکی کشور که به طور مستقیم یا غیرمستقیم متعلق به بانک‌ها یا شبکه بانکی کشور مرتبط هستند، رسیدگی و اعمال مجازات قانونی نماید. بعید است بانک مرکزی، امکانات کارشناسی و پشتیبانی لازم اداری برای رسیدگی به این‌همه اختلافات یا تخلفات داخل و بیرون سیستم بانکی کشور را داشته باشد. از طرفی، مشکلات فعلی نظام بانکی کشور، تنها محدود و منحصر به مباحث نظارتی نیست. مشکلات ناترازی برخی بانک‌ها، هزینه تمام شده تجهیز منابع بانک‌ها، تأثیرات منفی تسهیلات تکلیفی بر توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها و... اینها مشکلاتی نیست که فقط با اعمال موازین نظارتی بتوان آن‌ها را حل کرد. افراط در قانونگذاری بدون توجه به امکانات اجرایی قوانین موردنظر و همچنین حذف مدیران شبکه بانکی کشور از چرخه نظارت و هیأت انتظامی یا ادعای تعارض منافع، پسندیده نیست و شبکه بانکی کشور را دچار مشکلات اجرایی نظارتی فراوان خواهد کرد.

ولاک‌الرحمه
جناب آقای کایدی
کارشناس فرهنگی اداره کل ارشاد اسلامی استان البرز
درگذشت پدر گرامی‌تان را به شما تسلیت عرض نموده، برای آن‌رحوم رحمت الهی و برای شما و سایر بازماندگان صبر شکیبایی آرزومندیم.
عابد- سرپرست روزنامه در استان و کلیه همکاران در ارشاد استان البرز

چرا دور سوم مذاکرات ایران و آمریکا دشوارتر است؟

تهران و واشنگتن در تقاطع کلیدی

ایالات متحده و ایران از روز گذشته، سومین دور از مذاکرات هسته‌ای را آغاز کردند؛ مذاکراتی که کارشناسان، آن را ورود به مرحله‌ای دشوارتر از گفت‌وگوهای فنی توصیف می‌کنند. مذاکرات فنی از این نظر «چالش‌برانگیز» است که به مسائلی می‌پردازد که در توافق سال ۲۰۱۵ دنبال نشدند. «مارکو روبیو»، وزیر امور خارجه آمریکا اخیراً اعلام کرد که آمریکا انتظار ندارد ایران به غنی‌سازی مستقل مواد هسته‌ای خود بپردازد، بلکه ترجیح می‌دهد سوخت هسته‌ای مورد نیاز برای برنامه انرژی غیرنظامی خود را وارد کند. این در حالی است که ایران بارها اعلام کرده است که حق غنی‌سازی اورانیوم برایش غیرقابل مذاکره است. به نوشته «سی‌ان‌ان»، با وجود تهدید ترامپ به حملات نظامی آمریکا و رژیم صهیونیستی علیه سیاست‌های هسته‌ای ایران در صورت عدم پذیرش توافق، هر دو طرف مذاکرات پیشین را مثبت ارزیابی کرده‌اند. با این حال، مذاکرات روز شنبه ممکن است پیچیده‌تر باشند؛ چراکه قرار است درباره جزئیات برنامه هسته‌ای ایران گفت‌وگو شود؛ حوزه‌ای که تهران و واشنگتن همچنان اختلافات عمیقی بر سر آن دارند.

ترامپ اعلام کرده که خواهان توافقی «قوی‌تر» با ایران نسبت به توافقی است که در سال ۲۰۱۵ در دوره «باراک اوباما» حاصل شد اما طی ماه گذشته، مقامات آمریکایی در مورد خواسته‌های‌شان مواضع متناقضی اتخاذ کرده‌اند. درحالی که هدف اعلامی آمریکا «جلوگیری از دستیابی ایران به سلاح هسته‌ای» است، همچنان مشخص نیست که آیا ایالات متحده خواهان برچیدن کامل برنامه هسته‌ای ایران -از جمله بخش انرژی غیرنظامی آن - است یا اینکه با وجود چنین برنامه‌ای موافق است، به شرطی که ایران از غنی‌سازی اورانیوم در داخل کشور دست بکشد. در همین ماه، «استیو ویتکاف» نماینده ترامپ در مذاکرات هسته‌ای با ایران، گفت نیازی نیست ایران اورانیوم را بیش از میزان مورد نیاز برای یک برنامه انرژی هسته‌ای صلح‌آمیز غنی‌سازی کند. با این حال، او مستقیماً خواستار توقف کامل غنی‌سازی اورانیوم یا برچیدن برنامه هسته‌ای ایران نشد. اما یک روز بعد، او در بیانیه‌ای در شبکه اجتماعی «لیکس»، موضع خود را تغییر داد و گفت هر توافق نهایی با ایران مستلزم «توقف و حذف کامل برنامه غنی‌سازی و تسلیحاتی هسته‌ای» این کشور خواهد بود.

در همین حال، «پیث هگست» وزیر دفاع آمریکا خواستار برچیدن کامل برنامه هسته‌ای ایران شده است. از سوی دیگر، «مارکو روبیو» روز چهارشنبه در مصاحبه‌ای گفت که ایران می‌تواند برنامه هسته‌ای غیرنظامی داشته باشد، اما باید سوخت هسته‌ای مورد نیاز خود را وارد کند و در داخل تولید نکند. «روبیو» به روزنامه «فری پرس» گفت: «گر آنها بخواهند، مسیری برای داشتن یک برنامه هسته‌ای غیرنظامی و صلح‌آمیز وجود دارد اما اگر بر غنی‌سازی اورانیوم بافشاری کنند، در این صورت تنها کشوری خواهند بود که بدون داشتن برنامه تسلیحات هسته‌ای همچنان به غنی‌سازی ادامه می‌دهد. به نظر من، این مسئله مشکل‌زاست.» گرچه در اغلب کشورهایی که اورانیوم را در داخل غنی‌سازی می‌کنند، برنامه تسلیحات هسته‌ای هم وجود دارد، اما برخی کشورها از این قاعده استثنایی هستند. برای مثال، برزیل بخشی از نیاز اورانیوم خود برای برنامه انرژی هسته‌ای را در داخل کشور غنی‌سازی می‌کند. در همین حال، کنسرسیوم هسته‌ای انگلیس-آلمان-هلند موسوم به «پونکگو» نیز در آلمان و هلند تأسیسات غنی‌سازی دارد، درحالی که هیچ‌یک از این کشورها تسلیحات هسته‌ای ندارند. این کشورها همچون ایران، عضو پیمان منع گسترش سلاح‌های هسته‌ای سازمان ملل (NPT) هستند؛ پیمانی که هدف آن، جلوگیری از اشاعه تسلیحات هسته‌ای است. هفته گذشته، «کریس رایت»وزیر انرژی آمریکا در گفت‌وگو با «ویویرک تایمز» در عربستان سعودی اعلام کرد که ریاض و واشنگتن در «مسیر» دستیابی به توافقی هستند که ممکن است به عربستان اجازه دهد اورانیوم را در خاک خود غنی‌سازی کند. او گفت: «موضوع اصلی، کنترل فناوری‌های حساس است. آیا راه‌حلی وجود دارد که اجازه غنی‌سازی در عربستان را بدهد؟»

ایران بر حق خود برای غنی‌سازی اورانیوم بافشاری کرده و دولت ترامپ را به ارسال پیام‌های ضدونقیض متهم کرده است. «عباس عراقچی»، وزیر امور خارجه ایران و نماینده کادر در مذاکرات هسته‌ای گفت: «برنامه غنی‌سازی ایران یک موضوع واقعی و اصیل است و ما آماده‌یم برای رفع نگرانی‌های احتمالی اعتمادسازی کنیم، اما موضوع غنی‌سازی غیرقابل مذاکره است.» تهران خطوط قرمز خود را در مذاکرات مشخص کرده است، از جمله «زبان تهدیدآمیز» دولت ترامپ و «خواسته‌های بیش از حد درباره برنامه هسته‌ای ایران.» همچنین رسانه‌های ایرانی اعلام کرده‌اند که ایالات متحده باید از طرح مسائل بین‌المللی به صنایع دفاعی ایران خودداری کند، که احتمالاً اشاره به برنامه موشک‌های بالستیک ایران دارد. در همین حال، رهبر ایران با احتیاط فراوان به مذاکرات نزدیک شده است و در نخستین اظهارات خود درباره این موضوع گفت که تهران نسبت به مذاکرات با آمریکا «به هیئت از حد خوش‌بین است و نه بیش از حد بدبین» به گزارش «کویران». تهران همچنین تلاش کرده توافقی «عراقچی» هسته‌ای را به‌عنوان فرصتی سودآور برای آمریکا نیز جلوه دهد. این هفته «عراقچی» بر احتمال مشارکت شرکت‌های آمریکایی در برنامه انرژی هسته‌ای ایران تأکید کرد و وعده داد که «دهها میلیارد دلار قرار داد بالقوه» در انتظار آنها خواهد بود.

همزمان با مذاکرات سطح بالا بین «عراقچی» و «ویتکاف» در روز شنبه، تیم‌های فنی نیز کار بر روی جزئیات یک توافق احتمالی را آغاز خواهند کرد. «تامی بروس»، سخنگوی وزارت خارجه آمریکا در روز پنجشنبه گفت که «مایکل آنتون» رئیس برنامه‌ریزی سیاست‌گذاری در وزارت خارجه، ریاست تیم فنی آمریکا را برعهده خواهد داشت. به گفته یک منبع آگاه، این تیم شامل ۱۲ کارشناس در سطح اجرایی از نهادهای مختلف دولت آمریکا خواهد بود و بر روی جزئیات فنی مسیر رسیدن به توافقی جدید تمرکز خواهد کرد، از جمله مسائل مربوط به لغو تحریم‌ها و محدودیت‌های مربوط به برنامه هسته‌ای ایران. «ریتا پارسی» معاون اجرایی مؤسسه کوئینسی مستقر در واشنگتن، گفت که مذاکرات فنی «چالش‌برانگیز» خواهند بود؛ چراکه قرار است به مسائلی بپردازند که در توافق ۲۰۱۵ دنبال نشدند. او افزود: «این نیازمند تخصص فنی است تا مطمئن شویم ایده‌های مختلف واقعاً قابلیت اجرا دارند.» علاوه بر موضوع غنی‌سازی، ممکن است پیچیدگی‌های بیشتری ایجاد شود، مانند درخواست واشنگتن برای برچیدن کامل برنامه هسته‌ای ایران به سبک لیبی؛ پیشنهادی که رژیم صهیونیستی بر آن پافشاری دارد. لیبی در سال ۲۰۰۳، برنامه هسته‌ای خود را به امید آغاز دورانی تازه در روابط با ایالات متحده پس از ده دهه تحریم نفتی علیه رژیم «هممر قذافی» کنار گذاشت اما پس از حذف برنامه هسته‌ای، لیبی به‌دلیل قیام سال ۲۰۱۱ که با حمایت ناتو انجام شد، وارد جنگ داخلی شد؛ قیامی که به سرنگونی «قذافی» و قتل او انجامید.

مقامات ایرانی بارها هشدار داده‌اند که توافقی مشابه از همان ابتدا مردود خواهد بود. «ریتا پارسی» همچنین هشدار داد که اگر ایالات متحده خواستار آن شود که محدودیت‌های اعمال‌شده بر برنامه هسته‌ای ایران «دائمی» باشند، می‌تواند مانعی دیگر در مسیر مذاکرات ایجاد کند. او گفت: «یعنی برخلاف توافقی‌های معمول کنترل تسلیحات، که محدودیت‌ها در آنها محدود به زمان هستند و در نهایت به پایان می‌رسند، این توافق اینگونه نباشد.»

توافق سال ۲۰۱۵ تاریخ انقضا داشت و قرار بود در اکتبر ۲۰۲۵ به پایان برسد، مگر آنکه شورای امنیت سازمان ملل تصمیم دیگری اتخاذ کند؛ ترامپ که در سال ۲۰۱۸ از این توافق خارج شد، محدودیت زمانی ۱۰ ساله آن را به شدت مورد انتقاد قرار داد و گفت حتی اگر ایران به‌طور کامل به تعهداتش عمل کند، می‌تواند در مدت زمانی کوتاه به آستانه هسته‌ای برسد. «پارسی» در ادامه گفت که ممکن است فرصتی برای تمدید مدت زمان محدودیت‌ها وجود داشته باشد: «ما هر تلاشی برای اعمال محدودیت‌های دائمی و همیشگی احتمالاً با شکست مواجه خواهد شد و شاید این شکست از پیش طراحی شده باشد.» رژیم صهیونیستی یکی از سرسخ‌ترین طرفداران برچیدن کامل برنامه هسته‌ای ایران است. منابع آگاه پیش‌تر گفته بودند که خبر آغاز مذاکرات هسته‌ای میان آمریکا و ایران «قطعا مورد پسند رژیم صهیونیستی نیست» و مشخص نیست که آیا «تتائیلو» از قبل در جریان این مذاکرات قرار گرفته یا در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داشته است یا نه. تنها توافقی که برای «تتائیلو» قابل قبول خواهد بود، توافقی «به سبک لیبی» است؛ یعنی تسلیحات کامل ایران از برنامه هسته‌ای، روزنامه «ویویرک تایمز» هفته گذشته گزارش داد که ترامپ از رژیم صهیونیستی خواسته است که دست‌کم تا ماه آینده از حمله به تأسیسات هسته‌ای ایران خودداری کند تا فرصت برای پیشرفت مذاکرات با تهران فراهم شود. دفتر نخست‌وزیر رژیم صهیونیستی، صحت این گزارش را رد نکرد، اما تأکید کرد که اقدامات رژیم صهیونیستی، باعث عقب‌افتادن برنامه هسته‌ای ایران شده است. ترامپ در پاسخ به این گزارش گفت: «منی گویم مصرف‌شان کردم، اما مجله‌ای هم برای انجام این کار ندارم، چون فکر می‌کنم ایران می‌تواند کشوری بزرگ باشد و بدون جنگ و مرگ، زندگی خوبی داشته باشد.»

در نشست «تقدم و تأخر توسعه سیاسی یا اقتصادی در ایران» مطرح شد

حلقه مفقوده توسعه ایرانی



«حجت کاظمی»، استاد علوم سیاسی دانشگاه تهران هم در این نشست با رویکردی فلسفی به موضوع پرداخت و توسعه سیاسی را پیچیده‌تر از توسعه اقتصادی دانست. به عقیده «کاظمی»، توسعه سیاسی، مفهومی گسترده‌تر و پیچیده‌تر از توسعه اقتصادی است. او به «سوگیری ذهنی» در تحلیل توسعه، اشاره کرد و گفت: این تصور که ارزش‌های والای توسعه باید حتماً با همدیگر محقق شوند، «سوگیری ذهنی» است؛ درحالی‌که در واقعیت، این ارزش‌ها ن‌تنها هماهنگ نیستند بلکه گاهی در تضاد با یکدیگر قرار می‌گیرند. استاد علوم سیاسی دانشگاه تهران سپس به دیدگاه کلاسیک «سیمور مارتین لیپست» اشاره کرد و یادآور شد: این دیدگاه، توسعه اقتصادی را مقدم بر توسعه سیاسی می‌داند. در نقطه مقابل، دیدگاه‌هایی هم وجود دارند که برای نیل به توسعه سیاسی، وجود دولت مقتدر از الزامی می‌انند، همچون دیدگاه «علی‌اکبر داور» در دوره پهلوی. «سیمور مارتین لیپست» در دوران معاصر، «کاظمی» را همچنین از نظریه‌پردازانی چون «آمارتیا سن» و «رابینسون» یاد کرد و افزود: اینها می‌گویند که توسعه پایدار بدون نهادهای دموکراتیک و پاسخگو ممکن نیست. «آمارتیا سن» حتی به‌صراحت اعلام کرده که کشورهای دموکراتیک هرگز دچار حلقه قطعی نمی‌شوند، چون نهادهای‌شان نسبت به بحران‌ها واکنش نشان می‌دهند.

او در بخش پایانی سخنانش به تجربه تاریخی جنبش مشروطه در ایران، اشاره کرد و گفت: مشروطه می‌خواست توسعه را از طریق قانون‌گرایی محقق کند، اما چون ساختار سیاسی ایران توده‌ای باقی ماند، موفق نشد. بنابراین به نظر می‌رسد در دموکراسی‌های شکننده، دموکراتیزاسیون می‌تواند به تشدید شکاف‌های قومی و توزیع رانت بینجامد و نه توسعه واقعی.

با توسعه اقتصادی، دموکراسی محقق نمی‌شود

«فرزاد کلبعلی»، استاد مدعو سابق دانشگاه تهران، دیگر سخنران نشست «تقدم و تأخر توسعه اقتصادی یا سیاسی در ایران» بود که دیدگاه متفاوتی از دیگر حاضران، ارائه کرد و گفت: نوع نظام سیاسی الزاما تعیین‌کننده میزان رشد اقتصادی نیست. به گفته «کلبعلی»، در کشورهای دموکراتیک هرچند درآمد سرانه بالاست، اما رشد جمعیت در کشورهای غیردموکراتیک موجب پایین بودن نرخ رشد اقتصادی‌شان شده است. بنابراین به نظر می‌رسد که با توسعه اقتصادی، دموکراسی الزاما محقق نمی‌شود.

او سپس به‌طور خلاص به وضعیت ایران پرداخت و با تأکید بر نقش نفت به‌عنوان متغیر متداخله‌گر کلیدی، توضیح داد: باید ابتدا نقش نفت در ساختار توسعه سیاسی و اقتصادی ایران تحلیل شود؛ چراکه این منبع، مدل پاسخگویی دولت و همچنین ساختار توزیع منابع را به طور کلی دگرگون کرده است.

و در پاسخ گفت: اینکه بگوییم توسعه اقتصادی الزاما از دل توسعه سیاسی بیرون می‌آید یا بالعکس، با شواهد تجربی متعددی نقض می‌شود. او به نبود رابطه قطعی میان «توسعه سیاسی» و «توسعه اقتصادی»، اشاره کرد و افزود: دهه ۹۰ اوج پرداختن به این مباحث بود. در این دوران، بسیاری از اقتصاددانان تلاش کردند راهکارهایی برای افزایش رشد اقتصادی ارائه دهند. به گفته «تیلی»، شاخص اصلی توسعه اقتصادی، «رشد اقتصادی» است؛ درحالی که در توسعه سیاسی، دال مرکزی «دموکراسی» تلقی می‌شود. نکته مهم، عوامل متعددی است که موجب رشد اقتصادی می‌شوند؛ مثل حقوق مالکیت، هزینه پایین مبادلات، ثبات اقتصاد کلان، دسترسی به بازارهای جهانی و زیرساخت‌های اقتصادی مستحکم و… در هیچ کدام از این عوامل، «دموکراسی» به‌عنوان پیش‌شرط حضور ندارد و رشد اقتصادی قابل‌توجهی را تجربه کند. همچنین در اقتصادهای نفتی، دسترسی به بازارهای جهانی و زیرساخت‌های اقتصادی مستحکم و… در هیچ کدام از این عوامل، «دموکراسی» به‌عنوان پیش‌شرط حضور ندارد و رشد اقتصادی قابل‌توجهی را تجربه کند. همچنین در اقتصادهای نفتی، جایگزینی نفت با مالیات، دولت را از پاسخگویی بی‌نیاز کرده است. در نتیجه، نه ساختار حزبی شکل می‌گیرد و نه فرآیند سازمان‌یابی منافع. بنابراین چنین جوامعی بیش از آنکه دموکراسی را تجربه کنند، به پوپولیسم میل پیدا می‌کنند.

انتخابات بدون حزب هیچ معنایی ندارد

در ادامه این نشست، «بوالفضل دلاوری»، استاد علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی نیز برگزاری انتخابات بدون حزب را بی‌معنا دانست و گفت که برای توسعه اقتصادی باید «دولت ملی»، «هویت مشترک» و «ساختار حزبی» شکل گیرد. او با بیان اینکه توسعه سیاسی الزاما به معنای دموکراسی نیست، بر اولویت امنیت و معیشت جامعه، تأکید کرد و با استناد به نظریات «گابریل آلموند»، توضیح داد: توسعه سیاسی یعنی افزایش ظرفیت سیستم برای انجام وظایفش و نه صرفاً برگزاری انتخابات. دولت باید قوی باشد اما نه از نوع استبدادی. در مرحله اول باید بحران‌هایی چون «هویت» و «انسجام سیاسی» در جامعه حل شوند تا نهاد دولت بتواند به وظایف خود در عرصه توسعه اقتصادی بپردازد.

«دلاوری» سپس به تاریخ معاصر ایران، اشاره کرد و پرسید: آیا قبل از کودتای سوم اسفند، نظم سیاسی وجود داشت که بتوانیم وارد فاز پارلمان‌داری شویم؟ پاسخ منفی است و به نظر می‌رسد قبل از توسعه اقتصادی باید «دولت ملی»، «هویت مشترک» و «ساختار حزبی» شکل بگیرد. به گفته استاد دانشگاه علامه طباطبائی، ایران معاصر بیشتر با سیاست توده‌ای دست به گریبان بوده است؛ سیاستی که مانع نهادسازی، تحزب و توزیع قدرت شده است. این درحالی‌است که شکاف‌های اجتماعی در ایران ایجاب می‌کند کشور دارای پنج تا شش حزب سیاسی قدرتمند باشد. بنابراین انتخابات بدون حزب هیچ معنایی ندارد.

توسعه سیاسی، پیچیده‌تر از توسعه اقتصادی

افزایش وام کمک‌ویدیعه مسکن به بانک‌ها ابلاغ شد

عرضه مدل جدید مسکن ویژه مستاجران

است، مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عمرانی تهران از عرضه مدل دیگری از مسکن استیجاری خبر می‌دهد. او عنوان عرضه مدل جدید مسکن را «مسکن تدریجی» خوانده و در یک نشست خبری توضیح داد که اجرای طرح «مسکن تدریجی» با مشارکت اتحادیه تعاونی‌های عمرانی تهران توسط وزارت کار تصویب شده است. براساس این مدل، افراد به حد توان خود بخشی از متراژ مسکن را خریداری کرده و در ملک مسکونی ساکن می‌شوند و به اندازه قدرالسهم مالکانه خود از پرداخت اجاره نیز می‌شوند و مابقی را به صورت اجاره پرداخت می‌کنند. بهای اجاره نیز از سوی کارشناس رسمی دادگستری تعیین می‌شود. به گفته «خشایار باقرپور»، در بازار ثانویه، افراد می‌توانند هر سال بخش دیگری از ملک را خریداری کرده و تا پایان زمان خریداری ملک در آن ساکن باشند. مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عمرانی تهران درباره نحوه تامین زمین این مدل مسکن نیز گفت که رازینی‌هایی با وزارت راه و شهرسازی انجام شده است تا زمین این مدل املاک به صورت دولتی در اختیار مستاجران قرار بگیرد.

مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عمرانی شهر تهران در این نشست خبری از طرح مسکن تدریجی برای خانواده‌ار شدن مستاجران، خبر داد و گفت: طرح مسکن استیجاری منتهی به خانه‌دار شدن را در قالب مسکن تدریجی در دستور کار داریم و مدعی هستیم با این طرح می‌توانیم دوره انتظار خانه‌دار شدن را از میانگین جهانی هم پایین‌تر بیاوریم. در پایان سال گذشته روی موضوع مسکن استیجاری کار کردیم و طرح مسکن تدریجی متناسب با فرهنگ جامعه را جلو بردیم. نباید اینگونه باشد که مسکن استیجاری به مستاجر ماندن مردم منجر شود، بلکه به تدریج به مالکیت بینجامد. به گزارش «ایسنا»، «خشایار باقرپور» در ادامه صحبت‌هایش توضیح داد: مسکن تدریجی قصد دارد در عین حفظ منافع طرفین از ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری در جهت رفع نیاز مسکن مردم استفاده کند. این حلقه از تباطی بین تقاضای مصرفی و سرمایه‌گذاری باید ایجاد شود. ادعا می‌کنیم در طرح مسکن تدریجی، دوره انتظار خانه‌دار شدن ایرانی را از استاندارد جهانی هم پایین‌تر می‌آوریم. بازار مصرفی مسکن برای اولین بار با سرمایه‌گذار مشارکت می‌کند. ظرفیت‌های قانونی این موضوع

افزایش سقف تسهیلات کمک‌ویدیعه مسکن از ۸۰۰ همت به ۲۰۰ همت از محل منابع موضوع ماده (۴) قانون جهش تولید مسکن به بانک‌ها (بانک‌های ملت، ملی ایران، صادرات ایران، رفاه کارگران، سپه، تجارت، شهر، سامان، پاسارگاد، خاورمیانه، پارسیان، سپینا، کارآفرین، آینده، گردشگری، اقتصاد نوین، ایران زمین، پست بانک، مسکن و موسسه اعتباری غیربانکی ملل) ابلاغ شد. طبق اعلام بانک مرکزی، «در راستای حمایت از مستاجرین و اجرای ماده (۹) قانون ساماندهی بازار زمین، مسکن و اجاره بها، سقف کلی تسهیلات کمک‌ویدیعه مسکن در محل منابع بانکی موضوع ماده (۴) قانون جهش تولید مسکن به مبلغ ۲۰۰۰ هزار میلیارد ریال (۲۰ همت) افزایش می‌یابد. همچنین با توجه به افزایش سقف کلی تسهیلات مزبور از مبلغ ۸۰۰ هزار میلیارد ریال به مبلغ ۲۰۰۰ هزار میلیارد ریال، سهمیه بانک‌های عامل جهت اعطای تسهیلات مزبور افزایش یافت و به آنان ابلاغ شد. نحوه معرفی متقاضیان واجد شرایط جهت بهره‌مندی از تسهیلات مزبور کمافی‌السابق توسط سامانه وزارت راه و شهرسازی خواهد بود.»

در همین حال، مدل جدیدی از مسکن برای اجاره‌نشینان به بازار عرضه می‌شود. این خبر را مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عمرانی تهران اعلام کرده و نام این مدل جدید عرضه مسکن را «مسکن تدریجی» نامیده است. به تازگی وزارت راه و شهرسازی خبر داده که ۷۵ هزار مسکن را خریداری کرده و به صورت اجاره در اختیار دهک‌های ضعیف درآمدی قرار می‌دهد. به نظر می‌رسد این مدل الگوبرداری از طرح مسکن اجتماعی و مسکن عمومی است که بعد از جنگ جهانی دوم در برخی از کشورهای اروپایی اجرا شد. براساس این مدل، دولت مسکن را به مالکیت قفرا درنمی‌آورد؛ زیرا در صورت تملک ملک توسط دهک‌های پایین درآمدی، این احتمال وجود دارد که آنها مسکن را برای نیازهای ضروری‌تر خود مانند هزینه درمان و تهیه غذا فروخته و دوباره به چرخه بی‌خانمانی بگرزند. با همین نگاه، مسکن اجتماعی با مالکیت دولت یا نهادهای خیریه و اجاره‌بهای پایین در اختیار دهک‌های پایین درآمدی جامعه قرار می‌گیرد. اجاره این واحدها معمولا در حد هزینه‌های نگهداری ملک است.

حالا علاوه بر مسکن استیجاری که دولت، خبر آن را منتشر کرده

صندوق بین‌المللی پول هشدار داد

افزایش بدهی جهان تا سطح کرونا

صندوق بین‌المللی پول هشدار داد که بدهی عمومی جهان به دلیل تعرفه‌های جدید آمریکا و رشد اقتصادی کند، تا پایان دهه از سطح دوران کرونا فراتر رفته و به نزدیکی ۱۰۰ درصد تولید جهانی خواهد رسید. صندوق بین‌المللی پول در گزارش تازه خود هشدار داد که فشارهای اقتصادی ناشی از تعرفه‌های جدید آمریکا و کاهش رشد اقتصادی باعث خواهد شد بدهی عمومی جهانی تا پایان دهه جاری به نزدیک ۱۰۰ درصد تولید ناخالص داخلی جهان برسد؛ سطحی بالاتر از دوران همه‌گیری کرونا. براساس گزارش نظارت مالی صندوق بین‌المللی پول، بدهی جهانی در سال ۲۰۲۵ به ۹۵٫۱ درصد تولید ناخالص داخلی خواهد رسید و در صورت ادامه روند فعلی، تا سال ۲۰۳۰ به ۹۹٫۶ درصد افزایش خواهد یافت. این در حالی است که بدهی عمومی در سال ۲۰۲۰ به دلیل هزینه‌های گسترده مقابله با کرونا و کاهش تولید، به اوج ۹۸ درصد رسیده بود اما سپس کاهش یافت.

به گفته صندوق بین‌المللی پول، سیاست‌های تجاری سخت‌گیرانه آمریکا، واکنش‌های متقابل سایر کشورها و افزایش بی‌سابقه عدم اطمینان اقتصادی، از جمله دلایل رشد دوباره بدهی‌هاست. هم‌زمان دولت‌ها با فشارهایی چون افزایش هزینه‌های دفاعی، خدمات اجتماعی و رشد هزینه‌های بهره بدهی مواجه‌اند. بنابراین طبق پیش‌بینی صندوق، کسری بودجه سالانه کشورها در سال ۲۰۲۵ به‌طور میانگین ۵٫۱ درصد تولید ناخالص داخلی خواهد بود. در سناریوی بدبینانه و در صورت کاهش بیشتر درآمدها و تولید اقتصادی، بدهی جهانی ممکن است تا سال ۲۰۲۷ به بیش از ۱۱۷ درصد تولید ناخالص داخلی برسد؛ رقمی بی‌سابقه از زمان جنگ جهانی دوم. البته عمده رشد بدهی مربوط به اقتصادهای بزرگ است، درحالی‌که حدود یک‌سوم از کشورهای عضو صندوق بین‌المللی پول با نرخ رشد بدهی بالاتر از دوران پیش از همه‌گیری مواجه‌اند. همچنین کاهش کمک‌های توسعه‌ای از سوی آمریکا و کشورهای ثروتمند، کشورهای آسیب‌پذیر را با انتخاب‌های دشوارتر روبه‌رو کرده است. در این میان، صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده که کسری بودجه آمریکا در سال‌های آینده اندکی کاهش خواهد یافت، اما در صورت تمدید کاهش مالیاتی که توسط جمهوری‌خواهان در سال ۲۰۱۷ تصویب شد، حدود ۴ هزار میلیارد دلار به بدهی آمریکا اضافه خواهد شد. همچنین کسری بودجه چین در سال ۲۰۲۵ به ۸٫۶ درصد خواهد رسید که ناشی از سیاست‌های محرک اقتصادی برای جبران اثر تعرفه‌هاست. در پایان این گزارش، صندوق بین‌المللی پول بر لزوم کاهش تدریجی و قابل‌اعتماد بدهی عمومی، تأکید کرد و گفت که هر هزینه جدیدی با کاهش مخارج دیگر یا افزایش درآمدها جبران شود تا فضای مالی برای مواجهه با شوک‌های آینده فراهم بماند.

ریش دور از انتظار قیمت‌ها در بازار طلا و ارز

دلار در بازار آزاد چنند؟

همزمان با برگزاری سومین دور مذاکرات ایران و آمریکا، قیمت دلار در همان ساعات اولیه معاملات شنبه به کانال ۷۰ هزار تومان وارد شد و بیشتر واسطه‌ها در بازار آزاد فروشنده ارز بودند. به گزارش «ایسنا»، بازار آزاد ارز در روز شنبه، شرایطی بسیار آرام و کم متقاضی را تجربه کرد و با کاهش قیمت نسبت به دو روز گذشته، به روند نزولی خود طی هفته‌های اخیر ادامه داد. شرایط آرام بازار ارز، حوالی ظهر شنبه همزمان شد با آغاز دور سوم مذاکرات غیرمستقیم میان ایران و آمریکا که در مسقط برگزار شد. با وجود آنکه بازار ارز در هفته‌های اخیر، وضعیت شلوغ و پرمقناضی را تجربه کرد اما روز شنبه وضعیت بازار به حدی آرام و کم متقاضی بود که به ندرت فروشنده یا خریداری (غیر از واسطه‌ها و دلالان) را در میدان فردوسی می‌توان دید. براساس مشاهدات میدانی از بازار آزاد ارز در میدان فردوسی و از زمان انتشار این گزارش، دلار از سوی واسطه‌ها با قیمت ۷۸ هزار تومان خریداری شد و به قیمت ۷۹ هزار و ۴۰۰ تومان توسط این افراد به فروش رسید. همچنین پیرو در بازار آزاد با کاهش قیمت همراه شد؛ به طوری که واسطه‌ها پیور را با نرخ ۸۹ تا ۹۰ هزار تومان به فروش می‌رسانند و با قیمت ۸۸ هزار تومان خریداری می‌کردند. «کامبیز افسری» کارشناس مسائل ارزی، می‌گوید: از صبح شنبه و با آغاز بازار آزاد ارز، بیشتر واسطه‌ها فروشنده ارز بودند و حوالی ظهر، بیشتر به سمت خرید ارز حرکت کردند و خود خریدار ارز شدند. از نیمه دوم فروردین ماه که دور اول مذاکرات ایران و آمریکا به پایان رسید تا دلار در بازار آزاد بیش از ۲۷ هزار تومان کاهش داشته و با کاهش نرخ ارز در بازار آزاد، بسیاری از افراد برای جلوگیری از کاهش ارزشی ارزهای خود را به فروش رساندند. آنچه از حال و هوای بازار آزاد ارز در میدان فردوسی به دست آمد، تعداد بسیار کم واسطه‌ها و آramی بازار بود. با این حال، اکثر واسطه‌ها بیشتر خریدار ارز بودند تا آنکه فروشنده آن باشند. طی هفته‌های اخیر و از آنجایی که نرخ از با نوسانات بالایی روبه‌رو بود، شاهد کاهش چشمگیر دلار از ابتدای سال هستیم؛ هرچند قیمت دلار در ایام نوروز تا سقف ۱۰۷ هزار تومان بالا رفت اما روز گذشته به قیمت ۷۹ هزار تومان رسید.

براساس این گزارش، برگزاری دور جلسه مذاکره ایران و آمریکا، دو شوک بزرگ به بازارهای مالی وارد کرد و حالا بازارها منتظر نتیجه جلسه سوم مذاکرات هستند. پس از اعلام نتایج مثبت مذاکرات ایران و آمریکا در دو «شنبه» ابتدایی مذاکرات، تقریباً قیمت‌ها در بازارهای مالی دگرگون شدند؛ به طوری که در طول دو هفته گذشته طلا ۱۷ درصد، سکه ۲۵ درصد و دلار ۲۴ درصد ارزان شد. بررسی‌های «خبرآنلاین» نشان می‌دهد هر گرم طلای ۱۸عبار تا قبل از جلسه اول مذاکره ایران و آمریکا، ۷ میلیون و ۳۹۹ هزار تومان قیمت داشت که با کاهش یک میلیون و ۱۳۳ هزار تومان در دو هفته گذشته، به ۶ میلیون و ۵۰۶ هزار تومان رسید. هر قطعه سکه امامی نیز پیش از مذاکرات ایران و آمریکا به ۹۱ میلیون و ۶۰۵ هزار تومان رسیده بود که هم‌اکنون ۷۲ میلیون و ۷۰۵ هزار تومان در بازار قیمت پیدا کرده است. این یعنی سکه امامی ۱۸ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان ارزان شده است. در بازار ارز نیز کاهش قیمت‌ها به شدت محسوس بود. دلار تا پیش از مذاکره ایران و آمریکا در ۲۱ فروردین‌ماه، ۱۰۰ هزار و ۸۹۰ هزار تومان بود که در حال حاضر در کانال ۸۰ هزار تومان قرار گرفته است. دلار در این مدت بیش از ۲۰ هزار تومان ارزان شده است. حال سوال اینجاست که ریزش قیمت‌ها تا کجا ادامه دارد؟ «سجاد بوربور» در پاسخ به «خبرآنلاین» می‌گوید: با نگاه بسیار کوتاه‌مدت یا یکی دو روزه نمی‌توان توقع یک‌سری جهش‌های جدی داشت؛ جز اینکه تحت تاثیر هیجانات غیرقابل پیش‌بینی باشد. به این ترتیب در روزهای آینده احتمال تغییر چندانی در قیمت ارز و طلا وجود ندارد. اکنون و برای کوتاه‌مدت نمی‌توانیم منتظر تغییرات پایایی در بازار باشیم و به همین جهت بهتر است به شکل تکنیکی بازار را تحلیل کنیم. از این منظر، صف فروش فعلاً قوی‌تر خواهد بود و تا روز شنبه که مذاکرات از سر گرفته خواهد شد، دلار در محدوده فعلی باقی خواهد ماند. در محدوده زمانی کمی طولانی‌تر هم به فرض حفظ وضعیت فعلی، نرخ دلار زمینه افزایش ندارد و احتمالاً یا در نرخ فعلی بماند و یا از قیمت آن کاسته شود.

این کارشناس بازار ارز در مورد تاثیر مذاکرات شنبه بر روند بازار، می‌گوید:

اگر اتفاقات مثبت بیفتد، تا اندازه زیادی اثرات آن پیشخور شده است. در

کנסار آن نگاه‌ها به مذاکرات در فضای ابهام‌آلود است؛ زیرا از مفاد مذاکره

اطلاع چندانی نیست و ما هم نمی‌دانیم که چه خواهد شد. اخبار مثبتی از

این جنس همان ابتدا که منتشر می‌شوند بر بازار اثر می‌گذارد و با اجرایی

شدن آن خبر، بخشی از اثر آنها رفع است. برای توافقی احتمالی هم بخشی

از مسئله بیشتر و در زمان خبری شدن آغاز آن بر بازار اثر گذاشته است. در

حال حاضر وضعیت بازار به سمتی است که اصلاً خرید توصیه نمی‌شود و

بهترین اقدام این است که یا فروش در دستور کار قرار بگیرد یا به طور کلی،

لااقل تا پیش از مشخص شدن نتیجه مذاکرات، بهتر است معامله‌ای انجام

نشود. به باور «بوربور»، ارزش واقعی دلار در ایران بین ۶۰ تا ۶۵ هزار تومان

است و به همین دلیل قیمت‌های بازار هنوز زمینه و ظرفیت ادامه دادن به

این روند کاهنده را دارد.

شاخص‌های رفاهی خانوارهای شهری و روستایی در ۲ دهه اخیر بررسی شد

جاماندگی رفاه خانوار



هزار تومان در سال ۱۳۸۳ به ۱۶ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان در سال ۱۴۰۰ رسیده است. مخارج کل اسمی خانوار روستایی در این بازه زمانی، افزایش یافته و از ۳ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان در سال ۱۳۸۳ به ۸۲ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان در سال ۱۴۰۰ رسیده است. هم‌زمان مخارج حقیقی، روندی نزولی داشته و از ۲۸ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در سال ۱۳۸۳ به ۱۴ میلیون تومان در سال ۱۴۰۰ رسیده است. همانند مخارج حقیقی خانوارهای روستایی، رفاه اجتماعی حقیقی سن خانوار روستایی روند نزولی داشته و به طور متوسط سالانه ۳٫۷ درصد کاهش یافته است. بیشترین مقدار شاخص رفاه اجتماعی حقیقی خانوارهای روستایی در سال ۱۳۸۳ و کمترین مقدار آن در سال ۱۳۹۹ بوده است.

روند نزولی درآمد و مخارج شهروندان

یافته‌های این گزارش همچنین نشان می‌دهد که درآمد کل سالانه اسمی خانوارهای شهری از ۴ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان در سال ۱۳۸۳ به ۱۱۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان در سال ۱۴۰۰ رسیده است. میزان افزایش متوسط درآمد کل سالانه اسمی خانوارهای شهری در این دوره، برابر با ۲۲۸۷ درصد بوده است. این بدان معناست که در بازه زمانی مذکور، سالانه به‌طور متوسط ۲۰٫۵ درصد، درآمد اسمی خانوارهای شهری افزایش یافته است. نکته قابل‌توجه آن است که رشد شاخص قیمت در کل این دوره زمانی، ۲۲۸۹ درصد، یعنی بیش از رشد درآمد اسمی بوده است. به همین دلیل می‌توان پرداختی‌حس زد که درآمد حقیقی در مناطق شهری، برخلاف درآمد اسمی، روند نزولی را تجربه کرده است. براساس آمارهای رسمی، درآمد حقیقی خانوارهای شهری کشور از ۲۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان در سال ۱۳۸۳ به ۲۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان در سال ۱۴۰۰ رسیده است.

در همین حال، نگاه جزئی‌تر به روند درآمد حقیقی خانوارها در مناطق شهری نشان می‌دهد که بیشترین میانگین درآمد حقیقی مربوط به دولت نهم و برابر با ۲۳ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان به قیمت ثابت سال ۱۳۹۵ است. همچنین کمترین درآمد حقیقی خانوارهای شهری در دولت یازدهم (سال‌های ۱۳۹۲-۱۳۹۳) است که درآمدی معادل ۲۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بوده است. متوسط مخارج کل سالانه حقیقی یک خانوار شهری در سطح کشور از ۲۶ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان در سال ۱۳۸۳ روند نسبتاً نزولی را طی کرده و به ۲۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان در سال ۱۴۰۰ رسیده است. میزان کاهش متوسط مخارج کل سالانه حقیقی خانوار شهری در کل این بازه زمانی، ۲۶٫۸ درصد و متوسط سالانه آن در این دوره ۱۸ ساله، ۱٫۸ درصد بوده است.

پشت صحنه رشد اسمی درآمدها

شاخص رفاه اجتماعی سن (Sen Index) معیاری برای سنجش رفاه اجتماعی است که توسط «آمارتیا سن» اقتصاددان هندی، ارائه شده است. این شاخص به منظور ارزیابی رفاه اجتماعی در یک جامعه، علاوه بر درآمد، به توزیع درآمد نیز توجه می‌کند. این شاخص نشان می‌دهد که میانگین درآمد واقعی جامعه با در نظر گرفتن میزان نابرابری درآمدی چقدر به رفاه عمومی تبدیل شده است.
آنطور که بازوی پژوهشی سازمان برنامه و بودجه

فرصت امروز: امروزه بحث رفاه خانوارها و رفاه اجتماعی تنها تا بعد اقتصادی بلکه از ابعاد سیاسی و اجتماعی نیز حائز اهمیت است و تقریباً تمامی اقتصاددانان، یکی از اهداف عمده دولت را حفظ سطح رفاه خانوارها و افزایش آن می‌دانند. برای افزایش و نگهداشت سطح رفاه اجتماعی باید به دو متغیر مهم توجه شود؛ نخست، سطح رفاه خانوارها به عنوان متغیر ایجادکننده رفاه و دوم، نحوه توزیع درآمد در بین خانوارها. بنابراین در جوامع مختلف، حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر و بهبود توزیع درآمد همواره یکی از دغدغه‌های سیاستگذاران، قانونگذاران و دولت بوده است.

در این زمینه، مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری در مطالعه‌ای به «برآورد و بررسی شاخص‌های رفاهی خانوارهای شهری و روستایی در دو دهه اخیر» پرداخته و می‌گوید: شاخص رفاه اجتماعی که نمایانگر الگوی مصرف واقعی مردم محسوب می‌شود، طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰، روند نزولی داشته است. براساس آمارها طی دو دهه گذشته، مخارج حقیقی خانوار به‌طور متوسط سالانه ۱٫۸ درصد برای خانوارهای شهری و ۴ درصد برای خانوارهای روستایی کاهش داشته و همچنین شاخص رفاه اجتماعی «سن» به‌طور متوسط سالانه ۱٫۵ درصد برای خانوارهای شهری و ۳٫۷ درصد برای خانوارهای روستایی کاهش یافته است. این شاخص نشان می‌دهد که الگوی مصرف واقعی مردم، تحت‌تاثیر درآمد، تورم و ترجیحات مصرفی چه تغییری کرده است. از جمله دلایل اصلی کاهش شاخص‌های رفاهی می‌توان به تورم‌های بالا و مزمن، تحریم‌های اقتصادی، نابسامانی اقتصاد کلان و افزایش نابرابری درآمدی، اشاره کرد که منجر به افت قدرت خرید و مصرف واقعی خانوارها شده است.

سقوط رفاه خانوارهای روستایی

نتایج یک مطالعه نشان می‌دهد که وضعیت رفاهی خانوارهای شهری و روستایی ایران طی سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۴۰۰، روند نزولی داشته است. درآمد اسمی خانوارهای شهری و روستایی در کل دوره، صعودی و تقریباً تصاعدی بوده، اما درآمد حقیقی هر دو گروه خانوارها، روند نزولی را تجربه کرده است. در بازه زمانی مذکور، مخارج حقیقی خانوار شهری و روستایی به طور متوسط سالانه کاهش ۱٫۸ درصد و ۴ درصد را تجربه کرده است. شاخص رفاه اجتماعی سن خانوارهای شهری و روستایی، براساس مخارج حقیقی نیز در این بازه زمانی به طور متوسط سالانه به ترتیب ۱٫۵ درصد و ۳٫۷ درصد کاهش یافته است. این شاخص نشان می‌دهد که الگوی مصرف واقعی مردم، تحت‌تاثیر درآمد، تورم و ترجیحات مصرفی چه تغییری کرده است. کاهش شاخص رفاه اجتماعی سن براساس مخارج حقیقی در ایران، نشان‌دهنده افت قدرت خرید و مصرف واقعی خانواده‌هاست. در سال‌های گذشته، عوامل مختلفی مانند تحریم‌های اقتصادی، نابسامانی اقتصاد کلان و تورم‌های بالا و مزمن موجب شده‌اند تا قدرت اقتصادی ایرانیان کاهش و نرخ فقر افزایش یابد.

درآمد اسمی خانوار روستایی در سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۴۰۰، روند صعودی داشته و از ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان در سال ۱۳۸۳ به ۶۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان در سال ۱۴۰۰ رسیده است. با این حال، درآمد حقیقی خانوارهای روستایی، روند نزولی داشته و از ۲۲ میلیون و ۸۰۰

سهم ۴۳ درصدی بیمه شخص ثالث از شکایات ۱۴۰۳

از کدام شرکت‌های بیمه‌ای بیشتر شکایت شد؟

نسبت به شرکت‌هایی که سهم کمتری دارند، بیشتر باشد؛ چراکه جامعه آماری و بیمه‌شدگان این شرکت‌های به مراتب بالاتر و بیشتر از جامعه آماری بیمه‌شدگان شرکت‌های کوچک‌تر بیمه است. بنابراین در تحلیل و بررسی آمارهای شکایات از شرکت‌های بیمه‌ای، نباید از توجه به رابطه میان سهم شرکت از صنعت بیمه با میزان شکایات صورت گرفته غافل ماند؛ چراکه در غیر این صورت، نمی‌توان بررسی مناسبی میان داده‌های آمار انجام داد. اما شکایات از شرکت‌های بیمه‌ای در سال گذشته چقدر بود؟ براساس داده‌های این جداول آماری، در سال گذشته (۱۴۰۳) در مجموع ۱۰ هزار و ۸۹۰ شکایت از شرکت‌های بیمه‌ای ثبت شده که از این میزان به ۹۷۷۶ شکایت رسیدگی شد و به ۱۱۱۴ شکایت نیز رسیدگی نشده و در حال رسیدگی است. از میزان ۹۷۷۶ شکایت رسیدگی شده در سال ۱۴۰۳، تعداد ۶۰۱۶ شکایت وارد بوده و ۳۷۶۰ شکایت از شرکت‌ها ناوارد اعلام شده است. بر این اساس در قیاس با تعداد کل شکایات ثبت شده در سال گذشته به ۸۹٫۷ درصد از شکایات رسیدگی شده و به ۱۰٫۲ درصد از کل این شکایات رسیدگی نشده است و در میان شکایات رسیدگی شده، ۶۱ درصد از این شکایات وارد بوده و ۳۸٫۴ درصد نیز ناوارد بوده است. شکایات از کدام شرکت‌ها بیشتر بود؟ در سال ۱۴۰۳، سه شرکت بیمه‌ای دانا، ایران و آرمان در جایگاه اول تا سوم بیشترین میزان شکایات بیمه‌ای قرار گرفتند. ۲۲۴۳ شکایت در بیمه دانا ثبت شد که به ۱۹۲۴ فقره از آن رسیدگی شد و ۳۱۹ فقره دیگر در حال رسیدگی است و از این میان ۱۶۱۶ شکایت وارد بوده و ۳۰۸ شکایت نیز ناوارد اعلام

شده است. در جایگاه دوم بیمه ایران قرار دارد که ۱۲۶۳ شکایت از این شرکت ثبت شده که به ۱۲۱۰ فقره از آن رسیدگی شد و ۵۳ فقره در حال رسیدگی است و از این تعداد ۴۹۶ فقره شکایات وارد بوده و ۷۱۴ فقره نیز ناوارد اعلام شده است. بیمه آرمان در جایگاه بعدی قرار دارد که در سال ۱۴۰۳ تعداد ۱۰۷۵ شکایات از آن شرکت ثبت شد که به ۹۵۲ فقره از آنها رسیدگی شد و ۱۲۳ فقره دیگر در حال رسیدگی است. با این حال ۷۸۵ فقره شکایت وارد بوده و ۱۶۷ فقره دیگر آن نیز ناوارد اعلام شده است.

بیمه ایران تنها سهمی ۰٫۴۹ درصدی را به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین اگر سهم شرکت‌ها از صنعت بیمه را با نسبت و میزان شکایات صورت گرفته از این شرکت‌ها مقایسه کنیم و در پایان سهم شرکت از بازار بیمه بیشتر از سهم آن از میزان شکایات صورت گرفته باشد، عملکرد آن شرکت مطلوب بود است. مطابق این آمارها، شکایات مرتبط با رشته بیمه شخص ثالث ۴۷۵۸ فقره شکایت در صدر جدول شکایات است و دو رشته درمان با ۲۵۴۰ و بدنه اتومبیل با ۱۸۰۴ به ترتیب در رده‌های بعدی، بیشترین آمار را به خود اختصاص داده‌اند که بیانگر سهم ۴۳٫۶ درصدی بیمه شخص ثالث، ۲۳٫۳ درصدی بیمه درمان و ۱۶٫۵ درصدی بیمه بدنه اتومبیل است.

اخبار

پروژه‌های امداد و نجات جاده‌ای در محورهای پر تردد با سرعت تکمیل شود



قزوین – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی استانداری قزوین، سرپرست معاونت هماهنگی امور عمرانی استانداری قزوین با اشاره به اهمیت پایگاه‌های امداد و نجات در افزایش ایمنی سفرهای جاده‌ای، به تسریع در روند احداث و تجهیز پایگاه‌های امداد و نجات به ویژه در نقاط پرتردد و پر تصادف تأکید کرد. جواد حق‌لطیفی در دیدار با حبیب درگاهی مدیرعامل و معاونان جمعیت هلال احمر استان قزوین، ضمن بررسی روند پیشرفت پروژه‌های عمرانی حوزه امداد جاده‌ای یادداشت توجیه به اهمیت زیرساخت‌های امداد جاده‌ای در کاهش تلفات و مدیریت

سریع بحران، باید پروژه‌های مربوط به پایگاه‌های امداد و نجات در در کوتاه‌ترین زمان ممکن به سرانجام برسد.حق‌لطیفی افزود:پایگاه‌های امداد و نجات به عنوان پشتیبانی حیاتی در هنگام بروز حوادث، نقشی کلیدی در تأمین ایمنی تردد و نجات جان هم‌وطنان دارند. وی با اشاره به شرایط اقلیمی و جغرافیایی استان، به‌ویژه در محورهای کوهستانی مانند گردنه کوهپن گفت: از همین رو، تجهیز پایگاه‌های امدادی به امکانات پیشرفته و نیروی انسانی متخصص از اولویت‌های مهم است تا در مواقع بحرانی، پاسخ‌گویی سریع و مؤثر به حوادث و بحران‌ها تحقق یابد. در این نشست، موضوع تکمیل پایگاه امداد و نجات کوهپن در آژداره قزوین -رشت و پایگاه‌های امدادی تاکستان و آبیک و وضعیت اجرایی پروژه‌های امدادی در محور قزوین- الموت- تنکابن مورد بررسی قرار گرفت.

آغاز ارزیابی عملکرد معاونت بهره برداری شرکت برق منطقه‌ای خوزستان



اهواز – شبنم قجوانند: ارزیابی عملکرد معاونت بهره‌برداری شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با حضور ارزیابان اعزامی از شرکت توانیر آغاز شد. علی اسدی مدیرعامل شرکت در مراسم آغازین ارزیابی عملکرد معاونت بهره‌برداری در سالل ۱۴۰۳ بیان کرد: ارزیابی یکی از مؤلفه‌های بسیار مهم در هر سازمانی است که به بهبود عملکرد مجموعه منجر خواهد شد. وی افزود: در ارزیابی است که نقاط ضعف و آسیب شبکه مشخص می‌شود و می‌توان برای اصلاح آن گام برداشت. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با بیان اینکه حضور گروه ارزیابان باعث تبادل تجربیات بین شرکت‌ها و بهبود بهره‌برداری و نگهداری شبکه خواهد شد، تصریح کرد: احداث ظرفیت جدید در شبکه مهم است اما نگهداری شبکه موجود خیلی مهم‌تر است. اسدی با اشاره به شرایط سخت اقلیمی استان، افزود: دماهای بالای ۴۸ درجه و وقوع گرد و خاک‌های شدید و ناگهانی بیان کرد: شرایط کار در شبکه برق خوزستان سخت‌تر است اما با همدلی و تلاش همکاران این مهم به خوبی در حال انجام است. بر اساس این گزارش علی اصغر خدامراد منگری معاون بهره‌برداری شرکت برق منطقه‌ای خوزستان نیز در این نشست گزارشی از وضعیت شبکه برق منطقه‌ای خوزستان ارائه کرد. تری رئیس گروه ارزیابان اعزامی از سوی شرکت توانیر (از برق منطقه‌ای هرمزگان) نیز با اشاره به اهمیت ارزیابی در شناسایی نقاط قوت و ضعف شبکه، گروه ارزیابی (آقای محمد علیرزاده ارانی و خانم کیا از شرکت توانیر، آقای قهیمی از برق منطقه‌ای مازندران، آقای حیدری صادق از برق منطقه‌ای سیستان و بلوچستان و آقای ساطعی‌نیا از برق منطقه‌ای کرمان) را معرفی و اقاماتی که بنا است مورد ارزیابی قرار بگیرند را تشریح کرد. بر اساس این گزارش در این ارزیابی بنا است تعدادی از پست‌ها، خطوط و مراکز معاونت بهره‌برداری شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مورد ارزیابی قرار گیرد.

سلامت همکاران در اولویت: اجرای طرح غربالگری اسکلتی و عضلانی در شرکت توزیع نیروی برق زنجان



زنجان – خبرنگار فرصت امروز: به مناسبت هفته سلامت، شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان با همکاری جمعیت هلال احمر استان زنجان، یک اقدام ارزشمند در راستای حفظ سلامت همکاران و خانواده‌هایشان انجام داده است. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی این طرح غربالگری اسکلتی و عضلانی نشان از توجه ویژه این شرکت به سلامت و تندرستی نیروی انسانی خود دارد که بی‌شک، سرمایه اصلی هر سازمانی محسوب می‌شوند. برگزاری چنین برنامه‌هایی تنها به تشخیص زودهنگام مشکلات اسکلتی و عضلانی و پیشگیری از عوارض بعدی کمک می‌کند، بلکه موجب افزایش آگاهی افرادی که رانده سبک سلامت جسمانی و اتخاذ سبک زندگی سالم‌تر نیز می‌گردد. همکاری جمعیت هلال احمر استان زنجان در این طرح، که همواره در زمینه‌های امدادی و بشردوستانه پیشتگام بوده است، نشان‌دهنده تعامل سازنده بین سازمان‌های مختلف در راستای ارتقای سلامت جامعه است. امید است که نتایج این غربالگری، گامی مؤثر در جهت بهبود کیفیت زندگی و افزایش بهره‌وری همکاران شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان و خانواده‌های آنان باشد. این اقدام می‌تواند الگویی برای سایر سازمان‌ها نیز باشد تا با برنامه‌ریزی‌های مشابه، به سلامت و رفاه کارکنان خود اهمیت بیشتری بدهند.

پیگیری جدی وضعیت استخدامی و ساختار اداری شهرداری کرج



تحول اداری شهرداری کرج، با حضور با سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، مسایل مهمی در حوزه مدیریت منابع انسانی و ساختار سازمانی شهرداری‌ها را مورد بررسی و پیگیری قرار داد. مظاهر سعدی با حضور در سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، مواردی از جمله وضعیت استخدامی نیروهای قراردادی کار معین، استاندارد سازمان‌های شهرداری و همچنین اصلاح ضوابط تشکیلاتی را با جدیت دنبال کرد. در همین راستا، مقرر شد به منظور هماه‌افزایی و تسریع در روند امور، جلسه کمیسیون تخصصی کارشناسی‌های کشور تشکیل شود. مدیر کل دفتر نوسازی و تحول اداری شهرداری کرج تأکید کرد که پیگیری تمامی موارد مطرح‌ه تا حصول نتیجه نهایی در دستور کار قرار دارد و تلاش‌های لازم در راستای بهبود وضعیت شغلی کارکنان شهرداری کرج و ارتقای کارآمدی عمل خواهد آمد.

توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان:

پروژه آسفالت خیابان شهری در مسجدسلیمان اجرا می شود



این پروژه عام المنفعه با نظارت مدیریت و ساختمان شهرداری کرج، با حضور با سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، مسایل مهمی در حوزه مدیریت منابع انسانی و ساختار سازمانی شهرداری‌ها را مورد بررسی و پیگیری قرار داد. مظاهر سعدی با حضور در سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور، مواردی از جمله وضعیت استخدامی نیروهای قراردادی کار معین، استاندارد سازمان‌های شهرداری و همچنین اصلاح ضوابط تشکیلاتی را با جدیت دنبال کرد. در همین راستا، مقرر شد به منظور هماه‌افزایی و تسریع در روند امور، جلسه کمیسیون تخصصی کارشناسی‌های کشور تشکیل شود. مدیر کل دفتر نوسازی و تحول اداری شهرداری کرج تأکید کرد که پیگیری تمامی موارد مطرح‌ه تا حصول نتیجه نهایی در دستور کار قرار دارد و تلاش‌های لازم در راستای بهبود وضعیت شغلی کارکنان شهرداری کرج و ارتقای کارآمدی عمل خواهد آمد.

بررسی آخرین وضعیت پروژه ۱۵ هکتاری نهضت ملی مسکن کلاله

گرگان-نادر کریمی: مهندس علی‌محمد حیدری‌زاده، سرپرست اداره راه و شهرسازی شهرستان‌های شرق استان گلستان، از روند اجرایی پروژه ۱۵ هکتاری نهضت ملی مسکن شهرستان کلاله بازدید کردوی در این بازدید که به منظور بررسی پیشرفت عملیات آماده‌سازی معابر این پروژه انجام شد، با تأکید بر اهمیت رعایت اصول فنی و کیفی در اجرای پروژه، خواستار تسریع در روند عملیات اجرایی و هماهنگی هر چه بیشتر عوامل اجرایی جهت تکمیل و تحویل معابر به اداره راه و شهرسازی شد.مهندس حیدری زاده ضمن قدردانی از تلاش‌های صورت‌گرفته، بر لزوم رفع موانع موجود و تسریع در آماده‌سازی زیرساخت‌های پروژه برای تحویل به متقاضیان تأکید کرد.

رایزنی برای توسعه زیرساخت‌های پروژه نهضت ملی مسکن گمیشان

گرگان- نادر کریمی: مهندس سقلی، فرماندار گمیشان به همراه مهندس نورمحمد اریی رییس اداره راه و شهرساز غرب استان، مدیر بین‌مسکن شهرستان و مدیران دستگاه‌های محتمل‌رسان، از پروژه ۱۴۰ واحدی نهضت ملی مسکن در سابت صف بازدید کردنددر این بازدید، ضمن بررسی وضعیت موجود، در خصوص توسعه زیرساخت‌های پروژه با دستگاه‌های خدمت‌رسان مذاکره و هماهنگی‌های لازم صورت گرفت.طی این بازدید مقرر شد دستگاه‌های خدمت‌رسان ظرف دو هفته اقدامات لازم جهت توسعه شبکه را تهیه و به فرمانداری ارسال کنند تا پس از جمع‌بندی، پیگیری‌های لازم برای تأمین سهم یک‌سوم اعتبارات از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی انجام شود.

جلوگیری از هدررفت منابع هیدروکربوری با تعمیرات اساسی ایستگاه تقویت فشار آب تیمور بنگستان



اهواز – شبنم قجوانند: با انجام عملیات تعمیرات اساسی و این‌مسازای ایستگاه تقویت فشار آب تیمور بنگستان توسط اداره تعمیرات اساسی کارون، از سواندن روزانه ۱۵ میلیون فوت مکعب گاز غنی و ۱۲۶۰ بشکه NGL جلوگیری شد. امید کیانی با اعلام این خبر عنوان کرد: ایستگاه تقویت فشار آب تیمور بنگستان وظیفه فشرافزایی گازهای ترش (سمی) بنگستانی به سمت پالایشگاه شیرین‌سازی گاز کارون را برعهده دارد و اجرای این عملیات موجب برشل و مخازن، مبدل‌های حرارتی و سایر تجهیزات اصلی ایستگاه خواهد شد. افزود: نتیجه این عملیات، علاوه بر جلوگیری از هدررفت منابع هیدروکربوری، صرفه‌جویی اقتصادی معادل ۵۲ میلیارد تومان در هر روز را به همراه داشته است. کیانی با اشاره به ایجاد این پروژه خاطرنشان کرد: این عملیات با مشارکت ۵۸۰ نفرروز و در مدت زمان کمتر از دو ماه انجام شد. در جریان این عملیات اساسی ۲۴ دستگاه مخزن، ۱۷ دستگاه مبدل حرارتی هوایی و زمینی، ۷۷ دستگاه شیرآلات فرایندی، ۷۲ دستگاه شیرآلات ایمنی و نیز خدمات‌سنجی حدود ۴۰۰ نقطه حیاتی ایستگاه با موفقیت به انجام رسید.

همه مناطق صاحب بازار روز می شوند

کرج – خبرنگار فرصت امروز: با پیشنهاد شورای شهر کرج مقرر شد در هر منطقه از شهر یک بازار روز طراحی و احداث شود.این در حالی‌ست که در دهه ۸۰ تاکنون هیچ بازار روزی در کرج احداث نشده است. رئیس کمیسیون شهرسازی و معماری شورای اسلامی شهر کرج این خبر را اعلام کرد و گفت: توجه به معیشت مردم در مدیریت شهری با احداث روزبازارها در سطح مناطق آغاز شده است. علیرضا رحیمی، از جمله این اقدامات را تکمیل و احداث هایپر در طبقه دوم بازار روز ماهان با وسعت حدود دو هزار مترع ذکر کرد که در آینده نزدیک به بهره‌برداری می‌رسد. نایب رئیس کمیسیون سلامت و خدمات شهری شورای اسلامی شهر افزود: پالمان و مدیریت شهری کرج ردیف بودجه‌ای را با عدد ۳۵۰ میلیارد ریال برای طراحی و احداث بازار روز در مناطق تعیین کرده که به زودی عملیات احداث آن آغاز می‌شود.

خاطر نشان کرد: ناترازی ها علل متفاوتی داشت و چیزی نیست که یک شبه به وجود آمده باشد ، بسیاری از مولفه ها در شکل گیری خاموشی ها و ناترازی ها دخیل است که باید به سهم خود در قضاوت ها دیده شود ، هر چند بیشتر ترشک های ناترازی ها و خاموشی ها به سمت شرکت توزیع می آید اما واقعیت این است که در خاموشی های برق علل و عوامل مختلفی دخیل هستند که باید این موارد تبیین شود و روشنگری گردد. در عین حال ما وظیفه داریم یک راهکار اصلی را با تمام ظرفیت ها دنبال کنیم ، اگر ضوابط و قوانین و دستورالعمل ها با این راهکار منطبق شده بود بسیاری از مشکلات کاسته می شد ، یکی از این راهکارها کاهش مصرف سوخت های فسیلی است ، انرژی های فسیلی مثل گاز و مازوت و گازوئیل در تولید برق همیشه مورد توجه قرار گرفت و الا ن به جایی رسیده ایم که حتی اگر بخواهیم نیروگاه با سوخت فسیلی همه ایجاد کنیم در تأمین سوخت دچار چالش هستیم.

در ادامه معاونان شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان گزارش‌شی از عملکرد یکساله و اهداف و برنامه های سال ۱۴۰۲ را تشریح کردند. یکی دیگر از موضوعات این نشست تبیین ۲۶ بسته مدیریت مصرف جهت عبور از پیک بار سال ۱۴۰۴ بود که با تمام جزئیات توسط مدیرعامل تشریح و جهت برنامه ریزی و اقام به تمامی مدیران ابلاغ شد. در پایان از عملکرد مدیران و معاونان شرکت توزیع نیروی برق در ستاد و شهرستان ها تقدیر به عمل آمد.



وی همچنین با بیان برخی از دستاوردهای سالی که گذشت ادامه داد : سال گذشته ، سال تقریبا سختی در حوزه تأمین و توزیع برق بود که پشت سرگذشتیم ، در عین حال باید این مشقات و سختی ها را در ترسیم نقشه راه برای سال جاری لحاظ کنیم و برای آن برنامه ریزی داشته باشیم. خاموشی ها و ناترازی ها در زمستان موضوعی بود که بسیاری از مشترکان برق و خانواده ها در سبک زندگی و رفتار آنان ضرر بردارد ، هر چند این موارد تا حدودی می تواند تاثیر گذار باشد اما چیزی که می تواند به عنوان شاخص و رویکرد اصلی مطرح شود

تعریف الگوی مصرف برای تمامی تعرفه ها و استفاده از سیستمهای قیمتی برای مصارف بالاتر از الگوست که باید به درستی اعمال گردد.

مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان یزد در جمع خبرنگاران ؛

هفته کار گر فرصت مغتنمی برای تکریم ستون‌های محکم اقتصاد کشور و سربازان خط مقدم جبهه کار و تلاش است

وی با اشاره به اینکه متأسفانه فرصت‌های شغلی در استان یزد منطبق با سلیقه و تحصیل جوان یزد نیست و همین امر موجب حضور اتباع و کارگرانی از استانهای دیگر در استان شده ایم ، خاطر نشان کرد: از نگاه مرکز آمار در سال ۱۳۹۸ جمعیت اتباع خارجی در استان ۴۸ هزار و ۹۲۰ نفر و در سال ۱۴۰۲ به ۱۲۴ هزار و ۲۰۶ نفر رسیده که تقریبا سه برابر شده است ؛ که با احتساب خانواده‌های آنان، جمعیتی حدود ۷۰۰ هزار نفر را شامل می‌شود. بر اساس آمار این نیروها از ۲۴۸ شهرستان کشور به یزد آمده‌اند که نشان‌دهنده نیاز شدید صنعت استان به نیروی کار است.

وی اضافه کرد : براساس قوانین کار و آیین‌نامه‌های مربوطه در رسته‌های شغلی ۵۱ گانه اقدام به صدور پروانه کار کارت کار برای اتباع خارجی از میادی قانونی اقدام می‌کند که در همین راستا طی سال گذشته ۶۴۹ مورد صدور پروانه کار و ۳۱ هزار و ۶۶۴ مورد صدور پروانه کار برای اتباع صوت کشور است.

- وی در بخش دیگری از سخنان خود از تدوین بالغ ۵۰ برنامه فرهنگی، اجتماعی، ورزشی و تخصصی به مناسبت هفته کار و کارگر خبر داد و اهم آن را بشرح ذیل اعلام کرد:
- برگزاری شهواره ورزشی شهدای کارگرو المپیاد ورزشی کارگران استان،
- عمل‌آفرانی گزار ش‌های کارگر،
- افتخاربخ برخی طرح‌های کارگری مانند خانه فرهنگ و کار و زمین چمن مصنوعی،
- برگزاری نشست‌های سه جانبه با حضور نمایندگان دولت، کارفرمایان و کارگران؛
- تجلیل از کارگران نمونه استان، برگزاری نشست‌های تخصصی و میزهای خدمت.

در پایان به سؤالات خبرنگاران پاسخ داده شد .

در راستای اجرای برنامه‌های عملیاتی مدیریت مصرف برق محقق شد:

با بازدید مدیر عامل شرکت برق منطقه‌ای از صنایع بزرگ استان، اقدامات میدانی پایش مستمر مدیریت مصرف، رسما کلید خورد



خاطر نشان کرد: با اجرای مطلوب این بسته‌های مدیریتی و با تلاش شبانه‌روزی، با موفقیت تابستان جاری را پشت‌سر خواهیم گذاشت و انتظار می‌رود تمامی مشترکان بخش‌های اداری، خانگی، کشاورزی، تجاری و صنعتی با این برنامه‌ها

راهنمای مدیریت مصرف برق خانگی در ساعات اوج بار



شنستشو به طور معمول، مصرفی در بازه ۱ تا ۱.۵ کیلووات دارند. با برنامه‌ریزی اشتباه از این تجهیزات در ساعات ابتدایی صبح یا انتهایی شب، می‌توان از تحمیل بار اضافی به شبکه در ساعات اوج خودداری نمود. استفاده از فرها و مایکروویوهای برقی برای پخت و پز در ساعات اوج بار می‌تواند منجر به مصرفی بین ۱ تا ۲ کیلووات گردد. بهره‌گیری از روش‌های جایگزین پخت و پز در این ساعات، توصیه می‌شود.

استاندارمازندران:

تکمیل زنجیره تولید خودرو در مازندران ضرورت مهمی است

جهدای و تلاش‌های خستگی ناپذیر، در تقویت و افزایش تولید نقش مؤثری دارند و در توسعه اقتصادی و فرهنگ صحیح تولید بسیار اثر گذار هستند که قابل تقدیر است.

وی ضمن حمایت کامل از صنایع تولیدی داخل تصریح کرد: تکمیل زنجیره تولید خودرو در مازندران ضرورت مهمی است.

نوری افزود: هم اکنون ۴۶۰ نفر به صورت مستقیم در شرکت ایران خودرو مازندران مشغول به کار هستند و این واحد صنعتی زمینه جذب جوانان تحصیل کرده در سطح منطقه را فراهم کرده است.لازم به توضیح این استاندار مازندران ضمن بازدید از بخش‌های مختلف و گفتگو با مدیران این شرکت در جریان مشکلات و مسائل آن‌ها قرار گرفت.

دهستانی: مسائل رفاهی، معیشتی و فرهنگی کارگران دغدغه روزانه ماست

یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر : اسماعیل دهستانی، معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار یزد، در دیدار با علیرضا محبوب عضو هیات امنای سازمان تأمین اجتماعی، رسیدگی به امور کارگران را دغدغه روزانه مسئولان استان دانست و بر تمرکز بر رفاه، مسائل معیشتی و فرهنگی این قشر تأکید کرد. دهستانی در این نشست که در آستانه هفته کار و کارگر و با حضور مسئولین تشکل های کار و کارگری و مدیران این حوزه برگزار گردید ضمن تبریک پیشاپیش این مناسبت، موفقیت ایران عزیز را موهون زحمات کارگران سرمد کوش و تلاشگر قلمدادست. وی با اشاره به تلاش و سخت‌کوشی مردم یزد و بهره‌وری بالای فعالین بخش خصوصی در حوزه‌های کارگری و کارفرمایی، تصریح کرد: تمامی مدیران استان با انسجام و همراهی در راستای

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: محمد کریمی مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان با بیان اینکه تنها راه کاهش ناترازی ها در تولید و مصرف برق در دو اقدام مهم خلاصه می شود اظهار داشت : اقدام اول تنوع بخشی به سبد تأمین انرژی برق از طریق انرژی های تجدید پذیر و دومین اقدام توجیه به مدیریت مصرف و بهینه سازی آن می باشد.

به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان، مهندس کریمی با بیان اینکه شرکت ساتبا(سازمان انرژی های تجدید پذیر) برای احداث ۷ هزار مگاوات تولید برق از ظرفیت انرژی خورشیدی در سال جاری اقدام کرده است اظهار داشت : استان هرمزگان ظرفیت های مناسبی در تأمین انرژی خورشیدی دارد و در همین راستا گام های مهمی برداشته شده و با شناسایی حدود ۳۳۰۰ خانگه مستعد در مناطق مختلف استان برای احداث نیروگاههای خورشیدی، آمادگی لازم برای واگذاری به سرمایه گذاران دارد.

کریمی در نشست مدیران و معاونان برق استان ، تنوع بخشی به سبد انرژی را یک ضرورت و نیاز اساسی دانست و اضافه کرد: تنوع بخشی به سبد انرژی به این مناسبت است است که فرهنگ استفاده از انرژی های پاک در جامعه ما نهادینه شود و مصرف کنندگان انرژی از تمامی منابع و ظرفیتهای موجود در تأمین برق مصرفی خود استفاده کنند.مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان افزود: همه می دانیم که ظرفیت نیروگاههای بخسار و گازی و نیروگاههای حرارتی در کشور، محدود



برندسازی بر پایه مسئولیت اجتماعی در عصر نوین

نویسنده: علی آل‌علی

دنیای دیجیتال همه متر و معیارهای قدیمی را به هم ریخته است. نسل جدید مصرف‌کنندگان، به ویژه جوان‌ترها، تنها به دنبال خرید محصولی خوب نیستند. آنها از برندها انتظار دارند در برابر جامعه، محیط زیست و انسان‌ها نیز مسئول باشند. حالا برند محبوب آنها برندی نیست که صرفاً بیشترین فروش را دارد، بلکه برندی است که بیشترین مسئولیت‌پذیری را نیز از خود نشان می‌دهد. این تغییر نگرش، مسیر تازهای برای برندسازی گشوده که در آن مسئولیت اجتماعی به یک رکن اساسی تبدیل شده است.

از همین رو است که بسیاری از برندهای بزرگ دنیا مثل کوکا کولا، آدیداس و حتی غول‌های فناوری مثل مایکروسافت نیز وارد میدان مسئولیت‌های اجتماعی شده‌اند. این‌ برندها نه تنها به دنبال فروش بیشتر هستند، بلکه می‌خواهند الهام‌بخش دگرگونی در جهان نیز باشند. یکی به سراغ حمایت از محیط زیست می‌رود، یکی با نژادپرستی مقابله می‌کند و دیگری در توسعه جوامع محروم سرمایه‌گذاری می‌کند. این نوع فعالیت‌ها فراتر از یک استراتژی بازاریابی ساده است؛ این یک فلسفه کاری است که می‌تواند تمام هویت برند را تغییر دهد. برای همین هم لازم است برندها با دقت و آگاهی مفهوم «مسئولیت اجتماعی» را درک کرده و به درستی در استراتژی برندینگ خود بگنجانند. در ادامه این مقاله به تعریف دقیق‌تر این مفهوم، مزایای آن و همچنین راهکارهای کاربردی برای پیاده‌سازی برندینگ بر پایه مسئولیت اجتماعی خواهیم پرداخت. اگر می‌خواهید برندان نه فقط نامی روی کاغذ، بلکه قابل تحسین باشد این مقاله را تا انتها دنبال کنید.

مسئولیت اجتماعی: یک تعهد فراتر از کسب و کار
مسئولیت اجتماعی به زبان ساده یعنی اینکه یک برند به نیازها و دغدغه‌های جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، بی‌تفاوت نباشد. این مسئولیت می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد؛ از کاهش مصرف منابع و حمایت از محیط زیست گرفته تا اشتغال‌زایی در مناطق کم‌برخوردار یا حتی مبارزه با بی‌سوادی. هدف از مسئولیت اجتماعی ایجاد تعادلی میان سود اقتصادی و تأثیر مثبت اجتماعی است.

مثلا برند خودروسازی تسلا را در نظر بگیرید. این شرکت نه تنها خودروهای الکتریکی تولید می‌کند بلکه فلسفه‌اش بر کاهش آلودگی هوا و کاهش وابستگی به سوخت‌های فسیلی استوار است. این یعنی هر خرید از تسلا، نوعی حمایت از آینده‌ای پاک‌تر محسوب می‌شود و این دقیقاً همان چیزی است که مسئولیت اجتماعی به آن معنا می‌دهد.

همچنین برند بادی شاپ از نخستین برندهایی بود که سال‌ها پیش از دیگران موضوع تست حیوانی را زیر سوال برد و محصولات بدون خشونت تولید کرد. همین مسئله مشتریانی وفادار و متعهد برای برند به همراه آورد. بنابراین مسئولیت اجتماعی لزوماً پروژه‌ای عظیم و پیچیده نیست، بلکه می‌تواند از یک ارزش ساده اما انسانی آغاز شود.

در بسیاری از موارد شرکت‌ها تلاش می‌کنند مسئولیت اجتماعی را با اهداف برند خود گره بزنند. مثلاً شرکتی که در حوزه تغذیه فعالیت می‌کند، به سراغ برنامه‌های مقابله با سوء‌تغذیه در کشورهای فقیر می‌رود. این هم‌راستایی میان فعالیت برند و دغدغه اجتماعی، قدرت برند را چند برابر می‌کند.

در نهایت باید گفت که مسئولیت اجتماعی یک روند مقطعی یا تبلیغاتی نیست؛ این یک تعهد بلندمدت است که تنها در صورت صداقت و پیوستگی می‌تواند نتیجه‌بخش باشد. برندهایی که صرفاً برای جلب توجه دست به فعالیت‌های اجتماعی می‌زنند، دیر یا زود از سوی مشتریان طرد می‌شوند. رمز موفقیت در صداقت، استمرار و همسویی با ارزش‌های برند است.

مزایای برندینگ بر مدار تعهد اجتماعی
ایجاد اعتماد پایدار میان برند و مخاطب

یکی از مهمترین مایه‌ای مسئولیت اجتماعی در برندینگ افزایش اعتماد میان برند و مشتریان است. در دورانی که اخبار جعلی و رفتارهای غیرشفاف شرکت‌ها به وفور دیده می‌شود، مشتریان بیش از هر زمان دیگری به دنبال برندهایی هستند که بتوانند به آنها اعتماد کنند. مسئولیت اجتماعی، نشانه‌ای روشن از تعهد یک برند به ارزش‌هایی فراتر از سود شخصی است و می‌تواند نقش کلیدی در ایجاد این اعتماد ایفا کند.

وقتی برندها به صورت شفاف فعالیت‌های مسئولانه خود را با مخاطبان در میان می‌گذارند (مثل گزارش‌های سالانه زیست محیطی یا برنامه‌های اجتماعی) مشتری احساس می‌کند با برندی طرف است که راستگوست و دغدغه‌ای انسانی دارد. این شفافیت به تدریج نوعی رابطه احساسی میان برند و مخاطب ایجاد می‌کند، رابطه‌ای که فقط براساس محصول یا خدمات شکل نگرفته بلکه به ارزش‌های مشترک گره خورده است.

برای مثال برند پاناکونیا به صراحت اعلام می‌کند

که تنها به دنبال سود نیست بلکه محافظت از طبیعت برایش اولویت دارد. این برند بخشی از سود خود را صرف حمایت از سازمان‌های محیط زیستی می‌کند. همین صداقت در رفتار و گفتار، محبوبیت آن را میان دوستداران طبیعت و حتی مصرف‌کنندگان معمولی افزایش داده است. وقتی مشتریان احساس کنند که خرید از یک برند، مشارکت در یک هدف مثبت است، اعتمادشان به برند مستحکم‌تر می‌شود.

از سوی دیگر، برندهایی که در ظاهر ادعای مسئولیت اجتماعی دارند اما در عمل خلاف آن را نشان می‌دهند، به شدت دچار ریزش مخاطب می‌شوند. مصرف‌کنندگان امروزی بسیار آگاهند و سریع‌تر از هر زمان دیگری به دورویی برندها پی می‌برند. بنابراین مسئولیت اجتماعی نباید فقط در تبلیغات نمود پیدا کند بلکه باید در دل سیاست‌ها و رفتارهای واقعی برند جاری باشد. در



نهایت، اعتماد چیزی نیست که بتوان آن را با بودجه‌های تبلیغاتی بالا خرید. بلکه حاصل سال‌ها تعهد، شفافیت و همسویی رفتار برند با گفته‌های آن است. مسئولیت اجتماعی، اگر درست اجرا شود، می‌تواند سکوی پرش برند به قلب مخاطبان باشد.

افزایش تمایز برند در بازار

در دنیایی که بازارها از برندهای مشابه اشباع شده‌اند، یکی از سخت‌ترین چالش‌ها ایجاد تمایز واقعی میان برندهاست. مسئولیت اجتماعی یکی از قوی‌ترین ابزارها برای برجسته کردن هویت برند در میان انبوه رقابتست. برندی که صرفاً یک محصول خوب ارائه می‌دهد، در بهترین حالت یک انتخاب است؛ اما برندی که ارزش‌های انسانی را نیز نمایندگی می‌کند، تبدیل به یک گزینه خاص و متمایز می‌شود.

اگر دو برند لوازم آرایشی کیفیتی یکسان داشته باشند، مشتری امروزی احتمالاً آن برندی را انتخاب خواهد کرد که محصولاتش بر پایه تست غیرحیوانی تولید شده است یا بسته‌بندی‌های بازیافتی دارد. این نوع تفاوت‌ها باعث می‌شود برند در ذهن مشتری برجسته‌تر از دیگران بماند و در میان گزینه‌های زیاد، زودتر انتخاب شود.

نمونه موفق این استراتژی را می‌توان در برند تامس (TOMS) مشاهده کرد. این شرکت اعلام کرد که با خرید هر جفت کفش، یک جفت به کودکان نیازمند اهدا می‌کند. همین کمپین به ظاهر ساده برند را به قدری متمایز کرد که در مدت کوتاهی در بازار جهانی جایگاه ویژه‌ای یافت. این برند به جای رقابت بر سر قیمت یا مدل، بر تفاوتی معنادار و اجتماعی تمرکز کرد. تمایز ناشی از مسئولیت اجتماعی یک تمایز احساسی است؛ مخاطب تنها با چشم نمی‌بیند، بلکه با دل هم احساس می‌کند. این تفاوت باعث می‌شود برند به یک

داستان جذاب تبدیل شود، داستانی که مردم دوست دارند آن را تعریف کنند و در آن شریک باشند. در عصر بازاریابی روایت‌محور، این مزیت کم‌نظیر است. در پایان باید گفت که مسئولیت اجتماعی نه تنها باعث تمایز شدن برند می‌شود، بلکه نوعی هویت منحصر به فرد به آن می‌بخشد. این هویت، نیرویی است که برند را به یک جریان فرهنگی یا اجتماعی بدل می‌کند، نه صرفاً یک فروشنده محصول.

جذب و حفظ نیروی انسانی باکیفیت

برندسازی تنها معطوف به بازار نیست، بلکه درون سازمان نیز تأثیرگذار است. یکی از مزایای کمتر دیده شده مسئولیت اجتماعی اثر آن در جذب و نگه داشت نیروهای انسانی بالاستعداد است. نسل جدید کارمندان، به ویژه نسل زد تمایل دارند برای برندهایی کار کنند که مسئولانه رفتار می‌کنند و با ارزش‌های آنها همخوان



هستند. برای این نسل حقوق و مزایا تنها معیار انتخاب شغل نیست. آنها می‌خواهند احساس کنند که بخشی از یک مأموریت بزرگ‌تر هستند. بنابراین اگر یک برند، رسماً اعلام کند که برای توسعه پایدار یا عدالت اجتماعی می‌کوشد و این ادعاها را در عمل نیز ثابت کند، طبیعتاً برای نیروهای انسانی متعهد و با استعداد جذاب‌تر خواهد بود.

در همین راستا، برندهایی مثل گوگل، یونیلیور و متا در گزارش‌های منابع انسانی خود به وضوح نشان داده‌اند که برنامه‌های مسئولیت اجتماعی باعث افزایش وفاداری کارکنان، کاهش نرخ ترک شغل و رشد بهره‌وری شده است. کارمندانی که احساس کنند کارشان فقط سوددهی نیست بلکه بخشی از خلق ارزش انسانی است، با انگیزه بیشتری فعالیت می‌کنند.

از سوی دیگر، برندهایی که هیچ‌گونه مسئولیت اجتماعی ندارند یا رفتارهایی خلاف اخلاق عمومی از خود نشان می‌دهند، با بحران‌هایی نظیر استعفا‌های گسترده، افشاشگری کارکنان و حتی تحریم فرهنگی مواجه می‌شوند. در دنیای شبکه‌های اجتماعی، یک تصویر منفی از فرهنگ سازمانی می‌تواند ضربه‌ای جبران‌ناپذیر به برند وارد کند.

در نهایت باید گفت که برندهایی مسئول نه تنها مشتریان، بلکه بهترین نیروهای انسانی را نیز به سوی خود جذب می‌کنند و همانطور که می‌دانیم، در دنیای رقابت شدید، سرمایه انسانی یکی از مهمترین برگ‌های برند به است.

افزایش وفاداری مشتریان در بلندمدت

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های هر کسب و کار، حفظ مشتریان فعلی در کنار جذب مشتریان جدید است. در این میان مسئولیت اجتماعی نقشی بی‌بدیل در افزایش وفاداری مشتری ایفا می‌کند. مشتریانی که می‌بینند برند محبوب‌شان در کنار فروش محصول برای حل مشکلات اجتماعی یا زیست محیطی تلاش می‌کند، حس تعهد متقابل نسبت به آن برند پیدا می‌کنند. این احساس وفادارای عمیق‌تر از تخفیف یا کارت باشگاه مشتریان به هم‌را دارد.

مشتریان حاضرند برای محصولات برندهای مسئول مبلغ بیشتری بپردازند. زیرا آنها معتقدند این پرداخت اضافه در واقع سرمایه‌گذاری در آینده‌ای بهتر است. این نوع از وفاداری نه تنها با خرید مستمر همراه است، بلکه به نوعی تبدیل مشتریان به سفیر برند نیز منجر می‌شود. مشتری وفادار، داوطلبانه برند را تبلیغ می‌کند و پیام آن را به دیگران می‌رساند.

به عنوان نمونه، برند بادی شاپ سال‌هاست با شعار حمایت از حیوانات، تجارت منصفانه و مبارزه با نابرابری فعالیت می‌کند، جامعه‌ای وفادار از مشتریان دارد که این برند را نه تنها به دلیل کیفیت، بلکه به دلیل منش انسانی‌اش انتخاب می‌کنند. وفاداری آنها صرفاً از رضایت مشتری نیست، بلکه از باور مشترک به ارزش‌های انسانی می‌آید.

در بازاریایی که رقابت شدید است و انتخاب‌های مشتریان بی‌شمار، برندها باید فراتر از قیمت و کیفیت فکر کنند. مسئولیت اجتماعی همان چیزی است که برند را از یک فروشنده صرف، به یک شریک اخلاقی و اجتماعی تبدیل می‌کند. این تغییر زاویه، وفاداری عمیق‌تری خلق می‌کند که سال‌ها ادامه دارد.

در نهایت باید گفت وفاداری ناشی از مسئولیت اجتماعی، وفاداری عاطفی است؛ وفاداری‌ای که نه فقط

به محصول، بلکه به فلسفه برند گره خورده و این نوع وفاداری، آن چیزی است که برندها را در برابر توفان‌های بازار مقاوم و پایدار نگه می‌دارد.

ارتقای جایگاه برند در نگاه عموم

مسئولیت اجتماعی نه تنها روی مشتریان و کارکنان تأثیر می‌گذارد، بلکه نگاه عمومی به برند را نیز بهبود می‌بخشد. در عصری که برندها در کانون توجه رسانه‌ها، فعالان اجتماعی و حتی دولت‌ها هستند، تصویر عمومی اهمیت فراوانی دارد. برندی که مسئولانه رفتار می‌کند، در رسانه‌ها به عنوان نمونه‌ای مثبت معرفی می‌شود و در

نتیجه جایگاهش در اذهان عمومی ارتقا می‌یابد.

از سوی دیگر، برندهایی که اقدامات ناسازگار با ارزش‌های اجتماعی انجام می‌دهند، بلافاصله در معرض واکنش‌های منفی عمومی قرار می‌گیرند. یک اشتباه کوچک، اگر در بستر بی‌اعتمادی اجتماعی قرار گیرد،

لحظاتی است که مشتری به نحوی با برند مواجه می‌شود: از تبلیغات و بسته‌بندی گرفته تا خدمات پس از فروش و حتی فرهنگ سازمانی. اگر این مسئولیت اجتماعی تنها در قالب بیانیه یا یک کمپین کوتاه‌مدت باقی بماند، نمی‌تواند تأثیر عمیقی بگذارد.

برندهایی که در این مسیر موفق بوده‌اند، مسئولیت اجتماعی‌شان را نه فقط در ظاهر، بلکه در بطن تجربه مشتری گنجانده‌اند. برای مثال، برند پاناکونیا که مسئولیت اجتماعی‌اش حفاظت از محیط زیست است، این مأموریت را در تمام جنبه‌های خود اجرا می‌کند: لباس‌های بازیافتی، سیستم بازگردانی محصولات، سایت آموزشی درباره تغییرات اقلیمی و حتی تشویق مشتریان به مصرف کمتر. این انسجام موجب اعتماد بالا و ارتباط عاطفی عمیق‌تر با مشتری شده است.

نقطه قوت این‌ روش در پیوستگی و صداقت آن نهفته است. مشتری امروز باهوش‌تر از گذشته است و به راحتی عدم تطابق میان گفته‌ها و عملکرد برند را تشخیص می‌دهد. اگر برندی در تبلیغات از حفظ محیط زیست حرف بزند، اما در بسته‌بندی‌اش از پلاستیک‌های غیرقابل بازیافت استفاده کند، اعتماد مشتری را از دست خواهد داد. برای موفقیت در این مرحله، تیم بازاریابی باید با واحدهای تولید، منابع انسانی، طراحی محصول و حتی فروشگاه‌ها همکاری نزدیک داشته باشد. هر نقطه تماس باید بازتاب‌دهنده همان ارزش‌های اجتماعی باشد که برند مدعی آن است.

مسئولیت اجتماعی نباید به عنوان پروژه‌ای موقت یا واحدی جداگانه در شرکت دیده شود. بلکه باید به صورت یک رویکرد جامع و درهم‌تنیده، در تار و پود برند تنیده شود. فقط در این صورت است که پیام اجتماعی برند به شکلی مؤثر، منسجم و ماندگار به مخاطب منتقل می‌شود.

روایت‌سازی خلاقانه درباره مسئولیت اجتماعی
در دنیای امروز صرف انجام یک فعالیت مسئولانه کافی نیست. برندها باید بتوانند داستان آن را نیز به طسری الهام‌بخش و خلاقانه روایت کنند. روایت‌سازی ابزاری قدرتمند در برندینگ است و زمانی که به درستی با مسئولیت اجتماعی ترکیب شود، می‌تواند تأثیری چند برابر داشته باشد. داستانی که در آن برند نه قهرمان، بلکه شریک مخاطب در ساخت جهانی بهتر است.

برای مثال، برند تامس با شعار «با خرید هر کفش، یک جفت کفش به کودک نیازمند اهدا می‌شود» تنها یک اقدام خیره انجام نمی‌دهد، بلکه داستانی ساده و تأثیرگذار را روایت می‌کند. مشتری با خرید کفش نه فقط مصرف‌کننده، بلکه مشارکت‌کننده در یک عمل نیک می‌شود. این روایت موجب شد تا برند به سرعت رشد کند و در دل مخاطبان جای بگیرد.

روایت‌سازی موفق از مسئولیت اجتماعی، باید صادقانه، انسانی و قابل لمس باشد. به جای آمارهای خشک و بی‌روح، تمرکز باید بر زندگی واقعی افراد و اثر اقدام برند بر آنها باشد. انسان‌ها به داستان‌ها واکنش نشان می‌دهند، نه به نمودارها. بنابراین داستان یک کودک در آفریقا که با کمک آن برند به مدرسه بازگشته، تأثیر بسیار بیشتری از هر گزارش عملکرد سالانه خواهد داشت. نکته مهم این است که برندها نباید از روایت داستان به عنوان ابزار خودنمایی استفاده کنند. مخاطب به سرعت تشخیص می‌دهد که کدام روایت‌ها واقعی و از دل آمده‌اند و کدام یک صرفاً تبلیغاتی و ساختگی هستند. صداقت، شفافیت و همدلی در روایت سازی، عناصر حیاتی هستند.

اگر برندی بتواند روایت اجتماعی خود را به بخشی از هویت کلّامی و تصویری‌اش تبدیل کند، نه تنها بهتر در خاطر مشتری می‌ماند، بلکه تبدیل به داستانی الهام‌بخش می‌شود که توسط خود مشتریان نیز بازگو خواهد شد.

بازنگری و بهبود مداوم مأموریت اجتماعی

هر چقدر هم مأموریت اجتماعی برند خوب طراحی و اجرا شده باشد، اگر مورد سنجش قرار نگیرد و براساس بازخوردها اصلاح نشود، در طول زمان اثربخشی‌اش کاهش خواهد یافت. برندها برای موفقیت در مسیر مسئولیت اجتماعی باید مکانیزم‌هایی برای اندازه‌گیری اثرات اقدامات‌شان طراحی کنند. این کار هم موجب بهینه‌سازی عملکرد می‌شود و هم به مخاطبان نشان می‌دهد که برند نسبت به مأموریت خود متعهد باقی مانده است. سنجش مسئولیت اجتماعی می‌تواند از طریق شاخص‌هایی مثل میزان کاهش مصرف منابع، تعداد افراد تحت حمایت یا میزان تأثیر اجتماعی پروژه‌ها انجام شود. برندهایی مانند یونیلیور با انتشار گزارش‌های سالانه مسئولیت اجتماعی به وضوح پیشرفت، چالش‌ها و اقدامات خود را با جامعه در میان می‌گذارند. این شفافیت نه تنها موجب اعتماد عمومی می‌شود، بلکه الگویی برای دیگر برندها نیز هست.

بازنگری دوره‌ای مأموریت اجتماعی نیز بسیار حیاتی است. جهان در حال تغییر است و دغدغه‌های اجتماعی نیز دستخوش تحول می‌شوند. برندی که در دهه گذشته بر آموزش کودکان تمرکز داشته، شاید امروز بتواند مسئله تغییرات اقلیمی را به عنوان دغدغه جدیدی انتخاب کند. اما این تغییر باید با ظرافت و صداقت انجام شود، تا هم راستایی خود را با هویت برند حفظ کند.

در این مسیر، دریافت بازخورد از مشتریان و گروه‌های ذی‌نفع نیز بسیار ارزشمند است. برندها باید فضاهایی برای شنیدن صدای مخاطبان ایجاد کنند؛ فضاهایی که در آنها مشتری بتواند بگوید آیا برند واقعاً به مسئولیت اجتماعی‌اش عمل کرده یا نه. این گفت‌وگو، رابطه‌ای زنده و انسانی میان برند و مخاطب برقرار می‌کند. در نهایت، مسئولیت اجتماعی برندی که پویا، قابل اندازه‌گیری و قابل اصلاح باشد، نه فقط پیامدهای مثبت اجتماعی خواهد داشت، بلکه خود را به عنوان یک مزیت رقابتی قدرتمند در بازار نیز تثبیت خواهد کرد.

https://digitalmarketinginstitute.brands-doing--۱۶-com/blog/corporate-social-responsibility-successfully
https://www.linkedin.com/pulse/intersection-branding-corporate-social-responsibility-sfnvf
ways-to--۵-https://myhfa.org/demonstrate-your-brands-social-responsibility
https://blog.hubspot.com/marketing/socially-responsible-brands