

نگاه

فرمول دولت برای برون‌رفت از رکود تورمی

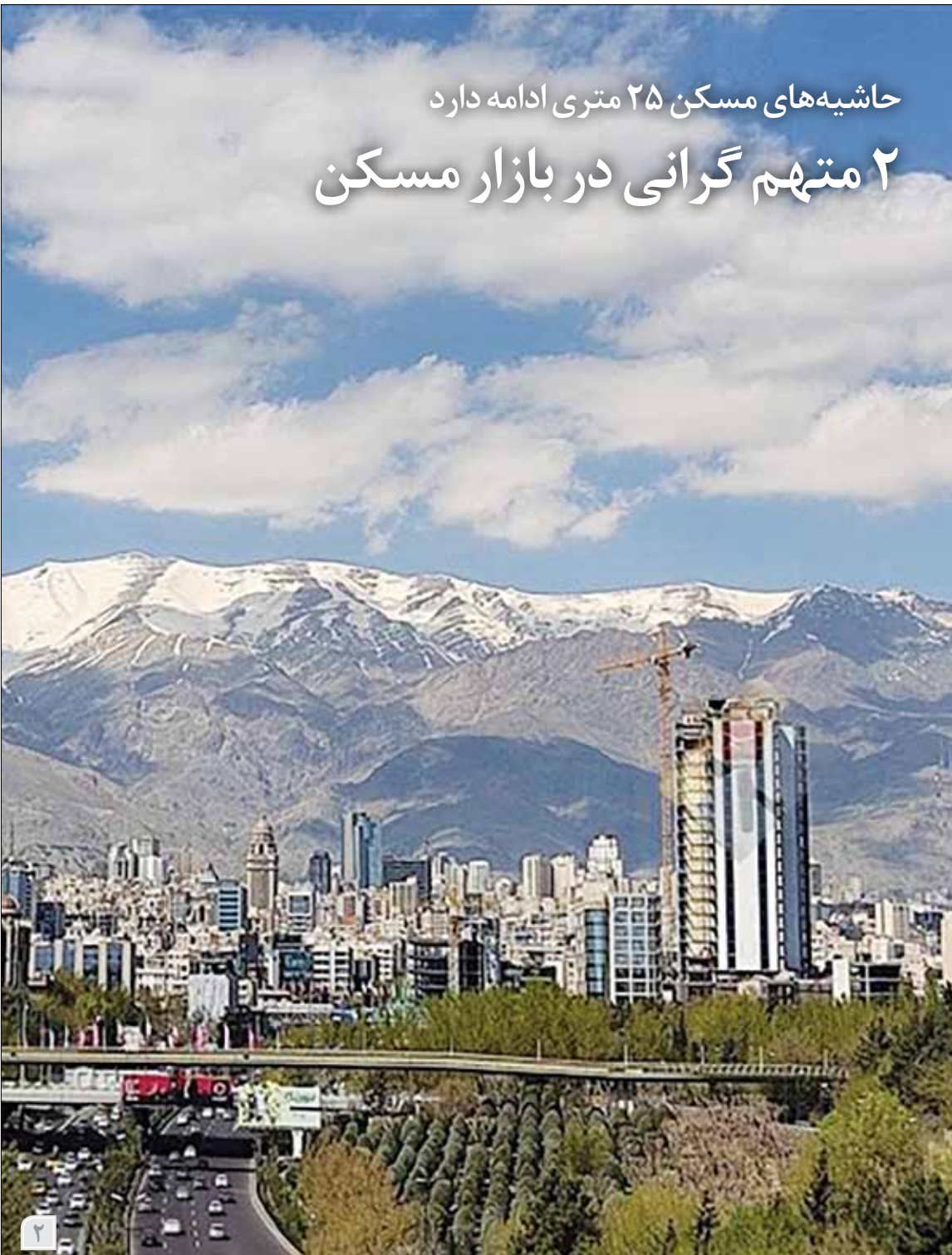
مجید سلیمی‌بروجنی
کارشناس اقتصادی

تورم بالایی مثل تورم امروز ایران هرگونه سرمایه‌گذاری را با ریسک بالایی همراه می‌کند. در ایران این تورم با سازوکارهای دیگری هم ضد رشد اقتصاد عمل کرده است؛ از جمله اینکه تورم باعث می‌شود بخش‌هایی از دولت تصمیم بگیرند از طریق سرکوب قیمت و قیمت‌گذاری دستوری، رشد قیمت‌ها را کنترل کنند. این عمل از طرفی درمان تورم نیست؛ چراکه تورم بیش‌تر از طریق تبدیل کسری بودجه دولت به چاپ پول ایجاد شده است و از سوی دیگر از طریق تضعیف محیط کسب‌وکار، ایجاد فساد و مهم‌تر از آن، اختلال در فرآیندهای بازار، ایجاد ارزش افزوده و انگیزه برای سرمایه‌گذاری را از بین می‌برد. در کشور ما، سازوکار افزایش نقدینگی موجب تشدید تورم شده است.

اقتصاد ایران بعد از انقلاب به‌طور مستمر تحریم را تجربه کرده است؛ ضمن اینکه همواره با رشد درآمدهای نفتی وارد شرایط بیماری‌ر هلندی شده و در شرایط کاهش درآمدهای نفتی، بحث رکود تورمی دامنگیرش شده است. علاوه بر آثار شوک‌های خارجی، یک شوک…

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



حاشیه‌های مسکن ۲۵ متری ادامه دارد

۲ متهم گرانی در بازار مسکن

روش‌های آیکیا برای تمایز با رقیبان و مراقبت از محیط زیست

زندگی را برای مشتریان ساده‌تر کن

داشتن پایگاه مشتریان وفادار

شرکت «آیکیا» در سال‌های گذشته خودش را وقف مشتریانش کرده است و آنها هم این رویکرد «آیکیا» را پسندیده و تایید کرده‌اند. به همین خاطر مشتریان «آیکیا» نسبت به این برند، احساس وفاداری از خود نشان می‌دهند. شرکت «آیکیا» برای اتاق‌ها و خانه‌هایی با اندازه‌های مختلف، لوازمی درخور ارائه می‌کند و برای آسپیزخانه‌ها در نهایت خلایقت، لوازمی را در اختیار مشتری قرار می‌دهد که هم جاذبه بصری دارد و هم به لحاظ کارکرد به مشتری کمک می‌کند.

استراتژی هدفمند برای توسعه

رشد همیشه مقوله‌ای بوده که شرکت «آیکیا» آن را دنبال کرده است. در واقع، رویکرد مدیران این شرکت همیشه «توسعه کسب‌وکار» بوده است. به این ترتیب این شرکت توانسته است در میان رقبایش، موقعیت و جایگاهش را حفظ کند و مدام در مسیر رشد قدم بردارد. شرکت «آیکیا» همیشه در حال رشد و توسعه بوده و در عین‌حال توانسته تمرکزش را حفظ کند تا در بخش‌های مختلف بازار دچار پراکندگی نشود. البته این شرکت در حیطه فعالیت خودش در بازار همیشه از محصولاتی نوآورانه و خلاقانه پرده‌برداري کرده که در نهایت به افزایش میزان سودآوری‌اش کمک کرده است.

انعطاف در ارائه محصولات

شرکت «آیکیا» جزو معدود شرکت‌هایی است که انواع لوازم خانگی را با سبک‌ها و شکل‌های مختلف در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهد. این شرکت از پیشروترین و خلاق‌ترین طراحان بهره می‌گیرد و محصولاتی را به مشتریانش ارائه می‌کند که به ندرت در فروشگاه‌های سایر رقبایش به چشم می‌خورد. به‌علاوه این شرکت همچنین خدماتی را برای تکمیل فرآیند ارائه می‌کند؛ به عنوان مثال از نصب محصول گرفته تا سرهم‌بندی کردن آن، همگی به شکلی متفاوت و خلاقانه ارائه می‌شود که انعطاف‌پذیری بالای «آیکیا» را به مشتری نشان می‌دهد.

حضور در اقتصادهای نوظهور

یکی از بزرگ‌ترین فرصت‌هایی که شرکت «آیکیا» از آن برخوردار شده و این شرکت را نسبت به سایر شرکت‌های فعال در حوزه لوازم خانگی متمایز کرده است، فرصت حضور در کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور است. بخش عمده فروش این شرکت مربوط به کشور هند است که به عنوان یک اقتصاد نوظهور، بازار بسیار مطلوبی برای فروش محصولات این شرکت به شمار می‌آید. شرکت «آیکیا» از مسیر سرمایه‌گذاری در این کشورهای در حال توسعه توانسته به بازار آنها دسترسی پیدا کند و در نتیجه هم‌اکنون محصول این سرمایه‌گذاری خود را برداشت می‌کند.

همگام با دنیای فناوری

خیزش اینترنت، بسیاری از شرکت‌های قدیمی را وادار کرده است که با آن همراه شوند. با این حال بسیاری از شرکت‌ها نسبت به تحولات دیجیتال بی‌تفاوت هستند. این در حالی است که شرکت «آیکیا» با آغوش باز به استقبال اینترنت و تحولات دیجیتال رفته و سعی کرده بهترین بهره را از آن ببرد؛ تا جایی که «آیکیا» حداکثر استفاده را از فناوری‌های روز دنیا نظیر فناوری موبایلی برده است. این شرکت حتی توانسته محصولات و کالاهای لچگری را در بستر اینترنت به فروش بگذارد و در این زمینه هم موفق بوده است. شرکت‌هایی نظیر وی‌فایر، آمازون، تسکو، امریکن وودمارک و هوم دیپات طی سال‌های اخیر تلاش کرده‌اند به قدرت و سود «آیکیا» دست پیدا کنند. با این حال، اقداماتی نظیر روش‌های پنج‌گانه‌ای که در این گزارش بدان اشاره شد، به این شرکت کمک کرده تا در مسیری متفاوت از بقیه قدم بردارد و در نتیجه همیشه نسبت به رقبایش متمایز و متفاوت باشد. این شرکت تمام توان خود را روی برطرف کردن جزئی‌ترین نیازهای مشتریانش گذاشته و به همین خاطر توانسته است وفاداری آنها را نسبت به برند خود دریافت کند. تعامل با مشتری حتی از مسیر سایت فروش آنلاین و ارائه محصولات باکیفیت در قالب قیمت‌های

افزایش بهره‌وری با روی کار آمدن مدیران جوان

آیا با عبور از کرونا، سن مدیران کاهش یافت؟

شرکت‌های اروپایی بزرگ تغییر کرده است و به نظر می‌رسد که بخش زیادی از این شرکت‌ها، استفاده از مدیران‌عامل جوان را راهی برای گذار از شرایط نامعلوم و پیچیده‌ای در نظر گرفته‌اند که این روزها در اقتصاد اروپا دیده می‌شود.

برای اولین بار طی مدتی متمادی، متوسط سن مدیران عامل در حال کاهش است و این رقم از ۵۶ سال به ۵۲ سال رسیده است. نتایج مطالعات و پژوهش‌هایی که در این زمینه توسط موسسات کارپایی کورن‌فری و هایدریک‌اند استراگلز انجام شده است، نشان می‌دهد تعداد مدیران عاملی که برای اولین بار به این پست رسیده‌اند به شدت رو به افزایش است. همچنین تعداد کرسی‌های هیأت مدیره که به افراد زیر ۵۰ سال می‌رسد در سال ۲۰۲۲ میلادی در قاره اروپا ۵۰ درصد افزایش نشان داده است. «مایکل بیرشان»، رئیس بخش استراتژی و امور مالی در موسسه مک‌کینزی بر این باور است که برخی از سنت‌های رایج شرکتی از جمله انتخاب مدیران عاملی که دهه‌ها تجربه مدیریتی در همان بخش دارند، تا حدی از مُد افتاده است. از نظر او، آنچه که در گذشته برای مدیران تجربه محسوب می‌شد، در حال حاضر

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای بیش از ۹ هزار واحد بالا رفت

شروع هفتگی بورس با سبز کمرق

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در اولین روز معاملاتی از هفته پایانی شهریورماه بیش از ۹ هزار واحد رشد کرد و در ارتفاع ۱۳۵ هزار و ۷۹۲ واحد بستاد. هرچند نقشه بازار سهام در معاملات روز یکشنبه سبز بود، اما معاملات کم‌عمق در اغلب نمادها باعث شد رشد شاخص کل متناسب با رنگ سبز غالب در بازار نباشد. در واقع، بورس تهران بعد از تعطیلات…

ساختار چانه‌زنی دستمزد نه کارگران را راضی می‌کند و نه کارفرمایان را

آسیب‌شناسی شیوه تعیین دستمزد

فرصت امروز: قدرت خرید خانوارها به دلیل تورم مزمن کاهش یافته و موضوع حداقل دستمزد در این سال‌ها به چالشی جدی میان کارگران و کارفرمایان بدل شده است. هرچند تعیین حداقل دستمزد، یکی از موضوعات مهم و مورد توجه طیف گسترده‌ای از شهروندان است، اما تحریم‌ها از یک‌سو و تورم از سوی دیگر در سال‌های اخیر، کسب وکارها را در تنگنا قرار داده و کارفرمایان تلاش می‌کنند که حداقل دستمزد به گونه‌ای تعیین شود که هزینه تمام‌شده کالاها و خدمات ارائه‌شده بیش از حد توان‌شان نباشد. چالش تعیین دستمزد برای هر دو طیف یادشده یعنی کارگر و کارفرما سبب شده نحوه تعیین دستمزد سالانه کارگران مورد انتقاد نهاد پژوهشی مجلس قرار بگیرد. مرکز پژوهش‌ها با آسیب‌شناسی تعیین حداقل دستمزد در ایران می‌گوید که با وجود تلاش برای تعیین دستمزد براساس دو معیار تورم و هزینه معیشت در ساختار چانه‌زنی جهت حمایت از نیروی کار، اما این هدف محقق نمی‌شود؛ چراکه شیوه تعیین حداقل دستمزد در ایران به گونه‌ای است که در پایان هر سال با چانه‌زنی و تا توجه به دو ملاک هزینه معیشت و نرخ تورم، درصد اندکی به حداقل دستمزد افزوده می‌شود؛ یعنی ساختار چانه‌زنی فعلی به شیوه‌ای است که صرفا در پایان هر سال و در جلسات فشرده و طولانی تلاش می‌شود تا از طریق چانه‌زنی، موضوع بااهمیت تعیین حداقل دستمزد خاتمه یابد. بنابراین مرکز پژوهش‌ها پیشنهاد…

دماسنج تورم در هفته سوم شهریور بالا رفت

نرخ بهره بین بانکی در قله ۳ ماهه

مدیریت و کسب‌وکار

انتخاب آواتار ایمیل: توجه به جزئیات برای ایمیل مارکتینگ بهتر

ایمیل‌ها بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره هستند. اهالی کسب و کار از همان لحظه اولی که از خواب بیدار می‌شوند، درگیر ایمیل‌های گوناگون هستند. البته شما لازم نیست حتما کارآفرینی بزرگ باشید تا اهمیت ایمیل‌ها را درک کنید. افراد عادی هم در طول زندگی بارها و بارها با ایمیل‌های مختلف سر و کار دارند. در این میان نکته‌ای که خیلی وقت‌ها کمتر مورد توجه کسب و کارها قرار می‌گیرد، آواتار ایمیل است. آواتار ایمیل به همان عکس کوچکی اشاره دارد که در کنار ایمیل برای کاربران دریافت‌کننده محتوا نمایش داده می‌شود. این روزها خیلی از کسب و کارها و حتی افراد عادی هیچ آواتاری برای خودشان تعریف نکرده‌اند. خوب از نظر آنها آواتار امری کاملا جانبی است و انتخاب تیترو تحویل محتوای باکیفیت مهمتر از این حرف‌هاست. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، احتمالا گزارش موسسه استاتیس‌تیکس (Statistics) حساسی فاگلفگرتان خواهد کرد…

رقابتی، این شرکت را برنده بازار لوازم خانگی در سطح جهان و به‌ویژه در آمریکا کرده است.

مراقبت آیکیا از محیط زیست

شرکت «آیکیا» تنها به فکر فروش محصولات خود نیست و این شرکت به عنوان بخشی از رسالت اجتماعی خود، گام‌های مهمی در راستای مقابله با تغییرات آب و هوایی برداشته است؛ تا جایی که نشریه تایم در سال ۲۰۲۱، نام «آیکیا» را در لیست اولین فهرست یکصد شرکت تاثیرگذار دنیا قرار داد. هدف «آیکیا» این است که تا سال ۲۰۳۰، کاهش گازهای گلخانه‌ای‌اش بیشتر از میزان تولید آن باشد. این شرکت مجموعه‌ای از راهکارها را برای نیل به این مقصد به‌کار گرفته که از خرید جنگل و استفاده از چوب‌های بازیافتی تا استفاده از خودروهایی برقی را دربر می‌گیرد. به عنوان نمونه، یکی از اقدامات شرکت «آیکیا» در راستای تحقق اهداف زیست‌محیطی، خرید ۱۱ هزار هکتار از جنگل‌های ایالت جورجیای آمریکا است. البته این نخستین بار نیست که این شرکت بزرگ سوئدی جنگل می‌خرد. با این خرید جدید حالا این شرکت در مجموع مالک بیش از ۱۰۰ هزار هکتار از جنگل‌های آمریکاست. اینگکا، شرکت مادر «آیکیا» وقتی متوجه شد که در حدود ۱۱ هزار هکتار از جنگل‌های واقع در جنوب شرقی ایالت جورجیای آمریکا در معرض خطر فروخته شدن و بیوستن به توسعه شهری و نابودی قرار گرفته است، این زمین را خرید تا از آن حفاظت کند. به این ترتیب شرکت «آیکیا» با روی آوردن به درختان برای پاکسازی جو کره زمین از گاز آلاینده دی اکسید کربن، حالا بیش از آنچه خود در تولید گاز‌های گلخانه‌ای سهم است، در کاهش این آلاینده‌ها اثرگذار خواهد بود.

استفاده از خودروهای برقی

امسا یکی از جنجالی‌ترین تصمیمات شرکت «آیکیا»، استفاده از خودروهایی برقی بوده است. این شرکت به خاطر رسالت زیست‌محیطی خود در نظر دارد تا سال ۲۰۲۵ برای تحویل ۱۰۰ درصد سفارش‌های مشتریانش

فقط یکی از عوامل موثر در کار آنهاست. مهمترین علتش هم این است که تجربه کاری ۲۰ سال اخیر در امور کار و تجارت آنقدر تغییرات مختلف و گسترده‌ای را پشت سر گذاشته است که هیچ آمیدی نیست که برای ۲۰ سال آینده جهان به کار بیاید. جهان در وضعیتی است که ظرف مدت ۲۰ سال به شدت زیر و رو می‌شود و امور کسب وکارها نیز از این قاعده مستثنا نیست.

«فلورین دلماس» که در ۳۳ سالگی مدیرعامل شرکت آبیومه‌سازی اندروس شد، در این باره می‌گوید: مهمترین مزیت یک مدیرعامل جوان این است که در مواجهه با تغییرات بزرگ، تا حد زیادی معصوم است و در نتیجه می‌تواند با انرژی و دیدگاه بهتری روی تحقق اهداف در چارچوب آن تغییرات متمرکز شود. همچنین «الیزا فیلیپ»، تاریخ‌نگار بین‌نسلی و شرکتی در همین خصوص می‌گوید: بحث آشنایی نسل جوان با تکنولوژی و فناوری نیز بی‌شک عاملی پیش‌برنده در انتخاب آسان‌تر مدیران عامل جوان است. او بر این باور است که شاید در یک نسل پیش، مهارت‌های بیناشخصی آنقدرها برای مدیران اهمیت

از خودروهایی برقی استفاده کند. «آیکیا» در این خصوص در وب‌سایت خود نوشته است: «روند شهری‌شدن تا به جایی سرعت گرفته است که هم‌اکنون هر شهر اروپایی به‌طور میانگین نیمی از مساحت خود را به ترافیک اختصاص داده است. هم‌زمان عادت‌های خرید مشتریان به سمت تجارت الکترونیک پیش می‌رود و بنابراین به ون‌ها و کامیون‌های بیشتری در مراکز شهری نیاز است. متأسفانه این موضوع اثراتی منفی بر پاکیزگی هوا و کیفیت زندگی دارد. اینکه بتوانیم هوایی را تنفس کنیم که برای بدن مضر نباشد، یک نیاز کاملا اساسی است. به همین دلیل ما از خود پرسیدیم چگونه می‌توانیم به انتظارات مشتریان پاسخ دهیم بدون آنکه سهمی در آلوده‌کردن هوا داشته باشیم؟ این چنین بود که به فکر استفاده از خودروهایی برقی افتادیم. براساس هدف تعیین شده، آیکیا در نظر دارد همه سفارش‌های مشتریان خود در ۳۰ بازار جهان را با خودروهایی برقی با روش‌های با پایدنگی صفر تحویل دهد».

استفاده از چوب‌های بازیافتی

شرکت «آیکیا» همچنین موفق شده در ۹۸ درصد از محصولات خود از چوب‌هایی استفاده کند که یا مورد تایید سازمان جنگلبانی و یا چوب‌چوب‌های بازیافتی است. این غول مبلمان جهان با تعیین چنین هدفی برای خود، مسئولیت‌پذیری در برابر مدیریت جنگل‌ها را به یک نرم تبدیل کرد. یکی از روش‌ها برای دستیابی به این موفقیت، همکاری با تامین‌کنندگان بود تا اطمینان حاصل کند که در زنجیره عرضه‌اش از مواد تجدیدپذیر استفاده می‌شود. یکی دیگر از اهداف «آیکیا» در زمینه جنگل‌ها این است که تا سال ۲۰۳۰ میلادی یک‌سوم چوب‌های مصرفی آن الوار بازیافتی به دست آمده باشد. هدف‌گذاری‌های جدید شرکت «آیکیا» در زمینه مسئولیت اجتماعی آن همچنان ادامه دارد و تحلیل‌گران بر این باورند که این شرکت موفق شده است بیش از آنچه در محیط زیست ردپا از خود برجای بگذارد، به حفظ و پایداری محیط‌زیست کمک کند.

نداشت، اما در حال حاضر و در دنیای امروز، مدیران هم باید جزو بازیکنان تیم شرکت باشند. این نوعی جدید از رهبری کسب وکارهاست و شباهتی به وضعیت مدیریت شرکت‌ها در گذشته ندارد. با این حال، احمقانه است ادعا کنیم که تجربه دیگر اهمیت خود را در مدیریت از دست داده است. با این وجود، تنوع‌بخشی به تجربیات مدیران در مدیریت شرکتی اهمیت زیادی دارد و چنین دیدگاهی فقط به مدیران جوان محدود نمی‌شود. بعضی تحلیل‌ها در مورد مدیرعاملی جوانان در شرکت‌های بزرگ امروزه روی این موضوع متمرکز است که در دوران همه‌گیری کرونا، بخش زیادی از پتانسیل مدیران باتجربه و مسن بیهوده به نظر آمد و همین امر، راه را برای استفاده گسترده‌تر از افراد جوان‌تر باز کرد. در دوران شیوع کووید-۱۹، یکی از هر شش مدیرعاملی که جدید انتخاب می‌شد بالای ۶۰ سال سن داشت. آیا این مدیران به نجات و بقای شرکت‌ها در دوران همه‌گیری کمک کردند یا راه را برای ایجاد تغییر و حضور جوانان باز کردند؟ به نظر می‌رسد که پاسخ را فقط باید در آینده و عملکرد مدیران عامل جوان جست‌وجو کرد.

یادداشت

فرمول دولت برای برون‌رفت از رکود تورمی

مجید سلیمی‌بروجنی کارشناس اقتصادی

تورم بالایی مثل تورم امروز ایران هرگونه سرمایه‌گذاری را با ریسک بالایی همراه می‌کند. در ایران این تورم با سازوکارهای دیگری هم ضد رشد اقتصاد عمل کرده است؛ از جمله اینکه تورم باعث می‌شود بخش‌هایی از دولت تصمیم بگیرند از طریق سر کوب قیمت و قیمت‌گذاری دستوری، رشد قیمت‌ها را کنترل کنند. این عمل از طرفی درمان تورم نیست؛ چراکه تورم بیشتر از طریق تبدیل کسری بودجه دولت به چاپ پول ایجاد شده است و از سوی دیگر از طریق تضعیف محیط کسب‌وکار، ایجاد فساد و مهمتر از آن، اختلال در فرآیندهای بازار، ایجاد ارزش افزوده و انگیزه برای سرمایه‌گذاری را از بین می‌برد. در کشور ما، سازوکار افزایش نقدینگی موجب تشدید تورم شده است.

اقتصاد ایران بعد از انقلاب به طور مستمر تحریم را تجربه کرده است؛ ضمن اینکه همواره با رشد درآمدهای نفتی وارد شرایط بیماری هلندی شده و در شرایط کاهش درآمدهای نفتی، بحث رکود تورمی دامنگیرش شده است. علاوه بر آثار شوک‌های خارجی، یک شوک داخلی اما برون‌زا هم از طریق سیاست به اقتصاد ایران وارد شده که همان حکمرانی نامطلوب است که خود یک عامل بسیار مهم در شکل‌گیری مجموعه شرایط اقتصاد کشور بوده است. دخالت‌های غیراصولی و بی‌حساب دولت در قیمت‌گذاری‌ها، تغییرات هر روزه بخشنامه‌های اداری و نوسانات نرخ ارز بر مشکلات تولید افزوده و موجب اختلال در کسب‌وکار بنگاه‌های اقتصادی شده است. از طرف دیگر، شکاف رشد بخش اسمی و واقعی اقتصاد به طور مستمر طی سال‌های گذشته افزایش یافته است. رشد شدید بخش اسمی اقتصاد در شرایطی که بخش واقعی در وضعیت رکود یا انقباض قرار داشته است، به شکل‌گیری زمینه تورم بالا منجر شده است.

علاوه بر عامل نقدینگی، جهش نرخ ارز و انتظارات تورمی نیز بر شتاب فزاینده قیمت‌ها افزوده است. رکود تورمی همچون زخمی است که می‌تواند سطحی یا عمیق باشد و حیات یک جامعه را تهدید کند یا پس از مدتی استراحت و گذشت دوران نفاقت بهبود یابد. همه آنچه گفتیم، تابع آن است که دولت‌مردان برای درمان به چه روش‌هایی متوسل خواهند شد و چگونه بتوانند از پس آن برآیند.

فرمول تعیین قیمت مسکن

مهسا مشایخی دکترای اقتصاد و مدرس دانشگاه

قیمت‌سازی زمانی معنا پیدا می‌کند که عوامل موثر بر قیمت از دیدگاه اقتصاد آزاد یا همان اقتصاد بازار، تنها مولفه‌های اثرگذار بر تعیین قیمت کالاها یا خدمات نبوده و عواملی چون عدم شفافیت، همگن نبودن اطلاعات و یا سیاست‌های دستوری در تعیین قیمت کالا و خدمات نقش داشته باشند. قیمت مسکن نیز همانند دیگر کالاها در اقتصاد از این امر مستثنا نیست، اما در پاسخ به این سوال که آیا امکان دستوری بودن قیمت مسکن که از نیازهای اولیه هر انسان به شمار می‌رود، از سوی نهادهای مختلف امکان‌پذیر است یا نه، ابتدا باید بدانیم قیمت مسکن متأثر از چه عواملی است و قیمت مسکن کجا تعیین می‌شود.

هنگامی که صحبت از قیمت به میان می‌آید، اولین موضوعی که به ذهن می‌رسد، تعادل عرضه و تقاضاست؛ به نحوی که افزایش عرضه (در کنار ثبات تقاضا) موجب کاهش قیمت و افزایش تقاضا (با ثبات عرضه) باعث افزایش قیمت خواهد بود، اما مسئله مهم این است که عرضه و تقاضا هر یک متأثر از عوامل متعددی هستند که این امر بر قیمت تعادلی پیش‌گفته اثر خواهد داشت. حال می‌پردازیم به مسئله قیمت مسکن در ایران. در ادامه این یادداشت این عوامل را با یک به یک بررسی‌شماریم. اولین مسئله تاثیرگذار بر قیمت مسکن در ایران همانند سایر کالاها و خدمات، متأثر از تغییرات عرضه و تقاضاست. جمعیت رو به افزایش کشور، نیازمند سرپناه است و از سوی دیگر، سازندگان تمایلی به فروش واحدهای مسکونی ساخته شده خود ندارند و چزایی این امر را باید در عامل اثرگذار دیگر بر قیمت جست و جو کرد: نگاه سرمایه‌گذاری به مسکن!

در ایران مسکن به عنوان یکی از گزینه‌های مهم برای سرمایه‌گذاری به‌شمار می‌رود که دلیل این امر، افزایش قیمت‌ها در طول زمان است که می‌تواند افراد را ترغیب به سرمایه‌گذاری در این کالا کند. از سوی دیگر، روند تورم در ایران در گذشته باعث می‌شود افراد به دنبال سرمایه‌گذاری‌هایی باشند که ارزش پول‌شان را در قبال افزایش سطح عمومی قیمت‌ها حفظ کند. یکی دیگر از دلایلی که مردم به مسکن با نگاه سرمایه‌گذاری می‌نگرند، ایجاد درآمدی ثابت برای آنها از طریق دریافت اجاره است. از دیگر عوامل موثر بر قیمت مسکن می‌توان از تغییرات نرخ ارز که تعیین‌کننده اصلی قیمت مواد اولیه ساخت و تجهیزات ساختمانی است، نام برد.

رشد یا رکود اقتصادی نیز می‌تواند تأثیر مستقیم بر توان خرید افراد و تقاضای مسکن داشته باشد. سیاست‌های دولت

در زمینه مسکن همچون تسهیلات مسکن و سیاست‌های تنظیم قیمت نیز می‌توانند بر بهای فروش هر متر مربع مسکن تأثیرگذار باشند. عوامل جغرافیایی، شرایط تأمین مالی و نرخ سود تسهیلات بانکی و وام مسکن از دیگر عوامل موثر بر قیمت خرید مسکن و در نتیجه قیمت آن به شمار می‌روند. حالا می‌خواهیم بدانیم پلتفرم‌های آنلاین چگونه می‌توانند بر قیمت‌گذاری مسکن تأثیر داشته باشند. پلتفرم‌های آنلاین با در کنار هم قرار دادن عرضه‌کنندگان متعدد (شامل فروشندگان و دلالتن رقابت‌پذیری را افزایش داده و موجب شفافیت بیشتر در بازار می‌شوند. از سویی دسترسی به این پلتفرم‌ها باعث می‌شود کاربران بتوانند با در دست داشتن داده‌های متنوع به تحلیل پرداخته و تصمیم‌گیری نمایند. بدین ترتیب می‌توان گفت که پلتفرم‌های آنلاین، یکی از راه‌های کاهش هزینه، شفاف‌سازی قیمت‌ها و صرفه‌جویی در زمان خرید مسکن به شمار می‌روند. البته از تأثیر تورمی این پلتفرم‌ها نمی‌توان غافل شد! افزایش تقاضا و افزایش مبادلات در کنار یکدیگر می‌توانند موجب افزایش تورم و شکل‌گیری انتظارات تورمی بشوند. باید خاطر‌نشان کرد که همواره سودجویانی مرتصد یافتن فرصتی برای بیشتر نشان دادن ارزش کالای خود هستند و پلتفرم‌های آنلاین خرید مسکن در صورت عدم نظارت می‌تواند چنین فرصتی را برای آنها فراهم نماید.

کوتاه سخن آنکه وجود پلتفرم‌های خرید و فروش مسکن در قیمت‌گذاری موثر خواهند بود، اما این امر بدان معنا نیست که بازار مسکن به دست فعالان این حیطه قیمت‌سازی می‌شود. وجود نظارت بر عملکرد این پلتفرم‌ها قطعاً سازنده خواهد بود، اما راه حل قیمت بالای مسکن را باید در عواملی بنیادی‌تر جست‌وجو کرد. ترکیب این عوامل با یکدیگر می‌تواند به تغییرات متفاوت در قیمت مسکن در ایران منجر شود.

اقتصاد امروز

ساختار چانه‌زنی دستمزد نه کارگران را راضی می‌کند و نه کارفرمایان را

آسیب‌شناسی شیوه تعیین دستمزد



مصرف‌کننده گره خورده و سالانه به‌روز می‌شود. همچنین سازمان جهانی کار، یکی از فاکتورهای اصلی تعیین حداقل دستمزد را محاسبات خط فقر در هر کشور معرفی می‌کند؛ به طوری که خط فقر حداقل سطح لازم برای تحقق حداقل سطح رفاهی عادلانه برای نیروی کار است. با توجه به سرگردگمی کنونی در تعیین حداقل دستمزد در ایران، ضروری است در کنار ساختار چانه‌زنی و همانند روش‌های مرسوم تعیین دستمزد در دنیا، واحدی برای مشاوره با صاحب‌نظران این حوزه تشکیل شود و در صورت امکان فرمولی برای تعیین دستمزد مشخص شود تا سالانه از اتلاف وقت و برگراری جلسات چانه‌زنی متعدد جلوگیری شود. نکته مهم دیگر آنکه تعیین فرمول حداقل دستمزد، وابستگی زیادی به معیارها و روش‌های تعیین حداقل دستمزد دارد و به همین دلیل لازم است این فرمول دربرگیرنده ابعاد مختلفی از بازار کار و معیشت خانوار باشد و بنا به مقتضیات زمانی، قابل‌انعطاف‌پذیری داشته باشد.

لزوم تغییر ساختار چانه‌زنی مزد

موضوع تعیین حداقل دستمزد از جمله بحث‌هایی است که برای طیف گسترده‌ای از مردم مهم است. تداوم تورم مزمن در این سال‌ها باعث شده قدرت خرید خانوارها به صورت قابل توجهی پایین بیاید و به همین نسبت، فقر گسترش یابد. به همین دلیل، نیروی کار به دنبال آن است که با افزایش حداقل دستمزد، حداقل‌هایی از استاندارد زندگی خود را حفظ کند. در سوی مقابل، تحریم‌ها و افزایش هزینه تولید و… کارفرمایان را در تنگنا قرار داده و طبیعتاً آنها به دنبال آنند که حداقل دستمزد متناسب با هزینه تمام‌شده کالاها و خدمات تعیین شود.

از آنجا که تعیین حداقل دستمزد دارای تبعاتی در سطح اقتصاد کلان کشور است، انتظار می‌رود سازوکار کارشناسی مجهزی برای تعیین حداقل دستمزد در کشور وجود داشته باشد؛ در حالی که این‌گونه نیست و به موجب قانون، تعیین مقدار حداقل دستمزد در چارچوب چانه‌زنی سه‌جانبه نمایندگان دولت، نماینده کارفرمایان و نماینده کارگران تعیین می‌شود. به عقیده مرکز پژوهش‌ها، این ساختار چانه‌زنی برای تعیین حداقل دستمزد به گونه‌ای است که صرفاً در پایان هر سال و در جلسات طولانی و فشرده تلاش می‌شود تا از طریق چانه‌زنی، موضوع بااهمیت تعیین حداقل دستمزد خاتمه یابد؛ حال آنکه به دلیل فقدان رویکرد و جهت‌گیری مشخص در تعیین حداقل دستمزد، اتفاق‌نظر به سختی حاصل می‌شود. با وجود آنکه تلاش می‌شود تا با استفاده از دو معیار هزینه معیشت و نرخ تورم میزان دستمزد مشخص شود، اما به دلیل فقدان رویکرد مشخص دولت، نتایج مذاکرات طولانی و پرچالش تعیین مزد نه تنها کمکی به رفاه کارگران نکرده بلکه زندگی را برای‌شان سخت‌تر کرده است. یکی از موارد نارضایتی که همواره در مورد تعیین حداقل دستمزد در ایران وجود دارد، سبقت هزینه‌های معیشتی کارگران در طول سال از مزد مصوب است. برای مثال، مقایسه دستمزد مصوب با هزینه‌های معیشت کارگران نشان می‌دهد که در پنج سال گذشته همواره سبد هزینه کارگران بالاتر از حداقل مزد مصوب بوده است. از آنجا که این مهم در ابعاد مختلف اقتصاد ایران موثر است باید بازنگری جدی در ساختار فعلی تعیین حداقل دستمزد صورت گیرد.

موفق و شیوه‌های مرسوم تعیین دستمزد در اقتصادهای پیشرفته جهان بهره برد.

مرکز پژوهش‌ها در گزارش «آسیب‌شناسی تعیین حداقل دستمزد در ایران» می‌نویسد: تعیین حداقل دستمزد به سیاستی فرآگیر در سراسر جهان تبدیل شده و به گفته سازمان جهانی کار، ۹۰ درصد اعضای این سازمان (با عضویت ۱۸۷ کشور) حداقل یک قاعده برای حداقل دستمزد وضع کرده‌اند. معمولاً شش معیار (نیازهای کارگران، سطح عمومی دستمزد؛ هزینه زندگی؛ مزایای تأمین اجتماعی؛ استانداردهای زندگی نسبی سایر گروه‌های اجتماعی، عوامل مختلفی از جمله سن، منطقه، بخش اشتغال) در تعیین سطح حداقل دستمزد در نظر گرفته می‌شود. روش‌های تعیین حداقل دستمزد شامل مشاوره با نهاد متخصص، تعیین توسط دولت مرکزی و براساس فرمول است. علاوه بر این تفاوت‌ها، در اغلب کشورها حداقل دستمزد همچنین می‌تواند همچون کشورهای استرالیا، بلژیک، هلند و بریتانیا براساس سن شاغلان باشد و یا به صورت واحد و سراسری همچون کشورهای ایران، غنا، رومانی و مصر تعیین شود.

معیارهای تعیین حداقل دستمزد

در کشورهای مختلف دنیا برای تعیین حداقل دستمزد شش معیار، شامل نیازهای کارگران و خانواده‌های آنها، سطح عمومی دستمزد در کشور، هزینه زندگی و تغییرات در آن، مزایای تأمین اجتماعی، استانداردهای زندگی نسبی سایر گروه‌های اجتماعی و در نهایت عوامل اقتصادی مانند الزامات توسعه اقتصادی، سطح بهره‌وری و سطح اشتغال در نظر گرفته می‌شود. بااین‌حال ممکن است این معیارها برای بسیاری از کشورها در دسترس نباشد یا بعضی کشورها ممکن است فقط برخی از معیارهای مذکور را برای تعیین سطح حداقل دستمزد استفاده کنند. معمولاً سیاستگذاران دلایل مختلفی برای تعیین حداقل دستمزد در نظر می‌گیرند. کاهش فقر و نابرابری از طریق افزایش دستمزد کارگران مک‌درآمد، افزایش بهره‌وری بنگاه‌ها از طریق بالا بردن هزینه‌های نیروی کار با بالا بردن انگیزه نیروی کار، افزایش عدالت به دلیل عدم‌تعیین سطح دستمزد منصفانه یا رقابتی ناشی از بازار کار از جمله معیارهای مذکور است. به طور کلی، تعیین حداقل دستمزد با توجه به محورهای سه‌گانه مشاوره با نهاد متخصص، تعیین حداقل دستمزد توسط دولت مرکزی و نهایتاً براساس فرمول تعیین می‌شود. در حال حاضر استفاده از توصیه نهاد متخصص، رایج‌ترین روش در تعیین حداقل دستمزد است؛ به طوری که در ۴۷ درصد از کشورها، دولت‌ها برای تعیین حداقل دستمزد از توصیه حداقل یک نهاد بهره می‌برند.

در برخی از کشورها نیز دولت مرکزی حداقل دستمزد ملی را تعیین می‌کند، اما برخی کشورها از قانون یا فرمول مشخص برای تعیین حداقل دستمزد پیروی می‌کنند. مثلاً در فرانسه حداقل دستمزد با شاخص قیمت

حاشیه‌های مسکن ۲۵ متری ادامه دارد

۲ متهم گرانی در بازار مسکن

تمام بنگاه‌ها بازرسی نشده است. در بعضی از شهرها میزان بنگاه‌ها از سرانه مصرف مردم به شدت بالاتر است و متاسفانه قیمت‌سازی مسکن در این بستر انجام می‌شود و بر افزایش قیمت مسکن و تورم موثر است.»

از طرف دیگر در اوایل هفته گذشته، اعلام خبر اجرای مسکن ۲۵ متری با حواشی زیادی در فضای رسانه‌ای کشور همراه بود. وزارت راه و شهرسازی و شهرداری تهران، اجرای چنین طرحی را تکذیب و اعلام کردند که این نوع واحدها شناسی زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در شأن خانوار ایرانی نیست. دولت نیز در قالب طرح نهضت ملی مسکن، ساخت ۴ میلیون واحد مسکونی را دست‌نور کار دارد. واحدهایی که در مساحت‌های ۵۰ تا ۹۰ متر مربع اجرا و به متقاضیان خانه اولی واگذار خواهد شد. طبق اعلام وزارت راه و شهرسازی تاکنون ۱٫۸ میلیون واحد از این پروژه به مرحله ساخت رسیده است.

همزمان با اقدامات دولت و بخش خصوصی برای افزایش ساخت و ساز، بازار مسکن به آرامش رسیده و در شهر تهران نرخ‌های پیشنهادی نسبت به سه ماه قبل بین ۱۰ تا ۱۵ درصد کاهش یافته است. البته ارائه تخفیف عمدتاً از سوی سازندگان پول لازم یا مالکان آپارتمان‌های کلیدنخورده که واحد آنها با هزینه ساخت کمتری در سال‌های گذشته احداث شده، صورت می‌گیرد. نوسازی بافت‌های فرسوده، افزایش عرضه مسکن در شهرهای جدید، ساخت و ساز در روستاها و شهرهای کمرز از ۲۵ هزار نفر از جمله برنامه‌های دولت در طرح نهضت ملی مسکن محسوب می‌شود. در شرایط موجود که بازار ارز به ثبات رسیده، بازار مسکن نیز با انتظارات کاهشی مواجه شده و به گفته واسطه‌های ملکی، معاملات در رکود به سر می‌برد. ممکن است با پایان ماه صفر، خرید و فروش مقداری افزایش پیدا کند، اما کارشناسان معتقدند به دلیل فاصله ایجادشده بین توان خرید با قیمت مسکن بعید است که تا پایان سال تحرک خاصی در این بازار ایجاد شود.

همانطور که اشاره شد، نرخ‌های پیشنهادی در بازار مسکن اگرچه در مسیر کاهش قرار دارد، اما هنوز با قیمت‌های قطعی فاصله معناداری دارد.

اخبار

مراسم اربعین به رونق اقتصادی کمک کرد؟

اربعین از دریچه اقتصاد

مرکز افکارسنجی سرمایه در یک نظرسنجی ملی که در شهریورماه امسال انجام شد، به ارتباط مراسم اربعین و رونق اقتصادی حاصل از آن پرداخت.
مراسم اربعین از ۲۷ مردادماه شروع شد و تا ۲۰ شهریورماه ادامه داشت. بنا بر آخرین آمارهای رسمی، امسال حدود ۲۲ میلیون نفر برای شرکت در مراسم اربعین و سفر به عراق حضور پیدا کردند که حدود ۴ میلیون نفر از آنها از ایران بودند.
حال سوال اینجاست که اربعین چقدر می‌تواند در مناطق مرزی رونق اقتصادی ایجاد کند؟
در پاسخ به این سوال، مرکز افکارسنجی سرمایه در تازه‌ترین گزارش نظرسنجی خود به بررسی مراسم اربعین و ارتباط آن با رونق اقتصادی پرداخته است.
این نظرسنجی در شهریورماه سال جاری انجام شد و ۸۰۰ نفر از ۳۱ استان کشور در آن شرکت کردند.

بیشترین شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی به ترتیب از استان‌های تهران، خراسان رضوی، اصفهان، خوزستان، آذربایجان شرقی بودند.
همچنین بیشترین فراوانی شغل شرکت‌کنندگان نیز به‌ترتیب مربوط به مشاغل آزاد، خانه‌دار و کارمند بخش خصوصی و دولتی بوده است.
از سوی دیگر سن ۲۹،۴ درصد از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی در محدوده ۳۶ تا ۴۵ سال، ۲۳،۷ درصد بین ۲۶ تا ۳۵ سال، ۱۸،۴ درصد بین ۴۶ تا ۵۵ سال، ۱۷،۹ درصد ۵۵ سال به بالا و همچنین ۱۰،۶ درصد بین ۱۸ تا ۲۵ سال بوده است.

نتایج گزارش مرکز افکارسنجی سرمایه نشان می‌دهد که حدود ۱۳ درصد از شرکت‌کنندگان تاکنون بیش از دو بار در مراسم اربعین شرکت کرده‌اند.
سایر افراد نیز تاکنون یک بار یا به طور کل در این مراسم شرکت نکرده‌اند.
همچنین افرادی که تاکنون موفق به شرکت در پیاده‌روی اربعین نشده‌اند، درگیری شغلی و کاری را بیشترین علت این موضوع با ۳۹ درصد رای عنوان کردند.
نداشتن سلامت جسمی با ۲۴،۶ درصد و نداشتن توان مالی هزینه سفر با ۲۲،۷ درصد، در گزینه‌های بعدی علت عدم موفقیت برای شرکت در مراسم اربعین اعلام شدند.
همچنین بیش از ۳۸ درصد از مشارکت‌کنندگان، موبک‌ها را برای اسکان در طول سفر پیاده‌روی اربعین انتخاب کردند.
اقامت به عنوان مهمان در منازل ساکنین عراقی و حسینیه‌ها و نمازخانه‌ها نیز رتبه بعدی محل اسکان را ادغان خود کردند.
۴۵ درصد از پاسخگویان نیز با انتخاب گزینه موفق و کاملا موفق، معتقد بودند مراسم اربعین موجب رونق صنعت گردشگری می‌شود.
نزدیک به ۵۰ درصد نیز اعلام کردند این مراسم منجر به نوسازی ناوگان حمل و نقل عمومی می‌شود.
ایجاد اشتغال در استان‌های مرزی با بیش از ۵۵ درصد و جذب سرمایه‌گذاری در استان‌های مرزی با بیش از ۴۷ درصد رای موافق و کاملا موافق، از دیگر جنبه‌های راهپیمایی اربعین بود که نشان از افزایش رونق اقتصادی در مناطق مرزی دارد.
از سوی دیگر، تنها ۳۰ درصد از مشارکت‌کنندگان اعتقاد داشتند که این مراسم موجب نوسازی و رونق نوسازی شده و ۴۷ درصد از پاسخگویان همچنان خواهان رشد و رونق بیشتری تا رسیدن به جایگاه مطلوب هستند.
همچنین کمک به عرضه و فروش صنایع دستی در استان‌های مرزی با بیش از ۵۰ درصد از موابح اقتصادی راهپیمایی اربعین بوده که از نظر پاسخگویان تاکنون محقق شده است.
۵۵ درصد از مشارکت‌کنندگان در نظرسنجی نیز برگزاری مراسم اربعین را باعث نوسازی بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی استان‌های مرزی می‌دانستند و با آن موافق و کاملا موافق بودند.
افزایش امنیت در استان‌های مرزی نیز آخرین موردی بود که نزدیک به ۶۰ درصد از پاسخگویان معتقد بودند برگزاری مراسم اربعین با خود برای استان‌های مرزی به ارمغان آورده است.

بیت کوین کی به ۲۵۰ هزار دلار می‌رسد؟

انتظار ۲ ساله برای پادشاه رمزارزها

بازار ارزهای دیجیتال با نوسانات غریبه نیست، اما چندین دلیل قانع‌کننده وجود دارد که باور کنیم بیت‌کوین می‌تواند طی ۲۴ ماه آینده به ارزش ۲۵۰ هزار دلار یا بیشتر برسد.
به گزارش «کریپتوکارنسی»، یکی از عوامل محرک، راه‌اندازی صندوق قابل معامله در بورس بیت‌کوین بلک راک است که می‌تواند حدود ۵ میلیارد دلار ارزش داشته باشد.
بلک راک برای تسهیل این معامله باید مقدار قابل توجهی بیت‌کوین به دست آورد.
فشار خرید تقریبا یک میلیارد دلاری، قیمت بیت‌کوین را حدود ۱۰ درصد افزایش داده است بنابراین، بلک راک به تنهایی می‌تواند دربارهٔ آن را به حدود ۲۵ تا ۴۰ هزار دلار برساند.
هنگامی که این صندوق راه‌اندازی شد، توجه رسانه‌ها به آن جلب خواهد شد و در نتیجه تبلیغات گسترده‌ای به وجود خواهد آمد که احتمالا مورد انتظارترین صندوق خواهد بود و تبلیغات گسترده‌ای را از بازار سهام به همراه خواهد داشت و باعث افزایش بیشتر قیمت بیت‌کوین می‌شود.
هجوم توجه می‌تواند به راحتی به بیت‌کوین کمک کند تا به بالاترین رکورد قبلی خود برسد.
رویداد نصف شدن بیت‌کوین نیز وجود دارد.
رویداد نصف شدن به‌طور سنتنی یاداش بلاک را برای مانیزها به نصف کاهش می‌دهد و برای حفظ سودآوری، قیمت دارایی معمولا افزایش می‌یابد.
به طور محافظه‌کارانه، این رویداد به تنهایی می‌تواند قیمت بیت‌کوین را دو برابر کند و آن را حدود ۱۴۰ هزار دلار برساند.
در این زمان، بیت‌کوین شتاب قابل توجهی خواهد داشت و می‌توان موج جدیدی از سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز و نهادی را انتظار داشت.
با توجه به این، اکنون، این رویداد به راحتی می‌تولد قیمت دارایی را دو برابر دیگر افزایش دهد و حدود ۳۰۰ هزار دلار پیش‌بینی می‌کند که جریان‌اوج قیمت بیت‌کوین را حدود ۳۶۰ هزار دلار پیش‌بینی می‌کند که اعتبار بیشتری به موارد ذکرشده می‌دهد.
با ترکیب همه این عوامل، به نظر می‌رسد که بازار صعودی بیت‌کوین به طرز چشمگیری بازگردد.
مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتال در حال حاضر ۱۰۰۶ تریلیون دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۰،۶۶ درصد کمتر شده است.
در حال حاضر ۴۸،۹۳ درصد کل بازار ارزهای دیجیتال در اختیار بیت‌کوین بوده که در یک روز ۰،۸ درصد افزایش داشته است.
حجم کل بازار ارزهای دیجیتال در ۲۴ ساعت گذشته ۱۸۶۹ میلیارد دلار است که ۲۷،۸۷ درصد کاهش داشته است.
حجم کل در امور مالی غیرمتمرکز در حال حاضر ۲،۱۶ میلیارد دلار است.
۱۱،۳۸ درصد از کل حجم ۲۴ ساعت‌کار بازار ارزهای دیجیتال بوده و حجم تمام سکه‌های پایدار اکنون ۱۶۶۸ میلیارد دلار است که ۸۷،۹۷ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال را تشکیل می‌دهد.

ساخت ۱۷۷ هزار مسکن ملی در شهرهای جدید

طبق اعلام وزارت راه و شهرسازی یک میلیون و ۴۷۶ هزار واحد نهضت ملی مسکن به مرحله اجرا رسیده که از این تعداد ۱۷۷ هزار واحد در شهرهای جدید قرار دارد.
به گزارش «ایسنا»، شرکت عمران شهرهای جدید تاکنون مراسم آغاز عملیات اجرایی دو بسته ۱۰۰ هزار واحدی نهضت ملی مسکن را طی دو مرحله برگزار کرده است.
اخیرا مدیرعامل شهرهای جدید اعلام کرده که در مجموع بالغ بر ۳۱۱ هزار نفر واجد شرایط مسکن در شهرهای جدید ثبت‌نام کردند که از این تعداد ۱۷۷ هزار نفر واجد شرایط شدند و ساخت مسکن برای آنها در حال عملیاتی شدن است.
عملیات احداث مسکن برای ۱۵۰ هزار متقاضی بدون مشکل در حال انجام است و ۲۷ هزار واحد دیگر نیز برای اجرا در برنامه قرار دارد.
به گفته «علیرضا جعفری»، برای اجرای مناسب طرح نهضت ملی مسکن تامین زمین با الحاق و همچنین تغییر کاربری‌های مجاز و تعریف شهرک‌های متصل در حال پیگیری است.
بخشی از تعهد شرکت عمران شهرهای جدید در خصوص طرح نهضت ملی مسکن در شهرک‌هایی که به زودی کار احداث آنها آغاز خواهد شد، عملیاتی می‌شود.
وزارت راه و شهرسازی به تازگی اعلام کرده از ابتدای اجرای طرح نهضت ملی مسکن تا تیرماه ۱۴۰۲ یک میلیون و ۴۷۶ هزار و ۹۹۱ واحد در قالب‌های گوناگون در سراسر کشور در دست ساخت است.
از این تعداد ۱۲۳ هزار و ۹۷۲ واحد در قالب نوسازی بافت‌های فرسوده، ۱۲۴ هزار و ۱۵۴ واحد در دست ساخت برای تامین مسکن کارکنان نیروهای مسلح، ۱۱۹ هزار و ۵۷۹ واحد ظرفیت واحد مسکونی قراردادهای منقذهه برای پرداخت تسهیلات ساخت مسکن به اشخاص دارای زمین (ساخت‌مکتب) و ۳۹۵ هزار و ۳۱۹ واحد تعداد واحدهای مسکونی در دست ساخت جهت نوسازی مسکن روستایی است.

دماسنج تورم در هفته سوم شهریور بالا رفت

نرخ بهره بین بانکی در قله ۳ ماهه



به نرخ ۲۳،۶۲ درصد جهش کرد و در بالاترین سطح هفتگی خود در سه ماه اخیر ایستاد.
بررسی‌ها نشان می‌دهد که این موضوع با کاهش نرخ پذیرش اوراق در بازار باز همراه بوده و می‌تواند به معنای کمتر شدن شدت سیاست پولی انبساطی بانک مرکزی باشد.
به عبارت دیگر، این اتفاق همسو با کاهش نرخ پذیرش بازخرید اوراق توسط بانک مرکزی بوده که به معنای پاسخ‌مندان بخشی از نیاز به نقدینگی بانک‌ها در بازار باز است.
به عقیده برخی کارشناسان، همین موضوع می‌تواند به افزایش تقاضا در بازار بین‌بانکی منجر شده و فشار روی نرخ بهره را بالاتر ببرد.
این دو اتفاق در کنار یکدیگر می‌تواند به معنای کاهش شدت سیاست پولی انبساطی از سوی بانک مرکزی باشد.

کاریکاتور نرخ بهره در ایران

هرچند نرخ بهره بین بانکی در ایران تا حد زیادی به نرخ بهره ریپو نزدیک است، اما تفاوت‌های محسوسی از این نظر میان ایران و اقتصادهای جهانی وجود دارد.
طبق ارزیابی پژوهشکده پولی و بانکی، مسائل کلان اقتصادی، ویژگی‌های خاص بانک و مولفه‌های مربوط به حساب بانکی سه عامل اثرگذار در تعیین نرخ بهره در اقتصادهای جهانی است.
تورم و انتظارات تورمی، نرخ رشد اقتصادی و درآمد سرانه، نرخ بهره سیاستی و سطح استرس بازار سهام از جمله عواملی کلان اقتصادی است که بر نرخ بهره اثرگذار است.
به عنوان مثال، افزایش تورم و بالابودن سطح استرس بازار سهام موجب افزایش نرخ سود سپرده‌ها می‌شود همچنین ویژگی‌های مختص هر بانک همچون ریسک، کارایی و ساختار تامین مالی نیز در نرخ بهره اثرگذار است.
مثلا هرچه یک بانک ریسک بیشتری داشته باشد، نرخ‌های بهره پیشنهادی آن برای سپرده‌گذاری بیشتر خواهد بود.
مولفه‌های مربوط به حساب بانکی، عامل سومی است که در تعیین نرخ سود سپرده ایفای نقش می‌کند.
تاریخ سرسید، جریمه برداشت و حداقل میزان سپرده از جمله متغیرهایی است که باعث می‌شود نرخ بهره پیشنهادی از سوی بانک‌ها برای یک سپرده متفاوت باشد.

با این وجود هیچ‌کدام از این عوامل تعیین‌کننده نرخ بهره سپرده‌های بانکی در ایران نیست و نرخ بهره به صورت دستوری تعیین می‌شود.
شرایطی که باعث شده ناترازی‌های مشهودی در نظام پولی و بانکی ایران ایجاد شود و سیاستگذار پولی نتواند از مهمترین ابزار متعارف خود یعنی نرخ بهره سیاستی برای اثرگذاری در اقتصاد استفاده کند.
نرخ تورم بالا و منفی‌بودن نرخ بهره حقیقی، امکان جذب منابع پایدار را برای نظام بانکی کاهش می‌دهد که لاجرم بانک‌ها را به سوی استقراض از بانک مرکزی یا بازار بین بانکی با نرخ‌ی بسیار بالاتر از نرخ دستوری تسهیلات سوق می‌دهد.
که در میان مدت و بلندمدت نتایج‌ای به جز تشدید ناترازی بانک‌ها دارد.
همچنین نرخ بهره سیاستی به صورت درون‌زا اثری در نرخ‌های سود سپرده‌های بانکی و تسهیلات ندارد، زیرا نهاد تعیین‌کننده کریدور نرخ سود و به تبع آن نرخ بهره سیاستی با نهاد تعیین‌کننده نرخ سود سپرده‌های بانکی و نرخ سود تسهیلات یکی نیست.

بانک مرکزی می‌تواند با افزایش میزان بازخرید اوراق سایر بانک‌ها، بخشی از نیاز به نقدینگی بانک‌ها را برطرف کند و همین موضوع به کاهش فشار تقاضا در بازار بین بانکی منجر خواهد شد.
زمانی که حجم تقاضا در بازار بین بانکی کمتر شود، فشار روی نرخ بهره نیز کاهش می‌یابد.
به همین ترتیب از کانال بازار باز، بانک مرکزی می‌تواند بر روی نوسانات نرخ بهره اثرگذار باشد.
مشاهده می‌شود که تا هفته گذشته، بانک مرکزی تقاضای نقدینگی بانک‌ها در بازار باز را پاسخ می‌داد.
این روند که از نیمه دوم خردادماه ۱۴۰۲ آغاز شده بود، هفته گذشته شکسته شد و تغییر کرد.
به همین ترتیب برای اولین بار پس از سه ماه، در هفته گذشته حدود ۸۶ درصد از تقاضای بانک‌ها برای نقدینگی در بازار باز پاسخ داده نشد.
شواهد نشان می‌دهد که این موضوع با افزایش نرخ بهره در هفته منتهی به ۲۲ شهریورماه ۱۴۰۲ همراه بوده است.
نرخ بهره بین بانکی که به مدت سه ماه نوسانات محدودی را تجربه کرده بود، در هفته گذشته یکباره از نرخ ۲۳،۵۵ درصد به نرخ ۲۳،۶۲ درصد جهش کرد.
این موضوع می‌تواند علامتی از تغییر سیاست پولی بانک مرکزی باشد؛ یعنی کاهش نرخ اوراق بازخرید بانک مرکزی می‌تواند نشان‌دهنده کاهش شدت سیاست پولی انبساطی بانک مرکزی باشد.

نرخ بهره نشان‌دهنده چیست؟

ممکن است بانک‌ها در دوره‌های مالی کوتاه‌مدت روزهانه یا هفتگی با کسری یا مازاد نقدینگی روبه‌رو شوند.
اگر بانکی دچار کسری نقدینگی شود، باید از طریق وام گرفتن آن را جبران کند تا به حالت تعادل برسد.
برای اینکه بانک‌ها برای حل این مشکل به بانک مرکزی نیاز نداشته باشند، بازاری را به‌نام بازار بین‌بانکی تشکیل داده‌اند که در آن به یکدیگر وام دهند.
اکثر وام‌های بین‌بانکی، سررسید کوتاه‌مدت یک‌هفتگی یا کمتر دارند.
وام‌دهی بانک‌ها به یکدیگر برمنای یک نرخ سودی است که به آن نرخ سود بین بانکی گفته می‌شود.
در واقع، نرخ بهره بین بانکی یک متغیر پیش‌رو و مرجع برای تعیین وضعیت هزینه استقراض پول در اقتصاد یک کشور است.
افزایش نرخ بهره بین بانکی نشانه‌های کاهش نقدینگی در دسترس و رقابت بانک‌های تجاری برای تامین نقدینگی را نشان می‌دهد.
بانک مرکزی اگر قصد اعمال سیاست‌های انقباضی را داشته باشد، نرخ بهره بین بانکی را افزایش می‌دهد و بالعکس.
نرخ بهره بین بانکی در ایران معادل نرخ repo در دنیاست.
به طور خلاصه، نرخ repo هزینه استقراض یک شبه پول بین نهادهای پولی و مالی است که در سراسر دنیا با سیستم نرخ ارز شناور، به عنوان یکی از متغیرهای موثر در نرخ بهره واقعی اقتصاد شناخته می‌شود و از این نظر حائز اهمیت است.
نرخ بهره بین بانکی در ایران تا حد زیادی به نرخ بهره ریپو نزدیک است و می‌توان با اغماض این دو مفهوم را معادل یکدیگر قرار داد.
حال آخرین وضعیت این متغیر نشان می‌دهد نرخ بهره بین بانکی که حدود سه ماه نوسان محدودی را از سر گذرانده بود، در هفته گذشته (هفته منتهی به ۲۲ شهریورماه ۱۴۰۲) به یکباره از نرخ ۲۳،۵۵ درصد

در پی بالا ماندن سرسختخانه تورم در اروپا

بانک مرکزی اروپا نرخ بهره را افزایش داد

برای اقتصاد بیش‌ازحد زیاد است و نقطه مناسب برای توقف این اقدامات کجاست.
همچنین این تصمیم در حالی اتخاذ می‌شود که بانک مرکزی اروپا، فدرال رزرو و سایر بانک‌های مرکزی بزرگ جهان به نقطه پایان مجموعه اقدامات افزایشی نرخ بهره خود نزدیک می‌شوند، با این امید که آسیب‌های ناشی از هزینه‌های استقراض بالاتر به رشد اقتصادی چندان گسترده نباشند.

نرخ تورم سالانه ۵،۳ درصدی در ۲۰ کشور اتحادیه اروپا هنوز بسیار بالاتر از هدف ۲ درصدی بانک مرکزی اروپا است.
به همین دلیل قدرت خرید مصرف‌کنندگان به شدت کاهش یافته و منجر به رکود اقتصادی شده است که رشد اقتصادی را در سال ۲۰۲۳ باالی صفر نگه داشته است.
باین‌حال، ایسن نگرانی‌های روزافزون هم وجود دارند که افزایش هزینه استقراض بر تصمیم مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارها برای سرمایه‌گذاری و خرج کردن تأثیر می‌گذارد و به باری بر دوش اقتصاد تبدیل خواهد شد.
از پیش از تصمیم به افزایش دوباره نرخ بهره هم نشانه‌های واضحی از انقباض فعالیت‌های اقتصادی در قاره اروپا مشاهده شده بود.
براساس نتایج شاخص مدیران خرید S&P Global اقتصادهای بزرگ اروپایی – آلمان، فرانسه، اسپانیا و ایتالیا – در ماه اوت شاهد کاهش فعالیت‌ها در بخش خدمات بوده‌اند، حتی در شرایطی که در پایان فصل تابستان بخش توریسم در اسپانیا و ایتالیا بسیار قدرتمند عمل کرده است.
ایسن انقباض علاوه بر کاهش سرعت تولید جهانی است که به ویژه

فرصت امروز؛ از آنجا که رشد نرخ بهره بین بانکی، علامتی از روند سیاست‌های کلان درخصوص کنترل تورم است، به نرخ بهره بین بانکی در علم اقتصاد، دماسنج تورم نیز گفته می‌شود.
برخی از کارشناسان، نرخ بهره بین بانکی را به معنای قیمت پول قلمداد می‌کنند و بر این باورند که با روند صعودی آن، عرضه پول کاهش می‌شود و در نهایت تورم در جهت نزولی قرار خواهد گرفت.
این در حالی است که در نقطه مقابل، فعالان بازار سرمایه نگاه دیگری به نرخ سود بین بانکی دارند و معتقدند نرخ بهره بین بانکی با رفتار صعودی خود می‌تواند بازدهی بورس را به خطر بیندازد و ایسن بازار را با ریزش مواجه کند.
حال داده‌های آماری بانک مرکزی درخصوص نرخ بهره بین بانکی در هفته سوم شهریورماه امسال نشان از وضعیت صعودی این متغیر داشته و نشان می‌دهد که دماسنج تورم در قله سه ماهه خود قرار گرفته است.

نرخ بهره بین بانکی در هفته‌ای که گذشت، به ۲۳،۶۲ درصد – بالاترین سطح هفتگی در سه ماه اخیر – رسید و به نظر می‌رسد که این موضوع با کاهش نرخ پذیرش اوراق در بازار باز همراه بوده است و می‌تواند به معنای کمتر شدن شدت سیاست پولی انبساطی بانک مرکزی باشد.
براساس داده‌های آماری، نرخ سود کشف شده در بازار بین بانکی به یکباره جهش قابل توجهی در هفته گذشته داشته و این اتفاق همسو با کاهش نرخ پذیرش بازخرید اوراق از سوی بانک مرکزی بوده است که به معنای بی‌پاسخ ماندن بخشی از نیاز نقدینگی بانک‌ها در بازار باز است.
به عقیده تحلیلگران، همین موضوع می‌تواند به افزایش تقاضا در بازار بین‌بانکی منجر شده و فشار روی نرخ بهره را بالاتر ببرد.
ایسن دو اتفاق در کنار یکدیگر می‌تواند به معنای کاهش شدت سیاست پولی انبساطی از سوی بانک مرکزی باشد.

مسیر سیاست پولی تغییر کرد؟

در بانکداری نوین اینطور گفته می‌شود که اگر ما بتوانیم نرخ بهره بین بانکی را در اقتصاد کنترل کنیم، به شکل خودکار سایر نرخ بهره‌ها نیز کنترل می‌شوند.
نرخ بهره بین بانکی از تعادل عرضه و تقاضای نقدینگی بین بانک‌ها به دست می‌آید، اما بانک مرکزی می‌تواند به طور مستقیم یا غیرمستقیم به این بازار ورود کند و در شکل‌گیری نرخ بهره موثر باشد.
بانک مرکزی برای محدود کردن نوسانات تورم یک کانال یا دالان سود بین ۱۷ تا ۲۴ درصد تعریف کرده است؛ به این معنا که اگر یک بانک با نرخ ۲۴ درصد تقاضای وام داشته باشد، بانک مرکزی تمام نیاز بانک متقاضی را پاسخ خواهد داد.
در صورتی که یک بانک با نرخ ۱۷ درصد نیز قصد وام دادن داشته باشد ولی هیچ متقاضی وجود نداشته باشد، بانک مرکزی تعهد داده که تمامی منبع عرضه شده را با ۱۷ درصد عرضه خواهد کرد، اما با فعالیت غیرمستقیم بانک مرکزی در بازار شبانه (بین بانکی) از طریق بازار باز، در واقعیت یک کف کانال با نرخ ۲۳ درصد تعیین می‌شود؛ بدین صورت که اگر هر بانکی با نرخ ۲۳ درصد تقاضای بازخرید اوراق بانک مرکزی را داشته باشد، بانک مرکزی موافقت خواهد کرد.

با بهبود آمارهای اقتصادی چین

قیمت جهانی نفت افزایش یافت

بهبود داده‌های اقتصادی چین و گزارش‌های مربوط به افزایش بی‌سابقه تقاضای نفت در این کشور، این دیدگاه را تقویت کرده است که مصرف نفت خام در چین به افزایش خود ادامه خواهد داد و همین دیدگاه قیمت جهانی نفت را افزایش داده است. بر همین اساس، قیمت جهانی تحت تأثیر تحلیل‌های مثبت درباره اقتصاد چین افزایش یافت تا سومین هفته متوالی افزایش هفتگی را به ثبت برساند.
بهای معاملات آتی نفت برنت با ۶۵ سنت معادل ۰٫۷ درصد افزایش به ۹۴٫۳۵ دلار رسید، درحالی‌که نفت خام وست نِگراس اینترمدیت آمریکا (WTI) با ۶۷ سنت معادل ۰٫۷ درصد افزایش به ۹۰٫۸۳ دلار رسید. هر دو معیار نسبت به هفته گذشته حدود ۴ درصد افزایش داشتند.
آمارها نشان می‌دهد تولید صنعتی و خرده‌فروشی چین در ماه اوت با نرخ‌ی سریع‌تر از حد انتظار رشد کرده است و این بهبود نشان از آن دارد که دومین اقتصاد بزرگ جهان پس از یک رکود چند ماهه، روند ثبات را در پیش گرفته است. داده‌های دفتر ملی چین همچنین نشان داد که فرآوری پالایشگاه‌های نفت در ماه اوت به رکورد ۶۴۶۹ میلیون تن رسیده است که ۱۹۶ درصد بیشتر از سال قبل و برابر با ۱۵،۲۳ میلیون بشکه در روز است.
رکوردزنی میزان پالایش نفت در چین در حالی رخ می‌دهد که کاهش تولید توسط تولیدکنندگان بزرگ نفت خام یعنی روسیه و عربستان سعودی نگرانی‌ها در مورد عرضه را افزایش داده است. آژانس بین‌المللی انرژی این هفته اعلام کرد که انتظار دارد کاهش تولید نفت عربستان سعودی و روسیه منجر به کسری بازار در سه ماهه چهارم سال جاری شود.

با تولید ۳ میلیون بشکه نفت در روز

ایران سومین غول نفتی اوپک شد

گزارش ماه سپتامبر اوپک نشان می‌دهد ۱۳ عضو این سازمان در ماه اوت (مرداد- شهریور) ۲۷میلیون و ۴۴۹هزار بشکه نفت‌خام تولید کردند که ۱۱۳ هزار بشکه بیشتر از ۲۷میلیون و ۳۳۶هزار بشکه ماه ژوئیه است. ایران در ماه اوت ۲ میلیون بشکه نفت‌خام تولید کرده که ۱۴۳ هزار بشکه بیشتر از ژوئیه ۲۰۲۳ (تیر-مرداد) بوده است. بر همین اساس، تولید هشت عضو این سازمان در دوره موردبررسی با افزایش همراه بوده که بیشترین افزایش تولید با ۴۳ هزار بشکه مربوط به جمهوری اسلامی ایران بوده است. ایران، ونزوئلا و لیبی و توافق کاهش عرضه ائتلاف تولیدکنندگان عضو سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) و غیر اوپک (اوپک پلاس) معاف هستند. بدین ترتیب، ایران در ماه اوت و در بازه زمانی مرداد و شهریورماه با رشد تولیدی معادل ۱۴۳ هزار بشکه نفت‌خام به رقم ۲ میلیون بشکه در روز رسید. به گزارش «شانا» به نقل از دبیر خانه سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) ایران با تولید روزانه ۲ میلیون بشکه نفت‌خام، پس از عربستان سعودی با تولید روزانه ۸ میلیون و ۹۶۷ هزار بشکه و عراق با تولید روزانه ۴ میلیون و ۲۷۷ هزار بشکه در همین بازه زمانی، در جایگاه سومین تولیدکننده بزرگ این سازمان قرار گرفته است.

در پی افزایش هزینه‌های جنگ اوکراین رخ داد
راهکار روسی حفظ درآمد نفتی

دوران اوج هیج‌وخت دائمی نیست. پس‌ازآنکه حجم فروش نفت خام روسیه باوجود تحریم‌های غرب، کاهش تولید و خطرات کسختیرانی در دریای سیاه در ماه‌های اخیر به اوج خود رسید، در ماه اوت به روزی ۳ میلیون بشکه کاهش پیدا کرد، یعنی در حدود ۸۰۰ هزار بشکه کمتر از متوسط فروش دو ماهه آوریل-مه و کمتر از حد فرسوش پیش از جنگ. احتمال ثابت باقی ماندن نرخ فروش نفت خام روسیه در این سطح بسیار بالاست. به نوشته «کنومیسست»، روسیه هفته گذشته اعلام کرد تصمیم گرفته تا کاهش داوطلبانه تولید نفت خود به اندازه روزانه ۳۰۰ هزار بشکه در روز که قرار بود تا ماه اوت ادامه داشته باشد را تا پایان سال جاری تمدید کند.

کاهش صادرات، در دست در زمانی که نیاز دارد برای ادامه جنگ تجهیزات نظامی و زرادخانه‌های خود را تکمیل کند، دسترسی روسیه به گنجی بزرگ را محدود خواهد کرد. از این‌رو مسکو راهکارهایی جدید را در پیش گرفته است. اولین راهکار، یعنی تلاش برای فروش به بالاترین قیمت ممکن در ازای بشکه‌هایی که تعداد آنها به‌واسطه کاهش تولید کم شوند، این مشکلاتی مواجه شده است. بین ژانویه تا اوت، قیمت نفت خام اورال، گرید اصلی نفت خام روسیه به طور متوسط ۵۹ دلار در ازای هر بشکه بود که نسبت به ۸۳ دلار در هشت ماهه اول سال گذشته کاهش داشت. این کاهش، بیشتر به دلیل کاهش قیمت جهانی نفت بود که در این دوره زمانی ۱۰۴ دلار به ۸۱ دلار کاهش یافت. اما تحریم‌های غربی، به مذاکره برای کاهش قیمت‌ها برای خریداران دیگر مانند چین و هند آسان‌تر می‌کند هم در این روند بی تأثیر نبوده است. همچنین سقف قیمتی که گروه ۷ برای حمل‌کنندگان و بیمه‌گران غربی تعیین کرده هم در کاهش قیمت نفت خام روسیه اثرگذار بوده است. براساس این سقف قیمتی، حمل‌کنندگان و بیمه‌گران غربی تنها در صورتی می‌توانند در صادرات نفت روسیه مشارکت داشته باشند که قیمت هر بشکه از آن زیر ۶۰ دلار باشد. بااین حال به تازگی استراتژی دنبال کردن قیمت‌های بالاتر تا حدی موفقیت‌آمیز بوده است. انتظارات نسبت به افزایش نرخ بهره در آمریکا و همچنین کاهش تولید از سوی روسیه و عربستان سعودی به افزایش قیمت جهانی نفت کمک کرده است و برای اولین بار قیمت هر بشکه نفت هفته گذشته به بالای ۹۰ دلار رسید. این وضعیت به نفع روسیه است. این کشور به‌تازگی توانگان نفت‌کش گمنامی متشکل از کشتی‌های فرسوده متعلق به واسطه‌های گمنام در خلیج فارس، هنگ‌کنگ یا ترکیه و یک سیستم بیمه تحت حمایت دولت بخش بزرگی از شبکه توزیع نفت خود را از بنیات سخت قیمت مینونگن می‌دارد را ایجاد کرده است. روسیه همچنین نفت خود را کمتر از دریای سیاه و بیشتر از دریای بالتیک و بنادر شرقی‌تر و دوافزاتده خود حمل می‌کند؛ جایی که تشخیص نفخ تحریم‌ها دشوارتر خواهد بود. به‌واسطه این تمهیدات، از اواسط ماه اوت تاکنون نفت خام اورال بالای ۷۰ دلار در هر بشکه معامله می‌شود. از سوی دیگر، بعید به نظر می‌رسد غرب برای اجرای سختگیرانه سقف قیمتی خود پافشاری کند زیرا می‌خواهد جریان نفت روسیه را حفظ کند تا در صورت احیای اقتصاد جهانی در اواخر سال جاری دچار کمبود عرضه نشود. این امر افزایش قیمت اورال را به نوعی تضمین می‌کند، حتی اگر متقاعد کردن مشتریان برای رضایت دادن به کاهش نرخ تخفیف با توجه به قیمت جهانی نفت، دشوار باشد. هند اصرار دارد که افزایش قیمت اورال مزیت رقابتی این گرید را بهبوده در مقایسه با نفت خلیج فارس از بین برده است. درحالی‌که اورال با وجود اینکه ترکیبی برتر است، هفت دلار ارزان‌تر از ارزان‌ترین عیار نفت خام عربستان معامله می‌شود. دومین راهکار روسیه برای افزایش درآمد نفتی، فروش بیشتر نفت تصفیه‌شده ممتاز این کشور است. برای انجام این کار، می‌تواند با بسیج کردن ظرفیت غیرفعال پالایشگاه‌های خود، نفت خام بیشتری را فرآوری کند. این روند باعث افزایش سود سوخت دیزل و کاهش سود سوخت جت خواهد شد. در ماه اوت، میزان صادرات محصولات فرآوری‌شده نفتی روسیه نسبت به ماه مشابه در شش سال گذشته بالاتر بوده است. سومین راهکاری که روسیه در تلاش برای جبران کاهش مجموعه‌های نفت خام خود در پیش گرفته است، توسعه کالاهای جدید برای توزیع نفت خود است. صادرکنندگان به طور محتاطانه جریان لوپل انتقال نفت را به کشورهای اروپایی که هنوز می‌توانند نفت روسیه بخرند و در حال حاضر خریدار آن هستند، از جمله جمهوری چک و مجارستان، افزایش می‌دهند. تحلیلگران انتظار دارند که این روند تا سال ۲۰۲۵ ادامه داشته باشد. روسیه همچنین شروع به ارسال مجموعه‌های بیشتری از طریق قطب شمال کرده است که می‌تواند هزینه بهره‌ها به چین را کاهش دهد. این مسیر ۴۵-۲۰۰ کیلومتر از مسیرهایی است که از دریاهای بالتیک و بارنتز عبور می‌کنند.

داده‌های جدید نشان می‌دهند میزان عبور نفت‌کش‌های روسیه از این مسیرها در سال جاری هشت برابر شده است. پیمایش در قطب شمال فقط در تابستان و اوایل پاییز امکان‌پذیر است، اما روسیه، با اتکا بر اثرات گرمایش جهانی، تا سال ۲۰۲۵ کسختیرانی در تمام طول سال را در برنامه خود قرار داده است.

شروع هفتگی بورس با سبز کمرق



سبزترین گروه‌های بازار بودند. در مقابل اما فارس، شیران و وکدیر از نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای شگویا، شاون، فرابورس بیشترین اثر افزایشی و نمادهای آریا، هرمز و عصفیو بیشترین اثر کاهشی را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکشش بورس، نماد تکران بیشترین تراکشش را داشت و شپنا و صفها در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز دی، بوملد و کرمان بیشترین تراکشش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۳ هزار و ۵۶۱ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲ هزار و ۸۸۹ میلیارد تومان بود که ۲۱ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۳۲ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۴ هزار و ۸۱۱ میلیارد تومان رسید. نماد میدکو بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۱۳۳ میلیارد تومان بود. در معاملات یکشنبه، ۸۵ نماد صف خرید داشتند و ۳۶ نماد با صف فروش شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۸ درصدی نسبت به روز قبل به ۲۳۹ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۳۵ درصدی به ۲۴۵ میلیارد تومان رسید.

فراکابی‌ها و پالایشی‌ها رشد کردند

در جریان معاملات روز یکشنبه بیست و ششم شهریورماه، گروه فراکاب بازار سرمایه (بورس، فرابورس، کالا و انرژی) رخ مثبتی را به خود گرفتند. این در حالی است که تا مدت‌ها پیش و در زمانی که بورس در رونق خوبی قرار داشت، بازار به طور سنتی و حاشیه‌ای با نگاه به این گروه به صورت احتمالی وضعیت بازار فردا و روزهای آینده را پیش‌بینی می‌کرد. به گزارش «اوکوایران»، در بازار این رسم جا افتاده است که تا زمانی که استقبال برای این گروه مثبت باشد وضعیت بازار به طور کلی مثبت ارزیابی می‌شود. البته این موضوع را باید در کنار لیدر سنتی بون بازار سرمایه توسط گروه خودرویی و همچنین نحوه معاملات نیم ساعت پایانی بازار قرار داد؛ چراکه این موضوعات خیلی جنبه درستی ندارد، اما شایعات و تفرکاتی است که فارغ از درست یا غلط بودن در بازار جا افتاده است.

ارزش معاملات در روز یکشنبه در حوالی ۷ هزار میلیارد تومان قرار گرفت و باید این گونه گفت که ارزش معاملات در نیمه اول بازار به طور اختصاصی برای بازار نقد بورس تهران روی رقم ۱۹۲۹ میلیارد تومان قرار داشت. شاخص کل بورس با وجود اینکه مثبت شده بود، اما خیلی از محدوده ۳،۱ میلیون واحدی فاصله نگرفت و بازار همچنان در این محدوده‌ها دست و پا می‌زند.

بررسی تکنیکالی شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران نشان می‌دهد شاخص کل در حالی روز گذشته بیش از ۹ هزار واحد مثبت شد که این موضوع را مدیون تغییرات مثبت در نمادهای شپنا، شبندر، شستا و شتران است. ارزش بازار خود را به یک قدمی ۷ هزار و ۵۰۰ همتی رسانده است

و ارزش معاملات نیز به طور کلی در حوالی ۷ هزار میلیارد تومان قرار گرفت. ارزش معاملات نقد بورس تهران در پایان این روز در محدوده ۴،۸ هزار میلیارد تومان ایستاد. نمودار شاخص کل بورس تهران با وجود مثبت شدن اما اینکه با خیلی از محدوده ۳،۱ میلیون واحدی فاصله نگرفته است و با رشد روز گذشته به محدوده‌های ابتدایی هفته‌های پیش خود برگشته است. از منظر تکنیکالی شاخص کل بورس تهران همچنان روی مفروضات قبلی ایستاده است؛ چراکه تغییر خاصی را در این چند هفته اخیر مشاهده نکرده‌ایم و تنها به این نکته اکتفا می‌کنیم که اندیکاتور RSI در حال ورود به محدوده‌های بالای ۷۰ واحدی است.

کاهش ریسک بازار با گواهی طلا

یک کارشناس بازار سرمایه درباره گواهی سپرده شمش طلا در بورس، گفت: بااین ابزار، ریسک سرمایه‌گذاری در بازار طلا کاهش یافته و بازیگران صنعت طلا می‌توانند ریسک‌های معامله خود را پوشش دهند. «برهام اخلاقی» با اشاره به مزایای معاملات طلا در بورس به «ایرنا» توضیح داد: با توجه به برخی مزیت‌های مهم مانند نگهداری، سهولت و شفافیت معامله، بورس طلا می‌تواند توسعه پیدا کند و تأمین‌کننده بخشی از تقاضای بازار طلا باشد. خرید از بورس همانند انجام معاملات در یک فضای شیشه‌ای و شفاف است. با انجام معاملات طلا در بورس امکان تقلب و تخلف به صفر می‌رسد و معامله‌گران می‌توانند نسبت به کالای خریداری‌شده اطمینان کامل داشته باشند. این مزیت زمانی در بازار طلا اهمیت پیدا می‌کند که خریداران خرد عمدتاً دانش لازم درخصوص تشخیص طلای استاندارد و با عیار اعلام‌شده را ندارند. با توجه به چنین مسئله‌ای ممکن است کالایی که خریدار در بازار فیزیکی خریداری می‌کند، عیار موردنظر را نداشته باشد و هنگام فروش، زیان قابل توجهی نصیب معامله‌گر شود، اما در بورس این ریسک از بین رفته و به همین دلیل هزینه‌های ناشی از طلای تقلبی از سید سرمایه‌گذاری افراد حذف خواهد شد. به گفته وی، در طول هفت ماهی که از راه‌اندازی گواهی سپرده شمش طلا می‌گذرد، روزانه بین سه تا هشت کیلوگرم شمش طلا در بورس معامله شده است. با توجه به اینکه اینک معاملات طلا در بورس، آغاز یک بازار است اما حجم معاملات انجام شده در این بازار مطلوب بوده و باید تلاش کرد تا عمق بازار را از طریق اطلاع‌رسانی مزایای این بازار به متقاضیان طلا و سرمایه‌گذاران بیشتر کرد. «اخلاقی» با بیان اینکه این بازار به جز سرمایه‌گذاران می‌تواند برای تولیدکنندگان طلا جذاب باشد، گفت: تهیه شمش با استانداردهای موردنظر در این بازار قابل انجام است، از آنجا که در بازار فیزیکی انواع مختلفی شمش وجود دارد و تولیدکنندگان گاه برای شمش با استاندارد موردنظر دچار دسرسی می‌شوند اما بورس طلا می‌تواند محل مناسبی برای تأمین نیازشان باشد. همچنین بازیگران این صنعت با توجه به اینکه قراردادهای آتی نیز روی این گواهی‌های سپرده وجود دارد، می‌توانند از ترکیبات مختلف معاملات استفاده کرده و ریسک‌های بیشتری را پوشش دهند.

رشد نقدینگی در سراسیبهی افتاد

می‌دهد، عمده کارشناسان بر این اعتقادند در حال حاضر که مهمترین عامل افزایش تورم یعنی نقدینگی در مسیر کنترل قرار گرفته است، می‌توان به بهبود شاخص‌های تورمی نیز امیدوار بود. نرخ تورم در مرداد سال‌های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ به ترتیب ۴۵،۲ درصد، ۴۱،۵ درصد و ۴۶،۷ درصد بوده است. با این حال تورم صنعت و تولید در فصل بهار امسال کاهشی شد. تورم سالانه تولید در بهار امسال ۴۲،۹ درصد بود که افت ۱،۴ درصد را نسبت به بهار سال قبل نشان می‌دهد. درخصوص تورم صنعت نیز در بهار ۱۴۰۲ درصد تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت در فصل فصل منتهی به این فصل نسبت به دوره مشابه سال قبل ۲۷ درصد شد که از کاهش ۴،۷ درصدی در مقایسه با بازه زمانی سال گذشته حکایت دارد.

رشد ۱۲ ماهه پول در مردادماه ۱۴۰۲ نیز در مقایسه با این میزان در مقطع مشابه سال قبل با ۱۴،۳ واحد درصد کاهش به رقم ۴۱،۳ درصد رسیده است. همچنین نسبت پول به نقدینگی در مردادماه ۱۴۰۲ با حدود ۰،۶ واحد درصد کاهش نسبت به پایان سال گذشته (استفدماه ۱۴۰۱) به رقم ۲۵،۱ درصد رسیده است. کاهش مذکور بیانگر تعدیل سیالیت نقدینگی، ناشی از اتخاذ مجموعه‌ای از سیاست‌های ارزی و پولی در قالب رویکرد کلان تثبیت اقتصادی و بهبود انتظارات مردم و فعالان اقتصادی می‌باشد. از طرف دیگر بازارهای مسکن، خودرو، طلا و ارز از خردماه امسال به بعد تحت تأثیر تعاملات بین‌المللی و کاهش ریسک‌های غیراقتصادی به آرامش رسیده و در مسیر کاهش قیمت قرار دارند. عضویت ایران در پیمان شانتگاهی و گروه بریکس نیز چشم‌انداز مناسبی را پیش روی اقتصاد ایران قرار داده است.

اگرچه بررسی نرخ تورم در سه سال گذشته روند افزایشی را نشان

انتخاب آواتار ایمیل: توجه به جزئیات برای ایمیل مارکتینگ بهتر

کسب و کارها با مشکل فرصت‌طلبی برخی از سودجویان رو به رو هستند که اتفاقا دنبال هر بهانه‌ای برای برهم زدن اعتبار برندها هستند. با این حساب شما باید حواس‌تان به اعتبار برنداتان در نگاه مشتریان باشد.

توصیه ما در روزنامه فرصت امروز استفاده از عکس لوگو برند برای کسب و کارهاست. اگر شما یک کارآفرین تک و تنها نیستید و شرکت‌تان کمابیش پا گرفته است، باید خیلی زود ذهنیت‌تان در ایسن رابطه را تغییر دهید؛ چراکه استفاده از تصاویر پیشفرض یا حتی تصویر پرسنلی پاسخگوی انتظارات مشتریان تان نخواهد بود. آن وقت شما می‌مانید و کلی مشتری که اتفاقا حسابی از دست‌تان دلخور هستند.

متأسفانه اغلب برندها در دنیا اصلا آواتاری برای ایمیل‌شان ندارند. این امر نتنها به‌وجه حرفه‌ای آنها ضربه می‌زند، بلکه در بلندمدت حسابی برای‌شان دردسرساز خواهد شد. خب تا وقتی ایمیل‌تان سر و شکل منظمی نداشته باشد، چه بسا خیلی راحت هرکها ایمیلی مشابه شما برای مشتریان ارسال کنند و کلی از اطلاعات‌شان را به سرقت ببرند. آن وقت شما باید پاسخگوی هزاران مشتری عصبانی باشید.

انتخاب آواتار ایمیل: یک مثال موردی

این روزها اغلب بازاربایها از جیمیل برای مدیریت ایمیل مارکتینگ استفاده می‌کنند. به همین خاطر ما برای آموزش درباره نحوه استفاده از آواتار یا همان انتخاب آواتار سراغ این ابزار بی‌نهایت محبوب رفته‌ایم. شما در سرویس جیمیل کافی است از منو سمت راست روی گزینه گوگل اکانت کلیک کرده و وارد بخش تنظیمات شوید. در این بخش می‌توانید از بین تصویرهای پیشفرض یکی را انتخاب کرده یا تصویر دلخواه‌تان را بارگذاری کنید. آن وقت دیگر لازم نیست به بخش‌های پیچیده‌تر مراجعه کرده یا نگران این وضعیت‌ها باشید.

گوگل همیشه دنبال ساده‌سازی فرایندها برای کاربرانش است. پس طبیعی است که تنظیمات سرویس‌های مختلف این برند برای کاربرانش بی‌نهایت ساده باشند. البته باید حواس‌تان باشد تصاویر آواتار در جیمیل در قالب دایره نمایش داده می‌شود. بنابراین جاگذاری یا کراپ تصاویر اهمیت ویژه‌ای خواهد داشت.

نکته‌دیگر اینکه قبل از بارگذاری آواتار باید حواس‌تان به حجم آن هم باشد. وگرنه گوگل با تصویرتان را قبول نخواهد کرد یا اینکه آن را به‌طور خودکار کم‌حجم می‌کند. در هر دو صورت شما نتیجه دلخواه را از کارتان نخواهید گرفت.

سخن پایانی

انتخاب آواتار نکته‌ای است که معمولا کارآفرینان بدان توجه لازم را نشان نمی‌دهند. انگار که آواتار اصلا بخشی از ایمیل مارکتینگ نیست. اگر شما هم قبلا اینطور فکر می‌کردید، حالا دیگر نوع نگاه‌تان حسابی فرق کرده است. ما در این راهنمای مختصر و مفید سعی کردیم برخی از مهمترین نکات در رابطه با انتخاب آواتار ایمیل را مرور کنیم. شما الان آمادگی لازم برای انتخاب یک آواتار مناسب برای ایمیل‌تان را دارید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم این

مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای بهبود وضعیت ایمیل مارکتینگ‌تان کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی در این رابطه داشتید، ما را بی‌خبر نگذارید.

منابع:

https://sendpulse.com/blog/set-up-email-avatar

https://selzy.com/en/blog/email-۲۰٪۲۰email%avatar/#:~:text=An۲۰٪۲۰a,nondescript%۲۰is%avatar۲۰users%۲۰new%۲۰to%avatars



فعالیت دارید، اینکه ایمیل‌تان به‌طور پیشفرض شامل یک حرف خاص باشد، اصلا ایرادی ندارد؛ چراکه در ساختار سازمانی معمولا افراد خیلی خوب یکدیگر را می‌شناسند. با این حال وقتی پای مشتریان وسط باشد، دیگر همه چیز فرق خواهد کرد.

عکس شخصی

تصاویر شخصی معمولا به عکس‌های پرسنلی اشاره دارد که یک فرد حقیقی را نشان می‌دهد. احتمالا رئیس شما در شرکت عکس خودش را به‌عنوان آواتار ایمیلش انتخاب کرده است. اینطور وقت‌ها آدم سراغ عکس‌های پرسنلی می‌رود که چهره‌اش را به‌طور کامل نشان می‌دهد. دلیل این امر تلاش برای نشان دادن اصالت و اعتبار آدرس ایمیل است.

این روزها خیلی از افراد با اسم‌های مشابه اقدام به ساخت ایمیل می‌کنند. شاید در این میان تنها یک عدد در آدرس ایمیل کم یا زیاد شود. درست به همین خاطر شما

نویسنده: علی آل‌علی
ایمیل‌ها بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره هستند. اهالی کسب و کار از همان لحظه اولی که از خواب بیدار می‌شوند، درگیر ایمیل‌های گوناگون هستند. البته شما لازم نیست حتما کارآفرینی بزرگ باشید تا اهمیت ایمیل‌ها را درک کنید. افراد عادی هم در طول زندگی بارها و بارها با ایمیل‌های مختلف سرر و کار دارند. در این میان نکته‌ای که خیلی وقت‌ها کمتر مورد توجه کسب و کارها قرار می‌گیرد، آواتار ایمیل است. آواتار ایمیل به همان عکس کوچکی اشاره دارد که در کنار ایمیل برای کاربران دریافت‌کننده محتوا نمایش داده می‌شود. این روزها خیلی از کسب و کارها و حتی افراد عادی هیچ آواتاری برای خودشان تعریف نکرده‌اند. خب از نظر آنها آواتار امری کاملا جانبی است و انتخاب تیتیر و تحویل محتوای باکیفیت مهمتر از این حرف‌هاست. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، احتمالا گزارش موسسه استاتیس‌تیکس (Statistics) حسابی غافلگیرتان خواهد کرد. بر این اساس از هر سه ایمیل بازاریابی دست‌کم دو مورد به دلیل بی‌توجهی به آواتار مورد توجه کاربران قرار نمی‌گیرد. این یعنی شما به راحتی یکی از مهمترین عوامل اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را مورد بی‌توجهی قرار می‌دهید.

اگر همین حالا درباره اهمیت آواتار ایمیل با یک بازاریاب حرف بزنید، احتمالا چیزی جز خنده‌های عصبی تحویل‌تان نخواهد داد. خب در دنیایی که تولید محتوا یا حتی یافتن ایده‌های تازه دست‌کم‌ای از یک معمای بی‌پایان ندارد، چرا باید کسی به جزئیاتی مثل آواتار ایمیل دقت کند؟

جواب ما برای سوال بالا کاملا روشن است. فرض کنید وارد مغازه‌ای شده‌اید که تمام فروشندگان‌ش ماسک سیاه روی صورت دارند. به طوری که هیچ جزئیاتی از چهره آنها معلوم نیست. شما را نمی‌دانم، ولی من که در چنین شرایطی از ترس جانم هم که شده فوراً مغازه را ترک می‌کنم.

ماجرای ایمیل‌های بدون آواتار هم دقیقا مثل مغازه بالاست. بی‌شک هیچ‌کس دوست ندارد ایمیل‌های برندی بی‌نام و نشان که حتی آواتار ساده‌ای هم برای ایمیل‌هایش در نظر نگرفته، باز کند. اصلا خیلی وقت‌ها آدم فکر می‌کند چنین ایمیل‌هایی کاملا اسمیم هستند و دورشان را خط می‌کشند. فکر کنم حالا دیگر فهمیده‌اید چرا تلاش‌تان در دنیای ایمیل مارکتینگ خیلی سخت جواب می‌دهد، مگر نه؟

شما در این مقاله با انواع گزینه‌ها برای انتخاب به‌عنوان آواتار ایمیل آشنا می‌شوید. در انتها هم یک آموزش کاملاً خودمانی درباره نحوه بارگذاری عکس آواتار در سرویس‌های ایمیل تقدیم‌تان خواهیم کرد. پس با ما همراه باشید تا یکی از ظریف‌ترین نکات در حوزه بازاریابی را یاد بگیرید.

انواع آواتارهای ایمیل

ما در این بخش انواع آواتارهایی که مناسب انتخاب برای یک برند هستند، زیر ذره بین خواهیم برد. به‌طور کلی شما سه گزینه دارید که باید از میان آنها دست به انتخاب بزنید:

• آواتارهای انوماتیک (معمولا از سوی خودِ سرویس‌های ایمیل پیشنهاد می‌شود)
• عکس شخصی
• تصویر لوگو

ما در ادامه هر کدام از موارد بالا را زیر ذره بین برده و سعی می‌کنیم بهترین گزینه برای شما و کسب و کارتان را پیدا کنیم.

آواتارهای انوماتیک

وقتی شما در سرویسی مثل جیمیل عضو می‌شوید،

نویسنده: علی آل‌علی

فروش بیشتر آرزوی هر کارآفرینی در این دنیاست. شما حتی اگر مدیر بزرگ‌ترین برند دنیا بسا فروش‌های چند میلیارد دلاری هم باشید، باز دنبال راهایی برای افزایش فروش‌تان خواهید رفت. شاید این رقابت بی‌پایان برای فروش خیلی‌ها را کلافه کند، اما راستش را بخواهید بخشی از زیبایی بازار به همین ویژگی‌اش است. اگر قرار بود رکورد فروش مثل بازی‌های کامپیوتری یکجا تمام شود، دیگر خبری از خیلی نوآوری‌های دست اول نبود. خب کارآفرینان و دانشمندان که محض رضای خدا دست به نوآوری و خلق تکنولوژی‌های تازه نمی‌زنند!

قیف فروش (Sales Funnel) اصطلاحی است که در طول دهه‌های اخیر حساسی پرترفدار شده است. کارشناس‌ها برای توضیح یک روند استاندارد فروش معمولا از این عبارت حسابی استفاده می‌کنند. اگر بخواهیم خیلی شسته و رفته این اصطلاح را توضیح دهیم، باید گفت قیف فروش در واقع مراحل اساسی جلب نظر یا رفتار مشتریان

در قبال یک محصول را نشان می‌دهد. معمولا بازاریاب‌ها و فروشندگان برای ساده‌سازی تعامل با مخاطب‌شان از این قیف استفاده می‌کنند تا در هر مرحله اقدامات لازم را انجام دهند.

نکته‌ای که در ایسن میان نظر ما در روزنامه فرصت امروز را جلب کرده، گرد و غباری است که روی این استراتژی را پوشانده است. اگر در دهه ۸۰ و ۹۰ قیف فروش حسابی کاربردی بود، حالا تقریبا ۴-۳ دهه‌های هست که هیچ آپدیتی در رابطه با وضعیت این قیف انجام نشده است. خب انتظار ندارید که هنوز مشتریان به سبک و سیاق دهه‌های قبل در بازار دست به خرید بزنند؟

ما در این مقاله قصد داریم برخی از مهمترین نکات در رابطه با مدرنیزه کردن قیف فروش را بررسی کنیم. اگر شما هم چند سالی است از این استراتژی استفاده کرده‌اید و حالا قصد دارید تغییری اساسی در آن اعمال کنید، این مقاله کاملا مخصوص شماست. در ادامه ما با همراه باشید تا برخی از مهمترین آپدیت‌های این حوزه را یاد بگیرید.

قیف فروش: یک مقدمه کوتاه

قبل از اینکه سراغ اصل مطلب برویم، بد نیست کمی درباره مراحل اساسی در قیف فروش حرف بزنیم. اصلا یک قیف فروش چه شکلی است؟

نکته‌ای که در ایسن میان نظر ما در روزنامه فرصت امروز کسب و کار، جواب روشنی دارد. یک قیف فروش استاندارد مراحل زیر را پوشش می‌دهد:

- آگاهی‌بخشی به مشتری
- گزینه‌های خرید
- ملاحظات خرید از سوی مشتریان
- ترجیحات مشتری
- خرید نهایی

مشتریان در هر کدام از مراحل بالا فقط در صورتی به تعامل با یک برند ادامه می‌دهند که نیازها و انتظارات‌شان در هر مرحله به خوبی مورد توجه قرار گرفته باشد. این نکته‌ای بی‌نهایت کلیدی برای موفقیت در بازار محسوب می‌شود که معمولا بازاریاب‌ها یکی در میان رعایتش می‌کنند. نتیجه این امر رویارویی با کلسی مخاطب بی‌علاقه به کمپین‌های بازاریابی و سقوط آزاد فروش برندهاست. حالا که با قیف فروش آشنا شدیم، باید سراغ آپدیت‌هایی برای مدرنیزه کردن آن برویم. ما در بخش بعدی به‌طور تخصصی این مسئله را زیر ذره بین خواهیم برد.

قیف فروش مدرن: نکاتی برای فروشندگان

مرحله آگاهی‌بخشی

اینکه مشتریان درباره یک برند چقدر اطلاعات دارند، نقش مهمی در انتخاب‌شان برای خرید ایفا می‌کند. احتمالا برای شما هم پیش آمده که رو به رو قفسه فروشگاه‌ها ایستاده‌اید و با دقتی مثال‌زدنی دنبال یک محصول آشنا گشته‌اید. خب در این صورت خیلی خوب اهمیت آشنایی با یک محصول را درک می‌کنید. مردم معمولا دوست ندارند محصولات ناشنا را وارد سبد خریدشان کنند. خب تا وقتی می‌شود از یک محصول مطمئن که امتحانش را پس داده استفاده کرد، چرا باید سراغ گزینه‌های ناشناخته برویم. به زبان خودمانی، مشتریان اصلا دوست ندارند پول‌شان را پای محصولات تازه هدر دهند. البته مگر اینکه محصول موردنظر خیلی خوب خودش را به مشتریان معرفی کرده باشد!

معرفی محصولات و به‌طور کلی هویت کسب و کار به مخاطب اولین مرحله در قیف فروش محسوب می‌شود. شما تا وقتی که کسب و کارتان را به خوبی برای مشتریان موشکافی نکرده باشید، هیچ شانسسی برای اثرگذاری بر روی آنها نخواهید داشت. برندهایی مثل آدیداس همینطور یکپو یا یک شبه بدل به گزینه‌هایی جذاب برای مشتریان نشده‌اند. در عوض آنها در طول زمان خیلی خوب خود و محصولات‌شان را به مشتریان اثبات کرده‌اند. این دقیقا

همان کاری است که شما در این بخش باید انجام دهید، اما به شیوه‌ای مدرن. ارائه اطلاعات مهم به مشتریان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی آپدیتی است که شما در این بخش باید به خوبی رعایت کنید. وگرنه اوضاع‌تان حساسی به هم ریخته و دیگر نمی‌توانید در بازار سرتان را بالا بگیرید. اگر برنداتان هنوز در شبکه‌های اجتماعی اکانت رسمی ندارد، تا الان هم حسابی دیر کرده‌اید. بنابراین تاخیر را کنار گذاشته و همین حالا وارد دنیای پلتفرم‌های اجتماعی شوید. اینطوری وضعیت فروش‌تان هم تکان جدی خواهد خورد.

مرحله ملاحظات خرید

مشتریان در بازار با کلی گزینه متنوع رو به رو هستند که جذابیت زیادی هم دارد. خیلی وقت‌ها مشتریان عملا برای انتخاب از میان کلی محصول با مشکل رو به رو می‌شوند. فکر می‌کنم شما هم در طول دوران کاری‌تان با مشتریانی که دائما خرید را به زمانی دیگر موکول می‌کنند، رو به رو شده‌اید. خب در این صورت خیلی خوب مسئله ملاحظات خرید را درک خواهید کرد.

مشتریان انتظار دارند در ازای پولی که پرداخت می‌کنند، بهترین خدمات و محصول ممکن را دریافت کنند. همین امر سنگ بنای جست‌وجوهای بی‌پایان در بازار است. خب اگر شما در قیف فروش به این نکته توجه نکنید، کارتان حسابی مشکل پیدا می‌کند.

فرمول طلایی ما در این بخش برای آپدیت قیف فروش ارائه اطلاعات جامع در سایت‌های معرفی محصولات است. مثلا آمازون را در نظر بگیرید. این روزها خیلی از مشتریان نه برای خرید، بلکه آشنایی با گزینه‌های مختلف از آمازون استفاده می‌کنند. این دقیقا همان کاری است که شما باید در آن تخصص پیدا کنید. منظور ما معرفی محصول‌تان در سایت‌هایی مثل آمازون است که مشتریان حسابی به آنها اعتماد دارند.

مرحله تصمیم‌گیری

وقتی مشتریان چراغ سبز اولیه را به یک برند نشان می‌دهند، این به معنای استقبال بی‌چون و چرا از محصولات شما یا حتی خرید قطعی نیست. خیلی وقت‌ها مشتریان برای یک خرید ساده هم در دست در دقیقه ۹۰ پشیمان می‌شوند. این همان اتفاقی است که در قیف فروش شکست نهایی نام دارد. شکست نهایی در واقع به وضعیتی اشاره دارد که دیگر بازایی مشتریان امکان‌پذیر نیست. اگر یک مشتری در مرحله تصمیم‌گیری قید محصول‌تان را بزند، احتمالا گزینه بهتری مد نظر دارد و دیگر گوشش بدهکار حرف‌های شما نخواهد بود.

کاری که شما در این بخش باید انجام دهید، کمی فزاتر از مشاوره‌های صمیمانه است. بی‌شک همه ما برندهایی که

مشاوره‌های عالی می‌دهند، دوست داریم. با این حال آیا این مشاوره‌ها برای خرید کافی است؟

جواب ما برای سوال بالا یک «نه» قرص و محکم است. البته این به معنای بی‌خیالی نسبت به مشتریان نیست، بلکه وظیفه شما در مدرنیزه کردن قیف فروش کمی سنگین‌تر شده!

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم فروشندگان باید علاوه بر توصیه‌های کلیدی به مشتریان به آنها نشان دهند که بهترین انتخاب ممکن را کرده‌اند. آدم‌ها تا وقتی گزینه‌های جذاب دیگری برای خرید داشته باشند، با ترس و لرز دست به انتخاب و خرید خواهند زد. کاری که شما در این بخش باید انجام دهید، نابودی جذابیت بقیه گزینه‌ها برای مشتریان است. البته شما با تیر و تفنگ این کار را نمی‌کنید، در عوض مانور بسر روی مزایای محصول و مقایسه‌اش با کمپودها گزینه‌های دیگر به‌طور طبیعی این کار را خواهد کرد. به طوری که شما در طول مدت زمانی اندک بدل به یک برند بی‌نهایت جذاب برای مشتریان می‌شوید.

این روزها شبکه‌های اجتماعی دسترسی به مخاطب را بی‌نهایت ساده کرده است. درست به همین خاطر شما باید همیشه کار‌تان در این حوزه را به خوبی جلو ببرید. اگر هنوز در شبکه‌های اجتماعی پرترفدار ثبت نام نکرده‌اید، تا همینجا هم کلی از فرصت‌های طلایی‌تان را از دست داده‌اید. پس بد نیست همین حالا دست به کار شده و تغییری در اوضاع برنداتان ایجاد کنید. اینطوری با ابزارهای مدرن‌تر به استقبال مشتریان خواهید رفت.

سخن پایانی

قیف فروش اصطلاحی است که دهه‌هاست در میان کارشناس‌های فروش و حتی بازاربازها رواج دارد. در این میان مدرنیزه کردن این اصطلاح با گذشتت سال‌ها از معرفی‌اش امری ضروری به نظر می‌رسد. با این حال خیلی از کارآفرینان عملا به این نکته توجه زیادی ندارند. اگر شما جزو آن دسته معدود از کارآفرینان هستید که اهمیت آپدیت قیف فروش را درک می‌کنند، ایسن مقاله احتمالا کمک زیادی به شما کرده است.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با قیف فروش و شیوه مدرن کردن آن کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی در رابطه با نکات مورد بحث داشتید، تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://www.cognism.com/blog/modern-sales-funnel

https://pipeline.zoominfo.com/sales/sales-funnel-mapping