

## سر مقاله

**قانون بانکداری در سال‌های دور**
**علی نظافتیان**
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

کمیسیون اقتصادی مجلس در بهمن‌ماه ۱۴۰۲، گزارش یک شوری «طرح جدید بانکداری» را به مجلس شورای اسلامی ارائه داده است، اما شاید چندان باورپذیر نباشد که اولین قانون بانکداری ایران در ۴۸ ماده در تیرماه ۱۳۳۴ توسط کمیسیون‌های مشترک مجلسین تصویب شده باشد. این قانون، نهاد بانک را چنین تعریف کرده است: «بانک مؤسسه‌ای است که به صورت شرکت سهامی مطابق قانون تجارت تشکیل شده و براساس مواد این قانون به عملیات بانکی اشتغال ورزد.» در این قانون همچنین در شرح وظایف و عملیات یک مؤسسه پولی و مالی به نام بانک گفته شده است: «بانک‌ها علاوه بر قبول سپرده و افتتاح حساب جاری و اعطای اعتبار می‌توانند طبق اساسنامه خود در حدود مقررات این قانون، یک یا چند رشته از عملیات ذیل را انجام دهند: معاملات مربوط به بروات و سفته، عملیات مربوط به سهام و اسناد و برگ‌های بهادار دیگر، نقل و انتقال وجوه در داخله، معاملات ارزی، معاملات فلزات گرانبها (با رعایت قوانین مربوطه)، تضمین و صدور ضمانت‌نامه، اجاره صندوق امانات و هر نوع معاملات مجاز دیگر که مغایر با عرف معاملات بانکی نبوده و هیأت نظارت بر بانک‌ها ممنوع نکرده باشد.»

ادامه در همین صفحه

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

قیمت مسکن در سنار بوی خوش بینانه و بدبینانه به چه رقمی می‌رسد؟

## ۵ پیش‌بینی درباره بازار مسکن



# جغرافیای استانی تورم خوراکی

فرصت امروز: نگاهی به تورم ماهانه اقلام خوراکی در سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که استان آذربایجان غربی بیشترین و استان چهارمحال و بختیاری کمترین تورم خوراکی را در سال گذشته داشته‌اند. تورم به تغییرات مستمر در سطح عمومی قیمت یک سبد متنوع از کالا و خدمات گفته می‌شود که از دو کانال «مواد خوراکی» و «مواد غیر خوراکی» به افزایش سطح عمومی قیمت‌ها در اقتصاد می‌انجامد. البته افزایش سطح عمومی قیمت‌ها باید به صورت مستمر باشد و در گروه مختلفی از کالاها و خدمات صورت بگیرد تا به عنوان تورم شناخته شود. حال بررسی داده‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که در سال گذشته، جغرافیای استانی تورم خوراکی در بازه منفی ۱۶ درصد تا ۶.۲ درصد نوسان داشته است؛ به طوری که آذربایجان غربی در سال ۱۴۰۲ بیشترین و چهارمحال و بختیاری کمترین سطح تورم ماهانه اقلام خوراکی را در بین استان‌های کشور به ثبت رسانده‌اند. آذربایجان غربی در حالی بالاترین تورم ماهانه اقلام خوراکی در سال گذشته را از آن خود کرد که اصفهان سه بار و کهگیلویه و بویراحمد نیز دو بار عنوان بیشترین نرخ تورم ماهانه خوراکی‌ها را کسب کردند. همچنین استان‌های ایلام، اردبیل، هرمزگان، لرستان، خراسان جنوبی، مازندران، گیلان، البرز و زنجان از دیگر استان‌هایی بوده‌اند که در سال گذشته یکبار بیشترین سطح تورم ماهانه اقلام خوراکی را از آن خود کردند. همچنین در سمت مقابل، پس از استان چهارمحال و بختیاری که کمترین تورم ماهانه...

۲

مصوبه افزایش دستمزد ۱۴۰۳ ابطال می‌شود؟

### شوک جدید به سفره خانوار

۳

### مدیریت و کسب‌وکار

### مهارت‌های فروشنده‌گی در عصر دیجیتال

فروش یکی از مهمترین اهداف هر برندی در بازار و در عین حال معیاری کلیدی برای سنجش تلاش‌های هر کسب و کار محسوب می‌شود.
خب هر برندی در بازار به دنبال کسب سود است و این هدف از گذرگاه فروش خوب می‌گذرد. اگر دقت کرده باشید، حتی بهترین مدیرهای دنیا هم اگر نتوانند تیم‌شان را به سوی فروش بیشتر هدایت کنند، خیلی راحت از کار بیکار خواهند شد. هرچه باشد در دنیای کسب و کار کسی با من و شما شوخی ندارد! ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که هر روز بخش‌های بیشتری از آن دیجیتالی می‌شود. شاید به همین خاطر کنار آمدن با یک دنیای دیجیتالی در این شرایط امری ضروری باشد. متأسفانه فروشنده‌ها چندان میانه خوبی با این امر ندارند؛ چراکه هنوز خیلی از فروشنده‌ها در سراسر دنیا دودستی به تکنیک‌های قدیمی‌شان چسبیده‌اند. قبول دارم تغییر برای هر کسی سخت است، اما گاهی اوقات باید بین تغییر یا نابودی...

۸

### قانون بانکداری در سال‌های دور

حتی‌المقدور از کوتاه‌ترین عبارت، بیشترین مفاهیم قابل‌درک و استنباط باشد. قانون‌نویسی با انشائونویسی و تکرار مکررات از اساس متفاوت است. قانون طولانی، حوصله‌خواننده و مخاطب را سر خواهد برد و رشته متمرکز فکر و اندیشه را پاره خواهد کرد. اکنون بیش از ۶۰ سال از تصویب قانون بانکداری گذشته است و بعد از تدوین این قانون، قوانین بانکی دیگری نیز تصویب و اجرا شده است. از جمله این قوانین و مهمترین آنها، قانون پولی و بانکی کشور (مصوب سال ۱۳۵۱) است؛ قانونی کارا و کارشناسانه که هم‌اکنون نیز در حال اجراست. در سال گذشته نیز قانون جدید بانک مرکزی پس از مباحث فراوان در شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام به تصویب نهایی رسید. اما در کمال شگفتی با وجود آنکه مجلس در بند ۱۰ ماده ۴ قانون جدید بانک مرکزی، تهیه طرح‌ها و لوایح بانکی را برعهده بانک مرکزی گذاشته است؛ کمیسیون اقتصادی مجلس در دهم بهمن‌ماه سال گذشته، گزارش یک شوری «طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران» را تقدیم مجلس شورای اسلامی کرده است. طرح جدید بانکداری که مجموعاً در ۳۷ ماده و بسیار طولانی تنظیم شده است، اما چندان اثری از رعایت نقطه‌نظرات شبکه بانکی کشور در آن به چشم نمی‌خورد.

اکنون بیش از چهار دهه است که مبنای قانون عملیات بانکی بدون ربا در بانک مرکزی و شبکه بانکی کشور نه‌آدینه شده و سیستم آ‌ی تی، سیستم حسابداری، کل، مدیرکل بانک ملی ایران، رئیس اتاق بازرگانی و یک نفر نماینده منتخب از طرف بانک‌های غیردولتی که به هیچ یک از آنها بستگی نداشته و ذی‌نفع نباشد.» نکته جالب در مورد هیأت نظارت بانک مرکزی، تعیین یک مرجع قانونی برای اعتراض به تصمیمات هیأت نظارت است. در ماده ۲۸ قانون مورد اشاره آمده است: «بانک‌ها می‌توانند از تصمیمات هیأت نظارت بر بانک‌ها در موارد ذیل در ظرف یک ماه از تاریخ ابلاغ به هیأت وزیران، اعتراض به عمل آورند:

الف – رد تقاضای تأسیس بانک.

ب – تصمیم هیأت نظارت بر بانک‌ها به تعطیل بانک یا شعبه نمایندگی آن.

ج – تصمیم هیأت نظارت بر بانک‌ها به منع قسمتی از عملیات بانکی و معاملات.

اعتراض بانک‌ها به تصمیم هیأت نظارت از طرف هیأت وزیران به هیأت نظارت ارجاع می‌شود و هیأت مزبور، دلایل خود را ظرف دو هفته گزارش می‌دهد. رونوشت این گزارش برای بانک معترض ارسال خواهد شد تا بانک مزبور در ظرف ۱۰ روز پس از وصول، جواب آن را بدهد. سپس هیأت وزیران، تصمیم لازم اتخاذ می‌نماید.»

به هر حال، اگر با دیدگاهی منصفانه به قانون ۶۰ساله

بانکداری نگاه کنیم، به‌خوبی می‌توان دریافت که در آن سال‌های دور، قوانین و مقررات بانکی چگونه کارشناسی می‌شدند و به نحوی ماهرانه چنان تنظیم شده‌اند که اعتبارات اسنادی، تسهیلات ارزی و ... بوده که تسهیلات مزایجه، بدهکاران بابت اعتبارات اسنادی و تسهیلات ارزی با درآمدی به ترتیب ۱۳۳۶، ۵۳۶ و ۳۰۲ میلیارد تومان برای بانک به دست آمده است. بانک پاسارگاد از کارمزد نیز درآمدی معادل ۳۹۰ میلیارد تومان کسب کرده و درآمد اوراق بدهی بانک پاسارگاد هم ۶۲ میلیارد تومان بوده است.

براساس این گزارش، بانک پاسارگاد همچنین در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود، اقدامات گسترده این بانک از انجمن اتیسم، ایران است. بانک پاسارگاد با درک عمیق نیازهای جامعه اتیسم کشور، زیربنایی ارزشمندی در راستای بهبود وضعیت فرزندان طیف اتیسم کشور انجام داده است. اتیسم یک اختلال عصب-رشدی است و بخش‌های مختلف مغز در افراد دارای اتیسم در همکاری با یکدیگر دچار مشکل می‌شوند. این اختلال در سه سال اول زندگی بروز می‌کند و مادام‌العمر است. شاخصه اصلی اختلال اتیسم، نقص در ارتباط و تعاملات اجتماعی و بروز رفتارهای کلیشه‌ای و خزانه رفتاری، حرکتی و... است. اتیسم بر روی درک افراد از دنیا و تعاملات‌شان با دیگران اثر می‌گذارد. افراد دارای اتیسم، دنیا را متفاوت‌تر از بقیه می‌بینند، می‌شنوند و حس می‌کنند. اتیسم بیماری نیست و درمان دارویی قطعی نیز ندارد، اما با توان‌بخشی، فرد دارای اتیسم می‌تواند مهارت کسب کرده و زندگی مستقلی داشته باشد و همچنین تیوغ

اصول حاکم بر آنها و قراردادهای بانکی برمبنای اصول و مبانی قانون مورد اشاره (قانون عملیات بانکی بدون ربا) تنظیم و فرآیندسازی شده است؛ اصولی که از نظر عدم مغایرت با موازین شرعی، حتی در زمان حیات بنیان‌گذار فقید جمهوری اسلامی نیز مورد ایراد شرعی ایشان قرار نگرفته است، اما بررسی‌های کارشناسی انجام‌شده در مورد طرح جدید بانکداری نشان می‌دهد که طرح ۲۷ماده‌ای مورد بحث، اشکالات ساختاری بسیاری دارد. این طرح علاوه بر حجیم و طولانی بودن هر کدام از مواد آن و برخلاف قانون پولی و بانکی کشور، از نظر متن و نوشتار همچون دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های بانکی بسیار طولانی و خسته‌کننده تنظیم شده و آشفتگی و بی‌نظمی و پراکندگی و عدم ارتباط منطقی بین موضوعات مطرح شده به‌شدت به اصل طرح آسیب رسانده است. افزون بر آن، با ملاحظه و مطالعه طرح جدید بانکداری و مقایسه آن با قانون عملیات بانکی بدون ربا به‌خوبی می‌توان بی برد که طرح جدید بانکداری از نظر موازین و اصول حاکم بر عملیات بانکی بدون ربا اساساً فاقد موضوعات جدید است. در واقع، تغییرات در این قانون تنها در همین حد است که نام تسهیلات مشارکتی به تأمین مالی مشارکتی تغییر پیدا کرده و همچنین یک موضوع مهجور و دور از ذهن فقهی که البته مورد اختلاف فقهی است و در عین حال کاملاً ناشناخته به نام «حبس توقف پول» در آن مطرح شده است. این راهکار هم نمی‌تواند راه‌حلی مؤثر برای صدها

نگاهی به فعالیت ماهانه بانک پاسارگاد نشان می‌دهد

**عملکرد قابل توجه «وپاسار» در اسفندماه ۱۴۰۲**

خاصی را از خود نشان دهد. بعضی از افراد دارای اتیسم، مشکلاتی از جمله کم‌توانی ذهنی، اختلال یکپارچگی حسی، اختلال بیش‌فعالی و نقص توجه، صرع و مشکلات گوارشی دارند و این بدان معناست که این افراد، نیازمند سطوح حمایتی مختلفی هستند.

بر همین اساس، درمان اتیسم و یا کنترل آن، علاوه بر هزینه‌های فراوان، مشکلات زیادی را برای خانواده‌ها ایجاد و آنها را نیازمند به حمایت و همراهی از سوی سازمان‌ها و نهادهای کرده است. بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود در این راستا، اقدامات ارزشمندی را برای کاهش دردها و آلام این گروه از افراد جامعه انجام داده است؛ اقداماتی که بی‌شک برای سامان دادن وضعیت این افراد و ایجاد زمینه برای رسیدگی بهتر از آنها می‌تواند بسیار مؤثر باشد. نقش آفرینی بانک پاسارگاد در توانمندسازی و افزایش ظرفیت شبکه‌ای انجمن اتیسم ایران از اواخر سال ۱۳۹۷ آغاز شده است و همچنان ادامه دارد. بانک پاسارگاد در راستای کمک به جامعه اتیسم کشور همچنین طرح‌های مشترک مختلفی را با انجمن اتیسم ایران انجام داده است که از آن جمله می‌توان به مواردی مانند: طرح آگاهی‌بخشی، مرکز مشاوره تلفنی (HELP LINE)، چکاپ، بهبود فرآیندی و سیستمی انجمن، سامانه رجیستری و پذیرش آنلاین، طرح چکاپ اتیسم، صدور کارت رجیستری و کیف پول الکترونیک، پیورش مری، مهارت‌آموزی بزرگسالان، کمک هزینه توانبخشی و آموزش، کمک هزینه دارو، توسعه شبکه شعبه‌ها و نمایندگی‌های انجمن، پرداخت هزینه‌های

مشکل بانکی باشد و مثلاً مشکلات فقهی و حقوقی معاملات مبتنی بر رمزارزها یا پول‌های الکترونیکی را حل نماید.

اگر به صورت منصفانه، متن قانون بانک مرکزی و طرح جدید بانکداری را با متن قانون بانکداری (مصوب سال ۱۳۳۴) و قانون پولی و بانکی کشور (مصوب سال ۱۳۵۱) مقایسه کنیم، مشخص می‌شود که متون قدیمی سابق بسیار مختصر تنظیم شده و در عین حال، مفاهیم حقوقی بسیاری را در این عبارات کوتاه در خود جای داده است. بنابراین انتظار می‌رود که قوانین بانکی جدید از نظر کوتاهی متن و گویایی مطالب از قوانین پیشین پیشرفته‌تر باشند؛ در حالی که حداقل قانون جدید بانک مرکزی و طرح جدید بانکداری واجد این خصوصیات گفته شده نیستند. ضمن آنکه در قانون جدید بانک مرکزی، مسئولیت تهیه و تنظیم طرح‌ها و لوایح بانکی به عهده بانک مرکزی گذاشته شده است، بنابراین طرح جدید بانکداری نیز از این قاعده مستثنی نیست و بایستی در اجرای قانونی که توسط مجلس شورای اسلامی تصویب شده است (قانون جدید بانک مرکزی)، طرح مورد بحث از سوی بانک مرکزی طراحی و تنظیم شود. همچنین نباید از این نکته غافل شد که در بحث سیاست‌گذاری و طراحی و تصویب قانون، شتابزدگی و ناپخته عمل کردن، نتیجه عکس می‌دهد و نه‌تنها مشکلی را حل نمی‌کند، بلکه بر حجم مشکلات مردم و شبکه بانکی کشور خواهد افزود.

درمانی بیش از هزار کودک زیر هفت سال مبتلا به اتیسم و... اشاره کرد. قرار گرفتن بانک پاسارگاد در کنار انجمن اتیسم ایران، تغییرات مثبت زیادی را رقم زده است که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

• همکاری در راستای تهیه و تدوین برنامه راهبردی انجمن اتیسم کشور؛ تدوین برنامه راهبردی انجمن که با ایجاد تصویر جامع و روشن‌تر، امکان هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی میان‌مدت و کوتاه‌مدت را برای انجمن اتیسم فراهم کرده است.
• تأمین زیرساخت‌های موردنیاز انجمن (سخت‌افزار و نرم‌افزار): تأمین سخت‌افزارهای موردنیاز، تأمین و نصب سیستم شبکه‌ای، برنامه‌نویسی و ارائه نرم‌افزار پرورنده الکترونیک (سجما) و ایجاد راهکار و صدور کارت هوشمند اتیسم.
• ایجاد بسترهایی برای پیشگیری (آگاهی‌بخشی) و مرکز مشاوره تلفنی: تأمین محتوای مناسب جهت آگاهی‌بخشی، استفاده از بستر گروه مالی پاسارگاد در ماه‌های جهانی اتیسم، مشارکت در ساخت کلیپ‌های تبلیغاتی، ایجاد بستر مناسب جهت ایجاد مرکز مشاوره تلفنی اتیسم و همچنین توسعه این مرکز.
• بسترسازی و تأمین هزینه‌های آموزش و توان‌بخشی (خانه‌های صبر و امید، توان‌بخشی مجازی (Telerehab))، دفاتر استان‌ها، همراهی و تأمین مالی برای تجهیز کلینیک‌ها و خانه‌های صبر و امید، حمایت مالی مسیر توانبخشی بیش از ۵۲۲ کودک زیر هفت سال از ابتدای سال ۱۴۰۲ تاکنون، حمایت مالی به منظور تأمین بسته‌های آموزشی «مسیر امید»، همراهی جهت توسعه دفاتر و خانه‌های صبر و امید و تأمین مالی به منظور راه‌اندازی سامانه توانبخشی مجازی.
• بسترسازی و تأمین هزینه‌های سلامت روان خانواده: راه‌اندازی واحد مشاوره روان‌شناسی و روان‌پزشکی انجمن از تابستان ۱۴۰۲ تاکنون، تأمین هزینه‌های مشاوره و ویزیت روان‌شناس بیش از ۵۰۰ خانواده دارای فرزند اتیسم، تأمین هزینه‌های مشاور و ویزیت روان‌پزشک بیش از ۲۰۰ خانواده.
• تقویت برقراری ارتباط و ایجاد اعتبار برای مطالبه‌گری: تعرفیل بسته خدمتی استاندارد و پیشنهاد آن به وزارت بهداشت و بیمه قانونی که مصوب شد تا ۷۰ درصد هزینه توانبخشی برای کودکان اتیسم زیر ۱۲ سال تحت پوشش قرار گیرد، هموارتر شدن مسیر درخواست همکاری با پلیس جهت سامانه گمشدگان، تولید محتوای اثربخش جهت ارتقای آگاهی‌بخشی عمومی، دریافت معافیت دائم خدمت سربازی برای سه طیف مشمول و تجهیز فضاهای خانه‌های صبر و امید.
• بسترسازی و تأمین منابع برای مددکاری اجتماعی: همراهی در سازماندهی اطلاعات (کمک به دسته‌بندی استاندارد سطح حمایت موردنیاز خانواده)، تمرکز بر روی حمایت‌های درمانی و دارویی و خدمات درمانی و توان‌بخشی.
• موارد مطرح‌شده، تنها بخشی از حمایت‌های گسترده بانک پاسارگاد از جامعه اتیسم کشور است و این حمایت‌ها با امید به رفع آلام این عزیزان ادامه خواهد داشت.



## نگاه

«جان هیکس» در کجای علم اقتصاد ایستاده است؟

### نظریه‌پرداز تعادل

«جان هیکس»، اقتصاددان بریتانیایی و برنده جایزه نوبل اقتصاد از جمله کسانی است که سهم زیادی در تکامل و توسعه علم اقتصاد داشته و از این نظر، الهام‌بخش نسل‌های پس از خود بوده است. این اقتصاددان برجسته بریتانیایی با آژارش در زمینه اقتصاد خرد، علم اقتصاد رفاه و نظریه تعادل عمومی در اقتصاد نئوکلاسیک شناخته می‌شود و با وجود دشواری مضامین و مفاهیمی که «هیکس» درباره آنها کار کرده است، می‌توان به شکلی ساده به آنها پرداخت تا ارزش کار این انگلیسی پیشگام علم اقتصاد برای هر مخاطب و خواننده‌ای روشن و آشکار شود.

او در سال ۱۹۰۴ در شهر وارویک انگلستان متولد شد. پدرش روزنامه‌نگار بود و «جان» از همان سال‌های نخست زندگی‌اش نشان داد که چه استعداد درخشانی در زمینه علم ریاضیات و منطق دارد. در بزرگسالی برای اینکه آینده‌ای درخشان همچون استعدادش داشته باشد، به دانشگاه آکسفورد رفت تا در رشته اقتصاد به صورت آکادمیک مشغول به تحصیل شود. تربیت خانوادگی «جان»، او را وادار می‌کرد خودش را در محیطی علمی قرار دهد تا بتواند پیشرفت کند. به مرور توانست توانایی‌های تحلیلی خود را توسعه دهد و به چهره‌ای مطرح تبدیل شود. بعد پس از پایان تحصیل تصمیم گرفت در زمینه تدریس مشغول به کار شود. به این ترتیب در مدرسه اقتصاد لندن آغاز به کار کرد و به مرور به استاد دانشگاه در دانشگاه منچستر و دانشگاه آکسفورد تبدیل شد. از اینجا بود که به‌مرور توانست نظریه‌های اقتصادی خود را مطرح کند و مورد توجه قرار گیرد.

### انقلاب اقتصادی هیکس

«جان هیکس»، یکی از معدود اقتصاددانانی است که در چندین زمینه اقتصادی فعالیت داشته و توانسته آثار برجسته‌ای از خود به یادگار بگذارد. اقتصاد خرد به معنای مدرن و امروزی‌اش با نام «هیکس» و آثار او شناخته می‌شود. به این ترتیب او به نوعی پایه‌گذار اقتصاد خرد در دنیای مدرن بوده است. در سال ۱۹۳۹ بود که برای نخستین بار مفهوم «کشش درآمدی تقاضا» را معرفی کرد و به دنبال آن، مفاهیم «ارزش و سرمایه» را در نظریه مصرف‌کننده و تحلیل تقاضای مدرن پایه‌ریزی کرد. بدین ترتیب برای نخستین بار یک اقتصاددان نشان می‌داد که درآمد مصرف‌کننده می‌تواند چه اثراتی روی دینامیک بازار و رفتار سایر مصرف‌کنندگان بگذارد. در نهایت این مفاهیم به خلق مدل‌ها و نظریه‌های جدید کمک می‌کرد. با این حال، اصلی‌ترین خدمت «هیکس» به اقتصاد، مدلی است که از اقتصاد کینزی برگرفته شده و همچنان در دنیای اقتصاد مطرح است.

در حقیقت، بزرگ‌ترین خدمت «هیکس» به اقتصاد که بابت آن جایزه نوبل اقتصاد را هم دریافت کرده، «مدل آی‌آس-ال‌ام» است. این مدل در سال ۱۹۳۷ معرفی شد و در آن، روابط میان «ترخ بهره»، «آرآمد یا تولید» و «عرضه پول» مورد بررسی قرار می‌گیرد. طبق این نمودار می‌توان وضعیت تعادل عمومی را هم در اقتصاد مشخص کرد. برای توضیح این مدل، کافی است اقتصاد را به صورت یک ال‌کلنگ در نظر بگیریم. یکی طرف این الکلنگ، تغییرات نرخ بهره را نشان می‌دهد و اثراتی که روی هزینه‌ها و تولید می‌گذارد. وقتی نرخ بهره کاهش پیدا می‌کند، شبیه به این است که کسی طرف دیگر الکلنگ را به طرف پایین فشار داده است و در نتیجه هزینه و تولید افزایش پیدا می‌کند. در طرف دیگر الکلنگ نیز می‌توان تغییرات درآمد را در نظر گرفت که میل افراد به نگه داشتن پول را هم مشخص می‌کند. زمانی که سطح درآمد افزایش پیدا می‌کند، شبیه به این است که وزن طرف دیگر الکلنگ بیشتر شده و در نتیجه نرخ بهره بالا می‌رود تا وضعیت به تعادل برسد. در این میان، زمانی که هر دو سمت این الکلنگ در وضعیت متعادل قرار بگیرد، می‌توان گفت که اقتصاد به ثبات رسیده است. به این ترتیب، مدلی که «هیکس» طراحی کرده است به نوعی نشان می‌دهد که چطور می‌توان به تعادل در اقتصاد هم دست یافت.

از دیگر دستاوردهای «سر جان هیکس»، تغییر نگاه به اقتصاد رفاه است. بسیاری از اندیشمندان اقتصادی فرصت نمی‌کنند که روی چندین و چند حوزه اقتصادی کار کنند، با این حال «هیکس» توانست به سایر قلمروهای اقتصادی هم ورود کند و یکی از مهم‌ترین آنها، «اقتصاد رفاه» است. در واقع، «هیکس» نشان داد که چطور می‌توان بهره‌وری اقتصادی را افزایش داد و به کمک آن به رفاه اجتماعی دست پیدا کرد. در همین زمینه مفهومی ابداع شد که با عنوان «جبران هیکسی» یا «تقاضای جبران‌شده» شناخته می‌شود، اما منظور از این اصطلاح چیست؟ تصور کنید هر روز صبح قهوه می‌خرید و می‌نوشید و یک روز صبح به صورت ناگهانی قیمت قهوه افزایش پیدا می‌کند. در قضیه «جبران هیکسی» یا «تقاضای جبران‌شده»، می‌توانید درک کنید چقدر باید درآمدها تغییر کند تا از تغییر قیمت قهوه احساس نارضایتی پیدا نکنید و همچنان در سطح رضایت پیشین باقی بمانید. به عبارت ساده‌تر، «جبران هیکسی» مثل یک ماشین حساب برای شما درآمد مورد نیاز برای همراهی با تغییرات را محاسبه می‌کند و نشان می‌دهد که چطور می‌توانید به سطحی از خوشحالی دست پیدا کنید؛ در حالی که قیمت‌ها افزایش پیدا می‌کنند.

### تاثیرپذیری هیکس از کینز

«جان مینارد کینز» از جمله قدیمی‌ترین اقتصاددانانی است که بسیاری از اهالی اقتصاد از او تاثیر پذیرفته‌اند. «جان هیکس»، یکی از مریدان «کینز» است که در نظریات خود، اثرات زیادی از اندیشه‌های او پذیرفته است. یکی از کسانی که کمک کرده تا اقتصاد کینزی سروشکل منظمی پیدا کند، همین «جان هیکس» است. او ایده‌های کینزی را در قالب ایده‌های اقتصاد نئوکلاسیک مطرح کرده و حتی آنها را در مدل آی‌آس-ال‌ام به کار بسته است. به صورت کلی می‌توان گفت که «جان مینارد کینز»، نقش بزرگ و پررنگی در آثار و اندیشه‌های «جان هیکس» داشته است.

در سال ۱۹۷۲، «سسر جان هیکس» به همراه «کنک ارو» دیگر اقتصاددان مطرح در جهان، موفق به دریافت جایزه نوبل اقتصاد شد. او به عنوان یکی از پیشگامان نظریه تعادل عمومی شناخته می‌شود که در عین حال، نقشی مهم و پررنگ در اقتصاد رفاه ایفا کرده است. جایزه نوبل اقتصاد هم بابت شکل دادن همه این نظریه‌ها و کمک به پیشرفت علم اقتصاد به او تعلق گرفته است. در واقع، تمامی تعاریفی که از درآمد به صورت ساده در اختیار داریم و بسیاری از دیگر مفاهیم ساده‌شده، همانا از تلاش‌های «جان هیکس» حاصل شده است. در نهایت در سال ۱۹۷۳، «سسر جان هیکس» جایزه نوبل اقتصاد خود را به مدرسه علم اقتصاد و سیاست لندن تقدیم کرد و برنامه او در بیستم مه ۱۹۸۹ از دنیا رفت. با این حال، اثرات «سر جان هیکس» بر اقتصاد همچنان پابرجاست. بسیاری از اقتصاددانان و اندیشمندان پس از او، از نظریاتش بهره گرفته‌اند تا بتوانند علم اقتصاد را توسعه دهند و از آن به عنوان ابزاری برای پیشرفت و تعالی بشر بهره بگیرند.

## آگهی مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز خودرو سواری سایپا به شماره انتظامی۲۱ ایران ۳۵۳ ج ۲۱ شماره موتور ۴۲۷۴۸۷۷ شماره شاسی ۹۷۸۴۶۰-۳۳۴۱۲۲۹-۵ متعلق به اینجناب مهدی خاوردیان به کد ملی ۵۴۴۹۱۹۱۶۳۴ مفقود وار درجه اعتبار اسقاط میباشد

رطاط گرم



آذربایجان غربی بیشترین و چهارمحال و بختیاری کمترین تورم خوراکی را در سال ۱۴۰۲ داشتند

# جغرافیای استانی تورم خوراکی



است؛ در حالی که این رقم در استان هرمزگان، رفتار کاهش‌ی از خود نشان داده است. به بیان بهتر، در اسفندماه در استان هرمزگان، سطح عمومی قیمت یک سبد متنوع و یکسان از اقلام خوراکی ۰.۱ واحد درصد کمتر از قیمت همین سبد در بهمن ماه بوده است. البته باید توجه داشت که این کاهش به معنای کمتر شدن قیمت خوراکی‌ها در استان هرمزگان نیست بلکه بیان‌کننده کاهش سرعت رشد قیمت این گروه از کالاها در این استان است. در سمت مقابل نیز خراسان رضوی، تهران و البرز سه استانی هستند که بیشترین افزایش تورم اقلام خوراکی را در اسفندماه نسبت به بهمن ماه داشته‌اند. تغییرات در هر سه استان مذکور بالغ بر ۳ واحد درصد محاسبه شده است.

### رکوردداران تورم خوراکی ۱۴۰۲

مطابق اطلاعات مرکز آمار، در آذرماه ۱۴۰۲ نرخ تورم اقلام خوراکی در استان آذربایجان غربی معادل ۶.۲ درصد بوده و این یعنی در آذربایجان غربی» در آذرماه، قیمت یک سبد یکسان از اقلام خوراکی و آشامیدنی ۶.۲ درصد بیشتر از قیمت همین سبد در آبان ماه بوده است. بدین ترتیب این استان صدرنشین گروه بالاترین تورم ماهانه خوراکی‌ها در سال گذشته شده است. در سال گذشته استان اصفهان سهه بار و استان کهگیلویه و بویراحمد دو بار بالاترین نرخ تورم ماهانه خوراکی‌ها را کسب کردند. ایلام، اردبیل، هرمزگان، لرستان، خراسان جنوبی، مازندران، گیلان، البرز و زنجان از دیگر استان‌هایی بوده‌اند که در سال گذشته یکبار رکورد بیشترین سطح تورم ماهانه اقلام خوراکی را از آن خود کرده‌اند.

از سوی دیگر در سال ۱۴۰۲، کمترین تورم ماهانه چهار بار در سطوح منفی قرار گرفت. بررسی داده‌های منتشرشده از سوی مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که در سال گذشته، تورم ماهانه خوراکی‌ها در استان چهارمحال و بختیاری، کمترین میزان خود را به ثبت رسانده است؛ یعنی در استان چهارمحال و بختیاری در بهمن ماه، قیمت یک سبد یکسان از مواد خوراکی و آشامیدنی ۱.۶ درصد کمتر از قیمت همین سبد در دی ماه بوده است. بدین ترتیب چهارمحال و بختیاری، رکورد ثبت کمترین تورم ماهانه استانی اقلام خوراکی را در سال ۱۴۰۲ به ثبت رساند. البته این تنها تورم ماهانه خوراکی‌ها را در میان استان‌ها به خود اختصاص داده است. ایلام با ثبت تورم منفی ۰.۹ درصد در خردادماه، جایگاه دوم کمترین تورم ماهانه خوراکی‌ها را در خردادماه ۱۴۰۲ به خود اختصاص داده است. همچنین استان‌های بوشهر و قزوین با تورم منفی ۰.۶ درصد و تهران با کسب تورم منفی ۰.۲ درصد در جایگاه بعدی این رتبه‌بندی قرار گرفته‌ند. براساس شواهد آماری، همچنین استان‌های تهران و سیستان و بلوچستان هر کدام دو بار موفق به کسب کمترین تورم استانی اقلام خوراکی در سال گذشته شدند.



در نخ در اسفندماه نسبت به بهمن ماه در استان هرمزگان کمتر شده و در باقی استان‌های کشور با افزایش همراه بوده است. البته کاهش تورم ماهانه به معنای پایین آمدن قیمت‌ها نیست. بلکه خبر از کاهش سرعت رشد قیمت‌ها می‌دهد. همانطور که گفته شد، به سنجش تغییر سطح عمومی قیمت یک سبد مشخص از کالا و خدمات در یک بازه زمانی مشخص، تورم می‌گویند. در واقع، مفهوم تورم با گرانی فرق دارد و به بیان دقیق‌تر، گرانی میزان افزایش قیمت یک کالای خاص را در دوره زمانی کوتاه مدت نشان می‌دهد، اما تورم فقط برای تغییرات مستمر قیمت‌ها در یک سبد متنوع از اقلام استفاده می‌شود. حال نگاهی به داده‌های مرکز آمار در آخرین ماه از سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که در اسفندماه تورم ماهانه خوراکی‌ها در کل کشور ۱.۳ واحد درصد افزایش داشته و بر پله ۱.۶ درصدی قرار گرفته است؛ یعنی در اسفندماه ۱۴۰۲، قیمت یک سبد یکسان از اقلام خوراکی و آشامیدنی، ۱.۶ درصد بیشتر از قیمت همین سبد در بهمن ماه بوده است. البته آنچه تاکنون مطرح شده است مربوط به تورم اقلام خوراکی کل کشور است و این رقم برای هر کدام از استان‌های ایران یکسان نبوده و در بازه ۰.۳ درصد تا ۲.۴ درصد نوسان داشته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تورم خوراکی‌ها در ۱۰ استان، بیشتر از میانگین این نرخ در کل کشور بوده و در باقی استان‌ها نیز سطح کمتری را به خود اختصاص داده است.

### تورم ۴ مرز ۲ درصد گذشت

آخرین گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد که تورم اسفندماه اقلام خوراکی و آشامیدنی در استان اصفهان ۲.۴ درصد بوده است. بدین ترتیب اصفهان در مقایسه با دیگر استان‌ها، بیشترین فشار تورمی اقلام خوراکی را در این ماه تجربه کرده و در جایگاه نخست این رتبه‌بندی قرار گرفته است. به گزارش «اگو ایران»، قزوین با ثبت تورم ۲.۳ درصدی و البرز و سمنان نیز با ثبت نرخ ۲.۱ درصدی در جایگاه دوم و سوم و نظر بالاترین تورم استانی اقلام خوراکی و آشامیدنی قرار گرفته‌اند. در سوی دیگر این طیف نیز استان‌های لرستان و کرمانشاه قرار دارند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در این دو استان قیمت یک سبد یکسان از کالاهای خوراکی و آشامیدنی در اسفندماه معادل ۰.۳ درصد گران‌تر از قیمت همین سبد در بهمن ماه بوده است. در مجموع، مقایسه تورم ماهانه اسفند و بهمن از افزایش این نرخ در ۳۰ استان کشور حکایت دارد. در بهمن ماه ۱۴۰۲، تورم ماهانه خوراکی در ۲۰ استان کشور در سطوح منفی قرار داشته است. این یعنی قیمت اقلام خوراکی در بهمن سال گذشته نسبت به دی همین سال کاهش یافته است، اما با گذشت یک ماه، این رویه در ۳۰ استان کشور تغییر کرده

و تورم به سطوح مثبت رسیده است. مقایسه تورم ماهانه خوراکی‌ها به تفکیک هر استان در ماه‌های بهمن و اسفند، نشانگر آن است که این نرخ در ۳۰ استان کشور افزایش یافته

قیمت مسکن در سناریوی خوش‌بینانه و بدبینانه به چه رقمی می‌رسد؟

## ۵ پیش‌بینی درباره بازار مسکن

می‌کردیم که فروشنده هست و حتی فروشنده حاضر است با توجه به رکود بازار، قیمت را پایین‌تر از حد عرف منطقه بفروشد، ولی وقتی یک‌دفعه دلار به ۶۰ هزار تومان رسید، همان فروشنده‌ها دست نگه داشتند و صبر کردند تا ببینند در سال پیش رو چه اتفاقی می‌افتد. به طور معمول هر ساله ۲۵ درصد نسبت به سال قبل، اجاره‌ها افزایش پیدا می‌کند. تعیین این اعداد و ارقام، کار بدی نیست و در همه جای دنیا هم این اتفاق می‌افتد، ولی در ایران بستر آن هنوز فراهم نبوده و ابزار لازم برای این کار مهیا نیست. نکته اینجاست که الان با سامانه خودنویسی که راه افتاده، دیگر رصد و نظارت و کنترلی در جامعه باقی نمی‌ماند؛ یعنی متعاملین، چه مستاجر و چه موجر، خودشان با هر افزایش قیمتی می‌توانند قرارداد ببندند. همچنین «داود بیگی‌نژاد»، نایب رئیس اتحادیه مشاوران املاک نیز با اشاره به ریزش ۶۰ درصدی حجم معاملات مسکن توضیح می‌دهد: ما در سال گذشته در حدود ۶۰ درصد افزایش هزینه ساخت را داشتیم و متوسط قیمت فروش آپارتمان هم چیزی در حدود ۷۰ درصد افزایش داشته است. مقدار ساختمان ساخته شده هم نسبت به سال ۱۴۰۱ کمتر از نیاز بازار بوده است. حجم معاملات و تعداد قراردادهای نیز در حدود ۶۰ درصد کاهش داشته است. این یک نمای کلی از بازار مسکن در سال ۱۴۰۲ است که همه اینها را کنار هم بگذاریم، متوجه می‌شویم که هم قدرت خرید افت شدیدی داشته و هم اینکه سرمایه‌گذاری در بخش مسکن کاهش‌ی بوده است. از طرفی تعداد معاملات خرید آپارتمان را که بررسی می‌کنیم، می‌بینیم. ۶۰ درصد کاهش یافته که نشان می‌دهد قدرت خرید کمتر شده است. واقعیت این است که یک بخش از قیمت مسکن به عرضه و تقاضا مربوط می‌شود، اما نهادهای ساختمانی و عوامل تولید مسکن، پارامترهایی است که قیمت آپارتمان را در سال ۱۴۰۳ تعیین می‌کند. همچنین باید ببینیم بازارهای موازی با بخش مسکن چه مسیری دارند و طری می‌کنند و چه کاهش یا چهشی را خواهند داشت که قطعاً قیمت مسکن از آن تاثیر می‌گیرد.

«فرشید پورحاجت»، عضو کانون سراسری انبوه‌سازان مسکن هم درباره وضعیت بازار مسکن می‌گوید: در سال ۱۴۰۲، رکود و تورم به طور هم‌زمان نقش‌آفرین حوزه اقتصاد و به طور خاص اقتصاد مسکن بودند و به نوعی می‌شود گفت که یک رهاشدگی در این بازار را ما شاهد بودیم. این در حالی است که بخش مسکن و ساختمان جزو وعده‌های رئیس‌جمهور و دولت سیزدهم بود، اما در مقام اجرا آنچه را که مشاهده کردیم، این بود که نه در کنترل تورم و به طور خاص، کنترل نهادهای تولید و نه در حوزه

<sup>[1]</sup> تورم ماهانه خوراکی‌ها در استان هرمزگان، رفتار کاهش‌ی از خود نشان

<sup>[2]</sup> در آذرماه، قیمت یک سبد متنوع و یکسان از اقلام خوراکی و آشامیدنی

<sup>[3]</sup> این استان صدرنشین گروه بالاترین تورم ماهانه خوراکی‌ها در سال گذشته



## اخبار

تا ۳ سال دیگر با چک‌های فیزیکی خداحافظی کنید

### پایان چک‌های کاغذی تا سال ۱۴۰۶

طبق اعلام بانک مرکزی، تمام بانک‌ها مجهز به سیستم پذیرش چک الکترونیک هستند و امکان وصول غیر حضوری چک‌های الکترونیک نیز به‌زودی فراهم می‌شود. همچنین در پایان سال ۱۴۰۶ چک‌های فیزیکی برای همیشه به کار خود پایان می‌دهند و چک‌های الکترونیک جایگزین آن می‌شوند. چک الکترونیک با هدف حرکت شبکه بانکی کشور به سمت محصولات فناوری محور، برای اولین بار در آبان ماه ۱۴۰۱ توسط بانک مرکزی رونمایی شد و تا امروز در ۱۲ بانک صادرات، ملت ملی، رسالت، رفاه، پارسیان، تجارت، کشاورزی، توسعه تعاون، توسعه صادرات، پاسارگاد و گردشگری، عملیاتی شده است. علاوه بر این، چک‌های الکترونیکی به زودی در پنج بانک آینده، مسکن، مهر، خاورمیانه و سپه عملیاتی می‌شود و این بانک‌ها چک الکترونیکی را به مشتریان خود ارائه می‌دهند و مقرر است به تدریج همه بانک‌ها به این سیستم مجهز می‌شوند. مطابق اعلام بانک مرکزی، تمام بانک‌ها در حال حاضر مجهز به سیستم پذیرش چک الکترونیک هستند. استفاده از چک‌های کاغذی معمولاً با همه مزایای خود، ریسک‌های زیادی را هم به همراه دارد. از مخدوش بودن نوشته روی چک‌ها گرفته تا سرقت چک، همگی خطراتی است که با ورود چک‌های الکترونیک از میان می‌رود. در این راستا، بانک مرکزی با راه‌اندازی سامانه چکاد (سامانه چک امن دیجیتال)، بستر امنی برای صدور چک به صورت کاملاً دیجیتال به وجود آورده تا مخاطرات چک‌های کاغذی برای همیشه از میان رود. از دیگر مزایای چک الکترونیک می‌توان به سرعت زیاد در ثبت و پردازش، عدم نیاز به ارسال نسخه فیزیکی، حذف نگرانی افراد درخصوص ثبت چک در سامانه و امنیت بالا و عدم امکان سرقت یا تحریف چک اشاره کرد. همچنین چک‌های دیجیتال یا الکترونیک تا حد زیادی جرایم بانکی را کاهش می‌دهد و از آنجا که با ثبت اطلاعات در سامانه‌های الکترونیکی، امکان صدور چک به وعده و بی‌محل وجود ندارد، احتمال برگشت خوردن و کلاهبرداری نیز کمتر می‌شود.

آنطور که بانک مرکزی گزارش داده است، حدود ۲۰۰ هزار قفزه چک الکترونیکی در یک سال گذشته وصول شده است و در حال حاضر امکان وصول غیرحضوری آن، فقط برای چک‌های بدون بانکی امکان‌پذیر است. به گفته «مهران محرمیان» معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی، در حال حاضر هر بانکی که دسته چک الکترونیکی به مشتری خود می‌دهد و این مشتری، برگه چک الکترونیکی را صادر می‌کند و به ذی نفع می‌دهد، اگر می‌تواند وصول چک را به صورت کاملاً غیرحضوری انجام دهد اما در حال حاضر، اگر کسی بخواهد چک الکترونیکی خود را در بانک دیگری وصول کند، باید به شعبه بانک مراجعه کند. این در حالی است که امکان وصول چک‌های غیرحضوری، برای چک‌های بدون بانکی فراهم شده که نشان می‌دهد امکانات زیرساختی برای وصول تمام الکترونیکی چک‌ها وجود دارد. با این وجود برخی گزارش‌ها از مراجعه مشتریان به بانک‌ها حاکی از آن است که در شعب برخی از بانک‌ها هنوز متصدیان بجاها، اطلاعی از چک الکترونیک نداشته و در برخی از موارد گفته‌اند که هنوز بخشنامه مربوطه به آنها ابلاغ نشده است. براساس برنامه‌ریزی صورت گرفته، چک کاغذی تا سه سال آینده در شبکه بانکی حذف و چک الکترونیکی جایگزین آن می‌شود و طبق آخرین آمار بانک مرکزی، حدود ۸ میلیون قفزه چک معامله شده است که براساس برنامه بانک توسعه، تمام این چک‌ها باید تا پایان سال ۱۴۰۶ الکترونیکی شوند.

### تامین مالی ۲۸ همتی دولت در ببحوجه پایان سال

با فروش ۸٫۹ همت اوراق مشارکت نقدی در آخرین سری حراج دولتی و ۲۹ همت فروش تدریجی اوراق در هفته پایانی سال، مجموع ارزش اوراق مشارکت نقدی فروش رفته در سال ۱۴۰۲ به حدود ۱۶۱ همت رسید. به گزارش «کوابران»، طی آخرین حراج اوراق برگزار شده توسط دولت، حدود ۸٫۹ همت درآمد از ناحیه فروش اوراق نقدی برای دولت فراهم شده است. همچنین در ادامه در هفته پایانی سال، باقیمانده اوراق از طریق کارگزاری‌های بازار سرمایه عرضه شده که حدود ۲۹ همت از آن به فروش رسیده است. به همین ترتیب مجموع درآمد دولت در سال گذشته از طریق فروش اوراق نقدی حدود ۱۶۱ همت برآورد می‌شود. در این میان سهم کل بانک‌ها از اوراق فروش حدود ۲۱ درصد بوده و در مقابل حدود ۷۹ درصد اوراق در بازار سرمایه معامله شده است.

براساس آمارهای منتشرشده از بانک مرکزی در سال ۱۴۰۲ مجموعاً ۳۳ حراج اوراق مشارکت دولتی برگزار شده است. گزارش‌ها حاکی از آن است که در سری و سومین سری حراج اوراق حدود ۸٫۹ همت اوراق مشارکت نقدی به فروش رسیده است که تنها ۲٫۸ همت از آن توسط بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی خریداری شده است. در مقابل آمارها نشان می‌دهد در هفته پایانی اسفندماه، اوراق باقی‌مانده به وسیله تمامی کارگزاران موجود در بازار سرمایه طی چهار مرحله به فروش رسیده است. به همین ترتیب مشاهده می‌شود مجموعاً حدود ۲۹ همت در هفته پایانی سال ارزش اوراق مشارکت فروش رفته بوده که تنها ۵٫۷ همت از آن توسط بانک‌ها خریداری شده است. به عبارت دیگر بیش از ۲۲ همت از اوراق عرضه شده در بازار سرمایه به فروش رسیده است. مشاهده می‌شود میزان اوراق به فروش رسیده در دو هفته پایانی سال، معادل بالاترین حجم فروش اوراق از ابتدای سال ۱۴۰۲ بوده است. به همین ترتیب مجموع اوراق مشارکت نقدی فروخته شده در سال گذشته حدوداً به ۱۶۱ هزار میلیارد تومان رسید. به‌طور کلی دولت‌ها در انتهای سال به دلیل مواجه شدن با کسری‌ها، اقدام به انتشار شدیدتر اوراق می‌کنند. مشاهده می‌شود در سال ۱۴۰۲ نیز دولت تنها طی یک هفته، حدود ۲۸ همت اوراق فروخت که معادل تقریباً یک پنجم ارزش کل اوراق فروش رفته طی سال مذکور است. بررسی‌ها نشان می‌دهد آخرین حراج اوراق مشارکت در سال گذشته، طی چهار مرحله در تاریخ ۲۳، ۲۴، ۲۷، ۲۸ و اسفند برگزار شده که طی آن از ارااد ۱۵۱،۲۸۱، ۱۵۲،۲۸۱، ارااد۱۵۴، ۱۵۵،۱۵۵، ۱۵۶ و ارااد۱۵۷ عرضه شده است. مشاهده می‌شود حدود سه همت ارااد۱۵۱ به فروش رسیده است. همچنین کل ارزش فروش ارااد۱۵۲ حدود هشت همت بوده است. در مقابل حدود ۹ همت ارزش فروش ارااد ۱۵۳ بوده و کمتر از ۸،۵ همت ارااد۱۵۴ خریداری شده است. علاوه بر این، یک اینکه ارااد۱۵۵، ارااد۱۵۶ و ارااد۱۵۷ به دلیل داشتن تاریخ انقضای بلندمدت‌تر، نرخ بهره بالاتری در مقایسه با سایر ارادها داشته‌اند، اما میزان تقاضا برای آنها در آخرین سری حراج اوراق معادل صفر بوده است. نرخ بهره این اوراق به معادل ۲۷،۲۵، ۲۷،۲۵، ۲۷،۲۵ و ۲۷،۸ درصد اعلام شده است. این درحالی است که نرخ بهره اوراق فروش رفته در آخرین سری حراج، از سررسید کوتاه‌مدت‌تری برخوردار بوده و طبیعتاً نرخ بهره موثر پایین‌تری نیز داشته که از ۲۶،۵۵ درصد تا ۲۷،۱۵ درصد متغیر است.

پیش‌بینی اوپک از تقاضای بالای نفت در تابستان

### قیمت نفت سنگین ایران بالا رفت

جدیدترین گزارش ماهانه اوپک نشان داد که قیمت نفت سنگین ایران در مارس، برای سومین ماه متوالی افزایش یافته است. اوپک در گزارش ماهانه خود از بازار نفت، اعلام کرد قیمت هر بشکه نفت سنگین ایران در مارس، به ۸۲ دلار و ۴۸ سنت رسید که در مقایسه با قیمت ۸۰ دلار و ۳۴ سنت در فوریه، ۳ دلار و ۱۴ سنت معادل ۳٫۹ افزایش داشت. میانگین قیمت نفت سنگین ایران از ابتدای سال ۲۰۲۴ تاکنون، به ۸۱ دلار و ۲۷ سنت در مقایسه با ۸۰ دلار و ۶۷ سنت در مدت مشابه سال ۲۰۲۳، رسیده است. ارزش سبد نفتی اوپک نیز در ماه مارس به ۸۴ دلار و ۲۲ سنت در هر بشکه رسید که در دلار و ۹۹ سنت معادل ۳٫۷ درصد در مقایسه با ۸۱ دلار و ۲۳ سنت در فوریه، افزایش داشت. میانگین ارزش سبد نفتی اوپک از ابتدای سال ۲۰۲۴ تاکنون، به ۸۱ دلار و ۷۷ سنت در هر بشکه رسیده است که در مقایسه با ۸۰ دلار و ۵۶ سنت در مدت مشابه سال ۲۰۲۳، یک دلار و ۲۰ سنت معادل ۱،۵ درصد افزایش نشان می‌دهد.

# شوک جدید به سفره خانوار



کارگران افزود: واضح و مشخص است که هر سال قدرت خرید کارگران و توانایی قدرت اقتصادی ما روز به روز کاهش پیدا می‌کند.

«آیت اسدی»، عضو شورای عالی کار نیز در این زمینه گفت: یکی از واقعیات مزد مصوب شورای عالی کار که بدون امضای کارگران به تصویب رسید، این است که در عمل این میزان افزایش نه ۳۵ درصد که زیر ۳۰ درصد خواهد بود؛ زیرا بحث کسورات، بیمه و مالیات بر حقوق عملاً افزایش حداقل‌بگیران را زیر ۳۰ درصد و برای سایر سطوح زیر ۲۰ درصد افزایش را رقم می‌زند. اگر دقیقاً مبالغ مزایای مزدی و خود پایه مزد و درصدافزایش را جمع بزنیم، بدون کسورات نیز به ۳۵ درصدافزایش نسبت به مزد سال قبل نمی‌رسد. اگر کسورات بیمه‌ای و مالیاتی نیز از حقوق با وجود اینکه مالیات بر دریافتی هنوز برمیانی کمتر از ۱۰ میلیون تومان معافیت می‌گیرد، بدین ترتیب اکثریت قاطع مزدبگیران ما هنوز باید ۱۰ درصد مالیات از حقوق‌شان کسر شود.

او با بیان اینکه طبق قانون کار موظف هستیم برای یک فرد جویای کار مجرد حقوق تصویب کنیم، ادامه داد: برای چنین فردی با کسر حق بیمه و مالیات به عددی کمتر از ۹ میلیون تومان دریافتی (۸ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان) می‌رسیم. این یک نوع بازی با آمار است که بگوییم مزد به ۱۲ یا ۱۱ میلیون تومان به طور عمده رسیده و بخش خاصی از کارگران عالیه‌مند به این میزان (تازه بدون کسر بیمه و مالیات) می‌رسند. وزیر کار دولت سیزدهم در جلسات گفتند ما تکلنه‌ای برای بهبود به مزد کارگران می‌دهیم. امروز می‌توان به صراحت گفت که ایسن تکلانه وزیر محترم رو به عقب بوده و کارگران در زمینه مزدی، تکلانی رو به عقب داشتند. به همین دلیل وقتی قرار شد ما آخرین دور مذاکرات اصلی را کنیم، پخش تلویزیونی قطع شد و از رسانه‌ها خواستند که در بیرون جلسه قرار بگیرند.

#### وعده‌های کاهش تورم محقق نشد

«حجتی حاجی‌زاده»، دبیر اجرایی خانه کارگر آران و بیدگل نیز گفت: وعده‌ها در مورد کاهش نرخ تورم محقق نشد و آنچه مردم در سفره خود حس می‌کنند با لیستی که دولت از اقدامات خود می‌دهد، تفاوت اساسی دارد. دولت اساساً در مورد اقدامات خود در رابطه با ایجاد امنیت شغلی و معیشت کارگران و کنترل نرخ تورم بزرگ‌نمایی می‌کند، در حالی که این اقدامات تأثیری بر زندگی مردم نگذاشته است. اعداد و ارقام، سفره مردم را پُر نمی‌کند، دستمزد عادلانه و قانونی و اقدامات اساسی در راستای حمایت از نیروی کار و تغییر اساسی سیاست‌های اقتصادی است که اوضاع معیشت را بهبود می‌بخشد و سفره کارگران را پُر می‌کند. رئیس سازمان برنامه و بودجه در مصاحبه‌ای، به تلاش دولت برای کاهش نرخ تورم به «بیش از ۲۲ واحد درصد» اشاره کردند؛ این چه دستاوردی است و چه تأثیری بر زندگی کارگران گذاشته است؟ دلار ۶۴ میلیون تومانی و سکه ۴۵ میلیون تومانی هم دستاورد است! افزایش نرخ ارز و سکه است که بر

فرصت امروز؛ با وجود گذشت ۲۴ روز از سال ۱۴۰۳ و تصویب لحظه آخری مصوبه افزایش ۳۵ درصدی مزد در پایان سال گذشته، همچنان حواشی بر سر نحوه تعیین دستمزد و رقم آن ادامه دارد و کارگران از درخواست ابطال مصوبه مزد سخن می‌گویند. آنطور که نمایندگان کارگری می‌گویند، در پایان سال گذشته به دلیل اعتراض به شکل تعیین دستمزد، نمایندگان کارگری از شورای عالی کار خارج شده و دو ضلع نمایندگان دولت و کارفرمایان بر روی افزایش حقوق به نتیجه رسیدند و بدون امضای نمایندگان کارگری، عدد دستمزد ۱۴۰۳ کارگران تعیین شده است. براساس مصوبه شورای عالی کار، حداقل دستمزد کارگران در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال ۱۴۰۲ به میزان ۳۵،۳ درصدافزایش یافت. بر همین اساس، حداقل دستمزد کارگران از ۵ میلیون و ۳۰۸ هزار تومان به ۷ میلیون و ۱۸۲ هزار و ۱۰۶ تومان افزایش یافت.

در همین حال، نتایج یک مطالعه نشان می‌دهد که اگر حداقل دستمزد مطابق ماده ۴۱ قانون کار با تورم بانک مرکزی از ۱۳۹۰ رشد کرده بود، باید امروز ۸ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان تعیین می‌شد که ۲۵ درصد بیشتر از رقم ۷ میلیون و ۱۸۲ هزار تومان تعیین شده از سوی دولت است. مقایسه آماری صداسویما از نرخ حقوق کارگران در سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ هم نشان می‌دهد که حقوق کارگران چهار دلار نسبت به پارسال کاهش یافته است. این در شرایطی است که از ابتدای سال جدید تاکنون و در ۲۴ روز گذشته، قیمت کالاها به موازات افزایش قیمت دلار، روندی صعودی به خود گرفته و همین موضوع باعث شده تا کارگران از عقب‌ماندگی بیشتر دستمزد نسبت به سطح تورم صحبت کنند و از میزان افزایش دستمزد ۱۴۰۳ ابراز نا رضایتی کنند.

#### نیازات عجیب در تعیین دستمزد

به نظر می‌رسد افزایش ۳۵ درصدی دستمزد در سال ۱۴۰۳ بدون رضایت کارگران به تصویب رسیده است. به گزارش «خبرآنلاین»، «علی‌رضا میرغفرای»، نماینده کارگران در شورای عالی کار که پیش از این روی افزایش حقوق کارگران تا سطح ۱۵ میلیون تومان تأکید داشت، درباره جلسه شورای عالی کار گفت: همه نمایندگان کارگری در اعتراض به شیوه تعیین دستمزد از جلسه شورای عالی کار بیرون آمدند. اصل سه‌جانبه‌گرایی متأسفانه رعایت نشده است و شاهد این قضیه هم این است که هر چقدر دولت سعی می‌کند اصل بی‌طرفی خود را نشان دهد، ولی عملاً در واقعیت بی‌طرف نیست و تصمیم‌گیر اصلی، خود نمایندگان دولت هستند. وقتی خواسته ما دیده نمی‌شود و هر سال سفره کارگران کوچک و کوچک‌تر می‌شود و یک تهاجم بزرگ به سمت سرکوب مزدی داریم، دلیل دیگری ندارد که بخواهیم در جلسه بمائیم و شریک تصمیمات نماینده دولت شویم.

او در واکنش به افزایش ۳۵ درصدی دستمزد و اثرگذاری آن در معیشت

۲۸۵ همت وام مسکن در سال ۱۴۰۲ پرداخت شد

## میزان مشارکت بانک‌ها در وام مسکن

از ۲ همت تا ۴،۵ همت متفاوت بوده است. همچنین هر یک از بانک‌های خاورمیانه، پست‌بانک، کشاورزی و سینما نیز حدوداً یک تا دو همت تسهیلات مسکن در ۱۱ ماهه سال گذشته تخصیص داده‌اند. در نهایت حدود سه همت نیز توسط ۱۳ بانک و موسسه اعتباری بابت تسهیلات مذکور پرداخت شده است که شامل بانک‌های گردشگری، اقتصاد نوین، کارآفرین، صنعت و معدن و دی می‌شود.

براساس این گزارش، بررسی‌ها همچنین نشان می‌دهد تسهیلات پرداخت شده بابت ودیعه، ساخت یا خرید مسکن به خانوارهای دارای فرزند سوم یا بیشتر، مجموعاً حدود ۵۸۶ میلیارد تومان بوده که در این حوزه بانک ملت و صادرات رکورددار هستند. براساس آمارهای منتشرشده از سوی بانک مرکزی، داده‌های مربوط به تسهیلات مسکن اعطا شده به خانوارهایی که سه فرزند یا بیشتر دارند اعلام شده است. مطابق این آمارها، مشاهده می‌شود که در سال ۱۴۰۲ مجموعاً بیش از ۵۸۶ میلیارد تومان تسهیلات به خانوار دارای فرزند سوم یا بیشتر بابت ودیعه، خرید یا ساخت مسکن توسط بانک‌های ملت، صادرات، مسکن، تجارت و پست بانک پرداخت شده است. این درحالی است که تعداد وام‌های پرداخت شده و میانگین وام پرداختی توسط هر یک از بانک‌ها تا حدی با هم متفاوت بوده است.

به‌طور کلی طی سال گذشته ۲ هزار و ۸۷۲ قفزه و توسط پنج بانک شمرده شده تخصیص یافته است که با توجه به رقم کل وام‌های مورد بررسی، میانگین ۲۰۴ میلیون تومان اعتبار به هر یک از خانوار مشمول طرح تعلق داشته است. در این میان مشاهده می‌شود که بانک مسکن با

## ایست ۶ ماهه پرداخت خطوط اعتباری بانک مرکزی به بانک‌ها

صنعت و معدن و مسکن بوده است. بانک مرکزی از سومین ماه سال گذشته پرداخت خطوط اعتباری به بانک‌ها را از سر گرفت و هشت بانک مورد اشاره توانستند به میزان ۱۷۸ هزار و ۲۷۳ میلیارد تومان از بانک مرکزی استقراض کنند. البته بانک مرکزی در سال گذشته و طی شش ماه فروردین، اردیبهشت، مرداد، آذر، دی و اسفند ماه هیچ خط اعتباری به بانک‌ها پرداخت نکرده است. اوج پرداخت خطوط اعتباری بانک مرکزی در سال گذشته در تیرماه رخ داد و طی این ماه بیشترین میزان پرداخت بودجه بابت ۱۰۳ همت به بانک‌ها تعلق گرفت.

اعطای اعتبار جدید به بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی در بودجه سال ۱۴۰۲ در قالب خط اعتباری یا اضافه برداشت، توسط بانک مرکزی بدون دریافت وثیقه براساس قانون بودجه ممنوع شد. ۱۳ خط اعتباری به ارزش ۱۷۸ هزار و ۲۷۲ میلیارد تومان در راستای اهدافی از جمله «اجرای

میانگین مبلغ ۲۲۹ میلیون تومان به ۴۳۴ متقاضی وام تخصیص داده است که بیشترین مبلغ میانگین در قیاس با سایر بانک‌ها به شمار می‌آید. در سوی مقابل، دو بانک تجارت و پست بانک سا میانگین حدود ۲۰۰ میلیون تومان جایگاه دوم را به خود اختصاص داده‌اند که به ترتیب به ۵۱۳ و ۱۸۴ خانوار تسهیلات پرداخت کرده‌اند.

در جایگاه بعدی نیز بانک صادرات قرار دارد که با میانگین وام تقریباً ۱۹۹ میلیون تومانی، تسهیلات مورد تقاضای ۸۴۸ متقاضی را به مرحله انجام رسانده است. نهایتاً به نظر می‌رسد بانک ملت که رکورددار بیشترین پرداخت تسهیلات بابت ودیعه، خرید یا ساخت مسکن به خانوار دارای فرزند سوم یا بیشتر است به طور میانگین حدود ۱۹۶ میلیون تومان به هر متقاضی تخصیص داده است. تعداد خانوار بهره‌مند از تسهیلات مورد بررسی در سال ۱۴۰۲ در این بانک ۸۹۳ خانوار اعلام شده است. همانطور که اشاره شد، بانک‌های ملت و صادرات، رکورددار پرداخت بیشترین تسهیلات مورد بررسی هستند. بررسی‌ها حاکی از این است که به ترتیب بانک ملت و صادرات بیشترین تعداد متقاضیان را پاسخگو بوده‌اند. سپس به ترتیب بانک‌های تجارت و مسکن بیشترین تعداد تسهیلات را پرداخت کرده‌اند و در آخرین رده این دسته‌بندی نیز پست بانک قرار دارد. نکته جالب ماجرا این است که هر چند بانک تجارت به متقاضیان بیشتری این تسهیلات را پرداخت کرده است، اما رقم کل صرف شده در این حوزه ۱۰۲ میلیارد تومان بوده که در مقایسه با مجموع ارزش تسهیلات پرداختی بانک مسکن معادل ۱۰۴ میلیارد تومان با تعداد متقاضیان کمتر، رقم پایین‌تری را به ثبت رسانده است.

## سیاست‌های حمایتی محصولات اساسی کشاورزی، «ادامه اجرای طرح ادغام بانک‌ها و موسسات اعتباری وابسته به نیروهای مسلح در بانک سپه»

«ساماندهی بازار غیرمتشکل پولی» و رفع ناترازی و کسری نقدینگی در سال گذشته به بانک‌ها پرداخت شد. دو بانک دولتی کشاورزی با سهم تقریباً ۴۱ درصدی (بیش از ۷۳ همت) و سپه با سهم تقریباً ۴۰ درصدی، بخش قابل توجهی از خطوط اعتباری پرداخت شده را به خود اختصاص دادند. گزارش بانک مرکزی همچنین نشان می‌دهد که از زمان برنامه و بودجه بابت ۱۰ خط اعتباری از ۱۳ خط اعتباری پرداخت شده توسط بانک مرکزی در سال گذشته، تضمین‌نامه ارائه کرده و تعهد بازپرداخت خط اعتباری‌ها را به عهده گرفته که می‌توان گفت سازمان برنامه و بودجه بزرگ‌ترین و اصلی‌ترین ضامن خطوط اعتباری بانک مرکزی در سال ۱۴۰۲ بوده است.

بانک مرکزی در سال گذشته طی شش ماه فروردین، اردیبهشت، مرداد، آذر، دی و اسفندماه هیچ خط اعتباری به بانک‌ها پرداخت نکرده است. بانک مرکزی در آخرین ماه سال گذشته یعنی اسفند، خطوط اعتباری خود را روی بانک‌ها به بعد از بهمن ماه خط اعتباری دیگری پرداخت نکرد. خطوط اعتباری بانک مرکزی که به نوعی استقراض محسوب می‌شود به طور کلی به علت اضافه برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی، رفع ناترازی و کسری نقدینگی و همچنین برخی سیاست‌های حمایتی دولت پرداخت می‌شود که قانون بودجه سال گذشته بانک مرکزی را موظف به انتشار جزئیات این خطوط برای عموم کرد. در سال ۱۴۰۲ بیش از ۱۷۸ همت خط اعتباری از سوی بانک مرکزی به هشت بانک (به تفکیک شامل بانک دولتی و دو بانک غیردولتی) پرداخت شد که این بانک‌ها شامل بانک‌های کشاورزی، سپه، تجارت، صادرات، رفاه کارگران، ملی،











# کار آفرینی در دوران بازنشستگی: چرا و چگونه؟



**نویسنده: علی آل علی**

بازنشستگی برای بسیاری از مردم دنیا جایزهای است که در ازای سال‌های سال فعالیت سخت دریافت می‌کنند. تصور دورانی که دیگر نیازی به بیدار شدن سر ساعت هفت صبح نباشد، برای هر کسی جذاب خواهد بود. اگر به این ماجرا خداحافظی با استرس در محل کار را نیز اضافه کنیم، آن وقت یک پکیج کامل دم دست‌مان خواهد بود.
خب مگر کسی هست که چنین سناریویی را دوست نداشته باشد؟

شاید فکر کنید جواب سوال بالا از قبل مشخص است، اما با کمی نکته‌سنجی اوضاع متفاوت خواهد شد. مسئله‌ای که در این میان باید بدان توجه داشته باشیم، عشق و علاقه برخی از مردم دنیا به کارشان است. شاید برای من و شما کار یک فرآیند خسته‌کننده و بی‌نهایت سخت باشد، اما کافی است حسابداری را در نظر بگیرید که کارش را نه یک مسئولیت خشک و بی‌روح، بلکه تفریحی بزرگ در نظر می‌گیرد، بی‌شک برای چنین کسی بازنشستگی همراه با سختی‌های زیادی خواهد بود؛ چراکه دیگر نمی‌تواند موارد مورد علاقه‌اش را دنبال کند؛ دقیقاً همان کاری که حکم تفریح را برای او دارد.

نکنه دیگری که در این میان باید پس ذهن ما باشد، تحولات اقتصادی است که بازنشستگی را بدل به نوعی رویا کرده است.
خب با وضعیت کنونی اقتصاد جهانی دیگر کمتر کسی با بازنشستگی فرصت زندگی بی‌دغدغه را خواهد داشت. درست به همین خاطر در برخی موارد کارآفرینی پس از بازنشستگی بدل به نوعی ضرورت شده است.

اگر دقت کرده باشید، معمولاً مری‌های ورزشی خیلی دیر دست از کار می‌کشند. مثلاً سر الکس فرگوسن تا میانه ۷۰ سالگی همچنان به کارش ادامه می‌داد. ماجرا دربارۀ خیلی از بازیکنانی‌که از ورزش قهرمانی کنار می‌روند نیز یکسان است. معمولاً آنها بدل به مری‌هایی می‌شوند که تا جای ممکن به کارشان ادامه می‌دهند.
شک در این میان چیزی بیشتر از صرف مسائل مالی در میان است. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز کارآفرینی حتی در شرایط مالی مناسب را نیز ایده خوبی می‌دانیم.

کسانی که میانه خوبی با خانه‌نشینی یا بیکاری ندارند، خیلی زود ایده اصلی این مقاله را درک خواهند کرد.
خب چرا آدم باید دودستی خودش را وارد یک بحران اساسی کند؟ آن هم درست سر بی‌ری!

همانطور که می‌بینید، آدم‌ها دلایل مختلفی برای ادامه روند کارآفرینی پس از بازنشستگی دارند. نکته کلیدی در این میان شیوه اجرای چنین فکری است.
خب در بازار کسی به خاطر اینکه شما بازنشسته هستید، امتیاز استثنایی نمی‌دهد. در عوض رقابت به شدیدترین شکل ممکن جریان خواهد داشت.

ما در این مقاله قصد داریم برخی از ایده‌های خوب برای کارآفرینی پس از بازنشستگی را به اتفاق شما مرور کنیم. اگر شما هم دوست دارید برنامه‌ای برای دوران پس از بازنشستگی‌تان داشته باشید، بد نیست در ادامه با ما همراه باشید.

## همکاری کسب و کارها با برندهای ورزشی: مثال‌هایی از دنیای واقعی

فروش محصولات در دنیای امروز کاری است که از عهده هر کسی برنمی‌آید. شما همین حالا هم کلی رقیب در بازار دارید که چشم‌دین‌تان را ندارند. به علاوه، مشتریان نیز در میان انبوهی از برندها کار ساده‌ای برای انتخاب یک گزینه خاص نخواهند داشت. به همین خاطر نقش فرآیندهای بازاریابی و تبلیغات در انتخاب نهایی مشتریان روز به روز پررنگ‌تر می‌شود. البته در این میان کم نیستند برندهایی که با سرمایه‌گذاری درست در این حوزه حساس‌شان را از بقیه جدا کرده‌اند. اسم‌هایی مثل نایک، آدیداس و پوما در صنعت لوازم ورزشی به خوبی بیاتگر نقش تبلیغات درست در کنار تولید محصولات باکیفیت است.

همکاری تبلیغاتی کسب و کارها با برندهای ورزشی پدیده تازه‌ای نیست. با این حال به دلیل افزایش سطح رقابت در بازار بدل به امری ضروری شده است. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر بدل به نوعی بنگاه تولید تبلیغات شده‌اند؛ چراکه مشتریان انتظارشان از برندها به طور فرآیندهای افزایش یافته است. در این میان به دلیل محبوبیت دنیای ورزش در میان مردم انتخاب از میان چنین برندهایی دارای اهمیت زیادی است، بنابراین ما در عمل شاهد افزایش همکاری میان کسب و کارها و برندهای ورزشی بوده‌ایم.

اگر شما هم ایده‌های زیادی برای همکاری با برندهای ورزشی دارید، این مقاله مخصوص شماست. ما در این مقاله قصد داریم برخی از تجربه‌های واقعی درباره این همکاری را به اتفاق شما مرور کنیم. بی‌شک تجربه برندهای بزرگ در این میان نقش مهمی برای موفقیت کسب و کارها خواهد داشت. پس بد نیست با ما همراه شوید تا ماجراجویی‌مان را شروع کنیم.

**ردبول و فرمول یک**

یکی از همکاری‌های بلندمدت در دنیای کسب و کار مربوط به برند ردبول و مسابقات فرمول یک است. اگر از طرفدارهای محصولات ردبول باشید، خیلی خوب می‌دانید این برند همیشه در کنار ورزش‌های سخت ایستاده است. درست‌به همین خاطر همکاری با فرمول یک نیز گزینه چندان دور از انتظاری نیست.

نکنه کلیدی درباره همکاری ردبول با برندهای ورزشی تاکید آن بر روی تداوم این امر است. یعنی ردبول دنبال یک همکاری تبلیغاتی کوتاه‌مدت نیست. در عوض آنها سراغ فرآیندهای کلیدی‌تر رفته و کارشان را با سرعت بهتری دنبال می‌کنند. یادتان باشد، شما نمی‌توانید در بازار بدون توجه

کارآفرینی در دوران بازنشستگی: ایده‌هایی کاربردی
چه کسانی دوست دارد بعد از سال‌های کسب تجربه در یک حوزه به طور ناگهانی با آن خداحافظی کند؟ بی‌شک همه مردم دست دارند بعد از اینکه موهای‌شان را در یک عرصه سفید کردند، از تجربه‌شان به طور اصولی استفاده شود. این درحالی است که تا خود آدم آستین‌ها را بالا نزنند، خبری از موفقیت نخواهد بود. بنابراین اگر انتظار دارید به طور ناگهانی سراغ‌تان آمده و تجربه‌تان را قدر بدانند، سخت در اشتباهید.

ما در این بخش به شما کمک می‌کنیم تا با توجه به تجربه و صدالبته سلیقه شخصی‌تان دوباره وارد دنیای کارآفرینی شوید. پس اجازه دهید با همین مقدمه کوتاه یک راست برویم سراغ اصل ماجرا.

**ورود به صنعت مشاوره**

سابقه کاری شما در چه حوزه است؟ امروزه آنقدر کارها تخصصی شده که کسب مهارت در حوزه‌ای خاص دیگر کار یکی دو روز نیست. در عوض شما باید حسابی خودتان را برای یاد گرفتن فوت کوزه‌گری آماده کنید. به همین خاطر پس از مدتی طولانی می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن خودتان را بدل به کارشناسی همه فن حریف کنید.

یادتان باشد، رزومه کاری شما نقش مهمی در قبول دیدگاه‌ها و نظرات‌تان از سوی دیگران خواهد داشت. این نکته‌ای است که برای بسیاری از کارآفرینان اهمیت محوری دارد.
خب کافی است خودتان را جای شرکتی قرار دهید که قصد همکاری با یک مشاور را دارد. در این صورت احتمالاً تجربه فرد موردنظر در کنار سابقه همکاری‌اش با برندهای مشهور نکته کلیدی خواهد بود. به همین خاطر شما باید در طول دوران فعالیت‌تان یک رزومه خوب جمع کنید. مزیت اصلی ورود به صنعت مشاوره امکان فعالیت در این حوزه به صورت انفرادی و گروهی است. این یعنی شما لازم نیست حتماً با سرمایه‌ای هنگفت وارد چنین حوزه‌ای شوید. در عوض می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن به طور تک نفره کارتان را دنبال کنید.

فراموش نکنید، امروزه نیاز به مشاوره‌های دقیق در تمام حوزه‌های کاری حس می‌شود. به همین خاطر شما باید خودتان را برای اثرگذاری ویژه بر روی مخاطب آماده کنید. شاید پیش خودتان فکر کنید ارائه برخی توصیه‌های ساده به اندازه کافی رضایت‌بخش خواهد بود.
خب در این صورت باید بگوییم سخت در اشتباهید؛ چراکه شرکت‌های مختلف بچه‌نیستند تا گول چنین نکاتی را بخورند. در عوض باید باید کمی سختگیری بیشتر به خرج دهید. به طوری که راهنمایی‌های‌تان واقعاً به درشان بخورد.

امروزه دسترس‌ی به کلیشه‌های مختلف اصلاً کار سختی نیست. درست به همین خاطر باید اوضاع را به طور متفاوتی زیر ذره بین ببرید. بد نیست در این راستا همیشه خودتان را جای کسی قرار دهید که قرار است مشاوره دریافت کند. آن وقت خیلی راحت‌تر می‌توانید مطلق نیاز و انتظارات آنها مشاوره ارائه کنید.

**طراحی دوره آموزشی**

ایده این بخش شباهت زیادی به نمونه قبلی دارد، اما تفاوت‌های آن

نیز مشهود است. اگر در بخش قبل شما تجربه‌تان را در قالب توصیه‌های راهگشا به دیگران می‌فروشدید، در این بخش دیگر خبری از توصیه‌های کوتاه نیست. در عوض شما راهنمایی برای یادگیری یک مهارت کلیدی را تحویل مخاطب‌تان می‌دهید. این نکته‌ای است که به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب کمک خواهد کرد.

در دنیای شلوغ و بی‌نهایت دیجیتال امروزی بسیاری از مردم به دنبال یادگیری مهارت‌های مختلف به طور آنلاین هستند.
خب اغلب ما در دنیای امروز زمان کافی برای شرکت در کلاس‌های حضوری را نداریم. به علاوه، اگر کمی روراست باشیم، کلاس‌های حضوری بی‌نهایت کسل‌کننده‌اند بنابراین دوره‌های آموزشی آنلاین جذابیت بسیار زیادی خواهد داشت.

شما به عنوان کسی که دنبال طراحی دوره‌های آموزش آنلاین هستید، باید اول از همه مهارت موردنیاز برای فعالیت در چنین حوزه‌ای را داشته باشید. مثلاً کسی که دنبال طراحی دوره مربوط به یادگیری فنون روابط عمومی است، نه تنها خودش باید روابط عمومی قوی داشته باشد، بلکه باید حوزه کاری‌اش نیز با چنین بخشی هماهنگی لازم را داشته باشد در غیر این صورت کسی به دوره آموزشی شما توجهی نخواهد کرد.

فراموش نکنید، که شما به عنوان یک کارآفرین بازنشسته فقط روی تجربه‌تان در بازار نمی‌توانید حساب باز کنید. این مسئله‌ای است که به شما دغدغه لازم برای جست‌وجوی حوزه‌های تازه‌ا را می‌دهد. مثلاً می‌توانید از رضایت شرکت‌کنندگان قبلی در دوره‌ها به عنوان سندی برای اثبات ادعای خود سود ببرید. این امر شاید کمی سخت باشد، اما ارزش جلب اعتماد سایر افراد را دارد. پس هر ادعایی به بازار مطرح می‌کنید، باید اثباتش کنید، وگرنه به مرور دیگر کسی حرف‌تان را جدی نخواهد گرفت.

اگر تازه در این مسیر راهاندازی دوره‌های آنلاین هستید، بد نیست عملکرد دیگران در این حوزه را زیر ذره بین ببرید. این نکته به شما کمک می‌کند تا خیلی راحت‌تر اوضاع را مدیریت کرده و اصول راهاندازی یک دوره آموزشی بی‌عیب و نقضی را یاد بگیرید.
پس منتظر چه هستید؟ همین حالا کارتان را شروع کرده و مهارت لازم را به دست بیاورید. فراموش نکنید در دنیای امروز دیگر کسی نمی‌تواند بدون توجه به کار رقبا به فعالیت در بازار ادامه دهد. به همین خاطر شما باید تمام حواس‌تان به دیگران باشد. این امر نوعی کلاس درس جذاب و تعاملی خواهد بود. پس نگران چه هستید؟ همین حالا کارتان را شروع کرده و رقبای بزرگ را زیر نظر بگیرید.

**طراحی و فروش محصولات کاربردی**

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده در یک حوزه کاری متوجه اشتباهات متعدد برخی از افراد شده یا یک فرآیند ناکص را کشف کنید؟ خیلی وقت‌ها کارآفرینان حوصله کافی برای پیگیری چنین نکته‌ای را ندارند. با این حال وقتی دوران بازنشستگی از راه رسید، می‌توانید از دل همین تجربه‌های گذشته راهکارهای کاربردی تازه بیرون بکشید. بعد هم همین راهکار را به عنوان یک محصول یا حتی سرویس کاربردی به دیگران بفروشید.
ماجرا جالب شد، نه؟

از سوی نایک باشد. به هر حال استراتژی این برند به این شکل توسعه یافته است. البته همکاری میان آدیداس با برندهای بزرگ اروپایی فقط مربوط به تیم‌های ورزشی نمی‌شود. مثلاً لیونل مسی را در نظر بگیرید، این سوپرستار دنیای فوتبال سال‌هاست با آدیداس همکاری مشترک دارد.
شاید فکر کنید آدیداس ترس زیادی از رویارویی با نایک دارد.
خب اگر فقط بازار آمریکا را در نظر بگیرید، این ادعا درست خواهد بود. هرچه باشد رقابت با برندی مثل نایک در کشور خودش خیلی وحشتناک خواهد بود، مگر نه؟

نکنه کلیدی دیگری که باید به خاطر داشته باشیم، بازار پرسود اروپای غربی است. به طوری که آدیداس اولویت اصلی‌اش را همکاری با برندهای ورزشی بزرگ در این حوزه تعیین کرده است.
مثلاً لیگ برتر فوتبال انگلستان را در نظر بگیرید؛ این لیگ با گردش مالی حیرت‌انگیزش پرسودترین لیگ دنیای فوتبال محسوب می‌شود.
خب آدیداس اگر خواهد وارد لیگ فوتبال آمریکا شود، اصلاً بازگشت سرمایه‌ای نخواهد داشت. به علاوه، ورزش‌هایی مثل فوتبال آمریکایی با بیسیسال به دلیل محبوبیت اندک در اروپا اصلاً در کانون توجه آدیداس نیستند. فکر می‌کنم حالا جهت‌گیری آدیداس در دنیای کسب و کار و همکاری با برندهای ورزشی برای‌تان روشن‌تر شده باشد، مگر نه؟
خب هر برندی در دنیای امروز براساس شرایط موجود دست به انتخاب می‌زند!

**کوکاکولا و المپیک**

یکی از قدیمی‌ترین همکاری‌های تجاری میان یک کسب و کار با برند ورزشی مربوط به کوکاکولاست. زمانی که ورزشکاران آمریکایی برای شرکت در المپیک ۱۹۲۸ راهی آلمستردام شدند، صدها بسته نوشابه کوکاکولا همراه خود داشتند. این امر همکاری بلندمدت میان کوکاکولا و بازی‌های المپیک را رقم زد. به طوری که هنوز هم بعد از گذشت نزدیک به یک قرن کوکاکولا مهم‌ترین شریک تجاری بازی‌های المپیک محسوب می‌شود.

بی‌شک همکاری در این سطح و اندازه عایدی مالی بسیار زیادی برای هر کدام از طرفین دارد. نکته مهم در این میان تصور تناقض میان همکاری کوکاکولا با یک رویداد ورزشی است.
خب مگر نه اینکه این برند نوشابه گازدار تولید می‌کند؟

راستش را بخواهید، ما هم اولین بار وقتی همکاری میان یک برند تولید نوشابه با بازی‌های المپیک را مشاهده کردیم حسابی متعجب شدیم. با این حال در دنیا همه نوع محصولاتی به چشم می‌خورد. به همین خاطر

فروش یک محصول تازه کاری نیست که نیاز به بودجه اولیه زیاد داشته باشد. در عوض شما باید سراغ رفع یکی از مشکلات اساسی مخاطب‌تان بروید. آن وقت حتی یک محصول هم روی دست‌تان نخواهد ماند.
ماجرا جالب شد، نه؟

متأسفانه گاهی اوقات کارآفرینان فکر می‌کنند یک محصول تازه باید مشخصات عجیبی داشته باشد. به همین خاطر تمام ایده‌های جانبی برای طراحی محصول را کنار می‌گذارند. این در حالی است که شما به محض شناسایی یک مشکل و حل آن می‌توانید فرمول یک محصول تازه را داشته باشید.

از آنجایی که معمولاً کارآفرینان بازنشسته تجربه خوبی در دنیای کسب و کار دارند، شناسایی مشکلات اساسی در شرکت‌ها کار سختی نخواهد بود. از این مرحله به بعد شما باید راهکارتان را بدل به یک ایده اساسی برای تولید محصول کنید. اینطور خیال‌تان از بابت فروش مناسب راحت می‌شود. پس منتظر چه هستید؟ کمی درباره تجربه‌تان در بازار و نکات آزاددهنده فکر کنید. این امر می‌تواند به شما ایده خوبی برای طراحی یک محصول مناسب بدهد.
چسپا با عرضه این محصول در بازار یک ایده میلیون دلاری را معرفی کرده باشید؛ یادتان نرود، شما نمی‌توانید با عجله محصولی را روانه بازار کنید. در عوض باید کمی حواس‌تان به جزئیات باشد و مطمئن شوید محصول موردنظر آماده عرضه است. مثلاً بد نیست گاهی اوقات از تکنیک عرضه اولیه استفاده کنید. این امر همراه با ارائه محصول به برخی از مشتریان در مقایسه محدود است. نفع از این فرآیند یافتن ایرادات یک محصول و تلاش برای رفع آنهاست. اینطوری هنگام عرضه نهایی دیگر مشکلی از بابت ایرادات پیش پا افتاده نخواهد بود.

**سخن پایانی**

دوران بازنشستگی برای بسیاری از افراد به جای اینکه هیجان‌انگیز یا جذاب باشد، همراه با افسردگی و بی‌انگیزگی است. به طوری که در تمام طول این مدت دائماً حوصله‌شان سر می‌رود. درست به همین خاطر در طول سال‌های اخیر ورود دوباره به دنیای کارآفرینی بدل به ایده‌ای جذاب شده است. به طوری که بسیاری از افراد پس از بازنشستگی وارد این حوزه می‌شوند.

ما در این مقاله سعی کردیم مروری بر برخی از ایده‌های اساسی در حوزه کارآفرینی داشته باشیم. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از توصیه‌های کلیدی در زمینه اجرای ایده ورود دوباره به عرصه کارآفرینی است. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون دغدغه ورود ساده‌ای به عرصه کارآفرینی برای بار دوم داشته باشید. هر چا هم سوالی برای‌تان پیش آمد، ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک به شما هستیم.

منابع:

retirement-۱۳-https://www.legalzoom.com/articles-business-ideas-10-https://www.northone.com/blog/start-a-business/best-retiree-business-ideas

هیچ محدودیتی میان همکاری کسب و کارها با برندهای ورزشی وجود ندارد. مثلاً ردبول نیز محصولات کاملاً سالم و مفیدی برای سلامتی تولید نمی‌کند. با این حال مدت‌هاست به عنوان یکی از برندهای ورزشی پرطرفدار در دنیا شناخته می‌شود. درست به همین دلیل شما باید همیشه حواس‌تان به جزئیات فعالیت و همکاری‌تان با دیگر برندها باشد. این امر نقش مهمی در موفقیت شما در بلندمدت ایفا خواهد کرد.

اگر نظر ما را بخواهید، شما هیچ وقت نباید به خاطر برداشت عمومی از حوزه فعالیت‌تان دور یک همکاری را خط بکشید. در عوض می‌توانید با استفاده از فرصت‌ها دنبال تغییر شرایط باشید. این دقیقاً همان کاری است که کوکاکولا به خوبی انجام داده است.

**رولکس و ویمبلدون**

رولکس یکی از برندهای لوکس در دنیای ساعت‌سازی محسوب می‌شود، بنابراین طبیعی است همکاری میان این شرکت با برندهای ورزشی باید به اندازه کافی خاص به نظر برسد. این نکته به خوبی در قالب همکاری میان رولکس با مسابقات تنیس ویمبلدون به چشم می‌خورد. درست جایی که بسیاری از مردم انتظار مشاهده قهرمان‌های ورزشی مثل راجر فدرر یا نواک جوکوویچ را دارند، اول از همه برند لوکس به ذهن آدم می‌رسد.
رولکس از سال ۱۹۷۸ اسپانسر رسمی مسابقات ویمبلدون محسوب می‌شود. نکته کلیدی در این میان ماهیت لوکس هر دو برند است. به طوری که رولکس به خوبی همکاری موردنظر را سامان داده است.
خب هرچه باشد از دل یک همکاری مشترک باید انتظارات درستی نیز بیرون بیاید، مگر نه؟

اگر شما هویت‌تان را براساس یک کسب و کار لوکس توسعه داده‌اید، این امر باید در همکاری‌تان با سایر برندها نیز به چشم بخورد. وگرنه خیلی زود مشتریان از شما ناامید شده یا تناقضات زیادی در فعالیت‌تان به چشم خواهد خورد. این دقیقاً همان دلیلی است که ما در روزنامه فرصت امروز همیشه بر روی همکاری تبلیغاتی هماهنگ و مناسب از نظر هویت برندها تاکید داریم.

منابع:

https://mediablaze.com/insights/sporting-success-of-the-best-brand-partnerships-and-why-they-1۰-work-1۰-https://medium.com/@zoomph.inc/top-and-athlete-partnerships-a۰۵۸۲cfcc۹







# مهارت‌های فروشندگی در عصر دیجیتال

**نویسنده: علی آلی‌علی**

فروش یکی از مهمترین اهداف هر برندی در بازار و در عین حال معیاری کلیدی برای سنجش تلاش‌های هر کسب و کار محسوب می‌شود.
خب هر برندی در بازار به دنبال کسب سود است و این هدف از گذرگاه فروش خوب می‌گذرد. اگر دقت کرده باشید، حتی بهترین مدیرهای دنیا هم اگر نتوانند تیم‌شان را به سوی فروش بیشتر هدایت کنند، خیلی راحت از کار بیکار خواهند شد. هرچه باشد در دنیای کسب و کار کسی با من و شما شوخی ندارد!

ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که هر روز بخش‌های بیشتری از آن دیجیتالی می‌شود. شاید به همین خاطر کنار آمدن با یک دنیای دیجیتالی در این شرایط امری ضروری باشد. متأسفانه فروشنده‌ها چندان میانه خوبی با این امر ندارند؛ چراکه هنوز خیلی از فروشنده‌ها در سراسر دنیا دودستی به تکنیک‌های قدیمی‌شان چسبیده‌اند. قبول دارم تغییر برای هر کسی سخت است، اما گاهی اوقات باید بین تغییر یا نابودی کامل دست به انتخاب زد. درست در چنین شرایطی تلاش برای استفاده از تکنیک‌های تازه فروش اهمیتش را نشان می‌دهد.

وقتی فروشنده‌ها با ضرورت یادگیری تکنیک‌های تازه برای فروش آشنا می‌شوند، تازه اول راه است.
خب سوال اصلی در این میان نحوه آشنایی با این تکنیک‌هاست. مگر نه اینکه چنین تکنیک‌هایی به این سادگی‌ها به دست نمی‌آید؟

ما در این مقاله قصد داریم شما را با تکنیک‌های تازه برای فروش ساده در دنیای دیجیتال آشنا کنیم. پس اگر شما هم مدتی است دنبال راهکارهای تضمین شده در زمینه فروش دیجیتال هستید، بد نیست با ما همراه شوید. شما در این مقاله نه تنها با نکات کلیدی برای فروش محصولات آشنا می‌شوید، بلکه تغییرات ضروری برای هماهنگی با دنیای دیجیتال نیز دست‌تان خواهد آمد.

#### بازآفرینی ارزش پیشنهادی

هر فروشنده‌ای برای اینکه اثرگذاری مطلوبی بر روی مخاطب داشته باشد، باید اول از همه پیشنهاد ارزشمندی در آستین داشته باشد.
خب مشتریان که همین طور بی‌پروا دست به جیب نمی‌شوند. در عوض شما باید یک پیشنهاد کلیدی برای آنها داشته باشید. به طوری که با مشاهده‌اش وسوسه شده و اقدامی جدی برای خرید انجام دهند.
خیلی از فروشنده‌ها فکر می‌کنند ارزش پیشنهادی باید براساس تجربه هر فروشنده طراحی شود.
خب اشتباه اساسی درست همین جا روی می‌دهد.
شاید قبل از دوران اینترنت خیلی از مشتریان در یک بازار سلیقه و نیاز یکسانی داشتند. با این حال از وقتی اینترنت آدم‌ها را به هم نزدیک کرده، ماجرا کاملاً متفاوت شده است. به طوری که حتی در یک بازار بی‌نهایت کوچک نیز تنوع سلیقه و حسنتاکی به چشم می‌خورد.
اگر فکر کرده‌اید کنار آمدن با این تفاوت‌های سلیقه‌ای کار ساده‌ای به نظر می‌رسد، باید بگوییم سخت درآشتباهید.
در عوض باید تمام تلاش‌تان برای شناخت سلیقه‌های مختلف و بازآفرینی ارزش پیشنهادی‌تان براساس سلیقه افراد مختلف را به خرج دهید.

درست حدس زدید، امروزه شخصی‌سازی یکی از ترندهای مهم و صدالبته تاثیرگذار محسوب می‌شود. پس اگر از جریان اصلی در این رابطه جا بمانید کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. این نکته‌ای است که باید به طور مداوم مورد توجه قرار داشته باشد.
یک ایده خوب در این میان تلاش برای دسته‌بندی مشتریان و طراحی ارزش پیشنهادی متفاوت برای هر گروه است.
اینطوری شما فرصت کافی برای تعامل و اثرگذاری مناسب بر روی هر گروه با سلیقه مشخص‌اش را خواهید داشت.

#### تعامل با کارشناس‌های روابط عمومی و تحقیق و توسعه

امروزه همه کارها در ساختار سازمانی تخصصی شده است.
اگر نظر ما را بخواهید، دو تا از مهمترین دپارتمان‌ها در هر شرکتی روابط عمومی و تیم تحقیق و توسعه است. این دو بخش نقش مهمی در توسعه برند و همچنین حفظ جایگاه مناسبش در بازار دارند بنابراین دست کم گرفتن آنها اصلاً قابل چشم‌پوشی نیست.

شما به عنوان فروشنده در دنیای دیجیتال باید

ارتباط‌تان با کارشناس‌های روابط عمومی را در سطح عالی نگه دارید. این امر به شما کمک می‌کند جلوی هر اشتباه احتمالی در تعامل با مخاطب را بگیرید.
خب خیلی وقت‌ها فروشنده‌ها از میانیتر اشتباهی در تلاش برای جلب نظر مشتریان هستند.
از آنجایی که امروزه مشتریان فقط یکبار به برندها فرصت می‌دهند، اگر اشتباهی از شما سر بزند، احتمالاً آخرین اشتباه‌تان خواهد بود. پس باید سعی کنید تا جای ممکن دور چنین اشتباهاتی را خط بکشید.

منابع مختلف برای دسترسی به اطلاعات کلیدی درباره کاربران در شبکه‌های اجتماعی دم دست و من شما قرار دارد.
شاید در این میان فقط نیاز به کمی دلخرجی بیشتر باشد.

بعد از اینکه اطلاعات مفید درباره مخاطب هدف‌تان را پیدا کردید، باید داستان برند را براساس آن شخصی‌سازی کنید.
یادتان باشد، نباید کل تاریخچه و ارزش‌های برند را در این میان تغییر دهید. فقط در این راستا کمی از حالت



خشک و ایستای قبل فاصله بگیرید.
همین امر به اندازه کافی جذاب و تاثیرگذار خواهد بود.

#### بررسی دلایل صرف نظر از خرید

خرید آنلاین یکی از تجربه‌های عادی در سال‌های اخیر محسوب می‌شود. بسیاری از برندها به خاطر گسترش روزافزون فناوری اینترنت به سوی استفاده از این الگو رفته‌اند.
در این میان کم نیستند مشتریانی که پس از خرید آنلاین خیلی زود سفارش‌شان را مرجوع می‌کنند، شاید فکر کنید این کار بیشتر از سوی کسانی که میانه خوبی با یک برند ندارند روی می‌دهد یا حتی کار رقیابی آن برند باشد، اما واقعیت طور دیگری است.

خب وقتی مشتریان از خرید آنلاین تجربه خوبی کسب کنند، نه تنها دور برند شما را خط خواهند کشید، بلکه خریدشان را نیز پس می‌فرستند.
این انتخابی است که مشتریان به ساده‌ترین شکل ممکن مورد توجه قرار می‌دهند. پس اگر فکر می‌کنید حساب شما از دیگران سوا خواهد بود، باید بگوییم سخت درآشتباه هستید.
نکته کلیدی در این میان تلاش برای بررسی دلایل صرف نظر مشتریان از خریدشان است.
خب اینطوری شما فرصت جبران اشتباهات و تبدیل شدن به یک برند بهتر را خواهید داشت.

شاید پیش خودتان فکر کنید بررسی دلایل بروز مشکل در زمینه فروش آنلاین کمی سخت یا حتی بی‌فایده باشد.
خب در این صورت باید شما را با نتیجه کار آشنا کنیم.

## کسب و کارهای کوچک و بازاریابی خلاقانه

نکته‌ای که در این میان باید به آن توجه داشته باشید، نحوه دریافت محتوای تولیدی کاربران است.
خب مردم که وقت‌شان را از سر راه نیابرداند تا همین طور بی‌مقدمه در اختیار شما قرار دهند.
به همین خاطر بهتر است قبل از اینکه انتظاراتان از مشتریان را حسایی بالا ببرید، کمی به فکر بهبود وضعیت‌تان باشید.
یک ایده هوشمندانه در این راستا تقویت کانال‌های ارتباطی میان خود و مشتریان‌تان است.
اینطوری فرصت بهتری برای تعامل با مخاطب هدف خواهید داشت.

امروزه حضور در شبکه‌های اجتماعی به شما کمک شایانی برای تعامل با مخاطب هدف خواهد کرد.
به طوری که حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی شما را به مرور زمان بدل به برندی محبوب در میان کاربران خواهد کرد.
اینطوری فرصت بیشتری برای دریافت محتوای مناسب از سوی مخاطب خواهید داشت.
ماجرا جالب شد، نه؟

#### همکاری با اینفلوئنسرهای محلی

دنیای اینفلوئنسرها تنوع بی‌نهایت زیادی دارد.
به طوری که در نگاه نخست خیلی از کارآفرینان را دچار سردرگمی می‌کند.
این نکته معمولاً موجب تمرکز صرف بازاریاب‌ها بر روی اینفلوئنسرهای بزرگ و بین‌المللی می‌شود.
به طوری که پس از مدت زمانی کوتاه دیگر بودجه‌ای برای ادامه فعالیت در اختیارشان باقی نمی‌ماند.
در چنین شرایطی تلاش برای استفاده از فرصت‌های همکاری کم‌هزینه‌تر ضروری خواهد بود.

یک ایده هوشمندانه برای اینفلوئنسر مارکتینگ در این میان همکاری با اینفلوئنسرهای محلی است.
این دسته از افراد در مقیاسی کوچک دست به فعالیت زده و مخاطب هدف‌شان کاملاً محلی است.
درست به همین خاطر اثرگذاری بهتری بر روی آنها دارند.
اگر شما بازاریاب‌های جهانی یا بی‌نهایت بزرگ را مد نظر ندارید، بد نیست به جای هدر دادن پول‌تان با ایده‌های عجیب سراغ همکاری با اینفلوئنسرهای محلی بروید.
اینطوری نه‌تنها اثرگذاری بهتری بر روی مخاطب‌تان خواهید داشت، بلکه فرصت بهتری برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها خواهید داشت.
خب مگر یک بازاریاب به غیر از این دو نکته چه چیز دیگری برای موفقیت در بازار نیاز دارد؟

عنوان یک عضو حرفه‌ای در ساختار شرکت دیده می‌شوید.

#### داستان‌سرایی با تم شخصی‌سازی

داستان‌ها از دیرباز تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف داشته‌اند.
درست به همین خاطر در دنیای امروز استفاده از داستان‌های جذاب برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف همچنان اهمیت زیادی دارد.
البته در شرایط کنونی شیوه نمایش داستان به مخاطب کمی تغییر کرده است.
اگر زمانی نه چندان دور خبری از اینترنت

کاری که تیم روابط عمومی برای شما انجام می‌دهد، کمک به استفاده از لحن مناسب و همچنین شناخت بهتر مخاطب به هنگام تلاش برای جلب نظرشان است.
خب وقتی شما با دغدغه‌ها و نیازهای اساسی مشتریان آشنایی خوبی داشته باشید، شانسان‌تان برای موفقیت دوچندان خواهد شد، مگر نه؟

نکنته کلیدی که دربراره تیم توسعه و تحقیقات باید بدان توجه کرد، کمک این تیم به شما برای مانور بر روی نوآوری‌های تازه است.
خب مشتریان همیشه از محصولات با فناوری‌های تازه استقبال می‌کنند، بنابراین شما باید تعهد سفت و سختی در زمینه معرفی محصولات تازه به بازار داشته باشید.
این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کرده و از همه مهمتر شما را بدل به یک برند پیشرو در بازار کند.
خب اگر کسی را در دنیا سراغ دارید که میانه خوبی با برندهای نوآور ندارد، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

گاهی اوقات فروشنده‌ها خیال می‌کنند تک و تنها باید در بازار دست به کار شوند.
این ایده از هر جایی به ذهن شما رسیده باشد، نتیجه‌ای به غیر از سنگ روی یخ شدن ندارد.
باور کنید یا نه، فروشندگی کاری نیست که بدون کمک دیگران انجامش دهید.
کمتر کسی را می‌توانید به شما برای اثرگذاری کنار گذاشته و از کمک دیگران استفاده کنید.
این کار نه تنها از شما فروشنده آماتوری نمی‌سازد، بلکه مهارت‌تان را بیشتر نیز خواهد کرد.
به علاوه، در نگاه همکاران‌تان به

این مدل از بازاریابی به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب بدون ریخت و پاش‌های عجیب کمک می‌کند.
اولین چالشی که در رابطه با بازاریابی خلاقانه مطرح می‌شود، ماهیت این استراتژی است.
خب خیلی از بازاریاب‌ها به خیال اینکه کمبین‌های خلاقانه طراحی کرده‌اند، سراغ مخاطب می‌روند.
با این حال در نهایت هیچ بازگشت سرمایه‌ای دست‌شان را نمی‌گیرد.

ما در اینن مقاله قصد داریم برخی از ایده‌های جذاب برای بازاریابی خلاقانه در حوزه کسب و کارهای کوچک

## فرصت امروز

**روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی**

| **شنبه** | ۲۵ فروردین ۱۴۰۳ | شماره ۲۴۴۵ | صفحه ۸ |

**صاحب امتیاز:** موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

**مدیر مسئول و سردبیر:** محمد رضا قدیمی

**چاپ:** صمیم

**دفتر مرکزی:** مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

**دفتر مرکزی:** ۸۸۵۱۴۳۸

**سازمان آگهی‌ها:** ۸۸۵۲۶۹۲۳

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR