کسب و کار

اینستاگرام چگونه معروف شد؟

برگرفته از کتاب: چگونه این (کسب‌وکار) را ساختم: کسب‌وکارهایی رشدشان تضمین است که بر سر زبان‌ها بیفتند. بازار شایعات و گمانه‌زنی‌ها می‌تواند حتی پیش از عرضه یک محصول یا خدمت به بازار آغاز شود؛ همان رویکردی که هالیوود با تبلیغات بیلبوردی و ساخت کلیپ برای فیلم‌هایش انجام می‌دهد. زمانی که مردم به‌صورت داوطلبانه و صرفا برای گذران وقت یا تفریح درباره محصول و خدمات شما صحبت می‌کنند، مانند آن است که سفیران تبلیغات رایگانی به‌دست آورده‌اید. آنها هر کجا که بروند، آگاهی اطرافیان خود را درباره شما و محصولتان افزایش خواهند داد. اما همین استراتژی هم اغلب نیازمند سرمایه‌گذاری‌های اولیه است. واضح است که استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای خرده‌پا به پول‌های امثال برادران وارنر دسترسی ندارند که قادر به خرج کردن روی تبلیغات محیطی و اینترنتی یک فیلم باشند. با این حال، شیوه همان است، فقط تاکتیک‌ها باید تغییر کنند.

سال ۲۰۱۰ بود که بنیان‌گذاران اینستاگرام، کوین سیستروم و مایک کریگر راه دیگری برای تبدیل شدن به نقل محافل پیدا کردند. آنها به جای تبلیغ در بیلبوردها از دعوت‌نامه‌های خصوصی استفاده کردند. مایک کریگر برایم توضیح می‌دهد: «یکی از گزینه‌های تبلیغاتی ما این بود که پیش از عرضه اینستاگرام در فروشگاه اینترنتی اپل (اپل استور) از ۱۰۰ نفر دعوت به امتحان اپلیکیشن خود کنیم. از طرفی به این صرافت افتاده بودیم که اگر قصد برگزاری یک میهمانی (مثل هر میهمانی عرضه اپلیکیشن دیگر) داریم، مردم دوست دارند بدانند که چه افراد دیگری دعوتند و چگونه باید رفتار کنند. بنابراین باید تصمیم می‌گرفتیم که چطور می‌خواهیم از این ۱۰۰ دعوت‌نامه استفاده کنیم.»

بنیان‌گذاران اینستاگرام باید مشخص می‌کردند که چه افرادی مناسب‌ترین گزینه‌ها برای مطلع‌سازی جهان از اپلیکیشن جدید اشتراک‌گذاری تصاویرشان هستند. آنها تصمیم گرفتند که دعوت‌نامه‌ها را بین دو گروه تقسیم کنند: روزنامه‌نگاران/ خبرنگاران و طراحان. در لزوم دعوت از روزنامه‌نگارها شکی نبود؛ درست است؟ آنها نویسندگانی دارای بسترهای ارتباطی هستند که تعداد مخاطبانشان به هزاران و گاه میلیون‌ها نفر می‌رسد. اما طراحان چطور؟ عکاسان گزینه بهتری نبودند؟ نه واقعا. مایک توضیح می‌دهد: «ما به این نتیجه رسیدیم که عکاس‌ها ممکن است به سرعت سراغ اینستاگرام نروند. آنها کیفیت بسیار بالایی می‌خواهند و محدودیت‌های دیگری هم دارند. اما طراحان عاشق عکاسی هستند و در عین حال شغل اصلی‌شان نیست.» به‌طور کلی، عکاس‌های حرفه‌ای اندکی نسبت به تصاویر مغرور هستند. در آن طرف، اینستاگرام که برای دموکراتیزه کردن توانایی عکاسی‌های جذاب ساخته شد، به طراحان (لباس، دکوراسیون و...) اجازه می‌داد تا تظاهر به عکاس بودن کنند. اپلیکیشن جدید باید عکاسی با موبایل را تبلیغ می‌کرد و نشان می‌داد که برای لذت بردن از عکاسی، نیازی به دوربین‌های آنچنانی نیست. این هدف با نگرش عکاس‌ها مغایر بود.

کوین و مایک سراغ شبکه روزنامه‌نگاران لس‌آنجلسی رفتند. آنها طی سال‌های گذشته که برای اجرایی کردن نخستین ایده‌شان (یک اپلیکیشن پیام‌رسان با نام بربن) تلاش می‌کردند، با تعدادی از این روزنامه‌نگارها آشنا شده بودند. سپس برای یافتن طراحان به سراغ وب‌سایتی با نام دریبل رفتند. مایک می‌گوید: «دریبل مکانی است که طراحان دور هم جمع می‌شوند و بهترین کارهایشان را به نمایش می‌گذارند. پس ۱۰ طراح برتر را انتخاب کردیم و به آنها ایمیل زدیم. برخی ما را نادیده گرفتند که البته مشکلی نیست و برخی پاسخ دادند: حتما، اپلیکیشن شما را امتحان می‌کنم.»

مشخص شد که روزنامه‌نگاران و طراحان ترکیب ایده‌آلی برای بر سر زبان انداختن اینستاگرام هستند. از طرفی، کوین و مایک می‌توانستند از مخاطبان نویسندگانی بهره‌مند شوند که اندکی در انتخاب سوژه‌های فناوری خود استقلال داشتند. در طرف دیگر، گروهی از کاربران به‌شدت باصلاحیت را داشتند که به روش خود و از طریق عکس‌هایشان، جهان را از ظهور اینستاگرام مطلع می‌کردند.

اما این کار یک مزیت بزرگ دیگر هم داشت: نشان دادن امکان عکاسی با موبایل. مایک در این‌باره می‌گوید: «استفاده از ظرفیت طراحان این مزیت را داشت که در روز نخست معرفی اینستاگرام به بازار، صفحه‌ای داشتیم تا بتوانیم محبوب‌ترین عکس‌های جامعه کاربران را به نمایش بگذاریم. در این صورت، کاربران جدید با مشاهده عکس‌های طراحان با خود می‌گفتند: وای، واقعا می‌شود با موبایل چنین عکس‌هایی گرفت؟»

واکنش بازار به تاکتیک تبلیغاتی اینستاگرام سریع و فوق‌العاده بود. «ظرف ۲۴ ساعت نخست، حدود ۲۵ هزار نفر در سراسر جهان عضو اینستاگرام شدند.» به زودی ارزش این کسب‌وکار به ۸ میلیون دلار رسید. پس از یک سال، تعداد کاربران به ۱۰ میلیون نفر رسیده بود و سرمایه‌گذاران مختلف به دفاتر شرکت مراجعه می‌کردند تا زمینه رشد بیش از پیش آن را فراهم سازند.

در عمل، کوین و مایک توانسته بودند به خوبی از سیاست نمایش و داستان‌گویی استفاده کنند. طراحان به مردم نشان می‌دادند که چه کارهای شگفت‌انگیزی می‌توانند با موبایل خود انجام دهند و روزنامه‌نگاران نیز برای کاربران بالقوه، محصول و امکاناتش را توصیف می‌کردند. ترکیب فوق‌العاده‌ای از نمایش و توضیح به‌دست آمده بود؛ چیزی که فکر می‌کنم می‌تواند دستورالعمل شایعه‌سازی موردنیاز کسب‌وکار شما هم باشد (فارغ از آنکه محصول شما یک اپلیکیشن جدید است یا محصولات مصرفی یا خط پوشاک و حتی یک فروشگاه خرده‌فروشی فیزیکی). به‌طور خلاصه، باید به مردم نگاه دهید که چه چیزی دارید و برایشان درباره آن توضیح دهید.

بسته به روابط و منابعتان، ممکن است دسترسی‌تان به یک گروه بیش از بقیه گروه‌ها باشد (نمایش‌دهندگان یا توضیح‌دهندگان و داستان‌سرایان) و حتی در آن زمان نیز ممکن است دسترسی‌تان محدود باشد. با این حال، خوشبختانه دسترسی نداشتن به یکی از این دو گروه یا محدود بودن دسترسی به آنها، اغلب مانع کار نمی‌شود. همچنین راه‌هایی برای شایعه‌سازی و بر سر زبان‌ها افتادن وجود دارد. گاهی حتی شانس می‌تواند با شما یار باشد و درحالی‌که به تلاش‌های خود ادامه می‌دهید، حضور به موقعتان در یک مکان درست، شرایط را برایتان عوض کند.

مترجم: مهدی نیکوئی

سالن «شهدای شهرداری» برای واکسیناسیون کرونا مجهز شد

رئیس سازمان فرهنگی ورزشی و اجتماعی شهرداری کرج گفت: سالن شهدای شهرداری کرج به عنوان محل اجرای طرح بزرگ واکسیناسیون کرونا تجهیز شد.

به گزارش پیام آشنا، محمد جواد کاظمینی گفت: طرح بزرگ واکسیناسیون کرونا به صورت عمومی، در کل کشور و شهرهای مختلف آغاز شده است که در مرحله اول به افراد بالای ۸۰ سال، واکسن کرونا تزریق و این برنامه تا تزریق واکسن به تمام گروه های هدف ادامه دارد. وی ادامه داد: در همین راستا مجموعه مدیریت شهری و شهرداری کرج نیز بعنوان یک دستگاه خدمتگزار به عموم شهروندان، با آماده سازی بزرگترین و بهترین سالن ورزشی خود، تلاش کرده تا یاری رسان این طرح عظیم در شهر کرج باشد. رئیس سازمان فرهنگی ورزشی و اجتماعی شهرداری کرج افزود: با هماهنگی دانشگاه علوم پزشکی البرز، ظرف مدت کمتر از ۴۸ ساعت سالن مذکور، توسط عوامل اجرایی سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری کرج تجهیز و در روز سه شنبه ۲۱ اردیبهشت ماه با حضور افراد واجد شرایط برای تزریق واکسن کرونا، مورد بهره برداری قرار گرفت.

به گفته کاظمینی در این طرح مقرر شد تا گروه های هدف با سن ۷۰ سال و همچنین بیماران خاصی که از طریق دانشگاه علوم پزشکی فراخوان شده اند، در محل سالن شهدای شهرداری کرج حضور یافته و واکسیناسیون برای آن ها انجام شود.

معاون فرهنگی شهردار کرج ادامه داد: سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری کرج با هدف تسریع در این طرح بزرگ، به صورت مشارکت با دانشگاه علوم پزشکی البرز و ادارات بهداشت شرق و غرب کرج، به آماده سازی فضاهای ورزشی و قابل استفاده برای طرح واکسیناسیون پرداخته و بزودی شاهد راه اندازی خطوط دیگری از طرح تزریق واکسن کووید ۱۹ خواهیم بود.

وی اظهار امیدواری کرد تا با یاری تمام دستگاه های مسئول و واکسیناسیون عمومی، هرچه زودتر انجام و ویروس منحوس کرونا در کل کشور ریشه کن شود.

با صدور حکمی از سوی شهردار کرج؛

«علی اصغر همتی» معاون فنی و عمرانی شهرداری کرج شد

با صدور حکمی از سوی شهردار کرج علی اصغر همتی به عنوان معاون فنی و عمرانی شهرداری کرج معرفی و منصوب شد.

به گزارش پیام آشنا، طی مراسمی با حضور شهردار کرج و دیگر مدیران ارشد شهرداری کرج؛ «علی اصغر همتی» به عنوان سرپرست معاون فنی و عمرانی شهرداری کرج معرفی شد.

گفتنی است، دراین مراسم از زحمات «عسگر نصیری» که بیش از این در این سمت ایفای مسئولیت می کرد، قدردانی و علی اصغر همتی به عنوان معاون فنی و عمرانی شهرداری کرج معرفی شد.

شایان ذکر است، همتی پیش از این در معاونت خدمات شهر شهرداری کرج، ایفای مسئولیت می کرد.

با صدور حکمی از سوی شهردار کرج؛

سرپرست معاونت خدمات شهری شهرداری کرج معرفی شد

سرپرست معاونت خدمات شهری شهرداری کرج با صدور حکمی از سوی شهردار کرج معرفی شد.

به گزارش پیام آشنا، شهردار کرج با صدور حکمی «ناصر حاج محمدی» را به عنوان سرپرست معاونت خدمات شهری معرفی و منصوب کرد.

حاج محمدی پیش از این مدیرکل اداره هماهنگی و نظارت بر خدمات شهر معاونت خدمات شهری بوده است.

گفتنی است؛ علی اصغر همتی پیش از این معاون خدمات شهری شهرداری کرج بود که وی نیز به سمت سرپرست معاونت فنی و عمرانی شهرداری کرج معرفی و منصوب شد.

عامل آلوده‌تر شدن هوای تهران ۱۴۰۰

مدیر عامل شرکت کنترل کیفیت هوای تهران اظهار کرد: اطلاعات این شرکت نشان می‌دهد کیفیت هوا در فروردین امسال نسبت به مدت مشابه در سال گذشته چندان مطلوب نبوده است چراکه در فروردین سال ۱۳۹۹ کیفیت هوا ۱۴ روز در شرایط پاک و ۱۷ روز در شرایط قابل قبول گزارش شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایلنا، حسین شهیدزاده افزود: طی فروردین امسال کیفیت هوا در پایتخت، دو روز در شرایط پاک، ۲۵ روز در شرایط قابل قبول و چهار روز به‌دلیل افزایش غلظت ذرات معلق کمتر از ۲/۵ میکرون در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس قرار داشت.

وی درباره چرایی افزایش غلظت ذرات معلق کمتر از ۲/۵ میکرون و به‌تبع آن آلودگی هوا در فروردین امسال نسبت به سال گذشته تصریح کرد: ابتدا باید بدانیم که بررسی روند تغییرات میانگین ساعتی غلظت آلاینده ۲/۵pm و ۱۰ pm در ۱۰ ایستگاه نواحی مختلف شهر تهران نشان‌دهنده افزایش غلظت ذرات معلق در فروردین سال ۱۴۰۰ نسبت به سال ۱۳۹۹ است. شهیدزاده افزود: کاهش بارش‌ها در فروردین امسال سبب کاهش رطوبت نسبی هوا شد. بر اساس اطلاعات موجود امسال در فروردین تنها یک روز رگبار پراکنده در شهر تهران داشتیم این درحالی است که در فروردین سال گذشته ۱۶ روز از هوای پایتخت بارانی گزارش شده بود.

وی در ادامه گفت: کمبود رطوبت نسبی (خشک بودن هوا) باعث رویش کمتر گیاهان در اراضی بالادست باد تهران شد که این خود سبب گسیل گرد و خاک از مناطق مستعد و افزایش قابل توجه غلظت ذرات معلق کمتر از ۱۰ میکرون و به‌تبع آن افزایش غلظت ذرات معلق کمتر از ۲/۵ میکرون شد.

مدیر عامل شرکت کنترل کیفیت هوای تهران با بیان اینکه متوسط سرعت وزش باد در روزهای فروردین سال ۱۴۰۰ بیش از متوسط سرعت آن در سال گذشته بوده، اظهار کرد: این مساله نیز موجب تشدید ورود گرد و خاک به شهر تهران شد.

وی در پایان تصریح کرد: چون تقریبا در تمام روزهای فروردین امسال رطوبت نسبی به میزان قابل‌توجهی نسبت به زمان مشابه در سال گذشته کمتر شده و همزمان متوسط سرعت باد افزایش یافته بود، لذا می‌توان گفت رخداد همزمان دو پدیده وزش بادهای شدید و کاهش رطوبت نسبی ناشی از کاهش میزان بارش سبب آلودگی هوا در فروردین ماه امسال شد.

بحران فرونشست زمین در حومه تهران

عضو هیات‌علمی مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی از وضعیت بحرانی فرونشست زمین در مناطق حومه تهران خبر داد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، علی بیت‌اللهی ضمن تاکید بر این مطلب که فرونشست زمین در مناطقی از کشور همچون ورامین به مرحله بحرانی رسیده است، به پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی گفت: در نظر است تا در منطقه ورامین و روستای معین‌آباد که فرونشست زمین در آن منطقه به فاجعه تبدیل شده، مطالعه موردی فرونشست را به عنوان الگو انجام داده و با انجام مطالعات موردی از این دست در مناطق پرخطر از نظر فرونشست، راهکارهای مناسبی را به دولت ارائه دهیم.

وی تاکید کرد: مطالعات عمده درخصوص شناخت پدیده فرونشست زمین و مقابله با آثار زیانبار آن انجام شده است اما در خصوص نوع آبیاری و شیوه کشت و زرع، وزارت جهادکشاورزی باید نظر بدهد. عضو هیات‌علمی مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی سرعت دادن به انجام این مطالعات را نیازمند تامین اعتبار از سوی سازمان برنامه و بودجه دانست و گفت: چنانچه تامین اعتبار انجام شود ظرف مدت کوتاهی تحقیقات انجام و راهکارهای عملیاتی و اجرایی برای مقابله با فرونشست در مقیاس ناحیه‌ای ارائه خواهد شد.

وی توضیح داد: هم اکنون در مراجع علمی با اصطلاح آب مجازی روبه رو هستیم. این به آن معناست که در برخی از کشورهای پیشرفته به دلیل جلوگیری از هدررفت آب از کاشت برخی از محصولات کشاورزی که نیاز به آب فراوان دارد ممانعت می‌شود، حتی در کشورهایی که از نظر آب، مشکلی وجود ندارد. این مدیریت صحیح سبب شده مصرف آب زیرزمینی به نسبت کمتر شود.

ضدتوریسم در روستاهای توریستی

تحقیقات انجام شده در بریتانیا در کنار آمار سفرهای نوروزی و پایین بودن ضریب اشغال هتل‌ها نشان می‌دهد که در دوران پاندمی گردشگران ترجیح می‌دهند به‌جای سفر به شهرهای بزرگ و اقامت در هتل‌های چند ستاره، اقامتگاه‌های بوم‌گردی یا ویلاهایی را که در مناطق روستایی هستند انتخاب کنند. در این مناطق امکان فاصله‌گذاری اجتماعی بیشتر شده و به تبع آن احساس امنیت روانی گردشگر هم بالا می‌رود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، با این حال اغلب روستاها با مشکل فقدان یا کمبود زیرساخت‌های مرتبط با دفع زباله دست و پنجه نرم می‌کنند، مشکلی که می‌تواند به آسیبی برای گردشگری این مناطق تبدیل شده و محیط‌زیست و سلامت اهالی و گردشگران را هم تحت‌تاثیر خود قرار دهد. بی توجهی سیاست‌گذار به ضعف امکانات اولیه روستاها برای جذب گردشگر نه تنها فرصت رونق توریسم در عصر کرونا را از این مناطق و از کل کشور سلب می‌کند که روستاییان را هم از پیامدهای مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی «گردشگری روستایی» محروم می‌سازد. روستای قاسم‌آباد یکی از روستاهای گیلان است که لباس و رقص محلی آن شهرتی ملی و حتی بین‌المللی دارد. این روستا یکی از روستاهای شهرستان رودسر، از توابع بخش چابکسر است و در سال‌های اخیر حجم ویلاسازی در آن مشابه سایر روستاها به شدت افزایش پیدا کرده درحالی‌که برای دفع زباله آن راهکاری مانند سایر مناطق وجود ندارد. در این شرایط گروهی از اهالی تصمیم گرفته‌اند برای تمیز شدن چشم‌انداز روستا و ایجاد انگیزه برای گردشگران برای انتخاب قاسم‌آباد دست به کار شوند.

شهره مهرآبادی یکی از همین اهالی است که در تلاش است چالش زباله در این روستا را با کمک اهالی حل کند. او می‌گوید: منتظر ماندن برای اینکه کسی از بیرون مشکلات ما را حل کند بیهوده است و تنها ما را به عقب می‌اندازد. ما در ابتدای حساس شدن روی معضل زباله و تلاش برای جمع‌آوری آنها به یک مشکل بزرگ برخوردیم: محلی برای جمع‌آوری زباله در قاسم‌آباد مشخص نشده بود بنابراین هر خانواده‌ای بنا به تشخیص خود زباله‌هایش را در نقطه‌ای می‌ریخت که باعث زشت شدن چهره روستا در کنار ورود مواد پلاستیکی به درون خاک می‌شد. ویلاداران هم رویه‌شان همین بود. آنها برای دفع زباله‌هایشان مشابه محلی‌ها عمل کرده و مناطقی که زباله جمع شده بود را به‌عنوان نقطه‌ای در نظر می‌گرفتند که می‌توانند زباله‌هایشان را در آنجا بریزند. او با اشاره به اینکه کوره‌های سنتی یکی از راهکارهایی است که در بسیاری از کشورها آن را به کار می‌برند، می‌افزاید: استفاده از این کوره‌ها مستلزم تفکیک زباله است از این رو ما شروع به آموزش درباره تفکیک زباله به مردم کردیم، زیرا زباله‌های خشک قابل بازیافت بوده و سوزاندن آن برای محیط‌زیست مضر است درحالی که زباله‌های تر می‌توانند سوزانده شوند. درست است که در نهایت عمل سوزاندن زباله‌های تر هم می‌تواند به محیط‌زیست ضررزننده باشند اما ما باید بین گزینه‌های بد و بدتر انتخاب کنیم و گزینه بدتر رها کردن زباله در روستا است.

مهرآبادی از مذاکره با نماینده این منطقه در مجلس شورای اسلامی که منجر به همکاری سایت پارک علم و فناوری برای راه‌اندازی کارخانه بازیافت زباله‌ای که بنا به دلایلی تکمیلش متوقف شده بود خبر می‌دهد و می‌گوید: خوشبختانه بودجه و تجهیزات لازم برای این موضوع با پیگیری‌های صورت گرفته محقق شده است. قاسم‌آباد روستایی با منظره‌های زیباست که می‌تواند مقصدی برای گردشگران باشد اما درحال‌حاضر زباله به مانعی برای توسعه توریسم آن منجر شده است. این فعال حوزه گردشگری و صنایع‌دستی با بیان این مطلب ادامه می‌دهد: چالش دیگر قاسم‌آباد حضور ویلاهایی است که نسبتی با معماری حاکم بر منطقه ندارند و بیشتر به سبک چینی یا ایتالیایی ساخته می‌شوند. متاسفانه برخی از محلی‌ها به‌جای آنکه به فکر استفاده از ظرفیت‌های روستا برای توسعه گردشگری باشند بنگاهداری را ترجیح می‌دهند. این درحالی است که قاسم‌آباد با استفاده از نام و شهرتش توان تبدیل شدن به یکی از مناطق جذاب گردشگری در گیلان را دارد. او می‌گوید: زمانی که تعداد خانه‌هایی که هیچ نسبتی با معماری سنتی ندارند در یک روستا زیاد شود قاعدتا گردشگران هم تمایل کمتری برای حضور در آن دارند، زیرا معمولا توریست‌ها ترجیح می‌دهند با حضور در یک روستا تجربه زندگی مردم بومی را مشاهده کنند. از این رو است که ما به جای فروش زمین به مردم توصیه می‌کنیم غذاخوری‌هایی که غذای محلی سرو می‌کنند، مراکز خرید سنتی و... را راه بیندازند. کسب‌وکارهایی که هم معرف فرهنگ و سنت حاکم بر قاسم‌آباد است و هم گردشگری پایدار را در این منطقه توسعه می‌دهد. مهرآبادی و دوستانش این روزها درحال کاشت درخت در آبگیر روستا هستند، به گفته او این آبگیر می‌تواند یکی از جاذبه‌های گردشگری در قاسم‌آباد باشد، همچنین آنها پیش از کرونا چند بازارچه صنایع‌دستی در روستا برگزار کردند که باعث معرفی هنرمندان به بازار شد و در شرایط کرونا هم توانستند از این هنر کسب درآمد داشته باشند. گفته‌های مهرآبادی نشان می‌دهد برای توسعه گردشگری در شمال به‌ویژه در زمانی که تقاضای بازار برای آن بالا رفته است نیازمند حل چالش زباله در این مناطق هستیم تا آنها تبدیل به مناطقی مطلوب برای توریست‌هایی شوند که می‌خواهند روزهایی را در آرامش بگذرانند.

تلنگر

خرابکاری در بازار مسکن نیوزیلند

دنیای اقتصاد- تشخیص اشتباه درباره علت «رشد شدید قیمت مسکن» در نیوزیلند، التهاب بازار ملک در این کشور جزیره‌ای را تشدید کرد. سال گذشته سرعت افزایش قیمت خانه در این کشور ۵ میلیون نفری تقریبا ۱/۵ برابر شد. معاملات خرید رشد کرده، اما خانه‌اولی‌ها سهم چندانی نداشته‌اند. نقص فنی مالیات ملکی، مانور تقاضای سرمایه‌ای در این بازار را موجب شده است.

فرمان دولت نیوزیلند به بانک مرکزی برای تمرکز سیاست‌های پولی بر کنترل قیمت مسکن، تعجب صاحب نظران اقتصادی این کشور و واکنش روسای بانک‌های مرکزی برخی کشورها را در پی داشته است. بازار مسکن کشور جزیره‌ای نیوزیلند سال گذشته با ابرتورم کم سابقه روبه‌رو شد به‌طوری که نرخ رشد قیمت مسکن از زیر ۲ درصد در ۲۰۱۸ به نزدیک ۲۰ درصد در ۲۰۲۰ رسید.

بررسی‌ها نشان می‌دهد، رشد تقاضای غیرمصرفی- خریدارانی غیراز خانه‌اولی‌ها- در این جزیره ۵ میلیون نفری باعث افزایش دمای قیمت املاک مسکونی شده است. این رشد خریدهای ملکی اگرچه ناشی از تسهیلات کم‌بهره بوده و در مقابل، کمبود عرضه خانه در این جزیره به بی‌تعادلی در بازار و رشد قیمت کمک کرده است اما آسیب‌شناسی دقیق از آنچه بانی ابرتورم ملکی در نیوزیلند شده، متهم اصلی را «نقص فنی تنظیم‌کننده دمای بازار مسکن» معرفی می‌کند.

مالیات سالانه ملکی و همچنین مالیات بر عایدی سرمایه، «ترموستات بازار مسکن» در کشورهای مختلف محسوب می‌شود. کارآیی درست این مالیات‌ها توانسته جریان خریدهای سرمایه‌ای و غیرمصرفی را تنظیم کند و مانع التهاب قیمت و بالارفتن شدید دمای بازار معاملات شود.

در بازار مسکن نیوزیلند اما، نرخ مالیات سالانه، در حد «صفر» است -معادل ۰/۱ درصد- و از طرفی، مالیات بر عایدی سرمایه نیز دریافت نمی‌شود. نتیجه این نقص فنی ترموستات بازار مسکن آن شده که سهم خریدهای غیرمصرفی به نزدیک یک چهارم در شهرهای پرجمعیت و جذاب این کشور برسد.

در این میان، دولت نیوزیلند بدون آنکه اشکال واقعی را شناسایی کند با غفلت از آن، بانک مرکزی را مجبور کرده از طریق تغییر جریان پرداخت تسهیلات مسکن، جلوی رشد قیمت مسکن را بگیرد؛ سیاستی که بدون اجرای پیش شرط اصلی مهار تورم ملک- کنترل تقاضای غیرمصرفی با ابزار مالیات- اثرگذار نخواهد بود.

کووید- ۱۹ بسیاری از معادلات تجاری را به هم زد و بازارهای جهانی را آشفته کرد: بازار املاک و مستغلات نیز از ترکش‌های این ویروس مستثنی نبود و افت وخیز بسیاری در این ایام داشت. در یک گوشه از جهان، بر بحران بی‌خانمان‌ها افزوده و در جای دیگری افزایش قیمت ملک سر به فلک کشیده شد و خانه‌ای برای خرید یافت نمی‌شد. در این میان نیوزیلند، نخست با افزایش قیمت ملک و دوم با سیاست‌های پولی و مالی اتخاذی برای مهار سرکشی‌های بازار مسکن، به صدر اخبار بازار مسکن آمد.

افزایش قیمت ملک در نیوزیلند، همراه با نرخ بهره بسیار پایین و عرضه محدود مسکن، سبب تلاطمی شدید در بازار این کشور شده و به نظر نمی‌رسد که آرامش به زودی به این بازار برگردد.

بنا بر گزارش موسسه املاک و مستغلات نیوزیلند، قیمت ملک در سال ۲۰۲۰ به طور متوسط افزایشی ۱۹/۳ درصدی و در سال ۲۰۱۹ رشدی ۱۲/۳ درصدی داشته است. این در حالی است که در سال ۲۰۱۸، مسکن در این کشور تنها افزایشی ۱/۸ درصدی را تجربه کرده بود. این کشور پیش از این نیز با بحران مشابه در بازار مسکن دست و پنجه نرم کرده بود. در فاصله زمانی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۷، شهروندان نیوزیلند شاهد افزایش ۱۱۴ درصدی قیمت ملک بودند. پس از مکثی کوتاه در افزایش قیمت مسکن، از سال ۲۰۱۲ این بازار بار دیگر در سیر صعودی خود شتاب گرفت: این در حالی است که این کشور جمعیت بسیار اندکی در برابر زمینی وسیع دارد.

با وجود آغاز همه‌گیری و شیوع کووید- ۱۹ در سال ۲۰۲۰، نرخ بهره پایین همچنان برقرار بود. این امر باعث شد که میزان فروش ملک در این سال افزایشی ۳۶/۶ درصدی داشته باشد؛ در نقاطی چون اوکلند این افزایش تا ۶۰ درصد نیز رسیده بود. از سوی دیگر عرضه محدود خانه، فشار بیشتری بر قیمت‌ها وارد کرد تا آنجا که در دسامبر ۲۰۲۰ تعداد املاک در دسترس برای فروش تا ۲۹/۱ درصد کاهش داشت و رکوردی تاریخی برای این کشور محسوب می‌شد. در نتیجه متوسط روزهایی که یک خانه برای فروش در انتظار است، به ۲۷ روز کاهش یافت که کمترین میزان از سال ۲۰۰۳ به حساب می‌آید. همه این عوامل دست به دست هم داد تا بازار مسکن جهشی بزرگ را تجربه کند.

این کشور جزیره‌ای که شمار جمعیت آن به ۵ میلیون نفر نیز نمی‌رسد با مشکل استطاعت مسکن روبه‌روست. بالغ بر یک درصد از شهروندان نیوزیلند در خیابان‌ها و اقامتگاه‌های موقت ساکن هستند؛ این بالاترین میزان بی‌خانمانی در کشورهای توسعه یافته است.

از سوی دیگر سیلی از خارجی‌ها و در صدر آنان چینی‌ها راهی این کشور شدند که خود سبب نگرانی بیشتر سیاست‌گذاران نیوزیلندی شده است. در نتیجه پارلمان این کشور در اکتبر ۲۰۱۸ قانونی را تصویب کرد که بنا بر آن، خارجی‌های غیر مقیم از خرید خانه منع شدند. گرچه به طور کلی، خریداران خارجی تنها ۳ درصد از کل فروش املاک نیوزیلند را تشکیل می‌دادند اما در مناطق چشم نوازی چون اوکلند -شهر پرجمعیت- این نرخ به ۲۲ درصد می‌رسید. اخیرا صندوق بین‌المللی پول از نیوزیلند خواسته تا این ممنوعیت را برطرف کند چرا که بسیار بعید است این قانون، شرایط بازار مسکن این کشور را بهبود بخشد. فارغ از خارجی‌ها که برای سرمایه‌گذاری روانه نیوزیلند می‌شوند، سیر مهاجرانی که این جزیره را محل سکونت دائمی خود انتخاب کردند بر آشفته بازار مسکن افزوده و یکی از اصلی‌ترین عوامل افزایش قیمت ملک در سال ۲۰۱۲ بوده است.

سیاست‌های پولی در خدمت دولت

نیوزیلند، کشوری با اقتصادی کوچک است اما بانک مرکزی این کشور روندی را در پیش گرفته که پیش از این چندان در بانکداری مرسوم نبوده و برخی در پی الگوبرداری از آن برای مهار بازار مسکن هستند؛ هرچند نقدهای جدی بر این سیاست‌ها وارد است.

در سال ۲۰۲۰ ارزش کل وام‌های رهنی مسکن افزایشی ۸/۱ درصدی داشت و به ارزش ۶۶/۶۷ میلیارد دلار رسید. وام‌های اعطا شده به خانه‌اولی‌ها که به طور متوسط ۸۰ درصد از وام‌های اعطایی را شامل می‌شود، در این سال رشدی ۳/۹ درصدی نسبت به سال پیش از آن یافت.

بانک مرکزی نیوزیلند از سوی دولت مامور شده تا تورم سالانه را در میان‌مدت بین ۱ تا ۳ درصد حفظ کند و در بلندمدت تورم را در ۲ درصد نگه دارد. همچنین دولت از این بانک خواسته تا حداکثر حمایت را از اشتغال پایدار انجام دهد. در راستای این سیاست‌های پولی و مالی، در فوریه ۲۰۲۱ دولت به بانک مرکزی دستور داد تا قیمت مسکن را در تصمیم‌گیری‌های پولی و مالی مورد توجه ویژه قرار دهد. امری که توجه بسیاری از روسای بانک مرکزی در جهان را به خود جلب کرد.

مانند بانک فدرال رزرو ایالات‌متحده، بانک رزرو نیوزیلند (RBNZ) نیز همواره متهم به حفظ نرخ‌ها و پیگیری اشتغال کامل است. در ۲۵ فوریه ۲۰۲۱ وزیر دارایی نیوزیلند- گرانت رابرتسون- اعلام کرد که شبکه بانکی موظف به پیگیری اهداف دولت برای حمایت بیشتر از قیمت پایدار خانه‌هاست؛ از جمله این حمایت‌ها پایین نگه داشتن تقاضای سرمایه‌گذاران برای سهام خانه‌های موجود در جهت بهبود قیمت برای خانه‌اولی‌هاست. با این اعلامیه، دامنه اختیارات بانک مرکزی در قیمت مسکن بیشتر شد.

دولت نیوزیلند برای تسکین بازار مسکن تحت فشار است: قیمت مسکن از فوریه سال ۲۰۲۰ تا فوریه ۲۰۲۱ افزایشی ۲۲/۸ درصدی را تجربه کرده است. جاسیندا آردرن، نخست‌وزیر نیوزیلند برنامه‌ای برای ساخت ۸ هزار خانه را به عنوان بخشی از بودجه سال ۲۰۲۰ در نظر گرفت.

پس از پیروزی چشمگیر حزب کارگر در اکتبر ۲۰۲۰، آردرن تعهد خود برای افزایش عرضه مسکن را تجدید کرد. گرچه منتقدان دولت بر این باور بودند که این اقدامات کافی نیست اما حزب حاکم کارگر در ۲۲ مارس خبر از ابتکارات سیاستی جدیدی داد که خانه‌اولی‌ها را هدف قرار می‌داد. در این راستا نخست‌وزیر نیوزیلند، آستانه درآمد برای دریافت وام مسکن برای خانه‌اولی‌ها را افزایش داد و سیاست‌هایی را با هدف تعدیل تقاضا برای دارایی‌های سرمایه‌گذاری در پیش گرفت. این تصمیم‌ها که با همکاری دولت و بانک مرکزی نیوزیلند انجام شد، در پی آن است تا خرید خانه برای خانه‌اولی‌ها تسهیل شود.