

راهکار کاهش
عقب‌ماندگی اقتصادیپیمان مولوی
فعال اقتصادی

نهادهای بین‌المللی در مهرماه ۱۴۰۴، چشم‌انداز رشد اقتصادی ایران را نزولی‌تر از پیش برآورد کردند؛ بانک جهانی در به‌روزرسانی اکتبر ۲۰۲۵، رشد اقتصادی ایران را برای سال ۲۰۲۵، نزولی گزارش کرد و پیش‌بینی می‌شود که اقتصاد در این سال منقبض شود. این بازنگری عمدتاً به دلیل کاهش صادرات نفتی، تشدید تحریم‌ها و اختلالات سیاسی-امنیتی بوده است. مشکل زمانی حاد می‌شود که این ذی‌نفعان، به سبب عدم رشد اقتصادی، برای سهم بازار دو استراتژی ادغام و تملک را در پیش می‌گیرند و در کشوری که قوانین آنی تراست وجود ندارد، حذف رقبا سریع‌تر انجام می‌شود و به دلیل لایه لایه بودن ذی‌نفعان و رتبه‌های ضعیف قوانین و مقررات و مالکیت دارایی این ادغام‌ها و تملک‌ها از نوع کشورهایی با رتبه آزادی اقتصادی خوب نیست. فکر کنید که دو رقیب در یک بخش فعال هستند و ارز برای واردات باید به این دو شرکت تخصیص یابد. در صورت عدم تخصیص ارز به یک شرکت، به راحتی بازار به دست رقیب می‌افتد! یا کافی است قوانین واردات به نفع یک گروه تغییر کند تا به راحتی رقیب اچمز می‌شود! می‌بینید که رقبا چه ساده، توانمندی حذف طرف مقابل را دارند؟

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

سرمایه‌گذاری ناکام چین در ایران

فرصت امروز: چین در دو دهه گذشته به یکی از مهمترین بازیگران اقتصاد ایران، بدل شده است، اما ارزیابی‌ها درباره این همکاری چندان یکدست نیست. گروهی از تحلیلگران، نگاه انتقادی دارند و می‌گویند چین از شرایط تحریمی ایران، استفاده می‌کند و با کمترین هزینه به منابع انرژی و بازارهای استراتژیک دست می‌یابد. همکاری‌ها بیشتر به صادرات مواد خام محدود می‌شود و...

بالاخره تورم در اقتصاد ایران، پدیده پولی است یا ارزی؟

ریشه پولی
جهش تورمی

فرصت امروز: پژوهشکده پولی و بانکی در گزارشی به قلم «تیمور رحمانی» استاد اقتصاد دانشگاه تهران، به تحلیل پولی جهش‌های تورمی در اقتصاد ایران پرداخت و هرگونه سیاستی که ریشه پولی تورم در ایران را نادیده بگیرد، محکوم به شکست دانست. به گفته بازوی پژوهشی بانک مرکزی، رشد مداوم نقدینگی که تحت‌تأثیر سلطه مالی و نیاز پیوسته دولت به تأمین کسری بودجه از مسیر بانک مرکزی و شبکه بانکی شکل می‌گیرد، در کنار ساختارهای نهادی و اقتصادی خاص ایران، موجب تثبیت نرخ‌های بالای تورم و تداوم چرخه‌های تورمی شده است. در کنار این مسئله، بررسی تحولات اقتصادی ایران از دهه ۱۳۵۰ تا امروز، نشان می‌دهد که جهش‌های تورمی اخیر نیز برخلاف تصور عمومی، پدیده‌هایی تصادفی یا وابسته به بحران‌های مقطعی نیستند...

اقتصاد ایران وارد دوره رکود شد

گلگاه تولید در تنگنا

مدیریت و کسب‌وکار

برندینگ و ارتباط با مشتری در عصر هوش مصنوعی

در قلب هر برند بزرگ و فراموش نشدنی یک حقیقت ساده نهفته است: یک داستان، باور و پیمان. این همان روح ناملموس و قدرتمندی است که باعث می‌شود ما برای یک کفش ورزشی، یک فنجان قهوه یا یک تلفن هوشمند مبلغی بسیار فراتر از ارزش مادی آن بپردازیم. این روح ترکیبی پیچیده از ارزش‌ها، خاطرات و احساساتی است که در طول زمان و از طریق هزاران تعامل کوچک و بزرگ، در ذهن و قلب ما حک می‌شود. برای دهه‌ها، وظیفه خلق و پرورش این روح، منحصر در دستان استراتژیست‌های انسانی، داستان‌سرایان خلاق و رهبران صاحب دیدگاه بوده است، اما امروز یک نیروی جدید و بی‌نهایت قدرتمند وارد این صحنه شده است: نیرویی که ادعا می‌کند می‌تواند زبان پیچیده احساسات انسانی را کدگشایی کرده، نیازهای ما را قبل از آنکه خودمان بدانیم پیش‌بینی کند و تجربه‌هایی کاملاً شخصی سازی شده را در مقیاسی غیرقابل تصور ارائه دهد. این نیرو، هوش مصنوعی...

راهکار کاهش عقب‌ماندگی اقتصادی

این نوع اقتصاد اینگونه جلو خواهد رفت: ادغام‌های افقی برای سهم بازار؛ ادغام‌های عمودی برای عمق بازار؛ تقابل کارتل‌ها برای منفذهای باقیمانده و در نهایت جنگ حذفی کارتل‌ها! کارتل‌ها! ترکیب ایجاد و نگهداشت این کارتل‌ها هم ترکیبی خصوصی، خصولتی و دولتی خواهد بود. تعجب نکنید که پیشانی هم از بخشی خصوصی باشد! این مسیر آتی اقتصاد ایران در ۱۰ سال پیش رو است.

بررسی روند گذشته اقتصاد ایران

اقتصاد ایران در دهه اخیر، دوره‌های متناوب رشد و رکود را تجربه کرده است: پس از دوره رشد نسبی در اوایل دهه ۲۰۱۰ (پیش از تحریم‌های سنگین و افت نفتی)، در سال‌های پس از بازگشت تحریم‌ها و نوسان قیمت نفت، رشد ضعیف‌تر و متغیر شد. برای نمونه، آمارهای رسمی و بانک جهانی، نشان می‌دهد رشد واقعی سال‌های اخیر از مثبت ملایم (حدود ۲ تا ۴ درصد در برخی سال‌ها) تا نوسانات بزرگ‌تر متغیر بوده است، اما وابستگی قابل توجه به درآمدهای نفتی و پیامدهای سیاستگذاری پولی-ارزی ساختاری را تشدید کرده است.

سناریوهای پیش‌رو: ۳ سناریوی کاربردی

• سناریوی پایه (Baseline): تداوم تحریم‌ها و محدودیت صادرات نفتی، کندی مداوم یا کوچک شدن اقتصاد. در این حالت، رشد صفر یا منفی خفیف در سال‌های ۲۰۲۵ و ۲۰۲۶ محتمل است، با کاهش سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی و فشار بر کسری بودجه و ذخایر ارزی (براساس برآوردهای اخیر بانک جهانی).

• سناریوی خوش‌بینانه (Recovery): کاهش فشارهای بین‌المللی، افزایش صادرات نفت و بازگشت بخشی از روابط بانکی و تجاری. در این حالت، امکان بازگشت به رشد مثبت میان مدت ملایم (۲ تا ۴ درصد) وجود دارد، ولی به شرط اصلاحات ساختاری در بودجه، نظام بانکی و بهبود محیط کسب و کار.

• سناریوی بدبینانه (Downside): تشدید تحریم‌ها و کاهش بیشتر صادرات نفت یا تشدید بی‌ثباتی منطقه‌ای. در این سناریو، بانک جهانی، نمونه‌هایی از سقوط عمیق‌تر تولید را مدل‌سازی کرده و نشان داده است که کاهش عظیم صادرات نفت می‌تواند رشد را به طور معناداری منفی کند.

اثرات کاهش و منفی‌شدن رشد اقتصادی

وقتی رشد اقتصادی منفی می‌شود، پیامدها همزمان و ترکیبی هستند:

• بازار کار و بیکاری: اشتغال‌زایی کند شده یا منفی می‌شود؛ بیکاری و اشتغال ناقص، افزایش می‌یابد و فشار اجتماعی بیشتر می‌شود. • درآمدهای دولت و کسری بودجه: با کاهش درآمد نفتی، درآمدهای دولت افت می‌کند و کسری بودجه افزایش می‌یابد؛ این موضوع دولت را به استقراض یا پایه پولی کمکی و تورم‌زا می‌کشاند. • تورم و ارزش پول ملی: ترکیب کسری بودجه و محدودیت ارزی می‌تواند فشار بر نرخ ارز و تورم را تشدید کند؛ تجربه های گذشته،

اولین افزایش سرمایه نقدی ۷/۵ همتی
شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهرتوسعه باورماست
Development is Our Beliefشرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر
GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.
روابط عمومی و امور بین الملل

۳ سناریوی به شدت متفاوت در انتظار طلا

تحولات فلز زرد در سال ۲۰۲۶

طلا در حالی پا به سال ۲۰۲۶ می‌گذارد که سال ۲۰۲۵ را با رکوردهای تاریخی متعددی پشت سر گذاشته است و حالا سرنوشت این فلز دوست‌داشتنی و گرانبها، به شدت به مخاطرات کلان جهانی بستگی دارد. طلا پس از سالی تاریخی که بیش از ۵۰ بار به رکوردهای جدید دست یافت و بازدهی بیش از ۶۰ درصدی را ثبت کرد، حالا برای سال ۲۰۲۶ مسیری را در پیش گرفته که به چشم‌انداز اقتصادی جهانی که به شدت دچار شکاف شده، وابسته است. عملکرد چشمگیر این فلز گرانبها در سال ۲۰۲۵ تحت تاثیر عواملی همچون ابهامات شدید ژئوپلیتیکی و اقتصادی، تضعیف دلار آمریکا و شستاب قوی سرمایه‌گذاری بود. هم‌اکنون تحلیلگران روی این موضوع تمرکز کرده‌اند که آیا مخاطرات ژئواکونومیک پایدار همچنان قیمت‌ها را بالا خواهد برد یا تغییر ناگهانی در سیاست‌ها و رشد اقتصادی می‌تواند به اصلاح قابل توجه قیمت‌ها منجر شود؟

افزایش بهای طلا در سال ۲۰۲۵ که چهارمین بازدهی سالانه قدرتمند این فلز گرانبها از سال ۱۹۷۱ تاکنون محسوب می‌شود، در دو محرک کلان اصلی ریشه داشت: فضای جهانی پرریسک و فوق‌العاده پرن تنش و ضعف دلار آمریکا به همراه کاهش اندک نرخ بهره. این شرایط باعث شد تا سرمایه‌گذاران و بانک‌های مرکزی به دنبال تنوع‌بخشی گسترده و سرمایه‌ای امن باشند؛ به‌ویژه که بازدهی اوراق قرضه ضعیف بود و نگرانی‌هایی درباره حباب در بازارهای سهام وجود داشت.

براساس الگوی تخصیص بازدهی طلا (GRAM) مورد استفاده شورای جهانی طلا، فضای پرریسک به طور تقریبی ۱۲ درصد از بازدهی سالانه طلا را تشکیل داد که به طور عمده از مخاطرات ژئوپلیتیکی ناشی می‌شد. کاهش هزینه فرصت به دلیل تضعیف دلار و نرخ بهره پایین‌تر نیز حدود ۱۰ درصد دیگر به این بازدهی اضافه کرد. تاثیر ترکیب سیاست و ابهامات در سطح کلان در شرایط فعلی نوسانات سیاسی که بار دیگر در آمریکا برخاسته، به طور مشخص تاثیرگذار بوده است. تاثیر ترکیبی مخاطرات ژئوپلیتیکی بالا و تضعیف دلار به طور تقریبی، ۱۶ درصد از عملکرد طلا را تشکیل می‌دهد. شورای جهانی طلا می‌گوید که سهم چهار عامل اصلی محرک طلا در سال جاری به‌طور غیرمعمولی، متعادل بوده است؛ نشانه‌ای از بازاری که به جای یک کاتالیزور واحد، تحت تاثیر نیروهای متنوع قرار گرفته است. با این حال، شتاب نقش بزرگ‌تری را نسبت به سال‌های گذشته ایفا کرده که نشان‌دهنده علاقه گسترده سرمایه‌گذاران به روند صعودی قدرتمند طلا بوده است.

اگرچه قیمت فعلی طلا تا حدود زیادی با اجماع اقتصاد کلان؛ رشد، باثبات، کاهش جزئی نرخ بهره و عملکرد محدود در یک سازه زمانی، همخوانی دارد، تجربه پارسال نشان می‌دهد که اقتصاد کلان به ندرت از مسیرهای قابل پیش‌بینی پیروی می‌کند. تحلیلگران، سه سناریوی متمایز را برای سال ۲۰۲۶ ترسیم کرده‌اند که هر کدام پیامدی کاملاً متفاوت برای قیمت طلا در بر خواهند داشت: سناریوی نخست، عبارت است از کند شدن جزئی اقتصاد آمریکا به دلیل نگرانی از کاهش شتاب رشد، به ویژه اگر حاشیه سود شرکت‌ها کاهش یابد یا انتظارات از هوش مصنوعی تعدیل شده و بازار سهام را تحت‌الشعاع قرار دهد. تضعیف بازار کار آمریکا، فعالیت مصرف‌کننده را تضعیف کرده و در نتیجه، بانک مرکزی آمریکا (فدرال رزرو) را وادار به کاهش نرخ بهره بیش از حد انتظار می‌کند. در این سناریو، نرخ بهره پایین‌تر، دلار ضعیف‌تر که هر دو همچنان در سطوح نسبتاً بالایی قرار دارند و افزایش ریسک‌گریزی، تاثیر حمایتی خواهد داشت. تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند که در این شرایط طلا در سال ۲۰۲۶ بین ۵ تا ۱۵ درصد رشد کند. این رشد، پس از عملکرد سال ۲۰۲۵ فلز زرد، چشمگیر خواهد بود و احتمالاً با ادامه خریدهای راهبردی بانک‌های مرکزی و ورود سرمایه‌گذاران جدید از بازارهایی مانند چین و هند تقویت می‌شود.

سناریو دوم، جدی‌ترین سناریوی صعودی است، منوط به اینکه اقتصاد جهانی به رکود عمیق‌تر و هماهنگ‌تر ناشی از تشدید مخاطرات ژئوپلیتیکی و ژئواکونومیک وارد شود. جنگ‌های حل و فصل‌نشده یا نقاط بحرانی جدید می‌تواند اعتماد را نابود کند، کسب‌وکارها سرمایه‌گذاری را کاهش دهند و خانوارها هزینه‌های خود را کم کنند و یک «حلقه سرنوشت» ایجاد شود که خود عامل تقویت و تشدید خود خواهد بود. در این سناریو، فرار گسترده به سمت دارایی‌های امن، همراه با افت شدید بازدهی اوراق و اضافه شدن پرمیوم (اضافه بها) ناشی از اضطراب ژئوپلیتیکی، بادهای موافق بسیار قدرتمندی را برای طلا ایجاد می‌کند. در این سناریو طلا در سال ۲۰۲۶ می‌تواند ۱۵ تا ۳۰ درصد رشد کند. تقاضای سرمایه‌گذاری به ویژه از طریق صندوق‌های قابل معامله طلا محرک اصلی خواهد بود. با وجود ورودهای سنگین تا اینجا، کار، موجودی این صندوق‌ها همچنان کمتر از نصف سطوح مشاهده‌شده در چرخه‌های صعودی قبلی است که در نتیجه فضای زیادی را برای رشد در اختیار آن قرار می‌دهد.

در سناریوی سوم (عقب‌نشینی نزولی)، موفقیت سیاست‌های دولت دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریکا در ایجاد رشد قوی‌تر از انتظار از طریق حمایت مالی گسترده قدرت را به دست می‌گیرد. اگر این تورم‌زایی فعالیت را دوباره بالا ببرد و رشد جهانی را تقویت کند، فشارهای تورمی می‌تواند فدرال رزرو را وادار به نگه داشتن یا حتی افزایش نرخ بهره در ۲۰۲۶ کند. شاخص‌های این سناریو و محیط عبارتند از بازدهی بلندمدت رو به افزایش اوراق، دلار قوی‌تر و چرخش گسترده به سمت ریسک‌پذیری که هزینه فرصت نگهداری طلا را بالا می‌برد. این موضوع تمایل سرمایه‌گذاران را به شدت کاهش می‌دهد و می‌تواند باعث اصلاح ۵ تا ۲۰ درصدی قیمت فلز زرد شود. خروج مداوم از صندوق‌های طلا، این سناریو را به چالش‌برانگیزترین شرایط برای این فلز گرانبها تبدیل خواهد کرد.

اما فراتر از این سناریوهای مرتبط با اقتصاد کلان، دو مولفه به‌عنوان برگ برنده غیرمنتظره باقی می‌مانند: تقاضای بانک‌های مرکزی و جریان بازایافت. در مورد نخست (تقاضای بانک‌های مرکزی)، خریدهای بخش رسمی همچنان قوی بوده و حمایت ساختاری محکم وجود دارد، به‌ویژه با توجه به اینکه ذخایر طلای کشورهای در حال توسعه که منبع اصلی تقاضا محسوب می‌شوند، همچنان بسیار کمتر از کشورهای توسعه‌یافته است. تشدید تنش‌های ژئوپلیتیکی می‌تواند خرید این بازارهای نوظهور را به شدت افزایش دهد. در سوی مقابل، کاهش قابل توجه خریدها به سطوح پیش از دوران همه‌گیری کووید-۱۹، می‌تواند در مسیر صعود طلا مانع‌تراشی کند. در مورد دوم نیز بازایافت طلا تاکنون محدود بوده و دلیل آن هم تا حدی به دلیل استفاده روزافزون از طلا به‌عنوان وثیقه وام بوده است، به‌ویژه در هند که امسال بیش از ۲۰۰ تن در قالب جواهر به طور رسمی وثیقه شد. اگر بازایافت پایین بماند، از قیمت حمایت می‌کند. با این حال، رکود اقتصادی شدید در هند می‌تواند باعث فروش اجباری این وثیقه‌ها شود که متعاقباً به افزایش عرضه ثانویه و تحت فشار قرار گرفتن قیمت منجر شود. در مجموع و به طور کلی می‌توان گفت که توانایی طلا در تنوع‌بخشی و محافظت در برابر ریسک نزولی همچنان مهمترین ویژگی آن در جهانی به شدت غیرقابل پیش‌بینی است.

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۲۱۳۳۲۹۰۸۶۰

بالاخره تورم در اقتصاد ایران، پدیده پولی است یا ارزی؟

ریشه پولی جهش تورمی



و محدودیت‌های ارزی بوده است. نخستین جهش شدید تورم همراه با ارز در اقتصاد ایران، به اوایل دهه ۱۳۷۰ بازمی‌گردد. در آن دوره، به‌دلیل کاهش توان دولت برای مداخله در بازار ارز و افزایش تقاضای این کالا، نرخ ارز جهش کرد. با این حال، رشد نقدینگی و افزایش مخارج دولت در سال‌های پیش از جهش بود که باعث شد اثر تورمی آن پس از آزادسازی نرخ ارز و کاهش انتظارات تورمی تخلیه شود. بنابراین فروکش تورم در سال ۱۳۷۴ نیز صرفاً نتیجه تثبیت مصنوعی نرخ ارز نبود، بلکه محصول کاهش مخارج دولت و تخلیه تورم انباشته در سال‌های قبل بود.

جهش‌های ارزی، عامل اصلی تورم نیست

یکی از دوره‌های پرچالش در حوزه تورم را می‌توان سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶ دانست؛ این دوره به‌ظاهر دارای تورم پایین و ثبات نسبی در نرخ ارز بود، اما در حقیقت، همین دوران بود که منجر به تعمیق ناترازی‌های بانکی در اقتصاد کشور شد. در این دوره، نقدینگی در ترازنامه بانک‌ها قفل شده بود و بنابراین رشد نقدینگی وارد گردش واقعی اقتصاد نمی‌شد. این شرایط موجب شد که رابطه سنتی میان رشد نقدینگی و تورم موقتاً تضعیف شود اما این تضعیف، نه نشانه شکست نظریه پولی تورم، بلکه نتیجه شرایط ویژه‌ای بود که مانع تبدیل نقدینگی به تقاضای موثر شده بود. با آغاز سال ۱۳۹۷ و افزایش فشارهای ارزی، شکسته‌شدن این قفل بانکی و کاهش درآمدهای نفتی، تورم دوباره اوج گرفت و جهش‌های متعدد و پی‌درپی پدید آمد.

در جهش‌های تورمی مربوط به سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳، تحریم‌های خارجی، کاهش شدید درآمد نفتی، تنزل ذخایر ارزی، رشد بالای نقدینگی و افزایش کسری بودجه، همگی در کنار هم نیروهای تورمی شدیدی ایجاد کردند. در برخی سال‌ها نیز رویدادهای سیاسی بین‌المللی، مانند فشار حداکثری آمریکا بر انتظارات تورمی، اثر گذاشتند و فشارهای موجود را تشدید کردند. سیاست پولی انقباضی دولت در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، نقش موثری در کاهش موقت تورم داشت؛ به‌گونه‌ای که تورم نقطه‌به‌نقطه از حدود ۵۵ درصد به ۳۲ درصد کاهش یافت. با این حال، این کاهش در شرایطی رخ داد که بخشی از اثر رشد نقدینگی، تحت فشار کنترل‌های اداری و سیاست‌های کوتاه‌مدت سرکوب شده بود. بنابراین با بازگشت شرایط عادی، فشارهای تورمی دوباره ظاهر شدند و در سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴، روند افزایشی تورم را بازتولید کردند.

هیچ سیاستی که ریشه پولی تورم در ایران را نادیده بگیرد، نمی‌تواند موفق شود. کنترل دستوری قیمت‌ها، سرکوب نرخ ارز، تزریق مقطعی ارز برای مدیریت بازار و سیاست‌های کوتاه‌مدت از این دست نه‌تنها قادر به مهار تورم نیستند، بلکه می‌توانند نیروی تورمی را در زیر سطح انباشته و زمینه جهش‌های شدیدتر بعدی را فراهم کنند. راه‌حل پایدار در گرو کاهش سلطه مالی، کنترل رشد نقدینگی، اصلاح ساختار بودجه، بهبود نظارت بانکی و پرهیز از مداخلات مخرب در بازار ارز است و تنها از مسیر این اصلاحات است که می‌توان به ثبات پایدار، کنترل تورم و کاهش احتمال جهش‌های تورمی آینده، امیدوار بود.

تورم در بلندمدت تقریباً بر یک خط ۴۵درجه قرار می‌گیرند؛ به این معنا که بخش قابل‌توجهی از تورم بلندمدت ایران را می‌توان با رشد نقدینگی توضیح داد. این نتیجه از منظر نظری نیز با اصول اقتصاد کلان هماهنگ است؛ زیرا در بلندمدت سطح قیمت‌ها تابع رشد حجم پول است. سوال مهم در این میان، این است که چرا این رابطه در برخی دوره‌ها تضعیف می‌شود یا اثر نقدینگی در قیمت‌ها با تاخیر ظاهر می‌شود؟ یکی از دلایل اصلی این پدیده، افزایش تدریجی شدت سلطه مالی است. با گذشت زمان، کسری بودجه دولت (اعم از کسری آشکار و کسری پنهان) افزایش یافته و دولت برای تأمین مخارج خود به منابع بانک مرکزی و شبکه بانکی اتکا کرده است. این اتکا موجب شده است که رشد پایه پولی و نقدینگی، روندی عمدتاً صعودی و رو به گسترش داشته باشد. با وجود اینکه دولت‌ها از طریق سیاست‌های کنترل نرخ ارز، قیمت‌گذاری دستوری یا محدودیت‌های تجاری می‌کوشند در کوتاه‌مدت اثر رشد نقدینگی را مهار کنند، اما این تلاش‌ها قابلیت تداوم ندارد و قیمت‌ها در نهایت خود را با شرایط بنیادی پولی اقتصاد، تطبیق می‌دهند و به سطح تعادلی بلندمدت بازمی‌گردند.

آسیب‌های تثبیت نرخ ارز به اقتصاد ایران

براساس نظریه اقتصادی، نرخ ارز در بلندمدت باید متناسب با تفاوت تورم داخلی و خارجی تعدیل شود. اما در ایران، سال‌ها سیاست تثبیت نرخ ارز در پیش گرفته شده و این امر، مانع تعدیل تورم داخلی و خارجی در لحظه شده است. این سیاست در دوره‌هایی همچون دهه ۱۳۸۰ با تکیه بر درآمدهای بالای نفتی، قابل اجرا بوده است. در آن دوره، تثبیت مصنوعی نرخ ارز، باعث تقویت ارزش ریال و افزایش واردات کالاهای ارزان‌قیمت از کشورهای چین و ترکیه شد. این شرایط موجب شد که اثر واقعی رشد نقدینگی در قیمت‌ها بلافاصله بروز نکند، بلکه به‌صورت «نیروی تورمی انباشته» در اقتصاد ذخیره شود. این پدیده در ادبیات اقتصادی به‌عنوان «بیماری هلندی» شناخته می‌شود. در «بیماری هلندی»، ورود گسترده ارز خارجی، موجب تقویت بخش غیرقابل‌مبادله و تضعیف بخش قابل‌مبادله و در نهایت، افزایش وابستگی اقتصاد به درآمدهای خارجی و واردات می‌شود. به‌دلیل مداخله مستمر در بازار ارز، اقتصاد ایران سال‌ها در ظاهر با ثبات قیمتی مواجه بود، اما پشت این ثبات مصنوعی، فشار نقدینگی انباشته شده و به‌مضض کاهش درآمدهای نفتی یا بروز شوک‌های بیرونی، نرخ ارز جهش کرد و این فشار انباشته‌شده در قالب تورم شدید آزاد شد. بنابراین نقش تثبیت نرخ ارز در ایران به‌جای مهار پایدار تورم، ایجاد تاخیر در بروز آن بوده و جهش‌های بعدی را تشدید کرده است.

از ۶ جهش تورمی شدید (رسیدن تورم به سطح بالای ۳۰ درصد) در اقتصاد ایران، چهار جهش اخیر با فاصله بسیار کوتاه‌تری رخ داده است. این جهش‌ها شامل جهش سال ۱۳۷۳، جهش سال ۱۳۹۱، جهش سال ۱۳۹۷، جهش سال ۱۳۹۹، جهش سال ۱۴۰۱ و جهش سال ۱۴۰۳ تا به امروز می‌شود. برخلاف تصور برخی افراد که ادعا می‌کنند تورم‌های شدید، نتیجه شوک‌های بیرونی یا جهش نرخ ارز هستند، جهش ارزی در واقع، نه علت بنیادی تورم، بلکه معلول رشد نقدینگی

فرصت امروز: پژوهشکده پولی و بانکی در گزارشی به قلم «تیمور رحمانی» استاد اقتصاد دانشگاه تهران، به تحلیل پولی جهش‌های تورمی در اقتصاد ایران پرداخت و هرگونه سیاستی که ریشه پولی تورم در ایران را نادیده بگیرد، محکوم به شکست دانست. به گفته بازوی پژوهشی بانک مرکزی، رشد مداوم نقدینگی که تحت‌تاثیر سلطه مالی و نیاز پیوسته دولت به تأمین کسری بودجه از مسیر بانک مرکزی و شبکه بانکی شکل می‌گیرد، در کنار ساختارهای نهادی و اقتصادی خاص ایران، موجب تثبیت نرخ‌های بالای تورم و تداوم چرخه‌های تورمی شده است. در کنار این مسئله، بررسی تحولات اقتصادی ایران از دهه ۱۳۵۰ تا امروز، نشان می‌دهد که جهش‌های تورمی اخیر نیز برخلاف تصور عمومی، پدیده‌هایی تصادفی یا وابسته به بحران‌های مقطعی نیستند، بلکه محصول رابطه‌ای پایدار و تکرارشونده میان رشد نقدینگی، کسری بودجه دولت، محدودیت‌های ارزی و همچنین نحوه و زمان‌بندی تعدیل نرخ ارز بوده‌اند.

در این میان، بعضی دیدگاه‌ها، علت بخشی از جهش‌های تورمی را افزایش نرخ ارز دانسته‌اند، اما علت تقدم نرخ ارز در برخی از جهش‌های تورمی، عدم چسبندگی قیمتی ارز در این مقاطع زمانی است که باعث می‌شود پیش از افزایش قیمت سایر کالاها، جهش پیدا کند و به مقدار بنیادی خود برسد. این گزارش با واکاوی شواهد تاریخی و داده‌های آماری، نتیجه می‌گیرد، طی دوره‌هایی که فشار بنیادی برای افزایش نرخ ارز و قیمت‌ها داشته گرفته، اما توسل به درآمدهای نفتی، مانع تعدیل نرخ ارز و قیمت‌ها شده است، به‌محض تضعیف امکان توسل به درآمدهای نفتی این تعدیل شکل گرفته است. فقدان چسبندگی در نرخ ارز، سبب تعدیل سریع‌تر و لذا تقدم جهش نرخ ارز بر جهش تورم شده و همین موضوع باعث شده است جهش نرخ ارز، علت جهش تورم ذکر شود اما بررسی تاریخی موضوع، نشان داده است که براساس دانش نظری و تجربی کنونی ما، سلطه مالی و رشد نقدینگی، عامل اصلی جهش‌های تورمی بوده‌اند.

راز رشد نقدینگی در سایه جهش ارزی

پژوهشکده پولی و بانکی در این گزارش، رشد مداوم نقدینگی ناشی از سلطه مالی دولت و انباشت کسری‌های بودجه را عامل محوری شکل‌گیری تورم پایدار در اقتصاد ایران معرفی می‌کند و جهش‌های ارزی، نه علت اصلی افزایش قیمت‌ها، بلکه پیامد رشد نقدینگی دانسته شده‌اند. اقتصاد ایران دارای «تورم مزمن و پایدار» است و متوسط تورم آن طی نیم‌قرن اخیر، بسیار بالاتر از میانگین اقتصادهای درحال‌توسعه به نوظهور قرار داشته است. حال در این میان، این سوال مطرح می‌شود که چرا با وجود سال‌ها سیاست تثبیت نرخ ارز، کنترل‌های قیمتی و تلاش دولت‌ها برای جلوگیری از جهش نرخ ارز، بنیه تورمی اقتصاد ایران پیوسته به‌کار افتاده و تورم دوباره و دوباره بازتولید شده است؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد ارتباط بلندمدت میان رشد نقدینگی و تورم در افق طولانی‌مدت در ایران بسیار قوی و تقریباً خطی است. تحلیل داده‌های اقتصاد ایران از سال ۱۳۳۸ تا ۱۴۰۳ با استفاده از فیلتر هادریک – پرسکات، نشان می‌دهد که نرخ رشد نقدینگی و نرخ

اقتصاد ایران وارد دوره رکود شد

گلوگاه تولید در تنگنا

دوره رکود شروع شده است. همچنین هزینه مصرف خصوصی خانوار ۱.۴ درصد نسبت به تابستان گذشته کاهش پیدا کرده است. کاهش مصرف خصوصی در بهار امسال و تابستان سال گذشته هم تکرار شده و نشان می‌دهد رفاه خانوار در یک سال اخیر تحت فشار بوده است؛ به طوری که امکان تقاضای کالاها و خدمات در اقتصاد برای آنها محدود شده است. رشد تشکیل سرمایه ثابت ناخالص نیز افتی شدید در تابستان به خود دیده و به منفی ۴.۸ درصد رسیده است. این در حالی است که این رشد در بهار امسال معادل منفی ۱.۹ درصد و در تابستان سال گذشته معادل ۰.۹ درصد بوده است. آمارها به وضوح روایتی کاشخی از تشکیل سرمایه در اقتصاد ایران دارد. همچنین این آمارها گویای آن است که این کاهش از هر دو کانال ماشین‌آلات و ساختمان بوده است. تشکیل سرمایه در بخش‌های ماشین‌آلات و ساختمان به ترتیب نسبت به تابستان گذشته ۷.۲ درصد و ۱.۷ درصد کاهش پیدا کرده است. وضعیت تجارت در تابستان نیز مساعد نبوده است. با وجود اینکه صادرات ۸.۳ درصد نسبت به تابستان گذشته رشد داشته اما تنها توانسته ظرفیت‌های خالی گذشته اقتصاد را پر کند. واردات کالاها و خدمات نیز ۲۸.۴ درصد در تابستان افت داشته که در راستای افول ۲۱.۴ درصدی در بهار امسال بوده است.

براساس این گزارش، رشد اقتصادی به روش ارزش افزوده نیز وضعیت بهتری نداشته است. در تابستان امسال با احتساب نفت معادل ۰.۳ درصد و بدون احتساب آن معادل منفی ۰.۴ درصد بوده است. اراقمی که نسبت به تابستان سال گذشته افولی جدی داشته است. با وجود اینکه افزایش استخراج نفت در تابستان امسال باعث شده

اخبار

هشدار اتحادیه طلا به خریداران:

سکه بدون فاکتور نخرید!

یکی از بازارهایی که از قدیم، محل سرمایه‌گذاری و خرید و فروش سنتی در میان مردم ایران بوده، بازار سکه طلا یا همان «سکه بانکی» است که در سال‌های اخیر به حدی مصنوعات تقلبی در این بازار زیاد شده که خریداران باید بیش از گذشته مراقب و هوشیار باشند. البته موضوع فقط مربوط به تقلبی‌بودن سکه با چالش اصالت آن نیست و اگر به صورت حضوری به بازار مراجعه کنید و قصد خرید سکه طلا را داشته باشید، به نکاتی برخورد می‌کنید که اگر بدون تجربه خرید قبلی و بدون توجه به توصیه‌ها، هشدارها و نکات مربوط به چگونگی خرید سکه، عمل کنید، ممکن است در زمان فروش سکه طلای خود، متحمل ضرر و زیان شوید. در این ارتباط، اتحادیه فروشندگان و سازندگان طلا و جواهر تهران به خریداران، هشدار داد که سکه بدون فاکتور نخرند. «نادر بذرافشان»، رئیس اتحادیه فروشندگان و سازندگان طلا و جواهر تهران با اشاره به افزایش سکه‌های تقلبی و مشکلات اصالت‌سنجی، به خریداران توصیه کرد که در خرید حضوری حتما فاکتور معتبر دریافت کرده و تا حد امکان از خرید سکه و طلای آب‌شده در فضای مجازی پرهیز کنند. «بذرافشان» در گفت‌وگو با «پسنا» با اشاره به لزوم توجه به توصیه‌ها و قوانین در زمان خرید سکه از فروشندگان سکه، گفت: قبل از هر چیز مردم در زمان خرید سکه طلا باید حتما به هشدارها و توصیه‌ها در این زمینه توجه کنند و پیش از انجام هرگونه خرید سکه طلا از توصیه‌ها در زمینه خرید سکه طلا آگاه باشند. متأسفانه برخی از همکاران و تعدادی از فروشندگان صنفی همچنان از ارائه فاکتور رسمی، فاکتور سربرگردار و فاکتورهای شفاف خودداری می‌کنند و با وجود اینکه بارها اطلاع‌رسانی شده و طبق قانون نظام صنفی نیز تمام واحدهای صنفی موظفند برای هر خرید، بیش از ۱۰ هزار تومان (در صورت درخواست مشتری)، فاکتور ارائه دهند، اما همچنان برخی تخلفات در این زمینه مشاهده شده است. رئیس اتحادیه فروشندگان و سازندگان طلا و جواهر تهران، ادامه داد: قانون نظام صنفی، شامل تمام اصناف کشور می‌شود که از فروش یک جفت جوراب گرفته تا خرید طلا و سکه را شامل می‌شود؛ بنابراین هر واحد صنفی بدون هیچ استثنایی مکلف است در صورت مطالبه مشتری، فاکتور ارائه دهد. با اینکه امروز قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار از مرز ۱۲ میلیون تومان عبور کرده و قیمت سکه حدود ۱۲۰ میلیون تومان است، اما هنوز برخی واحدها از ارائه فاکتور خودداری می‌کنند و حتی ادعا می‌کنند که «سکه فاکتور نداره» که این رفتارها باعث نارضایتی مردم شده و برخلاف صراحت قانونی است که همه را ملزم به صدور فاکتور شفاف می‌کند. بارها در اتحادیه طلا، از طریق بازرسی و پیگیری‌های متعدد این موضوع را دنبال کرده‌ایم، اما همچنان برخی واحدها تمایلی به شفاف‌سازی ندارند که بخشی از این مقاومت‌ها ناشی از تلاش برای فرار مالیاتی است و بخش دیگر نیز به این دلیل است که نمی‌خواهند هویت واحد صنفی آنها در خرید و فروش ثبت شود. حتی بعضا دیده شده که برخی فاکتورهای کامپیوتری بدون آدرس، بدون مهر یا بدون اطلاعات استاندارد ارائه می‌شوند و حتی در خریدهای فضای مجازی فاکتورهای ستلی و نامکمل صادر می‌شود که عملا قابل استناد نیست. به گفته این فعال بازار طلا و سکه، سه مرجع اصلی اتاق اصناف، سازمان تعزیرات و سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده، مراجع قانونی هستند و تمام واحدهای صنفی در هر حوزه‌ای، به‌ویژه صنف طلا و سکه که در ردیف فزات گرانپا قرار می‌گیرد، موظفند فاکتور رسمی سربرگردار، مهرشده و دارای کلیه مشخصات کامل ارائه کنند تا در صورت بروز هرگونه مشکل مانند اختلاف قیمت، عیار با اصالت کالا، مستندات قابل پیگیری وجود داشته باشد. «بذرافشان» از مردم خواست که هنگام خرید، حتما فاکتور مطالبه کنند و افزود: هنگام خرید، حتما فاکتور مطالبه کنید و تا دریافت فاکتور معتبر، از محل خرید خارج نشوید و حتما سکه‌ای که از واحد صنفی خریداری می‌کنید باید پلمپ همان واحد صنفی باشد. همچنین توصیه می‌شود که خریداران (به‌ویژه در مورد طلای آب‌شده، طلا و سکه که جزو فزات گرانپا هستند) تا حد امکان خریدهای خود را در فضای مجازی انجام ندهند و بهتر است پس از اطمینان از هویت واحد صنفی و به‌مورت حضوری خرید کنند تا احتمال بروز مشکل به حداقل برسد.

با تصویب نمایندگان مجلس

بودجه شرکت ملی نفت شفاف شد

نمایندگان مجلس شورای اسلامی، دولت را مکلف کردند که سهم شرکت ملی نفت ایران و سایر شرکت‌های اکتشافات تولید از منابع تهاتری را در قالب یک ردیف مشخص در لایحه بودجه سنواتی بیاورد. نمایندگان مجلس در جریان جلسه علنی روز یکشنبه و در ادامه بررسی جزئیات لایحه بودفوبرتی الزامات و احکام ودرتینار قوانین بودجه‌های سنواتی، با پیشنهاد اصلاح کل در ماده ۳ این طرح موافقت کردند. پیشنهاد اصلاح کل در ماده ۳ این طرح به شرح زیر است: اعتبارات تهاتری و جمعی - خارجی به تفکیک جداول منابع و جداول مصارف به صورت جداگانه و در ردیف‌های مستقل ثبت می‌شوند. منابع تهاتری: واگذاری هرگونه دارایی است که در سال مالی بابت مصارف و تعهدات قانونی دولت پیش‌بینی و به صورت جمعی - خرجی در قوانین بودجه سنواتی درج می‌گردد؛ پس از تخصیص سازمان برنامه و بودجه کشور به مصرف می‌رسد. سهم شرکت ملی نفت ایران و سایر شرکت‌های اکتشافات تولید از منابع تهاتری در قالب یک ردیف مشخص برای سرمایه‌گذاری در طرح‌های مصوب شرکت‌های مذکور منظور می‌شود. پرداخت و هزینه کرد ارزی، ریالی، تهاتری و واگذاری دارایی در اجرای مصوبات مراجع ذی‌صلاح قانونی خارج از بودجه سنواتی با رعایت اصل پنجاه و سوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران باید در دفاتر خزانه‌داری کل کشور ثبت گردد.

قیمت‌ها از ۸ تا ۳۰۵ درصد بالا رفتند

تورم تابستانی محصولات کشاورزی

قیمت محصولات کشاورزی، افزایش قابل توجهی را تجربه کرده است. طبق آمارهای مرکز آمار ایران، در بخش سبزیجات در تابستان ۱۴۰۴، متوسط قیمت گوجه فرنگی ۱۰ هزار تومان و متوسط قیمت پیاز ۱۱ هزار و ۷۰۰ تومان بوده که به ترتیب نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۲۵۴٫۴ و ۸۶ درصد افزایش داشته است. همچنین متوسط قیمت سیب زمینی ۱۳ هزار و ۷۰۰ تومان بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۵۱٫۱ درصد افزایش داشته است. در بخش غلات در تابستان امسال، متوسط قیمت گندم ۲۰ هزار و ۳۱۸ تومان بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل ۱۷٫۸ درصد افزایش داشته است. همچنین متوسط قیمت جو ۱۹ هزار و ۱۰۰ تومان بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۱۰۸ درصد افزایش داشته است. در بخش حبوبات نیز متوسط قیمت نخود ۹۱ هزار و ۶۰۰ تومان و متوسط قیمت عدس ۱۱۹ هزار و ۳۹۴ تومان بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۸۷٫۵ و ۹۲٫۵ درصد افزایش داشته است. در بخش محصولات جایلیزی در سه ماهه دوم امسال، متوسط قیمت هندوانه ۸۱۰۰ تومان و متوسط قیمت خربزه ۱۷ هزار تومان بوده که به ترتیب نسبت به فصل تابستان سال قبل، ۱۹۴ و ۸۸ درصد افزایش داشته است. همچنین متوسط قیمت خیار ۲۳ هزار و ۲۰۰ ریال بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۵۷ درصد افزایش داشته است. در بخش محصولات علوفه‌ای نیز متوسط قیمت یونجه ۱۹ هزار تومان بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۶۰۴ درصد افزایش داشته و متوسط قیمت کاه ۳۳۲۶ تومان بوده که نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۲۰۵۳ درصد افزایش داشته است.

بدون اصلاح ساختار بودجه، تورم مهارشدنی نیست

از رشد نقدینگی تا انتظارات تورمی



کنترل رشد نقدینگی و دیگری، کنترل انتظارات تورمی است. منظور از انتظارات تورمی، آن دسته از عوامل غیراقتصادی است که بر نرخ تورم تاثیر می‌گذارند؛ مانند عوامل سیاسی یا تنش‌های منطقه‌ای. در واقع، تنش‌های منطقه‌ای بر کنش فعالان اقتصادی، تاثیر دارد که در شاخص‌های کلان هم به وضوح احساس می‌شوند.

به گفته این تحلیلگر پولی، انتظارات روانی بیش از همه از فضای حاکم بر کشور نشأت می‌گیرد. در بحث کنترل نقدینگی اما بانک مرکزی به عنوان سیاستگذار پولی، دست بالا را دارد و اگر به آمارهای مختلف بنگریم، متوجه خواهیم شد که در این مدت، تمام هم و غم خود را گذاشت و از راه کنترل ترازنامه‌ها، خلق پول از سوی بانک‌ها را حدگذاری و سپس کنترل کرد.

او با یادآوری نقش مهم کسری بودجه در رشد نقدینگی، توضیح داد: این هم عامل مهمی است و نباید آن را دست کم گرفت. کسری بودجه خواهیم داشت تا زمانی که نتوانیم یک بودجه متوازن و عملیاتی بنویسیم. در این میان، دولت بخشی از کسری بودجه را اغلب به اصطلاح پولی می‌کند و آن را با استقراض از منابع بانکی تامین می‌کند. به این ترتیب، در حالی که سیاستگذار پولی، فشار را برای کنترل نقدینگی به اوج رسانده، دولت برای تامین بخشی از هزینه‌هایش، اقداماتی را در پیش می‌گیرد که بر میزان نقدینگی می‌افزاید. اقتصاد ایران به هیچ وجه امکان تکنرخی کردن ارز را ندارد و هر اقدامی در این راستا، نهایتا به تحمیل یک شوک تازه و ایجاد نرخ‌های تازه با قیمتی بیشتر منجر خواهد شد، چنانکه پیش از این نیز چنین شده است.

اصلاحات اقتصادی؛ نیاز فوری کشور

به گفته «فرزانی»، اگر وضعیتی که انتظارات تورمی را به وجود آورده، تغییری نکند، کسری بودجه کمتر نخواهد شد و به این ترتیب، تورم هم کم نمی‌شود. ما تا زمانی که یک بازار جدید برای صادرات محصولاتمان پیدا نکنیم یا راه‌های بهینه‌تری برای دور زدن تحریم‌ها نیابیم و گشایشی در شرایطمان ایجاد نشود، احتمالا تورم هم کاهش نخواهد یافت. دامنه کسری بودجه دائما در حال افزایش است و به طور قطع، بخشی از این کسری با فشار به نقدینگی تامین می‌شود. من فکر می‌کنم در بهترین حالت در سال ۱۴۰۵، وضعیت تورم مشابه امسال باشد. در عین حال، امکان اینکه تورم به شکل تصاعدی بالا برود و در سال آینده بیش از امسال باشد هم زیاد است. ما اقتصادی نروم‌زده هستیم که دهه‌هاست با تورم دورقمی مواجهیم و به شکل تصاعدی در تورم ما افزوده شده است؛ کما اینکه در دهه ۸۰، میانگین تورم سالانه ۲۰ درصد بود و اکنون به ۴۰ درصد رسیده است.

وی با اشاره به اینکه بدون اصلاح ساختار بودجه، تورم مهارناشدنی است،

فرصت امروز؛ دولت در حالی بخشنامه بودجه ۱۴۰۵ را ابلاغ کرده که اقتصاد ایران در شرایط دشواری قرار دارد و این دشواری‌ها، بودجه سال آینده را محکوم به اصلاحات ساختاری کرده است. دولت برای آنکه هزینه‌های صعودی خود را تامین کند، ناچار است درآمدهایش را بالا ببرد؛ بنابراین با باید ارز کالاهای اساسی را گران کند یا نرخ‌های مالیاتی فعلی را افزایش دهد و یا قیمت حامل‌های انرژی را بالا ببرد. البته گاهی دولت‌ها به جای انجام این اقدامات تورم‌زا به سراغ کنترل هزینه‌های‌شان می‌روند، اما شوربختانه در اینجا هم به جای حذف بودجه‌های زاید و غیرضروری، از افزایش حقوق کارمندان جلوگیری شده است؛ یعنی با وجود تورم ۴۰ درصدی سال‌های گذشته، حقوق کارمندان دولت فقط ۲۰ درصد بیشتر شده است. به نظر می‌رسد حذف بودجه دستگاه‌های عریض و طویل به یک تابلو تبدیل شده است؛ ساختارهایی که اغلب در دوران وقور درآمدهای نفتی ایجاد شدند، اما امروز به باری اضافه بر دوش کشور، بدل شده‌اند. در این میان، براساس آخرین برآوردهای مرکز آمار، نرخ تورم به مرز ۵۰ درصد رسیده و شنیده‌ها از افزایش نرخ ارز ترجیحی در بودجه سال آینده حکایت دارد. در اردیبهشتماه ۱۴۰۱ هم که دولت سیزدهم، دست به حذف ارز ترجیحی ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی زد، نرخ تورم تا مدت‌ها روند صعودی پیدا کرد و تنها در اواخر سال ۱۴۰۲ از شدت آن کاسته شد. در آن زمان هم دولت وقت، تصور می‌کرد که اگر ارز ترجیحی را حذف کند، هم به منابع بزرگی دست پیدا می‌کند و هم تکرانه بزرگ قیمتی، شکل نخواهد گرفت. با این حال، سطح تورم آنقدر بالا رفت که دولت در زمستان ۱۴۰۱، ارز ترجیحی ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومانی را تعیین کرد تا جلوی شتاب افزایش قیمت‌ها را بگیرد. حال دولت چهاردهم در صدد حذف ارز ترجیحی ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومانی و تعیین نرخ بالاتر برای واردات کالاهای اساسی است؛ اقدامی که آن هم بر سرعت افزایش تورم خواهد افزود.

نقش کسری بودجه در رشد نقدینگی

در روزهایی که تورم اوج گرفته، زمزمه‌ها از افزایش نرخ ارز ترجیحی، خبر می‌دهند. با وجود آنکه مرکز آمار ایران، نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه در آبان‌ماه ۱۴۰۴ را بیش از ۴۹ درصد اعلام کرده، دولت قصد دارد نرخ ارز ترجیحی ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان در بودجه سال آینده را حذف کند و نرخ بالاتری برای واردات کالاهای اساسی تعیین کند که صدامتبه بر شتاب افزایش تورم خواهد افزود. این امر هم‌زمان شد با اصلاحات قیمتی دولت و تعیین نرخ سوم بنزین از نیمه دوم آذرماه که البته اجرای آن به تعویق افتاده است. «حجت الله فرزانی»، کارشناس اقتصادی درباره سناریوهای احتمالی بودجه سال آینده به «خبرآنلاین» گفت: کنترل تورم در اقتصاد ایران به دو عامل بیشتر از هر عامل دیگری مرتبط است؛ یکی،

حقیقی‌ها دوباره در سمت فروش قرار گرفتند

رشد خفیف بورس در روز یکشنبه

گزارش «اقتصادنیوز»، در جریان دادوستدهای روز گذشته، حجم معاملات سهام، حق تقدم و صندوق‌های سهامی به ۱۱٫۷ میلیارد سهم رسید و ارزش کل معاملات نیز معادل ۱۶٫۱۶۶ میلیارد تومان ثبت شد. سرانه خرید و فروش به ترتیب ۶۲۸ میلیون و ۷۰۱ میلیون تومان و قدرت خرید بازار، منفی ۱،۱۲ گزارش شد. خروج پول از بازار سهام نیز ۴۷۲ میلیارد تومان بود. جریان نقدینگی نشان می‌دهد که ورود پول به صندوق‌های درآمد ثابت، منفی ۱،۱۰۱ میلیارد تومان بوده است. به عبارت دیگر، در معاملات یکشنبه، هم از بازار سهام و هم از بازار صندوق‌های درآمد ثابت، پول خارج شد که احتمالا این پول به سمت بازارهای موازی خواهد رفت؛ مخصوصا که بازارهای طلا و سکه و ارز این روزها با صعودهای قیمتی چشمگیری همراه هستند. از مجموع نمادهای فعال، ۳۳۷ نماد مثبت و ۴۷۸ نماد منفی ثبت شدند که نشان‌دهنده تعادل نسبی بین خریداران و فروشندگان است. ارزش سفارش‌های خرید و فروش نیز به ترتیب ۱،۷۹۰ میلیارد تومان و ۱۹۷ میلیارد تومان اعلام شد که فروش بالاتر نسبت به فروش، نشان از حضور تقاضا در بازار دارد، هرچند فشار عرضه قابل توجه است. تعداد صف‌های خرید و فروش نیز به ترتیب ۱۱۹ و ۱۳۲ نماد بود که افزایش می‌کند. با وجود فشار عرضه‌ها، هنوز نمی‌توان گفت که ترس شدیدی، بازار را فرا گرفته است. شدت عرضه‌ها بیشتر باعث ایجاد احتیاط در معامله‌گران شده است و تصمیمات خرید و فروش با احتیاط بیشتری انجام می‌شود. در واقع، بازار در شرایط فعلی در حال آزمون مقاومت و رفتار معامله‌گران است؛ رشدهای ابتدایی روز یکشنبه، نشان از توان بازار دارد، اما عرضه‌ها به گونه‌ای است که معاملات را تحت تأثیر خود قرار داده است. براساس این

گزارش، در آبان‌ماهی که گذشت، تعداد سهامداران فعال در بازار سرمایه (چه سهامدار حقیقی و چه حقوقی، بدون احتساب کدهای دارای معامله کل عرضه‌های اولیه) به یک میلیون و ۳۷ هزار و ۶۶ نفر رسید که شامل یک میلیون و ۳۴ هزار و ۶۴۰ نفر سهامدار حقیقی و ۲ هزار و ۴۲۶ نفر سهامدار حقوقی است. این در حالی است که تعداد سهامداران فعال بورس در مهرماه امسال ۵۹۵ هزار نفر بود که مقایسه آمارها از رشد ۷۴ درصدی سهامداران فعال بازار سرمایه حکایت دارد. در ماهی که گذشت، سه صنعت «فلزات اساسی»، «محصولات شیمیایی» و «بانک‌ها و موسسات اعتباری» جزو سه صنعت پرگردش در معاملات بازار سهام بودند. آمارها همچنین حاکی از آن است که در آبان امسال این سه صنعت ۳۳ درصد ارزش کل معاملات بازار را به خود اختصاص داده اند. شاخص کل بازار سرمایه در بازه زمانی دو ماه گذشته در یک فرآیند صعودی از کانال ۲۴ میلیون واحد به کانال ۳۴ میلیون واحد رسیده است و پیش‌بینی‌ها حکایت از آن دارد که این مسیر صعودی در هفته‌های آینده نیز ادامه خواهد داشت. رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار به تازگی با اعلام اینکه در ۱۵ ماه اخیر بازار سرمایه به طور متوسط ۵۰ درصد بازدهی داشته است، گفت: طی این مدت در هر سه شاخص تعداد فعالان، میزان معاملات و ارزش بازار سرمایه رشد داشتیم. البته هنوز راضی کننده نیست اما در مسیر پیشرفت قرار گرفته‌ایم. به گفته «حجت الله صیدی»، مقایسه‌ه تاب‌آوری بورس ایران در جنگ ۱۲ روزه با بحران اقتصادی آمریکا در سال ۲۰۰۷ و نیز بورس کیف در حمله روسیه، نشان می‌دهد که تاب‌آوری بورس ایران بیشتر بوده و افت کمتری را تجربه کرده است؛ تا جایی که در چهار ماه اخیر، بازار سرمایه ۲۰ درصد رشد داشته است.

مشاور و مدیر کل حوزه شهردار کرج تاکید کرد:

حرکت به سمت آبیاری هوشمند فضای سبز یک ضرورت حیاتی‌ست



سیماء، منظر و فضای سبز شهری کرج، که با حضور محمود دهقان، رئیس سازمان فاوا، امیر رضیان، رئیس سازمان سیماء، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج و مدیران شهری بر گزار شد، به نقش اقدامات به‌ظاهر کوچک اما اثر گذار، در افزایش رضایتمندی شهروندان اشاره کرد و اظهار داشت: ارتقای سطح نگهداشت در پارک‌های شهری، به‌خصوص در بخش‌هایی مانند رسیدگی مستمر به وضعیت سرویس‌های بهداشتی، بهبود روشنایی، ساماندهی تابلوهای راهنمایی و استقرار آلمان‌های هویت‌بخش، می‌تواند نقش بسیار مهمی در افزایش احساس رضایت و امنیت شهروندان داشته باشد. وی با بیان اینکه شاخص‌های KPI باید به‌عنوان ابزار سنجش عملکرد در دستور کار همه واحدها قرار گیرد، افزود: یکی از مهم‌ترین اهدافی که از طریق پایش دنبال می‌کنیم، کاهش هزینه‌های نگهداری فضای سبز است. وقتی بتوانیم بهره‌وری را افزایش دهیم، علاوه بر صرفه‌جویی در منابع مالی، کیفیت خدمات ارتقا خواهد یافت. مشاور و مدیر کل حوزه شهردار کرج با اشاره به ساماندهی تابلوهای صنوف، گفت: یکی از چالش‌های مدیریت شهری، بی‌نظمی در نصب و توزیع تابلوهای تبلیغاتی صنوف است. اجرای دقیق ضوابط و کنترل این شاخص می‌تواند به بهبود سیمای بصری خیابان‌ها کمک کند و جلوه شهر را سامان دهد. سعیدی‌کیا در ادامه با اشاره به اجرای طرح‌های گسترده زیباسازی و اصلاح سیماء و منظر شهری در کرج، بیان کرد: این طرح‌ها به‌صورت محوری و محله‌ای اجرا شده و هدف آن‌ها ارتقای کیفیت بصری در معابر و فضاهای عمومی است. زیباسازی کف، ساماندهی چدارها و ایجاد هماهنگی در عناصر شهری از جمله وظایف ذاتی شهرداری است که تلاش داریم با انسجام بیشتر پیگیری شود. وی با تاکید بر اینکه بحران آب، مدیریت شهری را ملزم به اصلاح شیوه‌های آبیاری فضای سبز کرده است، گفت: باید هرچه سریع‌تر به سمت آبیاری هوشمند حرکت کنیم. این تحول علاوه بر کاهش اتلاف منابع، باعث نظارت دقیق‌تر بر مصرف و افزایش اثربخشی عملیات نگهداشت می‌شود. سرمایه‌گذاری در این حوزه یک ضرورت است و باید در اولویت برنامه‌های توسعه فضای سبز قرار گیرد.

مدیر کل بیمه سلامت استان مرکزی خبر داد:

پرداخت ۳۸۵ میلیارد تومان از مطالبات مؤسسات طرف قرارداد بیمه سلامت استان مرکزی در سال جاری



وی افزود: همچنین ۲۷۱ میلیارد تومان از مجموع پرداختی‌ها به مطالبات سطح دو و سه مؤسسات طرف

قرارداد اختصاص یافته که از این میزان، ۵۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان در آذرماه پرداخت شده است.

مدیر کل بیمه سلامت استان مرکزی تصریح کرد: پرداخت به‌موقع مطالبات ارائه‌دهندگان خدمت، نقش مهمی در حفظ پایداری خدمات و ارتقای کیفیت ارائه خدمات بیمه‌ای دارد.

نجاتی در پایان تأکید کرد: هدف اصلی سازمان بیمه سلامت، افزایش رضایتمندی بیمه‌شدگان و مؤسسات طرف قرارداد است و اداره کل بیمه سلامت استان مرکزی با تمام توان تلاش می‌کند تا پرداخت مطالبات به‌روز، شفاف و منظم انجام شود تا خدمات بیمه‌ای بدون وقفه و با کیفیت مطلوب به مردم عزیز ارائه گردد.

کشف و ضبط ۲۰۲ ماینر غیرمجاز در سوادکوه شمالی

ساری – دهقان : سازمان اطلاعات سپاه استان مازندران در ادامه اقدامات جدی خود برای مقابله با سوءاستفاده از منابع ملی و برق یارانه‌ای، از کشف یک مزرعه بزرگ استخراج رمز ارز غیرمجاز در شهر شیرگاه شهرستان سوادکوه شمالی خبر داد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق مازندران ، در این عملیات موفقیت‌آمیز، ۲۰۲ دستگاه ماینر غیرمجاز کشف و ضبط شد. مقامات اعلام کردند که این حجم مصرف برق، معادل مصرف برق حداقل ۲۰۰ خانوار مسکونی معمولی بوده و تأثیرات مخربی بر شبکه توزیع برق استان گذاشته است.

مهندس حسینی کارنامی ، مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران، با تأکید بر خسارات ناشی از این پدیده، اظهار داشت: «استخراج غیرمجاز رمزارز، علاوه بر تحمیل هزینه‌های سنگین بر شبکه، باعث بروز اختلال جدی در خدمت‌رسانی به مردم و صنایع می‌شود.»

این کشف حاصل همکاری و ورود جدی سازمان اطلاعات سپاه مازندران با واحدهای عملیاتی شرکت توزیع برق بوده است. پرونده متخلفان جهت برخورد قاطع به مراجع قضایی ارجاع شده است.

شرکت توزیع برق مازندران از شهروندان خواست تا موارد مشکوک استخراج رمزارز را از طریق شماره ۱۲۱ یا پیامک ۳۰۰۵۱۲۱ گزارش دهند. همچنین، برای گزارش‌های منجر به کشف، تا سقف ۳۰۰ میلیون تومان پاداش نقدی در نظر گرفته شده است.

در دیدار مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران با نماینده ولی فقیه در استان خوزستان و امام جمعه اهواز:

از نقش محوری ملی حفاری به عنوان پیشران تولید نفت و گاز و تلاش مضاعف کارکنان این شرکت تقدیر شد

اهواز – شبنم قباوند: در دیدار مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران با نماینده ولی فقیه در استان خوزستان و امام جمعه اهواز، از نقش مهم و محوری ملی حفاری به عنوان پیشران تولید نفت و گاز و تلاش مضاعف کارکنان این شرکت در تحقق برنامه های صنعت نفت کشور تقدیر شد.

در این دیدار حجت الاسلام والمسلمین سید عبدالنبی موسوی فرد با تبریک انتصاب آقای مرتضی فولادی به عنوان مدیرعامل شرکت ملی حفاری و آرزوی موفقیت برای ایشان، جایگاه و نقش این شرکت را در تولید و اقتصاد کشور بسیار مهم دانست و گفت: تلاش و همت مضاعف کارکنان سختکوش این مجموعه بزرگ صنعتی در انجام وظایف محوله بسیار ارزشمند و جای قدرتی دارد.

در این دیدار که امیر طرطیانی فرمانده پایگاه بسیج و سیدحسن حسینی رئیس روابط عمومی شرکت حضور داشتند، مدیرعامل درباره معرفی و برنامه های خود در راستای تحقق اهداف کلان صنعت نفت و حفظ، نگهداشت و افزایش تولید توضیحاتی ارائه داد و گفت: تلاش بر این است تا از حداکثر ظرفیت های استان در جهت پیشبرد و اجرای برنامه ها به ویژه طرح بزرگ بازسازی و نوسازی ناوگان حفاری و تجهیزات خدمات جانبی استفاده جامع به عمل آید.

برگزاری جلسه دبیرخانه «شهر دوستدار سالمند» در شهرداری گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: جلسه دبیرخانه راهبردی «شهر دوستدار سالمند» با حضور مهدی بیدلی مدیرکل دفتر امور اجتماعی استانداری، احمد سالاری قائم مقام شهردار گرگان و سایر اعضا در سالن اندیشه شهرداری گرگان برگزار شد.به گزارش روابط عمومی شهرداری گرگان، احمد سالاری قائم مقام شهردار گرگان در این جلسه گفت: با توجه به افزایش جمعیت سالمند در ایران و به تبع آن در گرگان، اجرای طرح‌های شهردوستدار سالمند برای تضمین کیفیت زندگی و ارتقای جایگاه این قشر از جامعه ضروری است.به گفته سالاری، شهرداری گرگان آمادگی دارد برای اجرای این طرح تمامی همکاری‌های لازم با مراجع ذیربط را داشته باشد.لازم به ذکر است، شهر دوستدار سالمند، شهری است که توزیع خدمات عمومی در آن حداکثر تناسب را با نیازها و محدودیت‌های افراد سالمند دارد.هدف از ایجاد شهرهای دوستدار سالمند، ایجاد محیطی است که خدمات عمومی آن با نیازها و محدودیت‌های افراد سالمند حداکثر تناسب را داشته باشد و به آن‌ها امکان مشارکت اجتماعی و استقلال بیشتری بدهد.

مدیرعامل توزیع برق گیلان:

مدیریت فناوری هوشمند در شرکت توزیع برق گیلان پیاده‌سازی شده است



فاوا، توسعه کاربردی‌سازی GIS، استانداردسازی تبادلد داده و امنیت و پایداری خدمات، یکپارچه‌سازی IT و OT، کاربردی‌سازی هوش مصنوعی و تأمین امنیت سایبری می‌باشد. وی تأکید کرد: سامانه‌های جامع و کاربردی در حوزه بهره برداری و دیسپاچینگ، مشترکین و برنامه ریزی و مهندسی در سطح شرکت توزیع برق گیلان در حال فعالیت هستند که مورد به روزرسانی و تکمیل طی دو سال اخیر قرار گرفته اند. صادقی خمایی تصریح کرد: به‌منظور

معاون مالی و اقتصادی شهرداری کرج اعلام کرد:

کاهش تاریخی فروش اموال شهرداری کرج /حرکت مدیریت شهری به سمت درآمدهای پایدار



تحقق کامل بودجه سالانه با اتکا بر منابع قابل اتکا و دائمی ممکن شود.

سلطانی‌مقدم در ادامه به مهم‌ترین موانع پیش‌رو در حوزه تأمین مالی اشاره کرد و عدم پرداخت بخشی از مطالبات شهرداری از سوی دستگاه‌های دولتی را یکی از مسائل جدی خواند.

مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران:

پایان هرمه‌اه دکل حفاری نمونه و تیم‌های عملیاتی و تخصصی پشتیبانی معرفی و تقدیر می‌شوند



به عمل آید. فولادی در همین ارتباط از مدیرخدمات فنی خواست که نخبگان و افراد مستعد به ویژه نسل جوان معرفی و پرورش دهند تا با کارآمدی در آینده شرکت ایفای مسئولیت نمایند. مدیرعامل با اشاره کاهش سهم شرکت از بازار کار در بخش خدمات جنبی حفاری، شتاب

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران:

دانشگاه مدافع حقوق آموزشی دانشجویان است و اجازه نخواهد داد شأن علمی دانشجو خدشه‌دار شود



توضیح داد: برخی برداشت‌های نادرست درباره امکانات خوابگاهی و تغذیه وجود داشته است اما جلسات متعددی جهت اصلاح و بهبود این فرآیندها برگزار شد و مذاکرات جهت ارتقای کیفیت تداوم داشته است. رضایی در ادامه به برنامه‌های توسعه‌ای اشاره کرد و گفت: درخواست احداث کلاس‌های جدید و کتابخانه مرکزی دانشگاه به استاندار مازندران ارائه شده و در تلاش هستیم تا این پروژه‌ها در اولویت قرار گیرد.

در ادامه نشست، به طرح دانشگاه برای مشارکت فعال در مدیریت

توسعه زیر ساخت‌ها نیز ۸۰ کیلومتر فیبر نوری در سطح استان توسط شرکت توزیع برق گیلان احداث شده است که موجب ارتقاء سرعت و کیفیت انتقال داده،افزایش امنیت تبادل داده ها، توسعه بستر ارتباط اختصاصی و پایدار، فراهم‌سازی زیرساخت برای سامانه‌های هوشمند و پشتیبانی از پروژه‌های کلان صنعت برق شده است. مدیرعامل توزیع برق گیلان اضافه کرد: در راستای توسعه زیرساخت‌های فاوا برای شبکه‌های توزیع برق گیلان تا کنون در این شرکت مرکز پایش ۲۶۰، مرکز پیشرفته دیسپاچینگ، مرکز تحقیق و توسعه راه اندازی شده و همچنین اجرای طرح‌هایی مانند رویت‌پذیری و کنترل‌پذیری مشترکین، رویت‌پذیری بست‌های عمومی و اختصاصی، راه اندازی کلیدهای هوشمند و هوشمندسازی کلیدهای موجود نیز اجرایی شده است. وی همچنین به تشریح برخی سامانه‌های در حال فعالیت در سطح توزیع برق گیلان از جمله مهنا، هما، HSE، بلدا، سامانه جامع مهندسی برای حاضرین پرداخت. در پایان صادقی اظهار داشت: توجه به تغییرات سریع در تکنولوژی و نیازهای روزافزون جامعه، توجه به این موضوع می‌تواند نقش مهمی در پیشرفت و توسعه پایدار صنعت برق ایفا کند و کاربردهای هوش مصنوعی در صنعت برق را مورد تشریح قرار داد.

تزریق حدود ۸۰۰ میلیارد تومان اعتبار به بزرگراه شمالی طی سال جاری علی‌رغم محدودیت‌های درآمدی

معاون مالی و اقتصادی شهرداری کرج با اشاره ویژه به ابرپروژه بزرگراه شمالی اظهار داشت: تأمین مالی حدود هشتصد میلیارد تومانی برای تکمیل پروژه بزرگراه شمالی کرج در سال جاری، علی‌رغم محدودیت‌های درآمدی و شرایط اقتصادی کشور، نشان‌دهنده عزم جدی و راسخ مدیریت شهری در تسريع روند تکمیل طرح‌های نیمه‌تمام است. سلطانی مقدم افزود: این اقدام که با هدف امیدآفرینی، تقویت نشاط اجتماعی و تحقق وعده‌های پیشین صورت گرفته، حاصل اهتمام ویژه مدیریت شهری و تبع آن معاونت مالی و اقتصادی در راستای تحقق کامل بودجه مصوب و تزریق منابع لازم به تمامی فعالیت‌های جاری، خدماتی، عمرانی و زیرساختی شهر می‌باشد. این مسئول تأکید کرد: مدیریت شهری کرج با وجود این محدودیت‌ها، مسیر اصلاح ساختار درآمدی را ادامه خواهد داد تا وابستگی شهرداری به درآمدهای ناپایدار به حداقل برسد و پایداری مالی شهر تقویت شود.

بخشی در راهبری پروژه های بازسازی و تعمیر اساسی، خرید دستگاه ها و تجهیزات مورد نیاز با در نظر گرفتن برنامه های توسعه ای و چشم انداز ، راه اندازی و تقویت بنیه داخلی تعمیرات تجهیزات و ماشین آلات خدمات فنی و اهمیت مدیریت نگهداری و تعمیرات سرمایه‌های در اختیار تاکید و مدیریت مهندسی را مأمور نظارت و پایش موارد پیش گفته کرد.

وی در بخشی از سخنانش خاطر نشان کرد: باید خوش اخلاقی و خوش رویی سرلوحه کارمان باشد و با همدلی و هم افزایی بیشتر در جهت اعتلای شرکت و تحقق برنامه های چشم انداز گام برداریم و جا دارد از تجارب پیشکسوتان نیز به نحو مطلوب در پیشبرد اهداف بهره گیری گردد. در این جلسه عبدالله ویسی آرا مدیر خدمات فنی شرکت درباره گستردگی و تنوع خدمات در این بخش توضیح و گزاری از عملکرد سال جاری ارائه داد. درآیدید از کارگاه ها و بخش های مدیریت خدمات فنی و گفت وگویی صمیمی با کارکنان از دیگر برنامه های جانبی جلسه بود که با استقبال همکاران مواجه شد.

پسماند استان نیز پرداخته شد.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران این طرح را مأموریت ملی دانشگاه دانست و تأکید کرد: دانشجویان می‌توانند بازوی مؤثر این برنامه باشند و الگوهای کاربردی در مناطق روستایی طراحی و اجرا کنند.

وی با اشاره به اهمیت مسئولیت اجتماعی، فعالیت‌های جهادی و برنامه‌های فرهنگی دانشجویان، ابراز امیدواری کرد: این روحیه مشارکت‌جو در تمام عرصه‌ها ادامه یابد. در پایان این نشست، دکتر رضایی از تلاش‌ها و مشارکت ارزشمند دانشجویان در برنامه‌های فرهنگی، علمی و اجتماعی تقدیر کرد و گفت: پذیرفتن مسئولیت و فعالیت تشکیلاتی در کنار تحصیل، اقدامی ارزشمند و نشان‌دهنده بلوغ فکری دانشجویان است.

وی افزود: ارتباط تشکّل‌ها با مدیریت دانشگاه، زمینه‌ساز رشد و ارتقای دانشگاه است و نمونه آن برگزاری موفق کنگره دانشجویی با حضور بیش از هزار دانشجو در سراسر کشور بود که به بهترین شکل توسط خود دانشجویان مدیریت شد.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران بار دیگر بر اولویت‌داشتن مسائل صنفی و دانشجویی تأکید و خاطر‌نشان کرد: هر اقدامی که در توان دانشگاه باشد برای حل مشکلات انجام خواهد شد.

تأکید آیت‌الله نورمفیدی:

قرآن و عترت، راه سوم اسلام برای هدایت جامعه و جایگاه واقعی زن

پیامبر(ص) و حضرت زهرا(س) ارائه کردند؛ زنی اهل دانش، معرفت، ایمان، مسئولیت‌پذیری و حتی حضور اجتماعی. چه کسی گفته زن نباید در مسائل اجتماعی نقش داشته باشد؟ این برداشت غلط را به نام اسلام به مردم القا کرده‌اند.» با بیان نمونه‌هایی از نقش‌آفرینی حضرت زهرا(س) در کودکی و بزرگسالی افزود: «گر جهان امروز با چهره حقیقی زن در اسلام آشنا شود، بسیاری از زنان جنب این نگاه متعالی خواهند شدند.» آیت‌الله نورمفیدی با اشاره به فعالیت‌های قرآنی در استان گفت: «هدف اصلی همه این مجموعه‌ها باید سوق دادن جامعه به سمت هدایت قرآنی باشد؛ هم در عرصه اعتقادی و هم اخلاقی. قرآن خود می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا النَّفَرُانُ بُهْدِي لِي نَفْسًا وَأَقْوَمَ» وی در حضور و هیئت‌های استانی اسلام‌آباد، تهران، قم و مشهد و هم‌راه و رفتار آنان با والدین، نماز، عمل صالح و رفتار اجتماعی –بی‌تردید همراه و پشتیبان این حرکت خواهد شد. فعالیت قرآنی نباید سال‌ها ادامه یابد بدون اینکه اثری در جامعه مشاهده شود.» امام‌جمعه گرگان ضمن آرزوی توفیق برای فعالان قرآنی استان گفت: «اگر فعالیت‌ها رنگ عملی و اخلاقی پیدا کند، هم جامعه همراه می‌شود و هم اهداف متعالی قرآن تحقق خواهد یافت. خداوند همه شما را موفق و مؤید بدارد».



دستور آن است که قرآن چنان در میان مسلمانان رواج یابد که تحریف حتی یک حرف از آن ناممکن شود.آیت‌الله نورمفیدی بخش مهمی از سخنان خود را به جایگاه زن در اندیشه اسلامی اختصاص داد و با اشاره به میلاد حضرت زهرا(س) گفت: «شرق سنتی، زن را به حاشیه رانده و غرب مدرن با شعار آزادی، او را به ابزاری برای نمایش ظاهری تبدیل کرده است؛ هر دو نگاه، خیانتی بزرگ به زن است.» وی تأکید کرد: «الگوی واقعی زن، همان است که

برندینگ و ارتباط با مشتری در عصر هوش مصنوعی

ممکن نبوده، فرامی‌گیرند. این یک داستان در مورد جایگزینی انسان با ماشین نیست. این داستان شکل‌گیری یک همکاری جدید و قدرتمند است؛ همکاری ای که در آن روح همچنان از قلب انسان سرچشمه می‌گیرد، اما صدای آن توسط ماشین به گوش میلیون‌ها نفر در سراسر جهان رسامند می‌شود.

هوش مصنوعی: مترجم جهانی احساسات

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های برندهای جهانی حفظ یک حس همدلی واقعی و ارتباط شخصی با میلیون‌ها مشتری در فرهنگ‌ها و زبان‌های مختلف است. یک پیام بازاریابی که در نیویورک تأثیرگذار است، ممکن است در توکیو کاملاً بی‌معنا باشد. هوش مصنوعی در اینجا به عنوان یک مترجم فرهنگی و احساسی بی‌نظیر عمل می‌کند. قدرت اصلی آن نه خلق احساس، که توانایی تحلیل و درک حجم عظیمی از داده‌های غیرساختاریافته (مانند نظرات کاربران، پست‌های شبکه‌های اجتماعی و مکالمات خدمات مشتریان) برای استخراج نیازها، نگرانی‌ها و خواسته‌های پنهان بخش‌های مختلف بازار است. این فناوری می‌تواند زبان پیچیده و ظریف احساسات انسانی را به پیش‌بینی‌های عملی برای تیم‌های بازاریابی ترجمه کند و به آنها اجازه دهد تا پیام اصلی و انسانی برند را به شکلی کاملاً بومی سازی شده و متناسب با هر مخاطب، ارائه دهند.

شرکت دیزنی را در نظر بگیرید که پیمان بردش، خلق جادو و شگفتی است. اما مفهوم جادو برای یک کودک پنج ساله، یک نوجوان و یک پدر و مادر، کاملاً متفاوت است. تصور کنید دیزنی از هوش مصنوعی برای تحلیل الگوهای تماشای فیلم در سرویس استریم خود استفاده می‌کند. این تحلیل فراتر از دسته‌بندی‌های ساده ژانر است و به دنبال درک نیازهای احساسی عمیق‌تر کاربران می‌گردد: کدام گروه از کاربران به دنبال نوستالژی و آرامش هستند، کدام گروه به دنبال «لهاوم و توانمندسازی» و کدام گروه صرفاً به دنبال هیجان و فرار از واقعیت می‌گردند.

بالاتعدادترین افراد به دنبال چیزی فراتر از یک حقوق خوب هستند؛ آنها به دنبال فرهنگی هستند که به سلامت آنها اهمیت می‌دهد. یک فرهنگ کاری سمی که فرسودگی را به عنوان یک نشان افتخار می‌بیند، مانند یک در چرخان برای بهترین کارمندان عمل می‌کند. هزینه جایگزینی این افراد بسیار بیشتر از هزینه پیشگیری از خروج آنهاست.

شرکت‌هایی مانند گوگل که موفقیت‌شان مستقیماً به نوآوری مداوم وابسته است، این محاسبات را به خوبی درک کرده‌اند. یک تیم مهندسی در گوگل که تحت فشار دائمی و استرس مزمن کار می‌کند، ممکن است بتواند برای مدتی، محصولات موجود را نگهداری و به روزرسانی کند اما این تیم، هرگز انرژی شناختنی یا شجاعت روانی لازم برای خلق «محصول بزرگ بعدی» را نخواهد داشت. نوآوری واقعی نیازمند یک ذهن آرام، کنجکاو و آماده برای ریسک کردن است.

فرسودگی این فضا را از بین می‌برد. بنابراین سرمایه‌گذاری گوگل بر روی فضاهای استراحت، غذای سالم، دسترسی به مشاوران سلامت روان و تسویق مدیران به حمایت از تعادل کار و زندگی تیم‌شان، یک اقدام سخاوتمندانه نیست؛ این یک سرمایه‌گذاری استراتژیک برای محافظت از موتور اصلی تولید ثروت در این شرکت، یعنی خلاقیت مهندسان آن است.

رهبران تجاری به مثابه خط مقدم

فرهنگ یک سازمان چیزی نیست که بر روی پوسترها نوشته می‌شود؛ فرهنگ، پژواک رفتار رهبران آن است. یک رهبر تجاری نمی‌تواند انتظار داشته باشد که تیمش در مورد چالش‌های سلامت روان خود صحبت کند، در حالی که خود او زرهی از شکست ناپذیری به تن کرده و همیشه تظاهر به کنترل کامل اوضاع می‌کند. این رویکرد، یک استاندارد غیرانسانی و غیرواقعی را به تیم تحمیل می‌کند. قدرتمندترین کاری که یک رهبر تجاری می‌تواند برای عادی سازی گفت‌وگوی سلامت روان انجام دهد، مدل سازی رفتار است. این به معنای به اشتراک گذاری آسیب‌پذیری‌های خود به شکلی سنجیده و استراتژیک است. وقتی یک رهبر تجاری با شجاعت می‌گوید «این هفته برای من بسیار استرس‌زا بود و قصد دارم

نویسنده: علی آل‌علی

در قلب هر برند بزرگ و فراموش‌نشدنی یک حقیقت ساده نهفته است: یک داستان، باور و پیمان. این همان روح نللموس و قدرتمندی است که باعث می‌شود ما برای یک کشش ورزشی، یک فنجان قهوه یا یک تلفن هوشمند مبلغی بسیار فراتر از ارزش مادی آن بپردازیم.

این روح ترکیبی پیچیده از ارزش‌ها، خاطرات و احساساتی است که در طول زمان و از طریق هزاران تعامل کوچک و بزرگ، در ذهن و قلب ما حک می‌شود. برای دهه‌ها، وظیفه خلق و پرورش این روح، منحصراً در دستان استراتژیست‌های انسانی، داستان‌سرایان خلاق و رهبران صاحب‌دیدگاه بوده است، اما امروز یک نیروی جدید و بی‌نهایت قدرتمند وارد این صحنه شده است: نیرویی که ادعا می‌کند می‌تواند زبان پیچیده احساسات انسانی را کدگشایی کرده، نیازهای ما را قبل از آنکه خودمان بدانیم پیش‌بینی کند و تجربه‌هایی کاملاً شخصی سازی شده را در مقیاسی غیرقابل تصور ارائه دهد. این نیرو، هوش مصنوعی است.

ورود هوش مصنوعی به دنیای برندسازی، یک موج هیجان‌انگیز از امکانات جدید را به همراه آورده است، اما در زیر این موج یک سوال عمیق و فلسفی نیز در حال شکل‌گیری است که آینده تعامل ما با کسب و کارها را مشخص خواهد کرد: آیا هوش مصنوعی می‌تواند به تنهایی خالق این «روح» باشد؟ آیا یک الگوریتم، هر چقدر هم که پیچیده باشد، می‌تواند جایگزین آن جرقه انسانی شهود، همدلی و خلاقیت شود که برندهای بزرگ را از رقای‌شان متمایز می‌کند؟

این مقاله پاشخی به این معمای مدرن است. ما بر این باوریم که هوش مصنوعی، نه خالق، که قدرتمندترین «هترجم» و «تقویت‌کننده» روح برند در تاریخ است. برندهای بزرگ آینده، نه توسط ماشین‌ها، که توسط انسان‌هایی ساخته خواهند شد که هنر استفاده از این ابزار شگفت‌انگیز را برای بیان یک دیدگاه عمیقاً انسانی در مقیاسی که پیش از این هرگز

نویسنده: علی آل‌علی

در زبان کسب و کار ما عادت کرده‌ایم که سازمان را به مثابه یک ماشین ببینیم؛ یک مجموعه پیچیده از قطعات، فرایندها و سیستم‌ها که برای رسیدن به حداکثر خروجی، بهینه‌سازی می‌شوند. در این مدل ذهنی ماشینی، انسان‌ها به منابع انسانی تبدیل می‌شوند؛ قطعات قابل تعویضی که تا زمانی که کارایی دارند، ارزشمند هستند اما این مدل در اقتصاد دانش بنیان قرن بیست و یکم نه تنها منسوخ، بلکه به طرز خطرناکی همراه کننده است. بزرگ‌ترین دارایی یک شرکت مدرن ماشین آلات کارخانه یا الگوریتم‌های نرم‌افزاری آن نیست؛ بزرگ‌ترین دارایی آن، انرژی شناختی و سلامت روانی تیمی است که آن الگوریتم‌ها را خلق و آن استراتژی‌ها را اجرا می‌کند. معز انسان، سیستم عامل اصلی هر کسب و کار است. اگر این سیستم عامل با ویروس فرسودگی، بدافزار اضطراب و خطاهای ناشی از استرس مزمن آلوده شود، بهترین استراتژی‌های جهان نیز بر روی آن اجرا نخواهند شد. اولویت دادن به سلامت روان، دیگر یک انتخاب اخلاقی یا یک امتیاز جانبی نیست؛ این یک ضرورت مطلق برای نگهداری از حیاتی‌ترین زیرساخت سازمان شمامست.

هزینه واقعی بی‌توجهی به سلامت روان

بسیاری از رهبران تجاری، سرمایه‌گذاری بر روی سلامت روان را یک هزینه می‌بینند، زیرا با گشت سرمایه آن به سودگی در یک ترانزاهه مالی قلیل محاسبه نیست. اما آنها در حال خولدن صورتحساب اشتباهی هستند. هزینه واقعی در ستون درآمد پنهان نشده است؛ این هزینه در ستون «زیان‌های نامرئی» انباشته می‌شود. این هزینه‌ها، اشکال مختلفی دارند. اولین و شایع‌ترین آن، حضورگرایی (Presenteism) است؛ پدیده‌ای که در آن، کارمندان از نظر فیزیکی در محل کار حاضر هستند، اما از نظر ذهنی، درگیر اضطراب، خستگی یا بی‌انگیزگی بوده و تنها کسری از ظرفیت واقعی خود را به کار می‌گیرند.

این اتلاف بهره‌وری، بسیار پرهزینه‌تر از غیبت‌های آشکار است. دومین هزینه، «نرخ خروج استعدادها» است. در بازار کار رقابتی امروز،

نویسنده: علی آل‌علی

یک مسابقه فرمول یک را در نظر بگیرید که در آن آنتونی هیلینتون شلاس، اصلی قهرمانی محسوب می‌شود. او کارش را شروع می‌کند، موتور با صدای غرش آمیزی کار می‌کند، دور موتور به خط قرمز چسبیده و تمام نشانگرها حاکی از یک قدرت انفجاری آماده‌رها شدن هستند اما خودرو، حتی یک سانتی متر هم به جلو حرکت نمی‌کند. این تصویر استعاره‌ای بی‌نقص از وضعیت بسیاری از تیم‌های بازاریابی در جهان امروز است: مجموعه‌ای از استعدادهای درخشان، مجهز به پیشرفته‌ترین ابزارها و با بودجه‌های هنگفت، که در یک ترافیک سنگین از جلسات بی‌پایان، درخواست‌های پراکنده و یک فرهنگ مشغله دائمی به طور کامل

برندینگ و ارتباط با مشتری در عصر هوش مصنوعی

ما معمولاً این‌طور تصور می‌کنیم که هوش مصنوعی یک ابزار بی‌حاشیه و بی‌خطا است. اما واقعیت این است که هوش مصنوعی، مانند هر ابزار دیگری، دارای نقاط قوت و ضعف است. در این مقاله، به بررسی چالش‌های استفاده از هوش مصنوعی در برندینگ و ارتباط با مشتری می‌پردازیم.

نویسنده: علی آل‌علی

موضوع: برندینگ و ارتباط با مشتری

خلق ترین تیم‌ها نیز ممکن است در دام موفقیت‌های گذشته خود بپیفتند و در یک «تاق پژواک» از ایده‌های تکراری گرفتار شوند. هوش مصنوعی، با توانایی شگفت‌انگیز خود در تحلیل الگوها و ایجاد ارتباط میان مفاهیم به ظاهر بی‌ربط، می‌تواند یک شرک قدرتمند برای تواناف فکری باشد. این ابزار می‌تواند با تحلیل میلیون‌ها اثر هنری، کمپین تبلیغاتی و روند فرهنگی، ایده‌های اولیه‌ای را تولید کند که شاید هرگز به ذهن یک تیم انسانی نرسد.

این فرایند انسان را از وظیفه طاق‌ت فرسای «شروع از صفر» آزاد کرده و به او اجازه می‌دهد تا انرژی خود را بر روی کاری متمرکز کند که در آن بی‌رقیب است: تشخیص آن جرقه نبوغ در میان صدها ایده ماشینی، پرورش دادن آن و افزودن لایه‌هایی از احساس، فرهنگ و معنای انسانی به آن. برند پوشاک ورزشی نایک را در نظر بگیرید که همواره به دنبال تعریف مجدد مرزهای دانستنسرایلی است. تیم خلاق این شرکت می‌تواند از یک مدل هوش مصنوعی مولد استفاده کند و آن را با تمام تاریخ بصری نایک، به همراه داده‌هایی از بیومکانیک ورزشی، هنر خیابانی و موسیقی هیپ هاپ تغذیه نماید. سپس از سیستم می‌خواهد تا ۱۰۰ کانسپت بصری برای کمپین بعدی کشش‌های بی‌سبکتاب طراحی کند.

بیشتر این مفاهیم ممکن است قابل استفاده نباشند، اما یکی از آنها ممکن است یک جرقه غیرمنتظره باشد: «یک سبک پوستر که در آن، حرکات پای مایکل جردن با نت‌های یک قطعه موسیقی جاز کلاسیک مقایسه و شبیه سازی شده است». این ایده، که از تلاقی دو دنیای به ظاهر

بهینه‌سازی سلامت روانی در محیط کار

تجاری واقعی، به جای آنکه تنها ابزارهای مقابله با استرس را فراهم کند، به صورت فعال، منابع تولید استرس در خود محیط کار را شناسایی و حذف می‌نماید. این یعنی حرکت از ارائه کمک‌های اولیه به معماری یک محیط کار ناسالم تر.

شرکت‌هایی مانند سلفورس (Salesforce) پیشگامان این رویکرد سیستمی بوده‌اند. آنها با معرفی مفاهیمی مانند روزهای آسایش (Wellbeing Days) که در آن کل شرکت به صورت هماهنگ تعطیل می‌شود تا هیچ کس احساس غلب‌نمندان نکند یا ترویج فرهنگ جلسات ۲۰ دقیقه‌ای به جای جلسات یک ساعته برای ایجاد زمان استراحت میان گفت‌وگوها، به صورت مستقیم به طراحی مجدد خود روز کاری پرداخته‌اند. این اقدامات، به رسمیت می‌شناسند که فرسودگی، یک مشکل فردی نیست، بلکه یک مشکل طراحی سازمانی است. یک رهبر تجاری موثر در این زمینه، از تیم خود می‌پرسد: «کدام یک از فرآیندهای ما، بیشترین استرس غیرضروری را ایجاد می‌کند؟» سپس با شجاعت، برای اصلاح آن فرایند، حتی اگر یک رویه قدیمی و ریشه‌دار باشد، اقدام می‌کند. بازتعریف فرسودگی نحوه صحبت کردن ما در مورد یک موضوع، نحوه فکر کردن ما به آن را شکل می‌دهد. تا زمانی که در یک سازمان، فرسودگی به عنوان یک «ضعف شخصی» یا «عدم توانایی در مدیریت فشار» تلقی شود، هیچ کس به صورت صادقانه در مورد آن صحبت نخواهد کرد. رهبران تجاری بزرگ، این روایت را تغییر می‌دهند. آنها فرسودگی را نه به عنوان یک مشکل فردی، بلکه به عنوان یک سیگنال داده مهم در مورد سلامت کل سیستم می‌بینند. همانطور که یک افزایش ناگهانی در شکایات مشتری، یک سیگنال در مورد کیفیت محصول است، یک افزایش در سطح فرسودگی نیز تیم یک شاخص کلیدی عملکرد در مورد پایداری مدل کاری سازمان است. این بازتعریف، سرنش را از فرد برداشته و مسئولیت را بر روی رهبران و سیستم قرار می‌دهد. این به تیم اجازه می‌دهد تا بدون ترس، در مورد این موضوع حیاتی صحبت کنند.

فرض کنید در یک شرکت مشاوره مدیریت مانند مک‌کینزی، یک تیم

سپس به جای ارسال یک پیام تبلیغاتی یکسان برای همه، سیستم هوش مصنوعی می‌تواند برای هر یک از این گروه‌ها یک ویدئوی تبلیغاتی کوتاه و کاملاً شخصی سازی شده از یک فیلم جدید را تدوین کند که دقیقاً بر روی آن جنبه از داستان که با نیاز احساسی آنها همخوانی دارد، تأکید می‌کند. در اینجا، «روح» جادویی برند همچنان توسط انسان‌ها تعریف می‌شود، اما ترجمه و ارائه آن توسط ماشین به کمال می‌رسد.

کابوس فراموشی: نقطه اوج هوش مصنوعی

هرچه یک شرکت بزرگ‌تر می‌شود، حفظ ثبات و یکپارچگی در پیام و شخصیت برندش نیز دشوارتر می‌گردد. هزاران کارمند در ده‌ها کشور، هر روز در حال تولید محتوا، پاسخگویی به مشتریان و اتخاذ تصمیماتی هستند که بر روی تصویر برند تأثیر می‌گذارد. این پراکندگی به طور طبیعی به فرسایش برند منجر می‌شود؛ یعنی وضعیتی که در آن، شخصیت اصلی برند به تدریج در هیاهوی پیام‌های نامهماهنگ، رقیق و فراموش می‌شود. هوش مصنوعی می‌تواند به عنوان نگهبان حافظه برند عمل کند.

شرکت مرسدس بنز را فرض کنید که هویت برند آن بر پایه مفاهیم تجمل، نوآوری مهندسی و اعتبار بنا شده است. یک پاسخ ضعیف و غیرحرفه‌ای از طرف تیم خدمات مشتریان یا یک پست طنزآمیز وی‌بی‌ربط در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند به این تصویر خدشه وارد کند. اکنون تصور کنید یک سیستم هوش مصنوعی داخلی در این شرکت پیاده‌سازی شده است. یک کارشناس بازاریابی در حال نوشتن یک متن برای یک بروشور خواهد است.

سیستم به صورت آنی به او بازخورد می‌دهد: «کلمه استفاده شده بیش از حد عامیانه است. پیشنهاد می‌شود از واژه‌ای استفاده کنید که حس دقت و برتری مهندسی را بهتر منتقل کند.» یا یک مدیر روابط عمومی در حال نوشتن یک بیانیه خبری است و سیستم هشدار می‌دهد: «لحن این پاراگراف بیش از حد تدافعی است و با شخصیت باعتماد به نفس برند

آخر هفته را کاملاً از کار جدا شود تا انرژی خود را بازیابی کنم»، او به طور هزمان چند پیام قدرتمند ارسال می‌کند:

- احساس استرس طبیعی است.
- استراحت یک ابزار عملکردی مهم است.
- نشان‌نماین این اجازه را دارید که از خودتان مراقبت کنید.

ساتیا نادلا در مایکروسافت این اصل را به هسته اصلی سبک رهبری خود تبدیل کرده است او به طور مداوم بر اهمیت همدلی تأکید می‌کند، نه فقط همدلی با مشتری، بلکه همدلی با همکاران. او با به اشتراک گذاشتن تجربیات شخصی خود در مورد چالش‌های خانوادگی و نیاز به حضور ذهن، فرهنگی را ترویج کرده که در آن، کارمندان به عنوان انسان‌های کامل دیده می‌شوند، نه فقط به عنوان کارگر. این تغییر فرهنگی از بالا، به مدیران در تمام سطوح این اجازه را می‌دهد که مکالمات انسانی‌تری با تیم‌های خود داشته باشند.

ایسن کار فضا را برای کارمندان باز می‌کند تا بدون ترس از قضاوت، در مورد نیازهای خود صحبت کنند. نیازاری مانند تعطیل‌پذیری در ساعات کاری برای مراقبت از یک عضو خانواده یا نیاز به یک روز استراحت برای بازیابی سلامت روان. این آسیب‌پذیری از سوی رهبر، سنگ بنای یک فرهنگ ایمنی روانی است.

فراتر از ایلکیشن‌های مدیتیشن

بسیاری از شرکت‌ها در واکنش به بحران سلامت روان، به یک راه حل ساده و سریع پناه می‌برند: ارائه ابزارها. آنها اشتراک یک اپلیکیشن مدیتیشن را به کارمندان خود هدیه می‌دهند یا یک کارگاه آموزشی در مورد مدیریت استرس برگزار می‌کنند. این اقدامات، نیت خوبی دارند، اما اغلب مانند دادن یک چتر به کسی است که در میانه یک طوفانی است. استعدادهای کلیدی اغلب خود سیستم کار است. فرهنگی که انتظار پاسخگویی به ایمیل‌ها در نیمه شب را دارد، جلسات بی‌وقفه و بدون استراحت را تشویق می‌کند و حجم کاری غیرواقع‌بینانه را در دوش افراد می‌گذارد، با هیچ اپلیکیشن مدیتیشنی قابل درمان نیست. یک رهبر

در جلسات متعدد شرکت می‌کند و صدها ایمیل در روز ارسال می‌نماید، اغلب به عنوان یک کارمند سختکوش و متعهد دیده می‌شود اما این یک خطای دید خطرناک است. این فعالیت‌ها، شاخص‌های خروجی هستند، نه نتیجه.

بهره‌وری واقعی در تعداد پست‌های ویلاگ منتشرشده یا کمپین‌های اجرا شده اندازه‌گیری نمی‌شود، بلکه در میزان تأثیرگذاری این فعالیت‌ها بر روی اهداف کلان کسب و کار (مانند افزایش درآمد، کاهش هزینه جذب مشتری یا بهبود وفاداری) سنجیده می‌شود.

یک تیم بازاریابی بهره‌ور، تیمی نیست که بیشترین کار را انجام می‌دهد، بلکه تیمی است که بیشترین تأثیر را با کمترین تلاش ممکن ایجاد می‌کند. این نیازمند یک تغییر ذهنیت از «چگونه می‌توانیم بیشتر کار کنیم؟» به «چگونه می‌توانیم بیشتر یاد بگیریم و کارهای بی‌اهمیت را حذف کنیم؟» است. این گذار از مقیاس سنجی تلاش به مهندسی ارزش است.

یک تیم بازاریابی در گوگل را در نظر بگیرید که مسئولیت عرضه یک محصول نرم‌افزاری جدید برای کسب و کارهای کوچک را برعهده دارد. یک مدیر بازاریابی سنتی، ممکن است یک برنامه جامع با ده‌ها آیتم تعریف‌کند: برگزاری وبینار، تولید کتاب الکترونیکی، اجرای کمپین در تمام شبکه‌های اجتماعی. تیم برای ماه‌ها به سرگرم اجرای این لیست بلندبالا خواهد بود، اما یک رهبر تجاری با تفکر بهره‌ور، تنها یک هدف کلیدی تعریف می‌کند: «رسیدن به ۱۰ هزار کاربر فعال در نسخه آزمایشی رایگان تا پایان فصل».

این شفافیت مطلق، به تیم قدرت می‌دهد. آنها اکنون می‌توانند در درخواستی را با این سوال ساده فیلتر کنند: «آیا این کار، ما را سریع‌تر به ۱۰ هزار کاربر می‌رساند؟». اگر پاسخ منفی باشد، آن کار با قاطعیت رد می‌شود. ناگهان، نیمی از جلسات و وظایف غیرضروری از تقویم حذف شده و تمام انرژی تیم بر روی تعداد انگشت شماری از فعالیت‌های با بالاترین اهرم تأثیرگذاری متمرکز می‌شود.

از جزایر پراکنده تا یک اکوسیستم هوشمند

چشم‌انداز فناوری بازاریابی به یک جنگل انبوه و گیج‌کننده از هزاران ابزار مختلف تبدیل شده است؛ ابزاری برای مدیریت شبکه‌های اجتماعی، ابزاری برای اتوماسیون ایمیل، ابزاری برای تحلیل داده‌ها، ابزاری برای مدیریت ارتباط با مشتری. بسیاری از تیم‌ها، در تلاشی بی‌پایان برای به روز ماندن خود را با مجموعه‌ای از این ابزارهای قدرتمند اما کاملاً منفصل از هم محاصره کرده‌اند. نتیجه

یک مجمع‌الجزایر از داده‌های پراکنده و فرآیندهای ناکارآمد است. اعضای تیم زمان ارزشمند خود را نه صرف خلاقیت و استراتژی، بلکه صرف وارد کردن دستی داده‌ها از یک پلتفرم به پلتفرم دیگر، دست و پنجه نرم کردن با مشکلات یکپارچه‌سازی و پرش مداوم میان ده ابزار، هوش مصنوعی می‌کند. این بار شناختنی ناشی از اشتقاقی ابزارها، یکی از بزرگ‌ترین قاتلان خاموش بهره‌وری است. راه حل خریدن ابزار بیشتر نیست، بلکه از کسترسیون هوشمندانه ابزارهای موجود برای ساختن یک سیستم عامل بازاریابی یکپارچه است.

سلفورس، به عنوان یکی از پیشگامان پلتفرم‌های یکپارچه کسب و کار، این اصل را درک کرده است. تصور کنید یک تیم بازاریابی در این شرکت، یک کمپین بزرگ برای جذب مشتریان بالقوه راه‌اندازی می‌کند. در یک مدل ناکارآمد، تیم شبکه‌های اجتماعی سرخ‌ها را در یک فایل اکسل جمع‌آوری می‌کند، تیم محتوا آنها را در یک سیستم ایمیل مارکتینگ وارد می‌نماید و سپس لیستی از سرخ‌های داغ را به صورت دستی برای تیم فروش ارسال می‌کند، اما در یک اکوسیستم هوشمند و یکپارچه، وقتی یک کاربر در لینکدین با تبلیغ سلفورس تعامل می‌کند، اطلاعات او به صورت خودکار وارد پلتفرم اصلی شده، براساس رفتار دیجیتال او امتیازدهی می‌شود، در یک کمپین ایمیل پرورش دهنده مرتبط قرار می‌گیرد و به محض رسیدن به یک امتیاز مشخص، به صورت یک وظیفه اولویت‌دار در داشبورد یک فروشنده مشخص ظاهر می‌شود. این جریان کاری روان و خودکار، نه تنها ده‌ها ساعت کار دستی را حذف می‌کند، بلکه یک تجربه کاملاً یکپارچه و هوشمندانه برای مشتری خلق می‌نماید.

کارخانه محتوا یا آزمایشگاه یادگیری؟

بسیاری از تیم‌های بازاریابی، اسیر یک تقویم محتوایی بی‌رحم هستند. آنها خود را موظف می‌دانند که به صورت مداوم، حجم مشخصی از محتوا را تولید کنند: دو پست ویلاگ در هفته، یک ویدئو در ماه، پنج پست در روز. این رویکرد، تیم را به یک «کارخانه محتوا» تبدیل می‌کند که هدف اصلی آن، نه تأثیرگذاری، بلکه صرفاً تولید کردن است.

این یک تردمیل بی‌پایان است که به سرعت منجر به فرسودگی و تولید محتوای متوسط و بی‌هدف می‌شود. یک تیم بهره‌ور، در مقابل، مانند یک «آزمایشگاه یادگیری» عمل می‌کند. در این مدل، هر قطعه از محتوا، یک آزمایش علمی است که با یک فرضیه مشخص طراحی شده است: «ما معتقدیم برای اینفلوگرافیک، نرخ تعامل را در میان مخاطبان فنی ما افزایش خواهد داد».

بی‌ربط متولد شده، همان چیزی است که یک مدیر خلاقیت انسانی می‌تواند آن را برداشته و به یک کمپین فراموش‌نشدنی تبدیل کند. هوش مصنوعی ایده خام را فراهم کرد، اما انسان به آن روح بخشید.

سخن پایانی

ما در آستانه یک دوره جدید و هیجان‌انگیز در تاریخ برندسازی ایستاده ایم. در این دوره، بحث بر سر انتخاب میان هوش انسانی و هوش مصنوعی نیست، بلکه بر سر هنر ایجاد یک هم‌افزایی قدرتمند میان این دو است. روح یک برند (آن چرایی عمیقی که به آن معنا می‌بخشد) همچنان به عنوان یک راز، یک هنر و یک وظیفه، در انحصار رهبران و خالقان انسانی باقی خواهد ماند. این همان آتش مقدسی است که هیچ الگوریتمی قادر به روشن کردن آن نیست، اما ابزارهایی که برای محافظت، ترجمه و گسترش دادن شعله‌های این آتش در اختیار داریم، به طرز غیرقابل‌تصوری قدرتمندتر شده‌اند. آینده از آن برندهایی است که این دوگانگی را در آغوش می‌گیرند. برندی که صرفاً بر پایه شهود انسانی بنا شده باشد، در دنیای پیچیده امروز صدایی ضعیف و شنیده نشده خواهد داشت و برندی که صرفاً بر پایه بهینه‌سازی‌های ماشینی ساخته شود، یک ماشین کارآمد اما فاقد قلب و احساس خواهد بود. ما برندی که بتواند یک روح انسانی اصل و قدرتمند را با قدرت محاسباتی و مقیاس‌پذیری هوش مصنوعی ترکیب کند، به چیزی فراتر از یک کسب و کار موفق تبدیل خواهد شد. این برنده بخشی از بافت فرهنگی زمانه ما تبدیل می‌شود؛ یک نیروی فراموش‌نشدنی که نه تنها محصولات ما را شکل می‌دهد، بلکه بر روی طرز فکر و احساس ما نیز تأثیر می‌گذارد.

منبع:

https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/is-ai-really-the-secret-behind-unforgettable-۴۹۸۳۳۵/brand

پس از اتمام یک پروژه بسیار فشرده، نشانه‌هایی از فرسودگی جمعی را نشان می‌دهد. یک رهبر تجاری با ذهنیت قدیمی، ممکن است این را به عنوان هزینه عادی کسب و کار بپذیرد اما یک رهبر تجاری مدرن، این را به عنوان یک فرصت برای یادگیری می‌بیند. او یک جلسه «بازبینی پروژه» برگزار می‌کند که در آن، سوالات تنهادر مورد نتایج پروژه پرسشند، بلکه در مورد «هزینه انسانی» آن نیز هستند: «کدام بخش از این پروژه، بیشترین فشار را بر تیم وارد کرد؟ چگونه می‌توانیم در پروژه بعدی، منابع را بهتر تخصیص دهیم تا از این سطح از فرسودگی جلوگیری کنیم؟». این کار، سلامت روان را از یک موضوع حاشیه‌ای منابع انسانی به یک متغیر استراتژیک در مدیریت پروژه تبدیل می‌کند.

سخن پایانی

ما در آستانه یک بازنگری بنیادین در مورد معنای عملکرد بالا هستیم. عملکرد پایدار، محصول فشار بی‌پایان نیست؛ این محصول یک چرخه هوشمندانه از تمرکز شدید و بازیابی سریع است. رهبران تجاری آینده، نه فرماندهانی هستند که سربازان خود را تا سر حد خستگی به پیش می‌رانند، بلکه یابغانایی هستند که می‌دانند بهترین محصول، از خاکی به دست می‌آید که به آن فرصت استراحت و تغذیه داده شده باشد. از شما دعوت می‌کنم تا به سازمان خود نه به عنوان یک ماشین، بلکه به عنوان یک اکوسیستم زنده نگاه کنید. از خود پرسید: آیا محیط کاری که من ساخته‌ام، انرژی انسانی را مصرف می‌کند یا آن را تجدید می‌نماید؟ آیا من در حال ساختن یک شرکت و کار برای یک بقعه هستم یا یک میراث برای یک نسل؟ پاسخ به این سوالات، نه تنها آینده کسب و کار شما، بلکه سلامت انسان‌هایی را که آن را می‌سازند، تعیین خواهد کرد.

منبع:

https://www.fastcompany.com/۵۱۹۱۴۴۴۸۹/ways-leaders-should-prioritize-mental-health
https://www.smwc.edu/tips-to-prioritize-your-۲۴-mental-health-blog-may

موفقیت، در خود آن قطعه محتوا نیست، بلکه در یادگیری حاصل از آن است، چه آزمایش موفق شود و چه شکست بخورد. این رویکرد، تمرکز را از حجم تولید به سرعت یادگیری منتقل می‌کند.

تفلیکس، که مدل کسب و کارش بر پایه داده و آزمایش بنا شده، می‌تواند این فلسفه را در بازاریابی خود نیز پیاده کند. به جای ساختن یک ترپل دو دقیقه‌ای برای یک سربال جدید، یک تیم بهره‌ور در تفلیکس می‌تواند ۱۰ نسخه ۱۵ ثانیه‌ای متفاوت از آن بسازد. هر نسخه بر روی یک جنبه متفاوت از داستان تمرکز می‌کند: یکی بر روی صحنه‌های اکشن، دیگری بر روی رابطه انسانی و سومی بر روی عنصر کمدی.

این ۱۰ نسخه به صورت هدفمند به بخش‌های کوچکی از مخاطبان مختلف نمایش داده می‌شوند. در عرض چند روز، داده‌های مربوط به نرخ تماشا، اشتراک گذاری و تعامل، به طور دقیق نشان می‌دهد که کدام قالب داستانی، بیشترین جذابیت را برای کدام گروه از مخاطبان دارد. سپس، کل بودجه تبلیغاتی بر روی موفق‌ترین نسخه‌ها متمرکز می‌شود. این تیم، نه تنها کمپین خود را بهینه‌سازی کرده، بلکه یک بینش استراتژیک ارزشمند درباره انگیزه‌های اصلی مخاطبانش به دست آورده است.

سخن پایانی

پارادوکس بهره‌وری در بازاریابی مدرن یک حقیقت ساده را آشکار می‌کند: ما در حال غرق شدن در اقیانوسی از فرصت‌ها هستیم، در حالی که برای پیمودن آن، تنها یک قایق کوچک در اختیار داریم. تلاش برای پلارو زدن در تمام جهات به صورت همزمان، تنها ما در جای خود ثابت نگه می‌دارد. چالش بزرگ رهبران تجاری، دست برداشتن از ستایش فرهنگ «مشغله» و در آغوش گرفتن فرهنگ تمرکز است. این به معنای ساختن تیم‌هایی است که نه براساس میزان تلاشی که می‌کنند، بلکه براساس شجاعت‌شان در انتخاب بهترین‌نبردها و نادیده گرفتن تمام نبردهای دیگر، پاداش می‌گیرند. در نهایت، بهره‌وری، هنر حذف کردن است؛ حذف کردن ابزارهای غیرضروری، حذف کردن فرآیندهای ناکارآمد، حذف کردن محتوایی بی‌هدف و مهمتر از همه، حذف کردن هر کاری که ما را از ماموریت اصلی مان دور می‌کند. آینده بازاریابی متعلق به تیم‌هایی نیست که بیشتر کار می‌کنند، بلکه متعلق به تیم‌هایی است که بیشتر فکر می‌کنند.

منبع:

https://sproutsocial.com/insights/marketing-team-productivity