

دوشنبه

۶ شهریور ۱۴۰۲

Mon.28 Aug 2023

۱۱ صفر ۱۴۴۵ - سال نهم

شماره ۲۳۰۶

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

یادداشت

سراب توسعه در ایران

حسین جمالی

عضو هیأت‌علمی بازنشسته دانشگاه مازندران

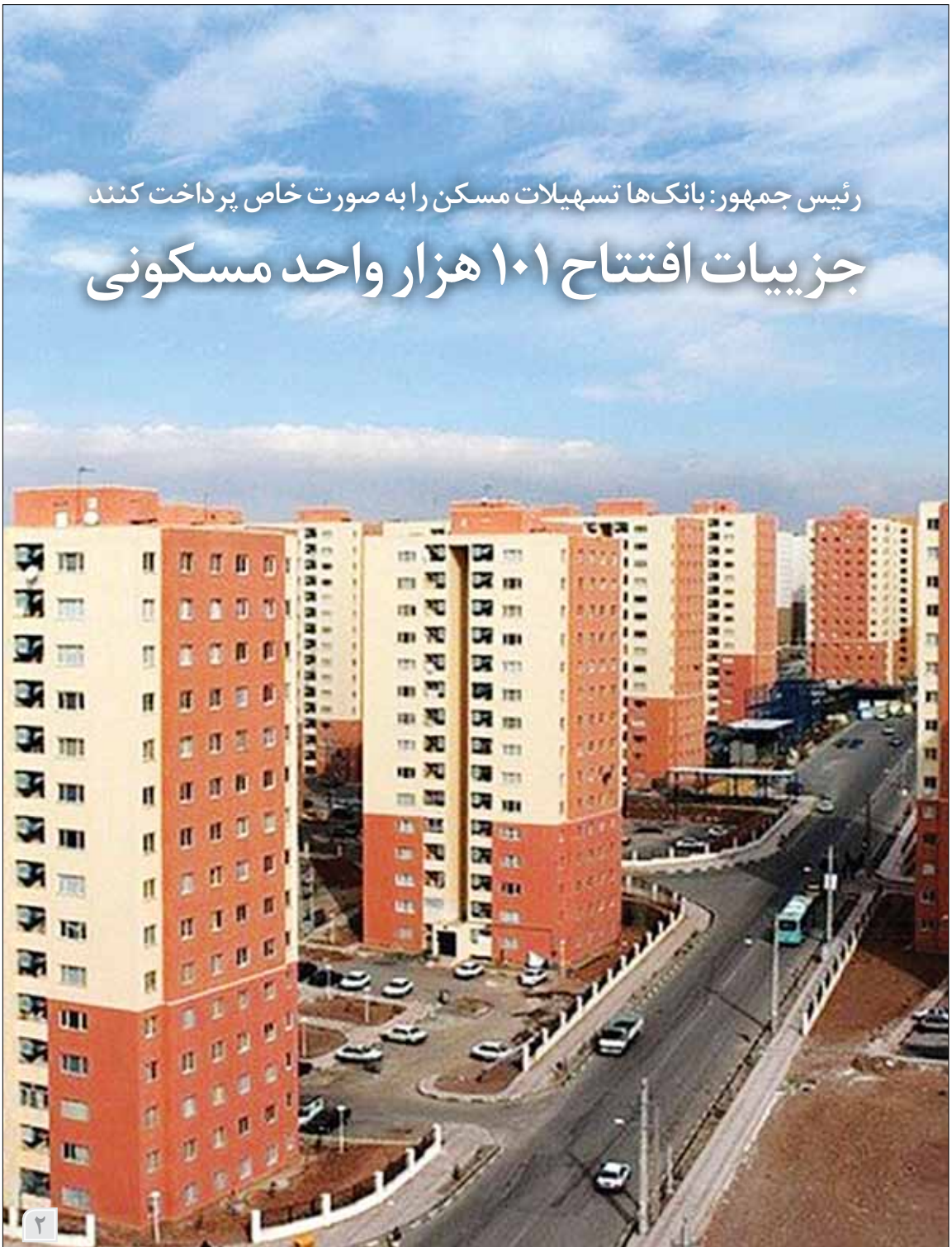
توسعه، آرزوی دست‌نیافتنی برای ایران و ایرانیان در دوره معاصر شده است. برای شناخت فراز و فرود تحقق این آرزو باید صفحات تاریخ را ورق زد و از سر دغدغه‌مندی، کوششگری و حتی ماجراجویی در پی گشودن پرونده‌های برآمَد تا برخی ناگفته‌ها و رازها آشکار شود و برخی عوامل کلمیایی‌ها و شکست‌ها نیز بازیابی و هویدا گردد. در این میان، شاید با طرح راه‌حلهایی، برخی گره‌ها هم گشوده شود. توسعه به لحاظ نظری و در رشته مطالعات توسعه، فارغ از پیچیدگی‌ها و آشفتگی‌های مفهومی آن، بسه معنای بهبود کیفی و کمی زندگی شهروندان به نحو اثربخش و کارا است که رضایتمندی عمومی را در پی داشته باشد. چنین امری در دنیای کنونی و با وجود روندهای پرقدرت جهانی، تنها از طریق پذیرش قواعد و هنجارهای بین‌المللی، همکاری فراگیر متعاملاتنه با نظام بین‌الملل و همکاری و ادغام در اقتصاد جهانی قابل تحقق است. برای سنجش توسعه‌یافتگی یک جامعه می‌توان از شاخص‌هایی چون کاهش فقر، میزان رفاه، بهره‌وری منابع و شادای و شادکامی بهره گرفت؛ معیارهایی که خود به دلیل «بودن توسعه، به مثابه مقوله و امر جهانی»، در درون روندهای اصلی بین‌المللی قابل دستیابی‌اند.

ادامه در همین صفحه

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



رئیس جمهور: بانک‌ها تسهیلات مسکن را به صورت خاص پرداخت کنند

جزئیات افتتاح ۱۰۱ هزار واحد مسکونی

اهداف رویایی برنامه هفتم توسعه تحقق پیدا می‌کند؟

جانمایی توسعه در برنامه هفتم

فرصت امروز: اهداف تعیین‌شده برنامه هفتم توسعه، غیرواقعی است و با واقعیت اقتصادی کشور نمی‌خواند؛ این خلاصه گزارش بازوی پژوهشی بخش خصوصی درباره برنامه هفتم توسعه است. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در ادامه سلسله گزارش‌های ارزیابی لایحه برنامه هفتم توسعه از نگاه بخش خصوصی، کاستی‌های این برنامه را بررسی کرده و می‌گوید: اگر برنامه هفتم توسعه، برنامه‌ای دقیق برای تغییر یا بهبود وضعیت رفاه، آزادی و عدالت نداشته باشد، نمی‌تواند برنامه توسعه تلقی شود. این گزارش به درستی، نیاز اصلی و حلقه مفقوده برنامه هفتم را واقع‌گرایی عنوان می‌کند و با اشاره به هدف‌گذاری رویایی و غیرواقعی برنامه هفتم، به ویژه در مورد رشد اقتصادی می‌نویسد: نرخ رشد اقتصادی در برنامه هفتم در حالی ۸ درصد تعیین شده است که میانگین رشد اقتصادی کشور در طول ۴۰ سال گذشته ۲٫۸ درصد، در طول ۲۰ سال گذشته ۱٫۸ درصد و در طول ۱۰ سال گذشته نزدیک به صفر بوده است. حال سوال این است که بر چه مبنایی در طول پنج ساله آینده میانگین رشد اقتصادی ۸ درصد در نظر گرفته شده است؟

در ابتدای این گزارش به وضعیت امروز ایران از منظر شاخص‌های توسعه اشاره شده و در ادامه با استناد به نظریات علمی توسعه نظیر «مارتیناس»، گلوگاه‌های مغفول توسعه در برنامه هفتم مطرح شده است. به گفته…

۲

وقتی سپرده‌گذار بانکی به جای عایدی متحمل زیان می‌شود

رویکرد دستوری در بازار پول

۳

مدیریت و کسب‌وکار



الگوی بازاریابی اپل: داستان مارکتینگ خاص‌ترین برند دنیا

اپل یکی از موفق‌ترین شرکت‌های دنیاست که محصولاتش در همه جای دنیا طرفدارهای خاص خودش را دارد. شاید فکر کنید اپل فقط با تکیه بر طراحی محصولات خارق‌العاده به قله‌های موفقیت رسیده است. خب در این صورت خیلی هم بیراه نرفته‌اید، اما یادتان باشد ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که بازاریابی حرف اول و آخر را می‌زند. چه بسا مشتریان به لطف بازاریابی محصولاتِ را می‌خرند که در نگاه اول اصلا نیازی به آنها ندارند! ما در این مقاله قصد داریم نگاهی به الگوی بازاریابی اپل بیندازیم. از آنجایی که اپل معمولا به عنوان برندی سناکت و گوشه‌گیر در زمینه بازاریابی شناخته می‌شود، شناسایی محرورهای کلیدی در استراتژی مارکتینگ این غول دنیای دیجیتال جذابیت خاصی خواهد داشت. به علاوه، چنین بررسی موشکافانه‌ای حکم یک کلاس درس را هم دارد. پس با ما همراه باشید تا استراتژی بازاریابی اپل را زیر ذره بین ببریم…

هشت ساله شد که به صورت طبیعی، امکان توسعه و مدرن‌ساختن از آن گرفته شد. در دوره هشت ساله سازندگی (۱۳۷۶-۱۳۶۸)، نخستین گام‌ها برای تکمیل و تداوم روند توسعه‌گرایی پیشین برداشته شد. در این راستا، اقداماتی نسبتا همه‌جانبه برای بازسازی و نوسازی برداشته شد. از یک‌سو، بازسازی مناطق جنگی در دستور کار قرار گرفت و از سوی دیگر، توسعه شهری و صنعتی در سایر مناطق آغاز شد. گسترش نظام‌های آموزشی فراگیر از ابتدایی تا تحصیلات عالی با شکل‌گیری مراکز نوین آموزشی و دانشگاهی چون دانشگاه آزاد اسلامی، غیرانتفاعی و … موجب شکل‌گیری طبقات اجتماعی در ایران شد. صنایع و کارخانجات آسیب‌دیده از جنگ مجددا در مسیر بازسازی و نوسازی قرار گرفت. گسترش زیرساخت‌هایی چون راه‌ها و راه‌آهن، سد‌ها، فرودگاه‌ها و بندر نیز آغاز و تداوم یافت. این روندها به گسترش کلانشهرهایی انجامید که زندگی اجتماعی و مدنی نوینی را می‌طلبد. دوره اصلاحات در پی چنین تغییرات و تحولاتی به وجود آمد. دولت بلافضل سازندگی یعنی دولت اصلاحات طی هشت سال (۱۳۸۴-۱۳۷۶) توانست همان روندها و مسیرهایی پیشین را تداوم و تعمیق بخشد.

همانطور که در ابتدای این نوشتار آمد، روندهای پرقدرت جهانی و بین‌المللی چون انقلاب ارتباطات و اطلاعات، جهانی‌شدن و توسعه‌گرایی اقتصادی چنان در یک همبستگی، پیوستگی و وابستگی متقابل قرار دارند که تنها همسویی و همگرایی با این روندها، توسعه‌گرایی موفق‌تر از امکان‌پذیر می‌سازد. از این رو، تحریم‌ها و فراگیری و همه‌جانبه بین‌المللی طی سال‌های ۱۳۹۰ به بعد تاکنون (به جز یک دوره کوتاه ۱۳۹۸-۱۳۹۶)، با این نافرجامی عجین شده است.

شاید بی‌مناسبت نباشد که برای راهی از بن‌بست توسعه در ایران معاصر، تجربه انقلاب ۱۹۴۹ چین مورد بازبینی قرار گیرد تا از طریق مقایسه و استخراج تشابه و تفاوت، راهی برای راهی گشوده شود. چنین

سراب توسعه در ایران

که بعد از حدود ۲۰ سال توانست تمامی منابع و مراکز مورد نیاز برای حکمرانی مقتدرانه را به دست آورد، اینک در سایه افزایش درآمد ارزی بی‌سابقه حاصل از فروش نفت می‌توانست طرح و برنامه‌های پدرش را در گستره‌ای وسیع‌تر تداوم بخشد. روند توسعه‌گرایی در این دوره همانند پیشین، تمامی حوزه‌های زندگی ایران و ایرانیان را دربر گرفت. صنعت و زندگی شهرنشینی به همراه تجارت و داد و ستد بین‌المللی، پایه اساسی مدرن‌شدن ایران قرار گرفت. با نوسازی این دوران، شهرهای صنعتی و کلانشهرهایی شکل گرفت که امکان انتقال از دوره سنت‌گرایی به مدرنیزاسیون را فراهم می‌کرد. نظام‌های آموزشی و پژوهشی، نظام‌های حقوقی و قانونی، نظام‌های اداری و سازمانی و نیز نظام‌های فرهنگی و هنری در تمامی ابعاد و وجوه آن دچار تغییر و دگرگونی اساسی شد. اقداماتی چون اصلاحات ارضی، چهره‌کشاورزی ایران را دگرگون کرد؛ تا آنجا که با تشکیل و گسترش مزارع کشت و صنعت‌های جدید، بنیاد کشاورزی مدرن گذاشته شد. از آموزش‌های ابتدایی گرفته تا تحصیلات دانشگاهی، چنان گسترش بی‌سابقه‌ای در سراسر کشور پدید آمد که بخش مهمی از جمعیت ایران تحت پوشش آن قرار گرفت. ساخت بنادر، فرودگاه‌ها و زیرساخت‌های موردنیاز نیز به میزان کافی اجرایی شد. البته این دوران نیز همانند عصر ماقبل خود، ایران را از مدرن‌سازی در حوزه سیاست محروم کرد. دولت مطلقه پهلوی دوم می‌خواست بدون آزادی، دموکراسی و حقوق بشر به مدرن‌سازی ایران اقدام کند. واکنش منفی بخش بزرگی از جامعه ایران به این ناموزونی در توسعه به همراه آموزه‌های بومی‌خواهانه و سنت‌گرایانه، به انقلاب ۱۳۵۷ منجر شد. جنگ هشت ساله ایران و عراق عملا روند توسعه و مدرنیزاسیون ایران را مختل و متوقف کرد. در نتیجه می‌توان گفت سرنوشت دومین کوشندگی ایرانیان برای توسعه، چیزی جز نافرجامی در پی نداشت.

ایران بعد از انقلاب درگیر تحمیل یک جنگ

نماید. تغییر و دگرگونی در ساخت و بافت ایران و زندگی ایرانیان تقریبا در همه حوزه‌ها صورت پذیرفت. تحول نظامی-اداری و سیاسی، تحول حقوقی-قضایی و آموزشی، تحول مالی-اقتصادی و صنعتی و تحول فرهنگی و اجتماعی از جمله این تغییرات بودند. در جریان نوسازی و مدرنیزاسیون ایران در دوران رضاشاه هم بازسازی دولت و هم شکل‌گیری ملت و نیز گسترش روابط خارجی، انضباطبخشی به زندگی عشاری، بازسازی و تشکیل ارتش نوین ملی، تحولات همه‌جانبه در نظام‌های حقوقی و قانونی، آموزشی و فرهنگی، صنعتی و تجاری و نیز زیرساخت‌های جدید در دستور کار قرار گرفت. با پایه‌گذاری شهرهای صنعتی و کلان و کارخانجات صنعتی بزرگ، چهره جدیدی از مدرن شدن ایران به نمایش گذاشته شد. هرچند ایران از برخی وجوه مدرن شدن همچون گسترش آزادی، احیای حقوق بشر و بنیادگذاری دموکراسی به دلیل وجود دولت مطلقه با جهت‌گیری نوسازی آمرانه از بالا محروم گردید. روند توسعه‌گرایی که به صورت گسترده، فراگیر و همه‌جانبه در جریان بود، با آغاز و تداوم جنگ جهانی دوم، اشغال ایران توسط متفقین و تبعید رضاشاه عملا دچار اختلال و توقف جدی شد. در نتیجه، نخستین کوشندگی ایرانی برای توسعه و نوسازی به سبک مدرن، تنها در آغاز راه، با پایانی نافرجام همراه بود.

بعد از روی کار آمدن محمدرضاشاه پهلوی تقریبا به مدت دو دهه، روند نوسازی و توسعه ایران متوقف شد؛ چراکه دهه‌های ۱۳۲۰ و ۱۳۳۰ دهه آشوب، بی‌نظمی و فقدان اقتدار و منابع لازم برای چنین هدف خطیری بود. دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ با به دست آمدن منابع مالی و پولی لازم از طریق افزایش درآمدهای نفتی، روند توسعه‌گرایی به معنای مدرن‌سازی تمام وجوه شرایط و زندگی در ایران، سرعتی بی‌سابقه یافت. طی حدود ۱۵ سال (۱۳۵۵-۱۳۴۰)، ایران کاملا چهره جدیدی از مدرن شدن را تجربه کرد. اقدامات پهلوی اول این بار با گسترش و سرعت زیادی پیگیری شد. محمدرضاشاه

برای توسعه ایران در قرن سیزدهم هجری شمسی چندین تلاش و کوشش هدفمند و هوشمندانه صورت گرفت که هر یک به نحوی به محاق رفت تا این مقوله به تمنای محال تبدیل شود. روند توسعه‌گرایی در ایران طی این قرن حداقل با سه مرحله تاریخی مقارن است. نخستین روند توسعه‌گرایی به سبک مدرن و همه‌جانبه از سوی رضاشاه و عمدتا از سال ۱۳۰۴ به بعد آغاز شد که عملا با اشغال ایران و تبعید رضاشاه در سال ۱۳۲۰ دچار اختلال جدی و متوقف شد. گام دوم توسعه‌گرایی با برنامه‌های عمرانی و نوسازی محمدرضاشاه طی دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ برداشته شد. توسعه‌گرایی در مرحله سوم با جمهوری اسلامی و طی دو دوره سازندگی و اصلاحات پیوند دارد که عمدتا دربردارنده همین دوره ۱۶ ساله (۱۳۴۴-۱۳۶۸) است. تأمل بر این روندهای رفت و برگشتی و پرنوسان توسعه‌گرایی در ایران، این ایده را در ذهن متبادر می‌کند که توسعه به سراپی تبدیل شده که به هر میزان با کوشندگی بدان نزدیک می‌شویم، با واقعه و تحولی از آن دور می‌شویم و همچون تمنای محال، تنها در دورست‌ها امید به تحقق آن می‌توان داشت. مواجهه و رویارویی ایران و تمدن مغرب‌زمین که خود حامل و عامل توسعه در عصر مدرن بوده است، نخستین چالش جدی را پیش‌روی ایرانیان قرار داد که برمیانی آن، تجدد و مدرنیزاسیون در برخی جوامع، زمینه‌های فتح و پیروزی آنها و در نقطه مقابل، شکست ایران را رقم زده بود. از این رو، برخی اقدامات محدود و موردی دوران صفویه مانند تلاش برای بازسازی تسلیحاتی عباس میرزا و قاجاریه مانند اصلاحات امیرکبیر و نهضت مشروطه‌خواهی در صدد برآمد تا ایران را در مسیر مدرن شدن قرار دهد. تاقفته‌پیداست که این اقدامات چندان موفقیت‌آمیز نبوده و با چالش‌های جدی درونی و بیرونی به شکست انجامید. مجموعه طرح‌ها و برنامه‌های دوران رضاشاه شاید نخستین تلاش فراگیر و همه‌جانبه‌ای تلقی شود که در صدد بود تا همه وجوه زندگی اجتماعی و مدنی ایران را دگرگون کند و به نسوی جهان مدرن هدایت

مارکز» نامگذاری شده است، در کنگره فدراسیون بین‌المللی کتابخانه‌ها در شهر روتردام هلند این عنوان را کسب کرد. هیأت داوران ضمن اعلام جایزه، کتابخانه «مارکز» را به خاطر معماری و رویکرد نوآورانه‌اش برای تشویق مردم محلی به استفاده از این منابع مورد تمجید قرار داده است. علاوه بر این، آنها همچنین نحوه تعامل کارکنان با جامعه محلی، انعطاف‌پذیری فضاها و خدمات، تعهد به یادگیری و پایداری ساختمان را ستوده‌اند. در همین زمینه، «توس کاستانو» مدیر کتابخانه «گابریل گارسیا مارکز» در واکنش به این خبر می‌گوید: «ما کتابخانه را در امتداد فضای خانه با صندلی راحتی طراحی کردیم و دقیقا به همین دلیل جایزه را دریافت نمودیم. ما در این کتابخانه فضاهایی را انتخاب کردیم که به

کتابخانه «گابریل گارسیا مارکز» در شهر بارسلون اسپانیا از سوی فدراسیون بین‌المللی انجمن‌ها و موسسات کتابخانه‌ای به عنوان بهترین کتابخانه عمومی جدید در جهان معرفی شد. به گزارش «گاردین»، برای دوستداران کتاب هیچ جای دیگری مانند کتابخانه در روی زمین وجود ندارد. جایی که در هنگام مطالعه، راحتی و آسایش را برای آنها فراهم کند، لذت خواندن را دوچندان می‌کند. این همان چیزی است که کتابخانه «گابریل گارسیا مارکز» در شهر بارسلون اسپانیا را تعریف می‌کند که توسط فدراسیون بین‌المللی انجمن‌ها و موسسات کتابخانه‌ای به عنوان بهترین کتابخانه عمومی جدید در جهان معرفی شده است. این کتابخانه که به نام نویسنده مشهور کلمبیایی و برنده جایزه نوبل ادبیات، «گابریل گارسیا

اواخر سال ۲۰۲۳ میلادی، «اتاق حواس» را برای کودکان با نیازهای ویژه و مشکلات یادگیری افتتاح خواهد کرد. همانطور که گفته شد، این کتابخانه به نام نویسنده مشهور کلمبیایی و برنده جایزه نوبل ادبیات نامگذاری شده است. «گابریل گارسیا مارکز» از جمله نویسندگان آمریکایی لاتین بود که چند سالی در شهر بارسلون زندگی کرد و بین سال‌های ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۵ میلادی در این شهر سکونت داشت. این کتابخانه مجموعه‌ای از ۴۰ هزار سند مرتبط با ادبیات آمریکایی لاتین را در خود جای داده است و همچنین ایستگاه رایویی محلی «راديو ماکوندو» را به افتخار دهکده ساختگی «ماکوندو» در زمان مشهور گارسیا مارکز، «صد سال تنهایی» راندازای کرده است. «گابریل گارسیا مارکز» را پس

شاخص کل بورس تهران به کانال ۲ میلیون واحد بازگشت

ادامه صعود قدرتمند بورس

فرصت امروز: روند سبزی‌پوشی بورس در شهریورماه ادامه دارد. پس از آنکه شاخص کل بورس تهران در اولین روز معاملاتی شهریور به رشد ۰٫۴۳ درصدی و در دومین روز معاملاتی به رشد ۲٫۳۹ درصدی رسید، روز گذشته در سومین روز معاملاتی ماه جاری نیز رشد ۲٫۹۳ درصدی را ثبت کرد و بار دیگر به کانال ۲ میلیون واحد بازگشت. روند ورود پول حقیقی نیز تداوم یافت و ۴۰۲ میلیارد…

۴

نگاه

مدیریت بحران مالی به روایت نوبلیست‌های اقتصاد

وقتی بانک‌ها بیمه می‌شوند

به نظر شما مهمترین کاری که دولت‌ها باید هنگام وقوع بحران مالی انجام دهند، چیست؟ سه اقتصاددانی که سال ۲۰۲۲ جایزه نوبل را به خانه برده‌اند، می‌گویند کافی است در شرایط بحرانی، حواس‌تان به بانک‌ها باشد. اگر بتوانید جلوی ورشکستگی و بحران بانک‌ها را بگیرید، بحران مالی هم مهار خواهد شد. به نظر می‌رسد حق با آنهاست؛ چراکه هر بار بحران مالی رخ می‌دهد، عمدتا اقتصاددانان در یک زمینه مورد سرنشز واقع می‌شوند: نادیده گرفتن نظام‌های بانکی.

«بن برنانکی» که سابقه ریاست بر فدرال رزرو یا همان بانک مرکزی آمریکا را دارد به همراه «داگلاس دایموند» از دانشگاه شیکاگو و «فیلیپ دیپویگ» از دانشگاه واشنگتن با ارائه نظریاتی در زمینه بحران‌های مالی توانستند به جایزه نوبل اقتصاد دست پیدا کنند. در سال ۲۰۰۸، بحران بزرگ مالی منجر به ورشکستگی کسبوکارهای مختلف شد، اما این سه اقتصاددان نوبلیست معتقدند که این بحران از بانک‌ها آغاز شده و اگر بحران در بانک‌ها مدیریت می‌شد، این مسئله مالی تا این اندازه قربانی نمی‌گرفت. حال سوال اینجاست که مشکل چطور از طریق بانک‌ها، جدیت پیدا می‌کند و چطور می‌توان جلوی بروز آن را گرفت؟ زمانی که بحران مالی رخ می‌دهد، بانک‌ها به شدت در معرض خطر قرار می‌گیرند. افرادی که در بانک‌ها سپرده‌گذاری کرده‌اند، به دلیل ترس و نگرانی برای از دست رفتن سرمایه‌شان به بانک‌ها هجوم می‌برند تا پول خود را از بانک بیرون بکشند. از طرف دیگر، افرادی که در گذشته از بانک‌ها وام دریافت کرده‌اند به دلیل بحران مالی، از بانک‌ها درخواست تنفس‌های چند ماهه می‌کنند و حتی امکان دارد دوباره درخواست دریافت وام کنند. در این شرایط قطعا بانک‌ها دچار بحران خواهند شد. سه برنده جایزه نوبل می‌گویند بانک‌ها صرفا واسطه‌های خنثی و بی‌طرف میان سپرده‌گذاران و وام‌گیرندگان نیستند. این در حالی است که اقتصاددان‌ها در سایر مدل‌های اقتصادی ادعا می‌کنند که بانک‌ها واسطه‌های بی‌طرف هستند از نگاه این سه اقتصاددان، بانک‌ها در حقیقت خدماتی به کل اقتصاد ارائه می‌کنند و این خدمات، نقشی حیاتی دارند. بانک‌ها اطلاعات و داده‌هایی از وام‌گیرندگان جمع‌آوری می‌کنند و از طریق پس‌اندازهای سپرده‌گذاران، حجمی از نقدینگی را تأمین می‌کنند که براساس آن می‌توانند اعتبارات و تسهیلات ارائه دهند. از روی همین نظرات، سه اقتصاددان می‌گویند بانک‌ها نقشی حیاتی در اقتصاد دارند و در اقتصاد کلان، این بانک‌ها هستند که ایفاگر نقشی کلیدی‌اند. بانک‌ها هم می‌توانند به حیات اقتصاد کمک کنند و هم در عین‌حال برای آن خطرناک باشند. به همین خاطر در شرایط بحرانی باید تمرکز را روی نظام‌های بانکی گذاشت.

«برنانکی» که بیشتر به عنوان یکی از افراد قدیمی در بانک مرکزی آمریکا شناخته می‌شود به دلیل مطالعاتی که در زمینه رکود بزرگ اقتصادی آمریکا انجام داده، موفق به دریافت جایزه نوبل اقتصاد شد. او به دنبال ریشه‌های بحران و رکود اقتصادی رفت و ظاهرا این ریشه‌ها را در نظام‌های بانکی پیدا نمود. وی در یافته‌های خود، تأکید بسیاری روی نقش نظام‌های بانکی داشته و می‌گوید که در دهه ۳۰ میلادی نیز سقوط فعالیت‌های اقتصادی از بحران بانک‌ها ناشی شده است. در واقع، بانک‌ها نتوانستند وام مورد نیاز برای کسبوکارها را تأمین کنند و به همین خاطر، آتش بحران را شعله‌ورتر کردند. «برنانکی» این مطالعات را در دانشگاه استنفورد انجام داد و مشخص کرد که بحران بانک‌ها ریشه مستقیم در بحران‌ها در آمریکا در دهه ۳۰ میلادی بوده است. این در حالی است که بسیاری از اقتصاددانان تصور می‌کردند بحران بانک‌ها از عواقب بحران‌های مالی است، اما «برنانکی» می‌گوید که بحران بانک‌ها ریشه تداوم بحران‌های مالی است.

آنچه «برنانکی» در مطالعاتش دنبال کرده این است که بانک‌ها چطور می‌توانند از طریق پرداخت اعتبارات و تسهیلات، نقشی کلیدی در دنیای اقتصاد ایفا کنند؟ بسیاری از بانک‌ها هنگام اعطای وام، در صورت وجود ناامطمینانی اقتصادی، به سختی در این زمینه تصمیم می‌گیرند. این همان بخشی است که نوبلیست‌های ۲۰۲۲ در مورد آن راهکار داده‌اند. در دهه ۲۰ میلادی، بانک‌ها نتوانستند به درستی وامی به افراد ارائه کنند، اما با راهکار این نوبلیست‌ها، وضعیت تغییر کرده است. «برنانکی»، «دیپویگ» و «دایموند» می‌گویند بانک‌ها باید با حیاتی‌ا سوده سپرده‌ها را از سپرده‌گذاران در دریافت کنند و به همان شکل، وام‌های بلندمدت به وام‌گیرندگان بدهند. اگر سپرده‌گذاری نیاز به پولش داشت، باید پس‌اندازش را بدهند. در این شرایط امکان دارد که ناگهان بانک‌ها با کمبود منابع مواجه شوند؛ چراکه احتمال دارد همه سپرده‌گذاران برای بیرون کشیدن پول خود از بانک، اقدام کنند. در این شرایط چطور می‌توان جلوی ورشکستگی و بحران بانک‌ها را گرفت؟ همه این مسائل، بانک‌ها را به شدت آسیب‌پذیر می‌کند و در معرض بحران قرار می‌دهد.

راهکار نهایی را می‌توان در این جمله خلاصه کرد: دولت به میدان می‌آید! برای اینکه بحران بانکی ایجاد نشود، دولت‌بها بیمه سپرده‌گذاری ارائه می‌کنند. این کارستی است که اگر دولت آمریکا برای مثال در دهه ۳۰ انجام می‌داد، احتمالا هرگز با فزایش توندیشده بحران مالی مواجه نمی‌شد. البته رویکرد این اقتصاددانان در این زمینه ۱۰۰ درصد جدید و نو نیست. در گذشته هم اقتصاددانانی بوده‌اند که گفته‌اند بانک مرکزی باید نقش وام‌دهنده ذخیره یا وام‌دهنده نهایی را ایفا کنند. حالا این سه نوبلیست می‌گویند که دولت باید به اعتقاد آنها، دولت باید پشتوانه بانک‌ها باشد و در صورت خالی شدن منابع آنها، همان بیمه سپرده‌گذاری را تأمین کند و از این طریق، بانک‌ها را از بحران نجات دهد. ظاهرا تمام آنچه این سه اقتصاددان گفته‌اند، بدیهی و ساده به نظر می‌آید. اما طی گذشت سال‌ها، فراموش شده بود.

سه پرسشی که نوبلیست‌های سال ۲۰۲۲ تلاش دارند در نظریات خود به آن پاسخ دهند از این قرار است: بانک‌ها در میان کارهایی که انجام می‌دهند، چه ویژگی مهمی دارند؟ چرا بانک‌ها همان نهادی هستند که این اقدامات خاص و ویژه را انجام می‌دهند؟ و در نهایت، اگر در بخش بانکی اتفاق یا اشتباهی رخ دهد، چه مشکلی به وجود می‌آید؟ سه مقاله‌ای که این سه نفر ارائه کرده‌اند تلاش کرده به این پرسش‌ها پاسخ بدهد. عمده این مطالعات در سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۴ انجام شده و به صورت مشارکتی پیش رفته است. در این مطالعات مشخص شده که پس از ناپایداری مالی، شاهد بحران بانکی بوده‌ایم. به نظر می‌رسد که بانک‌ها از طریق سپرده‌گذاران به نوعی دست به قمار می‌زنند. اما در نهایت، در این بازی، بازنده‌اند و این یعنی بانک‌ها از منابع مورد نیاز خود تهی می‌شوند. این سه اقتصاددان توضیح می‌دهند که چطور بیمه سپرده‌گذاری از طرف دولت‌ها می‌تواند نقش پشتوانه‌ای حیاتی در این زمینه را ایفا کند و به این ترتیب جلوی بروز بحران بانکی را بگیرد. اساس این نظریه به نشان می‌دهد که در هر جامعه‌ای برای پیش بردن فعالیت‌های اقتصادی، نیازمند سرمایه‌هایی هستیم که بانک‌ها می‌توانند آن را تأمین کنند. در نتیجه بانک‌ها اهمیتی کلیدی دارند. اگر متوجه این مسئله باشیم، می‌بینیم که بانک‌ها به نوعی تضمین‌کننده اقتصاد هستند. ناگفته نماند که قانون‌گذاری‌های مربوط به بانک‌ها هم در زمینه مورد توجه قرار گرفته و اهمیت خود را در خلال این جریان‌ها نشان می‌دهد.

در مجموع، نظریه سه نوبلیست سال ۲۰۲۲ می‌توان این‌طور خلاصه کرد که بانک‌ها در زمان بحران مالی، نقشی حیاتی دارند. حفظ آنها می‌تواند به حفظ اقتصاد و مهر بحران مالی کمک کند. در حالی که بانک‌ها با معضل بیرون کشیدن سپرده‌ها از نسوی سپرده‌گذاران و درخواست وام از سوی وام‌گیرندگان مواجه می‌شوند، باید بدون ترس، وام‌های بلندمدت اعطا کنند و اگر سپرده‌گذاران به پول خود نیاز دارند، به محض اینکه برای دریافت پول خود اراده کنند، پول‌شان را به آنها بدهند. اگر در چنین شرایطی، بانک‌ها دچار بحران شدند، دولت باید به عنوان آخرین سنگر عمل کنند. یعنی دولت و بانک مرکزی به عنوان وام‌دهنده نهایی و ذخیره برای بانک‌ها می‌مانند. اگر بانکی دچار بحران شد به صورت سلسله‌مراتبی وام دریافت می‌کند تا به دولت می‌رسد. با پشتوانه دولتی می‌توان جلوی بحران بانک‌ها را گرفت و از این طریق، بحران مالی را مهار کرد. این دستاورد سه اقتصاددانی است که پارسل جایزه نوبل اقتصاد دریافت کردند.

اهداف رویایی برنامه هفتم توسعه تحقق پیدا می‌کند؟

جانمایی توسعه در برنامه هفتم



فرصت امروز: اهداف تعیین‌شده برنامه هفتم توسعه، غیرواقعی است و

با واقعیت اقتصادی کشور نمی‌خواند؛ این خلاصه گزارش بازوی پژوهشی بخش خصوصی درباره برنامه هفتم توسعه است. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در ادامه سلسله گزارش‌های ارزیابی لایحه برنامه هفتم توسعه از نگاه بخش خصوصی، کاستی‌های این برنامه را بررسی کرده و می‌گوید: اگر برنامه هفتم توسعه، برنامه‌ای دقیق برای تغییر یا بهبود وضعیت رفاه، آزادی و عدالت نداشته باشد، نمی‌تواند برنامه توسعه تلقی شود. این گزارش به درستی، نیاز اصلی و حلقه مفقوده برنامه هفتم را واقع‌گرایی عنوان می‌کند و با اشاره به هدف‌گذاری رویایی و غیرواقعی برنامه هفتم، به ویژه در مورد رشد اقتصادی می‌نویسد: نرخ رشد اقتصادی در برنامه هفتم در حالی ۸ درصد تعیین شده‌است که میانگین رشد اقتصادی کشور در طول ۴۰ سال گذشته ۲٫۸ درصد، در طول ۲۰ سال گذشته ۱٫۸ درصد و در طول ۱۰ سال گذشته نزدیک به صفر بوده است. حال سوال این است که بر چه مبنایی در طول پنج ساله آینده میانگین رشد اقتصادی ۸ درصد در نظر گرفته شده است؟

در ابتدای این گزارش به وضعیت امروز ایران از منظر شاخص‌های توسعه اشاره شده و در ادامه با استناد به نظریات علمی توسعه نظیر «آمارتیاسن»، گلوگاه‌های مغفول توسعه در برنامه هفتم مطرح شده است. به گفته مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، برای اینکه بتوانیم برای پنج سال آینده ایران برنامه‌ریزی کنیم، باید بدانیم که شاخص‌های توسعه امروز چه نمایشی از وضعیت توسعه ایران ارائه می‌دهند تا بتوان برای حرکت از وضعیت موجود در طول پنج سال آینده، به سمت وضعیت مطلوب برنامه‌ریزی کرد. به نظر می‌رسد که در برنامه هفتم، وضعیت امروز توسعه ایران چندان لحاظ نشده است؛ چراکه ایران در سال ۲۰۲۲ میلادی از بین ۱۵۴ کشور جهان از نظر شاخص‌های توسعه با افت ۱۲ پله‌ای در رتبه ۱۱۷ ایستاد و این نزول ۱۲ رتبه‌ای نشان می‌دهد که ایران در روند توسعه رو به عقب حرکت کرده است. بنابراین به نظر می‌رسد در مسیر توسعه، جهت فعلی مناسب نیست و این مسیر به هر جایی که منجر شود، توسعه نیست.

براساس این گزارش، در طول چند سال گذشته شاخص‌ها نشان می‌دهد که ایران از لحاظ اقتصادی در وضعیت مناسبی قرار ندارد. به عنوان مثال به لحاظ زیرساخت‌های اقتصادی، ایران ۷ نمره (در مقیاس ۱۰۰) پایین‌تر از میانگین جهانی قرار گرفته و از لحاظ محیط کسبوکار به لحاظ نهادی ۲۳ نمره و به لحاظ اجرایی ۱۲ نمره پایین‌تر از وضعیت میانگین جهانی قرار دارد. ثبات اقتصادی از ۱۳ نمره پایین‌تر از میانگین جهانی است و از لحاظ رشد اقتصادی نیز ۵ نمره زیر میانگین جهانی است. ایران در طول سال‌های گذشته مزیتی را که در نوآوری و دانش، داشته، از دست داده است؛ به طوری که در سال‌های قبل، ۵ نمره بالاتر از میانگین جهانی بوده،

در حالی که در سال ۱۳۹۹، آمار اشتغال غیررسمی در کشور حدود ۱۰ درصد بوده است.

رئیس‌جمهور: بانک‌ها تسهیلات مسکن را به صورت خاص پرداخت کنند

جزئیات افتتاح ۱۰۱ هزار واحد مسکونی

فعالان در عرصه ساخت مسکن باعث کاهش دغدغه‌های مردم می‌شود و آثار اقداماتی که در دو سال گذشته در این زمینه انجام شده در حال آشکار شدن است. «رتیسی» با اشاره به افتتاح ۱۰۱ هزار واحد مسکونی در روز یکشنبه خاطرنشان کرد: امروز برای همه ما روز بسیار خوبی است و پس از شکر به درگاه خداوند و تشکر از دست‌اندرکاران اجرا و تکمیل این پروژه‌ها، از همه می‌خواهم که با اکتال به خاوند نهضت ساخت مسکن را با قوت ادامه دهند تا همه افرادی که به دنبال تهیه مسکن هستند، صاحب خانه شوند. اینکه امروز نهضت ساخت مسکن در سراسر کشور فعال و فراگیر شده است، بی‌شکوهانه به میدان آمدن همه بخش‌های مرتبط از جمله وزارت راه و شهرسازی و بانک‌ها است. بانک‌ها در زمینه رونق بخشی به ساخت مسکن، نقش مهمی دارند و باید تسهیلات بخش مسکن‌سازی را جزو تکالیف خاص خود به حساب آورند.

در این مراسم که یازدهمین جلسه شورای عالی مسکن بود و به فاصله کمتر از یک ماه از جلسه قبلی این شورا برگزار می‌شد، همزمان با هفته دولت ۱۰۱ هزار واحد مسکونی در سراسر کشور به طور همزمان افتتاح و مورد بهره‌برداری قرار گرفت. این واحدهای مسکونی شامل طرح‌های خودمالک، طرح‌های حمایتی واگذاری اراضی، مسکن روستایی، بافت‌های فرسوده و ساخت واحدهای ویلایی در برخی از استان‌ها است. روز گذشته همچنین بانک مرکزی در اطلاعیه‌ای با اشاره به پرداخت وام ۵۵۰ میلیونی برای پروژه‌های حمایتی مسکن اعلام کرد: شورای پول و اعتبار در راستای حمایت از گروه‌های کم‌درآمد جامعه صرفا سقف فردی تسهیلات پروژه‌های حمایتی مسکن در تمامی شهرهای کشور را به صورت یکسان به مبلغ ۵۵۰۰ میلیون ریال افزایش داد. طبق اعلام بانک مرکزی، پیرو نامه ۱۲ اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ درخصوص ابلاغ سقف فردی تسهیلات موضوع ماده(۴) قانون جهش تولید مسکن با عنایت به ابهامات پیش آمده برای بانک‌های عامل درخصوص تسهیلات یادشده به آگاهی می‌رساند حسب مصوبات مورخ ۱۹ اردیبهشت ششورای پول و اعتبار در راستای حمایت از گروه‌های کم‌درآمد جامعه مقرر شد صرفا سقف فردی تسهیلات پروژه‌های حمایتی مسکن در تمامی شهرهای کشور به صورت یکسان به مبلغ ۵۵۰۰ میلیون ریال افزایش یابد. لذا، با درنظر گرفتن محدودیت

اقتصاد امروز در کانال تلگرام خود عضو شوید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

اخبار و تحلیل‌های اقتصادی را در کانال تلگرام خود دنبال کنید

وقتی سپرده‌گذار بانکی به جای عایدی متحمل زیان می‌شود

رویکرد دستوری در بازار پول



فرصت امروز: شواهد فراوانی از ناترازی در نظام پولی و بانکی ایران وجود دارد. در شرایطی که تورم سالانه به بیش از ۴۵ درصد رسیده، نرخ سود سپرده‌های بانکی هنوز کمتر از ۲۰ درصد است؛ این یعنی کسی که در بانک‌ها سرمایه‌گذاری می‌کند متحمل کاهش ۱۵ درصدی قدرت خرید سرمایه خود در پایان سررسید سپرده می‌شود. هرچند نرخ سود اسمی سپرده‌ها در اقتصاد ایران بسیار بالاست اما با توجه به تورم بالا و مزمن، نرخ بهره واقعی‌ای که به سپرده‌گذار تعلق می‌گیرد، منفی است. بدین ترتیب، نظام بانکی کشور به جای داشتن عایدی، سرمایه‌گذاران را تنبیه می‌کند؛ چراکه افزایش شکاف بین نرخ سود سپرده و تورم باعث شده تا تعداد افرادی که حاضر به سپرده‌گذاری در بانک‌ها هستند، کاهش یابد و به تبع آن، منابع مالی بانک‌ها نیز کاهش پیدا کند.

تایک بچ مطالعه نشان می‌دهد مسائل کلان اقتصادی، ویژگی‌های خاص بانک و مولفه‌های مربوط به حساب بانکی از مهمترین عوامل اثرگذار در تعیین نرخ سود در اقتصادهای جهانی محسوب می‌شوند و این در حالی است که نظام فعلی تعیین نرخ بهره در ایران، مهمترین عوامل اثرگذار در اقتصاد نظیر تورم، رشد اقتصادی و ویژگی‌های بانک‌ها را نادیده گرفته و این موضوع به تشدید ناترازی در اقتصاد و بی‌اثر شدن ابزار سیاستگذاری بانک مرکزی منجر شده است. در واقع، تعیین دستوری نرخ سود سپرده بانکی توسط شورای پول و اعتبار به بی‌اثر شدن ابزارهای نظارتی بانک مرکزی انجامیده است. نرخ بهره بین بانکی که بهترین وسیله بانک مرکزی برای جلوگیری از نوسانات اقتصادی تلقی می‌شود، سیاست متعارفی در اقتصادهای جهانی است؛ اما در اقتصاد ایران، دخالت شورای پول و اعتبار به سرکوب نرخ بهره و از بین رفتن خاصیت علامت‌دهی و تعدیل بازارهای پولی منجر شده و ابزار تنظیم جریان اقتصاد و جلوگیری از نوسانات اقتصادی در دستان سیاستگذار پولی عملا بی‌اثر شده است.

عوامل تعیین کننده نرخ بهره

پژوهشکده پولی و بانکی اخیرا در گزارش تازه خود به بررسی «مهمترین عوامل اثرگذار در تعیین نرخ بهره سپرده‌های بانکی» پرداخته و تجزیه‌ات پولی در اقتصادهای جهانی را یادآوری کرده است. طبق ارزیابی بازوی پژوهشی بانک مرکزی، سه عامل مسال کلان اقتصادی، ویژگی‌های خاص بانک و مولفه‌های مربوط به حساب بانکی، مهمترین عوامل اثرگذار در تعیین نرخ بهره سپرده‌های بانکی در کشورها هستند. عوامل کلان اقتصادی، بیشترین اثر را در نرخ بهره سپرده دارند. می‌توان به تورم و انتظارات تورمی، نرخ رشد اقتصادی و درآمد سرانه، نرخ بهره بازار یا نرخ بهره سیاستی، نرخ تمرکز بازار یا قدرت بازاری، میزان مداخله دولت در نظام بانکی و سطح استرس بازار سهام اشاره کرد. افزایش تورم و انتظارات تورمی، بالا رفتن نرخ بهره بازار یا نرخ بهره سیاستی و بالا بودن سطح استرس بازار سهام موجب افزایش نرخ سود سپرده‌ها می‌شوند؛ در صورتی که شواهد روشنی در مورد اثر نهایی افزایش نرخ رشد اقتصادی و درآمد سرانه، بالا بودن نرخ تمرکز بازار یا قدرت بازاری و افزایش میزان مداخله دولت در نظام بانکی بر نرخ سود سپرده‌ها وجود ندارد و از کشوری به کشور دیگر بنا به سازوکارهای داخلی اقتصاد متفاوت است.

علاوه بر عوامل کلان اقتصادی، ویژگی‌های بانکی که حساب در آن افتتاح شده است نیز در نرخ بهره پرداختی بانک اثرگذار است که مهمترین این ویژگی‌ها را می‌توان تحت عنوان ریسک بانک، اندازه آن، کارایی، ساختار تامین مالی و ملیت اصلی بانک و داخلی یا خارجی بودن آن معرفی کرد. هرچه یک بانک ریسک بیشتری داشته باشد، اندازه آن کوچک‌تر بوده، کارایی بالاتری داشته و در ساختار تامین مالی خود توانایی کمتری در جذب سپرده‌های دپداری و نه مدت‌دار و تجهیز منابع از این طریق داشته باشد، نرخ‌های بهره پیشنهادی آن برای سپرده‌گذاری بیشتر خواهد بود. به نظر می‌رسد بانک‌های خارجی نسبت به بانک‌های داخلی مجبورند برای جذب سپرده‌گذاران، نرخ‌های پیشنهادی خود به سپرده‌های مختلف را بالاتر ببرند.

در نهایت، مولفه‌های مربوط به حساب بانکی، عامل سوومی است که در تعیین نرخ سود سپرده بانکی در اغلب کشورهای توسعه یافته، جریحه برداشت، حداقل میزان سپرده و جایزه یا انعام تمدید مدت سپرده‌گذاری همبستگی مثبت با نرخ سود سپرده دارد و هرچه تناوب پرداخت بهره به سپرده بیشتر باشد، نرخ بهره تعلق گرفته به آن کمتر خواهد بود. همچنین ارزی بودن یا تضمین اصل سپرده در برابر نوسانات ارزی، عاملی است که باعث می‌شود بهره پیشنهادی از سوی بانک‌ها برای یک سپرده خاص کمتر باشد.

سرکوب پولی در اقتصاد ایران

شاید بتوان نرخ تورم را به عنوان مهمترین عامل کلان اقتصادی اثرگذار در سطح نرخ بهره سپرده‌های بانکی در اقتصاد کشورها معرفی کرد. با این حال، نرخ سود سپرده‌های بانکی در ایران به صورت برون‌زا و بدون توجه به نوسانات تورم تعیین شده است؛ به عنوان مثال، سود سپرده‌های کوتاه‌مدت از سال ۱۳۹۵ بدین سو با وجود تکانه‌های شدید تورمی، ۱۰ درصد تعیین شده، یا با وجود جهش شدید تورم در چند سال اخیر، سود سپرده یک‌ساله از ۱۵ درصد در سال ۱۳۹۵ تنها با یک‌درصد افزایش به ۱۶ درصد در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته و در همین نرخ تا سال ۱۴۰۱ تثبیت شده است. به نظر می‌رسد در نظر گرفتن دامنه نوسان برای سود سپرده‌های بانکی در نیمه اول دهه ۱۳۹۰ با وجود کاهش تورم از سال ۱۳۹۲ نه تنها به کاهش نرخ سود بانکی منجر نشده، بلکه با دامن زدن به رقابت بانک‌ها برای جذب منابع، نرخ‌های بهره اسمی را افزایش داده و باعث مثبت شدن نرخ بهره حقیقی شد؛ به طوری که سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ از معدود سال‌هایی هستند که به دلیل عدم کاهش متناسب سقف تعیین‌شده برای نرخ‌های سود بانکی با کاهش تورم، نرخ‌های سود حقیقی مثبت بوده است. در حال حاضر نیز تعیین نرخ سپرده سرمایه‌گذاری یک ساله برابر با ۱۶ درصد و عبور تورم سالانه از ۴۶ درصد در دی ماه ۱۴۰۱، نرخ‌های بهره حقیقی را به رقم بی‌سابقه منفی ۳۰ درصد کاهش داده که می‌تواند نشانگر عدم حساسیت نرخ‌های سود بانکی به نرخ تورم یا عدم امکان تغییر متناسب نرخ‌های سود سپرده به نرخ تورم در اقتصاد ایران باشد.

در اقتصاد ایران نرخ بهره سیاستی یا نرخ بهره بازار به صورت درون‌زا،

نرخ انواع ارز در مرکز مبادله کاهش یافت

نوسان سکه در کانال ۲۷ میلیونی

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با قیمت ۲۷ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز نخست هفته، ۵۰ هزار تومان افزایش داشته است. در جریان دادوستدهای روز یکشنبه و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت سکه بهار آزادی طرح جدید با رشدی ۵۰ هزار تومانی به ۲۷ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۱۰۰ هزار تومان افزایش قیمت با رقم ۲۵ میلیون تومان داد و ستد شد. نیم‌سکه با ۵۰ هزار تومان افزایش قیمت نسبت به روز گذشته، ۱۵ میلیون تومان قیمت خورد. ربع سکه نیز با همین میزان افزایش قیمت به ۱۰ میلیون تومان رسید و سکه بک گرمی بدون تغییر قیمت ۵ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان تومان داد و ستد شد. قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۳۲۰ هزار تومان اعلام شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی نیز به یک هزار و ۹۱۶ دلار رسید. همچنین قیمت انواع ارز (دلار، یورو و درهم) در روز یکشنبه در مرکز مبادله ارز و طلای ایران کاهش‌ی شد. بر پایه داد و ستد بازار مبادله ارز و طلای ایران، قیمت هر اسکناس دلار در قیمت ۴۱ هزار و ۲۹۱ تومان و قیمت حواله دلار به ۳۷ هزار و ۵۳۷ تومان ثابت ماند. بهای هر اسکناس یورو ۴۴ هزار و ۵۷۵ تومان و بهای حواله یورو ۴۰ هزار و ۵۲۲ تومان، هر اسکناس درهم ۱۱ هزار و ۲۴۳ تومان و هر حواله درهم ۱۰ هزار و ۲۲۱ تومان کشف شد.

۳ هزار میلیارد تومان مالیات تعیین شد

شناسایی ۱۷۰ هزار خودروی لوکس

به گفته رئیس سازمان امور مالیاتی، امسال ۱۷۰ هزار خودرو شناسایی و ۳ هزار میلیارد تومان مالیات برای این خودروها تعیین شد. «محمدهادی سبحانیان» در یک برنامه تلویزیونی به مناسبت هفته دولت از مالیات ۳ هزار میلیارد تومانی برای ۱۷۰ هزار خودروی لوکس خبر داد و گفت: در سال ۱۴۰۱ تعداد ۲۵۲ هزار خودروی لوکس را شناسایی کردیم که مبلغ مالیات این خودروها ۲۳۰۰ میلیارد تومان بود و امسال نیز ۱۷۰ هزار خودرو شناسایی و ۳ هزار میلیارد تومان مالیات برای این تعداد تعیین شد. همچنین برای ۵۰۰ سلب‌ریتی و اینفلوئنسر پرونده تشکیل داده‌ایم که مالیات آنها ۳۰ میلیارد تومان است.

رئیس سازمان امور مالیاتی ادامه داد: برداشت غلطی به وجود آمده که فقط از کارتخوان‌ها مالیات دریافت می‌شود؛ در حالی که اینگونه نیست. ما با استفاده از هوش مصنوعی واریزی به حساب افراد را بررسی می‌کنیم و حساب‌های شخصی مشکوک به تجاری را مورد رصد قرار می‌دهیم. مودیان، فعالان اقتصادی و اصناف، خودشان و مردم را برای کارت به کارت کردن به زحمت نیندازند زیرا حساب‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. او با بیان اینکه سازمان‌امور مالیاتی براساس اطلاعات اقتصادی مودیان مالیات‌ستانی عادلانه انجام می‌دهد، گفت: ویژگی مالیات‌ستانی سنتی براساس چانه‌زنی است که طبق قانون، این نوع اخذ مالیات برچیده می‌شود. اطلاعات افراد را براساس عملکرد آنها طی یک سال مورد بررسی قرار می‌دهیم؛ گاهی اطلاعات براساس رفتار برخی خود مودیان است. به عنوان مثال، فردی حساب تجاری را معرفی کرده اما هنگام خرید و فروش ملک یا خودرو از این حساب استفاده می‌کند که این امر منجر به کارکرد حساب و مالیات می‌شود.

«سبحانیان» با بیان اینکه بانک‌هایی که در پرداخت تسهیلات کم‌کاری کرده‌اند مشمول مالیات می‌شوند، گفت: بانک مرکزی سهمیه پرداخت تسهیلات برای بانک‌ها تعیین کرده بود که برخی بانک‌ها به آن عمل نکرده‌اند و ما برای همه بانک‌ها برگه تشخیص مالیات صادر کرده‌ایم. ۶۰ هزار میلیارد تومان از حساب بانک‌ها در این باره مطالبه شده است که این بانک‌ها اعتراض کرده‌اند که افراد برای دریافت تسهیلات مراجعه نکرده‌اند و اکنون این موضوع در مرحله دادرسی است. ما به دنبال اخذ مالیات از بانک‌ها در قبال اشخاصی هستیم که به بانک‌ها مراجعه کردند ولی تسهیلات دریافت نکرده‌اند.

رئیس سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه در حوزه خانه‌های خالی و خانه‌ها و خودروهای لوکس طبق قانون عمل می‌کنیم، افزود: در سال ۱۴۰۱ خودروهای بالای یک میلیارد تومان لوکس محسوب می‌شدند. ما ۲۵۲ هزار خودرو را شناسایی کردیم که مبلغ مالیات آنها ۲٫۳ هزار میلیارد تومان بود. امسال خودروهای بالای ۳ میلیارد تومان لوکس هستند؛ از این رو تعداد خودروهای لوکس به ۱۷۰ هزار دستگاه با مالیات ۳ هزار میلیارد تومان رسید. همچنین در سال ۱۴۰۱ خانه‌های بالای ۱۵ میلیارد تومان لوکس محساب می‌شدند که ۴۳ هزار مورد با مبلغ مالیاتی ۲٫۲ هزار میلیارد تومان شناسایی شد و امسال خانه‌های بالای ۲۰میلیارد تومان لوکس به حساب می‌آیند که در این‌رابطه ۱۱۰ هزار خانه لوکس در تهران داریم. سازمان امور مالیاتی مسئول شناسایی خانه‌های خالی نیست بلکه وزارت راه و شهرسازی متولی این امر است. ما در این سازمان در راستای شناسایی فرارهای مالیاتی از روش‌های مبتنی بر دانش استفاده می‌کنیم.

او با بیان اینکه عزم سازمان امور مالیاتی برای مالیات‌ستانی عادلانه جدی است، گفت: مالیات بیشتر از ۵۰ درصد اصناف صفر است. برنامه ما به سمت مالیات‌ستانی شفاف و مبتنی بر داده‌محوری است که نیازمند گفت‌وگو و تفاهم است و اکنون نیز روابط خوبی با اصناف داریم. مالیات پرداختی یک سال اصناف معادل مالیات پرداختی کارمندان است؛ ضمن اینکه بعضی از کارکنان که حقوق آنها زیر ۱۰ میلیون باشد مالیات نمی‌دهند. وی یکی از مهمترین دستاوردهای سازمان امور مالیاتی در دولت سیزدهم را سامانه مودیان و قانون پایانه‌های فروشگاهی عنوان کرد و گفت: استقرار این سامانه باید دو دهه پیش در کشور انجام می‌شد و هجج زمانی به این اندازه اراده برای پیشبرد این سامانه وجود نداشت که با همراهی وزیر اقتصاد و امور دارایی و مجلس پیشرفت‌های خوبی در این زمینه حاصل شده است. در ابتدای امسال برای حدود ۱۹۵۰ شرکت در سامانه مودیان صورتحساب الکترونیک صادر می‌شد که ظرف پنج ماه این تعداد به بیش از ۳۳ هزار شرکت رسید. رئیس سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه قانون تسهیل مودیان در سامانه قانون پایانه فروشگاهی در مجلس به تصویب رسیده است، گفت: برای فروشدگانی که در حلقه‌های پایانی قرار دارند، تسهیلهگری صورت گرفته است. نباید مردم را به سختی بیندازیم، اما فروشندگانی که در حلقه‌های میانی قرار دارند باید به تکالیف قانونی عمل کنند. سامانه مودیان با سرعت خوبی پیش می‌رود و اگر مشکلی وجود دارد به خاطر موانع فنی است که باید پیچیدگی‌های فنی و چالش‌های اقتصادی مودیان را در سامانه لحاظ کنیم که با حل این موارد، مانعی در پیشرفت این سامانه وجود نخواهد داشت.

اثری در نرخ‌های سود سپرده‌های بانکی و نرخ سود تسهیلات ندارد؛ زیرا نهاد تعیین‌کننده کریبدو نرخ سود و به تبع آن، نرخ بهره سیاستی با نهاد تعیین‌کننده نرخ سود سپرده‌های بانکی و نرخ سود تسهیلات یکی نیست و این رابطه تنها در صورتی می‌تواند شکل گیرد که این دو نهاد با همدیگر هماهنگ شوند و راه‌حلی برای برقراری ارتباط درون‌زای سازگار بین این دو تعریف شود. همچنین نرخ تورم بالا و منفی بودن نرخ بهره حقیقی، امکان جذب منابع پایدار را برای نظام بانکی کاهش می‌دهد که لاجرم بانک‌ها را به استقراض از بانک مرکزی یا بازار بین‌بانکی با نرخ بالاتر از نرخ دستوری تسهیلات سوق می‌دهد که نتیجه‌ای به جز تشدید ناترازی بانک‌ها ندارد.

نقش منفی تسهیلات تکلیفی

در سطح جهانی شواهد متقنی درخصوص اینکه مداخله دولت در نظام بانکی لزوماً به معنای افزایش یا کاهش نرخ‌های بهره است وجود ندارد؛ ولی به نظر می‌رسد در اقتصاد ایران مداخله دولت در سیاستگذاری پولی و نیز نظام بانکی باعث جهت‌گیری نرخ‌های سود بانکی به سمت پایین شده است. ریشه این جهت‌گیری در وجود پدیده‌ای تحت عنوان تسهیلات تکلیفی است؛ به عنوان مثال براساس تبصره ۱۶ ماده واحده لایحه بودجه ۱۴۰۱ که مربوط به تسهیلات تکلیفی است، بانک مرکزی از طریق بانک‌های دولتی، خصوصی و مؤسسات اعتباری غیربانکی مکلف به پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه از محل ۱۰۰ درصد مانده سپرده‌های قرض الحسنه و ۵۰ درصد سپرده‌های جاری شبکه بانکی پس از کسر سپرده قانونی به موارد مندرج در قوانین مصوب مجلس از جمله قانون برنامه ششم توسعه شده است.

براساس قانون بودجه امسال نیز در مجموع ۱۳۹۲ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان تسهیلات تکلیفی به بخش‌های مختلف اختصاص داده شده که حدود ۴۴۰ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان از این مبلغ به صورت قرض‌الحسنه و ۹۵۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان از آن مربوط به تسهیلات غیرقرض‌الحسنه خواهد بود. بررسی سری زمانی نرخ سود سپرده‌های یک‌ساله به عنوان نماینده‌ای از سپرده‌های مدت‌دار نشان می‌دهد که حداقل در کوتاه‌مدت چنین حساسیتی وجود ندارد؛ زیرا به نظر می‌رسد شیوه تعیین نرخ سود بانکی در نظام بانکی ایران، ثابت نگه داشتن این نرخ برای چندین سال متوالی بدون توجه به بسیاری از متغیرهای اقتصادی از جمله نرخ رشد اقتصادی و سپس تغییر این نرخ برای یک دوره زمانی بیش از یک سال دیگر و ثابت نگه داشتن آن در نرخ جدید است؛ به عنوان مثال بین سال‌های ۱۳۷۲ تا ۱۳۷۹ برای شش سال متوالی نرخ سود سپرده‌های یک ساله ۱۴ درصد بوده است و پس از آن تنها با کاهش یک درصدی برای پنج سال آتی تا سال ۱۳۸۴ در نرخ ۱۳ درصد تثبیت شده است؛ این در حالی است که در این ۱۱ سال نرخ رشد اقتصادی نوسانات بسیاری داشته و حتی دولت مستقر نیز تغییر یافته است، ولی نوسان چندانی در نرخ سود مشاهده نمی‌شود. از سال ۱۳۹۵ نیز نرخ سود سپرده‌های یک‌ساله برای سه سال متوالی ۱۵ درصد بوده و از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ روی عدد ۱۶ درصد تثبیت شده است.

آخرین وضعیت سرانه تسهیلات نشان می‌دهد

تهرانی‌ها در صدر سرانه تسهیلات بانکی

بلوچستان بوده، به طوری که تا پایان تیرماه امسال به ازای هر فرد در این استان تنها ۱۲ میلیون تومان وام بانکی پرداخت شده است. به بیان دیگر، میزان وامی که به ازای هر فرد در استان تهران پرداخت شده حدود ۲۰۶ برابر یک فرد در استان سیستان و بلوچستان بوده است. پس از استان سیستان و بلوچستان، رکورددار کمترین میزان سرانه تسهیلات پرداختی به استان آذربایجان غربی و کردستان تعلق دارد، به طوری که طی دوره مورد اشاره به ازای هر فرد در این استان‌ها حدود ۲۰ میلیون تومان تسهیلات بانکی پرداخت شده است. بررسی تغییرات میزان سرانه تسهیلات به تفکیک مردمان استان‌ها در سال جاری نشان می‌دهد که این مقدار برای تمامی استان‌ها بهبود یافته است. از ابتدای سال جاری تا پایان تیرماه که آخرین آمارهای در دسترس است، مقایسه‌ها نشان می‌دهد میزان سرانه تسهیلات برای کل کشور افزایش داشته و این بهبود برای استان هرمزگان بیش از دیگر استان‌ها بوده است. در چهار ماهه نخست سال ۱۴۰۲، سرانه تسهیلات در کل کشور حدود ۵٫۵ درصد افزایش یافته و از ۶۵٫۹ میلیون تومان تسهیلات به ازای هر فرد جامعه در پایان سال ۱۴۰۱ به ۶۹٫۵ میلیون تومان در پایان تیرماه امسال افزایش یافته است. در میان استان‌های کشور، هرمزگان در صدر بیشترین میزان رشد تسهیلات سرانه طی دوره مورد اشاره قرار گرفته است. سرانه تسهیلات در استان هرمزگان با رشد ۸۰٫۷ درصدی از ۳۰ میلیون تومان در پایان سال گذشته به ۳۲ میلیون ۷۱۰ هزار تومان در پایان تیرماه امسال رسیده است. بعد از استان هرمزگان نیز استان‌های قم و کهگیلویه و بویراحمد در رتبه‌های بعدی قرار دارند که میزان سرانه‌ها بیش از ۸ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، کمترین میزان رشد سرانه تسهیلات طی چهار ماهه نخست سال جاری به استان مازندران تعلق دارد که مقدار آن کمتر از دو درصد (۱٫۹ درصد) بوده است.

براساس این گزارش، آمارها همچنین حاکی از افزایش مشارکت بانک‌ها

خبرنامه

فعلان اقتصادی بررسی کردند

موقعیت ممتاز ایران در گروه بریکس

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران گفت که عضویت در بریکس فرصتی است که در اختیار کشور قرار گرفته و با سیاستگذاری صحیح از جمله در بخش تامین زیرساخت‌ها و رفع موانع صادرات می‌تواند به دستاورد جهش صادرات و افزایش تجارت تبدیل شود. «محمد لاهوتی» با بیان اینکه امروز با توجه به جهانی شدن اقتصاد حضور در پیمان‌هایی مثل شانگهای، بریکس و اوراسیا برای کشورهای که با یکدیگر پیوند تجاری و منطقه‌ای دارند می‌تواند به عنوان یک فرصت در نظر گرفته شود، به «ایسنا» گفت: اعضای بریکس تقریباً ۲۱٫۵ درصد تولید ناخالص جهانی را به خود اختصاص دادند و پیش‌بینی می‌شود با حضور کشورهای دیگر مثل عربستان، این عدد به ۵۰ درصد برسد که در این صورت تاثیرگذاری آنها در بحث اقتصادی و گسترش روابط سیاسی و اجتماعی حائز اهمیت خواهد بود.

وی با بیان اینکه باید از بریکس به عنوان یک فرصت مهم یاد شود، تصریح کرد: اگر بتوانیم با ایجاد زیرساخت‌های لازم و بستر مناسب به ویژه در بخش بنادر و نقل، افزایش قدرت رقابت واحدهای تولیدی و … از این فرصت بهره بگیریم، می‌توان گفت به دستاورد چشمگیری رسیدیم.

لاهوته با بیان اینکه با ورود به این پیمان، تعرفه‌های واردات و صادرات باید با سایر کشورها متناسب باشد، تصریح کرد: همچنین تولیدکنندگان باید با کشورهای مثل چین و روسیه رقابت کنند و اگر صنایع پویا نباشند و امکان رقابت نداشته باشند در بحث صادرات با مشکل مواجه می‌شوند.

البته به گفته وی این موضوع که ایران عضو سازمان تجارت جهانی نیست و تعرفه کالاهای صادراتی ایران نسبت به کشورهای که عضو هستند، بالاتر است، می‌تواند به توسعه صادرات کمک کند.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران همچنین گفت: راندمان تولید، افزایش کیفیت، بسته‌بندی، شناسایی بازارها، قدرت رقابت به خصوص در موضوع برگشت ارز حاصل از صادرات، از جمله مواردی است که اگر نتوانیم تا زمان الحاق کامل از آنها بهره ببریم فرصت خودمان در اختیار کشورهای دیگری می‌گذریم که پتانسیل و آمادگی تجارت را دارند. بنابراین می‌توان گفت عضویت در بریکس فرصتی است که در اختیار کشور قرار گرفته و با سیاستگذاری صحیح می‌تواند به دستاورد جهش صادرات و افزایش تجارت تبدیل شود.

همچنین «هرمنی دلخوش» با بیان اینکه ایران یکی از دو کشور اول دارای ذخایر انرژی جهان، قدرتی استراتژیک در منطقه خاورمیانه دارد و بیست و دومین اقتصاد برتر دنیاست که به شاهراه انرژی خلیج فارس تسلط دارد، گفت: مجموع این عوامل باعث شده در گروه مهمی مثل بریکس پذیرفته شود. به گفته این کارشناس اقتصادی، عضویت ایران در پیمان‌ها و اتلاف‌هایی مثل شانگهای و بریکس می‌تواند جدا از منافع اقتصادی، وجهه ایران را به لحاظ سیاسی افزایش دهد. غرب مدعی است که «ما ایران را تحزیم و ایزوله کرده‌ایم». لذا عضویت ما در گروه‌هایی مثل بریکس این پیام را به دنیا مخابره می‌کند که فضای بین‌المللی برای ما بسته نیست. حدود ۴۰ درصد جمعیت جهان در کشورهای عضو گروه بریکس هستند. سه غول انرژی شامل روسیه، عربستان و ایران، دومین اقتصاد برتر جهان یعنی چین و اقتصادهای بزرگی مثل هند و برزیل در بریکس حضور دارند. امارات نیز در جذب سرمایه‌گذاری مقام اول را در دنیا به خود اختصاص داده است. عنوان این عوامل به آن معناست که بریکس گروه قدرتمندی را تشکیل داده است.

او با اشاره به تحریم‌های آمریکا علیه ایران افزود: در صورتی که ارز ذخیره بین‌المللی توسط بریکس ایجاد شود به دلارزایی از اقتصاد ایران کمک خواهد شد. البته با توجه به حجم مبادلات ارزی کشورهای مثل چین و هند با سایر کشورهای دنیا که از طریق دلار انجام می‌شود تضعیف دلار برای این کشورها اتفاق چندان خوبی نیست. بنابراین ایجاد ارز مستقل توسط بریکس ممکن است در آینده نزدیک محقق نشود. وقتی کشورهای مثل عربستان و امارات که تا حدودی به لحاظ سیاسی با ما زاویه دارند در قالب بریکس به ما ملحق می‌شوند، ممکن است تعاملات دو سویه‌ای نیز در پی این الحاق شکل بگیرد که در رشد مبادلات تجاری و اقتصاد ایران موثر باشد.

«دلخوش» با بیان اینکه باید از منافع عضویت در بریکس نهایت استفاده را ببریم، گفت: عضویت در بریکس شرط لازم است اما کافی نیست، برای آنکه از ظرفیت‌های بریکس در جهت پیشرفت اقتصادی استفاده کنیم باید ملزومات عضویت در این گروه را بپذیریم و مورد بررسی قرار دهیم. ایجاد تیم‌های کارشناسی و کارگروه‌ها برای بررسی ابعاد این عضویت لازم است. وی موقعیت ژئوپلیتیک ایران را منحصر به فرد دانست و افزود: روسیه به نوعی وابستگی مستقیم به مسیرهای دسترسی و حمل و نقل ایران به عنوان پل ارتباطی شمال به جنوب دارد. ما می‌توانیم با استفاده از کریدور شمال به جنوب، به کالاهای کشورهای چین، هند و شرق آسیا را به اروپا برسانیم. برای دستیابی به این هدف ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی و توسعه سواحل جنوبی ایران ضرورت دارد. این کارشناس اقتصادی با طرح این سوال که چه مزیت‌هایی در ایران وجود دارد که بریکس مجاب شده ایران را در گروه خود بپذیرد، گفت: ایران یک کشور استراتژیک در منطقه خاورمیانه محسوب می‌شود و بیست و دومین اقتصاد برتر جهان است. از طرف دیگر با توجه به اهمیت انرژی منطقه خلیج فارس ایران به شاهراه انرژی دسترسی دارد. به لحاظ سیاسی، نظامی و اقتصادی هم ایران یک وزنه محسوب می‌شود که مجموع این عوامل باعث اثرگذاری کشور در مناسبات بین‌المللی شده و قطعاً در اقتصاد آینده جهان حرف‌هایی برای گفتن خواهد داشت.

گفتنی است گروه بریکس از اتصال حرف اول کشورهای عضو آن یعنی برزیل، روسیه، هند، چین و آفریقای جنوبی تشکیل شده است. سیاست‌های کلان گروه بریکس شامل تجارت، سرمایه‌گذاری، توسعه شرکت‌های خرد، کوچک و متوسط، تأمین مالی، مقابله با تغییرات اقلیمی، گسترش فناوری‌های نو در بخش انرژی، توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل، امنیت غذایی و توسعه انسانی است. پانزدهمین اجلاس سران گروه بریکس روز دوم شهریور ۱۴۰۲ برگزار شد و عضویت کشورهای ایران، عربستان، امارات، آرژانتین، مصر و ایتوی در این گروه پذیرفته شد و تعداد اعضای این گروه به ۱۱ کشور افزایش یافت. عضویت شش کشور جدید از ابتدای ژانویه ۲۰۲۴ رسمیت خواهد یافت.

افزایش تجارت کالا با ورود ایران به بریکس

بررسی‌ها نشان داد که سهم بریکس از سال ۲۰۱۵ در ورود نامزدهای جدید از ۲۳ درصد به ۳۰ درصد افزایش یافته و جایگزین منطقه یورو، ایالات متحده و سایر اقتصادهای توسعه‌یافته شده و برخی تحلیلگران می‌گویند ایران و چین از ذی‌نفعان اصلی توسعه هستند. به گزارش «ایسنا»، گسترش گروه کشورهای در حال توسعه بریکس می‌تواند مسیر جدیدی برای تازه واردانی مانند ایران و آرژانتین باشد، اما برخی سرمایه‌گذاران و تحلیلگران معتقدند که سود اقتصادی گسترده‌تر برای اعضای این بلوک قطعی نیست و برخی هم نسبت به اینکه توسعه منجر به افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در داخل بلوک شود، تردید دارند.

با این حال، رهبران بریکس و سایر سرمایه‌گذاران افزایش وزن اقتصادی ناشی از توسعه را عنوان کردند. یکی از مقامات ارشد وزارت خارجه چین در یک نشست مطبوعاتی گفت: اعضای جدید سهم بلوک از تولید ناخالص داخلی جهانی را از ۲۶ درصد به ۲۹ درصد و تجارت کالا را از ۱۸ درصد به ۲۱ درصد افزایش خواهند داد.

کریس ترنر، رئیس بازارهای جهانی در ING افزود که به نظر می‌رسد که ارتباط تجاری رو به رشد، زمینه‌ای اساسی برای بنیانه‌های سیاسی فراهم می‌کند.

نتایج بررسی نشان داد که سهم بریکس از سال ۲۰۱۵ در ورود نامزدهای جدید از ۲۳ درصد به ۳۰ درصد افزایش یافته و جایگزین منطقه یورو، ایالات متحده و سایر اقتصادهای توسعه‌یافته شده است. تحلیلگران و سرمایه‌گذاران می‌گویند ایران و همچنین چین از ذی‌نفعان اصلی توسعه هستند. یاکوب اکلوند کریستنسن، استراتژیست ارشد در نامت‌ثابت بازارهای نوظهور در بانک اینیوسد در کپنهاگ گفت: چین، برزیل و هند از نظر دسترسی آسان به نفت و آرژانتین و به ویژه ایران از نظر دسترسی به بازارها و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی سود خواهند برد.

شاخص کل بورس تهران به کانال ۲ میلیون واحد بازگشت

ادامه صعود قدرتمند بورس



بیش از ۵۸ هزار واحدی همراه شد و شاخص کل با رشد حدود ۲٫۹ درصدی بار دیگر ۲ میلیونی شد. شستا، خگستر؛ خودرو و نماد فولاد مبارکه اصفهان جزو تأثیرگذاران مثبت بازار بودند و بیشترین توجه بازار را به خود جلب کردند. ارزش بازار نیز رقم خوبی به خود گرفت و پس از مدت‌ها به اعداد و ارقام بالاتر از ۱۰ هزار میلیارد تومانی رسید. شاخص کل نیز بالاتر از مرز ۲ میلیون واحد قرار گرفت. در بازار عرضه اولیه جدید در راه است و تکرارن چهارشنبه عرضه اولیه خواهد شد. نماد «تکرارن» به عنوان ششصد و نهمین شرکت پذیرفته شده در بورس، عرضه اولیه می‌شود.

اما مهمترین خبر روز گذشته، اختلال در هسته سامانه معاملاتی بورس و اوراق بهادار بود که «علی حسینی»، مدیرعامل شرکت مدیریت فناوری بورس تهران در گفت‌وگو با «سنا» در رابطه با علت اختلال پیش‌آمده سامانه معاملاتی در ابتدای ساعت معاملات، گفت: «یک به‌روز رسانی در سامانه معاملاتی در حال انجام بود، اما باتوجه به بروز وقفه در روند معاملات تصمیم بر این شد تا سامانه به حالت قبل بازگردد و این اقدام در ساعت مناسب‌تری انجام شود.» گلایه اهالی بازار از این است که چرا بازار در مسیر نزولی با این مشکلات مواجه نمی‌شود و به محض سبز شدن رنگ نقشه بازار این‌گونه موارد روی سامانه‌های معاملاتی ایجاد می‌شود؟

شاخص کل بورس تهران در جریان معاملات دو روز اخیر از محدوده حمایتی که در روزهای گذشته قرار داشت کمی فاصله گرفته است. خیلی از اهالی تکنیکالیست بازار سرمایه برای روند چند ماه اخیر نیز یک خط روند صعودی ترسیم کرده‌اند که بازار واکنش خوبی را در این محدوده به خود گرفت. در کنار این موارد، وجود واگرایی در کف در بازار در اندیکاتور RSI نیز به این موضوع کمک کرد تا بازار از منظر تکنیکالی پنهان‌های برای رشد داشته باشد. البته که از نظر بنیادی با این شرایط ایجادشده مدت‌ها است که بازار در ارزندگی قرار دارد، اما میانگین متحرک ۵۵ روزه که چندی پیش به عنوان حمایت عمل کرده بود و با از دست‌رفتن آن (محدوده ۲٫۱ میلیون واحدی) بازار رخ سیدی را به خود گرفت بود حالا در قالب یک مقاومت برای شاخص کل ظاهر شده و می‌تواند کمی مسیر صعودی را مختل کند، اما ارزش معاملات می‌تواند نشان دهد که بازار می‌تواند حداقل برای چند روز آینده رخ مثبت‌تری را به خود بگیرد.

سطح ۲ میلیون و ۵۱ هزار و ۴۸۸ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با افزایش ۱۵ هزار و ۵۷۰ واحدی در رقم ۷۰۰ هزار و ۴۴۹ واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با رشد ۵۵۴ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۹۶ گذشت. هم‌چنین شاخص هم‌وزن فرابورس نیز با افزایش ۳ هزار و ۳۴۹ واحد به سطح ۱۲۷ هزار و ۲۵۴ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام برای دومین روز مثبت شد و ۴۰۲ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. نماد شستا بیشترین ورود را داشت که ارزش آن ۱۸۰ میلیارد تومان بود. پس از شستا، نمادهای صبا، شتران، شیندر و حسایا بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. بیشترین خروج پول حقیقی هم به نمادهای رمنا، پی‌پاد و بمولد اختصاص داشت. نمادهای فملی، فولاد و شستا نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. در مقابل صفها، دعیدمد و نفارس از نمادهای خرد نیز با افزایش ۳۱ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل از رشد سهام آریا، وسپهر و صبا بیشترین اثر افزایشی و نمادهای تماوند، پپاس و میهن بیشترین اثر کاهشنده را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد شستا بیشترین تراکنش را داشت و خگستر و خودرو در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز بمولد، فن‌افزار و دی بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۴ هزار و ۷۸۲ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۱۱۲ میلیارد تومان بود که یک درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۳۱ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل از رشد سهام آریا، وسپهر و صبا بیشترین اثر افزایشی و نمادهای تماوند، پپاس و میهن بیشترین اثر کاهشنده را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد شستا بیشترین تراکنش را داشت و خگستر و خودرو در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز بمولد، فن‌افزار و دی بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۴ هزار و ۷۸۲ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۱۱۲ میلیارد تومان بود که یک درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۳۱ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل از رشد سهام آریا، وسپهر و صبا بیشترین اثر افزایشی و نمادهای تماوند، پپاس و میهن بیشترین اثر کاهشنده را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد شستا بیشترین تراکنش را داشت و خگستر و خودرو در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز بمولد، فن‌افزار و دی بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۴ هزار و ۷۸۲ میلیارد تومان رسید.

رخ بهاری بورس در شهریور

بازار بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز یکشنبه با رشد

شورای رقابت برنامه‌ای برای عرضه خودرو در بورس ندارد

سرنوشت مبهم خودروی بورسی

پرونده عرضه خودرو در بورس کالا، از ماه‌های پایانی سال گذشته تا مخالفت شورای رقابت با ادامه روند عرضه‌ها بسته شد و تاکنون نیز که پنج ماهی از سال جدید می‌گذرد، هنوز بسته مانده است. شورای رقابت در آخرین اظهارنظر خود گفته که ملاک همان دستورالعمل شورای بورس و بورس کالا محلی برای عرضه خودروها نیست. به گزارش «ایسنا»، سال گذشته (اردیبهشت)، اولین سالی بود که خودرو در روی تابلوی بورس برای رقابت نقش بست؛ پس از عرضه موفق کاراها در بورس قرار شد که دو محصول شرکت بهمن‌موتور (دیگنتی و فیدلیتی) نیز در اواسط خردادماه ۱۴۰۱ در تالار بورس کالا عرضه شوند که این عرضه با دستور وزارت صمت تعلیق شد؛ این تعلیق نخستین مانع از موانعی بی‌شماری بود که طی سال گذشته بر سسر راه عرضه خودرو در بورس کالا قرار گرفت و آن را با چالش‌های عرضه شدن‌نشده روبه‌رو کرده به گونه‌ای که رفته‌رفته در ماه‌های پایانی سال با مخالفت جدید شورای رقابت مواجه شد و دیگر در اسفند عرضه‌ای صورت نگرفت.

در بازه زمانی ۱۰ ماهه، یعنی از اردیبهشت تا اسفند سال گذشته، انواع خودروها در بورس کالا عرضه شد، اما آینده عرضه خودرو در بورس تا پایان سال در هاله‌ای از ابهام قرار داشت که دلیل آن در ابتدا مخالفت‌های وزارت صمت و سپس دستورالعمل‌های شورای رقابت بود که نه تنها باعث شد در عرضه‌ها وقفه بیفتد، بلکه بر روی سهام‌های خودرویی نیز تاثیرگذار بود و ریزش آنها را به دنبال داشت، اما از سوی دیگر علی‌رغم تأکید شورای عالی بورس بر لزوم ادامه عرضه خودروها در بورس کالا، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، معتقد بود که هدف سازمان بورس از موافقت با عرضه خودرو در بورس کالا این است که حق سهامدار حفظ شود. «عشقی» با بیان اینکه «حای خودرو در بورس نیست»، اما این عرضه را سندی برای جلوگیری از زیاندهی خودروسازان می‌دانست.

هرچند که پس از اظهارنظر شورای رقابت مبنی بر انحصاری بودن بازار خودرو و مخالفت با عرضه خودروها در بورس، به نظر می‌رسد پرونده عرضه خودرو در بورس کالا در سال ۱۴۰۱ بسته شده و «سماعیل شجاعی»، سخنگوی شورای رقابت نیز تأکید کرده بود که عرضه خودرو در بورس کالا، نیاز به مجوز شورای رقابت داشته و از آنجایی که مجوز اخذ نشده، این تصمیم از نظر شورای رقابت غیرقانونی است و عرضه دیگر متوقف و این توقف قطعی است، اما برخی اظهارنظرها هم حکایت از این داشت که شاید باز هم راهی برای عرضه خودرو در بورس کالا مجدد باز شود.

تا اردیبهشت ماه نیز موضوع عرضه خودروها در بورس کالا نیز بلا تکلیف بود و خبری از اینکه پرونده عرضه‌ها بسته می‌ماند یا مجدد از سر گرفته می‌شود، نبود، اما اواسط اردیبهشت سال جاری، انجمن خودروسازان ایران در نامه‌ای خطاب به وزیر اقتصاد ضمن اشاره به زیاندهی دو خودروساز بزرگ که:

^[1] شاخص کل بورس تهران به کانال ۲ میلیون واحد بازگشت

^[2] شاخص کل هم‌وزن نیز با افزایش ۱۵ هزار و ۵۷۰ واحدی ایستاد

بازاریابی در پایان فصل تابستان



نویسنده: علی آل علی

تابستان با همه حس و حال خوبی که به آدم‌ها می‌دهد، دیگر به آخرهای خط رسیده و کم‌کم باید آماده دوره‌ای تازه از بازاریابی شویم. خیلی از کسب و کارها اصلا میانه خوبی با تغییر فصل و شروع فرآیند آبدیت استراتژی مارکتینگ ندارند. درست به همین خاطر گاهی اوقات حتی تا بعد از پایان تابستان هم کمپین‌های برخی از برندها هنوز حس و حال این فصل گرم را منتقل می‌کند. درست در چنین شرایطی است که کاربران در شبکه‌های اجتماعی یا مشتریان در دنیای واقعی خیلی زود از دست یک برند عصبانی می‌شوند. قبول دارم تقریبا یک ماه از تابستان مانده و صحبت از استراتژی مناسب برای پایان این فصل خیلی عجیب به نظر می‌رسد، اما شما باید از همین حالا برای ادامه راه خودتان را آماده کنید.

بازیگران حرفه‌ای و پرطرفدار در دنیای سینما معمولا وقتی هنوز کار بازی در یک فیلم یا سریال تمام نشده، پروژه‌های دیگر را زیر ذره بین قرار می‌دهند تا یک وقت بیکار نمانند. این دقیقا همان کاری است که شما هم باید انجام دهید. اگر چه هنوز جا برای بازاریابی با حس و حال تابستان هست، اما شما باید از همین حالا به فکر طراحی برنامه‌ای برای ادامه راه‌تان باشید. وگرنه خیلی زود پاییز از راه می‌رسد و دست‌تان از فروش مناسب خالی خواهد ماند.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر چه به پایان تابستان نزدیک‌تر می‌شویم، باید کمپین‌هایی با حال و هوای خداحافظی از این فصل جذاب طراحی کرد. این طوری مشتریان آمادگی ذهنی برای مشاهده کمپین‌های بعدی که مخصوص پاییز است را خواهند داشت. ماجرا جالب شده، نه؟

اگر شما هم تا حالا به ایده‌های کلیدی بازاریابی در پایان تابستان فکر نکرده‌اید، بد نیست نگاهی به این مقاله داشته باشید. ما در ادامه برخی از نکات کلیدی در این راستا را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد. اینطوری دست شما در پوست گردو نمی‌ماند و حتی برای روزهای پایانی تابستان (همان روزهایی که برندها فقط به زور تخفیف‌های گسترده از شتر محصولاتشان خلاص می‌شوند) هم برنامه‌ای حیرت‌انگیز خواهید داشت. خب اجازه دهید بدون مقدمه‌چینی اضافه یک راست برویم سراغ اصل مطلب.

خداحافظی با تابستان به سبک بازارباب‌ها

چرا تمام شدن تابستان برای مردم غم‌انگیز است؟ این سوالی است که خیلی از بازارباب‌ها جوابی برای آن ندارند و در نتیجه بیشتر دنبال کش دادن کمپین‌های تابستانی‌شان هستند. البته در این میان نباید تنبلی بازارباب‌ها را هم دست کم بگیریم. به طوری که گاهی اوقات مارکترها اصلا حال و حوصله آبدیت ایده‌های بازاریابی‌شان را هم ندارند.

