

یادداشت

دولت آینده و زایش تاریخی

حسین حقگو
کارشناس اقتصادی

حاصل اقتصاد جدید بی‌شک برهم زدن اصالت‌های کاذب و بر کرسی نشاندن شایستگی‌ها و شایستگیان براساس منطق آزادی و رقابت، البته در حد مقدورات بشری بوده است. یک قرن بعد از انتشار رمان «دن کیشوت» که سرگذشت فرد خیال‌پروری است که خود را شوالیه می‌پندارد و به نبرد با دشمنان فرضی از اینچا به آنجا می‌شتابد، «ثروت ملل» قواعد تحرک آزاد انسان‌ها و تحقق آرزوهای‌شان و گسست از ساختار منصلب فئودالی را ترسیم می‌کند. اگر «سروانتس» سرگیجه انسان عصر رنسانس و روشننگری را از فروپاشی جهان قدیم تصویر می‌کند، «آدام اسمیت» روح آزادی و عاملیت انسان‌ها در ربط با دگرگونی‌های بزرگ انقلاب صنعتی و چگونگی تولید ثروت را صورت‌بندی می‌کند. «خیال» جنبه واقعیت می‌یابد و امکان فراتر رفتن انسان از جایگاه سنتنی و طبقاتی‌اش به شأنی فراهم می‌آید که برای دستیابی به آن تلاش کرده و رنج بسیار برده است. البته آزادی و رقابت مطلوب همگان نیست و چه بسیار انسان‌هایی که همان فضای بدون خطر و زحمت و معیشت مختصر را می‌پسندند و در پی ساختاری هستند که همه چیز را برای او برنامه‌ریزی کند و هیچ ریسکی باقی نگذارد.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



اختلاف تورم نقطه‌ای استان‌ها در تیرماه ۱۴۰۳ نسبت به تیرماه ۱۳۹۶ نشان می‌دهد

۴ برابر شدن تورم در اقتصاد ایران

دولت آینده و زایش تاریخی

در رده‌های تصمیم‌گیری را ندارند و شعاع پرواز آنان حداکثر حضور در بدنه کارشناسی و ایفای نقش مشورتی و نه تصمیم‌سازی است. اگر یک سوی گذار به توسعه چنانکه «داگلاش نورث» صورت‌بندی می‌کند، «مهار خشونت با قبول حدی از خلق رانت در ائتلاف مسلط» است، سوی دیگر آن «اعتمادی فراگیر نسبت به نهادها و ایجاد رضایت اجتماعی» برای تحمل سختی‌ها است و این نیز حاصل نمی‌شود مگر با افق‌گشایی بر بستر آزادی و فرصت‌های برابر برای ظهور استعدادها و کسب جایگاه شایسته افراد در ساختار اجتماعی؛ چراکه «اگر درکی عام از کرامت انسانی ایجاد نکنیم محکوم به تحمل کشمکی تاریخی هستیم» (هویت- فوکویاما). آیا دولت چهاردهم چنین عزمی خواهد داشت؟

۲

نهاد دولت یا همان قوه مجریه در ساختار سیاسی کشورمان البته تنها بخش محدودی از قدرت را در اختیار دارد که بسته به شخصیت رئیس‌جمهور و جریان و تیم همراه و پشتیبانی‌کننده وی و مقبولیت اجتماعی‌اش و نیز برآیند سایر نیروها و نهادهای داخلی و اوضاع و احوال بین‌المللی و... این قدرت تا درصدهای کمی بالا و پایین می‌شود. همچنین ضرورت‌های اداره جامعه اصولاً رئیس‌جمهور منتخب را وادار به انعطاف و پاسخگویی در مقابل مطالبات مردم و سایر ارکان و نهادی قدرت، اعم از مجلس (با تصویب قوانین و نظارت بر کار وزرا و...) و قوه قضائیه (رسیدگی به تخلفات و تخطی از قوانین و...) و نهادهای نظامی و امنیتی و بنیادهای اقتصادی و...

سیاست‌های انقباضی و خطر تعطیلی کسب و کارها

در گیر کمبود اعتبار و مقررات سختگیرانه بانک مرکزی هستند، چنین امکانی ندارند. در کنار همه این مشکلات ذکرشده، سیاست‌های انقباضی بانک مرکزی هم مشکلات را دوچندان می‌کند. در فرآیند یک سیاست انقباضی، طرق تامین پولی قفل می‌شوند؛ چراکه سیاست‌های انقباضی از طریق راه‌های اعتباردهی بانک‌های تجاری به بنگاه‌های اقتصادی اعمال می‌شود. همین سیاست‌هاست که منجر می‌شود بانک‌ها تمایل داشته باشند که به کسب و کارها وام دهند، اما مقررات بانک مرکزی، اجازه تامین اعتباری ندهد. این مسئله سبب می‌شود بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی که به تامین مالی نیاز دارند، قفل شوند، نتوانند تامین مالی کنند. در نتیجه، امکان تهیه مواد اولیه هم از بین می‌رود. لذا این بنگاه‌های اقتصادی، با وجود اینکه ظرفیت ایجاد کرده‌اند، بخشی از مواد اولیه و نیروی انسانی ماهر دارند، نمی‌توانند همه سرمایه در گردش را تامین کنند؛ پس مشمول کاهش ظرفیت یا حتی تعطیلی‌های موقت می‌شوند. این یعنی اینکه واحدها باید هزینه‌های ثابت برای امور جاری در مدتی که ظرفیت را کاهش داده‌اند یا تعطیل کرده‌اند پرداخت کنند، اما امکان تولید و تداوم فعالیت وجود ندارد. اینجاست که زبان‌هایی علاوه بر عدم فروش و عدم تامین مواد اولیه هم به بنگاه‌ها تحمیل می‌شود. این

می‌کند که نه آنچنان کم‌قدرت‌تر از قوه مجریه و البته بیرون از دایره نظارت آنند. بر این اساس حل ابرچالش‌های فقر و نابرابری و رشد پایین اقتصادی و بحران‌های آب و محیط زیستی و... نیازمند توافق با سایر بازیگران ساختار قدرت و اقناع و مشارکت جامعه است.

گذار از این وضعیت به نظر از دو طریق امکان‌پذیر است: ۱- احیای دولت، چنانکه بیش از یک قرن است که جامعه ایران فاقد نظریه مشخص و منسجم از «دولت» و کارکرد آن و در تکاپوی «دولت‌سازی» است. دولتی که در آن همه افراد صرف نظر از دین و مذهب و قوم و نژاد و... صاحب حقوق برابرند و ظرفیت آن را دارد تا خدمات عمومی مناسب ارائه کند و مستقل است تا تحت سیطره گروه خاصی نباشد و مقید است به اینکه مردم بر آن نظارت داشته باشند. دولتی که وظیفه دارد امکان تامین معیشت سالم جامعه و اعتراض مسالمت‌آمیز مردم را فراهم نماید. دولتی که به جای حصارکشی، حصارها را بین خود و جامعه (خودی- غیرخودی) و جهان (شرق- غرب) بردارد و امکان توسعه این سرزمین را فراهم نماید. ۲- ققاع شکاف دولت-ملت با تغییر نگرش به روش «قناعت» جامعه. جامعه‌ای که طی بخصوص چند سال اخیر و پس از حوادث ۹۶ و ۹۸ و ۱۴۰۱، هزینه بسیار سنگینی پرداخته و فاعلیت خود را باور و در انتخابات نیز به اثبات رسانده است. جامعه‌ای که در صورتی حاضر به حضور در عرصه‌های مورد نیاز حکومت است که باور کند مسئولان نهادهای انتخابی و انتصابی «هم می‌دانند و هم می‌خواهند

هشدارها و اختارهای تکراری برای پرداخت «وام ازدواج» ادامه دارد

سقف‌شکنی صف وام ازدواج

تا اوایل مردادماه امسال ۲۷۰ هزار نفر در صف دریافت وام ازدواج بوده‌اند؛ رقمی که در حالت منطقی باید ۷۰ هزار نفر باشد، اما اختار بانک مرکزی و به دنبال آن هشدار سازمان بازرسی کشور طی روزهای اخیر نشان می‌دهد که نامه‌های زنجیره‌وار هشدار و اختاری، ماجرای بی‌توجهی بانک‌ها در پرداخت تسهیلات ازدواج را تکراری و زوجین زیادی را برای آغاز زندگی مشترک...

۳

ما در تعطیلات تاریخی به سر می‌بریم

تصویر رفاه و اشتغال در ایران ۱۴۱۰

فرصت امروز: پس از یک هفته فشرده که کمیسیون‌های تخصصی مجلس با وزرای پیشنهادی تشکیل جلسه دادند و برنامه‌های آنها را بررسی کردند، از ابتدای این هفته صحن علنی مجلس میزبان رئیس‌جمهور و وزیران پیشنهادی دولت چهاردهم است. با رأی موافق نمایندگان مجلس قرار شد به مدت پنج روز، صلاحیت وزرای پیشنهادی در دو نوبت صبح و عصر در این هفته مورد بررسی قرار گیرد. طبق ماده ۲۰۲ این‌نامه داخلی مجلس، ابتدا برنامه و خط مشی و اصول کلی دولت و ترکیب هیأت وزیران مورد بررسی قرار می‌گیرد و پس از توضیحات رئیس‌جمهور و اظهارات موافقان و مخالفان، مجلس وارد بررسی برنامه‌ها و صلاحیت هر یک از وزیران به ترتیب حروف الفبای وزارتخانه‌ها می‌شود. در گرماگرم معرفی کابینه دولت چهاردهم و بررسی برنامه‌های دولت وفاق ملی در مجلس شورای اسلامی، نشست‌های مختلفی در محافل کارشناسی و رسانه‌ای در ارتباط با دورنمای اقتصاد ایران و چالش‌های دولت چهاردهم برگزار شده است. از جمله در سلسله نشست‌های سخنی با رئیس‌جمهور با موضوع «قتضانات اشتغال مولد و آینده کاری شاغلان در سیاست‌گذاری رتک دهه آینده» در موسسه مطالعات دین و اقتصاد، «حسن طایی» معاون پیشین توسعه، کارآفرینی و اشتغال وزارت کار از بحران اشتغال مولد در اقتصاد ایران سخن گفت و با تاکید بر اینکه ما در تعطیلات تاریخی به سر می‌بریم، به ترسیم...

۲

ثبت‌نام ۱.۵ میلیون نفر در طرح فروش ایران خودرو

شانس برنده‌شدن در قرعه‌کشی خودرو زیر نیم درصد است

۳

مدیریت و کسب‌وکار

پیدا کردن اولین فالوورهای برند در اینستاگرام

همه کارها اولش حسابی سخت است. روز اول مدرسه، اولین جلسه باشگاه، نخستین کلاس زبان و حتی پیدا کردن اولین فالوورها برای برند. خیلی از کارآفرینان خیال می‌کنند در بازار فقط خودشان حضور دارند. نتیجه کار هم کم‌بین‌های بازاریابی از سر شکم‌سیری همراه با چاشنی اعتماد به نفس بی‌نهایت بالا می‌شود. بی‌شک پیش‌بینی شکست چنین برندهایی در همان گام‌های ابتدایی نیاز به تحلیل‌های عجیب ندارد، چراکه کاربران آنقدر گزینه‌های مختلف دم دست دارند که گاهی اوقات حتی یک فرصت خشک و خالی هم به برندها ندهند. وقتی صحبت از بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌شود، اول از همه اسم اینستاگرام به ذهن آدم خواهد رسید. به هر حال اینجا بجا بی‌لتفرمی با صدها میلیون کاربر فعال در چهار گوشه دنیا در میان است که اتفاقاً روی محتوای مورد علاقه کاربران هم دست گذاشته است؛ محتوای بصری! از قدیم گفته‌اند یک عکس گاهی اوقات اندازه هزاران کلمه معنا در خودش جای می‌دهد. شاید چنین توصیفی خیلی اغراق‌آمیز باشد، اما دست‌کم درباره اینستاگرام کاملاً درست از آب درآمده است. شما را نمی‌دانم، ولی من که با خیال راحت ساعت‌ها در اینستاگرام می‌گردم اما...

۸

و هم می‌توانند» مطالبات مشروع، منطقی و قانونی او را برآورده نمایند. دانش و خواست و اراده‌ای که پیش‌زمینه آن، انجام گفت‌وگوی ملی و ایجاد فضای بازتر سیاسی است و نتیجه آن، «میسد» به تأمین حقوق بنیادین و آزادی‌های فردی و اجتماعی در قالب نظمی قانونی است.

۳

جامعه ایران اکنون هم نیازمند حکومت قوی و هم جامعه‌ای قوی است. «نیل به آزادی، راه باریکی است که طی آن حکومت و جامعه یکدیگر را متوازن می‌سازند. این توازن محصول مبارزه‌ای دائمی است که طی آن فرادستان (قدرتمندان) زنجیر مهار جامعه بر خود را می‌پذیرند (مجبور می‌شوند) و جامعه نیز می‌پذیرد که با قدرت همکاری کند. جامعه برای مهار قدرتمندان بسیج می‌شود و قدرت نیز ظرفیت‌های خود برای حل و فصل مناقشات، حکومت قانون و ارائه خدمات عمومی را افزایش می‌دهد» (راه باریک آزادی). ملت ایران یکصد و بیست سال پس از مشروطیت بار دیگر در آستانه زایشی تاریخی است و نحوه مواجهه با انتخابات اخیر از علائم واضح و آشکار این زایش، زایشی که حقوق و آزادی‌های فردی و اجتماعی و حقوق شهروندی، نوزاد آن. عملکرد «پژشک» آینده در این زایمان و میزان سلامتی نوزاد، جایگاه و نام وی را در سپهر سیاسی و خاطره جمعی و تاریخی ایرانیان مشخص می‌کند و البته در هر صورت نباید نامید شد. «لا چه دل تنگ شدی!؟ دلخوشی‌ها کم نیست، مثلک این خورشید کودک پس فردا! کفتر آن هفته» (سهراب سپهری)

سهراب دل‌انگیزان، دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه رازی کرمانشاه

بانک مرکزی برای کنترل تورم دست به اعمال سیاست‌های انقباضی زده است اما فشار تحول این سیاست‌ها، تاب‌آوری بنگاه‌های اقتصادی را کاهش داده است، تا جایی که اقتصاددانان معتقدند این فشارها منجر به تعطیلی سوتای کسب و کارها شده است. بدین شکل، کاهش سرمایه در گردش و حجم نقدینگی مورد نیاز، پول در گردش در بخش تولید را هم به بخش‌های سوداگرایانه و غیرمولد هدایت می‌کند؛ کارشناسان معتقدند سیاست‌های بانک مرکزی باید هدفمند باشد و اگر بانک مرکزی می‌خواهد انقباضی عمل کند، باید هدفمند، منابع مالی در بخش‌های سوداگری مانند طلا، ارز و دلالی را منجمد کند، نه اینکه منابع مالی بخش تولید را به اسم سیاست انقباضی قفل کند.

کسب و کارها و صنایع به سه دسته کوچک، متوسط و بزرگ دسته‌بندی می‌شوند. بنگاه‌های کوچک، متوسط و بزرگ شرایط یکسانی ندارند. بنگاه‌های کوچک معمولاً از طریق فروش کالا یا خدمات‌شان، سرمایه در گردش خود را تامین می‌کنند؛ بنابراین بنگاه‌های کوچک و بسیار کوچک آنچنان به سرمایه در گردش نیاز ندارند و خودشان هم خیلی متقاضی سرمایه در گردش نیستند؛

نگاه

چرا مردم سرمایه‌گذاری غیرمولد را ترجیح می‌دهند؟

مانع توری اقتصاد مولد

۱۵٫۵ درصد مردم ترجیح می‌دهند پول خود را در بخش اشتغال‌زایی و کارآفرینی، ۲۳٫۳ درصد در حوزه زمین و مسکن، ۲۱ درصد در حوزه طلا و سکه و ۱۵ درصد در بانک پس‌انداز کشور را نشان می‌دهد که مردم را به بخش غیرمولد هدایت می‌کند. از دیدگاه مالی به نظر می‌رسد به علت تورم بالا عملا نرخ تنزیل برای مردم بالا می‌رود. بنابراین مردم برای پوشش ریسک به سمت کالایی سوق داده می‌شوند که ریسک آنها را در برابر تورم پوشش دهد.

رئیس مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در اولین نشست از سلسله نشست‌های علمی و تخصصی «فرهنگ کار» که با موضوع «فرهنگ کار؛ ضرورت تقویت پشتوانه فکری… نظری» برگزار شد، به نتایج پیمایش ایسپا در مورد اولویت دولت چهاردهم اشاره کرد و گفت: «نتایج این پیمایش نشان می‌دهد که پنج مورد اول معطوف به حوزه اقتصاد می‌شود. رتبه نخست پاسخ به این پرسش به فقر و محرومیت معطوف می‌شود، ۵۸٫۵ درصد مردم معتقد بودند اولویت دولت چهاردهم باید بحث فقر و محرومیت باشد و ۳۹٫۷ درصد معتقد بودند اولویت دولت چهاردهم باید اشتغال و بیکاری باشد. همچنین توجه به تورم و حفظ ارزش پول ملی، تامین مسکن و کنترل نرخ اجازه بها، محیط زیست و امنیت ملی در رتبه‌های بعدی قرار داشتند.»

«ابراهیم شیرعلی» همچنین به پیمایش دیگری در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ درباره دغدغه‌ها و نگرانی‌های مردم اشاره کرد و ادامه داد: «۸۸٫۲ درصد مردم اعلام کردند که درخصوص آینده وضعیت اشتغال و کار نگران هستند. این عدد در دی ماه ۱۴۰۰ نیز ۸۵ درصد بوده است و نشان می‌دهد علی‌رغم اینکه مشارکت نیروی کار بهتر شده است، اما کشور با یک ساختار رکود توری مواجه است، وضعیت شکننده است و این امر خود را در افکار عمومی هم متبلور و منعکس کرده است که شاهد آن هستیم علی‌رغم بهبود نسبی همچنان این دغدغه و نگرانی وجود دارد.»

او با بیان اینکه «۲۰٫۴ درصد جوانان مجرد ۱۸ تا ۲۴ سال کشور، دلیل عدم ازدواج را نداشتن شغل مناسب می‌دانند»، گفت: «نتایج پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌ها که ایسپا برای وزارت ورزش در سال ۹۹ برگزار کرد نشان می‌دهد مهم ترین دغدغه ۵۴٫۷ درصد جوانان ۱۸ تا ۲۵ سال، اشتغال مناسب است. جهت گیری سیاست‌های اجتماعی و اشتغال باید طوری باشد که انگیزه اشتغال‌زایی و کارآفرینی را تقویت کند. در مهرماه ۱۴۰۲ از طرفی ۱۵٪ سال به بالا پرسیدیم ترجیح می‌دهند پول خود را در چه بخشی سرمایه‌گذاری کنند؟ نتایج نشان می‌دهد ۱۵٫۵ درصد آنها ترجیح می‌دهند در بخش اشتغال‌زایی و کارآفرینی، ۳۳٫۳ درصد در حوزه زمین و مسکن، ۲۱ درصد در حوزه طلا و سکه و ۱۵ درصد در بانک پس‌انداز و سرمایه‌گذاری کنند. این به خوبی ساختار معیوب اقتصاد را نشان می‌دهد که مردم را به بخش غیرمولد هدایت می‌کند.»

رئیس مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) با اشاره به انجام چهار موج پیمایش‌ها و ارزش‌ها توسط دفتر طرح‌های ملی وزارت ارشاد، افزود: «با این حال اما نتوانستیم به عمقی و ژرفا به بحث‌ها بپردازیم و جای مطالعات اجتماعی و فرهنگی مرتبط به بحث کار و اشتغال خالی است که جسته گریخته در پیمایش‌های ملی بوده است اما تعداد آن کم است. از طرفی اگرچه گروه‌های مختلف در این پیمایش‌ها طرد شده‌اند، برای مثال ما ۱۴ میلیون کارگر سازمان تامین اجتماعی داریم اما هیچ پیمایش ملی تخصصی با چارچوب مستقل درباره کارگران نداشتیم و هیچ تصویر روشن از آهنگ تغییر در جامعه کاری نداریم.» با توجه به یافته‌های نظرسنجی ایسپا، این سوال مطرح می‌شود که چرا مردم سرمایه‌گذاری غیرمولد را ترجیح می‌دهند و بیشتر به سمت پس‌اندازهای کوتاه مدت و میان مدت یا سرمایه‌گذاری غیرمولد می‌روند؟ از دیدگاه مالی به نظر می‌رسد به علت تورم بالا عملا نرخ تنزیل برای مردم بالا می‌رود. بنابراین مردم برای پوشش ریسک به سمت کالایی سوق داده می‌شوند که ریسک آنها را در برابر تورم پوشش دهد. آنچه اقتصاددانان بر سر آن اتفاق نظر دارند، اهمیت سرمایه‌گذاری در رشد اقتصادی است؛ چراکه تشکیل سرمایه از عناصر اصلی رشد اقتصادی است. اما در ارتباط با همبستگی پس‌انداز و سرمایه‌گذاری این اتفاق‌نظر وجود ندارد و این موضوع به معمای اف-ج معروف است. مفهوم پس‌انداز؛ اگرچه درآمد منهای مصرف است، اما در درون خود دیمانسیون زمان دارد. این دیمانسیون زمان است که می‌تواند در تبدیل پس‌انداز به سرمایه‌گذاری مهم باشد. هر چند مدت زمان پس‌انداز طولانی‌تر باشد، برای سرمایه‌گذاری مناسب‌تر است. در ایران نیز داستان همین است و نیازمند پس‌انداز بلندمدت هستیم. با این تعریف پول مازاد مصرفی را به صرف خرید طلا یا ارز خارجی می‌شود نباید پس‌انداز بلندمدت (پس‌اندازی که در سرمایه‌گذاری مؤثر است)، برشمرد. به عبارت دیگر، پس‌انداز کوتاه‌مدت و میان‌مدت در راستای مصرف خواهد بود و نه سرمایه‌گذاری. بنابراین نرخ بهره پایین به شکلی که حتی نتواند تورم را جبران کند، انگیزه کافی برای ایجاد پس‌انداز مناسب برای سرمایه‌گذاری را نمی‌دهد. نرخ بهره واقعی مثبت قادر است تا پول را تبدیل به سرمایه مالی کند.

همچنین مورد دیگری که توجه به آن مهم است، تبدیل شدن مسکن به کالای سسریمایه‌ای در ایران است؛ کما اینکه در نظرسنجی ایسپا، ۳۳٫۳ درصد مردم ترجیح می‌دهند پول خود را در حوزه زمین و مسکن سرمایه‌گذاری کنند و تنها اولویت ۱۵٫۵ درصد مردم، سرمایه‌گذاری در بخش اشتغال‌زایی و کارآفرینی است. علاوه بر سهم بالای مسکن در سبد خانوار، البته باید توجه داشت که این سرمایه‌گذاری پس از انجام دیگر به گردش در نمی‌آید و مولد نیست. پس‌اندازهای بلندمدت در طلا و ارز نیز چنین هستند. ابزارهایی چون ریت‌ها (REIT) و صندوق زمین و ساختمان از یکسو دغدغه‌های مردم را پاسخ می‌گویند و از سوی دیگر، سرمایه‌گذاری مولد هستند. تصور کنید مردم به جای خرید سهم شرکت نفتی، بشکه‌های نفت خریداری کنند!

اما چرا مردم به سمت پس‌اندازهای کوتاه‌مدت و میان‌مدت یا سرمایه‌گذاری غیرمولد می‌روند؟ از دیدگاه مالی به نظر می‌رسد به علت تورم بالا عملا نرخ تنزیل برای مردم بالا می‌رود. بنابراین ایشان برای پوشش ریسک به سمت کالایی سوق داده می‌شوند که ریسک ایشان را در برابر تورم پوشش دهد. علاوه بر این، همچنین شرایط ناپایدار اقتصادی و عدم اطمینان به آینده نیز باعث افزایش نرخ تنزیل و سقوط مردم به سمت مصرف و نه پس‌انداز بلندمدت یا سرمایه‌گذاری مولد می‌شود. نهایتاً می‌توان چنین جمع‌بندی کرد که اگر از یکسو دولت بتواند برنامه‌های مهار تورمی را اجرا کند و از سوی دیگر، شرایط اقتصادی و سیاسی کشور پایدار بماند، مشکل علاقه‌مندی مردم به سرمایه‌گذاری بلندمدت و در نتیجه مشکل اعتباری کم‌رنگ خواهد شد.

ما در تعطیلات تاریخی به سر می‌بریم

تصویر رفاه و اشتغال در ایران ۱۴۱۰



کنیم، کم است. این مسئله با مدرک متفاوت است، بلکه باید درباره افزایش سطح دانایی و تخصص بحث کرد. مسئله دیگر، افزایش مهارت‌آموزی، کارآموزی، کارورزی و اشتغال‌ورزی است. گسترش محیط‌های یادگیری، نوآوری و فناوری نیز مسئله مهم دیگر است.

در تعطیلات تاریخی به سر می‌بریم

ببینید همه جای دنیا گرم است، چرا کشور ما باید به این صورت درآید؟! آیا هیچ پیش‌بینی نمی‌کردند و نمی‌دانستند؟! چون ما باید همیشه تعطیل باشیم! البته که در تعطیلات تاریخی به سر می‌بریم و در واقع ما در حاشیه تاریخ هستیم. هیچ کشوری با بازارهای داخلی‌اش به جایی نرسیده است! تجارت بین‌الملل در شرایط مناسب، مقوم اقتصاد است و شغل مولد به وجود می‌آورد. برای ایجاد اشتغال در مقیاس میلیونی، لازم است به‌طور مستمر به اصلاح نظام اداری تسهیلگر و کارآمد برای فعالیت‌های اقتصادی پرداخت. این اولین رکن کار است. اقتضای شغل مولد، نظام اداری تسهیلگر و کارآمد است. دموکراسی واقعی، بوروکراسی کارآمد و توسعه حقیقی، حلقه‌های ارگانیک یک جامعه پیشرفته هستند.

وضعیت رفاه و اشتغال در سال ۱۴۱۰

در ۱۴۱۰ جمعیت ما به ۹۵ میلیون نفر می‌رسد و جمعیت فعال ما اگر بخواهد متناسب با معیارهای جهانی باشد و جامعه نسبتاً مرفه را به ارمغان آورد، جمعیت فعال یا عرضه نیروی کار ما باید از ۲۶ میلیون فعلی به ۵۵ میلیون نفر برسد و بیش از دو برابر شود. جمعیت شاغل ما باید ۵۰ میلیون نفر باشد. نرخ بیکاری ما باید ۹ درصد و نرخ مشارکت ما به بالای ۷۰ درصد برسد، در حالی که اکنون این رقم حدود ۴۱ درصد است. اینها اعدادی است که اگر می‌خواهیم یک جامعه نسبتاً قابل قبول داشته باشیم، باید به آن برسیم. اگر جمعیت شاغل ما ۵۰ میلیون نفر برسد، ضریب معیشت ما زیر ۲ می‌شود؛ در حالی که اکنون نزدیک ۴ است؛ یعنی یک نفر کار کرده و چهار نفر را تامین می‌کند.

شاغلان، یادگیرندگان مادام‌العمر هستند

شعار ایجاد یک میلیون شغل سالانه برای اقتصادی که ۱۵ سال است، یک شغل مولد ایجاد نکرده، شوخی و امر محالی است. اقتصادی که از ۱۳۸۴ تاکنون به‌طور متوسط نتوانسته یک درصد رشد داشته باشد، آیا می‌تواند یک میلیون فرصت شغلی ایجاد کند؟! برای این کار باید روزی ۳۰۰ شغل ایجاد شود. اینها شوخی نیست، بلکه واقعیت یک میلیون فرصت شغلی است. بنابراین برای تحقق این کارگزار صنعتی، کارکنان فعال و بعضی کارشناسی که به مرحله خیرگی رسیده بودند، کارشان را در شرکت‌های دولتی و خصوصی پایان داده‌اند و در اسنبن یا پیک‌های موتوری کار می‌کنند. شغل مولد، آغاز نوین برای یادگیری تغییرات قابل مشاهده در عرصه اجتماع است و جامعه هر روز با کالاهای جدید مواجه می‌شود. کالاهایی که کارگر در محل کار مدام آن را با نوآوری و بهینه‌سازی تولید می‌کند و یاد می‌گیرد و فرایندهای جدید تولید، کار و خدمات را به وجود می‌آورد. شاغلان همان یادگیرندگان مادام‌العمر هستند.

برنامه‌های جاه‌طلبانه شکست می‌خورند

سیاست‌گذاری اقتصادی به هیچ‌وجه، جادو و معجزه نمی‌کند. گام‌ها و برنامه‌های جاه‌طلبانه مانند آنچه ما داریم و اکنون در هفتمین دوره آن هستیم، عموماً با شکست مواجه می‌شود. ما به نوعی سیاست‌گذاری تدریجی و نموی نیاز داریم و به صورت انفجاری نمی‌شود. سیاست‌گذاری

به صورت تغییرات کوچک و تدریجی، امکان موفقیت را بالا می‌برد. انسجام سیاسی و مهیا کردن بسترهای نهادی برای این سیاست‌گذاری بسیار ضروری است. به‌طور قطع جامعه ما در سال‌های ۱۴۱۳ تا ۱۴۱۵ یک جامعه ۱۰۰ میلیون نفری است و یکی از مهم‌ترین وظایف وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی، موضوع روابط کار است، اما متأسفانه امروز وقتی اسم وزارتخانه می‌آید، ذهن همه به سمت بنگاه‌های زیرمجموعه‌اش، صندوق بازنشستگی توسعه روستایی و شستا می‌رود؛ در حالی که اصل تکنولوژی و ورود نیروهای جدید، اگر جمعیت ما به ۳۰ تا ۲۵ میلیون نفر برسد، کل شکل روابط کار ماهیتا تغییر می‌کند.

وضعیت کاری شاغلان در جهان آینده

این شش مسئله به ۴۰ موضوع مرتبط می‌شوند. پیشرفت فناوری، علم و تکنولوژی به سادگی نیست. ظرفیت فناوری به صورت نمایی افزایش می‌یابد. در دنیای آینده حدود ۵ تا ۶ میلیارد نفر با ابزارهایی که دارند به یکدیگر متصل می‌شوند و شبکه وب عالمگیر می‌شود. با افزایش مشارکت اجتماعی در جهان، بسط فرصت‌های شغلی مولد و اطلاعات و دانش جهان دیجیتال می‌شود. هم شرکت‌های عظیم به وجود می‌آیند و هم کارآفرینان، خود اکوسیستم کسب و کار را تغییر می‌دهند. ظهور دستیارهای هوشمند و مشاوره گرفتن از هوش مصنوعی و جایگزین شدن فناوری‌ها به جای مشاغل جهان، زندگی و کسب و کار ما را شکل می‌دهند و با جهانی شدن جهان یکپارچه و تولید بی‌وقفه می‌شود.

باید به بانک جهانی استعدادها ببیندیم

اگر بتوانیم به بانک جهانی استعدادها و مهارت‌ها ببیندیم، دیگر مزیت متولد شدن در آمریکای شمالی، اروپای شمالی، نیوزیلند و کانادا از بین می‌رود. در اینجا تیلت و تلفن داریم، اما به شبکه وصل نیستیم. جهانی شدن، باعث ظهور گسترده مناطق فرودست در حاشیه شهرها می‌شود و با هر منطقی که جلو برویم، مناطق فرودست به‌طور گسترده در حاشیه شهرها در حال شکل‌گیری است. نقش زنان در آینده قوی می‌شود و باید انعطاف در خانواده‌ها افزایش یابد. بسته به اینکه کجای اقتصاد جهانی قرار می‌گیریم، شادمانی و خرسندی برای برخی به شدت افزایش و برای برخی به شدت تنزل پیدا می‌کند. افزایش قیمت انرژی لاجرم اتفاق می‌افتد و فاجعه‌های زیست محیطی افراد را جابه‌جا و فرهنگی هم متناسب با این تغییرات ظهور پیدا می‌کند.

اشتغال، محصول یک سیستم است

نرخ رشد در گرو انسجام سیاسی تعیین نرخ ارز، تورم، بهره و دستمزد واقعی است و این کاری اصلاً ساده نیست. این چهار نرخ باید درست عمل کنند. برای تعیین حداقل دستمزد، چهار مسئله باید در نظر گرفت، وضعیت اقتصادی، اخلاق و ارزش انسانی و نیازهای مادی و معنوی یک سیاست اقتصادی نیست، بلکه محصول یک سیستم است. فراهم بودن بسترهای نهادی به همراه مجموعه‌ای از سیاست‌ها در چارچوب یک نظام منسجم فکری و اجرایی می‌تواند اشتغال را برای آحاد جامعه به ارمغان آورد. اشتغال، حاصل به هم پیوستن چندین جریان تحول است و نیازمند مجموعه‌ای از سیاست‌گذاری‌ها در سطوح کلان میانی و خرد است که در یک مجموعه یادگیری متقابل و همه‌جانبه می‌تواند به بهبود بازار کار و ایجاد فرصت‌های شغلی بینجامد.

ثبت‌نام ۱.۵ میلیون نفر در طرح فروش ایران خودرو

شانس برنده‌شدن در قرعه‌کشی خودرو زیر نیم درصد است

گواهینامه، تعداد مشمولان ثبت نام بیش از دوره‌های قبلی خواهد بود، در نتیجه شانس ثبت نام‌کنندگان برای برنده شدن در این قرعه‌کشی، کمتر از نیم درصد برآورد می‌شود؛ یعنی اگر تا پایان زمان ثبت نام ۲ میلیون نفر ثبت نام کنند که قطعاً این عدد بیشتر خواهد شد، شانس افراد برای برنده شدن ۰۰۶ درصد خواهد بود!

براساس آمارهای کسب شده از ایران خودرو (تا ساعت ۲۰ شامگاه شنبه)، پس از گذشت هفت روز از آغاز امکان تعریف حساب و کالتی، یک میلیون و ۹۹ هزار و ۹۷۶ نفر نزد بانک‌های عامل اقدام به و کالتی کردن حساب‌های‌شان کرده‌اند که این افراد متقاضیان عادی هستند. به گزارش «ایسنا»، در مجموع طی چهار روزی که از زمان ثبت نام خودرو گذشته، یک میلیون و ۵۷۰ هزار و ۵۵۲ نفر ثبت نام خودبوی خود را انجام داده‌اند که ۷۲۵ هزار نفر متقاضیان عادی بوده و الباقی نیز جزو طرح مادران و خودروهای فرسوده بودند که نیازی به و کالتی کردن حساب خود نداشتند. طبق پیش‌بینی‌ها احتمالاً میزان ثبت‌نام تا حدود ۳ میلیون درخواست هم بنابراین طبعیتاً با توجه به ظرفیت در نظر گرفته شده برای این دور عرضه که حدود ۱۲۰ هزار دستگاه است، قطعاً فرآیند نوبت‌دهی و تخصیص برمبنای قرعه‌کشی خواهد بود. طبق آخرین آمار تا این لحظه بایستی قریب به ۲میلیون نفر (با احتساب افرادی که تاکنون اقدام به و کالتی کردن حساب خود و مسدود کردن ۲۲۰ میلیون تومان کرده‌اند) ثبت درخواست داشته باشند؛ بنابراین با توجه به اینکه تا پایان این هفته (جمعه دوم شهریورماه) مهلت ثبت درخواست وجود دارد، پیش‌بینی می‌شود که تعداد متقاضیان شاید از ۳ میلیون نفر هم تجاوز کند. بر این

براساس آمارها تاکنون بالغ بر ۱.۵ میلیون نفر در طرح فروش ایران خودرو ثبت نام کرده‌اند و پیش‌بینی می‌شود که میزان ثبت‌نام تا حدود ۳میلیون نفر هم برسد. بنابراین با توجه به ظرفیت در نظر گرفته شده برای این دور عرضه، فرآیند نوبت‌دهی و تخصیص برمبنای قرعه‌کشی خواهد بود؛ همچنین طبق تاکید ایران خودرو، ثبت‌نام متقاضی به منزله تخصیص قطعی نخواهد بود و منجر به تعهد برای این خودروساز نمی‌شود. به گزارش «مهر»، قرعه‌کشی خودرو دوباره احیا شده و رقابت برای کسب سود به قدری بالا گرفته که تاکنون نه تنها ۱.۵ میلیون نفر متقاضی خرید شده‌اند بلکه بانک‌ها هم به دنبال ترغیب مردم برای ثبت نام هستند. بساط لئاری به دنیا خودرو بازگشته و این بار ایران خودرو تصمیم گرفته برای عرضه ۱۲۰ هزار خودروی خود با شرط تحویل تا پایان سال جاری، مراسم قرعه‌کشی برگزار کند که از این ظرفیت ۵۰ درصد به طرح مادران ۲۰ درصد به خودروهای فرسوده اختصاص دارد؛ یعنی سهم متقاضیان طرح عادی تنها ۳۰ درصد از محصولات عرضه‌شده، خواهد بود. نکته قابل توجه اینکه در دوره‌های قبلی، یکی از شروط اصلی ثبت نام متقاضیان داشتن گواهینامه بود که در این دور این شرط حذف شده که همین امر باعث می‌شود افراد بیشتری اجازه ثبت نام در این طرح را داشته باشند؛ چراکه پیش از این به دلیل اجباری بودن داشتن گواهینامه برای شرکت در طرح، ۲۶ میلیون نفر به صورت پیش‌فرض امکان ثبت نام نداشتند، اما در این دور این افراد هم امکان ثبت نام دارند. (حدود ۲۶ میلیون نفر که بالای ۱۸ سال هستند، گواهینامه ندارند) بنابراین از آنجا که تنها ۱۲۰ هزار دستگاه خودرو قرار است عرضه شود و به دلیل حذف شرط داشتن

اختلاف تورم نقطه‌ای استان‌ها در تیرماه ۱۴۰۳ نسبت به تیرماه ۱۳۹۶ نشان می‌دهد

۴ برابر شدن تورم در اقتصاد ایران



تورم نقطه‌ای در تیرماه امسال بالغ بر ۳۲ درصد به ثبت رسیده و این در حالی است که در ماه مشابه سال ۱۳۹۶، تورم نقطه‌ای حدود ۸ درصد بوده است. به گزارش «کوابران»، تورم نقطه‌ای کل کالاها در کشور در تیرماه سال جاری ۳۲ درصد بوده است. به عبارت دیگر، خانوارهای ایرانی برای تهیه سبد مشخصی از کالا و خدمات در تیرماه امسال نسبت به تیرماه سال گذشته، ۳۲ درصد بیشتر هزینه کرده‌اند. این در حالی است که در تیرماه ۱۳۹۶، تورم نقطه‌ای کل کشور حدود ۸ درصد بوده است. به این ترتیب، تورم نقطه‌ای کشور در این بازه زمانی، چهار برابر شده است. کمترین تورم نقطه‌ای به ثبت رسیده در میان استان‌های کشور در تیرماه امسال با رقم ۲۱ درصد به سیستان و بلوچستان اختصاص داشته است. این در حالی است که بالاترین تورم استانی در تیرماه ۱۳۹۶ حدود ۱۲ درصد بوده است. به بیان دیگر، کمترین تورم استانی در تیرماه امسال حدود ۹ واحد درصد از بالاترین تورم استانی در تیرماه ۱۳۹۶ بالاتر است. بررسی اختلاف تورم بین سال‌ها، ابزاری اساسی برای فهم و مدیریت بهتر اقتصاد است و به تصمیم‌گیران در همه سطوح کمک می‌کند تا با اطلاعات دقیق‌تری به پیش‌بینی و تنظیم سیاست‌ها بپردازند به عنوان مثال، دولت‌ها برای برنامه‌ریزی بودجه‌های خود نیاز به پیش‌بینی دقیق تورم دارند.

جغرافیای تورم استانی در ایران

استان سمنان در حالی بالاترین نرخ تورم نقطه‌ای را در میان استان‌های کشور در تیرماه سال جاری به ثبت رسانده است که از ابتدای سال ۱۴۰۳ روند تقریباً صعودی را طی کرده و در نهایت در پایان تیرماه سال جاری نرخ ۲۷٫۳ را به ثبت رسانده است. افزایش نرخ تورم در این استان ناشی از افزایش قیمت هم خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها و هم غیر خوراکی‌ها و خدمات است. در نقطه مقابل همانطور که اشاره شد، کمترین تورم به ثبت رسیده در میان استان‌های کشور در انتهای تیرماه سال جاری برخلاف انتظارات مربوط به استان سیستان و بلوچستان با نرخ ۲۱ درصد بوده است؛ زیرا استان سیستان و بلوچستان از استان‌های محروم و کم‌برخوردار کشور است و سبد مصرفی آنها غالباً از مواد غذایی و خوراکی تشکیل شده است، اما تورم تیرماه سال جاری غالباً از سمت اقلام غیرخوراکی و خدمات بوده است بنابراین شاهد کمترین تغییر قیمت‌ها در این استان هستیم.

بیشترین تورم ثبت شده در میان استان‌های کشور در پایان تیرماه سال معادل ۳۵۰ میلیون تومان و برای سایر زوجین واجد شرایط نیز ۳۰۰

میلیون تومان پرداخت می‌شود.

با وجود رشد ۶۵ درصدی مبلغ وام ازدواج ام، طبق اعلام معاونت جوانان وزارت ورزش و جوانان، طی دو ماه ابتدایی سال جاری، ۴۵ هزار وام ازدواج پرداخت شد و ۱۷۴ هزار نفر در صف دریافت وام قرار داشتند. برای رفع این چالش و کاهش پشت‌نوبتی‌های وام ازدواج تا خردادماه بیش از سه بار از سوی وزارت ورزش و جوانان به نهادهای مختلف و مرتبط نامه رسمی در خصوص پیگیری موضوع ارسال و دو مرتبه نیز از طریق شخص وزیر ورزش و جوانان موضوع پیگیری شد اما گویی مسئله به سرانجام نرسیده است؛ چراکه پس از گذشت حدود دو ماه به رقم ۱۷۴ هزار نفر، ۱۰۰ هزار نفر دیگر پشت نوبتی افزوده شد. به عبارت بهتر، این رقم در اول مردادماه به ۲۷۰ هزار نفر افزایش یافت؛ رقمی که به گفته «سینا کلهر»، معاون امور جوانان وزارت ورزش و جوانان گفته بود که «متأسفانه تعداد افرادی که در صف هستند به بالاترین زمان خود رسیده و شعب بانک‌ها مراجعه‌کنندگان را سنگ‌قلاّب و اذیت می‌کنند. ما پیگیری‌های خود را انجام داده و به نهادهای نظارتی، چه در دولت، چه در مجلس و همچنین دیوان محاسبات و سازمان بازرسی، نامه ارسال کردیم.

است و استان گیلان با نرخ ۶٫۵ درصد کمترین نرخ تورم در میان استان‌ها در همین بازه زمانی را به خود اختصاص داده است. بالاترین تورم نقطه‌ای متعلق به استان سمنان در تیرماه سال جاری نزدیک به سه برابر بالاترین تورم نقطه‌ای در استان چهار محال و بختیاری در تیرماه ۱۳۹۶ است.

بیشترین و کمترین رشد تورم استان‌ها

روند رشد تورم نقطه‌ای تیرماه سال جاری نسبت به تیرماه ۱۳۹۶ در میان استان‌ها میانگین ۱۳٫۴ درصد را تجربه کرده است. بالاترین اختلاف تورم تیرماه سال جاری نسبت به تیرماه ۱۳۹۶ متعلق به استان سمنان بوده است. همانطور که گفته شد، استان سمنان در قله تورمی استان‌ها در تیرماه سال جاری بوده و شاهد تورم ۳۷٫۲ درصدی بوده است. این استان در تیرماه امسال ۲۹٫۲ درصد تورم بالاتر از میانگین تورم کل کشور را تجربه کرده‌اند. این اختلاف در این استان ۳۰ درصد بوده و این در حالی است که کمترین اختلاف تورم متعلق به استان سیستان و بلوچستان با اختلاف بیش از دو برابری نسبت به استان سمنان است. اختلاف تیرماه سال جاری در استان سیستان و بلوچستان نسبت به تیر ماه ۱۳۹۶ فقط ۱۲٫۴ بوده است. تورم این استان در سال جاری پایین‌تر از میانگین تورم کل کشور و در سال ۱۳۹۶، بالاتر از میانگین تورم کل کشور است.

دومین رتبه بیشترین اختلاف تورم در این بازه زمانی متعلق به استان آذربایجان شرقی با نرخ ۲۹٫۲ درصد بوده است. این استان در تیرماه سال جاری نرخ تورم ۲۹٫۷ درصد را تجربه کرده که پایین‌تر از میانگین نرخ تورم کل بوده است اما نرخ تورم آن در تیرماه ۱۳۹۶ بالغ بر ۱۰٫۵ درصد بوده که بالاتر از میانگین نرخ تورم کل کشور است. از طرف دیگر، دومین رتبه کمترین اختلاف تورم بین تیرماه سال جاری و تیرماه ۱۳۹۶ به استان چهارمحال و بختیاری با نرخ ۱۵٫۵ درصد تعلق دارد.

تهران ترمز تورم کشور را کشید

تورم ماهانه در خردادماه در ۲۱ استان کشور نسبت به اردیبهشت بالاتر رفته و این در حالی است که تورم تهران کاهشی بوده است. برآوردها حاکی از آن است که نرخ تورم خرداد در نصف استان‌های کشور بیشتر از نرخ تورم ماهانه کل کشور بوده است. بالاترین نرخ تورم ماهانه در خرداد بین استان‌های کشور را هرمزگان داشته است. تورم ماهانه این استان نسبت به اردیبهشت یک واحد درصد بالاتر رفته است. کمترین نرخ تورم در این ماه را استان کرمانشاه تجربه کرده که تورم ماهانه این استان ۱٫۴ درصد

بوده است. همچنین استان بوشهر نیز بیشترین افزایش نرخ تورم را تجربه کرده است. نرخ تورم ماهانه خردادماه در این استان نسبت به اردیبهشت ماه با ۲٫۷ واحد درصد افزایش روبه‌رو شده است. بیشترین کاهش در نرخ ماهانه خرداد نسبت به ماه قبلی نیز مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد است. تورم ماهانه این استان در خردادماه نزولی بوده و ۱٫۶ واحد درصد پایین‌تر آمده است. گزارش مرکز آمار حاکی از آن است که در ۱۵ استان کشور، نرخ تورم ماهانه خرداد ۱۴۰۳ بیشتر از تورم ماهانه کل کشور بوده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در ماه پایانی بهار، نرخ تورم ماهانه در بیشتر استان‌های کشور نسبت به اردیبهشت افزایش داشته است. به بیان دیگر، ۲۱ استان نرخ تورم روندی صعودی طی کرده است. این در حالی است که تورم ماهانه کشور در خرداد ۱۴۰۳ برابر ۲٫۸ درصد بوده که نسبت به اردیبهشت تغییری نداشته است. این امر در محاسبه نرخ تورم ماهانه، استان تهران اهمیت زیادی دارد. در این استان در خردادماه نرخ تورم ماهانه با کاهش روبه‌رو شده است. نرخ تورم خردادماه در استان تهران ۲٫۸ درصد برآورد شده که نسبت به اردیبهشت ۰٫۹ واحد درصد کاهش داشته است. به عبارت دیگر، استان تهران در خردادماه به تنهایی ترمز تورم کشور را کشیده است.

هرمزگان پرچمدار نرخ تورم ماهانه

بیشترین نرخ تورم تورم ماهانه خردادماه ۱۴۰۳ در استان هرمزگان برآورد شده است. در استان هرزگان تورم این ماه ۳٫۷ درصد به دست آمده که نسبت به اردیبهشت ماه ۱٫۶ واحد درصد افزایش داشته است. پس از هرمزگان سه استان اصفهان، سمنان و مازندران با اختلاف کمی در جایگاه دوم قرار دارند. برآوردها نشان می‌دهد که استان کرمانشاه کمترین نرخ تورم را در خرداد ثبت کرده است. کرمانشاه در این ماه تورم ۱٫۴ درصدی را تجربه کرده که نسبت به اردیبهشت ۱٫۵ درصد کاهش داشته است. آمارها گویای آن است که در خردادماه بیشترین افزایش نرخ تورم در استان بوشهر بوده است. در این استان تورم با ۲٫۶ واحد درصد افزایش به ۳٫۴درصد رسیده است. همچنین کمترین افزایش نرخ تورم مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد است. تورم در این استان در خردادماه ۱۴۰۳ ۱٫۶ درصد کاهش به ۱٫۵ درصد رسیده که بعد از کرمانشاه دومین استان در نرخ پایین تورم بوده است. آمارها حاکی از آن است که تورم استان زنجان در خردادماه ۱۴۰۳ بدون تغییر باقی‌مانده است. تورم این استان در خرداد و اردیبهشت امسال ۲٫۵ درصد برآورد شده است.



اخبار

ریزش قیمت‌ها همچنان ادامه دارد

وزن سنگین دلار در بازار طلا و سکه

قیمت طلا و سکه روز گذشته هم ریزش داشت و کارشناسان بر این باورند که در بازار طلای ایران، قیمت دلار تاثیر بیشتری بر نرخ فلز زرد دارد. قیمت‌ها در بازار طلا و سکه همچنان نزولی گزارش می‌شود. براساس اعلام اتحادیه طلا و جواهر تهران، در جریان دادوستدهای روز یکشنبه و تا لحظه انتشار این گزارش، قیمت طلای ۱۸ عیار حدودا ۳۰ هزار تومان نسبت به روز شنبه کاهش داشت و به ۳ میلیون و ۴۳۷ هزار و ۲۰۰ تومان رسید. طلای ۲۴ عیار هم که هفته گذشته به ۵ میلیون تومان رسیده بود، با کاهش ۴۰ هزار تومانی نسبت به روز نخست هفته جاری در نرخ ۴ میلیون و ۵۸۲ هزار تومان عرضه شد. سکه هم به پیروی از بازار طلا، ریزش قیمت‌ها را تجربه کرد. قیمت سکه طرح جدید در روز گذشته ۲۰۰ هزار تومان ارزان شد و به ۴۱ میلیون تومان رسید، اما سکه طرح قدیم ۱۰۰ هزار تومان کاهش قیمت را تجربه کرد و در نرخ ۳۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان عرضه شد. اما برخلاف بازار داخلی، طلای جهانی بر مدار صعودی قرار گرفته و در سطح ۲۵۰۸ دلاری قرار دارد. «مجتبی دبیا»، کارشناس بازارهای مالی در گفت‌وگو با «کوابران» گفت: منطفه ۴۱ میلیون تومان برای سکه طرح جدید منطقه بسیار مهم و تاثیرگذاری است و اگر کاهش قیمت سکه تداوم داشته باشد مشاهده می‌کنیم که در منطقه پایین‌تر، یعنی ۴۰ میلیون تومان مستقر می‌شود. در مورد طلای ۱۸ عیار هم پیش‌بینی می‌شود که پایین‌تر از نرخ ۳میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تثبیت داشته باشد، اما این احتمال نیز وجود دارد که در هفته آینده در همان بازه نوساناتی در شیب صعودی داشته باشد، البته این احتمال قوی‌تر است. به گفته این کارشناس بازارهای مالی، وزن تاثیرگذاری دلار بر بازار طلا و سکه بیشتر از طلای جهانی است و اگر نرخ ارز ریزش بیشتری را تجربه کند، طلا و سکه هم بر مدار نزولی قرار می‌گیرند. در روزهای گذشته شاهد آن بودیم که طلای جهانی سقف ۲۵۰۰ دلار را هم شکست مجددا صحبت‌هایی به گوش می‌رسد که نرخ بهره آمریکا می‌تواند کاهش یابد. این شرایط می‌تواند منجر به کاهش قیمت طلای جهانی شود.

رئیس کل بانک مرکزی از کشف قیمت به صورت حراج خبر داد

افتتاح تالار مبادلات ارز توافقی در نیمه اول

شهریور

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به طراحی و توسعه ابزارهای معاملاتی مختلف برای تثبیت بازار ارز در مرکز مبادله ارز و طلای ایران اعلام کرد بانک مرکزی با هدف افزایش شفافیت، کارآمدی و پایداری بازار ارز کشور، نیمه اول شهریورماه «تالار مبادلات ارز توافقی» را در مرکز مبادله ارز و طلای ایران راه‌اندازی و از «سامانه بومی این مبادلات» رونمایی می‌کند. «محمدرضا فرزین» تصریح کرد: با راه‌اندازی تالار مبادلات ارز توافقی، امکان معاملات بین واردکنندگان و صادرکنندگان مشمول ارز اشخاص در یک «بسته معاملاتی یکپارچه» جهت معامله ارز و پروانه صادراتی به صورت توأم با ضمانت بانک‌های عامل ایجاد می‌شود.

رئیس کل بانک مرکزی در ادامه با اشاره به ویژگی‌های تالار مبادلات ارز توافقی تاکید کرد: در این بازار، «کشف قیمت به صورت حراج و نقد» صورت می‌گیرد و انتظار می‌رود با انتقال تدریجی و برنامه‌ریزی‌شده معاملات ارزی کشور به تالار مبادله ارز توافقی مرکز مبادله ارز و طلای ایران، استفاده از سایر ابزارهای معاملاتی بازار ارز نیز توسعه یابد. گفتنی است براساس سیاست بانک مرکزی، تدوین راهبردها، تنظیم‌گری و نظارت برعهده بانک مرکزی بوده و مرکز مبادله ارز و طلای ایران به عنوان بازوی اجرایی، عملیات بازار ارز و اجرای معاملات را تحت نظارت بانک مرکزی انجام می‌دهد.

۷۱ درصد رشته‌های وزارت علوم، تقاضای شغلی ندارند

بازار کار کساد در حوزه علوم و بهداشت

آمارها نشان می‌دهد که فقط برای ۲۸٫۶ درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های وزارت علوم، تقاضای شغل در مشاغل دولتی وجود دارد. براساس گزارش ارائه‌شده توسط سازمان امور اداری و استخدامی و کارگروه اشتغال شورای عالی و ۵۹ ارتقای علوم انسانی، ۷۱٫۴ درصد رشته‌های وزارت علوم و ۲۹٫۴ درصد رشته‌های وزارت بهداشت فاقد تقاضای شغلی است. به عبارتی، برای ۲۸٫۶ درصد فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های وزارت علوم، تقاضای شغل در مشاغل دولتی وجود دارد و این نسبت در رشته‌های مصوب وزارت بهداشت، ۴۰٫۶ درصد است. طبق گزارش سازمان امور اداری و استخدامی از سهم رشته‌های آموزش عالی کشور و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در آزمون‌های اشتغال از سال ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲، در حوزه علوم انسانی ۶۵۴ عنوان رشته وجود دارد که فقط ۲۰۷ شغل مرتبط را شامل می‌شود. سهم رشته‌های علوم انسانی در آزمون اشتغال از کل رشته‌ها حدود ۲۵ درصد است، ولی سهم رشته‌های علوم انسانی در کل تقاضا برای شغل ۳۵٫۶ درصد است. بررسی آمار اعلام‌شده از سوی مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی نشان می‌دهد که فرصت شغلی برای هر دو بخش رشته‌های دانشگاهی یعنی وزارت علوم و وزارت بهداشت سال جاری نسبت به سال گذشته (۱۴۰۲) کاهش یافته است. در سال گذشته، فارغ‌التحصیلان رشته‌های علوم پزشکی با حدود ۶۳ درصد، رشته‌های علوم انسانی با ۴۵ درصد و دانش‌آموختگان رشته‌های فنی و مهندسی با ۴۱ درصد به ترتیب بیشترین شانس اشتغال را در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهی به خود اختصاص دادند و رشته‌های هنر، علوم پایه و کشاورزی کمترین تقاضا برای بازار کار در ایران را داشته‌اند. اما سهم فارغ‌التحصیلان از بیکاران کشور چقدر است؟ در تابستان سال گذشته، «حمود کریمی بیریانوند»، معاون اشتغال وزیر کار از وجود ۳ میلیون و ۳۰۰ هزار بیکار در کشور براساس اعلام مرکز آمار ایران خبر داد. به گفته او، ۴۰ درصد از این تعداد جمعیت بیکار را جوانان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهی تشکیل داده بودند. در اردیبهشت امسال نیز «قاسم رستم‌پور»، مدیرکل نظارت و هماهنگی طرح‌های کارآفرینی و اشتغال وزارت کار با اشاره به بالا بودن نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان زن گفت: اگر ۱۰ نفر بیکار در یک مجموعه وجود داشته باشد، طبق گزارش مرکز آمار ایران چهار نفر فارغ‌التحصیل دانشگاهی هستند. این مسئله در بخش زنان شدیدتر است و هفت نفر فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است. به بیان ساده‌تر، ۴۰ درصد جمعیت بیکار کشور فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هستند، لذا شرایط اشتغال برای فردی که تحصیلات دانشگاهی ندارد، ساده‌تر است و راحت‌تر می‌توانند به شغل دست پیدا کند.

او در رابطه با جزئیات نرخ مشارکت اقتصادی فارغ‌التحصیلان توضیح داد: براساس گزارش تفصیلی مرکز آمار در سال ۱۴۰۱، نرخ مشارکت اقتصادی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی از ۵۲ به ۵۳ درصد و یک درصد افزایش داشته است. نرخ مشارکت اقتصادی در قشر فارغ‌التحصیل بالاست، به نحوی که در دانشجویان مقطع دکترا ۷۰ درصد است و از ۱۰ هزار نفر فارغ‌التحصیل هفت نفر تمایل به حضور در بازار کار دارند و نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان دکترا در سال ۳ درصد است. در گذشته «رستم‌پور»، در دانشجویان کارشناسی ارشد نرخ مشارکت اقتصادی ۶۸٫۴ درصد و نرخ بیکاری ۹٫۷ درصد است. نرخ مشارکت اقتصادی در دانشجویان کارشناسی ۴۹٫۶ درصد و نرخ بیکاری ۱۵٫۲ درصد است و به نسبت فارغ‌التحصیلان دکترا و ارشد، فارغ‌التحصیلان مقطع کارشناسی نرخ بیکاری بالاتری دارند. نرخ بیکاری دانشجویان کارادی هم ۱۰ درصد و نرخ مشارکتشان ۵۰ درصد است.

خبرنامه

با وجود کاهش صادرات

مازاد تجاری منطقه یورو افزایش یافت

ارزش صادرات به واردات منطقه یورو در ماه ژوئن ۲۰۲۴ تحت تأثیر بهبود وضعیت بخش‌های مختلف به ویژه بخش‌های تجارت مواد شیمیایی، ماشین‌آلات و وسایل نقلیه، افزایش یافته است. برآوردهای تراز تجاری منطقه یورو حاکی از آن است که این منطقه در ژوئن سال جاری ۲۲.۳ میلیارد یورو در تجارت کالا با سایر نقاط جهان مازاد داشته است. این رقم در مقایسه با ۱۸ میلیارد یورو در زمان مشابه در سال گذشته افزایش قابل‌توجهی را نشان می‌دهد. درحالی‌که ارزش نسبت صادرات به واردات در طول سال افزایش یافته است، ارزش صادرات و واردات به‌صورت مستقل از هم کاهش یافته‌اند. صادرات کمتر از واردات کاهش یافته است و در ماه ژوئن با افت ۶.۳ درصدی به ۲۲۶.۷ میلیارد یورو رسیده است. در همین حال، واردات با ۸.۶ درصد کاهش سالانه به ۲۱۴.۳ میلیارد یورو رسیده است. تراز تجاری ماه ژوئن به‌طور قابل‌توجهی توسط مازاد محصولاتی مانند مواد شیمیایی، ماشین‌آلات و وسایل نقلیه افزایش یافته است. از سوی دیگر انرژی با ثبت شکاف ۲۲.۹ درصدی، بالاترین کسری را در بین همه گروه‌های کالایی داشته است. در بازه زمانی ژانویه تا ژوئن، منطقه یورو ۱۰۷.۵ میلیارد یورو مازاد به ثبت رساند، درحالی‌که در مدت مشابه سال قبل ۳ میلیارد یورو کسری داشت. مازاد تجاری اغلب می‌تواند یک شاخص مثبت برای یک اقتصاد باشد زیرا به این معناست که تقاضا برای کالاهای آن در بازار جهانی وجود دارد که به‌نوبه خود می‌تواند باعث افزایش اشتغال و رشد شود.

تا سال ۲۰۲۷ میلادی

هند سومین اقتصاد بزرگ جهان می‌شود

به گفته یک مقام ارشد صندوق بین‌المللی پول، انتظار می‌رود هند تا سال ۲۰۲۷ به سومین اقتصاد بزرگ جهان تبدیل شود. گیتا گوپیناث، معاون اول صندوق بین‌المللی پول گفت: رشد هند از پیش‌بینی‌ها فراتر رفته و این صندوق، انتظار افزایش مصرف خصوصی و برداشت بهتر با کمک فصل خوب موسمی را دارد. به تازگی صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی رشد خود را برای هند به ۷ درصد برای سال مالی ۲۰۲۴-۲۰۲۵ اصلاح کرده و این تغییر را به افزایش مصرف خصوصی نسبت می‌دهد. این تجدیدنظر رو به بالا نسبت به برآورد قبلی ۶.۸ درصدی ناشی از اثرات انتقال عملکرد قوی‌تر از حد انتظار در سال مالی گذشته و احیای هزینه‌های مصرف‌کننده، به ویژه در مناطق روستایی است. پیش‌بینی جدید با پیش‌بینی بانک مرکزی هند (RBI) برای رشد ۷.۲ درصدی برای مدت مشابه، مطابقت دارد. به گزارش اکونومی، در حالی که بررسی اقتصادی نرخ رشد ۶.۵ تا ۷ درصدی را برای سال مالی ۲۰۲۵ پیش‌بینی کرده بود، برآورد خوش‌بینانه‌تر صندوق بین‌المللی پول نشان‌دهنده افزایش پیش‌بینی‌شده مصرف روستایی به دلیل درآمدهای کشاورزی بهتر است.

سال ۱۲۰۴ احتمالاً داغ‌ترین سال تاریخ است

جدال ۷ کشور عربی با خاموشی

هفت کشور عربی با قطع مکرر برق دست و پنجه نرم می‌کنند که دلایل آن از کشوری به کشور دیگر ممکن است متفاوت باشد، اما هرچه که بوده، نتیجه یکسانی داشته و آن هم آسیب دیدن مردم و اقتصادها در نتیجه این خاموشی‌هاست. قطعی برق در طول تابستان ابعاد جدیدی به خود می‌گیرد و زندگی برای مردم در هوای داغی که نمی‌توانند با تهویه مطبوع خنک شوند، دشوار می‌شود. قطعی برق در مصر، عراق، لبنان، سوریه، یمن، سودان و کویت شدیدتر است و مردم به انرژی‌های تجدیدپذیر به عنوان جایگزین متوسل شده‌اند که در نهایت پس‌انداز آنها را می‌بلعد. احمد السید، استاد اقتصاد و دارایی می‌گوید مشکلات اخیر برق را می‌توان به افزایش دما نیز نسبت داد. او به الشرق الاوسط گفت: مطالعات نشان داده است که سال ۲۰۲۴، احتمالاً داغ‌ترین سال تاریخ خواهد بود. زیرساخت‌ها و ظرفیت تولید از کشوری به کشور دیگر و همچنین تأثیر افزایش دما بر آنها متفاوت است.

سریس و پیش‌بینی قطعی تغییرات آب و هوایی کوپرنیک (C3S) نشان داد که ۲۲ ژوئیه ۲۰۲۴، گرم‌ترین روز ثبت شده تاکنون بوده است. دما در ماه اوت در شهرهای ژاپن، اندونزی و چین و بالاترین حد خود رسید و در کشورهای عربی خلیج فارس و سایر کشورهای عربی، به بیش از ۶۰ درجه افزایش یافت. شهرهای اروپا نیز دمای ۴۵ درجه و گاهی بیشتر را شاهد بودند. محمد یوسف، مدیر تحقیقات اقتصادی یک مرکز عربی در ابوظبی می‌گوید: همسو با افزایش دما، حل مشکل قطع برق باید از سه زاویه مورد بررسی قرار گیرد. اولین مورد، در توانایی مانند ناتوانی مزمین در تولید نیروی کافی برای پاسخگویی به تقاضا نهفته است. دومی، در ضعف شبکه‌ها نهفته است که مانع از رسیدن برق به مناطق خاصی می‌شود. سومین مورد، ساماندهی تولید در مناطقی است که برق‌رسانی صورت می‌گیرد.

حافظ سلماوی، دستیار بخش انرژی در چندین کشور عربی، به الشرق الاوسط گفت: بحران برق در مصر به دلیل کمبود سوخت است که به نوبه خود ناشی از کمبود دلار است. وقتی ارز خارجی موجود باشد، مشکل حل می‌شود. همین موضوع درباره کویت هم صدق می‌کند. سوریه و یمن اما به دلیل آسیب دیدن شبکه برق و تأثیر تحریم‌ها بر اقتصاد، با وضعیت متفاوت و بسیار دشوارتری روبه‌رو هستند. بنابراین، مشکلات این کشورها، سیاسی است. لیبی نفت‌خیز درگیر مشکلات سیاسی است که مانع از حل مشکلات برق این کشور می‌شود. عراق که منابع مالی دارد، با مشکل شبکه‌های فرسوده و ظرفیت تولید پایین، دست و پنجه نرم می‌کند.

با وجود دلایل گوناگون قطع برق در هر کشور، بحران‌ها همه تحت امنیت انرژی قرار می‌گیرند زیرا مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهند و کل اقتصادها را تهدید می‌کنند. علی الرومان، کارشناس انرژی بین‌المللی، اظهار کرد: امنیت انرژی برای هر کشوری به معنای یک بخش انرژی پایدار است که امکان سرمایه‌گذاری پایدار و برنامه‌های بلندمدت را فراهم می‌کند. این به معنای تأمین منابع لازم و برق‌رسانی به همه منابع است. خواه این برق، الکتریکی، خورشیدی، گازی، بادی یا هیدروژنی باشد. کشورهای عربی و خلیج فارس با توجه به تغییرات آب و هوا و افزایش دمای جهانی باید بیشتر بر تأمین امنیت انرژی تمرکز کنند. کارشناس اقتصادی از عراق نیز گفت: درام محمد علی، کارشناس اقتصادی از عراق نیز گفت: انرژی‌های تجدیدپذیر به خصوص انرژی خورشیدی، باید به عنوان یک راه حل موثر در کشورهای عربی با توجه به آب و هوای آنها، دیده شود. همچنین محمد یوسف، کارشناس اقتصادی، گفت: یمن باید شرکتهای بین‌المللی ایجاد کند که کمک‌های بلاعوض و کمک به بخش برق این کشور را فراهم می‌کند. همچنین می‌تواند از حمایت فنی و مالی بانک جهانی بهره‌مند شود. به علاوه، باید شبکه‌ها گسترش یافته و تمام مناطق مسکونی روستایی و شهری را تحت پوشش قرار دهند.

نماگرهای بورسی برای سومین روز متوالی صعودی شدند

حمایت حقیقی از بورس تهران



وزرا، بودجه‌بندی سال آینده و انتخابات ریاست جمهوری آمریکا از جمله مهمترین اتفاقات پیش‌روی بازار است. البته در صورتی که واقعا اتفاق جدیدی برای بازار رخ ندهد؛ چراکه در همین چند ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۳، بازار سهام و فضای سیاسی و اقتصادی کشور دستخوش تحولات عجیبی بوده است.

پیام بورسی وزیر پیشنهادی اقتصاد

نگاه بازار سرمایه در روز یکشنبه تماماً به مجلس شورای اسلامی بود؛ چراکه قرار بود مخالفان و موافقان وزیر اقتصاد در صحن علنی مجلس نطق داشته باشند. «عبدالنصر همتی» نیز برای دفاع از خود و شفاف‌سازی برنامه‌های اقتصادی خود در مجلس حاضر شد و در صحن علنی از برنامه‌های خود دفاع کرد تا پیامی را به اهالی بازار سرمایه برساند. «همتی» بر اقتصاد رقابت‌پذیر و پیش‌بینی‌پذیر تأکید کرد و بازار بورس را سمبل اعتماد سرمایه‌گذاران نامید. سبیلی که در این چند سال اخیر به‌عنوان سمبل بی‌اعتمادی نه در بین اهالی بازار بلکه در سطح کل جامعه نام‌گذاری شده است؛ تا جایی که افسرد، بازارهای رمزارز و فارکس را قابل‌اعتمادتر از بازار بورس می‌دانند! وزیر پیشنهادی وزارت امور اقتصادی و دارایی در صحن علنی مجلس تأکید کرد که براساس قانون برنامه هفتم از قیمت‌گذاری دستوری اجتناب خواهد شد. موضوعی که حتماً اهالی بازار سرمایه پس از تأیید صلاحیت وزیر و شروع به کار آن در وزارت اقتصاد، پیگیر آن خواهند بود.

اما آمارهای رسمی نشان می‌دهد از ۲۰ الی ۲۷ مردادماه خروج بیش از ۲۴۰۰ میلیارد تومانی از صندوق‌های درآمد ثابت اتفاق افتاده است و این خروج تنها برای یک هفته است! همچنین گفته می‌شود که در این بازه زمانی بیش از ۱۴۶ میلیارد تومانی از صندوق‌های اهرمی خارج شده است، اما مقصد این پول‌ها کجاست؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد که در همین بازه زمانی، ۴۵۹ میلیارد تومان ورود پول به صندوق‌های طلا صورت‌گرفته و صندوق طلا، یکی از مقاصد پول‌های خارج شده از بازار است. بازار سهام نیز چند روزی است به‌طور میانگین بالای ۱۰۰ میلیارد تومان جذب پول را به خود دیده است، اما رقیب جدی این بازار در حال حاضر، لاتاری ایران‌خودرو است که گفته می‌شود نزدیک به ۲ میلیون نفر تاکنون در آن ثبت‌نام کرده‌اند و پیش‌بینی می‌شود که نزدیک به ۳ میلیون نفر در طرح فروش ایران‌خودرو شرکت کنند. قیمت دلار نمایی نیز همچنان مسیر صعودی خود را حفظ کرده و نرخ این دلار در سامانه مبادله بیش از ۴۵ هزار و ۱۰۰ تومان است. در نقطه مقابل، نرخ دلار در بازار آزاد، اعداد کمتر از ۵۸ هزار تومان را نشان می‌دهد. دلار نمایی بعد از تعطیلات نوروزی سال جاری در حوالی ۴۰ هزار تومان قیمت داشت و در حال حاضر با رشد ۵ هزار تومانی در محدوده‌های ۴۵ هزار تومان داوستد می‌شود. در مقابل، قیمت دلار در بازار آزاد و بعد از تعطیلات نوروزی بیش از ۶۵ هزار تومان بود و حالا نرخ این ارز به اعداد کمتر از ۵۸ هزار تومان رسیده است.

نمادهای پرتراکش بورس نماد فملی بیشترین تراکش را داشت و اخبار و فولاد در رتبه‌های بعدی بیشترین تراکش قرار گرفتند. در فرابورس نیز فزر، خنور و زملازد بیشترین تراکش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۹ هزار و ۱۴۷ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲ هزار و ۴۷۰ میلیارد تومان بود که ۲۷ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۱۶ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم هزار و ۸۱۳ میلیارد تومان رسید. نماد فزر بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به میزان ۶۸ میلیارد تومان به خود اختصاص داد. پس از فزر، و صندوق بیشترین ارزش معاملات را داشت و فملی رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد فولاد و اخبار در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام ذوب با تعداد یک میلیارد و ۳۶۶ میلیون سهم در صدر قرار گرفته است. خودرو در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به وبملت تعلق داشت. در معاملات یکشنبه، ۳۲۲ نماد صف خرید داشتند و ۱۴۲ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صفهای خرید با ۲ درصدی نسبت به روز کاری قبل به هزار و ۱۴۷ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صفهای فروش نیز با افزایش ۲۵ درصدی به رقم ۵۸۳ میلیارد تومان رسید.

رق مقاومت تکنیکالی تا مقاومت خبری

بازار درحالی‌که روند مثبتی را سپری کرده بود، اما ارزش معاملات خرد در بازار، نوید روزهای بهتر را نمی‌داد و با بهتر گفته شود فلا کسی وارد این شاخص‌سازی شاخص کل در مسیر صعودی نشده است. هرچند که عدد شاخص نسبت به جریان گذشته افزایش یافته، اما ترس همچنان در بازار وجود دارد. در جریان معاملات روز گذشته در بازار بورس و اوراق بهادار تهران، ارزش معاملات حوالی ۲۲۰۰ میلیارد تومان ثبت شد و ارزش خرد معاملات بورس و اوراق بهادار تهران نیز در محدوده ۲۰۰۰ میلیارد تومان قرار دارد. هرچند که شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران رویه مثبتی را به خود گرفته و روز یکشنبه رشد بیش از ۱۷ هزار واحدی را تجربه کرد، اما ارزش معاملات ساز مخالف زد و نشان داد خریدار حقیقی هنوز با در میان خرید نگذاشته است.

شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران با وجود محدودیت دامنه نوسان، بیش از ۱۷ هزار واحد رشد را تجربه کرد، اما ارزش معاملات متناسبانه این رشد را تأیید نمی‌کند؛ چراکه بازار انتظار دارد ارزش معاملات حداقل به طور میانگین برای معاملات خرد به اعداد بالاتر از ۸ هزار میلیارد تومان برسد، اما این ارقام برای این روزها به حوالی ۲ هزار میلیارد تومان است. حتی این رقم در هفته‌های گذشته به زیر هزار میلیارد تومان رسیده است. شاخص کل بورس تهران علاوه بر مقاومت‌های تکنیکالی، مقاومت‌های خبری و اتفاقات سیاسی و اقتصادی را در پیش رو دارد. تأیید صلاحیت

همتی در صحن علنی مجلس:

همت خود را برای رفع مشکلات اقتصادی به کار خواهیم گرفت

یکی از اقدامات فوری در جهت حمایت از بانک مرکزی برای انجام وظیفه خود در خصوص کنترل تورم است. براساس قانون برنامه هفتم توسعه، از قیمت‌گذاری دستوری اجتناب و از دخالت‌های غیرضروری در امور غیرضروری پرهیز خواهد شد و اقتصاد رقابت‌پذیر و پیش‌بینی‌پذیر که واحدهای تولیدی در آن احساس امنیت کنند و سرمایه‌گذاری در آن افزایش یابد و از همه مهمتر سهامداران بورس در آن بازار حضور یابند، مورد توجه است. تأکید اقتصادی کرد که بازار بورس باید سمبل اعتماد سهامداران باشد. وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی با تأکید بر اینکه حمایت از واحدهای تولیدی و تأکید بر مشوق‌های مالیاتی برای سرمایه‌گذاری نیز از برنامه‌های اصلی وزارت اقتصاد خواهد بود، گفت: طرحی دارم که بانک‌های کشور از نگاه‌داری خارج و با منابع ناشی از آن به سمت نگاه‌سازی حرکت کنند تجارب دهه ۶۰ و ۷۰ کشور خودمان نشان می‌دهد که این امر یک روش مناسب برای تأمین مالی رشد اقتصاد کشور خواهد بود. همچنین در چارچوب گفت‌وگو دولت و بخش خصوصی با بخش خصوصی به عنوان هدایت‌کننده موتور رشد اقتصاد ملی در جهت تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی برای مردمی‌سازی واقعی اقتصاد ملی ارتباط منظم و کارآمد خواهیم داشت.

وی سپس به ارائه توضیحاتی درباره دوران ریاست خود بر بانک مرکزی پرداخت و گفت: در دوره بانک مرکزی فشار حداکثری بر کشور حاکم شد و شهید سلیمانی فرمودند که این ما هستیم که حریف ترامپ قلدر هستیم و ما حریف او شدیم و توانستیم جلوی فروپاشی اقتصاد کشور را بگیریم؛ به این نکته توجه شود در نیمه اول سال ۱۳۹۹ درآمد اصولی ارزی ناشی از نفت یک میلیارد دلار شد و این رقم را با ۳۵ میلیارد دلار سال ۱۴۰۲ مقایسه کنیم. در سال ۱۳۹۹ کرونا باعث شد که تمام فعالیت‌های اقتصادی بخوابد و در سال ۹۸ و ۹۹ جمعا ۲۰ میلیارد دلار درآمد داشتیم. به گفته همتی، بانک مرکزی از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۶ جمعا ۲۸۶ میلیارد دلار در بازار ارز تزریق کرد، اما در دوره سه ساله فشار حداکثری نه تنها یک دلار ارز تزریق نکرد بلکه یک میلیارد دلار ارز نیز به ذخایر اضافه کرد. دوره بانک مرکزی برای من جزو افتخارترین ادوار زندگی‌ام است و من همیشه به آن افتخار خواهیم کرد. یادتان نرفته است که ترامپ و بمبوتو و سایرین می‌گفتند که چهلمین سالگرد انقلاب به تهران می‌آیند و جشن می‌گیرند؛ آیا توانستند؟ چه کسی در مقابل آنها ایستاد؟ آیا فکر می‌کنید که همینطوری مسائل حل شد؟

مقیاس به عنوان موتورهای رشد، محقق نخواهد شد مگر با استفاده از منابع محدود دولتی. برخی از برون‌دادهای نااطمنیاتی‌ها در حوزه اقتصاد شامل پیش‌بینی‌پذیر نبودن اقتصاد، فقدان انگیزه برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اقتصادی مولد، ورود بخش غیردولتی به سمت فعالیت‌های کوچک مقیاس و قراردادهای کوتاه مدت ناشی از عدم احترام بحق مالکیت، ورود آحاد جامعه به فعالیت‌های سفته بازانه و رانت جوینه می‌باشد.

او با اشاره به برنامه‌های آینده خود افزود: در تدوین برنامه‌های خود که قبلاً هم به شما نمایندگان عزیز تقدیم شده است بر راهبردهای مهمی تأکید شده است. از جمله آنها تأکید بر رشد اقتصادی پایدار و ایجاد اشتغال از طریق توسعه بخش خصوصی، ایجاد محیط مناسب برای فعالیت و سرمایه‌گذاری مولد بخش خصوصی، بهبود فضای کسب و کار، کاهش بروکراسی اداری و حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل انرژی و ارتباطات برای کاهش هزینه‌های تولید و افزایش بهره‌وری است که پیش‌نشان رشد ۸ درصدی است. همچنین حمایت از صادرات غیرنفتی از طریق پیگیری اصلاح سیاست‌های ارزی که در حال حاضر به صادرات ما دارد لطمه می‌زند، متنوع‌سازی اقتصاد و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی، تسهیل‌گری مالی برای توسعه فناوری و نوآوری و کنترل تورم و ثبت اقتصادی از طریق اعمال سیاست‌های پولی و مالی انضباطی با اقدام هماهنگ با بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه برای کنترل بودجه و مهار نقدینگی، اصلاح نظام بانکی، افزایش کارایی بانک‌ها و کاستن از ناترازی‌های موجود در سیستم بانکی، مدیریت انتظارات تورمی، شفافیت در سیاست‌گذاری و ارتباط موثر با جامعه، اصلاح ساختار اقتصاد از طریق خصوصی‌سازی و کوچک‌سازی دولت از جمله برنامه‌های بنده در وزارت اقتصاد خواهد بود.

وزیر پیشنهادی اقتصاد در ادامه با تأکید بر اینکه در برنامه خود براساس خواست مکرر نمایندگان محترم به مناطق محروم کشور به ویژه مناطق محروم توجه ویژه خواهیم کرد، گفت: عدالت مالیاتی یکی از مسائل کلیدی است که مورد توجه نمایندگان محترم بود؛ در این زمینه باید به سمتی حرکت کنیم که مالیات در کنار نقش درآمدی خود برای دولت، به عنوان ابزاری برای تنظیم اقتصاد و توزیع عادلانه درآمد به کار گرفته شود. همتی با تأکید بر لزوم کنترل تورم عنوان کرد: اصلاح بانک‌های ناتراز و متوقف کردن اضافه برداشت‌های آنها از بانک مرکزی و خلق نقدینگی

۷ توصیه طلایی برای شروع کسب و کار



به قلم: الکس ترنبال
کارشناس اقتصاد

مترجم: امیر آل علی

یکی از رایج‌ترین حسرت‌های تمامی افراد این است که تمایل داشته‌اند تا چندین سال قبل متوجه برخی از نکات شوند. در واقع گاهی حتی یک اصل، می‌تواند مسیر کاری افراد را تغییر دهد. اگرچه در ظاهر به نظر می‌رسد که هر فردی باید تجربه به دست آورد تا متوجه چنین نکاتی شود، با این حال در جهان امروز که دسترسی به اطلاعات در مدت زمان کم، امکان‌پذیر شده است. اقدام هوشمندانه، استفاده از تجربیات دیگران محسوب می‌شود. این امر کمک خواهد کرد تا اتفاقات تلخ، برای شما تکرار نشود و بتوانید از همان ابتدای کار، درخشش خوبی را داشته باشید. با این حال در این زمینه بهترین گزینه‌ها را مدیران کسب و کارهای مختلف از سراسر جهان می‌توانند در اختیار شما قرار دهند. در این راستا هفت توصیه طلایی برای شروع کسب و کار انتخاب شده است که حاصل مصاحبه با بیش از ۱۰۰۰ مدیر از سراسر جهان می‌باشد. در واقع این موارد، پرتکرارترین گزینه‌ها محسوب می‌شود و به همین خاطر توجه به آنها می‌تواند تاثیر بسزایی را داشته باشد.

۱- تنها دو نیاز حیاتی وجود دارد

یکی از اشتباهات رایج این است که مدیران تازه کار، تلاش می‌کنند تا اقدامات متعددی را انجام دهند تا با این اقدام، کسب و کار آنها با رشد خوبی همراه شود. این امر در حالی است که وجود گزینه‌های متعدد باعث می‌شود تا از توجه به موارد حیاتی، دور شوید. در واقع بسیاری از افراد، ابتدا به سراغ دو اصل مهم نمی‌روند و این امر باعث می‌شود تا تمامی تلاش‌های آنها، با نتیجه لازم همراه نباشد. در ابتدا شما باید به دنبال حداقل یک موردی باشید که باعث خواهد شد تا در مقایسه با سایر کسب و کارها، متفاوت شوید. در واقع از این بخش تحت عنوان مزیت رقابتی نیز نام برده می‌شود تا زمانی که به این اصل دست پیدا نکرده‌اید، نباید اقدام دیگری را انجام دهید. برای مثال دلیل اصلی رشد شیائومی، عرضه محصولات متنوع، باکیفیت و در عین حال با قیمت پایین‌تر در مقایسه با نمونه‌های موجود در بازار بوده است. در واقع با نگاهی به تمامی کسب و کارهای موفق، متوجه وجود چنین اصلی خواهید شد. در این راستا مطالعه داستان برندهای مطرح، به شما ایده‌های مختلفی را خواهد داد. با این حال بهترین اقدام در این بخش، بررسی وضعیت سایر برندها است. در این زمینه بهتر

است که مزیت رقابتی شما، محصولی باشد که عرضه می‌کنید. در واقع سایر موارد، قابل حل و رفع بوده ولی یک محصول بد، همه چیز را با چالش مواجه می‌سازد. مورد دوم نیز این است که در کار خود تداوم داشته باشید. در واقع بسیاری از افراد تصمیمات خود را سریعاً عوض می‌کنند و این امر باعث می‌شود تا امکان طی شدن مسیر طبیعی هر اقدام، وجود نداشته باشد. در این بخش نیز لازم است تا صبر کافی را داشته باشید و فراموش نکنید که رشد یک کسب و کار معمولاً از سال دوم، رخ می‌دهد. به همین خاطر لازم است تا انتظارات خود را تا حد امکان واقعی نمایید.

۲- با افراد باهوش ارتباط داشته باشید

در هر زمینه‌ای، کار کردن با افراد باهوش، شما را در مسیرهای جدید قرار می‌دهد. در این زمینه توصیه می‌شود که در پیدا کردن دوستان، تیم کاری و هر چیزی به دنبال افرادی باشید که ایده‌های جذاب در زمینه کاری شما دارند و ذهن آنها، به خوبی قدرت تحلیل مسائل را دارا می‌باشند. در واقع با نگاهی به برترین برندهای جهان، متوجه این امر خواهید شد که در موفقیت آنها، افراد زیادی دخیل بوده‌اند و ابتدا نمی‌توان تنها به یک نام بسنده کرد. در واقع خلاقیت، در بین افرادی که باهوش هستند، به مراتب بیشتر است و این امر می‌تواند سرعت رشد کسب و کار شما را چندین برابر نماید. در این زمینه شما باید به دنبال گسترش دایره ارتباطات خود با افراد مختلف باشید. در واقع محدود بودن به تنها منطقه فعالیت خودتان، یک اشتباه بسیار بزرگ محسوب می‌شود و در عصر حال حاضر که امکان ارتباط با حتی دورترین نقاط مهیا شده است، دیگر بهانه‌ای نخواهید داشت. این ذهنیت باعث می‌شود که حتی استخدام‌های شما با معیارهای دیگری همراه شود.

۳- تک محصولی نباشید

با نگاهی به تمامی برندهای بزرگ متوجه این امر خواهید شد که آنها به صورت مداوم به دنبال افزایش حوزه‌های فعالیت خود هستند. در واقع تک محصولی بودن، یک اقدام پرریسک محسوب می‌شود که نمونه آن را می‌توان در بحران کرونا مشاهده کرد. در واقع برندهایی که تک محصولی بوده‌اند، بیشترین آسیب را متحمل شده و این امر یک واقعیت غیرقابل‌انکار است که همواره این احتمال وجود دارد که یک بحران و یک اتفاق پیش‌بینی نشده، رخ دهد. همچنین فراموش نکنید که در هر زمینه‌ای، محدودیت رشد وجود دارد و نمی‌توانید با تکیه بر یک اقدام، برای مدت طولانی در بازار خود باقی بمانید. با این حال منظور از این

بخش، فراموش کردن فعالیت اصلی نیست. برای مثال اگرچه سامسونگ بیشتر برای تولید گوشی‌های هوشمند شناخته می‌شود و این بخش فعالیت اصلی آن محسوب می‌شود. با این حال تنها به این بخش محدود نبوده و مواردی دیگر نظیر لوازم خانگی را نیز تولید می‌کند. در واقع شما باید همواره محصول اصلی را در بالاترین جایگاه قرار دهید و بیشترین تمرکز شما معطوف به آن باشد.

۴- با مشتریان خود زیاد صحبت کنید

از دیگر مواردی که باید رعایت نمایید این است که در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، حتی نباید یک مشتری را از دست داد. در این زمینه شما با دو بخش اصلی جذب مشتری و حفظ آنها مواجه هستید که هر دو، کاملاً مهم و حیاتی محسوب می‌شود. در این راستا صحبت کردن به صورت مستقیم با مشتری، باعث می‌شود تا به صورت مداوم نیازهای جدید آنها را شناسایی کرده و از وفادار ماندن آنها، اطمینان حاصل نمایید. در این راستا بهتر است که به دنبال بهانه‌ای برای صحبت کردن با مخاطبان خود نباشید. به صورت استاندارد شما باید حداقل هر هفته یک ارتباط با مشتری خود برقرار نمایید. در این زمینه از این استراتژی حتی می‌توانید برای پیدا کردن مشتری نیز استفاده نمایید. برای مثال، با جامعه هدف خود از طریق مختلف ارتباط برقرار کنید و آنها را از فعالیت‌ها و محصولات خود، آگاه سازید. با این حال فراموش نکنید که در این زمینه باید تنوع بالایی را در نظر بگیرید و به دنبال زمان کوتاه، کمتر از ۱۰ دقیقه باشید، در غیر این صورت به یک عامل مزاحم در زندگی روزمره افراد تبدیل خواهید شد.

۵- به زمان توجه نمایید

بسیاری از افراد تصور می‌کنند که همواره زمان کافی وجود دارد. این امر در حالی است که چنین تصوری، کاملاً اشتباه بوده و زمان سریع‌تر از تصورات شما سپری خواهد شد. به همین خاطر لازم است تا استفاده حداکثری از آن را داشته باشید. در این زمینه سرمایه‌گذاری بر روی تکنولوژی‌هایی که باعث می‌شود تا انجام کارها در زمان کمتر مهیا شود، بسیار مهم خواهد بود. همچنین تیم شما باید به صورت مداوم با آخرین ترندهای حوزه مدیریت زمان، آشنا باشد. در این زمینه با یک جست و جوی ساده می‌توانید با انواع نرم‌افزارها و وسایل کاربردی در زمینه کاری خود، آشنا شوید. برای مثال Zapier، یک نمونه رایج برای مدیریت کارها محسوب می‌شود. در این زمینه حتی ممکن است متوجه شوید که زمان

آیا محتوای متنی دیگر در دنیای بازاریابی جایی ندارد؟

بازاریابی تردید دارید، نکات مورد بحث در این مقاله برای شما کاربردی خواهد بود.

مشکلات محتوای متنی

محتوای متنی در طول سال‌های اخیر با محبوبیت فراینده فرمت ویدئو و اوج‌گیری دوباره فرمت صوتی در میان کاربران به حاشیه رانده شده است. یکی از دلایل اصلی این امر فرآیند زمانبر مطالعه یک متن در مقایسه با مشاهده تصاویر چشم‌نواز یا ویدئوهای جذاب است. درست به همین دلیل بسیاری از بازاریاب‌ها در عمل دیگر تمایلی برای استفاده از متن ندارند.

یک دهه اخیر به طور کامل تحت تاثیر توسعه گوشی‌های هوشمند قرار داشته است. کاربران این گوشی‌ها به جای اینکه مایل به استفاده از فرمت متن در تعامل با هم باشند، فرمت عکس و ویدئو را ترجیح می‌دهند. توسعه شبکه‌های اجتماعی در این میان به خوبی اهمیت نکته فوق را نشان می‌دهد. امروزه پلتفرم‌های اجتماعی روز به روز به سوی تعامل ویدئویی کاربران با هم پیش می‌روند. در این میان جایگاه مشخصی برای متن به مثابه عاملی مهم در تعامل میان کاربران باقی نخواهد ماند.

رقبای اصلی محتوای متنی

وقتی از رقبای فرمت متن صحبت می‌شود، نیازی به توضیح اضافه نیست. نگاهی به سیر توسعه شبکه‌های اجتماعی و سهم هر فرمت از ترافیک کلی فضای اینترنت این امر را به خوبی نشان خواهد داد. در صدر فهرست رقبای فرمت متنی، باید به ویدئو اشاره کرد. محبوبیت پلتفرمی مانند یوتیوب در طول نزدیک به دو دهه اخیر این امر را به خوبی نشان می‌دهد. درست به همین خاطر شما باید برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف نسبت به این رقیب مهم توجه نشان دهید.

در جایگاه بعدی رقبای متن، مشاهده یادکست‌ها و همچنین تصاویر اهمیت زیادی دارد. یادکست‌ها در طول دو سال اخیر دوباره محبوبیت فراوانی در میان کاربران پیدا کرده‌اند. بنابراین شما باید حواس‌تان به این فرمت مهم نیز باشد. امروزه پلتفرم‌هایی مثل کلاب هاوس و همچنین انواع سرویس‌های انتشار یادکست جذابیت زیادی برای کاربران پیدا کرده است.

آیا فرمت متن هنوز هم مزایایی دارد؟

صحتت از مزایای فرمت متن در شرایط کنونی امر عجیبی به نظر می‌رسد، اما نکته اساسی ماجرا امکان تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های کاربردی است. این امر شما را از نقطه نظر تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف در شرایط بسیار مناسبی قرار خواهد داد. بنابراین

برندهای قابل اعتماد در عرصه B۲B و ویژگی‌های اصلی آنها

می‌شود. در دنیایی که سرعت اطلاعات و درز داده‌های مربوط به کاربران در فضای آنلاین یک بحران تمام نشدنی محسوب می‌شود، اعتماد کاربران بیش از همه به برندهای دارای خط مشی و عملکرد شفاف خواهد بود. درست به همین دلیل بسیاری از برندها در تلاش برای همکاری مداوم با آژانس‌های امنیت سایبری هستند.

اگر شما به دنبال جلب اعتماد بالای مشتریان هستید، باید همیشه تضمین‌های معتبر در زمینه امنیت اطلاعات آنها ارائه کنید، در غیر این صورت شاید خیلی زود اعتماد مشتریان به شما و برندان از بین برود، در این صورت دیگر شانسی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایطتان در بازار نخواهید داشت.

یادتان باشد عملکرد شفاف فقط مربوط به صورت حساب‌های مالی نیست، بلکه شما باید نحوه استفاده از سابقه همکاری مشتریان با برندان را نیز روشن سازید، در غیر این صورت اعتراض شدید مشتریان و ترک برند حتی یک لحظه نیز به شما امان نخواهد داد.

ارتباط منطقی با حوزه تخصصی

هر برندی در دنیای کنونی باید در یک حوزه تخصصی فعالیت داشته

کاری افراد، بیش از حد طولانی است. در واقع براساس آمارها تنها دو ساعت، زمان کار مفید محسوب می‌شود. با رعایت این نکات و استفاده از استراتژی‌هایی نظیر دورکاری، رضایت کارمندان نیز بیشتر خواهد شد و امکان تعادل میان کار و زندگی شخصی، مهیا می‌شود که امروزه به یک چالش جدی تبدیل شده است.

۶- موفقیت را برای خود معنا نمایید

به چه چیزهایی در زندگی خود می‌خواهید دست پیدا کنید؟ در واقع برای بسیاری از افراد، هدف مشخصی ندارند و این امر باعث می‌شود تا در طول روز، اقداماتی را انجام دهند که در اصل، کاربرد لازم را برای آنها ندارد. در این راستا شما باید به خوبی موفقیت را برای خود معنا کنید. در واقع شرکت شما به چه اهدافی برسد از نظر شما در مسیر موفقیت بسزایی را دارد. در این راستا فراموش نکنید که رسیدن به موفقیت، به معنای کار کمرشکن نبوده و فعالیت هوشمند و هدفمند، تنها چیزی است که نیاز خواهید داشت. با این حال تا زمانی که به دیدگاه شخصی خود دست پیدا نکرده باشید، وارد این مرحله نخواهید شد. در این زمینه معنای موفقیت برای شما باید شامل جزئیات مختلفی باشد تا ذهن بتواند به درک درستی از واقعیت‌پذیر بودن آن، دست پیدا کند.

۷- در فروش به فردی خبره تبدیل شوید

در ابتدای شروع کسب و کار، شما بودجه لازم برای استخدام افرادی نظیر مدیر فروش را نخواهید داشت. به همین خاطر لازم است تا در تمامی اقدامات، حضور داشته باشید. در این زمینه فراموش نکنید که مهمترین بخش یک کسب و کار، واحد فروش است. در واقع تمامی تلاش‌ها در راستای این است که محصول خود را به فروش رسانده و کسب درآمد داشته باشید. نکته دیگری که باید به آن توجه نمایید این است که توانایی فروش و مذاکره بالا، در مراحل دیگر نیز کاملاً کاربردی است. برای مثال هنگامی که بخواهید سرمایه‌گذار جذب کنید، این توانایی شما را در موفقیت برد قرار می‌دهد.

در آخر فراموش نکنید که این هفت اصل، تنها موارد حیاتی برای شروع کسب و کار بوده و ابتدا نباید خود را به آنها محدود نمایید. در واقع در بازار حال حاضر که رقابت به بالاترین سطح ممکن رسیده است، رضایت از سطح فعلی، یک اشتباه جبران‌ناپذیر خواهد بود.

منبع: groovehq.com

باید نیم نگاهی به باقیمانده مزایای فرمت متن در دوره کنونی داشته باشید.

مهمترین مزیت فرمت متن اتکای کامل موتورهای جست و جو به آن است. به عبارت ساده‌تر، گوگل هنوز هم براساس کلیدواژه‌های متنی اقدام به نمایش نتایج برای کاربران می‌کند. این امر سطح تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت توسعه داده و امکان جلب نظر کاربران را به همراه دارد.

یکی دیگر از مزایای فرمت متن امکان تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به دلیل دسترسی ساده به آن است. این نکته باید همیشه مدنظر شما برای استفاده از این فرمت مهم قرار داشته باشد. به عنوان مثال، هنوز هم در شبکه‌های اجتماعی نقش کیشن بسیار پررنگ است. با این حساب شما باید برای بازاریابی مناسب هنوز هم از فرمت متن سود ببرید.

بدون تردید فرمت متن دیگر مثل گذشته سلطه بی‌رقیبی بر دنیای بازاریابی ندارد. با این حال این امر به معنای بی‌توجهی گسترده به این فرمت نیست. بنابراین شما باید در عین توجه به فرمت‌های دیگر، متن را نیز در کانون بازاریابی‌تان قرار دهید.

منبع: entrepreneur.com

باشد. این امر در صورت تمایل شما برای توسعه دامنه فعالیت برند، باید به طور مرتبط با ماهیت اصلی برند صورت گیرد، در غیر این صورت بی‌اعتمادی گسترده مشتریان را به همراه خواهد داشت. بدون شک مشتریان به برندهایی که همیشه در همه عرصه‌ها حضور دارند، اعتماد نخواهند داشت. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. بسیاری از برندها در این میان توجهی به نحوه توسعه کسب و کارشان ندارند. همین امر نیز مشکلات زیادی برای آنها به همراه خواهد داشت. اگر شما به دنبال عملکردی متفاوت در حوزه کسب و کار هستید، باید از همان ابتدای امر فعالیت‌تان را به طور منطقی دنبال کنید، در غیر این صورت خیلی زود با اعتراض مشتریان رو به رو خواهید شد. در این میان اعتماد کاربران و مشتریان نیز چه در فضای آنلاین و چه در فضای آفلاین از برندان گرفته می‌شود. همین امر در طول سال‌های اخیر برای بسیاری از برندها دردسرساز شده است. بنابراین شما باید همیشه حواس‌تان به این حوزه مهم باشد. به عبارت ساده‌تر، شاخه‌های مختلف فعالیت برند شما باید دست‌کم ارتباطی منطقی با هم داشته باشد.

منبع: linkedin.com

تکنیک‌هایی برای افزایش فالوورها از نقطه صفرآ

پیدا کردن اولین فالوورهای برند در اینستاگرام



<div><div></div></div>	

نویسنده: علی آل علی

همه کارها اولش حساسی سخت است. روز اول مدرسه، اولین جلسه باشگاه، نخستین کلاس زبان و حتی پیدا کردن اولین فالوورها برای برند. خیلی از کارآفرینان خیال می‌کنند در بازار فقط خودشان حضور دارند. نتیجه کار هم کمپین‌های بازاریابی از سر شکم‌سیری همراه با چاشنی اعتماد به نفس بی‌نهایت بالا می‌شود. بی‌شک پیش‌بینی شکست چنین برندهایی در همان گام‌های ابتدایی نیاز به تحلیل‌های عجیب ندارد، چراکه کاربران آنقدر گزینه‌های مختلف دم دست دارند که گاهی اوقات حتی یک فرصت خشک و خالی هم به برندها ندهند.

وقتی صحبت از بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌شود، اول از همه اسم اینستاگرام به ذهن آدم خواهد رسید. به هر حال اینجا پای پلتفرمی با صدها میلیون کاربر فعال در چهار گوشه دنیا در میان است که اتفاقاً روی محتوای مورد علاقه کاربران هم دست گذاشته است؛ محتوای بصری!

از قدیم گفته‌اند یک عکس گاهی اوقات اندازه هزاران کلمه معنا در خودش جای می‌دهد. شاید چنین توصیفی خیلی اغراق‌آمیز باشد، اما دست‌کم درباره اینستاگرام کاملاً درست از آب درآمده است. شما را نمی‌دانم، ولی من که با خیال راحت ساعت‌ها در اینستاگرام می‌گردم اما وقتی پای مطالعه حتی یک منظر کتاب وسط باشد، در لحظه خولم می‌گیرد. این ماجرا در دنیای بازاریابی هم تکرار می‌شود. کاربران همیشه مشاهده ویدئو یا عکس‌های جذاب را به مطالعه متن‌های هرچند کوتاه ترجیح می‌دهند. اگر شما دوست دارید همیشه برندی با کمپین‌های بازاریابی برنده باشید، باید از همین امروز سساز و کار فعالیت‌تان را تغییر دهید. وگرنه حتی یک پتی هم گیرتان نخواهد آمد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم جذب هزاران فالوور اول در اینستاگرام سخت‌تر از چند میلیون فالوور بعدی است، چراکه شما در ابتدای راه هستید و کاربران زیادی سراغ‌تان را نمی‌گیرند. پس اگر توانایی پیدا کردن هزاران فالوور اول را داشته باشید، احتمالاً در ادامه مسیر هم کارتان خیلی به مشکل نخواهد خورد. البته در این میان استفاده از تکنیک‌های دست اول هم مهم است. وگرنه شما حال و روز سرمربی فوتبالی را خواهید داشت که با طناب بوسیده تانکنیک‌های قدیمی تیمش به لیگ پایین‌تر سقوط کرده است. ما

در ادامه برای اینکه شما در لیگ قهرمانان کسب و کارها به سطح پایین‌تر سقوط نکرده و جزو مدعیان قهرمانی باشید، سراغ چندتا تکنیک درجه یک برای جذب هزار فالوور ابتدایی در اینستاگرام خواهیم رفت. اگر شما هم دوست دارید دستمی به سر و گوش اکانت‌تان در اینستاگرام بکشید، تا انتها با ما همراه شوید.

معمای هزار فالوور ابتدایی در اینستاگرام

اینستاگرام فقط پلتفرمی برای تعامل نزدیک‌تر کاربران در سراسر دنیا نیست. این روزها برندها هم حساسی از این شبکه اجتماعی سود می‌برند. البته در این بین مثل هر بازی دیگری یک طرف بازنده هم وجود دارد. کارآفرینانی که به اندازه کافی با اینستاگرام و سلیقه کاربران آشنا نیستند، حتی با بودجه‌های چند میلیون دلاری هم کاری از پیش نمی‌برند؛ به همین سادگی.

ما در ادامه سعی می‌کنیم با تکنیک‌هایی ساده و صدالبته ارزان شما را وارد دنیای حیرت‌انگیز اینستاگرام مارکتینگ کنیم. هرچه باشد در عرصه بازاریابی پول همه معادلات را تنظیم نمی‌کند؛ دست کم ما در روزنامه فرصت امروز این‌طوری فکر می‌کنیم. پس در ادامه با ما همراه باشید تا انقلابی در اینستاگرام مارکتینگ برندگان صورت دهید؛ آن هم بدون هیچ هزینه اضافی!

ایجاد حساب تجاری: شروع پر قدرت کار

بازاریابی در اینستاگرام یا حتی فعالیت به عنوان یک برند کار ساده‌ای نیست. دقیقاً به همین خاطر شما باید کارتان را با برنامه‌ای دقیق شروع کنید. ما در روزنامه فرصت امروز اولین فرمول‌مان برای برندها ایجاد حساب تجاری در اینستاگرام است. شاید فکر کنید چنین کاری فقط برای کلاسش است، اما مزایای دیگری هم دارد. وقتی اکانت شما تجاری است، به سادگی آب خوردن گزارش‌های دقیق یا اطلاعات کاربردی درباره فعالیت‌تان خواهید داشت. آن هم از خود اینستاگرام.

تنها کاری که شما برای داشتن یک حساب کاربری تجاری باید انجام دهید، ثبت نام در اینستاگرام با یک نام کاربری مشابه اسم برندان است. بعد هم باید از بخش تنظیمات، گزینه «تعمیر به اکانت تجاری» را انتخاب کنید. باور کنید یا نه، به همین سادگی صاحب اکانت تجاری در اینستاگرام خواهید شد. آن وقت هر پست‌تان با کلی اطلاعات دقیق از طرف اینستاگرام ترکیب می‌شود. فکر می‌کنم شما هم قبول دارید که بازاریابی و تولید محتوا با اطلاعات دست اول کار بی‌نهایت راحت‌تری به نظر می‌رسد، مگر نه؟

طراحی تقویم محتوا: نظم حرف اول و آخر را

می‌زند!

کلبوس برندها در اینستاگرام بارگذاری محتوا بدون هیچ نظم مشخصی است. اینکه شما هر چند روز یک بار و هر ساعتی که دل‌تان می‌خواهد تولید محتوا داشته باشید، نه تنها کاربران بلکه تک تک اعضای تیم بازاریابی را هم کلافه خواهد کرد. چنین اتفاقی دقیقاً مثل آن است که یک گروه تئاتر به جای اجرای هر شب سر ساعت ۸ شب، یک بار ۱۰ شب، بار دیگر ۵ عصر و گاهی هم ۷ صبح روی صحنه بروند؛ همین قدر عجیب و باورنکردنی.

اگر شما هم در دنیای بازاریابی از بی‌برنامگی محض رنج می‌برید سیستم کار در تقویم محتوا تعیین زمان‌های مناسب برای برای‌تان طراحی تقویم محتواست. احتمالاً چندباری تا به حال اسم تقویم محتوا به گوش‌تان خورده است. قبول دارم آنقدر درباره تقویم محتوا یک غول بی‌شاخ و دم نیست. در عوض چارچوبی برای بارگذاری سر وقت محتوا در اینستاگرام به شما می‌دهد. ایسن مفهوم حرف زده‌اند که دیگر کمتر کسی باورش می‌کند، اما چه هستیید؟ همین حالا دست به کار شده و تقویم‌تان را طراحی بارگذاری قیل است. اینطوری شما سر وقت محتوای‌تان را آماده کرده‌اید و فقط باید آن را بارگذاری کنید. بی‌شک چنین فرآیندی هم استرس کمتری به شما وارد می‌کند، هم درسرهای مربوط به تاجیرهای طولانی در بارگذاری پست جدید را ندارد. پس منتظر چه هستیید؟ همین حالا دست به کار شده و تقویم‌تان را طراحی کنید. در این بین هم لازم نیست مثل کارمدستی‌های قدیمی از انواع متوا همراه با چسب استفاده کنید، بلکه تقویم گوگل (Google Calander) حساسی کارتان را ساده کرده است. کافی است آب آن را روی گوشی‌تان نصب کرده یا وارد سایتش شوید. از آنجا به بعد با محیط کاربری ساده گوگل کلندر همه برنامه‌ریزی‌ها مثل آب خوردن انجام خواهد شد. به همین سادگی.

همکاری با بقیه برندها: گامی بلند به سمت جذب فالوور خواننده‌های را در نظر بگیرید که بعد از کلی کلاس آموزشی و سال‌ها تمرین بالاخره اولین البومش را بیرون داده است. احتمالاً خواننده قسه ما انتظارات دور و درازی برای موفقیت البومش دارد، اما عدم استقبال مردم از این البوم در یک چشم به هم زدن تمام معادلات را به هم می‌ریزد. ما اصلاً دوست نداریم منفی‌بافی را اول ما برندهای مثل گوچی یا زارا همکاری داشته باشید. فرض کنید سریع نمونه‌هایی یک پله بالاتر از خودتان بروید. اینطوری هم کلی جواب نه به پیشنهاد همکاری‌تان جلوی شما ردیف نمی‌شود، هم اینکه کاربران کم کم به شما عادت خواهند کرد. یادتان باشد وقتی شما با برندهای بزرگ‌تر از خودتان همکاری دارید، باید از تک تک لحظات نهایت استفاده را ببرید و منظور ما تلاش برای یادگیری از این برندها و همین طور آشنایی با سلیقه مشتریان است. فرض کنید چنین همکاری بیشتر شبیه یک کلاس درس با کلی نکته آموزشی است. اینطوری خیلی راحت‌تر چم و خم کار دست‌تان می‌آید. اگر از ما می‌شنوید، در همکاری با برندهای بزرگ خیلی زیادوری نکنید. به علاوه، با یکی دو بار همکاری قرار نیست شما همه فن حریف شوید. پس گام‌های‌تان را آهسته بردارید و دور غرور بیجا را خط بکشید.

استفاده از فرمت محتوای درست: ویدئوی کوتاه و دیگر هیچ
تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی مثل ساخت فیلم برای مخاطب هدف است. وقتی یک فیلم‌ساز دنبال اثری تازه می‌رود، باید همیشه چهار جسمی علاقه مخاطبش را مد نظر قرار دهد. وگرنه خیلی زود با کلی طبلکار تنها می‌ماند، بدون اینکه حتی یک بلیت هم در گیشه فروخته باشد. انتخاب فرمت درست برای تولید محتوا در اینستاگرام ربطی به بودجه برندها ندارد. به زبان خودمانی چه شما میلیون‌ها دلار پول داشته باشید چه بودجه‌تان نزدیک صفر باشد، بازهم انتخاب فرمت برای‌تان یک فرمول واحد دارد. شما باید به سلیقه مخاطب هدف در این میان توجه کنید. هرچه باشد دنیای

کسب و کار بدون مشتریان حتی یک لحظه هم دوام نمی‌آورد. پس چرا هنگام تصمیم‌گیری‌های مهم آنها را مد نظر قرار ندهیم؟ ما در روزنامه فرصت امروز همیشه وضعیت شبکه‌های اجتماعی را زیر ذره بین داریم. از وقتی تیک تاک به عنوان یک پلتفرم دوست داشتنی وارد عرصه کسب و کار شد، خیلی از معادلات به هم خورده است. پیشش از آن تقریباً ویدئوهای طولانی در کنار عکس‌های مختلف طرفدارهای زیادی داشت. با این حال از زمان توسعه تیک تاک ویدئوهای کوتاه طرفدارهای زیادی پیدا کرده است. معنای این امر برای شما ضرورت جهت‌گیری به سوی استفاده از فرمت ویدئو با چاشنیی زمان اندک برای هر کدام از پست‌هاست. اینطوری شما به خواسته مخاطب‌تان احترام گذاشته و به سرعت خودتان را در دل‌شان جا می‌کنید.

همانطور که مسابقات فرمول یک در طول دهه‌ها تحول پیدا کرده است، دنیای بازاریابی در اینستاگرام هم سال به سال عوض می‌شود. اگر انتظار دارید ترندها یا تکنیک‌های امروز تا ۱۰ سال آینده به کارتان بیاید، باید حساسی شما را ناامید کنیم، چراکه در دنیای بازاریابی اصلاً از این خبرها نیست. پس لطفاً خیلی زود به ویدئوهای کوتاه عادت نکنید و همیشه جایی برای آشنایی با فرمت‌های بهتر باقی بگذارید. وگرنه تازه بعد از اینکه همه رقبا از یک فرمت برتر استفاده کردند، شما از آن باخبر خواهید شد؛ همینقدر باورنکردنی!

پروموت کردن اکانت برند: نیمی از مسیر موفقیت با تبلیغات

کوهنوردی را در نظر بگیرید که برای صعود به اورست تک و تنها به راه افتاده است. چنین آدمی حتی اگر بهترین تجهیزات دنیا با چاشنی سال‌ها تجربه کوهنوردی یا هم داشته باشد، بازهم هیچ تضمینی برای موفقیتش در چنین سفر خطرناکی نخواهد بود. هرچه جابه‌اشد در صعودهای دسته‌جمعی وقتی اتفاقی برای آدم می‌افتد، همیشه خیلش بابت حضور دیگران یا یک کمک‌شان راحت است. با این حال وقتی پای کوهنوردی یا حتی سفر به تنهایی وسط باشد، هیچ وقت نکته‌اطمینان‌بخشی در کار نخواهد بود.

ماجری‌ا بالا با همه بار دارماتیکی که دارد، در دنیای بازاریابی هم مصداق پیدا می‌کند. وقتی برنده شما در این فضا بدون پروموت کردن محتوا یا حتی هويت خودش دستت به تولید محتوا می‌زند، در صورت سقوط از قله حتی یک نفر هم متوجه نخواهد شد. خبر اوضاع بازار که همیشه به کام شما نیست. به همین خاطر توصیه ما در روزنامه فرصت امروز پروموت کردن برندان در اینستاگرام برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان است. اینطوری هر اتفاق کوچکی برای‌تان روی دهد، همه کاربران باخبر شده و حتی ابراز نگرانی خواهند کرد. خوب مگر یک کارآفرین به غیر از فالوورهایی که نگران برندش هستند، چه انتظار دیگری از بازاریابی در اینستاگرام دارد؟ کارآفرینان و تیم‌های بازاریابی برای پروموت کردن اکانت یا محتوای‌شان گزینه‌های بی‌نهایت زیادی پیش‌رو دارند. ساده‌ترین راهکار در این میان پرداخت هزینه‌های مشخص به اینستاگرام برای نمایش محتوای برندان در بخش اسپانسر است. اینطوری کاربرانی که به حوزه فعالیت شما علاقه دارند، پیشش از هر زمان دیگری محتوای برندان را مشاهده خواهند کرد. اگر کیفیت محتوای شما در این میان عالی باشد، کم کم کاربران به فکر فالو کردن برندان می‌افتند. همان طور که می‌بینید، جریان کار در این میان بی‌نهایت ساده است. پس منتظر چه هستیید؟ همین حالا دست به کار شوید و بخشی از بودجه بازاریابی برندان را به پروموت کردن محتوا در اینستاگرام اختصاص دهید.

راه حل دیگر برای پروموت کردن محتوا در اینستاگرام استفاده از شهرت اینفلوئنسرها یا موسسه‌های مرتبط است. در اینجا هم شما با پرداخت مقدار مشخصی هزینه به طرف مقابل کارتان را پیش خواهید برد. تا یادمان نرفته بگوییم در صورت استفاده از این گزینه باید شش دانگ حواس‌تان جمع انتخاب افراد مناسب باشد. منظور ما از تباط نسبی حوزه فعالیت فرد مورد نظر با هويت برندان است. وگرنه مثل آن استس که یک تیم فوتبال برای جلب طرفدارهای بیشتر با یک راک استار همکاری کند؛ همین‌قدر بی‌معنا.

تعامل با کاربران: معجزه لایک و کامنت

اینستاگرام ویتربین برندها نیست. اگر شما انتظار دارید کاربران در این فضا فقط شنونده فعالیت‌های شما باشند، کل مسیر را اشتباهه ادامه‌دید، چراکه در اینجا خبری از کارهای این‌شکلی نیست. در عوض شما باید اینستاگرام را یک جاده دوطرفه در نظر بگیرید. بدین صورت که هر انتظاری که از کاربران دارید، باید خودتان هم تقریباً همان کار را در رابطه با آنها انجام دهید. وگرنه خبری از

موفقیت یا جلب فالوورهای چند هزارتایی نخواهد بود.

اگر از شما بپرسیم چطور در همان ملاقات اول روی دیگران اثر می‌گذارید، چه جوابی خواهید داشت؟ احتمالاً خیلی‌ها استفاده از شوخی یا حتی مکالمه‌های دوستانه را توصیه می‌کنند، اما ما در روزنامه فرصت امروز راهکار کاملاً متفاوتی داریم. راهکار ما در این میان گوش دادن به مخاطب هدف است؛ بلکه درست شنیدید، گوش دادن به مخاطب هدف!

وقتی کسی بدون وقفه شروع به صحبت با دیگران می‌کند، خیلی زود حوصله همه مردم سر می‌رود. باور کنید یا نه، این روزها دیگر کسی حوصله گوش دادن به سخنرانی یا حتی صحبت‌های کوتاه دیگران را ندارد. در عوض بازار گفت‌وگوهای چند نفره حساسی داغ است. فکر می‌کنم تا اینجاى کار به خوبی متوجه اهمیت گفت‌وگو با کاربران در اینستاگرام شده باشید، مگر نه؟

فعالیت در اینستاگرام وقتی ذهنیت بازاریاب‌ها مربوط به دوران روم باستان باشد، حتی از سفر به کره ماه هم سخت‌تر خواهد بود. به همین خاطر ما در این بخش از شما انتظار تعامل همراه با گفت‌وگو با کاربران را داریم. قبول دارم این کار برای آنهایی که یک عمر شیوه دیگری داشته‌اند، اصلاً ساده نیست. با این حال هر کاری فقط اولش سخت خواهد بود. کافی است به تجربه کودکی‌تان از دوچرخه‌سواری دقت کنید تا اهمیت این نکته را درک نمایید. برخلاف جنگجویهای افسانه‌ای که با گرز و شمشیر دنبال کسب موفقیت هستند، شما در تعامل با کاربران ابزارهای متفاوتی دارید. ابزارهای شما لایک و کامنت است؛ البته نه برای محتوای خودتان، بلکه محتوای کاربران. اگر شما وقت اضافه در طول روز دارید، بد نیست سری به اکانت فالوورها یا کسانی که با هشتگ برندان پست گذاشته‌اند، بزنید. اینطوری هم از حال و هوای کاربران مطلع می‌شوید، هم اینکه فرصتی عالی برای میکچوب کردن‌شان خواهید داشت. آن هم فقط با چندتا لایک و کامنت ساده؛ گاهی اوقات برندها برای تاثیرگذاری بر روی کاربران در اینستاگرام و تبدیل‌شان به فالوورهای همیشگی نیازی به کارهای سخت ندارند. در عوض باید دنبال راهکارهای ساده باشید. گوش دادن به کاربران با چاشنی لایک و کامنت دقیقاً همان تکه گمشده پازل بازاریابی‌تان در اینستاگرام است. این تکه به شما برای افزایش فالوورها و کسب هزارتای اول کمک خواهد کرد.

خداحافظی با فالوورهای فیک: کلک زدن ممنوع!
خرید فالوور در کنار خرید لایک یکی از دو کار ممنوعه‌ای است که خیلی از بازاریاب‌ها توانایی ایستادگی برابر آن را ندارند. اینکه اکانت شما در عرض چند روز حساسی برطرف‌دار شود، فکر بدی است که کمتر کسی بی‌خیال از کنارش خواهد گذشت. نکته مهم در این میان ماهیت تقلبی چنین فالوورهایی است. خوب اگر کسی را سراغ دارید که واقعا باور دارد این فالوورها واقعی‌اند، ما را هم بی‌خبر نگذارید. فرمول ما در این بخش برای شما بیشتر از اینکه مربوط به انجام دادن یک کار خاص باشد، برهیز از یک اقدام مهم را به همراه دارد. همانطور که هیچ کس در کنکور با تقلب رتبه برتر نمی‌شود، شما هم با تقلب در اینستاگرام هیچ وقت آخر و عاقبت خوشی نخواهید داشت. پس یک بار برای همیشه دور فالوورهای فیک را خط بکشید. وگرنه اوضاع‌تان خیلی زود به هم می‌ریزد.

سخن پائنی

پیدا کردن اولین فالوورهای برند اصلاً کار ساده‌ای نیست. خیلی از کارآفرینان و بازاریاب‌های حرفه‌ای در این مسیر بارها و بارها شکست می‌خورند تا بالاخره همای سعادت روی شاه‌شان جا خوش کنند. ما در این مقاله برای اینکه مسیر شما ساده‌تر از این شود، چند تا از بهترین تکنیک‌های بازاریابی و تولید محتوا را زیر ذره بین بردیم. خبر خوش اینکه الان لازم نیست نگران شکست‌هایی مشابه رقیبای‌تان در مسیر شهرت اینستاگرامی باشید. با این حال بخش سخت ماجرا به پشتکار خودتان بستگی دارد. اگر خیلی منظم و مرتب از تکنیک‌های این مقاله استفاده کنید، بی‌روبرو برگشت انقلابی در وضعیت اکانت اینستاگرامی‌تان روی می‌دهد. پس منتظر چه هستیید؟ همین حالا دست به کار شوید.

منابع:

https://blog.hubspot.com/marketing/gain-instagram-followers
https://sproutsocial.com/insights/how-to-get-followers-on-instagram
https://buffer.com/library/instagram-growth