

سرمقاله

سلب مالکیت از بانک‌ها

علی نظافتیان پژوهشگر حقوق بانکی

براساس بند «پ» ماده ۸ برنامه هفتم، «شرکت مدیریت دارایی‌های شبکه بانکی، ذیل صندوق ضمانت سپرده‌ها و با سرمایه آن صندوق با هدف مولدسازی، بازاریابی و فروش دارایی‌های مازاد بانک‌های ناتراز ناسالم (غیرقابل احیا) به تشخیص بانک مرکزی حداکثر ظرف شش ماه از لازم‌الاجرا شدن این قانون، تأسیس می‌شود.» پس مولدسازی بازاریابی و فروش دارایی‌های مازاد بانک‌های ناتراز (و نه بانک‌های غیرناتراز) برعهده شرکت مدیریت دارایی (AMCs) است. اما شرکت مدیریت دارایی‌های بانکی کشور، اموال بانک‌ها و مؤسسات اعتباری را چگونه به دست می‌آورد؟ به طور کلی، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری، اموال منقول و غیرمنقول زیادی در اختیار و مالکیت خود دارند، اما در یک تقسیم‌بندی متعارف، دارایی‌های بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی می‌تواند در دو دسته «موال مازاد» و «موال غیرمازاد» جای گیرد. «موال مازاد» به آن دسته اموالی می‌گویند که بانک‌ها برای ادامه فعالیت به آنها نیازی ندارند؛ مثلا نگهداری یک گاوداری تملیکی متروکه در یکی از روستاهای دورافتاده قطعا موردنیاز بانک برای ادامه فعالیت نیست.

ادامه در همین صفحه

پس این‌گونه اموال و املاک تملیکی بایستی هرچه زودتر و طبق مقررات بانک مرکزی به فروش برسد و منابع حاصل از فروش آن هرچه زودتر به چرخه منابع نقدی بانک‌ها بازگردد و از انباشت اموال منجمد در شبکه بانکی جلوگیری شود. این‌گونه اموال و املاک بانک‌ها را اصطلاحاً «موال مازاد» می‌گویند؛ زیرا بودونبود آنها، تأثیری در فعالیت بانک‌ها ندارد، جز آنکه هزینه نگهداری را به آنها تحمیل کند. در مقابل «موال مازاده»، «موال غیرمازاده» قرار دارند، مثل ساختمان شعب و سندهای استانی که قطعا موردنیاز حیاتی بانک‌هاست و آنها نمی‌توانند ساختمان شعب خود را به فروش برسانند تا منابع نقدی مازاد به دست آورند؛ زیرا فعالیت اصلی بانک‌ها معمولا در شعب شکل می‌گیرد و منتهی به ارائه خدمات بانکی به مردم می‌شود.

نقش شرکت مدیریت دارایی در برنامه هفتم

با این حال، ساماندهی و مدیریت اموال مازاد و غیرمازاد بانک‌ها، آن‌گونه که تصور می‌شود، راحت و آسان نیست، چه برسد به آنکه قرار باشد اطلاعات جزئی و تفصیلی اموال مازاد و غیرمازاد بانک‌ها در یک سامانه متمرکز شود تا بانک مرکزی بتواند حساب و کتاب این اموال را مدام رصد کرده و به‌گونه غیرمنتظیم مدیریت نماید. به همین جهت، قانونگذار در برنامه هفتم، مقرراتی خاص برای ساماندهی و مدیریت اموال مازاد و غیرمازاد بانک‌ها و مرجع قانونی تشخیص دارایی مازاد از دارایی غیرمازاد بانک‌ها و مؤسسات اعتباری پیش‌بینی کرده است تا بانک مرکزی با در اختیار داشتن اطلاعات این گونه اموال، املاک و مستغلات بتواند پراختی تراز مالی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری را کنترل و نظارت کند و از بنگاهداری غیرقانونی بانک‌ها پیشگیری نماید. به همین جهت در برنامه هفتم «به منظور شفافیت فعالیت مؤسسات اعتباری، اصلاح ترازنامه آنها و گسترش اشراف اطلاعاتی بانک مرکزی بر شبکه بانکی کشور؛ بانک مرکزی مکلف است ظرف یک ماه از لازم‌الاجرا شدن این قانون، «سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی» و «سامانه سهامداری شبکه بانکی» را راه‌اندازی نموده،

دستورالعمل اجرایی مربوط را به تصویب هیأت عالی بانک مرکزی برساند و دسترسی به سامانه‌های مزبور را برای کلیه مؤسسات اعتباری فراهم کند. مؤسسات اعتباری مکلفند اطلاعات مرتبط با املاک و مستغلات تحت تملک خود با املاک و مستغلاتی که مدعی مالکیت بر آنها هستند را به ترتیبی که بانک مرکزی اعلام می‌کند، در «سامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی» درج کنند. همچنین مؤسسات اعتباری مکلفند اطلاعات مرتبط با سهام یا سهم‌الشرکه خود در شرکت‌ها، اعم از شرکت‌های بورسی و غیربورسی و اطلاعات مرتبط با سایر سهامداران، املاک، مستغلات، سهام و سایر دارایی‌های متعلق به شرکت‌های مزبور را به ترتیبی که بانک مرکزی اعلام می‌کند در «سامانه سهامداری شبکه بانکی» درج کنند. بانک مرکزی مکلف است سامانه‌های مذکور را به ترتیبی آماده کند که کلیه اطلاعات مورد نیاز در رابطه با املاک، مستغلات و سهام متعلق به مؤسسات اعتباری دولتی و غیردولتی، اعم از اینکه مستقیما در مالکیت مؤسسه اعتباری بوده یا با واسطه شرکت‌هایی که مؤسسه اعتباری، مالک تمام یا بخشی از سهام آنهاست، به صورت کلی یا جزئی متعلق به مؤسسه اعتباری باشند، در سامانه‌های مزبور ثبت شود.»

قانونگذار همچنین تأکید کرده است: «مسئولیت درج دقیق اطلاعات خواسته شده و به‌روزرسانی آن برعهده هیأت عامل مؤسسه اعتباری است. هیأت مدیره مؤسسه اعتباری در مورد درج صحیح و دقیق اطلاعات خواسته شده با هیأت عامل مسئولیت تضامنی دارد. کتمان عامدانه دارایی‌هایی که ی‌واسطه یا باواسطه متعلق به بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی است یا ثبت اطلاعات غلط به قصد پنهان کردن ویژگی‌های دارایی‌های مزبور، تخلف محسوب شده، مؤسسه اعتباری متخلف مشمول مجازات‌های جزء (۲) به بعد بند «ب» ماده (۲۳) قانون بانک مرکزی بوده و مدیران یا کارکنان متخلف توسط هیأت انتظامی بانک مرکزی به انفصال تا سه سال از خدمت در دولت و شبکه بانکی محکوم می‌شوند. مهلت ثبت اطلاعات مربوط به املاک،

آیا قیمت طلای جهانی از سقف ماه آوریل عبور می‌کند؟

واکنش دلار جهانی به تحولات خاورمیانه



سلب مالکیت از بانک‌ها

مستغلات و سهام مؤسسات اعتباری در سامانه‌های موضوع این جزء، شش ماه پس از ابلاغ دستورالعمل بانک مرکزی در این زمینه است.» این مقررات از پراکندگی و انباشت اموال مازاد بانک‌ها و ایجاد دارایی‌های منجمد و غیرضروری بانک‌ها جلوگیری می‌کند.

سلب مالکیت از بانک‌ها برای مدیریت دارایی‌ها

اما نکته عجیب در این میان، حکم قانونی مندرج در قسمت انتهایی بند «ب» ماده ۸ قانون برنامه هفتم است که می‌گوید: «مهلت ثبت اطلاعات مربوط به املاک، مستغلات و سهام مؤسسات اعتباری در سامانه‌های موضوع این جزء، شش ماه پس از ابلاغ دستورالعمل بانک مرکزی در این زمینه است. پس از انقضای مهلت فوق، چنانچه دارایی‌های متعلق به مؤسسات اعتباری کشف شود که در سامانه‌های موضوع این جزء ثبت نشده باشد، به موجب این قانون به شرکت مدیریت دارایی‌های شبکه بانکی موضوع بند «پ» این ماده منتقل می‌شود و هرگونه نقل‌وانتقال یا توثیق آنها توسط مؤسسات اعتباری فاقد اعتبار و بلاثر است.» این قسمت از قانون برنامه هفتم، چندان با موازین شرعی و حقوقی سازگار به نظر نمی‌رسد و نتیجه آن، سلب مالکیت املاک و اموال بانک‌ها به نفع شرکت مدیریت دارایی است. معنای ساده این عبارت انشائوگانه، آن است که اگر یک بانک سپوا یا عمدا اطلاعات مربوط به یک یا چند اموال منقول یا غیرمنقول خود را در سامانه موردنظر وارد و ثبت نکند، عدم ثبت اطلاعات موجب خواهد شد مالکیت آن مال یا ملک از بانک به شرکت دولتی «مدیریت دارایی‌های شبکه بانکی کشور» منتقل شود؛ بدون آنکه شرکت مدیریت دارایی قانونا مکلف باشد دیناری بابت انتقال این‌گونه اموال به مالک (بانک) پرداخت نماید؛ افزون بر این، عدم ثبت این‌گونه اطلاعات اموال بانکی ممکن است ناشی از ترک فعل مدیران بانک‌های غیرناتراز باشد. پس در این حالت از آنجا که موضوع فعالیت قانونی شرکت مدیریت دارایی‌ها فقط فروش اموال مازاد بانک‌های ناتراز است، پس چگونه می‌توان تصور کرد مالکیت اموال بانک‌هایی که ناتراز

بیانیه صد‌ها فعال جامعه مدنی درباره حمله رژیم صهیونیستی به ایران:

اکنون وقت انسجام و حفظ ایران است

را یادآوری می‌کنیم. ما به شدت نگران پیامدهای گسترده چنین حمله نظامی به تأسیسات هسته‌ای تحت پادمان در یک کشور عضو هستیم. ما از رژیم صهیونیستی می‌خواهیم که تجاوز نظامی علیه ایران را متوقف کند. ما از شورای حکام آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، دبیرخانه و مدیرکل می‌خواهیم که اقدامات لازم را برای جلوگیری از حملات بیشتر رژیم صهیونیستی به سایت‌ها و تأسیسات هسته‌ای تحت پادمان‌های آژانس بین‌المللی انرژی اتمی انجام دهند. ما از مدیرکل می‌خواهیم که فوراً در مورد تمام پیامدهای حملات رژیم صهیونیستی علیه سایت‌ها و تأسیسات هسته‌ای تحت پادمان‌های آژانس بین‌المللی انرژی اتمی در ایران به شورای حکام گزارش دهد و در مورد هرگونه اقدام یا تهدید به تجاوز بیشتر علیه تأسیسات هسته‌ای ایران تحت پادمان‌ها به شورای امنیت گزارش دهد.»

همچنین نماینده دائم ایران در آژانس بین‌المللی انرژی اتمی در نشست فوق‌العاده شورای حکام آژانس در بیانیه‌ای شدیدالحن، اقدام تجاوزکارانه رژیم رژیم صهیونیستی علیه

علی مدنی‌زاده با رأی اعتماد نمایندگان مجلس، وزیر اقتصاد شد

انتظارات بورسی از وزیر جدید اقتصاد

فرصت امروز: نمایندگان مجلس با رأی اعتماد به «سیدعلی مدنی‌زاده»، او را به عنوان دومین وزیر اقتصاد دولت چهاردهم انتخاب کردند. در نشست روز دوشنبه مجلس در صحن علنی، بررسی صلاحیت «سیدعلی مدنی‌زاده» به عنوان وزیر پیشنهادی اقتصاد در دستور کار قرار گرفت و نمایندگان با ۱۷۱ رأی موافق، ۶۷ رأی مخالف و هشت رأی ممتنع از مجموع ۲۴۶ نماینده...

قیمت هر بشکه نفت برنت به ۷۵ دلار رسید

جنگ انرژی در خاورمیانه

فرصت امروز: منطقه خاورمیانه همواره نقش کلیدی در ثبات و اختلال اقتصاد جهان داشته است. خاورمیانه بزرگ‌ترین منطقه تولیدکننده نفت جهان است و آبراه‌های استراتژیک آن، نظیر تنگه هرمز و کانال سوئز، شاهراه حیاتی تجارت انرژی و کالا محسوب می‌شوند. افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی در این منطقه استراتژیک، نه تنها موجب نگرانی در حوزه امنیت بین‌الملل شده بلکه نوسانات شدیدی در بازارهای جهانی، به ویژه بازار نفت، طلا و سایر کامودیتی‌ها به وجود آورده است. با گسترش درگیری‌های میان ایران و رژیم صهیونیستی، امنیت مسیرهای انتقال نفت بیش از هر زمان دیگری زیر سوال رفته اسیت. ناامنی در کانال سوئز نیز ناوگان حمل و نقل دریایی را ناگیر به انتخاب مسیرهای طولانی‌تری از اطراف قاره آفریقا کرده است که طبق برآوردهای کارشناسی، حدود یک میلیون دلار به هزینه سفرها می‌افزاید و زمان حمل و نقل را تا بیش از دو هفته افزایش می‌دهد. تنش‌های فزاینده در منطقه...

ارزیابی شاخص‌های پولی و بانکی در سالی که گذشت

بانک‌ها در تنگنای کفایت سرمایه

مدیریت و کسب‌وکار

چگونه کنجکاوی مشتریان را شعله‌ور کنیم؟

اگر کمی روراست باشیم، باید بپذیریم که دنیای بازاریابی و تبلیغات در سال‌های اخیر تا حدی دچار تکرار شده است. بسیاری از کمپین‌ها، پیام‌ها و حتی محصولات انقدر مشابه هم شده‌اند که مخاطب دیگر رمقی برای توجه به آنها ندارد. کافی است شبکه‌های اجتماعی را باز کنید تا با سیلی از پیام‌های تبلیغاتی مواجه شوید که یکی از دیگری بی‌روح‌تر و قابل پیش‌بینی‌ترند. در چنین فضایی برندهایی که بخواهند با همان نسخه‌های تکراری مشتری را جذب کنند، در واقع مشغول دویدن روی تردمیل هستند؛ کلی انرژی مصرف می‌کنند، اما در نهایت از جای‌شان تکان نخواهند خورد. اینجاست که اهمیت برانگیختن حس کنجکاوی مثل یک کلید طلایی خود را نشان می‌دهد. انسان ذاتا موجودی کنجکاو است. ما دوست داریم رازها را کشف کنیم و پرده ها عبور کنیم و پاسخ سوال‌های نیمه‌کاره...

می‌گوید: «هر کس مالک حاصل کسب وکار مشروع خویش است و هیچ کس نمی‌تواند به عنوان مالکیت نسبت به کسب وکار خود اموال کند. البته از این حکم نباید تعجب کرد، چون مقررات بانکی برنامه شخصی که از راه مشروع باشد محترم است. ضوابط آن را قانون تعیین می‌کند.» بنابراین بالاترین سند قانونی کشور به طور صریح و شفاف، سلب کند.» پس برمیانی کدام استدلال قانونی می‌توان به‌صرف عدم ثبت اطلاعات یک مال، مالکیت را از مالک شرعی و قانونی آن (بانک) به طور اتوماتیک سلب نمود و بر دارایی شرکت مدیریت دارایی‌های شبکه بانکی کشور افزود؟

حقوق مالکیت؛ حلقه مفقوده اقتصاد و بانکداری
بار دیگر به بند پایانی ماده ۸ برنامه هفتم برگردیم: «پس از انقضای مهلت فوق، چنانچه دارایی‌های متعلق به مؤسسات اعتباری کشف شود که در سامانه‌های موضوع این جزء ثبت نشده باشد، به موجب این قانون به شرکت مدیریت دارایی‌های شبکه بانکی، موضوع بند «بی» این ماده منتقل می‌شود و هرگونه نقل و انتقال یا توثیق آنها توسط مؤسسات اعتباری فاقد اعتبار و بلاثر است.» اما سلب مالکیت از بانک‌ها به صرف یک تخلف (عدم ثبت اطلاعات دارایی‌ها در سامانه بانک مرکزی) مبتنی بر هیچکدام از اصول شرعی و قانونی که توضیح داده شدند، نیست. این موضوع در مورد اموال و املاک بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی که اموال آن متعلق به سهامداران بخش غیردولتی است، اهمیت دوچندانی دارد. تصور می‌کنم همانند اوایل انقلاب، این گونه سلب مالکیت از اموال بانک‌ها عمداً از افکار چپ و سوسیالیستی، مایه می‌گیرد تا رعایت اصول قانونی و موازین شرعی، بنابراین با توجه به لزوم احترام به مالکیت بانک‌ها، قسمت انتهایی ماده ۸ برنامه هفتم از این حیث، نیازمند بازنگری و اصلاح کارشناسی و تصویب دوباره از سوی مجلس است.

نیستندت به‌صرف عدم ثبت اطلاعات در سامانه بانک مرکزی به شرکت موردآشاره منتقل شود و از بانک غیرناتراز بدین گونه سلب مالکیت شود. البته از این حکم نباید تعجب کرد، چون مقررات بانکی برنامه هفتم، برگرفته از طرح ۲۲۰ ماده‌ای موسوم به «بانکداری جمهوری اسلامی» است که خود دریایی از ایراد و اشکال است.
مبانی شرعی و قانونی تحقق و سلب مالکیت
حال سوال اینجاست که آیا از نظر مبانی شرعی و قانونی، عدم ثبت اطلاعات دارایی‌های بانکی در سامانه بانک مرکزی، از موجب شرعی و قانونی سلب مالکیت از بانک ذی‌ربط و انتقال مالکیت به شرکت مدیریت دارایی‌ها هست؟ برای یافتن پاسخ، بهتر است مروری بر مبانی شرعی و قانونی مالکیت داشته باشیم. از نظر مقررات فقه شیعیه، مالکیت شرعی بسیار محترم است. قاعده «تسلیط» از جمله قواعد مسلم و مشهور فقهی است که براساس آن، هر شخص بر اموال مشروع خود، حق تسلط کامل دارد. رابطه نیز مال و مالک نیز رابطه ای اعتباری است. بنابراین خارج کردن مال از سلطه مالک (یا سلب مالکیت) نیاز به توافق یا معامله با او یا حکم قطعی و لازم‌الاجرای حاکم شرع یا قوت و توارث دارد. اهمیت شایان توجه قاعده تسلط که عامل استقرار و قوام اصل مالکیت است، باعث شده تا مکاتب جدید حقوقی نیز بدون استثنا به شدت تحت تأثیر آن قرار گیرند؛ به طوری که قسمت عمده مجموعه مقرراتی که به منظور تنظیم امور اقتصادی و تعیین حد و مرز روابط اقتصادی افراد جامعه در نظام‌های قانونگذاری جدید تدوین می‌شود، مایه اصلی خود را از این قاعده و فروع و شقوق مختلف آن می‌گیرد. در مجموع، مالکیت از نظر مقررات فقهی بسیار معتبر است و عدم ثبت اطلاعات دارایی بانک‌ها در سامانه‌های بانک مرکزی، از جمله مبانی خروج و سلب مالکیت آن اموال محسوب نمی‌شود.

قانون اساسی نیز به تبعیت از موازین شرعی و فقهی، اهمیت زیادی برای مالکیت افراد قائل شده است. اصل ۴۶ قانون اساسی در این مورد

جامع آژانس پایبند بوده و اطلاعات گسترده و دقیقی از فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای خود در اختیار آژانس قرار داده است، اما این شفافیت متأسفانه در مواردی به ابزاری برای تهدید امنیت ملی و جان دانشمندان ایرانی تبدیل شده است. وقتی حقوق و تعهدات اعضای NPT متوازن رعایت نشود و برخی رژیم‌های متجاوز بدون عضویت در NPT آزادانه به تجاوز و تهدید علیه اعضای متعهد اقدام کنند، ادامه اجرای تعهدات داوطلبانه فاقد توجیه خواهد بود. دیپلمات کشورمان در آژانس همچنین از شورای حکام خواست تا تجاوز رژیم صهیونیستی را به شدیدترین وجه محکوم و رژیم صهیونیستی را مسئول عواقب این اقدام خطرناک بداند و افزود: دوران بز و دررو به پایان رسیده است. جمهوری اسلامی ایران در چارچوب منشور ملل متحد، معاهده NPT و اساننامه آژانس، حق ذاتی خود برای دفاع از مردم، حاکمیت، تأسیسات صلح‌آمیز هسته‌ای و منافع ملی را محفوظ می‌داند و اقدامات متقابل مقتضی را در زمان مناسب اتخاذ خواهد کرد.

تأسیسات هسته‌ای صلح‌آمیز کشورمان را مصداق بارز تروربسم دولتی و نقض آشکار منشور ملل متحد و اساننامه آژانس دانست و آن را محکوم کرد. به گزارش «ایسنا»، «رضا نجفی» نماینده دائم ایران در آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، ضمن تشکر از کشورهای حامی برگزاری این نشست، تأکید کرد: ایالات متحده از پیش در جریان این اقدام تجاوزکارانه بوده و با ارائه حمایت اطلاعاتی، سیاسی و مادی در این اقدام مشارکت داشته است. او با انتقاد شدید از بی‌عملی آژانس و شورای حکام در قبال تهدیدات مکرر رژیم رژیم صهیونیستی علیه سایت‌های هسته‌ای صلح‌آمیز ایران، گفت: ادامه این سکوت و انفعال، نه تنها اعتبار آژانس را به‌شدت مخدوش کرده، بلکه رژیم صهیونیستی را در ارتکاب اقدامات تجاوزکارانه، جسورتر کرده است. جمهوری اسلامی ایران در طول دهه‌های گذشته، به رغم رفتارهای مغرضانه برخی طرف‌ها و تداوم سیاست‌های هسته‌ای غیرقانونی رژیم صهیونیستی خارج از چارچوب NPT، همواره به تعهدات خود در چارچوب معاهده عدم اشاعه و پادمان‌های

اگونومیست: تولید صنعتی، کلید رشد اقتصادی است؟

توهم تولید داخلی

هفته‌نامه «اگونومیست» در سرمقاله این هفته خود، تحلیل می‌کند که دل‌بستگی دولت‌ها به تصورات نادرستی استوار است و می‌تواند در شرایط فعلی اقتصاد جهانی، نتایج معکوسی برای آنها به دنبال داشته باشد. به نوشته «اگونومیست»، سیاستمداران در سراسر جهان به کارخانه‌ها دل بسته‌اند. دونالد ترامپ می‌خواهد از تولید فولاد گرفته تا ساخت دارو را به آمریکا بازگرداند و بریتانیا در حال بررسی یارانه به قبوض انرژی تولیدکنندگان است؛ ناردنرا مودی، نخست‌وزیر هند نیز مشوق‌هایی برای سازندگان خودروهای برقی ارائه کرده است که به طرح طولانی‌مدت یارانه‌های صنعتی اضافه می‌شود. برخی دولت‌های دیگر، همچون آلمان و اندونزی نیز به فکر مشوق‌هایی برای تولیدکنندگان تراشه و باتری افتاده‌اند.
بسا این حال، از منظر «اگونومیست»، تلاش جهانی برای احیای تولید صنعتی نه‌تنها موفق نخواهد شد، بلکه احتمالا بیش از آنکه سود داشته باشد، زیان ایجاد خواهد کرد.

اشتیاق امروز برای تولید داخلی، اهداف متعددی دارد. در غرب، سیاستمداران می‌خواهند مشاغل پردرآمد کارخانه‌ای را احیا کنند و شکوه از دست رفته مناطق صنعتی خود را بازگردانند؛ کشورهای فقیرتر نیز به دنبال توسعه اقتصادی و اشتغال هستند. جنگ در اوکراین نیز اهمیت زنجیره‌های تامین پایدار، به‌ویژه برای سلاح و مهمات را نمایان کرده است. سیاستمداران امیدوارند که توانمندی صنعتی به‌نوعی به قدرت ملی نیز منجر شود و در پس زمینه این تلاش‌ها، سلطه عظیم صنعتی چین قرار دارد که هم‌زمان باعث ترس و حسادت می‌شود. اشتغال، رشد و پایداری، اهدافی ارزشمند هستند، اما متأسفانه تصور اینکه می‌توان از طریق ترویج تولید صنعتی به این اهداف رسید، نادرست است، زیرا بر پایه تصورات اشتباهی از ماهیت اقتصاد مدرن بنا شده است.

یکی از این تصورات، مربوط به مشاغل کارخانه‌ای است. سیاستمداران امیدوارند با تقویت تولید، اشتغال مناسبی برای افرادی بدون مدرک دانشگاهی یا برای مهاجران روستایی در کشورهای در حال توسعه فراهم شود، اما کار کارخانه‌ای به شدت خودکار شده است، به طوری که با وجود افزایش ۵ درصدی ارزش تولید، از سال ۲۰۱۳ تاکنون، این بخش در جهان حدود ۲۰ میلیون شغل (معادل ۶ درصد) از دست داده است. بنابراین همه کشورها نمی‌توانند سهم خود از یک کیک در حال کوچک‌شدن را افزایش دهند. بسیاری از مشاغل خوب در خطوط تولید امروزی، متعلق به تکنسین‌ها و مهندسان است و نه کارگران معمولی. کمتر از یک‌سوم مشاغل تولیدی در آمریکا امروز توسط افرادی بدون مدرک دانشگاهی انجام می‌شود، در حالی که نتایج یک پرآورد نشان می‌دهد اگر آمریکا تا اندازه‌ای تولید داخلی را افزایش دهد تا کسری تجاری‌اش را پوشش دهد، باز هم تعداد مشاغل تولیدی جدیدی که ایجاد می‌شود، تنها معادل یک درصد از کل نیروی کار خواهد بود. تولید صنعتی دیگر برای افراد فاقد مدرک دانشگاهی، درآمد بیشتری نسبت به مشاغل مشابه در بخش‌هایی مانند ساخت‌وساز ندارد و از آنجایی که رشد بهرهوری در تولید کمتر از خدمات است، رشد دستمزدها نیز احتمالا نامیدکننده خواهد بود.

توهم دیگر این است که تولید صنعتی برای رشد اقتصادی ضروری است. تولید صنعتی هند به عنوان سهمی از تولید ناخالص داخلی، حدود ۱۰ درصد کمتر از هدف ۲۵ درصدی نازندرا مودی است، اما این موضوع مانع رشد چشمگیر اقتصاد هند نشده است. چین نیز در سال‌های اخیر با وجود سلطه بر بخش‌هایی مانند انرژی‌های تجدیدپذیر و خودروهای برقی، برای رسیدن به اهداف رشد خود با چالش مواجه شده است. اما آیا با توجه به جنگ در اوکراین و تنش با چین، کشورهای ثروتمند برای امنیت ملی باید به دنبال احیای صنعت باشند؟ وابستگی به کارخانه‌های خارج از کشور به‌نظر خطرناک است و همه‌گیری کرونا نیز موجب وحشت در زنجیره‌های تامین شد. برخی وابستگی‌ها واقعا گلوگاه‌های استراتژیک هستند. انحصار تقریبی چین در پالایش‌شده عناصر کمیاب خاکی، اخیرا تولید جهانی خودرو را کند کرده و به آن قدرت چانه‌زنی در برابر آمریکا داده است. بنابراین منطقی است که ذخایر سلاح و مهمات در غرب تقویت شود، زیرساخت‌های حیاتی از کشورهای متحد تامین گردد و تولید اقلام زرم‌بر مانند کشتی‌ها، قبل از وقوع جنگ آغاز شود اما در دنیای فوق‌تخصصی امروز، پرداخت یارانه‌های گسترده برای احیای صنعت، تاثیر چندانی در آمادگی نظامی ندارد. ساخت موشک «تاماهاوک» کاملا متفاوت از تولید «تسلا» است. جنگ روسیه و اوکراین نیز نشان داد که یک اقتصاد جنگی می‌تواند نواوری کرده و ظرفیت تولید را با سرعتی شگفت‌آور افزایش دهد. از نظر «اگونومیست»، بخش‌هایی از این توهم، آن است که توان صنعتی چین، محصول اقتصاد دولتی‌اش است. بنابراین کشورهای دیگر هم باید با اجرای سیاست‌های صنعتی مشابه، با آن مقابله کنند. چین بازارهای خود را به شبیهوهای مختلفی مختل کرده و در اوایل قرن حاضر، نسبت به سطح توسعه‌اش، تولیدی بسیار بالا داشته است اما آن دوران دیگر تمام شده است. از سال ۲۰۱۳، چین نیز از کاهش جهانی مشاغل کارخانه‌ای مصون نمانده است. سهم نیروی کار صنعتی آن تقریبا برابر با سهمی است که آمریکا در سطحی مشابه از رفاه اقتصادی داشته و حتی از بسیاری از کشورهای ثروتمند هم کمتر است. اینکه چین ۲۹ درصد از ارزش افزوده تولید جهانی را در اختیار دارد، بیشتر به دلیل بزرگی بازار داخلی‌اش است، تا اینکه نتیجه یک استراتژی خاص باشد؛ این کشور پس از سال‌ها رشد سریع، اکنون بازار داخلی عظیمی دارد که از تولیدکنندگان حمایت می‌کند. نوآوری، به خلق نوآوری بیشتر منجر می‌شود و اقتصادی مبتنی بر پهیادها و تاکسی‌های پرنده در حال شکل‌گیری است. با این حال، اگرچه صادرات کالای چین از سال ۲۰۰۶ نسبت به تولید ناخالص داخلی جهانی ۷۰ درصد رشد کرده، اما به‌عنوان سهمی از اقتصاد چین به نصف کاهش یافته است. به اعتقاد «اگونومیست»، راه مقابله با توان تولیدی چین، قطع روابط اقتصادی با آن نیست، بلکه ایجاد یک بلوک بزرگ رقیب در ابعاد مشابه است و این هدف زمانی بهتر محقق می‌شود که متحدان بتوانند در اقتصادی باز و با مقررات اندک، با یکدیگر تجارت کنند. کارخانه‌های آمریکا، آلمان، ژاپن و کره جنوبی در مجموع ارزش افزوده بیشتری نسبت به چین دارند و همان‌طور که همه‌گیری کرونا نشان داد، زنجیره‌های تامین متنوع بسیار مقاوم‌تر از زنجیره‌های ملی هستند. اما متأسفانه دولت‌ها دقیقا در مسیر مخالف حرکت می‌کنند. توهم تولید صنعتی، کشورها را به سمت حمایت از صنایع داخلی و رقابت برای آمریکا، آلمان، ژاپن و کره جنوبی در مجموع می‌دهد، درحالی که این مسیر، تنها منجر به کاهش دستمزد، افت بهره‌وری و کاهش انگیزه نوآوری خواهد شد و چین را در قدرت صنعتی‌اش بی‌رقیب باقی می‌گذارد. اشتیاق به تولید نه‌تنها گمراه‌کننده است، بلکه خودپرانگتر نیز هست.

ارزیابی شاخص‌های پولی و بانکی در سالی که گذشت

بانک‌ها در تنگنای کفایت سرمایه



دارد. تنها ۱۰ بانک در سال ۱۴۰۲، این نسبت را رعایت کردند و هفت بانک، وضعیت منفی داشتند. چالش دیگر، تکالیف مالی سنگین ناشی از قوانین برنامه‌های پنج‌ساله و بودجه‌های سنواتی است. این تسهیلات شامل حمایت از کشاورزی، اشتغال‌زایی و طرح‌های رفاهی می‌شود که منجر به کاهش منابع آزاد بانک‌ها و تضعیف ظرفیت تسهیلات‌دهی آنها شده است. نسبت بالای مطالبات غیرجاری به تسهیلات اعطایی که بیشتر از استانداردهای بین‌المللی است، نشان‌دهنده ناکارآمدی سیستم اعتبارسنجی در ایران است. در زمینه تامین مالی، سهم عمده تسهیلات بانکی در ایران به سرمایه در گردش (با رقم ۷۶ درصد) اختصاص یافته و سهم توسعه، کمتر از ۲۲ درصد بوده است. سیاست کنترل ترازنامه‌ای بانک‌ها در سال ۱۴۰۲ باعث افزایش هزینه تامین مالی بخش تولید شد. علاوه بر این، فروش اوراق بدهی دولت به بانک‌ها نیز فشار بیشتری به شبکه بانکی وارد کرده است. در مجموع، این عوامل باعث ایجاد ناترازی گسترده در شبکه بانکی و رشد کل‌های پولی و تورم شده‌اند.

از چالش‌های اصلی تامین مالی، فشار دولت بر شبکه بانکی و فروش اوراق بدهی برای تأمین کسری بودجه است. نرخ بهره بالای اوراق بدهی موجب افزایش هزینه تامین مالی برای دولت و بخش تولید شده و استفاده از ابزار نقدینگی کوتاه‌مدت (ریپو) نیز منجر به افزایش بدهکاری بانک‌ها به بانک مرکزی شده است که وضعیت نابسامان ناترازی بانک‌ها را تثبیت کرده و فشارهای پولی را افزایش داده است. بانک مرکزی برای کنترل تورم، مجموعه‌ای از سیاست‌های محدودکننده مانند افزایش نرخ ذخایر قانونی، گواهی‌های سپرده خاص ۳۰ درصد و محدود کردن ترازنامه بانک‌ها را اجرا کرده که اگرچه به کنترل رشد کل‌های پولی و کاهش نرخ رشد نقدینگی منجر شده‌اند، اما بر تأمین مالی بخش تولید و افزایش هزینه‌های بنگاهی، تاثیر منفی گذاشته‌اند.

چندضلعی اصلاح نظام بانکداری

نظام بانکی با چالش‌های زیادی همچون ناترازی، تسهیلات تکلیفی و وابستگی دولت به منابع بانکی مواجه است که اقتصاد را به سمت بحرانی تمام‌عیار سوق داده است. برای رفع این مشکلات، اصلاحات ساختاری فوری و سیاستگذاری دقیق ضروری است. فعال بودن بانک‌های ناتراز که عامل اصلی اضافه‌برداشت از بانک مرکزی هستند، هزینه‌های کلانی بر دوش مردم و فعالان اقتصادی گذاشته و محدود کردن فعالیت این بانک‌ها و اتخاذ سیاست‌هایی که رشد نقدینگی را در خدمت رشد اقتصادی قرار دهد، یک ضرورت حیاتی است. اصلاح نظام بانکی باید از چند محور کلیدی دنبال شود: نخست، مقاوم‌سازی بانک‌ها از طریق ارتقای نسبت کفایت سرمایه و تقویت نظارت بر بانک‌های ناتراز، تا آنها مطابق با ظرفیت‌های واقعی خود عمل کنند. دوم، بازنگری در سیاست‌های تسهیلات تکلیفی که فشار زیادی بر منابع بانکی وارد کرده‌اند؛ به طوری که این تسهیلات به سمت توسعه زیرساخت‌ها و تولید هدایت شوند. کاهش سلطه مالی دولت بر شبکه بانکی نیز از اولویت‌هاست. دولت باید تامین مالی خود را به سمت بازار سرمایه هدایت کند و انتشار اوراق بانکی با نرخ‌های بالا را محدود سازد. اصلاح سیستم اعتباری بانک‌ها نیز از طریق بهبود اعتبارسنجی و وصول مطالبات معوق، به کاهش ریسک‌های مالی کمک می‌کند. در نهایت، تعادل میان سیاست‌های پولی و حمایت از تولید از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بانک مرکزی باید سیاست‌هایی را اجرا کند که ضمن کنترل تورم، تامین مالی بخش تولید را تسهیل کند. با این اصلاحات می‌توان از گسترش بحران جلوگیری و به سمت پایداری اقتصاد حرکت کرد.

محسوب می‌شود. نسبت مطالبات غیرجاری به تسهیلات اعطایی در ایران از استانداردهای بین‌المللی بالاتر است که نشان‌دهنده ضعف در سیستم ارزیابی اعتبار تسهیلات‌گیرندگان است. همان‌طور که اشاره شد، ساختار تامین مالی در اقتصاد ایران به شدت بانک‌محور است، اما سیاست‌های کنترل ترازنامه بانک‌ها که در سال‌های اخیر از سوی بانک مرکزی اعمال شده است، توان وام‌دهی بانک‌ها به بخش تولید را محدود کرده است؛ کما اینکه در سال ۱۴۰۲، فقط ۲۲ درصد از تسهیلات بانکی به توسعه و ایجاد اختصاص یافته و عمده منابع تسهیلاتی به سرمایه در گردش بنگاه‌ها هدایت شده‌اند که این خود می‌تواند به ایجاد فشار بیشتر بر تولید و کاهش بهره‌وری اقتصادی منجر شود.

تامین مالی پر هزینه و فشار ممتد به بانک‌ها

بازار بین‌بانکی، نقش مهمی در تامین نقدینگی کوتاه‌مدت بانک‌ها ایفا می‌کند؛ اما وقفه در انتشار آمارهای پولی و بانکی، تحلیل وضعیت فعلی اقتصاد را دشوار ساخته است. آخرین آمار منتشرشده مربوط به شهریورماه ۱۴۰۳ بوده و این فاصله زمانی، ارزیابی صحیح وضعیت اقتصادی را برای تصمیم‌گیری‌های روزانه دشوار می‌کند. با این حال، گزارش عملیات اجرایی سیاست پولی با ارائه داده‌های هفتگی از بازار پول، امکان تحلیل تاثیرات بودجه‌ای دولت در چارچوب حراج اوراق بدهی را فراهم می‌کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که سلطه مالی دولت بر بخش بانکی از طریق بدهی به نظام بانکی و استقراض بانک‌ها از بانک مرکزی، روند پیچیده‌ای را به‌وجود آورده است. نگاهی به عرضه و تقاضای اعتبار در بازار بین‌بانکی نشان می‌دهد که از خردادماه ۱۴۰۳، تقاضای اعتباری بانک‌ها کاهش یافته است. این روند نزولی عمدتا ناشی از تغییر سیاست بانک مرکزی در افزایش سررسید قراردادهای ریپو از ۷ روز به ۸۴ روز بوده است. به دلیل این تغییر، نیاز بانک‌ها به تمدید هفتگی این قراردادهای کاهش یافت و سطح تقاضای اعتباری تنها به نقدینگی جدید محدود شد. این تغییرات موجب رکودرشدکنی تقاضای اعتباری بانک‌ها در اسفندماه شد که با ۳۴۱ هزار میلیارد تومان رسید. تاثیرات این تغییرات بر بازار بدهی نیز قابل مشاهده است. با افزایش سررسید استقراض‌ها، خرید اوراق بدهی توسط بانک‌ها شدت گرفت و در شرایطی که نرخ اسمی اوراق ۲۳ درصد بود، نرخ بازده تا سررسید به بیش از ۲۸ درصد رسید. این امر، تأمین مالی دولت را پرهزینه و فشار بر سیستم بانکی و بازار سرمایه را افزایش داد. رشد عرضه اوراق بدهی در بازار اولیه نیز نشان‌دهنده شدت گرفتن فروش اوراق توسط دولت است که تأمین مالی از طریق بانک مرکزی و افزایش بدهی شبکه بانکی را تشدید کرده است. از سوی دیگر، تحلیل کل‌های پولی نشان می‌دهد نرخ رشد نقدینگی از ۴۵ درصد در فروردین‌ماه ۱۴۰۲ به حدود ۱۸٫۷ درصد در شهریورماه ۱۴۰۳ کاهش یافته است. بانک مرکزی از طریق سیاست‌های مختلفی، نظیر خروج سپرده‌های دولتی از بانک‌ها، افزایش نرخ ذخیره قانونی و مداخله فعال در بازار ارز، توانست رشد پایه پولی را کنترل کند. با این حال، این اقدامات به تخلیه قابل‌توجه ذخایر ارزی بانک مرکزی منجر شده و نشان می‌دهد که کنترل تورم به بهای کاهش منابع ارزی صورت گرفته است.

استانداردهای بین‌المللی کفایت سرمایه

نظام بانکی پس از تحریم‌ها با چالش‌هایی همچون افت درآمدهای نفتی، اتکای بیشتر دولت به مالیات و چاپ پول و فرسایش سرمایه بانک‌ها مواجه شده است. نسبت کفایت سرمایه که پیش از تحریم‌ها ۵۶ درصد بود، پس از تحریم‌ها به ۰٫۵ درصد کاهش یافت و در شهریورماه ۱۴۰۳ به ۲٫۳ درصد رسید، اما همچنان با استانداردهای بازل ۳ (رقم ۱۳ درصد) فاصله

فرصت امروز؛ با وجود آنکه اقتصاد ایران، بانک‌محور است و ساختار تامین مالی بر بازار پول بنا شده است، اما سیاست‌های کنترل ترازنامه بانک‌ها نشان می‌دهد که توان وام‌دهی شبکه بانکی به بخش تولید محدود است. سیاست‌های کنترل ترازنامه بانک‌ها که در سال‌های گذشته از سوی بانک مرکزی اعمال شده، توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها به واحدهای تولیدی را محدود کرده است؛ تا جایی که در سال ۱۴۰۲، تنها ۲۲ درصد از تسهیلات بانکی به توسعه و ایجاد اختصاص یافته و عمده منابع تسهیلاتی، صرف سرمایه در گردش بنگاه‌ها شده‌اند که این خود می‌تواند به ایجاد فشار بیشتر بر تولید و کاهش بهره‌وری اقتصادی منتهی شود.

از چالش‌های اصلی تأمین مالی در ایران، فشار دولت بر شبکه بانکی و فروش اوراق بدهی برای تأمین کسری بودجه است. نرخ بهره بالای اوراق بدهی، موجب افزایش هزینه تامین مالی برای تولیدکنندگان شده است. استفاده از ابزار نقدینگی کوتاه‌مدت (ریپو) نیز منجر به افزایش بدهکاری بانک‌ها به بانک مرکزی شده که از یکسو، وضعیت نابسامان ناترازی بانک‌ها را تثبیت کرده و از سوی دیگر، فشارهای پولی را افزایش داده است. بانک مرکزی در سال‌های اخیر برای کنترل تورم، مجموعه‌ای از سیاست‌های محدودکننده، نظیر افزایش نرخ ذخایر قانونی، گواهی‌های سپرده خاص ۳۰ درصدی و محدود کردن ترازنامه بانک‌ها را اجرا کرده است. این سیاست‌ها اگرچه به کنترل رشد کل‌های پولی و کاهش نرخ رشد نقدینگی منجر شده‌اند، اما با تاثیرات منفی بر تأمین مالی بخش تولید و افزایش هزینه‌های بنگاهی همراه بوده‌اند. انتشار اوراق بدهی دولت با نرخ‌های بهره بالا نیز عملا به مهار ناموفق تورم و تحمیل هزینه‌های بیشتر به نظام بانکی منجر شده است. به نظر می‌رسد تأمین مالی کسب‌کارها از سوی بانک‌ها، به یکی از مهمترین موانع توسعه کسب‌وکارها بدل شده است؛ چراکه تورم مزمن، ناترازی بانک‌ها و کسری بودجه و... فشار زیادی بر منابع بانکی وارد کرده و تأمین مالی بنگاه‌ها را با چالش جدی مواجه ساخته است.

چالش‌های کفایت سرمایه در اقتصاد ایران

هرچند نظام پولی و بانکی به عنوان یک بخش کلیدی در تأمین مالی اقتصاد ایران باید در راستای حمایت از تولید عمل کند، اما ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که تأمین مالی کسب‌وکارها از طریق بانک‌ها، به یکی از مهمترین موانع توسعه کسب‌وکار بدل شده است. ارزیابی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با عنوان «وضعیت متغیرهای پولی و بانکی ایران؛ تحلیل ریشه‌ها، راهبردها و سیاست‌های پیشنهادی» در آذرماه ۱۴۰۳، نشان می‌دهد که نسبت کفایت سرمایه بانک‌ها از حدود ۵۶ درصد در قبل از اعمال تحریم‌ها به حدود ۰٫۵ درصد کاهش یافته است. به نظر می‌رسد تورم، ناترازی بانک‌ها و کسری بودجه دولت، از جمله عواملی هستند که فشار زیادی بر منابع بانکی وارد کرده و تأمین مالی کسب‌وکارها را با چالش مواجه کرده است.

براساس گزارش بازوی پژوهشی اتاق ایران، با اعمال تحریم‌های بین‌المللی، منابع اصلی درآمدی ایران به‌ویژه درآمدهای نفتی با کاهش مواجه شده و دولت بیشتر به تأمین مالی خود از طریق بازار بدهی و منابع بانکی روی آورده است. این فشار منجر به کاهش نسبت کفایت سرمایه بانک‌ها شده است؛ به‌طوری که نسبت کفایت سرمایه بانک‌ها از حدود ۵۶ درصد در قبل از اعمال تحریم‌ها به حدود ۰٫۵ درصد کاهش یافته است. تصویب قوانین مربوط به تسهیلات تکلیفی در برنامه‌های توسعه پنج ساله و بودجه‌های سنواتی، فشار مضاعفی بر منابع بانکی وارد کرده است. اضافه برداشت‌های مداوم بانک‌ها از بانک مرکزی به دلیل این تکالیف تحمیلی و عدم بازگشت منابع ناشی از مطالبات معوق از مشکلات عمده بانکی

شبکه بانکی کشور در دو ماهه ابتدای امسال ۱۱۲۷ همت تسهیلات پرداخت کرده که در مقایسه مدت مشابه سال گذشته، ۵۱٫۷ درصد افزایش داشته است. همچنین ۲۸۰ همت از این تسهیلات (معادل ۲۵٫۷ درصد) به مصرف‌کنندگان نهایی (خانوار) تعلق گرفته است. طبق اعلام بانک مرکزی، تسهیلات پرداختی بانک‌ها طی دو ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۴ مبلغ ۱۱۲۷۱٫۷ هزار میلیارد ریال است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل مبلغ ۳۸۴۶٫۳ هزار میلیارد ریال (معادل ۵۱٫۷ درصد) افزایش داشته است. از کل تسهیلات پرداختی، مبلغ ۸۴۶۶٫۳ هزار میلیارد ریال معادل ۷۵٫۱ درصد به صاحبان کسب و کار (حقوقی و غیرحقوقی) و ۲۸۰۵۵ هزار میلیارد ریال معادل ۲۴٫۹ درصد به مصرف‌کنندگان نهایی (خانوار) تعلق گرفته است. گفتنی است؛ تسهیلات پرداختی دو ماهه سال ۱۴۰۳ مبلغ ۷۲۱۹۶ هزار میلیارد ریال بوده است که با در نظر گرفتن تعدیلات صورت پذیرفته توسط شبکه بانکی به مبلغ ۷۴۲۸۰۱ هزار میلیارد ریال افزایش یافته است.

سهم تسهیلات پرداختی در قالب سرمایه در گردش در کلیه بخش‌های اقتصادی طی دو ماهه ابتدای سال ۱۴۰۴ مبلغ ۷۱۸۲٫۲ هزار میلیارد ریال

بانک مرکزی از افزایش ۵۲ درصدی وام‌دهی بانک‌ها خبر داد

سهم ۲۵ درصدی خانوارها از وام‌های بانکی

قالب کارت‌های اعتباری انجام پذیرفته است که با احتساب این مبلغ، کل تسهیلات پرداختی خرد (کمتر از ۳ میلیارد ریال) به مبلغ ۲۷۰۹۸ هزار میلیارد ریال معادل ۲۳۸ درصد کل تسهیلات پرداختی را شامل می‌شود. شایان ذکر است؛ با توجه به اینکه تسهیلات پرداختی در قالب کارت‌های اعتباری نیز در بخش خانوار پرداخت شده است، با این اوصاف سهم بخش خانوار از ۲۴٫۹ درصد به ۲۵٫۷ درصد کل تسهیلات پرداختی افزایش یافته است. طبق آنچه بانک مرکزی اعلام کرده، همچنان باید در تداوم مسیر جاری، ملاحظات مربوط به کنترل تورم را نیز در نظر گرفت و همواره مراقب قدرت گرفتن پتانسیل تورمی ناشی از فشار تقاضای کل در اقتصاد نیز بود. بر این اساس، ضروری است به افزایش توان مالی بانک‌ها از طریق افزایش سرمایه و بهبود کفایت سرمایه بانک‌ها، کاهش تسهیلات غیرجاری و بازگرداندن آنها به مسیر صحیح اعتباردهی بانک‌ها، افزایش بهره‌وری بانک‌ها در تامین سرمایه در گردش تولیدی، پرهیز از فشارهای مضاعف بر دارایی بانک‌ها و ترغیب بنگاه‌های تولیدی به سمت بازار سرمایه به عنوان یک ابزار مهم در تامین مالی طرح‌های اقتصادی (ایجاد)توجه ویژه‌ای کرد.

اخبار

مسافران چگونه بهای بلیت پروازهای لغو شده را دریافت کنند؟

تمدید لغو پروازها تا روز سه‌شنبه

سازمان هواپیمایی کشوری از تمدید مجدد لغو کلیه پروازهای داخلی و خارجی در ایران تا روز سه‌شنبه خبر داد. طبق اعلام سازمان هواپیمایی کشوری، کلیه پروازهای داخلی و خارجی کشور تا ساعت ۲ بامداد سه‌شنبه (۲۷ خردادماه) لغو خواهد بود. با توجه به شرایط فعلی خاص کشور و لزوم حفظ آرامش و امنیت مسافران و ایمنی پروازها، تأکید می‌شود که براساس پروتکل‌های موجود، هرگونه اطلاع‌رسانی از طریق سایت هواپیمایی کشوری (به نشانی **www.caa.gov.ir**) انجام شود و مسافران از هر گونه مراجعه حضوری به فرودگاه‌های کشور خودداری کنند. همچنین شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران، اعلام کرد: همه مبالغی که بابت تهیه بلیت پرداخت شده به مسافران برگردانده می‌شود. بنابراین بهای بلیت همه پروازها از زمانی که به دلیل اتفاقات اخیر لغو شده، قابل استرداد است و مسافرانی که هنوز هم اقدام نکرده‌اند می‌توانند استرداد کنند. به همین جهت اگر تهیه بلیت به صورت اینترنتی بوده مسافران از طریق گزینه استرداد در وب‌سایت «هما» (به نشانی **iranair.com**) مطالبه وجه کنند که در روزهای اداری حداکثر ۴۸ ساعت وجه بلیت به آنها باز می‌گردد، اما اگر تهیه بلیت از طریق آژانس بوده است، مسافران با مراجعه حضوری یا تلفنی به آژانس مربوطه، امکان دریافت وجه را دارند.

قیمت طلای جهانی دوباره بالا رفت

اونس طلا در قله ۲ ماهه

قیمت طلا در معاملات روز دوشنبه با هجوم سرمایه‌گذاران به دارایی‌های امن به دنبال تنش‌های اخیر خاورمیانه افزایش یافت و به بالاترین حد خود در دو ماه گذشته نزدیک شد. بهای هر اونس طلا برای تحویل فوری، پس از رسیدن به بالاترین سطح خود از ۲۲ آوریل در معاملات اولیه روز گذشته، با ۰.۴ درصد افزایش به ۲۴۴۷ دلار و هفت سنت رسید. بهای هر اونس طلا در بازار معاملات آتی آمریکا نیز با ۰.۴ درصد افزایش به ۲۴۶۷ دلار و ۲۰ سنت رسید.
فدرال رزرو آمریکا قرار است جلسه سیاست‌گذاری خود را در روزهای ۱۷ و ۱۸ ژوئن برگزار کند و تصمیم نهایی برای این جلسه در روز چهارشنبه اعلام خواهد شد. در حالی که پیش‌بینی می‌شود بانک مرکزی آمریکا، نرخ بهره را ثابت نگه دارد، بازارها مشتاق سیگنال‌هایی در مورد کاهش احتمالی نرخ بهره در ماه‌های آینده هستند. فدرال رزرو تا ماه دسامبر پس از کاهش یک چهارم واحدی، نرخ بهره پایه خود را بین ۴.۵ تا ۴.۲۵ درصد نگه داشته است. بازارهای آتی احتمالاً از ماه سپتامبر، انتظار دو کاهش نرخ بهره تا پایان سال میلادی جاری را دارند که با داده‌های تورمی ضعیف هفته گذشته تقویت شده است. به گزارش «رویترز»، طلا که اغلب در مواقع عدم قطعیت ژئوپلیتیکی و اقتصادی به عنوان یک دارایی امن در نظر گرفته می‌شود در محیط‌های با نرخ بهره پایین به خوبی رشد می‌کند. در همین حال، با کاهش تنش‌های تجاری بین آمریکا و چین، اعتماد مصرف‌کنندگان آمریکایی برای اولین بار به شش ماه گذشته در ماه ژوئن بهبود یافت اما خانوارهای آمریکایی نگران مسیر اقتصاد بوده‌اند. در بازار سایر فلزات ارزشمند نیز بهای هر اونس نقره با ۰.۲ درصد کاهش به ۴۶ دلار و ۲۲ سنت و هر اونس پلاتین با ۰.۶ درصد افزایش به ۱۲۳۴ دلار و ۴۷ سنت رسید، در حالی که هر اونس پالادیم با ۰.۹ درصد افزایش، ۱۰۳۶ دلار و ۵۸ سنت قیمت خورد.

آغاز تحویل سکه‌های پیش‌فروشی خرداد: از هفته آینده

حدود ۹۷ درصد متقاضیان سکه‌های پیش‌فروش با موعد تحویل ۳۱ اردیبهشت ماه، سکه‌های خود را دریافت کردند و از هفته آینده ۲۴ هزار و ۶۴۲ قطعه انواع سکه پیش‌فروش با موعد تحویل ۳۱ خردادماه ۱۴۰۴ تحویل خواهد شد. طبق اعلام مبادله ایران، متقاضیانی که در پیش‌فروش سکه با موعد تحویل ۳۱ خردادماه ۱۴۰۴ شرکت کرده‌اند، می‌توانند از روز شنبه (۳۱ خردادماه) با مراجعه به شعب بانک ملی اقدام به دریافت سکه خود کنند و این سکه‌ها هم‌اکنون در شعب بانک ملی در سراسر کشور توزیع شده است. متقاضیانی که اقدام به شرکت در پیش‌فروش سکه بانک مرکزی با موعد تحویل ۳۱ خردادماه کرده‌اند، تمام سکه را با قیمت ثابت ۶۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، نیم سکه را با قیمت ثابت ۳۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و ربع سکه را با قیمت ثابت ۱۸ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان خریداری کردند. متقاضیان می‌توانند با توجه به شرایط مندرج در اطلاعیه منتشرشده در سایت مرکز مبادله ایران و شعب انتخابی خود در سامانه حراج سکه، اقدام به تحویل سکه‌های خریداری شده کنند. ضمناً به اطلاع می‌رساند، خریداران از شنبه هفته آینده به مدت هفت روز کاری فرصت دارند بـا مراجعه به شعب منتخب، سکه‌های خود را با پرداخت ۳۰۰ هزار ریال به ازای هر سکه دریافت کنند.
پیش از این و در اولین سررسید تحویل سکه‌های پیش‌فروش بانک مرکزی، ۹۷ درصد متقاضیان اقدام به دریافت سکه‌های خود کردند و متقاضیان سکه‌های پیش‌فروش با موعد تحویل اردیبهشت ماه سال جاری، در مجموع ۷۸ هزار و ۹۸۲ قطعه سکه از شعب بانک ملی دریافت کرده‌اند.

ادامه ثبات در بازار ارز تجاری

بازار ارز تجاری در روز دوشنبه همانند روزهای گذشته شرایط با ثباتی را در نرخ‌گذاری تجربه کرد. همچنین تاکنون بیش از ۱۱ میلیارد دلار ارز مورد نیاز برای واردات تامین شده که ۲ میلیارد دلار آن برای تامین کالاهای اساسی و دارو بوده است. در معاملات روز دوشنبه (۲۶ خردادماه) حواله دلار در بازار ارز تجاری مرکز مبادله ایران با نرخ ۶۹ هزار و ۳۷۶ تومان، حواله یورو با نرخ ۸۰ هزار و ۵۶۱۴۱ تومان، حواله درهم با نرخ ۱۸ هزار و ۸۹۰ تومان، حواله یوان با نرخ ۹۶۶۲ تومان و حواله روبل با قیمت ۸۷۰ تومان، معامله و خریداری شد که نشان‌دهنده تثبیت نرخ ارز برای تاج و بازرگانان است؛ به طوری که دلار در کانال ۶۹ هزار تومان، درهم در کانال ۱۸ هزار تومان و روبل در کانال ۸۰ تومان تثبیت شده است. همچنین اسکناس دلار با نرخ ۷۱ هزار و ۳۱۸ تومان، اسکناس یورو با نرخ ۸۲ هزار و ۳۸۵ تومان، اسکناس درهم با نرخ ۱۹ هزار و ۴۱۹ تومان، اسکناس یوان با نرخ ۹۹۳۱ تومان و اسکناس روبل با نرخ ۸۹۴ هزار تومان معامله شد. از سوی دیگر، میانگین موزون نرخ ارز نیز که برمبنای حجم معاملات ارزی انجام شده در یک ماه گذشته با نرخ‌های اعلامی در سامانه معاملات الکترونیک ارز در حوزه حواله، اسکناس و حواله کالاهای اساسی و ضروری محاسبه می‌شود، برای اسکناس دلار ۶۴ هزار و ۶۲۲ هزار تومان، یورو ۷۴ هزار و ۶۴۹ تومان، درهم ۱۷ هزار و ۵۹۶ تومان، یوان ۸۹۹۹ تومان و روبل ۸۱۰ تومان رسید. همچنین طبق گفته سرشنگوی مرکز مبادله ایران، مطابق آخرین آمارهای مربوط به تامین ارز موردنیاز برای واردات نشان می‌دهد که از ابتدای سال تا روز (۲۵ خردادماه) بیش از ۱۱ میلیارد دلار تامین ارز برای واردات صورت گرفته است و فرآیندهای مربوط به تامین ارز موردنیاز واردات طبق روال عادی در حال انجام است. از سوی دیگر براساس آخرین آمارها از تخصیص ارز موردنیاز واردات، ۲۰۸۶ میلیون دلار ارز موردنیاز برای تامین کالاهای اساسی و دارو، ۸۶۵۸ میلیون دلار برای واردات کالاهای بازرگانی و تجاری و ۲۷۹ میلیون دلار برای ارز مورد نیاز خدمات تامین شده است.

قیمت هر بشکه نفت برنت به ۷۵ دلار رسید

جنگ انرژی در خاورمیانه



نفتی عربستان پرداخت و اینکه چرا عربستان، تولید نفت خود را قبل از تجاوز رژیم صهیونیستی به خاک ایران افزایش داد؟

تجاوز ژنهای رژیم صهیونیستی به ایران، تهدیدی برای مختل کردن عرضه نفت در خاورمیانه شده و تصمیم اخیر گروه اوپک پلاس برای افزایش تولید نفت خام را در کانون توجه قرار داده است. به گزارش «یسناء»، این گروه تولیدکننده که در رأس آن، عربستان سعودی قرار دارد، با سرعت بخشیدن به احیای تولید در شرایطی که قیمت نفت پایین‌تر رفته، بازار نفت را در سال جاری غافلگیر کرده است. اقدام مذکور، این گمانه‌زنی را برانگیخت که این گروه به فشار کاخ سفید برای افزایش تولید قبل از رویارویی با ایران، پاسخ داده است. آمریکا چندین دور از مذاکرات غیرمستقیم را با ایران برگزار کرده بود، اما ترامپ هشدار داده بود که در صورت شکست دیپلماسی، گزینه‌های نظامی را در نظر خواهد گرفت و همزمان، رژیم صهیونیستی آشکارا برای حمله فشار آورده بود. «باب مک‌نالی» مشاور رئیس‌جمهور سابق آمریکا (جورج دبلیو بوش) و رئیس فعلی گروه «رأیپدان انرژی» گفت: شکنی ندارم که ترامپ از سعودی‌ها خواسته است نفت بیشتری برای مقابله با سه مشکل بزرگ او شامل ایران، روسیه و تورم، تولید کنند، اما این اظهارنظر متهورانه‌ای است که بگویم این «درخواست» برای این بود که حمله را ممکن کند. مقامات ریاض به خوبی می‌دانستند که تولید نفت بیشتر، باعث خوشحالی ترامپ می‌شود و او در ژانویه گفت از عربستان سعودی و اوپک می‌خواهد هزینه نفت را پایین بیاورند.

رم‌گشایی تحلیلگران از پازل نفتی عربستان

اما تحلیلگران و معامله‌گران می‌گویند که تولیدکنندگان اوپک پلاس، فشار از رویدادهای ژئوپلیتیکی، دلایل خاص خود را برای شروع احیای تولید داشتند. به گفته تحلیلگران، پس از محدودیت عرضه به مدت تقریباً سه سال به منظور بالا بردن قیمت‌ها، محدودیت‌های تولید این گروه دیگر تأثیر چندانی نداشتند. شروع احیای تولید، به امید بازپس‌گیری سهم بازار، منطقی بود. تولید چندین عضو اوپک پلاس به ویژه قزاقستان، از سهمیه تعیین شده، بالاتر رفته بود. این امر عربستان سعودی را به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده و رهبر واقعی این گروه، ناامید کرد. این کشور عمده بار محدودیت عرضه داوطلبانه را بر دوش گرفته بود و تولید خود را تا ۲ میلیون بشکه در روز معادل حدود ۲ درصد از کل عرضه جهانی، کاهش داده بود.

باوجود کمین «فشار حداکثری» آمریکا بر ایران از جمله تهدیدهای ترامپ برای محدود کردن بیشتر صادرات نفت، ریاض تمایلی به تولید بیشتر نفت خام قبل از هرگونه اختلالی نداشت. شاهزاده عبدالعزیز بن سلمان، وزیر انرژی عربستان سعودی در خفا گفته بود عربستان اشتباه سال ۲۰۱۸ خود را تکرار نخواهد کرد. در آن زمان، ترامپ، اوپک پلاس را برای افزایش تولید پیش از تحریم صادرات تهران، متقاعد کرده بود، اما

فرصت امروز: منطقه خاورمیانه همواره نقش کلیدی در ثبات و اختلال اقتصاد جهان داشته است. خاورمیانه بزرگ‌ترین منطقه تولیدکننده نفت جهان است و آبراه‌های استراتژیک آن، نظیر تنگه هرمز و کانال سوئز، شاهراه حیاتی تجارت انرژی و کالا محسوب می‌شوند. افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی در این منطقه استراتژیک، نه تنها موجب نگرانی در حوزه امنیت بین‌الملل شده بلکه نوسانات شدیدی در بازارهای جهانی، به ویژه بازار نفت، طلا و سایر کامودیتی‌ها به وجود آورده است. با گسترش درگیری‌ها میان ایران و رژیم صهیونیستی، امنیت مسیرهای انتقال نفت بیش از هر زمان دیگری زیر سوال رفته است. ناامنی در کانال سوئز نیز ناوگان حمل و نقل دریایی را ناگزیر به انتخاب مسیرهای طولانی‌تری از اطراف قاره آفریقا کرده است که طبق برآوردهای کارشناسی، حدود یک میلیون دلار به هزینه سفرها می‌افزاید و زمان حمل و نقل را تا بیش از دو هفته افزایش می‌دهد.

تنش‌های فزاینده در منطقه خاورمیانه، قیمت هر بشکه نفت را به بیش از ۷۵ دلار رسانده و شسوک بزرگی به اقتصاد جهان وارد کرده است. این تحولات نه تنها بر قیمت نفت تأثیر گذاشته، بلکه نگرانی‌های عمیقی را در مورد ثبات عرضه انرژی و پیامدهای آن ایجاد کرده است. پس از حملات بامداد جمعه رژیم صهیونیستی به خاک ایران، روند صعودی قیمت نفت آغاز شد و قیمت نفت برنت و نفت خام آمریکا به ترتیب بیش از ۷ درصد و ۷.۳ درصد در معاملات جمعه افزایش یافت که نشان‌دهنده نگرانی‌های جدی در مورد اختلال عرضه نفت خاورمیانه است؛ منطقه‌ای که نقشی حیاتی در تأمین انرژی جهان دارد و ایران به عنوان یکی از تولیدکنندگان بزرگ نفت، نقش کلیدی در این عرصه بازی می‌کند. مهمترین نگرانی در این زمینه، تنگه هرمز است. این آبراه باریک و استراتژیک، مسیر عبور حدود ۲۰ درصد از تولید نفت جهانی است و هرگونه انسداد، حتی موقت در این تنگه می‌تواند «بزرگ‌ترین شوک نفتی تاریخ» را رقم بزند.

چرا عربستان تولید نفت را افزایش داد؟

با حمله رژیم صهیونیستی به میدان گازی پارس جنوبی، تنش نظامی خاورمیانه وارد مرحله جدیدی شد و ایران در واکنش، تأسیسات حیاتی رژیم صهیونیستی از جمله پالایشگاه حیفا، نیروگاه برق و زیرساخت‌های انرژی را با پهپاد و موشک بالستیک هدف قرار داد که باعث اختلال گسترده در شبکه توزیع برق و بحران انرژی در سرزمین‌های اشغالی شد. هرچند قیمت نفت پس از افزایش هفت درصدی روز جمعه، در معاملات آغاز هفته جاری (دوشنبه) نوسانی دنبال شد و قیمت هر بشکه برنت با ۶۴ سنت معادل ۰.۸۶ درصد افزایش به ۷۴ دلار و ۸۷ سنت و نفت وست تگزاس اینترمیدیت آمریکا با ۷۶ سنت معادل ۱.۰۴ درصد افزایش به ۷۳ دلار و ۷۴ سنت رسید، اما همچنان سایه سنگین تنش نظامی بر منطقه خاورمیانه سنگینی می‌کند و می‌تواند کاتالیزور افزایش قیمت طلای سیاه باشد. در همین حال، روزنامه «فایننشیال تایمز» در گزارشی به موضوع

آیا قیمت طلای جهانی از سقف ماه آوریل عبور می‌کند؟

واکنش دلار جهانی به تحولات خاورمیانه

در همین حال، ارزش دلار در معاملات پرتلاطم روز دوشنبه بازار جهانی که سرمایه‌گذاران، تحولات خاورمیانه را زیر نظر داشتند، تغییر چندانی نداشت. به گزارش «یسناء»، دلار آمریکا در معاملات روز دوشنبه، پس از افزایش ۰.۴ درصدی در اوایل معاملات، در ۱۴۴۰.۸ یین ژاپن ثابت بود، درحالی که یورو به ۱.۱۵۵۵ دلار کاهش یافت. دلار آمریکا در برابر فرانک سوئیس در ۰.۸۱۱ فرانک، ثابت بود. شاخص دلار که ارز آمریکا را در برابر شش ارز دیگر اندازه می‌گیرد، ۰.۱ درصد کاهش یافت و آخرین بار در ۹۸.۱۱ واحد قرار گرفت. ارزهایی که همبستگی مثبتی با ریسک دارند، مانند دلار استرالیا و دلار نیوزیلند، اندکی بالاتر بودند، درحالی که کرون نروژ که صادرکننده نفت اروپایی است، ۰.۳ درصد رشد کرد و به بالاترین حد خود از اوایل سال ۲۰۲۳ تاکنون رسید. «وین تین»، رئیس استراتژی بازارهای جهانی در شرکت «براون برادرز هریمن» گفت: اگر فدرال رزرو همانطور که انتظار داریم، موضع سیاست پولی تسهیلی را حفظ کند، دلار احتمالاً به دلیل بدترشدن وضعیت اقتصادی کلان در آمریکا، روند نزولی خود را از سر خواهد گرفت.

تنش‌های ژئوپلیتیکی، جدیدترین پیچش برای سرمایه‌گذاران و سیاست‌گذاران بانک مرکزی هستند که تلاش می‌کردند از عدم اطمینان اقتصادی ناشی از اقدام دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا برای تغییر شکل نظم تجاری جهانی در سال جاری، عبور کنند. با وجود افزایش گسترده‌تر دلار در چند روز معامله گذشته، تا زمانی که شفافیت بیشتری در زمینه تعرفه وجود نداشته باشد، تحلیلگران چندان متقاعد نشده‌اند که روند افزایشی دلار می‌تواند ادامه یابد. دلار آمریکا از ابتدای سال جاری تاکنون، بیش از ۹ درصد از ارزش خود را از دست داده است، زیرا سرمایه‌گذاران همچنان نگران ضرب‌الاجل ترامپ برای توافق‌های تجاری در حدود سه هفته آینده هستند، در حالی که توافقنامه‌های آمریکا با

احساسات بازار به سمت صعودی شدن چرخید و تحلیلگران، درگیری منطقه‌ای را عامل اصلی رشد قیمت طلا دانستند. به نظر می‌رسد در سایه تنش‌های خاورمیانه، این روند صعودی ادامه خواهد داشت. طی هفته گذشته، طلا در بازه‌ای نسبتاً محدود معامله شد و علی‌رغم داده‌های مثبت تورمی، چندان تحت تأثیر قرار نگرفت تا اینکه تنش‌های ژئوپلیتیکی در خاورمیانه بار دیگر تقاضای پناهگاه امن را افزایش داد. به نوشته «کیتکو»، قیمت لحظه‌ای طلا هفته را با قیمت ۲۳۱۷.۳۲ دلار در هر اونس آغاز کرد، به‌طور موقت به ۳۲۹۶ دلار کاهش یافت، اما در تمام مدت بالای ۳۳۰۰ دلار باقی ماند. قیمت طلا در محدوده ۳۳۲۰ تا ۳۳۴۵ دلار نوسان داشت تا اینکه خبر درگیری میان رژیم صهیونیستی و ایران باعث جهش شدید قیمت در اواسط هفته شد. تا روز پنجشنبه، طلا به اوج ۳۴۴۰ دلار رسید و سپس در بازه ۳۴۲۰ تا ۳۴۳۵ دلار تثبیت شد.

احساسات بازار به سمت صعودی شدن چرخید و تحلیلگران، درگیری منطقه‌ای را عامل اصلی رشد قیمت طلا دانستند. «ریچ چکان» پیش‌بینی کرد که در سایه تنش‌های جهانی، این روند صعودی ادامه‌دار خواهد بود. «دارین نیوسام» نیز به عوامل متعددی اشاره کرد؛ از جمله بی‌ثباتی خاورمیانه، ناآرامی‌های داخلی در آمریکا و فروش جهانی دلار که همه نشانگر احتمال افزایش بیشتر قیمت طلا هستند. «دنیل پاولویویس» هم با اشاره به رویدادهای مشابه گذشته در خاورمیانه گفت که هم طلا و هم نفت در آن شرایط افزایش یافتند و سپس کمی عقب‌نشینی کردند.

«پاولویویس» هشدار داد که در صورت عدم تشدید تنش‌ها، طلا ممکن است نتواند از سقف قیمتی ماه آوریل عبور کند و احتمال دارد که الگوی سقف دوقلو شکل بگیرد. او پیش‌بینا کرد که در محدوده ۳۵۰۹ دلار سودگیری انجام شود و پیش‌بینی کرد که ممکن است توجه سرمایه‌گذاران به سمت نقره و سایر فلزات گران‌بها جلب شود.



سازمان آگهی ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

اگهی هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

اگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی


قود ضامہ
 نیت اسناد و اعلاک کشور
 نیت اسناد و اعلاک استان کرمان

اداره کلیه ثبت اسناد و املاک استان کرمان

در اجرای مواد مذکور بدینوسیله اعلامی
که برابر آراء مهابتانی جهت حل اختلاف موضوع
قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی ساختمانهای فاقد سند
رسمی مستقر در واحد ثبتی ماهان تقاضای ثبت آنها پذیرفته
و ادامه عملیات ثبتی آنها مطابق قانون مذکور تجویز گردیده است
به ترتیب شماره پلاک فرعی از یک و شش اصلی و بخش محل وقوع
ملک مشخصات مالک یا مالکین متقاضیان ثبت واقع در بخش ۵
و حوزه ثبتی ماهان انجام و به منظور اطلاع عموم مراتب رد دو نوبت به
فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند
مالکیت متقاضی اعتراضاتی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین
آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ
رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، داخواست خود را به
اداره قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و
عدم وصول اعتراض طبق مقررات صادر مالکیت صادر خواهد شد.

برابر رای شماره ۱۳۳۴-۶۰۰-۳۱۹-۱۲۰۴۶ هیات (ول/ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه بلااعراض متخالف آقای/ مهرداد سالاری نسبت فرزند منصور موضوع بشماره شناسنامه ۲۹۸۰۰۳۳۷۵۲ صادره در ۲۹ شندانگ ساختمان خشتی و گتبدی به مساحت ۵۷۷,۴۱ مترمربع پلاک ۲۲۶۱ افرعی از یک اصلی مغفوز و مجزی شده از پلاک ۲۲۹ افرعی از اصلی اولی. واقع در ماهان خیابان طالقانی کوچه ۸ سمت راست- خرباری از محل مالکیت علی صابر ماهانی مجوز: ۱۳۳۴-۶۰۰-۳۱۹-۱۲۰۴۶-۱۴۰

[illegible]

برابر رای شماره ۱۳۳۸/۶۰۰۳۱۹۰۴۶۰۱۴۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک محمد تصرفات مالکانه بلاعراض متقاضی صادره از عیاس سالیی نژاد فرزند محمدحسین بشماره شناسنامه ۱۴۶ صادره از ماهان درشددانگ با بایچه محصور و ساختمان به مساحت ۱۲۵۴ مترمربع پلاک ۱۲۲۶۷ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۴۶۹ فرعی از یک اصلی. واقع در ماهان کوی یک و دو کوچه صاحب الزمان - خیرادری مع الواسطه از محل مالکیت ایران و عاده شهیدی زاده - مالک رسمی مجزr کرده است. حقوق ارتقایی: طبق برگ تحدید حدود (با حق مجزا از باغ ۱۶۴۸). ردیف پرونده: ۵۷-۱۴۰۳ برابر رای شماره ۱۳۷۰/۶۰۰۳۱۹۰۴۶۰۱۴۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک محمد تصرفات مالکانه بلاعراض متقاضیخانم سمیه خالقی فرزند محمد بشماره شناسنامه ۲۳۲ صادره از ماهان در شددانگ یک درب با بایچه و ساختمان به مساحت ۷۳۳ مترمربع پلاک ۱۲۲۶۸ واقع در ۱ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۷۱۰ فرعی از یک اصلی و قاع از ماهان خیابان دلگشا- خیرادری از محل مالکیت محمد خالقی- مالک رسمی مجزr کرده است. ردیف پرونده:

برابر رای شماره ۱۳۸۱/۶۰۰۳۱۹۰۱۴۰۴۶ هیات اول/ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اهلان تصرف مالکانه بلامعارض متناضی آقای هوشنگ ملک قاسمی فرزند علی محمد بشماره شناسنامه ۴۰ صادره از در شهیدانخانه قدیمی به مساحت ۴۴۲/۴ مترمربع با ۱۲۷/۱۷۱ فرعی از یک اصلی مغروز و مجزی شده از پلاک ۴۴۲ فرعی از یک اصلی واقع در ماهان خیابان امام خمینی - جنب پل متحشم کوچه تکیه فاطمیه - خربداری از محل مالکیت سید عطاءالله رضوی نعمت الهی - احد از ورئه مالک رسمی محرز گردیده است. ردیف پرونده: ۱۱۰-۱۴۰۳

برابر رای شماره ۱۳۶۶/۳۱۹۰۱۴۰۴۶ هیات اول/ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه بلامعارض
مستثنای اختام آذر رخشا فرزند عباس بشماره شناسنامه ۱۹۹۷ صادره از
در دو دانگ مشاع از شش‌دانگ خانه به مساحت شش‌دانگ ۱۸۸ مترمربع
پلاک ۱۲۲۳۷ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده در پلاک ۲۴۸۸ مکرر
فرعی از یک اصلی واقع در ماهان پیر حاجات خیابان ۱۷ شهپور کوچه
فاطمیه - خریداری مع الواسطه از محل مالکیت علی خیر اندیشی - مالک
رسمی محرز گردیده است. ردیف پرونده: ۱۴۰۲-۱۴۰۱
تبریز ایر شماره ۱۵۹۶-۱۳۹۰-۱۴۰۶-۱۴۰۴ خیات اول/ موضوع قانون
مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه بلامعارض
مستثنای آقای محمدمباراس مدرگهری فرزند مهدی در شماره شناسنامه
۳۶۰۰-۳۱۰۰۶-۳۰۱۴ یا قیومیت خانم آذر رخشا در دو دانگ مشاع از
شش‌دانگ خانه به مساحت شش‌دانگ ۱۸۸ مترمربع پلاک ۱۲۲۳۷ فرعی
از یک اصلی مفروز و مجزی شده در پلاک ۲۴۸۸ مکرر فرعی از یک اصلی
واقع در ماهان پیر حاجات خیابان ۱۷ شهپور کوچه فاطمیه - خریداری
مع الواسطه از محل مالکیت علی خیر اندیشی - مالک رسمی محرز
گردیده است. ردیف پرونده: ۱۴۰۲-۳۶۹-۱۴۰۱

برابر رای شماره ۱۴۰۶۳۹۰۰۰۰۰۱۲۷ هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ملکان تصرفات مالکانه بلامعارضه استثنای خانم نازنین زینب قهرمدار گوهری فرزند بشماره شناسنامه ۵۲۶۴۶۸۱۶-۶۷ از قبیل خیمه دار (خرشدار) در دو دانگ مشاع از ششدانگ خانه به مساحت ششدانگ ۱۸۸ متر مربع پلاک ۱۲۲۷۳ فرعی از یک اصلی مغزور و مجزی شده از پلاک ۲۲۴۸ مکرر فرعی از یک اصلی واقع در ماهان بیرجست خیابان ۱۷ شهرپور کوچه فاطمیّه - خریداری بواسطه الا محل مالکیت علی شیر اندیش - مالک رسمی محرز گردیده است. ردیف پرونده: ۱۴۰۲-۳۷۰

برابر رای شماره ۱۴۰۶۳۹۰۰۰۰۰۱۲۷ هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ملکان تصرفات مالکانه بلامعارضه استثنای خانم جمعه زاده ماهانی فرزند غلامرضا بشماره شناسنامه ۶۶۶۵۵ صادره از در ششندانک باغ محصور به مساحت ۹۰۷٫۳۹ متر مربع پلاک ۱۲۲۷۴ فرعی از یک اصلی مغزور و مجزی شده از پلاک ۹۰۵ فرعی از یک اصلی واقع در زاهد خیابان امام کوچک ۵۴ - خریداری از محل مالکیت رمضان جمعه زاده ماهانی - مالک رسمی محرز گردیده است. ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۵۲

برابر رای شماره ۱۴۰۶۳۱۹۰۰۰۱۶۶۳ هیات اول / موضوع
قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند
بررسی مستدر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه
بازمعامله متقاضی خاتم هما جمعه زاده امانی فرزند غلامرضا ۵۷۵۴۵
شناسنامه صادره از ۶۶۶۵ شناساندن باغ محصور به مساحت ۵۷۵۴۵
مترمربع پلاک ۱۲۸۵۸ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده از یک پلاک
۱۲۸۵۸ بقایمده فرعی از یک اصلی واقع در ماهان حسین اباالحسن خدایی
بعد از خلیان تیکران - خریداری از محل حبسند حسین اباالحسن خدایی
از خلیان تیکران - بسم - محرز کرده است. دینف و بنده ۱۶۶۳-۱۴۰۳

برابر رای شماره ۱۴۷۸/۰۶۰۰۳۱۹۰۰۴۶۰۱۴۰۴. هیات اول/ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت محل ماهان تصرفات مالکانه بااعراض استثنائی آقای احسن خلیلی زاده ماهانی فرزند احمد محصور به شناسنامه ۱۱۲۱۲ صادره از در ششداغ زمین باغی محصور به مساحت ۴۷۵ مترمربع پلاک ۱۲۲۷۰ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۸۹۸ باقیمانده فرعی از یک اصلی. واقع در ماهان خیابان امام بعد از خیابان تیرکان - خردیاری از محل مالکیت حسین ابوالحسن زاده ماهانی مالک رسمی مجز گردیده است. ردیف پرونده: ۱۴۵۷-۱۴۰۳

برابر رای شماره ۱۴۸۱/۰۶۰۰۳۱۹۰۰۴۶۰۱۴۰۴. هیات اول/ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت محل ماهان تصرفات مالکانه بااعراض استثنائی آقای ایمان سرخوش بدستانی فرزند محمد محصور به شناسنامه ۲۵۰۱ صادره از در ششداغ زمین باغی محصور به مساحت ۲۵۰ مترمربع پلاک ۱۲۲۸۰ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۹۸۸ باقیمانده فرعی از یک اصلی. واقع در ماهان خیابان امام بعد از خیابان تیرکان - خردیاری از محل مالکیت حسین ابوالحسن زاده مالک رسمی مجز گردیده است. ردیف پرونده: ۱۴۵۸-۱۴۰۳

برابر رای شماره ۱۴۳۸.۰۶۰۰.۳۹۹.۰۴۶ هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبت حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه بااعراض متقاضی خانم زهرا خلیلی زاد ماهانی فرزند اداله بشماره ۵۹۲۸۸-۱۳۸۷ صادره از درشداستگاه زمین باغی محصور به مساحت ۲۰۰ مترمربع پلاک ۱۲۲۸۱ فرعی از یک اصلی مغرور و مجری شده از پلاک ۹۸۸ باقیمانده فرعی از یک اصلی واقع در ماهان خیابان امام خمینی بعد از خیابان نیکران - خریداری از محل مالکیت حسین ابوالحسن زاد ماهانی - مالک رسمی - محرز گردیده است، ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۴۰۲

برابر رای شماره۱۴۸۵۰۶۰۰۳۹۰۶۰۱۴۰۶۰ هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت نبی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبت حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه با معارض متناضی اخامان افسر سرخروز فرزند حسین بشماره شناسنامه ۶۵۹ صادره در ۲۲ خردادماه ۱۳۷۸ با محصور به مساحت ۵۲،۸۹۶ مترمربع بپلاک ۲۲۸۲ فرعی ششبدان یک اصل مجوز و مزجری شده از پلاک ۸۹۸ باقیمانده فرعی از یک اصلی واقع در ماهان خیابان امام بعد از خیابان یغ تیرگان - خریداری از محل مالکیت حسین ابوالحسن زاده ماهانی - مالک رسیده .. محرز گردیده است . د فید بنده : ۱۴۰۳

برابر رای شماره ۱۶۶۹/۰۶۰۰۳۱۹۰۴۶۱۴۰ هیات اول/ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه بلاعارض استثنای آقای/امجد خلیلی زاده ماهانی فرزند اسداله بشماره شناسنامه ۲۹۸۰۳۹۸۸۸۸ صادره از در ششداغ باغ محصور به مساحت ۴۴۴ مترمربع پلاک ۱۲۸۶ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۸۹۸ باقیمانده، فرعی از یک اصلی واقع در ماهان خیابان امام حسین بعد از خیابان باغ تیکران - خ. خرباری، از محل مالکیت حسین ابوالحسن زاده ماهان - مالک رسمی، مجزور گردیده است، ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۴۶۹

برابر رای شماره ۱۶۶۷/۰۶۰۰۳۱۹۰۴۶۱۴۰ هیات اول/ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه بلاعارض استثنای آقای/امجد خلیلی زاده ماهانی فرزند اسداله بشماره شناسنامه ۴۵۹۹۹۹ صادره از در ششداغ زمین باغی به مساحت ۴۴۵ مترمربع پلاک ۱۲۸۷ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۸۹۸ باقیمانده، فرعی از یک اصلی واقع در ماهان خیابان امام حسین بعد از خیابان تیکران - خ. خرباری، از محل مالکیت حسین ابوالحسن زاده ماهانی - مالک رسمی مجزور گردیده است، ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۴۶۹

برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۹۰۰۰۱۶۶۵ هیات اول/ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک املاک مالکانه باامراضی متقاضی خاتم صدفیک کار آموزان فرزند ابوالقاسم تصرفات شناسنامه ۶۶۹۲ شماره ۱۳۲۸۸ از ز در ششدانگ باغ محصور به مساحت ۴۴۷,۴ مترمربع پلاک ۱۳۲۸۸ فرعی از ایک اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۸۹۸ باقیمانده فرعی از ایک اصلی، واقع در ماهان خیابان امام خمینی بعد از خیابان تیکران خربادری از محل مالکیت حسین ابوالحسن زاده - مالک رسمی مجزی گردیده است، ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۶۶۵

برابر رای شماره ۱۵۸۳-۰۶-۲۹۰۴۶۳۱۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت نئبی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبت حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه بااعمارر متقاضی خاتم مریم معلم زاده ماهانی فرزند حبیب بشماره شناسنامه ۱۱۹۰ صادره از رد ششداگ باغ محصور به مساحت ۵۰۱٫۳۱ مترمربع پلاک ۲۲۹۸۹۰۱ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۸۹۸ باقیمانده فرعی از یک اصلی واقع در ماهان خیابان امام خمینی بعد از خیابان یگنمران -خرپاری از محل ملکیت حسین ابوبحسن زاده ماهانی -مالک

صحت : مع دیده است، دلیل بوده: ۱۴۶۶-۱۴۶۷

[illegible]

اداره کلی ثبت اسناد و املاک استان زنجان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک سلطانیه
هیأت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ این نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

[illegible]

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

[illegible]

برابر رای شماره ۱۵۳۶، ۰۰۰۳۱۹۰۴۶۰۱۴۱۸۱۷ اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک مازان تصرفات مالکانه به معارضه استقراض آقای / ایشان رستمی گوهری فرزند شهرباباد بشماره شانسانامه ۱۲۹۴۴ صادره از کرمان در شناساندن زمین محصور، مزبور به مساحت ۱۹۲،۱۰ مترمربع پلاک ۳۷۱۶ فرعی از یک اصلی مفروز و مجزی شده در پلاک ۱۵۳۸، فرعی از یک اصلی واقع در جویبار خیابان دادبین کوچه ۹ - خرداری از محل ملک سکنیه شعاعی باغینی - مالک رسمی - گردیده است. دنف بوند: ۱۴۰۲-۰۷

برابر رای شماره ۱۵۳۴، ۱۰۶۰، ۳۱۹۰، ۱۴۰۶ هیات اول دمود موضوع
نافتن تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
استقرار در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماهان تصرفات مالکانه با معارض
متناقضات خانم عشرت حضرتی گوهری فرزند علی بشماره شناسنامه
۱۷۵۸ صادره از جویبار درشادنگان زمین محصور مشخص برای
مساحت ۱۰۵۴۸۶ مترمربع پلاک ۲۷۱۸ فرعی از ۱۸۱ اصلی و
مجری شده از پلاک ۴۵۵ فرعی از یک اصلی، واقع در جویبار خیابان
مسجد الرسول - خریداری از محل مالکیت ورثه مرحوم محمد و اصغر
میرزادی جویبار - مالک رسمی و انتقال قهری - محرز گردیده است
حقوق ارتقایی: عبور جوی آب دائم از مورد تقاضا گواهی می شود. ردیف
پرونده: ۸۹-۱۴۰-۱۴۰۸

[illegible]

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۳/۱۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۳/۲۷

۱۹۴-۵۴۱: ۵

م الف ٦١
٦٢٩

سخنگوی دولت: بازار بورس تا اطلاع ثانوی تعطیل است

سخت‌گوی دولت از تعطیلی بورس تا اطلاع ثانوی، خبر داد و گفت امروز اساسی در دست اجراست. بانک‌ها کار خود را انجام می‌دهند، ولی در راستای حفظ سرمایه‌های مردم، بازار بورس تعطیل است تا ثابت به این باور بازگردد: «طاعمه مهاجرانی» در گفت‌وگو: تقویت یونیون با تکیه بر اینکه ما در یک جنگ تحمیلی قرار گرفتیم، تقویت بداینج این جنگ به ما تمحیل شده، نوع واکنش ما متفاوت است. امروز یکی از عوامل قدرت ما، آرامش مردم و انسجام ملی است. همه ایرانیان امروز پای کار ایران هستند حتی کسانی که دلخوری داشتند. به گفته «مهاجرانی»، متعهد به سفارشی‌سازی و ارائه دقیق اطلاعات هستیم. مردم مراقبت کنند که عامل گسترش اطلاعات ناشی‌ها نباشد. با گرفتن عکس یا انتقال یک ویدئو ممکن است اطلاعاتی را انتقال دهیم. از نزدیک‌شدن به محل حادثه خودداری کنیم و بداینج هرچه کمتر حضور داشته باشیم نیروهای امدادی بهتر کار خود را انجام می‌دهند. مهاجرانی به توجه به دور کاری ادارات نیاز به فرقی‌نمازد زیاد نداریم و از موارد غیرضروری خودداری می‌کنیم. سخت‌گوی دولت در زمینه حمایت‌هایش یادآور شد: در طول این چند روز سخاوتهای ۴۵ زن و کودک بودیم. ۷۵ نفر از مصدومان از بین زنان و کودکان هستند. شاهد حمله به بیمارستان قزاقی کرمانشاه هم بودیم که اثبات خود را نداده‌اند. رژیم صهیونی و دروغ بودن ادعای آنان در زمینه هدف قرار دادن مردم عادی است. در زمینه باز بودن مراکز مردم برای مردم از جمله متروها، برخی ایستگاه‌ها دیشب باز بودند و سایر ایستگاه‌ها هنوز تمهیدات کاملی ندارند و به زودی آنها نیز به این جمع اضافه می‌شوند. اگر برخی مردم انتخاب کردند از شهر خارج شوند احترام می‌گذاریم و از نیروهای راهور نیز تشکر می‌کنیم و از مردم می‌خواهیم با آنها همکاری نکنند. همچنین از مردمی که آغوش خود را برای پذیرش مردم باز کردند تشکر می‌کنیم. از ما تاکید بر اینکه به پیام‌های مبنی بر تخلیه شهرها توجه نکنید، ادامه داد: خواهش می‌کنم به پیام‌هایی که مبنی بر تخلیه شهرهاست اصلاً توجه نکنید. این موضوع از اقدامات دشمن در جنگ روانی است. امروز اساسی در دست اجراست. بانک‌ها کار خود را انجام می‌دهند، ولی در راستای حفظ سرمایه‌های مردم، بازار بورس تعطیل است تا ثابت به این باور بازگردد و تا اطلاع ثانوی این بازار تعطیل است. وی همچنین اقدام به کاهش سرعت اینترنت را موقتاً دانست و افزود: بدینج است با توجه به حملات سایبری دشمن که ممکن است مراکز زیرساختی در حوزه فناوری اطلاعات باشد، برای ایاداری شبکه، زمان‌هایی مجبور به پایش آوردن سرعت شبکه باشند. شهروندان بداند اقدام به کاهش سرعت اینترنت موقتاً است و برای دفع حملات سایبری انجام می‌شود. این موضوع دقت‌مند، کنترل شده و فنی است و با تصمیم مدیریت انجام می‌شود. به گزارش «ایسنا»، سخت‌گوی دولت یادآور شد: از همه شهروندان خواهش می‌کنم در انتشار اخبار تأییدشده یا تصاویر تحریک‌آمیز و بازنشر شایعات مراقبت کنید. فراموش نکنیم از ارکان قدرت ما آرامش اجتماعی و حفظ هماهنگی ملی نیاز ماست که به خوبی شاهد آن هستیم. پرداخته مطالبات گندمکاران از فردا به تدریجی که گندم‌ها تحویل شد، پرداخته هم انجام می‌شود. پرداخت داروای برای داروخانه‌ها طبق اعلام سازمان برنامه و بودجه از فردا انجام می‌شود. همچنین پرداخت حقوق خرداد مشابه با اردیبهشت انجام می‌شود، چون برخی دستگاه‌ها دور کار هستند و برخی محاسبات که باید انجام شود کمتر انجام شده، مابه‌التفاوت آن در دفرقی‌نمازد توجه محاظ خواهد شد.

به گفته «مهاجرانی»، برای اورژانس و هلال احمر تخصصی ویژه ای انجام شده و نظایر وجود ندارد و بر مبنای وضعیت کاملاً مناسبی است و هیچ تگرانی از این بخش وجود ندارد و برای انتقال کالاهای اساسی از بندرهای مختلف به کمیته‌های لازم به سازمان بنادر، مرگ و گمرک و سازمان استاندارد انجام شده و اختیار کافی هم به سازمان برنامه استان‌ها داده شده است. استانداران و استانداردها برای زمینه اختیار کافی دارند تا برخی اماکن مثل مدارس، مساجد و امام‌زاده‌ها را برای حضور مردم در اختیار قرار دهند. همچنین در حوزه درمان از نخستین تدریج رژیم صهیونیستی، وزیر بهداشت اتاق بزرگ‌ان و در اورژانخانه تشکیل داد و در استان‌های نیز این اتاق تشکیل شد. در سازمان اورژانس هم کار با قدرت در حال انجام است.

مردم از مراجعه مداوم به جایگاه‌ها خودداری کنند

عرضه سوخت متوقف نشده است

سنگینوی صنف جایگاهداران با بیان اینکه اختلال سراسری در عرضه سوخت کشور رخ نداده، از شهروندان خواست با حفظ آرامش از مراجعه مکرر و بی‌مورد به جایگاه‌ها پرهیز کنند تا امکان سوخت‌گیری برای ناوگان امدادی و خدماتی نیز فراهم باشد. «ضامن‌نواز» با اشاره به تلاش شبانه‌روزی کارکنان جایگاه‌ها در روزهای گذشته گفت: باور کنید پرسنل جایگاه‌های سوخت در این مدت در کنار مراجعه وزارت نفت، شب‌ها ساعت‌ها بی‌خوابی کشیدند تا پایداری عرضه سوخت در سراسر کشور حفظ شود. با وجود اتفاقاتی که رخ داد، ما شاهد اختلال گسترده یا توقف کامل توزیع سوخت در کشور نبودیم و مشکلی که غیرقابل حل نباشد نیز نداشتیم. به گزارش «ایسنا»، او با تأکید بر اینکه برخی تأخیرها به دلیل شلوغی جاده‌ها و ترافیک حمل‌رأورده‌های نفتی طبیعی است، افزود: اولویت ما این است که مردم هنگام مراجعه به جایگاه‌ها با پی‌اچ‌دی عرضه، به‌ویژه در زمینه بنزین، مواجه نشوند. البته از رسانه‌ها خواهش می‌کنم فقط به بنزین نپردازند؛ چراکه در بخش نفت‌گاز نیز تلاش بسیاری در حال انجام است تا خدمات رسانی مختل نشود. هدف ما این است که در طول شبانه‌روز سوخت در مخازن جایگاه‌ها منس‌گار باشد و مردم، سوخت‌گیری آسانی داشته باشند. همچنین می‌توانند بدون مشکل سوخت‌گیری کنند. شاید برخی نتوانند باک خود را به‌طور کامل پر کنند یا در صف‌های طولانی قرار بگیرند، اما تمام تلاش‌مان را کرده‌ایم تا هیچ فردی، در هیچ شهری با جدایی، با قطع عرضه سوخت مواجه نشود. «نواز» همچنین توصیه‌هایی به مردم داشت و گفت: از مردم بسیار تشکر می‌کنیم. برخی عزیزان به‌دلیل گرانی مدام به جایگاه‌ها مراجعه نمی‌کنند، اما ما این اطمینان را می‌دهیم که با کمبود سراسری مواجه نخواهیم بود. خواهش می‌کنیم مراجعه‌ها فقط به‌قدر نیاز باشد تا اندنگان تاکسی‌های اینترنتی و ناوگان حمل‌کالا دچار مشکل نشوند. سنگینوی صنف جایگاهداران در پایان گفت: دشمن وقتی در میدان برسد نمی‌آورد، این‌ها شایعه و اخبار کذب است تا یأس و ناامیدی را گسترش دهد اما موفق نخواهد شد. مردم اخبار را فقط از رسانه ملی و منابع رسمی دنبال کنند. ما صادقانه قول می‌دهیم اگر مشکلی باشد، اطلاع‌رسانی خواهیم کرد. مردم مطمئن باشند که در زمینه توزیع سوخت، همه فعالان این حوزه با شجاعت پای کار هستند و کشور در هیچ‌یک از روزهای آینده با توقف عرضه سوخت مواجه نخواهد شد.

فرصت امروز: نمایندگان مجلس با رأی اعتماد به «سیدعلی مدنی‌زاده»، او را به عنوان دومین وزیر اقتصاد دولت چهاردهم انتخاب کردند. در نشست روز دوشنبه مجلس در صحن صحن، بررسی صلاحیت «سیدعلی مدنی‌زاده» به عنوان وزیر پیشنهادی اقتصاد در دستور کار قرار گرفت و نمایندگان با رأی ۱۷۱ موافق، ۶۷ رأی مخالف و هشت رأی ممتنع از مجموع ۲۴۰ نماینده حاضر در مجلس شورای اسلامی با انتصاب وی به عنوان وزیر امور اقتصادی و دارایی موافقت کردند. پیش از سیدعلی مدنی‌زاده، «عبدالنصر هاشمی» نخستین وزیر اقتصاد دارای دولت چهاردهم بود که در ۱۲ اسفندماه سال گذشته نمایندگان مجلس شورای اسلامی با طرح استیضاح وی موافقت کردند و برای مدت سه ماه این وزارتخانه مهم با سرپرست اداره شد تا نهایتاً رئیس‌جمهور در ۱۱ خردادماه امسال، «سیدعلی مدنی‌زاده» را به عنوان وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی به مجلس شورای اسلامی معرفی کرد. مدنی‌زاده متولد سال ۱۳۶۶، اقتصاددان و دانشیار اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف است و هم‌اکنون ریاست دانشکده مدیریت و اقتصاد این دانشگاه را عهده دارد؛ او ۲۵ سال پیش، مدال برنز المپیاد ریاضی را بر بدن آویخت. همچنین رئیس گروه مدل‌سازی پژوهشکده پولی بانک ایران مرکزی، مشاور اقتصادی سازمان برنامه‌بودجه، و یکی از طراحان اصلاح قوانین بانک مرکزی و اصلاح ساختاری دهه کشور، ازجمله سوابق اوست.

فعالان بازار سرمایه و سهامداران از وزیر جدید اقتصاد، انتظار می‌تواند حمایت دارند و بازگشت اعتماد عمومی به بازار سرمایه را از آن به‌سیلی می‌دانند. خواستاران مهم‌ترین چالش این بازار از نظر تحلیلگران و اهالی بورس، ساماندهی نرخ بهره و همچنین حذف رانت ارزی است. همچنین اصلاح ساختاری سازمان بورس، دفاع از حقوق سهامداران، اجرای کامل قانون بازار سرمایه، افزایش شفافیت و گسترش شفافیت از دیگر خواسته‌های فعالان بازار سرمایه از وزیر جدید اقتصاد است. یک اقتصاد با مبنی‌زاده بزرگ می‌شود

«علی مدنی‌زاده» که با تأیید ۱۷۱ نفر از نمایندگان مجلس شورای کرسی وزارت اقتصاد نشست، به گفته رئیس جمهور از بزرگی‌های همچون نیروی جوانی، تخصص، اعتقاد و ارتباطات طیفی‌نخبه برخوردار است و به همین دلیل بدون هیچ گونه نینایی با شخص رئیس‌جمهور براساس شایستگی به این سمت صوب شد. «مدنی‌زاده»، رهکار خود برای رفع چالش‌های اقتصادی را رشد اقتصادی، بزرگ شدن یک اقتصاد و توزیع عادلانه آن بین احاد اقتصادی می‌داند. به گزارش «ایسنا» ز دوشنبه، جلسه رأی اعتماد نمایندگان مجلس به وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی در شرایطی برگزار شد که وزیرمختص صهیونیستی پس از تجاوز به کشور و ترور برخی از شخصیت‌های نظامی و علمی، ضرباتی سهمگین از باران دریافت کرده است. ضرباتی که به گفته رئیس مجلس، ایوان شهاب‌های گذشته صهیونیست‌ها شده و شعله‌ای بر جان‌آملان و آمران

جنایت‌های رژیم صهیونیستی انداخته که تا پشیمانی و تنبیه
متجاوز ادامه خواهد یافت.

در چنین وضعیتیکه متغیرهای سیاسی می‌تواند اثر منفی بر شاخص‌های اقتصادی داشته باشد باید وزیری برای اقتصاد کشور انتخاب می‌شد که با ویژگی‌هایی همچون تعهد، دانش و جوانی برخوردار و البته یک سر و گردن با جرات از دیگر گزینه‌ها باشد. طی حدود سه هفته گذشته با بررسی گزینه‌های مختلف، نهایتاً دولت پیرامون «علی مدنی‌زاده» (متولد ۱۳۶۱ و دارای دکترای اقتصاد از دانشگاه شیکاگو) به جمع‌بندی رسید و او را برای دریافت رأی اعتماد به مجلس معرفی کرد. «مسعود پزشکیان» رئیس‌جمهور در جریان دفاع از وزیر پیشنهادی اقتصاد در سخن علنی مجلس گفت: «باید به نمایندگان بگویم که آقای مدنی‌زاده براساس شاخص‌ها انتخاب کرده‌ایم و به خدا قسم می‌خورم که نه او را می‌شناختم و نه رابطه‌ای با او داشته‌ام و دوستانم بود و نه در این انتخاب ارتباط سیاسی و جبرانی وجود داشت، بلکه براساس شاخص‌ها مشاهده کردیم که این برادر ما از نظر شاخص‌ها از منظر علمی، کارشناسی، اعتقادی، جوانی و ارتباط با طبقه نخبه و دانشمند جامعه یک سر و گردن از دیگران بالاتر است. درباره او با مقام معظم رهبری نیز مشورت کردیم؛ ایشان مخالفت نداشتند و الزاما نه تأیید و نه رد کردند؛ اینگونه نیست من بخواهم در اینجا حرف غلط و نادرستی بگویم.»

در پایان نشست علنی مجلس، «مدنی‌زاده» توانست با ۷۱ رأی موافق، ۶۷ رأی مخالف و هشت رأی ممتنع از مجموع ۲۴۶ نماینده حاضر، از مجلس رأی اعتماد بگیرد. طی حدود دو هفته اخیر و پیش از برگزاری جلسه دوشنبه نیز از فضای کلی مجلس چنین استنباط می‌شد که «مدنی‌زاده» از اقبال بهارستان‌نشینان برخوردار است و راه دشواری برای تأیید ندارد.

۳۸ چالش اصلی اقتصاد ایران

«علی‌زاده»، برنامه‌های میسوپولی را برای ساماندهی وضعیت اقتصادی کشور در سه محور ارائه کرده است. رشد اقتصادی و عدالت اجتماعی، راهکارهایی برای عبور از چالش‌های کنونی اقتصاد ایران، دستیابی به توسعه پایدار، توسعه بازار سرمایه، ارتقای نظام تامین مالی تولید، رفاه رفاه‌های خودداده از جمله اهدافی است که «مدنی‌زاده» در برنامه‌های خود دارد. البته بخشی از چالش‌های کنونی اقتصاد ایران، مثل تورم و التهاب بازارهای غیرمولد همچون ارز و طلا به سیاست‌های خارج از حوزه اقتصاد برمی‌گردد که «مدنی‌زاده» به آن اشاره دارد. وزیر جدید اقتصاد که دکترا اقتصاد خود را از دانشگاه شیکاگو گرفته، معتقد است رشد اقتصادی پایدار و عدالت‌محور، نه یک شعار، انتزاعی بلکه ضروری بنیادین برای حفظ انسجام اجتماعی، ارتقای تاب‌آوری ملی و گشودن مسیر توسعه در اقتصاد ایران است. طی سال‌های گذشته، اقتصاد کشور با ترکیبی از فشارهای خارجی و چالش‌های ساختاری داخلی مواجه بوده که بر روند رشد، اشتغال، ثبات مالی و اعتماد عمومی، آثار قابل توجهی گذاشته است.

او روز گذشته در جمع نمایندگان مجلس با تأکید بر اینکه «توسعه و پیشرفت با ترکیب خرد بومی و تجربه جهانی میسر می‌شود» گفت: «صادقانه بگویم نه مرید مکاتب اقتصادی غرب و شرق و نه اسیر شعارهای مردم‌پرید هستیم، طی چند دهه گذشته افرادی از نهادهای و سازمان‌ها و بانک‌های مختلف سعی در حمایت از بنده داشته و تمامی آنها خودجوش بودند که از همه آنها کمال قدرانی را دارم اما خدا را شاکرم که به کفایت وامدارا نیستیم.»

«مدنی زاده» در شرایطی سکندار وزارت اقتصاد شده که کشور به گفته کارشناسان با ۳۸ چالش اساسی مواجه است؛ تورم بالا، رشد اقتصادی پایین، وابستگی به نفت، تحریم‌های مالی، المللی، توانایی در جذب سرمایه‌های خارجی، عدم تخصیص مناسب منابع و ضعف نظام بانکی و این چالش‌ها به طور مداوم اقتصاد ایران را تحت تأثیر قرار داده و منجر به کاهش قدرت خرید مردم، افزایش بیکاری و عدم ثبات اقتصادی شده‌اند. به نظر می‌رسد راهکار اصلی وزیر جوان کابینه دولت چهاردهم، ایجاد زمینه برای رشد اقتصادی باشد؛ موضوعی که از آن به عنوان بزرگ کردن کیک اقتصادی یاد می‌کند. وی خطاب به نمایندگان مجلس گفت: «کیک اقتصاد ایران کوچک شده و بدون بزرگ کردن آن وضع بهتر نمی‌شود، اما کیکی که بزرگ شود و به تعداد محدودی شرکت که از رانت منابع طبیعی ی واردات استفاده می‌کنند برسد دردی از مردم دوا نمی‌کند. این کیک باید متوازن بین احاد اقتصادی توزیع شده در منابع اشکال‌های کشور بزرگ شود؛ لذا بدون رشد عدالت‌محور هیچ مشکلی حل نخواهد شد».

نقش وزارت اقتصاد در بازار سرمایه

وزیر جدید اقتصاد با بیان اینکه دیگر فرصت اشتباه تکراری وجود ندارد، افزود: «در این مقطع حساس از تاریخ کشور دچار فرصت اشتباه تکراری وجود ندارد. ما نیازمند برنامه‌ای هستیم که ریشه در تحلیل وضعیت گذشته داشته باشد و هم به‌روزترین دانش را به کار گیرد و از توانمندی‌های اجرایی بهره‌بردار. آنچه به شما تقدیم شد، حاصل بیش از ۱۰ سال تجربه اجرایی و راهبردی در قلب بودهای کلیدی کشور است؛ از بانک مرکزی تا سازمان برنامه و بودجه ستاد اقتصادی دولت و شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا»

وزارت امور اقتصادی و دارایی با اتکا به ابزارهای متنوعی که در اختیار دارد، از نظام مالیاتی و بودجه‌ای گرفته تا بازار سرمایه، گمرک، بیمه، خصوصی‌سازی و دیپلماسی اقتصادی، سهم قابل ملاحظه در سیاست‌های ارزی تجاری و اعتباری و نقش محوری در بازآفرینی ظرفیت تولید ملی و مرمی‌سازی اقتصاد برعهده دارد. برای دستیابی به این اهداف، لازم است تا به به قولانی همچون رشد تولید ناخالص داخلی، افزایش صادرات و رشد سرمایه‌گذاری توجه شود. برنامه‌های وزیر پیشنهادی اقتصاد که پیش از این در رسانه‌ها تشریح شده بود، نشان می‌دهد او پیش‌نیازهای رشد سرمایه‌گذاری را پایداری دولت به تعهدات،

مدنی‌زاده چه برنامه‌ای برای وزارت اقتصاد دارد؟

رویارویی با چالش‌ها با جعبه ابزار خالی

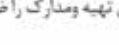
گذشته، دشمن متخاصم به خاک کشور تجاوز کرده و آرامش اقتصادی مردم را بر هم زده است. لذا تصمیم‌گیری اقتصادی در این وضعیت و سیاست‌گذاری‌های متناسب با آن کار دشواری است. «زید‌آده» برای پیگیری اهداف خود نیازمند حمایت دولت و یکپارچگی تیم اقتصادی است. به نوعی وزیر اقتصاد باید رهبری تیم اقتصادی را در چالش‌های اقتصاد ایران در دست بگیرد تا بتواند خواسته‌های خود را در مسیر توسعه اقتصادی کشور پیاده‌سازی کند. بنابراین در این راه خطیر و دشوار، دولت چهاردهم باید پشتیبان وزیر اقتصاد جوان باشد تا تیم اقتصادی بتواند به صورت هماهنگی و یکپارچه، چالش‌های پیشرای اقتصاد ایران را کنار بگذارد.

برنامه «مدنی‌زاده» برای پذیرش مسئولیت وزارت اقتصاد با عنوان «اصلاح عدالت محروم» ارائه شده که بخشی از این برنامه، به اصلاح نهادهای و ارتقای محیط کسب و کار اشاره دارد. او با تمرکز بر اصلاحات نهادی و بهبود محیط کسب‌وکار، برنامه‌ای برای کاهش موانع تولید، تسهیل صدور مجوزها و تقویت بخش خصوصی ارائه کرده است. این برنامه با تکیه بر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و اهداف برنامه هفتم توسعه، در سه محور کلیدی اثر مستقیم خواهد داشت؛ اولاً، اصلاح مقررات و نهادسازی، شامل تلاش برای رشد پایدار اقتصادی و عدالت اقتصادی فراهم می‌کند.

تعیین می‌شود و وزیر می‌تواند از طریق آنها سیاست‌های اقتصادی مدنظر خود را اعمال کند. مالیات، یکی از مهمترین ابزارهایی است که در کشورهای توسعه یافته، درآمد دولت‌ها را تامین می‌کند. اما به ایران به دلیل درآمدهای سرشار نفتی و وابستگی اقتصاد به این درآمدها، مالیات و مالیات سستانی نقشه کافی را پیدا نکرده است. همچنان نفت اولین و اساسی‌ترین رکن اقتصاد ایران است و دولت‌ها مخارج خود را براساس درآمدهای نفتی تنظیم می‌کنند و نه درآمدهای مالیاتی. بنابراین با وجود اینکه این ابزار کارآمد در دست وزیر اقتصاد قرار گرفته اما از پختگی و توسعه‌یافتگی کافی برخوردار نیست و همین امر کار را برای تسکاندن اقتصادی کشور دشوار می‌کند. سازمان بورس نیز یکی دیگر از ابزارهایی است که در جهان وظیفه تامین مالی شرکت‌ها را برعهده دارد. این بازار در ایران از عمق کافی برخوردار نبوده و پس از ریزش شدید این بازار در سال ۱۳۹۶، سیاست‌گذاری‌های اقتصادی در این بازار اثربخشی کمی پیدا کرده است.

چنانچه پیش‌تر اشاره شد، وزیر اقتصاد جدید، درک خوبی از چالش‌های اقتصاد ایران دارد اما با ابزارهای محدودی برای رسیدن به دستاوردهای خود مواجه است. ابزارهایی که مستقیماً در سیاست‌گذاری‌های پولی و مالی کشور دخیل نیست و اثرگذاری پایینی نسبت به سایر نهادهای اقتصادی مانند سازمان برنامه و بودجه و بانک مرکزی دارد. از سوی دیگر در روزهای

«سیدعلی مدنی‌زاده» درحالی‌با رأی اعتماد نمایندگان مجلس به عنوان سکاندار وزارت اقتصاد انتخاب شد که محدودیت‌ها و ارها و ضریب فعلی کشور، راه دشواری را در سیاست‌گذاری تصادی ایران برای این وزیر جوان رقم خواهد زد. به گزارش کوایران،^۱ روز گذشته در صحن علنی مجلس، نمایندگان «سیدعلی مدنی‌زاده» اعتماد کرده و او را برای سمت وزیر اقتصاد انتخاب کردند. به این ترتیب، «سیدعلی مدنی‌زاده» با رأی موافق به ساختمان وزارت اقتصاد رفت تا سکانداری این نهاد سیاست‌گذاری اقتصادی را در ایران را به دست بگیرد. مدنی‌زاده هفدهمین وزیر اقتصاد ایران در انقلاب اسلامی است. او متولد سال ۱۳۶۱ بوده و جزو وزرای جوان کابینه دولتی چهاردهم محسوب می‌شود. وی پیش از اینکه به سمت وزیر اقتصاد منصوب شود، ریاست دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سریف را برعهده داشت. با وجود اینکه «سیدعلی مدنی‌زاده» بهترین اراده‌های اقتصاد در ایران و تحصیل کرده صنعت امروز اقتصاد ایران و چالش‌های آن آگاه است، اما دشواری را در ریل‌گذاری توسعه اقتصادی در ایران پیش‌رو دارد. دلیل اول به محدودیت ابزارهای در دسترس نهاد وزارت اقتصاد بازمی‌گردد و دلیل دوم مربوط به شرایط خاص کشور در زوایا گذشته است. بنابراین انتظار بر این است که دولت در راه، پشتیبانی کاملی از این وزیر جوان داشته باشد تا بتواند تمام اقتصاد دولتی را جهت دین کرده و اقتصاد ایران را به‌ترین شکل سکانداری کند. براساس این گزارش، هر کشور ای اعمال سیاست‌های اقتصادی خود نیاز به نهادهایی دارد که بتواند تنظیم‌گری مالی و پولی را از اقتصاد انجام دهد. در سران وظیفه تنظیم‌گری مالی برعهده سازمان برنامه و بودجه است. ریاست این سازمان می‌تواند با تدوین بودجه اساسی ملی و تخصیص منابع موجود دولت در اقتصاد، سیاست‌های مالی اقتصاد را جهت‌دهی کند. از سوی دیگر تنظیم‌گری بازار پول در ایران برعهده بانک مرکزی است. رئیس کل بانک مرکزی اعمال سیاست‌های پولی مناسب و با ابزارهایی که در دست مردم می‌تواند بازار پول را شکل دهد تا بین بانگها و کنترل مردم بخشی از وظایف این نهاد است. در کنار اینها نهاد وزارت اقتصاد و دارایی در ایران تعریف شده است اما ابزارهای موجود این نهاد به کیفیت و قدرت دو نهاد دیگر نیست. کلیدی‌ترین اره‌های وزیر اقتصاد، سازمان امور مالیاتی و سازمان بورس است. همانطور که گفته شد، کلیدی‌ترین ارگان‌های که وزیر اقتصاد می‌تواند از مجرای آنها به اقتصاد شکل دهد سازمان امور مالیاتی سازمان بورس است. ریاست این دو سازمان توسط وزیر اقتصاد

 شہرداری ناکستان	آگهی مناقصه عمومی شہرداری ناکستان در نظر دارد به استناد بند (۲۳) معویہ شماره (۲۰۵) شورای اسلامی شہر اجرای پروژه به شرح زیر از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط و صلاحیت واگذار نماید. * موضوع مناقصه: - خرید صندوق کف ثابت و تاشو جهت نصب در سالن همایش - با برآورد اولیه بمبلغ کل ۹۸/۱۷۱۰۰۰۰۰ ریال بصورت یک ماه مسمی. - از متقاضیان شرکت در مناقصه دعوت می شود پس از انتشار آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس www.setadniran.ir مراجعه نمایند مشخصات و توضیحات: - کلیه مراحل فرایند مناقصه شامل دریافت فایل اسناد، ارائه تصویر پرخواست تضمین	تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۲/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۲/۲۷
---	--	--

چگونه کسب و کارهای نوپا از شکست نجات پیدا می کنند؟

نویسنده: علی آل علی

بازار امروز به گذشته هیچ شباهتی ندارد؛ نه فقط به خاطر فناوری‌های نوظهور، بلکه به دلیل سرعت تغییرات، قدرت رق‌بای بزرگ و انتظارات روزافزون مشتریان. در چنین شرایطی بقا برای یک کسب و کار نوپا چیزی شبیه راه رفتن روی لبه تیغ است. استارت‌آپ‌ها معمولا با منابع محدود، نیروی انسانی اندک و تجربه‌ای کمتر از رقبای باسابقه وارد بازی می‌شوند. بنابراین تعجبی ندارد که بخش زیادی از آنها ظرف یکی دو سال از گردونه رقابت خارج می‌شوند.

با این حال اگر نگاهی به تاریخچه برخی برندهای موفق امروز بیندازیم، متوجه می‌شویم بسیاری از آنها هم روزی در قامت کسب و کارهایی کوچک و ناشناخته با همین چالش‌ها دست و پنجه نرم می‌کردند. آمازون روزی تنها یک فروشگاه آنلاین کتاب بود، اسپاتیفای با شکست‌های پی در پی در مدل درآمدی مواجه بود و ایر بی آن بی زمانی هیچ سرمایه‌گذاری حاضر نبود روی آن حساب باز کند. اما این برندها چگونه جان سالم به در بردند؟ پاسخ در تکنیک‌هایی نهفته است که به صاحبان این کسب و کارها کمک کرد از دره مرگ عبور کنند و مسیر رشد را طی کنند. این مقاله به بررسی همین تکنیک‌های نجات‌بخش اختصاص دارد.

تمرکز روی بازار هدف مشخص

بسیاری از استارت‌آپ‌ها در آغاز مسیر خود وسوسه می‌شوند تا همه را مشتری بالقوه خود بدانند، اما واقعیت این است که هرچه بازار هدف کوچک‌تر و دقیق‌تر تعریف شود، احتمال موفقیت بیشتر می‌شود. یک بازار هدف دقیق به کسب و کار اجازه می‌دهد تا منابع محدودش را به جای پراکنده کردن در مسیرهای مختلف در یک جهت متمرکز کند. برندهایی مثل نوشن (Notion) در ابتدا تنها روی جامعه‌ای خاص (نظیر فریلنسرها یا تیم‌های کوچک) تمرکز دارند و از همان نقطه موفق به جذب مخاطب وفادار شدند.

شناخت درست از نیازهای گروه هدف به شما این امکان را می‌دهد که خدمات یا محصولات‌تان را دقیقا متناسب با همان نیازها طراحی کنید. در واقع قرار نیست برای همه خوب باشید؛ کافی است برای یک گروه کوچک، عالی باشید. این اصل طلایی برندینگ و بقاست که خیلی از استارت‌آپ‌ها نادیده‌اش می‌گیرند. بازار هدف مشخص همچنین در تدوین استراتژی‌های بازاریابی و توزیع کمک بزرگی می‌کند. شما دقیقا می‌دانید چه کسی قرار است پیام‌تان را بشنود، در کجا حضور دارد و چه زبانی برای او قابل درک است. همین موضوع منجر به کاهش هزینه‌های تبلیغاتی و افزایش نرخ بازگشت سرمایه می‌شود.

در ضمن، تمرکز بر یک بازار خاص، احتمال ایجاد اثر دهان به دهان را افزایش می‌دهد. مشتریان راضی از یک جامعه کوچک خیلی راحت‌تر شما را به دیگر اعضای همان جامعه معرفی می‌کنند. در دنیای امروز، این معرفی‌ها ارزشمندتر از هر نوع تبلیغات مستقیم هستند. در نهایت، زمانی که در یک بازار محدود موفق شوید، پله‌ای برای رشد در بازارهای بزرگ‌تر خواهید

نویسنده: علی آل علی

در دنیایی که تبلیغات هر روز بیشتر و بیشتر اطراف‌مان را احاطه می‌کند، تنها راه دیده شدن متفاوت بودن است. برندهایی که هنوز به پیام‌های کلیشه‌ای، تصاویر تکراری و شعارهای قابل پیش‌بینی دل بسته‌اند، خیلی زود در سر و صدای بازار گم می‌شوند. نوآوری و خلاقیت حالا دیگر نه یک مزیت رقابتی، بلکه ضرورتی انکارناپذیر است. به عبارت دیگر، شعار این روزها در دنیای تبلیغات «اگر می‌خواهی دیده شوی، باید متفاوت حرف بزنی» است. در نتیجه جایی برای سایر برندها در این میان وجود نخواهد داشت.

اما خلاقیت در تبلیغات مثل هر کار درخشان دیگری ارزان نیست. تولید یک کمپین خلاقانه چه از نظر ایده‌پردازی چه اجرا و چه توزیع نیازمند صرف بودجه قابل توجهی است؛ بودجه‌ای که خیلی از برندهای کوچک و حتی متوسط از پشش برنمی‌آیند. همینجاست که سوال مهمی مطرح می‌شود: وقتی نمی‌توانی خرج سنگینی برای خلاقیت داشته باشی، چه کار باید کرد؟ جواب ما به این سوال ساده اما هوشمندانه است: از تجربه برندهای بزرگ یاد بگیر! برندهایی که میلیون‌ها دلار خرج، بارها آزمون و خطا کرده و کمپین‌هایی خلق کرده‌اند که امروز به عنوان نمونه‌های کلاسیک خلاقیت تبلیغاتی شناخته می‌شوند. این کمپین‌ها فقط نمایش قدرت مالی نیستند، بلکه کلاس درسی‌اند برای تمام برندهایی که می‌خواهند بدون بودجه عظیم، اثر بزرگ خلق کنند. ماجرا به بخش جالبش رسید، نه؟

ما در ادامه چند نمونه از این کمپین‌های شاخص را مرور می‌کنیم. هر کدام از آنها نه فقط از نظر خلاقیت بصری و محتوایی الهام‌بخشند، بلکه درس‌هایی عملی برای بازاریابان و کارآفرینانی دارند که به دنبال ساخت تبلیغاتی متفاوت و ماندگارند.

کوکاکولا: یک نوشابه جادویی

کوکاکولا در سال ۲۰۱۱ یکی از جسورانه‌ترین و در عین حال ساده‌ترین تصمیم‌های تبلیغاتی تاریخ را گرفت: حذف نام برند از روی قوطی نوشابه و جایگزین کردن آن با اسامی مردم. ایده این بود که مصرف‌کنندگان بتوانند بطری یا قوطی‌ای با اسم خودشان یا یکی از عزیزان‌شان پیدا کنند و با آن ارتباط شخصی‌تری برقرار کنند.

ساخت. همانطور که برندهایی مثل دراپ باکس یا ترلو ابتدا از جامعه توسعه‌دهندگان و فریلنسرها شروع کردند و به مرور گستره مخاطبان خود را افزایش دادند.

بهینه‌سازی منابع و هزینه‌ها

کسب و کارهای نوپا معمولا در دام «بزرگ فکر کردن» می‌افتند، غافل از اینکه گام اول در مسیر بقا «هوشمند خرج کردن» است. وقتی سرمایه اندک است و درآمد هنوز تثبیت نشده، بهترین کار بهینه‌سازی دقیق منابع موجود است. این بهینه‌سازی می‌تواند از کاهش هزینه‌های ثابت مثل اجاره دفتر شروع شود و



تا بهره‌گیری از ابزارهای رایگان یا ارزان قیمت دیجیتال مارکتینگ ادامه پیدا کند. به عنوان نمونه، بسیاری از استارت‌آپ‌های موفق جهان در سال‌های ابتدایی با تیم‌های کوچک، فریلنسرهاي پاره وقت و کار از راه دور توانستند از بار هزینه‌های انسانی بکاهند. این شیوه به آنها امکان داد تا در عین حال که در حال ساخت هویت برند و توسعه محصول بودند، از فشار مالی مهلک در امان بمانند. بهینه‌سازی همچنین در نحوه مدیریت زمان نیز معنا پیدا می‌کند. استفاده از تکنیک‌هایی مختلف برای مدیریت پروژه‌ها و زمان‌بندی کارها باعث می‌شود تمرکز تیم بر کارهای مهمتر حفظ شود، در غیر این صورت زمان مثل پول به سرعت از دست می‌رود و بازگشتی ندارد.

در کنار اینها، استفاده از سرویس‌های ابری، ابزارهای خودکارسازی فرآیندها و تحلیل داده‌ها نیز می‌تواند به کاهش هزینه‌های عملیاتی کمک کند. این تکنولوژی‌ها اگر درست استفاده شوند، بخشی از کار را به دوش می‌کشند و نیازی به استخدام نیروهای اضافه را برطرف می‌کنند. نکته مهم این است که بهینه‌سازی نباید با خساست اشتباه گرفته شود. هدف از بهینه‌سازی، حفظ کیفیت در عین کاهش هزینه است. بنابراین باید هزینه‌هایی که مستقیماً بر تجربه مشتری تأثیر می‌گذارند با دقت بیشتری بررسی شوند و از حذف بی‌رویه آنها اجتناب کرد.

انعطاف‌پذیری در مدل کسب و کار

یکی از عوامل کلیدی موفقیت در بازارهای بی‌رحم انعطاف‌پذیری است. بسیاری از استارت‌آپ‌ها با یک ایده اولیه وارد میدان شده، اما در ادامه متوجه می‌شوند که نیاز بازار، رفتار مشتریان یا حتی رقبا با فرضیات ابتدایی‌شان هماهنگ نیست. در چنین شرایطی، پافشاری روی مدل اولیه می‌تواند به سرعت منجر به سقوط شود. انعطاف‌پذیری یعنی توانایی تغییر مسیر در زمان مناسب، بدون از دست دادن تمرکز یا هویت برند. مثال‌های فراوانی در این زمینه وجود دارد. پلتفرم



اسلک در ابتدا یک بازی آنلاین بود، اما با مشاهده عملکرد ابزار ارتباط داخلی تیم توسعه‌دهنده، به یک پیام‌رسان سازمانی تبدیل شد یا اینستاگرام که در ابتدا اپلیکیشنی برای مکان‌یابی و اشتراک‌گذاری تجربه‌ها بود، اما در نهایت با تمرکز بر اشتراک‌گذاری عکس به موفقیت رسید. این برندها نشان دادند که تغییر مسیر اگر با تحلیل دقیق و به موقع همراه باشد، نه تنها ضعف نیست بلکه می‌تواند یک استراتژی نجات‌بخش باشد.

انعطاف‌پذیری همچنین به معنای توانایی در سازگار شدن با شرایط محیطی جدید است. برای مثال، استارت‌آپ‌هایی که در دوران پاندمی کرونا توانستند مدل‌های حضوری خود را به مدل‌های آنلاین تبدیل کنند، زنده ماندند. این نوع تطبیق‌پذیری نه فقط مربوط به بحران‌های بزرگ، بلکه حتی در برابر ترندهای ناگهانی بازار نیز ضروری است.

مهم آن است که تیم بینانگذاز و مدیران تصمیم‌گیرنده، بیش از حد به ایده اولیه وابسته نباشند. آنها باید ذهنی باز، داده‌محور و واقع‌گرا داشته باشند تا بتوانند مسیرهای جایگزین را به درستی شناسایی کنند. گاهی یک تغییر کوچک در قیمت‌گذاری، نحوه توزیع یا جامعه هدف، می‌تواند مسیر کسب و کار را از سقوط به صعود تغییر دهد. انعطاف‌پذیری به معنای دست کشیدن از رویاها نیست؛ بلکه به معنای یافتن بهترین مسیر برای رسیدن به همان رؤیاهاست. کسب

وکارهایی که فقط بر یک مدل یا یک استراتژی اصرار دارند، ممکن است در بازارهای غیرقابل پیش‌بینی، بهای سنگینی بابت آن پرداخت کنند.

توسعه ارتباطات انسانی و شبکه‌سازی

در دنیای دیجیتال ارتباط انسانی هنوز یکی از قدرتمندترین ابزارها برای رشد و بقا محسوب می‌شود. بسیاری از استارت‌آپ‌ها با تمرکز صرف بر محصول یا خدمات، از اهمیت شبکه‌سازی غافل می‌شوند. در حالی که ایجاد روابط مؤثر با فعالان صنعت، سرمایه‌گذاران، مشاوران و حتی سایر کارآفرینان می‌تواند زمینه‌ساز



فرصت‌های طلایی باشد. شبکه‌سازی نه تنها می‌تواند منجر به جذب سرمایه شود، بلکه به کشف بازارهای جدید، دریافت بازخورد سریع‌تر، استخدام نیروی متخصص و حتی ایجاد همکاری‌های تجاری می‌انجامد. کسب وکارهایی که در رویدادهای صنعتی، نمایشگاه‌ها یا کنفرانس‌های تخصصی حضور فعال دارند، شانس بیشتری برای دیده‌شدن و رشد خواهند داشت.

همچنین ارتباطات انسانی با مشتریان نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. کسب و کارهای نوپا اگر بتوانند با اولین مشتریان خود رابطه‌ای فراتر از صرفاً فروش برقرار کنند، این مشتریان می‌توانند به سفیران برند تبدیل شوند. پاسخگویی سریع، قدردانی از بازخوردها و حتی دعوت به مشارکت در فرآیند توسعه محصول، همگی راهکارهایی برای تقویت این رابطه‌اند. شبکه‌سازی همچنین به اشتراک‌گذاری تجربه و یادگیری از چالش‌هایی دیگران کمک می‌کند. بسیاری از چالش‌هایی که امروز یک استارت‌آپ با آن مواجه است، قبلاً توسط دیگری تجربه شده. دسترسی به این تجربیات از طریق ارتباطات، شانس بقا و پیشرفت را افزایش می‌دهد. در یک جمله، هیچ کسب وکاری در ناگجا رشد نمی‌کند. حتی نوآورترین ایده‌ها نیز نیازمند جامعه‌ای از حامیان، همکاران و منتقدان هستند. شبکه‌سازی به کسب وکارهای نوپا کمک می‌کند تا جایگاه خود را در این اکوسیستم پیدا کنند و از مزایای آن بهره‌مند شوند.

جادوی خلاقیت در تبلیغات؛ درس‌هایی از برندهای بزرگ

شرکت سرمایه‌گذاری استیت استریت: دختر نترس در وال استریت!

در سال ۲۰۱۷ مجسمه‌ای از یک دختر نوجوان با ژستی قاطع و نترس درست مقابل مجسمه مشهور گاو وال استریت قرار گرفت. شاید فکر کنید این یکی از اقدامات گروه‌های مخالف جریان اصلی در وال استریت بود، اما ماجرا کاملاً فرق دارد. این اثر هنری بخشی از کمپین تبلیغاتی شرکت سرمایه‌گذاری استیت استریت (State Street) بود که هدف آن جلب توجه به نقش زنان در رهبری سازمانی و سرمایه‌گذاری بود.

برخلاف اکثر تبلیغات، این کمپین نه از رسانه‌های سنتی استفاده کرد و نه از تبلیغات دیجیتال؛ بلکه از یک اقدام نمادین و قدرتمند بهره برد. مجسمه «دختر نترس» به سرعت در سراسر جهان خبرساز شد و بحث‌هایی جدی درباره حضور زنان در عرصه‌های تصمیم‌سازی اقتصادی به راه انداخت. نکته مهم اینجاست که خلاقیت همیشه به معنای استفاده از تکنولوژی‌های نو یا طراحی‌های عجیب نیست. گاهی خلاقیت یعنی انتخاب مکان مناسب، نماد مناسب و پیام درست. این کمپین به شکلی کاملاً غیرمستقیم، نام برند را با مفاهیم قدرت، جسارت و برابری گره زد و تصویری مثبت و اجتماعی از آن به نمایش گذاشت.

برای برندهای کوچکی که توان بودجه‌های عظیم را ندارند، این کمپین می‌تواند الهام‌بخش باشد. ایده‌های نمادین، به ویژه در محیط‌های شهری یا شبکه‌های اجتماعی، می‌توانند تأثیری بسیار عمیق‌تر از ده‌ها تبلیغ تلویزیونی به جا بگذارند.

پراکتر اند گمبل: کمپینی برای تشکر از مادران کمپین «منون مامان» یکی از احساسی و موفق‌ترین کمپین‌های تاریخ تبلیغات برند پراکتر اند گمبل (P&G) است که همزمان با بازی‌های المپیک ۲۰۱۲ لندن به راه افتاد. این کمپین با تمرکز بر مادرانی که در پس زمینه موفقیت ورزشکاران ایستاده‌اند، توانست احساسات میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا را برانگیزد. در ویدئوهای کمپین زندگی روزمره مادرانی نمایش داده می‌شد که در سکوت و بی‌ادعا فرزندان‌شان را برای رسیدن به موفقیت آماده می‌کردند؛ از صبح‌های زود بیدار شدن تا رسیدگی به تمرینات سخت، در تمام

این لحظات نقش مادران قابل انکار نیست. در پایان، پیام ساده‌ای داده می‌شد: «برای تمام مادران دنیا، متشکریم.»

این کمپین نمونه‌ای درخشان از قدرت تبلیغات احساسی است. وقتی یک برند موفق می‌شود فراتر از ویژگی‌های محصول با احساسات انسانی مخاطب ارتباط برقرار کند، یک پیوند عاطفی قدرتمند شکل می‌گیرد؛ پیوندی که وفاداری می‌آفریند. درس مهم اینجاست که تبلیغات موفق الزاماً نباید محصول محور باشند. در بسیاری موارد، ارتباط عاطفی قوی‌تر از هر توضیح فسی می‌تواند مخاطب را جذب کند. برندها با الهام از کمپین پراکتر اند گمبل می‌توانند به دنبال نقاط تماس احساسی با مخاطبان خود بگردند و پیام‌های انسانی‌تری را در تبلیغات خود بگنجانند.

سخن پایانی

تبلیغات خلاقانه تنها یک ابزار برای دیده شدن نیست، بلکه بستری است برای خلق تجربه، ارتباط عاطفی و تثبیت هویت برند. همانطور که در کمپین‌های برندهای بزرگی مثل کوکاکولا، داو و اپل دیدیم، هر برند می‌تواند از زاویه‌ای منحصر به فرد با مخاطب حرف بزند و تأثیری ماندگار ایجاد کند. نکته کلیدی اینجاست که خلاقیت لزوماً گران نیست. آنچه لازم است، نگاهی متفاوت، درک عمیق از مخاطب و شجاعت در اجرای ایده‌هاست. حتی با بودجه‌های محدود هم می‌توان تبلیغاتی ساخت که دیده شود، به اشتراک گذاشته شود و مهمتر از همه، در ذهن بماند. اگر برند شما در جست وجوی راهی برای اثرگذاری واقعی در بازار امروز است، بهترین نقطه شروع شاید نه تولید یک ویدئو یا بیلبورد جدید، بلکه تفکر خلاقانه‌تر باشد. جایی که پیام ساده‌ای مثل «متشکریم» یا ایده‌ای مثل «فکر متفاوت» بتواند قلب‌ها را تسخیر کند.

منابع:

https://neilpatel.com/blog/big-brand-marketing-lessons
https://kontra.agency/big-brands-know-learn-from-their-best-campaigns
https://www.typeform.com/blog/ad-campaigns

چگونه کنجکاوی مشتریان را شعله‌ور کنیم؟



نویسنده: علی آل علی

اگر کمی روراست باشیم، باید بپذیریم که دنیای بازاریابی و تبلیغات در سال‌های اخیر تا حدی دچار تکرار شده است. بسیاری از کمپین‌ها، پیام‌ها و حتی محصولات آنقدر مشابه هم شده‌اند که مخاطب دیگر رمقی برای توجه به آنها ندارد. کافی است شبکه‌های اجتماعی را باز کنید تا با سلیلی از پیام‌های تبلیغاتی مواجه شوید که یکی از دیگری بی‌روح‌تر و قابل پیش‌بینی‌ترند.

در چنین فضایی برندهایی که بخواهند با همان نسخه‌های تکراری مشتری را جذب کنند، در واقع مشغول دویدن روی تردمیل هستند؛ کلی انرژی مصرف می‌کنند، اما در نهایت از جای‌شان تکان نخواهند خورد. اینجاست که اهمیت برانگیختن حس کنجکاوی مثل یک کلید طلایی خود را نشان می‌دهد. انسان ذاتا موجودی کنجکاو است. ما دوست داریم رازها را کشف کنیم، از پرده‌ها عبور کنیم و پاسخ سوال‌های نیمه‌کاره را پیدا کنیم. اگر برندی بتواند این حس را در مخاطب خود شعله‌ور کند، بی‌تردید یک قدم جلوتر از رقبای خواب‌آلودش خواهد بود.

ما در ادامه این مقاله شما را با مهمترین کاربردی‌ترین روش‌هایی آشنا خواهیم کرد که بازاریاب‌ها می‌توانند برای ترغیب کنجکاوی مشتریان خود به کار گیرند. روش‌هایی که اگر درست و هوشمندانه استفاده شوند، نه تنها جلب توجه می‌کنند، بلکه می‌توانند رابطه عمیق‌تری میان مشتری و برند ایجاد کنند. خب اگر شما هم دوست دارید دستی به سر و گوش استراتژی بازاریابی‌تان بکشید، این مقاله مخصوص شماست.

روایت داستان‌های نیمه تمام؛ سریع‌ترین راه ممکن!

یکی از ساده و در عین حال قدرتمندترین روش‌ها برای برانگیختن حس کنجکاوی مشتریان، استفاده از تکنیک داستان‌سرایی ناقص یا نیمه تمام است. برندها می‌توانند با تعریف داستان‌هایی که انتهای آنها مبهم است یا نیاز به کشف توسط مشتری دارد، ذهن مخاطب را درگیر کنند. این کار شبیه انداختن یک تکه پازل ناقص روی میز است؛ مشتریان ناخودآگاه وسوسه می‌شوند تا بقیه قطعات را پیدا کنند.

در عمل بسیاری از برندهای موفق از این تکنیک بهره برده‌اند. به عنوان نمونه، کمپین تبلیغاتی یکی از برندهای مشهور نوشیدنی، داستان یک سفر عجیب را روایت کرد، اما سرنوشت شخصیت اصلی را به مخاطبان واگذار کرد. همین عدم قطعیت باعث شد هزاران نفر در فضای مجازی درباره پایان احتمالی این داستان گمانه‌زنی کنند و به نوعی خود را بخشی از روایت برند بدانند. از نظر روان‌شناختی این روش بر اصل «ناهماهنگی شناختی» تکیه دارد. مغز انسان از ناتمام ماندن اطلاعات بیزار است و تلاش می‌کند خلأها را پر کند. برندها با طراحی روایت‌های ناقص می‌توانند از این ویژگی طبیعی مغز به نفع خود استفاده کنند. البته، باید مراقب بود که این داستان‌ها بیش از حد مبهم یا گیج‌کننده نشوند. تعادل میان ایجاد کنجکاوی و حفظ شفافیت اولیه برند، ظرافتی است که تنها با آزمون و خطا و شناخت مخاطب به دست می‌آید. در نهایت، روایت داستان‌های نیمه تمام نه تنها ابزاری برای برانگیختن کنجکاوی است، بلکه می‌تواند پلی برای تعامل بیشتر با مشتریان و تبدیل آنها به راویان برند باشد.

ایجاد کمپین‌های مرموز و معماگونه؛ پیش به سوی توجه نامحدود

یکی دیگر از تکنیک‌های جذاب برای تحریک حس کنجکاوی مشتریان، راه اندازی کمپین‌هایی است که به شکل عمدی مبهم، رمزآلود یا معماگونه طراحی می‌شوند. این نوع کمپین‌ها معمولاً به جای دادن پاسخ‌های صریح، سوال‌های جدید مطرح می‌کنند و مخاطب را تشویق می‌کنند تا خود وارد بازی شود. این روش به خصوص در دنیای دیجیتال کارایی بالایی دارد. برندها می‌توانند از طریق ویدئوهای کوتاه، تیزرهای مبهم یا پست‌های شبکه‌های اجتماعی، مخاطبان را درگیر یک ماجراجویی ناشناخته کنند. فرض کنید یک برند لوازم الکترونیکی، تصویری از یک دستگاه ناشناس منتشر کند و از کاربران بخواهد حدس بزنند این دستگاه چیست و چه کاربردی دارد. چنین رویکردی نه تنها باعث مشارکت فعال کاربران می‌شود، بلکه نوعی حس تعلق و درگیر شدن به برند ایجاد می‌کند. مشتریان حس می‌کنند بخشی از یک داستان محرمانه هستند که تنها افراد خاصی از آن اطلاع دارند. در عین حال، اجرای این نوع کمپین‌ها باید با دقت و برنامه‌ریزی صورت گیرد. اگر پیام بیش از حد مبهم باشد یا پاسخی برای معما وجود نداشته باشد، ممکن است حس سردرگمی و دلزدگی ایجاد کند. نمونه‌های ناموفقی در این زمینه وجود داشته که به دلیل عدم توجه به همین نکته، کمپین‌های رمزآلودشان به سرعت از یادها رفت.

استفاده از عناصر بصری، موسیقی مرموز یا نشانه‌های پنهان در تصاویر، ابزارهای کمکی مهمی برای موفقیت این روش هستند. برندهایی که جسارت و خلاقیت بیشتری به خرج دهند، می‌توانند مخاطبان خود را به کاشفان داستان‌های ناشناخته تبدیل کنند. کمپین‌های معماگونه اگر درست اجرا شوند، می‌توانند به برند کمک کنند تا نه تنها دیده شود، بلکه در ذهن مشتری جایگاهی ماندگار پیدا کند.

استفاده از تکنیک «لو رفتن برنامه‌ریزی‌شده»:

یک میانبر طلایی

یکی از روش‌های جالب و نسبتاً جدید برای تحریک حس کنجکاوی استفاده از تکنیک لو رفتن برنامه‌ریزی‌شده (Controlled Leak) است. این تکنیک بر پایه این اصل بنا شده که انسان‌ها به طور ذاتی نسبت به اطلاعاتی که به ظاهر محرمانه هستند، علاقه بیشتری دارند.

در این روش برندها عمدا اطلاعاتی ناقص یا محرمانه درباره محصول جدید، تغییر لوگو یا هر اتفاق تازه‌ای را به شکلی هوشمندانه به بیرون درز می‌دهند. این اطلاعات معمولاً از طریق کانال‌هایی منتشر می‌شوند که ظاهراً غیررسمی‌اند تا حس اصالت و واقعیت بیشتری ایجاد کنند.

نمونه‌های موفق این روش را در صنعت تکنولوژی زیاد دیده‌ایم. شرکت‌های بزرگ گوشی‌های هوشمند را با این تکنیک استفاده کرده‌اند. انتشار تصاویر غیررسمی از مدل جدید یا افشای ویژگی‌های نیمه‌کاره، بازار شایعات را داغ کرده و کنجکاوی کاربران را به اوج رسانده است. البته این روش مانند شمشیر دو لبه است. اگر اطلاعات فاش شده بیش از حد باشد یا به طور ناشیانه کنترل نشود، ممکن

است انتظارات کاذب ایجاد کند و حتی به برند آسیب بزند. بنابراین، اجرای آن نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و سناریونویسی حرفه‌ای است.

یکی از جذابیت‌های این تکنیک، ایجاد فضای گفت‌وگو در میان مخاطبان است. مردم دوست دارند درباره چیزهایی که هنوز رسماً معرفی نشده‌اند، بحث کنند و نظریه‌پردازی کنند. این مشارکت فعال، دقیقاً همان چیزی است که برندها برای برانگیختن کنجکاوی مشتریان به آن نیاز دارند.

بی‌شک «لو رفتن برنامه‌ریزی‌شده ابزاری است که اگر با دکاوت به کار گرفته شود، می‌تواند مثل یک قلاب قوی، مشتریان را به دنبال خود بکشد. با این حال نباید آنقدر آن را تکرار کنید که معجون برندتان بی‌نهایت شور شود. بنابراین زمان‌بندی درست را همیشه رعایت کنید.

بهره‌گیری از قدرت تیزرهای خلاقانه: کمی خلاقیت یعنی موفقیت!

تیزرهای تبلیغاتی همیشه نقش مهمی در جلب توجه مخاطبان داشته‌اند، اما در دنیای اشباع شده امروز دیگر تیزرهای ساده و سراسرت نمی‌توانند کنجکاوی مشتریان را برانگیزند. برای رسیدن به این هدف، برندها باید به سراغ تیزرهایی بروند که خلاقانه، غیرمنتظره و مرموز باشند؛ تیزرهایی که بیشتر سؤال ایجاد کنند تا پاسخ.

تصور کنید یک برند لباس، به جای نمایش مستقیم محصولاتش، تیزری منتشر کند که در آن تنها بخش‌هایی از طرح پارچه یا جزئیاتی از محیط فروشگاه نشان داده می‌شود، بدون آنکه توضیح دقیقی داده شود. این کار مثل نشان دادن بخشی از یک تابلو هنری است؛ بیننده مشتاق می‌شود تا تصویر کامل را ببیند و راز نهفته در آن را کشف کند.

این تکنیک به برندها کمک می‌کند تا فضایی مبهم و تحریک‌آمیز خلق کنند. مخاطب با دیدن این تیزرها احساس می‌کند اطلاعاتی ناقصی دارد و برای تکمیل این پازل، ناچار است تعامل بیشتری با برند داشته باشد. اینجاست که تیزرهای خلاقانه به یک ابزار قدرتمند برای هدایت مشتریان به سمت وب‌سایت، فروشگاه یا شبکه‌های اجتماعی برند تبدیل می‌شوند. نکته مهم در این روش، پرهیز از اغراق یا گمراه کردن مخاطب است. اگر وعده‌ای که تیزر می‌دهد با واقعیت فاصله داشته باشد، نتیجه آن چیزی جز دلخوری و از دست رفتن اعتبار برند نخواهد بود. تیزر باید مثل یک قطعه از یک معما بزرگ تر باشد، نه یک حيله بازاریابی سطحی. در کنار همه اینها، استفاده از المان‌های بصری خلاقانه، صداهای متفاوت و روایت‌هایی غیرخطی می‌تواند جذابیت تیزرها را چند برابر کند. خلاصه اینکه تیزرهای امروزی باید فراتر از تبلیغ باشند؛ آنها باید داستان‌هایی رمزآلود خلق کنند که مخاطب را به دل ماجرا ببرند.

خلق کمپین‌های مشارکتی: محوریت کشف و جست و جو

آخرین روشی که در این مقاله به آن خواهیم پرداخت، استفاده از کمپین‌های مشارکتی است که مخاطبان را به کشف، جست‌وجو و حتی کارآگاهی تشویق می‌کند. این نوع کمپین‌ها بر پایه درگیر کردن مستقیم مشتری با فرآیند کشف اطلاعات طراحی

می‌شوند. برای مثال، برخی برندها مسابقاتی ترتیب می‌دهند که شرکت‌کنندگان باید سرنخ هایی را در مکان‌های مختلف (اعم از فیزیکی یا مجازی) پیدا کنند. این فرآیند، ذهن کنجکاو مشتریان را فعال می‌کند و آنها را به بازیگر اصلی داستان برند تبدیل می‌کند. برندهای بزرگی در حوزه بازی‌های ویدئویی از این تکنیک استفاده کرده‌اند و با طراحی چالش‌هایی پیچیده، جامعه‌ای فعال و وفادار از مشتریان ایجاد کرده‌اند. مزیت این روش در این است که مخاطب دیگر تنها یک بیننده منفعل نیست. او باید تصمیم بگیرد، جست و جو کند و تعامل کند؛ به عبارت دیگر، حس ماجراجویی و کنجکاوی او به طور کامل بیدار می‌شود. این نوع کمپین‌ها نه تنها باعث افزایش تعامل می‌شوند، بلکه می‌توانند محتوای تولیدشده توسط کاربران (User Generated Content) را نیز به همراه داشته باشند که خود نوعی تبلیغ غیرمستقیم و بسیار اثرگذار است.

از سوی دیگر، طراحی چنین کمپین‌هایی نیاز به خلاقیت، بودجه و زمان کافی دارد. برندها باید مراقب باشند که پیچیدگی بیش از حد یا نبود شفافیت، مشتریان را سردرگم و دلزده نکند. کلید موفقیت در این روش، ایجاد یک مسیر جذاب، سرگرم‌کننده و قابل دسترسی است. به بیانی دیگر، برندهایی که می‌خواهند با این روش موفق شوند، باید دنیاهایی خلق کنند که مشتریان دوست داشته باشند وارد آن شوند، کشفش کنند و حتی داستان آن را برای دیگران تعریف کنند.

سخن پایانی

همانطور که دیدیم برانگیختن حس کنجکاوی مشتریان یکی از قوی‌ترین ابزارهایی است که برندها در اختیار دارند تا در میان این همه سر و صدای تبلیغاتی، صدای خود را به گوش برسانند. داستان‌های نیمه تمام، کمپین‌های مرموز، لو رفتن‌های حساب‌شده، تیزرهای خلاقانه و کمپین‌های مشارکتی، هر یک به شیوه‌ای متفاوت این حس ذاتی بشر را تحریک می‌کنند. اما نکته‌ای که نباید از یاد برد، ظرافت اجرای این روش‌هاست. کنجکاوی مانند آتشی است که اگر با دقت روشن و هدایت نشود، ممکن است زبانه بکشد و نتیجه‌ای عکس بدهد. برندهایی که هوشمندانه از این ابزار استفاده کنند، نه تنها در خاطره مشتریان ماندگار خواهند شد، بلکه رابطه‌ای عمیق و پایدار با آنها برقرار خواهند کرد. به زبان ساده، در دورانی که همه از اطلاعات اشباع شده‌اند، کنجکاوی همان سوختی است که می‌تواند موتور برند را به حرکت درآورد و آنها را از جاده‌های پرتکرار و خسته‌کننده بازاریابی به مسیرهای تازه و هیجان‌انگیز ببرد.

منابع:

https://www.linkedin.com/advice/۱/how-can-you-create-sense-wonder-during-client-x-xhc
https://www.forbes.com/councils/forbes-simple-ways--۱۵/۱۴۲۰۲/۲۰۲۳/oachescouncil-to-make-customers-feel-truly-valued-ways--۱۰/https://neilpatel.com/blog-to-make-customers-fall-in-love-with-your-business