

Sun, 26 Nov 2023
۱۲ جمادی‌اول ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۳۴۵
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

یادداشت

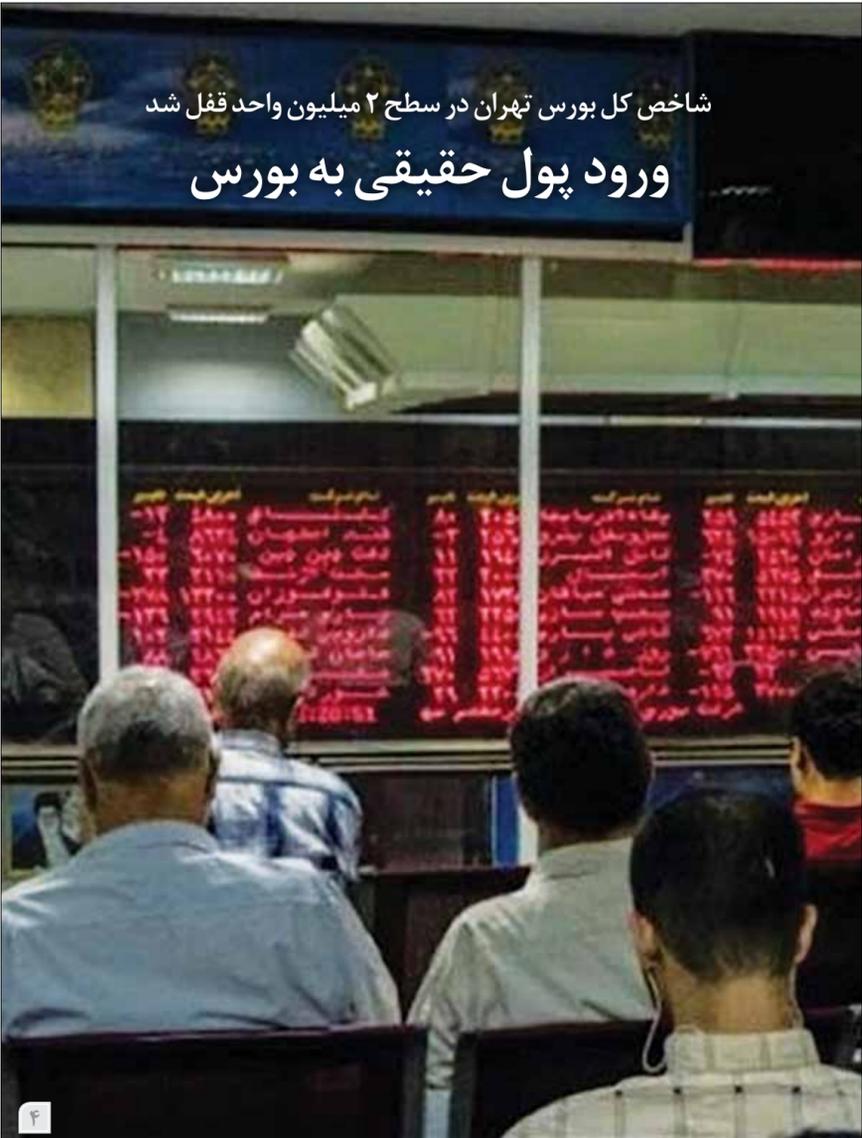
حاشیه اقتصاد بر متن سیاست
حسین حقگو <p>کارشناس اقتصادی</p>
اقتصاد علم غربی است در مپهن‌مان و اصولاً فهم و درک درستی از آن کمتر وجود دارد. در واقع، آنچه امروز محل نزاع در کشورمان است، خود اقتصاد به عنوان یک علم است. نزاع کسانی که این حوزه را علم نمی‌پندارند و با نگاه ایدئولوژیک به تفسیر و تحلیل مسائل و مشکلات اقتصادی می‌پردازند و گروهی از علم‌باوران که با تحلیل علمی سعی می‌کنند عقلانیت را به سیاستگذاری اقتصادی بازگردانند. متأسفانه علاوه بر آنکه در نظام حکمرانی هنوز اقتصاد، دست بالا را در تعیین سیاست‌ها ندارد، نزد چریانات سیاسی و روشنفکری نیز همچنان اقتصاد حاشیه‌ای بر متن سیاست انگاشته می‌شود. به عبارتی، اگر دولت‌ها می‌پندارند نیازی به دانش اقتصاد نیست و مشکلات حاد و بحران‌های اقتصادی دامنگیر را می‌توان با صدور دستور حل کرد، تفکر و مشی گروه بزرگی از روشنفکران و احزاب سیاسی در کشورمان نیز بر همین سبک و سیاق است و کمتر اقبالی به این علم دارند و اگر سزاغ آن هم می‌روند از منظر ابزاری برای کسب قدرت یا موضوعی روشنفکرانه است و عموماً این علم را حقیر و ناکارآمد می‌شمارند. <p>ادامه در همین صفحه</p>

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شاخص کل بورس تهران در سطح ۲ میلیون واحد قفل شد

ورود پول حقیقی به بورس



به نظر می‌رسد مشکل را باید در این موضوع دید که دولت‌ها و جامعه سیاسی و روشنفکری کشورمان طی دهه‌ها اصولاً تولید ثروت را به‌واسطه وجود منابع نفتی و معدنی، امری حاشیه‌ای و کم‌اهمیت پنداشته و تمرکز و تلاش خود را بر نحوه توزیع ثروت و عادلانه بودن آن نهاده است. در این چارچوب، نیازی به آموختن مبانی و مولفه‌های علم اقتصاد نیست و کافی بوده و هست تا با تسخیر قدرت و در اختیار گرفتن دولت و مگردن افراد هم‌کیش و هم‌فکر خود و با صدور دستوراتی به پشتوانه این منابع نفتی و معدنی، چه در سرمایه‌گذاری و چه برای توزیع منابع درآمدی حاصل از فروش آنها، این ملک را گلستان و این مردم را مرفه و ثروتمند نمود. هرگاه مشکلی پیش آید نیز می‌توان با صدور دستوراتی و توزیع منابعی، آن مشکلات را حل و مثلاً گرانی را با واردات کالا از خارج و یا بیکاری را با توزیع وام و یا فقر را با توزیع بسته‌های غذایی درمان کرد.

همین نگرش و تلقی سبب شده که اقتصاد به عنوان عالی‌ترین هنر تعادل‌بخشی به آرزوهای نامحدود انسانی و محدودیت منابع، در مپهن‌مان به امری پیش‌یافتاده تبدیل شود؛ چنانکه شلاق به دست گرفته و به قیمت‌ها فرمان می‌دهیم که به یک‌سعال و نیم قیل برگردند و کوپن (کیریم الکترونیکش را) راه نجات از فقر عمومی می‌دانیم یا هنگامی که مستأصل از افزایش روزانه قیمت هر کیلو خودرو (خودرو کیلویی چند؟ اصطلاحی برای اولین بار «عمود احمدی‌نژاد» در سال ۱۳۹۱ برای تقییح قیمت ۱۸ میلیونی پراید بر زبان آورد. کسی که خود کل اقتصاد را کیلویی (دا) لاتاری راه می‌اندازیم و یا وقتی ادعا می‌کنیم یک میلیون شغل ایجاد کردیم و عن‌قریب یک میلیون خانه نیز آماده تحویل خواهد شد و… اقتصاد به شعبده و چشم‌بندی تنزل می‌یابد و ادبیات اقتصادی که دو سه دهه برای ارتقای آن و ترویج فهم درست اصول و قواعد و

حاشیه اقتصاد بر متن سیاست

در روزنامه مطلب می‌نویسید، مطرح می‌کند: «اگر ما که پیچیدگی‌های اقتصاد را می‌فهمیم با مردم صحبت نکنیم، کسانی که پیچیدگی‌های اقتصاد را نمی‌فهمند درک درستی از آن ندارند با مردم سخن به نظر آن‌ها فریب داده و آنها را گول می‌زنند. مردم را به سمت پوپولیسم و سیاست‌های مردم‌گرایانه می‌کشانند. اگر اس من می‌خواهم به جامعه کمک کرده و سیاست‌های درست را اجرا کنم، باید با مردم درباره اقتصاد صحبت کنم.» (علی سرزعی، ۱۲ مهرماه ۱۴۰۲)

اینکه جامعه و مردم بدانند تورم در ربط عمیق با ولخرجی و کسری بودجه دولت‌ها و انتشار بی‌محابای پول است و با گران‌فروشی فرق می‌کند و دولت‌ها با یکی جلوه دادن این دو و برهم زدن نظام قیمت‌ها و به راه انداختن جنجال‌های تعزیراتی و پلمب کردن دکان‌ها و… قصد فریب‌شان را دارند. رفتارهای بی‌کفایتی که نه فقط به ارزان شدن کالاها منجر نشده بلکه با افزایش ترس و نگرانی و کاهش عرضه و سرمایه‌گذاری و… به گرانی بیشتر کالاها می‌انجامد؛ یا اینکه بیکاری نیازمند سرمایه‌گذاری است و این نیز نیازمند احترام به حقوق مالکیت و حق مبادله آزادانه کالاها و استحکام قرارداده‌ها و ثبات سیاست‌ها و کاهش نااطمینانی‌ها و… است و با تخصیص مقداری وام بانکی ارزان‌قیمت نه فقط نمی‌توان شغل ایجاد کرد بلکه با ایجاد رانت و فساد، دردی مهلک بر دردها افزوده می‌شود یا اینکه بهبود کیفیت محصولات داخلی نیازمند رفع انحصارات و ایجاد فضای رقابت و تعامل با جهان جهت ورود دانش فنی و مدیریتی و… است و با دستور و شعار نمی‌توان کالای ایرانی را محبوب کرد؛ یا اینکه نمی‌توان به هر میزان که آرزومندیم مصرف‌کنیم و اگر فرد یا افرادی از محدود بودن منابع سخن می‌گویند، دشمن مردم و مخالف رفاه و آسایش آنان نیستند بلکه به نسل آتی و آیندگان می‌اندیشند و

سازمان بهداشت جهانی از دولت چین توضیح خواست

جزئیات اپیدمی جدید در چین

نشست خبری با بیان اینکه پیش‌بینی می‌شد از اواسط آبان ماه بروز آنفلوآنزا افزایش یابد و در آذرماه به اوج برسد، گفت: امسال این اتفاق دو هفته زودتر آغاز شد و از هفته گذشته موارد آنفلوآنزا افزایش یافته و به حد ۵ درصد موارد سرماخوردگی کرونا رسیده است. انتظار داریم که نهایتاً سیر افزایشی بیماری تا اواخر آذرماه کند شود. در تابستان ۳۰ درصد افراد دارای علائم سرماخوردگی مبتلا به کرونا بودند، اما حالا زیر ۵ درصد موارد سرماخوردگی کرونا هستند. او با تأکید بر اینکه هنوز هم فرصت تزریق واکسن آنفلوآنزا وجود دارد، توضیح داد: پیش‌بینی می‌کردیم امسال بیماری کمی نسبت به گذشته شدیدتر باشد که این اتفاق رخ داد. از طرفی سیستم بررسی و دیده‌وری را با همکاری انستیتو پاستور و تعدادی از دانشگاه‌های کشور راه‌اندازی کردیم و از سراسر کشور نمونه‌هایی از موارد بیماری‌های تنفسی سرپایی و بستری جمع‌آوری می‌شود و در سایت مرکز مدیریت بیماری‌های واگیر اعلام می‌شود. در عین حال، موارد آنفلوآنزا به

تعداد معاملات ملکی در میانه پاییز اندکی افزایش یافت

بازار مسکن همچنان کمرق

آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که در آبان‌ماه، میانگین قیمت مسکن ۰٫۴ درصد افت کرده و تعداد معاملات مسکن نیز ۱۴٫۸ درصد افزایش یافته است. وزارت راه و شهرسازی با استناد به اطلاعات بانک مرکزی اعلام کرد که در آبان ماه ۱۴۰۲، میانگین قیمت هر متر خانه در شهر تهران با ۰٫۴ درصد کاهش به محدوده ۷۵ میلیون و ۷۵۵ میلیون تومان رسیده است. در آبان …

طرح بانک مر کزی با وجود حواشی زیاد بالاخره قانون شد

پوست اندازی سیاستگذار پولی

دو سه هفته قبل بود که رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس از نهایی شدن بررسی طرح «قانون بانک مرکزی» در مجمع تشخیص مصلحت نظام خبر داد و حالا طبق شنیده‌ها به نظر می‌رسد که این قانون در روزهای آینده اجرایی خواهد شد. با وجود حواشی متعددی که طرح «قانون بانک مرکزی» از سر گذراند و با اعتراض مدیران و کارشناسان بانکی مواجه شد، سرانجام به نظر می‌رسد پس از رفت و برگشت‌های زیاد میان مجلس، شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام باید این طرح را نهایی و تمام شده دانست. آسیب به استقلال بانک مرکزی از مهمترین ایراداتی است که به این طرح وارد است؛ مخصوصاً که حذف و اضافه موارد متعدد در طرح اولیه باعث شده تا «قانون بانک مرکزی» هیچ شباهتی به نسخه اولیه خود نداشته باشد و از همین رو اکثر کارشناسان، قانون فعلی را بهتر از قانون جدید ارزیابی می‌کنند.

طرح «قانون بانک مرکزی»، بخشی از طرح مفصل «بانکداری جمهوری اسلامی» است که در کمیسیون اقتصادی مجلس دهم تدوین شد و در مجلس یازدهم به تصویب رسید. این طرح، انتقال بسیاری از مدیران و فعالان بانکی را به دنبال داشت و با ۱۵۴ ایراد شورای نگهبان و ۱۹ ایراد مجمع تشخیص مصلحت نظام روبه‌رو شد. جمعی از اقتصاددانان شناخته‌شده نیز در میانه سال گذشته طی بیانیه‌ای نسبت به پیامدهای این طرح واکنش نشان دادند و آن را ناقض…

۲

با ادامه روند تورمی موجود، طبقه متوسط تا یکی دو سال دیگر کاملاً حذف می‌شود

سورپرایز مالیاتی بودجه ۱۴۰۳

۳



مدیریت و کسب‌وکار

بازار یابی نوستالژیک (Nostalgia Marketing) چیست؟

خاطرات شیرین گذشته قدرت بسیار زیادی دارند. احتمالاً اغلب مردم دنیا خاطراتی از دوران کودکی دارند که بعد از گذشت دهه‌ها هنوز هم از یادشان نرفته است. در این شرایط کسب و کارها برای اثرگذاری بر روی مخاطب یا جلب نظرشان لازم نیست دنبال ایده‌های عجیب و غریب بروند. همین که برخی از خاطرات گذشته در قالب نوستالژی مرور شود، به اندازه کافی جذاب خواهد بود. اینطوری شما فرصت بسیار خوبی برای ورود به فهرست برندهای مورد علاقه مشتریان پیدا می‌کنید.
بازاریابی نوستالژیک اصطلاحی است که در طول دو دهه اخیر حساسی محبوب شده است. از آنجایی که آدم بر بگرا در طول زندگی‌شان سرعت تغییرات را با گوشت و پوست احساس می‌کنند، بد نیست گاهی اوقات نگاهی به گذشته داشته و خاطرات شیرین آن دوران را مرور کنند. اینطوری آدم حس بسیار خوبی نسبت به خاطرات شیرین گذشته پیدا می‌کند…

ده‌ها مورد دیگر، همه و همه اصول بدیهی اقتصادی است که دهه‌ها در کشورمان به حاشیه رانده شده و تئوری‌هایی غیرمفید و بی‌اهمیت و متعلق به لیبرال‌ها و نولیبرال‌ها و دانشگاهیان سرد و گرم نشده و بی‌جمله داده شده است.

البته فهم جامعه ایران از اقتصاد در این سال‌ها دچار تحولات مهمی شده است و شمار رسانه‌های اقتصادی به ده‌ها و بلکه صدها رسیده است و فریاد اعتراض و پرسش معلمان و بازنشستگان و کارگران و… که از فشار اقتصادی و تورم و کمی دستمزد و اجاره مسکن و قیمت دارو و درمان و… به فغان آمده‌اند، هر روز رساتر می‌شود. اینکه چرا علی‌رغم وجود منابع سرشار و استعدادهای فراوان و جغرافیای ممتاز و… از حداقل‌های زندگی محرومند؟! چرا در چند دهه اخیر، کشورهای به مراتب فقیرتر از ایران به لحاظ سرمایه‌های مادی و معنوی و تمدنی، چنین رشد‌های حیرت‌انگیزی کرده و توسعه و پیشرفت را برای مردم‌شان به ارمغان آورده‌اند و کشور ما چنین از قافله توسعه اقتصادی جامانده است؟! کشوری که قرار بود تا دو سال دیگر در جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در منطقه باشد (چشم‌انداز ۱۴۰۰) چرا اکنون در پایین‌ترین رتبه‌های این جدول به سر می‌برد و مهمترین خیر مسئولان آن، کاهش دو سه درصدی ابرتورم‌های ۴۰ تا ۵۰ درصدی و افزایش مبلغ کالابرگ‌ها و یارانه‌ها و… است!؟

درست است که علم اقتصاد، جامع همه علوم نیست اما آندرد مهم هست که ده بیست سالی فرصت دهیم تا یکی از موضوعات و اولویت‌های فکری و آموزشی جامعه‌مان شود. توقع زیادی نیست که در مقابل چند قرن عمر این علم در جهان، ما نیز چند ده سالی در این حوزه مشغی و طی طریق نماییم. حدود دو قرن و نیم از انتشار کتاب پایه‌ای این علم، «ثروت ملل» نوشته «آدام اسمیت» می‌گذرد و تنها یک ترجمه از آن اثر، آن هم در سال‌های اخیر و آن

هم نه متن کامل منتشر شده است (این را بگذارید در مقابل انتشار انواع آثار ایدئولوژیک اقتصادی و ضداقتصاد کلاسیک. مقایسه کیفیت و کمیت نهادهای علمی و آموزشی این علم در جهان و کشورمان نیز (ضمن ارزش نهادن به زحمات اساتید و کوشندگان این عرصه)، قیاس مع‌الفارق است و اسباب دل‌آزردگی. شاید اگر به کسب این علم و ترویج آن همت کنیم، وضع همه‌مان، دولت و ملت هر دو بهتر شود؛ مردمی که توقع زیادی ندارند و خواستار یک «زندگی معمولی» اند. «والتر بنیامین» در دیباچه کتاب «تجربه مدرنیته» می‌نویسد که کمی پس از نگارش این کتاب، پسر پنج ساله‌اش را از دست داد؛ حادثه‌ای دردناک که ایده‌های جدیدی را بر او آشکار کرد: «این ایده که برنامه روزانه رفتن به زمین بازی و دوچرخه‌سواری، خرید کردن و غذا خوردن و ظرف شستن و شوخی‌ها و بازی‌های هر روزه، نه فقط بی‌نهایت زیبا و لذت‌بخش بلکه در عین حال بی‌نهایت ترسناک و شکننده است؛ اینکه حفظ و دوام این زندگی ممکن است مستلزم مبارزه‌ای بس سخت و قهرمانانه باشد.» این درک از زندگی و خواست‌های مردم و به رسمیت شناختن حرق انتخاب و مشارکت برابر همه شهروندان در عرصه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی که امسال آن، ارتقای سرمایه اجتماعی و خیر عمومی است، درکی مدرن است که تصمیم‌گیران باید بدان تن داده و هم خود به جای باورهای ایدئولوژیک و منفعت فردی و گروهی، دانش و منافع ملی را سرلوحه سیاست‌ها و اقدامات‌شان قرار دهند و هم به جای طرد و بازنستسته کردن اساتید و محققان و پژوهشگران، امکان آموزش و ترویج آموزه‌های علمی و فعالیت آزادانه آنان را فراهم آورند تا توسعه و پیشرفت ملی امکان‌پذیر شود؛ چرا که «هر آنچه سخت و استوار است، دود می‌شود و به هوا می‌رود.» (والتر بنیامین)

کرده که افزایش موارد بیماری‌های تنفسی را باید با جزییات به این سازمان ارائه کند. هنوز جزییاتی از بیماری شایع شده تنفسی در چین منتشر نشده است و دولت چین اعلام کرده که برآورد اولیه نشان می‌دهد پس از رفع محدودیت‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی پروتکل‌ها، ویروس‌های تنفسی در کودکان شایع شده است. به گفته رئیس مرکز مدیریت بیماری‌های واگیر وزارت بهداشت، در مورد قیمت واکسن‌های کرونا و آنفلوآنزایی که بخش خصوصی ارائه می‌کند، ورود نمی‌کنیم و قیمت‌گذاری با سازمان غذا و دارو است. زمانی که ما واکسن‌های کرونا را خریداری می‌کردیم حدود ۲۰۰ هزار تومان محاسبه می‌شد. تعدادی از داروخانه‌ها، واکسن کرونا دارند و افرادی که به هر دلیلی به مراکز بهداشتی و درمانی مراجعه نمی‌کنند می‌توانند واکسن را از داروخانه‌ها تهیه کنند. واکسن‌های ایرانی کرونا هم اکنون در داروخانه‌ها در دسترس است. در گروه هدف و تزریق نوبت اول واکسن، بیش از ۹۰ درصد افراد واکسن ایرانی تزریق کرده‌اند.

سازمان‌های جهانی نیز گزارش می‌شود. به گفته این مقام مسئول در وزارت بهداشت، از افرادی که به دلیل کرونا و آنفلوآنزا بستری می‌شوند دو سوم موارد مبتلا به آنفلوآنزا هستند و کمتر از یک سوم کرونا و مابقی درگیری‌های ربوی هستند. متأسفانه علی‌رغم تأکیدات ما بر اهمیت تزریق واکسن اما عمده بستری‌ها مربوط به افراد واکسن نزده و بیماراران زمین است؛ هرچند که هنوز هم فرصت تزریق واکسن آنفلوآنزا وجود دارد. «عرشی» به شناسایی نوع (H۵N۱ آنفلوآنزای پرندگان در جهان اشاره کرد و گفت: آنفلوآنزای پرندگان تاکنون در کشور شناسایی نشده است، اما این نوع از آنفلوآنزا در پرندگانی که به صورت گذری از کشور عبور می‌کنند گزارش شده است و برخی مرغداری‌های سنتی و صنعتی نیز گرفتار شده‌اند که سازمان دامپزشکی در حال کنترل این موارد است اما مورد ابتلای انسانی از آن تاکنون گزارش نشده است. وی با اشاره به نگرانی سازمان جهانی بهداشت از شیوع بیماری جدید تنفسی گفت: اخیراً سازمان جهانی بهداشت به چین اعلام



هفته‌نامه «اکنونومیست» بررسی کرد

رمز بقا در جهان چند تکه

کشورهای حاشیه‌ی خلیج فارس در چند سال گذشته، حرکت جدیدی را به سمت توسعه اقتصادی آغاز کرده‌اند که از جمله آنها، امارات متحده عربی است که قرار است از هفته آینده (۳۰ نوامبر تا ۱۲ دسامبر ۲۰۲۲) در شهر دبی، میزبان کنفرانس آبهوایی سازمان ملل متحد باشد. در همین زمینه، هفته‌نامه «اکنونومیست» در سرمقاله ۲۲ نوامبر خود به بررسی توانمندی‌های اقتصادی امارات پرداخته و نوشته است: «شهر دبی قرار است طی چند روز آینده میزبان ده‌ها هزار نفر از دیپلمات‌ها و فعالان اقتصادی باشد و این میزبانی به واسطه اجلاس آبهوایی سازمان ملل متحد است که به شکل سالانه برگزار می‌شود. توانایی امارات متحده عربی برای هدایت همکاری‌ها بین کشورهای و صنایع با منافع مختلف، با هدف پیشبرد تلاش‌ها برای رسیدگی به تغییرات آبهوایی به‌طور برجسته در این اجلاس نشان داده خواهد شد، اما این تنها دلیلی نیست که باید به امارات توجه داشت: این اجلاس همچنین نشان می‌دهد که چگونه باید در عصر چندقطبی رشد کرد و موفق شد. اگرچه این کشور، محل زندگی تنها ۰٫۱ درصد از مردم جهان است و تنها ۰٫۵ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهد، اما سهم قابل توجهی از ذخایر نفت جهان، نزدیک به ۱۰ درصد به امارات تعلق دارد؛ موضوعی که باعث شده این کشور با وجود اندازه کوچک جمعیتی و جغرافیایی بتواند به کشوری تبدیل شود که نفوذ و تأثیر قابل توجهی دارد.

همانند بسیاری از کشورهای کنونی که جزو اقتصادهای نوظهور محسوب می‌شوند، امارات نیز درگیر اختلافات سیاسی و اقتصادی است. امارات دارای یک سیستم اُنوکراسی بسته است، به این معنا که یک دولت متمرکز با آزادی‌های سیاسی محدود محسوب می‌شود. با این حال، این کشور دارای یکی از بازترین اقتصادهای جهان است و بر باز بودن اقتصاد و تجارت بین‌المللی تأکید دارد. امارات، یکی از متحدان اصلی آمریکا است اما چین، بزرگ‌ترین شریک تجاری این کشور محسوب می‌شود. اگرچه میزان تولید ناخالص داخلی امارات به ازای هر فرد فراتر از بریتانیا یا فرانسه است، این کشور اغلب به عنوان یکی از کشورهای جهان جنوب به حساب می‌آید. امارات همچنین یک مرکز تجاری مهم برای هند و کشورهای آفریقایی است و همین امر، آن را به «سنگاپور خاورمیانه» تبدیل کرده است. در نتیجه، امارات با وجود جنگ در خاورمیانه و رقابت و تنش‌های ژئوپلیتیکی ابرقدرت‌ها در جهان همچنان رونق اقتصادی خود را حفظ کرده است. رشد اقتصاد غیرنفتی امارات حدود ۶ درصد در هر سال است؛ نرخی که هند نیز به آن دست پیدا کرده، اما غرب و این روزها حتی چین، تنها می‌توانند خواب داشتن این میزان از رشد اقتصادی را ببینند. استعدادهای و ثروت مناطق مختلف جهان به شکل گسترده‌ای در حال ورود به امارات است و تاجران چینی، سرمایه‌گذاران هندی، میلیاردهای روسی و بانکداران غربی به دنبال ثبات و موفقیت در این کشور هستند. در سال گذشته امارات توانست سرمایه‌گذاری خارجی قابل توجهی را برای پروژه‌های جدید جذب کند و از این نظر در بین کشورهای برتر جهان قرار گرفت. تنها ایالات متحده، بریتانیا و هند در جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای پروژه‌های مشابه از امارات پیشی گرفتند.

مانند سنگاپور، امارات نیز بهشتی برای منطقه خود است، اما در حالی که رشد و پیشرفت فوق‌العاده سنگاپور با عصر طلایی «جهانی‌شدن» همزمان بود، امارات در حال پیشرفت در زمانی است که جهان دچار بحران و بی‌نظمی شده است. این کشور نه تنها از نظر اقتصادی در حال شکوفایی است، بلکه قصد دارد نفوذ سیاسی خود را فراتر از مرزهایش گسترش دهد. تجارب این کشور، اعم از موفق و ناموفق، درس‌های ارزشمندی برای قدرت‌های سطح متوسط ارائه می‌دهد تا در جهانی که در حال تنگ‌کنه شدن است، موفق باشند. یک درس مهم این است که از نقاط قوت اقتصادی خود استفاده کنید. در حالی که امارات با چالش‌های اقتصادی نظیر رونق ساخت‌وساز ناشی از بحران دبی (که منجر به بحران سال ۲۰۰۹ شد)، مواجه بود، این کشور یاد گرفته است تا از قابلیت‌های اقتصادی خود استفاده کند.

از منظر «اکنونومیست»، در حالی که شوق به فناوری بلاک‌چین در امارات کاهش یافته، این کشور می‌تواند با بخش‌های مختلف تکنولوژی برتری دارد؛ به عنوان مثال، اپرواثرهای بنادر عظیم این کشور اکنون نظارت بر فعالیت‌های مرتبط با حمل و نقل در لندن، لوئاندا، میبمی و مانیل را در اختیار دارند. «دی‌وی‌ورد» – شرکت ترابری دریایی امارات – بر ۱۰ درصد از ترافیک کانتیپرهای حمل‌ونقل جهان نظارت دارد. علاوه بر این، شرکت صحر – یک توسعه‌دهنده سبزرگ انرژی پاک – در پروژه‌های متنوعی از مزارع باد در نگراس گرفته تا نیروگاه‌های خورشیدی در ازبکستان سرمایه‌گذاری کرده است. به طور کلی، امارات به یکی از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاران در آفریقا تبدیل شده است که به توسعه زیرساخت‌های اساسی در قاره‌ای با محدودیت‌های مالی، کمک می‌کند. در همین حال، دسترسی به سرمایه بسیار زیاد، اثرات‌دستاخ و داده‌ها باعث شده محققان هوش مصنوعی در ابوظبی، یک الگوریتم هوش مصنوعی با به‌طور دقیق‌تر، یک «مدل زبانی بزرگ منبع باز» به نام «فالکون» را آموزش دهند که از برخی جهات فراتر از الگوریتم هوش مصنوعی شرکت متا است. برخی متخصصان باور دارند که پس از آمریکا و چین، امارات هم‌اکنون سومین کشور مهم جهان در زمینه هوش مصنوعی است. حاکمان امارات در روند توسعه خود بر نقش این کشور به عنوان یک مرکز تجاری که به طور استراتژیک در تقاطع آفریقا، آسیا و اروپا واقع شده است، تأکید دارند. برای ارتقای این موقعیت، آنها برای ایجاد نهادهایی با تمرکز بر ترویج حکمرانی اقتصادی موثر و تخصص تکنوکراتیک سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

یک درس دیگر امارات، آغوش باز این کشور برای استعدادهای خارجی است. تنها یک میلیون نفر از مردم امارات، بومی این کشور هستند، اما امارات نیازمند تعداد بسیار زیادی مهاجر دارای مهارت بالا و همچنین مهارت پایین است و جهان پر از مهاجرانی است که امید دارند یک آینده خوب برای خود ایجاد کنند.

در حالی که عربستان سعودی به اقدامات قابل توجه برای جذب متخصصان متوسل شده است، مانند ایجاد دفاتر منطقه‌ای در این کشور، مقامات اماراتی بر تبدیل شدن این کشور به یک مکان جذاب هم برای زندگی و هم تجارت متمرکز شده‌اند. طرح ویزای طلایی امارات که در سال ۲۰۱۹ آغاز شد، فرصت اقامت طولانی‌مدت را برای متخصصان فراهم می‌کند. در یک تحول قابل توجه، تعداد محدودی از افراد نیز می‌توانند برای شهروندی درخواست دهند، اتفاقی که قبلاً در منطقه خلیج فارس غیرمعمول بود. در همین زمان، عربستان سعودی که فرایند دور کردن اقتصاد خود از نفت را آغاز کرده، ممکن است به یک رقیب جدی برای امارات تبدیل شود. اگرچه امارات به شدت آزادی‌های سیاسی را محدود می‌کند و کارنامه بدی در زمینه حقوق بشر دارد، تهدید این رقابت، مقامات این کشور را تشویق کرده تا از نظر اجتماعی و اقتصادی لیبرال‌تر شوند. امارات از مزایای تجارت غافل نشده است. در حالی که برخی کشورها، سیاست صنعتی و حمایت‌گری را ترجیح می‌دهند، امارات معاملات تجاری را دنبال کرده است؛ به عنوان مثال، با وجود احتیاط هند در مورد تجارت آزاد، این کشور نخستین قرارداد خود را در یک دهه اخیر با امارات امضا کرد که منجر به رشد ۱۶ درصدی تجارت بین دو کشور شد. در حالی که نفوذ آمریکا در حال کاهش است، امارات به رهبری «محمد بن زاید» به طور فزاینده به دنبال افزایش نفوذ خود در سطح جهان است. رویکرد عملگرایانه این کشور، موفقیتی را در آفریقا به ارمغان آورده است؛ جایی که به عنوان یک شریک تجاری خوشایند عمل می‌کند.

امارات قصد دارد نقش میانی بین کشورهای ثروتمند و فقیر در کنفرانس آب و هوایی سازمان ملل ایفا کند. با این حال، امارات در گذشته به مسلح کردن نیروهای پشتیبانی سریع در سودان پرداخت که در نسل کشی در دارفور نقش داشتند، از یک فرمانده جنگ در لیبی حمایت می‌کرد و در کنار عربستان سعودی، درگیر جنگی طولانی در یمن بود. در حالی که حاکمان امارات، مکانیسم‌هایی را برای ثبات در داخل کشور ایجاد کرده‌اند، با محدودیت‌های کمتری که توسط این کشور مواجه هستند و همین امر به آنها اجازه می‌دهد تا با توجه کمتری به پیامدهای جهانی، منافع خود را دنبال کنند. در جهان امروز که به سوی بی‌ثباتی بیشتر حرکت می‌کند، کشورها به دنبال راه‌های جدیدی برای اثبات خود در سطح جهانی هستند و مثال امارات هم جنبه‌های مثبت و هم خطرات احتمالی چنین تلاش‌هایی را نشان می‌دهد.»

طرح بانک مرکزی با وجود حواشی زیاد بالاخره قانون شد

پوست‌اندازی سیاستگذار پولی



بخش دولتی یا دست کم با کمترین درجه وابستگی به دولت را توصیه می‌کند، اما قانون جدید چندان از قانون فعلی متمایز نیست. همانطور که گفته شد، در طرح اولیه پیش‌بینی شده بود که ترکیب اعضای هیأت عالی بانک مرکزی به مانند سنت متعارف در بانکداری جهان تماماً از بین کارشناسان انتخاب شوند، اما شوربختانه بار سیاسی ترکیب هیأت عالی بانک مرکزی بر بار کارشناسی آن چربید و چندان تفاوتی از ترکیب فعلی شورای پول و اعتبار پیدا نکرد. طبق قانون جدید در هیأت عالی بانک مرکزی، وزیر اقتصاد، رئیس سازمان برنامه و بودجه، دو نفر از نمایندگان شورای فقهی هم به میان می‌آید؛ زیرا در طرح «قانون بانک مرکزی» عملاً شورای فقهی می‌تواند تمام تصمیمات بانک مرکزی را اوتو کند که در این صورت هم از بار کارشناسی سیاست‌های بانک مرکزی کاسته می‌شود و هم عملاً قدرت سیاست‌گذاری از سیاستگذار پولی سلب می‌گردد. البته تبعات و پیامدهای طرح «قانون بانک مرکزی» تنها منوط به موارد پیش گفته نیست و از آنجا که «قانون بانک مرکزی» یک قانون مادر به حساب می‌آید، بیم آن می‌رود که اثرات این قانون تا زندگی روزمره شهروندان نیز پیش برود.

محک استقلال بانک مرکزی

در واپسین روز مهرماه و در گرماگرم نهایی شدن طرح «قانون بانک مرکزی»، پژوهشکده پولی و بانکی به عنوان بازوی پژوهشی بانک مرکزی در یک گزارش ویژه با عنوان «**رقابتی اقتدار بانک مرکزی از مسیر تدوین قانون بانک مرکزی**»، به بررسی جوانب مختلف طرح پرداخت و مولفه‌های اثرگذار در افزایش استقلال بانک مرکزی را موشکافی کرد؛ مواردی که به نظر می‌رسد در طرح «قانون بانک مرکزی» چندان لحاظ نشده است.
ایسن گزارش، ماموریت اول بانک مرکزی را مهار تورم می‌خواند و پیرامون ساختار سازمانی بانک مرکزی می‌نویسد: «مهمترین اقدام در حوزه ساختار سازمانی بانک مرکزی، تعیین یک هیأت‌مدیره مستقل از بخش دولتی یا حضور کمترین اعضای وابسته به دولت است. هم‌اکنون طبق قانون پولی و بانکی، اعضای شورای پول و اعتبار عمدتاً وابسته به ارکان دولتی هستند و با داشتن اکثریت نسبی، هر یک از آنها نیز بخش‌های با منافع متفاوتی را نسبت به یک سیاستگذار پولی متولی کنترل تورم و حفظ ثبات قیمت‌ها نمایندگی می‌کنند. به عبارتی دیگر، همان‌گونه که تجارب چند دهه گذشته نشان داده است، سیاست‌های مناسب از منظر این افراد در عمده موارد با نظرات بدنه کارشناسی بانک مرکزی یکسان نیست و به‌کرات تفاوت‌های در رویکرد آنها به مباحث سیاست پولی مشاهده شده است.

از آنجا که در نهایت اقدامات سیاستی بانک مرکزی باید به تصویب این شورا برسد، فقدان منافع مشترک و عدم پاسخگویی اعضا سبب شده است در مواردی که دیدگاه کارشناسی و تخصصی بدنه بانک مرکزی اعمال سیاست‌های مشخصی را برای مقابله با تکنه‌های وارده به اقتصاد تجویز کرده است، با مخالفت مغزای شد و اعتبار مواجه شود و در نتیجه به سبب عدم‌واکاش مناسب و بهینه، از این حوزه زبان‌های رقاهی به اقتصاد ایران وارد شود. اصلاح این شورا و ایجاد یک هیأت‌مدیره مستقل از مدیران اجرایی بانک مرکزی و خیرگان پولی که مستقل از سایر ارکان دولت هستند، علاوه بر اینکه از اعمال سیاست‌های پولی به‌نگام و بهینه حمایت خواهد کرد، سبب کاهش سلطه مالی نیز خواهد شد. این مهم از آنجا که اقتصاد ایران وابسته به درآمدهای ارزی نفت است و تکنه‌های مثبت و منفی بهای جهانی نفت و همچنین میزان صادرات نفت آثار چشمگیری در درآمدهای دولت دارد، نقش برجسته‌ای خواهد داشت.»

بار کارشناسی هیأت عالی

با وجودی که پژوهشکده پولی و بانکی در این گزارش بر لزوم استقلال بانک مرکزی از دولت تأکید می‌کند و تعیین یک هیأت‌مدیره مستقل از

ایمان ولی‌پور

ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

دو سه هفته قبل بود که رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس از نهایی شدن بررسی طرح «قانون بانک مرکزی» در مجمع تشخیص مصلحت نظام خبر داد و حالا طبق شنیده‌ها به نظر می‌رسد که این قانون در روزهای آینده اجرایی خواهد شد. با وجود حواشی متعددی که طرح «قانون بانک مرکزی» از سر گذراند و با اعتراض مدیران و کارشناسان بانکی مواجه شد، سرانجام در نظر می‌رسد پس از رفت و برگشت‌های زیاد میان مجلس، شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام باید این طرح را نهایی و تمام شده دانست. آسیب به استقلال بانک مرکزی از مهمترین ایراداتی است که به این طرح وارد است؛ مخصوصاً که حذف و اضافه موارد متعدد در طرح اولیه باعث شده تا «قانون بانک مرکزی» هیچ شباهتی به نسخه اولیه خود نداشته باشد و از همین رو اکثر کارشناسان، قانون فعلی را بهتر از قانون جدید ارزیابی می‌کنند.

طرح «قانون بانک مرکزی»، بخشی از طرح مفصل «بانکداری جمهوری اسلامی» است که در کمیسیون اقتصادی مجلس دهم تدوین شد و در مجلس یازدهم به تصویب رسید. این طرح، انتقاد بسیاری از مدیران و فعالان بانکی را به دنبال داشت و با ۱۵۲ ایراد شورای نگهبان و ۱۹ ایراد مجمع تشخیص مصلحت نظام روبه‌رو شد. جمعی از اقتصاددانان شناخته‌شده نیز در میانه سال گذشته طی بیانیه‌ای نسبت به پیامدهای این طرح واکنش نشان دادند و آن را ناقض بسیاری از اصول بانکداری نوین قلمداد کردند. به گفته آنها، «طرح قانون بانک مرکزی به جای آنکه گامی در جهت حل معضلات نظام بانکی باشد، خود گره‌های جدیدی در نظام پولی ایران ایجاد خواهد کرد.» این طرح در پی اصلاح قانون بانک مرکزی ایران، مصوب سال ۱۳۵۱ است که پس از بررسی‌های کارشناسی در اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۱ نهایی شد و در خرداد سال گذشته به دست نمایندگان مجلس رسید. حالا انظور که «محمدرضا پورابراهیمی»، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس در آخرین روز مهرماه خبر داد، این قانون در مجمع تشخیص مصلحت نظام نهایی شده و طبق شنیده‌ها در آینده نزدیک اجرا خواهد شد.

تغییرات ساختار سازمانی

به نظر می‌رسد مهمترین و چشمگیرترین ویژگی طرح «قانون بانک مرکزی»، تغییر نهاد تصمیمگیر بانک مرکزی و جایگزینی هیأت عالی به جای شورای پول و اعتبار است. جدا از آنکه نام نهاد تصمیمگیر بانک مرکزی از شورای پول و اعتبار سه هیأت عالی تغییر کرده، ترکیب اعضا و وظایف و اختیارات این نهاد اما چندان – حداقل از نظر وابستگی به دولت – تغییری نکرده است. از نظر ترکیب اعضا در کنار وزیر اقتصاد باید به حضور رئیس سازمان برنامه و بودجه در هیأت عالی اشاره کرد که منصوب رئیس جمهور است. همچنین روسای اتاق‌های بازرگانی ایران و تعاون هم از ترکیب هیأت عالی حذف شده‌اند. از سسوی دیگر، چهار عضو غیراجرایی که کارشناس هستند، به پیشنهاد رئیس کل بانک مرکزی و حکم رئیس جمهور در هیأت عالی بانک مرکزی منصوب و عزل می‌شوند. این چهار عضو غیراجرایی به صورت تمام وقت در بانک مرکزی حاضر هستند و شغلی غیر از تدوین در دانشگاه نمی‌توانند داشته باشند. دادستان کل کشور نیز با تصمیم مجمع تشخیص مصلحت نظام به ترکیب هیأت عالی اضافه شده است.

تعداد معاملات ملکی در میانه پاییز اندکی افزایش یافت

بازار مسکن همچنان کم‌ررق

معاملات ملکی مواجه شده است. پس از منطقه ۶ نیز منطقه ۹ تهران با رشد ۲۴٫۸ درصدی و منطقه ۱۷ با رشد ۳۱٫۹ درصدی حجم معاملات مسکن نسبت به ماه قبل قرار دارند. همچنین در منطقه ۸ تهران نیز تعداد معاملات واحدهای مسکونی در آبان ماه نسبت به مهرماه با رشد ۲۷٫۵ درصدی و در منطقه ۳ با رشد ۲۲٫۵ درصدی مواجه شده است. براساس این گزارش، بازار مسکن در هفته‌ای که گذشت، مطابق انتظار با رکود علاوه بر اینکه از اعمال سیاست‌های پولی به‌نگام و بهینه حمایت زمان پایان آن را تخمین بزنند. برخی کارشناسان معتقدند بازار مسکن در سال آینده متناسب با نرخ تورم رشد می‌کند، اما این اظهارنظر نیز چندان قوی نیست؛ زیرا بازار ملک به دلیل تاثیرپذیری از دست کم ۹ متغیر اقتصادی بعضاً پیش‌بینی‌ها را به چالش می‌کشد. به گزارش «ایستنا»، بازار مسکن هفته کم‌نوسانی را همانند شش ماه گذشته پشت سر گذاشت. خرید و فروش ملک به پایین‌ترین میزان خود در سه سال گذشته رسیده و فعالان این بازار پیش‌بینی دقیقی از آینده آن ندارند. از تیرماه امسال به بعد معاملات مسکن در کانال ۲ هزار واحد قرار گرفته که از آذرماه ۱۳۹۹ تاکنون بی‌سابقه بوده است. اگرچه در مهرماه تعداد معاملات ۲۰ درصد نسبت به شهریور افزایش یافت اما بسیار کمتر از آن است که بتوان عنوان رونق به آن داد. در شهریور و مهر امسال نیز به ترتیب ۲ هزار و ۶۱۰ فقره و ۳ هزار و ۱۱۱ فقره معامله مسکن در پایتخت با رکود سرسید که از کاهش ۴۲ درصدی و ۵۶ درصدی نسبت به زمان مشابه سال قبل حکایت دارد.

قیمت‌ها نیز تحت تاثیر رکود معاملات و البته آرامش بازار ارز به ثبات رسیده و در مواقعی کاهش یافته است. قیمت‌های قطعی در مقایسه با خرداد امسال حدود ۲ درصد و نرخ‌های پیشنهادی تا ۲۰ درصد کاهش یافته است. آخرین آماری که به نقل از بانک مرکزی ارائه شده، گویای

با ادامه روند تورمی موجود، طبقه متوسط تا یکی دو سال دیگر کاملاً حذف می شود

سورپرایز مالیاتی بودجه ۱۴۰۳



دلارزدایی ندارد. او با بیان اینکه عملاً درآمدهای ارزی ما باید تبدیل به ریال شود و اصلاً درآمدهای ارزی ما دلاری است، می‌گوید: من اصلاً ذهنیتی ندارم که این اتفاق برای چه رخ داده است. ذهنیت دولتمردان از تبدیل واحد ارزی از دلار به یورو شاید صرفاً یک حالت نمادین داشته باشد، چون هیچ مفهوم اقتصادی از دل آن خارج نمی‌شود؛ نه مفهوم دلارزدایی را می‌رساند و نه دارای بار استراتژی اقتصادی است. فقط صرفاً یک تغییر نمادین است. این اقتصاددان، رشد مالیات‌ها را نگران‌کننده می‌داند و می‌افزاید: در حوزه مالیات‌ها، رشد بالایی ایجاد شده و واقعا نگران هستم. در دنیا بیش از ۸۰ درصد بودجه دولت‌ها از مالیات است و مالیات، سهم مهمی در بودجه دولت‌ها دارد. ولی نکته اینجاست که در دنیا وقتی مالیات پرداخت می‌شود، دولت باید گزارش عملکرد مصرف مالیات را بدهد. در عین حال، بهره‌وری و کارآمدی نظام اداری بالاست؛ یعنی وقتی مالیات به دولت می‌دهید، خیال‌تان راحت است که یک نظام اداری چابک و کارآمد با بهره‌وری بالا وجود دارد و به همین دلیل، مالیات‌های پرداختی، سوخت نمی‌شود. بنابراین میل و انگیزه پرداخت مالیات هم وجود دارد. من در حال حاضر واژگانی مثل داروغه نانتینگهام را می‌شنوم. دلیل این حرف‌ها این است که دولت‌های ما غیربهره‌ور هستند.

شکاف حقوق و دستمزد با تورم

«وحید شقاقی» با بیان اینکه شکاف حقوق و دستمزد با تورم عمیق‌تر شده است، اضافه می‌کند: از سال ۱۳۹۷ وارد دوران تورم‌های بالا شدیم و میانگین تورم بالای ۴۰ درصد بوده، اما رشد حقوق و دستمزد چه برای کارمندان و چه برای کارگران زیر ۲۰ درصد بوده است. این موجب شده تا در طول شش سال گذشته، شکاف عمیقی بین حقوق و دستمزد‌ها با تورم ایجاد شود؛ به خصوص در دارایی‌های سرمایه‌ای که نرخ پایه بالا دارند، این شکاف بسیار عمیق و دست‌نیافتنی شده است؛ مثل مسکن، خودرو و کالاهای بادوام. او با ذکر مثالی ادامه می‌دهد: افزایش ۵۰ درصدی مسکن با افزایش ۵۰ درصدی حقوق و دستمزد حل نمی‌شود. مسکن یک دارایی با نرخ پایه بالا است. برای مثال، نرخ پایه مسکن را در نظر بگیرید که یک میلیارد تومان است؛ یعنی اگر خانه‌ای ۵۰ متری را پنج سال پیش می‌خواستید خریداری کنید، یک میلیارد تومان می‌شد. این خانه وقتی رشد ۵۰ درصد دارد، به این مفهوم است که یک میلیارد تومان، ۱٫۵ میلیارد تومان شده است. این یعنی ۵۰۰ میلیون تومان افزایش قیمت داشته است. حالا حقوق و دستمزد ۱۰ میلیون تومان بود که اگر ۵۰ درصد به آن اضافه کنید، ۱۵ میلیون تومان می‌شود؛ یعنی ۵ میلیون تومان در ماه حقوق اضافه می‌شود که در سال ۶۰ میلیون تومان می‌شود. این اقتصاددان با تأکید بر لزوم مهار تورم می‌گوید: حالا این نکته وجود دارد که افزایش حقوق و دستمزد زیر ۲۰ درصد بوده است؛ به غیر از یک استثنا که در یک دوره رشد ۴۹ درصدی داشت که کارفرما هم راضی هم نبود، اما در مقابل، تورم بالای ۴۰ درصد بوده است. من دیدم برای

فرصت امروز؛ در مرحله‌ای شدن فرآیند بررسی لایحه بودجه در مجلس از امسال باعث شده تا لایحه بودجه ۱۴۰۳ با سال‌های قبل، تفاوت‌های زیادی داشته باشد و بسیاری از جزئیات درآمدها و مخصوصاً هزینه‌های دولت در مرحله اول منتشر نشود. با این حال، همین بخش نخست لایحه بودجه امسال هم حاوی نکات مهمی است که روی دخل و خرج زندگی بسیاری از مردم تاثیر خواهد گذاشت؛ تا جایی که اعداد و ارقام بودجه ۱۴۰۳ این روزها موجی از انتقاد را نه‌تنها در میان اقتصاددانان، بلکه در بین مردم عامی ایجاد کرده است. از افزایش حقوق ۱۸ درصدی کارمندان که فاصله ۲۷ درصدی با نرخ تورم دارد و همینطور افزایش حقوق ۲۰ درصدی بازنشستگان که ۲۵ درصد از تورم ۴۵ درصدی عقب مانده است تا رشد ۵۰ درصدی مالیات‌ها، به باور اقتصاددانان، در پنج شش سال گذشته با تورم‌های بالا، جامعه فقیرتر شده و این سوال مطرح می‌شود که دولت از جامعه فقیر چه مالیاتی می‌خواهد بگیرد؟

در همین خصوص، یک اقتصاددان نسبت به حذف طبقه متوسط جامعه هشدار می‌دهد و می‌گوید: دولت بداند که اگر تورم یکی دو سال دیگر ادامه پیدا کند، موجب حذف کامل طبقه متوسط جامعه خواهد شد. متأسفانه ساختار بودجه تغییری نکرده است. دولت در برنامه هفتم توسعه گفته بود که بودجه‌ریزی از ابتدای برنامه، برنامه‌محور و عملیاتی خواهد شد، ولی با توجه به اعداد و ارقامی که منتشر شده است، کلیت بودجه کفایت از تغییر ساختار بودجه ندارد. به عقیده «وحید شقاقی» عملاً ساختار بودجه دگرگون نشده و وقتی ساختار بودجه را دگرگون نمی‌کنید، مسائل و مشکلات بودجه‌های گذشته پابرجا خواهد بود.

مالیات به روش داروغه نانتینگهام؟

با رشد حدود ۵۰ درصدی مالیات‌ها در لایحه بودجه ۱۴۰۳، این روزها کلماتی چون دریافت مالیات‌ها به سبک داروغه نانتینگهام بر سر زبان‌ها افتاده است. در همین زمینه، «وحید شقاقی» در تحلیل اعداد و ارقام بودجه به «خبرآنلاین» توضیح می‌دهد: یکی از مسائلی که همیشه اقتصاددانان روی آن تأکید داشتند، لزوم تفکیک بودجه ریالی و بودجه ارزی بود. این بحث درستی است و بسیاری از اقتصاددانان و حتی مراکز پژوهشی تأکید دارند که بهتر است بودجه ریالی از بودجه ارزی جدا شود؛ یعنی بودجه ریالی مبتنی بر مالیات و سایر درآمدهای ریالی باشد؛ بودجه ارزی هم مبتنی بر درآمدهای حاصل از صادرات نفت و دیگر درآمدهای ارزی باشد. در عین حال، بودجه ارزی صرفاً برای پروژه‌های عمرانی و توسعه زیرساخت‌ها هزینه شود و بودجه ریالی هم صرفاً برای اداره دستگاه‌های اجرایی و هزینه‌های جاری دولت باشد. این یک گزاره منطقی است و تقریباً جزو موارد نادری است که اقتصاددانان روی آن اجماع دارند، اما همچنان روندهای گذشته ادامه دارد و هیچ تفکیکی بین بودجه ریالی و دلاری نمی‌شود. حالا امسال به جای دلار، نرخ ارز را به یورو آورده‌اند که این هم اتفاق خاصی نیست. تبدیل واحد ارزی از دلار به یورو، مفهوم



اخبار

قیمت سکه ۲۰۰ هزار تومان بالا رفت

سکه در آستانه ۲۹ میلیون

قیمت سکه طلا در بازار تهران به سقف کانال ۲۸ میلیون تومان رسید. در جریان دادوستدهای روز شنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با قیمت ۲۸ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان معامله شد که در مقایسه با آخرین روز کاری هفته گذشته (روز پنجشنبه ۲ آذرماه)، رشد ۲۰۰ هزار تومانی را نشان می‌دهد. سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز در مقایسه با روز پنجشنبه گذشته با ۳۰۰ هزار تومان افزایش قیمت با نرخ ۲۵ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. نیم‌سکه ۱۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۵ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه و ربع سکه نسبت به آخرین روز کاری هفته گذشته هر کدام ۲۰۰ هزار تومان افزایش قیمت داشتند. هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران نیز ۲ میلیون و ۴۴۶ هزار و ۱۰۰ تومان داد و ستد شد. بهای هر انس طلا در بازارهای جهانی به ۲ هزار و چهار دلار رسید.

همچنین قیمت هر اسکناس دلار آمریکا در معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران در مقایسه با روز کاری قبل (پنجشنبه) ۵۵ تومان و نرخ هر اسکناس یورو ۳۲۴ تومان افزایش یافت. در معاملات روز شنبه مرکز مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار آمریکا به ۴۱ هزار و ۷۷۷ تومان و نرخ حواله دلار نیز به ۳۷ هزار و ۹۷۹ تومان رسید که در مقایسه با روز کاری قبل (پنجشنبه) به ترتیب ۵۵ تومان و ۵۰ تومان افزایش داشت. هر اسکناس یورو نیز با کاهش حدود ۳۲۴ تومان در مرکز مبادله ایران به ۴۵ هزار و ۶۷۵ تومان و نرخ حواله یورو با کاهش ۲۹۵ تومانی به ۴۱ هزار و ۵۲۳ تومان رسید. اسکناس درهم امارات ۱۱هزار و ۳۷۵ تومان ارزش گذاری شد و نرخ حواله درهم نیز ۱۰ هزار و ۳۴۱ تومان است.

در بودجه سال آینده

وام ازدواج ۳۵۰ میلیون تومان شد؟

نایب‌رئیس کمیسیون تلفیق لایحه بودجه ۱۴۰۳ گفت کمیسیون تلفیق، وام ازدواج جوانان را ۳۵۰ میلیون تومان و سایر متقاضیان را ۳۰۰ میلیون تومان تعیین می‌کند تا با این کار از جوانان حمایت شود. «سیدمحسن دهیون»، عضو هیأت رئیسه مجلس در مطلبی در صفحه توئیتر خود نوشت: «سازمان برنامه و بودجه مانند پارسال، چگونگی تسهیلات ازدواج و فرزندآوری را از لایحه بودجه حذف کرد و اختیارات را به شورای پول و اعتبار داد. در کمیسیون تلفیق با تصویب وام ازدواج برای پسران زیر ۲۵ و دختران زیر ۲۳ سال، ۳۵۰ میلیون تومان و سایر متقاضیان ۳۰۰ میلیون، از جوانان حمایت می‌کنیم.» گفتنی است بخش اول لایحه بودجه مربوط به ماده واحده مشتمل بر احکام مورد نیاز برای اجرای بودجه کل کشور و سقف منابع بودجه عمومی دولت به تفکیک درآمدها و واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای و مالی و اجزای اصلی آنها منتشر شده است. قرار بود دولت در روز ۳۰ آبان ماه لایحه بودجه ۱۴۰۳ را به مجلس تقدیم کند که بنا بر گفته «علی بهادری جهرمی» سخنگوی دولت، با درخواست هیأت رئیسه مجلس این موضوع به بعد از اتمام بررسی برنامه هفتم توسعه موکول شده است. «احمد نادری»، عضو هیأت رئیسه مجلس هم گفت که تقدیم لایحه بودجه ۱۴۰۳ به مجلس به بعد از هفته سرکنشی نمایندگان به حوزه‌های انتخابیه موکول می‌شود. همچنین «مسح زنگنه»، سخنگوی کمیسیون تلفیق لایحه بودجه هفتم توسعه گفت که مجلس شورای اسلامی در مصوبات خود در برنامه هفتم توسعه، سقف حقوق کارکنان را برنداشت بلکه امکان قانون‌گذاری در قوانین بودجه سالانه برای حقوق و مزایا را گرفت، بدین شکل که حقوق و مزایای حقوقی درافتی کارکنان مشمول قوانین مربوطه است. به گفته «زنگنه»، دو قانون نظام هماهنگ پرداخت و مدیریت خدمات کشوری در مورد احکام، سقف و ضرایب حقوق کارکنان دولت وجود دارد. ما در برنامه هفتم توسعه تنها موضوعی را تصویب کردیم که به موجب آن حقوق و مزایای دریافتی کارکنان وزارتخانه‌ها و موسسات دولتی و نیروهای مسلح مشمول قوانین مربوطه است. این مصوبه به این دلیل است که در مجالس قبلی در یک دوره افزایش حقوق یک قشر بیست و یک برابر حداقل حقوق تعیین می‌شد و در مجلسی دیگر میزان افزایش حقوق پنج برابر حداقل حقوق به تصویب می‌رسید؛ این بی‌نظمی‌ها باعث بالا و پایین شدن حقوق افراد می‌شد و هر مجلسی می‌توانست سقف را تغییر دهد نتیجه آن افزایش یک مرتبه حقوق افرادی مثلاً بالاتر از پنج برابر بود و یا اینکه در سال دیگر حقوق افراد کم می‌شد. سخنگوی کمیسیون تلفیق لایحه برنامه هفتم توسعه توضیح داد: برای اینکه جلوی بی‌نظمی‌ها را بگیریم در این مصوبه آوردیم که قانون دائمی درباره حقوق‌ها ملاک باشد اگر قانون دائمی ایراد و اشکالی دارد و باعث بی‌عدالتی می‌شود باید آن را در قالب لایحه و یا طرح دو فوریتی اصلاح کرد نه اینکه در بودجه سالیانه نرخ مالیات و حقوق تعیین شود. بر این اساس در مصوبه خود سقف حقوق کارکنان دولت را برنداشتیم بلکه امکان قانون‌گذاری در قوانین بودجه سالانه برای حقوق و مزایا را گرفتیم و همه چیز مشمول قوانین مربوطه می‌شود. در واقع، ما گفتیم سقف حقوق مربوط به همان چیزی است که در قوانین دائمی آمده است.

نگاهی به آمار صادرات در ۸ ماهه امسال

چرا تراز تجاری غیرنفتی منفی است؟

در هشت ماهه نخست امسال، میزان صادرات غیرنفتی حدود ۳۲ میلیارد دلار و واردات حدود ۴۲٫۱ میلیارد دلار بوده که نشان‌دهنده تراز منفی تجاری است و بخش مهمی از کسری‌های تراز تجاری غیرنفتی نیز ناشی از کاهش قیمت‌های جهانی به ویژه در حوزه محصولات پتروشیمی بوده است. براساس اطلاعات منتشرشده از سوی وزارت امور اقتصادی و دارایی، در هشت ماهه امسال ۹۰ میلیون تن صادرات غیرنفتی به ارزش بیش از ۳۲ میلیارد دلار انجام شده که در مقایسه با سال گذشته به لحاظ وزنی ۲۷ درصد و به لحاظ ارزشی ۱۶ درصد افزایش داشته است. همچنین آمار تجارت خارجی نشان می‌دهد که در این بازه زمانی مجموعاً ۲۴٫۷ میلیون تن واردات به ارزش ۴۲٫۱ میلیارد دلار انجام شده که به لحاظ وزنی واردات حدود ۴ درصد و به لحاظ ارزشی حدود ۱۲ درصد افزایش داشته است.

براساس این گزارش، در هشت ماه امسال تراز تجاری غیرنفتی کشور مثبت نیست، اما با لحاظ نفت، تراز تجاری کشور بیش از ۱۰ میلیارد دلار مثبت شده است. البته بخش مهمی از کسری‌های تراز تجاری غیرنفتی، ناشی از کاهش قیمت‌های جهانی به ویژه در حوزه محصولات پتروشیمی است که بخش عمده‌ای از صادرات غیرنفتی ایران را تشکیل می‌دهد و حدود ۴۰ درصد کاهش قیمت‌های جهانی داشته است. به همین دلیل است که با وجود افزایش ۲۷ درصدی وزن در صادرات غیرنفتی نسبت به مدت مشابه سال قبل، کاهش قیمت‌های جهانی موجب شده تا صادرات به لحاظ ارزشی تنها ۱٫۶ درصد افزایش داشته باشد. علاوه بر این، عدم پیچیدگی فناوری در اقتصاد ایران موجب شده که متوسط ارزش یک وزن ثابت از کالاهای صادراتی، کمتر از واردات به همان وزن باشد.

سال آینده حقوق و دستمزد زیر ۲۰ درصد رشد داشته، ولی برآوردهای تورمی عده‌های بالای ۴۰ درصد است. من نمی‌خواهم بگویم که دولت، رشد حقوق و دستمزد‌ها را بالا ببرد، چون محل تأمین این منابع وجود ندارد، ولی دولت باید از ابتدای دوره خود بر کنترل تورم متمرکز می‌شد. بارها گفتم که اگر دولت نتواند تورم را کنترل کند، هیچ سیاست اقتصادی موفق نخواهد بود. دولت مسیر اشتباهی را رفت و خیلی روی تورم متمرکز نشد. فعلاً دولت سیزدهم دو تورم بالای ۴۰ درصد را به مردم تحمیل کرده است. سال آینده هم برآوردها نشان می‌دهد که تورم بالای ۴۰ درصد خواهد بود. تورم‌های بالای ۴۰ درصد با رشد حقوق و دستمزد زیر ۲۰ درصد نشان می‌دهد که مدام شکاف عمیق و عمیق‌تر می‌شود. این یعنی خطر حذف طبقه متوسط وجود دارد.

خطر حذف کامل طبقه متوسط

او به خطر حذف کامل طبقه متوسط اشاره می‌کند و یادآور می‌شود: با این وضعیت تورمی که پیش می‌رود، یکی دو سال آینده طبقه متوسط کاملاً حذف خواهد شد. من بارها به دولت گفتم‌ام که سیاست‌های دیگر که در یکصد سال گذشته هیچ دوره‌ای شش سال بی‌در پی تورم‌های نمی‌توانید اقتصاد را اداره کنید، ولی متأسفانه این مسئله جدی گرفته نشد. در این دولت دو تورم بیش از ۴۰ درصد را به مردم تحمیل کردیم و سال آینده هم برآوردها، تورم بالا را نشان می‌دهد. این تورم هم از سال ۱۳۹۷ شروع شده است، شش سال پی در پی تورم‌های بالای ۴۰درصد را داشتیم که در یکصد سال گذشته هیچ دوره‌ای شش سال بی‌در پی تورم‌های بالا نداشتیم. این موجب شده تا شکاف عمیقی بین حقوق و دستمزد و رفاه مردم با تورم بالا اتفاق بیفتد که برای سال آینده هم ادامه خواهد داشت. دولت بداند اگر تورم یکی دو سال دیگر ادامه پیدا کند، موجب حذف کامل طبقه متوسط جامعه خواهد شد. «وحید شقاقی» با طرح این سوال که از جامعه فقیر چه مالیاتی می‌خواهید بگیرید، تأکید می‌کند: در پنج شش سال گذشته با تورم‌های بالا، جامعه فقیر شده است. حالا من از دولت سوال می‌کنم که وقتی جامعه فقیر می‌شود، از چه می‌خواهید مالیات بگیرید؟! در دنیا سهم جامعه فقیر شده و اقتصاد کوچک شده است، شما از برای مثال، در آمریکا شرکت‌های بزرگی مثل اپل و مایکروسافت، درآمدها و ثروت‌های نجومی دارند و متناسب با آن مالیات می‌دهند، اما در ایران در دهه ۹۰ و دهه جدید، مردم فقیر شدند و در عین حال، شرکت‌ها بسیار کوچک و درآمذی‌ها بسیار افت کرده است. سود شرکت‌ها از بین رفته است و جامعه فقیر شده و اقتصاد کوچک شده است، شما از یک اقتصاد کوچک شده چه مالیاتی می‌خواهید بگیرید؟ ابتدای دهه ۹۰ تولید ناخالص داخلی ایران حدود ۶۰۰ میلیارد دلار بوده، اما الان حدود ۳۷۰ میلیارد دلار است؛ یعنی تقریباً اقتصاد ایران نصف شده است. خب اقتصادی که تحریف و جامعه‌های که فقیر شده، در بحث مالیات گرفتار شده است.

آخرین گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد

کاهش وام‌دهی بانک‌های دولتی

امسال هزار و ۷۹۱ همت بوده که از این میزان سهم بانک‌های تجاری معادل هزار و ۴۸ همت و سهم بانک‌های تخصصی نیز ۷۴۲ همت بوده است.

بررسی سهم بانک‌ها از میزان مانده تسهیلات پرداختی نشان می‌دهد که سهم بانک‌های دولتی در پایان تیرماه امسال در مقایسه با تیرماه سال گذشته کاهش یافته است. سهم بانک‌های دولتی (تجاری و تخصصی) از مانده تسهیلات اعطایی سیستم بانکی در پایان تیرماه سال گذشته معادل ۳۵٫۸ درصد بوده، در حالی که این سهم در پایان تیرماه امسال به ۳۳٫۷ درصد کاهش یافته است. کاهش سهم بانک‌های دولتی از مانده تسهیلات اعطایی در بازه زمانی مورد اشاره در بانک‌های تجاری بیش از بانک‌های تخصصی بوده است.

در طرف دیگر وام‌دهی بانک‌های غیردولتی (خصوصی و خصوصی شده) از مانده تسهیلات اعطایی سیستم بانکی کشور در پایان تیرماه امسال در مقایسه با پایان تیرماه سال گذشته از ۳۰٫۱ واحد درصد افزایش یافته و به ۶۶٫۳ درصد رسیده است. تغییرات مورد بررسی در

چند درصد خدمات بانک‌ها الکترونیکی است؟

معاون فناوری بانک مرکزی در پاسخ به این پرسش که مدل جدید اعتبارسنجی بانک‌ها از چه زمانی اجرا می‌شود، گفت: چون داده‌های مختلف از سازمان‌های دیگر می‌گیریم، بنابراین نمی‌توانیم تاریخ دقیق ارائه کنیم، اما به زودی اعتبارسنجی به مرحله عملیاتی کامل می‌رسد. «محرمان» همچنین در مورد اینکه آیا فقط افراد حقیقی اعتبارسنجی می‌شوند یا اشخاص حقوقی هم اعتبارسنجی خواهند شد، گفت: عمده کسانی که پوشش اعتباری ندارند، افراد حقیقی هستند، اما در مدل جدید پوشش صددرصدی اعتبارسنجی انجام می‌شود. وی در مورد پرداخت غیرحضوری تسهیلات تا سقف ۳۰۰ میلیون تومان عنوان کرد: مقررات در این زمینه کسبی را مجبور نکرده است، اما تشویق می‌کنیم که تسهیلات تا سقف ۳۰۰ میلیون تومان به شکل غیرحضوری پرداخت شود. برخی از بانک‌ها پرداخت تسهیلات به شکل

به گفته معاون فناوری بانک مرکزی، ۹۸ درصد خدمات بانکی دیجیتال‌سازی است و ۲ درصد باقیمانده هم مربوط به تسهیلات و وثیقه‌گذاری است که هنوز الکترونیکی نشده است. برخی بانک‌ها هم هنوز افتتاح حساب را به شکل غیرحضوری و الکترونیکی نکرده‌اند. «مهران محرمان»، معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی در رابطه با دریافت تسهیلات براساس رتبه اعتباری اعلام کرد: در حال حاضر همه متقاضیان تسهیلات بانکی چه خرد و چه کلان اعتبارسنجی می‌شوند، اما پوشش اعتبارسنجی برای افراد حدود ۳۰ درصد است و بقیه افراد هنوز رتبه اعتباری ندارند. به گفته وی، در مدل جدید بانک مرکزی اعتبارسنجی افراد به صورت کامل اجرا می‌شود. الان هم همه افراد استعلام اعتبارسنجی می‌شوند، اما بسیاری از افراد امتیاز اعتباری ندارند که این امر باعث بروز مشکلاتی شده است.

خبرنامه

سه‌م چین در رشد اقتصادی جهان به کمترین رقم رسید

چرخش چینی اقتصاد جهانی

پس از چند دهه به نظر می‌رسد دوره رشد عظیم اقتصاد چین به پایان رسیده است. اکنون دومین اقتصاد بزرگ جهان، سه‌م کمتری از تولید ناخالص داخلی جهانی را نسبت به دوران شکوفایی به خود اختصاص داده است. به گزارش «فاینشال تایمز»، اقتصاددانان هشدار می‌دهند که سه‌م چین از اقتصاد جهانی به پایین‌ترین حد از زمان «مائوتسه تونگ» رسیده است و این چرخش تاریخی می‌تواند منجر به ایجاد دگرگونی جهانی شود. «روشیر شمارما»، اقتصاددان و رئیس موسسه بین‌المللی راکفلر معتقد است که ظهور چین به‌عنوان یک ابرقدرت اقتصادی در یک پیچ تاریخی در حال وارونه شدن است و بزرگ‌ترین داستان جهانی نیم‌قرن گذشته ممکن است به پایان خود نزدیک شده باشد.از نظر «شمارما»، براساس ارزش دلار اسمی که به گفته او، دقیق‌ترین معیار قدرت نسبی یک اقتصاد است، سه‌م چین از تولید ناخالص داخلی جهان در سال ۲۰۲۲ شروع به کاهش کرده؛ زیرا اقدامات سختگیرانه علیه همه‌گیری در بیشتر طول سال گذشته پابرجا باقی ماند.

با وجود انتظارات مثبت برای بازگشت به حالت اولیه، سه‌م چین از تولید ناخالص داخلی جهانی در سال ۲۰۲۳ کاهش بیشتری خواهد یافت و به ۱۷ درصد خواهد رسید. چین در دو سال آینده نیز با افت ۱٫۴ درصدی تولید ناخالص داخلی جهانی مواجه خواهد شد، کاهشی که از دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ و زمانی که «مائوتسه تونگ» بر اقتصاد ضعیف این کشور ریاست می‌کرد، بی‌سابقه است. در دوران «مائو»، «جهش بزرگ رو به جلو» فاجعه‌بار او همچنان در حال ویران کردن اقتصاد بود و تا زمانی که رهبری جدید در اواخر دهه ۱۹۷۰ به اصلاحات مبتنی بر بازار معطوف نشد، اقتصاد شروع به تحول نکرد. در سال ۱۹۹۰، سه‌م چین از اقتصاد جهانی کمتر از ۲ درصد بود، اما تا سال ۲۰۲۱ به ۱۸٫۴ درصد افزایش یافت. «شمارما» باور دارد که چنین افزایش سریعی قیلا دیده نشده بود.

با توجه به کاهش کنونی سه‌م چین در تولید ناخالص داخلی جهانی، یکن هج سه‌می در رشد تولید ناخالص داخلی جهانی در دو سال گذشته نخواهد داشت؛ رشدی که در مجموع ۱۱۳ تریلیون دلار تخمین زده شده است. به گفته رئیس موسسه بین‌المللی راکفلر، افول چین می‌تواند جهان را تغییر دهد. از دهه ۱۹۹۰، سه‌م این کشور از تولید ناخالص داخلی جهان عمدتاً به هزینه اروپا و ژاپن افزایش یافته بود، دوقطبی که سه‌م آنها در تولید ناخالص داخلی جهانی طی دو سال گذشته نسبتاً ثابت باقی‌مانده است. در این میان، شکاف ایجادشده از غیاب چین عمدتاً توسط آمریکا و دیگر کشورهای نوظهور پر شده است. هند، اندونزی، مکزیک، برزیل و لیبستان نیز نیمی از دستاوردهای بازارهای نوظهور را به خود اختصاص خواهند داد و این نشانه قابل توجهی از جابه‌جایی‌های احتمالی قدرت‌ها در آینده نزدیک است.

یکن به‌نوبه خود هدف رشد سالانه ۵ درصدی را حفظ کرده و انتظار دارد که امسال آن را محقق سازد. این پیش‌بینی توسط پیش‌بینی ۵٫۴ درصدی صندوق بین‌المللی پول نیز پشتیبانی می‌شود اما «شمارما»، استفاده از رشد تولید ناخالص داخلی واقعی را به‌عنوان معیار رد می‌کند و معتقد است که این امر فضای مناسبی برای مقاصت چینی ایجاد می‌کند تا اعداد را مطابق با چشم‌انداز خود تغییر دهند و احتمال کاهش رشد را پنهان کنند، اما واقعیت این است که تولید ناخالص داخلی چین امسال برای اولین بار از سال ۱۹۹۴ براساس دلار اسمی کاهش خواهد یافت. از جمله عوامل کلیدی در کندی رشد اقتصادی چین می‌توان به مداخله رو به رشد دولت در مشاغل، آشننگی مداوم بدهی، بهره‌وری کمتر، کاهش تعداد کارگران و از دست دادن سرمایه‌گذاران خارجی اشاره کرد. طبق پیش‌بینی «شمارما»، تقریباً بدون توجه به عملکرد دولت چین در مدیریت کندی رشد اقتصادی، سه‌م این کشور در اقتصاد جهانی احتمالاً آینده نزدیک کاهش خواهد یافت. اکنون دنیای پس‌اچین است.

نرخ بهره ترکیه به ۴۰ درصد افزایش یافت

سیاست انقباضی در اقتصاد ترکیه

بانک مرکزی ترکیه برای مقابله با تورم خیره‌کننده ۶۱ درصدی این کشور، ششمین افزایش متوالی نرخ بهره را اجرا کرد و این نرخ را با ۵ درصد افزایش به ۴۰ درصد رساند. بدین ترتیب، بانک مرکزی ترکیه با اجرای ششمین افزایش متوالی نرخ بهره در تلاش برای مقابله با تورم حیرت‌انگیز و آزاردهنده این کشور، گام‌های جسورانه‌ای در مقابله با چالش‌های اقتصادی این کشور برداشته است. این حرکت در حالی صورت می‌گیرد که خانوارها با افزایش هزینه‌های کالاهای اساسی و تلاش برای تأمین هزینه‌های زندگی دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

بانک مرکزی در اقدامی غافلگیرکننده، نرخ بهره خود را به میزان قابل توجه ۵ درصد افزایش داد و آن را به ۴۰ درصد رساند. این تصمیم نشان‌دهنده انحراف از رویکرد غیرمتعارف قبلی «رجب طیب اردوغان»، رئیس‌جمهور ترکیه در کاهش نرخ بهره برای مبارزه با تورم دورقمی است؛ سیاستی که به آشننگی اقتصادی از جمله بحران ارزی و افزایش هزینه‌های زندگی منجر شده بود. نرخ تورم ترکیه در ماه گذشته به رقم خیره‌کننده ۶۱٫۳۶ درصد رسید که نگرانی‌های جهانی را برانگیخت. بسیاری این آشنفنگی اقتصادی را به روش‌های غیرمتعارف «ردوغان» و مقاومت در برابر رویه متعارف و پذیرفته‌شده افزایش نرخ بهره برای مقابله با تورم نسبت می‌دهند.

تغییر اخیر در همسویی سیاست‌های پولی با تغییرات گروه اقتصادی «اردوغان» پس از انتخاب مجدد او در ماه مه بوده است. گروه تازه منصوب‌شده به رهبری بانکدار سابق «مریل لیچان»، «مهمت شیمسک» به‌عنوان وزیر دارایی و «حافظه ارکان» به‌عنوان رئیس بانک مرکزی به‌سرعت به سمت معکوس کردن استراتژی قبلی مبنی بر پایین نگه‌داشتن نرخ بهره حرکت کرده است. «ارکان»، یکی از مدیران سابق بانکی مستقر در آمریکا، در ماه ژوئن نقش رئیس بانک مرکزی را برعهده گرفت و بر افزایش قابل توجه نرخ بهره اصلی از ۸٫۵ درصد به ۴۰ درصد فعلی نظارت داشته است. این تشدید قابل‌توجه سیاست پولی نشان‌دهنده تعهد به ایجاد یک دوره کاهش تورم و تثبیت اقتصاد است.

علی‌رغم اقدامات چشمگیر، بانک مرکزی اطمینان داد که دوران افزایش سریع نرخ بهره به‌زودی به پایان خواهد رسید. این بانک اعلام کرد که سطح فعلی انقباض پولی در حد موردنیاز برای ایجاد مسیر کاهش تورم است. این نهاد پیش‌بینی می‌کند که سرعت انقباض پولی کاهش می‌یابد و چرخه انقباض در یک دوره کوتاه تثبیل می‌شود. این تغییر استراتژیک رویکرد اقتصادی، با توجه به مقاومت تاریخی «ردوغان» در برابر اقدامات اقتصادی ارتدکس، با درجه‌ای از تردید مواجه شده است. بااین‌وجود، بانک مرکزی بر تعهد خود به حفظ نرخ‌های بهره بالا تا زمان تضمین ثبات قیمت‌ها ثابت‌قدم است.

شاخص کل بورس تهران در سطح ۲ میلیون واحد قفل شد

ورود پول حقیقی به بورس



فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران پس از دو روز کاری مثبت در پایان هفته گذشته، هفته نخست آذرماه را با افت ۰٫۱۱ درصدی آغاز کرد. بورس تهران پس از آنکه در ساعات اولیه معاملات شنبه افزایش یافت، در ادامه روند حقیقی را داشت که ارزش آن ۲۳ میلیارد تومان بود. پس از های‌وب معادل ۰٫۱۱ درصد بسنده کرد و در سطح ۲ میلیون و ۲۰ هزار واحد ایستاد. همچنین شاخص کل هم‌وزن که از همه نمادها به یک اندازه تأثیر می‌پذیرد، همگام با شاخص کل پایین آمد و با ۴۹۲ واحد معادل ۰۰٫۷ درصد ریزش در تراز ۷۰۵ هزار و ۷۳۱ واحد ایستاد. در آن سوی بازار سهام نیز شاخص کل فرابورس با افت ۹ واحدی به رقم ۲۵ هزار و ۱۰۳ واحد رسید. تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار برای چهارمین روز متوالی مثبت شد و ۴۳ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد.

شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز جاری با افت ۲ هزار و ۳۰۰ واحدی همراه شد تا هر آنچه را که در آخرین روز هفته گذشته رسته بود پنبه کند. ارزش معاملات در بازار بورس و اوراق بهادار تهران به حوالی ۴ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان رسید و همچنان این ارزش برای خیلی از فعالان بازار سهام، چیز چشمگیر و دندانگیزی محسوب نمی‌شود. نماد اخیر به همراه نماد نوری بیشترین تأثیر مثبت را روی شاخص کل بورس داشت و این دو نماد در مجموع تلاش کردند تا شاخص کل را مثبت نگه دارند، اما بزرگ‌ترهای بازار اجازه این کار را ندادند. فولاد، شستا، شتران و شپنا از جمله نمادهایی بودند که رخ بازار را به منفی کشیدند.

نماد های‌وب در صدر معاملات

«های‌وب» از پرمعامله‌ترین نمادهای بازار بود و بیشترین ورود پول حقیقی را داشت. در پایان معاملات روز شنبه ۴ آذرماه، شاخص کل بورس تهران ۲ هزار و ۳۱۳ واحد نسبت به روز معاملات قبل پایین‌تر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۲۰ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با افت ۴۹۲ واحدی در رقم ۷۰۵ هزار و ۷۳۱ واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با افت ۹ واحدی به رقم ۲۵ هزار و ۱۰۳ واحد و شاخص هم‌وزن فرابورس

با افزایش ۲۹۱ واحد به سطح ۱۲۸ هزار و ۳۲ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار برای چهارمین روز مثبت شد و ۴۳ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. نماد های‌وب، بیشترین ورود پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۲۳ میلیارد تومان بود. پس از های‌وب نیز نمادهای بورس، کترام، مبین و وپترو بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. بیشترین خروج پول حقیقی هم به نمادهای فملی، وبملت، نوری، خودرو و وشهر رسید.

فولاد، شستا و شتران نمادهای فرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. در مقابل اما اخیر، نوری و وغدیر از نمادهای سبب بودند که اثر مثبت بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای وسپهر، آریا و فرابورس بیشترین اثر کاهنده را بر شاخص داشتند و نمادهای فصب، بیپوند و مادیرا بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد ثامن بیشترین تراکنش را داشت و کترام و های‌وب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز فصب، کرومیت و بمولد بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۰ هزار و ۸۲۷ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه هزار و ۸۱۱ میلیارد تومان بود که ۱۷ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۲ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۴ هزار و ۱۱۰ میلیارد تومان رسید. نماد کگل بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۲۲۷ میلیارد تومان بود. در معاملات شنبه، ۵۸ نماد صف خرید داشتند و ۵۶ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صفهای خرید با افت ۲۴ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۱۶۷ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صفهای فروش نیز با افزایش ۳ درصدی به ۳۰۱ میلیارد تومان رسید.

قفل شاخص کل در ۲ میلیون واحد

شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز گذشته

پیش‌بینی تحلیلگران در نظرسنجی «پلومبرگ»

کاهش تولید اوپک پلاس تمدید می‌شود

در کوتاه‌مدت کاهش پیدا خواهد کرد.

از سوی دیگر، با وجود آنکه قیمت نفت با کاهش ریسک‌های ژئوپلیتیکی، در معاملات روز جمعه بازار جهانی کاهش پیدا کرد، اما نخستین رشد هفتگی را در یک ماه گذشته به ثبت رساند. بهای معاملات نفت برنت با ۸۴ سنت معادل یک درصد کاهش، در ۸۰ دلار و ۵۸ سنت در هر بشکه بسته شد. بهای معاملات وست تگزاس اینترمدیت آمریکا نیز با یک دلار و ۵۶ سنت معادل ۲ درصد کاهش، در ۷۵ دلار و ۵۴ سنت در هر بشکه بسته شد. نخستین گروه از اسرا در نخستین روز آتش‌بس چهار روزه برای تبادل اسرا میان رژیم صهیونیستی و مقاومت فلسطین آزاد شدند. «جان کیلداد» از شرکای شرکت «اِگپِن کپیتال» در نیویورک در این باره گفته است: این رویداد، ریسک پریمیوم را کاهش داد.

هر دو شاخص نفتی در آستانه دیدار تولیدکنندگان اوپک پلاس در هفته جاری که کاهش تولید به دلیل اکت اخیر قیمت در دستور کارش قرار دارد، نخستین رشد هفتگی خود در پنج هفته گذشته را رقم زدند. اوپک و متحدانش روز چهارشنبه با اعلام به تعویق افتادن نشست وزیران اوپک پلاس به مدت چهار روز، بازار را غافلگیر کردند. تولیدکنندگان این گروه ظاهراً سرگرم مذاکره برای رسیدن به توافق درباره سطح تولیدشان هستند. یک منبع آگاه در اوپک پلاس، در روز چهارشنبه هفته گذشته با اشاره به مسائل پیرامون سایر تولیدکنندگان اظهار کرده بود: «الکساندر نواک»، معاون نخصت وزیر روسیه و شاهزاده «عبدالعزیز بن سلمان»، وزیر انرژی عربستان سعودی توافق کردند که زمان برگزاری نشست وزیران اوپک پلاس را از ۲۶ نوامبر (۵ آذرماه) به ۳۰ نوامبر (۹ آذرماه) به تعویق بیندازند.

به گفته سه منبع آگاه، اوپک پلاس به توافق با تولیدکنندگان آفریقایی این گروه درخصوص سطح تولیدشان در سال ۲۰۲۴، نزدیک شده است. «تونی سایکلمور»، تحلیلگر بازار شرکت آی جی در استرالیا، در یادداشتی نوشته است: به نظر می‌رسد محتمل‌ترین نتیجه این مذاکرات، تمدید کاهش عرضه فعلی باشد.

نفت برنت در واکنش به این تأخیر غیرمنتظره در اواسط معاملات روز چهارشنبه، حداکثر ۴ درصد و شاخص نفت آمریکا، ۵ درصد ریزش کرد. «کرگ ارلام»، تحلیلگر ارشد بازار در شرکت OANDA نیز در این باره گفت: اصلاً تعجب نخواهم کرد شاهد درز اطلاعاتی در آخر هفته باشم که همچنان روی قیمت نفت در آغاز معاملات هفته بعد تأثیر گذار خواهد بود، نشست روز پنجشنبه اوپک پلاس می‌تواند تا حدودی خیال معامله‌گران را راحت کند.

نقطه روشن برای بازار نفت، دورنمای اقتصادی کوتاه‌مدت چین بود. به گفته «تینا تنگ» تحلیلگر بازار شرکت «سی ام سی مارکت»، آمار اخیر چین و کمک جدید به بخش املاک مقروض این کشور، می‌تواند برای بازار نفت در کوتاه مدت، مثبت باشد. با این حال، رشد قیمت نفت ممکن است به دلیل ذخایر بالاتر نفت در آمریکا و حاشیه سود ضعیف پالایش که تقاضا برای نفت از سوی پالایشگاه‌ها را کمتر خواهد کرد، محدود شود. همچنین تحلیلگران گروه بانکی ANZ در یادداشتی نوشتند: عوامل

تلفن مستقیم: ۰۷۳۳۶۹۰۸۶

با افت ۲ هزار و ۳۰۰ واحدی همراه شد تا هر آنچه را که در آخرین روز هفته گذشته رسته بود پنبه کند. در جریان معاملات روز شنبه، ارزش معاملات در بازار بورس و اوراق بهادار تهران به حوالی ۴ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان رسید و همچنان این ارزش برای خیلی از فعالان بازار چیز دندانگیزی محسوب نمی‌شود. نماد اخیر به همراه نماد نوری بیشترین تأثیر مثبت را بر روی بازار سرمایه داشت و این دو نماد در مجموع تلاش کردند تا شاخص را مثبت نگه دارند، اما بزرگ‌ترهای بازار اجازه این کار را ندادند. فولاد، شستا، شتران و شپنا از جمله نمادهایی بودند که رخ بازار را به منفی کشیدند.

شاخص کل بورس تهران بدون تغییر خاص نسبت به روزها و هفته‌های گذشته در همان محدوده ۲ میلیون واحدی ایستاده است. از منظر تکنیکالی با بررسی روندهای ایجادشده در حال حاضر شاهد روند بی‌رقم و ثابت در بازار هستتیم به‌طوری‌که میانگین شاخص ۵۵ روزه و ۲۰۰ روزه شاخص کل در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. از منظر تکنیکالی، شاخص کل بورس و اوراق بهادار در یک باکس حمایتی-مقاومتی قرار دارد و اهالی تکنیکالیست بازار سرمایه در این مواقع به الگوی مستطیل اشاره می‌کنند که این امکان برای این الگو وجود دارد که یکی از سطوح حمایتی یا مقاومتی ایجادشده در بازار را بشکند و به اندازه موج قبلی تشکیل شده برای این الگوی کلاسیک شاهد شروع روند باشیم. البته که اکثریت بازار در این موضوع توافق دارند که بازار توان حرکت به سمت اعداد و ارقام بالاتر را خواهد داشت. در معاملات روز گذشته، ۳۲۱ هزار و ۸۴۷ معامله به ارزش ۴۵۶۷ میلیارد تومان در بازار بورس صورت گرفت. نمادهای فولاد، اخیر، شستا، شتران، شپنا، نوری و شبنبدن از جمله نمادهایی بودند که بیشترین تأثیر را بر شاخص کل داشتند که البته به جز اخیر و نوری، سایر نمادها فرمز شدند. همچنین ثامن، کترام، های‌وب، سفها، کسرا، شستا و خگسنتا و نمادهای پرتراکنش بازار بودند که به جز ثامن و های‌وب، بقیه منفی به کار خود پایان دادند.

بنیادین با رشد ذخایر نفت آمریکا، منفی شده است. با این وجود، دورنمای بلندمدت چین تیره مانده است. تحلیلگران می‌گویند رشد تقاضا برای نفت در نیمه اول سال ۲۰۲۴ به دلیل بحران املاک که تقاضا برای دیزل را متأثر خواهد کرد، حدود ۴درصد ضعیف می‌شود. به گزارش «رویترز»، رشد تولید غیراوپک هم قوی خواهد ماند. شرکت دولتی پتروبراس برزیل قصد دارد ۱۲۰ میلیارد دلار ظرف پنج سال آینده سرمایه‌گذاری کرده و تولید نفت را از ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه در روز در سال ۲۰۲۴، به ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار بشکه در روز تا سال ۲۰۲۸افزایش دهد.

آگهی مفقودی
<div><div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div></div> <div>برگ سبز خودرو وانت پیکان به شماره شهرداری ۲۱ ایران ۵۲۶ ق ۲۵به شماره موتور ۵۴۴۱۱۴F۰۰۲۰۰۲ و شماره شاسی ۴۲۹۶۰۲CG۶AA۵۶AAA۵۶متعلق به اینجناب محسن اکبری مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد</div> <div>رابط:کریم</div>

آگهی مفقودی
<div><div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div></div> <div>برگ سبز و کارت ماشین وسند کمپانی خودرو سواری سمنده به شماره شهرداری ۲۸ ایران ۷۱۲ ل ۱۲ به شماره موتور ۰۲۷۷۱۰۰۲۷۷H۰۰۱۴۷H و شماره شاسی ۵۵۴۷۶۰۵۵XDF۱H۳ACR۱NA۵۶متعلق به اینجناب هوشنگ اسکندری پور به به مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد</div> <div>رابط:کریم</div>

آگهی مفقودی
<div><div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div></div> <div>برگ سبز خودرو سواری سیستم جک تیب با کبریک معمولی ۵۵ ۲۰۰۰ مدل ۱۳۹۵ برنگ سفید روغنی شماره موتور ۰۴۶۷۵۷۱DGO۰۰۰۱۳۲HFC۲GA۳ و شماره شاسی ۱۲۷۴۴۴GB۱۷۳۱۷۳AKSH۳۱۲۷۳۱۲ شماره انتظلی ۹۱ – ۳۵۴ ص ۳۶ بنام سجاد خاتمی پور کل ملی ۰۲۱۳۱۹۱۱۱۶۳ مفقود از درجه اعتبار ساقط می باشد.</div> <div>۶۲۹ خخلال</div>

آگهی مفقودی
<div><div><div><div><div><div></div></div></div><div><div><div></div><div></div></div></div><div><div><div></div></div></div></div></div></div> <div>برگ سبز ماشین وانت پیکان مدل ۱۳۸۴ برنگ سفید روغنی شماره موتور ۶۸۲۶۶۰۶۸۲۴۴ ۱۱۲۴۴ شماره شاسی ۱۲۱۴۴۵۶۸ ۱۲۱۴۴۵۶۸ شماره پلاک ایران ۸۹ – ۹۹۸ ب ۱۸ بنام علی صحبت خانی شماره ملی ۰۲۳۷۱۲۸۲۸۲۸۰ ماره از خداینده مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.</div> <div>۶۲۸ تاکستان</div>

مروری بر مهمترین ترندهای شبکه‌های اجتماعی

آینده بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی: پیش‌بینی سال ۲۰۲۴

است.

اگر شما تازه اول راه هستید، بد نیست قبل از اینکه رقبا تلگرام را تسخیر کنند، به فکر بازاریابی در آن باشید. اینطوری قبل از رقبا وارد عرصه فعالیت شده و اعتبار خاصی برای خود دست و پا خواهید کرد. ماجرا حسابدی جالب شد، نه؟

شما لازم نیست کار عجیبی برای بازاریابی در تلگرام انجام دهید. این پیام‌رسان مثل خیلی از شبکه‌های اجتماعی سروس و ویژه‌ای برای کمک به تولید محتوا و بازاریابی رانندازی کرده است. تنها ماموریت شما در این میان توجه به تولید محتوا در تلگرام است. به زبان خودمانی، علاوه بر فعالیت در پلتفرم‌های اجتماعی محبوب، باید تلگرام را نیز گوشه چشم داشته باشید. احتمالاً تلگرام در سال ۲۰۲۴ بدل به یکی از پدیده‌های آنلاین دنیا شود. پس شما باید حواس‌تان به آن باشد.

ظهور دوباره پلتفرم‌های متن‌محور: ایکس و رقبای آن!

هنوز خیلی‌ها خبر فروش توییتر به ایلان ماسک را باور نکرده بودند که مدیر تازه‌اش خبر از پایان برنده ای داد. حالا دیگر چیزی به اسم توییتر در دنیا وجود ندارد. در عوض این ایکس است که حسابدی یکه تازی می‌کند. از زمانی که ایلان ماسک مالکیت توییتر را برعهده گرفت، انتقادات بسیاری نسبت به رویکرد او برای مدیریت این پلتفرم بیان شد. کار به جایی رسید که این روزها خیلی از کاربران دیگر علاقه‌ای برای عضویت در ایکس ندارند. البته این اتفاق حسابدی به سود رقبای فرصت‌طلب شد. پلتفرم‌هایی مثل مانتادون این روزها حسابدی روی بورس هستند.

اگر بخواهیم با یک چشم‌انداز کلی ماجرا را بررسی کنیم، باید گفت پلتفرم‌های متن‌محور دوباره محبوبیت بی‌نهایت زیادی در سطح جهان پیدا کرده‌اند. شاید این یکی از دستاوردهای مهم حضور ایلان ماسک در دنیای شبکه‌های اجتماعی باشد.

وظیفه شما در شرایط کنونی توجه بیشتر به پلتفرم‌های متن‌محور است. البته به غیر از ایکس گزینه‌های جذاب دیگری هم در سراسر دنیا سر بلند کرده‌اند که باید حواس‌تان به آنها نیز باشد. اینطوری شما اوضاع بی‌نهایت بهتری از نظر بازاریابی و سطح تعامل با مخاطب هدف خواهید داشت. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را تغییر دهید.

محبوبیت لینکدین میان جوانان: جست‌وجو برای فرصت‌های کار آفرینی لینکدین از آن دست پلتفرم‌هایی است که هیچ وقت نظر بازاریاب‌ها را به خود جلب نکرده است. دلیل آن هم تا حد زیادی روشن است. اصلاً این پلتفرم برای تعامل میان کارآفرینان طراحی شده است. در بهترین حالت کارمندانی که دنبال فرصت‌های شغلی خوب هستند، در این پلتفرم امکان تعامل با دیگران را خواهند داشت. بنابراین استقبال عمومی از لینکدین همیشه در سطح پایین‌ی بوده است.

شاید سال ۲۰۲۴ به نوعی تغییرات مهمی برای لینکدین به همراه داشته باشد. اگر دقت کرده باشید، در طول ماه‌های اخیر خیلی از جوان‌ها اقدام به ثبت نام در لینکدین کرده‌اند. آنها نه تنها روزمه‌ششان را در این پلتفرم بارگذاری می‌کنند، بلکه اقدام به تولید محتوا نیز کرده‌اند. این یعنی فرصت بی‌نهایت خوبی در اختیار کارآفرینان قرار گرفته تا با نسل جوان تعامل نزدیک‌تری داشته باشند.

جای هیچ سوالی نیست که شبکه‌های اجتماعی برای نسل جوان پدیده‌ای جذاب محسوب می‌شود. در این میان هر پلتفرمی که ناشناخته‌تر باشد، بیشتر مورد توجه قرار خواهد گرفت. قبول دارم این ادعا خیلی عجیب است، اما نباید نسل جوان و سلیقه حیرتانگیزش را دست‌کم گرفت.

اگر شما تا حالا در لینکدین فعالیت خاصی نداشته‌اید، سال جدید باید برای‌تان کاملاً فرق کند؛ چراکه لینکدین از همین حالا بدل به گزینه‌ای بی‌نهایت جذاب شده است. پس چرا دست رو دست گذاشته‌اید، وارد گود شده و حسابدی از این ترند تازه لذت ببرید.

یادتان نرود، لینکدین ساختار و فضایی متفاوت از بقیه پلتفرم‌ها دارد. بنابراین اگر فکر کرده‌اید استفاده از آن مثل اینستاگرام یا ایکس است، سخت در اشتباهید. با این حساب شاید چند روزی برای آشنایی با این پلتفرم تازه زمان لازم داشته باشید.

سخن پایانی

شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر توسعه حیرتانگیزی پیدا کرده‌اند. اگر زمانی رونمایی از گزینه لایو استریم انقلابی بزرگ در دنیای دیجیتال محسوب می‌شد، حالا انتظارات کاربران روز به روز در حال افزایش است. به طوری که خیلی از مدیران شبکه‌های اجتماعی از آن عقب می‌مانند. در این میان اوضاع بازاریاب‌ها وخیم‌تر است؛ چراکه آنها باید دائماً حواس‌شان به ترندهای تازه برای تولید محتوا باشد.

همه ما همکارانی را می‌شناسیم که به خاطر ناتوانی در پیش‌بینی یا استفاده از ترندهای تازه حسابدی در بازار شکست خورده‌اند. ما در این مقاله سعی کردیم با مرور برخی از مهمترین ترندهای سال ۲۰۲۴ شما را از شر چنین شکست‌هایی نجات دهیم. اگر شما هم دوست دارید سال جدید در بازار یکه‌تازی کنید، استفاده از ترندهای مورد بحث برای‌تان ضروری خواهد بود. مثل همیشه هر جا هم به مشکل خوردید، ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک هستیم.

منابع:

<https://blog.hootsuite.com/social-media-trends>

<https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/social-media-trends-for-2024/>

<https://influencermarketinghub.com/social-media-trends/>

شما به حرف مخاطب‌تان گوش ندهید، خیلی زود از فهرست برندهای مورد علاقه آنها خارج خواهید شد. آن وقت به زور هم نمی‌توانید دوباره خودتان را در دل آنها جا کنید.

سال ۲۰۲۴ از هر نظر برای کسب و کارها خوب باشد، باید تلاش‌شان در زمینه تعامل با مخاطب را دوچندان کنند. همین حالا هم براساس گزارش‌های خوش‌سناسی مثل هاب اسپات (HubSpot) و سوشیال اسپرنت (Social Sprout) اوضاع تعامل میان برندها با مخاطب هدف اصلاً خوب نیست، بنابراین اگر سال آینده حواس‌تان به این نکته نباشد، دیر یا زود از گردونه رقابت حذف می‌شوید. آن وقت فقط کلی بدهی برای‌تان باقی خواهد ماند.

محبوبیت عجیب ویدئوهای طولانی: شنا بر خلاف جریان رودخانه!



از وقتی یادم می‌آید، کارشناس‌های بازاریابی بر روی اهمیت ویدئوهای کوتاه تأکید داشتند. این ماجرا آنقدر جدی بود که تولید ویدئوی بلند نوعی دیوانگی محسوب می‌شد. با این حال سال ۲۰۲۴ ظاهراً اوضاع را کمی تغییر خواهد داد؛ چراکه کاربران در طول ماه‌های اخیر به ویدئوهای طولانی روی خوش‌نشان داده‌اند. بسیاری از کارآفرینان هم این نکته را به خوبی درک کرده‌اند.

وقتی درباره ویدئوی طولانی حرف می‌زنیم، قرار نیست کل ویدئو را با نکات الکی یا بی‌فایده پر کنید. در عوض باید سلیقه مخاطب‌تان را شناسایی کرده و ویدئوهای طولانی را براساس آن طراحی کنید. اگر در این میان به نکات مورد نیاز مخاطب نیز گوشه چشمی داشته باشید، دیگر کارتان عالی خواهد شد.

مشکل اصلی وقتی شروع می‌شود که بازاریاب‌ها حوصله تولید محتوای دست اول را ندارند و فقط با ترکیب ایده چند تا برند دیگر کار را سرهم‌بندی می‌کنند. بداندن باشد، کاربران این روزها حسابدی باهوش هستند. پس اگر فکر کرده‌اید به این سادگی‌ها توانایی گول زدن آنها را دارید، سخت در اشتباهید. امروزه خیلی از کسب و کارها برای اینکه کمی اوضاع‌شان در بازار بهتر شود، کلی سختی به جان می‌خرند. پس اگر شما به اندازه کافی خوش‌شانس هستید که اوضاع‌تان در بازار مناسب باشد، اصلاً نباید خودتان را به خطر بیندازید.

ویدئوهای طولانی که براساس سلیقه و دغدغه کاربران طراحی شود، در سال ۲۰۲۴ حسابدی محبوب خواهند بود. همین حالا ارزیابی کوتاه وضعیت ویوتیوب نoid محبوبیت روزافزون ویدئوهای طولانی را می‌دهد. پس چرا دست روی دست گذاشته‌اید؟ همین حالا کارتان را شروع کرده و سراغ ویدئوهای طولانی بروید. اینطوری برای سال جدید با دست پر از مخاطب‌تان استقبال خواهید کرد.

تعامل در بخش دایرکت: ارتباط بی‌نهایت نزدیک

معمولاً بازاریاب‌ها در تعامل با مخاطب هدف گزینه‌های عمومی را ترجیح می‌دهند. مثلاً اگر مخاطبی به آنها دایرکت داده و کامنت هم زیر پست بگذارد، کامنت را خیلی زودتر جواب می‌دهد. باور کنید یا نه، برخی از کسب و کارها اصلاً جواب دایرکت را نمی‌دهند. حالا در این میان تغییر سلیقه کاربران امری نیست که شما تون مقاله‌با آن را داشته باشید. این روزها بسیاری از کاربران به جای اینکه به طور عمومی با برندها تعامل داشته باشند، گزینه‌های خصوصی را ترجیح می‌دهند. مثلاً ارسال پیام در دایرکت را در نظر بگیرید؛ تا همین چند سال قبل کسی چنین کاری را دوست نداشت، چرا که این حال احتمالاً در طول سال آینده اوضاع کمی فرق کند.

دلیل تغییر سلیقه احتمالی کاربران در رابطه با موضوع بالا فقط محدود به سلیقه کنواهدت نیست، در عوض توسعه بخش فروش مستقیم نقش مهمی در این رابطه دارد. معمولاً پست‌هایی که فروش مستقیم دارند، گزینه کامنت به طور رایج‌ر ندارند. بنابراین کاربران به مرور زمان عادت می‌کنند برای هر نکته‌ای یا سوالی به برندها دایرکت دهند. حالا اگر شما

نویسنده: علی آل‌علی

بازاریابی پدیده‌ای نیست که همیشه ایستا و به یک شکل دنبال شود. مردم در سراسر دنیا به طور مداوم در حال تغییر سبک زندگی و سلیقه‌ششان هستند. این امر پای شبکه‌های اجتماعی را نیز به بحث باز کرده است. اگر دقت کرده باشید، معمولاً ترندهای محبوب در شبکه‌های اجتماعی عمر بی‌نهایت کوتاهی دارند. به طوری که تا آدم قصد برنامه‌ریزی برای تولید محتوا درباره برخی از ترندها را دارد، حرف از گزینه‌ای تازه می‌شود. در چنین شرایطی بدون آشنایی قبلی با ترندهای تازه هیچ کاری پیش نمی‌رود.

همانطور که راننده‌های فرمول یک قبل از شروع مسابقه اصلی چند دور تمرینی را پشت سر می‌گذارند، شما هم لازم دارید قبل از شروع سال جدید با برخی از ترندهای محبوب در این حوزه آشنا شوید. اینطوری فرصت کافی برای تولید محتوا را خواهید داشت.

برخی از کسب و کارها سال نو را خیلی دیر شروع کرده و پست‌های تازه را تازه وقتی بارگذاری می‌کنند که مردم از تعطیلات برگشته‌اند. شاید فکر کنید تعطیلات شامل فعالیت بازاریابی هم می‌شود، خب در این صورت باید حسابدی ناامیدتان کنیم؛ چراکه مارکتینگ اصلاً تعطیلی‌بردار نیست. این یعنی شما باید دائماً به دنبال استفاده از شیوه‌های نوین برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باشید. یکی از این نکات مربوط به آشنایی با ترندهای تازه و شروع تولید محتوا از همان روز اول سال جدید است.

بی‌شک مطالعه درباره ترندهای تازه کاری نیست که هر بازاریابی عاشقش باشد. معمولاً مارکترها دوست دارند بدون وقفه دست به تولید محتوا زده و هیچ چیز هم جلودارشان نباشد. به همین خاطر ما در این مقاله سراغ برخی از ترندهای احتمالی بازاریابی در سال آینده رفته‌ایم. البته تمرکز ما در این میان بر روی شبکه‌های اجتماعی است. اگر شما هم بازاریابی و تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی را دوست دارید، بد نیست در ادامه با ما همراه شوید.

تغییراتی که در سال آینده باید انتظارشان را داشته باشیم، دامنه متنوعی دارند. البته در برخی موارد این ترندها ادامه ترندهای سال جاری هستند. ما بر اینک شما خیلی گیج نشوید، کارمان را با ایده‌های ساده شروع می‌کنیم. اجازه دهید بدون هیچ توضیح اضافه‌ای یک راست برویم سراغ اصل مطلب.

اصالت برند: ترندی برای تمام سال ۲۰۲۴

آیسا تا حالا به این فکر کرده‌اید چرا برندهای بزرگ در همان نگاه اول مشتریان را شیفته خودشان می‌کنند؟ اصلاً فرقی ندارد پای محصولات این برندها وسط باشد یا یک کمپین بازاریابی ساده، در هر صورت آنها خیلی خوب بلدند چطور مخاطب را حسابدی تحت تأثیر قرار دهند.

بحث اصالت برند نقطه تمایز میان کسبب و کارهای موفق و آماتور محسوب می‌شود. خب اگر برند بزرگی را سراغ دارید که کمپین بازاریابی‌اش شبیه دیگران باشد، ما را هم بی‌خبر نگذارید. اصلاً این یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد برندهای بزرگ است. به طوری که خیلی از کسب و کارهای کوچک با تعجب آن را نظاره می‌کنند.

ماموریت شما در این بخش مثل روز روشن است. همانطور که کاوشگران طلا در قرن ۱۹ و ۲۰ نقشه‌های راهنما را مو به مو دنبال می‌کردند، شما هم باید ارزش‌ها و تعهدات اصلی برندگان را دنبال کنید. این نکات خودش را در قالب اصالت برند نشان می‌دهد. پس سعی کنید در انتخاب ارزش‌های محوری برندگان از روی دست دیگران کپی‌برداری نکنید.

یادتان نرود، مشتریان این روزها با کلی برند گوناگون در بازار رو به رو هستند. بنابراین اگر شما هویت اصلی‌تان را از روی دیگران کپی کنید، خیلی زود دست‌تان رو می‌شود. در عوض بهتر است کمی خلاقیت بیشتر به خرج داده و ارزش‌هایی منحصر به فرد برای خودتان پیدا کنید.

قبول دارم جست‌وجو بسیاری ارزش‌های منحصر به فرد اصلاً کار راحت یا بی‌درستی نیست؛ با این حال شما برای موفقیت بلندمدت کسب و کارتان نیاز به استفاده از این شیوه دارید. پس بیهوش‌تراشی را کنار گذاشته و برای سال جدید روی اصالت برند حساب ویژه‌ای باز کنید.

فروش در شبکه‌های اجتماعی: ساده‌سازی کار مشتریان!

چه کسی گفته کاربران برای سفارش از یک برند در شبکه‌های اجتماعی باید با کلی دردسر به سادیت آن مراجعه کنند؟ از چند سال قبل موج فروش مستقیم در شبکه‌های اجتماعی حسابدی داغ شده است. این اتفاق با بروز پدانهی کرونا به اوج خودش رسید. اگر چه اکنون اوضاع جهانی تا حد زیادی ثبات دارد، اما عادت مردم برای خرید آنلاین هنوز پابرجاست. این یعنی شما هم باید از این ایده به خوبی استفاده کنید. وگرنه کلاه‌تان پس عمر که خواهد بود.

فروش مستقیم در شبکه‌های اجتماعی کاری نیست که وقت یا حتی پول زیادی از شما طلب کند. کافی است اکانت‌تان را بدل نمونه تجاری تبدیل کرده و فهرست محصولات و قیمت‌شان را بارگذاری کنید. آن وقت همیشه می‌توانید از افزونه فروش مستقیم در پست‌های خود سود ببرید. این روزها مردم به دنبال ساده‌ترین گزینه‌های دنبال هستند. به همین خاطر اگر شما حواس‌تان به ساده‌سازی فرآیند فروش محصولات نباشد، حسابدی به دردمر می‌افتید. گاهی اوقات نظر خواهی از همکاران یا خود مشتریانان ایده خوبی خواهد بود. اینطوری تمام جزئیات لازم را به دست آورده و کارتان را براساس نظرات دقیق مشتریان مدیریت خواهید کرد.

تعامل بیشتر با مخاطب: جاده‌ای دوطرفه

شبکه‌های اجتماعی از همان اول برای بهبود سطح ارتباط میان افراد ایجاد شد. مثلاً وقتی شما دوستی در آن طرف دنیا دارید، شبکه‌های اجتماعی به ارتباط بهتر شما، فسارغ از فاصله مکانی، کمک می‌کند. این اتفاقی است که خیلی از کاربران حسابدی از آن استقبال کرده و موفقیت شبکه‌های اجتماعی هم مدیون همین عامل است. حالا در این میان یکی باید برندها را توجه کند که پلتفرم‌های اجتماعی برای تعامل طراحی شده‌اند، چرا که این نکته به زور هم برای برخی از مدیران قابل قبول نیست. اگر شما از شبکه‌های اجتماعی فقط برای بارگذاری محتوا استفاده می‌کنید، بد نیست کمی در استراتژی کلان‌تان تغییر اعمال کنید. خب پلتفرم‌های اجتماعی که فضای برای سخنرانی بی‌پایان شما نیست. در عوض باید نظرات و واکنش‌های مخاطب را نیز ارزیابی کنید. اصلاً گاهی اوقات آدم دوست دارد دو کلمه با برند مورد علاقه‌اش درد و دل کند. اگر

فراخوان استعلام ارزیابی کیفی مناقصه عمومی	
به شماره ۱۴۵۴	
شناسه آگهی: ۱۶۱۰۱۳۶	
۱- موضوع مناقصه: تامین نیروی انسانی ارائه خدمات پذیرایی، تشریفات و امور نظیفاتی	۲- نام و نشانی مناقصه‌گذار: پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی تهران، بلوار غربی مجموعه ورزشی آزادی کی پستی ۱۳۱۱۱-۱۴۵۵۶-۱۴۶۶۵
۳- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: (در صورت قرارگرفتن در فهرست کوتاه و دریافت دعوتنامه) تون ارائه ۵۲۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال	۴- صورت ضمانتنامه بانکی با اعتبار ۳ ماهه و یا واریز وجه نقد به حساب پژوهشگاه صنعت نفت
۵- مدت و محل اجرای کار: طی یکسال شمسی از ابلاغ شروع بکار در محل پژوهشگاه صنعت نفت	۶- مهلت، نحوه دریافت و ارسال اسناد مناقصه: واجدین شرایط می‌توانند با مراجعه به بورتال پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی WWW.RIPHR قسمت همکاری‌ها- مناقصه و مزایده، نسبت به تهیه اوراق استعلام ارزیابی کیفی اقدام نموده و حداکثر تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۱۹/۰۹/۱۴۰۲ نسبت به تکمیل و الحاق مدارک در خواستی و تحویل آن با ذکر موضوع و شماره مناقصه در پاکت در بسته لاک و مهر شده به دبیرخانه کمیسیون معاملات پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی مناقصه‌گزار تحویل و رسید در یافت دارند.
* شایان ذکر است هزینه چاپ آگهی بر عهده برنده مناقصه می باشد.	
روابط عمومی پژوهشگاه صنعت نفت	

بازاریابی با حس و حال خاطرات گذشته

بازاریابی نوستالژیک (Nostalgia Marketing) چیست؟

رفع می‌شود.

خاطرات قدرت بسیار زیادی دارند. اگر شما به عنوان بازاریاب توانایی یادآوری این خاطرات را داشته باشید، کارتان حسایی بهتر می‌شود. تنها کاری که در این میان باید به خوبی انجام دهید، شناسایی خاطرات مورد نظر و بازسازی‌شان به طور اصولی است. اینطوری مخاطب‌تان انگیزه زیادی برای تعامل با شما خواهد داشت.

ایجاد تمایز با رقبا

کسب و کارهایی که به طور مداوم خاطرات خوش مشتریان را یادآوری می‌کنند، همیشه با رقبای‌شان تفاوت عمده‌ای دارند. این امر به دلیل ماهیت فعالیت چنین کسب و کارهایی در بازار است. شما را نمی‌دانم، ولی من که همیشه به برندی که خاطرات گذشته را یادم می‌اندازد، حس بهتری دارم.

بی‌شک استفاده از هر روشی باید حد و مرزی داشته

کسب و کارها برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از رابطه‌ای شخصی‌سازی‌شده دارند. خب انتظارات مشتریان در طول سال‌های اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته و قصد متوقف شدن هم ندارد. اگر شما نتوانید نوعی ارتباط شخصی با مخاطب‌تان برقرار کنید، خیلی زود آنها را از دست می‌دهید. باور کنید یا نه، مشتریان دیگر میانه خوبی با وفاداری تام به یک برند ندارند. بنابراین کار شما برای نگه داشتن آنها در کنار خودتان بی‌نهایت سخت است. یکی از روش‌های مناسب در این میان تلاش برای استفاده از نوعی رابطه شخصی است. این امر به شما کمک می‌کند تا انتظارات مشتریان تسان را برآورده کرده و تبدیل به همان برندی شوید که آنها انتظارش را دارند. البته ابزار اصلی شما در این میان استفاده از نوستالژی است.

وقتی شما نوستالژی‌های گذشته و مورد علاقه هدف شما را یادآوری می‌کنند، همیشه با رقبای‌شان تفاوت عمده‌ای دارند. این امر به دلیل ماهیت فعالیت چنین کسب و کارهایی در بازار است. شما را نمی‌دانم، ولی من که همیشه به برندی که خاطرات گذشته را یادم می‌اندازد، حس بهتری دارم.



باشد. شما نمی‌توانید فقط روی یادآوری خاطرات حساب کرده و دیگر هیچ استراتژی دیگری را دنبال نکنید. پس اگر فکر کرده‌اید با افزودن کلی خاطرات به کمپین‌تان مسیر موفقیت برای‌تان هموار می‌شود، سخت در اشتباهید. در عوض بهتر است در کنار سایر استراتژی‌ها نیم نگاهی هم به بازاریابی نوستالژیک داشته باشید. اینطوری برندان به مرور زمان حسابش از بقیه رقا جدا خواهد شد.

توسعه رابطه شخصی‌سازی‌شده با مخاطب

ارتباط شما با مخاطب هدف‌تان چطور است؟ خیلی از

نویسنده: علی‌علی‌علی

خاطرات شیرین گذشته قدرت بسیار زیادی دارند.

احتمالا اغلب مردم دنیا خاطراتی از دوران کودکی دارند که بعد از گذشت دهه‌ها هنوز هم از یادشان نرفته است. در این شرایط کسب و کارها برای اثرگذاری بر روی مخاطب یا جلب نظرشان لازم نیست دنبال ایده‌های عجیب و غریب بروند. همین که برخی از خاطرات گذشته در قالب نوستالژی مرور بشود، به اندازه کافی جذاب خواهد بود. اینطوری شما فرصت بسیار خوبی برای ورود به فهرست برندهای مورد علاقه مشتریان پیدا می‌کنید.

بازاریابی نوستالژیک اصطلاحی است که در طول دو دهه اخیر حسایی محبوب شده است. از آنجایی که آدم بزرگ‌ها در طول زندگی‌شان سرعت تغییرات را با گوشت و پوست احساس می‌کنند، بد نیست گاهی اوقات نگاهی به گذشته داشته و خاطرات شیرین آن دوران را مرور کنند. اینطوری آدم حس بسیار خوبی نسبت به خاطرات شیرین گذشته پیدا می‌کند.

اجازه دهید از یک مثال ساده استفاده کنیم. احتمالا همه ما کارتون‌های مورد علاقه خودمان در کودکی را داریم. گزینه‌هایی مثل پلنگ صورتی یا تن تن به این سادگی‌ها از ذهن مردم پاک نمی‌شود. حالا اگر یک برند برای بازاریابی سراغ این گزینه‌ها برود، به نظر تان چه اتفاقی خواهد افتاد؟ بی‌شک اولین واکنش صادقانه مخاطب نسبت به مشاهده کارتون‌های قدیمی در قالب مارکتینگ توجه بی‌حد و حصر خواهد بود. خب سال‌هاست که کسی از چنین کارتون‌هایی حرفی نزده و بی‌شک مشاهده دوباره‌شان حتی در قالب یک تبلیغ کوتاه هیجان‌انگیز خواهد بود.

اگرچه نوستالژی قدرت بسیار زیادی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد، اما شما نمی‌توانید هر جا و با هر شیوه‌ای از آن استفاده کنید. این امر نیازمند دقت فراوان و هدف‌گذاری بر روی نوستالژی‌های درست است. وگرنه مخاطب خیلی راحت از کنار کارتان عبور کرده و اصلا بدان توجهی نشان نخواهد داد.

این روزها بسیاری از کارآفرینان دنبال استفاده از قدرت نوستالژی برای تولید محتوا هستند، اما نمی‌دانند دقیقا از کجا باید کارشان را شروع کنند. این مقاله به شما کمک می‌کند تا کارتان را خیلی دقیق‌تر ساماندهی کنید. شما در این مقاله با تعریف دقیق بازاریابی نوستالژیک، مزایای آن و همچنین شیوه اجرای درستش آشنا خواهید شد. پس با ما همراه باشید تا سفرمان به دل خاطرات خوش گذشته را شروع کنیم.

بازاریابی نوستالژیک دقیقا چیست؟

نوستالژی کلیدواژه‌ای است که در طول سال‌های اخیر بارها و بارها به گوش مردم خورده است. احتمالا شما هم در گوشه اتاق‌تان خاطراتی از گذشته دارید. مثلا یک فیگور اکشن از شخصیت کارتونی مورد علاقه‌تان یا حتی سری کتاب‌های هری پاتر گزینه‌های خوبی محسوب می‌شود. تماشای این خاطرات شیرین برای هر کسی جذاب خواهد بود. البته شما فرق نیست خودتان را در این خاطرات غرق کرده و دیگر به زندگی فعلی‌تان نرسید.

وقتی از ترکیب بازاریابی و نوستالژی حرف می‌زنیم، منظورمان بی‌نهایت ساده است. در واقع استفاده از المان‌های نوستالژیک برای مخاطب هدف در طراحی کمپین بازاریابی تعریفی دقیق و بی‌عیب از این استراتژی محسوب می‌شود. فکر می‌کنم این تعریف به اندازه کافی ساده باشد که نیاز به تعریف دوباره نداشته باشد.

اگر با دقت به ماجرا نگاه کنیم، تقریبا هر برندی در طول فعالیتش دست کم یکبار سراغ بازاریابی نوستالژیک رفته است. به همین خاطر شما باید حواس‌تان را جمع کنید؛ چراکه این حوزه اصلا فاقد رقابت یا ساده نیست.

چرا بازاریابی نوستالژیک مهم است؟

بازاریابی نوستالژیک یک تعریف روشن دارد، اما آیا ماجرا درباره مزایای آن هم به همین صورت است؟ خیلی از کارآفرینان برای اینکه خودشان را در موقعیت درستی از نظر تعامل با مخاطب هدف قرار دهند، نیاز به استفاده از چندین استراتژی ترکیبی دارند. این امر به آنها قوت قلبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب می‌دهد. راستش را بخواهید، ما در روزنامه فرصت امروز اصلا اینطوری به ماجرا نگاه نمی‌کنیم. در عوض کافی است کمی روی یک استراتژی مشخص تمرکز کرده و بعد از آگاهی از مزایای آن سراغ تولید محتوا بروید. این دقیقا همان کاری است که ما در این بخش سعی در انجامش داریم. پس اجازه دهید بدون هیچ مقدمه‌چینی اضافه‌ای برویم سراغ اصل مطلب.

یادآوری خاطرات گذشته

خیلی وقت‌ها آدم در یک روز شلوغ یکپهو حواسش به نکته‌ای جلب می‌شود که او را به دوران شیرین کودکی پرتاب می‌کند. البته همه نوستالژی‌ها مربوط به دوران کودکی نیست. مثلا یک روز بارانی را در نظر بگیرید که اعصاب‌تان به خاطر ترافیک و دیر رسیدن به محل کار حسایی خرد است. حالا اگر در این میان به طور تصادفی یکی از همکاران قدیمی‌تان را ملاقات کنید، چه حسی خواهید داشت؟ بی‌شک خیلی از افراد با همین ملاقات ساده یاد خاطرات گذشته افتاده و کمی از عصبانیت‌شان

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی

| یکشنبه ۵ آذر ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۶۵ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: ربیحان

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

آیین نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

عبارت شناخت هرچه بهتر مخاطب است. بی‌شک کسی که به دنبال تولید محتوا برای جوانان دهه ۸۰ است، نمی‌تواند از نوستالژی‌های بی‌نهایت قدیمی استفاده کند؛ چراکه جوانان این دهه اصلا شناختی از آن نوستالژی‌ها ندارند. بنابراین شما باید کمی به خودتان سخت گرفته و آماده شناخت اصولی مخاطب‌تان شوید. اینطوری کارتان بی‌نهایت ساده‌تر می‌شود.

وقتی درباره شناخت مخاطب حرف می‌زنیم، اول از همه باید تمایز میان آنها با دیگران را مد نظر داشته باشیم. اصلا مخاطب هدف شما چه ویژگی‌هایی دارد؟ مثلا سن، موقعیت اجتماعی، شغل و میانگین درآمدشان را مد نظر قرار دهید. گاهی اوقات بازاریاب‌ها یک ایده ذهنی دقیق درباره ویژگی‌های مخاطب‌شان دارند. در این صورت کار شما راحت‌تر خواهد بود. با این حال اگر ایده قبلی ندارید، کمی باید در بازار به گشت و گذار بپردازید. این یعنی

حالا اگر در این میان یای یک برند تازه تاسیس وسط باشد، احتمالا کسی کارش را جدی نخواهد گرفت.

کسب و کارهایی که زیر پنج سال تجربه کار در بازار دارند، اصولا شانسی برای استفاده از بازاریابی نوستالژیک نخواهند داشت. پس بهتر است کمی به کسب و کارتان فرصت دهید تا وضعیت نوستالژیکی دور و برش پدیدار شود. در این فاصله می‌توانید روی المان‌های نوستالژیک در جامعه حساب باز کنید.

یادتان باشد، خاطرات گذشته‌ای که در ارتباط با برند شماست، باید برای مخاطب هم جذابیت زیادی داشته باشد. خیلی وقت‌ها کارآفرینان سراغ نکاتی می‌روند که فقط برای خودشان خاطرات جذابی محسوب می‌شود. نتیجه چنین کاری بی‌توجهی محض مخاطب به فعالیت شما خواهد بود. پس بد نیست تجربه مشتریان را در اولویت قرار دهید. هرچه باشد کار شما باید مورد توجه آنها قرار گیرد، مگر نه؟

گوش دادن به مشتریان

اگر کسب و کار شما به اندازه کافی خوش شانس هست که تعدادی مشتری وفادار داشته باشد، بد نیست برای انتخاب نوستالژی‌های مختلف به حرف آنها گوش دهید. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون دردسر اضافه سراغ ایده‌های بی‌نهایت جذاب بروید. خب چه کسی دوست دارد بعد از کلی سعی و تلاش برای تولید محتوا بپکهو با واکنش منفی مخاطب رو به رو شود؟

گوش دادن به مشتریان همیشه کار ساده‌ای نیست. دست کم بازاریاب‌ها این طوری فکر می‌کنند. اگر تجربه تولید محتوا داشته باشید، آدم دالما وسوسه می‌شود به جای گوش دادن به مخاطب هدف روی تجربه شخصی یا سلیقه‌اش حساب کند. در این صورت شما باید حسایی روی کار تیمی تمرکز کنید؛ چراکه در قالب کار تیمی امکان جلوگیری از چنین کج‌رویه‌هایی وجود دارد.

حرف‌های مشتریان گاهی اوقات هیچ پایه و اساسی ندارد. خب انتظار زیادی هم نباید از مشتریان داشت. نکته کلیدی در این میان تلاش برای فهم نکات اساسی برای مخاطب هدف است. گاهی اوقات از دل صحبت‌های پراکنده مخاطب نکات کلیدی خوبی بیرون می‌آید. به همین خاطر شما نباید با توصیه‌ها یا ایده‌های عجیب چند تا مشتری کاملا ناامید شوید.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی

تا اینجای کار شما تمام اطلاعات لازم برای تولید محتوا را دم دست دارید. نکته کلیدی در این میان کانال ارتباطی‌تان با مخاطب هدف است. به زبان خودمانی، شما چطوری قصد تعامل با مخاطب‌تان را دارید؟ این سسوالی است که خیلی از بازاریاب‌ها حتی بدان فکر هم نمی‌کنند. گزینه‌هایی مثل اینستاگرام و تویتر (ایکس فعلی!) انقدر محبوب هستند که ذهن هیچ بازاریابی سراغ سوال درباره کانال‌های ارتباطی نرود.

بی‌شک شبکه‌های اجتماعی تاثیر مهمی بر روی زندگی روزمره همه ما دارند، اما تنها گزینه‌هایی نیستند که شما پیش‌رو دارید. اگر فکر کرده‌اید ایمیل مارکتینگ یا بازاریابی پیامکی اثرگذاری‌شان را از دست داده‌اند، سخت در اشتباهید. اصلا استفاده از پیامک خودش نوعی نوستالژی محسوب می‌شود!

اگر تصمیم دارید به هر قیمتی از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید، باید برخی از نکات کلیدی را به خوبی رعایت کنید. این نکات شامل دسته‌بندی شبکه‌های اجتماعی و شناسایی محبوب‌ترین گزینه برای مخاطب هدف‌تان است. فقط در این صورت فرصتی برای خودنمایی در بازار خواهید یافت.

این روزها گزارش‌های بی‌نهایت متنوعی درباره وضعیت شبکه‌های اجتماعی در دسترس من و شما قرار دارد. پس اگر فکر کرده‌اید بدون هیچ آزمون و خطایی باید وارد بازار شوید، سخت در اشتباهید. یک راهکار بهتر در این میان استفاده از گزینه‌های بی‌نهایت ساده‌تر است.

آپدیت مداوم کمپین

شما بعد از اینکه کار کمپین‌تان را تمام کردید، قرار نیست آن را به امان خدا بسپارید. خیلی وقت‌ها در طول اجرای کمپین نیاز به آپدیت‌های کلیدی احساس می‌شود. بنابراین باید همیشه نیم نگاهی به کمپین داشته باشید تا در موقعیت های کلیدی آن را نجات دهید.

کار شما در اینجا مثل یک مربی بوکس است که باید همیشه حواسش به شاگردان خود باشد. اگر یک وقت یکی از شاگردان اشتباهی در تمرینات انجام داد، مربی قصه ما باید خیلی زود دخالت کند. وگرنه در مسابقات رسمی بوکسور ما با خطر جدی رو به رو خواهد شد.

قبول دارم آپدیت مداوم کمپین‌ها کاری نیست که هر بازاریابی عاشقش باشد، با این حال شما باید این ماموریت مهم را برای آینده بازاریابی شرکت‌تان انجام دهید. تیم‌های بازاریابی معمول نیاز فوری به این مسئله حس می‌کنند. پس بهتر است در تیم‌تان یک نفر را مسئول رسیدگی به آپدیت کمپین کنید. اینطوری خیال‌تان راحت است که دست کم یک نفر به این مسئله توجه ویژه دارد.

سخن پایانی

نوستالژی بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره محسوب می‌شود. بسیاری از کسب و کارها برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از این المان دارند. با این حال شما نمی‌توانید هر طور که می‌خواهید از نوستالژی استفاده کرده و در نهایت انتظار واکنش‌های بی‌نهایت مثبت از سوی مخاطب‌تان را داشته باشید. ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات در ارتباط با تولید محتوا در حوزه المان‌های نوستالژیک را به اتفاق شما مرور کنیم. حالا شما نه تنها با تعریف این استراتژی و مزایای آن آشنا شده‌اید، بلکه آمادگی لازم برای طراحی یک کمپین کامل را نیز دارید. از اینجا به بعد همه چیز به سعی و تلاش خودتان بستگی خواهد داشت. یادتان نرود، استفاده همزمان از تمام توصیه‌های مورد بحث در این مقاله ضروری است. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با بازاریابی نوستالژیک کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی داشتید، کارشناس‌های ما ۲۴ ساعته آماده کمک به شما هستند.

منابع:

https://www.indeed.com/career-advice/career-development/nostalgia-marketing
https://www.techtarget.com/whatis/feature/Nostalgia-marketing-explained-Everything-you-already-۲۰٪۲C٪۲۰marketing/know?~:text=In۲۰٪۲۰nostalgia.with٪۲۰into%tapping۲۰٪۲۰fond%۲۷٪۲۰audience%the.memories

مشاهده رفتار مشتریان مختلف در بازار شما را به مخاطب هدف‌تان خواهد رساند.

یادتان باشد، از دل شناخت مقدماتی باید یک پرسونای مشتری بیرون بکشید. پس کار را کاملا اصولی جلو برده و اصلا دنبال سرهم‌بندی نباشید.

شناسایی خاطرات فرهنگی

فرهنگی که مخاطب هدف شما در آن زندگی می‌کند، منبع اصلی تولید نوستالژی است. مثلا کسانی که متولد دهه ۶۰ هستند، احتمالا خیلی خوب توپ‌های پلاستیکی دولایه را به یاد دارند. این در حالی است که برای دهه ۸۰ و ۹۰ هـا بازی‌های کامپیوتری جایگزین تجربه واقعی فوتبال شده است.

ماموریت شما در این بخش مثل روز روشن است. شما باید اول از همه سراغ فرهنگی که مخاطب‌تان در آن زندگی می‌کند، بروید. نکته چالش‌برانگیز اینکه گاهی اوقات با جوامعی رو به رو هستید که چند فرهنگ درهم آمیخته دارند. آن وقت کار شما سخت‌تر از هر زمان دیگری می‌شود؛ چراکه باید نکات مشترک یا به زبان بهتر نوستالژی‌های مشترک در میان فرهنگ‌های مختلف را شناسایی کنید.

به طور کلی، هر چقدر دامنه مخاطب هدف شما محدودتر باشد، کار شناسایی خاطرات فرهنگی ساده‌تر می‌شود. پس اگر فکر کرده‌اید با تعریف دامنه مخاطب بی‌نهایت گسترده اثرگذاری کارتان بیشتر می‌شود، باید فکر سختی‌های مسیر را نیز بکنید.

مرور تاریخچه برند

گاهی اوقات تاریخچه فعالیت برند در بازار نیز منبع خوبی برای تولید کمپین‌های نوستالژیک است. البته در این رابطه کسب و کار شما باید سابقه‌ای طولانی در بازار داشته باشد. مثلا برند نایک و کواکولا را مدنظر قرار دهید. این برندها به خوبی در دنیا شناخته شده‌اند. به علاوه، دهه‌های متمادی است که مشتریان را با محصولات جذاب حیرت‌زده می‌کنند.

بسا توجه به نکاتی که در بالا گفته شد، اگر یک روز کواکولا کمپین قدیمی‌اش را دوباره بازسازی کند، حالت خاطر‌انگیز بی‌نهایت جذابی برای مخاطب خواهد داشت.