

نگاه

فرصت و تهدیدهای صنعت احداث

سهیل آل رسول

عضو اتاق بازرگانی تهران

امروز ۱۰۰ درصد خدمات فنی و مهندسی صنعت ساختمان در داخل کشور انجام می‌شود که این موفقیت تحت تاثیر آموزش‌های دو دهه نخست بعد از انقلاب محقق شده است. با این حال، برخی موانع باعث تسریع سیل مهاجرت در این بخش نسبت به سایر بخش‌ها شده است؛ تا جایی که به صورت مشخص، خروج نیروی حرفه‌ای را تجربه می‌کنیم. صنعت احداث مشتمل بر مهندسی ساختمان شهری و برون‌شهری، زیرساخت‌های حیاتی مانند راه، راه آهن، نفت و گاز و... است. در این بخش‌ها طراحی، اجرا و نظارت توسط شرکت‌های فعال در حوزه احداث انجام می‌شود. با توجه به اینکه کشور در حال توسعه‌ای هستیم و ضرورت دارد به مباحث زیربنایی توجه داشته باشیم، در دو دهه نخست ابتدای انقلاب، تحولی در حوزه مهندسی اتفاق افتاد. در واقع، کمتر از ۱۰۰ سال پیش در خدمات فنی و مهندسی، ایران کاملا وابسته به واردات بود. در همین راستا ۷۰ سال پیش، نظام فنی و اجرایی کشور متولد شده؛ زمانی که ۶۰ درصد از خدمات فنی و مهندسی توسط شرکت‌های خارجی انجام می‌شد. اما در مقطع کنونی...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



قیمت خودروهای برقی وارداتی چند درمی آید؟

پاگشای برقی‌ها در بازار خودرو

آنچه به پیش‌بینی قیمت‌ها در بازار کریپتو کمک می‌کند

جزر و مد بیت‌کوین

می‌کند، «اتفاقات و اخبار» است. تجربیات سال‌های گذشته نشان داده است که بیت‌کوین اصولا موقعی اعلام اخبار و اتفاقات خوب، صعودهای کوچکی انجام می‌دهد، اما موقع وقوع اخبار بد و تحولات ناخوشایند پیش‌بینی نشده، سقوط سنگینی می‌کند. به عنوان مثال در ماه مارس ۲۰۲۰ میلادی با اعلام خبر آغاز بحران همه‌گیری کرونا، قیمت بیت‌کوین طی دو روز کاملا نصف شد. جالب اینجاست که طی ماه‌های اخیر، اخبار بد و تحولات ناخوشایند آنچنان تاثیری روی قیمت بیت‌کوین نگذاشته‌اند (البته این امر می‌تواند نشانه مثبتی باشد. همچنین عامل سوم موثر بر تقاضای بیت‌کوین نیز «کارایی» است. نویسندگان گزارش اعتراف می‌کنند که بیت‌کوین در حال حاضر فقط یک کارایی مهم دارد و آن «ذخیره‌کننده ارزش» بودن است (مثل طلا). البته این مهم می‌تواند تغییر کند. براساس برخی گزارش‌ها، همین حالا کشورهایی که تحت تحریم‌های مالی آمریکا قرار دارند، برخی از معاملات خود را با بیت‌کوین انجام می‌دهند.

چهارمین عاملی که بخش تقاضا را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد، «تحولات اقتصاد کلان» است. در سال‌های گذشته وضعیت اقتصاد کلان (به‌خصوص اقتصاد آمریکا) روی قیمت بیت‌کوین تاثیر جدی می‌گذاشت و علت اصلی چنین روندی، همپوشانی بیت‌کوین و بازارهای مالی سنتی، مثل بازار بورس آمریکا بود؛ زیرا همان سرمایه‌گذارانی که سهام پرریسک غول‌های دیجیتال و شرکت‌های تکنولوژیک مثل اپل و مایکروسافت را می‌خریدند احتمالا بیت‌کوین پرریسک را هم می‌خریدند. به همین خاطر، سقوط بازار بورس باعث سقوط بیت‌کوین نیز می‌شد. نکته اینجاست که طی ماه‌های اخیر، میزان این همپوشانی (بین بیت‌کوین و بازارهای مالی سنتی) کاهش پیدا کرده و می‌توانیم امیدوار باشیم که قیمت بیت‌کوین کمتر از گذشته از وضعیت اقتصاد آمریکا تاثیر می‌پذیرد. نکته مهم این است که وضعیت اقتصاد کلان فقط به آمریکا خلاصه نمی‌شود و بی‌ثباتی عظیم در نظم جهانی و گسترش تنش‌های ژئوپلیتیکی که در حال حاضر اغلب نقاط دنیا را در بر گرفته هر شکل از پیش‌بینی در این بخش را تقریبا غیرممکن می‌کند.

براساس آمارهای جدید بانک مرکزی

نرخ رشد پایه پولی ۱۶.۹ درصد کاهش یافت

براساس گزارش بانک مرکزی، نرخ رشد نقدینگی نیز طی یک روند نزولی از ۴۰۶ درصد در پایان سال ۱۳۹۹ و ۴۲.۸ درصد در پایان مهرماه ۱۴۰۰ به حدود ۳۱.۱ درصد در پایان سال ۱۴۰۱ و همچنین ۲۴.۳ درصد در پایان سال ۱۴۰۲ رسید که این امر، بیانگر توفیق کامل بانک مرکزی در کنترل رشد نقدینگی و حصول اهداف تعیین‌شده است. براساس آمارهای مقدماتی، حجم نقدینگی در پایان اسفندماه ۱۴۰۲ به رقم ۷۸۸۰۸۹ هزار میلیارد ریال رسید. دستیابی به رقم رشد نقدینگی ۲۴.۳ درصد در پایان سال ۱۴۰۲، در شرایطی حاصل شده است که رقم رشد نقدینگی سالانه زیر ۲۵ درصد آخرین بار در سال ۱۳۹۷ (با رقم ۲۳.۱ درصد) محقق شده

خروج سرمایه حقیقی در سالگرد یکشنبه سیاه ۳ برابر شد

سقوط بورس در سالگرد سقوط

فرصت امروز: در سالروز سقوط بزرگ بورس، شاخص‌های بازار سهام ریزش قابل توجهی داشتند. روز گذشته و در سالگرد یکشنبه سیاه بازار سهام، روند خروج پول حقیقی برای ششمین روز متوالی ادامه یافت و ۲۹۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد که نسبت به روز قبل، رشد سه برابری (معادل ۲۵۲ درصد) را نشان می‌دهد. یک سال پیش در همین روز بورس تهران...

بنگاه‌های اقتصادی چشم‌انتظار حل مشکل مواد اولیه هستند

افت و خیز تولید در آغاز ۱۴۰۳

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در فروردین امسال به رقم ۳۹۶ رسید که نشان می‌دهد سطح فعالیت‌های اقتصادی در این ماه نسبت به اسفندماه به‌طور قابل توجهی کاهش یافته است. البته با حذف اثر تعطیلات نوروزی (تعدیل فصلی)، این شاخص به رقم ۵۱.۵ می‌رسد که بیانگر بهبود نسبی وضعیت اقتصاد نسبت به اسفند سال گذشته است. شاخص «میزان تولید محصول یا ارائه خدمت» در فروردین ماه معادل ۲۷۸ محاسبه شده که با حذف اثر فصلی (تعدیل فصلی)، معادل ۴۹ برآورد شده است. این شاخص نشان می‌دهد که میزان تولید کالاها و خدمات در این ماه نسبت به اسفندماه حتی با حذف اثر تعطیلات نوروزی به‌طور نسبی کاهش یافته است. شاخص «موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده» پس از حذف اثر فصلی معادل ۴۹.۷ برآورد شده است که مؤید کاهش موجودی مواد اولیه نسبت به اسفندماه است. شاخص «قیمت مواد اولیه یا لوازم خریداری شده» نیز پس از حذف اثر فصلی معادل ۷۲.۳ برآورد شده است که از افزایش قابل‌توجه قیمت اولیه نسبت به اسفندماه حکایت دارد. روند شامخ کل اقتصاد و شامخ بخش صنعت، پس از حذف اثرات فصلی نشان می‌دهد که در سه ماه پایانی سال ۱۴۰۲، وضعیت اقتصاد و همچنین بخش صنعت به‌طور مستمر بهبود یافته است. با این حال، اگرچه روند بهبود وضعیت اقتصادی در فروردین امسال تداوم داشته، اما از میزان آن کاسته شده است. به نظر می‌رسد که در ماه‌های...

۲

ایران هنوز وارد زنجیره جهانی ارزش نشده است

جاماندگی از زنجیره ارزش جهانی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

فوت و فن‌های تبدیل فالوور به مشتری برند

بازاریاب‌ها همیشه دوست دارند با کسانی در ارتباط باشند که شانس‌ی برای فروش محصول داشته باشند. مثلا اگر در شبکه‌های اجتماعی قصد تولید محتوا داشته باشند، نیم‌نگاهی هم به فروش محصولات خواهند داشت. خب هر برندی در این دنیا با فروش محصولات زنده می‌ماند. پس اگر دور این نکته کلیدی را خط بکشید، به مرور زمان دیگر شانس‌ی برای تعامل با مخاطب‌تان نخواهید داشت. آن وقت اوضاع‌تان حسابی به هم می‌ریزد. فروش بالا در بازارهای دیجیتال اتفاقی نیست که به این سادگی‌ها روی دهد. بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف دنبال بهانه‌های گوناگونی هستند. در این میان شما باید دنبال روش‌هایی موثر برای تعامل با مخاطب‌تان باشید. خب شما نمی‌تواند از کاربران عادی در اینستاگرام یا یوتیوب انتظار خرید محصولات‌تان را داشته باشید. در عوض اول باید آنها را بدل به مخاطب هدف‌تان کرده و پس از آن‌دی تعامل این خواسته را...

۸

از چرخه بازار تا سهل‌الوصول بودن

موسسه «Reaserch ۳۳K» در ادامه این گزارش توضیح می‌دهد که چطور وقتی چرخه کریپتو به مرحله «ترس عقب ماندن از بازار» می‌رسد، یعنی زمانی که مردم عادی متوجه اوج‌گیری قیمت‌ها می‌شوند و برای خرید هجوم می‌آورند، دیگر رمزارزها شروع به ریزش کرده و راه راه برای مردم در این لحظات به دنبال سودهای چند برابری هستند و بازار بیت‌کوین انقدر بزرگ است که اجازه سود چند برابری را نمی‌دهد. پس مردم بیت‌کوین‌های خود را می‌فروشند و ارزهای کوچک‌تر را می‌خرند؛ ارزهایی که ریسک‌شان بالاتر است اما می‌توانند چند برابر رشد کنند. در چرخه‌های حدودا چهار ساله کریپتو همیشه شاهد یک وضعیت دیگر هم هستیم که به آن «ترس، پلاکتلیفی و تردید» می‌گویند. اینجا بازار سقوط است، بیت‌کوین از بقیه بهتر عمل می‌کند.

از سوی دیگر، سهل‌الوصول بودن یا در دسترس بودن بیت‌کوین احتمالا از بقیه عوامل مذکور مهمتر است. علتش هم ساده است. اگر سرمایه‌گذاران به بیت‌کوین دسترسی نداشته باشند نمی‌توانند آن را بخرند. این روزها دو راه برای دسترسی به بیت‌کوین داریم؛ نخست، به طور مستقیم از طریق صرافی‌ها و دوم، از طریق صندوق‌های قابل معامله (ETF) بیت‌کوین. در حالت دوم شما مستقیما بیت‌کوین نمی‌خرید. اینجا یک شرکت مدیریت سرمایه به جای شما بیت‌کوین می‌خرد و شما در عوض، صندوق سرمایه‌گذاری بیت‌کوین این شرکت را از بازار بورس می‌خرید. سرمایه‌گذاران سنتنی و سرمایه‌گذاران محافظه کار شرکتی سال‌ها منتظر چنین روزی بودند که بتوانند با ریسک پایین‌تری روی بیت‌کوین سرمایه‌گذاری کنند و حالا چند ماهی است که با چراغ سبز انجمن بورس و اوراق بهادار آمریکا چنین امکانی فراهم شده است. به نظر می‌رسد ماه‌های خوبی در انتظار بیت‌کوین و بازار کریپتو است.

بیت‌کوین صعودی می‌کند یا می‌ریزد؟

در ژانویه ۲۰۲۴، شرکت فاینبرد (یک شرکت

ارقام پایین‌تری را ثبت نماید. لازم به اشاره است که ضریب فرآینده نقدینگی نیز در پایان اسفندماه ۱۴۰۲ نسبت به پایان اسفندماه ۱۴۰۱، معادل ۲.۹ درصد کاهش یافته و به رقم ۷.۱۱۲ رسیده است.

در مجموع، کاهش رشد نقدینگی، کاهش رشد پایه پولی، کاهش رشد پول و نیز تنزل ضریب فرآینده نقدینگی، همگی دلالت بر اثربخشی سیاست‌های پولی بانک مرکزی مبتنی بر استفاده ترکیبی از کلیه ابزارهای سیاست‌های پولی دارد که این موضوع نه تنها در سال گذشته بلکه به صورت موثرتری می‌تواند تاثیر منجر به تداوم پایدار روند نزولی نرخ تورم در دوره‌های زمانی آتی داشته باشد.

بانک مرکزی از کاهش نرخ رشد پایه پولی به ۲۸.۱ درصد و رشد حجم پول به ۱۷.۵ درصد در پایان اسفندماه ۱۴۰۲ خبر داد و اعلام کرد با کنترل شاخص‌های پولی اثرگذار بر تورم انتظار می‌رود شاخص نرخ تورم نیز در ماه‌های آتی، ارقام پایین‌تری را ثبت نماید.

آنطور که بانک مرکزی گزارش داده است، با اجرا و پیگیری دقیق سیاست‌های پولی، نرخ رشد پایه پولی در سال ۱۴۰۲، روند نزولی قابل توجهی را تجربه کرد. به طوری که نرخ این شاخص مهم پولی و تاثیرگذار در تورم نسبت به رقم فروردین ماه ۱۴۰۲ که ۴۵ درصد بود، با ۱۶.۹ واحد درصد کاهش در پایان اسفندماه ۱۴۰۲ به رقم ۲۸.۱ درصد رسید. رشد پول

یادداشت

فرصت و تهدیدهای صنعت احداث

سهیل آل رسول، عضو اتاق بازرگانی تهران

امروز ۱۰۰ درصد خدمات فنی و مهندسی صنعت ساختمان در داخل کشور انجام می‌شود که این موفقیت تحت تاثیر آموزش‌های دو دهه نخست بعد از انقلاب محقق شده است. با این حال، برخی موانع باعث تسریع سیل مهاجرت در این بخش نسبت به سایر بخش‌ها شده است؛ تا جایی که به صورت مشخص، خروج نیروی حرفه‌ای را تجربه می‌کنیم. صنعت احداث مشتمل بر مهندسی ساختمان شهری و برون‌شهری، زیرساخت‌های حیاتی مانند راه، راه آهن، نفت و گاز و… است. در این بخش‌ها طراح، اجرا و نظارت توسط شرکت‌های فعال در حوزه احداث انجام می‌شود. با توجه به اینکه کشور در حال توسعه‌ای هستیم و ضرورت دارد به مباحث زیربنایی توجه داشته باشیم، در دو دهه نخست ابتدای انقلاب، تحولی در حوزه مهندسی اتفاقی افتاد. در واقع، کمتر از ۱۰۰ سال پیش در خدمات فنی و مهندسی، ایران کاملاً وابسته به واردات بود. در همین راستا ۷۰ سال پیش، نظام فنی و اجرایی کشور متولد شد؛ زمانی که ۶۰ درصد از خدمات فنی و مهندسی توسط شرکت‌های خارجی انجام می‌شد. اما در مقطع کنونی، ۱۰۰ درصد این خدمات به طور کامل در داخل انجام می‌شود که این موفقیت تحت تاثیر آموزش‌های دو دهه نخست بعد از انقلاب کسب شده است.

در ۲۰ سال گذشته، تعداد مهندسان فارغ‌التحصیل از ایران هر ساله افزایش پیدا کرده است؛ به طوری که از نظر کمی و کیفی، ظرفیت و توان مهندسی کشور ۱۰ برابر شده، اما ارزش پروژه‌های زیرساختی ثابت باقی مانده است. هرچند در ابتدای دهه ۱۳۹۰، این افزایش ظرفیت صورت گرفت، اما بعد از آن وارد یک فاز رکودی شد؛ موضوعی که متأسفانه منجر به رقایت منفی در بین شرکت‌های احداث شده است. همین مسئله از سوی دیگر باعث شده که قیمت ارائه خدمات فنی در ایران به نسبت نرم جهانی بسیار پایین‌تر باشد. از نظر حقوق و دستمزد، حوزه احداث در قیاس با حداقل دستمزد مصوب قانون کار، افت داشته است؛ به طوری که در برش زمانی ۲۰ ساله، حداقل دستمزد مصوب قانون کار ۸۰ برابر شده اما دستمزد مهندس ناظر، تنها ۴۲ برابر شده است. با توجه به اینکه دچار چنین مشکلات عمده‌ای از نظر صنفی شدیم، سیل مهاجرت در این بخش نسبت به سایر بخش‌ها تسریع شده است. همچنین به صورت مشخص، خروج نیروی حرفه‌ای را تجربه می‌کنیم و در واقع، بخش مهمی از توانمندی علمی خود در صنعت احداث را از دست می‌دهیم.

در حال حاضر، راهبردهای مهمی که برای حفظ جامعه مهندسی باید انجام داد، توجه به صادرات خدمات فنی و مهندسی است. صادرات این خدمات در موقعیت جغرافیایی ایران کاملاً امکان‌پذیر است؛ هماغونه که ترکیه به نحو احسن از این ظرفیت استفاده می‌کند. به دنبال تصویب قانون صدور خدمات فنی و مهندسی در سال ۱۳۸۹، طی دو سال تجربه صادرات ۴ میلیارد دلاری را در این بخش داشتیم. در همان زمان، ترکیه صادرات ۱۰ میلیارد دلاری داشت، اما بعد از قطع جایزه صادراتی و عدم حمایت از فعالان حوزه صادرات و همچنین تحریم‌ها، صادرات خدمات فنی و مهندسی افت کرد. در واقع، تحریم‌ها منجر به بروز مشکلاتی در اخذ ضمانت‌نامه برای حضور در مناقصات و همچنین قرارداده شد. در همین روند، صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران در سال گذشته به یک میلیارد دلار رسید؛ در حالی که ترکیه در سال ۲۰۲۲، صادراتی ۶۰ میلیارد دلاری در این بخش داشته است. در مقطع کنونی با توجه به محدودیت‌های مالی و بحران‌های مختلفی که در مسائل حاکم است نمی‌توان سرمایه‌گذاری در بخش زیرساختی را افزایش داد. از این رو، توجه به صدور خدمات فنی و مهندسی، اهمیت بالایی دارد؛ به طوری که با رفع موانع، امکان افزایش صادرات این بخش تا ۱۰ برابر وجود دارد. در شرایط کنونی، مواعیتی همچون حل مشکل دریافت ضمانت‌نامه با منابع خارج از کشور، استفاده از ظرفیت‌های محدود طرف‌های خارجی که هنوز با ما همکاری می‌کنند و بهره‌مندی از ظرفیت بیمه‌ای شرکت‌های مورد وثوق کشورهای همسایه، بستری برای تسهیل صدور خدمات فنی و مهندسی فراهم می‌آورد.

معافیت مالیاتی برای صادر کنندگان خدمات فنی و مهندسی طبق قانون حمایت از صدور خدمات فنی و احیای جایزه صادراتی به افزایش توان شرکت‌ها کمک می‌کند. در حال حاضر، کشورهای رقیب جایزه ۸ تا ۱۰ درصدی برای شرکت‌های صادرکننده در نظر می‌گیرند. همچنین یکی دیگر از موانع صدور خدمات فنی و مهندسی، عدم امکان ورود و خروج ماشین‌آلات بیمانکاری است. در شرایط کنونی، استفاده از این ماشین‌آلات در پروژه‌های خارج از کشور اهمیت دارد؛ زیرا بعد از پایان پروژه، امکان جایگزینی این ماشین‌آلات یا مدل‌های جدید فراهم می‌شود، اما این مسئله نیازمند مجوزهای خاصی است که باید توسط دستگاه‌های متولی تسهیل شود. در همین رابطه برای انگیزه‌بخشی و تسهیل کسب و کارها در قانون حمایت از صدور خدمات فنی و مهندسی، یکی از اقدامات موثر، پیش‌بینی مسیرهای سبز گمرکی و بیمه‌ای برای صادرکنندگان است.

در حال حاضر، با وجود ظرفیت‌های قابل ملاحظه‌ای که از نظر نیروی انسانی و زیرساختی وجود دارد، سیاست‌های غلط و محدودیت‌ها در اجرای پروژه‌ها باعث شده تا وضعیت نامناسبی برای ظرفیت‌های مهندسی کشور متصور باشیم؛ به طوری که شرکت‌هایی با ۵۰ سال سابقه در نتیجه مشکلات ناشی از تامین در این شرایط به نظر می‌رسد که وزارت راه و وزارت نفت و نیرو و وزارت نفت باید شرکت‌های ریشه‌دار را احیا کنند. در عین حال، با کمک وزارت اقتصاد و وزارت صمت باید افزایش ظرفیت صادرات خدمات فنی و مهندسی اتفاق بیفتد. در این مسیر، وزارت امور خارجه نیز می‌تواند از ابزار دیپلماتسی اقتصادی برای گشایش در صادرات خدمات فنی و مهندسی استفاده کند.

رئیس کل بانک مرکزی خبیر داد

داریی‌های ارزی افزایش یافت

رئیس کل بانک مرکزی از افزایش داریی‌های ارزی و کاهش انتظارات تورمی خبیر داد و اعلام کرد در فروردین ماه امسال میزان داریی‌های ارزی کشور حدود ۲۰۰ میلیون دلار افزایش یافته است که به معنای تراز مثبت ۲۰۰ میلیون دلاری خرید داریی‌های ارزی نسبت به فروش آن است. «محمدرضا فرزین»، رئیس کل بانک مرکزی همچنین از نرخ رشد نقدینگی ۲۳ درصدی در فروردین ماه ۱۴۰۲ خبر داد و گفت: نرخ رشد نقدینگی که تا پایان اسفند سال گذشته به ۲۴ درصد کاهش یافته بود، در فروردین ماه به ۲۳ درصد رسیده است. نرخ رشد پول نیز که سال گذشته ۳۳ درصد بود، تا ۱۶ فروردین ماه امسال به ۱۶ درصد کاهش یافته است. به گفته رئیس کل بانک مرکزی، رشد پول، معیار مهمی برای انتظارات تورمی است و کاهش نرخ رشد آن نشانگر کاهش انتظارات تورمی است.

ایران هنوز وارد زنجیره جهانی ارزش نشده است

جاماندگی از زنجیره ارزش جهانی



و مسئولیت اجتماعی در زنجیره‌های ارزش جهانی به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار خواهد گرفت؛ کما اینکه همین حالا هم پیشرفت‌های تکنولوژیکی مانند رایانش ابری و اینترنت اشیا، هماهنگی زنجیره‌های ارزش جهانی را آسان‌تر کرده است. آزادسازی تجاری نیز تجارت بین‌المللی را تسهیل کرده و به رشد زنجیره‌های ارزش جهانی کمک کرده است. شرکت‌های چندملیتی نقش مهمی در ایجاد و مدیریت زنجیره‌های ارزش جهانی ایفا می‌کنند. سیاست‌های اقتصادی مانند سیاست‌های تجاری، سرمایه‌گذاری و سیاست‌های صنعتی می‌تواند بر ادغام یک کشور در زنجیره‌های ارزش جهانی، تأثیرات تعیین‌کننده‌ای بگذارد. سرمایه انسانی ماهر و آموزش‌دیده برای عملکرد مؤثر در زنجیره‌های جهانی ارزش ضروری است. زیرساخت‌های فیزیکی مانند بنادر، جاده‌ها و شبکه‌های ارتباطی نیز برای جابه‌جایی روان کالاها و خدمات ضروری است. همچنین ثبات ژئولیتیکی و حکمرانی مدبرانه برای ایجاد محیطی قابل پیش‌بینی جهت سرمایه‌گذاری و تجارت، امری ضروری است. از سوی دیگر، عوامل فرهنگی و نهادی نظیر هنجارهای مشترک کسب و کار و چارچوب‌های حقوقی قوی می‌تواند همکاری بین کشورها در قالب زنجیره‌های جهانی ارزش را تسهیل کند. در مجموع، شرکت‌ها به‌طور فزاینده‌ای از زنجیره‌های ارزش جهانی برای تولید کالا و خدمات با کارایی بیشتر استفاده می‌کنند که این امر منجر به افزایش تجارت، سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی شده است.

سه‌م زنجیره‌ها از تجارت جهانی

در مورد زنجیره‌های ارزش جهانی نیز مانند هر مفهوم دیگری در اقتصاد سیاسی، تعاریف متعددی ارائه شده است. از یک منظر، زنجیره‌های ارزش جهانی به اشتراک‌گذاری تولید بین‌المللی اشاره دارد؛ پدیده‌ای که در آن تولید به‌فعالیت‌ها و وظایفی تقسیم می‌شود که در کشورهای مختلف انجام می‌شود. برمبنای یکی دیگر از تعاریف، زنجیره ارزش جهانی شامل مجموعه‌ای از مراحل در تولید یک محصول یا خدمتی در کشورهای مختلف است که به مصرف‌کنندگان در بازار جهانی عرضه می‌شود. برخی از کارشناسان معتقدند زنجیره ارزش، مجموعه‌ای از مراحل متوالی است که به ایجاد یک محصول نهایی منتهی می‌شود؛ از طراحی اولیه تا رسیدن به درب منزل مشتری. هنگامی که این روند در نقاط مختلف جهان صورت گیرد، زنجیره جهانی ارزش شکل می‌گیرد.

زنجیره‌های ارزش جهانی به یک عامل تعیین‌کننده در اقتصاد جهانی امروز تبدیل شده‌اند و شیوه تولید و تجارت کالاها و خدمات در سطح جهان را دگرگون کرده‌اند. این شبکه‌های تولید بهم پیوسته که مراحل مختلف فرایند تولید را در چندین کشور مستقر می‌کنند، تأثیر عمیقی بر توسعه اقتصادی، بهره‌وری و تجارت بین‌المللی داشته و دارند. ششده این توسعه‌های سه‌م زنجیره‌های جهانی ارزش در کلیت تجارت جهانی از ۳۵ درصد در سال ۱۹۹۰ میلادی به ۴۶ درصد در سال ۲۰۱۰ و همچنین ۵۰ درصد در سال ۲۰۲۰ افزایش یافته است. مطالعات نشان می‌دهد حتی افزایش متوسط یک درصدی در مشارکت در زنجیره‌ها، می‌تواند سطح درآمد سرانه را بیش از یک درصد ارتقا دهد که تقریباً دو برابر مکانیسم‌های تجارت سنتی است.

به‌طور خاص طی سه دهه گذشته، زنجیره‌های ارزش جهانی نقش اساسی در تسریع رشد اقتصادی کشورهای فقیر داشته‌اند و به‌طور قابل توجهی سطح فقر را کاهش

قیمت خودروهای برقی وارداتی چند درمی‌آید؟

پاگشای برقی‌ها در بازار خودرو

برای انتخاب یک اولویت از سبد محصولات عرضه شده اقدام کنند. در این اطلاعیه تاکید شده است که هیچ‌گونه ثبت‌نام جدیدی در این مرحله صورت نمی‌پذیرد. بدین ترتیب براساس اطلاعیه سامانه یکپارچه عرضه خودروهای وارداتی پیرامون فروش پنج خودروی وارداتی، قیمت این خودروها به صورت قطعی (برای سه مدل خودرو) و به صورت علی‌الحساب (برای دو مورد) اعلام شده است. بر این اساس، خودروی سانی با قیمت ۱۱ میلیارد و ۷۱ میلیون و ۴۰۰ هزار ریال، خودروی لاماری‌ایما با قیمت ۱۵ میلیارد و ۴۳۴ میلیون ریال و خودروی هونگی با قیمت ۱۸ میلیارد و ۵۴ میلیون و ۶۰۰ هزار ریال عرضه شده است. همچنین قیمت خودروی هیوندای ENS۱ حدود ۱۸ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال و قیمت خودروی لونا حدود ۹ میلیون و ۴۵۰ میلیون ریال اعلام شده است.

در همین حال، از بازار خودرو خبیر می‌رسد که قیمت خودروها در ابتدای این هفته بین ۵ تا ۲۰ میلیون تومان افزایش را تجربه کرده‌اند. آنطور که گزارش‌ها نشان می‌دهد، قیمت پراید SE۱۵۱ مدل ۱۴۰۲ در بازار خودرو با رقم ۳۵۰ میلیون تومان و پراید SE۱۵۱ مدل ۱۴۰۲ نیز با رقم ۳۲۵ میلیون تومان به فروش رسیده است. به گزارش «خبیرآنلاین»، همچنین قیمت پژو ۲۰۶ تیپ ۲ پانوراما مدل ۱۴۰۲ در بازار ۵ میلیون تومان کاهش یافته و ۶۵۸ میلیون تومان قیمت خورده است. پژو ۲۰۷ دنده‌ای مدل ۱۴۰۲ هم با کاهش ۵ میلیون تومانی با رقم ۸۰۰ میلیون تومان به فروش رسیده است، اما پژو ۲۰۷ پانوراما اتوماتیک TU۵P مدل ۱۴۰۲ با کاهش ۱۰ میلیون تومانی به قیمت یک میلیارد و ۷۰ میلیون تومان به فروش رفت. پژو ۲۰۷ تیپ ۵ مدل ۱۴۰۲ نیز بدون تغییر در همان قیمت ۷۱۰ میلیون تومان به فروش رسید، اما پژوپارس ELX-TU۵ مدل ۱۴۰۲ با

داده‌اند. در حال حاضر، حدود ۷۰ درصد از تجارت بین‌المللی شامل شبکه‌های درهم زنجیره‌های ارزش جهانی می‌شود؛ جایی که خدمات، مواد خام و اجزای مختلف بارها از مرزها عبور می‌کنند تا در نهایت به محصولات نهایی تبدیل شوند. با این حال در میان این آمارهای امیدوارکننده، تهدیدی جدی نیز وجود دارد؛ تشدید درگیری‌های تجاری و متعاقب آن، کاهش اعتماد سرمایه‌گذاران به طور بالقوه می‌تواند منجر به سوق دادن ۳۰.۷ میلیون نفر به زیر خط فقر شود؛ در حالی که همزمان باعث کاهش درآمد جهانی به میزان خیره‌کننده ۱.۴ تریلیون دلاری گردد.

چالش‌های زیست محیطی زنجیره‌ها

علی‌رغم مزایای آشکار، گسترش زنجیره‌ها در سال‌های اخیر، کند شده که عمدتاً به دلیل نااطمینانی ژئولیتیک، کندی رشد اقتصادی و کاهش سرعت اصلاحات است. این رکود هم‌راه با فقدان ابتکارات تجاری و تشدید تنش‌های تجاری، مانع بزرگی برای کشورهای در حال توسعه است که به دنبال بهره‌مندی از یکپارچگی زنجیره‌ها هستند. الگوی سنتی تجارت بین‌الملل که در آن هر کشور به‌طور مستقل کالا و خدمات را برای صادرات تولید می‌کنند، تنها حدود ۳۰ درصد از تجارت جهانی را شامل می‌شود. بنابراین این ارقام نقش حیاتی زنجیره‌ها را در پیشبرد توسعه اقتصادی، کاهش فقر و… را برجسته می‌کنند و در عین حال، بر ضرورت رسیدگی به چالش‌ها و ریسک‌های ناشی از یکپارچگی آنها تأکید می‌ورزد. به موازات افزایش اهمیت زنجیره‌های ارزش، مشارکت اغلب کشورها در زنجیره‌های جهانی ارزش در دهه‌های اخیر افزایش یافته است.

با وجود آنکه زنجیره‌های جهانی ارزش از یک سو به رشد اقتصادی و پیشرفت فناوری کمک کرده‌اند، تأثیر آنها بر محیط‌زیست قابل توجه است و چالش‌ها و فرصت‌هایی را برای پایداری محیط‌زیست به وجود می‌آورد. یکی از مهم‌ترین تأثیرات مثبت زنجیره‌های جهانی ارزش، تسهیل انتقال فناوری، به ویژه فناوری‌هایی است که پایداری زیست‌محیطی را تقویت می‌کنند. کشورهای توسعه‌یافته اغلب فناوری‌های پیشرفته‌ای را صادر می‌کنند که به کاهش آلودگی و افزایش کارایی در فرآیندهای تولید کمک می‌کند. برای مثال، آلمان نقش مهمی در انتقال فناوری انرژی‌های تجدیدپذیر مانند بادی و خورشیدی به کشورهای مانند مراکش و مصر داشته و به آنها در توسعه بخش انرژی‌های تجدیدپذیر کمک کرده است. به‌طور مشابه، ژاپن فناوری‌های خودروهای کم مصرف را به تولیدکنندگان خودرو در تایلند و اندونزی صادر کرده است که به کاهش ردپای کربنی وسایل نقلیه تولیدشده در این کشورها کمک می‌کند.

با این حال، زنجیره‌های جهانی ارزش، چالش‌های زیست محیطی قابل توجهی نیز به وجود می‌آورند. یکی از نگران‌کننده‌ترین مسائل، تخلیه منابع طبیعی است. کشاورهایی که از نظر منابع خاصی غنی هستند، اغلب برای پاسخگویی به تقاضای جهانی، مجبور به استخراج آنها با نرخی غیرقابل تجدید می‌شوند. برای نمونه، اندونزی و برزیل به ترتیب به دلیل گسترش تولید روغن پالم و سویا که ناشی از تقاضای بین‌المللی تسهیل شده توسط زنجیره‌های جهانی ارزش است، با جنگل‌زدایی قابل توجهی روبرو بوده‌اند. چالش مهم دیگر، افزایش انتشار کربن ناشی از حمل و نقل کالا در مسافت‌های طولانی است.

اخبار

چرا میلیاردرها از برنامه جدید مالیات بر عایدی سرمایه هراس دارند؟

میلیاردرهای جهان در سال‌های اخیر ثروتمندتر و ثروتمندتر شده‌اند و سرمایه آنان همچنان در حال صعود است. به گزارش «ایسنا»، اکنون تعداد میلیاردرها بیشتر از همیشه شده است و در مجموع به ۲۷۸۱ نفر می‌رسند که ۱۴۱ نفر بیشتر از سال گذشته و ۲۶ نفر بیشتر از رکورد ثبت‌شده در سال ۲۰۲۱ هستند. این افراد در مجموع ۱۴.۲ تریلیون دلار سرمایه دارند که ۲ تریلیون دلار نسبت به سال ۲۰۲۳ و ۱.۱ تریلیون دلار از رکورد قبلی ثبت شده در سال ۲۰۲۱، بیشتر است. سرمایه دو سوم اعضای فهرست منتشرشده از ثروتمندان جهان، بیشتر از یک سال پیش شده است و فقط یک چهارم آنان سرمایه خود را کاهش دادند. بیشترین میزان سرمایه، مربوط به ۲۰ نفر برتر فهرست است که در مجموع ۷۰۰ میلیارد دلار ثروت از سال ۲۰۲۳ به رقم پیشین افزودند، اکنون ایالات متحده رکورد ۸۱۳ میلیارد بره ارزش ۵.۷ تریلیون دلار دارد. چین با وجود رقم ضعیف شاخص مصرف‌کننده و رکود املاک و مستغلات که منجر به از بین رفتن حدود ۳۰۰ میلیارد دلار سرمایه شد، با ۴۷۳ نفر به ارزش ۱.۷ تریلیوسو دلار در رتبه دوم قرار دارد و هند با رقم ۲۰۰ میلیارددر در رتبه سوم قرار گرفته است. میلیاردرهای بسیاری از کشورها با روش‌های مختلف از پرداخت مالیات بر عایدی سرمایه خود اجتناب می‌کنند و دولت‌ها در جست‌وجوی طرح‌ها و روش‌هایی برای این مورد هستند. رئیس‌جمهور ایالات متحده، «جو بایدن» اشاره کرده است، میلیاردرهای آمریکایی سرمایه خود را از راه‌هایی به دست می‌آورند که اغلب با نرخ‌های کمتری نسبت به درآمد معمولی دستمزده کارگران آمریکایی، مشمول مالیات می‌شوند. به‌طور عمده، سرمایه آنان از افزایش ارزش دارایی‌های‌شان به دست می‌آید و از خلایهای مالیاتی و اقدامات حسابداری قانونی برای به حداقل رساندن مالیاتی که می‌پردازند، استفاده می‌کنند. آمریکایی‌های ثروتمند فقط ۸ درصد نرخ مالیات بر عایدی سرمایه می‌پردازند و بایدن معتقد است که حداقل پرداختی آنان باید ۲۵ درصد باشد. در این میان، دولت برزیل پیشنهاد بلندپروازانه‌تری برای مالیات سالانه جهانی دارد در این طرح ۲ درصد از سرمایه میلیاردرهای جهان اخذ می‌شود، به همین دلیل از «کابریل ژوکمان» اقتصاددان فرانسوی خواسته شده است تا طرحی دقیق برای نحوه عملکرد مالیات بر عایدی سرمایه میلیاردرها برای نشست وزرای دارایی گروه ۲۰ در ماه جولای تهیه کند. قبل از همه‌گیری، ایده زوکمان مبنی بر مالیات ۲ درصدی سالانه بر سرمایه میلیاردرها احتمالاً رد می‌شد، اما کووید-۱۹ و شوک انرژی ناشی از حمله روسیه به اوکراین، دولت‌های کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه را به شدت در برابر این مورد نرم کرده است زیرا طی پنج سال گذشته بیشترین آسیب بر فقیرترین کشورها وارد شده است همچنین کشورها سرمایه لازم در سرمایه‌گذاری برای بهداشت یا آموزش را ندارند، چه رسد به مقابله با گرمایش جهانی. تعداد میلیاردرها در دهه ۲۰۱۰ تقریباً سه برابر شد و در چهار سال گذشته همچنان رو به افزایش بوده، زیرا ارزش سرمایه آنان که عمدتاً شامل سهام و دارایی است، به دلیل سیاست‌هایی که بانک‌های مرکزی در طول شرایط اضطراری سلامت دنبال کردند، افزایش یافته است. با رونق بازار سهام و املاک حتی اگر افرادی که درآمد بسیار کمتری داشتند نیز شاهد افزایش ارزش املاک و برنامه‌های بازنوسختی خود بودند، کسانی که در ابتدا دارای سطوح بالایی از سرمایه بودند، بیشترین سود را داشتند. حمایت عمومی قوی از عایدی سرمایه میلیاردرها مشاهده می‌شود که جای تعجب نیست زیرا مردم می‌خواهند برای خدمات عمومی بیشتر هزینه شود و ترجیح می‌دهند که وضعیت بهتری برای این مورد ارائه شود. بحران هزینه‌های زندگی، مردم را نسبت به شکاف ثروت فزاینده بین ابرثروتمندان و بقیه حساس‌تر کرده است. «ژاکمان» معتقد است که بسیاری از افراد طرفدار سیستمی نیستند که در آن کسانی که بیشترین توانایی برای پرداخت مالیات را دارند، کمترین پرداخت را داشته باشند. او تخمین می‌زند که مالیات ۲ درصدی بر عایدی سرمایه میلیاردرها سالانه ۲۵۰ میلیارد دلار افزایش می‌یابد؛ در حالی که دولت‌های غربی ناگزیر بیشتر درآمدهای جمع‌آوری شده را برای خود نگه می‌دارند، او می‌گوید بخشی از این سرمایه از شمال جهانی به جنوب جهانی راه پیدا می‌کند. براساس آنچه گفته شد، راه درازی در پیش است تا مالیات بر عایدی سرمایه میلیاردرها به واقعیت تبدیل شود. یکی از مشکلات مطرح شده این است که نوآوری و رشد متوقف می‌شود اما این استدلال قانع‌کننده‌تر خواهد بود اگر شواهدی وجود داشته باشد که افزایش عظیم سرمایه ابرثروتمندان در دهه گذشته باعث رونق سرمایه‌گذاری شده است؛ در واقع سرمایه‌گذاری از نظر تاریخی ضعیف بوده است. با این حال، مانند هر مالیات بر عایدی سرمایه جدید مسائل دیگری نیز وجود دارد. ثروت باید تعریف شود و مکانیسم توافق شده‌ای برای ارزش‌گذاری سرمایه مانند دارایی ایجاد شود. اجتناب از معافیت‌های بیش از حد بسیار مهم است، زیرا این امر به افراد بسیار ثروتمند اجازه می‌دهد تا ثروت خود را به شکل‌های جدید تغییر دهند تا نتوان به آن دست زد. کشورهایی که در گذشته مالیات بر عایدی سرمایه را اعمال کرده‌اند، دریافته‌اند که درآمد نسبتاً کمی به دست می‌آورد، تا حدی به این دلیل که افراد بسیار ثروتمند می‌توانند پول خود را به پشت‌های مالیاتی منتقل کنند. برای اینکه این طرح عملی شود، باید همکاری بین‌المللی برای جلوگیری از فرار سرمایه وجود داشته باشد. با توجه به موانع زیادی که باید از بین بروند، کارشناسان مالیاتی مانند ریچارد مورفی وجود دارند که فکر می‌کنند روش‌های کمتر جذاب اما در نهایت موثرتری برای مالیات بر ثروت وجود دارد. ایده برزیل به راحتی می‌تواند راه مالیات پیشنهادی رابین هود را طی کند. به‌طور مشابه، میلیاردرها از تمام نفوذ خود برای مقابله با این ایده که باید مالیات سنگین‌تری پرداخت کنند، استفاده خواهند کرد. ممکن است این بار سخت‌تر از گذشته مقاومت کنند تا در برابر فشارهای وارده از سوی دولت‌های ضعیف و رأی‌دهندگان خشمگین ایستادگی کنند. طرح برزیل ممکن است غیرقابل اجرا باشد و شاید هرگز اجرا نشود اما موضوع ثروت و نابرابری را در دستور کار قرار داده که گزینه خوبی است.

آگهی دعوت به مجمع سالیانه

صندوق سرمایه گذاری جسورانه فناوری های تکاملی

بدینوسیله به اطلاع می‌رساند جلسه مجمع صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه فناوری‌های تکاملی ساعت ۱۰:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۲۹در محل شرکت مشاور سرمایه‌گذاری ارزش پرداز آریان به آدرس تهران، کوی نصر (گیشا)، خیابان بلوچستان، کوچه البرز، پلاک ۹ برکزار می‌گردد.

دستور جلسه به شرح ذیل می‌باشد:

- استماع گزارش مدیر راجع به وضعیت و عملکرد صندوق.
- استماع گزارش حسابرس راجع به صورت‌های مالی.
- تصویب صورت‌های مالی و گزارش عملکرد حسابرسی شده برای سال مالی منتهی به ۳۰ آذر ماه ۱۴۰۲.
- تعیین روزنامه کثیرالانتشار.
- تصمیم‌گیری درخصوص تعیین یا تغییر ارکان صندوق.
- سایر مواردی که در صلاحیت مجمع باشد.

افت وخیز تولید در آغاز ۱۴۰۳

بنگاه‌های اقتصادی چشم‌انتظار حل مشکل مواد اولیه هستند



درصد پاسخگویان به هر یک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، بیانگر عدد شامخ در آن پرسش است. در نهایت، معیار سنجش این شاخص عددی بین صفر تا صد است. عدد صفر و صد به ترتیب به معنای آن است که ۱۰۰ درصد پاسخگویان گزینه «بدرت شده است» و «بهتر شده است» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰ نیز نشان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشانه بهبود وضعیت نسبت به ماه قبل است. بر همین اساس به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل است. بر همین اساس چنانچه عدد محاسبه شده زیر ۵۰ باشد اما از عدد محاسبه شده ماه قبل بیشتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بدتر شدن وضعیت کاهش یافته است. در نقطه مقابل، چنانچه عدد محاسبه شده بالای ۵۰ باشد اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل کاهش یافته است.

حالا آنطور که بازوی پژوهشی اتاق ایران از شامخ کل اقتصاد و شامخ بخش صنعت در آغاز سال ۱۴۰۳ گزارش داده است، هر دو شاخص در فروردین ماه بهبود یافته‌اند؛ البته این بهبود وضعیت با حذف اثر تعطیلات نوروزی (تعدیل فصلی) محاسبه شده است؛ وگرنه با لحاظ تعطیلات نوروزی، شامخ کل اقتصاد در فروردین ماه به رقم ۳۹.۶ و شامخ بخش صنعت به رقم ۳۳.۵ رسیده است.

پن‌بست تأمین مواد اولیه

آخرین نظرسنجی از فعالان اقتصادی نشان می‌دهد که شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در فروردین ماه ۱۴۰۳ معادل ۳۹.۶ محاسبه شده است. این شاخص نشان می‌دهد که سطح فعالیت‌های اقتصادی در این ماه نسبت به ماه اسفندماه ۱۴۰۲ به‌طور مطلق کاهش یافته است. بااین‌وجود، بعد از حذف اثر تعطیلات نوروزی (تعدیل فصلی)، این شاخص برای ماه فروردین معادل ۵۱.۵ برآورد شده است که بیانگر بهبود نسبی وضعیت اقتصاد کشور نسبت به پایان سال گذشته است. شاخص «میزان تولید محصول یا ارائه خدمت» در فروردین ماه معادل ۲۷.۸ محاسبه شده که با حذف اثر فصلی (تعدیل فصلی)، معادل ۴۹.۰ برآورد شده است. این شاخص نشان می‌دهد که میزان تولید کالاها و خدمات در این ماه نسبت به اسفندماه حتی با حذف اثر تعطیلات نوروزی به‌طور نسبی کاهش یافته است. شاخص «موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده» در این ماه با حذف اثر فصلی (تعدیل فصلی) معادل ۴۹.۷ برآورد شده است که مؤید کاهش موجودی مواد اولیه نسبت به اسفند سال گذشته است. شاخص «قیمت مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده» نیز در فروردین ماه پس از حذف اثر فصلی (تعدیل فصلی)، معادل ۷۲.۳ برآورد شده است که بیانگر افزایش قابل‌توجه قیمت اولیه نسبت به اسفندماه است.

شاخص «میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی» در ماه فروردین پس از تعدیل فصلی معادل ۵۲.۰ برآورد شده است. اگرچه روند این شاخص در نیمه دوم سال ۱۴۰۲ بیانگر بهبود مستمر اشتغال کشور است، اما شرایط برای همه سطوح مهارتی یکسان نیست. شواهد موجود و اظهارات فعالان اقتصادی حاکی از آن است که تورم بالا و فشارهای مداوم هزینه‌های زندگی باعث می‌شود بسیاری نیروی کار غیرماهر به اشتغال در سطوح دستمزد کنونی شده است که مشکلاتی جدی برای برخی از بخش‌های اقتصادی ایجاد کرده است. شاخص «قیمت مواد اولیه یا لوازم

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در فروردین امسال به رقم ۳۹.۶ رسید که نشان می‌دهد سطح فعالیت‌های اقتصادی در این ماه نسبت به اسفندماه به‌طور قابل‌توجهی کاهش یافته است. البته با حذف اثر تعطیلات نوروزی (تعدیل فصلی)، این شاخص به رقم ۵۱.۵ می‌رسد که بیانگر بهبود نسبی وضعیت اقتصاد نسبت به اسفند سال گذشته است. شاخص «میزان تولید محصول یا ارائه خدمت» در فروردین ماه معادل ۲۷.۸ محاسبه شده که با حذف اثر فصلی (تعدیل فصلی)، معادل ۴۹ برآورد شده است. این شاخص نشان می‌دهد که میزان تولید کالاها و خدمات در این ماه نسبت به اسفندماه حتی با حذف اثر تعطیلات نوروزی به‌طور نسبی کاهش یافته است. شاخص «موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده» پس از حذف اثر فصلی معادل ۴۹.۷ برآورد شده است که مؤید کاهش موجودی مواد اولیه نسبت به اسفندماه است. شاخص «قیمت مواد اولیه یا لوازم خریداری شده» نیز پس از حذف اثر فصلی معادل ۷۲.۳ برآورد شده است که از افزایش قابل‌توجه قیمت اولیه نسبت به اسفندماه حکایت دارد.

روند شامخ کل اقتصاد و شامخ بخش صنعت، پس از حذف اثرات فصلی نشان می‌دهد که در سه ماه پایانی سال ۱۴۰۲، وضعیت اقتصاد و همچنین بخش صنعت به‌طور مستمر بهبود یافته است. با این حال، اگرچه روند بهبود وضعیت اقتصادی در فروردین امسال تداوم داشته، اما از میزان آن کاسته شده است. به نظر می‌رسد که در ماه‌های پیش‌رو، کمبود مواد اولیه می‌تواند به‌طور جدی روند بهبود وضعیت اقتصادی و خصوصاً وضعیت بخش صنعت را متأثر کند. کسری تراز تجاری سال ۱۴۰۲ و افزایش شکاف قیمت ارز آزاد و نیما در ماه‌های اخیر از عواملی هستند که می‌توانند منابع ارزی قابل‌تخصیص به واردات مواد اولیه را در ماه‌های آتی محدود کنند؛ بنابراین افزایش قیمت نرخ ارز و کاهش تخصیص ارز برای واردات مواد اولیه می‌تواند در ماه‌های آینده موجب تشدید محدودیت دسترسی به مواد اولیه تولید شود و در نتیجه، توقف روند بهبود بخش صنعت محتمل خواهد بود.

شامخ چگونه محاسبه می‌شود؟

از بین شاخص‌های مختلف و گوناگونی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشر می‌شوند، شاخص مدیران خرید (Purchasing Manager’s Index) از مهمترین شاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار دارد و در حال حاضر برای بیش از ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰ کشور دنیا محاسبه می‌شود. این شاخص در فارسی به اختصار «شامخ» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران، مأموریت محاسبه و انتشار آن را به عهده دارد.

شاخص مدیران خرید یا همان شامخ براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و تصویر جامع و ملموسی از شرایط اقتصاد کلان به ویژه وضعیت رونق و رکود در بخش‌های صنعت و خدمات ارائه می‌دهد. در طرح شامخ از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود که به ۱۲ پرسش مطرح شده در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده است) پاسخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتری از ماه قبل عدد یک، گزینه بدون تغییر عدد ۰.۵ و گزینه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرسش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب

براساس آمارهای بانک مرکزی، آمار چک‌های برگشتی در اسفندماه ۱۴۰۲ از لحاظ تعداد ۸.۷ درصد و از لحاظ مبلغ ۱۱.۷ درصد ثبت شده است. به گزارش «تجارت‌نیوز»، بانک مرکزی به‌تازگی جدیدترین اعداد و ارقام از وضعیت چک‌های مبادله‌ای در پایان اسفندماه ۱۴۰۲ را در وب‌سایت رسمی خود منتشر کرده است. بررسی داده‌های منتشرشده از تسوی بانک مرکزی حاکی از آن است که در آخرین ماه از سال گذشته، آمار چک‌های مبادله‌شده چه از لحاظ تعداد و چه از لحاظ مبلغ نسبت به

بهمن‌ماه افزایش یافته است. با وجود این، نسبت چک‌های برگشتی کاهش یافته است. به علاوه، محاسبات نشان می‌دهند در طول سال گذشته، حدود ۹۵ میلیون فقره چک به ارزش ۷۲.۵ هزار هزار میلیارد تومان مبادله شده است که از این تعداد ۸.۳ درصد از آنها برگشت خورده‌اند. نسبت مبلغ چک‌های برگشتی به کل چک‌ها نیز به ۱۱.۵ درصد رسیده است.

آمارهای بانک مرکزی از افزایش استفاده از چک در مبادلات حکایت دارد. براساس آمارهایی که بانک مرکزی منتشر کرده است، در اسفندماه ۱۴۰۲ مجموعاً ۹.۱ میلیون فقره چک بین فعالان اقتصادی مبادله شده که این رقم ۹.۲ درصد بیشتر از بهمن سال گذشته بوده است. همچنین تعداد چک‌های مبادله‌ای در مقایسه با اسفندماه ۱۴۰۱ نیز با افزایش ۵.۷ درصدی همراه شده است. همچنین بررسی‌ها نشان می‌دهد ارزش کل چک‌های مبادله‌شده در اسفند سال قبل بیشتر از ۶۹۲ هزار میلیارد تومان بوده که این رقم نسبت به ماه قبل از آن، رشدی ۱۵.۹ درصدی پیدا کرده است. مقایسه مبلغ چک‌های مبادله‌شده در اسفندماه ۱۴۰۲ با دوره مشابه سال ۱۴۰۱ نیز از رشد ۱۷.۸ درصدی این رقم حکایت دارد.

از سوی دیگر، نصف چک‌های اسفندماه در سه استان مبادله شدند. طبق گزارش بانک مرکزی، در اسفندماه ۱۴۰۲ بیش از نیمی از کل چک‌ها در سه استان تهران، اصفهان و خراسان رضوی مبادله شده‌اند. تهران با

خریداری شده» در این ماه پس از تعدیل فصلی معادل ۷۲.۳ برآورد شده که بیشترین مقدار در بین تمام مؤلفه‌های شامخ کل اقتصاد است. لازم به ذکر است که در تمام ماه‌های سال گذشته، این شاخص بالاتر از ۵۰ بوده که بیانگر رشد مستمر قیمت مواد اولیه بوده است. همچنین شاخص «قیمت محصولات تولیدشده یا خدمات ارائه شده» در فروردین ماه پس از تعدیل فصلی معادل ۵۶.۳ برآورد شده است که بیانگر افزایش قیمت محصولات یا خدمات‌هایی در این ماه نسبت به ماه پایانی سال گذشته است. به نظر می‌رسد که افزایش مداوم قیمت محصولات تولیدشده عمدتاً ناشی از افزایش مستمر قیمت مواد اولیه است.

مشکلات اصلی فعالان اقتصادی

شامخ بخش صنعت نیز در فروردین ماه در حالی به رقم ۳۳.۵ رسید که با حذف اثر تعطیلات نوروزی، رقم این شاخص به ۵۰.۲ می‌رسد. شاخص «مقدار تولید محصولات» در فروردین معادل ۲۱.۳ محاسبه شده که پس از تعدیل فصلی به ۴۷.۴ می‌رسد. این یعنی مقدار تولید محصولات در فروردین نسبت به اسفند کاهش یافته است. بررسی این شاخص در زیربخش‌های مختلف صنعت نشان می‌دهد که از بین ۱۲ رشته فعالیت صنعتی، این شاخص در هشت رشته فعالیت کمتر از ۵۰ بوده که نشان می‌دهد کاهش تولید در این ماه یک مسئله فراگیر بوده است. شاخص «موجودی مواد اولیه» در این ماه پس از تعدیل فصلی، معادل ۴۸.۹ برآورد شده که نشانگر کاهش نسبی موجودی مواد اولیه نسبت به اسفند است. بررسی این شاخص در زیربخش‌های بخش صنعت نشان می‌دهد که از بین ۱۲ رشته فعالیت صنعتی، این شاخص برای ۱۰ رشته فعالیت کمتر از ۵۰ بوده است. شاخص «قیمت خرید مواد اولیه» پس از تعدیل فصلی، معادل ۷۶.۹ برآورد شده که بیانگر افزایش قابل‌توجه قیمت اولیه نسبت به اسفندماه است. در تمام ماه‌های سال ۱۴۰۲، این شاخص بالاتر از ۵۰ بوده که نشان‌دهنده رشد فزاینده قیمت مواد اولیه است. تداوم این روند، خصوصاً با توجه به احتمال تشدید محدودیت دسترسی به مواد اولیه در ماه‌های آتی، می‌تواند به فشار هزینه در بخش صنعت منجر شود و تورم تولیدکننده را افزایش دهد. بررسی این شاخص در زیربخش‌های مختلف بخش صنعت نشان می‌دهد که این شاخص برای تمام ۱۲ رشته فعالیت صنعتی، بالاتر از ۵۰ بوده است.

شاخص «قیمت محصولات تولیدشده» در فروردین ماه پس از تعدیل فصلی، معادل ۶۴.۱ برآورد شده است که نشان‌دهنده افزایش قابل‌توجه قیمت محصولات در این ماه نسبت به ماه اسفندماه است. به نظر می‌رسد که افزایش مداوم قیمت محصولات تولیدشده عمدتاً ناشی از افزایش فزاینده قیمت مواد اولیه است. افزایش قیمت نهاده‌ها، موجب فشار هزینه در سمت عرضه شده است. در چنین شرایطی برای جبران هزینه‌های تولید، قیمت محصولات تولیدشده نیز افزایش یافته و بدین ترتیب، شاخص «قیمت محصولات تولیدشده» نیز بیشترین مقدار ۱۱ ماهه اخیر را ثبت کرده است. کاهش تولید و افزایش قیمت مواد اولیه از مهمترین مشکلات فعالان اقتصادی است. برخی شرکت‌ها با عدم تمایل اشتغال نیروی کار به دلیل عدم تناسب حقوق و دستمزد و فشار بالای هزینه زندگی رویه‌رو هستند و برخی هم به دلیل عدم توان شرکت‌ها برای تأمین هزینه‌ها به‌خصوص با بالا رفتن نرخ ارز و افزایش قیمت نهاده‌ها مجبور به تعدیل نیرو هستند.

هزار فقره چک دیجیتالی از ابتدا تاکنون گفت: از ابتدای رونمایی چک الکترونیکی یعنی آبان ماه ۱۴۰۱ تاکنون حدود ۲۵۰ هزار فقره چک دیجیتال صادر شده و حدود ۲۰۰ هزار فقره از این چک‌ها هم نقد شده است. در حال حاضر ۱۲ بانک از جمله بانک صادرات، تجارت، پارسیان، رفاه، کشاورزی، پاسارگاد، رسالت، ملت، گردشگری، توسعه صادرات، توسعه تعاون و ملی خدمت چک الکترونیکی را ارائه می‌دهند.

براساس این گزارش، هم‌اکنون ۱۲ بانک مجزه به سیستم صدور چک الکترونیکی هستند و به‌تدریج همه بانک‌ها به این سیستم مجهز می‌شوند. همچنین تمام بانک‌ها درحال حاضر مجهز به سیستم پذیرش چک الکترونیک هستند. براساس برنامه‌ریزی صورت گرفته چک کاغذی تا سه سال آیند در شبکه بانکی حذف و چک الکترونیکی جایگزین می‌شود، اما چک الکترونیکی چنانچه نقد می‌شود؟ فرآیند صدور و نقد شدن چک دیجیتال براساس همان قوانین و شرایط چک‌های کاغذی پیش می‌رود، اما مراحل اضافی و زمانبر در نسخه الکترونیکی حذف شده است. به‌عنوان مثال اگر متقاضی خرید قسطی تلویزیون هستید و باید برای ضمانت چک صادر کنید، لازم است که وارد سامانه بانکی مخصوص چک الکترونیکی شوید. پس از ثبت درخواست چک به‌عنوان صادرکننده، اطلاعات شما در اختیار بانک قرار می‌گیرد. شخص دریافت‌کننده موظف است که تمامی اطلاعات واردشده توسط صادرکننده را بخواند و در صورت صحیح بودن مبلغ و مشخصات، آن را تأیید کند. در واقع ثبت تأیید اطلاعات، اولین مرحله برای فرآیند نقدشدن چک است و سپس از آن مبلغ مورد نظر به‌عنوان سپرده بانکی در سیستم ثبت می‌شود. هر زمان که دریافت‌کننده برای نقد شدن چک از طریق سامانه بانکی اقدام کند، حساب این شخص در بانک به میزان مبلغ چک شارژ خواهد شد. این مبلغ فقط در زمان تاریخ مقرر قابل برداشت است.

نگاهی به آمار چک‌های برگشتی در پایان سال ۱۴۰۲

۱۱ درصد از چک‌ها پاس نشدند

۲۲.۸ درصد اصفهان با ۱۱ درصد و خراسان رضوی با ۷ درصد، بیشترین سهم از چک‌های مبادله‌شده را به خود اختصاص داده‌اند. از نظر مبلغ چک‌ها نیز این سه استان به‌ترتیب ۴۹.۸ درصد، ۷.۶ درصد و ۵.۳ درصد از آمار چک‌های مبادله‌ای را به خود اختصاص دادند که جمع این نسبت‌ها به ۶۲.۷ درصد می‌رسد. نکته دیگر آمار اسفندماه، کاهش آمار چک‌های برگشتی است. با استناد به گزارش منتشرشده از سوی بانک مرکزی، در اسفند سال گذشته حدود ۷۸۹ هزار فقره چک برگشت خورده است که مبلغ این چک‌ها به بیشتر ۸۱.۳ هزار میلیارد تومان می‌رسد. به این ترتیب، نسبت تعداد چک‌های برگشتی به کل چک‌ها معادل ۸.۷ درصد بوده و این نسبت از نظر مبلغی نیز ۱۱.۷ درصد ثبت شده است. همچنین این نسبت‌ها در مقایسه با بهمن ماه ۱۴۰۲ به‌ترتیب ۰.۵ واحد درصد و ۰.۶ واحد درصد کاهش یافته‌اند. در اسفندماه ۱۴۰۲ همچنین گیلان به عنوان خوش‌حساب‌ترین استان کشور شناخته شد. بررسی وضعیت چک‌های برگشتی به تفکیک استان‌های کشور نشان می‌دهد که استان کهگیلویه و بویراحمد با ۱۲.۸ درصد همچنان بیشترین آمار برگشت خوردن چک‌ها را تصاحب کرده و استان‌های کردستان با ۱۱.۷ درصد و خراسان شمالی با ۱۱.۴ درصد در ادامه این فهرست در رتبه‌های بعدی ایستاده‌اند. این در حالی است که استان گیلان با نسبت چک‌های برگشتی ۷.۱ درصدی، لقب خوش‌حساب‌ترین استان را در پایان سال گذشته به خود اختصاص داده است.

در همین حال، یک مقام مسئول بانک مرکزی، جزئیات جدیدی از زمان استفاده چک الکترونیک و شیوه نقدکردن آن اعلام کرده است. به گفته مدیر اداره توسعه و تدوین مقررات نظام‌های پرداخت بانک مرکزی، از ابتدای رونمایی چک الکترونیکی تاکنون حدود ۲۵۰ هزار فقره چک دیجیتال صادر شده است. «آینه‌نادعلی‌زاده» با اشاره به صادر شدن ۲۵۰

فوت و فن‌های تبدیل فالوور به مشتری برند

واقع همان جایی که مخاطب منتظارتان را می‌کشد، سراغ او می‌روید. درست به همین خاطر می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن مدیریت کرده و نگران هیچ چیز هم نباشید. یادتان باشد، هشتگ‌ها همیشه ساختار یکسانی ندارند. درست به همین خاطر شاید گاهی اوقات نیاز به استفاده از تکنیک‌های کاربردی‌تر به منظور تعامل با مخاطب‌تان داشته باشید. این دقیقا همان مسئله‌ای است که برای بازاریاب‌ها ترسناک به نظر می‌رسد. ماجرا از این قرار است که شما برای تعامل با مخاطب می‌توانید روی ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس حساب کنید. چنین ابزارهایی همیشه هشتگ‌های داغ و پرترفدار را به شما معرفی می‌کنند. اینطوری فرآیند آگاهی‌بخشی به مخاطب سریع‌تر روی می‌دهد.

ترغیب مخاطب با تخفیف

همه مردم دنیا میانه بی‌نهایت خوبی با تخفیف دارند.

قبول دارم محتوای تولیدی مخاطب به اندازه محتوایی که یک بازاریاب حرفه‌ای تولید می‌کند، جذاب نیست. با این حال چنین مسئله‌ای نباید شما را بدل به یک برند دورافتاده کند؛ چراکه کاربران در شبکه‌های اجتماعی به حرف‌های خودشان بیشتر از برندهای دیگر توجه نشان می‌دهند. این مسئله‌ای است که در تعامل با مخاطب هدف بی‌نهایت به چشم می‌آید. بنابراین اگر شما در محتوای اکانت‌تان از تجربه یا نظرات مشتریان قبلی بگویند، بی‌نهایت جذاب‌تر به نظر می‌رسید. این مسئله برای بسیاری از برندها اهمیت روزافزونی دارد. پس بهتر است هرگز آن را فراموش نکنید.

محتوای تولیدی کاربران انواع مختلفی دارد. ما در روزنامه فرصت امروز این محتواها را براساس کیفیت‌شان دسته‌بندی می‌کنیم. بر این اساس وقتی محتوای تولیدی کاربران کیفیت بی‌نهایت زیادی دارد، شما می‌توانید حتی



نیست سعی و تلاش‌تان در مسیر حک کردن اسم برندتان در ذهن مخاطب بدل به یک رویکرد همیشگی شود. اینطوری شناس بی‌نهایت بهتری برای تعامل با مخاطب پیدامی کنید.

استفاده از محتوای تعاملی

خرید از یک برند در واقع اوج تعامل با آن کسب و کار محسوب می‌شود. یکی از نکاتی که انگیزه افراد برای تعامل با برندها را بی‌نهایت افزایش می‌دهد، مشاهده محتوای تعاملی است. منظور ما از محتوای تعاملی آن دسته از ایده‌ها یا محتوای بازاریابی است که مخاطب را به مثابه دریافت‌کننده منفعل محتوا در نظر نمی‌گیرد. مثلا در برخی از کمپین‌های بازاریابی مخاطب در صورت خرید دو یا سه محصول، کد تخفیف یا حتی هدیه‌ای جالب دریافت می‌کند. این در حالی است که گاهی اوقات کسب و کارها برای تعامل با مخاطب نیاز به استفاده از رویکردهای تعاملی بیشتر دارند. مثلا شما می‌توانید از مخاطب برای عضویت در خبرنامه برندتان دعوت کنید. البته در این میان باید مزایای چنین عضویتی را نیز برای آنها توضیح دهید، وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

خب کاربران در شبکه‌های اجتماعی به این سادگی‌ها دم به تله نمی‌دهند. درست به همین خاطر اگر دوست دارید آنها را در کنار خودتان داشته باشید، باید دلایل تعامل‌شان با برندتان را نیز توضیح دهید. تجربه نشان داده کاربری که در شبکه‌های اجتماعی اقدام به تعامل با یک برند می‌کند، در یا زود دست به جیب شده و خرید نیز انجام خواهد داد.

استفاده از محتوای تولیدی کاربران

یک برند خوب وقتی محصولاتش فروش می‌رود، به طور معمول تعامل زیادی از سوی مخاطب هدفش خواهد گرفت. این در حالی است که وضعیت عادی یک برند شاید این مسئله را به خوبی نشان ندهد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز قصد داریم کمی درباره اهمیت این مسئله صحبت کنیم.

اگر شما به اندازه کافی خوش‌شناس باشید که کاربران در شبکه‌های اجتماعی درباره برندتان صحبت کنند، آن وقت دیگر فاصله زیادی تا دسترسی به محتوای تولیدی کاربران نخواهید داشت. این مسئله‌ای است که به شما برای تعامل سازنده با مخاطب فرصتی طلایی خواهد داد.

نویسنده: علی‌الی‌علی

بازاریاب‌ها همیشه دوست دارند با کسانی در ارتباط باشند که شناسی برای فروش محصول داشته باشند. مثلا اگر در شبکه‌های اجتماعی قصد تولید محتوا داشته باشند، نیم‌نگاهی هم به فروش محصولات خواهند داشت. خب هر برندی در این دنیا با فروش محصولات زنده می‌ماند. پس اگر دور این نکته کلیدی را خط بکشید، به مرور زمان دیگر شناسی برای تعامل با مخاطب‌تان نخواهید داشت. آن وقت اوضاع‌تان حسایی به هم می‌ریزد.

فروش بالا در بازارهای دیجیتال اتفاقی نیست که به این سادگی‌ها روی دهد. بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف دنبال بهانه‌های گوناگونی هستند. در این میان شما باید دنبال روش‌هایی موثر برای تعامل با مخاطب‌تان باشید. خب شما نمی‌تواند از کاربران عادی در اینستاگرام یا یوتیوب انتظار خرید محصولات‌تان را داشته باشید. در عوض اول باید آنها را بدل به مخاطب هدف‌تان کرده و پس از اندکی تعامل این خواسته را دنبال کنید. این نکته‌ای است که بسیاری از بازاریاب‌ها اصلا بدان توجه ندارند. در حالی که برخی از برندها برای تعامل با مخاطب دائما نیاز به صرف هزینه گزاف دارند، برخی دیگر با رعایت برخی تکنیک‌های کاربردی خیال خود را راحت کرده‌اند. این دقیقا همان تفاوتی است که میان برخی برندهای موفق و شکست خورده وجود دارد.

اگر شما هم بارها و بارها موفقیت برندهای مختلف در زمینه فروش آنلاین را مشاهده کرده‌اید، شاید نوبت تحول در استراتژی بازاریابی‌تان رسیده باشد. امروزه بسیاری از برندها درک متفاوتی از حوزه بازاریابی در مقایسه با دیگر برندها دارند. همین امر نیز موجب موفقیت آنها می‌شود. ما در این مقاله قصد داریم مثل یک مربی وفادار به شما فوت کوزه‌گری در زمینه تبدیل فالوور به مشتری را یاد دهیم. اگر دوست دارید در شبکه‌های اجتماعی علاوه بر توسعه اسم و رسم برندتان، کمی هم فروش داشته باشید، بد نیست تا انتها با ما همراه شوید.

شما در این مقاله نکات کلیدی درباره تبدیل فالوورها به مشتریان را یاد می‌گیرید. ما در این میان سعی خواهیم کرد نکات مربوط به تبدیل فالوورها به مشتریان وفادار را نیز مرور کنیم. این امر به شما برای تعامل بهتر با مخاطب‌تان کمک شایانی خواهد کرد. پس با ما همراه باشید تا نکات کلیدی در این راستا را یاد بگیرید.

هدف‌گذاری بر روی مخاطب درست

شما نمی‌توانید سراغ افراد بی‌ارتباط یا برندتان رفته و انتظار داشته باشید از کسب و کارتان خرید کنند. خب این هدف نه‌تنها محقق نمی‌شود، بلکه شما را با چالش‌های اساسی نیز رو به رو خواهد کرد. این کار مثل آن است که یک مربی پرورش اندام به جای اینکه سراغ کارکنه‌های این رشته برود، بخواهد از یک بازیکن گلف قهرمان مستر المپیا بسازد.

بازاریاب‌ها قبل از ورود به دنیای تولید محتوا و آپلود آن در شبکه‌های اجتماعی باید شناخت درستی از مخاطب‌شان پیدا کنند. این نکته‌ای است که شما باید به طور مداوم بدان توجه کرده و براساس آن کسب و کارتان را توسعه دهید. خب وقتی محتوای شما برای مخاطب غیرمرتبط نمایش داده می‌شود، به مرور زمان دیگر توانایی اثرگذاری بر روی مخاطب را به طور کامل از دست می‌دهید. این در حالی است که گاهی اوقات در این میان شما نیاز به تعامل بهتر با مخاطب‌تان پیدا می‌کنید.

یک ایده خوب در این میان تلاش برای استفاده از تجربه قبلی برند در تعامل با مخاطب است. به علاوه، شما همیشه امکان الگوبرداری از رقبای‌تان را نیز دارید. خب مشتریان ثابت رقبای شما در واقع مشتریان شما نیز محسوب می‌شود. پس اصلا لازم نیست به خودتان سخت بگیرید. یادتان باشد، در بازار عملکرد شما فقط بر مدار تولید محتوا سنجیده نمی‌شود. اینکه شما چقدر در زمینه شخصی‌سازی محتوا و همچنین درک نیازهای مخاطب خوب عمل می‌کنید نیز معیار مهمی خواهد بود. درست به همین خاطر برخی از برندها هر چقدر هم در زمینه تولید محتوا ولخرجی می‌کنند، بازهم توانی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌شان نخواهند داشت.

استفاده از هشتگ‌ها برای آگاهی‌بخشی

گاهی اوقات مشتریان نسبت به عرضه یک محصول به بازار اصلا خیردار نمی‌شوند. اینن نقطه ضعفی بزرگ در تیم‌های بازاریابی است که باید هرچه سریع‌تر حل شود. خب وقتی مخاطب شما اصلا روحش هم از محصولات شما خیردار نیست، دیگر نمی‌توانید روی تعامل یا او حساب ویژه‌ای باز کنید. این دقیقا همان مسئله‌ای است که در بلندمدت شما را بدل به برندی بی‌نهایت آسیب‌پذیر در دنیای کسب و کار خواهد کرد.

یک تیم بازاریابی حرفه‌ای باید در زمینه آگاهی‌بخشی به مخاطبش نیز فعالیت مناسبی داشته باشد. خب پلتفرم‌های اجتماعی منبع خوبی برای تعامل با مخاطب محسوب می‌شود. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده درست از آنهاست. توصیه طلایی ما در این میان استفاده از هشتگ‌ها برای اطلاع‌رسانی بهتر است. خب شما وقتی با هشتگ‌ها دست و پنجه نرم می‌کنید، در

دارد، شما با یوتیوب دست بازاری‌تری برای استفاده از ویدئو خواهید داشت. همین امر شما را به سوی موفقیت و تعامل بهتر با مخاطب سوق می‌دهد.

صحبت درباره موضوعات داغ

چه کسی گفته برندها اصلا نباید با مخاطب‌شان گپ بزنند؟ برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند یک برند وجهه بی‌نهایت رسمی دارد و اصلا نباید با مخاطبش درباره نکات گوناگون حرف بزند. این در حالی است که واقعیت ماجرا اصلا این شکلی نیست. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز ایده‌های به کلنی متفاوتی در این رابطه داریم. صحبت درباره موضوعات مختلف شاید ایده‌ای بیشتر مربوط به جمع‌های دوستانه باشد، با این حال شما می‌توانید با مشتریان‌تان کمی درباره موضوعات داغ این روزها گپ بزنید. مثلا مسئله تغییرات اقلیمی یا حتی افزایش قیمت پایه محصولات ایده‌های خوبی برای گپ و گفت خواهد بود. این امر به شما کمک می‌کند تا راهکاری بی‌نهایت بهتر برای تعامل با مخاطب‌تان پیدا کنید. در بسیاری از زمینه‌ها، بازاریاب‌ها نیاز به بهانه‌ای برای باز کردن سر صحبت با مخاطب‌شان دارند. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز همیشه دنبال ایده‌هایی سازنده و تعامل‌برانگیز با مخاطب هستیم.

وقتی شما تعامل خوبی با مخاطب داشته باشید، انگیزه آنها برای اعتماد به شما دوچندان می‌شود. در این صورت به خوبی می‌توانید روند تعامل و گفت‌وگو با مخاطب را توسعه دهید. چه بسا شما به عنوان یک برند محصولات متنوعی داشته باشید و مشتریان هنوز به برخی از آنها اعتماد نداشته باشند. در این صورت تعامل‌تان با مخاطب به طور نزدیک اوضاع را به طور کامل تغییر خواهد داد. این دقیقا همان ایده‌ای است که باید به طور درست و اصولی رعایت کنید. اینطوری اوضاع‌تان بی‌نهایت بهتر خواهد شد. یادتان باشد، خرید آنلاین برای مشتریان همیشه دردسرساز است. این امر استرس زیادی به همراه دارد و گاهی اوقات برای مشتریان دلهره‌آور نیز هست. به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز فکر می‌کنیم بهتر است با گپ و گفت های دوستانه این فرآیند را ساده‌تر سازید. این امر به شما برای تعامل بهتر با مخاطب کمک کرده و اوضاع‌تان را به مرور زمان بهتر می‌کند.

بازنشر نقدها درباره محصولات

آیا یک برند به تنهایی می‌تواند نظرات منفصانه‌ای درباره محصولاتش بدهد؟ این سوالی است که بسیاری از بازاریاب‌ها درباره‌اش تردید ندارند. خب وقتی یک برند محصولش را زیر ذره بین می‌برد، اوضاع خیلی بهتر از هر زمان دیگری خواهد بود. البته این ماجرا فقط از نظر خود بازاریاب‌ها عالی است؛ چراکه مشتریان اصلا این دیدگاه را ندارند.

اگر دقت کرده باشید، این روزها بازار اینفلوئنسرهایی که به بررسی و مقایسه محصولات می‌پردازند، بی‌نهایت داغ است. درست به همین خاطر شما می‌توانید روی همکاری با آنها برای معرفی محصولات‌تان حساب باز کنید. اینطوری محصولات‌تان با جلوه‌ای بی‌نهایت جذاب برای مخاطب روانه بازار می‌شود. ماجرا جالب شد، نه؟ نقد محصولات برای برندهایی که تازه وارد این عرصه شده‌اند، به مثابه یک امر بی‌نهایت زجرآور خواهد بود. این در حالی است که برندهای بزرگ این روزها اصلا به این موضوع چنین نگاه منفی ندارند. پس اگر فکر می‌کنید نوع نگاه به کسب و کارها در این میان بی‌نهایت سخت یا غیرمنتظره است، باید بگوییم در اشتباه کامل هستید؛ چراکه اوضاع‌تان در دنیای کسب و کار حسایی با این محاسبات فرق خواهد کرد.

نقد منصفانه محصولات میسران تمایل کاربران در شبکه‌های اجتماعی برای خرید را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد، بنابراین شما باید در این مسیر تمام تلاش‌تان را انجام دهید، وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. این نکته‌ای است که بسیاری از بازاریاب‌ها به طور جدی بدان فکر نمی‌کنند.

یادتان باشد، هیچ‌کس درباره محصول خودش داستان‌های بدی سرهم نمی‌کند. به همین خاطر وقتی یک شخص ثالث وارد ماجرا شده و محصول را ارزیابی کند، صحبت‌های او اعتمادبرانگیز خواهد بود. این دقیقا همان مسئله‌ای است که ما در روزنامه فرصت امروز به طور قابل ملاحظه‌ای بر روی آن تاکید داریم؛ چراکه بدون یک نقد درست و منصفانه میزان فروش شما به طور آنلاین هیچ تغییر مثبتی نخواهد کرد.

قبول دارم گاهی اوقات صحبت درباره نقاط ضعف محصولات سخت به نظر می‌رسد، اما شما می‌توانید قول بهبود اوضاع در سریع‌ترین زمان ممکن را بدهید. اینطوری هم ائصاف را در بررسی محصول‌تان رعایت کرده‌اید، هم دیگر لازم نیست خیلی خودتان را به آب و آتش بزنید. خب مگر یک کارآفرین به غیر از این نکته دیگر به چه چیزی برای موفقیت در دنیای کسب و کار نیاز دارد؟

سخن پایانی

تبدیل فالوورهای برند به مشتری‌یانی که از خریدشان راضی باشند، کاری نیست که به این سادگی روی دهد. بسیاری از بازاریاب‌ها خیال می‌کنند فروش آنلاین یک پدیده شانس‌ی است که هیچ حساب و کتاب درستی ندارد. به همین خاطر پلتفرم‌های اجتماعی را بیشتر فضایی برای تعامل با مخاطب بر مدار آگاهی بخشی می‌دانند. این در حالی است که ما در این مقاله سعی کردیم خلاف این نکته را به شما نشان دهیم. بر این اساس شبکه‌های اجتماعی یکی از فضا‌های بی‌نهایت تعامل‌برانگیز و جذاب برای کسب و کارها محسوب می‌شود. شما در این میان می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن تعامل‌تان با مخاطب هدف را حفظ کرده و در این مسیر گام بردارید. یادتان باشد، توصیه‌های مورد بحث در این مقاله فقط گامی برای شروع ماجراست. درست به همین خاطر باید در ادامه نسبت به تعامل بیشتر با مخاطب‌تان واکنش نشان دهید. به علاوه، جست‌وجو برای ایده‌های تازه نیز هرگز متوقف نمی‌شود. پس خودتان را تا ابد به ایده‌های مورد بحث در این مقاله محدود نکنید. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای تبدیل فالوورهای‌تان به مشتریان ثابت کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی در این رابطه دارید، کارشناس‌های ما همیشه آماده پاسخگویی به شما هستند.

منابع:

https://statusbrew.com/insights/convert-social-media-followers-into-customers
https://www.socialpilot.co/blog/convert-social-media-followers-into-customers
https://www.omniconvert.com/blog/ways-convert-followers-into-customers