

جمهوری اطلاعات

اقتصاد اطلاعات

ابزار بازاریابی صنعت تبلیغات



حامد اکبری پژوهشگر اقتصاد اطلاعات

در دنیای امروز، تبلیغات به جزء لاینفک کسب‌وکارها تبدیل شده است و کمتر کسب‌وکاری را می‌توان مثال زد که بدون استراتژی‌های تبلیغاتی به موفقیت رسیده باشد. ایده محوری این یادداشت، بررسی چگونگی تأثیر داده‌کاوی و اطلاعات بر صنعت تبلیغات و نسبت تأثیرگذاری اقتصاد اطلاعات بر اقتصاد صنعت تبلیغات است.برای روشن‌ترشدن مسئله باید بدانیم که داده‌کاوی عبارت است از کشف الگوی پنهان از داده‌های موجود و منظور از اقتصاد اطلاعات، بررسی چگونگی توزیع اطلاعات بین اعلان‌ان اقتصادی و نحوه تأثیرگذاری وجود یا نبود این اطلاعات بر رفاة عوامل اقتصادی است. منظور از رفاة در این تعریف منافع عمومی اعلان‌ان اقتصادی است. هدف اصلی تبلیغات، رسانیدن اطلاعات محصول یا خدمات کسب‌وکارها به مشتری‌های بالقوه آن محصول با هدف یافتن مشتری است. در واقع از آنجا که مشتریان هر خدمت یا محصول در میان جمعیت‌ها پنهان هستند، کسب‌وکارها ناچارند برای کشف مشتریان، اطلاعات محصولات یا خدماتشان را به صورت عمومی برای مردم ارسال کنند. حال بیایید این موضوع را از زاویه دیگری تحلیل کنیم. هر کسب‌وکاری مشتریانی را در میان جمعیت دارد که آنها را نمی‌شناسد و آن مشتریان هم نمی‌دانند که محصول یا خدمت موردنظرشان را چه کسی و کجا عرضه می‌کند و اگر هم بداند به سایر اطلاعات مرتبط با آن محصول یا خدمت دسترسی ندارد؛ اطلاعاتی از جمله قیمت‌ها، تسهیلات، محصولات جدید، طرح‌ها و... . صنعت تبلیغات با منتشرکردن اطلاعات کسب‌وکارها در میان جمعیت‌ها امیدوار است که اطلاعات آن محصول یا خدمت را به هر ترتیبی به اطلاع و نظر مشتریان احتمالی برساند و منتظر تصمیم آنها برای مراجعه به کسب‌وکار موردنظر بماند. پس آنچه در واقع در حال انجام است اطلاع‌رسانی به مخاطبان و مشتریان واقعی است که چون ابزار و روشی برای ارسال پیام مستقیم به آنها وجود ندارد، اطلاعات به صورت کلی و عمومی منتشر می‌شود. بنابراین تبلیغات به هدف کشف همان مشتری‌های پنهان از میان جمعیت موجود و تحریک آنها برای خرید محصولات و خدمات انجام می‌شود. حال تصور کنیم که اگر به هر دلیلی مخاطبان یک پیام تبلیغاتی از قبل شناسایی شده باشند، آن وقت تا حد زیادی تبلیغات عمومی بی‌فایده به نظر می‌رسد. به طور مثال یک مدرسه برای اطلاع‌رسانی در مورد خدمات خاصی به دانش‌آموزان خود تبلیغات عمومی نمی‌کند. چون می‌تواند با هزینه بسیار کمی پیام خود را به دانش‌آموزان خود برساند و برای ایجاد نیاز در میان دیگران هم تبلیغات عمومی نمی‌کند. بنابراین نکته اصلی همان شناسایی مخاطبان است، حتی برای آنها که امکان ایجاد نیاز وجود دارد.پس اگر راه‌حلی برای کشف مخاطبان و مشتریان بالقوه یک محصول یا خدمت پیش از شروع فرایند تبلیغات وجود داشته باشد و همچنین ابزار و روش ارتباطی با آنها نیز فراهم باشد، تبلیغات به اطلاع‌رسانی تبدیل خواهد شد. سؤالی که پیش می‌آید این است که در برخی موقعی می‌توان تصور کرد که تبلیغات عمومی علاوه بر اطلاع‌رسانی به مشتریان بالقوه برای سایر مخاطبان ایجاد نیاز خواهد کرد؛ پس تبلیغات عمومی همچنان از منطق قابل دفاعی برخوردار است. نگارنده بر این باور است که مخاطبانی که با واسطه در معرض تبلیغات قرار گرفته، به مشتریان بالقوه و بعد از خرید به مشتریان بالفعل تبدیل می‌شوند، هم به صورت مستقیم و داده‌کاو‌های پیچیده‌تر با تقریب قابل‌قبولی قابل‌شناسایی‌اند. به عنوان مثال مشتریان خدمات و محصولات آموزشی، دانش‌آموزان و خانواده آنها تصور می‌شوند. بنابراین اگر اطلاعات مرتبط با دانش‌آموزان و والدین آنها را داشته باشیم می‌توانیم از تبلیغات به سبوی اطلاع‌رسانی‌دهی و مستقیم قدم برداریم ولی می‌توان پیش‌بینی کرد که تبلیغات عمومی اولا احتمال ازیلم‌افتادن و عدم پوشش اطلاعاتی بخشی از جمعیت مخاطب و مشتریان بالقوه را دارد، ثانیا ممکن است به واسطه تبلیغات عمومی برای سایر مردم هم ایجاد نیاز شود. می‌توان پذیرفت که مشتریان بالقوه به محصولات یا خدمات آموزشی می‌توانند گروه‌هایی غیر از خود دانش‌آموزان و خانواده آنان باشند.اقتصاد اطلاعات و داده‌کاوی دقیقا همین کار را برای کسب‌وکارها انجام می‌دهد. مثلا اگر محصول موردنظر لباس کودک باشد و کسی اطلاعات مرتبط با والدینی که را دارای فرزندان خردسال هستند و شماره فکس یا ایمیل آنها یا فضایی که آنها به به هدف دلیلی در آن جمع می‌شوند، داشته باشد، می‌تواند با هزینه بسیار کمی همه آن کاری که تبلیغات جقیم و پرهزینه عمومی و محیطی را انجام می‌دهد، به بهترین وجه انجام دهد. امروزه تکنولوژی‌های ارتباطی و علم اقتصاد اطلاعات و ابزارهای داده‌کاوانه فرصت کشف مشتریان بالقوه را محصور با خدمتی را فراهم کرده است. حتی آنهایی که فعلا مشتری بالقوه نیستند ولی احتمال مشتری شدن آنها وجود دارد. بنابراین می‌توان پیش‌بینی کرد که داده‌کاوی و اقتصاد اطلاعات صنعت تبلیغات به شکل فعلی را محدود و به اطلاع‌رسانی‌های هدفمند تبدیل کند.

ادامه از صفحه ۵

جواب می‌دهد پنج تا آمدند، ۱۰ تا آمدند؛ از چند هزار خیره، شرکت، مؤسسه، بنگاه و نهاد، می‌گوئیم این قانون است، شما باید پیگیری کنید. به زبان بی‌زبانی می‌گوید من زورم نمی‌رسد. در دوره جدید مجلس، سال گذشته من تضامین اجرای این قانون را هم نوشتم. این هم از حکایت‌های کشور ماسود است که مجبوریم برای قانون هم تضمین بنویسیم. قانون خودش باید تضمین باشد، بعد ما مجبور شده‌ایم برای اجرای این قانون تضمین بنویسیم. یکی از غصه‌های دل ما در مجلس همین است که چرا باید این‌چو را باشد.

ک شیرافکن: نهادهای تقابلی چطور؟ آنها صورت مالی خود را افشا کرده‌اند؟

بیش از ۷۰ درصد شرکت‌های بنیاد مستضعفان بورسی هستند و ریز اطلاعاتشان مشخص است. جالب است بدانید بنیاد مستضعفان صورت‌های مالی خود را علاوه بر زبان فارسی، به انگلیسی نیز منتشر می‌کند تا بتواند سرمایه خارجی نیز جذب کند. ستاد اجرایی فرمان امام نیز تا حدودی این کار را انجام داده است؛ اما مثلا سازمان اقتصادی کوثر این کار را نکرده است. بنیاد شهید هم همین‌طور.

ک شیرافکن: آستان قدس رضوی چطور؟

برخی از شرکت‌های آستان در بورس است که اطلاعاتش مشخص است. برخی دیگر هم به علت زبان‌دهی‌بودن در معرض افشا انحلال‌اند. در بخش دیگر دارایی‌هایشان هم این کار را شروع کرده‌اند. برای ما اصلا اهمیتی ندارد که مالک فلان شرکت با بنگاه چه نهاد یا دستگاهی است، ما می‌گوییم هرکسی که در حال فعالیت اقتصادی است، باید شفاف عمل کند.

ک مساعد: اگر برائیان اهمیتی ندارد چه کسی آن را مدیریت می‌کند، چرا میزان مالیات بنیادها این‌قدر کم است؟

شما باید این سؤال را از سازمان امور مالیاتی بپرسید. تنها جایی که در اقتصاد ایران مالیات نمی‌دهد آستان قدس است. ما در کمیسیون می‌خواستیم در این زمینه تصمیم بگیریم، اما یک حکمی را مربوط به اوایل تصمصم بود که در صورت آوردن. درواقع پولت آن زمان آستان به امام نامه‌ای نوشته بودند و درخواست کرده بودند که مالیات ندهند و امام نیز در گوشه نامه نوشته بود که مطابق درخواست عمل شود. در زمانی که بحث اصلاح قانون مالیات‌ها در کمیسیون مطرح شد، آستان به همین نامه استناد کرد و خواستار معافیت از مالیات شد. ما نامه‌ای خدمت مقام معظم رهبری نوشتمیم و کسب تکلیف کردیم و رهبری نیز پاسخ دادند که مطابق فرمان امام عمل شود. درحال‌حاضر شرکت‌های مرتبط با آستان مالیات می‌پردازند و تنها اتفاقی که آستان از آن می‌برد شامل مالیات نمی‌شود که البته قانون شفافیت درباره‌اش باید اجرا شود؛ یعنی صورت مالی‌شان مشخص باشد، مالیاتشان را منتشر می‌کنند اما این مالیات صرف امور خیریه و امور فرهنگی خود آستان شود. به عبارت دیگر شفافیت به صورت کامل و بدون استثنا اجرا می‌شود.

ک مساعد: این شفافیت به‌تنهایی کافی است؟ امروز ما می‌بینیم که بانک‌های دولتی بنا بر همین قوانین گزارش حسابرسان مستقل را منتشر می‌کنند و در آن تخلفات متعددی گزارش می‌شود. آیا برخوردی با این تخلفات صورت می‌گیرد؟ آن قدم بعدی است. وقتی شفافیت حاصل شد، آن‌وقت می‌توانیم سراغ قدم بعدی برویم. نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم به‌یک‌باره به استانداردهای جهانی می‌آید این است که در برخی موقعی می‌توان تصور کرد که تبلیغات عمومی علاوه بر اطلاع‌رسانی به مشتریان بالقوه برای سایر مخاطبان ایجاد نیاز خواهد کرد؛ پس تبلیغات عمومی همچنان از منطق قابل دفاعی برخوردار است. نگارنده بر این باور است که مخاطبانی که با واسطه در معرض تبلیغات قرار گرفته، به مشتریان بالقوه و بعد از خرید به مشتریان بالفعل تبدیل می‌شوند، هم به صورت مستقیم و داده‌کاو‌های پیچیده‌تر با تقریب قابل‌قبولی قابل‌شناسایی‌اند. به عنوان مثال مشتریان خدمات و محصولات آموزشی، دانش‌آموزان و خانواده آنها تصور می‌شوند. بنابراین اگر اطلاعات مرتبط با دانش‌آموزان و والدین آنها را داشته باشیم می‌توانیم از تبلیغات به سبوی اطلاع‌رسانی‌دهی و مستقیم قدم برداریم ولی می‌توان پیش‌بینی کرد که تبلیغات عمومی اولا احتمال ازیلم‌افتادن و عدم پوشش اطلاعاتی بخشی از جمعیت مخاطب و مشتریان بالقوه را دارد، ثانیا ممکن است به واسطه تبلیغات عمومی برای سایر مردم هم ایجاد نیاز شود. می‌توان پذیرفت که مشتریان بالقوه به محصولات یا خدمات آموزشی می‌توانند گروه‌هایی غیر از خود دانش‌آموزان و خانواده آنان باشند.اقتصاد اطلاعات و داده‌کاوی دقیقا همین کار را برای کسب‌وکارها انجام می‌دهد. مثلا اگر محصول موردنظر لباس کودک باشد و کسی اطلاعات مرتبط با والدینی که را دارای فرزندان خردسال هستند و شماره فکس یا ایمیل آنها یا فضایی که آنها به به هدف دلیلی در آن جمع می‌شوند، داشته باشد، می‌تواند با هزینه بسیار کمی همه آن کاری که تبلیغات جقیم و پرهزینه عمومی و محیطی را انجام می‌دهد، به بهترین وجه انجام دهد. امروزه تکنولوژی‌های ارتباطی و علم اقتصاد اطلاعات و ابزارهای داده‌کاوانه فرصت کشف مشتریان بالقوه را محصور با خدمتی را فراهم کرده است. حتی آنهایی که فعلا مشتری بالقوه نیستند ولی احتمال مشتری شدن آنها وجود دارد. بنابراین می‌توان پیش‌بینی کرد که داده‌کاوی و اقتصاد اطلاعات صنعت تبلیغات به شکل فعلی را محدود و به اطلاع‌رسانی‌های هدفمند تبدیل کند.

اقتصاد

هزینه شفافیت سنگین است



عکس: امیر جدیجی شرق

برنامه‌ای برای اصلاح این بند از لایحه بودجه دارد؟ باید شما به سازوکار تصویب بودجه وقت کنید. اگر کمیسیون‌ها کلیت بودجه را رد کنند، دیگر جایی برای پیشنهادادن باقی نمی‌ماند. لایحه بودجه درواقع پیشنهاد دولت به مجلس است و مجلس هم اجازه دارد آن‌طور که می‌خواهد آن را اصلاح کند. پس در ابتدا تصویب کلیت آن صورت می‌گیرد و سپس وارد جزئیات می‌شویم، اما در پاسخ به سؤال شما باید بگویم ما با هر تغییر قیمتی که در اقتصاد کشور ایجاد شوک کند و آثار توری ایجاد کند، به‌شدت مخالفیم، شوکی که منجر به کاهش قدرت خرید یقینا مردود است. من البته اعتقاد دارم بعضی از آقایان در دولت از روش محاسبه پارامتریک استفاده می‌کنند؛ یعنی اعداد را وارد محاسبه مدل می‌کنند، از آن طرف خروجی می‌گیرند، بعد مثلا می‌گویند سه درصد در اقتصاد تورم ایجاد می‌شود، مثلا می‌گویند اگر بنزین را به هزار و ۳۰۰ تومان برسانیم، سه درصد به تورم افزوده می‌شود و اگر هزار و ۵۰۰ تومان کنیم، ۴٫۵ درصد تورم ایجاد خواهد کرد. من فکر می‌کنم تجربه به ما نشان داده است نمی‌توانیم صرفا به این احساسات و محاسبات اتکنا کنیم. در کشور ما انتظارات تورمی بیشتر از خود تورم در اقتصاد اثرگذار است. مثل احساس ناامنی و خود ناامنی است. الان اگر در تهران چند درگیری منجر به کشته‌شدن افراد شود، شما احساس ناامنی خواهید کرد. اگر همه نیروهای امنیتی و پلیس هم جمع شوند و امنیت را برقرار کنند، آن احساس ناامنی خود ناامنی خواهد بود. بنابراین تورم انتظاری هم به‌مراتب از خود تورم بدتر است. همین امروز هم استارت آن زده شده است.

من اعتقادم این است که افزایش قیمت حامل‌های انرژی در اقتصاد که موجب شوک تورمی شود اولین متضررش خود دولت است، چراکه مهم‌ترین دستاورد دولت، یعنی کاهش نرخ تورم را از بین خواهد برد. مطمئن باشید اگر دولت به تصویب بودجه با همین وضعیت فعلی اصرار کند تورم سال آینده تکررقی نخواهد بود، بلکه دوررقی و بالا خواهد بود.

ک طهرانی: ما در برهه خاصی قرار داریم. اعتماد عمومی به دولت در سال‌های گذشته به‌شدت کاهش یافته است. در چنین وضعیتی دولت می‌خواهد قیمت حامل‌ها، قرار سفر و جرائم رانندگی را افزایش دهد و در مقابل گروه بزرگی از دریافت‌کنندگان یارانه را حذف کند. اقداماتی که به نظر می‌رسد تبعات اجتماعی خواهد داشت. آیا مجلس نباید درخواست یک بیوست اجتماعی برای لایحه بودجه از دولت داشته باشد؟

این حرف شما درست است. اگر چه نه با این واژه، اما یقینا با این هدف در کمیسیون تلفیق چنین کاری پیگیری خواهد شد. الان نیز دغدغه جدی ما همین است. ما با آقای نوبخت در کمیسیون اقتصادی، بودجه را بررسی کردیم و تقریبا همه اعضا همین نگاه را داشتند. از طرفی قرار است قیمت حامل‌های انرژی افزایش پیدا کند و از طرفی تصمیم بر این است که قسمتی از یارانه‌بگیران حذف شوند. برای اجرای چنین تصمیماتی یقینا باید تبعات اجتماعی آن سنجیده شود.

ک شیرافکن: در همین بحث تبعات اجتماعی بودجه، با توجه به اینکه در بحث بانک مرکزی و مؤسسات اعتباری از نزدیک در جریان امور قرار دارید، جقدر نمایندگان مجلس نگران وضعیت سیرده‌گذاران این مؤسسات و احتمال تسری تجمعات کوچک فعلی در سطوح گسترده هستند؟

به شما می‌گویم که در هیچ شهرستانی نیست که نمایندگان درگیر مسئله سیرده‌گذاران در مؤسسات غیرمجاز نشده باشند. من در حوزه انتخابیه خودم در کرمان هفته‌ای نبوده که درگیر این مسئله نبوده باشم. این سیرده‌گذاران هم از سر استیصال تجمع می‌کنند. از بی‌کاری و سرخوشی نیست که تجمع می‌کنند. دغدغه اجتماعی در کنار دغدغه اقتصادی یکی از دغدغه‌های اصلی کشور است. اگر ما به‌درستی پاسخ آنها را ندهیم، به دردشان گوش نکنیم و اقتان مناسبی صورت نگیرد، یقینا آسیب خواهیم دید. این مشکل عمومی که مطرح می‌شود اگر ما با ادبیات درست و تخصصی اقیاع‌سازی واقعی انجام ندهیم و به اشتباهاتی که انجام‌شده نیز اعتراف نکنیم یقینا آسیب‌زا ست، ما نگران به‌وجودآمدن آشوب نیستیم اما نگران دغدغه‌های مردم هستیم.

ک طهرانی: شما ردیف درآمدی (۱۶۱۳۹) تحت عنوان «ماه‌التفاوت نرخ فروش ارز حاصل از فروش نفت خام و معیانات گاز» را ملاحظه

ک مساعد: مسئول بستن این سوراخ‌ها کیست؟ ما از دولت می‌پرسیم می‌گویند مجلس حرف نهایی را می‌زند. از مجلس می‌پرسیم می‌گوید، من مسئول نیستم. چه کسی در این بین مسئول است؟

این را در نظر بگیرید که بالاخره قسمتی از این برداشت‌ها اجتناب‌ناپذیر است. وقتی قیمت نفت در این یکی، دو سال به ۳۰ دلار در هر بشکه کاهش پیدا کرد و به دلیل تحریم‌ها فروش نفتمان نیز به ۹۰۰ هزار بشکه رسید، یقینا این حرف منطقی است که باید از صندوق توسعه ملی کمک گرفت.

ک مساعد: اینکه ما در شرایط فعلی انتظار داشته باشیم مالیات بیشتری پرداخت شود تا سهم درآمدهای مالیاتی از درآمدهای کشور افزایش پیدا کند و یک‌سوم درآمد نفتی‌مان را به صندوق توسعه ملی بریزیم تا کم‌کم وابستگی‌مان به نفت کم شود اما از سمت دیگر برای آن هزینه‌های مختلفی مثل پرداخت به صداوسیما، بافت فرسوده، پاداش بازنشستگان و... که باید در جای دیگری دیده شوند، برتراشیم، منطقی است؟

هر کدام از اینها را باید جدا بپرسید.

ک مساعد: ولی ماهیشتان یکی است، همگی خلاف اساسنامه صندوق توسعه ملی هستند.

من هنوز داشتم به سؤال اولتان جواب می‌دادم. یک جایی بالاخره ضرورت‌های بیرونی به ما تحمیل می‌شود. کشور در تحریم بود. طرح‌های عمرانی روی زمین مانده بودند، درآمد نفتی کافی نبود، بالاخره مجلس به دولت کمک کرد. بله یک‌زمانی هم ممکن است نفت به ۸۰ دلار و فروشمان به سه میلیون بشکه برسد، آن وقت دیگر شرایط اضطراری نیست و حرف شما درست است. خواسته یا ناخواسته چنین ضرورت‌هایی وجود دارد و البته در بعضی از موارد هم سهیل‌طلبی دولت است. بالاخره مالیات‌گرفتن کار سختی است، پول نفت درآوردن خیلی ساده‌تر است. نفت بالاخره فروخته می‌شود اما مالیات گرفتاری‌های خودش را دارد. ما برای صندوق همان سهم ۱۳درصدی را قبول داریم اما درباره برداشت‌ها حرف داریم. برای مثال آنجا که می‌گوید اگر درآمد نفتی به فلان مقدار نرسید، از صندوق برمی‌داریم بودجه دوسقفی می‌شود و ما چنین چیزی را قبول نخواهیم کرد. حتی برای ما قابل‌هضم‌تر است که دولت بگوید ۲۵ درصد سهم درآمد نفتی را به صندوق می‌دهد اما این‌طور منبعیض را سوراخ نمی‌کند. دقت کنید که ما با پرداخت تسهیلات به بخش خصوصی مخالف نیستیم، ما با پرداخت‌های بلاعوض خارج از وظایف صندوق مخالفیم اما باید واقعیت‌ها را ببینیم.

ک مساعد: حرم‌ام این است که شما به‌عنوان قوه مقننه شاهد یک بی‌توجهی به قانون و اساسنامه صندوق توسعه ملی هستید. به آن تن می‌دهید؟ ما با هرگونه برداشت خلاف اساسنامه از صندوق توسعه ملی مخالفیم.

ک مساعد: حرم‌ام این است که شما به‌عنوان قوه مقننه شاهد یک بی‌توجهی به قانون و اساسنامه صندوق توسعه ملی هستید. به آن تن می‌دهید؟ ما با هرگونه برداشت خلاف اساسنامه از صندوق توسعه ملی مخالفیم.

ک مساعد: پس به جدول برداشت از صندوق توسعه‌رای نخواهید داد؟ من هم همین را می‌گویم.

ک مساعد: سال قبل همین را می‌گفتید اما در نهایت به آن جدول در بودجه ۹۶ رای دادید.

اگر در قالب تسهیلات باشد و منابع به صندوق برگردد، این وظیفه صندوق است و با آن مشکلی نداریم.

ک مساعد: یعنی برای مثال صداوسیما قرار نیست به صورت بلاعوض کمک از صندوق دریافت کند و پرداخت به صورت تسهیلات خواهد بود؟

هر برداشتی از صندوق در قالب تسهیلات باشد، با آن موافقیم. ما هر برداشت بلاعوض خارج از اساسنامه صندوق مخالفیم. من چه کار به صداوسیما دارم. همه از نظر ما یکسان هستند.

ک طهرانی: دولت در سال ۹۶، پیش‌بینی کرده۹۵هزار و ۸۲۰میلیارد ریال ازالصل اوراق سررسیدشده را بازپرداخت کند. ارقام لایحه بودجه سال آینده‌شان می‌دهد این رقم به ۲۳۰ هزارمیلیارد ریال افزایش یافته است (یعنی ۲٫۴ برابر). از طرفی مبلغ ۷۰هزار و ۸۰۰میلیارد ریال برای پرداخت «سود اوراق مشارکت و سایر اوراق بهادار» پیش‌بینی شده است. این رقم در قانون بودجه سال جاری بالغ بر ۲۰ هزار میلیارد ریال بوده است؛ یعنی این رقم در لایحه نسبت به قانون بودجه سال۱۳۹۶، بیش از۳٫۵ برابر شده است. در این شرایط به نظر نمی‌رسد سود بیش از ۱۶ درصد برای اوراق مالی مناسب باشد. آیا در راستای اصلاح نرخ سود اوراق برنامه‌ای دارید؟

اینجا دو بحث وجود دارد: اول اینکه آیا اصلا اضافه‌کردن به بدهی‌های دولت درست است؟ پاسخ ما این است که کاملا با این کار مخالف هستیم. این بدهی‌ها روی هم انباشته خواهند شد و مشکلات زیادی ایجاد خواهند کرد. دولت مکلف بود هم‌زمان با بودجه جدول بدهی‌هایش را در اختیارمان بگذارد تا طبق برنامه بدهی توسعه بتوانیم از رسیدن آن به سقف ۲۰ درصد ک جلوگیری کنیم، در شرایطی که دولت این اطلاعات را در اختیار مجلس نگذاشته است نمی‌توان متوجه شد که بدهی‌های دولت در چه سطحی از سقف مجازش است. پس دو نکته می‌شود: ابتدا اینکه عدد بدهی دولت چقدر است؟ دوم اینکه با چه نرخ سودی اوراق قرضه را منتشر کند. به دلیل نبود اطلاعات، امکان تحلیل بخش اول وجود ندارد و بخش دوم اینکه اگر دولت نتواند به تعهداتش عمل کند، بودجه چهار، پنج‌سال آینده کلا می‌شود تعهدات سنوات قبل. نرخ این اوراق را نیز اگر به‌درستی و منطقی تعیین نکنند تأثیرات بسیار بدی مثل تحت‌الشعاع قرارگرفتن مصوبه شورای پول و اعتبار خواهد داشت.

نگاه

سهم استان‌ها از بودجه ۹۷



جواد شرف‌خانی تحلیلگر مسائل اقتصادی

در حالی لایحه بودجه ۱۳۹۷ تنظیم شده که شکاف طبقاتی و نابرابری‌های اجتماعی در میان مردم و نیز مناطق مختلف کشور به‌عنوان یک معضل اساسی بر تارک اقتصادی ایران هویداست. برقراری عدالت نسبی در نگاه به توسعه متوازن در مناطق و استان‌ها در دهه‌های اخیر همواره توجه ارکان مختلف نظام و نیز برنامه‌ریزان و پژوهشگران اقتصادی و اجتماعی را به خود معطوف کرده و تاکنون تلاش‌های چشمگیری در راستای کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای در کشور صورت گرفته و بدون تردید این تلاش‌ها در بهبود شاخص‌های اجتماعی استان‌ها و مناطق محروم تأثیرگذار بوده‌اند. در این نوشتار سعی شده است به بررسی درآمدها و اعتبارات استانی به صورت مختصر پرداخته شود.

درآمدهای استانی

در لایحه بودجه حدودا ۷۵ درصد از منابع عمومی (سه‌هزارو ۸۰۳ میلیارد) مربوط به منابع ملی با رقمی معادل دوهزارو ۷۲۰ هزار میلیارد ریال است و باقی‌مانده آن به میزان ۲۵ درصد، معادل ۹۴۰ هزار میلیارد ریال، سهم درآمدهای استانی است که مهم‌ترین آنها درآمدهای مالیاتی است. در این لایحه پنج استان ۷۰ درصد از درآمدهای استانی را تأمین می‌کنند که عبارت‌اند از: استان تهران ۵۱ درصد، استان اصفهان ۲۵ درصد، استان خوزستان ۵ درصد، استان خراسان رضوی ۴ درصد و استان هرمزگان ۳ درصد و نکته جالب این است که سهم پنج استانی که کم‌ترین درآمد استانی را دارند، کمتر از یک‌ونیم درصد و حدود ۱۴ هزار میلیارد ریال است که عبارت‌اند از: استان خراسان شمالی، خراسان جنوبی، چهارمحال‌وبختیاری، کهگیلویه‌وبویرواحمد و ایلام. بااین‌حال استان تهران با ۴۷۹ هزار میلیارد ریال بیشترین و استان ایلام با دوهزارو ۱۰۳ میلیارد ریال کمترین سهم از تأمین درآمدهای استانی را دارند و از نظر سرانه، استان تهران با ۳۷میلیون و ۶۹۰ هزار ریال به ازای هر شهروند در جایگاه اول و استان سیستان‌وبلوچستان با دومیلیون و ۱۸۰ هزار ریال در رتبه آخر است. استان ایلام که از نظر مبلغ، رتبه آخر را دارد، در این شاخص رتبه ۲۱ و سرانه هر شهروند ایلامی سه‌میلیون و ۵۸۳ هزار ریال است. این نشان می‌دهد که سرانه مشارکت ایلامی‌ها نزدیک به ۷۷ درصد بیش از سرانه مشارکت آخرین استان است؛ بنابراین استان ایلام نه‌تنها از استان‌های محروم بلکه حتی از استان‌های برخوردار نظیر همدان، اردبیل، کرمانشاه، آذربایجان غربی، کردستان و گلستان مشارکت بیشتری در تأمین منابع دولت دارد. این حس تعلق و وابستگی به روند توسعه و این نگرش و روحیه مشارکتی در میان مردم یک استان محروم می‌تواند به‌عنوان یک سرمایه اجتماعی مورد توجه مسئولان قرار گیرد. البته در لایحه بودجه ۹۷ ما شاهد توجه به استان‌های محروم هستیم! ارقام مندرج در این لایحه نشان می‌دهد ضرب بازگشت درآمدهای استانی درحالی‌که برای استان‌هایی مانند قزوین، مرکزی، یزد، البرز، بوشهر، هرمزگان اصفهان و تهران زید صد و برای استان بیشترین یعنی ۵۱۶میلارد ریال است، به آن مقیاس است که دولت بیش از ۵ برابر درآمدهای استانی تقریبا معادل ۱۱ هزار میلیارد ریال به این استان برمی‌گرداند.

درآمدهای اختصاصی

مجموع درآمدهای اختصاصی پیش‌بینی‌شده در لایحه سال ۱۳۹۷ مبلغ ۲۸۰هزارو ۲۸۰ میلیارد ریال است که استان تهران با رقم سه‌هزار میلیارد ریال بیشترین و سهم استان ایلام با رقم ۳۱۰میلیون و سه‌میلیون ریال کمترین سهم از درآمدهای اختصاصی را به خود اختصاص داده است.

اعتبارات هزینه‌ای

متوسط سرانه اعتبارات هزینه‌ای استانی در کشور حدودا هفت میلیون ریال است که از تقسیم بودجه هزینه‌ای استانی بر تعداد ساکنان به دست می‌آید. بیشترین سرانه اعتبارات هزینه‌ای متعلق به استان ایلام است که رقم آن بیش از دو برابر متوسط کشور است. سرانه استان ایلام ۱۴میلیون و ۴۰۰ هزار ریال با مبلغ هشت‌هزارو ۲۵۴ میلیارد ریال است. مجموع اعتبارات هزینه‌ای استانی کشور ۵۵۰هزارو ۷۴۴ میلیارد ریال است که استان تهران با ۵۶هزارو ۷۲۸ میلیارد ریال دارای سرانه اعتبارات هزینه‌ای به مبلغ چهارمیلیون و ۴۳۱ هزار ریال و کمترین میزان سرانه را به خود اختصاص داده است.

اعتبارات عمرانی استان

کل مبلغ اعتبارات عمرانی استانی در کشور ۱۴۴هزارو ۱۲۸ میلیارد ریال است که سرانه هر نفر در کشور مبلغ یک‌میلیون و ۲۹۴ هزار ریال است، حال آنکه سه استانی که بیشترین سرانه این بخش را به خود اختصاص داده‌اند، عبارت‌اند از کهگیلویه و بویراحمد با سرانه پنج‌میلیون و ۳۲ هزار ریال، بوشهر با سرانه چهارمیلیون و ۸۵۹ هزار ریال و ایلام با سرانه چهارمیلیون و ۶۶ هزار ریال که کل اعتبارات عمرانی استانی ایلام مبلغ دوهزارو ۳۸۷ میلیارد ریال است و تهران با پایین‌ترین سرانه در میان همه استان‌ها (۲۰۵ هزار ریال) مبلغ دوهزارو ۶۳۰ میلیارد ریال را در این بخش به خود اختصاص داده است.