اگر دانش‌آموزان و دانشجویان را فاکتور بگیریم (خب مگر کسی از بین این دو گروه هست که عاشق تابستان و تعطیلی مدارس نباشد؟)، به کسانی می‌رسیم که ظاهرا نباید هیچ دلیلی برای نگرانی بابت تغییر فصل داشته باشند. نکته کلیدی در این میان ماهیت تابستان و گره خوردن آن با مسافرت و تفریحات گوناگون است. درست به همین خاطر خیلی‌ها اصلا دوست ندارند دور تابستان را خط بکشند. شما به عنوان بازارباب قدرت جادویی ندارید تا جلوی تغییر فصل‌ها را بگیرید. با این حال می‌توانید نوعی بدرقه باشکوه برای این فصل دوست‌داشتنی طراحی کنید.

ما در ادامه کمک‌تان می‌کنیم تا یک یا چند کمپین ویژه برای خداحافظی با تابستان طراحی کنید. البته تمام کارها در این میان به خودتان بستگی دارد. با این حال اگر دوست دارید کمی نظر کارشناسی و تجربه مطمئن در اختیار داشته باشید، این مقاله چراغ راه‌تان خواهد بود.

طراحی بنر مخصوص

تابستان که به سر می‌رسد، باید خیرش را هم در همه جا مشاهده

کنیم. برخی از آدم‌ها تا مهرماه از راه نرسد و همه چیز رنگ و بوی پاییز به خودش نگیرد، تغییر فصل را باور نمی‌کنند. این دسته از آدم‌ها همیشه دوست دارند اوضاع ثابتی در دنیا حاکم بوده و حتی کوچک‌ترین تغییرات نیز با صدای بلند جار زده شود. خب در این صورت شما باید با راس‌ترین صدای ممکن پایان تابستان را به این دسته از مشتریان اعلام کنید. البته کمی همدردی هم بد نیست. کافی است بنرهای مشخصی برای اعلام نزدیک شدن به پایان تابستان در نظر داشته باشید.

شاید فکر کنید ما در روزنامه فرصت امروز شیفته بی‌چون و چرای بازاریابی آنلاین هستیم، خب در این صورت باید بگوییم سخت دراشتنباهید. اگر چه بازاریابی دیجیتال حسابی طرفدار در دنیا دارد، اما شما نباید اهمیت تعاملات اجتماعی در متن زندگی را فراموش کنید. خب شما حتی با دوستان‌تان در شبکه‌های اجتماعی هم بالاخره یک تعامل واقعی دارید، مگر نه؟

استفاده از بنرهایی که پایان تابستان و تغییرات احتمالی محصولات‌تان را اعلام می‌کند، همیشه ایده جذابی خواهد بود. این نکته به طور جالبی از سوی برخی از برندهای حوزه مد و پوشاک مورد استفاده قرار می‌گیرد. به طوری که شما دیگر نیازی برای جمع کردن حواس‌تان به منظور استفاده از تخفیف‌های آخر فصل ندارید.

مرو ماجراهای مشتری که شما با مشتریان‌تان در فصل تابستان داشته‌اید، یکی از ایده‌های جذاب برای جمع‌بندی این فصل است. کار شما در این بخش دقیقا مثل نویسنده کتابی است که در پایان هر فصل باید خلاصه‌ای از مطالب را یکجانبه‌نویسی کند. خب منتظر چه هستید؟ یاد برخی از خاطرات خوب برند و مشتریان‌تان در این فصل زیبا بیفتید و آنها را روی کاغذ پیاده کنید. اگر کمی مته به خشخاش بگذارید، می‌توانید از همین خاطرات در طراحی بنر نیز سود ببرید. اینطوری دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

طراحی مناسب‌های غیرمتعارف

چه کسی گفته برندها فقط باید در عید سال نو یا برخی از مناسبت‌های مندرج در تقویم هوای مشتریان‌شان را داشته باشند؟

شما را نمی‌دانم، ولی من که هر زمانی از سال وقتی با تخفیف‌های درست و حسابی رو به رو می‌شوم، دیگر برایم مهم نیست چرا و اصلا چطور این کمپین حالا سر و کلاهش پیدا شده است. شما هم بد نیست برای این فصل مهم و هیجان‌انگیز چنین چپ‌گیری داشته باشید. خب هر چه باشد غم و غصه پایان تابستان را باید یک‌طوری در کرد، مگر نه؟ طراحی مناسب‌های غیرمتعارف به معنای استفاده از ایده‌های عجیب نیست. گاهی اوقات شما باید از مناسب‌هایی مثل سالگرد تاسیس برند برای غافلگیر ساختن مشتریان استفاده کنید. اینطوری با یک تیر دو نشان می‌زنید؛ هم مشتریان‌تان را ذوق‌زده کرده‌اید، هم دیگر لازم نیست آخر فصل کلی از محصولات‌تان را انبار کنید. خب چه کسی دوست دارد کلی از وقت و سرمایه برنش را پای انبار کردن محصولات قدیمی تلف کند؟

مناسبت موردنظر شما نباید خیلی هم آبکی باشد. در این صورت مشتریان خیلی زود دست‌تان را می‌خوانند و پشت سرشان را هم نگاه نخواهند کرد. مثلا اگر تیم فوتبالی که در شهر شما حسابی طرفدار دارد، قهرمان یک تورنمنت شده، بد نیست به مناسبت فرا رسیدن فصل جدید یک تخفیف کوچک به طرفداران آن تیم بدهید. اینطوری هم در کنار مشتریان‌تان ایستاده‌اید، هم آنها را به استقبال فصل تازه می‌برید. یادتان باشد، مناسبت شما باید حالت انتقالی داشته باشد. لازم نیست کاملا از حس و حال (به قول فرنگی‌ها وایبا) تابستان استفاده کنید. در عوض یک پای‌تان در فصل تازه‌ای که در راه است، باشد. اینطوری مشتریان احساس راحتی بیشتری با شما کرده و آمادگی استقبال از کمپین‌های پاییزه‌تان را خواهند داشت.

توجه به شروع فصل مدرسه

شروع فصل مدرسه برای هر کسی جذاب باشد، دانش‌آموزان را حسابی غصه‌دار خواهد کرد. هیچ‌کس دوست ندارد صبح زود از خواب بیدار شده و راهی کلاس درس شود. خب تا وقتی می‌شود در گرمای تابستان زیر کولر حسابی استراحت کرد، چرا باید سراغ مدرسه و درس برویم؟

بی‌شک برندها توانایی عقب انداختن شروع دوباره مدرسه‌ها را ندارند. با این حال ارائه برخی از تخفیف‌های کلیدی در این میان به شما برای اثرگذاری بر روی مشتریان کمک ویژه‌ای خواهد کرد. خب در این صورت دست‌کم والدین دانش‌آموزان حسابی دعوی‌تان خواهند کرد. تخفیف‌های ویژه برای فصل مدرسه به درد تمام برندها می‌خورد، اما آنهایی که در حوزه لوازم‌التحریر و پوشاک فعالیت دارند، باید نهایت استفاده از این فرصت را ببرند. حتما پیش خودتان می‌پرسید چطور؟ خب اجازه دهید کمی تخصصی‌تر بحث را دنبال کنیم.

ماجرای این قرار است که شما باید هر محصول تازه‌ای که به درد دانش‌آموزان یا دانشجویها می‌خورد، در پایان تابستان رو کنید. اینطوری در کانون توجه مشتریان قرار گرفته و بدون هیچ زحمتی همه جا حرف از شما خواهد بود. ماجرا حسابی هیجان‌انگیز شد، نه؟

یادتان باشد، شما همیشه می‌توانید از گزینه همکاری با بقیه برندها برای توسعه کسب و کارتان سود ببرید. پس اگر زنجیره مشتریان مشترک دارید، بد نیست به فکر همکاری موقت با آنها باشید. اینطوری در پایان تابستان دست‌کم تعدادی مشتری ثابت به دامنه مشتریان وفادارتان اضافه خواهد شد.

آخرین گروهی که باید در فصل شروع مدرسه‌ها مورد توجه شما قرار گیرند، معلم‌ها هستند. خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند درس و مدرسه فقط شامل دانش‌آموزان یا نهایتا والدین آنها می‌شود. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، خیلی وقت است گروه مهم معلم‌ها و به طور کلی فرهنگیان را یادتان رفته است.

ارائه تخفیف‌های کلیدی برای فرهنگیان به شما برای نمایش وجهه فرهنگی و علمی از برندگان کمک خواهد کرد. اینطوری دیگر لازم نیست به خودتان فشار آورده یا نگران انتقادات دیگران باشید. خب کدام مدیری هست که دوست نداشته باشد برنش شهرت خوبی در زمینه حمایت از اهالی فرهنگ داشته باشد؟ اجازه دهید قبل از اینکه این بخش را تمام کنیم و سراغ بقیه ایده‌ها برویم، یک جمع‌بندی خودمانی داشته باشیم. اگر شما تا حالا هیچ ایده‌ای درباره نحوه توجه به دانش‌آموزان و اهالی فرهنگ نداشته‌اید، حالا دیگر نباید فرصت را از دست بدهید. خب کسی که در بازار برای شما فرش قرمز پهن نکرده و منتظر شما هم نمی‌ماند. پس همین حالا دست به کار شده و کمپینی برای استقبال از فصل مدرسه طراحی کنید.

طراحی مراسم پایان تابستان

آیا کسب و کار شما در پایان تابستان دستاورد خاصی داشته است؟ در این صورت بد نیست کمی با مشتریان روراست بوده و موفقیت‌های‌تان را با آنها سهیم شوید. خب دلیل اصلی موفقیت شما توجه و خریدهای بی در بی مشتریان است، مگر نه؟

یکی از ریسک‌های مهم در زمینه مراسم‌های مربوط به موفقیت برند تعریف و تمجید فراوان از کسب و کارتان است. کارتان است. اگر شما خیلی خودتان را دست بالا بگیرید، مشتریان به سرعت نور از کنارتان پراننده خواهند شد. پس بد نیست کمی هم به فکر آنها باشید. قردانی از مشتریان برای حمایت‌های‌شان در طول سال‌های متمادی همیشه ایده مطمئنی محسوب می‌شود. اینطوری شما می‌توانید بدون دردسر زیاد کارتان را جلو برده و دیگر نگران مشکلی هم نباشید. خب اگر مشتری را سراغ دارید که از تعریف و قردانی‌های یک برند خوشش نمی‌آید، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

فستیوال تخفیف آخر فصل

آخرین نکته‌ای که شما باید بدان توجه کنید، ارائه تخفیف‌های مناسب در پایان فصل است. خیلی از مشتریان عاشق خرید در دوران تخفیف‌های ویژه هستند. چه بهانه‌ای بهتر از فرا رسیدن فصل جدید و از مد افتادن محصولات قدیمی!

یادتان باشد، شما نباید مشتریان را طوری عادت دهید که فقط در زمان‌های تخفیف پایان فصل سراغ‌تان را بگیرند. در عوض بد نیست کمی هوشمندانه‌تر عمل کرده و این تخفیف‌ها را بیشتر متوجه مشتریان وفادار کنید. قبول دارم این ایده کمی تعجب‌برانگیز است، اما مشتریان وفادار همیشه از شما حمایت کرده و هیچ وقت دست رد به پیشنه‌های‌تان نمی‌زنند. از طرف دیگر، آنها میل به خرید در هر شرایطی را نیز دارند. پس فرقی ندارد چند بار در طول سال تخفیف ویژه به آنها دهید، در هر صورت باز هم در شرایط عادی سراغ برندگان خواهند آمد.

گاهی اوقات کارآفرینان از ترس اینکه قافیه را به بقیه رقبا بیازند، حسابی در ارائه تخفیف زیاده‌روی می‌کنند. شاید فکر کنید ایده ما خیلی محافظه‌کارانه محسوب می‌شود، اما تخفیف زیاد کم کم برندگان را دم دستی خواهد کرد. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا ذهنیت خوبی نسبت به برندی که همیشه خدا تخفیف‌های ۸۰-۷۰ درصد اعمال می‌کند، ندارم. پس الکی خودتان را در بازار بدنام نکنید؛ چراکه دیر یا زود این بدنامی برای‌تان دردسرساز می‌شود. آن وقت دیگر نمی‌توانید خودتان را از این اوضاع و بحران به وجود آمده خلاص کنید.

استفاده از تخفیف‌های سلسله‌مراتبی ایده‌ای است که جلوی بدعادت شدن مشتریان را می‌گیرد. این فرآیند شامل افزایش میزان تخفیف به مشتریان در پی خریدهای پشت سرهم است. مثلا در اولین خرید ۲۰ درصد و برای هر دفعه خرید دوباره ۱۰ درصد اضافه به مشتریان تخفیف دهید. اینطوری هم محصولات بیشتری را می‌فروشید، هم اینکه یکپو تخفیف‌های سنگین ارائه نکرده‌اید. خب منتظر چه هستید؟ دست به کار شده و آبدیت تازه‌ای از تخفیف‌های‌تان را ارائه کنید تا مشتریان با دست پر سراغ فصل تازه بروند.

سخن پایانی

تابستان وقتی به پایان می‌رسد، بازارباب‌ها را در نوعی بهت فرو می‌برد؛ چراکه معمولا آنها برنامه مشخصی برای انتقال از این فصل به دوره تازه‌ای از کمپین‌های بازاریابی ندارند. به همین خاطر هم خیلی زود دردسرهای کارشان شروع شده و دیگر نمی‌توانند اوضاع را مدیریت کنند. خب حالا شما ایده‌های لازم برای رویارویی با این بازه زمانی بحرانی را دارید. فقط حواس‌تان باشد از تمام ایده‌های مورد بحث استفاده کنید. به علاوه، نباید همه آنها را پشت سرهم ردیف کرده و قید فرصت دادن به مشتریان را بزنید. بنابراین بد نیست بین هر کدام از ایده‌های‌تان یکی دو روزی فاصله بگذارید. خب اینجا که رنگ بوکس نیست، پس اجازه دهید مشتریان کمی نفس تازه کنند!

توجه به اوضاع برند و تلاش برای شخصی‌سازی ایده‌ها مورد دیگری است که باید در بخش جمع‌بندی بدان اشاره کرد. بی‌شک ایده‌های این مقاله به طور پیش‌فرض برای برخی از کسب و کارها مناسب نخواهد بود. بنابراین باید با توجه به ارزیابی‌تان از اوضاع برند دستی به سر و گوش ایده‌های این بخش بکشید. وگرنه اوضاع‌تان روز به روز بدتر خواهد شد و بهره‌ای از این نکات نخواهید برد.

منابع:

https://www.groupon.com/merchant/growth-strategies/holiday-promotions/end-of-summer-marketing-tips-for-small-business
https://coschedule.com/marketing-ideas/summer-marketing-ideas

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی:

قدرت مانور شبکه توزیع آب تبریز افزایش یافت



برعکس کردن این تالیسات و تغییر رژیم جریان بندی آب، آن را به نقاط بالادست شمال تبریز برسانیم. مهندس خانی اضافه کرد: یکی از مهمترین این راهکارها پیاده سازی برنامه های مدیریت بحران و در درجه اول جلوگیری از گسترش مخاطره و کاستن از پیامدهای آن و در درجه دوم بازایی سریع سیستم و

استاندار هرمزگان بر راهاندازی کارگروه تجارت دریامحور تاکید کرد:

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: استاندار هرمزگان، بهره‌مندی

از ظرفیت‌های اقتصادی دریا را ضروری دانست و گفت: کارگروه تجارت دریایاپایه های سریع‌تر در استان راهاندازی و در این کارگروه از ظرفیت نیکنان، اندیشه‌کدها، دانشگاهیان و بخش خصوصی و دولتی استفاده شود.

به گزارش روابط عمومی اداره کل بندر و دربارداری هرمزگان، "مهدی دوستی" شامگاه دوشنبه در دومین نشست اقتصاد دریامحور اظهار کرد باید با تشکیل یک دبیرخانه قوی برای کارگروه اقتصاد دریامحور و ایجاد کارگروه‌هایی در این زمینه اقدامات فوری در جهت تخصصی تجارت دریایی و تعریف طرح‌های مختلفی مانند پایش تصویری بندر و هر چیزی که می‌تواند ما را در توسعه و رقابت با بندر منطقه کمک کند، تصمیم‌گیری‌های دقیقی داشته باشیم.

وی با بیان اینکه این کارگروه‌ها باید مشخص کند که قرار است به کجا برسیم و از چه ظرفیت‌های دولتی و غیر دولتی استفاده کنیم، گفت: کارگروه استاندارد اقتصاد دریایپایه آ کارگروه ملی هم می‌تواند کارسازتر باشد، زیرا هرمزگان مثال‌های ملموس برای موضوعات مرتبط با دریا دارد.

لژوم توسعه بندار کوچک و تجارت خرد استاندار هرمزگان با تاکید بر لزوم ایجاد تعامل میان تجارت خرد و کلان، افزود: علاقه‌مند هستم بر بخشی از کارگروه دریایپایه استان را به یکی از اندیشه‌کدهای برتر کشور وصل کرده تا ایده‌ها و مسائل دقیق و تخصصی مطرح شود.

دوستی با تاکید بر لزوم توسعه بندار کوچک و تجارت خرد، بیان کرد: در این مساله باید سه مولفه تأمین نظرات ستاد مبارزه با قاچاق کالا، ارز، و توجیه به

اصفهان – فایزه مرادیان:مدیرعامل فولاد مبارکه در دیدار با مدیرکل کمیته‌امداد استان اصفهان گفت: حمایت از نخبگان نیازمند به‌مه‌تر دانش آموزان، دانشجویان و طالرب در کمیته امداد انجمن می‌شود و این دستورها از دغدغه‌های اساسی فولاد مبارکه است. کریم زارع مدیرکل کمیته امداد استان اصفهان روز سشنبه ۲۴ مردادماه ۱۴۰۲ با محمدماسر طه‌پنیامدیرعامل فولاد مبارکه دیدار کرد. در این دیدار که به میزبانی فولاد مبارکه و با حضور محمدماسر طه‌پنیا مدیرعامل فولاد مبارکه و محمدحاج‌جواد میران مدیر روابط عمومی این شرکت انجام شد،مدیرعامل فولاد مبارکه گفت: امروز اقدامات خوبی در خصوص موضوع ازدواج جوانان و نخبگان نیازمند به‌ویژه دانش آموزان، دانشجویان و طالرب در کمیته امداد انجمن می‌شود و این حمایت‌ها که از دغدغه‌های اساسی فولاد مبارکه نیز هست، می‌تواند به افزایش امید و جامعه به‌ویژه در بین نسل جوان کمک کند. وی بر افزایش همکاری میان کمیته امداد و این شرکت بزرگ صنعتی که در راستای مسئولیت‌های اجتماعی خود اقدامات زیادی در زمینه اشتغال‌زایی و برآی مردم جامعه انجام می‌دهد، تأکید کرد.مدیرعامل فولاد مبارکه در ادامه، تشکیل یک کارگروه مشترک میان فولاد مبارکه و کمیته امداد را برای تمرکز



بر راهکارهای کمک مؤثرتر به افراد تحت پوشش این نهاد پیشنهاد داد. در ادامه این جلسه، کریم زارع مدیر کل کمیته امداد استان اصفهان، ضمن ارائه گزارشی از فعالیت‌های این نهاد اظهار کرد: تلاش برای از بین بردن فقر یکی از اقدامات کلیدی کمیته امداد طی سال‌های گذشته است و این کار با اشتغال‌زایی برای خانواده‌های

اجرای طرح‌های جایگزین برای تأمین آب پایدار شهر تبریز؛

خانی: مشکلات آبرسانی رو به اتمام است



بوده اما برای آن شمال شهر به دلیل فرسودگی لوله های خطوط انتقال با مشکل مواجه شدیم. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی ادامه داد: تلاش شدت تا کار دو سال را در چهار ماه به اتمام برسانیم که این امر سبب تبدیل یکسری تهدیدها به فرصت شد تا بتوانیم طرح های جایگزین را

برای ایفای نقش در شهرک جوانان؛

شهر دار تبریز: اراده‌ای در مجموعه راه و شهرسازی آذربایجان شرقی وجود ندارد

متأسفانه هیچ اراده‌ای در مجموعه راه و شهرسازی آذربایجان شرقی برای ایفای نقش در شهرک وجود ندارد.

هوشیار تأکید کرد اداره کل راه و شهرسازی آذربایجان شرقی حتی حاضر نیست بعد از آزادسازی ۴۸ هکتار بافت تا‌کار آمدن آن را به شهرداری تحویل دهد وی در خصوص ورود اسد گلی خاطرنشان کرد: سال‌ها با پیش یک قرارداد عقیم در این زمینه منعقد شده‌ است و در حال حاضر راه و شهرسازی ادامه ارائه سند برای این پروژه هیچ نیست و مردم نیز رغبه به خرید مسکن در این منطقه‌نیستند.

شهردار تبریز یادآور شد: برای احداث سه هزار واحد مسکونی برولانه ساخت صادر شده و یک مورد دیگر نیز در دست اقدام است.

هوشیار سیاست مدیریت شهری را اولویت بخشی به موضوعات خدماتی عنوان کرد و گفت: امیدوارم در سه‌ه ماهه سوم سال گزارش عملکرد این موضوعات را ارائه دهم ولی نباید تمام بار این موضوع بر عهده شهرداری باشد.

حضور مدیر کل استاندارد گلستان در نشست خبری قرارگاه شهید همدانی ویژه هفته دولت

دولت قیل داشته است.وی افزود: سازمان ملی استاندارد ایران در دولت سیزدهم برای نخستین بار به حوزه بازرسی خدمات و کنترل کمیت کالاهای بیش بسته بندی ورود کرد و عملکرد اداره کل استاندارد گلستان در حوزه خدمات ۳۳۵ مورد بازرسی و در حوزه کنترل کمیت کالاهای بیش بندی با از زمون بیش برای ارائه گزاره خبری شهید همدانی ویژه هفته دولت ۱۴۰۲، ضمن گرامیداشت یاد شهیدان محمد علی جانی و محمد جواد باهنر به فعالیت های اداره کل استاندارد گلستان را به ۴ بخش استاندارد سازی، اندازه شناسی، تأیید صلاحیت و ارزیابی انطباق تقسیم بندی کرد و به ارائه گزارشی از عملکرد استاندارد گلستان در دولت سیزدهم پرداخت.حسینی با اعلام اینکه سازمان ملی استاندارد ایران تنها مرجع افضای برولانه حلال در ایران است گفت: استاندارد گلستان در دولت سیزدهم با افضای ۲۷ برولانه حلال به واحد های تولیدی استان و همچنین ۲۵ برولانه در دست اقدام، در این شاخص تحقق ۷۰۰ درصدی نسبت به مدت مشابه

همزمان با هفته دولت صورت می‌گیرد:

افتتاح و کلنگ زنی پروژه‌های آبفای استان با اعتباری بالغ بر ۵۲۰۰ میلیارد ریال



فعالیت‌هایی که به منظور خدمت‌رسانی هر چه بهتر به مردم صورت گرفته است. وی در همین راستا از احداث مخزن ذخیره روستای جریک آغاچ و حفر یک حلقه چاه برای این روستا خبر داد و گفت: احداث این پروژه‌ها با هدف رفع مشکل کمبود آب در این روستا با اعتباری بالغ بر ۳۳ میلیارد ریال به انجام رسیده است.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم با اشاره به حفر یک حلقه چاه عمیق در قمرود، اظهار کرد: این چاه نیز به منظور رفع مشکل کم‌آبی در این روستا با اعتباری بالغ بر ۲۶ میلیارد ریال حفر و وارد مدار بهره‌برداری شده است. وی اصلاح و توسعه شبکه آب چهار روستای اطابق، خلج آباد، جنداب و خدیجه خاتون را از دیگر اقدامات انجام شده برشمرد و یادآور شد: به منظور پایداری آب در شبکه و پایداری آب آشامیدنی سال جاری کل ۳۰۰ متر خط انتقال جدید برای این روستاها احداث و هزار و ۵۰۰ متر از شبکه آب داخلی این روستاها با اعتباری بالغ بر ۱۳ میلیارد و ۴۰۰ میلیون ریال اصلاح و بهسازی شد. بخشناری همچنین از اصلاح خط انتقال چشمه کهنان و اصلاح خط انتقال روستای شلاق البرز به طول هزار و ۷۵۰ متر با اعتباری بالغ بر ۲۴ میلیارد ریال خبر داد و گفت: شبکه آبرسانی روستای شلاق البرز به طول هزار و ۳۰۰ متر با اعتباری نزدیک به ۱۳ میلیارد ریال اصلاح و بازرسی شد. وی با اشاره به حفر و تجهیز یک حلقه چاه احداث خط انتقال روستای سنیوج با اعتباری بالغ بر ۲۴ میلیارد ریال آذعان کرد: با بهره‌برداری از این پروژه‌ها مشکل کمبود آب در این روستا به طور کامل برطرف شد.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم همچنین به توسعه بیش از هزار متر از شبکه آب شهری قم خبر داد و گفت: این پروژه نیز با هدف جلوگیری از هدر رفت آب و بهبود وضعیت آبرسانی با اعتباری بالغ بر ۱۶ میلیارد ریال به انجام رسیده است. وی کلنگ زنی مخزن ذخیره ۵۰۰ مترمکعب و خط انتقال روستای رستگان را از دیگر پروژه‌های هفته دولت اعلام کرد که قرار است با اعتباری بالغ بر ۶۵ میلیارد ریال تا پایان سال آینده احداث شود.بخشناری در پایان از کلنگ زنی خط انتقال فاضلاب بردیسان و رینگ شرقی قم به طول ۱۱ کیلومتر خبر داد و اظهار کرد: این پروژه به منظور دفع بهداشتی فاضلاب بردیسان و پروژه‌های طرح ملی مسکن با اعتباری بالغ بر ۵ هزار میلیارد ریال احداث خواهد شد.

مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری اصفهان خبر داد:

برگزاری جشنواره عید تا عید ۶ در آستانه بازگشایی مدارس



اصفهان –معمومه قاسمی: مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل

شهرداری شهرداری اصفهان از برگزاری جشنواره عید تا عید ۶ در آستانه بازگشایی مدارس خبر داد.امیرحسین مامورپور با اعلام این خبر گفت: با توجه به شرایط اقتصادی کشور و در راستای تحقق اهداف ایجاد بازارهای روز کوثر، در دوره ششم مدیریت شهری برگزاری جشنواره‌ها در دستور کار قرار گرفت تا بتوان در مقاطعی کم شهروندان را با نظر گرفتن تمهیدات و جواز شرین‌تر کرد. وی افزود: سال گذشته برای نخستین بار به مناسبت فرارسیدن میوه‌ها و زمان بازگشایی مدارس، اقدامی توسط بازارهای کوثر انجام و جشنواره عید تا عید برای زمان بازگشایی مدارس انجام شد. شهروندان بتوانند کالاهای همچون لوازم تحریر را با قیمت مناسب‌تر تهیه کنند که برای این منظور نیز این اقدام انجام می‌شود و این کالاها در اختیار شهروندان قرار می‌گیرد.

مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار و ساماندهی مشاغل شهری شهرداری اصفهان هدف اصلی از ایجاد بازارهای کوثر را تنظیم بازار و ارائه کالاها با قیمت مناسب به شهروندان دانست و اظهار کرد: شهروندان می‌توانند کالاها را با تخفیف بیشتری تهیه کنند، چراکه کاهش نسبی واسطه‌ها موجب کاهش قیمت می‌شود. وی با بیان اینکه در صورت تمایل بهره‌برداران بازارهای کوثر، برگزاری این جشنواره ادامه خواهد داشت، ادامه داد: همچنین یک هزار و ۱۱۰ خرد پنج میلیون ریالی در راستای مسئولیت اجتماعی سازمان میادین به نیازمندان اهدا می‌شود.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان:

۲۲۰۲۴ میلیارد ریال پروژه برق منطقه‌ای خوزستان آماده افتتاح در هفته دولت



اهواز – شمیم قنجداد:مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان

گفت: این شرکت ۲۲۰۲۴ میلیارد ریال پروژه زیرساختی برق در هفته دولت آماده افتتاح دارد. محمود دشت‌بزرگ با گرامیداشت یاد و خاطره شهیدان رجایی و باهنر، بیان کرد: به مناسبت هفته دولت این شرکت ۲۲ پروژه زیرساختی برق در استان با ارزش سرمایه‌گذاری ۲۲۰۲۴ میلیارد ریال آماده افتتاح دارد. وی افزود: این پروژه‌ها تقویت زیرساخت‌های برق در بخش انتقال و فوق توزیع را به همراه خواهند داشت به نحی که ۱۸۱۷ مگاوات امیر به ظرفیت پست‌ها، ۲۹۳ کیلومتر مدار به طول خطوط و ۷۴ کیلومتر فیبر نوری اضافه

خواهد شد.مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: احداث فاز اول پست ۱۲۲.۳۳ کیلوولت میانگران ایدّه به همراه خط ورودی ۱۳۲ کیلوولت این پست، فاز دوم پست ۱۲۰.۱۳ کیلوولت سیزاب در اندیمشک فاز دوم پوم پست ۱۰۰.۱۲۲ کیلوولت همدان و افزایش ظرفیت پست ۱۳۲.۳۳ کیلوولت کشاورزی در اهواز، افزایش ظرفیت پست ۴۰۰.۱۱۲ کیلوولت ارجان در بهبهان از جمله پروژه‌های شاخصی است که آماده‌افتتاح هستند. به گفته دشت‌بزرگ این شرکت آمادگی دارد تا این پروژه‌ها که در نمای کلی، پایداری شبکه برق استان و تأمین برق مصرف‌چدید را به همراه دارند، در هفته دولت افتتاح نماید.

از سوی نیروگاه شهیدرجایی قزوین در دولت سیزدهم صورت گرفت:

تولید بیش از ۲۵میلیارد کیلووات ساعت انرژی الکتریکی

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل نیروگاه شهیدرجایی قزوین: از ابتدای آغاز به کار دولت سیزدهم تا کنون این نیروگاه با تولید ۲۵میلیارد و ۳۱۰ میلیون کیلو وات ساعت انرژی نقش مهمی در پایداری شبکه سراسری ایفا کرده است. به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، ابوالفضل موناپلها مدیرعامل نیروگاه شهیدرجایی قزوین در تشریح خبر دستاوردهای دولت سیزدهم از ۱۲ مرداد ماه ۱۴۰۰ تاکنون اظهارداشت: صنت تولید برق کشور، با بیش از ۹۸ درصد آمادگی نیروگاه‌ها در تولید مستمر و پایداری انرژی الکتریکی، درخشانی و در عید موقفتی گامی از لوح مصرف برق در تابستان سال جاری و سال ۱۴۰۱ گرفته‌شده است که در این اقدام ارزنده چوچای، نقش نیروگاه شهید رجایی بسیار با اهمیت بوده‌ است. این مسئول در خصوص افزایش آمادگی تولید نیروگاه شهیدرجایی در سال ۱۴۰۱ و همچنین مقایسه با سال ۱۴۰۰ نیز تصریح کرد: در سال ۱۴۰۱ میزان آمادگی واحد های بخاری و سیکل ترکیبی این نیروگاه با ۱۲ میلیارد ۵۰۵ میلیون و ۸۲۶ هزار کیلووات ساعت، نسبت به سال ۱۴۰۰، حدود ۲ درصد رشد داشته و همچنین در ۱۵ماه نخست سال ۱۴۰۲ بارشد ۷۷درصدی همراه بوده است.

حذوگفای در ساخت قطعات و تجهیزات: موناپلها با اشاره به رشد توانمندی‌های داخل کشور در صنعت برق بیان کرد: بیش از ۹۵هزار تجهیزات نیروگاهی در داخل تولید می‌شود و تجهیزات اصلی نیروگاه مانند ژنراتورها، کمپرسور،ترانس های اصلی قدرت و با توانمندی نیروهای داخلی تولید می‌شوند و نیروگاههای سیکل ترکیبی جدید که در حال نصب است همگی بومی سازی شده که افتخار بزرگی برای کشور است، رئیس هیات مدیره نیروگاه شهیدرجایی نیز در خصوص ساخت قطعات در نیروگاه شهیدرجایی افزود: در بی اعلام نیاز به قطعات و تجهیزات کاربردی در واحدهای سیزده گانه این شرکت نیز، متخصصان اداره ساخت داخل، در این زمینه اقدام به نقشه برداری و طراحی تعداد بیش از ۱۱ هزار قطعه مورد نیاز نمودند که پس از ساخت، در واحد ها مورد استفاده قرار گرفت.

همکاری با شرکت های دانش بنیان: موناپلها در خصوص همکاری این نیروگاه با شرکت های دانش بنیان نیز بیان داشت : ارتباط گسترته این شرکت با شرکت‌های دانش بنیان و دانشگاه های مطرح کشور جهت رفع نیازمندهیهای نیروگاه از جمله ساخت الکتروموتورهای بزرگ ۶۶ کیلووات، سیلوولت، تجهیزات نوین از جمله دستگاه تست فلوی سوخت گاز و گازوئیل، طراحی و ساخت پرنتر سه بعدی و… از اقدامات مهم این شرکت در دولت سیزدهم می باشد.

تعمیرات:مدیرعامل نیروگاه شهیدرجایی تأکید کرد:نیروگاه شهیدرجایی از پشتیبان تعمیرات اساسی،نیمه اساسی و بازیدهای دوره‌ای در سال سیزدهم بوده است. ایشان اضافه کرد:نیروگاه شهیدرجایی در سال سیزدهم ۲۴ برنامه تعمیراتی امه از ۵۰۴ تعمیرات اساسی، ۴مورد نیمه اساسی و ۲۵ مورد بازید دوره ای مجموعاً بالغ بر ۲۸ هزار فراتریت در واحدهای ۱۳ کت اجرایی نموده که طی ۲۴ ماه گذشته همه فعالیت های تعمیراتی این واحد ها با دقت و برنامه ریزی صحیح انجام شده است.

رفع کمبود های حوزه آتش نشانی شاهد شهر



شهریار – غلامرضا جباری: به گزارش روابط عمومی شورای اسلامی و شهرداری شاهدشهر، بهمن خانی، شهردار این شهر از آشنشایی بازدید و با آشنشائان به گفتگوشتت تا از نزدیک پیگیر موضوعات و مواز مورد نیاز این واحد مهم باشد. شهردار شاهدشهر در این دیدار با بیان اینکه مردم و مسئولان همواره قدران تلاش، زحمات و از جان گذشتگی آتش‌نشانان هستند، گفت: خدمات نجات جان و مال مردم یک کار مقدس و توفیق بزرگ است که نصیب آتش نشان شده است زیرا تلاش آنها موجب آرامش و آسایش مردم می‌شود و وی افزود:

تلاش آتش‌نمائی و خدمات ایمنی شهرداری شاهدشهر تاکنون با بهره‌مندی از نیروهای با تجربه و حضور به موقع در صحنه حوادث به نجات جان شهروندان در شرایط سخت پرداخته و خوشبختانه طی سه سال گذشته کمترین نارضایتی مردمی از این سازمان وجود داشته است، بهمن خانی همچنین در جمع خبرنگاران اظهار داشت: تلاش میکنیم با همکاری اعضای محترم شهر نیازهای شهرومان را برطرف نماییم تا اهالی این شهر در بهترین شرایط شهری زندگی را بسپری نمایند. وی خاطر نشان ساخت: پروژه های خوبی در دست احداث داریم که تعدادی از آنها در هفته دولت و دهه مبارک فجر به بهره برداری خواهد رسید .



به صورت داوطلبانه

۱۰۲ کامیون از بوشهر تجهیزات موکب های ارعبین را انتقال دادند

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان بوشهر گفت: ۱۰۲ دستگاه انواع توپاکان باری به صورت داوطلبانه از استان برای انتقال تجهیزات موکب های ارعبین از بوشهر سالمهدهی شدند. عبدالکریم اخترشناس اظهار کرد: این کامیون ها با مشارکت دانشگاهان رزمکنشی و شرکت های حمل و نقل نسبت به جایابی وسایل برپایی موکب ها و استگاههای سوانتی در مرز شلمچه و کشور عراق بصورت رایگان و افتخاری نقش آفرینی خواهند کرد. اخترشناس افزود: این گروه با حمل رایگان و نقل ۱۹ درصد کمیسوین، و عوارض جاده ای، در کنار خیرین و خیران موکب ها قار گرفته‌ند. وی بیان کرد: در کنار ارزش معنوی بالای این اقدام، ارزش رسانی خدمات این توپاکان حداقل بیست میلیارد ریال برآورد می‌شود

تامین کود فسفاته با هدف رفع دغدغه بهره برداران کشت محصولات پاییزه

گرگان – دادر کرمی:رئیس صمد ضیایی مدیر شرکت خدمات حمایتی کشاورزی گلستان با اشاره به تأمین کودهای شیمیایی برای کشت پاییزه از اولویت مهم این شرکت به شمار می‌رود، گفت:برنامه ریزی برای تأمین کود شیمیایی برای کشت پاییزه به ویژه کود فسفاته انجام شده است.وی همچنین از افزایش ۱۱۴ درصدی تولید داخلی کودهای فسفاته در سال جاری نسبت به گذشته خبرداد و گفت: در حال حاضر کمتر از ۱۰ درصد کود فسفاته از واردات که این رقم در سال گذشته کمتر از ۱۲ درصد بوده است.وی افزود: در حال حاضر هزار و ۲۳۴۴ کود فسفاته در انبارهای استان برای توزیع میان بهره‌برداران کشت پاییزه موجودمی باشد.کشاورزان و بهره‌برداران بخش کشاورزی بدون هیچگونه دغدغه و نگرانی از بابت تأمین کود فسفاته مورد نیاز خود به استقبال کشت محصولات مورد نظر خود خواهند رفت.واصفه کرد با توجه به این که استفاده از کود فسفاته در زمان کشت محصول در توفیق رشد گیاه و عملکرد راندمان تولید بسیار تأثیرگذار است لذا تا پایان فصل کشت بخشی دیگر از نیاز کشت پاییزه محصولات آبپزگی مسئولان جهادکشاورزی و با هدف رفع دغدغه بهره‌برداران هنگام کشت تأمین و در حال حاضر تولید داخلی داخل و بندار کشور به این استان است.

الگوی بازاریابی اپل: داستان مارکتینگ خاص‌ترین برند دنیا



نویسنده: علی آل‌علی

اپل یکی از موفق‌ترین شرکت‌های دنیاست که محصولاتش در همه جای دنیا طرفدارهای خاص خودش را دارد. شاید فکر کنید اپل فقط با تکیه بر طراحی محصولات خارق‌العاده به قله‌های موفقیت رسیده است، خب در این صورت خیلی هم بپرا نرفته‌اید، اما یادتان باشد ما در دنیای زندگی می‌کنیم که بازاریابی حرف اول و آخر را می‌زند. چه بسا مشتریان به لطف بازاریابی محصولاتی را می‌خرند که در نگاه اول اصلا نیازی به آنها ندارند!

ما در این مقاله قصد داریم نگاهی به الگوی بازاریابی اپل بیندازیم. از آنجایی که اپل معمولا به عنوان برندی ساکت و گوشه‌گیر در زمینه بازاریابی شناخته می‌شود، شناسایی محورهای کلیدی در استراتژی مارکتینگ این غول دنیای دیجیتال جذابیتی خاصی خواهد داشت. به علاوه، چنین بررسی موشکافانه‌ای حکم یک کلاس درس را هم دارد. پس با ما همراه باشید تا استراتژی بازاریابی اپل را زیر ذره بین ببریم.

استراتژی‌های بازاریابی اپل

اپل در بازاریابی محصولاتش از چند استراتژی کلیدی استفاده می‌کند. شاید فکر کنید این استراتژی‌ها از پشت کوه پیدا شده‌اند و هیچ برند دیگری به آنها دسترسی ندارد. خب در این صورت باید حسابی ناامیدتان کنیم؛ چراکه استراتژی‌های موردنظر اپل تقریبا در دسترس همه قرار دارد. نکته کلیدی در این میان استفاده درست و منحصرا به فرد تیم بازاریابی اپل از این استراتژی‌هاست. ما در ادامه برخی از مهمترین استراتژی‌های مارکتینگ این برند دوست‌داشتنی را بررسی خواهیم کرد.

تمرکز بر تجربه کاربر

اپل بر این باور است که تجربه کاربر مهمترین عامل در موفقیت یک محصول به حساب می‌آید. به همین دلیل، این شرکت روی طراحی محصولاتش، به‌خصوص محصولاتی مانند آیفون، آی‌پد و مک‌بوک، تمرکز ویژه‌ای دارد. اگر دقت کرده باشید، محصولات اپل همیشه از نظر طراحی یک سر و گردن از رقیب بالاتر است. خب این نکته اصلا اتفاقی نیست؛ چراکه از نظر بازاریابی هرچه محصول شما با تجربه کاربری مشتریان سازگارتر باشد، بازخورد‌های بهتری دریافت خواهد کرد. نکته جالب اینکه طراحی جذاب و مطابق با تجربه کاربران خود به خود نوعی بازاریابی محسوب می‌شود. فکر می‌کنم حالا فهمیده باشید چرا اپل علی‌رغم فعالیت بازاریابی محدود این همه موفقیت به نام خودش زده است، مگر نه؟

اپل همیشه در طراحی محصولاتش از جدیدترین فناوری‌های بازار سود می‌برد. از این نظر آنها مثل تیم فوتبالی هستند که همیشه بهترین بازیکنان دنیا را در ترکیبش دارد و مثل رئال مادرید لقب کهنکشانانها را یدک می‌کشد.

اپل در طراحی محصولاتش روی سه عامل اصلی تمرکز دارد:

- زیبایی: محصولات اپل همیشه از نظر طراحی زیبا و جذاب هستند. اپل از رنگ‌های شاد و زنده در محصولاتش استفاده می‌کند. همچنین، شرکت از خطوط و منحنی‌های نرم در محصولاتش سود می‌برد.
- کارایی: اپل محصولاتی را روانه بازار می‌کند که نیازهای روزمره و واقعی مشتریان را رفع کند. مثلا وقتی اولین نسل از گوشی‌های آیفون روانه بازار شد، نیاز مشتریان به یک گوشی هوشمند که صفحه لمسی داشته باشد، مورد توجه قرار گرفت. این ماجرا درباره اولین نسل از رایانه‌های شخصی اپل نیز صادق دارد.
- مدرن بودن: محصولات اپل همیشه از نظر کاربرد با جدیدترین فناوری‌های روز دنیا روانه بازار می‌شود. خب حتما یک دلیلی دارد که هر سال با عرضه جدیدترین محصولات این برند کلی از مردم دنیا برای خریدش صف می‌کشند، مگر نه؟ این در حالی است که برخی از رقبای اپل حتی دو سال یکبار هم محصولات تازه روانه بازار نمی‌کنند!

ایجاد حس لوکس بودن

اپل همیشه خودش را به عنوان یک برند لوکس به مشتریان معرفی کرده است. این روند با رونمایی از گوشی‌های آیفون، سری آی‌پد و کمی

قبل از آن با توسعه مک بوک شدت گرفت. خب هرچه باشد هنوز هم اپل خودش را اولین برندی می‌داند که گوشی‌های هوشمند را در قالبی به درد بخور روانه بازار کرده است.

یکی از نقاط قوت همیشگی کمپین‌های بازاریابی اپل تاکید بر روی ماهیت لوکس این برند است. شاید فکر کنید کمپین‌های اپل بر روی محصولات مختلف این شرکت تمرکز دارند. خب در این صورت باید کمی ناامیدتان کنیم؛ چراکه اپل روی ماهیت خود برند تمرکز کرده است. به طوری که مردم در سراسر دنیا فقط دوست دارند یک محصول اپل را دم دست داشته باشند و با استفاده از آن احساس خاص و لوکس بودن را تجربه کنند.

اگر دقت کرده باشید، تمام کاربران برند اپل حس می‌کنند خاص‌ترین افراد دنیا هستند. این همان حسی است که اپل با استفاده از بازاریابی درست در مشتریان ایجاد می‌کند. نتیجه این استراتژی جذاب جلب نظر میلیون‌ها نفر در سراسر دنیاست. خب اگر محصولی از اپل را سراغ دارید که روی دست فروشندهگان یاد کرده است، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

ایجاد حس کمبود

اپل همیشه عرضه محصولاتش را محدود تولید می‌کند تا حس کمبود را در مشتریان تقویت کند. نکته جالب اینکه چنین شیوه‌ای در عمل موجب علاقه بیشتر مشتریان برای خرید محصولات شرکت می‌شود. کمپین‌های بازاریابی اپل معمولا این حس کمبود را تقویت کرده و به نوعی اضطراب تبدیل می‌کند. به طوری که مشتریان بدون خرید تازه‌ترین محصول برند اپل همیشه حس می‌کنند یک جای کارشان ایراد دارد.

احتمالا شما هم بارها و بارها اسم «استراتژی «ترس از دست دادن» یا همان «Fear of Missing Out» به گوش تان خورده است. این استراتژی در دنیای بازاریابی بر ایجاد حالت اضطراب برای خرید محصولات اشاره دارد. به طوری که مشتریان حس کنند در صورت تعلل یا عدم خرید یک محصول شانز بزرگی را از دست داده‌اند. البته در مورد اپل به دلیل کیفیت بالای محصولات عملا اوضاع همینطوری است؛ چراکه عدم خرید این محصولات برای مشتریان حسایی گران تمام می‌شود.

گاهی اوقات کسب و کارها در تقویت حس کمبود خیلی زیاده‌روی می‌کنند. شاید فکر کنید در این حالت علاقه مشتریان برای خرید دوچندان می‌شود. خب در این صورت منطبق رفتار مشتریان را به خوبی درک نکرده‌اید؛ چراکه آنها در عمل برای اینکه از یک محصول لذت ببرند، باید تا حدی آزادی عمل هم داشته باشند. وگرنه اوضاع حسایی به هم می‌ریزد. اوج هنرنمایی اپل در آزادی عمل مشتریان نهفته است. اگر شما سال‌های سال از طرفداران این برند بوده‌اید و حالا قصد دارید دیگر جدیدترین نسخه مک بوک را تهیه نکنید، این برند خیلی پاپیج شما نخواهد شد. این درست همان استراتژی بازاریابی است که در لحظه آخر در دل مشتریان شک و تردید ایجاد می‌کند. خب اگر همه چیز مطابق برنامه پیش رفته، چرا اپل اصراری برای نکه داشتن من و شما به عنوان مشتری‌اش ندارد؟

آزادی عملی که برند اپل به مشتریان می‌دهد، عملا آنها را بیشتر از هر زمان دیگری به این برند علاقه‌مند می‌سازد. با این حساب بد نیست شما هم نیم نگاهی به استفاده از این استراتژی در کسب و کارتان داشته باشید.

استفاده از تبلیغات تاثیرگذار

اپل خیلی خوب از تبلیغات به عنوان ابزار مکمل بازاریابی استفاده می‌کند. شاید شما هم دیده باشید گاهی اوقات رونمایی از محصولات این برند همراه با هنرنمایی برخی از ستاره‌های دنیای ورزش و هنر همراه باشد. خب در این صورت یکی دیگر از استراتژی‌های بازاریابی اپل به خوبی برای تان روشن شده است.

اپل اگرچه خیلی کم در حوزه تبلیغات فعالیت دارد، اما وقتی وارد این صنعت می‌شود، تمام تلاشش را می‌کند تا مشتریان میخکوب شوند. درست به همین خاطر خیلی وقت‌ها با ستاره‌های تکرانشدنی مثل لیونل مسی همکاری می‌کند. این مدل همکاری‌ها نه تنها برای مشتریان جذاب

است، بلکه اسم اپل را در کنار کسانی قرار می‌دهد که از نظر موفقیت شباهت زیادی به این برند دارند. مثلا مسی را در نظر بگیرید، چند تا فوتبالیست را سراغ دارید که مثل این نابغه آرژانتینی با توپ کار کنند؟ احتمالا هیچ‌کس در این دنیا حتی به گرد پای مسی هم نمی‌رسد. به همین خاطر همکاری میان اپل و او جذابیتی زیادی برای همه طرفداران، نه فقط فوتبالی‌ها، دارد.

گاهی اوقات کسب و کارها از تبلیغات به مثابه ابزاری برای برداشتن مشکلات از سد راه استفاده می‌کنند. خب اگر شما در بقیه حوزه‌های بازاریابی یا حتی تولید محصول ضعیف عمل کنید، تبلیغات فقط سرپوش کوتاه‌مدتی بر روی کارتان محسوب می‌شود. باور کنید یا نه، مشتریان این روزها خیلی زرنگ‌تر از این حرف‌ها هستند که گول تبلیغات توخالی شما را بخورند. نکته کلیدی درباره این پشتیبانی تبلیغات و کمپین‌های بازاریابی با عملکردی حیرتانگیز در بازار است. ماجرا جالب شد، نه؟

جمع‌بندی نهایی

در ادامه، به عنوان بخش پایانی می‌توانیم به برخی از نقاط قوت و ضعف الگوی بازاریابی اپل بپردازیم. این کار کسک می‌کند تا کمی از جمع‌بندی‌های کلیشه‌ای درباره اپل فاصله گرفته و با نگاهی انتقادی اوضاع را زیر ذره بین ببریم.

نقاط قوت

- الگوی بازاریابی اپل براساس نیازها و خواسته‌های مشتریان طراحی شده است. به همین خاطر محصولات اپل از دهه‌های گذشته تا حالا مورد توجه دامنه وسیعی از مشتریان بوده است. از طرف دیگر، خیلی از مشتریان مطمئن شده‌اند که اپل همیشه به فکر مشکلاتشان است. درست به همین خاطر دیگر حتی به بقیه برندها نگاه هم نمی‌کنند!
- استراتژی بازاریابی اپل تا جای ممکن از هزینه‌های اضافی به دور است. قبول دارم همکاری با ستاره‌های ورزشی هزینه زیادی روی دست برندها می‌گذارد، اما خب برای اپل این هزینه‌ها اصلا مطرح نیست. در عوض بقیه استراتژی‌هایی که در این مقاله بررسی کردیم، هزینه زیادی برای آنها در

پی ندارد. درست به همین خاطر تیم بازاریابی اپل هر ساله جوایز متعددی در زمینه بازاریابی کسب می‌کند.

نقاط ضعف

• الگوی بازاریابی اپل گاهی اوقات خیلی دست و پاگیر می‌شود. مثلا همکاری با ستاره‌های دنیای ورزش و سازگاری این استراتژی با طراحی مینیمال محصولات کمی سخت به نظر می‌رسد. گاهی اوقات مشتریان حس می‌کنند با ترکیبی از آب و روغن در بازاریابی اپل رو به رو هستند که اصلا با هم سازگاری ندارد. • الگوی بازاریابی اپل می‌تواند باعث ایجاد حس برتری در بین مشتریان اپل شود. اگرچه این حس به خودی خود جذابیت زیادی دارد، اما همیشه انگشت اتهام را به سوی اپل روانه می‌کند که به طور کاملا خودخواسته مشتریان را مغرور بار می‌آورد. این همان اتهامی است که معمولا منتقدان علیه اپل استفاده می‌کنند.

بی‌شک اپل تنها برندی نیست که در این دنیا شهرت افسانه‌ای در زمینه بازاریابی به دست آورده است. با این حال تاریخچه منحصر به فرد این برند در بین مشتریان و گوشه‌گیری‌اش از نظر تبلیغاتی نظر خیلی‌ها را به خودش جلب کرده است. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هر چند کوچک به شما برای آشنایی با الگو و استراتژی‌های بازاریابی اپل کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره مطالب مقاله داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم.

منابع:

<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/business-studies/business-case-studies/apple-2020-on/marketing-strategy/#:~:text=Focus%20the%20focuses,quote%20Apple%2A%value.20it%20for%price>
<https://www.entrepreneur.com/growing-a-things-you-need-to-learn-from-apples-10/business-280497/marketing>



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

دوشنبه ۶ شهریور ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۰۶ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمد رضا قدیمی

چاپ: ریحان

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR