

<div><div></div><div><div>دوشنبه</div></div></div> <p>۲۵ اردیبهشت ۱۴۰۲</p> <p>Mon.15 May 2023</p> <p>۲۴ شوال ۱۴۴۴ - سال‌نهم</p> <p>شماره ۲۳۳۶</p> <p>۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان</p> <p>www.forsatnet.ir</p>

<div><div></div><div><div>نگاه</div></div></div>
<div> <div><div>بازوی پژوهشی وزارت صمت</div></div> <div><div>گزارش داد</div></div> </div>
<div>رتبه چهارم تورم خوراکی ایران</div>
<div><div><div> <div>چالش‌های جهان گویا پایانی ندارد. با فروکش کردن موج کرونا حالا بیشتر از یک سال است که تداوم جنگ روسیه و اوکراین، زندگی را بر مردم جهان سخت کرده است. با آغاز بحران شرق اروپا، نقش امنیت غذایی بیش از پیش به عنوان یک موضوع استراتژیک برجسته شد و زنگ خطر در بسیاری از کشورها با گسترش ناامنی غذایی بـه صدا در آمد. با آغاز جنگ در اوکراین، تصور اینکه این بحران تا این اندازه بر زندگی مردم جهان تأثیرگذار باشد، ممکن نبود، اما با گذشت تنها چند روز به تدریج آثار و بازخوردهای اقتصادی این جنگ نمایان شد. از آنجا که هم روسیه و هم اوکراین، نقش مهمی در تولید و صادرات غلات داشتند، تمام بازارهای جهانی تحت تأثیر قرار گرفتند و گرانی و کمبود مواد غذایی در همه جای جهان احساس شد. هم مسکو و هم کیف از لحاظ کشاورزی، معدنی و انرژی جایگاه ویژه و بی‌بدیلی دارند و همین موضوع باعث اهمیت دوچندان آنها در معادلات جهانی شده است. البته این جنگ به همین دو طرف خلاصه نشده و به عبارتی، به نبرد شرق و غرب تبدیل شده است. جنگ روسیه و اوکراین، بحرانی در اقتصاد و روابط بین‌الملل پدید آورده که از زمان جنگ سرد تاکنون سابقه نداشته و با وجود تلاش کشورهای ثالث همچنان ادامه دارد…</div></div></div> </div>

فرصت امروز: «در ایران نه اقتصاد سرمایه‌داری داریم و نه سرمایه‌دار. آنچه وجود دارد، پولدارها هستند و مردم به پولدارها بدبینند.» این را «فرداه‌انلی» می‌گوید. این اقتصاددان، بستر شکل‌گیری سرمایه‌داری در ایران را عقیم می‌داند و نظام تصمیم‌گیری در سال‌های گذشته را متأثر از نگرش چپ می‌داند. او با بیان اینکه رشد سرمایه‌داری به پیش‌رانی نیاز دارد که هیچ کدام در ایران فراهم نیست، می‌گوید: سرمایه‌داری در ایران پایدار نیست و دلیل آن عدم وجود قوانین این حوزه است. اینکه سرمایه‌داری در این شکل گرفته و یا اگر شکل گرفته تن به شفافیت، دیسپلین و انضباط نمی‌دهد و سعی می‌کند هرجا با هر کسی که توافق می‌کند، پشت درهای بسته باشد، به این دلیل است که هنوز بعد از ۴۰ سال تفکر چپ در دی‌ان‌ای تصمیم‌گیری‌ها وجود دارد.

پژوهش‌ها و مطالعات زیادی درباره اینکه چرا سرمایه‌داری در ایران شکل نگرفته است، انجام شده و کتاب‌های زیادی در سال‌ها و دهه‌های گذشته از سوی پژوهشگران در این زمینه منتشر شده است. از جمله این آثار، کتاب «موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران: دوره قاجار» نوشته «محمد اشرف» است. «شرق» در این کتاب به بررسی نقش تاریخی «جامع‌ت بازاریان و بخصوص تجار بزرگ در مسیر تحول‌های اقتصادی و اجتماعی جامعه ایرانی در اواخر قرن گذشته از سوی پژوهشگران در این زمینه منتشر شده است. به عقیده این جامعه‌شناس، تجار و اصناف کوشیدند تا نقش تاریخی خود را در توسعه ایران ایفا کنند و در برخی رویدادها همچون مشارکت وسیع در پیروزی انقلاب مشروطه و توسعه بازرگانی خارجی موفقیت‌هایی هم کسب کردند، اما به دلیل شیوه تولید در ایران و همچنین استبداد داخلی و وضعیت نیمه استعماری به هدف خود نرسیدند. در این میان، یک عامل فرهنگی هم نقش داشته که البته «شرق» بدان اشارهای نکرده و آن ذهنیت منفی جامعه ایرانی به تجار و به عبارت بهتر، پولدارهاست. همان چیزی که «بلی» بدان اشاره می‌کند. بندهایی از صحبت‌های «فرداه‌انلی» درباره موانع رشد سرمایه‌داری در ایران را می‌خوانید.

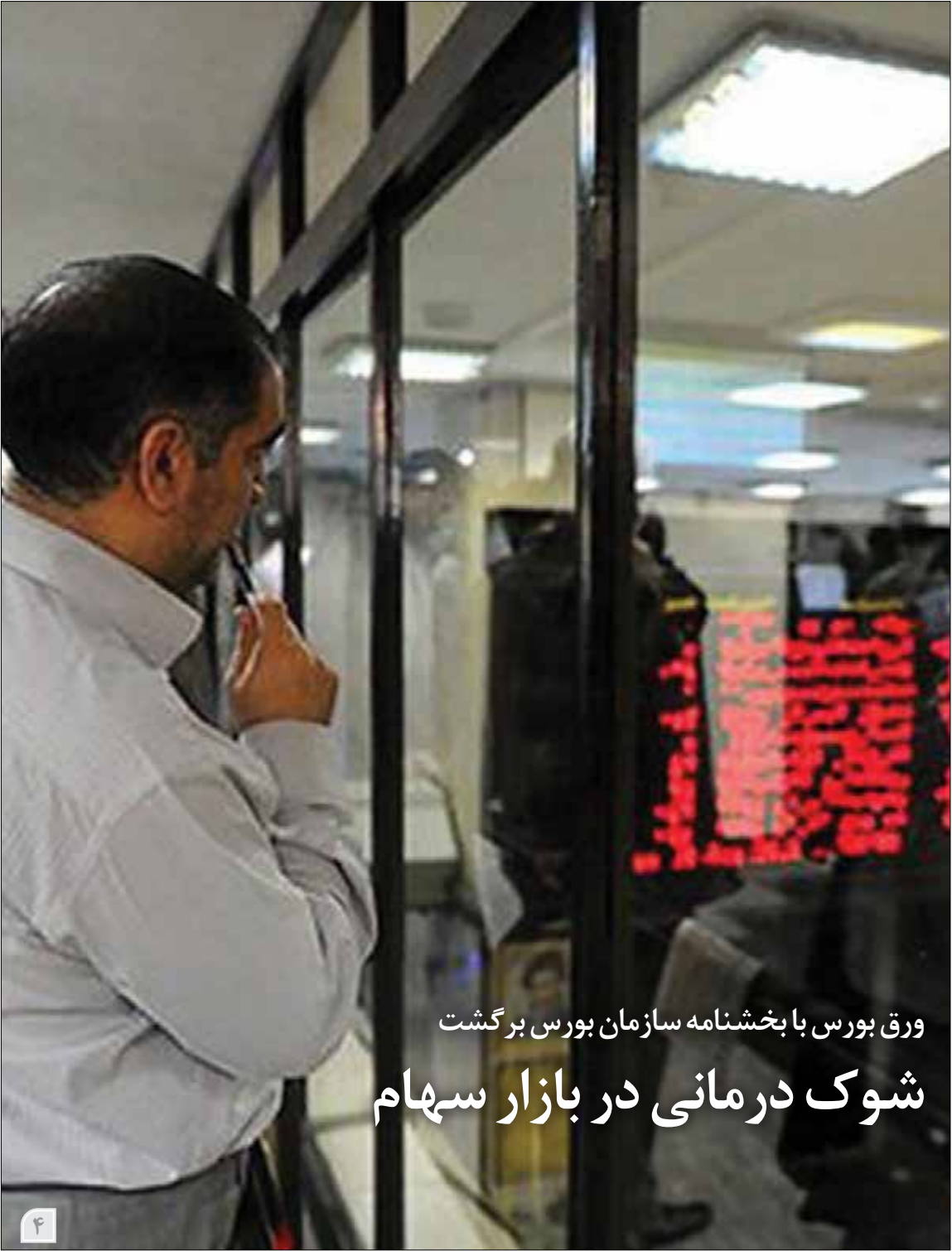
تفاوت پولدارها با سرمایه‌دارها

«فرداه‌نلی» ابتدا به تفاوت «پول» و «سرمایه» اشاره می‌کند و می‌گوید: در ایران نه اقتصاد سرمایه‌داری داریم و نه سرمایه‌دار. او در گفت‌وگو با ماهنامه «پندهنگر» با بیان اینکه سرمایه‌داری و به تبع آن، سرمایه‌دار، یک بستر فرهنگی، تاریخی و اقتصادی شکل گرفته و عمرش به بیش از ۲۰۰ سال نمی‌رسد، می‌افزاید: سرمایه‌داری در ادبیات فارسی با پولدار و متمول بودن معادل گرفته می‌شود که خطای تاریخی است. متمول بودن نه‌تنها در ادبیات فارسی بلکه در ادبیات خیلی از کشورها قدمت چند هزار ساله دارد. الان هم وقتی گفته می‌شود فلاّنی خیلی پولدار است، منظور این است که ملک و املاک زیادی دارد یا حساب بانکی‌اش پر است؛ در حالی که این فرد

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



ورق بورس با بخشنامه سازمان بورس برگشت

شوک درمانی در بازار سهام

چرا ایرانیان به سرمایه ذهنیت منفی دارند؟

موانع تاریخی سرمایه‌داری در ایران

لزوما سرمایه‌دار نیست، ممکن است یک ویلای گران‌قیمت در لوسان پولدار و متمول است. این اقتصاددان درباره تفاوت «پولدار» با «سرمایه‌دار» توضیح می‌دهد: سرمایه‌دار فردی است که افراد زیادی را استخدام کرده که برایش کار می‌کنند؛ به یک جریان تولیدی دیرپا وابستگی دارد و دارای بنگاه اقتصادی و شرکت است؛ سود ناشی از فعالیت‌های تولیدی را در همان فعالیت تولیدی سرمایه‌گذاری می‌کند و در یک چرخه فرابنده دائم وضعیت مالی‌اش بهتر می‌شود؛ اما از قبل این وضعیت خوب لزوما حساب‌های مالی شخصی‌اش پر نمی‌شود و ویلا و ائومبیل‌هایش اضافه نمی‌شود، ولی تعداد کسانی که برایش کار می‌کنند، بیشتر می‌شود، خط تولید کارخانه زیاد می‌شود و حلقه اتصالش به اقتصاد و بخش مولد بیشتر می‌شود. به گفته «بلی»، پولدار به معنای قدیم و سرمایه‌دار به معنای جدید، دو اخلاق کاملا متفاوت دارند. موجودی شخص پولدار در حساب‌های بانکی شخصی است و جز خودش و بانکدارش کسی دیگر از این خبر ندارد و از شفافیت‌گیریزان است؛ چون می‌خواهد مالیات ندهد، در حالی که سرمایه‌دار نه تنها از شفافیت استقبال می‌کند، بلکه لازمه کارش شفافیت است؛ چون عده زیادی برایش کار می‌کنند و معلوم است چند درصد سهام کارخانه را دارد و هیأت‌مدیره و ساهدار از گردش مالی او مطلعند. وقتی سرمایه‌دار به بانک مراجعه می‌کند با بانک راجع به حساب شخصی‌اش صحبت نمی‌کند و درباره موجودی حساب شرکتش صحبت می‌کند؛ حال آنکه فرد پولدار فقط حساب شخصی و فردی‌اش مهم است.

بازی برد-برد سرمایه‌داری

او سرمایه‌داری را یک بازی برد-برد می‌داند و می‌افزاید: ممکن است سرمایه‌دار در ادبیات چپ مورد طعنه قرار بگیرد، اما این فقط در ادبیات چپ است که با سقوط شوروی و بلوک شرق دیگر حرفی برای گفتن ندارد. از سقوط سرمایه‌دار نه کارگزارش، نه شرکایش و نه مشتری‌هایش خوشحال نمی‌شوند. سرمایه‌دار پاره‌ها ثابت کرده

کارآفرین است و اگر ورشکست شود، اولین متضرر این وضعیت کارگزارش هستند و لذا سرمایه‌داری یک بازی برد - برد است؛ بازی‌ای که هرچه وضعیت بهتر می‌شود کارگران، شرکا، مدیران و پرسنلش، او را در قالب بهتر شدن وضع کارخانه و شرکت می‌بینند و اگر یک کانستیرر با کلی ماشین‌الات جدید به مجموعه اضافه شود، کارگزارش نمی‌گویند باز هم بساط او افتاد و می‌فهمند توسعه فعالیت یا شیفت اضافی، پرداخت اضافی، توسعه فعالیت و سود اضافی خواهد بود.

«بلی» درباره خاستگاه تاریخی «پولدار» و «سرمایه‌دار» اضافه می‌کند: سرمایه‌دار و پولدار دو خاستگاه متفاوت دارند. خاستگاه پولداری از ابتدای بشریت بوده؛ یعنی کسی که فئودال بوده زمین و

بلبشوی قیمت‌گذاری در بازار مسکن ادامه دارد

چهار دیواری، نرخ‌گذاری!

اعلام قیمت‌های کاذبی در بازار مسکن شهر تهران صدای متقاضیان، مسئولان و نمایندگان مجلس را آورده؛ به گونه‌ای که بعضی نرخ‌های دلخواه در مناطق میانی از محدوده‌های شمالی پایتخت فراتر رفته است که البته مشتری برای آنها وجود ندارد. به گزارش «ایسنا»، پنج روز قبل سازمان حمایت در نامه‌ای به سایت‌های اینترنتی فروش خودرو دستور داد تا اطلاع ثانوی از درج…

۲

مرکز پژوهش‌ها، راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت کنترل تورم را معرفی کرد

۱۰ مسیر

مه‌ار تورم ۱۴۰۲

فرصت امروز: عوامل ایجاد تورم در اقتصاد به دو دسته عوامل کوتاه‌مدت و بلندمدت تقسیم می‌شوند. عامل اصلی ایجاد تورم در بلندمدت که منجر به میانگین تورم بالاتر ایران نسبت به کشورهای دیگر شده، رشد بالای نقدینگی مازاد بر رشد تولید است، البته رشد نقدینگی خود به صورت درونزا معلول ناترازی‌های درآمد-هزینه در اقتصاد ایران است. این ناترازی در مقیاس اقتصاد کلان به معنای فزونی رشد مخارج بر رشد درآمد ملی است. از سوی دیگر، عامل ایجاد نوسانات تورم حول روند بلندمدت در اقتصاد در بازه‌های کوتاه‌مدت وابسته به لنگر انتظارات تورمی (که در اقتصاد ایران نرخ ارز غیررسمی بوده) و واکنش سیاستگذار پولی به این نوسانات است. در همین راستا، نهاد پژوهشی مجلس در یک گزارش کارشناسی به بررسی مسیرهای کوتاه‌مدت و بلندمدت تورم پرداخته است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، عامل اصلی که در کوتاه‌مدت می‌تواند نوسانات قیمتی را مهار کند، ثبات‌بخشی به نرخ ارز است. در بازه بلندمدت نیز کنترل کمیت و نظارت بر کیفیت نقدینگی، اصلاح نظام بانکی، اصلاح ساختار بودجه، عدم قیمت‌گذاری دستوری و اصلاح ناترازی صندوق‌های باننشستگی باصلد مورد توجه قرار گیرد. بنابراین اقداماتی که در کوتاه‌مدت بر کنترل تورم تأثیر دارد شامل حداقل‌سازی نوسانات است…

۳

بازار فناوری‌های تحول‌آفرین تا سال ۲۰۳۰ به حدود ۱۰ تریلیون دلار می‌رسد

پیشران فناوریانه توسعه

۲

<div><div></div><div><div>مدیریت و کسب‌وکار</div></div></div>
<div>شخصی‌سازی محتوا در بازاریابی: یک راهنمای کاربردی</div>
<div><div><div> <div>مردم بر سر نکات گوناگون با هم اختلاف نظر دارند. از ورزش‌های مورد علاقه گرفته تا هنر و حتی شغل دلخواه، کمتر کسی در دنیا پیدا می‌شود که نظری دقیقاً مشابه دوستانش داشته باشد. این نکته درباره استقبال کاربران از محتوای بازاریابی نیز به چشم می‌خورد. گاهی اوقات یک محتوای سرگرم‌کننده که از نظر بعضی از کاربران بی‌نظیر است، مورد بی‌توجهی یا حتی انتقادات گسترده برخی دیگر قرار می‌گیرد. به طوری که آدم فکر می‌کند پای دو تا کمپین کاملا جداگانه وسط است!ا شخصی‌سازی محتوا یا کمپین‌های بازاریابی ایده‌ای است که در طول چند دهه اخیر اهمیتش روز به روز بیشتر می‌شود. زمانی نه چندان دور دوران طلایی تبلیغات توده‌ای (Mass Advertisement) بود و کسی فکر شخصی‌سازی محتوا را هم نمی‌کرد. در آن دوران همین که یک ایده جذاب برای تولید آگهی‌های تبلیغاتی داشتی، موفقیت‌تان در بازار تضمین می‌شد. این روزها البته…</div></div></div> </div>

نوده است. در واقع، کار سه‌گانه «بانک، بازار سرمایه و شرکت» با سرمایه‌دار این است که اعتماد را به اعتبار تبدیل کنند؛ دلیل این کار این است که یک درک مشترک دارند که فردا بهتر از امروز است؛ یعنی می‌گویند اگر امروز صد تا تام بگیرم، فردا می‌توانم ۱۳۰ تا به شما برگردانم؛ پس گرفتن اعتبار از بانک توسط سرمایه‌دار یک بازی برد-برد است که هم وضع بانک و هم وضع سرمایه‌دار را خوب می‌کند و وضع کارگران را نیز بهتر می‌کند؛ زیرا توسعه فعالیت پیدا می‌کند و وضع سهامدار را هم بهتر می‌کند. وضع دولت را هم بهتر می‌کند، چون مالیات است. دهد. وضع مردم را هم بهتر می‌کند؛ زیرا ارزش جدید خلق می‌کند، چون چیزی به نام رشد اقتصادی اتفاق می‌افتد. رشد اقتصادی وضعیتی است که در آن وضع آدم‌ها مستمرا بهتر می‌شود. رشد اقتصادی بیش از ۲۰۰ سال قدمت ندارد؛ قبل از آن اگر وضع یکی بهتر می‌شد، وضع دیگران بدتر می‌شد.

پهنه خاکستری اقتصاد ایران

اما چرا ذهنیت منفی نسبت به سرمایه‌داری در ایران وجود دارد؟ «بلی» اینطور پاسخ می‌دهد: این بدبینی نسبت به ثروت است و نه سرمایه. سرمایه در بستری رشد می‌کند که یک سرش واحد تولیدی است که قدیم کارخانه بوده و حالا شرکت شده؛ یک شخصیت حقوقی مستقل که ذیل یک ساختار حقوقی به نام قانون تجارت تعریف می‌شود. هر کشوری که بخواهد سرمایه‌داری در آن شکل بگیرد باید قانون تجارت داشته باشد؛ قانونی که تالیس و بزرگ شدن یعنی رشد، انحلال و ورشکستگی شرکت در آن خوب تعریف شده باشد؛ وگرنه در آنجا سرمایه‌داری شکل نمی‌گیرد. یکی

از دلایلی که سرمایه‌داری پایدار در ایران نداریم، این است که چنین قانونی نداریم که در آن تکلیف معلوم شود و مرگ شرکت، وصیت‌نامه شرکت و همه چیز در آن تعریف شده باشد. وصیت‌نامه شرکت یعنی اگر شرکت ورشکست شد، معلوم باشد تکلیف طلبکاران چه می‌شود؛ به کسی بابت چه چیزی به چه کسی بدهکار است. شرکت سهامی با مسئولیت محدود یعنی همین؛ یعنی اگر شرکت ورشکست شد مدیرعامل شرکت نباید بدبخت و بیچاره شود و تکلیفش معلوم است که در قبال چه مقدار از بدهی شرکت مسئول است و تکلیف بقیه چه می‌شود. پس یک رکن عبارت است از یک زیرساخت حقوقی که در آن شرکت از تولد تا مرگ تعریف شده باشد که در ایران ندارد و به اعتقاد این استاد دانشگاه، بازار سرمایه، اتاق شیشه‌ای و رادپولوی بخش شرکتی در هر اقتصاد است. این شفافیت را هم در ایران نداریم. از میان این‌همه شرکت فعال در اقتصاد ۳۰۰ میلیارد دلاری ایران، ۴۰۰ شرکت بورسی داریم. بقیه شرکت‌ها به این شفاف‌سازی ن ن داده و ترجیح داده‌اند در قسمت خاکستری اقتصاد بمانند. دلیل عدم سود شکل‌گیری سرمایه‌داری در ایران، نبود بانک تجاری به مفهوم درست‌کلمه است. کار بانک تجاری این است که اعتماد را به اعتبار تبدیل کند. ما فکر می‌کنیم بانک تجاری واسطه

جایزه ملی انتخاب نخست مشتریان در صنعت بانکداری به بانک پاسارگاد رسید

۴ نشان برای بانک پاسارگاد در اجلاس طرح انتخاب ملی

استفاده از خدمات و محصولات ایرانی، تعامل بیشتر فعالان بخش خصوصی با یکدیگر و ایجاد میز تخصصی عرضه و تقاضا ویژه مدیران برگزار کرده است. در این رویداد پیس از ارزیابی عملکرد سازمان‌ها پراساس شاخص‌های تخصصی عملکرد و سوابق، سازمان‌های برتر معرفی شدند و از آنها تقدیر به عمل آمد. بر این اساس، بانک پاسارگاد در چهار حوزه به عنوان برگزیده انتخاب و جایز ذیل به این بانک اهدا شد: «نشان برترین انتخاب ملی صنعت بانکداری»، «استاندارد و جایزه بین‌المللی (Security & Profitability in banking) - A+ Awards ۲۰۲۲) بالاترین سطح سودآوری و امنیت در

محل مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما برگزار شد، بانک پاسارگاد در چهار بخش موفق به کسب افتخار گردید. دبیرخانه توسعه صنایع ملی ایران با همکاری معاونت نهاد ریاست‌جمهوری، وزارت راه و شهرسازی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در راستای حمایت از مدیران، سرمایه‌گذاران و مجموعه‌های خدماتی و تولیدی فعال و متعهد، طرح «انتخاب ملی» را در قالب بزرگ‌ترین اجلاس توسعه استراتژی‌های خدمات، تولیدات و صادرات و برترین شرکت‌های ایران با رویکرد حمایت از تولید ملی، رف موانع تولید و خدمات، تشویق مصرف‌کنندگان به

و مشارکت فعال نهادهای دولتی و خصوصی، هم‌زمان با دوازدهمین نمایشگاه اینوتکس در ۱۹ اردیبهشت ماه در پارک پردیسی فناوری برگزار شد، از بانک پاسارگاد به عنوان یکی از نهادهای تأثیرگذار در تأمین مالی نوآوری و فناوری در زیست‌بوم دانش‌بنیان کشور با اهدای تندیس یادبود تقدیر به عمل آمد. در این رویداد، نهادهای فعال در این حوزه شامل بانک‌ها، شرکت‌های سرمایه‌گذار خطرپذیر VC، صندوق‌های پژوهش و فناوری، سکوها تأمین مالی جمعی و نیز شتاب‌دهنده‌های فعال پراساس شاخص‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفتند و از شرکت‌های برگزیده تقدیر شد.

ارائه خدمات بانکی از سوی اتحادیه اروپا»، «جایزه ملی برترین و تأثیرگذارترین روابط عمومی در معرفی خدمات بانکی» و «جایزه ملی انتخاب نخست مشتریان در صنعت بانکداری».

گفتنی است در اولین جشنواره بین‌المللی تأمین مالی نوآوری و فناوری (فیوتوکس)، از بانک پاسارگاد به عنوان یکی از نهادهای تأثیرگذار در تأمین مالی نوآوری و فناوری در زیست‌بوم دانش‌بنیان کشور تقدیر شد. در نخستین دوره جشنواره بین‌المللی تأمین مالی نوآوری و فناوری (فیوتوکس) که با هدف رفغ نیازهای سرمایه‌گذاران و سرمایه‌پذیران و با حضور مدیران و سیاستگذاران این حوزه

نگاه

بازوی پژوهشی وزارت صمت گزارش داد

رتبه چهارم تورم خوراکی ایران

چالش‌های جهان گویا پایانی ندارد. با فروکش کردن موج کرونا حلالا بیشتر از یک سال است که تلاوم جنگ روسیه و اوکراین، زندگی را بر مردم جهان سخت کرده است. با آغاز بحران شرق اروپا، نقش امنیت غذایی بیش از پیش به عنوان یک موضوع استراتژیک برجسته شد و زنگ خطر در بسیاری از کشورها با گسترش ناامنی غذایی به صدا در آمد. با آغاز جنگ در اوکراین، تصور اینکه این بحران تا این اندازه بر زندگی مردم جهان تأثیرگذار باشد، ممکن نبود، اما با گذشت تنها چند روز به تدریج آثار و بازخوردهای اقتصادی این جنگ نمایان شد. از آنجا که هم روسیه و هم اوکراین، نقش مهمی در تولید و صادرات غلات داشتند، تمام بازارهای جهانی تحت تأثیر قرار گرفتند و گرانی و کمبود مواد غذایی در همه جای جهان احساس شد. هم مسکو و هم کیف از لحاظ کشاورزی، معدنی و انرژی جایگاه ویژه و بی‌بدیلی دارند و همین موضوع باعث اهمیت دوچندان آنها در معادلات جهانی شده است. البته این جنگ به همین دو طرف خلاصه نشده و به عبارتی، به نبرد شرق و غرب تبدیل شده است. جنگ روسیه و اوکراین، بحرانی در اقتصاد و روابط بین‌الملل پدید آورده که از زمان جنگ سرد تاکنون سابقه نداشته و با وجود تلاش کشورهای ثالث همچنان ادامه دارد. ایسن جنگ نوظهور، آن هم در اروپایی که چند دهه رنگ جنگ و خشونت را ندیده بود، علاوه بر پیامدهای سیاسی، اقتصاد را هم هدف قرار داد. اقتصادی که با شیوع کرونا، روزگار خوبی را سپری نکرده بود و حالا هنوز کرونا تمام نشده، پای بحرانی بزرگ‌تر به میان آمده بود. در بعد داخلی نیز با حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی از سوسی دولت سیزدهم در ابتدای سال گذشته، شوک قیمتی به بازار کالاهای اساسی وارد شد و آنچه تحت عنوان «جراحی اقتصادی» شهره شد، به اختلال امنیت غذایی بیش از پیش دامن زد.
حالا طبق گزارش‌سی که بازوی پژوهشی وزارت صمت منتشر کرده است، ایران رتبه چهارم تورم خوراکی جهان را دارد. براساس آمارهایی که موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در گزارش «تورم مواد غذایی و تجربه سیاستگذاری کشورها» آورده است، نرخ تورم مواد غذایی در ایران در کنار کشورهای مثل لبنان و زیمبابوه، یکی از بدترین ارقام تورم مواد غذایی در جهان است. ایران از بازه زمانی مارس ۲۰۲۲ تا مارس ۲۰۲۳ (فروردین ماه ۱۴۰۱ تا فروردین ماه ۱۴۰۲)، «تورم اسمی» ۷۳ درصدی را تجربه کرده که پس از کشورهای لبنان، زیمبابوه و آرژانتین، بیشترین تورم خوراکی است. ایران همچنین با «تورم واقعی» ۲۰ درصدی در همین دوره زمانی پس از کشورهای لبنان، زیمبابوه، رومندا و مصر قرار گرفته و رتبه پنجم جهان را به لحاظ تورم واقعی مواد غذایی دارد. در مجموع، ایران، ترکیه و مصر در زمره ۱۰ کشور با تورم اسمی و واقعی بالا در بخش مواد غذایی قرار دارند.
گفتنی است تورم واقعی مواد غذایی حاصل تفاضل تورم اسمی مواد غذایی از تورم کل است.

گزارش بازوی پژوهشی صمت در توضیح دلایل افزایش تورم مواد غذایی در اقتصاد ایران می‌گوید: در کشورهای نظیر ایران، مصر، لبنان و برخی دیگر از کشورهای که در خاورمیانه و شمال آفریقا قرار گرفته‌اند، سطح بالای تورم مواد غذایی در آنها تا حد زیادی به دلیل وابستگی شدید تأمین کالاهای اساسی از محل واردات است. لازم به ذکر است که وابستگی شدید به تأمین وارداتی، هزینه‌های تجارت بالای از حد منطقی به دلیل تحریم‌های بین‌المللی، موضوع خشکسالی‌های دوره‌ای، عدم توزیع متوازن مکانی و زمانی درخصوص کالاهای اساسی، بالا بودن هزینه مابده کالا در طول زنجیره تأمین به دلیل ضعف زیرساخت‌های مربوطه، قیمت تمام شده بالا برای کالاهای به دلیل شکاف قابل توجه بین ظرفیت اسمی و ظرفیت اشتغال اکثر بخش‌های تولیدی و سایر عوامل خارج از دامنه تصمیم مدیران و صاحبان کسب و کار، بستر افزایش تورم مواد غذایی در ایران را گسترده‌تر نموده است، به گونه‌ای که سطح تورمی اسمی ۷۰ درصدی و تورم واقعی ۲۰ درصدی را برای مواد غذایی در ایران به همراه داشته است.

کارشناسان موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی همچنین در بعد خارجی به دلایلی نظیر تغییرات اقلیمی، همه‌گیری کرونا و پیامدهای جنگ اوکراین بر بازار غلات و دانه‌های روغنی اشاره کرده‌اند که بر افزایش تورم در سراسر جهان تأثیر گذاشته و وضعیت تورم ایران را از این نظر بدتر کرده است. بازوی پژوهشی صمت در این باره می‌افزاید: شناسایی ریشه‌های تورم مواد غذایی در راستای مقابله با بحران، یکی از گام‌های کلیدی در سیاستگذاری محسوب می‌شود. در شرایطی که کشورهای در عرصه تجارت جهانی کالا فعالیت قابل توجهی دارند و چه در نقش واردکننده و چه صادر کننده در بازارهای بین‌المللی به دنبال تأمین اهداف خود هستند، باید به این نکته توجه داشته باشند که عوامل بروزناپی نظیر جنگ، خشکسالی، بیماری‌های فراگیر و یا حتی برخی سیاست‌ها با رویکرد زیست محیطی بر سطح عرضه و تقاضای کالا و به تبع آن، سطح قیمت‌های جهانی تأثیرگذار خواهد بود. در این راستا، یکی از اقداماتی که در بسیاری از کشورها جنبه عمومی داشته و از آن به عنوان یک فاکتور کلیدی در جهت کنترل تورم بخشی یا کالایی استفاده می‌شود، تلاش در جهت تأمین کافی و یا جلوگیری از کاهش عرضه محصولات در بازار مصرف است که در اکثر کشورها با استفاده از سیاستگذاری‌ها و ابزارهای تجاری در بازه‌های زمانی کوتاه یا میان‌مدت دنبال می‌شود. براساس گزارش بانک جهانی در آوریل ۲۰۲۳ و به استناد تجربیات کشورها در حوزه تنظیم بازار و در واکنش به سطح بالای تورم مواد غذایی، برخی از کشورها در حوزه تجارت نهاده‌ها و محصولات کشاورزی و غذایی، ابزارهایی را به کار گرفته‌اند که محوریت و تمرکز اصلی آنها بر محدودیت صادرات استوار است و از آن جمله می‌توان به ابزارهایی نظیر ممنوعیت صادرات، مالیات بر صادرات و اجبار به اخذ گواهی‌های استنادارد صادراتی اشاره نمود که برحسب میزان تورم احصاشده در بازار داخلی کشورها و یا چشم‌انداز وضعیت تأمین در بازه زمانی مورد نظر شامل محصولات خاصی است.

همانطور که اشاره شد، یکی از نکات قابل توجه درخصوص تجربیات کشورهای جهان در زمینه به‌کارگیری ابزارها در پاسخ به سطح بالای تورم مواد غذایی، استفاده از ابزارهای متنوع است. این موضوع درخصوص کشورهای صادرکننده نظیر چین، روسیه و ترکیه با توجه به شرایط رقبای در بازار، سطح نیاز داخلی و یا حتی اهداف غیرتجاری دارای دامنه متنوعی است. از دیگر نکات مهم درخصوص سیاست تجاری اتخاذشده، به بازه زمانی به‌کارگیری ابزارها برمی‌گردد که تقریباً بیش از ۹۵ درصد این محدودیت‌ها از بازه زمانی نیمه اول ۲۰۲۳ (به ویژه ماه‌های ابتدایی) تا ۳۱ دسامبر ۲۰۲۳ تعیین شده است. این موضوع می‌تواند هشدار محدودیت دسترسی و مواجهه با افزایش قیمت بیشتر در ماه‌های آینده را به کشورهای وابسته به تأمین از محل واردات را منعکس نماید. در همین راستا باید به این نکته توجه کرد که گسترش سیاست استفاده از غلات و برخی دانه‌های روغنی در جهت تأمین سوخت و با رویکردهای زیست محیطی از جنبه بازه زمانی تأثیرگذاری نسبت به عواملی نظیر اپیدمی، جنگ و خشکسالی‌های دوره‌ای، اثر پایدار و بلندمدتی را بر افزایش قیمت کالاهای اساسی در بازارهای جهانی به همراه دارند. این موضوع به ویژه درخصوص کشورهای نظیر ایران که از منظر تأمین کالاهای مذکور از درجه وابستگی بالایی برخوردار هستند، در سیاست‌های حوزه تنظیم بازار و یا برنامه‌های توسعه صنایع وابسته باید مورد توجه برنامه‌ریزان و متولیان قرار بگیرد.

بازار فناوری‌های تحول آفرین تا سال ۲۰۳۰ به حدود ۱۰ تریلیون دلار می‌رسد

پیشران فناوریانه توسعه



فرصت امروز: پیشرفت‌های اخیر در فناوری‌های تأثیرگذار از جمله هوش مصنوعی، روباتیک و زیست‌فناوری، چشم‌انداز شگرفی در توسعه پایدار ایجاد کرده است. با این حال، پیشرفت‌های جاری موجب افزایش خطر نابرابری‌ها به دلیل تشدید شکاف دیجیتال بین کشورهای برخوردار و نابرخوردار شده است. به این مسائل باید چالش‌های اجتماعی و اقتصادی در سال ۲۰۲۳ را نیز اضافه کرد که سبب برافروختن این دوگانگی شده است. وقوع جنگ روسیه و اوکراین، شیوع ویروس کرونا و تغییرات آب‌وهوایی از مهمترین عواملی هستند که اقتصاد کشورها، امنیت غذایی و بازارهای جهانی را تهدید می‌کنند. با وجود آنکه فناوری در کنترل این چالش‌ها، نقش مهمی دارد، اما جوامع مختلف به شکل همسان از فناوری استفاده نمی‌کنند. تعیین اهداف، راهبردها و برنامه‌های توسعه فناوری در کشورها بدون شناخت و تحلیل مناسب وضعیت موجود فناوری امکان‌پذیر نخواهد بود. این شناخت در کشورهای در حال توسعه با توجه به کمبود منابع اطلاعاتی با چالش‌های جدی روبه‌روست.

گزارش فناوری و نوآوری ۲۰۲۳ آنگنکاد نشان می‌دهد که با رشد روزافزون فناوری‌های نوین، جهان در معرض انقلاب جدیدی قرار گرفته است. این گزارش به طور خاص به فناوری‌های سبز و فرصت‌های استثنای از آنها تمرکز دارد. آنگنکاد در این گزارش از کشورهای در حال توسعه می‌خواهد تا خود را برای دوره‌ای از تغییرات فناورانه عمیق و متفاوت با مسیر اقتصادهای پیشرفته و فهم دقیق‌تر نوآوری‌های نوین و خلاقانه آماده کنند. بر همین اساس لازم است تمام کشورها، اصول و الگوهای سیاستگذاری علم، فناوری و نوآوری را که برای توسعه پایدار ضروری است، تنظیم و ارائه کنند. این امر مستلزم توجه به فرصت‌های محدود برای بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، ارائه کالاهای عمومی سازگار با محیط زیست ضمن برقراری سطح بالای همکاری‌های بین‌المللی برای افزایش توانایی کشورهای در حال توسعه برای نوآوری است. طبق برآوردهای آنگنکاد، بازار فناوری‌های تحول‌آفرین مرزی و سبز مانند هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، هببروزن سبز و سوخت‌های زیستی معادل ۱٫۵ تریلیون دلار برآورد شده است که این رقم تا سال ۲۰۳۰ می‌تواند به ۹٫۵ تریلیون دلار یعنی سه برابر اندازه فعلی هند افزایش یابد.

فناوری و نوآوری در سال ۲۰۲۳

با رشد روزافزون فناوری‌های نوین، جهان در آغاز انقلاب جدیدی قرار گرفته و به نظر می‌رسد اقتصادهای در حال توسعه باید برای دوره‌ای از تغییرات فناورانه عمیق و متفاوت با مسیر پیشرفته آماده شوند. در این زمینه، معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران در یک گزارش، مسیر رشد سریع اقتصادهای توسعه‌نیافته را ترسیم کرده و با استناد به گزارش آنگنکاد به بررسی فعالیت‌های فناورانه و نوآورانه در سال ۲۰۲۳ پرداخته است. اتاق تهران در گزارش «دهه‌های متفاوت تحول فناوری در اقتصادهای در حال توسعه» می‌نویسد: «برهه‌های اخیر نوآوری به پایگاه اصلی فعالیت‌های تحقیق و توسعه و فناوری تبدیل و اقتصاد مبتنی بر دانش و اطلاعات، جایگزین اقتصاد بر پایه تولید شده است. از زمان جنگ جهانی دوم تاکنون تحقیق و توسعه و نوآوری، عامل اصلی رشد و جهش جوامع صنعتی بوده است. روند پرشتاب جهانی شدن و پایان‌پذیری منابع مادی، افزایش سریع رقابت کشورهای و نیاز آنی به حفظ حقوق مالکیت معنوی، اهمیت توانمندسازی پایه‌های دانشی را بیش از پیش آشکار ساخته است.

نوآوری‌های فناورانه در دامان دانش، پرورش می‌یابد و اصولاً در گذر از وادی تحقیق و توسعه می‌توان زمینه‌های کاربرد دانش در زندگی بشر را ایجاد کرد. ایجاد تکنولوژی نیازمند سرمایه‌گذاری در بخش نوآوری و

آموزش است. پیشرفت‌های اخیر در فناوری‌های تأثیرگذار از جمله هوش مصنوعی، روباتیک و زیست‌فناوری، چشم‌انداز شگرفی در توسعه پایدار ایجاد کرده است. با این حال، پیشرفت‌های جاری موجب افزایش خطر نابرابری‌ها به دلیل تشدید شکاف دیجیتال بین کشورهای برخوردار و نابرخوردار شده است. به این مسائل باید چالش‌های اجتماعی و اقتصادی در سال ۲۰۲۳ را نیز اضافه کرد که سبب برافروختن این دوگانگی شده است. حال سوالی که پیش می‌آید، این است که مردم کشورهای مختلف چگونه می‌توانند به صورت عادلانه از مزایای فناوری‌های نوین برای ایجاد و گسترش توانایی‌های علمی و فنی استفاده کنند و مقدمات لازم برای کاهش شکاف‌های دیجیتال و برداشتن گام‌های مهم در این عرصه را فراهم آورند؟

تغییرات فناورانه در راه است

با اینکه گسترش بسیاری از این فناوری‌ها در مراحل آزمایشی است، نگرانی‌هایی درخصوص از بین رفتن مشاغل قدیمی با توسعه اتوماسیون، هوش مصنوعی و سایر فناوری‌های نوین وجود دارد. بازار فناوری‌های نوین در عین حال که شغل‌های قدیمی را از بین می‌برد، می‌تواند فرصت‌های شغلی بسیاری برای کشورهای ایجاد کند که با امواج خروشان نوآوری‌های فناوری هم‌زیستی دارند، اما در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، برنامه‌ریزی برای استفاده از فناوری‌های نوین صورت نگرفته و تغییرات فناورانه و تحول‌آفرین در این کشورها به موضوع مهمی برای بحث تبدیل نشده است؛ حال آنکه کشورهای توسعه‌یافته بیشترین بهره را از این فرصت می‌برند و اقتصادهای در حال توسعه را پشت‌سر گذاشته‌اند.

البته کشورهای در حال توسعه فرصت‌هایی برای جبران، کاهش فقر و نابرابری‌های موجود، مقابله با تغییرات آب‌وهوایی و دستیابی به نوآوری با اهداف توسعه پایدار دارند و برای حصول این نتایج و قرار گرفتن در سطح کشورهای توسعه‌یافته نیاز به اجرای الگوی تاریخی رشد با سوخت‌های فسیلی و تقلید از کشورهای پیشرفته نیست. این فرصت‌ها تنها امکان ایجاد انعطاف‌پذیری و کاهش فاجعه‌های اقلیمی را فراهم می‌کند، بلکه به توسعه اقتصادی و فناوری نیز کمک می‌کند و به کشورهای در حال توسعه اجازه می‌دهد تا از بحران خارج شوند و به جلو حرکت کنند. این امر در صورتی محقق می‌شود که جامعه جهانی متعهد به ایجاد تحولات اجتماعی، اقتصادی و نوآوری و پیشرفت در علم و فناوری با هدایت به مسیر اهداف توسعه پایدار باشد.

گزارش فناوری و نوآوری ۲۰۲۳ آنگنکاد از کشورهای در حال توسعه می‌خواهد خود را برای دوره‌ای از تغییرات فناورانه عمیق و متفاوت با مسیر اقتصادهای پیشرفته و فهم دقیق‌تر نوآوری‌های نوین و خلاقانه آماده کنند. بر این اساس لازم است تمام کشورها اصول و الگوهای سیاستگذاری علم، فناوری و نوآوری را که برای توسعه پایدار ضروری است تنظیم و ارائه کنند. این امر مستلزم توجه به فرصت‌های محدود برای بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، ارائه کالاهای عمومی سازگار با محیط‌زیست ضمن برقراری سطح بالای همکاری‌های بین‌المللی برای افزایش توانایی کشورهای در حال توسعه برای نوآوری است. در این گزارش همچنین بر ضرورت انتقال دانش فنی، ایجاد بخش‌های سبز جدید و مداخله مستقیم دولت در انجام ارزیابی‌های فناورانه تأکید شده است.

فرصت اشتغال در فناوری مرزی

این گزارش در ادامه سه فرصت‌های اشتغال در نوآوری‌های مرزی پرداخته و به مشاغلی اشاره کرده که در این حوزه پدید می‌آیند. هوش مصنوعی، کلان‌داده، بلاک‌چین، روباتیک، پهپاد، اینترنت اشیا و… از این جمله هستند. از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ نیاز به کار در حوزه‌های مرتبط

با هوش مصنوعی در سطح جهان در اکثر صنایع و مشاغل به شدت افزایش یافت که بیشترین تقاضا در مشاغل فناوری اطلاعات و پس از آن مشاغل معماری، مهندسی و مدیریتی بود. همچنین از وقتی که بسیاری از شرکت‌ها کار با کلان‌داده‌ها را آغاز کردند، کمبود قابل‌توجهی از نظر متخصصان داده احساس می‌شود. در حال حاضر تقاضای فزاینده‌ای برای متخصصان این حوزه در آمریکا وجود دارد. انتظار می‌رود بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۳۰ حدود ۷ هزار و ۱۰۰ فرصت شغلی جدید با رشد سالانه ۱۵ درصدی ایجاد شود. در همین حال از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۱، تعداد پست‌های شغلی در سایت کارایی **Indeed.com** دو برابر شد. متوسط درآمد سالانه مهندسان بلاک‌چین در آمریکا به ۱۳۶ هزار دلار، در آسیا ۸۷٫۵ هزار دلار و در اروپا به ۷۳٫۳ هزار دلار رسیده است.

رشد مشاغل در روباتیک، کمتر از سایر فناوری‌هاست. در سال ۲۰۱۶ حدود بیش از ۱۳۲ هزار مهندس روباتیک در آمریکا وجود داشت و انتظار می‌رود بازار کار این مشاغل بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۶ حدود ۴٫۶ درصد افزایش یابد. همچنین بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۴۰ انتظار می‌رود که در استرالیا بیش از ۵٫۵ هزار نوع شغل مرتبط با پهپاد ایجاد شود. سه کشور برتر خلق‌کننده شغل‌های مرتبط با پهپاد، آمریکا و چین و فرانسه هستند. از سوی دیگر براساس نتایج یک مطالعه، بین ژوئیه ۲۰۲۱ و آوریل ۲۰۲۲ تعداد آگهی‌های شغلی آنلاین مربوط به اینترنت اشیا، یک‌سوم افزایش یافت. داده‌های لینکدین بیش از ۱۳ هزار فرصت شغلی مرتبط با اینترنت اشیا را در آمریکا نشان می‌دهد.

آنگنکاد چه توصیه‌هایی دارد؟

کشورهای در حال توسعه باید از طریق حمایت‌های فنی و مالی، همکاری بین‌المللی و کمک‌های رسمی توسعه‌ای، رشد پایدار جهانی‌را تسهیل کنند. در حال حاضر، همکاری بین‌المللی کمتری برای توسعه نوآوری سبز وجود دارد؛ در حالی که نوآوری به مدل‌های کسب‌وکار جدید، رویکردهای جدید برای تأمین مالی و نوآوری‌های سیاستی در نهادهای ملی و جهانی نیاز دارد. این امر مستلزم توجه به ایجاد توان ملی بالا در علم، فناوری و نوآوری، هموارکردن انتقال فناوری، افزایش مشارکت زنان، توسعه مهارت‌های دیجیتالی، بهبود پیش‌بینی و ارزیابی فنی زنجیره ارزش است.

به گزارش آنگنکاد، فناوری‌های صنعت چهارم در اقتصادهای پیش‌تاز، تولید و به‌کار گرفته می‌شوند. حدود ۹۰ درصد امتیازهای انحصاری حق اختراع فناوری‌های نوظهور در ۱۰ کشور پردرآمد به استثنای چین ثبت می‌شوند. از نظر صادرات نیز این کشورها تقریباً ۷۰ درصد بازارهای جهانی را در اختیار دارند. این ۱۰ کشور به همراه چین جزو کشورهای پیشرو در فناوری‌های نوظهور هستند. پس از این کشورها، ۴۰ کشور دیگر در این فهرست حضور دارند که از جمع آنها فقط ۲۳ کشور از جمله هند و برزیل اقتصاد مبتنی بر تولید دارند. ۱۷ اقتصاد بعدی دارای اقتصاد مصرفی هستند که شامل الجزایر، آرژانتین، بنگلادش، کلمبیا، اندونزی، ایران، مالزی، مکزیک، آفریقای جنوبی، تایلند، ترکیه و ویتنام می‌شوند. باقی کشورهای دارای فعالیت کم یا بدون فعالیت هستند، اما تمامی آنها تحت‌تأثیر پذیرش فناوری‌های دیجیتال در کشورهای پیشرفته‌تر قرار خواهند گرفت. تفاوت در استفاده از فناوری‌ها علاوه بر منطقه، با بخش صنعت نیز ارتباط مستقیم دارد. به عنوان مثال، صنعت رایانه و ماشین‌آلات پیش‌تاز هستند و بیشترین استفاده را از بارانش ابری و چاپ سه‌بعدی دارند. صنعت حمل‌ونقل مانند صنعت خودروی مراکش نیز از بزرگ‌ترین به‌کارگیرندگان روبات‌های صنعتی است. کشورهایی که از نظر صنایع تولیدی قوی‌تر هستند و سطح مهارت بالایی دارند، بیشتر به سمت تولید هوشمند گام برداشته‌اند.

بلبشوی قیمت‌گذاری در بازار مسکن ادامه دارد

چهار دیواری، نرخ‌گذاری!

و دولت باید تدبیر جدیدی برای این مهم اتخاذ کند.

از طرف دیگر، نسبت به عملکرد مشاوران املاک در بازار مسکن نیز انتقادات وارد می‌شود که دولت در روزهای اخیر، برنامه‌ای را به منظور شناسایی مشاوران املاک غیرمجاز آغاز کرده است. در سطح استان تهران، ۳۳ هزار بنگاه معاملات املاک وجود دارد و ۷ هزار دفتر املاک نیز به صورت غیرمجاز فعالیت می‌کنند. با توجه به پایین بودن توان متقاضیان خرید، بازار خرید و فروش مسکن راکد شده، اما اعلام نرخ‌های پیشنهادی نامتعارف، متقاضیان خرید را از بازار دور کرده است.

در این میان، نقش مشاوران املاک و برخی مالکان در تعیین نرخ‌های نامتعارف، شرایط بازار مسکن را پیچیده کرده است؛ تا جایی که پدیده پشت بام خوابی و خانه‌های اشتراکی در تهران طبق شنیده‌ها هر روز بیشتر می‌شود. «جمدرضا سرحدی»، کارشناس مسکن درباره پدیده خانه‌های اشتراکی و پشت بام خوابی در تهران به «انتخاب» می‌گوید: دو مسئله وجود دارد؛ اول اینکه چرا این پدیده شکل گرفته و دوم اینکه این پدیده در کجا هست؟ وقتی به سطح حقوق‌ها نگاه می‌کنیم و آن را با قیمت اجاره و هزینه زندگی مقایسه می‌کنیم، به یک بی‌تعادلی می‌رسیم و طبیعی است که بپذیریم عدای نمی‌توانند خانه‌ای را حتی در محلات پایین تهران کرایه کنند. اجاره کردن یک خانه ۵۰ متری در نازی‌آباد الان ۱۰۰ میلیون، ماهی ۱۰ میلیون رسیده است. نمونه‌های بعدی این روند، پشت بام خوابی و خانه‌های اشتراکی است. چند سال پیش شاهد گورخوایی معنادها هم بودیم. این وضعیت نتیجه اقتصاد بیمار کشور است. بنابراین اگر مردم بخواهند به شهر نزدیک باشند ناچارند که روی پشت بام چادر بزنند و روز به روز هم با این تورم وضعیت بدتر می‌شود.

او با اشاره به کمبود ساخت و ساز مسکن می‌افزاید: شما تا دل تان

مرکز پژوهش‌ها، راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت کنترل تورم را معرفی کرد

۱۰ مسیر مهار تورم ۱۴۰۲



فرصت امروز: عوامل ایجاد تورم در اقتصاد به دو دسته عوامل کوتاه‌مدت و بلندمدت تقسیم می‌شوند. عامل اصلی ایجاد تورم در بلندمدت که منجر به میانگین تورم بالاتر ایران نسبت به کشورهای دیگر شده، رشد بالای نقدینگی مازاد بر رشد تولید است. البته رشد نقدینگی خود به صورت درون‌زا معلول ناترازی‌های درآمد-هزینه در اقتصاد ایران است. این ناترازی در مقیاس اقتصاد کلان به معنای فزونی رشد مخارج بر رشد درآمد ملی است. از سوی دیگر، عامل ایجاد نوسانات تورم حول روند بلندمدت در اقتصاد در بازه‌های کوتاه‌مدت وابسته به لنگر انتظارات تورمی (که در اقتصاد ایران نرخ ارز غیررسمی بوده) و واکنش سیاستگذار پولی به این نوسانات است.

در همین راستا، نهاد پژوهشی مجلس در یک گزارش کارشناسی به بررسی مسیرهای کوتاه‌مدت و بلندمدت تورم پرداخته است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، عامل اصلی که در کوتاه‌مدت می‌تواند نوسانات قیمتی را مهار کند، ثبات‌بخشی به نرخ ارز است. در بازه بلندمدت نیز کنترل کمیّت و نظارت بر کیفیت نقدینگی، اصلاح نظام بانکی، اصلاح ساختار بودجه، عدم قیمت‌گذاری دستوری و اصلاح ناترازی صندوق‌های بازنشستگی باید مورد توجه قرار گیرد. بنابراین اقداماتی که در کوتاه‌مدت بر کنترل تورم تأثیر دارد اصلاح حداقل‌سازی نوسانات نرخ ارز حول روند بلندمدت نرخ ارز حقیقی، حکمرانی ریال و تقویت سیاستگذاری پولی توسط بانک مرکزی است. همچنین اقدامات با دامنه اثرگذاری بلندمدت نیز شامل کنترل کمیّت و نظارت بر کیفیت نقدینگی، اصلاح نظام بانکی و شناسایی بانک‌های ناسالم، اصلاح ساختار بودجه و بهبود تراز عملیاتی، عدم استفاده از استراتژی قیمت‌گذاری برای مهار تورم، اصلاح ناترازی صندوق‌های بازنشستگی، کاهش حجم نقدینگی موجود و تغییر لنگر اسمی می‌شود. در مجموع، ۱۰ راهکار در قالب سه برنامه کوتاه‌مدت و هفت برنامه بلندمدت باید برای مهار تورم در دستور کار سیاستگذار قرار گیرد.

پنج‌ضلعی تبعات تورمی

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش «راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت مهار تورم» ابتدا به تبعات و پیامدهای تورم پرداخته و با گریزی به عوامل ساختاری ایجاد تورم در اقتصاد ایران، راهکارهای مهار تورم در دو بازه کوتاه‌مدت و بلندمدت را برشمرده است. این گزارش از جمله تبعات تورم را «خلخل در تخصیص منابع از طریق تغییر قیمت‌های نسبی»، «ایجاد ناطلمینایی»، «کاهش انگیزه تولید از طریق وضع مالیات بر مصرف»، «فزایش هزینه‌های حقیقی مصرف‌کننده و تولیدکننده» و «تغییر توزیع درآمد به نفع طبقات بالا» عنوان کرده و سپس راهکارهای مهار تورم را در دو مقیاس کوتاه و بلندمدت ارائه کرده است. از نگاه کارشناسان مرکز پژوهش‌ها، راهکارهای ضدتورمی در بازه کوتاه‌مدت شامل «پیشگیری از ایجاد تکرانه ارزی و حداقل‌سازی نوسانات نرخ ارز»، «فزایش هزینه سفته‌بازی در بازار دارایی‌ها از طریق بهبود حکمرانی ریال» و «تقویت سیاست پولی بانک مرکزی» و همچنین راهکارهای بلندمدت کنترل تورم شامل «کنترل کمیّت نقدینگی و نظارت جدی بر کیفیت توزیع نقدینگی و تسهیلات در اقتصاد»، «اصلاح نظام بانکی و گزیر بانک‌های ناسالم»، «اصلاح ساختار بودجه و بهبود تراز عملیاتی بودجه سال ۱۴۰۲»، «عدم نوسان و تحریف هدف سیاست عملیاتی می‌شوند، واکنش متناسب نشان دهد. اگر تراکنش‌های بازنشستگی»، «کاهش حجم نقدینگی موجود» و «تغییر

لنگر اسمی» است.

گزارش مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد که میان نرخ رشد نقدینگی و نرخ تورم در بلندمدت، همبستگی وجود دارد. مهار تورم و ایجاد رشد اقتصادی از مهمترین اهداف اقتصاد کلان است و با توجه به وقوع تورم‌های بالا و پرنوسان و همچنین تجربه رشد اقتصاد پایین در سال‌های قبل، این دو مهم به عنوان شعار سال تعیین شده‌اند. میان نرخ رشد نقدینگی و نرخ تورم برای همه کشورها در بازه زمانی بلندمدت، همبستگی بالایی وجود دارد. به نظر می‌رسد عامل اصلی ایجاد تورم در بازه بلندمدت که منجر به میانگین تورم بالاتر در ایران نسبت به دیگر کشورها شده، رشد بالای نقدینگی مازاد بر رشد تولید است. البته رشد نقدینگی با وجود آنکه مهمترین عامل بلندمدت تورم‌زایی است، خود به صورت درون‌زا معلول ناترازی‌های درآمد-هزینه در اقتصاد ایران است. این ناترازی در مقیاس اقتصاد کلان، به معنای سبقت رشد مخارج از رشد درآمد ملی است. این توصیف از ناترازی را می‌توان در مقیاسی کوچک‌تر برای هر یک از نهادهای اقتصادی نیز به کار گرفت. ناترازی مرتبط با عملیات مالی دولت شامل بودجه عمومی و عملیات فرابودجه‌ای، ناترازی شبکه بانکی، ناترازی صندوق‌های بازنشستگی و ناترازی‌های بنگاه‌ها، همگی محصول ایجاد مخارجی بیشتر از درآمدهای این نهادها است.

برنامه بلندمدت مهار تورم

اولین راهکار، پیشگیری از ایجاد تکرانه ارزی و حداقل‌سازی نوسانات نرخ حول روند است. بازار ارز مانند بازار دارایی، اطلاعات زیادی مانند وضعیت فروش نفت و ذخایر ارزی، وضعیت کسری بودجه دولت، کیفیت سیاست‌گذاری، میزان ناطلمینایی و موارد مهم دیگر را نمایان می‌کند. بسا توجه به میزان اعتبار بانک مرکزی و زمانبر بودن تغییر چارچوب سیاست‌گذاری پولی و همچنین نگاه فعالان اقتصادی، ادامه لنگر اسمی بودن نرخ ارز را باید به مثابه یک واقعیت انکارناپذیر در نظر گرفت و همزمان برای تغییر آن تلاش کرد. در حال حاضر، در نبود بازار ارز کارا و مصون از مداخلات دستوری، بازار غیررسمی ارز نقش لنگر اسمی ارز را دارد. بنابراین به منظور مهار تورم کوتاه‌مدت در چارچوب ثبات‌بخشی به نرخ ارز باید چند اقدام مهم را انجام داد؛ از جمله اینکه هر نوع نرخ دستوری از مخصوصا نرخ ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومانی و سقف دستوری نرخ ارز در مرکز مبادله باید حذف شود و تمام عرضه و تقاضاهای ارزی در مرکز مبادله طلا و ارز ایران و مدیریت بازار ارز با مداخلات غیردستوری و غیرقیمتی و مطابق با قانون بانک مرکزی انجام شود.

راهکار کوتاه‌مدت دیگری که در این گزارش بدان اشاره شده، اتخاذ سیاست‌های پولی مناسب توسط بانک مرکزی است. یکی از اهداف اصلی سیاست پولی در بانک‌های مرکزی دنیا، کاهش نوسانات هدف عملیاتی و جلوگیری از ایجاد تکرانه‌های قیمتی در اقتصاد کلان است. بر همین اساس، لازم است بانک مرکزی سازگار با دامنه مجاز مسیر نرخ ارز و همچنین سیاست کنترل رشد ترازنامه بانک‌ها، نسبت به انجام عملیات بازار باز به صورتی عمل کند که ذخایر موردنیاز شبکه بانکی صرفاً از طریق عملیات بازار باز یا پرداخت تسهیلات قاعده‌مند تأمین شود. به صورت مشخص، بانک مرکزی باید نسبت به تراکنش‌های کلان مالی دولت که موجب نوسان و تحریف هدف عملیاتی می‌شوند، واکنش متناسب نشان دهد. اگر تراکنش‌های مالی دولت منجر به نوسانات شدید در نرخ سود بین‌بانکی و

تغییرات پایه پولی می‌شود، بانک مرکزی باید ورود فعالانه داشته باشد و از تحراف حجم پایه پولی و نقدینگی از میزان هدف‌گذاری‌شده جلوگیری کند. همچنین در صورتی که بانک مرکزی برای بازگرداندن نرخ ارز به دالان مدنظر خود مجبور به دخالت در بازار ارز و جریان شوک‌های ارزی شود، لازم است عملیات خنثی‌سازی را برای جلوگیری از تغییر پایه پولی از مقدار هدف‌گذاری‌شده از این محل انجام دهد. در این شرایط تا زمانی که کل‌های پولی در محدوده هدف‌گذاری‌شده خود هستند، نباید نگران افزایش نوسانات نرخ سود بین‌بانکی بود.

برنامه بلندمدت کنترل تورم

اولین اقدام در برنامه بلندمدت مهار تورم، کنترل کمیّت نقدینگی و نظارت جدی بر کیفیت توزیع نقدینگی و تسهیلات در اقتصاد است. پس سیاست گذار کلی ترازنامه بانک‌ها برای کنترل کمیّت نقدینگی باید کاملاً انجام شود تا متوسط رشد نقدینگی در سه سال آینده به زیر ۲۰ درصد برسد. اقدام دوم نیز اصلاح نظام بانکی و جلوگیری از فعالیت بانک‌های ناسالم است. ناترازی‌های موجود در اقتصاد، ریشه رشد بالای نقدینگی مازاد بر تولید هستند و یکی از آنها ناترازی بانکی است. بنابراین بدون خاتمه‌دادن به فعالیت بانک‌های ناسالم و بازسازی آنها نمی‌توان کاهش پایدار تورم را در دسترس داشت. اقدام سوم، اصلاح ساختار بودجه و بهبود تراز عملیاتی بودجه سال ۱۴۰۲ است. اقدام چهارم، عدم استفاده از قیمت‌گذاری به عنوان استراتژی مهار تورم عنوان شده است. قیمت‌گذاری دولتی نهاده و ستانده در صنایع مختلف از جمله خودروسازی، لوازم خانگی، صنایع معدنی و فلزی که عمدتاً همراه با تعدیل مناسب و به‌موقع همراه نیست، باعث می‌شود جریان وجوه نقد این بنگاه‌ها با مشکل مواجه شده و تداوم فعالیت بنگاه‌ها و تأمین سرمایه در گردش آن صرفاً با استقراض از بانک‌ها امکان‌پذیر باشد و منجر به پایداری افزایش نقدینگی شود. بنابراین این سیاست نه‌تنها در مهار تورم نقشی ندارد، بلکه اولاً از طریق ایجاد مشکل در جریان وجوه نقد بنگاه‌ها و ایجاد ناترازی در بودجه دولت و ترازنامه بانک‌ها منجر به تشدید عوامل بنیادی ایجادکننده تورم می‌شود و ثانیاً به واسطه خلخل در قیمت‌های نسبی، آثار منفی و مضر تورم را در خود دارد.

پیشنهاد پنجم مرکز پژوهش‌ها، اصلاح ناترازی صندوق‌های بازنشستگی است. اقدام ششم نیز نظیر بر کاهش حجم نقدینگی موجود است. یکی از اقدامات مهم برای عدم رشد نقدینگی موجود و کاهش تورم، فروش اموال مازاد بانک‌ها و وصول مطالبات غیر جاری است. طبق گزارش وزارت اقتصاد، میزان اموال مازاد بانک‌های دولتی و خصوصی شده حدود ۲۰۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده که می‌توان با استفاده از اختیارات هیأت مولدسازی دارایی‌ها، واگذاری این اموال را سرعت بخشید. پیشنهاد هفتم، تغییر لنگر اسمی است. البته تغییر لنگر اسمی برای مدیریت و کنترل تورم در کشور، یک پروژه زمانبر و بلندمدت است که مستلزم افزایش هر چه بیشتر اقتدار و اعتبار بانک مرکزی برای انتقال لنگر اسمی بوده و با اقداماتی مانند اجرای واقعی نظام ارزی شناور مدیریت‌شده، افزایش شفافیت در تصمیمات و مصوبات بانک مرکزی، انتشار مداوم آمار، تحلیل و پیش‌بینی‌های دقیق از مسیر متغیرهای کلان اقتصادی و خودداری از بیان اظهارات با احتمال تحقق اندک با هدف مراقبت حداکثری از اعتبار بانک مرکزی قابل انجام است.

واردات کالا‌های اساسی نسبت به مدت مشابه سال قبل با وجود افزایش شدید قیمت‌های جهانی با کاهش ۲ میلیارد دلاری مواجه شد. از سوی دیگر، بررسی‌ها نشان می‌دهد که حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی، صرفه‌جویی ۱۳۰ هزار میلیارد تومانی را در منابع مالی دولت به همراه داشته است که می‌توانست سبب کسری بودجه شود و تورم ۱۵ تا ۲۰ درصدی را به نرخ کنونی آن تحمیل کند. همچنین براساس آمار‌های منتشرشده از سوی بانک مرکزی، پس از وقوع جنگ روسیه و اوکراین و بروز تورم جهانی و موج افزایش قیمت‌ها در بازار انرژی و مواد غذایی و در نظر گرفتن قیمت‌های جدید بین‌المللی، برای واردات کالا‌های اساسی در سال ۱۴۰۱ به میزان وزنی سال قبل، به جای ۸ میلیارد دلار به ۱۸ میلیارد دلار منابع ارزی نیاز داشت. بنابراین می‌توان گفت که حذف ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی، یکی از مهمترین تصمیمات دولت در حوزه اقتصاد بوده که بسیاری از کارشناسان و فعالان اقتصادی کشور نیز طی چهار سال گذشته بر ضرورت اجرای آن تأکید داشته‌ند، چراکه ادامه روند پیشین در شرایط کنونی قطعاً بانک مرکزی را با چالش تهیه ارز به قیمت توافقی و تخصیص آن باقیمت ترجیحی مواجه می‌کرد که تبعات تورمی آن به مراتب بیشتر از وضعیت کنونی بوده است.

اخبار

قیمت سکه ۲۵۰ هزار تومان ریخت

سکه در کانال ۳۱ میلیونی

روند نزولی قیمت‌ها در بازار سکه و طلا ادامه دارد و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در دادوستدهای روز یکشنبه با قیمت ۳۱ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز شنبه، ۲۵۰ هزار تومان کاهش را نشان می‌دهد. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۲۸ میلیون تومان خرید و فروش شد. همچنین قیمت نیم‌سکه در بازار تهران با رقم ۱۸ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۱ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان و سسکه یک گرمی با رقم ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد. علاوه بر این، در بازار طلای تهران نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار ۲ میلیون و ۵۳۹ هزار تومان اعلام شد. بهای هر انس طلا در بازارهای جهانی هم به ۲ هزار و ۱۲ دلار رسید. از سوی دیگر، قیمت هر دلار آمریکا در مرکز مبادله ارز و طلای ایران با ۲۶ تومان افزایش نسبت به روز قبل با رقم ۴۲ هزار و ۳۵۲ تومان و نرخ حواله دلار نیز با نرخ ۳۸ هزار و ۵۰۲ تومان معامله شد. بر پایه داد و ستد بازار مبادله ارز و طلای ایران در روز یکشنبه ۲۴ اردیبهشت ماه، قیمت هر اسکناس دلار به ۴۲ هزار و ۳۵۲ تومان و قیمت حواله دلار به ۳۸ هزار و ۵۰۲ تومان رسید. همچنین بهای هر اسکناس یورو ۴۶ هزار و ۹۵ تومان و بهای حواله یورو ۴۱ هزار و ۹۰۴ تومان، هر اسکناس درهم ۱۱ هزار و ۵۳۲ تومان و هر حواله درهم ۱۰ هزار و ۴۸۴ تومان کشف قیمت شد.

قابل توجه متقاضیان وام ازدواج و فرزند

ثبت نام وام رایگان است

ثبت‌نام در سامانه‌های تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و فرزند در تارنمای بانک مرکزی کاملاً رایگان است و هیچ هزینه‌ای از متقاضیان در زمان ثبت‌نام گرفته نمی‌شود. طبق اعلام بانک مرکزی، متقاضیان تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و فرزند صرفاً از طریق سامانه تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و سامانه تسهیلات قرض‌الحسنه فرزند (به آدرس: https://vc.cbi.ir/) اقدام به ثبت‌نام کنند.
خاطرنشان می‌شود؛ سامانه تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و فرزند توسط بانک مرکزی راه‌اندازی شده تا متقاضیان این تسهیلات به طور مستقیم و بدون واسطه در این سامانه ثبت‌نام کنند. در همین زمینه لازم به ذکر است؛ متأسفانه برخی افراد با مقاصد سودجویانه به طراحی سایت‌هایی برای ثبت‌نام تسهیلات قرض‌الحسنه اقدام کرده و مبالغی را به عنوان هزینه ثبت‌نام این تسهیلات دریافت می‌کنند. بنابراین متقاضیان محترم مراقب کلاهبرداری باشند و صرفاً از طریق سامانه تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و سامانه تسهیلات قرض‌الحسنه فرزند برای ثبت‌نام این تسهیلات اقدام کرده و از پرداخت هزینه و وارد کردن اطلاعات خود در سایت‌های غیر مرتبط اکیدا خودداری کنند.

همچنین رئیس گروه تسهیلات قرض‌الحسنه اداره اعتبارات بانک مرکزی با اعلام جزئیات پرداخت تسهیلات ازدواج و فرزندآوری اعلام کرد: سامانه ثبت نام متقاضیان این تسهیلات پایدار است و مشکلی برای ثبت نام متقاضیان وجود ندارد. «باشی‌زاده» با اشاره به برخی اخبار منتشرشده در زمینه اختلال در سامانه تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و فرزندآوری گفت: این سامانه بر بستر اینترنت فعال است و گاهاً به دلیل تراکم مراجعات به آن با کندی مواجه می‌شود. خوشبختانه با پیگیری‌های صورت‌گرفته از بخش پشتیبانی سامانه، این مشکل نیز مرتفع شده است و متقاضیان گرمای می‌توانند جهت ثبت‌نام برای دریافت این تسهیلات اقدام کنند. به گفته رئیس گروه تسهیلات قرض‌الحسنه اداره اعتبارات بانک مرکزی و براساس اطلاع‌رسانی دریافتی از سامانه تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج، از ابتدای سال جاری تا تاریخ ۲۳ اردیبهشت ماه، تعداد ۲۱۶ هزار و ۵۰۰ نفر متقاضی برای دریافت این تسهیلات ثبت نام کرده‌اند که از این تعداد، ۳۵ هزار و ۹۵۰ فقره تسهیلات ازدواج به مبلغ ۷۰ هزار میلیارد ریال پرداخت شده است. همچنین در همین بازه زمانی، ۴۴ هزار فقره تسهیلات فرزندآوری به مبلغ ۲۵ هزار و ۸۳۳ میلیارد ریال به متقاضیان پرداخت شده است.

پادشاه رمزارزها در کانال ۲۶ هزار دلار

بیت‌کوین‌های خفته بیدار شدند

بیت‌کوین‌های قدیمی، کیف پول‌ها را پس از ۱۲ سال خاموشی تغییر می‌دهند. به گزارش «کریپتوکارنسی»، از ابتدای سال تاکنون بیش از ۳ هزار بیت‌کوین از ذخیره قدیمی به زندگی بازگشته‌اند. در روز پنجشنبه (۱۲ ماه مه) نیز بیت‌کوین‌های خریداری شده در سال ۲۰۱۱ دوباره زنده شدند، زمانی که ۱۳۹ بیت‌کوین متعلق به آدرس 1H۱Ab۶ به آدرس سکویت تازه ایجاد شده منتقل شد. مالک این بیت‌کوین‌های قدیمی که نزدیک به ۱۲ سال بیت‌کوین‌ها را نگه داشته بوده، سکه‌ها را در ژوئن ۲۰۱۱ به قیمت کمی بیش از ۲۵۵ دلار خریداری کرده بود، فقط برای اینکه شاهد رشد آنها به ۳٫۵ میلیون دلار با قیمت فعلی بیت‌کوین شود. این سکه‌ها متعلق به چیزی است که به عنوان ذخیره قدیمی شناخته می‌شود و به بیت‌کوینی که حداقل هفت سال پیش خریداری شده اشاره دارد؛ اگرچه برخی از تحلیلگران از پنج سال به عنوان تاریخ پایه خود استفاده می‌کنند. براساس گزارش گلسنود، اسامیل شاهد حرکت قابل توجهی از بیت‌کوین قدیمی بودیم، با احیای ۳۲۰۰ بیت‌کوین که ۱۱۰۰ بیت آن مربوط به سال ۲۰۱۳ است. به دلیل برانگیختن نیکجوی زیاد، بازار شاهد بود که یک کیف پول واقعاً قدیمی که در اکتبر ۲۰۱۰ ایجاد شد ۴۲۹ بیت‌کوین را در مارس سال گذشته فروخت. یک سال بعد در فوریه ۲۰۲۳، آدرس دیگری از دوره ساتوشی، ۴۱۲ بیت‌کوین را به ارزش ۹۶ میلیون دلار پس از بیش از یک دهه انتقال داد. به سختی می‌توان گفت که آیا اعتقادات این مالکان تغییر کرده یا این تحرک مربوط به فروش سکه‌ها یا صرفاً مرتبط با شیوه نگهداری شخصی است. با توجه به ماهیت مستعار بیت‌کوین، ممکن است هرگز واقعاً ندانیم که این سکه‌های قدیمی متعلق به چه کسانی هستند یا از آنها چه می‌کنند، به خصوص وقتی به ذخیره ساتوشی فکر کنیم که گفته می‌شود ۱ درصد از کل عرضه را تشکیل می‌دهد. با این حال، گلسنود نظراتی ارائه کرده است؛ به گفته ارائه‌دهنده تجزیه و تحلیل زنجیره‌ای، سکه‌های غیرفعال پس از ۱۵۵ روز به‌طور فزاینده‌ای بعید است که فروخته شوند، اگر چه زمانی که این سکه‌ها فروخته می‌شوند، می‌توانند نشان‌دهنده تغییر در اعتقاد باشند. خبرنامه اخیر این شرکت نشان می‌دهد که تعداد بیت‌کوین‌هایی که طی درازمدت نگهداری می‌شوند ماهانه ۱۰۰ هزار بیت‌کوین در حال افزایش است.

علی‌رغم حرکت دو روز قبل و هزینه‌های پراکنده دوره ساتوشی، بسیاری معتقدند که اکثریت عرضه بیت‌کوین‌های قدیمی (۴٫۲۵ میلیون است). تنها ۳۵۶ هزار آن تاکنون خرج شده، برای همیشه از بین رفته است. مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتال در حال حاضر ۱٫۱۲ تریلیون دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۰٫۴۰ درصد بیشتر شده است. در حال حاضر، بیش از ۴۶ درصد کل بازار ارزهای دیجیتال در اختیار بیت‌کوین بوده که در یک روز ۰٫۱۷ درصد کاهش داشته است. حجم کل بازار ارزهای دیجیتال در ۲۴ ساعت گذشته ۲۲۰٫۲ میلیارد دلار است که ۴۲ درصد کاهش داشته است. حجم کل در امور مالی غیرمتمرکز در حال حاضر ۱٫۵۵ میلیارد دلار است که ۷ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال است. حجم تمام سکه‌های پایدار اکنون ۱۹۳۴ میلیارد دلار است که ۸۷ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال است. قیمت بیت‌کوین هم‌اکنون ۲۶ هزار و ۸۶۱ دلار است.

خبرنامه

گزارش بورسی مرکز پژوهش‌ها چه می‌گوید؟

نیاز به ایجاد شاخص‌های جدید

کارشناسان و فعالان بازار سهام همواره به عملکرد شاخص کل بورس انتقاد دارند و معتقدند که سمت و سوی این شاخص نمی‌تواند تصویر دقیقی از ابعاد و جریان بازار را ترسیم کند و صرف رشد شاخص نمی‌تواند به معنای خوب بودن اوضاع باشد؛ کما اینکه شاخص هموزن به مراتب شاخص دقیق‌تری است و از آنجا که از تمام نمادها به یک اندازه تاثیر می‌پذیرد، نمای دقیق‌تری از وضعیت بازار را به نمایش می‌گذارد. تاثیرپذیری بالای جو عمومی حاکم بر بازار سهام از شاخص کل بورس باعث شده است تا اخیرا مرکز پژوهش‌های مجلس نیز با تمرکز بر نقش شاخص‌ها در این بازار به بررسی زوایای مختلف نماگرهای بازار سهام بپردازد و با ارائه راهکارهایی، ظرفیت‌های موجود و یرا موردنیاز برای ارائه تصویری بهتر از بازار را بررسی کند.

بازوی کارشناسی مجلس در گزارش «تبیین شاخص‌های بازار سهام؛ کارکردها و دلالت‌های سیاستی»، ماهیت بازار سهام و عوامل موثر بر شاخص‌های بورسی را بررسی کرده و تلاش کرده تا موارد موثر بر تغییر شاخص‌های سهام را تبیین نماید. به گفته کارشناسان مرکز پژوهش‌ها، روند بازارهایی مانند بازار سهام را می‌توان متناسب با تغییر متغیرهای اقتصادی به نظاره نشست و از این رو اگر بخواهیم تصویری دقیق از بازار سهام داشته باشیم، بهتر است تا نگاهی دقیق به روش‌هایی بیندازیم که براساس آنها شاخص‌ها محاسبه می‌شوند. با این حال به نظر می‌آید که فراتر از حوزه تئوریک، گزارش مذکور را می‌توان حاوی نکاتی دانست که ممکن است در بازار سهام ایران، انطور که در نگاه اول انتظار می‌رود، به چشم نیاید. مسئله نخست ناشی از نحوه انتشار آمار است. نکته‌ای که درخصوص بازارهای مالی در کشورهای پیشرفته صدق می‌کند، در بازارهای مالی ایران شاید عینا قابل مشاهده نباشد.

براساس این گزارش، آنگونه که در اقتصادهای پیشرفته مرسوم است، تقویم‌های اقتصادی از ماه‌ها و حتی سال قیل قابل رؤیت هستند و یک سرمایه‌گذار یا فعال اقتصادی در هر زمینه‌ای که باشد، می‌داند که در چه زمانی خواهد توانست اطلاعات موردنیاز خود را از طریق مجراهای اطلاع‌رسانی مرسوم نظیر بانک‌های مرکزی دریافت کند. با این حال، عدم انضباط در انتشار آمارهای اقتصادی در ایران، مانع از آن می‌شود تا ذی‌نفعان اقتصاد کشور به خصوص فعالان بازارهای مالی بتوانند به سرعت درک دقیقی از تحولات اقتصادی به دست آورند. نکته مهم دیگر این است که حتی اگر آمارهای اقتصادی نیز به سرعت و دقت کشورهای دیگر در ایران منتشر شوند، باز هم نحوه توزیع حجم سرمایه در میان گروه‌های مختلف مانع از آن می‌شود تا شاخصی نظیر شاخص کل به درستی تغییرات موجود در بازار سهام را نشان دهد. همین امر باعث شده است تا کارشناسان مرکز پژوهش‌ها در این گزارش بر این نکته صحه بگذارند که صرف رشد شاخص کل نمی‌تواند به معنای خوب بودن اوضاع اقتصادی تلقی شود.

یافته‌های گزارش مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در وضعیتی مانند شرایط اقتصادی ایران، صرف افت شاخص‌ها همانطور که در شرایط معکوس میسر نیست، نمی‌تواند دلیلی بر افت اقتصاد کشور باشد. برای مثال، نرخ ارز یکی از مواردی است که در صورت کاهش به زین اقتصاد نیست، اما به سبب آنکه بر درآمد ریالی شرکت‌های دلاری اثر می‌گذارد می‌تواند نقش منفی در عملکرد شرکت‌ها داشته باشد. از همین رو محققان در پایان این گزارش نتیجه می‌گیرند که فعالان بازار سهام باید به جز شاخص‌های سهامی سایر مؤلفه‌های اقتصاد را نیز مورد بررسی قرار دهند. حتی در صورت متمرکزشدن بر شاخص‌های سهامی بهتر است به تمامی آنها توجه شود نه یک شاخص خاص. احتمالا منظور از این شاخص همان شاخص کل است که اثر زیادی بر آذهان عمومی دارد. از سوی دیگر، احتلا برای بهبود کیفیت نمایش وضعیت بازار به ایجاد شاخص‌های جدیدی نیاز باشد که از آن جمله می‌توان به شاخص‌های نوسانات، هیجانات بازار، شفافیت و شاخص‌های بنیادی دیگر اشاره کرد.

مدیر نظارت سازمان بورس مطرح کرد

جابه‌جایی پول حقیقی در بازار سرمایه

به گفته مدیر نظارت بر بورس‌های سازمان بورس، در معاملات روز یکشنبه، ۵۰ خریسدار برتر حقیقی بازار جمعا بالغ بر ۴۶۵ میلیارد تومان سهام به صورت خالص خریداری کردند؛ در حالی که دقیقا همین ۵۰ کد معاملاتی ظرف پنج روز قبل اقدام به خالص فروش سهام به مبلغ ۴۱۶ میلیارد تومان داشتند؛ به‌عبارتی، بیش از آن مبلغی که ظرف روزهای منفی بازار فروختند، ظرف یک روز خریداری کردند، البته برخی در قیمت‌های بالاتر از قیمت فروش خریدار بودند.

«میرمهدی صبیای»، مدیر نظارت بر بورس‌های سازمان بورس با بیان اینکه شاخص کل بورس براساس آرایین قیمت معاملات یکشنبه (نه براساس قیمت‌های پایانی که در ساعت مدیریت فناوری منتشر می‌شود)، تا رقم ۱۰۰ هزار واحد، بیش از ۴٫۵ درصد رشد داشت، به «پسنا» گفت: همان‌گونه که پیش‌تر نیز بیان شد، منابع حاصل از فروش سهام در پنج روز پرعرضه گذشته به هیچ وجه از بازار سرمایه خارج نشده و طبق چرخه طبیعی و تکرارپذیر بازار، با از بین رفتن فضای هیجانی مجددا قابلیت بازگشت به بازار سهام را دارد و برخی آمارهای منتشرشده از خروج پول از بازار سرمایه ظرف روزهای گذشته، به‌هیچ وجه قابل اتکا و تحلیل نیست.

وی برای بررسی این موضوع، به رصد رفتار خریداران برتر در معاملات روز یکشنبه و مقایسه آن با پنج روز معاملاتی پیشین پرداخت و افزود: در روز یکشنبه ۵۰ خریدار برتر حقیقی بازار جمعا بالغ بر ۴۶۵ میلیارد تومان سهام به صورت خالص خریداری کردند؛ در حالی که دقیقا همین ۵۰ کد معاملاتی، ظرف پنج روز گذشته اقدام به خالص فروش سهام به مبلغ ۴۱۶ میلیارد تومان داشتند؛ به‌عبارتی، بیش از آن مبلغی که ظرف روزهای منفی بازار فروختند، ظرف یک روز خریداری کردند، البته برخی در قیمت‌های بالاتر از قیمت فروش خریدار بودند.

مدیر نظارت بر بورس‌ها سازمان بورس ادامه داد: بنابراین به گواه آمارها مشاهده می‌شود که نقدینگی تنها بین طبقات مختلف دارایی جابه‌جا شده و از بازار سرمایه خارج نمی‌شود، لیکن انتشار آمار غیردقیق بعضا موجب سوء‌وداشت و تحلیل و تفسیر اشتباه در بازار شده و می‌تواند به تشدید فضای هیجانی دامن بزند.

این مقام مسئول در سازمان بورس با دعوت از سهامداران و سرمایه‌گذاران برای آزمون‌بخشی به بازار گفت: در پایان اکیدا از دلسوزان، خیرخواهان و خصوصا فعالان رسانه‌ای بازار سرمایه تقاضا و انتظار دارم، در روزهایی که بازار به هر دلیلی دچار هیجان منفی و ترس و نااطمینانی می‌شود، بدوا با رویکرد مواجهه با ریسک شیوع ترس فراگیر، حتی‌الامکان شرایط را برای بازگشت آرامش و تعادل پایدار به بازار فراهم کنند، متعاقبا پس از برقراری ثبات نسبی و آرامش، امکان بیان هرگونه اعتراض یا پیگیری هرگونه شایبه و ابهام وجود دارد و سازمان بورس این آمادگی را اعلام می‌کند تا در فضایی روشن و شفاف، به ابهامات و سوالات مطرح‌شده پاسخ دهد.

بازرسی

ورق بورس یا بخشنامه سازمان بورس برگشت

شوک درمانی در بازار سهام



خرد سهام نیز با افزایش ۲۷ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۱۷ هزار و ۲۸۸ میلیارد تومان رسید. در معاملات یکشنبه نماد دی (بانک دی) بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به‌خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۶۲۱ میلیارد تومان بود. پس از دی نیز خزامیا بیشترین ارزش معاملات را داشت و دو نماد خسپایا و وملت هم در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام دی (بانک دی) با تعداد ۴ میلیارد و ۲۸۲ میلیون و ۵۴۰ هزار و ۷۹۶ سهم در صدر قرار گرفته است. شستا در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار ایستاد و رتبه سوم به خسپایا رسید. دو نماد کرمان و خودرو نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در معاملات روز گذشته، ۳۰۳ نماد صف خرید داشتند و ۵۵ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۶۶۲ درصدی نسبت به روز قبل به ۲ هزار و ۸۲۲ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۸۹ درصدی به ۳۹۷ میلیارد تومان رسید.

براساس مصوبه تازه سازمان بورس، صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت به جای سه ماه، پنج ماه (یعنی تا پایان سپریور) مهلت دارند که میزان سهام موجود در پرتفوی خود را از ۱۵ درصد به ۱۰ درصد برسانند. همچنین با تصویب کمیته پایش ریسک بازار سرمایه سازمان بورس، دستورالعمل خرید اعتباری اوراق بهادار در بورس اوراق بهادار تهران و

فراپورس ایران اصلاح شد. بر این اساس، ضریب تعدیل اوراق بهادار مندرج در حساب تضمین مشتریان اعتباری در مورد سهام پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و بازار اول و دوم فراپورس ایران، «۶۰ درصد قیمت پایانی» تعیین شده است. ضریب مصوب از تاریخ ۲۵ اردیبهشت‌ماه در سامانه‌های نظارتی اعمال خواهد شد. بررسی تکنیکالی شاخص کل نشان می‌دهد که در طی معاملات یکشنبه، شاخص کل توانست به محدوده ۲۳ درصدی فیبوناچی موج قبلی خود واکنش مثبتی را نشان بدهد. بازار با مثبت شدن نشان داد که به اعداد و ارقام مدنظر تکنیکالیست‌ها رسیده است. همچنین اندیکاتور RSI که روز شنبه به سمت اعداد منفی در حرکت بود، کسب‌توانست به عدد ۴۰ واحدی برگردد تا همچنان محدوده حمایتی خط روند اندیکاتور RSI، نقطه امیدوی برای تکنیکالیست‌هاباشد.

در نشست بهره‌وری اتاق بازرگانی ایران بررسی شد

لزوم تغییر الگوی کشت در ایران

ذی‌مدخلان، سیاستگذاران و مصرف‌کننده‌ها همه به این حوزه توجه کنند تا با جلوگیری از ضایعات عوامل تولید، ظرفیت‌ها برای پیشرفت کشور آزاد شود.از سال ۱۳۹۵ در کنفرانس اقتصاد آب که در زمان مهندس چیت‌چیان برگزار شد، به پیشنهاد ما کنفرانس آب دوسالانه شود و قرار شد در اتاق ایران برگزار شود.

طبق اعلام اتاق بازرگانی، «عباس کشاورز»، معاون مرکز ملی مطالعات آب و کشاورزی اتاق ایران نیز در این نشست با تأکید بر لزوم تغییر الگوی کشت گفت: کشاورزی در ایران با چالش‌های متعددی روبه‌روست؛ علی‌رغم برنامه‌های پنج‌ساله توسعه هنوز چالش‌های حوزه کشاورزی به قوت خود باقی است و تشدید هم شده است. این باعث شده که بهره‌وری در کشاورزی بالا نباشد و افزایش تولید کشاورزی از طریق فشار بر منابع و تخریب منابع همراه باشد. کار به‌جایی رسیده که تغییر جدی در پایداری زمین‌ها داریم، ما در سرزمین خشک و نیمه‌خشک زندگی می‌کنیم ولی انتظارات ما کشاورزی شنبه مناطق پرباران است. از دهه ۳۰ مدل همین بوده و محصولات و فرمول غذایی هم در همین ترکیب است. این الگو برای کشور ما پیامدهای دارد. در واقع، یکی از دلایل کسری منابع آبی کشور همین توسعه‌های بخش کشاورزی است.

«تقی شامخی»، استاد بازنشسته دانشگاه تهران هم در این نشست به حقایق محیط زیست اشاره کرد و گفت: بهره‌وری در کشاورزی امری است که از دهه ۴۰ مطرح بوده است و ترویج هم به بالاترند بهره‌وری مطرح بود. آموزش، تکنولوژی و ساماندهی جزو مباحثی است که در این حوزه مهم است. ولی با توجه به تجربه سال‌های قبل، آموزش متناسب با دانش کشاورزان کار راحتی نیست. آموزش مؤثر برای کشاورز، جزئیات زیادی دارد. برای همین آموزش باید جمعی باشد، کشاورز و طیفی که با زمین

فرصت امروز: روند اصلاحی بورس به روز ششم رسید و مصوبات جدید سازمان بورس به سیگنال مثبتی برای بازار سهام بدل شد. طبق مصوبات جدید سازمان بورس در شامگاه شنبه، ۵۰۰ میلیارد تومان به حساب صندوق تثبیت بازار سرمایه واریز می‌شود و همچنین زمان اصلاح پرتفوی صندوق‌های درآمد ثابت از سه ماه به پنج ماه افزایش پیدا می‌کند. به نظر می‌رسد سیاستگذار بورسی با این مصوبات به دنبال وارد کردن شوک مثبتی به بازار سهام بود که البته موفق هم شد.

بورس تهران برای پنج روز متوالی، روی بد خود را به بورس‌بازان و سهامداران نشان داد. پس از آنکه از هفته‌های پایانی سال گذشته رونق اخیر بورس آغاز شد و با ورود به سال جدید بر شتاب آن افزوده شد، از دومین روز هفته گذشته هر سه نماگر اصلی بازار سهام در یک بازه چهار روزه بیش از ۱۰ درصد از سقف تاریخی خود فاصله گرفتند؛ تا جایی که نماگر اصلی تالار شیشه‌ای از ابرکانال ۲٫۵ میلیون واحد به کانال ۲٫۲ میلیون واحد رسید. در چهار روز کاری پایانی هفته گذشته حدود ۱۳ هزار میلیارد تومان پول سهامداران خرد از بورس خارج شد تا بورس تهران یکی از منفی‌ترین هفته‌های تاریخی خود را تجربه کند و پس از هشت هفته عملکرد مثبت هفتگی، بازدهی منفی ۱۰ درصدی را در پایان این هفته از خود به جای بگذارد. این روند نزولی به اولین روز هفته جاری نیز کشیده شد و شاخص کل بورس تهران در معاملات شنبه ۲٫۸ درصد دیگر پایین آمد و تا ارتفاع ۲ میلیون و ۲۱۴ هزار واحد عقب رفت. در انتهای همین روز و در واکنش به اصلاح بازار، سازمان بورس چند مصوبه مهم داشت که تاثیر خود را در معاملات روز یکشنبه نشان داد. به طوری که هر سه نماگر اصلی بازار سهام به مدار صعود بازگشتند و از جمله نماگر اصلی تالار شیشه‌ای با بیش از ۷۱ هزار واحد معادل ۳٫۲۵ درصد افزایش تا سطح ۲ میلیون و ۲۸۵ هزار واحد بالا آمد.

پول حقیقی به گروه نفتی رفت

روند حرکت بازار سهام در دومین روز هفته برخلاف پنج روز گذشته صعودی بود و نماگرهای بورسی به مدار رشد برگشتند. در معاملات این روز بیشترین پول حقیقی نصیب گروه نفتی و فلزات اساسی شد. همانطور که اشاره شد، انتشار خیر مصوبات جدید سازمان بورس، سیگنال مثبتی برای بازار سهام بود و مطابق این مصوبات، ۵۰۰ میلیارد تومان به حساب

بازاریابی سبز و راهکارهای آن برای کسب و کارهای مختلف



به قلم: لیلا اسمیت

کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی علی

همین چند روز پیش روز جهانی زمین را پشت سر گذاشتیم. این روز شاید بیشتر برای طرفداران حفاظت از محیط زیست مهم باشد، اما در طول سال‌های اخیر برای برندها نیز اهمیت بسیار بالایی پیدا کرده است. دلیل این را باید در رفتار مشتریان در بازار جست و جو کرد. بسیاری از افراد برای خرید از یک برند به طور مداوم به فکر سیاست‌های حفاظت از محیط زیست از نسوی برند مورد نظر هستند. با این حساب اگر شما برندی بدون این تکنیک‌ها و سیاست‌ها دارید، دیر یا زود مورد بی‌توجهی یا دست‌کم اعتراض مشتریان واقع خواهید شد. همین امر در طول سال‌های اخیر بسیاری از برندها را به سوی تولید محصولات بسیار حرفه‌ای و در عین حال هماهنگ با محیط زیست هدایت کرده است.

اگر شما هم به فکر حفاظت از محیط زیست و استفاده از آن به مثابه شوه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستید، باید به فکر بازاریابی سبز باشید. بازاریابی سبز به مفهوم نمایش ویژگی‌های یک برند که سازگار با محیط زیست است، گفته می‌شود. این امر امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مشتریان را برای یک برند به همراه داشته و در بازارهای به شدت رقابتی یک مفهوم نوین برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف را به برندها نشان می‌دهد.

شاید پیش از این بسیاری از برندها فقط به دنبال تولید محصولی کارآمد برای مشتریان بودند. با این حال امروزه صرف یک محصول کارآمد به درد کسب و کارها نمی‌خورد. شما در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان باید انواع شوه‌های تاثیرگذاری بر روی مشتریان را بلد باشید. یکی از شوه‌های مهم نیز توجه به دغدغه مشتریان برای حفاظت از محیط زیست است. درست به همین خاطر استفاده از الگوی بازاریابی سبز ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای برند شما خواهد بود.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. البته در این میان بازاریابی سبز در کانون توجه ما قرار دارد. اگر شما هم برای یادگیری این شوه بازاریابی همچنان و انگیزه زیادی دارید، می‌توانید در ادامه با ما همراه باشید. ما در ادامه برخی از مهمترین مثال‌ها در زمینه این الگوی بازاریابی را مرور خواهیم کرد. سپس به برخی از تکنیک‌های حرفه‌ای برای توسعه برندها در این راستا اشاره می‌کنیم.

برندهای موفق در بازاریابی سبز بادی شاپ

برند بادی شاپ در طول سال‌های اخیر یکی از سیاست‌های بسیار جذاب در حوزه بازاریابی و امور مالی را در پیش گرفته است. این برند که در زمینه عرضه محصولات آرایشی و بهداشتی فعالیت دارد، از مدتی قبل به دنبال تامین دغدغه مشتریان برای حفاظت از محیط زیست اقدام به عرضه محصولاتی سبز یا به عبارت بهتر سازگار با محیط زیست کرده است. براساس استراتژی این برند عرضه محصولات بهداشتی و آرایشی که با آزمایش بر روی مشتریان ارزیابی می‌شوند، از سال ۱۹۸۹ متوقف شده است. همین امر بادی شاپ را بدل به یکی از برندهای پیشرو در زمینه حفاظت از محیط زیست و فعالیت سبز کرده است.

امروزه هنوز هم بسیاری از برندها برای استفاده از شوه‌های سبز در دنیای کسب و کار مشکلات زیادی دارند. این امر به آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فشار زیادی وارد کرده و وضعیتشان را نیز به طور مداوم دشوار می‌سازد. درست به همین دلیل اگر شما مایل به استفاده از فرصت‌های تازه در دنیای کسب و کار هستید، باید مثل بادی شاپ خیلی زود اقدام به اجرای سیاست‌های آن نمایید.

بدون شک بادی شاپ در زمینه متنوعی عرضه محصولات دارای آزمایش بر روی حیوانات موقعیت همکاری با برخی از برندهای بزرگ را از دست داده است. با این حال هدف این برند برای جلب حمایت مشتریان آنقدر مهم بوده که دور برخی از بزرگترین برندهای دنیا را خط بکشد.

برند سوئدی IKEA در طول سال‌های اخیر به طور گسترده‌ای در کانون توجه مشتریان قرار داشته است. البته در اینجا مانند مورد قبلی خیر از آزمایش محصولات بر روی حیوانات نیست، چراکه IKEA اصولاً در زمینه‌های بهداشتی فعالیتتی ندارد. حوزه اصلی فعالیت این برند سوئدی محصولات ارزان‌قیمت خانه است. البته نکته مهم در این میان تولید گازهای گلخانه‌ای فراوان و همچنین آسیب به محیط زیست در پی تلاش برای تولید لوازم خانگی است. همین امر اعتراض برخی از مشتریان را نسبت به فعالیت برند سوئدی به همراه داشته است.

برند IKEA خیلی زود توانایی کنار گذاشتن شوه‌های تولید قدیمی‌اش را ندارد. درست به همین دلیل در یک کمپین عمومی نسبت به کاهش تولید گازهای گلخانه‌ای تا سال ۲۰۳۰ متعهد شده است. این امر به برند مورد نظر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و وضعیت آن در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه خواهد داد. این امر به چنین برندهایی برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مشتریان کمک کرده و موقعیتشان در بازار را نیز توسعه می‌دهد.

بسیاری از مشتریان برای خرید از برندها همیشه برنامه‌های ویژه‌ای دارند. این امر شامل بررسی سابقه فعالیت برندها و همچنین مرور نظر برخی از مشتریان دیگر می‌شود. در این میان وضعیت حفاظت از محیط زیست نیز یکی از معیارهای مهم برای مشتریان در طول دهه‌های اخیر بوده است. این امر در طول چند سال اخیر به دلیل خیره‌ای بی‌نهایت ناگوار درباره وضعیت محیط زیست در کانون توجه قرار گرفته است. بنابراین شما نیز باید خیلی زود به دنبال اصلاح وضعیت برندگان در زمینه فعالیت تولیدی باشید، در غیر این صورت شاید بعد از مدت زمانی کوتاه مورد بی‌توجهی عمومی مشتریان قرار گیرید. این امر می‌تواند توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را بی‌نهایت کاهش داده و ذهنیت عمومی مشتریان نسبت به برندگان را نیز خدشه‌دار نماید.

لگو

لگو یکی از برندهای دوست‌داشتنی در میان مشتریان در سراسر دنیا محسوب می‌شود. این برند دوست‌داشتنی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان از هر رویداد یا موضوع داستانی به منظور طراحی اسباب بازی استفاده می‌کند. شاید در نگاه نخست مشاهده نام این برند در میان کسب و کارهای فعال در حوزه کمپین سبز عجیب باشد. به هر حال مگر لگو چه تولیداتی دارد که نیازمند فعالیت سبز و حفاظت از محیط زیست باشد؟

نکته مهم در رابطه با محصولات لگو مربوط به استفاده از مواد اولیه تجدیدپذیر در محصولاتش است. این امر یکی از تقاضاهای بسیار مهم از سوی مشتریان لگو است. حجم بالای استفاده از مواد پلاستیکی از یکسو و همچنین آلودگی‌های سراسر دنیای پلاستیک استفاده از این ماده شیمیایی برای بسیاری از مشتریان لگو نکته ناراحت‌کننده‌ای محسوب می‌شود. بی‌شک پیدا کردن یک جایگزین سریع برای محصولات پلاستیکی امر بسیار دشواری محسوب می‌شود. این امر برای شما نه تنها مشکلات زیادی به همراه خواهد داشت، بلکه در بلندمدت امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد.

لگو برای مقابله با حمله مشتریان به سیاست‌های تولیدی‌اش، بیش از هر زمان دیگری سرمایه‌گذاری بر روی حوزه توسعه و تحقیقات را افزایش داده است. این امر با هدف پیدا کردن جایزین مناسب برای محصولات پلاستیکی صورت گرفته است. با این حساب اگر شما به دنبال یک محصول امن و دارای نشان استاندارد برای استفاده از دنیای کنونی هستید، لگو خیلی سریع در حال افزایش سطح استانداردهای تولیدی‌اش است. این امر می‌تواند اطمینان بسیار زیادی به شما برای ادامه خرید از این برند بدهد.

براساس گزارش رسمی برند لگو تا سال ۲۰۳۰ استفاده از الگوی قدیمی پلاستیک برای تولید محصولات این برند به طور کامل متوقف خواهد شد. این امر یکی از خیرهای خوش برای طرفداران محیط زیست محسوب می‌شود. به این ترتیب دیگر خبری از شوه‌های قدیمی و سنتی برای تولید محصولات نبوده و امکان جلوگیری از آلودگی بیشتر محیط زیست

فراهم خواهد شد.

یکی از سیاست‌های لگو برای جلوگیری از آلودگی‌های زیست محیطی مربوط به طرح تحویل لگوهای قدیمی یا عوض کردنشان با نمونه‌های تازه است. شاید سرنوشت لگوهای تحویل گرفته شده در این میان برای بسیاری از مردم جالب باشد. در این صورت باید گفت که لگو برنامه‌ای ویژه برای اهدای اسباب بازی‌های جمع‌آوری شده و اهدای‌شان به افراد نیازمند دارد. به این ترتیب لگوهای قدیمی به جای اینکه سر از طبیعت دریاها بزنند، دوباره به کودکان با افراد علاقه‌مند می‌رسد.

پاتاگونیا

استفاده از الیاف بازیافتی برای تولید محصولات مربوط به صنعت پوشاک برای بسیاری از برندها نوعی ریسک بی‌نهایت بالا محسوب می‌شود. با این حال برند پاتاگونیا به خوبی با این ریسک کنار آمده و شروع به تولید محصولاتی در این راستا کرده است. این امر برای بسیاری از مشتریان این برند جذابیت بالایی دارد. این امر می‌تواند شما را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و توانایی‌تان در این میان را به شدت افزایش دهد.

پاتاگونیا یکی از برندهای پیشرو در صنعت مد محسوب می‌شود. این برند چند سالی هست که برای حفاظت از محیط زیست شروع به استفاده از الیاف بازیافتی کرده است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و دامنه وسیعی از طرفدارهای مد و پوشاک را به سوی پاتاگونیا هدایت کرده است. اگر شما نیز برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکلات زیادی دارید، می‌توانید از این شوه برای بهینه‌سازی شوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف سود ببرید.

یکی از اقدامات مفید پاتاگونیا پایداری بر سر استراتژی تولید لباس با الیاف بازیافتی به رغم مخالفت برخی از مشتریان یا کارشناس‌های صنعت مد بوده است. بدون تردید پاتاگونیا برخی از ترندهای مهم دنیای مد را به خاطر این استراتژی از دست داده است. با این حال اعتماد مشتریان در بازار بسیار بیشتر از مدهای زودگذر اهمیت دارد. همین امر به نوعی استراتژی اصلی این برند در طول دهه‌های اخیر در بازار محسوب می‌شود. درست به همین خاطر اگر شما نیز به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مشتریان در بازار هستید، باید از این استراتژی به خوبی بهره ببرید. در غیر این صورت شاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان را به خوبی پیدا نکنید.

استراباکس

استراباکس یکی از برندهای فعال در زمینه انواع محصولات مرتبط با قهوه است. بسیاری از مردم در سراسر دنیا روزشان را با نوشیدنی‌های این برند شروع می‌کنند. نکته مهم در این میان وضعیت استفاده از پلاستیک برای بسته‌بندی محصولات از سوی استراباکس است. این امر اعتراضات بسیار زیادی به همراه داشته و حتی برخی از کمپین‌های مقابله با استراباکس را نیز به راه انداخته است.

اگرچه استراباکس اکنون از پلاستیک‌های قابل بازیافت و در برخی از موارد دارای الیاف طبیعی استفاده می‌کند، اما سرمایه‌گذاری بر روی محصولات سبز را هرگز متوقف نکرده است. این امر یکی از استراتژی‌های بسیار مهم استراباکس در طول دو دهه اخیر بوده است. به این ترتیب بسیاری از مردم برای تاثیرگذاری بر روی وضعیت محیط زیست هم که شده از استراباکس خرید می‌کنند.

استراباکس در طول سال‌های اخیر یکی از سرمایه‌گذارهای اصلی در زمینه تقویت مطالعات مربوط به محیط زیست و حفاظت از آن بوده است. همین امر چشماندازی بسیار مثبت برای این شرکت در بعد جهانی به همراه داشته است. اگر شما هم به دنبال چنین شهرتی هستید، شاید وقت اختصاص بخشی از بودجه برندگان به فعالیت‌های بشردوستانه یا حتی حفاظت از محیط زیست فرا رسیده باشد. این امر به شما کمک بسیار زیادی کرده و موقعیت‌تان در بازار را به طور کامل دگرگون می‌سازد.

تکنیک‌هایی برای بازاریابی سبز

۱- پیدا کردن شوه‌های فعالیت سبز

هر برندی در حوزه فعالیتش برخی از اقدامات سبز را پیش روی

مشتریان و کارمندان دارد. این امر می‌تواند به شما برای مطرح کردن برندگان به مثابه یک کسب و کار به فکر و تاثیرگذار کمک کند. متأسفانه در برخی از موارد برندها هیچ ایده یا فکر مناسبی برای کمک به راه‌اندازی کمپین‌های سبز ندارند.

اگر شما در زمینه‌ای مثل تولید لاستیک فعالیت دارید، به طور طبیعی مخالفت‌های زیادی با شوه فعالیت‌تان در بازار رو به روی‌تان قرار خواهد داشت. در این بین شما باید راهکاری برای کاهش مخالفت‌ها و تقویت جایگاه برندگان در زمینه حفاظت از محیط زیست پیدا کنید. این امر تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شوه‌های عجیب مثل تولید لاستیک با الیاف طبیعی نیست. در عوض شما می‌توانید بخشی از سود برندگان را به فعالیت‌های حفاظت از محیط زیست اختصاص دهید. این امر شما را در طول مدت زمانی اندک بدل به برندی مهم در زمینه فعالیت سبز خواهد کرد. به این ترتیب دیگر مشکلی از نظر تاثیرگذاری بر روی مشتریان و بهینه‌سازی موقعیت‌تان پیش رو نخواهید داشت. نکته مهم در این رابطه تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شوه‌های حرفه‌ای و تاثیرگذار است.

یادتان باشد ارتباط با مشتریان می‌تواند همیشه تاثیرگذار و مناسب باشد. به همین دلیل شما نیز باید همیشه این شوه را به یاد داشته و موقعیت‌تان در این راستا را به طور مداوم تقویت نمایید. در غیر این صورت خیلی زود توانایی‌تان از بین رفته و موقعیت‌تان تقویت خواهد شد.

۲- نمایش دستاوردهای برند

اگر شما تغییری مهم برای حفاظت از محیط زیست در فعالیت برندگان صورت داده‌اید، باید برخی از آنها را به طور عمومی اعلام کنید. یکی از نکات مهم در این رابطه وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دست‌کم تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از شوه‌های حرفه‌ای است. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیادی به همراه داشته و موقعیت‌تان در بازار را نیز به شدت تقویت نماید.

مشتریان همیشه در صورت آگاهی از فعالیت‌های یک برند در زمینه بهینه‌سازی حفاظت از محیط زیست روی خوش بدان نشان می‌دهند. به همین دلیل شما باید همیشه این نکته مهم را در خاطر داشته باشید. در غیر این صورت شاید مشکلات‌تان به طور مداوم افزایش پیدا کرده و توانایی‌تان در این میان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کند.

۳- تقویت مداوم به‌روز رسانی استراتژی‌ها

شما قرار نیست همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از یک سطح و شوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نمایید. این امر می‌تواند وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده و حتی مشکلات بیشتری نیز پیش روی‌تان قرار دهد. در دنیایی که دستاوردهای دیجیتال به طور مداوم در حال تغییر است، اگر شما خیلی زود به فکر ارتقای وضعیت کار‌تان نباشید، دیگر توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان را به دست خواهید آورد.

توصیه ما در این میان تلاش برای استفاده از تازه‌ترین شوه‌های فعالیت در بازار برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر به شما کمک شایانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کرده و موقعیت‌تان در بازار را نیز به طور مناسبی بهبود می‌بخشد. امروزه مشتریان به برندهایی که پس از گذشت سال‌ها هنوز هم از شوه‌های قدیمی برای حفاظت از محیط زیست سود می‌برند، توجه زیادی نشان نخواهند داد. درست به همین دلیل شما چاره‌ای به غیر از استفاده از شوه‌های سازگار با محیط زیست در کسب و کارتان نخواهید داشت. این امر در صورت همکاری با کارشناس‌ها و برندهای فعال در زمینه حفاظت از محیط زیست بسیار حرفه‌ای‌تر دنبال خواهد شد.

بدون تردید فعالیت سبز در دنیای کنونی امر ساده‌ای نیست و با این حال اگر شما توصیه‌های مورد بررسی در این مقاله را به یاد بسپارید، وضعیت‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان بسیار بهتر خواهد شد.

منبع: [wordstream.com](#)

آگهی مناقصه عمومی (دو مرحله‌ای)

شماره ۱۴۰۲/۱۶۲-۰۱

شناسه آگهی ۱۴۹۲۴۳

نوبت اول

شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران

مناقصه گزرا: شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران
موضوع مناقصه: تجدید خرید کنتور سه فاز اتصال مستقیم دیجیتالی
چند تعرفه هوشمند با مازول GPRS به تعداد ۶۰۰ دستگاه
مهلت خرید و نحوه دریافت اسناد مناقصه
داوطلبان می‌توانند از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۷ لغایت روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۱ به منظور دریافت اسناد به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس [www.setadiran.ir](#) مراجعه نمایند.
مبلغ خرید اسناد مناقصه
مبلغ ۵۴۵۰۰۰ ریال بابت خرید اسناد در مدت زمان تعیین شده در بند فوق به حساب سپهر (شماره ۰۱۰۱۸۵۳۷۴۵۰۵) بانک صادرات کد ۲۰۰۸
تضمین شرکت در مناقصه (فرایند ارجاع کار) به مبلغ ۱/۷۵۹/۲۴۰/۰۰۰ ریال به شرح زیر می‌باشد:
- ضمانت نامه بانکی حداقل با اعتبار سه ماه و قابل تمدید به مدت سه ماه دیگر
- اصل فیش واریز وجه به حساب جام به شماره ۱۶۷۲۰۴۰۵۵۰ بانک ملت شعبه مرکزی چالوس
- ضمانتنامه صادره توسط موسسات بیمه گر دارای مجوز لازم برای مناقصه گزرا: شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران

فراخوان مناقصه عمومی (ارزیابی ساده - فشرده)

شماره ۱۴۰۱/۰۰۴۳-۱

شناسه ۱۲۹۵۳۳

نوبت اول

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۱-۱۴۰۱/۰۰۴۳ انجام خدمات نگهداری و حراست از ۸ پست صنعتی در منطقه قلمون بزرگتری مناقصات (بصورت همزمان از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی [www.setadiran.ir](#) اقدام نمایند. توجه به اینکه مناقصه بصورت فشرده انجام می‌شود. پس از بررسی مالی لازم و ارزیابی صلاحیت، پاکت پیشنهادی (الف-ب) شرکت‌های گنایش خواهد شد که بنابینه مدارک بارگذاری و ارائه شده را کسب نموده باشد. شایان ذکر است بنابینه مدارک مناقضان با عدد (۱) و عدم تایید با عدد (۰) در سامانه نمایش داده خواهد شد.

الف- شرح مختصر خدمات
انجام خدمات نگهداری و حراست از ۸ پست صنعتی در منطقه لب سفید۱
ب- محل اجرای خدمات: شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان
ج- محل انجام کار: ۱۲ ماه
د- شرایط کارفرما: ۲۳۶،۵۳۳،۵۳۳،۹۶ ریال
ه- الزامات و شرایط مناقضان (مدارک کل باید در پاکت استعلام ارزیابی کیفی بارگذاری و ارسال شوند):
- گواهینامه معتبر تایید صلاحیت ایمنی بینالمللی صادره از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- گواهینامه معتبر تعیین صلاحیت انجام کار صادره از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- دارای مجوز از سازمان حراست وزارت نفت
- اسامیه شرکت آگهی تعیین شرکت آخرین تغییرات شرکت در روزنامه رسمی، آگهی آخرین تغییرات نشانی دارندگان افعال مجاز معتبر مناقصه گر
و- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (فرایند ارجاع کار):
نوع تضمین ضمانتنامه بانکی
مبلغ تضمین: ۲۸۴۶،۰۰۰ ریال
هـ- محل و مهلت دریافت اسناد
از کلیه مناقضان واجد شرایط دعوت میگردد طرف مهلت مقرر جهت اعلام آمادگی و تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۲/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۲۳

روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان

