

|                                                       |
|-------------------------------------------------------|
| <b>شنبه</b><br><b>۲۳ دی ۱۴۰۲</b>                      |
| <span></span>                                         |
| <p>Sat.13 Jan 2024</p> ۳۰ جمادی‌الثانی ۱۴۴۵ - سال نهم |
| <b>شماره ۲۳۹۷</b>                                     |
| ۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان                                   |
| <p>www.forsatnet.ir</p>                               |

## نگاه

برای سوومین سال متوالی

## رشد اقتصاد جهانی کند می شود

بانک جهانی هشدار داد که رشد جهانی در سال ۲۰۲۴ برای سوومین سال متوالی کند شده و باعث طولانی‌شدن فقر و کاهش سطح بدهی در بسیاری از کشورهای درحال‌توسعه می‌شود. بانک جهانی در آخرین گزارش چشم‌انداز اقتصاد جهانی پیش‌بینی کرد که تولید ناخالص داخلی جهانی در سال جاری احتمالاً ۲.۴ درصد رشد خواهد کرد. این برآورد در مقایسه با رشد ۲.۶ درصدی اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۳ و همچنین رشد ۶.۲ درصدی سال ۲۰۲۱ (زمانی که پس از پایان همه‌گیری کرونا، اقتصاد رو به احیا گذاشت) بسیار کمتر است. به نظر می‌رسد اقتصاد جهانی تحت تأثیر آثار برجا مانده از همه‌گیری کرونا و در ادامه، تبعات جنگ روسیه و اوکراین و افزایش نرخ تورم و نرخ بهره در سراسر جهان، در نیمه اول دهه ۲۰۲۰ بدترین عملکرد نیم دهه اخیر طی ۳۰ سال گذشته را داشته است. بدین ترتیب به گفته بانک جهانی، رشد اقتصاد جهانی در دوره سه‌سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۴ نمی‌نسیب به سال‌های بحران مالی جهانی ۲۰۰۹-۲۰۰۸، بحران مالی اواخر دهه ۱۹۹۰ آسیا و رکود در اوایل دهه ۲۰۰۰ ضعیف‌تر خواهد بود. بدون در نظر گرفتن انقباض...

بانک جهانی هشدار داد که رشد جهانی در سال ۲۰۲۴ برای سوومین سال متوالی کند شده و باعث طولانی‌شدن فقر و کاهش سطح بدهی در بسیاری از کشورهای درحال‌توسعه می‌شود.

فرصت امروز: آخرین نظرسنجی جهانی موسسه مک‌کینزی نشان می‌دهد که سازمان‌ها با وجود عداطمینان اقتصادی مداوم در حال ایجاد کسب‌وکارهای جدید هستند. به گفته موسسه مک‌کینزی، درصد زیادی از صاحبان کسب‌وکارها نسبت به سال‌های گذشته، ایجاد جریان‌های درآمدی جدید را اولویت استراتژیک خود قرار داده‌اند و تلاش زیادی برای رشد انعطاف‌پذیر که منعکس‌کننده مزیت‌های سرمایه‌ای شرکت‌های موجود و فرصت‌های پیش‌روی کسب‌وکارهاست، دارند. از آنجا که شرکت‌ها با عدم‌اطمینان اقتصادی مداوم دست‌وپنجه نرم می‌کنند، مدیران مالی، ایجاد کسب‌وکار را محتمل‌ترین اقدام استراتژیک سازمان‌شان در ۱۲ ماه آینده پیش‌بینی می‌کنند.

در چهارمین گزارش سالانه موسسه مک‌کینزی در زمینه ایجاد کسب‌وکار، کسب‌وکارهای جدیدی که پاسخ‌دهندگان انتظار دارند در سه‌ای آینده ایجاد شوند، ضمن توجه به نقش هوش مصنوعی مولد در تقویت تلاش‌ها، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در این گزارش به عوامل موافقت شرکت‌ها و سرمایه‌گذارهای تجاری جدید نیز اشاره شده و همچنین در خصوص فرصت‌هایی که پیش‌روی شرکت‌ها در ایجاد کسب‌وکار جدید قرار دارند، پرداخته شده است. در پایان براساس نتایج این نظرسنجی، توصیه‌های عملی به اشتراک گذاشته شد تا به رهبران کسب‌وکارها در هدایت دیدگاه‌های سرمایه‌گذاری و به حداکثر رساندن ارزشی که به کسب‌وکار جدیدشان نسبت داده می‌شود، کمک کند. نتایج نظرسنجی موسسه مک‌کینزی نشان می‌دهد که عدم‌قطعیت اقتصادی، سازمان‌ها را از سرمایه‌گذاری در ایجاد کسب‌وکار جدید بازمنی‌دارد. درواقع، بسیاری از رهبران کسب‌وکار می‌گویند اکنون زمان مناسبی برای اولویت‌دهی به ایجاد کسب‌وکار است. پاسخ‌های نظرسنجی نشان می‌دهد که ۵۸ درصد رهبران کسب‌وکارهای مورد بررسی، موافق هستند که به دلیل شرایط اقتصادی فعلی، ایجاد کسب‌وکار جدید به اولویت بیشتری نسبت به گذشته برای سازمان‌های‌شان تبدیل شده است. همچنین پاسخ‌دهندگان به این واقعیت اشاره کرده‌اند که سازمان‌های آنها در حال حاضر در مقایسه با استرات‌آپ‌ها که با مشکلات بیشتری در جذب سرمایه مواجه هستند، از مزیت نسبی برخوردارند.

**کسب‌وکارها به کجا می‌روند؟**

در چهارمین گزارش سالانه موسسه مک‌کینزی، بر این موضوع تأکید شده که عدم‌قطعیت منابع سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای جدید نمی‌شود. در این گزارش که از سوی معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تعلق منتشر شده است، رهبران کسب‌وکار حتی طی یک سال عدم‌اطمینان، ایجاد کسب‌وکار جدید را در اولویت قرار می‌دهند. ۲۷ درصد از مدیران مورد بررسی، ایجاد کسب‌وکار را به‌عنوان اولویت اصلی

برای سازمان‌های خود رتبه‌بندی می‌کنند که نسبت به دو نظرسنجی قبلی افزایش یافته است. مدیران مالی نیز سرمایه‌گذاری را در اولویت ایجاد کسب‌وکار قرار داده‌اند، به طوری که ۵۵درصد از مدیران مالی انتظار دارند این مهمترین حرکت استراتژیک شرکت‌های‌شان در سال آینده باشد. به نظر می‌رسد تمرکز شرکت‌ها بر ایجاد کسب‌وکار جدید از مزایای بسیاری برخوردار است. ۲۰درصد از آدم‌های سازمان‌های پاسخ‌دهنده از کسب‌وکارهای جدید ساخته‌شده در پنج سال گذشته حاصل شده که نسبت به سال گذشته ۱۲درصد افزایش یافته است. پاسخ‌ها نشان می‌دهند که هرچه تعداد کسب‌وکارهای جدیدی که یک سازمان ایجاد می‌کند بیشتر باشد، درآمد کسب‌وکارهای جدید سهم بیشتری از درآمدهای سازمان خواهد داشت. حدود دو سوم سرمایه‌گذاران مورد بررسی می‌گویند که افزایش سرمایه‌گذاری در ایجاد کسب‌وکارهای جدید در سال آینده برای سازمان‌ها سودمند خواهد بود. به‌رغم اینکه شرکت‌ها در دوره‌ای از عدم‌قطعیت اقتصاد کلان حرکت می‌کنند، بر تمام استراتژی‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت تا بلندمدت تمرکز دارند؛ در حالی که تا پیش از این در موافق ناطمینانی تمرکز بیشتر کسب‌وکارها بر اقدام و واکنش‌های کوتاه‌مدت بوده است که این موضوع بر اهمیت ایجاد کسب‌وکار به‌عنوان یک اولویت تجاری برای رشد آینده تأکید دارد.

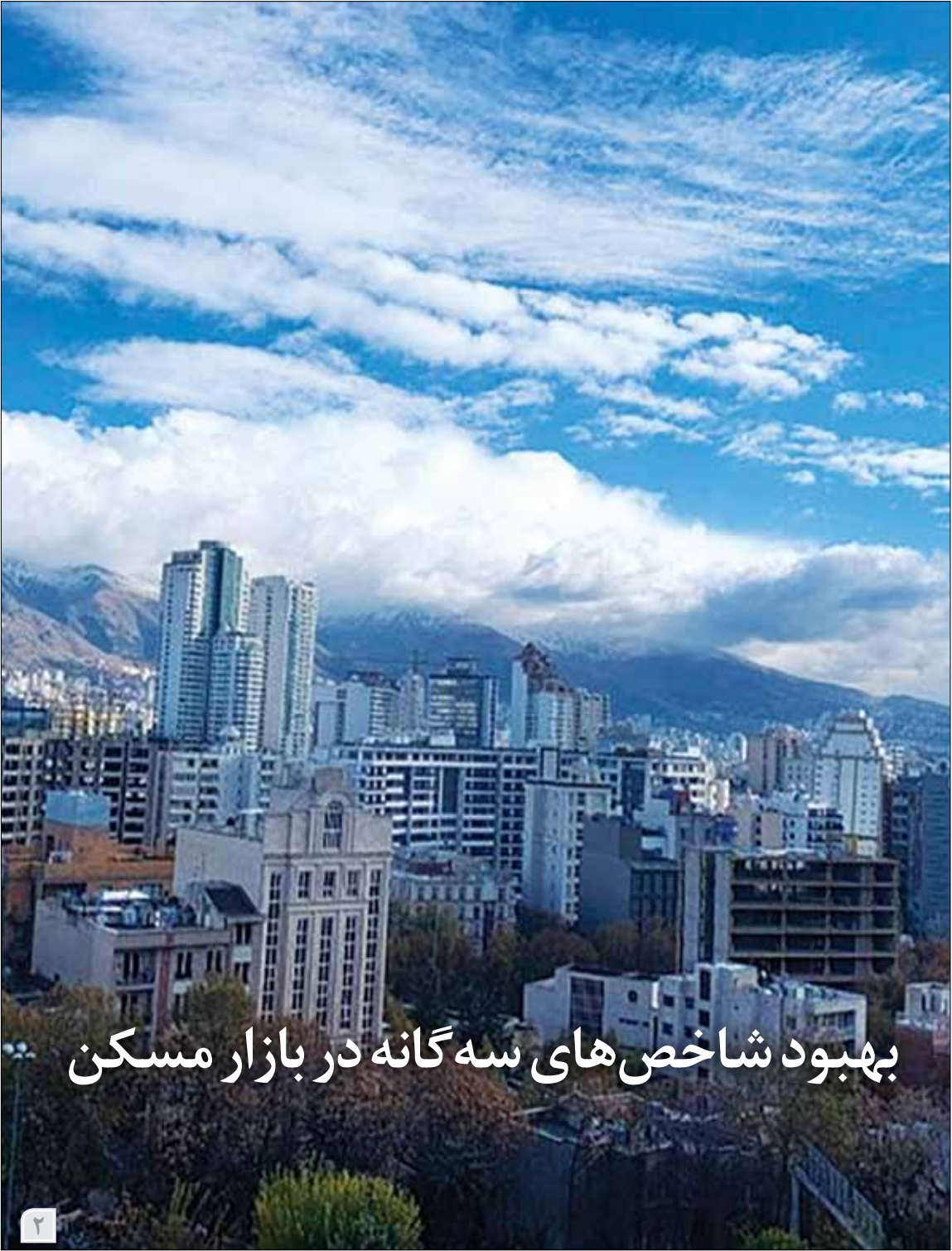
نکته مهمتر این است که مدیران نیاز به توسعه قابلیت‌ها برای راه‌اندازی چند کسب‌وکار را درک می‌کنند. این رویکرد بر تفویض موجب تنوع ریسک و افزایش احتمال موفقیت و رشد می‌شود که بخشی از این تفکر توسط هوش مصنوعی مولد هدایت می‌شود؛ رویکردی که فرصت‌های دوجانبه‌ای را ایجاد کرده که قبلاً وجود نداشته است. از طرفی شرکت‌ها می‌بینند که چگونه هوش مصنوعی مولد می‌تواند به آنها کمک کند تا کسب‌وکارهای بیشتری را در زمان کوتاه‌تری راه‌اندازی کنند. در مقابل، آگاه هستند که هوش مصنوعی مولد تا چه اندازه می‌تواند مخرب باشد و جلوتر از سازمان‌ها حرکت کند. اولویت پاسخ‌دهندگان این است که سازمان‌های‌شان در طول پنج سال آینده، داده‌ها، تجزیه و تحلیل‌ها و کسب‌وکارهای جدید مبتنی بر هوش مصنوعی ایجاد کنند یا این حال، نسبت رهبران کسب‌وکاری که انتظار دارند کسب‌وکارهای مبتنی بر خدمات، مانند کسب‌وکارهای اشتراکی با مراقبت‌های بهداشتی از راه دور، ایجاد کنند تقریباً با اندازه کسب‌وکارهای جدید مبتنی بر داده‌ها، تحلیل‌ها و هوش مصنوعی برابر است.

**نقش مولد هوش مصنوعی**

نکته مهم اینجاست که در کنار گرایش‌ها به سمت تکنولوژی، داده‌ها

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



ناطمینیانی‌ها جلوی سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای جدید را نمی‌گیرد

### زمانی برای شکفتن کسب‌وکارها

و هوش مصنوعی مولد، محصولات فیزیکی هنوز هم بخش اصلی استراتژی‌های کسب‌وکار بسیاری از شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد. به عنوان مثال، در بخش علوم زیستی، شرکت‌ها به توسعه دستگاه‌های پزشکی ادامه خواهند داد، اما بسیاری از آنها در حوزه‌های تجهیزات بزرگ، وسایل نقلیه، محصولات مصرفی وو... به‌طور فزاینده‌ای با دنیای تکنولوژی از ارائه قابلیت‌های خدماتی با هم کار کنند، بلکه باید برای ارائه و پشتیبانی از محصولات فیزیکی نیز استفاده شوند. پاسخ‌دهندگان انتظار دارند که قابلیت‌های هوش مصنوعی به روش‌های مختلف، از جمله افزایش بهره‌وری کسب‌وکارهای جدید تا متحول کردن مدل‌های کسب‌وکار در سال‌های آتی، ایجاد کسب‌وکار جدید را تسهیل کند. بیش از نیمی از رهبران کسب‌وکارها انتظار دارند که قابلیت‌های هوش مصنوعی برای کسب‌وکارهای جدیدی که در پنج سال آینده ساخته می‌شوند دو برابر هر فناوری خاص دیگری، ضروری است. با وجود اینکه پذیرش هوش مصنوعی مولد توسط سازمان‌ها هنوز در ابتدای مسیر است، تقریباً نیمی از رهبران کسب‌وکارها به پیش‌بینی می‌کنند که قابلیت‌های جدید هوش مصنوعی، سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در کسب‌وکارهای جدید را تسريع کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد انتظارات از نقش مولد هوش مصنوعی در سطوح بالایی قرار دارد.

با نگاهی دقیق به کاربردهای مورد انتظار از هوش مصنوعی مولد، تفاوت‌های متناذری در سطح صنایع مختلف مشاهده می‌شود. پاسخ‌دهندگان معمولاً پیش‌بینی می‌کنند که کاربردهایی از هوش مصنوعی که زیربنای مولفه‌های ارزش کسب‌وکار جدیدشان خواهد بود، مرتبط‌ترین موارد با زنجیره‌های ارزش آنها هستند. به‌عنوان مثال، پاسخ‌دهندگان انتظار دارند که هوش مصنوعی مولد در صنایع پیشرفته کمک‌کننده باشد، در حالی که در سفر، تدارکات و زیرساخت، برنامه‌ریزی سناریو ارزشمندترین کاربرد را خواهد داشت. لذا ۷۵درصد از سرمایه‌گذاران انتظار دارند که هوش مصنوعی مولد باعث افزایش سرمایه‌گذاری در کسب‌وکار شود.

تأثیر هوش مصنوعی مولد از سه منظر قابل بررسی است: محور بهره‌وری که امروز بیشترین تمرکز بر آن قرار دارد؛ محور نوآوری که هوش مصنوعی مولد می‌تواند قابلیت‌های کسلاً جدیدی مانند شخصی‌سازی انبوهی از ارتباطات ایجاد کند و ترکیب و جمع‌بندی را با سرعت و مقیاسی که قبلاً غیرقابل تصور بود به افراد ارائه دهد؛ محور تحول که بزرگ‌ترین فرصت برای ایجاد کسب‌وکار در آن نهفته است. هر کسب‌وکاری که مبتنی بر دانش باشد، دقیقاً در افق سوم قرار دارد. با قدرت هوش مصنوعی مولد، انواع خاصی از خدمات مالی تا مراقبت‌های بهداشتی با هزینه کمتر در دسترس افراد بیشتری قرار خواهد گرفت.

آیا ثبات به بورس جهانی بازمی‌گردد؟

### سرسره‌بازی در بازار سهام

نمی‌توانید از روی نشانه‌های امروز الزاما نتیجه‌ای دهید که در آینده باید انتظار چه چیزی را بکشید. حتی آنچه که در دو ماه پایانی سال ۲۰۲۳ دیده‌اید الزاما تصویر درست و روشن و مشخصی از بازار سهام در پایان سال ۲۰۲۳ به دست نمی‌دهد. دانستن مقصد هم نمی‌تواند به ما کمک کند بدانیم الزاما در پایان به همان‌جا می‌رسیم یا خیر. همان‌طور که این اتفاق در زمان «بوجان» هم رخ داد و شاهد بودیم که چیزی قابل تشخیص نبود.

اگر نگاهی به نمودارهای بازار سهام در سه سال اخیر ببندازیم، چیزی شبیه به یک سرسره پرپیچ‌وتاب می‌بینیم که در آن قرار است فقط سرگیجه بگیریم. هر بار با شتاب پایین می‌آییم و دوباره به سرعتی باورنکردنی بالا می‌رویم. همه‌چیز به سرعت پیش می‌رود. یکی از دلایل این افت‌وخیز شدید در بازار سهام، تغییرات در نرخ بهره بانکی

چه عواملی بازارها را در سال ۲۰۲۴ متلاطم می‌کند؟

## ۳ شگفتی بازار کامودیتی‌ها

فرصت امروز: با ادامه حملات سنگین روسیه به اوکراین، تأثیرات تحریم‌های غرب علیه پروژه موسوم به «آرکتیک ال‌ال‌جی ۲» که بزرگ‌ترین پروژه صادرات گاز روسیه محسوب می‌شود، در حال نمایان شدن است. حدود ۱۰ درصد از نفتی که از طریق دریا حمل می‌شود، از دریای سرخ عبور می‌کند و نیروهای آمریکایی در تلاش هستند از حملات بیشتر حوثی‌ها به کشتی‌های کانتینری در...

۴

هسته تورمی تا پایان سال به کدام سو می‌رود؟

# ردیابی تورم از کانال نقدینگی

آمارهای منتشرشده از سوی بانک مرکزی نشان می‌دهد رشد نقدینگی در ماه پایانی فصل پاییز در مقایسه با آبان افزایش یافته است، اما در همین مقطع زمانی، رشد پایه پولی کاهش‌ی شده است. سوالی که مطرح می‌شود، این است که آیا این روند تا پایان سال ادامه خواهد یافت یا آمار آذرمه صرفا یک نوسان طبیعی در روند کل‌های پولی است؟ به گزارش «کوایران»، آمار کلی نقدینگی و پایه پولی منتشرشده که در آن رشد پایه پولی در آذرمه با کاهش و رشد نقدینگی با افزایش (در مقایسه با آبان) همراه شده است. باتوجه به اهمیت کل‌های پولی در تعیین تورم، بررسی علل تغییرات و چشم‌انداز روند حرکت آتی آنها می‌تواند برای داشتن تحلیل مناسب‌تری از تغییرات در اقتصاد کمک‌کننده باشد. پایه پولی به مجموعه‌ای از دارایی‌های بانک مرکزی گفته می‌شود که به ازای آنها به طور مستقیم در جامعه پول تزریق شده است. اجزای اصلی پایه پولی شامل خالص بدهی دولت به بانک مرکزی، خالص بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی، خالص ذخایر خارجی و طلا، خالص مانده عملیات بازار باز نزد بانک‌ها و سایر اقلام می‌شود.

اما این همه ماجرا نیست؛ پول پرقدرتی که توسط بانک مرکزی چاپ می‌شود باید از طریق بانک‌های وارد جریان اقتصاد شود. عموماً به دلیل خاصیت خلق شبه پول توسط بانک‌ها، مقدار اعتبار بسیار بیشتری نسبت به پول چاپ شده توسط بانک مرکزی در اقتصاد تزریق می‌شود. در حال حاضر به ازای هر یک واحد پول چاپ شده توسط بانک ...

۳

تنگنای مالی در بنگاه‌های اقتصادی شدت گرفته است

## جیب خالی اقتصاد ایران

۲

## مدیریت و کسب‌وکار

## ارزیابی دوره‌های آموزشی کسب و کار در ۶ گام

دوره‌های آموزش آنلاین توانایی آموزش تقریباً هر آنچه شما بدان نیاز دارید، خواهد داشت. شما در این دوره‌ها می‌توانید درباره تمام نکات مورد نیازتان مطلب دقیق و کاربردی پیدا کرده و از آن برای بهبود وضعیت کسب و کارتان سود ببرید. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها بر پایه همین دوره‌های آموزشی اقدام به افزایش سطح مهارت و کیفیت کاری کارمندان می‌کنند. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته و وضعیت‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف هستید، می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن از دوره‌های مورد نظر سود ببرید. یکی از مزایای مهم دوره‌های آموزشی در این میان مربوط به استفاده از نکات حرفه‌ای بدون نیاز به حضور در دوره‌های آموزشی به طور حضوری است. این امر می‌تواند به شما موقعیت بسیار خوبی برای فعالیت...

۸

اینکه چه زمانی یک کسب‌وکار را تعطیل کنند، کمک کند.

**پیش‌بینی آینده کسب‌وکارها**

نکته سوم این است که سرمایه‌گذاران مسیر به حاکمر رساندن ارزش کسب‌وکارها را نشان می‌دهند؛ در این نظرسنجی حدود ۱۵۰ سرمایه‌گذار و تحلیلگر سهام مورد بررسی قرار گرفته است و تحلیل‌های آنان، سه مسیر را که رهبران کسب‌وکار می‌توانند مانند سرمایه‌گذاران ببندیشند، نشان می‌دهد. نخست آنکه آنها می‌توانند یک رویکرد بر تفویض برای ایجاد کسب‌وکار داشته باشند، ریسک‌ها برای سرمایه‌گذاران درک شده است و آگاهند که موفقیت تضمین نشده است. به‌طور میانگین، تعریف آنان از نرخ موفقیت قابل قبول برای سازمانی که کسب‌وکار جدید ایجاد می‌کند حدود ۳۰ درصد است و ادعان دارند که بیش از دو مورد از هر سه کسب‌وکار جدید ممکن است هرگز به کسب‌وکاری مداوم و در مقیاس بزرگ تبدیل نشود. این یافته‌ها نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران، کسب‌وکارهای جدید را به نسبت بر مرحله از راه‌اندازی، به عنوان سرمایه‌گذاری با ریسک کمتر در نظر می‌گیرند. دو سوم سرمایه‌گذاران مورد بررسی می‌گویند که ایجاد کسب‌وکار جدید راهی موثر برای افزایش ارزش‌گذاری سازمان است.

دوم آنکه رهبران کسب‌وکار به جای اینکه انتظار حرکت سریع به سمت سودآوری را داشته باشند، لازم است صبور باشند. سرمایه‌گذاران صورت‌تر از آن چیزی هستند که رهبران کسب‌وکار انتظار دارند به طور میانگین، سرمایه‌گذاران انتظار دارند کسب‌وکار جدید تقریباً چهار سال پس از اعلام عمومی برای رسیدن به سودآوری زمان ببرد. سوم آنکه رهبران کسب‌وکار می‌توانند معیارهای مختلفی (همچون تعداد کاربران فعال، عملکرد سودآوری و اندازه بازار)، را در مراحل مختلف فرآیند ایجاد کسب‌وکار، همچون سرمایه‌گذاران دنبال کنند. به‌عنوان مثال، در مرحله راه‌اندازی، سرمایه‌گذاران نگران این هستند که آیا ایده مورد نظر قابل اجراست یا خیر و تعیین می‌کنند که آیا ارزش دنبال کردن دارد یا خیر؟ با رشد کسب‌وکار جدید، سرمایه‌گذاران پتانسیل کامل آن را درک می‌کنند و با گسترش و بلوغ کسب‌وکار جدید، انتظار رشد و سودآوری آن را خواهند داشت. لازم است شرکت‌ها هنگام ایجاد کسب‌وکار از رویکرد سرمایه‌گذاران استفاده کنند. به عنوان مثال، سرمایه‌گذاران معمولاً از یک جدول زمانی چهار ساله و گاه بلندمدت‌تر برای سودآوری استفاده می‌کنند. سرمایه‌گذاران معتقدند ایجاد کسب‌وکار کارآمد به زمان و صبر فعال نیاز دارد. البته این به آن معنا نیست که شرکت‌ها چهار سال دست روی دست بگذارند و منتظر نتیجه باشند؛ بلکه آنها تلاش می‌کنند، تنظیم‌گری می‌کنند، ارتباط برقرار می‌کنند، تخصص مجدد می‌دهند، یاد می‌گیرند و در طول مسیر سازگار می‌شوند.

آنطور که سرمایه‌گذاران تصور می‌کردند از بین نرفته و همچنان می‌توانند به اقتصاد امید داشته باشند. حتی به نظر می‌رسد که برنامه‌های افزایش نرخ بهره هم متوقف شده‌اند و هم اکنون می‌توان در انتظار ثبات اقتصادی در بازار سهام بود. به این ترتیب سرمایه‌گذاران شاید بتوانند بالاخره پس از چند سال بحرانی و پرچالش، طعم اندکی ثبات را بچشند. با این حال به خاطر بیابورد که در دنی «جان بوجان»، هیچ‌کس نمی‌توانست از روزه کوچکی که امروز می‌بیند، اطمینان خاطر صد درصدی از آینده حاصل کند. در واقع، شاید اکنون بازار به نظر آرام باید اما الزاما اینطور نیست و تورم برداشته شود و نرخ تورم پایین بیاید، نرخ بهره افزایش پیدا کرده و به همین دلیل همه منتظر بحران اقتصادی و حتی نوعی رکود هستند. در حال حاضر می‌توان گفت که رشد اقتصادی هنوز

بود. واقعیت این است که هیچ‌چیز به اندازه نرخ بهره بانکی نمی‌تواند سرنوشت بازار را تغییر دهد و آن را دچار نوسان کند. از قضا، بازار سهام آمریکا و بسیاری از اقتصادهای پیشرفته دنیا دچار این مسئله شدند؛ چراکه بانک‌های مرکزی برای مقابله با تورم، چاره‌ای جز افزایش نرخ بهره نداشتند، به این ترتیب، سرسره‌بازی در بازار سهام آمریکا هم آغاز شد. تجربه‌های اقتصادی که در سه سال اخیر ایجاد شده، برای همه سرمایه‌گذاران جهان سرگیجه‌آور بوده است. ابتدا برای رشد اقتصادی، نرخ تورم بالا رفت و نرخ بهره به شدت کاهش پیدا کرد. حالا برای اینکه فشار از دوش مردم برداشته شود و نرخ تورم پایین بیاید، نرخ بهره افزایش پیدا کرده و به همین دلیل همه منتظر بحران اقتصادی و حتی نوعی رکود هستند.

در حال حاضر می‌توان گفت که رشد اقتصادی هنوز

برای سومین سال متوالی

**رشد اقتصاد جهانی کند می‌شود**

بانک جهانی هشدار داد که رشد جهانی در سال ۲۰۲۴ برای سومین سال متوالی کند شده و باعث طولانی‌شدن فقر و کاهش سطح بدهی در بسیاری از کشورهای درحال توسعه می‌شود. بانک جهانی در آخرین گزارش چشم‌انداز اقتصاد جهانی پیش‌بینی کرد که تولید ناخالص داخلی جهانی در سال جاری احتمالاً ۲٫۴ درصد رشد خواهد کرد. این برآورد در مقایسه با رشد ۲٫۶ درصدی اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۳ و همچنین رشد ۳ درصدی سال ۲۰۲۳ و رشد ۶٫۲ درصدی سال ۲۰۲۱ (زمانی که پس از پایان همه‌گیری کرونا، اقتصاد رو به احیا گذاشت) بسیار کمتر است. به نظر می‌رسد اقتصاد جهانی تحت تأثیر آثار برج‌مانده از همه‌گیری کرونا و در ادامه، تبعات جنگ روسیه و اوکراین و افزایش نرخ تورم و نرخ بهره در سراسر جهان، در نیمه اول دهه ۲۰۲۰ بدترین عملکرد نیم دهه اخیر طی ۳۰ سال گذشته را داشته است. بدین ترتیب به گفته بانک جهانی، رشد اقتصاد جهانی در دوره سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۴ نسبت به سال‌های بحران مالی جهانی ۲۰۰۹–۲۰۰۸، بحران مالی اواخر دهه ۱۹۹۰ آسیا و رکود در اوایل دهه ۲۰۰۰ ضعیف‌تر خواهد بود. بدون در نظر گرفتن انقباض اقتصادی ناشی از همه‌گیری کووید-۱۹ در سال ۲۰۲۰، رشد امسال ضعیف‌ترین رشد از زمان بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۹ خواهد بود.

بانک جهانی همچنین میزان رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۵ را کمی بالاتر از ۲٫۷ درصد پیش‌بینی می‌کند، اما به دلیل کاهش پیش‌بینی‌شده در میان اقتصادهای پیشرفته، این رقم نسبت به پیش‌بینی ۳ درصدی ماه ژوئن کاهش یافته است. اینطور به نظر می‌آید که هدف بانک جهانی برای پایان دادن به فقر شدید تا سال ۲۰۳۰ اکنون به‌شدت از دسترس دور شده است؛ زیرا فعالیت‌های اقتصادی تحت تأثیر شدید درگیری‌های ژئوپلیتیکی قرار گرفته‌اند. در همین زمینه، «پندرمیت گیل»، اقتصاددان ارشد گروه بانک جهانی در بیانیه‌ای گفت که بدون اصلاح مسیر اصلی، دهه ۲۰۲۰ به‌عنوان یک دهه فرصت از دست‌رفته، ثبات خواهد شد. به گفته «گیل»، رشد کوتاه‌مدت، ضعیف باقی خواهد ماند و بسیاری از کشورهای درحال توسعه به‌ویژه فقیرترین آنها را با مقادیر فلج‌کننده بدهی و دسترسی ضعیف به غذا برای تقریباً یک نفر از هر سه نفر، در تله‌ای به دام خواهد انداخت.

براساس گزارش بانک جهانی، چشم‌انداز اقتصادی ضعیف امسال پس از آن است که رشد جهانی در سال گذشته ۰٫۵ واحد درصد بیشتر از پیش‌بینی ماه ژوئن بود؛ زیرا اقتصاد آمریکا به دلیل هزینه‌های مصرف‌کننده قوی، عملکرد بهتری داشت. بانک جهانی در این زمینه اعلام کرد: اقتصاد آمریکا در سال ۲۰۲۳ بالغ بر ۲٫۵ درصد رشد کرد که ۱٫۴ واحد درصد بیشتر از تخمین ماه ژوئن آن بود. این موسسه پیش‌بینی کرد که رشد اقتصادی امسال به ۱٫۶ درصد کاهش پیدا می‌کند؛ زیرا سیاست‌های پولی محدودکننده فعالیت‌ها را در میان کاهش پس‌اندازها مهار می‌کند. تصویر رشد اقتصادی منطقه یورو با پیش‌بینی رشد ۰٫۷ درصدی در سال جاری، پس از قیمت‌های بالای انرژی که منجر به رشد ۰٫۲ درصدی در سال ۲۰۲۳ شد، به‌طور قابل‌توجهی تیره‌تر است. شرایط سخت‌تر اعتباری باعث کاهش ۰٫۶ درصدی چشم‌انداز منطقه یورو برای سال ۲۰۲۴ نسبت به پیش‌بینی ژوئن بانک جهانی شده است.

اقتصاد چین نیز در سال ۲۰۲۴ ضعیف‌تر می‌شود. وضعیت اقتصاد چین همچنان بر چشم‌انداز جهانی تأثیر می‌گذارد؛ زیرا رشد اقتصاد این کشور در سال ۲۰۲۴ به حدود ۴٫۵ درصد کاهش می‌یابد. این امر نشان‌دهنده کندترین رشد اقتصادی این کشور در بیش از سه دهه گذشته، به‌استثنای سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۲ است که تحت تأثیر همه‌گیری کرونا قرار داشت. این پیش‌بینی نسبت به پیش‌بینی ماه ژوئن ۰٫۱ درصد کاهش یافت که نشان‌دهنده کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده در بحبوحه تداوم آشفتمگی بخش املاک است و نشان می‌دهد رشد سال ۲۰۲۵ با کاهش بیشتر به ۴٫۳ درصد خواهد رسید. به گفته بانک جهانی، رشد ضعیف‌تر چین نشان‌دهنده بازگشت اقتصاد این کشور به مسیر تضعیف رشد بالقوه به دلیل بی‌ثباتی، کاهش جمعیت و افزایش بدهی‌ها است که سرمایه‌گذاری را محدود می‌کند و در یک‌کلام، فرصت‌ها برای رسیدن به پهمروری را کاهش خواهد داد. همچنین پیش‌بینی می‌شود که بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال‌توسعه در قالب یک گروه امسال ۳٫۹ درصد رشد کنند که کمتر از رشد ۴ درصدی سال ۲۰۲۳ و یک درصد کمتر از میانگین رشد اقتصادی این گروه در دهه ۲۰۱۰ است. این سرعت برای بیرون کشیدن جمعیت رو به رشد این مناطق از دل فقر کافی نیست و بانک جهانی اعلام کرد که تا پایان سال ۲۰۲۴، جمعیت ۲۰ کشور از هر چهار کشور درحال‌توسعه و ۴۰ درصد از کشورهای کم‌درآمد فقیرتر از سال ۲۰۱۹، یعنی پیش از همه‌گیری کرونا خواهند بود.

از سوی دیگر، بانک جهانی اعلام کرد که یکی از راه‌های تقویت رشد به‌ویژه در بازارهای نوظهور و کشورهای درحال‌توسعه، تسریع سرمایه‌گذاری سالانه ۲٫۴ هزار میلیارد دلاری موردنیاز برای گذار به انرژی پاک و سازگاری با تغییرات آب و هوایی است. این بانک شتاب‌های سریع و پایدار سرمایه‌گذاری حداقل ۴ درصدی در سال را موردمطالعه قرار داد و دریافت که رشد درآمد سرانه، تولید و تولید خدمات را افزایش می‌دهد و موقعیت نامی کشورهای را بهبود می‌بخشد. به اعتقاد بانک جهانی، اما دستیابی به چنین شتاب‌هایی به‌طور کلی نیازمند اصلاحات جامع از جمله اصلاحات ساختاری برای گسترش تجارت فرامرزی و جریان‌های مالی و بهبود چارچوب‌های سیاست مالی و پولی است.

گزارش سازمان جهانی کار از جنگ اوکراین

#### جنگ مشاغل را کشت

گزارش‌های جهانی همچنین نشان می‌دهد که جنگ روسیه و اوکراین، تبعات بس مخربی بر اقتصاد این کشور داشته و بسیاری از مشاغل را به نابودی کشانده است. مطابق بررسی‌ها، وضعیت اقتصادی اوکراین بعد از جنگ با روسیه بسیار بحرانی شده و این کشور با کاهش اشتغال و افزایش نرخ بیکاری مواجه شده است. بر همین اساس، سازمان جهانی کار بسته کمکی خود را به ارزش یک میلیون و ۳۰۰ هزار دلار روانه اوکراین کرده است. این کمک‌های بشردوستانه برای کمک کردن تا به لحاظ مالی از وضعیت بحرانی تا حدودی خارج شوند. در واقع، این کمک سازمان جهانی کار در واکنش به همین شرایط بحرانی است که اکنون اوکراین به دلیل جنگ در آن گرفتار شده است. علاوه بر این کمک مالی، سازمان جهانی کار همچنین تصمیم گرفته اقداماتی هم برای ثبات بخشی به اقتصاد اوکراین در دستور کار خود قرار دهد تا جلوی از دست رفتن مشاغل در این کشور را هم بگیرد. پیشنهاد برای قوانین جدید مربوط به کار هم از دیگر مواردی است که این سازمان در دستور کار خود قرار داده تا اوکراین را از شرایط وخیم اقتصادی نجات دهد.

فرصت امروز: نتایج طرح پژوهشی انجام‌شده توسط پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی و سرمایه‌گذاری از بیش از ۴۳ هزار واحد اقتصادی نشان می‌دهد، بزرگ‌ترین مانع تولید و سرمایه‌گذاری در ایران از نظر ۳۹٫۷ درصد بنگاه‌ها، تامین مالی است؛ در حالی که این میزان در جهان ۱۴٫۳ درصد و در خاورمیانه و شمال آفریقا ۱۱٫۴ درصد است. همچنین طبق گزارش بازوی کارشناسی مجلس، ۴۰ درصد مشکلات بنگاه‌های اقتصادی مطرح شده در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی (در اتاق بازرگانی ایران)، موضوعات مربوط به تامین مالی است. از سوی دیگر، شاخص مدیران خرید اقتصاد در حالی در پایان آذرماه به ۴۹٫۸۸ واحد رسید که برای سومین ماه متوالی، روندی کاهشی را تجربه کرد و همچنین کمترین مقدار ۱۱ ماه اخیر از بهمن‌ماه (غیر از فروردین) را به ثبت رساند. براسیدن رقم شاخص به زیر مرز ۵۰ به نوعی زنگ خطر تعمیق رکود در اقتصاد ایران به صدا درآمده است. به گفته فعالان اقتصادی، این روزها موضوع تامین مالی به عنوان شریان حیاتی بنگاه‌های اقتصادی به مهم‌ترین موضوع محوری آنها تبدیل شده و اغلب شرکت‌ها با تنگنای سرمایه در گردش و تامین مالی مواجه هستند.

متأسفانه روند تشکیل سرمایه ثابت در طول سال‌های اخیر، کاهشی شده و نظام تامین مالی تولید، کارآمدی لازم را نداشته است. به طوری که با روند نزولی نسبت تکمیل سرمایه به موجودی سرمایه و صعود نسبت استهلاک به موجودی سرمایه در برخی سال‌ها شاهد پیشی گرفتن نرخ استهلاک از نرخ تشکیل سرمایه بوده‌ایم. در این راستا و با تمرکز بر بازسازی نظام تامین مالی به‌ویژه در حوزه تولید، «تامین مالی تولید و زیرساخت‌ها» در مجلس به تصویب رسید که در ادامه با ایراد شورای نگهبان و هیأت عالی نظارت بر اجرای سیاست‌های کلی نظام مواجه شد. ایراد اصلی این طرح مربوط به برخی از وظایف شورای ملی تامین مالی است که از سوی شورای نگهبان و هیأت عالی نظارت بر اجرای سیاست‌های کلی نظام، مغایر با قانون اساسی و سیاست‌های کلی نظام شناخته شده است.

در همین زمینه، مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به بررسی نقاط قوت و ضعف این طرح پرداخته و با ارزیابی ایرادات شورای نگهبان، پیشنهادهایی ناظر بر رفع آنها را ارائه کرده است. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، از جمله نقاط قوت این طرح می‌توان به اصلاح رویه‌های مالیات‌ستانی، توسعه فعالیت صندوق‌های تضمین، شرکت‌های اعتبارسنجی و نظام سنجش اعتبار، جلب مشارکت بخش خصوصی به تسهیل اجرای طرح‌ها اشاره کرد. همچنین برخی مواد مصوبه بدلیل عدم‌توجه کافی به مفاد قانون اساسی و سیاست‌های کلی نظام به‌ویژه مواد ناظر بر تشکیل و وظایف شورای ملی تامین مالی، با ایرادات شورای نگهبان مواجه شده که این امر، از نقاط ضعف طرح محسوب می‌شود. در ادامه، برخی ایرادات شورای نگهبان و اظهارنظر کارشناسی این شورا از مصوبه مذکور آورده شده است. در ماده «یک»، بند «الف»، درخصوص طرح‌های زیربنایی، از این جهت که موارد مذکور، تمثیلی هستند یا حصری، ابهام دارد؛ همچنین بند «ت»، توافق‌نامه باخرید (ریپو) به‌جهت فقدان تعریف قانونی ابهام دارد. در متن مصوبه این بند آمده است: توافق‌نامه باخرید (ریپو) قرارداد بیعی است که طی آن خریدار و فروشنده اوراق بهادار همراه

تنگنای مالی در بنگاه‌های اقتصادی شدت گرفته است

## جیب خالی اقتصاد ایران



این مورد تأکید کرده ضروری است حدود و قواعد توسعه و ترویج نهادهای و ابزارهای تضمین مشخص شود؛ وگرنه ایراد شورای نگهبان باقی خواهد ماند. براساس اظهارنظر کارشناسی شورای نگهبان جزء ۳–۴–بند «ب»، با توجه به عدم‌احصای «تخلفات» که اعمال مقررات (مجازات‌های) انتظامی متناسب با آنها صورت خواهد گرفت، ابهام دارد؛ پس از رفع ابهام اظهارنظر خواهد شد.

در جزء ۴–بند «ب» ماده ۲ مقررات انتظامی بدون بیان تخلفاتی که منجر به اعمال این مقررات می‌شود، دارای ابهام شناخته شده است. ازاین‌رو ضروری است مصادیق تخلفاتی که به اعمال این مقررات انتظامی منجر می‌شود، بیان شود. این شورا پیشنهاد کرده عبارت «ناشی از عدم‌اجرای این قانون» پس از واژه «تخلفات» اضافه شود.

از نظر شورای نگهبان همچنین اجزای ۱–۴–بند «ب» و ۵–۴–۳–بند «ب»، با توجه به عدم‌تعین ضوابط و مقررات ادغام از جمله وجود ضرورت یا لزوم جلب رضایت طرف‌های ادغام یا لزوم وجود شرط سابق ابهام دارد؛ همچنین در جزء ۶–بند «ب»، «اوراق وثیقه» و «اوراق تضمین» با توجه به عدم‌تعریف قانونی، ابهام دارد. براساس نظر شورای نگهبان تبصره ۱–بند ب، با توجه به اینکه روشن نیست دبیرخانه با چه ساختاری تشکیل شده و اعضای آن، چه شرایطی دارند و همچنین از وظایف متعدد پیش‌بینی شده مستلزم بار مالی است یا خیر و همچنین منظور از وظایف اجرایی که قابل تفویض به دبیرخانه است، مشخص نیست، ابهام دارد؛ پس از رفع ابهام اظهارنظر خواهد شد.

همچنین براساس تبصره ۲ بند ب، درخصوص عدم‌تناهی وظایف و اختیارات شورا با وظایف و اختیارات دستگاه‌ها و شوراهای مذکور، با توجه به اینکه روشن نیست در صورت تداخل وظایف و اختیارات این شورا و نهادهای دیگر، تکلیف چیست، ابهام دارد؛ پس از رفع ابهام اظهارنظر خواهد شد. در تبصره ۴ بند «ب» نیز ایجاد «پایگاه داده اعتباری کشور»، با توجه به ایجاد بار مالی، مغایر اصل ۵۷ قانون اساسی شناخته شد. این شورا همچنین با عنایت به اطلاق تبصره ۴ درخصوص تکلیف دستگاه‌ها در ارائه اطلاعات، عنوان کرده اطلاق تبصره ۵ در مستثنی کردن پایگاه داده اعتباری کشور از ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های قوانین، مغایر بند ۱۰ اصل سوم قانون اساسی و موازین شرع شناخته شد.

براساس نظر کارشناسی شورای نگهبان و طبق تبصره ۶ بند «ب»، تفویض تعیین سطح و کیفیت دسترسی دستگاه‌های اجرایی و… به پایگاه داده اعتباری کشور توسط شورای ملی تامین مالی به دلیل ماهیت تقنینی مغایر اصل ۸۵ قانون اساسی است. همچنین تبصره ۷ بند «ب» از این جهت که روشن نیست منظور از ارائه اطلاعات دریافتی به اشخاص ثالث، «بدون اطلاع» دبیرخانه، نبوده هماهنگی و اجازه از دبیرخانه است یا صرف خبر ندادن، ابهام دارد. طبق نظر شورای نگهبان، در ماده ۳ و سایر مواد این مصوبه، دبیرخانه و شرایط آن مبنی بر ابهام مذکور در ماده ۲، ابهام دارد؛ پس از رفع ابهام اظهارنظر خواهد شد. در ماده ۵، با استظهار اینکه دستورالعمل‌مذکور ماهیت آیین‌نامه‌ای دارد و در جایی از مصوبه در مورد صلاحیت وضع آیین‌نامه، در مورد این ماده حکمی ذکر نشده است، اعطای صلاحیت تصویب دستورالعمل به شورای مذکور، مغایر با اصل ۸۳۱ قانون اساسی شناخته شد.

با انجام بیع به ترتیب یک خرید فروش با قیمت اعمال و سررسید معین و یک اختیار خرید با قیمت اعمال و سررسید از پیش تعیین‌شده را برای یکدیگر صادر می‌کنند.

در بررسی ماده ۱۲ مصوبه، در جزء ۶ و تبصره «یک» بند «الف»، عضویت دادستان کل کشور و روسای اتاق‌های مذکور در ترکیب شورا، با توجه به ماهیت اجرایی وظایف این نهاد، مغایر اصل ۶۰ قانون اساسی شناخته شد. از نظر شورای نگهبان همچنین تبصره «یک»، از جهت دارا بودن شرط وثاقت و امانت برای رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، ابهام دارد. در این تبصره در متن مصوبه عنوان شده رئیس شورا می‌تواند حسب مورد و به تناسب موضوع و با حق رأی از معاونان رئیس‌جمهور، سایر وزرا و روسای اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، اتاق تعاون ایران و اتاق اصناف ایران جهت شرکت در جلسات شورا دعوت کند.

در تبصره ۱۲ این مصوبه گفته شده شورا مجاز است با پیشنهاد رئیس شورا، کارگروه‌های تخصصی تشکیل داده و بخشی از وظایف خود را به این کارگروه‌ها واگذار کند. شورای نگهبان در اظهارنظر کارشناسی عنوان کرده با توجه به روشن نبودن اینکه کارگروه‌های مذکور، مشکل از چه اشخاصی است و اعضای آن، چه شرایطی دارند و همچنین از این جهت که منظور از «بخشی از وظایف» که امکان واگذاری آنها به کارگروه‌ها وجود دارد، مشخص نیست، ابهام دارد؛ پس از رفع ابهام اظهارنظر خواهد شد.

در جزء ۲–بند «ب» ماده ۲ مصوبه مجلس یکی از وظایف شورای ملی تامین مالی شناسایی و رفع عوامل دارای تأثیر منفی بر انگیزه سرمایه‌گذاری بیان شده است. در اظهارنظر کارشناسی شورای نگهبان عنوان شده است عبارت «رفع عوامل» از این حیث که شامل چه اقداماتی می‌شود، دارای ابهام شناخته شده است. به‌منظور رفع ایراد شورای نگهبان، پیشنهاد می‌شود، عبارت «و رفع» حذف و عبارت «و انجام اقدامات قانونی لازم» به انتهای جزء اضافه شود. شورای نگهبان همچنین عنوان کرده جزء ۳–بند «ب» درخصوص احکام مربوط به پایگاه داده اعتباری کشور، از جهت نسبت با قانون مدیریت داده‌ها و اطلاعات ملی ابهام دارد. به اعتقاد کارشناسان این شورا ضوابط مربوط به پایگاه‌های داده، در قانون مدیریت داده‌ها و اطلاعات ملی، تعیین شده است. در این مصوبه نیز ضوابطی درخصوص یکی از پایگاه‌های داده، یعنی پایگاه داده اعتباری کشور، مشخص شده است که نسبت آن با احکام قانون سابق مشخص نیست. این شورا به‌منظور رفع ابهام فوق، پیشنهاد کرده است عبارت «با رعایت قانون مدیریت داده‌ها و اطلاعات ملی» پس از عبارت «پایگاه داده‌های اعتباری کشور» اضافه شود.

همچنین اطلاق جزء ۵–بند «ب»، از جمله جزء‌های ۱ و ۲، ۸ و آن با توجه به ماهیت تقنین آن مغایر اصل ۵۸ قانون اساسی شناخته شد. مطابق اصل ۸۵ قانون اساسی، مجلس نمی‌تواند اختیار قانونگذاری را به شخص یا هیاتی واگذار کند. از این‌رو امور با ماهیت قانونی، قابل واگذاری به نهاد دیگری نیست. به همین جهت، مصوبه مجلس درخصوص واگذاری مطلق توسعه و ترویج نهادهای و ابزارهای تضمین، مغایر اصل ۸۵ قانون اساسی، شناخته شد. شورای نگهبان، در اظهارنظر کارشناسی در

### بهبود شاخص‌های سه‌گانه در بازار مسکن

۷۲ فقره رسیده که در مقایسه با ماه قبل، ۱٫۸ درصد افزایش داشته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد سطح معاملات به حدود یک چهارم وضعیت نرمال در بازار مسکن پایتخت رسیده که اثر آن به شکل رکود غیرتورمی بروز کرده است. با توجه به ثبات بازار ارز، بازار مسکن در پایتخت از خرده‌امه به آرامش رسیده و در برخی از ماه‌ها تورم منفی را تجربه کرده است. همسویی سیاست‌های کنترل‌کننده بازار ارز با برنامه‌های دولت شامل طرح نهضت ملی مسکن و دریافت مالیات از خانه‌های خالی به کاهش تقاضای سرمایه‌گذاری و سفته‌بازی در بازار ملک منجر شده است. «سیداحسان خاندوزی» وزیر اقتصاد، درآمدها در اقتصاد ایران را رو به افزایش دانست و گفت: «مسئله قیمت‌ها در بازار مسکن در سال گذشته پر فشار بود و اقسار ضعیف را تحت فشار قرار داد که امسال بحمدالله آرامشی در این بازار حکم‌فرماست، اما سفره مردم همچنان مسئله است و دولت برای مهار تورم تلاش می‌کند.» به گفته «خاندوزی»، «خرخ ارز، عامل تورم‌های کوتاه‌مدت است و به محض پرش قیمت ارز، سایر کالاها بلافاصله دچار رشد می‌شوند. تلاش دولت و مجلس در سال ۱۴۰۲ این بوده که از طریق کنترل نوسانات ارز، سایر متغیرهای تورمی کشور را نیز کنترل کرد».

همچنین «کیانوش گودرزی»، رئیس اتحادیه مشاوران املاک نیز درخصوص آخرین وضعیت بازار مسکن گفت: «برخی سازندگان و فروشنندگان به دلیل رکود ایجادشده، واحدهای خود را زیر قیمت به فروش می‌رسانند اما به اعتقاد من رونق ساخت‌وساز، رونق معاملات و ثبات قیمت‌ها باید همزمان باشد. در غیر این صورت ممکن است تعادل بازار مسکن به هم بخورد.» به گفته «گودرزی»، «پس از رشد سنگین قیمت مسکن که از اواخر سال گذشته و اوایل امسال ایجاد شد، خوشبختانه از خرداد به بعد شاهد ثبات و در مواقعی کاهش قیمت هستیم».

گفتنی است گزارش مرکز آمار از پروانه‌های ساختمانی صادر شده در تابستان امسال از افزایش ۳۷ درصدی صدور پروانه احداث ساختمان در شهر تهران نسبت به فصل گذشته حکایت دارد. با این وجود، آخرین گزارش شاخص مدیران خرید نشان می‌دهد که علی‌رغم این رونق نسبی

<sup>[1]</sup> این مورد تأکید کرده ضروری است حدود و قواعد توسعه و ترویج نهادهای و ابزارهای تضمین مشخص شود؛ وگرنه ایراد شورای نگهبان باقی خواهد ماند

<sup>[2]</sup> براساس اظهارنظر کارشناسی شورای نگهبان جزء ۳–۴–بند «ب»، با توجه به عدم‌احصای «تخلفات» که اعمال مقررات (مجازات‌های) انتظامی متناسب با آنها صورت خواهد گرفت، ابهام دارد؛ پس از رفع ابهام اظهارنظر خواهد شد



در ۹ ماهه ابتدای امسال به ثبِت رسید

#### رشد ۲۶ درصدی تسهیلات‌دهی بانک‌ها

تسهیلات پرداختی بانک‌ها از ابتدای فروردین تا پایان آذرماه ۲۶٫۴ درصد افزایش داشته‌است. سهم بخش خانوار نیز با احتساب کارتهای اعتباری اعطا شده به ۱۹٫۳ درصد کل تسهیلات پرداختی در این مدت افزایش یافت. طبق اعلام بانک مرکزی، در ۹ ماهه امسال از کل تسهیلات پرداختی، مبلغ ۳۱٫۶۵۹٫۵ هزار میلیارد ریال معادل ۸۲ درصد به صاحبان کسب و کار (حقوقی و غیرحقوقی) و ۶٫۹۵۳٫۷ هزار میلیارد ریال معادل ۱۸ درصد به مصرف‌کنندگان نهایی (خانوار) تعلق گرفته‌است. سهم تسهیلات پرداختی در قالب سرمایه در گردش در کلیه بخش‌های اقتصادی طی ۹ ماهه سال ۱۴۰۲ مبلغ ۲۴۱٫۱۹۷ هزار میلیارد ریال معادل ۷۶٫۲ درصد کل تسهیلات پرداختی به صاحبان کسب و کار است. سهم تسهیلات پرداختی در قالب خرید کالای شخصی توسط مصرف‌کننده نهایی (خانوار) مبلغ ۲٫۷۶۵۵ هزار میلیارد ریال معادل ۳۹٫۸ درصد از کل تسهیلات پرداختی به مصرف‌کنندگان نهایی (خانوار) است. سهم تسهیلات پرداختی بابت تأمین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن در ۹ ماهه سال ۱۴۰۲ معادل ۹٫۳۵۷٫۱ هزار میلیارد ریال بوده که حاکی از تخصیص ۳۸ درصد از منابع تخصیص یافته به سرمایه در گردش کلیه بخش‌های اقتصادی (مبلغ ۲۴۱۰۹۷ هزار میلیارد ریال) است. از ۱۱٫۴۷۸۸ هزار میلیارد ریال تسهیلات پرداختی در بخش صنعت و معدن معادل ۸۱ درصد آن (مبلغ ۹۳۵۷۰۱ هزار میلیارد ریال) در تأمین سرمایه در گردش پرداخت شده‌است که بیانگر توجه و اولویت‌دهی به تأمین منابع برای این بخش توسط بانک‌ها در سال ۱۴۰۲ است.

از کل تسهیلات پرداختی در دوره یادشده، مبلغ ۸۰۹۴۲٫۹ هزار میلیارد ریال معادل ۲۳ درصد به صورت تسهیلات خرد اعطا شده‌است. همچنین مبلغ ۶۱۶۵ هزار میلیارد ریال نیز در قالب کارتهای اعتباری انجام پذیرفته‌است، که با احتساب این مبلغ، کل تسهیلات پرداختی خرد (کمتر از ۳میلیارد ریال) به مبلغ ۹۰۵۵۹٫۴ هزار میلیارد ریال معادل ۲۴ درصد کل تسهیلات پرداختی را شامل می‌شود.

در سامانه شاپرک در پایان آذرماه رقم خورد

#### رشد ۳۸ درصدی تراکنش شاپرک

بررسی‌ها حاکی از آن است که در ۹ ماهه ابتدای سال ۱۴۰۲ در مجموع حدود ۱۲ درصد به تعداد تراکنش‌ها و حدود ۳۸ درصد به ارزش معاملات در مقایسه با سال گذشته افزوده شده‌است. البته کارشناسان عنوان می‌کنند که بخش زیادی از این افزایش ارزش معاملات در نتیجه افزایش سطوح قیمت‌ها رخ داده‌است. به گزارش «کوپران»، شبکه الکترونیکی پرداخت کارت یا سامانه شاپرک یکی از نظام‌های پرداخت است که طبق مصوبه شورای پول و اعتبار از دی ۱۳۹۰ به عنوان بازوی نظارتی بانک مرکزی تأسیس شد. به کمک شبکه شتاب و توسط این زیرساخت، امکان معاملات بدون نیاز به پول نقد فراهم شده‌است. به همین ترتیب به وسیله پایانه فروش (دستگاه پوز)، اینترنت و تلفن همراه امکان معامله به وجود آمده‌است. به طور کلی بررسی حجم معاملات ثبت شده در این سامانه می‌تواند تصویری کلی از حجم کل مبادلات در اقتصاد را نمایان کند.

براساس گزارش‌های منتشرشده از بانک مرکزی در سه فصل ابتدای ۱۴۰۲ مجموعاً حدود ۲۷ میلیارد تراکنش توسط سامانه شاپرک انجام شده‌است. مشاهده می‌شود در مقایسه با ۹ ماهه ۱۴۰۱ که تعداد تراکنش‌های انجام شده با این سامانه حدود ۳۳ میلیارد بود، حدود ۱۲ درصد به تعداد تراکنش‌ها افزوده شده‌است. بررسی‌ها حاکی از آن است که از ابتدای فروردین تا انتهای آذر سال جاری مجموعاً ۸ هزار و ۷۰۰ همت ارزش تراکنش‌های انجام شده از طریق این سامانه بوده‌است که نسبت به بازه مشابه در ۱۴۰۱ حدود ۳۸٫۷ درصد رشد یافته‌است. البته شایان ذکر است که افزایش ۳۸ درصدی ارزش تراکنش‌ها در سال جاری صرفاً ناشی از بیش‌تر شدن مبالغ نیست، چراکه احتمالاً افزایش سطح قیمت‌ها نیز در افزایش ارزش معاملات موثر بوده‌است. به همین ترتیب با توجه به تورم نقطه به نقطه ۴۰ درصدی مصرف‌کننده در آذر ۱۴۰۲ عنوان می‌شود احتمالاً بخش قابل توجهی از افزایش ارزش معاملات در سامانه شاپرک ناشی از افزایش سطوح قیمت‌ها بوده‌است.

از طریق تقسیم مبالغ معامله‌شده بر تعداد تراکنش‌ها می‌توان میانگین ارزش هر تراکنش را به دست آورد. بررسی‌ها نشان می‌دهد در ۹ ماهه ابتدای سال جاری ارزش هر تراکنش به ثبِت رسیده حدود ۲۳۷ هزار تومان بوده‌است. این درحالی است که ارزش سرانه هر تراکنش در سال ۱۴۰۱ در بازه زمانی مشابه، حدود ۱۹۱ هزار تومان رقم خورده بود. مشاهده می‌شود مبلغ سرانه هر تراکنش در انتهای پاییز سال جاری در مقایسه با سال گذشته حدود ۲۳٫۸ درصد رشد کرده‌است.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تأکید کرد

#### مالیات خرید طلا؛ تنها برای اجرت و سود

مرکز مبادله ارز و طلای ایران درباره مصوبه رفع تعهد ارزی با طلا در اطلاعیه‌ای اعلام کرد: بخشنامه جدید رفع تعهد ارزی با طلا از تاریخ ۷ دی ماه لازم‌الاجراست و عطف‌به‌ماسبق نمی‌شود. در اطلاعیه مرکز مبادله ارز و طلای ایران آمده‌است: با عنایت به درخواست‌های واصل از واردکنندگان شمش طلای استاندارد از محل ارز حاصل از صادرات خود جهت تحویل عرضه و فروش شمش طلای استاندارد در مرکز مبادله ارز و طلای ایران به منظور طی فرایند رفع تعهد ارزی وارداتی و صادراتی به اطلاع می‌رساند، با توجه به اظهارنظر بانک مرکزی در راستای ابلاغیه‌ای در تاریخ ۷ دی ماه ۱۴۰۲ آن بانک، مفاد بند (۴-۱) از قسمت «کلیات» بخش اول مجموعه مقررات ارزی بانک مرکزی؛ این بخشنامه از تاریخ ابلاغ لازم‌الاجرا بوده و عطف‌به‌ماسبق نمی‌شود. لذا از تاریخ ۷ دی ماه ۱۴۰۲ به بعد بانک‌های عامل ملزم به ارائه فرم تعهدنامه پیوست شماره (۱۶) بخش اول مجموعه مقررات ارزی به واردکنندگان طلا از محل ارز حاصل از صادرات خود بوده و ایشان نیز با هدف رفع تعهد ارزی وارداتی و صادراتی مکلف به پذیرش و امضای تعهدنامه موصوف هستند.

بر همین اساس برای آن دسته از واردکنندگان شمش طلای استاندارد که پیش از تاریخ بخشنامه فوق‌الذکر از محل ارز حاصل از صادرات خود به واردات طلا مبادرت ورزیده‌اند و در زمان مراجعه به بانک عامل تعهدنامه مورد اشاره از سوی آن بانک به ایشان ارائه نشده و آن تعهدنامه مورد پذیرش و امضاء واردکننده واقع نشده‌است، رفع تعهد ارزی و آزادسازی وثایق مأخوذه در قبال ارائه پروانه گمرکی مطابق حاکی از ترخیص قطعی کالا به مقصد سرزمین اصلی و رعایت سایر ضوابط و مقررات ابلاغی براساس شرایط و ضوابط قانونی پیش از تاریخ ۷ دی ماه ۱۴۰۲ امکان پذیر بوده و ضرورتی به اخذ تأییدیه از مرکز مبادله ارز و طلای ایران مبنی بر تحویل عرضه و فروش طلای وارده نیست. همچنین در پی بحث‌های اخیر پیرامون ثبت معاملات طلا در سامانه مودیان و اخذ مالیات در معاملات طلا و جواهر، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران تأکید کرد که اخذ ۹ درصد مالیات طلا صرفاً از اجرت و سود طلا باید گرفته‌شود و اصل طلا طبق قانون، معاف از مالیات است. «نادر بذرافشان» ضمن اشاره به اینکه تا سال ۱۴۰۰، کل اصل طلا، اجرت و سود مشمول ارزش افزوده می‌شد که هزینه سنگینی را برای مردم در برداشت، گفت: اما از دیگِبر ۱۴۰۰ به بعد دیگر بر روی اصل طلا مالیات محاسبه نمی‌شود و خریداران در صورت مشاهده تخلف، می‌توانند موضوع را پیگیری کنند.

هسته تورمی تا پایان سال به کدام سو می‌رود؟

## ردیابی تورم از کانال نقدینگی



طبیعی بوده یا ادامهدار خواهد بود؟ آیا رشد نقدینگی در آذرماه یک نوسان مقطعی بوده یا ادامه خواهد یافت؟ برای پاسخ به این سوال باید بررسی کرد که دلیل رشد نقدینگی در آذرماه چه چیزی بوده و چه چشم‌اندازی برای آن قابل تصور است؟

به طور کلی به دلیل اینکه نرخ تورم در بلندمدت با نرخ رشد نقدینگی حرکتی هماهنگ دارد، سیاستگذاران توجه فراوانی به این متغیر دارند و تغییرات آن بسیار اهمیت دارد. همانطور که اشاره شد، نقدینگی به وسیله دو عنصر مشخص می‌شود. اولین عنصر تعیین‌کننده نقدینگی، پایه پولی یا دارایی‌های بانک مرکزی است و دومین عنصر نیز قابلیت خلق شبه پول (سپرده‌های غیردیداری) است که با ضریب فزاینده سنجیده می‌شود. اولین عنصر تعیین‌کننده نقدینگی (پایه پولی) کاهش یافته‌است. آمارهای بانک مرکزی حاکی از آن است که رشد پایه پولی در آخرین ماه پاییز ۱۴۰۲ به ۳۳٫۵ درصد رسیده‌است. مقایسه این آمار با ماه‌های گذشته حاکی از کاهش قابل توجه سرعت حجم‌تر شدن پایه پولی است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در ماه‌های انتهایی سال ۱۴۰۱ و اوایل سال ۱۴۰۲ پایه پولی به شدت درحال رشد بود ولی بالاخره از ابتدای پاییز سال جاری روند نزولی به خود گرفت. بانک مرکزی تا چند ماه گذشته عنوان می‌کرد که نقدینگی اصلی‌ترین عامل از میان کل‌های پولی در تعیین تورم است که طبق ادبیات اقتصادی حرف نادرستی نیز نبود، اما همزمانی این سیاست با روند افزایشی رشد پایه پولی باعث نگرانی بسیاری از اقتصاددانان شده بود. دلیل نگرانی کارشناسان این بود که در نهایت در بلندمدت تحرکات پایه پولی با نقدینگی همسو خواهد شد و شاید در کوتاهمدت بتوان این دو کل پولی را واگرا تصور کرد اما در بلندمدت به سود یکدیگر همگرا خواهند شد.

رکورد ضریب فزاینده آذرماه

آمارها نشان می‌دهد که بالاخره از پاییز ۱۴۰۲ سیاستگذاران اهمیت این موضوع را دریافتند و برای کنترل رشد پایه پولی تلاش کردند. این درحالی است که هنوز رشد پایه پولی در ارقام قابل توجهی قرار دارد و هنوز بسیار بالاتر از رشد نقدینگی است و هنوز نگرانی‌ها به طور کامل رفع نشده‌است. البته شایان ذکر است که رشد کل‌های پولی به صورت نقطه‌به‌نقطه اعلام می‌شود. برای مثال حجم پایه پولی در آذرماه امسال نسبت به آذرماه سال گذشته ۳۳٫۵ درصد رشد کرده‌است. با توجه به اینکه در آبان ماه ۱۴۰۱ رشد ماهانه پایه پولی بسیار بالا بود (حدود ۵٫۳ درصد)، با رسیدن آذرماه و خارج شدن آبان سال گذشته از دید آمار، رشد نقطه‌به‌نقطه پایه پولی

فرصت ۲ ماهه بانک مرکزی برای کاهش رشد متغیرهای پولی

### نقدینگی مهم است یا پایه پولی؟

هدف تعیین شده برای رشد نقدینگی نیز در سال جاری برسد. کارشناسان معتقدند یکی از ریشه‌های تورم، ناترازی سیستم بانکی کشور است. عملاً دو ناترازی در کشور، ریشه رشد نقدینگی گسترده شده، در وهله اول کسری بودجه و پس از آن ناترازی نظام بانکی کشور عامل این رشد گسترده است. بر این اساس بانک مرکزی هدف خود را بر این قرار داد که بتواند در ترازنامه بانک‌ها نظارت کرده و کنترل ترازنامه‌ای بانک‌ها را از حیث کنترل ترازنامه بانک‌ها در جهت شفافیت و ارتقای سلامت نظام بانکی کشور و همچنین محدودیت در رشد ترازنامه بانک‌های بد، در دستور کار قرار دهد.

بدین ترتیب، سیاست بانک مرکزی برای کنترل رشد نقدینگی، بحث کنترل ترازنامه بانک‌های کشور است که برای این منظور، هدف این است که بتواند سلامت و شفافیت ترازنامه بانک‌های کشور را امکان‌پذیر کند و محدودیتی هم بر رشد ترازنامه بانک‌های بد، در نظر داشته باشد. به هر میزان که ترازنامه بانک‌های کشور، سالم‌تر و شفاف‌تر باشد و سلامت نظام بانکی کشور ارتقا پیدا کند، خروجی آن، می‌تواند کنترل رشد نقدینگی باشد و با کنترل رشد نقدینگی هم می‌توان امیدوار بود که تورم تا حدودی مهار شود. البته ناترازی تنها یک عامل تورم و التهاب قیمت‌هاست. بحث انتظارات تورمی و چشم‌های آرزوی هم دیگر ریشه‌های نوسانات قیمتی است که باید بانک مرکزی آنها را نیز مورد توجه قرار دهد و نمی‌توان انتظار داشت که صرفاً از کانال نظام بانکی، ثبات قیمت‌ها محقق شود.

تغییرات قیمتی هم تقاضا ایجاد نکرد

#### تکاپوی سکه و طلا در نیمه دی‌ماه

بدانیم، او در رابطه با میزان تغییرات قیمتی طلا و سکه در بازار و آخرین قیمت‌ها در روز پنجشنبه گذشته، گفت: هر گرم طلای ۱۸ عیار با ۶۵ هزار تومان افزایش نسبت به ابتدای هفته به ۲ میلیون و ۶۲۳ هزار تومان به ازای هر گرم در پایان هفته رسید، همچنین رشدها تمام طرح جدید با حدود یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان افزایش به ۳۱ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان و سکه تمام طرح قدیم نیز با یک میلیون و ۸۰۰ هزار تومان افزایش نسبت به ابتدای هفته، به ۲۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسید. نیم سکه نیز در این هفته یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رشد به‌دام داشته و در پایان هفته ۱۷ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان قیمت داشت. ربع سکه نیز هفته را با بهای ۱۱ میلیون و ۶۵۰ هزار تومان به پایان رساند که نسبت به ابتدای هفته ۸۰۰ هزار تومان رشد داشته‌است. سکه‌های یک گرمی بانک مرکزی نیز ۳۰۰ هزار تومان افزایش به حدود ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان رسید. «بذرافشان» در رابطه با آخرین وضعیت حباب سکه نیز گفت: حباب سکه نیز براساس آخرین قیمت سکه در بازار حدود ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار در بازار است که در طول هفته گذشته ۹۰۰ هزار تومان افزایش داشته

آمارهای منتشرشده از سوی بانک مرکزی نشان می‌دهد رشد نقدینگی در ماه پایانی فصل پاییز در مقایسه با آبان افزایش یافته‌است، اما در همین مقطع زمانی، رشد پایه پولی کاهش یافته‌است. سوالی که مطرح می‌شود، این است که آیا این روند تا پایان سال ادامه خواهد یافت یا آمار آذرماه صرفاً یک نوسان طبیعی در روند کل‌های پولی است؟ به گزارش «کوپران»، آمار کلی نقدینگی و پایه پولی منتشرشده که در آن رشد پایه پولی در آذرماه با کاهش و رشد نقدینگی با افزایش (در مقایسه با آبان) همراه شده‌است. باتوجه به اهمیت کل‌های پولی در تعیین تورم، بررسی علل تغییرات و چشم‌انداز روند حرکت آتی آنها می‌تواند برای داشتن تحلیل مناسب‌تری از تغییرات در اقتصاد کمک‌کننده باشد. پایه پولی به مجموعه‌ای از دارایی‌های بانک مرکزی گفته می‌شود که به ازای آنها به طور مستقیم در جامعه پول تزریق شده‌است. اجزای اصلی پایه پولی شامل خالص بدهی دولت به بانک مرکزی، خالص بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی، خالص ذخایر خارجی و طلا، خالص مانده عملیات بازار باز نزد بانک‌ها و سایر اقلام می‌شود.

اما این همه ماجرا نیست؛ پول پرقدرتی که توسط بانک مرکزی چاپ می‌شود باید از طریق بانک‌ها وارد جریان اقتصاد شود. عموماً به دلیل خاصیت خلق شبه پول توسط بانک‌ها، مقدار اعتبار بسیار بیشتری نسبت به پول چاپ شده توسط بانک مرکزی در اقتصاد تزریق می‌شود. در حال حاضر به ازای هر یک واحد پول چاپ شده توسط بانک مرکزی، بیش از هفت واحد پول توسط بانک‌ها در اقتصاد جریان می‌یابد. بنابراین پایه پولی براساس دارایی بانک مرکزی و نقدینگی براساس پایه پولی و قدرت خلق نقدینگی توسط بانک‌ها ایجاد می‌شود.

سمت و سوی رشد نقدینگی

براساس آمارهای بانک مرکزی از متغیرهای تورم‌ساز، رشد نقدینگی در آذرماه ۱۴۰۲ حدود ۲۷ درصد اعلام شده که در مقایسه با آذرماه ۱۴۰۱ که رشد نقدینگی ۳۳٫۴ درصد برسد، به گزارش «پسنا»، بانک مرکزی اخیراً اعلام مرکزی در تبیین سیاست‌های کلی خود عنوان کرده که در سال گذشته اهتمام خود را بر کنترل مقداری ترازنامه بانک‌ها قرار داده تا قابلیت خلق نقدینگی توسط بانک‌ها را کنترل کند. با وجود کاهش چشمگیر رشد نقدینگی در ماه‌های گذشته، نرخ رشد نقدینگی از آبان ماه ۱۴۰۲ با نرخ رشد ۲۶٫۲ درصد افزایش یافته و در آذرماه به ۲۷ درصد رسیده‌است. پرسش مهم این است که آیا این افزایش در نرخ رشد نقدینگی یک نوسان

براساس جدیدترین آمارها در آذرماه، رشد پایه پولی ۱۲ ماهه به ۳۳٫۵ درصد و نرخ رشد ۱۲ ماهه نقدینگی به ۲۷ درصد رسیده و وعده بانک مرکزی این است که تا پایان سال رشد پایه پولی به زیر ۳۰ درصد و رشد نقدینگی به ۲۵ درصد برسد. به گزارش «پسنا»، بانک مرکزی اخیراً اعلام کرده که رشد پایه پولی ۱۲ ماهه از ۴۵ درصد در فروردین‌ماه به ۳۳٫۵ درصد در آذرماه کاهش یافته‌است. نرخ رشد ۱۲ ماهه نقدینگی نیز از ۳۳٫۴ درصد در پایان آذرماه ۱۴۰۱ طی یک روند نزولی به ۲۷ درصد در پایان آذرماه ۱۴۰۲ کاهش یافته‌است. بر این اساس، حجم نقدینگی در پایان آذرماه ۱۴۰۲ به رقم ۹۸۰ هزار میلیارد ریال رسید که نسبت به پایان سال ۱۴۰۱ معادل ۱۸٫۳ درصد رشد نشان می‌دهد. همچنین پایه پولی در آذرماه سال ۱۴۰۲ نیز رقم ۱۰۲۳۱٫۹ هزار میلیارد ریال را به ثبت رساند. بر این اساس پایه پولی در پایان آذرماه سال جاری رشدی معادل ۱۹ درصد را نسبت به پایان سال ۱۴۰۱ تجربه کرد. البته رئیس کل بانک مرکزی پیش‌تر وعده داده که تا پایان سال رشد پایه پولی به زیر ۳۰ درصد و رشد نقدینگی به ۲۵ درصد برسد. بر این اساس بانک مرکزی تقریباً دو ماه فرصت دارد تا براساس وعده خود نرخ رشد نقدینگی را حداقل ۳٫۵ درصد و رشد نقدینگی را ۲ درصد کاهش دهد.

درساره علت این روند کاهش نیز باید به این نکته اشاره کرد که بانک مرکزی در ماه‌های اخیر با برنامه‌هایی مانند اصلاح نظام بانکی و کنترل مقداری رشد ترازنامه بانک‌ها، به دنبال کاهش رشد پایه پولی بوده تا به

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه علی‌رغم کاهش قیمت‌ها در بازار طلای جهانی و نوسانات افزایشی در بازار ارز، بازار سکه و طلا در هفته گذشته روندی صعودی داشت، تأکید کرد که مجدداً رکود بر بازار سکه و طلا حاکم شده و افزایش قابل توجه قیمت سکه و طلا هم منجر به ایجاد تقاضا در این بازار نشد. «نادر بذرافشان» در رابطه با وضعیت یک هفته اخیر بازار سکه و طلا به «پسنا» توضیح داد: درحالی که دو هفته پیش به سبب ایام ولادت حضرت زهرا (س) کمی تقاضا پس از تجربه رکود در بازار ایجاد شد، متأسفانه از ابتدای هفته گذشته مجدداً با کاهش تقاضا در بازار مواجه بودیم و شرایط رکود مجدداً آغاز شد. این رکود بر بازار سکه و طلا که از ابتدای سال بر این صنعت و بازار آن سایه افکنده است، جای سوال و بحث دارد. در طول این هفته، علی‌رغم کاهش میانگین ۱۲ دلاری اونس جهانی طلا (در حال حاضر اونس طلا ۲۰۳۳ دلار است) در بازارهای داخلی باتوجه به نوسانات و افزایش نرخ ارز روند صعودی قابل توجهی را شاهد بودیم؛ باتوجه به اینکه تقاضایی در بازار حالت رکود داشت، تنها علت این افزایش قیمت سکه و طلا را نوسان افزایشی نرخ ارز





# اشتباهات برندسازی در کسب و کارهای کوچک



**بی توجهی به گردآوری بازخوردها**

بازخوردها برای تاثیر گذاری بر روی مشتریان در بازارهای امروزی امر بسیار مهمی محسوب می شود. امروزه بسیاری از برندهای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف شرایط دشواری را طی می کنند. یکی از دلایل این امر ساختار پندری برند بدون توجه به نظر و سلیقه مشتریان است. چنین امری در نهایت شما را برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف در شرایط دشواری قرار خواهد داد. این امر می تواند شما را به چالش بزرگی دچار کرده و حتی شانس تان برای تعامل با مخاطب هدف را نیز به شدت کاهش دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه نظرات مشتریان را در کانون توجه قرار دهید. در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی تان برای اثر گذاری بر روی مخاطب هدف را بین ببرود.

برندهای بزرگ و محبوب در بازار همیشه توانایی بسیار خوبی برای جلب نظر مشتریان دارند. این امر می تواند برای آنها یک تحول بزرگ در دنیای کسب و کار محسوب شود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیر گذاری حرفه ای بر روی مخاطب هدف و ایجاد برند کامل هستید، باید همیشه نظرات و بازخوردهای آنها را در کانون توجه قرار دهید. نکته مهم در این امر نحوه گردآوری بازخوردهای مشتریان است.

بسیاری از مشتریان در تعامل با برندها تمایلی برای ارائه بازخورد ندارند. این امر در شکل های بسیار مختلفی تجلی را نشان می دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه پیش از اینکه کارتان را شروع کنید، نسبت به سطح تمایل مشتریان برای ارائه بازخورد مطمئن شوید. اگر مشتریان شما تمایلی برای ارائه نظر در این رابطه ندارند، شما باید دست به کار شده و خودتان نظر آنها را جلب کنید. در غیر این صورت شاید خیلی زود مشکلات تان به طور چشمگیری افزایش پیدا کرده و دیگر شانس برای تعامل مناسب با مخاطب هدف تان نداشته باشید.

یادتان باشد حضور در شبکه های اجتماعی می تواند همیشه مزیتی مهم برای برند شما محسوب شود. در این صورت شما می توانید به سادگی به مشتریان امکان به اشتراک گذاری نظر و سلیقه خود را بدهید. این امر به شما کمک می کند تا با مخاطب هدف به تعامل با مخاطب هدف به ترغیب وی به ارائه نظراتشان به بهترین شکل ممکن کنید.

یکی از نکات مهمی که شما در این میان باید مد نظر داشته باشید، ضرورت پرهیز از دریافت بازخورد از دوستان یا اعضای خانواده است. این دسته از افراد به دلیل ارتباط شخصی که با شما دارند، به طور معمول نظر اصلی شان را بیان نمی کنند. درست به همین خاطر شما باید فقط به دنبال نظرات مشتریان و مخاطب هدف برندتان باشید.

مخاطب هدف مشکلات زیادی دارند. در این راستا اگر شما خودتان تلاشی برای کاهش این مشکلات نداشته باشید، هیچ‌کس نتوانایی کمک کردن به شما را ندارد. از زیبایی وضعیت مخاطب هدف به برندسازی برای شما نیازهای آنها را از شیوه‌های مناسب برای کمک به کسب و کارتان است. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و وضعیت برندسازی‌تان را به نهایت ساده‌تر در هر زمان دیگری می‌کند.

وقتی شما به مخاطب هدف احترام می‌گذارید، آنها تمایل بالاتری برای همکاری با تعامل با شما خواهند داشت. درست به همین دلیل امروزه برندهای بزرگ هر لحظه آمادگی تغییر شرایط در پی جلب رضایت مشتریان را دارند. این امر می‌تواند شما را به سرعت بدل به برندی دوست‌داشتنی در دنیای امروز سازد. شاید همیشه این نکته مهم را در خاطر داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود شرایطتان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با مشکلات زیادی رو به رو شود. در این میان نیز برندگان اولین قربانی خواهد بود.

### عوامل زمانه در برندسازی

برند شما مثل یک مردم زمانه به طور مداوم نیازمند مراقبت و رسیدگی است. برندهایی که برای مدت زمان طولانی مورد پی‌توجهی قرار می‌گیرند، به مرور زمان از بین رفته و جای خودشان را به رقبای تازه نفس می‌دهند. درست به همین دلیل شما اگر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، باید همیشه استراتژی‌های‌تان را با دقت بالایی دنبال کرده و به فکر آپدیت مداوم برندتان باشید.

همان طور که یک محصول در طول زمان باید به‌روز رسانی‌های زیادی را دریافت کند، شما هم برای اینکه برندگان همیشه محبوب مشتریان باشد نیازمند آپدیت جزئیات یا حتی تغییرات کلی در طول زمان هستید. این امر شما را برای مدت زمانی طولانی‌تر در کانون توجه مخاطب قرار خواهد داد. در نتیجه رسانی‌تان بر روی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم افزایش پیدا می‌کند. این امر می‌تواند شما را به طور چشمگیری بدل به یک برند دوست‌داشتنی برای مشتریان کرده و حتی در طول زمان رقبای‌تان را برای کسب جایگاه‌تان با چالش‌های جدی رو به رو سازد.

وقتی شما در برندسازی با توجه به خودتان شاد هستید، مشتریان‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دوچندان خواهد شد. دلیل این امر نیز کاملاً مشخص است. وقتی مشتریان خبرهای بیشتری درباره شما می‌شنوند، تمایل شان برای همکاری و خرید از شما بسیار بیشتر می‌شود. با این حساب شاید دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش رو نخواهد داشت.

این امر می‌تواند برای شما در دوره‌های زیادی به همراه داشته و حتی شانس‌تان را نیز به نفعات کاهش دهد. بسیاری از برندگان در چنین شرایطی، از تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف مسیر دشواری را طی می‌کنند. توصیه ما این است که راندا تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از راهکارهای نوین است. یکی از راهکارهای مهم در این میان ارزیابی دقیق عملکرد راندا و تلاش برای بازه‌ای از استراتژی‌های ناموفق آنها در بازار است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود وضعیت کاری‌تان خواهد داد.

یادمان باشد ارزیابی وضعیت راندا امری پیچیده یا خیلی سخت نیست. درست به همین دلیل شما باید خودتان را به ساده‌ترین شکل ممکن در این میان عادت دهید. کافی است برندگان راه‌های به نفعات سخت و پیچیده‌ای به اسم ارزیابی راندا انجام می‌دهند. این امر نه تنها کمکی به شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف نمی‌کند، بلکه در بازه‌های زمانی طولانی موجب شکست کسب و کارتان نیز خواهد شد. درست به همین دلیل شما باید همیشه وضعیت کاری و فعالیت برندگان را با دقت بسیار زیادی انجام دهید. در عین حال ایده‌های ساده همیشه موارد و گزینه‌های بدی نیستند. درست به همین دلیل شما باید حواس‌تان به این بخش از فعالیت برندگان جمع باشد.

شما امروزه برای ارزیابی وضعیت راندا ابزارهای بسیار متنوعی دارید. به عبارت بهتر، شما دیگر لازم نیست به طور سنتی در تلاش برای مطالعه درباره مخاطب هدف‌تان یا راندا باشید. در عوض جالب است و بسیاری تحلیلی بسیار زیادی در خدمت شما هستند. نکته جالب اینکه در بسیاری از موارد خدمات برای ابزارهای مثل گوگل آنالیتیکس به طور کاملاً رایگان در دسترس شما قرار می‌گیرد. این این حساب شما برای ارزیابی وضعیت راندا مشکلات زیادی نخواهد داشت. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مخاطب هدف قرار داده و وضعیت‌تان را به طور چشمگیری بهبود بخشد.

بی‌شک به کار آفرینی توانایی‌های محدودی دارد. این امر باید موجب استفاده درست شما از ابزارهای پیرامون‌تان گردد. درست به همین خاطر شما باید همیشه کارتان را با بهترین بازه‌ای ممکن دنبال کنید، در غیر این صورت خیلی زود قیامت‌تان از شما جلوده و دیگر توانایی تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا نخواهید کرد.

## عدم شناخت درست مخاطب هدف

مخاطب هدف تمام برنام‌ها و موفقیت برند را شکل می‌دهد. در حوزه برندسازی شما باید همیشه نیم‌نگاهی به مشتریان باید یا مخاطب داشته باشید. فعالیت براساس سلیقه و نیاز آنها همیشه چاره کارتان خواهد بود. این امر می‌تواند برای شما جذایب‌های بسیار زیاد و متنوعی رو به رو هستند. یادتان باشد مشتریان را در بازار برندهای بسیار زیاد و متنوعی رو به رو می‌بینید. درست به همین دلیل اگر شما اندکی غفلت به خرج دهید، به سادگی هرچه کمتر ناشناسان برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهید. این امر می‌تواند حتی به قیمت اعتبار برندان نیز تمام شود. درست به همین دلیل همیشه تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را برندسازی مشتری محور دنبال کنید.

همان طور که یک برند به طور مداوم وضعیت رقبا را مد نظر دارد، برای برندسازی موفق باید وضعیت مخاطب هدف را نیز زیر ذره بین قرار دهید. انظوری بسیاری از مشکلات‌تان به طور خودکار حل شده و اتفاقات تاثیر گذاری گسترده بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. اگر توانایی به مسیر تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف شما باشد از بسیاری از موقعیت‌های پیشی روی‌تان بگذرد. این امر به معنای ترجیح دادن مشتریان به بقیه عوامل موجود در بازار است. اگر شما چنین رفتاری در نگاه‌تان نداشته باشید، خیلی زود مشتریان از برند شما ناامید شده و به سراغ دیگر کسب و کارها خواهد رفت. این امر می‌تواند در بلندمدت اعتبار برندان را به شدت کاهش دهد. پس به همین خاطر باید همیشه نیم‌نگاهی به وضعیت رقبا در بازار داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود وضعیت‌تان به طور چشمگیری تحت تاثیر قرار گیرد. این امر به شما برای تاثیر گذاری بهینه بر روی مخاطب هدف هیچ شانس نخواهد داد.

در بازارهای امروز وقتی یک برند اشتباهات زیادی صورت دهد، خیلی زود از صحنه رقابت حذف می‌شود. اگر در این میان شما به عنوان یک کسب و کار کوچک در بازار باشید، وضعیتتان به شدت دشوارتر می‌شود، چراکه یک اشتباه کوچک در حوزه برندسازی برای کنار گذاشته شدن برندتان به طور دائمی کافی خواهد بود. این امر می‌تواند شما را با مشکلات بسیاری روبرو کند و سواخته و زیادهای آن نیز تغییر دهد.

بدانان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای گذراندن ری روی

شناسه آگهی: ۱۳۳۷.۰۲۹

## ابلاغیه ابلاغ رأی



جمهوری اسلامی ایران  
اداره کل پروتکل  
حقوقی استان مازندران

آقای مهدی مهربان    فرزند محسن    با توجه به اینکه طی دادنامه شماره ۰۶۷۵/۱۰۰۰۰۲۳۰۰۱۴۰۲ مورخ ۱۴۰۲/۹/۱۵ این شعبه به اتهام قاجاق کالا به ضبط کالا به نفع ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره) محکوم گردیده اید رأی صادره وفق ماده ۴۰۶ قانون آیین دادرسی کیفری طرف ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل اعتراض و همین شعبه و پس از آن نیز در مهلت بیست روز قابل تجدیدنظرخواهی در شعب تجدیدنظر بوده فلذا بدینوسیله رأی صادره به شما ابلاغ و اعلام می گردد در صورت مراجعه در مواعد مقرر وفق قانون اقدام خواهد شد.

کنعانی - مدیر دفتر شعبه چهارم  
بدوی و ویژه فاجاکی کالا و ارز تغزیرات  
حکومتی استان قم

به قلم: ایوان ویدجایا  
کارشناس کسب و کار و مدیر سایت [noobpreneur.com](http://noobpreneur.com)  
ترجمه: علی آل علی

کسب و کارهای کوچک در طول سال‌های اخیر فضای بی‌نهایت رقابتی را پشت سر گذاشته‌اند. این امر از سویی به دلیل محدودیت‌های بازار و از سوی دیگر حضور برندهای بزرگ و از سویی دیگر دوران پاسخگویی و شفافیت‌های جدید است. هرچه بیشتر است، این امر از نوع خودش برای برندها در درجه‌های زیادی به همراه داشته و توانایی آنها در عمل را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این میان برخی از کسب و کارهای کوچک و متوسط در سرنوشتی به مثابه راهکاری برای معرفی حرفه‌ای کسب و کارشان به مخاطب هدف سود می‌برند.

امروزه مردم بیشتر از اینکه با محصولات یا کارآفرینان سر و کار داشته باشند، درگیر برندهای مختلف هستند. این امر می‌تواند برای بسیاری از افراد جذابیت‌های بی‌نهایت زیادی داشته و حتی ذهن‌شان را برای مدت زمانی طولانی درگیر می‌کند. به همین خاطر در دنیا امروز کسب و کارهای که برند قوی‌تری داشته باشند، همیشه مشتریان را جلب می‌کنند. نکته مهم در این رابطه ضرورت استفاده از تکنیک‌های درست است. هر استراتژی برهه‌ای از تکنیک‌های نادرست نباشد، چیزی به غیر از شکست است. همه آن‌ها را یادداشت.

در مورد کسب و کارهای کوچک بسیاری از اوقات کاربرد تکنیک‌های یادداشت در زمینه مدیریت کسب و کار و همچنین برندنسازي مشکل‌ساز می‌شود. این امر می‌تواند در درسهای مربوط به تاثیر گذاري بر روي مخاطب هدف را ايجاد چهره‌اي بی‌تاثیر جذاب از برند را بطور تصادفي افزايش دهد. يادتان باشد در دنياي امروز بسياري از برندها حتی پس از اینکه هزینه‌های سرسام‌آور برای تعامل با مخاطب هدف انجام می‌دهند، نتوانايي تأثير گذاري نهايي بر روي مخاطب هدف را پيدا نمی‌کنند. اين امر به دليل ماهيت برند آنها و ساختار نادرستش روي مي‌دهد. هدف اصلي در اين مقاله مرور برخي از مهمترين اشتباهات در زمینه تأثير گذاري بر روي مخاطب هدف و استفاده از راهکارهاي متفاوت است. اين امر به شما امکان تصميم گيري هرچه بهتر درباره وضعت برندنسازي کسب و کارتان را مي‌دهد. در ادامه برخي از مهمترين نکات در اين راستا را با هم مرور خواهد کرد.

**فقدان استراتژی برند**

برندسازی بدون یک استراتژی دقیق و برنامه‌ای مدون هیچ وقت با موفقیت همراه نخواهد بود. این امر توانایی برند برای بردهای مختلف جذابیت زیادی به همراه داشته و توانایی آنها را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. بداندان باشد برنامه‌ریزی برای برندهای همه امور را تحت یک نظم واحد درمی‌آورد. این امر می‌تواند در ادامه مسیر برای شما مزایای بسیار متعددی به همراه داشته باشد.

گاهی اوقات برآمده برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه با مشکلاتی نظیر ارزش انگیزه مشترک میان رو به رو می‌شوند. دلیل این امر این است که مخاطب هدف در حقیقت برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیست. چنین امری شانس شانس در عمل را به طور چشمگیری کاهش خواهد داد. یادتان باشد در دنیای کسب و کار شما برای هر کاری باید برنامهای دقیق داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود تواناییان برنامهای خاص شدیدی پیدا کنند. این وقت دیگر هرگز فرصتی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود شرایطتان را به دست نمی‌آورید.

بسیاری از برندها در شرایط کنونی برای طراحی برنامه یا استراتژی برند  
توجه موسسات حرفه‌ای کمک می‌گیرند. این امر می‌تواند برای شما مزایای  
زیادی به همراه داشته و کارتان را نیز به نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری  
سازد. نکته مهم در این راستا توجه به بودجه در دسترس برای برند است. اگر  
شما بودجه خوبی برای برندسازی دارید، می‌توانید به ساده‌ترین شکل  
ممکن از توصیه‌های حرفه‌ای در این میان سود ببرید. این امر شما را  
کانون توجه مخاطب هدف قرار می‌دهد.

بسیاری از برندها برای تأثیر گذاری بر روی مخاطب هدف همیشه بوده که کافکی را دارند. در این صورت شما باید استراتژی برندهاسازی نام را خودتان تهیه یا طراحی کنید. این امر شاید آنقدر سخت تر باشد، اما دست کم یک مزیت برای شما به همراه خواهد داشت. نحوه فعالیت در این میان شامل تلاش برای گردآوری اهداف مختلف در زمینه برندهاسازی است. سپس شما باید اهداف خودتان را انتخاب کرده و شروع به طراحی یک نمای ظاهری از برندهاسازی براساس این اهداف کنید.

ظاهر یک برند باید همیشه اهداف و ارزش های آن را به بهترین شکل ممکن بیان کند. مثلاً در لوگوی نام باید همیشه از طراحی های مرتبط با حوزه کاری و همچنین اهداف نام سود ببرید. این امر شما را در کانال خودنویس مشتریان قرار می دهد. درست به همین دلیل در صورتی که نام و بهارهای لازم برای شناسایی اهداف مناسب برای برندهاسازی و ترکیب آنها با ویژگی های ظاهری این نام را داشته باشید، دیگر مسیر دشواری پیش روی نام نخواهد بود. این امر می تواند برای شما جدایی های بسیار زیادی به همراه داشته باشد. حتی شناسان نام در این میان را نیز تقویت نموده

**عدم مطالعه درباره رقا**

وارد شدن به دنیای پرندسازی بدون مطالعه دقیق درباره رقا ریسک بسیار بزرگی محسوب می‌شود. امروزه پهندهای بسیار زیادی در بازار فعالیت داشته و همگی به دنبال جاب نظر مخاطب هدف هستند. این امر باید اگری شما به مثابه یک اخطار برای نهات مهم لحاظ شود. در این صورت اگر شما مهارت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشید، کارتان به شدت ساده‌تر می‌شود. این آگاهی و مهارت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف، فقط و فقط از طریق مطالعه و ارزیابی وضعیت رقا به دست می‌آید. بی‌تقصیبی از برندها در فعالیت‌ها یادداشت کنید تا این حال شما قرا نیست پرندهتان را مانند دیگر رقبا توسعه دهید. البته گاهی اوقات برخی از استراتژی‌های رقا بسیار زیادی به همراه داشته و شما می‌توانید از آن الگو بگیرید. در عین حال باید تمام تلاش‌تان را دراستیها و ریزها از الگو دیگر بپاشد.

در زمینه کسب و کارهای کوچک بروز اشتباهات به سرعت روی می‌دهد.

### آگهی مناقصه عمومی

شرکت رهاورد سازندگی آزادگان رسا (سهامی خاص) در نظر دارد عملیات خاکی (لجن برداری، قلوو ریزی، خاکریزی و تحکیم بستر یا مصالح مناسب) پروژه (دنا) پروژه ۲۴۳۵ واحدی عالیشهر بوشهر را به شرکت ها و پیمانکاران واجد شرایط از طریق مناقصه عمومی واگذار نمایند لذا از کلیه شرکت ها و پیمانکاران ذیصلاح دعوت به عمل می آورد تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۵ نسبت به دریافت اسناد مناقصه و ارسال پیشنهاد خود به یکی از نشانی های ذیل اقدام نمایند.

۱- بوشهر - عالیشهر - فاز ۶ انتهایی خیابان مطهری پروژه ۲۴۳۵ واحدی نهفت ملی عالیشهر.

۲- تهران - سعدشهر خیابان سیمرح غری، خیابان گلزار، نبش کوچه پروانه، بلاک ۲، شرکت رهاورد سازندگی آزادگان رسا

| شرح خدمات                                                                                                                                           | مقدار تقریبی | واحد     | آدرس پروژه             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------|------------------------|
| عملیات لجن برداری در زمین های لجنی و نیزار به ارتفاع حداکثر ۳ متر (لجنی) با ماشین آلات مربوطه و بارگیری و حمل و تخلیه در محل مجاز تعیین شده کارفرما | ۹۶۰۰         | متر مکعب | شهر جدید عالیشهر بوشهر |
| قلوو ریزی (تهیه مصالح، حمل، قلوو ریزی، تسطیح)                                                                                                       | ۹۶۰۰         | متر مکعب | شهر جدید عالیشهر بوشهر |
| خاکریزی (تهیه مصالح، حمل، خاکریزی، تسطیح)                                                                                                           | ۳۰۰۰         | متر مکعب | شهر جدید عالیشهر بوشهر |

• تلفن: جهت هماهنگی و بازدید از محل پروژه ۰۹۱۷۱۹۵۱۰۴۹ (مهندس زاهدی). • ساعت تماس: از ۸ صبح لغایت ۱۷. • مهلت دریافت و تحویل اسناد تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۵ می باشد. • هزینه آگهی برگزاری مناقصه (روزنامه) با نفر برده خواهد بود. • شرکت در رد یا قبول پیشنهادهای دریافتی مختار می باشد.

### شرکت رهاورد سازندگی آزادگان رسا

**نوبت اول**

شناسه آگهی: ۱۶۴۰۷۴۲

## آگهی مناقصه عمومی – یک مرحله ای

### همراه با ارزیابی کیفی شماره ۸۲-۱۴۰۲/۱

### بشماره ثبت سامانه تدارکات دولت «ستاد»: ۰۰۲۰۰۱۲۴۴۰۰۰۸۵



شرکت برق منطقه ای مازندران و گیلان

شرکت برق منطقه ای مازندران در نظر دارد خرید پیمانتهای زیر حمل و تخلیه، نصب و آزمون برای تقویت شبکه پست ۶۳/۱۰ کیلوولت شهید کلامی قاشمشهر برابر شرایط ذیل و شرح مشخصات و اطلاعات مندرج در اسناد مناقصه به مناقصه گر واجد شرایط و امکان نامید لازم به ذکر است کلیه فرآیندهای برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد و همچنین گشایش پاکت، مطابق فرآیند تعریف شده در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد.

|                                                                                                                                                                                                  |                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <p>۱- ارائه گواهی حداقل رتبه ۵ رسته نیرو از سازمان برنامه و بودجه الزامی میباشد.</p> <p>۲- ارائه گواهی تایید صلاحیت ایمنی از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی.</p>                                | <p><b>ترتبات مورد نیاز</b></p>                             |
| <p>۴۹,۹۰۵,۵۸۰ ریال معادل «شصت و چهار و نه میلیون و پنجاه هزار و پانصد و هشتاد ریال»</p>                                                                                                          | <p><b>مبلغ ضمانتنامه</b><br/>(شرکت در فرآیند رایج کار)</p> |
| <p>تضمین های معتبر (شامل فیش واریزی وجه نقد، ضمانتنامه بانکی...) مطابق آیین نامه تضمین دولتی مصوبه هیأت وزیران بشماره ۱۳۳۴/۱۳۴۴/۵۰۵۶۹۲ هـ قمری و اصلاحیه های بعدی آن (مدرج در اسناد مناقصه).</p> | <p><b>نوع ضمانتنامه</b><br/>(شرکت در فرآیند رایج کار)</p>  |
| <p>سامانه «تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)» به آدرس <a href="http://www.setadiran.ir">www.setadiran.ir</a></p>                                                                                    | <p><b>محل دریافت و ارسال اسناد:</b></p>                    |
| <p>از ساعت ۰۸:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۴ الی ساعت ۱۹:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۷</p>                                                                                                      | <p><b>زمان دریافت اسناد:</b></p>                           |
| <p>تا ساعت ۱۵:۳۵ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۱۲</p>                                                                                                                                                 | <p><b>مهلت ارسال پیشنهاد</b></p>                           |
| <p>ساعت ۰۸:۳۰ صبح روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۱۵</p>                                                                                                                                                 | <p><b>زمان گشایش پاکت:</b></p>                             |
| <p>۱۴۰۲/۱۱/۱۵ ریال «دوازده میلیارد و نهصد و هشتاد و یک میلیون و یازده هزار و پانصد و هشتاد و هفت ریال تمام»</p>                                                                                  | <p><b>قیمت پایه مناقصه:</b></p>                            |

به پیشنهادهای فاقد سبده، سبده های مخدوش، سبده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایران که مغایر با آیین نامه مذکور باشد، ترتیب اثر داده نخواهد شد. همچنین به پیشنهادهای فاقد امضاء، مهر و مهر و سبده های مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از موعد مقرر در اسناد واصل شوند مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج میباشد.

مراعات در سایت معاملات توابیر به آدرس <https://wamp.tavanir.org.ir/tendermain> صرف جهت اطلاع رسانی درج گردیده است.

**تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۰/۲۴**

**روابط عمومی شرکت برق منطقه ای مازندران و گیلان**

**تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۰/۲۳**



# ارزیابی دوره‌های آموزشی کسب و کار در ۶ گام



**به قلم: جسیکا سامراک**

کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

دوره‌های آموزش آنلاین توانایی آموزش تقریباً هر آنچه شما بدان نیاز دارید، خواهد داشت. شما در این دوره‌ها می‌توانید درباره تمام نکات مورد نیازتان مطلب دقیق و کاربردی پیدا کرده و از آن برای بهبود وضعیت کسب و کارتان سود ببرید. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها بر پایه همین دوره‌های آموزشی اقدام به افزایش سطح مهارت و کیفیت کاری کارمندان می‌کنند. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته و وضعیت‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف هستید، می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن از دوره‌های مورد نظر سود ببرید.

یکی از مزایای مهم دوره‌های آموزشی در این میان مربوط به استفاده از نکات حرفه‌ای بدون نیاز به حضور در دوره‌های آموزشی به طور حضوری است. این امر می‌تواند به شما موقعیت بسیار خوبی برای فعالیت کاری داده و روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به شدت ساده نماید. یادتان باشد شما در این میان برای بهینه‌سازی روند کار‌تان باید همیشه به فعالیت کارمندان در عرصه کسب و کار توجه ویژه‌ای نشان دهید. این امر می‌تواند به شما نه تنها به عنوان یک کارآفرین در مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کند، بلکه تمام همکاران و حتی کارمندان‌تان را نیز در این مسیر یاری نماید.

بدون شک استفاده از دوره‌های آنلاین می‌تواند برای کارآفرینانی که ساعت‌های کاری بی‌نهایت شلوغی دارند، ایده بسیار خوبی باشد. این امر شما را از اختصاص ساعت‌های مشخص برای فعالیت کاری بی‌نیاز کرده و امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن را به همراه خواهد داشت.

استفاده از دوره‌های معتبر در زمینه آموزش حوزه‌های مختلف کسب و کار برای تمام کارآفرینان امر مهمی

محسوب می‌شود. متأسفانه این روزها دوره‌های بسیار زیادی در بازار وجود دارد. بسیاری از این دوره‌ها برای کارآفرینان به شدت کاربردی نیست و در واقع فقط تکرار برخی از نکات از پیش دانسته شده است. درست به همین دلیل شما باید با اعتماد به نفس کامل برای فعالیت کاری از دوره‌های بهتر و بهینه استفاده کنید، در غیر این صورت شاید هرگز امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکنید.

درست به دلیل مشکلات عدیده در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و فعالیت کاری بسیاری از برندها به دوره‌های آموزش آنلاین توجه ویژه‌ای نشان می‌دهند. این امر اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان داشته و می‌تواند وضعیت‌شان را به طور کامل تغییر دهد. درست به همین دلیل در دنیای امروز بسیاری از کارآفرینان برای ساده‌سازی روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف عملاً پیش از انتخاب یک دوره آن را ارزیابی می‌کنند. اگر قرار است شما مدت زمانی طولانی مشغول فعالیت کاری بوده و در این میان کار دیگری را ساماندهی نکنید، باید مطمئن شوید وقتی از کارتان می‌زنید، در واقع یک دوره آموزشی بی‌نهایت خوب پیش روی‌تان قرار دارد، در غیر این صورت شاید فعالیت کاری‌تان دیگر مزیت لازم را نداشته باشد. هدف ما در این مقاله بررسی برخی از نکات مهم برای ارزیابی درست و بی‌عیب و نقص یک دوره آموزشی است. این امر می‌تواند به شما کمک شایانی کرده و کارتان را نیز بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری نماید.

اگر شما هم به دنبال معیارهای مناسب برای انتخاب بهترین دوره‌های کاری و آموزشی هستید، می‌تواند در ادامه برخی از معیارهای بهینه در این میان را مورد ارزیابی قرار دهید. این امر شما را در کانون توجه مخاطب هدف قرار داده و کارتان را نیز بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد ساخت.

**شرایط ساختاری دوره**

شما در یک دوره آنلاین باید نسبت به شرایط آن دوره از نظر ساختاری مطمئن شوید. این امر شامل

استفاده از شیوه‌های درست برای مقایسه ساختارهای مختلف و انتخاب بهترین نمونه برای خودتان است. به عنوان مثال، بسیاری از برندها به طور پیشفرض برای شرکت مدیران‌شان در دوره‌های آنلاین اقدام به استفاده از دوره‌های غیرحضوری و همچنین کاملاً صوتی می‌کنند. این یعنی اقرارد مورد نظر فایلهای صوتی مختلف را دانلود کرده و هر زمانی که دوست دارند، به آنها گوش می‌دهند. در نهایت نیز باید در یک امتحان کلیدی شرکت نمایند. این امر وضعیت آنها از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری توسعه خواهد داد.

شما لازم نیست همیشه برای شرکت در دوره‌های آموزشی از شرایط عجیب یا غیرمنطقی استفاده کنید. این امر می‌تواند برای شما بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری باشد. تنها نکته مهم در این میان استفاده از یک دوره مناسب با شرایطتان است. توصیه ما استفاده از دوره‌ای با ساعت‌های مشخص حضور در سامانه آموزشی است. شما به این ترتیب دست‌کم امکان تعامل با مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن را به دست آورده و کارتان به طور چشمگیری بهبود پیدا می‌کند. یادتان باشد در دنیای امروز کسب و کار کمتر کسی در عمل فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را بدون پرسش و پاسخ از کارشناس‌های حرفه‌ای به دست می‌آورد.

اگر شما از نظر ساعت کاری انعطاف‌پذیری زیادی دارید، می‌توانید حتی در دوره‌های آموزشی نیمه‌حضوری برخی از موسسه‌ها نیز به خوبی شرکت کنید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و نحوه یادگیری نکات را نیز بهبود خواهد بخشید. یادتان باشد در دنیای امروز استفاده از روش‌های ترکیبی می‌تواند ایده بسیار خوبی باشد. درست به همین دلیل شما می‌توانید از ترکیب دوره‌های حضوری و غیرحضوری برای یادگیری مهارت‌های تازه استفاده نمایید.

**روش تدریس در دوره‌ها**

اینکه یک استاد یا کارشناس حرفه‌ای در عرصه کسب و کار چطور به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است، امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. این نکته نقش مهمی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و شرایط کاری برندها را نیز بهبود می‌بخشد. اینکه شما بدانید در یک دوره قرار است چه استادی و به چه شیوه‌ای تدریس کند، کار بسیار مهمی خواهد بود. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از شیوه‌های بسیار مهمی در دنیای کسب و کار سود می‌برند. در این میان استفاده از یک دوره که با روش کاری شما انطباق داشته باشد، می‌تواند بهترین هدیه ممکن باشد.

این روزها کمتر کسی در دنیای کسب و کار به دنبال یک دوره آموزشی ساده است. درست به همین دلیل موسسات آموزش آنلاین از انواع شیوه‌های تدریس استفاده می‌کنند. این امر می‌تواند به شما کمک شایانی برای بهبود وضعیت کاری‌تان دهد. یادتان باشد در دنیای امروز برخی از برندها به هنگام تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در عمل از روش‌های مختلف براساس نیاز مشتریان سود می‌برند. این نکته می‌تواند به شما در راستای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک رسانده و کارتان را نیز بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری نماید.

یادگیری شیوه‌های نوین کاری در عرصه کسب و کار مطابق با روش‌های مختلف کاری می‌تواند برای شما شرایط بسیار خوبی آماده نماید. یادتان باشد این روزها برندهای بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای کسب و کار فعالیت دارند. این امر می‌توانید شما را درگیر یک روند رقابت بی‌نهایت طولانی نماید. درست به

همین دلیل شما باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن ساماندهی کرده و به دنبال استفاده از شیوه‌های رقابتی باشید. پیدا کردن یک دوره آموزشی استاندارد در این میان می‌تواند برای شما جذابیت و هیجان بسیار زیادی به همراه داشته باشد.

**بررسی منابع یک دوره آموزشی**

دوره‌های آموزشی به طور معمول فهرست منابع‌شان را به طور پیشینی منتشر می‌کنند. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایط‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد. اگر شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از شرایط مختلف دارید، باید از همان ابتدا به دنبال روش‌های تاثیرگذار در حوزه کسب و کار باشید. این امر می‌تواند شما را حتی نسبت به دوره‌هایی که در آن ثبت نام می‌کنید نیز حساس سازد.

یادتان باشد شما برای انتخاب بهترین دوره ممکن باید همیشه نسبت به منابع مورد استفاده در آن نیز حساسیت نشان دهید. این امر می‌تواند به شما برای فعالیت کاری بهتر کمک کرده و شانس‌تان در این میان را نیز بهبود بخشد. وقتی یک دوره آموزشی از منابع بسیار معتبر سود می‌برند، شما می‌توانید نسبت به کیفیت بالای آن مطمئن باشید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شرایط‌تان را نیز بهینه‌سازی می‌کند.

اگر شما فردی حرفه‌ای از نظر شرکت در دوره‌های آنلاین باشید، خیلی خوب نقش منابع در شیوه‌های تدریس یا حتی میزان کارایی دوره‌های مورد نظر را درک می‌کنید. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و موقعیت‌تان در بازار را نیز بهبود بخشد.

یادتان باشد منابع معتبر در عرصه کسب و کار باید همیشه از سوی انتشارات بسیار مهم و معتبر منتشر شود، در غیر این صورت شما هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکرده و کارتان به طور مداوم به مشکل می‌خورد. این امر می‌تواند برای شما دردسر زیادی به همراه داشته و شانس شما را نیز کاهش دهد.

اگر شما با دوره‌ای رو به رو هستید که منابع بسیار سطحی دارد، لازم نیست به خودتان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف زحمت دهید. در واقع این دوره‌ها به شما هیچ کمکی برای بهبود کارتان نمی‌کند. پس همین حالا بی‌خیال آنها شده و دوره‌های بهتر را در کانون توجه قرار دهید. این امر می‌تواند به شما کمک بیشتری برای یادگیری مهارت‌های کاربردی نماید.

بدون تردید برخی از دوره‌های نام‌آشنا نیز می‌تواند تاثیرگذاری خوبی بر روی روند کاری یک فرد داشته باشد. با این حال شما برای موفقیت در چنین دوره‌هایی نیاز به استفاده از شرایط ویژه‌ای دارید. این امر زحمت و تلاش زیادی از سوی شما طلب می‌کند. درست به همین دلیل بهتر است بی‌خیال چنین دوره‌های عجیبی شده و فقط با نمونه‌های معتبر سر و کار داشته باشید.

**خروجی‌های دوره**

خروجی یک دوره آموزشی نقش مهمی در نتیجه‌نهایی کار دارد. اگر خروجی یک دوره آموزشی مناسب باشد، شما می‌توانید نسبت به استفاده از آن مطمئن شوید. در نگاه نخست برای شناسایی خروجی یک دوره شما باید حتماً از آن استفاده کنید، اما اگر دسترسی ساده‌ای به افرادی که سابقه شرکت در این دوره‌ها را دارند داشته باشید، کارتان آسان می‌شود. شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر دوره‌های آموزشی را براساس میزان جذابیت وضعیت‌شان برای کسانی که قبلاً در آن ثبت نام کرده‌اند، مرور کنید. این امر شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در

کانون توجه کاربران قرار می‌دهد.

یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای ارزیابی میزان تاثیرگذاری یک دوره آموزشی بر روی موفقیت کاری یا بهبود روند فعالیت یک کارآفرین است. اگر شما کسی را سراغ دارید که در پی شرکت در یک دوره آموزشی وضعیت کاری‌اش به طور چشمگیری تغییر کرده است، می‌توانید خیلی راحت آن را با دیگران به اشتراک گذاشته و به عنوان یک نکته کلیدی برای فعالیت کاری در نظر بگیرید.

اگر شما به دنبال یک خروجی خاص از دوره آموزشی‌تان هستید، باید همین اول کاری اهداف‌تان را به روشن‌ترین شکل ممکن بیان کنید. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و موقعیت‌تان را نیز بهبود بخشد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال یادگیری دوره‌های آموزشی حرفه‌ای هستید، باید همیشه نیم نگاهی به تجربه افراد فارغ‌التحصیل از آن دوره‌ها داشته باشید، در غیر این صورت روند کاری‌تان به شدت به مشکل می‌خورد.

**مدت زمان دوره**

مدت زمان یک دوره نقش مهمی در ارزیابی شما برای کیفیت آن خواهد داشت. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و کارتان را نیز به طور چشمگیری بهبود بخشد. یادتان باشد دوره‌های آموزشی بسیار کوتاه برای شما جذابیت زیادی ندارد. این دوره‌ها می‌تواند شما را به طور چشمگیری در معرض کسب اطلاعات غیرکاربردی قرار دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه به فکر دوره‌های آموزشی طولانی‌تر باشید. البته در همه شرایط دوره‌های طولانی‌تر برای شما مفید نخواهد بود، بلکه در عوض باید به دنبال دوره‌هایی با مدت زمان مناسب باشید. چه بسا در دوره‌های بسیار طولانی، شما عملاً اطلاعات غیرکاربردی دریافت کنید. این امر می‌تواند کار شما را به طور چشمگیری تحت تاثیر قرار دهد.

مدت زمان مناسب برای یک دوره آموزشی باید همیشه بین ۵ ساعت تا ۲۰ ساعت باشد. این امر می‌تواند به شما برای دسترسی به یکسری اطلاعات مناسب کمک کرده و موقعیت‌تان را نیز بهینه‌سازی نماید. چنین راهکاری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کلیدی بوده و به شما فرصت بسیار خوبی برای بهبود روند کاری‌تان خواهد داد. درست به همین خاطر باید همیشه استفاده از دوره‌های کلیدی را در خاطر داشته باشید. چنین امری برای شما به مثابه دسترسی به یک دوره آموزشی بی‌نهایت کاربردی در عرصه کسب و کار خواهد بود.

**زمان انتشار دوره**

دوره‌هایی که در قالب ویدئوهای از پیش ضبط شده هستند، باید حساسیت شما را به طور کلیدی برانگیخته نمایند. این یعنی ممکن است در یک دوره شما با اطلاعات غیرکاربردی رو به رو شده و حتی وضعیت‌تان از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیز مشکل شود. اگر یک دوره برای سال‌ها پیش است، امروزه دیگر تاثیرگذاری لازم بر روی شما را نخواهد داشت. این امر می‌تواند مشکلات زیادی برای شما به همراه داشته و وضعیت‌تان را نیز به طور کلیدی ناگوار سازد.

توصیه ما در این مقاله برای استفاده از دوره‌های استاندارد زمان کمتر از پنج سال نسبت به انتشارشان است، در غیر این صورت شما هیچ سودی نسبت به استفاده از دوره‌های موردنظر نخواهید برد. این امر می‌تواند نکته بی‌نهایت کلیدی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب شود. در این صورت شما به سادگی هرچه تمام‌تر وضعیت کاری‌تان بهینه‌سازی خواهد شد.

منبع: founde.com