شنبه
۱۰ مرداد ۱۴۰۵- ۱۷ صفر ۱۴۴۸ - اول اوت ۲۰۲۶- شماره ۳۱۰۳-پیاپی ۴۴۲۱

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»

مدیرمسئول: عاطفه خسروی

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸ - ۰۹۱۹۱۲۵۱۴۰۶
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
تلفن: ۸۲۱۹۰ (داخلی-۱۰۸)
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸
تهران، خیابان قائم مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶- کدپستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir
چاپخانه: صمیم

www.smtnews.ir
telegram.me/smtnews
tozi.smtnews@gmail.com
info@smtnews.ir
instagram.com/smtnewspaper
http://eitaa.com/smtnews
https://ble.ir/smtnews

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

عکس روز

آتش‌سوزی در مخزن شماره یک هورالعظیم

منبع: ایرنا

چهره

اولویت فوری ما معیشت مردم است

رئیس مجلس با تأکید بر صرفه‌جویی، ایجاد فرصت‌های درآمدی و بازسازی، گفت: اصلاح قانون بودجه ۱۴۰۵ باید با توجه به اولویت‌های کشور و نیازهای معیشتی مردم انجام شود. به گزارش خبرگزاری مهر، محمدباقر قالیباف رئیس مجلس شورای اسلامی در جلسه شورای هماهنگی مجلس که صبح سه‌شنبه ۶ مرداد ماه ۱۴۰۵ برگزار شد با تأکید بر ضرورت همکاری بیشتر با شورای نگهبان در زمان بررسی طرح‌ها و لوایح برای تصویب دقیق تر قوانین و تسریع در تأیید آن، اظهار کرد: برخی قوانین را نیز می‌توان به صورت غیردائمی و برای اجرا در مدت چند سال به تصویب رساند تا در شرایط بهتری قوانین دائمی جایگزین شود.

قالیباف همچنین با تأکید بر ضرورت تعیین کارهای مهم و فوری در مجلس و دولت، عنوان کرد: گاهی برخی امور مهم هستند اما فوری نیستند و برخی فوری هستند اما مهم نیستند. باید ابتدا به کارهایی که هم توامان مهم و فوری هستند، متمرکز شویم.

رئیس قوه مقننه در ادامه با اشاره به پیام رهبر معظم انقلاب به مناسبت روز مجلس و تأکید ایشان بر ضرورت بازنگری در برنامه هفتم پیشرفت در شرایط فعلی، اظهار کرد: ما باید این کار را انجام دهیم البته قرار نیست دوباره این قانون را بازنویسی کنیم، بلکه باید موارد مهم برای اصلاح را اولویت‌بندی کرده و مورد لازم را با کمک دولت، مرکز پژوهش‌ها و کمیسیون تخصصی اصلاح کنیم.

رئیس مجلس شورای اسلامی در پایان با بیان اینکه اصلاحات لازم برای قانون بودجه ۱۴۰۵ نیز باید اولویت‌بندی شود، خاطرنشان کرد: ما باید در کشور صرفه جویی را مد نظر قرار داده و فرصت‌های درآمدزایی را فراهم کنیم، همچنین باید بازسازی‌ها را اولویت قرار دهیم. در این بین موضوع معیشت مردم و نیروهای مسلح به عنوان یک اولویت مهم و فوری باید در دستور کار دولت و مجلس باشد و نباید از آن غفلت کرد. اعضای هیات رئیسه و رؤسای کمیسیون‌های مجلس نیز در این جلسه به بحث و بررسی درباره مسائل جاری کشور پرداختند و هر یک اولویت‌های مدنظر خود را که پیگیری و حل آنها می‌تواند از دغدغه‌های روز مردم بکاهد، بیان کردند. در همین راستا این نمایندگان به موضوعاتی همچون ضرورت تسریع در بازسازی خسارات وارده ناشی از جنگ، پیگیری وضعیت بازنشستگان، معیشت مردم، تأمین ارز، تأمین نهاده‌های دامی و تولیدات کشاورزی، بهینه‌سازی مصرف سوخت، وضعیت بنزین، مسائل حوزه دارو، درمان و بیمه و امور مربوط به حوزه آموزش پرداختند و راهکارهایی برای آن ارائه دادند.

یادداشت

عوامل موثر بر کاهش ارزش ریال

فرشاد فصاحت ـ کارشناس سرمایه‌گذاری و اقتصادی: ارزش پول ملی وابستگی مستقیم با عرضه و تقاضای دلار و سایر ارزها در کشور دارد. اگر در کشور نرخ ارز افزایش یابد، به‌همان نسبت ارزش پول ملی کاهش پیدا می‌کند. واقعیت این است که هیچ دولتی در ایران پس از انقلاب اسلامی نتوانسته در تقویت و حفظ ارزش پول ملی موفق عمل کند؛ از این‌رو حفظ ارزش پول ملی مهم و بر نرخ دارایی‌ها و بهای کالا و خدمات اثرگذار است. عوامل گوناگونی بر ارزش پول ملی تاثیرگذارند و این مسئله از ابعاد متفاوتی، قابل‌بررسی است.

یکی از عوامل تعیین‌کننده در ارزش پول ملی یک کشور، توان تولید در داخل آن کشور است. پول ملی در کشوری که بتواند تولیدات زیادی داشته باشد و با این تولیدات، بتواند نیازهای مردم کشور را تامین کند و علاوه بر آن، بتواند مازاد آن را صادر کند و از طریق صادرات ارز به‌دست بیاورد، قدرتمند خواهد بود. مثل چین که با گذشت زمان، توان و ظرفیت تولیدی خود را افزایش داده و در نتیجه از قدرت پول ملی آن نیز کاسته نشده است.

عامل دیگری که در ارزش‌گذاری پول ملی تاثیر دارد، توانایی یک کشور برای جذب سرمایه خارجی به‌گونه‌های مختلف، از جمله خرید اوراق سهام یا مشارکت در پروژه‌های سرمایه‌گذاری است. طی سال‌های اخیر، در ایران همواره شاهد فرار یا هدررفت سرمایه بوده‌ایم. فرار سرمایه به این معناست که جامعه نیاز به ارز بیشتری دارد و حاضر به تبادل پول داخلی با پول خارجی است که با این اتفاق، ارزش پول ملی کاهش می‌یابد. انتظارات نسبت به آینده متصور اقتصادی کشور و هیجانات اقتصادی نیز در تعیین میزان ارزش پول ملی موثرند. به‌عنوان‌مثال، اتفاقات اخیر در کشور موجب کاهش ارزش پول ملی و فرار سرمایه شده است. شرایط اقتصادی کنونی کشور، رکود، تورم سطح بالا و سایر عوامل، اگر به همین روال ادامه یابد، موجب پیدایش یک فشار اقتصادی عظیم خواهد شد.

عامل تهدیدکننده دیگر در حفظ ارزش پول ملی، تجارت بین‌الملل و کسری تراز تجاری کشور است. در سال‌های اخیر، حجم واردات در کشور بیش از حجم صادرات در کالاهای غیرنفتی بوده و اقتصاد ایران همواره کسری تراز تجاری غیرنفتی داشته که عمدتا با درآمدهای ارزی نفتی خنثی شده است. اما با تشدید تحریم‌ها و عدم‌امکان دریافت درآمدهای نفتی، کسری تراز تجاری بیشتر شد و در نتیجه به‌دلیل کاهش عرضه ارز در کشور، نرخ ارز افزایش و ارزش پول ملی کاهش یافت. جریان دیگری که می‌تواند منجر به افزایش قیمت‌ها شود و ارزش پول ملی را کاهش دهد، موضوع هزینه‌های تولید است. هزینه‌های تولید ما تحت‌تاثیر عوامل متعددی است؛ یکی از عوامل بسیار مهم موثر بر هزینه‌های تولید، حوزه کسب‌وکار است. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت در کشورهایی که تکنولوژی رو به پیشرفت بوده و بهره‌وری سرمایه و نیروی کار بیشتر است، تولید و ارزش پول ملی نیز بیشتر خواهد بود و کشورهایی که دچار بی‌ثباتی‌های سیاسی و اقتصادی هستند و تورم در آنها افزایش پیدا می‌کند و قادر به جذب سرمایه خارجی نخواهند بود، ارزش پول ملی‌شان نیز کاهش پیدا خواهد کرد. میزان تولید ناخالص ملی، حجم نقدینگی، نرخ تورم، نرخ سود بانکی، رشد پایه پولی، چاپ پول بدون پشتوانه و افزایش نقدینگی در کشور نیز از عوامل موثر در کاهش ارزش پول ملی هستند.

تاثیر تورم در کاهش ارزش پول ملی

نرخ تورم تاثیر مستقیم در افزایش یا کاهش ارزش پول ملی دارد. در نیم‌قرن گذشته، نرخ تورم در ایران در بیشتر سال‌ها ۲ رقمی بوده، در حالی که میانگین نرخ تورم در دنیا حدود ۳ درصد است و همین مسئله را می‌توان به‌عنوان مهم‌ترین عامل کاهش ارزش پول ملی در ایران دانست. از سویی شکاف تورم بین اقتصاد ایران و شرکای تجاری تاثیر بسزایی در ارزش پولی ملی کشور دارد.

نرخ تورم در اقتصاد ایران در این سال‌ها افزایشی بوده، در حالی‌که تورم شرکای تجاری اندک بوده است و شکاف و تفاوت این نرخ‌ها به‌تدریج بر کاهش ارزش پول ملی تاثیر خواهد داشت. به‌عنوان‌مثال، نرخ تورم در کشور ژاپن طی ۲۰ سال اخیر تقریبا نزدیک به صفر بوده و به‌همین دلیل است که پول ملی ژاپن نیز قدرت نسبی خوبی در دنیا دارد.

جریان تورمی کشور نیز متاثر از ۲ کانال متفاوت است؛ یک کانال مربوط به هزینه‌ها و کانال دیگر مرتبط به تقاضای کل کالاها و خدمات است. زمانی که دچار افزایش بی‌رویه تقاضای خدمات و کالاها می‌شویم، طبیعی است این افزایش جریان تقاضا برای کالاها و خدمات، فشار تقاضا ایجاد می‌کند و این فشار تقاضا، افزایش سطح عمومی قیمت‌ها را به‌دنبال خواهد داشت. در واقع هرچه بهتر بتوانیم جریان تورمی را کنترل کنیم، این امر می‌تواند در تقویت ارزش پول ملی در بخش داخلی ثمربخش باشد.

دلایل کلیدی کاهش ارزش ریال

بیش از ۵۰ سال است اقتصاد ایران ساختارهای تورمی دارد و نخستین مسئله در حفظ و تقویت ارزش پول ملی، مهار تورم است که نیازمند اصلاح ساختاری در حوزه‌های بانکی، بودجه‌ای و تجاری است. دولت برای حفظ و تقویت ارزش پول ملی باید برنامه مشخص و مبتنی بر علم اقتصاد ارائه دهد و مسائل را اولویت‌بندی کند. البته در تیم اقتصادی دولت نیز باید هماهنگی‌های لازم برقرار شود. اگر به‌دنبال حفظ و تقویت ارزش پول ملی هستیم، باید تورم را مهار کنیم و فاصله تورم ایران با شرکای تجاری را کاهش دهیم. البته اینکه تورم چگونه کنترل شود، خود موضوع مهمی است. اگر دولت بتواند سیاست‌هایی پیاده کند که هزینه‌های تولید کنترل و البته بهینه شود، می‌تواند در کنترل جریان تورمی کشور موثر باشد. درباره سیاست‌های کنترل ارزش پول ملی باید گفت هر عاملی که در جریان تورمی موثر است، جریان تورمی را کنترل و ثبات اقتصادی در ارتباط با قیمت‌ها ایجاد می‌کند، می‌تواند ارزش پول ملی ما را تقویت کند.

راهکار افزایش ارزش پول ملی

حذف موانع پیش‌روی سرمایه‌گذاری در کشور می‌تواند تاثیر بسزایی در افزایش ارزش پول ملی ایفا کند. این هدف با حمایت‌ها و ایجاد طرح‌های تشویقی برای جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی محقق می‌شود. این طرح‌ها باید به‌گونه‌ای باشد که امنیت سرمایه و سرمایه‌گذاران تضمین شده باشد. از دیگر راهکارهای افزایش ارزش پول ملی، حمایت همه‌جانبه بانک‌های کشور از بخش تولید و اختصاص منابعی برای رفع مشکلات مالی تولیدکنندگان است. باید توجه داشت که نمی‌توان در کوتاه‌مدت توان تولیدی یک کشور را افزایش داد. روند رشد تولید وابسته به استراتژی و توسعه صنعتی در کشور است؛ بنابراین اگر وضعیت بهره‌وری عوامل تولید را بهبود ببخشیم، کاهش هزینه‌های تولید یکی از دستاوردهای آن است و کاهش هزینه‌های تولید منجر به کنترل تورم می‌شود. بهبود روابط بین‌الملل نیز از عواملی است که موجب افزایش ارزش پول ملی در کشور خواهد شد که البته این مورد جزو برنامه‌های بلندمدت دولت‌هاست.

مدیرعامل گروه تجاری آرتان از الزامات توسعه صنعت تبلیغات در اقتصاد امروز می گوید

تبلیغات، موتور محرک اقتصاد دیجیتال و سکوی پرتاب برندهای ایرانی

در شرایطی که اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۵ بیش از گذشته بر توسعه اقتصاد دیجیتال، حمایت از تولید داخلی و افزایش صادرات غیرنفتی متمرکز شده، نقش تبلیغات نیز از یک ابزار صرف برای معرفی کالا و خدمات فراتر رفته و به یکی از مؤلفه‌های اثرگذار در رقابت‌پذیری بنگاه‌های اقتصادی تبدیل شده است. کارشناسان معتقدند در بازار امروز، کیفیت محصول به‌تنهایی تضمین‌کننده موفقیت نیست و برندها برای حفظ سهم بازار، ناگزیر از بهره‌گیری از روش‌های نوین بازاریابی، تبلیغات هدفمند و فناوری‌های نوظهور هستند. در همین راستا، صمت در گفت‌وگو با امیررضا افتخاری، مدیرعامل گروه تجاری آرتان، به بررسی جایگاه صنعت تبلیغات در اقتصاد ایران، ظرفیت‌های این حوزه و الزامات توسعه آن پرداخته است.

افتخاری معتقد است «صنعت تبلیغات دیگر یک هزینه جانبی برای بنگاه‌های اقتصادی نیست، بلکه یکی از مهم‌ترین سرمایه‌گذاری‌ها برای رشد اقتصاد، توسعه بازار و افزایش بهره‌وری به شمار می‌رود». وی با اشاره به جایگاه تبلیغات در اقتصادهای پیشرفته می‌گوید: امروز هیچ کسب‌وکاری، به‌ویژه برندهایی که مستقیماً با مردم در ارتباط هستند، بدون برنامه‌ریزی تبلیغاتی نمی‌تواند جایگاه خود را حفظ کند. با این حال، در ایران هنوز نگاه سنتی برخی مدیران باعث شده تبلیغات به جایگاه واقعی خود نرسد؛ موضوعی که موجب می‌شود بسیاری از کسب‌وکارها یا اصلاً دیده نشوند یا در ادامه مسیر، عرصه رقابت را به برندهای رقیب واگذار کنند.

وی با تأکید بر اینکه محدودیت‌ها همواره مانع توسعه نیستند، بلکه می‌توانند زمینه‌ساز نوآوری باشند، اظهار می‌کند: بسیاری از تولیدات داخلی در سال‌های اخیر حاصل تلاش متخصصان و جوانان ایرانی در شرایط دشوار بوده است. افتخاری معتقدست، «تبلیغات حرفه‌ای می‌تواند این ظرفیت‌ها را به مردم معرفی کرده، اعتماد عمومی به تولیدات داخلی را افزایش دهد و زمینه رونق مصرف کالای ایرانی را فراهم کند». به گفته وی، هرچه برندهای ایرانی بهتر معرفی شوند، سهم بیشتری از بازار داخلی و حتی بازارهای خارجی را به دست خواهند آورد.

مدیرعامل گروه تجاری آرتان، صنعت تبلیغات را یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصاد دیجیتال و اقتصاد خلاق می‌داند و می‌گوید: این صنعت دیگر تنها ابزاری برای معرفی کالا و خدمات نیست، بلکه به یکی از پیشران‌های رشد اقتصادی، توسعه بازار و افزایش بهره‌وری بنگاه‌های اقتصادی تبدیل شده است.

به گفته وی، توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان نیز بدون حضور مؤثر صنعت تبلیغات امکان‌پذیر نخواهد بود، زیرا هر محصول یا خدمت نوآورانه برای رسیدن به بازار و جلب اعتماد مخاطبان، نیازمند معرفی صحیح و ارتباط مؤثر با جامعه هدف است.

افتخاری، هوش مصنوعی را یکی از مهم‌ترین تحولات صنعت تبلیغات در سال‌های اخیر می‌داند و می‌گوید: این فناوری، دسترسی به دانش، تحلیل داده‌ها و شناخت رفتار مخاطبان را متحول کرده است. به باور وی، کسب‌وکارها امروز می‌توانند با استفاده از ابزارهای هوشمند، تصمیم‌هایی دقیق‌تر و اثربخش‌تر بگیرند و بازدهی سرمایه‌گذاری‌های تبلیغاتی خود را افزایش دهند. این مدیر جوان صنعت تبلیغات معتقد است مدیران جوان و خلاقی که سازمان‌های خود را از ساختارهای سنتی به مدل‌های مدرن و داده‌محور تبدیل کرده‌اند، آمادگی بیشتری برای بهره‌گیری از این تحول بزرگ را دارند.

وی با اشاره به چالش‌های توسعه تبلیغات دیجیتال در کشور می‌گوید: هرچند برخی محدودیت‌های زیرساختی و مقررات موجود، سرعت رشد این صنعت را کاهش داده، اما تبلیغات دیجیتال در ایران طی سال‌های اخیر پیشرفت قابل توجهی داشته است؛ از نگاه وی، اقتصاد داده‌محور یکی از ارکان توسعه اقتصادی آینده است و تصمیم‌گیری بر پایه تحلیل داده‌ها، شناخت رفتار بازار و ارزیابی مستمر، مسیر دستیابی به رشد پایدار را هموار می‌کند.

افتخاری، مهم‌ترین مزیت رقابتی ایران در حوزه تبلیغات و صنایع خلاق را سرمایه انسانی توانمند و خلاق کشور می‌داند و تأکید می‌کند: ایرانیان بارها ثابت کرده‌اند حتی در سخت‌ترین شرایط نیز قادر به ارائه راهکارهای نوآورانه هستند؛ وی معتقد است کاهش وابستگی اقتصاد به نفت، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است و اگر کیفیت محصولات ایرانی با تبلیغات حرفه‌ای و هدفمند در بازارهای بین‌المللی همراه شود، می‌توان صادرات غیرنفتی را به یکی از موتورهای اصلی رشد اقتصادی کشور تبدیل کرد؛ چرا که بازارهای جهانی بیش از هر چیز به کیفیت، اعتبار برند و ارتباط مؤثر با مخاطب توجه دارند. وی، آینده تبلیغات را در همگرایی رسانه، هوش مصنوعی، کلان‌داده و فناوری‌های نوین می‌بیند و معتقد است «اگرچه ابزارها و شیوه‌های تبلیغات به سرعت در حال تغییر هستند، اما اصل نیاز صنایع به تبلیغات هیچ‌گاه کاهش نخواهد یافت؛ از طرفی، فناوری‌های نوین تنها موجب هوشمندتر شدن فرآیندهای تبلیغاتی، شناخت دقیق‌تر مخاطبان و افزایش اثربخشی کمپین‌ها می‌شوند و ایران نیز ناگزیر است همگام با این تحولات، زیرساخت‌های لازم را توسعه داده و از ظرفیت فناوری‌های نوین بیشترین بهره را ببرد.»

وی با اشاره به وضعیت صنعت تبلیغات در کشور، از کم‌توجهی به این حوزه انتقاد می‌کند و می‌گوید: برخلاف بسیاری از صنایع که از حمایت‌های مختلف برخوردار هستند، صنعت تبلیغات اغلب با اتکا به توانِ بخش خصوصی، مسیر رشد خود را طی کرده است؛ به باور وی، اگر سیاست‌گذاران به دنبال کاهش وابستگی اقتصاد کشور به نفت و حرکت به سمت اقتصادی پویا، رقابتی و دانش‌بنیان هستند، باید صنعت تبلیغات را به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های توسعه اقتصادی مورد توجه ویژه قرار دهند.

افتخاری در پایان تأکید می‌کند فعالان این حوزه باید در کنار دانش بازاریابی، برندسازی، بازارسازی و تحلیل داده، تسلط کاملی بر ابزارهای هوش مصنوعی داشته باشند. به اعتقاد وی، آینده از آنِ نیروهایی است که بتوانند خلاقیت انسانی را با فناوری‌های هوشمند تلفیق کنند و از این ظرفیت برای خلق ارزش افزوده، تقویت برندهای ایرانی، توسعه اقتصاد دیجیتال و افزایش صادرات غیرنفتی بهره ببرند.

یادداشت

ایستگاه بعدی گرانی کجاست؟

شیدا آریایی پور
پژوهشگر حقوقی

در کشوری که مردم هر روز با برچسب‌های جدید نرخ در فروشگاه‌ها روبه‌رو می‌شوند، دیگر افزایش قیمت‌ها یک اتفاق مقطعی نیست؛ به یک روند دائمی و فرسایشی تبدیل شده است. سال‌هاست که هر دولتی با وعده مهار تورم، کنترل بازار و حمایت از معیشت مردم روی کار می‌آید، اما آنچه در عمل باقی می‌ماند، سفره‌ای کوچک‌تر، قدرت خریدی ضعیف‌تر و فاصله‌ای عمیق‌تر میان درآمد و هزینه‌های زندگی است. گویی تنها شاخصی که در اقتصاد ایران هیچ‌گاه متوقف نمی‌شود، روند صعودی قیمت‌هاست.

واقعیت تلخ این است که افزایش قیمت‌ها دیگر تنها به کالاهای لوکس محدود نیست. امروز نان، لبنیات، گوشت، دارو، اجاره مسکن، آموزش، حمل‌ونقل و حتی ابتدایی‌ترین نیازهای زندگی نیز هر سال با موجی از گرانی روبه‌رو می‌شوند. در مقابل، رشد دستمزدها نه‌تنها همگام با تورم نیست، بلکه در بسیاری از سال‌ها فاصله قابل توجهی با هزینه واقعی زندگی دارد. نتیجه روشن است؛ طبقه متوسط هر روز کوچک‌تر می‌شود و اقشار کم‌درآمد بیشترین فشار را تحمل می‌کنند. یکی از بزرگ‌ترین مشکلات اقتصاد ایران، عادی شدن گرانی است. زمانی افزایش قیمت‌ها یک بحران تلقی می‌شد، اما امروز بسیاری از مردم با شنیدن خبر گرانی، تنها می‌پرسند: «چند درصد؟» این عادی‌سازی خطرناک، محصول سال‌ها سیاست‌گذاری ناپایدار، کسری بودجه مزمن، رشد بی‌ضابطه نقدینگی، کاهش ارزش پول ملی و نبود نظارت مؤثر بر بازار است. تا زمانی که ریشه‌های تورم درمان نشود، هرگونه قیمت‌گذاری دستوری یا برخورد مقطعی با بازار تنها مُسکنی کوتاه‌مدت خواهد بود. نکته قابل تأمل این است که در بسیاری از کشورها، افزایش نرخ یک کالای اساسی به سرعت واکنش مسئولان، رسانه‌ها و نهادهای نظارتی را در پی دارد؛ اما در ایران، گرانی به بخشی از زندگی روزمره تبدیل شده است. هر بار که قیمت‌ها جهش می‌کند، مسئولان وعده بررسی، تشکیل کمیته، برخورد با متخلفان یا تنظیم بازار را مطرح می‌کنند، اما چند هفته بعد همان قیمت‌های جدید به نرخ رسمی بازار تبدیل می‌شود و هیچ‌کس درباره علت اصلی این افزایش‌ها پاسخگو نیست.

از سوی دیگر، نبود شفافیت در تصمیمات اقتصادی نیز بر بی‌اعتمادی مردم افزوده است. بسیاری از افزایش قیمت‌ها بدون ارائه توضیح قانع‌کننده رخ می‌دهد و شهروندان نمی‌دانند چرا کالایی که دیروز با یک نرخ عرضه می‌شد، امروز چندین برابر شده است. این ابهام، علاوه بر فشار اقتصادی، سرمایه اجتماعی را نیز تضعیف می‌کند؛ زیرا اعتماد عمومی زمانی شکل می‌گیرد که تصمیمات اقتصادی بر پایه منطق، شفافیت و پاسخگویی باشد.

کارشناسان اقتصادی بارها هشدار داده‌اند که تورم مزمن تنها یک شاخص اقتصادی نیست؛ بلکه پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و حتی روانی گسترده‌ای دارد. کاهش قدرت خرید، افزایش فقر، گسترش نابرابری، مهاجرت نیروهای متخصص، کاهش انگیزه سرمایه‌گذاری و ناامیدی نسبت به آینده، همگی از آثار مستقیم تداوم گرانی هستند. جامعه‌ای که بخش عمده درآمد خود را صرف تأمین نیازهای اولیه کند، فرصت کمتری برای آموزش، فرهنگ، نوآوری و توسعه خواهد داشت. آنچه بیش از خود گرانی مردم را آزار می‌دهد، احساس بی‌برنامگی در مدیریت اقتصاد است. شهروندان انتظار ندارند همه مشکلات یک‌شبه حل شود، اما انتظار دارند سیاست‌های اقتصادی قابل پیش‌بینی، منسجم و مبتنی بر واقعیت باشد. اقتصاد با شعار اداره نمی‌شود؛ نیازمند انضباط مالی، اصلاح ساختار بودجه، کاهش وابستگی به درآمدهای ناپایدار، حمایت واقعی از تولید و ایجاد ثبات در سیاست‌های کلان است. اگر روند افزایشی قیمت‌ها با همین شیب ادامه پیدا کند، هزینه آن تنها در سفره مردم دیده نخواهد شد؛ بلکه در کاهش سرمایه اجتماعی، افزایش شکاف طبقاتی و تضعیف امید به آینده نیز خود را نشان خواهد داد. مسئولان باید بپذیرند که مردم دیگر به وعده‌های تکراری درباره کنترل بازار اعتماد نمی‌کنند. آنچه اعتماد را بازمی‌گرداند، عملکرد قابل اندازه‌گیری و نتایج ملموس است، نه آمارهای امیدوارکننده‌ای که با واقعیت زندگی روزمره فاصله دارد. تاریخ اقتصاد نشان داده است که هیچ کشوری با تورم مزمن و کاهش مستمر ارزش پول ملی به توسعه پایدار نرسیده است. مهار گرانی نیازمند تصمیم‌های سخت، اصلاحات ساختاری و پذیرش مسئولیت از سوی سیاست‌گذاران است. در غیر این صورت، روند افزایشی قیمت‌ها همچنان ادامه خواهد داشت و تنها چیزی که هر سال کوچک‌تر می‌شود، قدرت خرید و امید مردم خواهد بود.

شرکت گهر انرژی سیرجان

آگهی مناقصه عمومی
شماره ۱۴۰۵/۰۳/ع

شرکت گهر انرژی سیرجان (سهامی خاص) در نظر دارد **«طراحی مهندسی و تامین سازه نیروگاه خورشیدی ۶۰ مگاواتی شرکت گهرانرژی سیرجان»** را از طریق برگزاری مناقصه عمومی به شرکت واجد شرایط واگذار نماید. لذا متقاضیان می‌توانند جهت اخذ اسناد مناقصه به وبسایت این شرکت به نشانی www.ges.co.ir بخش مناقصه و مزایده مراجعه و اسناد مذکور را دانلود نمایند. آخرین مهلت تحویل پاکات ساعت ۱۴ روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۳۱ در محل کیلومتر ۵۰ جاده سیرجان _ شیراز شرکت گهر انرژی سیرجان دفتر کمیسیون معاملات می‌باشد. ضمناً جلسه پرسش و پاسخ روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۵/۱۷ مقرر شده است و حضور در جلسه پرسش و پاسخ الزامی می‌باشد. شایان ذکر است فرمت ضمانتنامه‌های شرکت در مناقصه بایستی عیناً مطابق با فرمت ارائه شده در اسناد مناقصه تهیه گردد. شرکت گهر انرژی سیرجان در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات بدون نیاز به ذکر دلیل و بدون جبران خسارت مختار می‌باشد.

کمیسیون معاملات شرکت گهر انرژی سیرجان