

سرمقاله

مصوبات متضاد
علی نظافتیان
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانکها

فرض کنید یک دستگاه اجرایی بسیار مهم مانند بانک مرکزی به عنوان ناظر قانونی همه بانکها و موسسات اعتباری به طور خواسته یا ناخواسته، مصوبات متضاد به شبکه بانکی کشور ابلاغ کند؛ بانکها و موسسات اعتباری نیز ناگزیر بایستی این مصوبات را اجرا کنند و طبیعی است براساس مقررات فعلی، سرپیچی از اجرای مصوبات بانک مرکزی، تخلف بانکی محسوب شده و پیامدهای قانونی خود را در پی خواهد داشت. در این صورت، اجرای این‌گونه مصوبات متضاد موجب سردرگمی مدیران بانکی و یا مدیریت‌های حقوقی بانکها خواهد شد و خواه ناخواه این پرسش مطرح می‌شود که در حالت تعارض مصوبات بانک مرکزی، مدیران بانکی باید کدام مصوبه را اجرا کنند؟ شاید در چنین وضعیتی، چاره‌ای نباشد مگر آنکه هر دو مصوبه اجرا شود؛ ولو آنکه این مصوبات ذاتا متضاد باشند. در این نوشتار به دو نمونه از این مصوبات که متضاد به نظر می‌رسند، اشاره می‌کنم.

مصوبه نخست؛ دستورالعمل الزامات ناظر بر حاکمیت شرکتی در موسسات اعتباری غیردولتی (Corporate governance) در اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۶ اداره مطالعات و مقررات بانک مرکزی، مصوبه بسیار مفصل شورای پول و اعتبار تحت عنوان...

ادامه در همین صفحه

«دستورالعمل الزامات ناظر بر حاکمیت شرکتی در موسسات اعتباری غیردولتی» با هدف «تقویت راهبری موسسه اعتباری و دستیابی به اهداف عملیاتی، گزارش‌دهی مالی و رعایت قوانین و مقررات در موسسات اعتباری» را جهت اجرا به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرد. در ماده ۴-۳ این دستورالعمل، حاکمیت شرکتی در بانکها و موسسات اعتباری چنین تعریف شده است: «مجموعه‌ای از روابط بین مدیریت، هیأت‌مدیره، سهامداران و سایر ذی‌نفعان که در آن اهداف تبیین گردیده و ابزار لازم برای رسیدن به اهداف و نظارت بر عملکرد واحدها تعریف می‌شود. این ساختار نحوه تفویض اختیار و چگونگی تصمیم‌گیری را تعیین می‌نماید.» بنابراین براساس اصول حاکمیت شرکتی، روابط سازمانی بین همه واحدهای بانک، مسئولیت هیأت‌مدیره و مدیرعامل بانک در برابر مجمع عمومی سهامداران و سایر ذی‌نفعان بایستی کاملا مشخص و تعریف شده باشد.

البته قبل از ابلاغ مصوبه شورای پول و اعتبار، بحث مهم حاکمیت شرکتی در بانکها، سوابقی در مستندات بانک مرکزی دارد. از طرفی، برخی از منابع بانکی خارج از کشور، حاکمیت شرکتی (Corporate governance) در بانکها را اینطور تعریف کرده‌اند: «حاکمیت شرکتی سیستمی است که شرکت‌ها توسط آن هدایت و کنترل می‌شوند. حاکمیت شرکتی بانک‌ها یا حاکمیت شرکتی شرکت‌های عادی، متفاوت است. این به دلیل ماهیت تجارت بانکی، پیچیدگی سازمان آن، منحصربه‌فرد بودن ترانزاکشن‌ها، بانکها، نیاز به حمایت از ضعیف‌ترین طرف زنجیره (سپرده‌گذاران) و خطرات سیستماتیک ناشی از ورشکستگی بانکها است. ترانزاکشن بانک‌ها معمولا نارسایی‌های ذاتی بسیار بیشتری را نشان می‌دهد. ارزیابی کیفیت دارایی‌هایی که یک بانک در اختیار دارد و در نتیجه وضعیت مالی واقعی آن برای افراد خارجی دشوار است.»

مصوبه شورای پول و اعتبار، هیأت‌مدیره بانکها و موسسات اعتباری و اختیارات کلی آنها را چنین معرفی و تبیین کرده است: «گروهی متشکل از اشخاص حقیقی منتخب سهامداران موسسات اعتباری، مسئولیت سیاست‌گذاری و نظارت بر نحوه اداره، حسن اجرای قوانین و مقررات و مدیریت ریسک موسسه اعتباری را بر عهده دارد.» ماده ۲ این دستورالعمل نیز مسئولیت هیأت‌مدیره بانکها را چنین شرح کرده است: «هیأت‌مدیره مسئول تمامی امور موسسه اعتباری مشتمل بر تصویب و نظارت بر اجرای اهداف راهبردی، تدوین چارچوب حاکمیتی، فرهنگ سازمانی و نیز نظارت بر عملکرد هیأت عامل است. در اجرای این مسئولیت، از جمله اختیارات هیأت‌مدیره عبارتند از: هدف‌گذاری و تعیین راهبردهای کسب‌وکار موسسه اعتباری و نظارت بر آنها؛ ایجاد ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی؛ مسئولیت نهایی درخصوص سلامت مالی براساس دستورالعمل ذی‌ربط و راهبرد کسب‌وکار، تصمیمات مهم منابع انسانی، ساختار و روش‌های اجرایی داخلی، مدیریت ریسک، رعایت

بانک پاسارگاد به موضوع «مسئولیت‌پذیری اجتماعی»، نگاهی همه‌جانبه دارد و تمامی فعالیت‌های خود را در راستای تحقق منافع عمومی و خلق ارزش مشترک ساماندهی نموده است، بر این اساس، توسعه فرهنگ که از جمله نموده‌های عملی آن، ساخت فضاهای فرهنگی مانند کتابخانه است نیز به عنوان یکی از ارکان اصلی این فکر مورد توجه قرار گرفته است. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، ساخت کتابخانه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



شاخص هم‌وزن بالاتر از شاخص کل ایستاد

نوسان بورس روی ریل نزولی

مصوبات متضاد

خود را بر نظرات «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» تحمیل کنند». همچنین در ماده ۲ این مصوبه تأکید شده است: «بانکها و موسسات اعتباری غیربانکی موظفند تمامی مقررات داخلی به ویژه در حوزه شیوه‌های تجهیز و تخصیص منابع که قبل از تاریخ تأیید صلاحیت «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» به تصویب هیأت‌مدیره رسیده را جهت بررسی از منظر عدم مغایرت با ضوابط فقه اسلامی و بانکداری بدون ربا در اختیار «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» قرار دهند.»

به طور منطقی، اولین بررسی‌ی که در مورد مصوبه مورد بحث به ذهن می‌رسد، این است که چرا برخلاف اصول و مبانی حاکمیت شرکتی (که اجرای آن همواره مورد تأکید بانک مرکزی است)، یک شخص به نام «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» چنین بر هیأت‌مدیره بانک رجحان پیدا می‌کند که «طرح هرگونه مقررات داخلی به ویژه در حوزه شیوه‌های تجهیز و تخصیص منابع در هیأت‌مدیره بانکها و موسسات اعتباری غیربانکی»، منوط به تأیید قبلی وی می‌شود؟! اگر نظر شرعی، طرح یک مصوبه را بنا به دلایلی تأیید نکند، آیا هیأت‌مدیره و مدیرعامل بانک بایستی آن طرح را به فراموشی سپارند ولی خود پاسخگوئی عدم تأیید و تصویب طرح موردنظر و تبعات بعدی آن باشند؟ همچنین افزون بر مصوبه مورد اشاره، اداره مطالعات و مقررات بانک مرکزی در تیرماه اسامال یک دستورالعمل جدید موسوم به «راهنمای اجرای نظارت و تطبیق شرعی در موسسات اعتباری» را جهت اجرا به بانکها و موسسات اعتباری ابلاغ نمود که این مصوبه هم ضوابط حاکمیت شرکتی در بانکها (مصوب شورای پول و اعتبار) را به اصطلاح اهل علم، تخصیص زده و هیأت مدیره بانکها را به نحوی تحت نظارت ناظران شرعی قرار داده است.

در عین حال در این بخشنامه، اداره مورد اشاره، خود را از پاسخ به پرسش‌های بعدی بانکها و موسسات اعتباری در زمینه چگونگی اجرای مصوبه مورد بحث معاف کرد و در انتهای آن تأکید نمود: «خواهشمند است در صورت وجود هرگونه سوال و ابهام احتمالی مرتب با راهنمای مورداشاره، مراتب راسا با اداره بررسی‌های بانکداری اسلامی و دبیرخانه شورای فقهی بانک مرکزی استعلام گردد.»

در بخشی از «راهنمای اجرای نظارت و تطبیق شرعی در موسسات اعتباری»، در مورد دامنه شمول آن گفته شده است: «نظارت و تطبیق شرعی فرآیند ارزیابی تمامی عملکردهای یک موسسه اعتباری از منظر اسلامی و تطابق با شرع مقدس است. این ارزیابی شامل موارد متعددی می‌گردد از جمله: بررسی متن قراردادهای منعقدہ با سپرده‌گذاران و تسهیلات‌گیرندگان؛ بررسی نمونه منتخب از پرونده‌های تسهیلاتی مشتریان؛ بررسی طرح‌ها و محصولات داخلی مورداستفاده در موسسات اعتباری؛ بررسی سامانه‌های نرم‌افزاری و شیوه‌های محاسبه سود، کارمزد و ...؛ پاسخگویی به سوالات و ابهامات واحدهای اجرایی در موضوعات مرتبط با شریعت و در نهایت در نظر گرفتن برنامه‌های آموزشی، ترویجی و تبلیغاتی در مباحث

فرهنگ غنی پاسارگادی، همراستا با فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی

سطح پایینی قرار دارد و این در صورتی است که امروزه یکی از شاخص‌های رشد ملی در هر کشوری، توسعه کتاب و کتابخوانی است. بنابراین مطالعه و پژوهش صرفا پیشه زرفاندیشان، عالمان و اساتید نیست و همه افسشار به ویژه دانش‌آموزان و دانشجویان باید به عنوان بخشی از زندگی روزانه خود برای آن برنامه‌ریزی داشته باشند. توجه به مطالعه و فرهنگ آن در تکامل فردی و اجتماعی افراد جامعه، نقش بسزایی دارد و

سهام خانوارها از وام‌های بانکی در بهار امسال افزایش یافت

نقش تورم در تراکنش‌های بانکی

فرصت امروز: تعداد و مبالغ تراکنش‌های بانکی در بهار امسال نسبت به بهار سال گذشته افزایش داشته، اما این رشد بیشتر مربوط به مبالغ تراکنش‌ها بوده است تا تعداد آنها؛ اتفاقی که به اعتقاد برخی کارشناسان می‌تواند در ادامه رشد قیمت‌ها در بهار امسال باشد. آخرین گزارش بانک مرکزی از تعداد و مبالغ تراکنش‌های بانکی در بهار ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که تعداد و مبالغ...

روی یک فرود نرم برای اقتصاد جهان حساب نکنید

اقتصاد ۲۰۲۴

در یک نگاه

«کونومیسٹ» می‌گوید، در سال آینده روی یک فرود نرم برای اقتصاد جهان اصلا حساب نکنید. برای مدتی به نظر می‌رسید که اقتصاد جهان از گرانش سرپیچی می‌کند. با وجود سریع‌ترین افزایش نرخ بهره از دهه ۱۹۸۰، رشد اقتصادی آمریکا احتمالا در سال ۲۰۲۳ شتاب گرفته است. اروپا نیز بدون هیچ‌گونه فاجعه اقتصادی توانسته وابستگی خود به گاز روسیه را کم کند. تورم جهانی هم بدون افزایش شدید نرخ بیکاری کاهش یافته است، تا حدی به این دلیل که بازارهای کار تاکنون عمدتا با از بین بردن فرصت‌های شغلی و نه خود مشاغل، سرد شده‌اند و از رونق افتاده‌اند. با پایان سال، خوش‌بین‌هایی که «فرود نرم» را پیش‌بینی می‌کردند، جشن پیروزی گرفته‌اند. با این حال از منظر «کونومیسٹ»، اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴ همچنان شکننده باقی خواهد ماند. اگرچه تورم کمتر خواهد شد، اما کماکان در سطح بالایی باقی خواهد ماند. سیاست اقتصادی هنوز با یک عمل متعادل‌کننده طاق‌فرا سا مواجه است و هنوز راه زیادی دارد تا به تعادل برسد. حتی اگر آمریکا همچنان از رکود طفره برود، بقیه کشورهای جهان همچنان آسیب‌پذیر به نظر می‌رسند. براساس گزارش «کونومیسٹ»، اگرچه تورم کاهش یافته اما آسیب‌پذیری‌ها همچنان باقی مانده است. کاهش اخیر تورم برای بانکداران مرکزی یک تسکین‌بخش بوده است. البته در اقتصادهای بزرگ و ثروتمند...

«کونومیسٹ» در ویژه‌نامه‌ای از مهمترین رخداد‌های سال آینده رونمایی کرد

۱۰ ترند تاثیرگذار سال ۲۰۲۴

مدیریت و کسب‌وکار
اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی: میانبرهایی برای بازار یاب‌ها
بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی قواعد خاص خودش را دارد. شما حتی اگر بهترین محتوای دنیا را هم جلوی پای مخاطب‌تان قرار دهید، تا آنها به شما اعتماد نداشته باشند، هیچ تغییری در وضعیت‌تان روی نخواهد داد. این روزها بسیاری از کسب و کارها برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف هزینه‌های سرسام‌آوری برای تولید محتوا می‌کنند. این کار دقیقا مثل آن است که یک تهیه‌کننده میلیون‌ها دلار برای استخدام بهترین بازیگران دنیا کرده باشد، اما هیچ کارگردانی در کار نباشد. بی‌شک چنین اثر سینمایی نه تنها در گیشه فروش نخواهد کرد، بلکه حتی نظر یک منتقد را نیز جلب نمی‌کند. حلقه گمشده بسیاری از موضوع در کارها و دنیای آنلاین بحث اعتماد است. شاید برای شما پیش آمده باشد که از همان برخورد اول با یک برند حس بی‌اعتمادی در وجودتان شکل گرفته باشد. اینطور وقت‌ها حتی اگر بهترین دوست‌تان هم دربره جاibility و میزان عملکرد...

مرتبط با بانکداری اسلامی». همچنین در بخشی دیگر از این مصوبه تأکید شده است: «به منظور شایع‌مند کردن و یکپارچه‌سازی «حکمرانی نظارت و تطبیق شرعی در نظام بانکی»، دبیرخانه شورای فقهی به طور پیوسته استانداردها، چک‌لیست‌ها و رویه‌های نظارت و تطبیق شرعی را تدوین و پس از تأیید در شورای فقهی بانک مرکزی به مسئولان نظارت و تطبیق شرعی ایلغ می‌کند. کلیه فعالیت‌های مسئولان نظارت و تطبیق شرعی و اعلام مغایرت‌های شرعی که در رابطه با مقررات داخلی موسسه اعتباری ارائه می‌کنند چه در مورد مقررات داخلی که قرار است در هیأت‌مدیره مطرح شود و چه مواردی که از قبل به تصویب رسیده و در حال اجرا است، لازم است براساس استانداردها، چک‌لیست‌ها و رویه‌های نظارتی مذکور و با تأیید دبیرخانه شورای فقهی انجام شود.» و اینکه «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» باید در ایفای وظایف و انجام مسئولیت‌های خود به‌صورت مستقل عمل نماید؛ به‌طوری‌که بتواند تصمیماتی را که در رابطه با موضوعات مرتبط با مباحث شرعی می‌گیرد، به صورت مناسبی اجرا نماید. هیچ یک از مدیران یا کارکنان موسسه اعتباری نباید اجازه داشته باشند تا نظرات خود را بر نظرات «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» تحمیل کنند» و در ادامه «بانکها و موسسات اعتباری غیربانکی موظفند تمامی مقررات داخلی به ویژه در حوزه شیوه‌های تجهیز و تخصیص منابع که قبل از تاریخ تأیید صلاحیت «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» به تصویب هیأت‌مدیره رسیده را جهت بررسی از منظر عدم مغایرت با ضوابط فقه اسلامی و بانکداری بدون ربا در اختیار «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» قرار دهند.»

صرف نظر از مباحث حقوقی، واقعیت آن است که در حال حاضر مدیران بانکی، اعم از بانک‌های دولتی، خصوصی و بانکها و موسسات اعتباری خصوصی، همه مسلمان و علاقه‌مند به رعایت اصول و مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا هستند و هیچ‌کس هم منکر آن نیست که در چارچوب مقررات پیش‌بینی‌شده در ماده ۱۶ برنامه ششم توسعه (که در حال حاضر تنها مستند قانونی تشکیل شورای فقهی بانک مرکزی است)، هدف از تشکیل شورای فقهی در بانک مرکزی، حصول اطمینان از اجرای صحیح عملیات بانکی بدون ربا، در نظام بانکی کشور بوده است. برابر همین قانون فقط مصوبات شورای فقهی لازم‌الرایه است. رئیس کل بانک مرکزی، اجرای پاسارگادی که مسئولیت‌های اجتماعی را به عنوان یکی از ارکان اصلی فعالیت‌های این بانک تبدیل کرده است، همواره به ترویج فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی و توسعه فضاهای فرهنگی از جمله کتابخانه‌ها اهتمام ورزیده و اقدامات قابل توجهی در

سرانه مطالعه، دوستی با کتاب و میزان تولید و مصرف کالاهای فرهنگی، از شاخص‌های مهم توسعه‌یافتگی در جوامع محسوب می‌شود. بانک پاسارگاد با درک این نیاز و اتکا به فرهنگ غنی و پاسارگادی که مسئولیت‌های اجتماعی را به عنوان یکی از ارکان اصلی فعالیت‌های این بانک تبدیل کرده است، همواره به ترویج فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی و توسعه فضاهای فرهنگی از جمله کتابخانه‌ها اهتمام ورزیده و اقدامات قابل توجهی در

این راستا انجام داده است. از جمله اقدامات سازنده این بانک در بخش توسعه کتابخانه‌های کشور می‌توان به ساخت ۲۱ باب کتابخانه در استان‌های مختلفی از جمله اردبیل، همدان، کهگیلویه و بویراحمد، رستاق و فارس اشاره کرد که تاووم نیز دارد. مجموعه این اقدامات باعث شده است تا مدیرعامل بانک پاسارگاد چندین بار توسط نهاد کتابخانه‌های کشور به عنوان خیر نمونه کشوری، معرفی و از ایشان تقدیر به عمل آید.



۲

۲

۸

۴



طبق پیش‌بینی خوش‌بینانه گلدمن ساکس **عملکرد اقتصاد جهانی بهتر می‌شود**

گزارش جدید گلدمن ساکس نشان می‌دهد عملکرد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴ به واسطه رشد زیاد درآمد و اطمینان از اینکه بدترین افزایش نرخ‌های بهره نیز در حال حاضر به پایان رسیده است، فراتر از حد انتظارات خواهد بود. گلدمن ساکس که یک بانک سرمایه‌گذاری است، پیش‌بینی کرده است که اقتصاد جهان در سال آینده به طور متوسط سالانه ۲٫۶ درصد رشد خواهد کرد که ایسن نرخ بالاتر از پیش‌بینی ۲٫۱ درصدی اقتصاددانان است. گلدمن ساکس انتظار دارد اقتصاد آمریکا با رشد تخمینی ۲٫۱ درصدی دوباره از دیگر بازارهای توسعه‌یافته پیشی بگیرد. به اعتقاد کارشناسان گلدمن ساکس، بخش عمده‌ای از فشار ناشی از سیاست‌های انقباضی پولی و مالی پایان یافته است.فدرال رزرو آمریکا برای کاهش تورم فرآینده کارزار افزایش تهاجمی نرخ بهره خود را از مارس ۲۰۲۲ آغاز کرد، زیرا در آن زمان تورم به بالاترین سطح خود طی ۴۰ سال گذشته رسیده بود. پنجشنبه گذشته جروم پاول، رئیس فدرال رزرو اعلام کرد که هنوز نسبت به اینکه فدرال رزرو اقدامات کافی برای مقابله با تورم انجام داده باشد اطمینان ندارد و پیشنهاد کرد که ممکن است افزایش نرخ بهره ضروری باشد.

گلدمن ساکس پیش‌بینی کرد: بعید است سیاستگذاران در بازارهای توسعه‌یافته نرخ بهره را تا قبل از نیمه دوم سال ۲۰۲۴ کاهش دهند، مگر اینکه رشد اقتصادی ضعیف‌تر از حد تخمین زده شود. همچنین تورم در کشورهای گروه ۱۰ و اقتصادهای بازار نوظهور نیز به کاهش خود ادامه داده است و انتظار کاهش بیشتر هم وجود دارد. طبق پیش‌بینی اقتصاددانان گلدمن ساکس، احتمالاً کاهش تورم سال جاری در سال ۲۰۲۴ هم ادامه داشته باشد و تورم پایه متوالی از ۳ درصد کنونی به محدوده متوسط ۲ تا ۲٫۵ درصد در سراسر کشورهای گروه ۱۰ به استثنای ژاپن کاهش یابد. این بانک سرمایه‌گذاری همچنین انتظار دارد که فعالیت کارخانه‌های جهانی از رکود اخیر بهبود یابد، زیرا در سال جاری داده‌های مخالف تولید از بین خواهند رفت. گلدمن خاطر‌نشان کرد که فعالیت‌های تولیدی جهانی به دلیل بازگشت ضعیف‌تر از حد انتظار در تولید چین و بحران انرژی اروپا و همچنین چرخه موجودی کارخانه‌ها که در سال گذشته مجبور به اصلاح بیش‌از‌حد خود بودند، کاهش یافته است.

بالی‌همه «بان هاتزبوس» اقتصاددان ارشد در گلدمن ساکس باور دارد که همچنان خطر رکود وجود دارد و احتمال رکود اقتصادی ۱۵درصدی در آمریکا را نباید نادیده گرفت. در ماه سپتامبر، این بانک پیش‌بینی خود برای رکود اقتصادی آمریکا را براساس کاهش تورم و بازار کار انعطاف‌پذیر از ۲۰ درصد به ۱۵ درصد کاهش داده بود. به گفته «هاتزبوس»، فعالیت تولیدی جهانی در سال آینده باید به دلایل مختلفی نظیر عادی‌شدن الگوی هزینه‌ها و تثبیت نسبت موجودی کارخانه‌ها به تولید ناخالص داخلی تا حدودی از رکود سال ۲۰۲۳ بهبود یابد. تولید جهانی در بیشتر ایام سال در رکود بوده است. شاخص S&P Global و فعالیت‌های تولیدی در سراسر جهان در ماه سپتامبر به ۴۹٫۱ رسید. عدد زیر ۵۰ نشان‌دهنده انقباض در فعالیت است. علاوه بر این، شاخص مدیران خرید تولیدی S&P Global چین در اکتبر از ۵۰٫۶ در سپتامبر به ۴۹٫۵ کاهش یافت که اولین انقباض از ماه جولای به بعد است. در حالی که افزایش نرخ‌ها و سیاست‌های مالی همچنان بر رشد اقتصادهای گروه ۱۰ تأثیر می‌گذارد، «هاتزبوس» مطمئن است که بدترین فشارها در حال حاضر به پایان رسیده است. به گفته این اقتصاددان ارشد گلدمن ساکس، انتظار می‌رود هر دو منطقه یورو و انگلیس به دلیل از بین رفتن شوک گازی پس از حمله روسیه به اوکراین شتاب قابل‌توجهی در حدود ۲ درصد تا پایان سال آینده را در رشد درآمد واقعی داشته باشند.

در مجموع، گزارش گلدمن ساکس انتظار دارد که اقتصاد جهانی درست همانند سال ۲۰۲۲ در سال ۲۰۲۴ هم بهتر از حد انتظارات بهتر عمل کند. این پیش‌بینی گلدمن ساکس بر رشد قابل توجه درآمد (در سلبایه کاهش تورم و بازار کار قوی) مبتنی است و از انتظار معکوس شدن سیاست‌های انقباضی نشأت می‌گیرد. احیای تولید در فنلاند و روسیه و بوی جدی‌تری به رشد می‌گیرد که در صورت بروز نشانه‌هایی از افت رشد اقتصادی، بانک‌های مرکزی ممکن است به سیاست‌های تسهیل‌گرانه نیز متوسل شوند. به نظر می‌رسد پیش‌بینی موسسه گلدمن ساکس از رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۴، خوش‌بینانه‌تر از برآوردهای دیگر موسسات و اندیشکده‌هاست. طبق پیش‌بینی گلدمن ساکس، تولید ناخالص داخلی جهان در سال آینده به طور متوسط سالانه ۲٫۶ درصد افزایش می‌یابد؛ این در حالی است که پیش‌بینی اخیر «بلومبرگ» از رشد تولید ناخالص داخلی در سال آینده از رقم ۲٫۱ درصد حکایت دارد. البته باید به این نکته توجه داشت که اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۳ نیز بهتر از آن چیزی بود که بسیاری از اقتصاددانان انتظار داشتند. پیش‌تر برآورد گلدمن ساکس نیز نسبت به اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۳ خوش‌بینانه بود، اما عملکرد سال ۲۰۲۳ حتی از این پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه نیز بهتر عمل کرد؛ تا جایی که در حال حاضر نرخ بیکاری در تمام اقتصادهای مورد بررسی گزارش گلدمن ساکس حدود نیم واحد درصد کمتر از دوره پیش از همه‌گیری کرونا است. نکته مهم این است که این بهبود حتی در برخی از اقتصادهای کلیدی – همانند منطقه یورو – که رشد تولید ناخالص داخلی واقعی بسیار پایینی داشته‌اند نیز قابل مشاهده است.

براساس گزارش گلدمن ساکس، با متعادل شدن عرضه و تقاضا، می‌توان فروکش کردن تورم در کالاهای اساسی را مشاهده کرد و برآورد می‌شود در سال ۲۰۲۴ تورم مسکئن افت چشمگیری را تجربه کند. مهم‌تر از عرضه و تقاضا در بازار کالا، وضعیت بازار کار است که نشانه‌های امیدوارکننده‌ای در آن به چشم می‌خورد. شاخص گلدمن ساکس برای بررسی شکاف میان نیروی کار و فرصت‌های شغلی که به صورت فرصت‌های شغلی منهای کارگران بیکار اندازه‌گیری می‌شود، در همه مناطق مورد بررسی در حال کاهش است و خوشبختانه فرصت‌های شغلی بدون افزایش بیکاری کاهش یافته است. گلدمن ساکس همچنین پیش‌بینی می‌کند تورم در سال ۲۰۲۴. بر مدار افت باقی بماند که این روند با اهداف بانک‌های مرکزی کشورهای توسعه‌یافته جهان منطبق است. همانطور که اشاره شد، برآوردهای مثبت و خوش‌بینانه گلدمن ساکس عمدتاً به این خاطر است که هنگام با افزایش درآمد قابل تصرف واقعی شهروندان، تورم هسته پایین‌تر از سطوح پیش‌بینی شده است و بازار کار با قدرت به کار خود ادامه می‌دهد. در این مدت میزان رشد درآمد واقعی شهروندان آمریکایی کندتر از سال جاری خواهد بود، اما در سایه تخلیه فشار شوک گازی جنگ اوکراین، این متغیر در بریتانیا و منطقه یورو شتاب خواهد گرفت. از سوی دیگر پیش‌بینی می‌شود که با تضعیف موانع تولید شاهد رشد تولید صنعتی در سطح جهان باشیم. با این حال، مهمترین دلیلی که برای خوش‌بینی به سال آینده وجود دارد، این است که بانک‌های مرکزی جهان برای کاهش تورم نیازی به افزایش شدید نرخ بهره و ایجاد رکود ندارند و قادرند بدون فرود سخت ماموریت کنترل تورم را به سرانجام برسانند.

«اکنونمیست» در ویژه‌نامه‌ای از مهمترین رخداد‌های سال آینده رونمایی کرد

۱۰ ترند تاثیر گذار سال ۲۰۲۴



کشورها در این جهان جدید به دنبال بازی‌های موقعیت خوش هستند. «قدرت‌های میانی» در جایی میان واشنگتن و پکن ایستاده‌اند و هر کدام از آنها، از متحنان سنتی آمریکا مثل عربستان و ترکیه گرفته تا غول‌های جنوب جهانی مثل اندونزی و هند به دنبال تأمین منافع خود هستند.

جغرافیای جدید انرژی

گذار به سوی انرژی‌های پاک به ایجاد ابرقدرت‌های سبز جدید و ترسیم مجدد نقشه منابع انرژی جهان منجر شده است. درحالی‌که لیتویم، مس و نیکل اهمیت بیشتری پیدا کرده‌اند، منابع نفت و گاز و مناطق اصلی عرضه‌کننده آن دیگر نمی‌توانند در کانون توجه باشند. رقابت برای منابع سبز، تحولات ژئوپلیتیک و قواعد تجارت را تغییر می‌دهد؛ این زمین، برندگان و بازندگان خود را خواهد داشت. در همین حال اخیراً موجی علیه تگرانی‌های سبز در میان رأی‌دهندگان به راه افتاده است که معتقدند سیاست‌های زیست‌محیطی، توطئه نخیشان علیه مردم عادی است.

نااطمینانی اقتصادی

اقتصادهای غربی در سال ۲۰۲۳ بهتر از حد انتظار عمل کرده‌اند، با این حال هنوز از شرایط بحران خارج نشده‌اند. جدال ضدتورمی بانک‌های مرکزی و «رخ‌های بهره بالاتر برای مدت بیشتر»، خبر بدی برای کسب وکارها و مصرف‌کنندگان به شمار می‌رود؛ حتی اگر منجر به رکود نشود. از سوی دیگر چندان بعید به نظر نمی‌رسد که چین در دام تورم منفی زمین‌گیر شود.

هوش مصنوعی واقعی می‌شود

درحالی‌که کسب‌وکارها به دنبال به‌کارگیری هرچه بیشتر هوش مصنوعی هستند، قانونگذاران تنظیم قوانین موردنیاز را در دستور کار خود قرار داده‌اند و فناوریان به بهبود آن ادامه می‌دهند. انتظاری می‌رود که بحث‌ها پیرامون بهترین رویکرد نظارتی بالا بگیرد. درحالی‌که تمامی استفاده‌ها سواءاستفاده‌های غیرمنتظره از این فناوری هنوز کاملاً مشخص نشده است، تگرانی‌ها درباره تأثیر هوش مصنوعی بر مشاغل و احتمال دخالت در انتخابات بالا گرفته است. با این وجود، بزرگ‌ترین تأثیر واقعی هوش مصنوعی تا به این روز تنها در کدنویسی سریع‌تر خلاصه شده است.

جهان متحد می‌شود؟

از منظر «اکنونمیست»، شاید تفاوت‌های ایدئولوژیکی کنار گذاشته شوند؛ زیرا جهان از المپیک پاریس لذت خواهد برد و فضاانوردان به دور ماه می‌گردند و شسور جام جهانی کریکت مردان همه جا را فرا می‌گیرد، اما به همان اندازه احتمال دارد کسانی که به نوعی وحدت جهانی امیدوار هستند، مایوس و ناامید شوند.

این کشور (اوکراین) در اتحادیه اروپا اتخاذ نماید. به نظر می‌رسد اروپا کار سختی در مقابل احتمال بازگشت «دونالد ترامپ» و متعادل ساختن اقدامات او دارد.

آشفتنگی منطقه خاورمیانه

حمله حماس به رژیم صهیونیستی در روز هفتم اکتبر و متعاقب آن انتقام رژیم صهیونیستی از غزه، منطقه خاورمیانه را حساسی آشفته کرده است و بیم آن می‌رود که غرب به نادرده گرفتن مصائب فلسطینیان ادامه دهد. آیا این درگیری، سرآغازی بر آشوب گسترده در منطقه خاورمیانه و بروز جنگ منطقه‌ای با دامنه‌ای وسیع تبدیل خواهد شد یا به فرصت جدیدی برای صلح و آشتی تبدیل می‌شود؟ از طرفی، این رویداد پیش از هر چیزی، آزمونی برای ایالات متحده آمریکا است تا نشان دهد توانسته است با دنیای پیچیده‌تر و خطرناک‌تر سازگار شود.

اختلال چندقطبی

به نظر می‌رسد با آغاز درگیری‌ها در اوکراین و هم‌اکنون در غزه، ایالات متحده آمریکا از مسیر خود برای چرخش به سمت شرق آسیا و تمرکز بیشتر بر رقابت با چین خارج شده است. از سوی دیگر، روسیه نیز سردرگم نشان می‌دهد و نفوذ خود را از دست داده است. درگیری‌ها در سراسر کره خاکی در حال شعله‌ور شدن است، اما شرکت‌های غربی در حالی تلاش می‌کنند وابستگی زنجیره‌های تأمین خود به چین را کاهش دهند که آن را کاری سخت و دشوار یافته‌اند. در همین حال، هر دو اوردوگاه – در شرق و غرب – به دنبال جذب «قدرت‌های میانی» در کشورهای جنوبی، به ویژه عمده سبز آنها هستند. گفتنی است «قدرت‌های میانی» یا «کشورهای در حال چرخش» در جایی میان آمریکا و چین قرار گرفته‌اند. ریشه این اصطلاح به جنبش عدم تعهد برمی‌گردد. جنبش عدم تعهد در زمان جنگ سرد شکل گرفت و کشورهای آفریقایی، آسیایی و آمریکای لاتین در پی آن بودند تا در مناقشه بین آمریکا و اتحاد جماهیر شوروی بی‌طرف ظاهر شوند. حال با گذشت حدود دو دهه از آن زمان، هم اینک آمریکا و چین با هم سرشاخ شده‌اند و سایر

با کاهش رشد اقتصادی چین، افزایش تنش‌ها در مورد موضوع تایوان و تحریم‌های آمریکا برای محدود کردن دسترسی چین به فناوری‌های پیشرفته، به نظر می‌رسد جنگ سرد جدید از سطح لفظی فراتر رفته و به میدان واقعیت رسیده است، اما شرکت‌های غربی در حالی تلاش می‌کنند وابستگی زنجیره‌های تأمین خود را به چین رسانده‌اند، با فشار آن را کاری سخت و دشوار یافته‌اند. در همین حال، هر دو اوردوگاه – در شرق و غرب – به دنبال جذب «قدرت‌های میانی» در کشورهای جنوبی، به ویژه عمده سبز آنها هستند. گفتنی است «قدرت‌های میانی» یا «کشورهای در حال چرخش» در جایی میان آمریکا و چین قرار گرفته‌اند. ریشه این اصطلاح به جنبش عدم تعهد برمی‌گردد. جنبش عدم تعهد در زمان جنگ سرد شکل گرفت و کشورهای آفریقایی، آسیایی و آمریکای لاتین در پی آن بودند تا در مناقشه بین آمریکا و اتحاد جماهیر شوروی بی‌طرف ظاهر شوند. حال با گذشت حدود دو دهه از آن زمان، هم اینک آمریکا و چین با هم سرشاخ شده‌اند و سایر

فرصت امروز؛ زندگی به سرعت به سراغ شما می‌آید. چه افزایش درگیری‌های مسلحانه باشد، چه ترسیم مجدد نقشه منابع انرژی جهانی یا پیشرفت سریع در هوش مصنوعی، جهان با سرعت شگفت‌آوری در حال تغییر است. همه چیز از وضعیت متشنج خاورمیانه گرفته تا روند استفاده از خودروهای برقی و درمان چاقی، همگی متفاوت از یکی دو سال پیش به نظر می‌رسند؛ اینها سطرهاى آغازین ویژه‌نامه «اکنونمیست» با عنوان «جهان پیش رو ۲۰۲۴» است. «تام استندیج»، سردبیر «اکنونمیست» در این ویژه‌نامه می‌گوید: هدف ما این است که به شما کمک کنیم جهان‌بینی خود را به‌روز نگه دارید و دریابید چه چیزی از آینده در پیش رو است. در اینجا ۱۰ تم برای تماشا در سال آینده وجود دارد: سال رأی‌گیری، انتخاب جهانی آمریکا، قدم‌های پیش روی اروپا، آشفتنگی خاورمیانه، اختلال چندقطبی، جنگ سرد دوم، جغرافیای جدید انرژی، نااطمینانی اقتصادی، هوش مصنوعی واقعی می‌شود و آیا جهان متحد خواهد شد؟

سال رأی‌گیری و انتخابات

انتخابات در سراسر جهان بیشتر از هر زمان دیگری، وضعیت جهانی دموکراسی را در کانون توجه قرار خواهد داد. فصل انتخابات در سراسر جهان فورا رسیده است و در سال ۲۰۲۴ بیش از ۷۰ انتخابات در کشورهای بزرگ‌ای می‌شود که حدود ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون نفر را دربر می‌گیرند؛ یعنی نیمی از جمعیت جهان و برای اولین بار در تاریخ، اما در حالی که رأی‌گیری در سال آینده میلادی بیش از هر زمان دیگری در جهان صورت می‌گیرد، اما این امر لزوماً به معنای دموکراسی بیشتر نیست؛ چراکه بسیاری از انتخابات نه از نه عادلانه خواهند بود.

انتخاب جهانی در آمریکا

رأی‌دهندگان و دادگاه‌ها در حالی حکم خود را در مورد «دونالد ترامپ» صادر خواهند کرد که او برای به دست آوردن مجدد مقام ریاست جمهوری به اندازه یک در سه شانص دارد. اگرچه نتیجه دادگاه‌ا او ممکن است تنها بر چند ۱۰ هزار رأی‌دهنده در تعداد انکشت‌شمارای از ایالت‌های نوسانی تأثیر بگذارد، اما با این حال، تبعات و پیامدهای آن مطمئناً جهانی خواهد بود و بر همه چیز از سیاست‌های مرتبط با تغییرات آب و هوایی گرفته تا حمایت نظامی از اوکراین تأثیر خواهد گذاشت. در واقع، تقلب در انتخابات روسیه می‌تواند به این معنا باشد که سرنوشت «ولادیمیر پوتین» بیشتر به رأی‌دهندگان آمریکایی بستگی دارد تا رأی‌دهندگان روسی.

قدم‌های پیش روی اروپا

اروپا تصمیمات مهمی در پیش رو دارد. در حالی که لازم است حمایت نظامی و اقتصادی موردنیاز را از اوکراین در کارزار جنگ طولانی با روسیه داشته باشد، در عین‌حال باید راهی را برای نهایی‌کردن ماجرای عضویت

روی یک فرود نرم برای اقتصاد جهان حساب نکنید

اقتصاد ۲۰۲۴ در یک نگاه

تورم می‌ترسند. بنابراین تمایلی به کاهش نرخ‌های بهره ندارند. براساس شواهد اخیر، اقتصاد آمریکا می‌تواند در برابر سیاست پولی انقباضی مقاومت کند؛ حتی اگر شرکت‌های بزرگ برای بازپرداخت تسهیلات و خانوارهایی که پس‌انداز دوران همه‌گیری کووید خود را به پایان رسانده‌اند، با فشار مواجه شوند اما نرخ‌های بالای بهره ممکن است اقتصاد منطقه یورو را که در حال حاضر متزلزل است، به سمت رکود سوق دهد و ترس از تورم می‌تواند سیاستگذاران این منطقه را از کاهش نرخ بهره باز دارد.

حتی قدرت اقتصاد آمریکا نیز با یک مسئله بزرگ مواجه است: اقتصاد با سطوح بسیار بالای استقراض دولتی حمایت می‌شود. در زمان تنظیم این گزارش، کسری بودجه دولت با نرخ سالانه بیش از ۷ درصد از تولید ناخالص داخلی مواجه است. درباره اینکه آیا نرخ‌های بهره وارد رژیم «رخ بهره بالاتر، برای مدت بیشتر» شده است، بحث‌هایی وجود دارد. پاسخ به این سؤال بستگی به این دارد که آیا میل عمومی برای وام‌گیری ادامه خواهد داشت یا خیر؟ جواب این است که این روند احتمالاً ادامه خواهد داشت؛ چراکه کنگره در سال انتخابات ریاست جمهوری با آن مقابله نخواهد کرد و اولین دستور کار برای ساکن بعدی کاخ سفید، تمدید طرح کاهش مالیات سال ۲۰۱۸ «دونالد ترامپ» خواهد بود که بسیاری از آنها در سال ۲۰۲۵ منقضی می‌شوند و حتی دموکرات‌ها نیز تمایلی به لغو کامل آن ندارند. در سال آینده میلادی، اقتصادهایی که دولت‌ها در آن به راحتی وام نمی‌گیرند، آسیب‌پذیرتر به نظر می‌رسند. علاوه بر رکود احتمالی در قاره اروپا، اقتصاد جهانی از کاهش سرعت رشد چین رنج می‌برد. اینکه چین بهبود یابد و از «زاپنی‌شدن» فرار کند، به میزان محرک‌های دولتی بستگی دارد، اما وخامت اخیر در حوزه سیاستگذاری اقتصادی چین در همه موارد، از پایان دادن به سیاست «کووید صفر» تا سرکوب فناوری نشان می‌دهد که انتظار یک محرک به خوبی تنظیم‌شده، غیرعقلانه خواهد بود. چین همچنین با محدودیت‌های مالی بر اثر بدهی دولت‌های محلی خود مواجه است.

در همین حال، بدترشدن تدریجی تنش‌های ژئوپلیتیک بین آمریکا و چین و موج جهانی حمایت‌گرایی، مشکلاتی را برای تجارت ایجاد می‌کند. طبق هشدار تجارت جهانی (Global Trade Alert) که مداخلات دولتی در زمینه تجارت را بررسی می‌کند، تعداد اقدامات حمایت‌گرایانه از سطح ۹ هزار مورد در یک دهه گذشته به سطح ۳۵ هزار مورد در حال

همه راه‌ها به یکن ختم می‌شود

در دسر چینی اقتصاد جهانی

چین دومین اقتصاد بزرگ جهان پس از آمریکااست و به همین دلیل اهمیت ویژه‌ای در اقتصاد جهان دارد. بسیاری از تحلیلگران تصور می‌کردند پس از پایان سیاست‌های کووید صفر، چین پرقدرت در عرصه اقتصادی ظاهر شود اما اینطور که پیداست حال اژدهای سرخ خوب نیست. به نوشته هفته‌نامه «کونومیست»، همین چند وقت پیش رسانه‌ها خبر دادند که چین با افتخار به دنیای فعالیت تجاری و اقتصادی بازگشته و اژدهای سرخ قرار است با فعالیت‌های تجاری خود دنیا را دوباره به وجد بیاورد. دلیل اصلی این بود که چین یکباره و پس از اعتراضات مردم، سیاست‌های «کووید صفر» را ترک کرد؛ همان سیاست‌هایی که جلوی فعالیت‌های تجاری این کشور را می‌گرفت. طولی نکشید که خریداران و فروشندگان وارد میدان شدند، گردشگران هم پول‌هایی را که پس‌انداز کرده بودند، به میدان آوردند. با این حال، بازگشت به شرایط عادی آنقدر هم آسان نبود. ظاهراً زندگی مردم چندان بهبود پیدا نکرده و در وضعیت ناخوشایندی به سر می‌برند. به این ترتیب، همه فهمیدند که دومین اقتصاد بزرگ جهان، حال و روز خوبی ندارد و این خبر خوبی برای اقتصاد جهان نیست.

اندازه اقتصاد چین به قدری بزرگ است که هر مشکلی برای آن، به منزله مشکل برای کل اقتصاد جهان قلمداد می‌شود و در نتیجه هر هزینه‌ای که لازم باشد این کشور بپردازد، بقیه کشورها هم کم‌وبیش باید آن هزینه را بدهند. آهسته شدن آهنگ رشد اقتصادی در سرزمین اژدهای زرد، چشم‌انداز دیگر کشورها را تغییر داده و وضعیت آنها را وخیم کرده است. از مصرف‌کنندگان و خانوارها گرفته تا کسب وکارها و شرکت‌ها همگی نسبت به گذشته، کالاها و خدمات کمتری را خریداری می‌کنند. این مسئله عواقب دردناکی برای تولیدکنندگان کالاها خواهد داشت؛ چراکه مصرف‌کنندگان خود را از دست داده‌اند. از منظر «کونومیست»، صادرکنندگان کالا به طور ویژه در معرض

آسیب قرار دارند و از کندشدن آهنگ رشد اقتصادی چین ضرر می‌کنند. این کشور تقریباً یک‌پنجم از نفت جهان را می‌بلعد، اما مشروط به اینکه نفت را برای تولید نیاز داشته باشد. به این ترتیب وقتی در حال تولید نباشد، به نفت هم نیازی نخواهد داشت. در نتیجه اولین اتفاقی که با کندشدن رشد اقتصادی در چین رخ می‌دهد، این است که تقاضا برای نفت کاهش پیدا می‌کند و این مسئله روی بازار طلای سیاه، اثر منفی خواهد گذاشت. علاوه بر نفت، منابع طبیعی و معدنی دیگری هم هستند که چین از اصلی‌ترین متقاضیان آنها به شمار می‌آید؛ برای مثال مس، نیکل، روی و سنگ‌آهن کشورهای مثل زامبیا که اقتصاد خود را بر پایه صادرات همین محصولات به چین می‌گردانند، تقریباً از گردونه تجارت جهانی حذف می‌شوند و این اصلاً خبر خوبی برای آنها نیست؛ به عبارت ساده‌تر، آنها به حیات چین برای ادامه حیات خودشان نیاز دارند.

استرالیا یکی از بزرگ‌ترین تامین‌کننده‌های زغال‌سنگ و آهن است که بخش زیادی از تقاضای چین را برآورده می‌کند. با این حال، اکنون شرکت‌های استرالیایی گزارش داده‌اند که تقاضا از سمت چین ضعیف شده و این مسئله قطعا روی شرایط آنها اثر منفی می‌گذارد. چین کشورهای ای مابرجای چین منضم می‌شوند و جزو بازندگان این جریان هستند. آلمان هم یکی از کشورهای اروپایی است که به شدت به اقتصاد چین وابستگی دارد و این روزها باید دلایل ضعف خود را در ضعف اقتصادی چین جستجو کند. بسیاری از شرکت‌های فعال در این کشور نیازمند درآمد‌های هستند که از چین حاصل می‌شود و با بحران فعلی، خبری از این درآمدها نیست.

آمریکا، ژاپن و برخی از کشورهای اروپایی، وابستگی کمتری به چین دارند، هرچند آنها هم بی‌نیاز از چین و بی‌ارتباط با این کشور نیستند. به این ترتیب، شاید این کشورها ظاهراً کمتر آسیب ببینند اما بدون بحران هم نخواهند بود. شرایط بحرانی برای اقتصاد چین درست در زمانی رخ داده است که سایر کشورها تلاش می‌کنند از طریق افزایش نرخ بهره، سطح تورم خود را کنترل کنند و به شرایط عادی اقتصادی بازگردند. با این وجود، حذف چین از اقتصاد جهانی به معنای حذف بخش زیادی از تقاضا برای کالاها و مختلف است که می‌تواند به همه کشورها، کم یا زیاد آسیب وارد کند.

حالا سوالی که در این میان مطرح می‌شود، آن است که آیا وضعیت نزار اقتصاد چین ادامه پیدا خواهد کرد؟ واقعیت این است که نمی‌توان با قطعیت توضیح داد چه اتفاقی در انتظار چین و اقتصادش است، اما با قطعیت می‌توان گفت بحران مسکن در این کشور، شکلی همه‌گیر پیدا کرده و به مرور به سایر نقاط جهان هم سرایت پیدا کرده است. در این شرایط باید منتظر وضعیت وخیمی برای اقتصاد جهان باشیم؛ چراکه بی‌تردید جهانیان از سرمایه‌گذاران چینی هم محروم خواهند شد و این اتفاق خوبی نخواهد بود.

برای فرار از بحران اقتصادی اجرا می‌شود

اعانه ۱۴ میلیارد دلاری تایلند

دولت جدید تایلند قصد دارد برای خروج از آنچه بحران اقتصادی می‌نامد، از طرح جنبجالی اعانه یا کمک مالی دیجیتال خود استفاده کند. این طرح بدون کاهش قابل توجه هزینه‌ها یا رسیدگی به بدهی‌های اعتباری دولت اجرا می‌شود. طرح جدید دولت تایلند برای پرداخت دیجیتال کمک‌هزینه‌به به بخش بزرگی از جمعیت تایلند، نگرانی اقتصاددانان را نسبت به وخیم‌تر شدن وضعیت اقتصادی این کشور برانگیخته است. سیاست محرک ۵۰۰ میلیارد باتی، برابر ۱۳٫۸۷ میلیارد دلاری نخست‌وزیر «سرتا تائوسین» به دلیل ترس از تحریک تورم و تأثیر نامطلوب بر موقعیت مالی اقتصاد کشور، بزرگ آسیای جنوب شرقی با انتقادات زیادی مواجه شده است، اما «پرومیت لرتسودیج»، مشاور نخست‌وزیر معتقد است که این بسته برای راندازی یک اقتصاد کند که از زمان شیوع همه‌گیری کرونا از هم‌تایر منطفی‌ای عقب مانده است و رسیدن به میانگین رشد سالانه ۵ درصد ضروری است.

اقتصاد تایلند در سه ماهه دوم سال جاری نسبت به مدت مشابه در سال گذشته تنها ۱٫۸ درصد رشد کرده است که این میزان نسبت به سال گذشته کاهش قابل توجه به شمار می‌رود. صادرات ضعیف که روند بهبود بخش مهم گردشگری تایلند را تحت تأثیر قرار داد، از جمله عوامل اساسی کندی رشد اقتصادی تایلند بوده است. «لرتسودیج» با اشاره به برنامه دولت برای ارائه لایحه به مجلس برای استقراض و تأمین مالی این طرح گفت: اگر به این موضوع به عنوان یک بحران نگاه شود، باید قانون مرتبط با آن پیشنهاد داده شود. این برنامه یوپولیستی پرداخت‌های دیجیتالی ۱۰ هزار باتی برابر ۲۷۹ دلار را برای حدود ۵۰ میلیون نفر از بیش از ۷۰ میلیون جمعیت تایلند فراهم می‌کند تا ظرف مدت شش ماه، از ماه مه ۲۰۲۴ به بعد آن را خرج کنند. کسانی که بیش از ۷۰ هزار باتی برابر هزار و ۹۴۱ دلار در ماه درآمد دارند یا پس‌انداز خالص کمتر از ۵۰۰ هزار باتی دارند، شامل این طرح نمی‌شوند. براساس یک طرح دولتی، دولت سرا انتظار دارد حدود ۴۰ درصد از دریافت‌کنندگان این کمک مالی را با پول دریافتی سایر اعضا خانواده تلفیق کرده و از آن برای راندازی یک تجارت جدید یا ساختن منطفی‌ای عقب مانده است. مشاور «سرتا» معتقد است، دولت هیچ کاهش عمده‌ای در برنامه‌های هزینه‌های بودجه‌ای خود برای تطبیق این کمک‌ها انجام نخواهد داد و در عوض منتظر آن است که رشد اقتصادی ناشی از اجرای این طرح بتواند به بازپرداخت سالانه حدود ۱۰۰ میلیارد باتی به دولت کمک کند.

شاخص هم‌وزن بالاتر از شاخص کل ایستاد

نوسان بورس روی ریل نزولی



فرصت امروز: در پایان معاملات هفته گذشته، شاخص کل بورس تهران پایین‌تر از شاخص کل هم‌وزن ایستاد.
نماگر اصلی بورس تهران در حالی با بیش از ۱۷ هزار واحد افت به یازدهی هفتگی منفی ۰٫۸۳ درصدی بسنده کرد که نماگر هم‌وزن بازار با بیش از ۳ هزار واحد افزایش به یازدهی مثبت ۰٫۲۸ درصدی رسید.
بازار سرمایه در این هفته روندی نوسانی را تجربه کرد و با وجودی که در روزهای نخست هفته روند نزولی داشت، اما در ادامه تغییر جهت داد و در پایان با افت حدود ۱۷ هزار واحدی در ارتفاع میلیون و ۲۸ هزار واحد ایستاد.

شاخص کل بورس معاملات هفته گذشته را با کاهش هزار و ۶۲۷ واحدی آغاز کرد و در پایان دادوستدهای روز شنبه در سطح ۲ میلیون و ۵۴ هزار واحد جای گرفت. در روز دوم این هفته نیز روند نوسانی کمتر از هزار واحدی ادامه پیدا کرد، اما در روز دوشنبه این روند معکوس شد و شاخص کل بازار سرمایه با رشد ۲ هزار واحدی به ارتفاع ۲ میلیون و ۵۵ هزار واحد رسید اما در روز بعد مجدداً شاخص کل با افت حدود ۱۰ هزار واحدی روی ۲ میلیون و ۴۶ هزار واحد ایستاد.
نهایتاً بازار سرمایه در روز چهارشنبه به روند نزولی خود ادامه داد و با کاهش بیش از ۷ هزار واحدی در سطح ۲ میلیون و ۳۸ هزار واحد ایستاد. در آن سوی بازار سرمایه نیز فرابورس همین وضعیت را تجربه کرد و در هفته‌ای که گذشت از ۲۵ هزار و ۴ واحد با کاهش ۲۸ واحدی به ۲۴ هزار و ۹۷۴ واحد رسید. سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی، صنایع پتروشیمی خلیج فارس، فولاد مبارک اصفهان، ملی صنایع مس ایران، مخابرات ایران و… بیشترین تکرار را در میان نمداهای شاخص درآمدشاند و بیشترین تأثیر را روی شاخص کل بورس گذاشتند.
پلیمر آی‌اساسول، ایران خودرو دیزل، پتروشیمی زاگرس، فولاد هرمزگان جنوب، گروه انتخاب الکترونیک آرمان و… نیز بیشترین تأثیر را روی شاخص فرابورس در هفته گذشته گذاشتند.

تداوم خروج سرمایه حقیقی

در این هفته شاخص کل بورس تهران بیش از ۱۷ هزار واحد تنزل کرد، اما شاخص هم‌وزن رشد کرد. در هفته‌ای که گذشت، شاخص کل بورس تهران در روز شنبه ریزش هزار و ۶۲۶ واحدی داشت و در روز یکشنبه ۸۴۸ واحد افت کرد. روز دوشنبه نیز شاخص کل ۲ هزار و ۳۳۰ واحد

خودروهای وارداتی جدید چه ویژگی‌هایی دارند؟

دور جدید ثبت نام خودروهای وارداتی

شنبه تا پایان روز دوشنبه هفته جاری در دسترس خواهد بود. همچنین هیچ گونه ثبت نامی در این مرحله انجام نخواهد شد و انتخاب خودرو صرفاً برای ثبت نام‌کنندگان قبلی است، اما چه خودروهایی در این مرحله واگذار می‌شوند و چه ویژگی‌هایی دارند؟

یکی از خودروهایی که در این اطلاعیه وجود دارد، هیوندای توسان است که قیمت پایه آن یک میلیارد و ۹۶۸ میلیون تومان اعلام شده است. در میان خودروهای این شرکت، توسان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است؛ چراکه عنوان پرفروش‌ترین کراس‌اور و ساسخت این شرکت و همچنین دومین محصول پرفروش هیوندای در ایالات متحده را یدک می‌کشد. هرچند در مواردی طراحی نسل جدید توسان اشتراکاتی با هیوندای النترا جدید دارد، اما این خودرو نه تنها در میان محصولات هیوندای بلکه در میان خودروهای هم‌رده نیز از هویتی منحصربه‌فرد برخوردار است. هیوندای توسان وارداتی جدید، مجهز به پیشترانه ۲ لیتری چهار سیلندر تنفس طبیعی است که قدرت ۱۵۴ اسب بخار و حداکثر گشتاور ۱۹۲ نیوتن متر را از طریق جعبه دنده شش سرعته خودکار به چرخ‌های جلو منتقل می‌کند.

همچنین در این اطلاعیه، قیمت هیوندای النترا ۲۰۲۳ نیز یک میلیارد و ۷۵۷ میلیون تومان اعلام شده است. این مدل از هیوندای مجهز به موتور ۴ سیلندر تنفس طبیعی با حجم موتور ۱٫۶ لیتری و حداکثر قدرت ۱۲۷٫۵ اسب بخار و حداکثر گشتاور۱۵۸ نیوتن متر و باکی ۴۷ لیتری است. فاصله محورها و طول کلی هیوندای النترا به ترتیب ۲٫۵ و ۵ سانتی‌متر افزایش یافته است. این خودرو عریض‌تر و کم‌ارتفاع‌تر شده؛ تغییراتی که به یاری طراحی خاص بدنه که بنابر اعلام سازنده به شکل یک کوپه چهار در شده، شده، بیشتر هم به چشم می‌آید.

میلیارد تومانی همراه شد. همچنین ارزش معاملات در روز چهارشنبه به رقم ۴ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان رسید. در این روز بازار بورس تهران رخ منفی را برای گروه بانکی رقم زد و بانک اقتصاد نوین صدرنشین افت این گروه شد. گروه خودرویی نیز دست‌کمی از منفی‌های گروه بانکی را نداشت و خودرویی‌ها نیز با افت به تعطیلات پایان هفته رفتند. بیشترین ارزش معاملات در روز چهارشنبه به گروه بانکی‌ها تعلق گرفت و ارزش معاملات این گروه بالاتر از رقم ۳۹۰ میلیارد تومان ایستاد. خودرویی‌ها در رتبه دوم ایستادند و فلزات اساسی نیز جایگاه سوم را داشتند و به ترتیب با ارزش معاملاتی ۲۱۱ و ۱۸۴ کار را در هفته قبل را به پایان بردند.

موضوع جرمه بانک‌ها، موضوعی است که در چند روز اخیر بر سر زبان‌های افتاده است و به نوعی دولت هر از چندگاهی یکی از صنایع را مورد هدف قرار می‌دهد و بازار را به واسطه آن منفی می‌کند. این در حالی است که وزیر اقتصاد اعلام کرده بانک‌هایی که به تکالیف خود در پرداخت تسهیلات قانون جهش تولید مسکن عمل نکرده‌اند، ۲۶ هزار میلیارد تومان جرمه قطعی شدند. این در حالی است که پس از مدت‌ها اسمال وضعیت عملیاتی بانک‌ها به دلیل کاهش نرخ بهره حقیقی منفی، بهبود یافته بود. این موضوع و عملکرد دولت جای سوال دارد؟ کارشناسان و فعالان بازار معتقدند که دولت به جای تحمیل تکالیف خود به بانک‌ها بایستی به دنبال کاهش تورم از طریق کنترل ناترازی‌های اقتصاد باشد تا از این مسیر هم قیمت مسکن کمتر رشد کند و هم نرخ‌های بهره نیز به تدریج کاهش یابند تا امکان پرداخت وام با نرخ‌های پایین برای بانک‌ها وجود داشته باشد.

شاخص کل بورس تهران به واسطه افت سنگینی که در گروه بانکی رخ داد، روز چهارشنبه هم وضعیت بدی به خود گرفت و از میانگین ۵۵ روزه کمی فاصله پیدا کرد تا تلاش برای ادامه روند صعودی و شکست مقاومت ۵۵ روزه شاخص کل ناکام بماند. در جریان حاشیه بازار اینطور گفته شد که به واسطه جرمه ۲۶ همتی بانک‌ها، اوضاع بازار این گروه به باز ریخته است. البته اهالی بازار معتقدند که باز هم سهامدار خود در این بازار جرمه شده است و نه گروه بانکی. آنها می‌گویند این اتفاقات برای صنعت بانک ریشهای عمیق‌تر دارد و دولتی‌ها کم‌کاری خود در حوزه ساخت مسکن را به گردن بانک‌ها انداخته‌اند.

دیگر خودروی موجود در این اطلاعیه، هیوندای اکسنت است که قیمت آن یک میلیارد و ۴۹۲ میلیون به تصویب رسیده است. سدان جمع و جور هیوندای که نخستین بار در سال ۱۹۹۴ با نام اکسنت معرفی شد، جدیدترین مدل آن، با پیشترانه ۱٫۵ لیتری تنفس طبیعی با ۱۱۵ اسب‌بخار قدرت و ۱۴۴ نیوتن‌متر گشتاور یا ۱٫۵ لیتری T-GDI توربوشاژر یا ۱۶۰ اسب بخار قدرت و ۲۵۲ نیوتن‌متر گشتاور روانه بازار خودرو شده است. این دو پیشترانه با گیربکس شش سرعته دستی یا شش سرعته دوکلاچه خودکار همراه می‌شود.

سه مدل خودروی وارداتی دیگر نیز که در این اطلاعیه به آنها اشاره شده است، قیمت علی‌الحساب در مبادی ورودی آنها اعلام شده است. هیوندای کرتا که در برخی بازارها با نام هیوندای iX۲۵ نیز عرضه می‌شود، نمای جلوی آن به واسطه اجزای نورانی داخل آن و جلوپنجر جدید، به دو مدل سالتاناکروز و توسان شباهت یافته است. تمام ترم‌های هیوندای کرتا به پیشترانه ۱٫۵ لیتری تنفس طبیعی بنزین‌سوز (G۴FL) که نیروی خود را از طریق جعبه‌دنده شش سرعته دستی یا CVT (که هیوندای آن را با نام iVT معرفی کرده) به محور جلو انتقال می‌دهند.

دانگ فنگ جدید ایران خودرو از زیرمجموعه آئولوس (AELOS) است و مدل آن نیز در بازار چین، ایشوان مکس (YIXUAN MAX) نام دارد ولی در بازار کشورمان، با نام SHINE MAX به فروش می‌رسد. این خودرو با مشخصات فنی موتور ۱٫۵ لیتری TGDی که اختصاری TP۱ دارد که حدود ۱۸۷ اسب بخار و ۳۰۰ نیوتن متر گشتاور و همچنین حداکثر سرعت ۱۸۰ کیلومتر بر ساعت وارد بازار خودرو خواهد شد.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۱

شرکت آب و فاضلاب استان ایلام

نوبت اول

شماره	عنوان مناقصه	شهرستان محل اجرا	مدت پیمان	رشته کاری	برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
۱۴۰۲/۱۰۸	حفر و تجهیز یک حلقه چاه آب شرب شهرك سرنگ شهروستان سروان	سرنگ سرنگ شهروستان سروان	۳ ماه	کاووش های «زمینی» پایه ۵	۲۹/۸۵۹/۱۸۵/۸۶	۱/۴۲/۹۵۹/۲۹۵

تذکر: ارائه اصل ضمانت نامه (باکت الف) علاوه بر کارگزار در سامانه ستاد بصورت فیزیکی به دبیرخانه حراست واقع در میدان دفاع مقدس، شرکت آب و فاضلاب استان ایلام، دفتر حراست الزامی می باشد. مهلت دریافت (کالو) اسناد از تاریخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۷ لغایت ۱۴۰۲/۰۹/۰۴ ساعت ۱۴ ظ. مهلت ارائه پیشنهاد قیمت از تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۴ لغایت ۱۴۰۲/۰۹/۱۵ ساعت ۱۴ پ.ظ. زمان برگزاری جلسه بازگشایی پاکات مناقصه تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۸ ساعت ۱۰ ق.ظ.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۸/۲۷

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۲۸

شرکت آب و فاضلاب استان ایلام

اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی: میانبرهایی برای بازاریاب‌ها

نویسنده: علی آلی علی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی قواعد خاص خودش را دارد. شما حتی اگر بهترین محتواهای دنیا را هم جلوی پای مخاطب‌تان قرار دهید، تا آنها به شما اعتماد نداشته باشند، هیچ تغییری در وضعیت‌تان روی نخواهد داد. این روزها بسیاری از کسب و کارها برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف هزینه‌های سرسام‌آوری برای تولید محتوا می‌کنند. این کار دقیقا مثل آن است که یک تهیه‌کننده میلیون‌ها دلار برای استخدام بهترین بازیگران دنیا کرده باشد، اما هیچ کارگردانی در کار نباشد. بی‌شک چنین اثر سینمایی نه تنها در گیشه فروش نخواهد کرد، بلکه حتی نظر یک منتقد را نیز جلب نمی‌کند.

حلقه گمشده بسیاری از کسب و کارها در دنیای آنلاین بحث اعتماد است. شاید برای شما پیش آمده باشد که از همان برخورد اول با یک برند حس بی‌اعتمادی در وجودتان شکل گرفته باشد. اینطور وقت‌ها حتی اگر بهترین دوست‌تان هم درباره جذابیت و میزان عملکرد حرف‌های آن برند برای‌تان داستان‌سرایی کند، باز هم دل‌تان با برند موردنظر صاف نخواهد شد. نکته جالب اینکه برخی از برندها از همان برخورد اول طوری رفتار می‌کنند که مشتریان سر تا پا به آنها اعتماد خواهند کرد.

ما در این مقاله قصد داریم معمای اعتمادسازی در میان مخاطب هدف را زیر ذره بین ببریم. بی‌شک ایجاد اعتماد در تمام جنبه‌های یک کسبب و کار دارای اهمیت چشمگیری است، اما محور اصلی بحث امروز ما شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. این روزها هر پلتفرمی را نگاه کنید، کلی برند در آن مشغول فعالیت هستند. بی‌شک همه برندها نمی‌توانند جزو گزینه‌های جذاب و موفق باشند. به همین خاطر فقط کسب و کارهایی که اعتمادسازی خوبی در میان کاربران ایجاد کنند، از دل این مارا تن نفسگیر جان سالم به در خواهند برد.

شما در این مقاله یاد می‌گیرید چطور اعتماد مخاطب‌تان در شبکه‌های اجتماعی را جلب کنید. اینطوری با دروس‌های کمتری برای تعامل با آنها رو به رو بوده و دیگر لازم نیست دائمًا نگران وضعیت اعتبار آنلاین‌تان باشید. حالا که کمی درباره کلیات مقاله امروز حرف زدیم، دیگر باید کم کم کارمان را شروع کنیم.

اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی

وقتی تعامل رو در رو در کار نباشد، اعتماد کردن به دیگران خیلی سخت می‌شود. خیلی از کارآفرینان برای اینکه اعتماد مشتریان را جلب کنند، نیاز به تعاملات رو در رو با آنها دارند. این درست همان جایی است که فعالیت آنلاین برندها با مشکل رو به رو می‌شود.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم جلب اعتماد مخاطب در شبکه‌های اجتماعی نه یک ماموریت غیرممکن، بلکه فرآیندی کاملا جذاب است. البته به شرط اینکه اصول این کار را بلد باشید. ما اینجا بیشتر نقش مربی را داریم که به شما کمک می‌کند تا سیر تا پیاز اعتمادسازی در میان کاربران را یاد بگیرید. یادتان نرود، هر جای مسیر سوالی برای‌تان پیش آمد، ما همیشه آماده دریافت نظرات و کمک بیشتر به شما هستیم. پس همین اول کاری تعارف را کنار بگذارید.

تولید محتوای باکیفیت

اولین قدم به سوی جلب اعتماد کاربران تولید محتوای باکیفیت است. انتظار کاربران از کسبب و کارها در پلتفرم‌های اجتماعی بسیار ساده است. شما نه تنها باید محصولات جذاب و به درد بخوری برای مشتریان داشته باشید، بلکه محتوای‌تان هم باید جذاب و چشم‌نواز باشد. وگرنه برند که قحط نیست.

اولین چالشی که همراه با مسئله تولید محتوا مطرح می‌شود، معنای «باکیفیت» است. اصلا محتوای باکیفیت چیست و چه ویژگی‌هایی دارد؟

اگر بخوایم کوتاه‌ترین جواب دنیا را به سوال بالا بدهیم، باید گفت محتوای باکیفیت آن نوع محتوایی است که به درد مخاطب بخورد. مثلا برندهای ورزشی را در نظر بگیرید؛ آنها معمولا در شبکه‌های اجتماعی علاوه بر آموزش کار با محصولات‌شان، برنامه‌های ورزشی معتبری نیز ارائه می‌دهند. این امر تماما هماهنگ با سطح نیاز کاربران عرضه می‌شود. اینطوری آنها خیلی راحت با مخاطب‌شان از تباط برقرار کرده و سنگ بنای یک رابطه طولانی‌مدت را بنا می‌نهند.

متأسفانه بسیاری از بازاریاب‌ها به تعاملات بلندمدت با مخاطب هدف اصلا توجهی ندارند. انگار که همیشه باید سراغ مخاطب تازه رفت و او را جذب برند کرد. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، دیر یا زود با مشکلات اساسی رو به رو خواهید شد. خب هرچه باشد، در بازار که مشتری بی‌نهایت وجود ندارد. از یکجا به بعد شما دائمًا با کسانی سر و کار خواهید داشت که قبلا از برندان خرید کرده‌اند. آن وقت اگر تجربه بدی برای آنها خلق کرده باشید، دیگر پشت سرشان را هم نگاه نخواهند کرد.

معیار دیگری که درباره محتوای باکیفیت باید مدنظر‌تان باشد، مسئله مربوط به استفاده از اطلاعات به‌روز است. خب اگر شما محتوایی با اطلاعات مربوط به چند دهه قبل جلوی مخاطب‌تان قرار دهید، نظر هیچ‌کس بدان جلب

نخواهد شد. درست در همین شرایط است که همکاری با کارشناس‌های یک شرکت اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. مثلا فرض کنید شما بازاریابی یک شرکت تولید تاپر را بر عهده گرفته‌اید. در این صورت برای ایجاد اعتماد در میان مخاطب هدف نیاز به اطلاعات دست اول برای تولید محتوا خواهید داشت. از آنجایی که شاید اطلاعات شما در زمینه تاپرها محدود باشد، استفاده از تجربیات و نظرات کارشناس‌های شرکت ضروری خواهد بود.

وقتی شما محتوای درجه یک و باکیفیت جلوی روی مخاطب قرار دهید، آنها خیلی زود جذب برندان می‌شوند. شاید امروزه کلی برند در دنیا مشغول تولید محتوا باشند، اما آنهایی که محتوایی در شأن مخاطب تولید می‌کنند، انگشت‌شمار هستند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان در بازار را سر و سامان دهید.

تعامل با مخاطب در شبکه‌های اجتماعی

متأسفانه برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند هر چقدر خشک و بی‌روح‌تر در پلتفرم‌های اجتماعی حضور داشته باشند، محبوبیت بیشتری در بین کاربران جلب خواهند کرد. شما را نمی‌دانم، ولی من که هیچ ایده‌ای ندارم این نوع طرز تفکر از کجا سر و کلاهش پیدا شده است. بنابراین بهتر است قبل از اینکه حسایی برای‌تان دردرس‌ساز شود، آن را کنار بگذارید. وگرنه خیلی‌ی زود اوضاع‌تان به هم ریخته و دیگر هیچ شانسی برای خودنمایی در بازار پیدا نمی‌کنید.

ما در روزنامه فرصت امروز تعامل با مخاطب در شبکه‌های اجتماعی را مثل گپ و گفت میان دو دوست می‌دانیم. اینطوری شما ذهنیت بسیار بهتری نسبت به دنیای کسبب و کار به دست خواهید آورد. همانطور که دوست‌های صمیمی نسبت به نظرات هم واکنش نشان می‌دهند، شما هم باید چنین الگویی برای رفتار برندان



نگاهی به نظرات و ارزیابی‌های مشتریان نسبت به برندان خواهید داشت. این امر نه تنها یک رفتار شیک محسوب می‌شود، بلکه به درد آیدیت عملکرد برندان نیز خواهد خورد. خب شما تا وقتی از درون مسائل شرکت را مورد بررسی قرار دهید، همیشه یک قدم از مشتریان عقب خواهید بود. در عوض وقتی سراغ نقطه نظرات مشتریان بروید، اوضاع‌تان خیلی بهتر خواهد شد.

صرف نظر از شبکه‌های اجتماعی، این روزها کلی سایت مختلف در حوزه خدمات و ارزیابی برندها وجود دارد. شما باید به طور منظم این سایت‌ها را چک کرده و نظرات کاربران درباره برندان را مرور کنید. اینطوری قبل از اینکه مشکلات بسیار بزرگی پیش روی برندان قرار بگیرد، امکان تعامل نزدیک با مخاطب‌تان را خواهید داشت.

افزودن لینک‌های معتبر به محتوا

چه کسی به حرف‌های بی‌پایه و اساس یک برند گوش می‌دهد؟ از این مهمتر، آیا شما به تیم بازاریابی که سابقه تاریکی در کارش داره، اعتماد می‌کنید؟ این مسئله‌ای است که خیلی از بازاریاب‌ها به طور مداوم با آن رو به رو هستند. اگر شما هم دوست دارید شهرت کاری‌تان در بازار مثبت باشد، باید به یک نکته کوچک دقت کنید. این نکته استفاده از لینک‌های معتبر برای محتوای‌تان است. این روزها در کمپین‌های بازاریابی ادعاهای بی‌نهایت متنوعی به چشم آدم می‌خورد. اگر شما حواس‌تان نباشد، خیلی زود در دام ادعاهای بی‌پایان کسبب و کارها گرفتار خواهید شد. آن وقت نه تنها اعتمادتان به آنها از بین می‌رود، بلکه دیگر چشم دیدن‌شان را هم نخواهید داشت. اینجا دقیقا همان جایی است که شما باید عملکرد متفاوتی از خودتان نشان دهید.

به نظر شما چه چیزی اعتبار یک محتوا را به طور چشمگیری افزایش می‌دهد؟ اجازه دهید کمی کمک‌تان کنیم. شاید استفاده از لینک‌های معتبر کمی به کار‌تان بیاید!

وقتی شما در محتوای بازاریابی‌تان از لینک‌های معتبر به عنوان ارجاع استفاده می‌کنید، اعتبار کارتان به طور چشمگیری افزایش خواهد یافت. دست کم در این حالت مخاطب مطمئن است که شما حرف بی‌سر و ته نزده‌اید. نکته جالب اینکه بسیاری از کسبب و کارها در شبکه‌های اجتماعی به این نکته کلیدی توجه ندارند. بنابراین اگر شما در این زمینه کمی سختگیری به خرج دهید، به راحتی حساب برندان‌تان را از رقبا جدا خواهید کرد. اینطوری هم

نقطه تمایزی با رقبا ایجاد کرده‌اید، هم اینکه اعتماد

کاربران را به راحتی آب خوردن جلب می‌کنید.

نمایش درون کسبب و کار

کاربران در شبکه‌های اجتماعی و تجربه زندگی روزمره همیشه یک کسبب و کار را از بیرون مشاهده می‌کنند. مثلا برند اپل را در نظر بگیرید؛ همه ما محصول نهایی مثل آیفون را مشاهده می‌کنیم. این در حالی است که فرآیند تولید محصولات معمولا مسود بی‌توجهی قرار می‌گیرد. البته این بی‌توجهی از سوی بازاریاب‌ها و کارآفرینان دنبال می‌شود؛ چراکه مشتریان معمولا عاشق مشاهده پشت صحنه کسبب و کارها هستند.

اگر شما به دنبال ایجاد اعتماد در میان مخاطب هدف هستید، بد نیست کمی هم که شده به نمایش پشت صحنه یک کسبب و کار توجه نشان دهید. اینطوری کارتان خیلی بهتر جلو رفته و دیگر لازم نیست درس‌های ریز و درشتی را به جان بخرید.

خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها برای تولید محتوا ایده کم می‌آورند. این دقیقا همان زمانی است که نمایش درون کسبب و کار به درد‌تان خواهد خورد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و سعی کنید پشت صحنه‌ای جذاب از برندان‌تان به نمایش بگذارید.

اگر بخوایم از منظر اعتمادسازی مسئله را نگاه کنیم، وقتی یک برند پشت صحنه یا درون فعالیت‌های خود را نشان می‌دهد، یعنی ترسی از رو شدن دستش ندارد. این مسئله شاید برای شما بی‌نهایت ساده باشد، اما برای مشتریان میزان مین برندهای معتبر و تقلبی را شکل می‌دهد. پس ماجرا اصلا شوخی‌بردار نیست.

برندینگ پائیات

اشتباهی که خیلی از تیم‌های بازاریابی در زمینه تولید محتوا و تعامل با مخاطب مرتکب می‌شوند، مسئله مربوط به ایجاد تمایز میان مارکتینگ و برندینگ است. اگر فکر کرده‌اید این دو حوزه کاملا از هم جدا هستند، باید بگویم سخت در اشتباهید. شما بدون تمرکز بر روی روند برندینگ حرف‌های هیچ شانسی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور اصولی نخواهید داشت. این نکته‌ای است که خیلی وقت‌ها کارآفرینان هم بدان توجهی نشان نمی‌دهند. بنابراین اگر شما حواس‌تان را جمع کنید، خیلی زود در زمینه جلب اعتماد مخاطب از همه جلو خواهید زد. منظور ما از ثبات در عرصه برندسازی در بُعد زمان معنا پیدا می‌کند. اگر شما نتوانید در بلندمدت هویت یکپارچه‌ای از برندان تحویل مخاطب هدف دهید، خیلی زود کارتان به مشکل خواهد خورد. این در حالی است که برندهایی مثل مک دونالد در طول دهه‌های متمادی یک هویت واحد از خودشان تحویل مخاطب داده‌اند. اصلا به همین خاطر میزان محبوبیت و شهرت آنها در بازار با هیچ برند دیگری قابل مقایسه نیست.

ایجاد اعتماد در میان مخاطب هدف امری نیست که به این سادگی‌ها انجام شود. شما برای موفقیت در این حوزه نیاز به وفاداری به المان‌های اصلی برندان دارید. بی‌شک کسبب و کاری که هر روز تغییری در لوگو یا شعار تبلیغاتی‌اش اعمال می‌کند، هیچ وقت اعتماد مخاطب را آنطور که باید جلب نخواهد کرد. به همین خاطر شما باید اول از همه تکلیف خودتان با مسئله برند را روشن سازید. وگرنه همیشه درگیری‌های درونی با این مسئله خواهید داشت. توصیه ما در این بخش همفکری با تمام اعضای شرکت برای تعیین المان‌های اصلی برند است. اینطوری شما فرصت بسیار خوبی برای استفاده از تمام ظرفیت‌های شرکت داشت و دیگر لازم نیست نگران آیدت‌های بعدی برندان باشید.

پوشش زنده رویدادها

کاربران دوست دارند در جریان تازه‌ترین اخبار و رویدادهای مربوط به برندها قرار گیرند. بنابراین اگر شما مراسم مهمی برای برندان طراحی کرده‌اید، بد نیست خواست و ایده‌های مخاطب‌تان را نیز مدنظر داشته باشید. اینطوری خیلی زودتر بدل به برندی بی‌نهایت محبوب در میان کاربران خواهید شد. ماموریت شما در این بخش مثل روز روشن است؛ شما باید از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای پوشش زنده یا به زبان دقیق‌تر لایو استریم رویدادها استفاده کنید. یادتان باشد، رویدادهای مربوط به برند شما قرار نیست همیشه بی‌نهایت بزرگ باشد. نکته کلیدی در این میان درگیر ساختن کاربران با مسائل روزمره برندان است. اینطوری به مرور زمان بدل به بخشی از زندگی آنها شده و دیگر لازم نیست برای اعتمادسازی به آب و آتش بزنید. معمولا کاربران در قبال برندهایی که قصد دارند به زور خودشان را در دل مشتریان جا کنند، واکنش‌های منفی نشان می‌دهند. این یعنی شما باید کمی متفاوت‌تر در بازار عمل کنید. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. یادتان نرود، شما قبل از اینکه پوشش زنده رویداد برندان را شروع کنید، باید اطلاع‌رسانی دقیقی درباره‌تان داشته باشید. وگرنه هیچ‌کس نسبت به رویداد برندان واکنش نشان نخواهد داد. پس قبل از اینکه با عجله سراغ رونمایی از کارتان بروید، بد نیست کمی به فکر اطلاع‌رسانی در این رابطه باشید.

گاهی اوقات شما برای اینکه نظر دیگران را جلب کنید، نیاز به همراهی بقیه برندها خواهید داشت. در این صورت باید کمی هم که شده سطح ارتباط و تعامل‌تان با بقیه برندها را بهبود بخشید. این امر موفقیت بلندمدت شما در بازار را تضمین خواهد کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را کمی هم که شده بهبود بخشید.

سخن پائانی

اعتمادسازی در میان کاربران اصلا پدیده ساده‌ای نیست. این روزها بسیاری از کسبب و کارها برای اینکه در شبکه‌های اجتماعی برند محبوبی به نظر برسند، سعی و تلاش بی‌پایانی را به خرج می‌دهند. این در حالی است که شما با استفاده از نکات مورد بحث در این مقاله و بدون

نیاز به هزینه کلان امکان تحقق این هدف مهم را دارید. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای یادگیری اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی کرده باشد. مثل همیشه اگر دوست دارید کارتان را کمی هم که شده بهبود بخشید، با ما در ارتباط باشید. کارشناس‌های ما همیشه آماده کمک به شما و کسبب و کارتان در حوزه‌های مختلف هستند.

منابع:

https://www.socialpilot.co/blog/surefire-ways-to-build-trust-on-social-media
https://www.forbes.com/sites/ways-brands--6۳۱۱۰۷۰۱۲/brentgleeson/build-trust-through-social-media