

از «ریال» به «پارسه» با حذف چند صفر

**علی نظافتیان**  
**پژوهشگر حقوق بانکی**  
 این روزها در محافل اقتصادی و بانکی، بار دیگر طرح «حذف صفر از پول ملی» به همراه تبدیل «ریال» به «پارسه» یا «تومان»، موضوع روز شده است. آیا حذف سه یا چهار صفر از اسکناس‌های رسمی و تبدیل واحد پول ملی از «ریال» به «پارسه» می‌تواند موجب آرامش‌بخشی اقتصادی جامعه و تقویت پایه پولی شود، تورم افسارگسیخته را از اقتصاد کشور، دور کند و یا حداقل آن را کاهش دهد؟ یا آنکه به قبول منتقدان، حذف چند صفر از پول ملی، فقط «یک ایده پرسروصدا ولی کم‌اثر» است؟ حذف چند صفر از اسکناس و تبدیل واحد پول ملی از «ریال» به «پارسه»، موضوعی جدید نیست. در متن لایحه مورد بحث، آمده است که «واحد پول ایران، «تومان» خواهد بود و هر «تومان»، معادل ۱۰ هزار ریال جاری و ۱۰۰ «پارسه» است. همچنین به منظور تسهیل روند انتقال به سیستم جدید، دورهای دو ساله به عنوان «دوره گذار» برای استفاده همزمان از «تومان» و «ریال» در نظر گرفته شده است. در این مدت، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موظف است ترتیبات اجرایی لازم را برای جمع‌آوری و جایگزینی اسکناس‌ها و سکه‌های «ریال» با «تومان» فراهم کند.»

ادامه در همین صفحه

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

۵۰ شهر درگیر تنش آبی هستند

## کم آبی؛ تهدیدی به وسعت ایران



از «ریال» به «پارسه» با حذف چند صفر

سیاست‌های پولی و ارزی بانک مرکزی، «محمدرضا فرزین»، رئیس کل بانک مرکزی در تشریح اهداف و سیاست‌های پولی سال جاری بانک مرکزی، اصلاح نظام پولی کشور را هدف‌گذاری کرد و بر برنامه سیاستگذار پولی (بانک مرکزی) برای حذف چهار صفر از پول ملی، تاکید کرد و آن را یکی از اهداف بانک مرکزی برای سال ۱۴۰۴ برشمرد. به گفته «فرزین»، تصویر ریال ایران، تصویر مناسب و صحیحی در اقتصاد جهانی نیست. اجرای این سیاست با توجه به تجربیات موفق جهانی و در زمان مناسب می‌تواند به بهبود تصویر ریال کمک کند که امری ضروری است و به همین منظور، سیاست حذف صفر از پول ملی در دستور کار بانک مرکزی قرار دارد.»

به نظر می‌رسد منظور رئیس کل از اصطلاح «تصویر ریال»، همان ارزش اقتصادی «ریال» باشد. با این وجود به نظر می‌رسد طرح مورد بحث، بی‌سروصدا و از ماه‌های پایانی سال ۱۴۰۰، آغاز شده است. اسکناس ۵ هزار تومانی جدید تقریباً از ماه‌های پایانی سال ۱۴۰۰، وارد بازار شد؛ اسکناس‌های هزار و ۲ هزار تومانی نیز از تابستان ۱۴۰۱ وارد بازار شدند. در اسکناس‌های جدید، صفرها در قسمت بالا به‌صورت کمرنگ چاپ شده و در قسمت پایین کلا حذف شده است. این اسکناس‌ها در زمان «عبدالناصر همتی» رئیس وقت بانک مرکزی، چاپ شدند. به نظر می‌رسد حتی محو صفرها از اسکناس‌های رسمی کشور، تاثیری عمیق در جامعه و بازار نداشت و موجب تقویت پایه پولی هم نشد. اما قطعاً در صورت تصویب نهایی، اجرای این طرح، بازتاب مهمی در سطح جامعه خواهد داشت. تصور کنید صبح که از خواب بیدار می‌شوید و ملاحظه می‌کنید سه یا چهار صفر از موجودی کارت عابریانک شما کم شده است، احساس شما چه خواهد بود؟ طبعاً اولین پرسشی که در این لحظه به ذهن شما خواهد رسید، این است که آیا بازار نیز حذف صفرها (در قیمت کالاها و خدمات) را خواهد پذیرفت و آن را عملاً اجرا خواهد کرد؟

تجربیات جهانی حذف صفر از اسکناس

هوش مصنوعی در مورد تجارب سایر کشورها در حذف صفر

از اسکناس، می‌گوید:

۱- تجربه ترکیه (۱۹۹۹)

\* هدف: کنترل تورم و ساماندهی ارزش لیره

\* عملیات: حذف ۶ صفر از ارز (لیره جدید)

\* نتیجه: این تغییر ظاهری، کمک کرد تا تصویر پول ثابت‌تر به نظر برسد، اما مشکل اصلی (تورم بالا) باقی ماند و نتوانست راه‌حل بلندمدت باشد. برای اصلاح بنیادی، نیاز به سیاست‌های جامع اقتصادی بود.

۲-زیمبابوه (۲۰۰۸)

\* هدف: مهار بحران نقدینگی و تورم بی‌سابقه

\* عملیات: حذف ۱۰ صفر و صدور دلار زیمبابوه (پول جدید)

\* نتیجه: هرچند این اقدام در کوتاهمدت کمک کرد، اما با ادامه تورم بسیار بالا، نتوانست بحران را کنترل کند و در نهایت، منجر به ارزش‌های خارجی و بانک‌های خارجی شد.

۳-عراق (۲۰۰۴)

\* هدف: تثبیت پول و عبور از بحران‌های اقتصادی و سیاسی

\* عملیات: حذف صفرها از دینار

\* نتیجه: در کنار اصلاحات ساختاری، این تغییر کمک کرد تا ثبات نسبی ایجاد شود، اما همچنان مشکلات اقتصادی باقی ماند.

۴-تایلند (۲۰۰۰)

\* هدف: کاهش اثرات بحران مالی آسیایی

\* عملیات: حذف ۴ صفر از بات

\* نتیجه: در کنار سیاست‌های اصلاحی، این اقدام کمک کرد تصویری بهتر و ملموس‌تر از پول ایجاد شود، اما مشکلات اقتصادی را به طور کامل، حل نکرد.

کشور آرژانتین نیز چهار بار نسبت به حذف صفر، اقدام نمود. سال ۱۹۷۰ دو صفر، سال ۱۹۸۳ چهار صفر، سال ۱۹۸۵ سه صفر

##### سایه شوم تورم بر زمین

گرفته است. ما با استفاده از داده‌های شاخص خشکسالی و قیمت املاک استان‌ها در سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴ به بررسی اثر خشکسالی روی قیمت مسکن و زمین مسکونی پرداختیم. طبق گزارش بانک مرکزی، ۴۰ درصد از خالص سرمایه انباشته در ایران در بخش املاک و مستغلات است. بنابراین هر گونه کاهش یا افزایش قابل توجهی در قیمت املاک، تأثیرات زیادی روی ثروت خانوارها، شرکت‌ها و بانک‌های ایرانی دارد. همچنین پژوهش فرزانتگان و قلیپور، نشان داده که نوسانات قیمت املاک با افزایش فشار روانی بر خانواده‌ها، بر نرخ طلاق و میزان تشکیل خانواده و نابرابری درآمد نیز تأثیر می‌گذارد. تغییرات قیمت املاک همچنین اثری مستقیم بر نکول وام‌های مسکن دارد که می‌تواند تأثیری مهم بر توانایی بانک‌ها برای اعتباردهی به خانوارها و مشاغل داشته باشد.

مطالعه ما، اولین تحلیل تجربی در زمینه اثرات تحولات اقلیمی بر ارزش دارایی‌های مستغلات در ایران است. بعد زمانی آمار، امکان بررسی اثر افزایش سطح

نرخ سود تسهیلات ساخت مسکن به ۱۸ درصد کاهش یافت

## پرداخت وام اجاره به ۶۶ هزار مستاجر

آنطور که معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی گزارش داده، نظام بانکی کشور از اردیبهشت امسال تاکنون ۶۶ هزار فقره تسهیلات جدید ودیعه مسکن به متقاضیان پرداخت کرده است. آمارها و اطلاعات منتشرشده از سوی دفتر طرح‌ریزی و پایش طرح‌های مسکن وزارت راه و شهرسازی، نشان می‌دهد از سال ۱۴۰۰ تاکنون ۴ میلیون و ۹۱۴ هزار و ۶۱۰ نفر برای اخذ...

فعال شدن مکانیسم ماشه چه تاثیری بر اقتصاد ایران دارد؟

# تصویر اقتصاد در ۳ سناریو

فرصت امروز: اقتصاد ایران در حالت انتظار قرار گرفته است؛ این را به خوبی می‌شود در سطح بازار مشاهده کرد. گزارش‌ها از یک نوع بالاتکلیفی در بخش‌های مختلف اقتصاد حکایت دارد؛ اتفاقی که به گفته تحلیلگران، رشد اقتصادی را به سمت ریزش خواهد برد. در حال حاضر، رکودی عمیق و ساختاری، کلیت اقتصاد کشور را فرا گرفته و این در شرایطی است که شاخص مدیران خرید در خردادماه امسال به کمترین میزان خود در یک دهه اخیر رسیده است. در این میان، یک گزارش کارشناسی منتشر شده که چشم‌انداز اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۵ را در سه سناریوی لغو تحریم‌ها، ادامه وضع موجود و تشدید تحریم‌ها ترسیم کرده است. براساس گزارش بازوی پژوهشی صندوق بازنشستگی کشور، در صورت لغو تحریم‌ها، نرخ تورم به کمتر از ۳۰ درصد کاهش خواهد یافت و رشد اقتصادی به بیش از ۸ درصد خواهد رسید. همچنین در سناریوی بدبینانه که مربوط به تشدید احتمالی تحریم‌ها در سال ۱۴۰۵...

۳

چرا هدف گذاری تورمی بانک مرکزی به هدف اصابت نمی‌کند؟

## ریشه‌های نظری مهار تورم

۲

مدیریت و کسبوکار

معجزه بسته‌بندی حرفه‌ای محصولات

در دنیایی که ویتربن فروشگاه‌ها و صفحات فروش اینترنتی پر از رنگ، فرم و پیام‌های تصویری اند، بسته بندی دیگر صرفا یک پوشش برای محافظت از محصول نیست. این روزها بسته بندی به نوعی سفیر برند تبدیل شده؛ اولین چیزی که مشتری می بیند، لمس می کند و درباره اش قضاوت می کند. گاهی همین چند ثانیه اولی که محصول در قفسه یا صفحه گوشی ظاهر می شود، مسیر تصمیم گیری مشتری را شکل می دهد؛ بدون آنکه حتی یک کلمه با فروشنده رد و بدل شده باشد. اما طراحی بسته بندی فقط به ظاهر آن محدود نمی شود. ترکیب رنگ، فونت، جنس، فرم و حتی نحوه باز شدن همه بخش هایی از یک سیستم ارتباطی گسترده تر هستند که باید داستان برند، ارزش های آن و جایگاهی که در ذهن مشتری می خواهد به دست بیاورد را بازتاب دهند. بسته بندی خوب نه تنها زیبا و کاربردی است، بلکه به نوعی...

ارزیابی تأثیر مثبت یا منفی حذف صفر از اسکناس رسمی در وضعیت اقتصادی و معیشتی مردم باید هدف‌گذاری بانک مرکزی و مجلس در این لایحه را مشخص داد. آیا بانک مرکزی با این طرح در صدد است با تبدیل «ریال» به «پارسه» و همزمان حذف چند صفر، تورم پولی را کاهش دهد و همراه با آن، پایه پولی کشور را تقویت کند یا آنکه در صدد است التهابات بازار را کاهش دهد و به آن ثبات بخشد؟

تصویب شتابزده این طرح درست نیست

در مجموع باید توجه داشت که در حال حاضر، منابع نقدی مردم بیشتر از طریق تراکنش‌های الکترونیکی انجام می‌شود؛ یعنی حجم اسکناس‌های در دسترس جامعه به‌مراتب کمتر از مبالغی است که روزانه از طریق شبکه بانکی کشور به طور اعتباری نقل‌وانتقال می‌شود. بنابراین بانک مرکزی برای اجتناب از دوگانگی در این سیاست پولی عملاً ناچار خواهد شد که طرح حذف صفر از فیزیک اسکناس‌های رسمی در جریان را در مورد پول‌های اعتباری نیز اعمال نماید. اثر روانی این موضوع در جامعه، سنگین خواهد بود؛ زیرا مردم احساس خواهند کرد با این تصمیم دولت، ارزش موجودی آنها در بانک‌ها تا حد سه یا چهار صفر پایین آمده است؛ در حالی که ممکن است بازار حاضر نباشد حذف صفرها را به راحتی در ارزش کالاها و خدمات خود اعمال نماید. تصور می‌کنم طرح تبدیل واحد پول ملی، بدان معناست که «ریال» در حال حاضر به شدت ضعیف شده و قدرت اقتصادی خود را از دست داده است. اگر تا چند سال پیش می‌شد با دو هزار تومان یک ساندویچ خرید، اکنون با چند ده هزار تومان هم نمی‌توان یک ساندویچ سالم خریداری کرد. افزایش قدرت پول ملی (ریال یا تومان یا پارسه) خود به خود قدرت خرید مردم را بالا خواهد برد و پول را باارزش می‌کند. بنابراین شتابزدگی در تصویب این طرح، درست نیست و نیاز به آسیب شناسی واکنش احتمالی بازار و مردم به آثار مثبت و منفی آن در زمان اجرا دارد.

و سال ۱۹۹۲ چهار صفر. با این حال، حذف ۱۳ صفر هم آرژانتین را از تورم‌های جدید، نجات نداد و نرخ تورم در این کشور همچنان بالاست. در همه این کشورها، چند صفر از پول ملی حذف شده، اما با حذف صفر، واحد پول ملی آنان تغییر نیافته است. تجارب جهانی نشان می‌دهد که طرح حذف صفر از اسکناس، تحولی اساسی در بهبود وضعیت اقتصادی و کاهش تورم نداشته است.

حذف صفر به همراه تغییر واحد پول ملی

در مورد لایحه جدید دولت نیز موضوع ظاهراً محدود به حذف چند صفر از اسکناس نیست و به همراه آن، تغییر پول رسمی کشور از «ریال» به «پارسه» یا «تومان» در دست بررسی است. ماده یک قانون پولی و بانکی (مصوب ۱۳۵۱) در مورد واحد پول ایران، گفته است: «الف-واحد پول ایران ریال است. ریال برابر صد دینار است. ب-یک ریال برابر یکصد و هشت هزار و پنجاه و پنج ده میلیونیم ۰۰۱۰۸۰۵۵ گرم طلای خالص است.» بند الف ماده ۵۸ قانون جدید بانک مرکزی نیز گفته است: «واحد پول جمهوری اسلامی ایران، ریال است.» اما در قانون بانک مرکزی برخلاف قانون پولی و بانکی، ارزش «ریال» به طلا تعیین نشده و مسکوت گذاشته شده است. در نتیجه، اگر یکی از اهداف لایحه تقدیمی دولت، تغییر واحد پول ملی و تبدیل «ریال» به «پارسه» است، در این صورت چرا این موضوع (تغییر واحد پول ملی) در زمان طراحی و تنظیم طرح قانون بانک مرکزی، بررسی و تصویب نشده؟! و پرسش بعدی آنکه ارزش هر «پارسه» به طلا قدر است؟

برای اظهارنظر منصفانه درخصوص اثربخشی این لایحه باید بررسی کرد که هدف‌گذاری دولت، مجلس و بانک مرکزی از تقدیم این لایحه چیست؟ تغییر واحد پول ملی به‌همراه کاهش تورم با تقویت پایه پولی ملی یا کاهش التهابات اقتصادی در جامعه ناشی از افزایش مستمر قیمت‌ها یا سایر اهداف؟ به نظر، مهمترین شرط موفقیت بانک مرکزی، این است که بازار و جامعه عملاً کاهش چند صفر را در مبادلات اقتصادی بپذیرند. برای

خشکسالی داخل استانی در طول زمان بسر تغییرات داخل استانی ارزش املاک و مستغلات را فراهم کرد. البته عوامل دیگری، نظیر سطح درآمدی استان، نرخ بهره بانکی، هزینه‌های ساخت و ساز، سطح امکانات تفریحی و فرهنگی، همچنین اثر اجرای طرح مسکن مهر در کنار تغییرات گذشته ارزش ملک در توضیح تغییرات ارزش مسکن و زمین مسکونی، نقش مهمی ایفا می‌کنند. این قبیل عوامل نیز در کنار عامل مورد توجه ما، یعنی سطح خشکسالی در تحلیل آماری وارد شده‌اند. نتایج پژوهش ما نشان داد که افزایش تعادل آبی (کاهش شدت خشکسالی) در استان‌ها، تأثیری مثبت بر قیمت املاک در آنها دارد. به عبارت دقیق‌تر، افزایش قیمت املاک در استان‌هایی که کمبود آب کمتری دارند، بیشتر است. این اثر کم آبی روی قیمت املاک، مستقل از اثر سایر متغیرهای مؤثر مانند درآمد استانی، نرخ بهره واقعی، شاخص هزینه ساخت مسکن، امکانات تفریحی، میزان فعالیت‌های کشاورزی و حتی اجرای پروژه مسکن مهر است. به عنوان مثال، افزایش

تعادل آبی به میزان یک واحد (این شاخص در مطالعه ما بین منفی ۲،۵ تا حداکثر مثبت ۱،۴۱ در نوسان است) باعث افزایش ۸ درصدی ارزش مسکن و افزایش ۱۲ درصدی ارزش زمین مسکونی می‌شود. نتایج این پژوهش می‌تواند برای سیاست‌گذاران و سرمایه‌گذاران نیز مفید باشد. تجزیه و تحلیل ما، نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران املاک می‌توانند با سرمایه گذاری در استان‌هایی که بارش باران بیشتری دارند، سودآوری بالاتری داشته باشند. این نتایج همچنین درک ما را از پیامدهای اقتصادی و اجتماعی تغییرات آب و هوایی در ایران گسترش می‌دهد. از سویی، کاهش قیمت املاک در استان‌هایی که کم آبی بیشتری دارند، سبب کاهش مصرف و سرمایه گذاری (با کاهش قیمت وثیقه و دارایی‌های ملکی) در آن استان‌ها می‌شود. از سویی دیگر، خانوارهای استان‌هایی که بحران آب کمتری دارند، بیشتر مصرف می‌کنند. بنابراین انتظار می‌رود که به دلیل عدم نابرابری سرمایه‌گذاری و مصرف را در بین استان‌های ایران تشدید کند.

در نشست اولویت‌های اقتصادی پساچنگ مطرح شد

**اکوسیستم اقتصاد، نیازمند بازآرایی**

در نشست اولویت‌های مهم اقتصادی پساچنگ، که به همت فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب‌وکار ایران و مرکز پژوهش‌های اتاق ایران برگزار شد، بر ضرورت تغییر ساختار حکمرانی اقتصادی با هدف افزایش سهم بخش خصوصی از اقتصاد تأکید شد. رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با اشاره به سناریوهای پیش روی کشور بعد از جنگ ۱۲ روزه، گفت: ما ناگزیر به انتخاب از میان یکی از سه سناریوی زاین بعد از جنگ جهانی دوم، مقاومت فرسایشی و کوبایی شدن و در نهایت، مقاومت فعال و تجربه هلند قرن ۱۶ و چین ۱۹۵۰ خواهیم بود. به گفته «عیسی منصوری»، به نظر می‌رسد سناریوی محتمل برای کشور، مقاومت فعال است و بنابراین ما باید از شرایط فعلی عبور کنیم. برای طی این گذار، دو ابزار تاب‌آوری و اصلاح ساختار را در اختیار داریم.

او با بیان اینکه برای سنجش میزان ناطلمینانی در اقتصاد، علاوه بر تاب‌آوری باید به میزان مخاطرات ساختاری ذاتی آن اقتصاد نیز توجه کنیم، افزود: با این حال ما همیشه به تاب‌آوری توجه کرده اما به میزان مخاطرات ساختاری ذاتی اقتصاد بی‌توجه بوده‌ایم. در تازه‌ترین گزارش شامخ، این شاخص روی عدد ۲۷ ایستاد در حالی که معمولاً باید بالای ۵۰ باشد. ما با بسته سیاسی که یک ماه فرصت اجرا دارد و بخشی از آن گذشته و هنوز کار گروه‌های آن تشکیل نشده، به نتیجه نمی‌رسیم و اگر تمدید شود هم مشکل درازمدت ما را حل نمی‌کند.

«منصوری» به تجربه کشورهای اروپایی در بحران ۲۰۰۷ و ۲۰۱۱، اشاره کرد و گفت: در آن زمان مطالعه‌ای صورت گرفت که به جای اجرای سیاست‌های انقباضی با فشار بر دولت‌ها، تمرکز بر حل مشکلات بخش خصوصی متمرکز شود؛ چراکه بخش خصوصی به دلیل نظم اقتصادی دنیا دچار بحران شده و بحران خود را به سیستم بانکی منتقل کرده و بانک‌ها هم به دولت منتقل کرده است. لذا برای حل مسئله باید به بخش خصوصی کمک کرد تا فشار برداشته شود. آمریکا این نگاه را اعمال کرد و موفق‌تر از اروپا از این بحران عبور کرده است.

او با اشاره به بازیگران مختلف اکوسیستم اقتصادی کشور، ادامه داد: بازیگر اول دولت است که حدود ۲۵ درصد سهم دارد. نهادهای عمومی غیردولتی حدود ۲۰ تا ۲۵ درصد و در لایه پایین‌تر بخش خصوصی است که حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد در این اقتصاد سهم دارد. طبیعی است که این اکوسیستم با این سهم و بازیگران، خروجی جز شرایط فعلی نخواهد داشت. اگر قرار باشد خروجی دیگری بگیریم باید ساختار و نظام حکمرانی اقتصادی را عوض کنیم. در غیر این صورت هر چقدر هم سیاست‌های تاب‌آوری تکرار شود صرفاً باعث عمیق‌تر شدن سیستم خواهد شد و از دل این نظام حکمرانی اقتصادی، همین آسیب‌ها بیرون می‌آید.

رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با بیان اینکه ساختار بسته اقتصادی، هسته مرکزی قوی دارد که توان اثرگذاری بر تدوین و اصلاح و اجرای قانون به نفع خود را دارد، گفت: در کنار این هسته مرکزی، بخش خصوصی هم با سهم ۲۰ درصدی خود از بازار حضور دارد. اینکه در گام اول بپذیریم آن دایره بسته اعمال قدرت کننده بر اقتصاد را به نفع بخش خصوصی کم‌رنگ کنیم، نشان می‌دهد این گذار به مقاومت فعال تا چه میزان اتفاق افتاده است. اگر این گذار اتفاق افتاد در مرحله بعد باید دید از فرصت‌ها چگونه استفاده خواهیم کرد. فرصت اول همان گزینشی است که کشورهاى خلیج‌فارس از آنها استفاده می‌کنند و سرمایه‌های خود را به سمت فناوری دنیا برده‌اند. به همین دلیل خاورمیانه تا سال ۲۰۲۸ بالغ بر ۶۰ درصد در این حوزه رشد خواهد داشت. این مدل موفقی برای کشورهایی است که با تولید مواد خام، اقتصاد خود را تأمین می‌کنند، اما ما فاصله زیادی از آن داریم.

به گفته «منصوری»، اما فرصت نوع دوم که ما می‌توانیم با استفاده از آن ایفای نقش کنیم، تبدیل شدن به سرپل لجستیک دنیا و منطقه است. البته هاب‌های لجستیک متعددی در منطقه شکل گرفته، اما ما این امکان را در مکران و چابهار و مسیر جنوب به شمال داریم. باید ببینیم آیا با رعایت مسائل امنیتی و استراتژیک می‌توانیم روی این موضوع سوار شویم و نظام حکمرانی خود را به گزونه‌ای اصلاح کنیم که شریک (و نه پیمانکار) این پروژه‌ها بخش خصوصی باشد یا خیر. مسئله اصلی ما، ساختار و مختصات ذاتی اقتصاد است و در موضوع تاب‌آوری ما نیازمند بازآرایی این اکوسیستم فعلی اقتصاد هستیم و برای این، یکی از مؤلفه‌های اصلی نظام حکمرانی، تقویت بخش خصوصی و کاهیدن از سهم قدرت و سودآوری هسته‌هاست و برای این باید به سمت اصلاح بنیادی نظامات حقوقی برویم. در غیر این صورت، سهم بخش خصوصی افزایش نمی‌یابد.

«حسین سلح‌پوری»، رئیس اتاق مشترک ایران و ژاپن هم با تأکید بر اینکه باید تصویر درست و دقیقی از وضع موجود داشته باشیم، گفت: کشور همچنان در شرایط جنگی است. اما مهمترین ویژگی شرایط فعلی این است که در حال حاضر مجموعه‌ای از ناترازی‌های انباشته و نه‌ادینه شده، مثل ناترازی بانکی، انرژی و آب، آلودگی هوا و… در ایران با عدم قطعیت‌های چند لایه جدید، مثل احتمال فعال شدن مکزیکانم شمش همراه شده است. بخشی از عدم قطعیت‌ها از سمت مردم و بخشی به سیاستگذار بازمی‌گردد. البته عدم قطعیت سیاستگذار مهمترین است. مردم هم با مسائل روزمره کمبود برق و آب و… با عدم قطعیت‌های مختلف مواجه‌اند. این عدم قطعیت‌ها باعث می‌شوند روندی که در ناترازی‌ها در بودجه و نظام بانکی و تجارت خارجی داشتیم، تشدید شوند. در سه ماهه اول امسال که فقط یک هفته آن جنگ بود، درحالی که از ابتدای سال گذشته تا ۲۷ تیرماه سال قبل شاهد تأمین ۲۱ میلیارد و ۴۴۵ میلیون دلار ارز بودیم اما امسال در مدت مشابه فقط ۱۵ میلیارد و ۳۲۸ میلیون دلار توان تأمین ارز برای واردات و تأمین نیازها داشتیم. یعنی در چهار ماهه اول امسال ۲۰ درصد توان تأمین ارز نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش یافته است. خرده‌اماه شاهد رکود به شکل بی‌سابقه‌ای بوده و اثرات این وضع را در ماه‌های آینده خواهیم دید. به گفته «سلح‌پوری»، در سه ماهه امسال طبق آمار مکرک در صادرات غیرنفتی ۱۴ درصد کاهش و در واردات ۹ درصد کاهش داشتیم. علاوه بر کاهش تولید در ماه‌های آینده، رفاه و رضایت عمومی نیز کاهش خواهد یافت و ابزارهایی که سیاستگذار برای مدیریت اقتصاد کشور دارد، روزبه‌روز محدودتر خواهد شد. لذا یکی از موضوعاتی که می‌تواند به انسجام ملی آسیب بزند، بروز مشکلات اقتصادی است. لذا سیاستگذار هم باید به دنبال اصلاحات اساسی و ساختاری در اقتصاد باشد و هم در سیاست داخلی به سمت مردم و جلب رضایت آنها پیش برود. «محمود اولیایی»، رئیس فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب‌وکار ایران نیز در این نشست با بیان اینکه مشکل ما در حال حاضر اقتصادی نیست، گفت: باید در چهار بخش موضوعات را تحول خواهانه دنبال کنیم. اول، سیاست خارجی و مدل‌سازی جایگاه خود در دنیا است. ما نیازمند بازتعریف مدل ذهنی خود از جایگاه‌ها در دنیا هستیم. ما به ۳۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری در صنعت نفت و ۷۰ میلیارد دلار برای جریان ناترازی برق نیاز داریم و جذب سرمایه خارجی نیازمند این بازنگری است. دوم، اصلاح رویکرد اجتماعی است. نمی‌شود هر جا نیازمند مردم هستیم از آنها استفاده کنیم و بعد آنها را رها کنیم. ۳۰ درصد جمعیت زیرخط فقر است و ضرب جینی و شکاف طبقاتی در حال افزایش است. رویکرد سوم، اصلاح ساختار اداری کشور است. شاخص کارایی این حکمرانی ۱۴۵ درصد است. این ساختار نیاز به بازآرایی و اصلاح دارد. شاخص ادراک فساد از ۱۰۰ روی عدد ۲۳ است و ما در منطقه هم سیزدهمین کشور از ۱۵ کشور هستیم. ایران حتی در مقایسه با خودش هم در سال‌های گذشته پایین‌ترین رتبه را کسب کرده است، رویکرد چهارم این است که توسعه را در قالب توسعه پایدار ببینیم. ما بدون برنامه برای توسعه پایدار و محافظت از محیط‌زیست و آب نمی‌توانیم به توسعه برسیم. متأسفانه هشتاد‌های محیط‌زیستی شنیده نشد و حالا ۵ میلیارد مترمکعب افت منابع آب داریم.

به گفته «ولیایی»، همه این شرایط، محصول ناترازی مدیریت در کشور است. اگر مدیریت را علم ببینیم و به آن اهمیت بدهیم به اینجا نمی‌رسیم. لذا راهی جز تغییر مدل ذهنی و رفتار حکمرانی در حوزه اقتصادی و اجتماعی نداریم.

**چرا هدف‌گذاری تورمی بانک مرکزی به هدف اصابت نمی‌کند؟**

# ریشه‌های نظری مهار تورم



بودجه‌ریزی می‌تواند باعث کاهش بار کسری بودجه بر دوش شبکه بانکی شود و این موضوع، فشار خلق نقدینگی بدون پشتوانه را کاهش می‌دهد. همچنین بهبود روابط بین‌المللی و کاهش تحریم‌ها می‌تواند شوک‌های طرف عرضه را کاهش داده و در کنترل تورم موثر واقع شود. بنابراین لازم است که در گام اول، کنترل نقدینگی و ارتقای انضباط مالی به عنوان اولویت‌های اصلی، مدنظر سیاستگذار قرار گیرند و پس از آن، اصلاحاتی مانند بهبود شیوه بودجه‌ریزی، افزایش فضای رقابتی در بازارها و استفاده موثر از ظرفیت‌های بازار سرمایه دنبال شود تا فضای بهتری برای مهار تورم فراهم گردد.

براساس گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، آنچه از دیدگاه ساختارگرایان می‌توان آموخت، این است که تورم در کشورهای درحال‌توسعه، پدیده پیچیده‌ای است که ریشه‌های ساختاری و تنگناهای توسعه‌ای در این کشورها دارد. ساختارگرایان بر عوامل ساختاری، همانند گلوگاه‌های عرضه، نابرابری و عدم تعادل‌های بخشی در این کشورها تکیه می‌کنند و معتقدند که بدون رفع مشکلات ساختاری، کنترل پایدار تورم صرفاً از مسیر سیاستگذاری پولی ممکن نیست. ساختارگرایان، اثربخشی افزایش نرخ بهره در مقابله با تورم را رد می‌کنند و به پیوند میان تورم و چالش‌های توسعه‌ای، توجه بیشتری نشان می‌دهند. دیدگاه ساختارگرایان با تمرکز بر علل بنیادی، چارچوبی ارزشمندند برای تحلیل تورم در کشورهای درحال‌توسعه، ارائه می‌دهد، اما با فرو کاهیدن جایگاه سیاست پولی در مواردی مانند ایران و ترکیه می‌تواند زمینه‌ساز سیاستهای تورم‌زا تحت فشارهای سیاسی باشد.

**موانع ساختاری سیاستگذاری پولی**

بازوی پژوهشی بانک مرکزی در ادامه گزارش خود با تکیه بر دیدگاه ساختارگرایان و در پاسخ به این سوال که چرا سیاست پولی در اقتصاد ایران، کار نمی‌کند؟ شش دلیل را برشمرده و گفته است: اولین چالشی که نظام حکمرانی پولی در رفع معضل پایداری تورم باید بر آن غلبه کند، چالش کسری بودجه و پولی شدن آن است. برحسب ظاهر و روی کاغذ، جز از مسیر حساب تنخواه‌گردان دولت، به لحاظ قانونی امکان استقراض مستقیم دولت از بانک مرکزی وجود ندارد. بایانهمه، قانون راه‌های آسان اما غیرمستقیمی را برای پولی کردن کسری بودجه در اختیار دولت قرار داده است: بانک‌های دولتی و امتناع قانونگذار از اعطای استقلال به بانک مرکزی در حکمرانی پولی. به همین جهت، تا تعدادی از بانک‌ها دولتی هستند و بانک مرکزی، فاقد استقلال کافی است، سیاستگذاری پولی در ایران هم از دیدگاه جریان اصلی (نظریه نئوکینزی) و هم از دیدگاه ساختارگرایانه پساکینزی‌ها عملاً ناممکن یا ممکن و بی‌اثر است و تا این چالش ساختاری برطرف نشود، تورم بالا، پدیده‌های مزمسن و پایدار در اقتصاد ایران است.

چالش دوم، بانکداری سایه است. سیاست پولی، زمانی اثربخش است که مؤسسات اعتباری، تحت نظارت بانک مرکزی فعالیت کنند، اما گسترده‌گی تعداد بانک‌های روی لبه پررنگه یا بانک‌های با بنیه لرزان، نشان می‌دهد که مؤسسات اعتباری ظاهراً تحت نظارت بانک مرکزی قرار دارند، اما در عمل با بانک‌ها و مؤسسات اعتباری ناسالم، مدارا و مماشات می‌شود و بانک مرکزی، قدرت سیاسی یا توان مدیریتی لازم برای برخورد با مؤسسات مالی بحران‌زده و بی‌ثبات را ندارد. همچنین از دیگر موانع سیاستگذاری پولی در اقتصاد ایران می‌توان به بحران ارزی، دلاریزه شدن اقتصاد، گسترش تأمین مالی پانزی و تنگناهای سمت عرضه (انحصارات) اشاره کرد.

سوی مردم و بانک‌ها در تعیین توان خلق پول نیز موثر است؛ به عنوان مثال، اگر مردم تمایل به نگهداری نقدینگی بیشتری داشته باشند و یا بانک‌ها ذخایر بیشتری نزد خود نگاه دارند، فرآیند خلق پول آهسته و کند می‌شود. نئوکینزی‌ها برخلاف پول‌گرایان، سیاستگذاری پولی را نه براساس کنترل مستقیم نقدینگی، بلکه برمبنای نرخ بهره می‌دانند. در همین راستا، بسیاری از بانک‌های مرکزی در کشورهای مختلف، از جمله ترکیه، از ابزار نرخ بهره بهره برای مهار تورم استفاده کرده‌اند و توانسته‌اند تورم را تا حد قابل توجهی مهار کنند.

**نگاه ساختارگرایان به پدیده تورم**

تطبیق‌گرایی و ساختارگرایی به عنوان دو مکتب هترودوکس مهم پولی، نقدهایی نسبت به اثربخشی سیاست‌های پولی در کشورهای در حال توسعه مطرح می‌کنند. این نقدها عمدتاً بر پایه ویژگی‌های ساختاری، نهادی و عملکرد نظام مالی این کشورها استوار است. از منظر تطبیق‌گرایی، خلق پول یک امر درونزا است که به تقاضای واقعی اقتصاد وابسته است. بانک‌ها به عنوان تأمین‌کنندگان اعتبار، بیشتر واکنشی عمل می‌کنند و عرضه پول تحت کنترل مستقیم بانک مرکزی نیست، بلکه تابعی از نیازهای بخش‌های واقعی اقتصاد است. این دیدگاه بر این نکته تأکید می‌کند که سیاست پولی با هدف تغییر نرخ بهره یا کنترل نقدینگی نمی‌تواند الزاماً همیشه نتایج موردانتظار را در اقتصادهای کشور‌های در حال توسعه به دست آورد. اقتصاد ایران به عنوان نمونه‌ای از یک اقتصاد در حال توسعه، با چالش‌های مختلفی، از جمله نوسانات ارزی، مشکلات تأمین مالی و گسترش ناطلمینانی و عدم قطعیت مواجه است که به عقیده این گروه موجب می‌شود سیاست‌های پولی در کشور، اثرگذاری لازم را نداشته باشند.

مکتب ساختارگرایی نیز بر نقش تعیین‌کننده ساختارهای نهادی تأکید می‌کند و بر این باور است که توانایی سیاست پولی در کنترل اقتصاد به‌شدت محدود است؛ زیرا خلق پول درونزا است. در این چارچوب، بانک مرکزی قدرت چندانی در تنظیم نقدینگی یا نرخ بهره ندارد و بدون اصلاحات بنیادی در نظام بانکی، بازار سرمایه و ساختارهای مالی، سیاستگذاری پولی نمی‌تواند نقش موثری در هدایت رشد اقتصادی یا کنترل تورم ایفا کند. این نکته برای کشورهای در حال توسعه همانند ایران که با ناکارآمدی سیستم بانکی، ضعف حاکمیت بخش خصوصی و زلزله سیاستگذاری‌های کلان مواجه‌اند، مشهود است. در نهایت، هر دو مکتب تطبیق‌گرایی و ساختارگرایی بر این باور هستند که سیاست‌های پولی به تنهایی و در بستر شرایط کنونی کشورهای در حال توسعه نمی‌توانند ابزار اثرگذاری برای رسیدن به اهداف اقتصادی کلان باشند. این دیدگاه‌ها بر ضرورت همراهی سیاست‌های پولی با اصلاحات ساختاری و نهادی تأکید دارند و هشدار می‌دهند که تمرکز صرف بر سیاست پولی بدون ایجاد بسترهای لازم عملاً کارآمد نخواهد بود.

**ملاحظات تورمی در اقتصاد ایران**

تورم بالا در اقتصاد ایران به پدیده‌های مزمن و پایدار، بدل شده است. بنابراین برای مهار تورم، لازم است که ابزارهای سیاست پولی ابتدا به‌خوبی به کار گرفته شوند. برای مثال، نرخ بهره به عنوان یکی از ابزارهای موثر می‌تواند در مهار تورم کمک‌کننده باشد، اما با توجه به اینکه بانک مرکزی، کنونی مشخصی برای نرخ بهره بین‌بانکی تعیین کرده است، این ابزار کارآمد عملاً محدود شده است. از طرف دیگر، در کنار استفاده موثر از سیاست‌های پولی، باید به اصلاحات ساختاری نیز توجه شود. بهبود نظام

فرصت امروز: مرکز آمار ایران در آخرین گزارش خود از تورم ۳۹٫۴ درصدی در خردادماه ۱۴۰۴، خبر داده که به هدف‌گذاری تورمی بانک مرکزی (رسیدن تورم به زیر ۲۰ درصد)، اختلاف آشکاری دارد. به نظر می‌رسد تورم بالا در اقتصاد ایران به پدیده‌ای پایدار و ساختاری تبدیل شده است. در ادبیات اقتصادی، دیدگاه‌های متفاوتی در تحلیل پدیده تورم و رابطه آن با سیاست پولی وجود دارد. دیدگاه غالب در اقتصاد متعارف (دیدگاه جریان اصلی)، سیاست پولی را اولویت اصلی سیاستگذار در مهار تورم می‌داند و بر این باور است که بانک‌های مرکزی می‌توانند هدف‌گذاری تورمی را از مسیر هدایت نرخ بهره مدیریت کنند. در مقابل این دیدگاه، ساختارگرایان با تأکید بر درونزایی پول می‌گویند تورم بالا در برخی کشورهای درحال توسعه در عوامل بنیادی و ساختاری، ریشه دارد که سیاست پولی در این کشورها را بی‌اثر و یا کم‌اثر می‌کند.

طبیعتاً پذیرش هر یک از این دیدگاه‌ها، رویکردهای متفاوتی برای سیاستگذار به همراه دارد. چنانچه سیاستگذار بر تحلیل جریان اصلی تکیه کند، کنترل رشد پولی و انضباط پولی باید در اولویت قرار گیرد، اما در صورت پذیرش رویکرد ساختارگرایان، اصلاح ساختارهای نهادی و کاهش وابستگی بودجه به درآمدهای ناپایدار، پیش‌نیازهای اساسی کنترل تورم تلقی خواهند شد. در این زمینه، پژوهشکده پولی و بانکی در یک گزارش تحلیلی به «چالش‌های نظری در نظام پولی ایران: ساختارگرایی در مقابل جریان اصلی» پرداخته و با تأکید بر دیدگاه ساختارگرایان مبنی بر ریشه‌های ساختاری تورم بالا در ایران، به این نتیجه رسیده است که بی‌توجهی به سیاست پولی و مدیریت نرخ بهره نیز خطرناک بوده و ممکن است آتش تورم بالا را شعله‌ورتر کند.

**دیدگاه جریان اصلی اقتصاد به تورم**

در ادبیات علم اقتصاد، رویکرد جریان اصلی (Mainstream) به مجموعه‌ای از نظریات رایج، گفته می‌شود که در دهه‌های اخیر، به‌ویژه در سیاستگذاری پولی و تحلیل پدیده‌هایی چون تورم، نقش غالب را ایفا کرده‌اند. این رویکرد به دو شاخه عمده مکتب «پول‌گرایی» و «نئوکینزی» تقسیم می‌شود که هر دو شاخه به اهمیت نقش پول در اقتصاد کلان اذعان دارند. در این چارچوب، تورم عمدتاً نتیجه عدم تعادل میان عرضه و تقاضا در اقتصاد کلان، تلقی می‌شود؛ زیرا رشد مستمر مقدار پول در گردش در اقتصاد بدون تناسب با رشد تولید، به افزایش تقاضای کل و در نتیجه به بالا رفتن سطح عمومی قیمت‌ها می‌انجامد. اقتصاددانان جریان اصلی، سیاستگذاری پولی را ابزار موثری برای مقابله با تورم می‌دانند، اما ابزار مداخله مناسب، محل اختلاف دو شاخه این رویکرد است. پول‌گرایی برگرفته از نظریه مقداری پول است و بر این فرض بنیادین استوار است که تورم پدیده‌ای ذاتاً پولی است. در این نگاه، پایه پولی که شامل اسکناس، مسکوک و ذخایر بانک‌ها نزد بانک مرکزی است، عامل اصلی تعیین‌کننده میزان پول در اقتصاد محسوب می‌شود. مطابق این دیدگاه، رشد نقدینگی بیش از رشد تولید واقعی، موجب افزایش سطح قیمت‌ها و شکل‌گیری تورم می‌شود. به همین دلیل، پول‌گرایان به یک قاعده ساده اعتقاد دارند که نرخ رشد پول باید با نرخ رشد تعادلی تولید حقیقی در بلندمدت برابر باشد.

در نقطه مقابل، رویکرد نئوکینزی با وجود پذیرش برخی مفروضات پول‌گرایان، در تبیین مکانیزم خلق پول و سازوکار سیاست پولی، دیدگاهی متفاوت دارد. در این دیدگاه، اگرچه ذخایر بانک مرکزی در ایجاد سپرده‌های بانکی، نقش دارند، اما ترکیب دارایی‌های مورد تقاضا از

میلیارد تومان می‌شود.

گفتنی است که مبلغ ودیعه برای سال جاری در شهر تهران ۲۷۵ میلیون تومان، در مراکز استان‌ها ۲۱۰ میلیون تومان، سایر نقاط شهری ۱۴۰ میلیون تومان و در نقاط روستایی ۵۵ میلیون تومان پرداخت می‌شود. یکی از شروط دریافت وام اجاره، آن است که مستاجر، فاقد واحد مسکونی باشد. در واقع، مستاجرین فاقد مسکن که در زمان اخذ تسهیلات حسب استعلامات به عمل آمده از سازمان‌های جامع طرح‌های حمایتی وزارت راه و شهرسازی و سمات بانک مرکزی، ایشان، همسر و فرزندان تحت تکفل کمتر از ۱۸ سال وی فاقد زمین یا کاربری مسکونی، مالکیت کنونی مسکونی و تسهیلات جاری در بخش مسکن باشند مشمول تسهیلات ساخت، خرید، جعاله و ودیعه مسکن می‌شوند. مستاجران باید دارای اجاره‌نامه رسمی و ثبت‌شده در سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات باشند و باید کد رهگیری اجاره‌نامه آنها از تاریخ اول فروردینماه ۱۴۰۳ به بعد باشد. وام اجاره علاوه بر زوجین، به افراد مجرد نیز پرداخت می‌شود. شرط سنی برای خانم‌های مجرد حداقل ۳۵ سال و برای آقایان مجرد حداقل ۴۵ سال تعیین شده است. البته متقاضیانی که در سال‌های

آنطور که معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی گزارش داده، نظام بانکی کشور از اردیبهشت امسال تاکنون ۶۶ هزار فقره تسهیلات جدید ودیعه مسکن به متقاضیان پرداخت کرده است. آمارها و اطلاعات منتشرشده از سوی دفتر طرح‌ریزی و پایش طرح‌های مسکن وزارت راه و شهرسازی، نشان می‌دهد از سال ۱۴۰۰ تاکنون ۴ میلیون و ۹۱۴ هزار و ۶۱۰ نفر برای اخذ تسهیلات ودیعه مسکن ثبت‌نام کرده‌اند که پس از بررسی آنها، تعداد یک میلیون و ۴۱۳ هزار و ۶۶۷ نفر واجد شرایط برای دریافت وام بودند. از این تعداد برای یک میلیون و ۲۲ هزار و ۲۱۱ نفر تسهیلات ودیعه مسکن پرداخت شده است که مبلغ ریالی آن بالغ بر ۹۲۴ هزار و ۴۳۶ میلیارد ریال است. همچنین براساس مصوبات بیستمین جلسه شورای عالی مسکن، میزان مبلغ ودیعه مسکن به تفکیک نقاط مختلف شهری و روستایی افزایش یافت و ثبت‌نام متقاضیان از ۱۶ اردیبهشت‌ماه امسال شروع شد. تاکنون ۷۲۳ هزار و ۷۹۷ متقاضی جهت بهره‌مندی از این تسهیلات ثبت‌نام کرده‌اند که از این تعداد، ۴۵۷ هزار و ۹۰۶ متقاضی واجد شرایط بودند که تاکنون برای ۶۶ هزار و ۷۷۹ نفر، تسهیلات ودیعه مسکن پرداخت شده که رقم آن بالغ بر ۱۲ هزار و ۵۰۷









## اخبار

#### نشت خط ۸ اینچ نفت و گاز مارون کاملاً مهار شد

اهواز - شبنم قجاوند: رئیس اداره بهره‌برداری شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون اعلام کرد که خط لوله هشت اینچ نفت نمکی از کلاستر شادگان به مجتمع صنعتی شماره سه این شرکت که چهارشنبه ۱۱ تیرماه دچار نشت خارجی شده بود، با اقدام به‌موقع کارگروه فنی و عملیاتی این شرکت، بدون هیچ‌گونه خلی در فرآیند تولید، به‌طور کامل مهار شد.

مهندس بزرگمهر باقری تبار افزود: نفت منتشرشده به زمین‌های کشاورزی و مناطق مسکونی (روستای سودان در فاصله پنج کیلومتری خط) سرایت نکرده و عملیات جمع‌آوری و پاک‌سازی محل از همان ساعات اولیه آغاز شده است. وی تأکید کرد که محدوده انتشار نفت در بخش فاقد پوشش گیاهی منطقه قرار دارد؛ بسا این‌حال، بخش عمده‌ای از عملیات پاک‌سازی نیز به اتمام رسیده و مقدار اندک سیال باقی‌مانده نیز در حال جمع‌آوری می‌باشد. باقری تبار در پایان اظهار داشت: با توجه به ماهیت نفت نمکی جاری در خط لوله مذکور، احتمال ایجاد خوردگی در خطوط لوله در عملیات نفت و گاز دور از انتظار نیست.

#### اولین هتل ۵ ستاره جنوب آذربایجان غربی در مهاباد کلنگ‌زنی شد

ارومیه - رضا عباسی: اولین ثمره همایش سرمایه‌گذاری آذربایجان غربی در حوزه گردشگری به بار نشست و در مراسمی با حضور رضا رحمانی، استاندار آذربایجان‌غربی، مرتضی صفری، مدیرکل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان، سلام ستوده، نماینده مردم مهاباد در مجلس، محمداصادق امیرعشایی، فرماندار مهاباد، جمعی از مسئولان استانی و شهرستانی، فعالان گردشگری و سرمایه‌گذاران، طرح احداث هتل ۵ ستاره مهاباد کلنگ‌زنی شد. این طرح با سرمایه‌گذاری یک‌هزار میلیارد تومانی یکی از بزرگترین طرح‌های گردشگری آذربایجان غربی بوده که نخستین هتل ۵ستاره جنوب استان هم محسوب می‌شود.

طبق گفته فیضی‌زاده، نماینده سرمایه‌گذار و مشاور طرح، این هتل از نوع پروژه‌های مدرن و دوست‌دار محیط زیست بوده و کانسپت طرح آن شبیه موج آب و سیال بوده که برگرفته از سد مهاباد است و در آن استفاده از مصالح نوین و صرفه‌جویی در مصرف انرژی مورد تأکید قرار دارد. این هتل در ۱۷ طبق احداث خواهد شد و دارای بخش‌هایی مانند سوئیت‌های اقامتی، رستوران سنتی و مدرن، استخر، کافی‌شاپ، تالار مراسم آیینی، فروشگاه‌های صنایع‌دستی، اتاق بازی کودک و ... خواهد بود.

این هتل در زمینی به مساحت بیش از دوهزار و ۳۵۰ متر مربع و زیربنای ۲۷هزار مترمربع احداث می‌شود و شامل ۱۲۱ اتاق و ۲۸۰ تخت اقامتی خواهد بود.

سرپرست معاونت توسعه مدیریت و منابع استاندار گلستان:

##### بازنشستگان منبع بلوغ دانایی و ذخایر انسانی ارزشمند جامعه هستند

گران-نادر کرمی-به منظور قدردانی از خدمات ارزشمند بازنشستگان و حفظ کرامت آنان، مراسمی از سوی مدیریت صندوق بازنشستگی استان و با حضور مجتبی جمالی سرپرست معاونت توسعه مدیریت و منابع استاندار برگزار گردید.جمالی در این نشست گفت: تکریم بازنشستگان قدردانی از تلاش ارزنده قشری باتجربه و خدم است که صداقت و بی منت بهترین سال های عمر خود را در مسیر خدمت رسانی به هموطنان و آبادانی و توسعه کشور صرف کرده اند.وی ادامه داد:بازنشستگان به واسطه پشتوانه فکری،علمی و اجتماعی خود، ذخائر و سرمایه های ارزشمندی در حوزه های تخصصی،شغلی و اجتماعی هستند که پس از دوران بازنشستگی هم، حوزه تاثیر و نفوذ زیادی در عرصه خانواده و اجتماع دارند و می توانند در تحکیم هنجارها و ارزش های اجتماعی و رشد و تعالی جامعه به میزان قابل توجهی نقش آفرینی نمایند.جمالی نقش کانون های بازنشستگی را در توسعه و ترویج این باور و تبیین جایگاه بازنشستگان در حوزه مشاوره های سازمانی و نقش آفرینی در عرصه های اجتماعی علاوه بر پیگیری سایر انتظارات و خواسته های مادی و رفاهی بازنشستگان، حائز اهمیت برشمرد.معاون استاندار در پایان افزود: برنامه های تکریم بازنشستگان و جایگاه خانواده، اقدام ارزشمندی است که باید در ابعاد فرهنگی-اجتماعی توسعه یابد و توجه و تجلیل بازنشستگان در دستور کار کلیه دستگاه های اجرایی قرار گیرد.

#### بازدید معاون اقتصادی استاندار گلستان از روند احداث نیروگاه‌های تجدیدپذیر

گران-نادر کرمی- عبدالعلی کیانمهر معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار گلستان از ساختگاه‌های نیروگاه‌های تجدیدپذیر در سطح استان بازدید کرد. در جریان این بازدید که از نیروگاه ۳ مگاواتی گمیشان آغاز شد، معاون اقتصادی استاندار از نزدیک در جریان مراحل اجرایی و پیشرفت فنی پروژه قرار گرفت. کیانمهر در حاشیه بازدید با تأکید بر حمایت دولت از انرژی‌های تجدیدپذیر اظهار کرد: توسعه زیرساخت‌های انرژی نو، یکی از راهبردهای اصلی استان در مسیر ارتقای تاب‌آوری انرژی و تقویت تولید پایدار برق است. مجموعه اقتصادی استان در این مسیر از طرح‌های نوآورانه حمایت خواهد کرد. همچنین در ادامه این بازدید، پروژه تجمیعی ۱.۴ مگاواتی کمیته امداد امام خمینی (ره) نیز مورد بررسی قرار گرفت. این پروژه با هدف بهره‌مندی خانواده‌های تحت پوشش این نهاد طراحی شده و تاکنون مراحل نصب پنل‌های خورشیدی آن به پایان رسیده و تجهیز پست برق در حال انجام است. به گفته مسئولان، با بهره‌برداری از این طرح، ۲۸۲ خانوار از مزایای انرژی پاک برخوردار خواهند شد.

#### بازدید میدانی معاون اقتصادی استاندار گلستان از واحدهای صنعتی شهرک گرگان ۲

گران - خبرنگار فرصت امروز: عبدالعلی کیانمهر، معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار گلستان به همراه شهرداری رئیس شرکت شهرک‌های صنعتی استان با هدف بررسی وضعیت تولید، حمایت از صنایع فعال و رفع موانع پیش‌روی صنعتگران، از چند واحد صنعتی در شهرک صنعتی گرگان ۲ بازدید کرد. در جریان این بازدیدها، روند فعالیت شرکت پروفیل‌سازی هیرکان، کارخانه آب معدنی گلستانه، واحد صنعتی سوله‌سازی استرآباد و مرکز بخش دارو مورد ارزیابی قرار گرفت و مدیران واحدها مسائل مربوط به تأمین برق، نیاز به تسهیلات سرمایه در گردش و توسعه زیرساخت‌ها را مطرح کردند. این بازدیدها در راستای رویکرد حمایتی استان از تولید انجام شد و نویدبخش اقداماتی برای کاهش آسیب‌پذیری صنایع در برابر چالش‌هایی مانند قطعی برق و محدودیت‌های نقدینگی است.



کل بهزیستی آذربایجان شرقی را ۸۷ هزار و ۹۴۱ نفر اعلام و اضافه کرد: این رقم ۵۵ درصد مجموع معلولان کشوری تحت پوشش سازمان بهزیستی را شامل می‌شود. صحاف ادامه داد: اکنون تعداد ۲ هزار و ۶۸۰ نفر دانشجو معادل ۱۱.۴ درصد کشوری و ۶ هزار و ۹۹۸ نفر دانشی آموز معادل ۴.۱ درصد جامعه هدف کشوری زیر پوشش بهزیستی آذربایجان شرقی قرار دارند و سالانه از خدمات مالی و مشاوره ای و توانبخشی این مجموعه بهره مند می‌شوند.

وی با اشاره به اینکه تعداد ۹۴ مرکز روزانه انواع خدمات بهزیستی را برای جامعه هدف در آذربایجان شرقی ارایه می‌دهند، گفت: از این مراکز تعداد چهار هزار و ۳۱۹ نفر به‌طور مرتب خدمات می‌گیرند که شامل ۲۲ مرکز معلولیت های ذهنی، ۱۶ مرکز معلولیت

فرصت امروز - ماهان فلاح: مدیرکل بهزیستی آذربایجان شرقی از ایجاد اشتغال برای تعداد پنج هزار و ۴۲۹ نفر از مددجویان استان در یکسال گذشته خبر داد.

فرگل صحاف، اعلام کرد: در همین مدت تعداد ۷۸۷ واحد مسکونی نیز برای افراد تحت پوشش واگذار شده است.

وی مجموع زنان سرپرست خانوار تحت پوشش اداره کل بهزیستی آذربایجان شرقی را ۲۹ هزار و ۵۷۶ نفر اعلام کرد که ۹.۸ درصد مجموع این دسته از زنان در کشور را شامل می‌شود. صحاف اعلام کرد: ۴۲ درصد از مجموع زنان زیر پوشش این مجموعه مطلقه بوده و زندگی مشترک خود را از دست داده‌اند. به گفته وی همسران فوت شده با ۳۲ درصد، همسران از کار افتاده با هفت درصد و همسران معتاد با بیش از سه درصد در رده های بعدی جامعه هدف بهزیستی آذربایجان شرقی هستند که تحت حمایت های مالی قرار گرفته و از این مجموعه خدمات دریافت می‌کنند. صحاف از نگهداری تعداد ۱۰۶ نفر از زنان بدسرپرست در خانه امن بانوان تبریز خبر داد که بنا به دلایل گوناگون و با نظر نهادهای مرجع نگهداری آنها بر عهده اداره کل بهزیستی آذربایجان شرقی نهاده شده است.

صحاف، کل افراد تحت پوشش اداره بهزیستی آذربایجان شرقی در زمان حاضر را ۱۱۰ هزار و ۴۶۸ نفر اعلام کرد که سهم ۵.۳ درصدی کل کشور را تشکیل می‌دهند و بر همین مبنا تعداد مستمری بگیران این مجموعه نیز ۱۰۷ هزار و ۴۱۹ نفر است که ۶.۶ درصد سهم کشوری را به خود اختصاص داده است. وی معلولان مدد جوی اداره

اراک - فرناز امیدی: آیین افتتاحیه نمایشگاه ادوات و نسخ تعزیه، با حضور علیرضا محمودی شهردار کلانشهر اراک، جمعی از اعضای شورای اسلامی شهر، و برخی از مدیران شهرداری، در محل حمام تاریخی ارگ اراک برگزار شد. در این مراسم که با استقبال گرم علاقه‌مندان به فرهنگ و هنر آیینی همراه بود، مجموعه‌ای از آثار مرتبط با تعزیه‌خوانی شامل نسخ خطی، ابزار و ادوات سنتی اجرا، لباس‌های تعزیه و تصاویر تاریخی در معرض دید عموم قرار گرفت. علیرضا محمودی، شهردار اراک در حاشیه این مراسم، با تأکید بر اهمیت حفظ و معرفی میراث معنوی و آیین‌های مذهبی، گفت: تعزیه، به



یزد - سید محمد جواد عرفان فر: در شرایطی که بازار کار ایران گرفتار مدارک بی‌مهارت و مشاغل ناپایدار است، فنی و حرفه‌ای یزد با آموزش سالانه بیش از ۳۰ هزار نفر و طراحی برنامه‌های ساختاری نوین، در حال تبدیل‌شدن به یک موتور پیشران عدالت اجتماعی، تحرک طبقاتی و اقتصاد مهارتی است « احمد طالبی، سرپرست اداره کل آموزش فنی و حرفه‌ای استان یزد «، در استانه هفته ملی مهارت، اعلام کرد که این اداره کل با ۱۶ مرکز دولتی و بیش از ۸۰۰ آموزشگاه آزاد، نه‌تنها مرجع آموزش‌های مهارتی شده بلکه مأموریت تازه‌ای را آغاز کرده است: تبدیل مراکز آموزش به قطب‌های تخصصی و تبدیل مهارت به ابزار توسعه اجتماعی پایدار.

عبور از آموزش انبوه: حرکت دوسوی قطب‌های تخصصی مهارتی یکی از تحولات اساسی در سیاست‌های فنی و حرفه‌ای استان، برپهیز از پراکندگی و تمرکز بر هم‌جنس‌سازی مهارت‌ها در مراکز منتخب است. این تصمیم، ضمن ارتقاء سطح آموزش‌ها، به تجمع منابع و افزایش بهره‌وری سیستماتیک خواهد انجامید و مراکز فنی و حرفه‌ای را به جایگاه «قطب مهارتی» با مأموریت روشن ارتقاء خواهد داد.

«کارآفن»: مسیر کارآفرینی از صفر تا صد طرح «کارآفن»؛ یکی از نمونه‌های موفق پیوند آموزش با تولید است؛ طرحی که از تهیه مواد اولیه تا تولید نهایی



محصول را به مهارت‌آموز می‌آموزد و در عمل، مهارت‌آموز را از یک «دانش‌پذیر» به یک «تولیدگر مستقل» تبدیل می‌کند.

##### مشارکت‌پذیری به جای تصدی‌گری

در رویکردی متفاوت از سال‌های گذشته، اداره کل فنی و حرفه‌ای یزد واگذاری مراکز آموزشی نیمه‌تمام به بخش خصوصی را یک فرصت توسعه‌ای تلقی می‌کند، نه صرفاً بار مالی. مراکز در اشکذر، افشار و شهرک صنعتی یزد، اکنون به‌عنوان پروژه‌هایی درآمذا در انتظار ورود سرمایه‌گذاران بخش خصوصی‌اند.

##### آموزش بر مبنای نیاز آینده بازار کار

با شروع طرح پژوهشی گسترده برای شناسایی نیازهای مهارتی آینده استان، یزد در حال طراحی الگویی مبتنی بر

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی:

### پنج شهر استان از جمله تبریز در وضعیت قرمز آب هستند



پرت شبکه در استان خبر داد گفت: با یکی از شرکت‌های دانش

با اجرای عملیات گسترده؛

### زیرساخت‌های خطوط لوله منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران تقویت شد



مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران اظهار داشت: ۱۱۹ متر مربع عملیات تعویض پوشش با هدف بهبود حفاظت فیزیکی و جلوگیری از خوردگی در نقاط حساس شبکه انجام و این اقدام با استفاده از جدیدترین مواد پوششی و رعایت دقیق استانداردهای ایمنی صورت گرفت، وی با

های جسمی و حرکتی، ۹ مرکز سالمندان، هشت مراکز شنوایی، هفت مرکز اوتیسم، سه مرکز چند معلولیتی و یک مرکز روانی، یک مرکز اختلالات بلع و دهان، یک مرکز بینایی و یک مرکز ضایعه های نخاعی هستند. صحاف همچنین گفت: ۱۵ مرکز حرفه آموزی و ۱۰ کارگاه تولیدی در استان با مدیریت بخش خصوصی به معلولان خدمات می‌دهند، وی تعداد پارانه بگیران مراکز روانه اداره کل بهزیستی آذربایجان شرقی را سه هزار و ۹۰۲ نفر اعلام کرد.

مدیرکل بهزیستی آذربایجان شرقی با اشاره به اجرای برنامه های متنوع پیشگیری توسط این مجموعه برای افراد جامعه، غربالگری بینایی و پیشگیری از تنبلی چشم را از مهمترین این برنامه های برشمرد و ادامه داد: در یک سال اخیر ۱۶۴ هزار ۱۶ نفر در این زمینه غربال شدند. صحاف غربالگری تشخیصی و مراقبت به هنگام شنوایی را یکی دیگر از برنامه های پیشگیرانه بهزیستی دانست که تاکنون ۴۱ هزار و ۹۰۲ نوزاد در آذربایجان شرقی غربال شده و برای تعداد هشت هزار و ۳۲۰ نفر نیز مشاوره های ژنتیک ارایه شده است. وی یادآور شد: در قالب برنامه آگاه سازی و پیشگیری از معلولیت برای این مدت هفت هزار و ۱۵۸ سالمند خدمات ارایه شده و همین برنامه برای تعداد ۱۰ هزار و ۶۱۶ نفر از دانش آموزان آذربایجان شرقی نیز

اجرای شده است. صحاف تعداد مراکز غیردولتی تحت نظارت اداره کل بهزیستی آذربایجان شرقی را ۶۵۶ مرکز اعلام کرد که ۴.۸ درصد مجموع مراکز غیردولتی کشور را شامل می‌شود.

### حضور شهردار کلانشهر اراک در آیین افتتاح نمایشگاه ادوات و نسخ تعزیه در حمام تاریخی ارگ

عنوان یکی از ارزشمندترین نموده‌های هنرهای آیینی ایران، بخشی از هویت فرهنگی این سرزمین است و برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی می‌تواند نقشی مهمی در انتقال این میراث به نسل‌های آینده ایفا کند. وی همچنین افزود: حمام تاریخی ارگ، به عنوان یکی از بناهای شاخص دوره قاجار در اراک، امروز به محلی برای تالقی فرهنگ، هنر و تاریخ تبدیل شده و این دست فعالیت‌ها موجب احیای هویت فرهنگی شهر خواهد شد. شهردار اراک گفت: این نمایشگاه با هدف گرامیداشت ماه محرم و معرفی بخشی از هنر عاشورایی ایران اسلامی برپا شده و به مدت ده روز، برای بازدید علاقه‌مندان دایر خواهد بود.

### «مهارت، شاه‌کلید عدالت اجتماعی»؛ بازتعریف نقش فنی و حرفه‌ای یزد در حکمرانی جدید اشتغال

«هوشمندی آموزشی» است. همچنین رایزنی‌ها برای تأسیس «مرکز مهارت‌های پیشرفته با تمرکز بر ابزارهای نوین و هوش مصنوعی» در حال انجام است؛ الگویی که می‌تواند تجربه‌ای ملی برای انطباق مهارت‌ها با مشاغل فردا باشد.

##### سنجش، مستقل و معتبر

یکی دیگر از اقدامات ساختاری، تلاش برای استقلال مرکز سنجش مهارت از واحد آموزش است تا اعتبار گواهینامه‌ها و روند آزمون‌ها، از شفافیت و کیفیت بالاتری برخوردار شوند؛ اقدامی در جهت تقویت برند مهارتی استان در سطح ملی. آموزش به مدرسه‌ها؛ هم‌صدایی نظام آموزشی با بازار کار در قالب طرح «همنوا»، فاصله تاریخی آموزش‌های رسمی با بازار کار کاهش یافته و دانش‌آموزان هنرستان‌ها اکنون در مسیر آموزش واقعی مهارت‌های کاربردی قرار گرفته‌اند.

##### عدالت اجتماعی با ابزار مهارت

طالبی با تأکید بر این‌که مهارت می‌تواند زیربنای عدالت اجتماعی و تحرک طبقاتی باشد، از استقبال گسترده جوانان در آزمون‌های مهارتی (۶۰ هزار شرکت‌کننده در سال) و موفقیت در ال‌میپاد جهانی مهارت خبر داد. از سویی دیگر، معرفی بیش از ۳۴۰ آموزشگاه آزاد برای دریافت تسهیلات و حمایت‌های ویژه از تجهیزات آن‌ها، نشان‌دهنده تلاش ساختاری برای نهادینه‌کردن اقتصاد مهارتی در بستر استان است.

بنیان نیز در مورد نشست یابی ماهواره‌ای در حال انجام مذاکره هستیم. وی به طرح جهاد آبرسانی به روستاها و مناطق کم برخوردار استان اشاره کرد و گفت: ۲ پروژه مهم تا هفته دولت امسال شامل مجتمع ستارخان که در فاز اول به ۶۳ روستا و در فاز دوم به ۸۸ روستا آبرسانی می‌شود بهره‌برداری خواهد شد. وی افزود: آبرسانی به قشلاقات کلیر نیز در فاز اول در حال اجراست و ۳۰ روستا با بهره‌برداری از این طرح از آب شرب سالم برخوردار می‌شوند. وی همچنین به مشترکان برمصرف هشدار داد و گفت: در حال حاضر اشتراک آب یکپهار و ۶۰۰ مشترک قطع شده که بالای ۹۰ درصد آن در ویلاهای اطراف تبریز بودند و دستگاه های دولتی نیز از نظر مصرف آب در حال رصد هستند.

اشاره به اهمیت نشست‌یابی در شبکه خطوط لوله انتقال گاز تصریح کرد: نشست یابی ۱۰۴۷ کیلومتر از خطوط لوله گاز با بهره‌گیری از تجهیزات پیشرفته و تیم‌های متخصص نقش مؤثری در افزایش ضریب ایمنی و کاهش تلفات انرژی دارد. زارع ادامه داد: در زمینه پایش و لنتاژ خطوط لوله نیز طی این مدت ۲۸۸۷ کیلومتر از شبکه مورد ولنتاژگیری قرار گرفت که این عملیات در راستای بررسی وضعیت حفاظت کاتدی خطوط و به‌منظور پیشگیری از خوردگی داخلی و خارجی انجام شده است.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران همچنین در پایان انجام ۴ مورد عملیات هات‌تپ را از پیچیده‌ترین و حساس‌ترین عملیات‌های فنی در شبکه انتقال گاز دانست و ادامه داد: اجرای موفق این عملیات گامی مهم در افزایش انعطاف‌پذیری و بهره‌وری شبکه خطوط لوله انتقال گاز محسوب می‌شود.

# معجزه بسته‌بندی حرفه‌ای محصولات



**نویسنده: علی آل‌علی**

در دنیایی که ویت‌رین فروشگاه‌ها و صفحات فروش اینترنتی پر از رنگ، فرم و پیام‌های تصویری اند، بسته‌بندی دیگر صرفا یک پوشش برای محافظت از محصول نیست. این روزها بسته‌بندی به نوعی سفیر برند تبدیل شده؛ اولین چیزی که مشتری می‌بیند، لمس می‌کند و درباره اش قضاوت می‌کند. گاهی همین چند ثانیه اولی که محصول در قفسه یا صفحه‌گوشی ظاهر می‌شود، مسیر تصمیم‌گیری مشتری را شکل می‌دهد؛ بدون آنکه حتی یک کلمه با فروشنده رد و بدل شده باشد. اما طراحی بسته‌بندی فقط به ظاهر آن محدود نمی‌شود. ترکیب رنگ، فونت، جنس، فرم و حتی نحوه باز شدن همه بخش‌هایی از یک سیستم ارتباطی گسترده‌تر هستند که باید داستان برند، ارزش‌های آن و جایگاهی که در ذهن مشتری می‌خواهد به دست بیاورد را بازتاب دهند. بسته‌بندی خوب نه تنها زیبا و کاربردی است، بلکه به نوعی تجربه مصرف‌محصول را هم شکل می‌دهد. تجربه‌ای که می‌تواند باعث اشتراک‌گذاری، بازگشت دوباره مشتری و حتی تعریف برند در ذهن مخاطب شود.

ما در این مقاله پنج مهارت و اصل کلیدی در طراحی بسته‌بندی را بررسی می‌کنیم که اگر درست اجرا شوند، بسته‌بندی را به ابزاری واقعی برای بازاریابی، تمایز و تجربه‌سازی تبدیل خواهند کرد. هدف، طراحی چیزی فراتر از ظاهر است؛ ساخت یک پل ارتباطی میان برند و ذهن مشتری.

**روایت هویت برند از دل طراحی**

وقتی طراحی بسته‌بندی را شروع می‌کنیم، اولین سوال باید این باشد که «می‌خواهیم مشتری چه چیزی درباره ما حس کند؟». بسته‌بندی در نگاه اول، حکم معرفی‌نامه برند را دارد. از رنگ‌ها گرفته تا نوع فونت، جنس متریال، محل لوگو، سبک عکس‌ها یا حتی شکل جعبه، همه نشانه‌هایی هستند از اینکه برند چه شخصیتی دارد و چه نوع مشتری‌ای را هدف گرفته است.

برندهایی که شخصیت لوکس دارند، معمولا از رنگ‌های خنثی، خطوط مینیمال و متریال سنگین استفاده می‌کنند. در مقابل، برندهای دوستانه یا جوان پسند، رنگ‌های روشن، فرم‌های منحنی و پیام‌های غیررسمی را انتخاب می‌کنند. نکته مهم این است که این عناصر نباید جدا از یکدیگر کار کنند. بسته‌بندی زمانی قدرت پیدا می‌کند که تمام عناصرش به صورت هماهنگ، یک پیام مشخص را منتقل کنند؛ مثلا حس شفافیت، کیفیت یا نوآوری.

در بازارهای جهانی، برندهایی مثل شانل، اپل یا کیت کت نمونه‌هایی هستند که طراحی بسته‌بندی شان کاملا بازتابی از شخصیت برند است. شانل با طراحی‌های سیاه و سفید و بی‌نقص، تصویری از سادگی کنترل‌شده و اشرافیت ایجاد کرده. اپل از طراحی خالی از شلوغی استفاده می‌کند تا پیام مینیمالیسم و دقت را برساند. برندهایی مثل اینها، طراحی بسته را بخشی از «هویت‌دیداری» خود می‌دانند، نه فقط جلدی برای محافظت از محصول.

**دیده‌شدن در قفسه‌های شلوغ**

در فضای پررقابت بازار، گاهی فقط چند ثانیه فرصت دارید تا توجه مشتری را جلب کنید. طراحی بسته‌بندی باید با یک نگاه دیده‌شود، در ذهن بماند و کنجکاوی

**نویسنده: علی آل‌علی**

در سال‌های اخیر تغییرات پیاپی در فناوری، رفتار مصرف‌کننده و الگوریتم‌های پلتفرم‌های دیجیتال مسیر مدیریت بازاریابی را به شکلی جدی متحول کرده‌اند. حالا دیگر مدیر بازاریابی فقط کسی نیست که کمپین‌ها را طراحی و بودجه‌بندی کند؛ او باید بتواند میان تحلیل داده، شناخت بازار، طراحی تجربه کاربری، توسعه محتوا و حتی روان‌شناسی تصمیم‌گیری مشتری، ارتباطی هوشمندانه برقرار کند. برندهایی مثل نایک، اپل، استارباکس و نتفلیکس

سال‌هاست که با تکیه بر تیم‌های بازاریابی چابک و چندمهارتی نه تنها خودشان را در صدر بازار نگه داشته‌اند، بلکه موفق شده‌اند فرهنگ مصرف را هم تحت تأثیر قرار دهند.

برای مدیرانی که می‌خواهند در سال ۲۰۲۵ همچنان دیده شوند و اثرگذار باقی‌بمانند، پنج مهارت وجود دارد که اهمیت آنها بیش از همیشه احساس می‌شود. در ادامه، نگاهی تحلیلی به این مهارت‌ها خواهیم داشت.

**تفکر استراتژیک همراه با درک داده‌ها**

مدیر بازاریابی موفق در دنیای امروز باید با داده‌ها

آشتی باشد. دیگر دوران اتکا به احساس یا تجربه صرف به پایان رسیده است. الان حتی کوچک‌ترین تصمیم مثل زمان‌بندی یک پست شبکه اجتماعی، باید براساس داده‌های دقیق گرفته‌شود، اما صرفا داشتن داده کافی نیست؛ توانایی تحلیل، تفسیر و تصمیم‌سازی براساس آن است که ارزش دارد. برای مثال، وقتی برندهایی مثل آدیداس یا اسپاتیفای می‌خواهند کمپینی جدید راه‌اندازی کنند، ابتدا داده‌هایی مثل نرخ کلیک، زمان ماندگاری مخاطب روی صفحه، میزان مشارکت در محتوا و بازگشت سرمایه کمپین‌های قبلی را به دقت تحلیل می‌کنند. اما مهم‌تر از اعداد، دید استراتژیک پشت آنهاست: اینکه مدیر بازاریابی بتواند الگوها را تشخیص دهد، روندها را ببیند و براساس آن، مسیر آینده برند را ترسیم کند.

این مهارت نه فقط نیازمند دانش ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس، بلکه مستلزم ذهنی باز، قدرت مقایسه و توانایی استنتاج است. مدیر باید بتواند به زبان داده‌ها فکر کند، اما با نگاه انسانی تصمیم بگیرد.

**طراحی تجربه مشتری، فراتر از ظاهر زیبا**

تجربه مشتری برای بسیاری از شرکت‌های موفق به قلب استراتژی بازاریابی تبدیل شده است. دیگر کافی نیست فقط برندهای تبلیغاتی زیبا باشند یا شعارهای برند خلاقانه. امروزه مشتری از لحظه‌ای که برای اولین بار نام برند را می‌شنود تا لحظه‌ای که محصول را استفاده می‌کند یا خدمات پس از فروش دریافت می‌کند، درگیر یک زنجیره تجربه است. این تجربه باید منسجم، لذت‌بخش و هدفمند باشد.

تصور کنید وارد سایت اپل می‌شوید: طراحی ساده، هدایت شفاف، بارگذاری سریع و محتوای دقیق همه در جهت این هستند که تجربه‌ای بی‌دردسر و جذاب به وجود بیاید. این نوع طراحی نه فقط باعث فروش می‌شود، بلکه حس اعتماد و وفاداری می‌سازد.

مدیر بازاریابی باید با همکاری تیم طراحی رابط کاربری، تیم فروش و خدمات مشتری اطمینان حاصل کند که همه نقاط تماس با برند (touchpoints) هماهنگ، هوشمند و موثر هستند. حتی رنگ دکمه خرید یا لحن یک ایمیل تأیید سفارش می‌تواند در ذهن

مشتری اثر بگذارد.

**توانایی تولید و هدایت محتوا در کانال‌های مختلف** محتوا هنوز یکی از اصلی‌ترین ابزارهای بازاریابی است، اما تفاوت امروز با گذشته اینجاست که حالا محتوا فقط یک متن تبلیغاتی یا مقاله وبلاگی نیست. محتوا می‌تواند ویدئو، پادکست، تصویر، ایمیل، پست اینستاگرامی، توتیت یا حتی یک تجربه تعاملی در اپلیکیشن باشد. وظیفه مدیر بازاریابی فقط تولید محتوا نیست، بلکه طراحی استراتژی محتوایی است که پیام برند را در همه این کانال‌ها یکپارچه و هدفمند منتقل کند.

برندهایی مانند نتفلیکس یا استارباکس این مهارت را به خوبی نشان داده‌اند. نتفلیکس با استفاده از داده‌های بیننده، به آنها محتوا تولید می‌کند، بلکه محتوایی تبلیغاتی‌اش را نیز بر همان اساس شخصی‌سازی می‌کند یا استارباکس که با استفاده از اپلیکیشن اختصاصی‌اش، پیام‌های وفاداری، پیشنهادات ویژه و داستان‌سرایی درباره برند را به شکلی یکپارچه به مخاطب منتقل می‌کند. مدیر بازاریابی باید مهارت برنامه‌ریزی تقویم محتوایی، شناخت پرسونای مخاطب، مدیریت تیم تولید محتوا و ارزیابی اثربخشی پیام‌ها را داشته باشد و از همه مهم‌تر، بداند که محتوا فقط ابزار اطلاع‌رسانی نیست؛ بلکه سازه رابطه است.

**مهارت در رهبری تیم‌های چابک و میان‌تخصصی** تیم بازاریابی مدرن معمولا از افراد با مهارت‌های بسیار متنوع تشکیل شده: تحلیلگر داده، استراتژیست محتوا، کارشناس سئو، طراح گرافیک، مدیر شبکه‌های اجتماعی، مدیر پروژه و سایر مهارت‌ها. وظیفه مدیر بازاریابی این است که این قطعات متفاوت را به شکلی هماهنگ، موثر و الهام‌بخش رهبری کند.

این کار ساده نیست. به ویژه در دنیای پساکرونا که بسیاری از تیم‌ها به صورت دورکاری یا ترکیبی کار می‌کنند، توانایی ایجاد انسجام، ارتباط مؤثر، تفویض اختیار هوشمندانه و ارزیابی عملکرد به شکل عادلانه اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. یک مدیر موفق باید هم شنونده خوبی باشد، هم مربی الهام‌بخش. باید بتواند چشم‌انداز مشترک بسازد، موانع ارتباطی را از میان بردارد و میان اهداف تیمی و شخصی تعادل برقرار

خلاقانه است. بسته‌هایی که با ظاهرشان غافلگیر می‌کنند، کنجکاوی برمی‌انگیزند و بیشتر در ذهن می‌مانند.

این خلاقیت می‌تواند در فرم هندسی کلی بسته باشد (مثلا جعبه مثلثی برای چای، یا قوطی مربعی برای کره بادام زمینی) یا در جزئیاتی مثل درب دوتایی، لایه‌های کشویی یا برش‌هایی با کارکرد نمادین. برندهایی مثل نایک یا نوتلا با خلق بسته‌بندی‌هایی که فراتر از انتظار هستند، بارها نشان داده‌اند که می‌توان از قالب بسته‌بندی برای ایجاد داستان، شوخ طبعی یا حتی تعامل استفاده کرد. این نوع طراحی‌ها البته هزینه بر هستند و برای همه برندها مناسب نیستند، اما در دسته‌هایی که رقابت سنگین است یا محصول نیاز به جایگاه‌سازی جدید دارد، خلاقیت فرم می‌تواند عامل تمایز کلیدی باشد. نکته مهم این است که فرم نباید به قیمت قربانی شدن عملکرد تمام‌شود. طراحی باید همزمان خلاق، کاربردی و متناسب با هویت برند باشد.

**طراحی پایدار و مسئولانه**

در سال‌های اخیر، نگرانی‌های زیست‌محیطی، سبک زندگی بسیاری از مصرف‌کنندگان را تغییر داده. امروزه، خریداران به این توجه می‌کنند که محصولی که می‌خرند چقدر با اصول پایداری هم راستاست. این موضوع مستقیما بسته‌بندی را هدف قرار داده است.

برندهایی که از مواد بازیافتی استفاده می‌کنند، بسته‌هایی بدون پلاستیک می‌سازند یا طراحی‌هایی دارند که کمترین ضایعات را تولید می‌کنند، معمولا در نظر مشتریان مسئولیت‌پذیرتر و ارزشمندتر دیده می‌شوند. به ویژه در بازارهای غربی، مشتریان حاضرند مبلغ بیشتری پرداخت کنند، فقط برای آنکه بدانند برند مورد نظر به محیط زیست اهمیت می‌دهد.

طراحی پایدار فقط به نوع متریال محدود نمی‌شود. استفاده هوشمندانه از فضای داخل بسته، کاهش ابعاد، حذف بسته‌بندی دوم غیرضروری و حتی طراحی مجدد برای استفاده مجدد از بسته، همگی در این مسیر قرار می‌گیرند.

برای مثال، برخی برندهای آرایشی بسته‌هایی تولید می‌کنند که پس از تمام‌شدن محصول، قابل‌پرکردن مجدد هستند یا برخی برندهای غذایی، جعبه‌هایی طراحی کرده‌اند که پس از مصرف محصول، تبدیل به اسباب‌بازی یا ابزار نگهداری می‌شوند. این رویکرد نه تنها تأثیر زیست‌محیطی را کاهش می‌دهد، بلکه نوعی ارزش‌افاده در ذهن مشتری ایجاد می‌کند.

**سخن پایانی**

طراحی بسته‌بندی امروز، یک فرآیند چندوجهی است که از زیبایی‌شناسی صرف فراتر رفته. بسته‌ای موفق باید بتواند از هویت برند دفاع کند، در قفسه یا صفحه‌گوشی به چشم بیاید، تجربه خوبی از بازکردن ایجاد کند، در فرم غافلگیر کند و در عین حال با محیط زیست نیز هماهنگ باشد.

این پنج مهارت، زمانی بهترین نتیجه را می‌دهند که به صورت یکپارچه و هماهنگ در فرآیند طراحی، بازاریابی و تولید جای بگیرند. هر بسته، فرصتی است برای ساختن یک تجربه، شکل دادن به تصویر برند و در نهایت، ماندگار شدن در ذهن مشتری.

منابع:

۹۹designs.com/blog/packaging-//https://label/packaging-design-tips

کند. به عبارت دیگر، مدیر بازاریابی باید خودش برند رهبری باشد.

**خلاقیت عملیاتی: از ایده تا اجرا**

خلاقیت در بازاریابی همیشه ارزشمند بوده است، اما در دنیای امروز که الگوریتم‌ها، رقابت ثانیه‌ای و مخاطبان بی‌حوصله نقش اصلی را دارند، خلاقیت باید با سرعت و کارایی همراه باشد. برندهایی مثل نایکی یا ردبول نشان داده‌اند که اگر ایده‌های خلاقانه به موقع اجرا نشوند، تأثیرشان را از دست می‌دهند.

مدیر بازاریابی باید بتواند محیطی ایجاد کند که ایده‌های نو شکل بگیرند، اما مهم‌تر از آن، فرآیندهایی طراحی کند که این ایده‌ها به سرعت تبدیل به محتوای واقعی، کمپین‌های ملموس یا تجربه‌های مشتری شوند. یعنی میان خلاقیت و اجرا پلی محکم بسازد. خلاقیت عملیاتی به این معناست که بدانی چه چیزی در بازار جدید است، چطور می‌توان به آن واکنش نشان داد، چگونه تیم را برای تولید سریع آماده کرد و از همه مهم‌تر، چگونه کیفیت را در عین شتاب حفظ کرد.

**سخن پایانی**

مدیر بازاریابی در عصر کنونی دیگر فقط یک کارشناس تبلیغات یا برنامه‌ریز کمپین نیست. او رهبر تیمی میان رشته‌ای، تحلیلگر داده‌ها، معمار تجربه مشتری، استراتژیست محتوا و مشاور تحول دیجیتال است. اگر بخواهیم یک تعریف دقیق‌تر ارائه دهیم: مدیر بازاریابی آینده، ترکیبی از علم و هنر را در خود دارد. در جهانی که برندها هر لحظه در معرض قضاوت مخاطب هستند، تنها کسانی موفق خواهند بود که مهارت یادگیری پیوسته، انعطاف‌پذیری و تفکر سیستمی داشته باشند. آینده بازاریابی برای آنهايي روشن است که نه تنها با تغییرات همگامند، بلکه خودشان تغییر را هدایت می‌کنند.

منابع:

https://online.champplain.edu/blog/what-skills-do-you-need-for-marketing
https://www.mayple.com/resources/digital-marketing/marketing-management-skills