

یادداشت

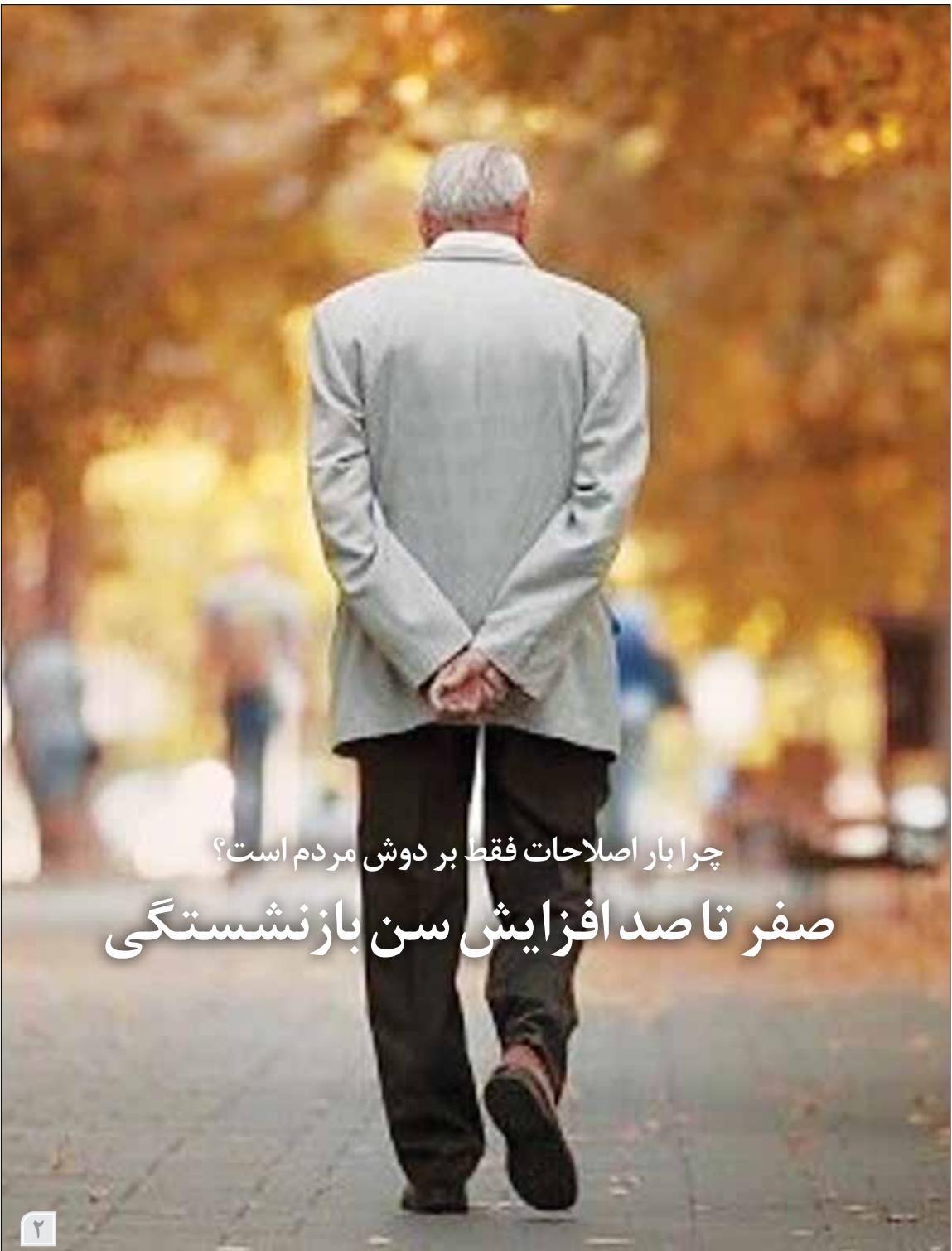
راستی آزمایی رشد اقتصادی

مرتضی افقه، اقتصاددان مرکز آمار ایران، رشد اقتصادی بهار ۱۴۰۲ را منتشر و اعلام کرد رشد اقتصاد ایران بدون نفت ۶٫۱ درصد و با نفت ۷٫۹ بوده است. اعلام این ارقام بازتاب گسترده‌ای در رسانه‌ها داشت. تصدای از کارشناسان در مورد صحت این ارقام نگاهی بدبینانه داشتند و آن را آمارسازی دولت تلقی کردند. دلیل این گروه، عدم تغییر محسوس در شرایط رفاهی و قدرت خرید مردم بود. در مقابل، دولت و رسانه‌ها، این ارقام را موفقیت بزرگ دولت به رغم تداوم فشارهای تحریمی دانستند. در این مطلب البته قصد ارزیابی صحت و سقم این ارقام را ندارم، اما برای کمک به تحلیل و تبیین درست آمار و ارقام اقتصادی و اجتماعی توسط متخصصان و تصمیم‌گیران، نکاتی را بیان می‌کنم.

ارزیابی دقیق و واقعی از اعداد مرتبط با رشد اقتصادی باید از دو منظر مرتبط با هم مورد توجه متخصصان قرار گیرد: اول اینکه منشأ و محرک رشد اقتصادی چه عامل یا عواملی بوده است؟ و دوم اینکه آیا رشد اعلام‌شده پایدار و مستمر خواهد بود یا به دلایلی موقتی و محدود به زمان و اتفاق خاصی است؟ ممکن است رشد اقتصادی ناشی از فروش منابع طبیعی کشور باشد. در چنین حالتی رشد اقتصادی الزماً قابل اتکا و پایدار نیست. رشد اقتصادی وقتی پایدار و قابل اتکا خواهد بود که منشأ و محرک اصلی آن، عقل و اندیشه و ابداع نیروهای انسانی باشد. هر عاملی غیر از آنساز...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



چرا بار اصلاحات فقط بر دوش مردم است؟

صفر تا صد افزایش سن بازنشستگی

چرا روسیه را نباید دست‌کم گرفت؟

ریشه‌های جنگ اوکراین

گرایش به شرق و گریز از غرب

قدرت روسیه در دهه اول قرن حاضر افزایش یافت؛ زمانی که «ولادیمیر پوتین» نظم را مجدداً به این کشور برگرداند و قیمت نفت نیز بالا رفت. با مقاومت فرانسه و آلمان در برابر رویکرد ستیزه‌جویانه آمریکا در قبال عراق، شکاف‌هایی در روابط متحندان غربی ایجاد شد. رشد اقتصادی چین نیز قدرت یکن را افزایش داد و جاه‌طلبی‌های ژئوپلیتیکی چین تا غرب اقیانوس آرام، اوراسیا، آفریقا و آمریکای لاتین گسترش یافت. مسکو در سال ۲۰۰۸، جنگ کوتاهی علیه گرجستان به راه انداخت و این درگیری به نحوی چشمگیر عزم روسیه را برای مقاومت در برابر تجاوزات آمریکا نشان داد، چنانکه کریمه را در سال ۲۰۱۴ تصرف کرد. حتی در آن زمان، مسکو روابط اقتصادی گسترده‌ای با اروپا داشت که تقریباً نیمی از تجارت دوجانبه روسیه و سه چهارم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را تشکیل می‌داد. همکاری شکننده با واشنگتن در مبارزه با تروریسم و جلوگیری از گسترش سلاح‌های هسته‌ای هم ادامه داشت. این وضعیت، مسکو را قادر ساخت تا روابط متوازن خود را با یکن حفظ کند. اما پس از آن، مسکو این پیشرفت را به خطر انداخت. حمله روسیه به اوکراین که از سال ۲۰۱۴ شروع شد و در فوریه ۲۰۲۲ به اوج رسید، روابط با غرب را از بین برد. سهم اروپا از تجارت روسیه سقوط کرد و تماس‌های دیپلماتیک به حداقل رسید. هرچند تحریم‌ها رفتار روسیه را تغییر نداده و اقتصاد روسیه را فلج نکرده، اما غرب همچنان به این تحریم‌ها و کمک‌های نظامی و مالی به اوکراین ادامه می‌دهد.

مسکو از غرب دور شد و بیش از پیش به آغوش یکن غلتید. هرچند کرملین از همسویی راهبردی و دوستی «بی‌حد» خود با چین دم می‌زند، اما واقعیت چندان هم اینطور نیست. یکن به مسکو پیشنهاد حمایت دیپلماتیک داده اما تاکنون از ارائه کمک‌های نظامی آتشین خودداری کرده است. درست است که چین تجارت با روسیه را افزایش

دوئل یکن و واشنگتن در جزیره تایوان

خطر چین چقدر واقعی است؟

با وجود تلاش‌های ارتش آزادی‌بخش خلق برای استخدام افراد ماهر، از خلبانان جنگنده گرفته تا مهندسان، نیروهای چینی تقریباً هیچ تجربه‌ای از مبارزه ندارند. اگرچه چین جه‌های تکنولوژیک، از موشک‌های مافوق صوت گرفته تا جنگنده‌های رادار گریز داشته است، مجتمع نظامی-صنعتی این کشور در زمینه‌هایی مانند مونتورهای هوایما و کشتی هنوز جای کار دارد و همچنان به برخی از قطعات خارجی متکی است. تحریم‌های آمریکا بر نیمه‌رساناها و قطعات می‌تواند دستیابی چین به مرزهای فناوری جهانی را دشوارتر کند. با وجود پاک‌سازی‌های بی‌پایان «شی»، به نظر می‌رسد کم‌آمان مشکل فساد در چین فراگیر باشد؛ چنانکه همین امسال ژنرال «لی شانگ فو» پس از تنها چند ماه از سمت وزیر دفاع چین برکنار شد.

اقتصاد خود نیز رنج می‌برد. بحران مسکن و خصومت فزاینده حزب کمونیست نسبت به بخش خصوصی و سرمایه خارجی مانع رشد شده است. طبق گزارش صندوق بین‌المللی پول، تولید ناخالص داخلی چین در سال ۲۰۲۳ حدود ۵٫۴ درصد و در سال ۲۰۲۸ تنها ۳٫۵ درصد افزایش خواهد داشت. برای اولین‌بار از زمان رکورد سال ۱۹۹۸، سرمایه‌گذاری شرکت‌های چندملیتی در چین در سه ماهه

بازدهی بورس تهران از ابتدای سال تاکنون به صفر رسید

صعود بورس در روز آخر آبان

فرصت امروز: در آخرین روز آبان، شاخص‌های بازار سهام صعود کردند و داماسنج اصلی تالار شیشه‌ای، ۰٫۱۶ درصد در سطح ۲٫۱ میلیونی بالا رفت. برای دومین روز متوالی نیز شاهد رشد تقاضای حقیقی بودیم و ۱۷۵ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۳۰ آبان ماه ۱۴۰۲، شاخص کل بورس تهران ۲ هزار و ۱۳۷ واحد معادل ۰٫۱۶ درصد...

۴

شوک‌های ژئوپلیتیکی چطور ریسک ثبات مالی را افزایش می‌دهند؟

سایه ریسک ژئوپلیتیک بر بازارها

فرصت امروز: افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی باعث نگرانی‌های زیادی پیرامون فروپاشی اقتصاد جهانی شده است. تنش‌های ژئوپلیتیکی در این سال‌ها با تیره شدن روابط دیپلماتیک آمریکا و چین و همچنین حمله روسیه به اوکراین دوچندان شده و در چند هفته گذشته نیز تشدید تنش‌ها در غرب خاورمیانه بار دیگر اهمیت شوک‌های ژئوپلیتیکی را یادآور شده است. آخرین گزارش‌های بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که رشد اقتصادی جهان، روندی کاهشی به خود گرفته است. براساس پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصاد جهان از ۳٫۵ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۳ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش یافته و در سال ۲۰۲۴ به حدود ۲٫۹ درصد می‌رسد؛ ارقامی که پایین‌تر از میانگین ۳٫۸ درصدی رشد اقتصادی جهان در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ به شمار می‌رود.

پراکندگی ژئواکونومیک که بر اثر ریسک تقسیم اقتصاد جهانی به بلوک‌های مختلف در بحبوحه جنگ اوکراین و تنش‌های ژئوپلیتیک دیگر حاصل شده است، در کنار رشد اقتصادی پایین چین (به دلیل انقباض بیش از حد انتظار در بخش املاک و مستغلات) از دلایل اصلی این رخداد هستند. سطح تورم نیز همچنان بالاست و این امر قدرت خرید خانوارها را کاهش می‌دهد. انتظار می‌رود تورم جهانی از ۸٫۷ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۶٫۹ درصد در سال ۲۰۲۳ و ۵٫۸ درصد در سال ۲۰۲۴ کاهش یابد. طبق ارزیابی صندوق بین‌المللی پول، همچنین تورم هسته که نمایانگر تورم تمام کالاها و خدمات در اقتصاد بدون محاسبه قیمت‌های بی‌ثبات مواد غذایی و سوخت می‌شود، به شکل تدریجی کاهش...

۳

اتاق بازرگانی چگونه می‌تواند در توسعه اقتصادی اثر گذار باشد؟

نقش بخش خصوصی در توسعه ملی

۲

مدیریت و کسب‌وکار

دروغ‌هایی درباره بازاریابی دیجیتال که باید فراموش کنیم!

آدم‌ها به شیوه‌های مختلفی به خودشان دروغ می‌گویند. مثلاً ورزشکاری که با یک حریف سرسخت رو به رو شده، به خودش هزاران امید دروغین می‌دهد تا بلکه در زمین مسابقه از همام اول بازنده نباشد. به طور مشابه، دانشجوها هم در فرجه امتحانی برای اینکه از زیر بار مطالعه منابع سنگین در بروند، انواع و اقسام دروغ‌های خیالی به خورد خودشان می‌دهند. باور کنید یا نه، این ماجرا درباره بازاریاب‌ها هم مصداق دارد. فقط کافی است کمی با خودتان روراست باشید تا نمونه‌های مختلفی از این جنس در کارنامه حرفه‌ای‌تان پیدا کنید. اگرچه خیلی وقت‌ها همه ماهیت نادرست امیدها واهی را می‌دانند، اما ماجرا درباره دنیای مارکتینگ کمی پیچیده‌تر است؛ چراکه خیلی از دروغ‌های قدیمی در این عرصه رفته رفته تبدیل به حقایقی شده‌اند که اتفاقاً کلی طرفدار دوآتشه دارد. به همین خاطر کنار گذاشتن آنها به هیچ وجه کار ساده‌ای نیست. این وسط بسیاری از...

۸

داده، اما از ترس تحریم‌های غرب برای سرمایه‌گذاری‌های عمده در روسیه دست دست کرده است. یکن همچنین از دوری مسکو از غرب در عقد قراردادهای تجاری استفاده کرده و روابط تجاری خود را در آسیای مرکزی با هزینه روسیه گسترش داده است.

دوستان و دشمنان کرملین

در اوایل دهه ۱۹۹۰، اقتصاد چین و روسیه تقریباً به یک

اندازه بود، اما چین اکنون ۱۰ برابر بزرگ‌تر است و همچنان در حال رشد است. بنابراین کرملین اکنسون برای حفظ استقلال راهبردی خود به وزنه‌ای در برابر چین نیاز دارد. روسیه که از غرب دور شده است، به دنبال اوراسیای بزرگ و کشورهای جهان جنوب است. مسکو در حال گسترش روابط دیپلماتیک و تجاری و امنیتی خود با کشورهای غیرغربی به ویژه در آفریقا و خاورمیانه است و برای حفظ روابط نزدیک سنتی خود با هند تلاش می‌کند، اما واقعیت خشن این است که نمی‌توان وزنه تعادل راهبردی معتبری از هیچ ترکیبی از دولت‌های آن مناطق ساخت، دولت‌هایی که فاقد وزن کافی هستند و توان فنی و نظامی هستند. اگر روسیه می‌خواهد به دام فروپایگی راهبردی در برابر چین نیفتد، نمی‌تواند به گروه‌های چندجانبه تازه تأسیسی تکیه کند که شانس کمی در رقابت با نهادهای جهانی تحت سلطه غرب دارند. روسیه نمی‌تواند روی روابط دوجانبه تجاری با کشورهای ضعیف‌تر از خودش هم حساب باز کند. بنابراین تنها گزینه واقعی، غرب است و در وهله اول، آمریکا. تنها واشنگتن و شرکای آن می‌توانند فرصت‌های تجاری و همکاری فناورانه و گزینه‌های ژئوپلیتیکی‌ای در اختیار روسیه بگذارند که این کشور برای حفظ استقلال راهبردی خود و اجتناب از تبدیل شدن به شریک دائمی کوچک چین به آنها نیاز دارد.

استقلال راهبردی روسیه، مزایای راهبردی قابل توجهی برای آمریکا به همراه خواهد داشت. بدیهی است که از همسویی راهبردی نزدیک روسیه با چین می‌تواند، اگر نگوییم بی‌اثر می‌کند. این نزدیکی به چین امکان داده است

سوم امسال منفی شد. اگرچه اقتصاد ۱۸ تریلیون دلاری چین اکنون به اندازه کافی بزرگ است، اما با وجود جمعیت چندبرابری نسبت به آمریکا، بعید به‌نظر می‌رسد تولید ناخالص داخلی چین از آمریکا پیشی گیرد.

در کسار ضعف‌های نظامی، چین از مضللات جدی در سوم و عمیق‌تری نهفته است؛ سلطه «شی» بر چین که دیگر اجازه بحث جدی درباره سیاست داخلی را نمی‌دهد. تکتوکرات‌های اقتصادی توسط وفاداران حزب به حاشیه‌رانده شده‌اند. براساس برآوردها، سربازان ارتش آزادی‌بخش چین یک‌چهارم از زمان خود را صرف آموزش سیاسی می‌کنند و به مطالعه آثاری همچون «اندیشه شی جین‌پینگ درباره تقویت ارتش» مشغول هستند. درباره ایدئولوژی «شی» می‌توان گفت، حزبی که او رهبری می‌کند، صاحب‌نظر اصلی است. حاکمیت شخصی‌شده برای چین بد و برای جهان خطرناک است. «شی» ممکن است همچون رفتار «ولادیمیر پوتین» در مورد اوکراین، به‌دلیل نبود مشاوران مناسب مرتکب اشتباهاتی شود. از طرفی هم ممکن است با دانستن اینکه صورت شکست در حمله به تایوان، قدرتش را از دست خواهد داد، دیگر بدان اصرار نوزدد، اما یک چیز روشن است؛ با وجود دوره‌هایی از دیپلماسی سازنده مانند ازسرسرگیری تماس‌های وزیران با آمریکا، «شی» از تصمیم

فرصت امروز: هرچه جنگ در اوکراین اوج می‌گیرد، تصور رابطه سازنده میان روسیه و غرب دشوارتر می‌شود. به نوشته «سارن افرز»، هنوز هم ایجاد رابطه میان آنها با توجه به اقدامات بی‌امان کرملین علیه غرب، بعید و دور از ذهن به نظر می‌رسد. با این حال، حتی اگر طرح‌های راهبردی روسیه شکست بخورد، این کشور از صحنه جهانی محو نخواهد شد. حتی روسیه شکست خورده هم قلمرو وسیعی در قلب اوراسیا دارد و غنی‌ترین منابع طبیعی جهان و زرادخانه عظیم هسته‌ای و کربسی دائمی دارای حق وتو در شورای امنیت سازمان ملل و... را از دست نخواهد داد. چه بخواهیم چه نخواهیم، آمریکا باید راهی پیدا کند و با روسیه کنار بیاید. واشنگتن بیشتر مایل است رفتار مسکو را تهدیدی دیرپا و بدخواهانه علیه منافع آمریکا تلقی کند. فهرست تحلفات روسیه، دور و دراز است و تصویر یک دشمن سرسخت را متبلور می‌کند. جنگ در اوکراین، مداخله در امور داخلی آمریکا، حملات سایبری به زیرساخت‌های مهم، راه‌اندازی کارزارهای دروغ‌پراکنی علیه آمریکا، تقلب در قراردادهای وثیقه‌ای تسلیحاتی، افزایش ظرفیت نظامی در قلمب شمال، همسویی راهبردی با چین و ایران، حمایت از سوریه «بشار اسد». با این وجود، یک عنصر اصلی در هویت روسیه هست که آمریکا می‌تواند از آن در خدمت اهدافش استفاده کند: تصور روسیه از خویش در مقام قدرتی بزرگ که سیاست خارجی مستقلی را در راستای منافع ملی دنبال می‌کند. روسیه مدت‌هاست که خود را کشوری می‌داند با استقلال راهبردی؛ یعنی آزاد است که در دفاع و پیشبرد منافع خود هر انتقالی را تشکیل دهد. این اصلی اساسی در سیاست خارجی روسیه از قرن هجدهم بوده که در روسیه تزاری و شوروی هم وجود داشت. حتی پس از پایان جنگ سرد نیز روسیه همچنان به دنبال این آزادی بود و چین را به چشم وزنه تعادلی در مقابل روسیه آمریکا می‌دید.

۳ دهه تنش و بی‌اعتمادی

چندین دهه است که آمریکا با تلاش‌های مسکو برای «کونومیست» در سرمقاله هفته گذشته خود به تقابل چین و آمریکا پرداخته و می‌گوید آمریکا باید با نگاهی واقع‌بینانه نقاط قوت و ضعف یکن را شناسایی کند. به نوشته «کونومیست»، جنگ در خاورمیانه، آمریکا را به سمت حمایت از رژیم صهیونیستی سوق داده و پیوندها میان ایران با چین و روسیه را عمق بخشیده است؛ تا جایی که صحنه جدیدی از رقابت قدرت‌های بزرگ شکل گرفته است. در درای چین جنوبی، یکن عرصه را بر کشتی‌های فیلپینی تنگ کرده و هواپیماهای خود را نزدیک به هواپیماهای آمریکایی به پرواز درمی‌آورد. انتظار می‌رود روابط چین و آمریکا در سال آینده بیشتر در بوته آزمایش قرار گیرد. در ماه ژانویه ممکن است نامزدی چین بیش از همه با او مخالف است، در انتخابات ریاست جمهوری تایوان پیروز شود؛ رقابت‌ها برای فتح کاب سفید نیز از بدگویی چین در محافل آمریکایی‌ها خالی نخواهد بود. شور ضدچینی آمریکا تا حدی تصحیح خوش‌خیالی پیشین در باره تهدید اقتصادی، نظامی و ایدئولوژیک چین است. خطر چین واقعی است و دولت بایدن مجبور خواهد شد در مقابل حاکمان کمونیست قرار گیرد. با این حال، اگر دیدگاه آمریکا نسبت به قدرت چین، وضعیت افراف آمیزی به خود بگیرد، لاجرم منجر به تقابل و در بدترین حالت، درگیری

شوکه‌های ژئوپلیتیکی چطور ریسک ثبات مالی را افزایش می‌دهند؟

سایه ریسک ژئوپلیتیک بر بازارها



فرصت امروز: افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی باعث نگرانی‌های زیادی پیرامون فروپاشی اقتصاد جهانی شده است. تنش‌های ژئوپلیتیکی در این سال‌ها با تیره شدن روابط دیپلماتیک آمریکا و چین و همچنین حمله روسیه به اوکراین دوچندان شده و در چند هفته گذشته نیز تشدید تنش‌ها در غرب خاورمیانه بار دیگر اهمیت شوکه‌های ژئوپلیتیکی را یادآور شده است. آخرین گزارش‌های بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که رشد اقتصادی جهان، روندی کاهشی به خود گرفته است. براساس پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصاد جهان از ۳٫۵ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۳ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش یافته و در سال ۲۰۲۴ به حدود ۲٫۹ درصد می‌رسد؛ رقمی که پایین‌تر از میانگین ۳٫۸ درصدی رشد اقتصادی جهان در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ به شمار می‌رود.

پراکندگی ژئواکونومیک که بر اثر ریسک تقسیم اقتصاد جهانی به بلوک‌های مختلف در بچوجه جنگ اوکراین و تنش‌های ژئوپلیتیک دیگر حاصل شده است، در کنار رشد اقتصادی پایین چین (به دلیل انقباض بیش از حد انتظار در بخش املاک و مستغلات) از دلایل اصلی این رخداد هستند. سطح تورم نیز همچنان بالاست و این امر قدرت خرید خانوارها را کاهش می‌دهد. انتظار می‌رود تورم جهانی از ۸٫۷ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۶٫۹ درصد در سال ۲۰۲۳ و ۵٫۸ درصد در سال ۲۰۲۴ کاهش یابد. طبق ارزیابی صندوق بین‌المللی پول، همچنین تورم هسته که نمایانگر تورم تمام کالاها و خدمات در اقتصاد بدون محاسبه قیمت‌های بی‌ثبات مواد غذایی و سوخت می‌شود، به شکل تدریجی کاهش پیدا می‌کند و انتظار نمی‌رود که هدف‌گذاری تورمی اکثر کشورها تا پیش از سال ۲۰۲۵ تحقق یابد. افزایش نرخ بهره از سوی بانک‌های مرکزی جهان برای مقابله با تورم، از مهمترین عواملی است که باعث کندشدن رشد اقتصادی می‌شود. در این راستا، صندوق بین‌المللی پول در گزارش خود بر مسائل مهمی نظیر تقویت نظارت مالی، تقویت همکاری‌های بین‌المللی و ایجاد چترهای حمایتی برای بهبود ثبات مالی و عبور از تنش‌های ژئوپلیتیکی اشاره دارد.

تهدیدهای ثبات مالی ۲۰۲۳

صندوق بین‌المللی پول در گزارش اخیر خود به بررسی «ژئوپلیتیک و چندپارگسی به عنوان تهدیدهای جدی ثبات مالی ۲۰۲۳» پرداخته و نقش عوامل ژئوپلیتیکی در فروپاشی مالی را آسیب‌شناسی کرده است. این گزارش با طرح یک چارچوب مفهومی درخصوص کانال‌های اصلی آغاز می‌شود که از طریق آن، تنش‌های ژئوپلیتیکی می‌توانند به فروپاشی مالی و تهدید ثبات مالی در سطح کلان منجر شوند. صندوق بین‌المللی پول در این گزارش، سه سوال کلیدی را مطرح کرده است: آیا عوامل ژئوپلیتیک بر تخصیص برون مرزی سرمایه تأثیر می‌گذارد؟ آیا شوکه‌های ژئوپلیتیکی و فروپاشی مالی ناشی از این شوکه‌ها، ثبات مالی را در سطح کلان، که با رفتار سوددهی، پرداخت بدهی و وام‌دهی بانک‌ها ایجاد می‌شود، تحت تأثیر قرار می‌دهد؟ آیا فروپاشی مالی با کاهش فرصت‌های تنوع ریسک بین‌المللی، کشورها را در برابر شوکه‌های نامطلوب آسیب‌پذیرتر می‌کند؟ براساس گزارش صندوق بین‌المللی پول که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران ترجمه کرده است، افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی از طریق تخصیص مجدد سرمایه برون مرزی و تغییر یا بازگشت ناگهانی

جریان سرمایه بین‌المللی، می‌تواند به فروپاشی مالی منجر شود. فروپاشی مالی ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیکی می‌تواند با اثرات بالقوه نامطلوب بر فعالیت اقتصادی، هزینه‌های تأمین مالی بانک‌ها را افزایش و سودآوری آنها را کاهش دهد و آنها را به عقد قرارداد تسهیلات ترغیب نماید. اقتصادهای درحال توسعه و بازارهای نوظهور بیشتر از اقتصادهای پیشرفته، در معرض شوکه‌های ژئوپلیتیکی نامطلوب قرار دارند. با این حال، کشورها می‌توانند با در اختیار داشتن ذخایر بین‌المللی کافی و توسعه مالی، این ریسک‌ها را کاهش دهند. همچنین بانک‌ها می‌توانند با نگه داشتن ضربه‌گیرهای سرمایه، به کاهش این ریسک‌ها کمک کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که اگر تنش‌های ژئوپلیتیکی ادامه یابد، هزینه‌های بلندمدت مرتبط با کاهش تنوع ریسک برون‌مرزی به شکل جریان یا گردش سرمایه و نوسانات مالی در سطح کلان، می‌تواند قابل توجه و چشمگیر باشد. برای کاهش ریسک‌های ثبات مالی ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیک، سیاستگذاران باید سه کار انجام دهند: تقویت نظارت مالی، ایجاد چترهای حمایتی برای بهبود شرایط و عبور از تنش‌های ژئوپلیتیکی و تقویت همکاری‌های بین‌المللی.

اهمیت تقویت نظارت مالی

اولین کاری که از نظر کارشناسان صندوق بین‌المللی پول برای عبور از تنش‌های ژئوپلیتیک و کاهش ریسک ثبات مالی باید انجام شود، تقویت نظارت مالی است. ناظران، قانونگذاران و موسسات مالی باید از ریسک‌های ثبات مالی ناشی از افزایش بالقوه و احتمالی تنش‌های ژئوپلیتیک آگاه باشند و در جهت شناسایی، اندازه‌گیری، مدیریت و کاهش این ریسک‌ها، منابع مالی را اختصاص دهند. شوکه‌های ژئوپلیتیکی غیرمنتظره اما محتمل می‌توانند بر موسسات مالی که آمادگی کافی برای جذب ضرر را ندارند، تأثیر منفی و نامطلوب بگذارند. بنابراین مدیریت ریسک و آمادگی مناسب، اهمیت زیادی دارد. درک و نظارت بهتر تعاملات بین ریسک‌های ژئوپلیتیکی و اعتبارات «قدیمی»، نرخ بهره، بازار، نقدینگی و ریسک‌های عملیاتی می‌توانند به جلوگیری از عواقب احتمالی و بی‌ثبات‌کننده رویدادهای ژئوپلیتیکی کمک کند. فارغ از بانک‌های قدیمی نظارت شده تا موسسات مالی غیربانکی کمتر نظارت شده و دارای‌های کریپتو، محدودیت‌های شدید مالی ممکن است در کشورهای محدودشده و تحت کنترل باعث تغییر جریان سرمایه ی‌شود. برای رسیدگی به این ریسک، ناظران و قانونگذاران باید برای موسسات مالی غیربانکی، توسعه چارچوب نظارتی جهانی را مدنظر قرار دهند. برای توسعه دستورالعمل‌های قابل اجرا برای ناظران، یک رویکرد سیستماتیک‌تر برای ارزیابی و اندازه‌گیری انتقال شوک ژئوپلیتیکی به موسسات مالی موردنیاز است. ریسک‌های ژئوپلیتیکی و سازوکارهای انتقال آنها می‌توانند در چارچوب از‌مومن استرس و تحلیل سناریو به کار گرفته شوند، تا در مباحث بین ناظران و موسسات مالی (از جمله فرآیند داخلی برآورد کفایت سرمایه) در جهت ایجاد ضربه‌گیرهای کافی، مهم و تأثیرگذار باشد.

لزوم ایجاد چترهای حمایتی

مرحله دوم، ایجاد ضربه‌گیرهای کافی و چترهای حمایتی (Safety Nets) است. در پاسخ به افزایش ریسک ژئوپلیتیکی، اقتصادهای متکی به تأمین مالی خارجی باید میزان کافی ذخایر بین‌المللی و همچنین

ضربه‌گیرهای سرمایه و نقدینگی در موسسات مالی را تضمین کنند. کشورهایی که در معرض ریسک ژئوپلیتیکی بیشتری قرار دارند، باید به فکر ایجاد ضربه‌گیرهای قوی‌تر از ذخایر بین‌المللی باشند تا پیامدهای نامطلوب مالی در سطح کلان در جاه‌جایی ناگهانی سرمایه برون‌مرزی را کاهش دهند. درخصوص ضربه‌گیرهای سرمایه و نقدینگی موسسات مالی، انتقال شوکه‌های ژئوپلیتیکی (اگر مادی باشند) باید در تعیین اندازه‌گیری میزان اعتبار، نرخ بهره، بازار، نقدینگی و ریسک‌های عملیاتی در نظر گرفته شود. این ضربه‌گیرها باید در برابر زیان‌های حداکثری، قابل قبول و مرتبط با تحقق ریسک سنجیده شوند و از سرمایه محافظت کنند. سیاستگذاران باید آمادگی خود در مواجهه با بحران‌ها و همچنین چارچوب‌های مدیریتی خود را تقویت نموده تا با بی‌ثباتی مالی ناشی از تشدید تنش‌های ژئوپلیتیکی، مقابله کنند. به علاوه، در جهت مدیریت موثر و مهار بحران‌های مالی بین‌المللی باید همکاری بین مقامات دولتی ادامه یابد. این امر برای مثال از طریق توسعه سازوکارهای موثر موسسات مالی اتفاق می‌افتد که در حوزه‌های قضایی متعدد فعالیت می‌کنند.

ریسک تغییر یا بازگشت جریان سرمایه که ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیکی است، تقاضا برای چترهای حمایتی مالی جهانی را افزایش خواهد داد. توافقنامه‌های همکاری متقابل بین کشورها از طریق چترهای حمایتی، مساعدلات ارزی یا مکانیزم‌های مالی می‌تواند به کشورهای کوچک‌تر و ضعیف‌تر کمک کند تا شوکه‌های اقلیمی را تحمل کنند. در جهت کاهش ریسک‌های ناشی از فروپاشی مالی، صندوق بین‌المللی پول از طریق تسهیلات مالی و به ویژه ابزارهای وام‌دهی به درخواست کشورهای عضو خود می‌تواند نقش مهمی را ایفا کند. همچنین از طریق توصیه‌های سیاستگذاری و توسعه ظرفیت، صندوق بین‌المللی پول می‌تواند به کشورها در ایجاد انعطاف‌پذیری و مقابله با شوکه‌های ژئوپلیتیکی کمک کند.

لزوم تقویت همکاری بین‌المللی

در مواجهه با ریسک‌های ژئوپلیتیکی همچنین تلاش نهادهای قانونگذار بین‌المللی و تعیین استانداردها زیرا سرمایه‌پیدا کنند تا در راستای جلوگیری از ریسک فروپاشی مالی، همسویی در مقررات و استانداردهای مالی توسعه یابد. در مواردی که کشورها اقدامات یکجانبه را انتخاب می‌کنند، بسته‌های حمایتی می‌توانند به محدودکردن سرریزهای برون‌مرزی کمک کنند. برای مثال، تعقیق و گسترش همکاری‌های بین‌المللی در جهت بهبود پرداخت‌های برون‌مرزی و توسعه چارچوب بین‌المللی جهت افزایش تطبیق سیستم‌های پرداخت، می‌تواند به کاهش اختلالات در خدمات پرداخت برون‌مرزی ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیکی کمک کند. اعمال محدودیت‌های مالی به دلایل مشخص برای می‌تواند پیامدهای ناخوشتای برای ثبات مالی در سطح کلان داشته باشد. اگرچه اعمال محدودیت‌های مالی ممکن است نگرانی‌های امنیت ملی را برطرف کند، اما سیاستگذاران باید از خطرات بالقوه و احتمالی ثبات مالی در سطح کلان بر اثر افزایش فروپاشی مالی، تورم بالا، رشد اقتصادی پایین و سرایت مالی آگاه باشند. بنابراین سیاستگذاران از طریق دیپلماسی و مذاکرات باید حداکثر تلاش خود را برای حل مناقشات سیاسی به کار گیرند تا از تشدید تنش‌های ژئوپلیتیکی و تضعیف روابط اقتصادی و مالی جهان جلوگیری شود.



در آخرین روز آبان ماه

سکه در کانال ۲۸ میلیونی باقی ماند

قیمت هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با رقم ۲۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان معامله شد که در مقایسه با روز قبل، رشد ۱۵۰ هزار تومانی را نشان می‌دهد. در جریان دادوستدهای روز سه‌شنبه و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت سکه طرح جدید به نوسان در سطح ۲۸ میلیون تومانی ادامه داد و با ۱۵۰ هزار تومان افزایش به رقم ۲۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان در آخرین روز آبان رسید. سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۵۰ هزار تومان افزایش با قیمت ۲۵ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان داد و ستد شد. نیم‌سکه ۱۵ میلیون و ۸۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۸۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۵میلیون و ۷۵۰ هزار تومان معامله شد. هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۴۱۶ هزار و ۶۰۰ تومان داد و ستد شد. بهای هر انس طلا نیز در بازارهای جهانی یک هزار و ۹۸۸ دلار اعلام شد که نسبت به روز قبل حدود ۱۶ دلار افزایش یافت. همچنین قیمت هر اسکناس دلار آمریکا در معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران در مقایسه با روز قبل ۷۶ تومان و نرخ هر اسکناس بورو ۳۰۳ تومان افزایش یافت. در جریان دادوستدهای مرکز مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار آمریکا به ۴۱ هزار و ۶۷۸ تومان و نرخ حواله دلار به ۳۷ هزار و ۸۸۹ تومان رسید که در مقایسه با روز دوشنبه، هر اسکناس دلار ۷۶ تومان و قیمت حواله آن ۶۹ تومان افزایش داشت. هر اسکناس بورو نیز با ۳۰۳ تومان افزایش در مقایسه با روز قبل، ۴۵ هزار و ۶۱۲ تومان قیمت‌گذاری شد. همچنین نرخ حواله بورو ۴۱ هزار و ۴۶۶ تومان است که در مقایسه با روز قبل، ۲۷۶ تومان افزایش داشت. اسکناس درهم امارات ۱۱ هزار و ۳۴۸ تومان ارزش‌گذاری شد و نرخ حواله درهم نیز به ۱۰ هزار و ۳۱۷ تومان رسید.

درآمد مالیاتی ۲ برابر درآمد نفتی

نفت در بودجه ۱۴۰۳ کم‌رنگ شد

در لایحه بودجه ۱۴۰۳ سهم درآمدهای نفتی کاهش و سهم درآمدهای پایدار افزایش یافته است؛ به گونه‌ای که درآمد مالیاتی تقریبا دو برابر درآمد نفت از سوی دولت پیشنهاد داده شده است. به گزارش «ایسنا»، در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ سهم درآمدهای مالیاتی تقریبا دو برابر سهم درآمدهای حاصل از فروش نفت و گاز از سوی دولت در نظر گرفته شده که نشانگر اتکای بودجه به درآمدهای پایدار است. بر این اساس، سهم درآمدهای پایدار در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ معادل ۶۱،۵ درصد است که افزایش حدود ۱۱ درصدی را نسبت به بودجه امسال دارد. همچنین سهم واگذاری دارایی‌های مالی در لایحه بودجه سال آینده ۱۳،۲ درصد در نظر گرفته شده که یک درصد نسبت به بودجه سال جاری کاهش یافته است. در زمینه فروش دارایی‌های سرمایه‌ای سهم ۲۵،۲ درصدی در نظر گرفته شده که نسبت به بودجه امسال نزدیک به ۱۰ درصد کاهش یافته و فروش نفت و گاز نیز سهم ۲۲،۸ درصدی در بودجه دارد که کاهش ۶،۲ درصدی را نشان می‌دهد. بنابراین برنامه دولت در بودجه سال آینده کاهش سهم درآمدهای نفتی و افزایش سهم درمدهای پایدار است. درآمد نفت در لایحه بودجه ۱۴۰۳ حدود ۶۱۴ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده و درآمد مالیاتی ۱۱۲۲ میلیارد تومان از سوی دولت پیش‌بینی شده است که تقریبا دو برابر درآمد نفت است. همچنین در لایحه بودجه سال آینده، مجموع رشد منابع بودجه عمومی دولت ۱۸ درصد نسبت به بودجه سال جاری است. در مجموع با افزایش درآمدهای پایدار و کاهش هزینه‌ها، کسری تراز عملیاتی بودجه پیشنهادی سال آینده نسبت به سال جاری از ۴۵۷ هزار میلیارد به ۳۰۷ هزار میلیارد تومان کاهش پیدا کرده است. در بخش حقوق و دستمزد نیز رشد حقوق کارکنان دولت ۱۸ درصد و بازنشستگان ۲۰ درصد نسبت به امسال پیشنهاد شده است.

طلای جهانی ۲۰۰۰ دلاری می‌شود؟

قیمت جهانی طلا در روز سه‌شنبه با حمایت ضعیف‌تر دلار آمریکا و بازدهی خزانه‌داری افزایش یافت زیرا سرمایه‌گذاران منتظر صورتجلسه آخرین نشست فدرال رزرو در مورد چشم‌انداز نرخ بهره هستند. بهای هر اونس طلا با ۱۴ درصد افزایش به ۱۹۹۱ دلار و ۸۰ سنت رسید و قیمت طلای آمریکا نیز با ۰٫۷۲ درصد افزایش به ۱۹۹۲ دلار و ۸۰ سنت رسید. «دوارد میر»، تحلیلگر فلزات دربارہ سمت و سوی قیمتی طلا گفت: سازه دلار و اوراق قرضه ایالات متحده همچنان در حال کاهش است و تقاضا از سوی بانک‌های مرکزی نیز بسیار قوی و همه اینها برای طلا صعودی است. در حالی که سرمایه‌گذاران انتظار دارند نرخ بهره آمریکا در سال آینده کاهش یابد، دلار به پایین‌ترین سطح ۲،۵ ماهه سقوط کرد. دلار ضعیف‌تر، طلا را برای دیگر دارندگان ارز رزان‌تر می‌کند. صورتجلسه آخرین جلسه فدرال رزرو امروز برگزار می‌شود و نشانه‌های کاهش نرخ تورم در ایالات متحده این انتظار را افزایش داده است که بانک مرکزی ایالات متحده نرخ‌های بهره را افزایش داده است. شاخص بازدهی خزانه‌داری ۱۰ ساله ایالات متحده نزدیک به پایین‌ترین سطح دو ماهه که هفته گذشته به آن رسید، در نوسان بود. بازارها انتظار دارند که فدرال رزرو در نشست دسامبر نرخ‌های خود را بدون تغییر باقی بگذارد و در حال حاضر قیمت‌گذاری با احتمال بیش از ۵۰ درصدی برای کاهش حداقل ۲۵ واحدی تا ماه مه افزایش یابد. کاهش نرخ بهره هزینه فرصت نگهداری طلا را کاهش می‌دهد. «توماس بارکین»، رئیس فدرال رزرو ریچموند گفت که احتمالا تورم پایدار باقی می‌ماند و فدرال رزرو را مجبور می‌کند که نرخ‌های بهره را برای مدت طولانی‌تر از آنچه سرمایه‌گذاران پیش‌بینی می‌کنند بالا نگه دارد. براساس گزارش «رویتزر»، در بازار سایر فلزات ارزشمند نیز بهای هر اونس نقره با ۱٫۶ درصد افزایش به ۲۳٫۷۴ دلار رسید، پلاتین ۰٫۴ درصد افزایش یافت و به ۹۲۲٫۱ دلار رسید، در حالی که پالادیم با ۰٫۳ درصد کاهش به ۱۰۷۴ دلار و ۴۴ سنت رسید.

بیشترین افزایش بدهی در کشورهای توسعه‌یافته

بدهی جهانی به ۳۰۷ تریلیون دلار رسید

بدهی جهانی در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۳ به بالای ۳۰۷ تریلیون دلار رسید که این افزایش در ایالات متحده، ژاپن، فرانسه و بریتانیا و بازارهای نوظهور چین، هند، برزیل و مکزیک چشمگیر بوده است. به گزارش «بیزنس» و مطابق آمارهای گزارش موسسه مالی بین‌المللی (IMF)، میزان بدهی جهانی در سه ماهه سوم سال جاری به بیش از ۳۰۷ تریلیون دلار رسیده است. سطح بدهی جهانی در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۳ به رقم خیره‌کننده ۳۰۷ تریلیون دلار رسید که در ایالات متحده، ژاپن، فرانسه و بریتانیا و بازارهای نوظهور چین، هند، برزیل و مکزیک افزایش چشمگیری داشته است. این رقم نسبت به ۲۸۹ تریلیون دلار در مدت مشابه سال قبل، ۶،۲ درصد افزایش یافته است. در حالی که بدهی‌های کشورهای توسعه‌یافته به ۲۰۶ تریلیون دلار رسیده است، کل بدهی کشورهای در حال توسعه به ۱۰۱،۳ تریلیون دلار در جولای تا سپتامبر امسال افزایش یافته است. بدهی‌های شخصی بالغ بر ۵۷،۹ تریلیون دلار و بدهی‌های بخش دولتی به ۸۸،۱ تریلیون دلار رسیده است. براساس گزارش موسسه مالی بین‌المللی، همچنین بدهی‌های شرکت‌های غیرمالی به ۹۱،۱ تریلیون دلار و بدهی موسسات مالی به ۷۰ تریلیون دلار رسیده است.

نیود متقاضی برای وام مسکن صحت دهد؟

اثربخشی جریمه مالیاتی بانک‌ها

اختصاص دهند. این قانون در سال ۱۴۰۰ به تصویب رسید و در تبصره ۱۶ قانون بودجه ۱۴۰۲ نیز تکرار شده است. بنابراین بانک‌ها چاره‌ای جز پرداخت تسهیلات دستوری ندارند؛ زیرا در صورت تخلف از پرداخت آن با برخورد قانونی و جریمه مالیاتی مواجه می‌شوند. این در حالی است که به گفته کارشناسان، علت محروم ماندن خریداران خانه از تسهیلات بانکی، کمبود وام و بی‌اعتبار ماندن این بخش از سوی بانک‌ها نیست، بلکه این موضوع بیش از هر چیز به خاطر رشد عجیب قیمت خانه و آپارتمان طی سال‌های گذشته و جاماندگی قدرت پوششی وام مسکن رخ داده است. حال سیاستگذار در ادامه این نگرش اشتباه برای الزام بانک‌ها به پرداخت تسهیلات مسکن، به اهم مالیاتی روی آورده است، اما میزان اثربخشی این جریمه مالیاتی، نکته‌ای است که گذشت زمان، نتیجه آن را مشخص خواهد کرد.

روز سه‌شنبه هفته گذشته بود که سازمان امور مالیاتی ۲۶ هزار و ۲۴۳ میلیارد تومان جریمه برای بانک‌هایی که از طرح نهضت ملی مسکن جاخالی داده‌اند، در نظر گرفت. به دنبال این قبض جریمه ۲۶ هزار میلیاردی، «محمدرضا جمشیدی»، دبیر کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی توضیح داد: علت پرداخت نشدن تسهیلات مسکن از سوی بانک‌های خصوصی، نبودن شرایط لازم برای پرداخت و تاخیر در راه‌اندازی سامانه موردنظر توسط وزارت راه و شهرسازی بوده و این سامانه در اواخر سال ۱۴۰۱ راه‌اندازی شده است.

او همچنین روز گذشته در گفت‌وگو با «ادیو اقتصاد» گفت که پول را نگه داشته‌ایم تا به متقاضیان درصورت درخواست تسهیلات اعطا کنیم. دبیر کانون بانک‌ها با بیان اینکه بانک‌ها براساس قانون جهش تولید



آگهی نوبتی

پیرو آگهی نوبتی شماره ۲۰۰۵۴۸۸-۲۰۰۲۰۵۴۸۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۵ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۵ در خصوص ثبت عمومی املاک واقع در بخشهای ۷هرواد۷ و خاندبیل خلخال، خلخال، زمخصوص مواد ۱۲ و ۲۵ قانون ثبت و مواد ۵۹ و ۶۴ آیین نامه قانون ثبت که در سه ماهه دوم سال ۱۴۰۲ تقاضا و قبول ثبت گردیده و یا در اجرای ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و آیین نامه اجرائی آن، توسط هیات حل اختلاف مستقر در ثبت خلخال رای لازم صادر شده است، بشرح زیر آگهی می شود:
ازبخش ۷هرواد۷خلخال:
۱۸۹۱- اصلی، خانمها صالحه و عصمت وشکیبوسبرانه وشکرانه و آقای حسن همگی بهبودی؛ وراث مرحوم هوشنگ بهبودی، کماقراض اله؛ ششداگ یکقطعه جای استخر بمساحت ۶۵/۱۱۶ مترمربع.
ازبخش ۷خلخاندبیلخلخال:
۳۸۹ فرعی از ۱۹۴۴- اصلی، آقای سیدعالیم عزیز ری زایه؛ ششداگ یکقطعه باغ، بمساحت ۲۰۴۷ مترمربع واقع در اراضی روستای زایه سادات.
۵۲۸ فرعی از ۱۹۴۸- اصلی، آقای خاکرم عبداللهی؛ ششداگ یکباب انباری ومحوطه، بمساحت ۱۷۶/۱۰ مترمربع واقع در اراضی روستای طولوش.
۵۲۹ فرعی از ۱۹۴۸- اصلی، آقای خاکرم عبداللهی؛ ششداگ یکباب خانه ومحوطه، بمساحت ۲۶۲ مترمربع واقع در اراضی روستای طولوش.
لذا طبق ماده ۱۶ قانون ثبت هر کس نسبت به قبول ثبت املاک مندرج در آگهی فوق اعتراضی داشته باشد می تواند از تاریخ انتشار نوبت اول تا ۹ روز دیگر اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت خلخال تسلیم و سپس معترض باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض به مرجع ذیصلاح قضائی تقدیم دادخواست نماید و از دادگاه مزبور گواهی تقدیم دادخواست اخذ و تسلیم اداره ثبت نماید.
تاریخ انتشار نوبت اول: دوشنبه ۱۴۰۲/۰۱/۰۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: چهارشنبه ۱۴۰۲/۰۱/۰۱
کفیل ثبت خلخال: زینالزاده

مفقودی

برگ کمیاتی خودرو سواری رانا RUNNA-TU5P مدل ۱۴۰۱ رنگ مشکی متالیک به شماره شناسی: NAAU51۴EBNT3۴۰۸۲۰ و شماره موتور: ۱۸۸B۰۰۰۳۸۹۸ و شماره انتظامی ۴۷۲ و ۸۸ ایران ۱۶ به نام زهرا شریفی اثر مفقود گردیده است و فاقد اعتبار است.

آگهی مفقودی

سند کمیاتی خودرو سواری TU3 به شماره شهریه ۳۰ ایران ۸۶۱ ج ۶۷ شماره شناسی ۱۴۱۸۸۰۶۲۰۴۹ و شماره شناسی ۰۹۶۸۸۷NAA۰۲EDYA۰۱ متعلق به اینجناب محمو دختانکی به شماره ملی ۰۰۷۳۳۰۹۵۲۱ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد
رابط کریم

آگهی تحدید حدود عمومی

در اجرای ماده ۱۴ قفون ثبت تحدید حدود پلاک مشروحه ذیل در بخش ۷هرواد۷ خلخال، بشرح زیر آگهی می شود:
ازبخش هفت هرواد۷خلخال
۱۸۹۱- اصلی، خانمها صالحه و عصمت وشکیبوا و شکرانه و آقای حسن همگی بهبودی وراث مرحوم هوشنگ بهبودی، کماقراض اله؛ ششداگ یکقطعه جای استخر بمساحت ۶۵/۱۱۶ مترمربع.
روز تحدید حدود سه شنبه ۱۴۰۲/۰۹/۲۸
ازبخش ۷خلخاندبیلخلخال
۳۸۹ فرعی از ۱۹۴۴- اصلی، آقای سیدعالیم عزیز ری زایه؛ ششداگ یکقطعه باغ، بمساحت ۲۰۴۷ مترمربع واقع در اراضی روستای زایه سادات.
روز تحدید حدود، چهارشنبه ۱۴۰۲/۰۹/۲۹
لذا تحدید حدود املاک مزبور در روزهای تعیین شده در محل شروع و بعمل خواهد آمد و به موجب ماده ۱۳ قانون ثبت به صاحبان املاک و مجاورین پلاکهای فوق اخطار می شود که در روزهای مذکور در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند و چنانچه یکی از صاحبان املاک و یا نماینده قانونی آنها در موقع تحدید حدود حاضر نباشد مطابق ماده ۱۵ قانون ثبت، ملک آنها با حدود اطهار شده از طرف مجاورین تحدید حدود خواهد شد و اعتراضات نسبت به حدود و حقوق ارتفاقی مطلق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز پذیرفته خواهد شد.
تاریخ انتشار یک نوبت: روز چهارشنبه ۱۴۰۲/۰۹/۰۱
زینالزاده- کفیل ثبت خلخال

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه خانم فریده اثباتی برابر درخواست وارده شماره ۰۹۲۹۶-۲۲۱۳۰۰۲۰۰-۱۴۰۲/۰۲/۲۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۸ ارائه دو برگ استشهادیه اعلام نموده که سند مالکیت ششداگ یک باب خانه به پلاک ۴۸ فرعی اصلوی واقع در بخش هفت خلخال که بنام متقاضی ثبت و سند مالکیت به شماره جایی ۶۲۱۳۵۸ صادر گردیده در اثر سهل انگاری مفقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز بعد از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی به نام مالک صادر و تسلیم خواهد شد.
تاریخ انتشار: روز چهارشنبه ۱۴۰۲/۰۱/۰۱
کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خلخال ۶۰۲

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه علیرضا کمالی کملی فرزند بارمحمد به شماره ملی ۲۳۵۲۹۱۹۷۶ باستاند دو برگ استشهاد گواهی امضا شده منضم به تقاضای کتبی جهت دریافت یک برگ سند مالکیت المثنی نوبت اول به این اداره مراجعه کرده و مدعی است سند مالکیت پلاک ۳۲۵۵ فرعی از ۱۵۵ اصلی واقع در بخش دو بجوردو به ادرس بجوردو - اراضی کینه کند به شماره جایی ۲۷۰۱۶۴ بعلت جابجایی مفقود شده است و با بررسی دفتر املاک معلوم شد سند مالکیت اولیه ذیل دفتر ۳۰۰ صفحه ۱۴۲ ثبت ۴۹۹۹۹ بنام نامبرده فوق صادر و تسلیم گردیده است و دفتر املاک بیش از این حکایتی ندارد لذا طبق ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت مراتب یک نوبت آگهی و متذکر میگردد هر کسی نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود باشد یا بستی طرف روز در انتشار این آگهی اعتراض کتبی خود را بیوسات اصل سند مالکیت یا سند معامله رسمی به این اداره تسلیم نمایند بدینی است در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر و یا وصول اعتراض بدون ارائه سند مالکیت یا سند معامله رسمی نسبت به صدور سند مالکیت و تسلیم آن به متقاضی اقدام خواهد شد و سند مالکیت اولیه از درجه اعتبار ساقط است.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۹/۰۱
شناسه آگهی: ۱۶۰۸۵۲۹
علی اوسطر رستمی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو بجوردو

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه زهرا شافعوی فرزند قربان شماره شناسنامه ۱۹۲۸۲ و بشماره ملی ۰۶۸۰۱۸۶۶۸۹ بجوردو باستاند دو برگ استشهاد گواهی امضا شده منضم به تقاضای کتبی به شماره جایی ۵۱۷۱۷۷- ۱۴۰۲۰۵ جهت دریافت یک برگ سند مالکیت المثنی نوبت اول به این اداره مراجعه کرده و مدعی است سند مالکیت ششداگ پلاک ۷۹۳۳ فرعی از ۱۶۹ اصلی واقع در بخش دو بجوردو و به شماره جایی ۰۶۸۶۶۱ بعلت نامعلوم مفقود شده است که ذیل صفحه ۲۴۱ دفتر ۶۱۱ ثبت ۹۱۰۶۱ بنام نامبرده ثبت و سند مالکیت صادر گردیده است و دفتر املاک بیش از این حکایتی ندارد لذا طبق ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت مراتب یک نوبت آگهی و متذکر میگردد هر کسی نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود باشد یا بستی طرف روز در انتشار این آگهی اعتراض کتبی خود را بیوسات اصل سند مالکیت یا سند معامله رسمی به این اداره تسلیم نمایند بدینی است در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر و یا وصول اعتراض بدون ارائه سند مالکیت یا سند معامله رسمی نسبت به صدور سند مالکیت و تسلیم آن به متقاضی اقدام خواهد شد و سند مالکیت اولیه از درجه اعتبار ساقط است.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۹/۰۱
شناسه آگهی: ۱۶۰۸۵۲۰
اکبر اقبالی
رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه یک بجوردو

آگهی تحدید حدود اختصاصی

نظر بر اینکه تحدید حدود در ششداگ یک قطعه زمین مزروعی به شماره پلاک ۶۵۸۹ فرعی از ۱۲۵ اصلی زره ناه واقع در بخش ۳ اردبیل برابر آراء به شماره ۱۰۱۲۸- ۱۴۰۲/۱۱/۱۳ هیات حل اختلاف مستقر در منطقه یک اردبیل موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی بنام آقای بشیر زربار فرزند اسمعیل بمساحت ۱۱۴۳۷/۷۵ به شناسه ملی ۱۴۶۱۱۱۵۰۶۱ تأیید مالکیت گردیده است و تاکنون تحدید حدود آن به عمل نیامده است فلذا طبق ماده ۱۳ آیین نامه قانون مزبور تحدید حدود پلاک مرقوم روز چهارشنبه مورخه ۱۴۰۲/۰۹/۲۹ رأس ساعت ۱۰ صبح در محل شروع و به عمل خواهد آمد. بدین وسیله به مالکین و مجاورین اخطار می شود در موعد مقرر در محل حاضر تا طبق مقررات نسبت به تحدید حدود پلاک مزبور نظارت فرمایند و اعتراض یا سند مالکیت یا سند معامله رسمی نسبت به ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود به مدت ۳۰ روز خواهد بود.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۹/۰۱
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک اردبیل- رضا احمدیان
م االف ۶۴۶
۶۱۱

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز پراید ۱۳۱ صبا جی ال ایکس آبی نفتی مدل ۱۳۷۳ به شماره شناسی ۰۰۵۰۱۸۵۳ و شماره موتور ۰۰۷۵۴۰۴۲ و شماره پلاک انتظامی م ۸۷۳ ۱۷۱ ایران ۳۳ بنام احمد میرزا کامسی مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

آگهی مفقودی

کارت موتور و برگ سبز موتورسیکلت ۱۲۵ رنگ مشکی مدل ۱۳۸۱ شماره موتور ۵۲۸۰ شماره بدنه ۰۴۷۶۳۲۳ ۷۰۸۲ شماره پلاک ۷۹۶۶ - ایران ۵۲۴ بنام زهیر خلیج شماره ملی ۴۳۹۱۴۱۲۶۰۸ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. تاکستان ۶۱۴



آگهی نوبتی سه ماهه دوم سال ۱۴۰۲ املاک واقع در گناوه بخش ۶ بوشهر که برابر ماده ۱۲ و ماده ۵۹ قانون ثبت و آیین نامه ثبت اسناد اسامی اشخاصی که املاک آنها در سه ماهه دوم سال ۱۴۰۲ قبول ثبت گردیده به شرح ذیل به ترتیب شماره پلاک آگهی میگردد

۱۸۷۸۷/۹۱۵ - آقای حیدر اسفند پاری شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی مشهور به پیر سکنبه بمساحت ۱۹۰۵/۵۰ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۸۸/۹۱۵ - آقای ایمان اسفند پاری شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی مشهور به پیر سکنبه به مساحت ۱۱۱۵۹۶ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۸۹/۹۱۵ - آقای علی طاهری شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۱۵۶/۸۰ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۹۰/۹۱۵ - آقای حسین و زکیه طاهری به نسبت هر کدام سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان یک باب مغازه به مساحت ۲۸/۴۶ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۹۱/۹۱۵ - آقای محمد جواد و محدثه و زکیه طاهری به نسبت هر کدام دو دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان یک باب مغازه به مساحت ۳۶/۳۹ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۹۲/۹۱۵ - آقای محسن و علیرضا طاهری به نسبت هر کدام سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان یک باب مغازه به مساحت ۳۶/۵۵ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۹۳/۹۱۵ - آقای علی و داود طاهری به نسبت هر کدام سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان یک باب مغازه به مساحت ۲۵/۹۷ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۹۴/۹۱۵ - خانم محدثه طاهری شش دانگ عرصه و اعیان یک باب مغازه به مساحت ۳۸/۵۶ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۹۵/۹۱۵ - آقای داود طاهری شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۱۵۲/۹۰ متر مربع واقع در عبد امام گناوه ۱۸۷۹۸/۹۱۵ - آقای علی ملک زاده شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی به مساحت ۳۳/۲۷ متر مربع واقع در بابا علیشاه گناوه ۲۴۴۱۳/۹۱۶ - آقای حسن جلالی شولی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین محصور به مساحت ۳۳/۲۷ متر مربع واقع در بابا علیشاه گناوه ۲۴۴۱۴/۹۱۶ - خانم بتول بیکر شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۴۲ متر مربع واقع در بابا علیشاه گناوه ۲۴۴۱۷/۹۱۶ - آقای عیسی شریف پور شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۲۴۸/۱۹ متر مربع واقع در بابا علیشاه گناوه ۲۴۴۱۸/۹۱۶ - آقای اکبر بهروز شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۲۵/۱۰ متر مربع واقع در بابا علیشاه گناوه ۲۴۴۱۹/۹۱۶ - آقای علیرضا یزدان پرست شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۱۶۲/۱۳ متر مربع واقع در بابا علیشاه گناوه ۲۴۴۲۳/۹۱۶ - آقای سید محمد صادق هاشمی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی به مساحت ۱۹۵۳۷/۱۰ متر مربع واقع در بابا علیشاه گناوه

۱۳۹/۳۴۲ - خانم منیژه مقاللی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی به مساحت ۸۰۰ متر مربع واقع در بابا علیشاه گناوه ۱۳۹/۳۴۳ - آقای جهنگر احمدی شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۲۰۹/۵ متر مربع واقع در امام زاده گناوه ۱۳۹/۳۴۴ - خانم فرنگیس گرگی شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۴۱۵/۶۱ متر مربع واقع در امام زاده گناوه ۱۳۹/۳۴۵ - آقای عادل شیخ زاده شش دانگ عرصه و اعیان یک باب مغازه به مساحت ۵۲/۵۴ متر مربع واقع در گناوه ۱۳۹/۳۴۶ - آقای اسماعیل احمدی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین محصور به مساحت ۲۵۳/۸۰ متر مربع واقع در قریه مال خلیفه گناوه ۱۳۹/۳۴۷ - آقای عبدالمندی نوشادی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین محصور به مساحت ۵۲/۵۴ متر مربع واقع در قریه مال خلیفه گناوه ۱۳۹/۳۴۸ - آقای عباسی بهرشی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی به مساحت ۷۱۸۳ متر مربع واقع در قریه مال خلیفه گناوه ۱۳۹/۳۴۹ - آقای اسماعیل احمدی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین محصور به مساحت ۲۹۸/۸۰ متر مربع واقع در قریه مال خلیفه گناوه ۱۳۹/۳۵۰ - آقای سید محمود موسوی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین محصور به مساحت ۲۵۲/۵۹ متر مربع واقع در قریه مال خلیفه گناوه ۱۳۹/۳۵۱ - آقای ابراهیمی شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۱۳۷/۲۳۳ - خانم نازی رستمی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی مشهور به سه کنارک به مساحت ۵۲۳۲۳ متر مربع واقع در قریه کمالی گناوه ۱۳۷/۲۳۴ - آقای رضا رستمی شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی به مساحت ۸۲۵۶۸ متر مربع واقع در قریه کمالی گناوه ۱۳۷/۲۳۵ - آقای احمد موسایی سه مشاع از ششداگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی به مساحت ۳۳۲/۳۹ متر مربع واقع در قریه شول گناوه ۱۳۷/۲۳۶ - آقای خسرو شمن رو به نسبت چهار دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی مشهور به دره حاج غیبی به مساحت ۸۴۷۲ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه

۱۳۹/۳۴۷ - آقای خسرو شمن رو به نسبت چهار دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین کشاورزی مشهور به دره حاج غیبی به مساحت ۳۴۷۶۴ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۴۸ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۴۹ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۰ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۱ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۲ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۳ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۴ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۵ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۶ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۷ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۸ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۵۹ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه ۱۳۹/۳۶۰ - آقای حسن گلشن شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۳۳۶/۳۱ متر مربع واقع در قریه بهمنیاری غربی گناوه

دروغ‌هایی درباره بازاریابی دیجیتال که باید فراموش کنیم!

یک دقیقه هم وقت خالی برای تولید محتوا نخواهید داشت.

اینطوری با بدقولی در زمینه تولید محتوا هم مخاطب‌تان را ناامید می‌کنید، هم اینکه مدیران ارشد از دست‌تان حسلبی عصبانی خواهند شد (امیدوارم این آخوری را هیچ وقت تجربه نکنید).

بازاریاب‌ها باید همیشه با عینک واقع‌بینی شرایط را تحت نظر بگیرند. هیچ‌کس نمی‌تواند هر روز دست به تولید محتوا زده و بقیه کارها را هم راست و ریست کند. در عوض نتیجه چنین بلندپروازی‌هایی یک سقوط آزاد برای برندها خواهد بود. پس اگر آینده کسب و کارتان را دوست دارید، هیچ وقت چنین ریسک بزرگی درباره آن نکنید.
وگرنه کلاه‌تان پس مسرعه خواهد بود. پس به جای تلاش برای تولید محتوا به طور روزانه کمی از بار مسئولیت‌تان کم کنید. مثلا هفته‌ای دو تا محتوا تولید کنید. اینطوری زمان بیشتری برای دقت بر روی جزئیات خواهید داشت. طبیعتاً نتیجه

نویسنده: علی آلی علی

آدم‌ها به شیوه‌های مختلفی به خودشان دروغ می‌گویند.

مثلا ورزشکاری که با یک حریف سرسخت رو به رو شده، به‌خودش هزاران امید دروغین می‌دهد تا بلکه در زمین مسابقه از همام اول بازنده نباشد. به طور مشابه، دانشجویا هم در فرجه امتحانی برای اینکه از زیر بار مطالعه منابع سنگین در بروند، انواع و اقسام دروغ‌های خیالی به خورد خودشان می‌دهند.
باور کنید یا نه، این ماجرا درباره بازاریاب‌ها هم مصداق دارد. فقط کافی است کمی با خودتان روراست باشید تا نمونه‌های مختلفی از این جنس در کارنامه حرفه‌ای‌تان پیدا کنید.

اگرچه خیلی وقت‌ها همه ماهیت نادرست امیدهای راهی را می‌دانند، اما ماجرا درباره دنیای مارکتینگ کمی پیچیده‌تر است؛ چراکه خیلی‌ا از دروغ‌های قدیمی در این عرصه رفته رفته تبدیل به حقایقی شده‌اند که اتفاقاً کلی طرفدار دواتی‌شده دارد. به همین خاطر کنار گذاشتن آنها به هیچ وجه کار ساده‌ای نیست. این وسط بسیاری از کارآفرینان قربانی چنین دیدگاه‌های به ظاهر حقیقی می‌شوند. ماجرا حسلبی پیچیده شد، نه؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم مارکتینگ باید همیشه با محوریت فکت‌های درست دنبال شود. به همین خاطر در این مقاله سراغ بعضی از دروغ‌های رایج در دنیای بازاریابی رفته‌ایم تا یکبار برای همیشه تکلیف همه بازاریاب‌ها با آنها را روشن کنیم. اگر شما هم دوست دارید بدون اما و اگر به کارتان در عرصه مارکتینگ ادامه دهید، این مقاله همان تکه گمشده کسب و کارتان است. پس در ادامه با ما همراه باشید تا دروغ‌هایی که سال‌هاست همه بازاریاب‌ها باور کرده‌اند را به شما معرفی کنیم.

سایت خوب همه مشکلات را حل می‌کند

اینترنت دیگر بخش مجزایی از زندگی روزمره مردم نیست. در عوض نقش این فناوری حیرت‌انگیز مثل اکسپژن شده است؛ چراکه آدم‌ها بدون آن حتی یک لحظه هم دوام نمی‌آورند. این وسط طراحی سایت یکی از راهکارهای کلیدی برای تعامل میان کاربران در فضای آنلاین است.
از سایت‌هایی نظیر آمازون گرفته تا سایت‌های آموزشی و تفریحی، همه و همه در خدمت کاربران قرار دارد. بازاریاب‌ها از همان روزهای اول توسعه فناوری اینترنت به فکر استفاده از پتانسیل سایت‌ها برای مارکتینگ بهتر بوده‌اند. نتیجه‌اش هم تأکید بی‌قید و شرط بر روی توسعه سایت برای استرات‌آپ‌هاست.

طراحی یک سایت حرفه‌ای در اولین نگاه ایده خیلی بدی به نظر نمی‌رسد. هرچه باشد سایت رسمی به کسب و کار شما هویت مشخصی می‌دهد. با این حال سوال اصلی کیفیت چنین اقدامی برای بازاریابی موفق است. به زبان خودمانی، آیا یک سایت خوب به تنهایی همه مشکلات شما را حل خواهد کرد؟

بی‌شک هر بازاریابی برای سوال بالا جواب خاص خودش دارد، اما ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هیچ بازاریابی باهوشی نمی‌تواند یک سایت تک و تنها را برای موفقیت بازاریابی کافی بداند. هرچه باشد این روزها شبکه‌های اجتماعی کلی طرفدار دارند و از همه مهمتر اینکه وبلاگ‌های تخصصی کم کم دارد جای سایت‌ها را می‌گیرد. با این حساب اگر یک بازاریاب همه تخرم‌هایش را در سبد طراحی سایت بگذارد، حسلبی نادر خواهد کرد. اولین دروغی که ما اینجا یک خط قرمز پررنگ دورش می‌کشیم، حل شدن همه مشکلات به دست یک سایت عالی است. این دروغ بزرگ خیلی وقت‌ها منطقی به نظر می‌رسد، اما شما اصلا نباید گول آن را بخورید. طراحی سایت فقط وقتی جواب می‌دهد که از آن به مثابه بخشی از یک پازل بزرگتر استفاده کنید. حضور در شبکه‌های اجتماعی، ایمیل مارکتینگ و مدیریت یک وبلاگ به طور مستقل بخش‌های دیگر این پازل مهم محسوب می‌شود.

هر روز محتوای عالی تولید خواهیم کرد!

تولید محتوا کار هر کسی نیست. خیلی از بازاریاب‌ها بعد از سال‌های سال تازه چم و خم کار دست‌شان می‌آید. با این حساب اگر در بین دوستان‌تان کسی را سراغ دارید که یک شبه ادعای تولید محتوا کرده، باید همین روزها منتظر شکست سنگینش باشید. گاهی اوقات کارآفرینان فکر می‌کنند هرچه محتوای بیشتری تولید کنند، دست‌شان به اصطلاح گرم‌تر شده و دیگر ضعف‌های کار به چشم نخواهد آمد. ما اصلا هیچ ایده‌ای درباره منشأ چنین ادعایی نداریم. وقتی شما هنوز در زمینه تولید محتوا صفر کیلومتر هستید، تولید نمونه‌های بی‌شمار فقط یک سرگرمی بی‌نتیجه خواهد بود. در عوض بازاریاب‌های باهوش همیشه نیم‌نگاهی به کمپین‌های بزرگ دنیا داشته و سعی می‌کنند درس‌های مهم آن را حفظ شوند. اینطوری در طول زمان توانایی‌های بازاریابی و تولید محتوای آنها بهبود پیدا می‌کند. پس لطفا همین حالا هر فکر و خیالی درباره تولید محتوای درجه یک، آن هم در عرض چند روز را فراموش کنید.

جنبه دیگر این دروغ بزرگ در دنیای دیجیتال مارکتینگ مربوط به توانایی بازاریاب‌ها برای تولید محتوا به طور روزانه است. از آنجایی که دنیای کسب و کار مثل بازی فوتبال خیلی پیش‌بینی‌پذیر نیست، چه بسا در طول روز کلی کار غیرمنتظره به‌پست‌تان بخورد. آن وقت تا آخر شب دیگر

برندگان باید رضایت تک تک مشتریان را جلب کند، سخت دراستشاید.

کمپین‌های بازاریابی معمولاً مخاطب خاصی دارند. مثلا اگر شما دنبال فروش لوازم کمپینگ هستید، باید سراغ کوهنورد‌ها، طبیعت‌گردان یا دست کم آدم‌های علاقه‌مند به گشت و گذار در دل طبیعت بروید. وگرنه کمتر کسی به طور تصادفی از کمپین‌تان استقبال خواهد کرد. راستش را بخواهید، این نکته مهم اغلب اوقات مورد بی‌توجهی تیم‌های بازاریابی قرار می‌گیرد. دلیل آن هم یکی از دروغ‌های قدیمی در دنیای بازاریابی دیجیتال است. اینکه «همه باید محتوای ما را دوست داشته باشند» از آن دست حرف‌هایی است که حتی مرغ پخته را هم به خنده می‌اندازد؛ چراکه هر مشتری ایده آل‌ها و سلیقه خاص خودش را دارد. چه بسا کمپینی که به نظر یک نفر بی‌نقص است، برای یک مشتری دیگر کاملاً بی‌معنا باشد.

شکایت کنند اصلا کم نیست. اینطوری هم اعتماد مشتریان را از دست می‌دهید هم با کلی پرونده حقوقی بزرگ رو به رو خواهید شد.

فقط باید در وبلاگ خودمان تولید محتوا کنیم

دنیای وبلاگ در طول یک دهه اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است. به طور مثال حتی کارآفرینان تازه کار هم معمولاً یک وبلاگ رسمی برای خودشان دارند. شاید فکر کنید در دنیایی که شبکه‌های اجتماعی حرف اول و آخر را می‌زنند، وبلاگ‌ها دیگر به آخر خط رسیده‌اند. راستش را بخواهید، چنین استدلالی ظاهراً منطقی به نظر می‌رسد. با این حال هنوز هم کاربرانی هستند که محتوای مورد نظرشان را نه در سایت یا شبکه‌های اجتماعی، بلکه وبلاگ‌های تخصصی جست و جو می‌کنند.

معصوما وقتی یک برنند سراغ تولید محتوا در قالب وبلاگ‌نویسی می‌رود، فقط دنبال خودنمایی در وبلاگ



ما در این بخش اصلا قصد نداریم کشتی‌های شما را غرق کنیم. در عوض همه حرف‌مان تمرکز بر روی آن دسته از مشتریانی است که واقعا محصولاتتان به دردشان می‌خورد. اینطوری هم پول کمتری از جیب‌تان می‌رود، هم اینکه الکی همه مشتریان بازار را اذیت نمی‌کنید؛ به همین سادگی.

این روزها کمتر کسی عاشق برندها می‌شود. در عوض تا زمانی که پیشنهادات شما برای مشتریان کاربردی باشد، فروش‌تان تضمین خواهد شد. درست به همین خاطر حتی برندهای بزرگ هم هیچ وقت نمی‌توانند فروش صد درصد تضمین‌شده‌ای داشته باشند. توصیه طلایی ما در روزنامه فرصت امروز تلاش برای بهبود کیفیت کاری به جای مسابقه بی‌پایان برای جلب رضایت همه مشتریان است. قول می‌دهم با این دست فرمان نتایج خیلی بهتری در دنیای دیجیتال مارکتینگ کسب خواهید کرد.

حضور در همه پلتفرم‌ها ضروری است!

چند تا شبکه اجتماعی در دنیا وجود دارد؟ این سوال معمولاً جوابی بهتر از «هن چه بدانم» ندارد. هرچه باشد آدم‌ها آنقدر کار دارند که شمارش تعداد شبکه‌های اجتماعی اصلا برای‌شان ندغدغه محسوب نشود. البته اوضاع بازاریاب‌ها این وسط کاملاً متفاوت است؛ چراکه تقریباً همه بازاریاب‌ها دوست دارند در شبکه‌های اجتماعی هرچه متنوع‌تری حضور داشته و دست به تولید محتوا بزنند. این رویای شیرین معمولاً تلاش و پشتکار زیادی هم از طرف بازاریاب‌ها طلب می‌کند. با این حال هیچ وقت محقق نمی‌شود؛ چراکه اصلا قریب نیست یک برند توانایی تولید محتوا و رقابت در تک تک شبکه‌های اجتماعی را داشته باشد.

شما لازم نیست یک متخصص فناوری‌های دیجیتال باشید تا تفاوت بین شبکه‌های اجتماعی را به خوبی درک کنید. اینکه اینستاگرام بیشتر مخصوص محتوای بصری است و توئیتر مکانی ایده آل برای محتوای متنی، نیاز به مدرک دکترا ندارد. با این حال خیلی از بازاریاب‌ها ترجیح می‌دهند این تفاوت‌ها را نادیده گرفته و خودشان را با هدف جذاب حضور در تک تک پلتفرم‌ها گول بزنند.

همانطور که می‌بینید، دروغی که در این بخش قصد بررسی‌اش را داریم کمی هم مربوط به وبیابردازی‌های بازاریاب‌ها می‌شود. اگر شما حتی یک لحظه هم عینک واقع‌گرایی را از چشم‌تان برندارید، هیچ وقت دچار چنین اشتباه محاسباتی نخواهید شد. ما در روزنامه فرصت امروز نهایتاً حضور در سه یا چهار پلتفرم را منطقی قلمداد می‌کنیم. از این تعداد بیشتر فقط انرژی شما را خواهد گرفت و هیچ خبری هم از موفقیت بازاریابی نخواهد بود. پس به جای اینکه الکی وقت خودتان را بگیرید، از همان ابتدا بهترین پلتفرم‌ها که واقعا به کارتان می‌آیند را انتخاب کنید؛ همین و بس.

بیرونی کورگوانه از رقا

بعضی از کارآفرینان به جای اینکه تیم بازاریابی درست و درمانی برای برندشان ایجاد کنند، دنبال آدمی همه‌کاره هستند تا فقط از روی دست برندهای بزرگ کپی‌برداری کند. انگار هر مسیری که برندهای بزرگ طی می‌کنند، بی‌برو برگشت به درد کسب و کار آنها نیز می‌خورد. اگر شما هم چنین تصویری نسبت به دنیای بازاریابی دارید، باید بگوییم سخت دراستشاید؛ چراکه نیازها و حتی توانایی‌های شما با بقیه برندها اصلاً قابل مقایسه نیست. به علاوه، مشتریان چه فکری درباره برندی که همیشه کمپین بقیه را کپی می‌کند، خواهند کرد؟

ما در روزنامه فرصت امروز هیچ وقت کپی‌برداری از دیگران را ایده خوبی قلمداد نمی‌کنیم. در عوض شما باید همیشه آمادگی لازم برای انتخاب مسیر مناسب خودتان را داشته باشید. اینطوری هویت‌تان به مرور زمان شکل گرفته و مشتریان به آن عادت خواهند کرد.

همانطور که فیلم‌های اقبباسی یا کپی شده از روی آثار درجه یک معمولاً آش دهن‌سوزی از آب درنمی‌آیند، کمپین‌های بازاریابی کپی شده نیز نظر کسی را جلب نخواهد کرد. پس به‌خاطر اعتبار و جایگاه برنداتان هم که شده، یکبار برای همیشه دور ایده‌های عجیب و غریب درباره بیرونی بی‌دلیل از بقیه را خط بکشید.

مشتریان همیشه برندهای که ایده‌های تازه در دست دارند را زیر نظر می‌گیرند. اگر کسب و کار شما مدتی است از کانون توجه مردم دور شده، باید هرچه سریع‌تر استفاده از ایده‌های دیگران را متوقف کنید. علاوه بر این، احتمال اینکه بقیه رقبای به خاطر سرعت ایده‌های بازاریابی از دست‌تان

که باید فراموش کنیم!

محتوا بدون پروموت کردنش ناقص خواهد بود. پس وقتی مشغول طراحی بودجه برای کسب و کارتان هستید، همیشه نیم‌نگاهی به پروموت کردن محتوا نیز داشته باشید. این طوری وسط کار با هر هزینه‌ای که برای تبلیغ محتوای‌تان پرداخت می‌کنید، شوکه نخواهید شد.

برداشت اشتباهی که اغلب بازاریاب‌ها درباره کیفیت بالای محتوا دارند، اهمیت کیفیت برای تمام کاربران است. قبول دارم در شبکه‌های اجتماعی مردم به محتوای بد روی خوش نشان نمی‌دهند، اما تا وقتی کمپین شما کم دستت کاربران قرار نگیرد هم هیچ واکنش مثبتی در کار نخواهد بود. پروموت کردن محتوا در واقع کمپین‌تان را دسترس‌پذیر می‌سازد. اینطوری دیگر لازم نیست کل شبانه روز را نگران استقبال کاربران از کمپین‌تان باشید.

یکی دو تا پست عالی برای مشهور شدن کافی است

برندهای بزرگ در طول زمان همیشه عملکرد بی‌عیبی از خودشان به جای می‌گذارند. این امر باعث می‌شود تک تک کاربران در شبکه‌های اجتماعی به عملکرد عالی چنین برندهایی عادت کنند. دقیقاً به همین خاطر رقابت با برندهای بزرگ همیشه مثل صعود به قله اورست سخت و نفسگیر است. این وسط برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند با یکی دو تا محتوای درست و حسلبی جای بزرگان بازار را خواهند گرفت. قبول دارم چنین ایده‌هایی خیلی مسخره به نظر می‌رسد اما واقعا در دنیا طرفدارانی دارد.

اگر نظر ما را بخواهید، یکی دو تا پست عالی در اینستاگرام یا بقیه شبکه‌های اجتماعی شاید کمی اوضاع‌تان را دگرگون کند، اما در اصل ماجرا تأثیری ندارد. بنابراین شما باید چشم‌انداز بلندمدتی را انتخاب کنید. سپس در افق این چشم‌انداز یکی دو تا پست فوق‌العاده را زیر تیغ داوری ببرید. بی‌شک هر بازاریاب باهوشی خیلی زود متوجه بی‌تأثیری پست‌های کم، حالا هر چقدر هم با کیفیت، خواهد شد.

عنصر تداوم در دنیای کسب و کار همیشه اهمیت کلیدی دارد. همانطور که یک تیم فوتبال یا دو سه تا برد قهرمان لیگ نمی‌شود، بازاریاب‌ها هم با چند تا محتوای درجه یک هیچ تکلیفی نخواهند خورد. در عوض شما باید ذهنیت‌تان را سه سمت تولید محتوای درجه یک در ۳۶۵ روز سال هدایت کنید. چنین ذهنیتی به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و کم کم جایگاه‌تان در بازار را ثابت خواهد کرد.

توصیه همیشه‌گی ما برای آنهایی که تازه اول مسیر بازاریابی محتوایی هستند، پذیرش این حوزه به مثابه یک بازی طولانی است. به زبان خودمانی، شما یک شبه بدل به بازاریابی حرفه‌ای نخواهید شد. در عوض کیفیت عملکرادتان در طول زمان تکلیف‌ناهایی را روشن می‌کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را از این رو به آن رو کنید؛ البته در طول زمان!

محتوای کوتاه از طولانی بهتر است

اگر فقط یک سوال مهم در دنیای مارکتینگ باشد که بازاریاب‌ها هنوز سر آن توافق ندارند، آن مربوط به جدال کلاسیک میان محتوای کوتاه و طولانی است. واقعا کدام بازاریابی حرفه‌ای خواهد شد. در عوض کیفیت عملکرادتان در طول زمان تکلیف‌ناهایی را روشن می‌کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را از این رو به آن رو کنید؛ البته در طول زمان!

محتوای کوتاه از طولانی بهتر است
اگر فقط یک سوال مهم در دنیای مارکتینگ باشد که بازاریاب‌ها هنوز سر آن توافق ندارند، آن مربوط به جدال کلاسیک میان محتوای کوتاه و طولانی است. واقعا کدام بازاریابی حرفه‌ای خواهد شد. در عوض کیفیت عملکرادتان در طول زمان تکلیف‌ناهایی را روشن می‌کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را از این رو به آن رو کنید؛ البته در طول زمان!

اگر فقط یک سوال مهم در دنیای مارکتینگ باشد که بازاریاب‌ها هنوز سر آن توافق ندارند، آن مربوط به جدال کلاسیک میان محتوای کوتاه و طولانی است. واقعا کدام بازاریابی حرفه‌ای خواهد شد. در عوض کیفیت عملکرادتان در طول زمان تکلیف‌ناهایی را روشن می‌کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را از این رو به آن رو کنید؛ البته در طول زمان!

اگر فقط یک سوال مهم در دنیای مارکتینگ باشد که بازاریاب‌ها هنوز سر آن توافق ندارند، آن مربوط به جدال کلاسیک میان محتوای کوتاه و طولانی است. واقعا کدام بازاریابی حرفه‌ای خواهد شد. در عوض کیفیت عملکرادتان در طول زمان تکلیف‌ناهایی را روشن می‌کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را از این رو به آن رو کنید؛ البته در طول زمان!

اگر فقط یک سوال مهم در دنیای مارکتینگ باشد که بازاریاب‌ها هنوز سر آن توافق ندارند، آن مربوط به جدال کلاسیک میان محتوای کوتاه و طولانی است. واقعا کدام بازاریابی حرفه‌ای خواهد شد. در عوض کیفیت عملکرادتان در طول زمان تکلیف‌ناهایی را روشن می‌کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را از این رو به آن رو کنید؛ البته در طول زمان!

محتوای بیشتر یعنی موفقیت کامل

به نظر شما تولید محتوای بیشتر کمکی به برندها خواهد کرد؟ یک جواب هوشمندانه ارزیابی کیفیت محتوا در صورت افزایش تعدادش است. به زبان خودمانی، اگر کیفیت محتوا لغت نکند، کمیت بالاتر خیلی هم بد نخواهد بود. خب مگر کسی هم هست که با دیدن کلی محتوای بازاریابی با کیفیت احساس خوشحالی نکند؟

سناریوی بالا فقط زمانی صحیح خواهد بود که مردم چهارگوشه دنیا زمان نامحدودی داشته باشند. آن وقت حتی روزی یک ساعت تماشاخی بازاریابی هم حسلبی جذاب و هیجان‌انگیز خواهد بود. از آنجایی که هیچ‌کس در این دنیا زمان نامحدودی ندارد، کاربران بعد از مشاهده یکی دو تا محتوا مستقیم سراغ بقیه کارهای‌شان می‌روند. آن وقت هر چقدر محتوا بیشتر هم که برای آنها آماده کرده باشید، روی دست‌تان خواهد ماند.

یادتان باشد تولید محتوای بیشتر همیشه اقدامی حرفه‌ای نیست. چه بسا خیلی از برندها برای بازاریابی بهتر نیاز به کاهش تعداد محتوای‌شان داشته باشند. این طوری دست کم کاربران فرصتی برای مرور محتوای شما خواهند داشت. وگرنه اوضاع‌تان خیلی زود به هم ریخته و دیگر نمی‌توانید نظر حتی یک نفر را هم جلب کنید.

اگرچه ما در این بخش تولید محتوای بیشتر را مورد نگوییم، قرار دادیم، اما ایند اصلا دلیل منطقی برای کم‌فروشی نیست. به طور خلاصه، شما باید تعادلی میان تولید محتوای زیاد و کم برقرار کنید. اینطوری همیشه کمپین‌تان خریدار داشته و کمتر پستی از برندگان در شبکه‌های اجتماعی مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد.