

یادداشت

رقابت پذیری شرکتی در محیط جهانی

رضا پدیدار

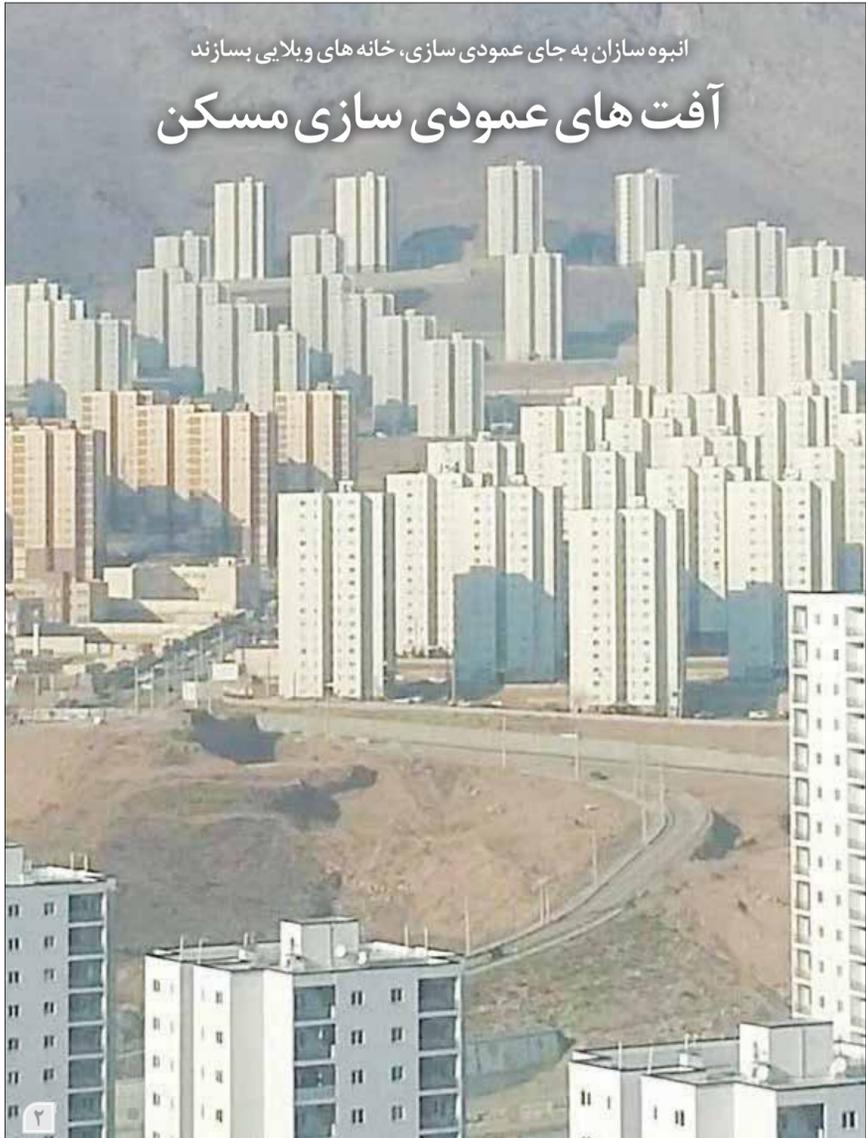
رئیس کمیسیون توسعه پایدار اتاق ایران

شرایط حاکم بر اقتصاد جهانی، موقعیتی حیاتی را فراهم آورده است که بسیاری از سازمان‌ها در اولویت کسب‌وکار و دیدگاه‌های استراتژیک خود تجدیدنظر کنند و تمرکز خود را بر سازگاری با تغییرات محیط کسب‌وکار و پاسخ سریع به نیازهای بازار و مشتری از طریق روش‌های نوین همکاری قرار دهند. در این حالت باید گفت که سازمان‌ها برای پاسخ به این چالش‌های کسب‌وکار، رویکرد نوینی به نام رقابت‌پذیری را برگزیده‌اند. در این صورت، رقابت‌پذیری از موضوعات مهمی است که در سال‌های اخیر در ادبیات مدیریت و بازاریابی استراتژیک مورد تأکید قرار گرفته است. در این رابطه چشم‌اندازهای متفاوتی نسبت به عوامل تعیین‌کننده و مؤثر ارائه شده است. برخی بر عوامل داخلی و توانمندسازی به عنوان عوامل مؤثر بسر رقابت‌پذیر شدن تکیه دارند و برخی دیگر بر عوامل محیطی و بازار به‌عنوان عوامل مؤثر بر تواناسازی سازمان و رقابت‌پذیر کردن آن، به‌طور کلی، نمی‌توان تأثیر هر یک از این دسته عوامل را نادیده گرفت، ولی میزان تأثیرگذاری هر یک بر توان رقابتی سازمان با توجه به ویژگی‌های صنعت، متفاوت خواهد بود. در این حالت باید گفت که رقابت‌پذیری، رمز بقای کسب‌وکار است؛ چراکه رشد و تعالی همواره دغدغه اصلی سازمان‌ها بوده و رقابت‌پذیری در همین راستاست.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



انبوه سازان به جای عمودی سازی، خانه‌های ویلایی بسازند

آفت‌های عمودی سازی مسکن

طلمس ۱۰ روزه ورود پول حقیقی شکست

فرصت امروز: همزمان با افزایش دامنه نوسان بورس، ارزش معاملات خرد به بالاترین سطح از چهار هم‌راه رسید و پس از ۱۰ روز بالاخره پول حقیقی وارد بازار سهام شد. در جریان معاملات روز گذشته که با افزایش دامنه نوسان همراه شد، شاخص کل بورس تهران با رشد ۰.۶۹+ درصدی به سطح ۲ میلیون و ۱۱۴ هزار واحد رسید تا بعد از چهار روز مجدداً کانال...

با برخورد تعزیراتی و قیمت گذاری دستوری نمی توان بازارها را کنترل کرد

شارژ تورم با سیاستگذاری دستوری

فرصت امروز: با وجود اینکه مطالعات نظری و تجربیات میدانی بر ناموفق بودن قیمت گذاری دستوری صحه گذاشته‌اند، اما متأسفانه دولت‌ها در اقتصاد ایران همچنان خطای قیمت گذاری دستوری را تکرار می‌کنند. فرقی نمی‌کند که بازار ارز در ایران ملتهب باشد یا بازار سکه و طلا، گویا تنها گزینه روی میز دولتمردان و نمایندگان مجلس در این سال‌ها، برخورد دستوری با اقتصاد است و به غلط تصور می‌کنند که با ابزارهای تعزیراتی می‌توان بازارها را کنترل کرد. حالا دولت چهاردهم در شرایطی بر سر کار آمده است که اقتصاد ایران در دلان ناترازی‌های مختلف گرفتار شده و از مشکلات و چالش‌های متعددی رنج می‌برد که بسیاری از آنها با یکدیگر ارتباطی تنگاتنگ دارند. متأسفانه در اقتصاد ایران با یک برداشت اشتباه از تنظیم بازار به عنوان یک الگوی پذیرفته‌شده در جهان صحبت می‌شود و جالب آنکه این نوع تنظیم بازار هیچ بدیلی در سطح جهانی ندارد. به نظر می‌رسد شیوه تنظیم بازار در اقتصاد ایران ننوانسته کارکرد اصلی خود را پیدا کند و به لحاظ ساختاری دچار نقصان‌های زیادی بوده است؛ به طوری که نه در سیاستگذاری و نه در اجرا نتوانسته به موفقیت چندانی دست یابد. بی‌ثباتی اقتصاد کلان و جهش‌های ارزی سال‌های گذشته، نتیجه سیاست‌های تنظیم بازاری را دستخوش تغییرات عمده‌ای کرده و مانع از تحقق اهداف تنظیم بازار شده است. از طرفی، محدودیت منابع و عدم‌تخصیص کارآمد آن به مداخله دولت در اقتصاد، وجهت داده است. معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران با همکاری اندیشکده کسب وکار شریف در یک گزارش، آثار قیمت گذاری دستوری بر هشت گروه کالایی (صنعت آرد و نان، صنعت خودروسازی، نهاده‌های دامی، صنعت لوازم خانگی، صنعت دارو ، قند...

۲

مجمع جهانی اقتصاد بررسی کرد

۱۰ چالش امنیت سایبری ۲۰۲۴

۳

مدیریت و کسب‌وکار

دنیای فریلنسرها: جذاب اما پر از چالش

کار کردن به عنوان یک فریلنسر (Freelancer) شاید در نگاه اول یک رویا به نظر برسد؛ چراکه تقریباً تمام ویژگی‌های دلخواه کارآفرینان را دارد. آزادبودن در انتخاب پروژه‌ها، تعیین ساعت کاری دلخواه و کار کردن از هر مکانی که دوست دارید؛ همه اینها دلایلی هستند که بسیاری از افراد را به سمت فریلنسینگ جذب می‌کنند، اما این آزادی‌ها همیشه به همان اندازه که به نظر می‌رسد، ساده و بی‌دردسر نیستند. زندگی به عنوان یک فریلنسر می‌تواند چالش‌های مخصوص به خود را به همراه داشته باشد و یکی از مهمترین آنها، مدیریت زمان است. مدیریت زمان برای فریلنسرها مثل یک بازی پیچیده است. شما وقت داشتن یک ساختار مشخص مثل دفتر کاری یا ساعات کاری ثابت، خیلی راحت ممکن است در دام بی‌نظمی و ناتوانی در بهره‌وری بیفتید. به همین دلیل، اگرچه فریلنسینگ مزایای بسیاری دارد، اما بدون مدیریت صحیح زمان، ممکن است

۸

بانک مرکزی و قواعد افشا و محرمانگی

سازمان باشد. در این حالت مجموعه‌ای از فاکتورهای اساسی و اثرگذار داخلی در سازمان را عوامل درون‌سازمانی رقابت‌پذیری می‌توانند ضمن تأثیرگذاری از محرک‌های محیطی در شکل‌گیری توان رقابت‌پذیری یک سازمان یا نهاد مؤثر واقع شود. در این زمینه دانشمندان و محققان مختلف در امر مهم رقابت‌پذیری جهانی به مواردی مهم و اساسی چون:

۱- سازمان مورد فعالیت ۲-کارکنان شاغل در مجموعه
فعالیتی ۳-فناوری‌های در اختیار ۴-افراد مرتبط با سازمان
۵-اطلاعات و پایگاه‌های مرتبط ۶-بنگاه‌های مجازی مرتبط
۷-راهبردها ۸-مهندسی هم‌زمان ۹-ساخت سریع نمونه محصول/خدمت
۱۰-تیم‌های کاری مستقل محصول/خدمت ۱۱-توانمندی‌های شکل‌دهی مجدد سیستم‌ها
۱۲-دانش علمی پایه و پیشرفته ۱۳-مدیریت شایستگی‌های اساسی ۱۴-نظام کارآفرینی و سیستمی حاکم
۱۵-سیستم‌های اطلاعات دهی به مدیریت ۱۶-توانایی‌های استراتژیک ۱۷-نظام ارتباطات درون و برون سیستمی
۱۸-استراتژی محصول، مشتریان ۱۹-رهبری فرهنگ و سیستم پاداش
۲۰-نظام سیستمی تأمین‌کنندگان کالا و خدمات
۲۱-راهبردها و فرآیندهای کاری ۲۲-مدیریت دانش ۲۳-نظام منابع انسانی و زنجیره تأمین
۲۴-مهندسی هم‌زمان مبتنی بر سیستم‌های حاکم
۲۵-کیفیت منابع انسانی ۲۶-نظام فناوری اطلاعات جامع
۲۷-سبک رهبری حاکم
۲۸-فرهنگ سازمانی ۲۹-ساختار سازمانی
۳۰-مدل‌های تحقیق و توسعه جامع
۳۱-تکنولوژی‌ها و فناوری اطلاعات

گره افت بهره‌وری تولید

۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ در ۲۸۷ میلیون و ۴۲۱٫۲ میلیون بشکه معادل نفت خام رسیده است. گزارش‌های سازمان ملی بهره‌وری، حاکی از این است که تا پایان سال سوم اجرای برنامه ششم توسعه حداقل سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸، رشد بهره‌وری کل عوامل تولید منفی ۳٫۹ درصد اعلام شده است؛ در حالی که این میزان در برنامه ششم توسعه ۲٫۸ درصد پیش‌بینی شده بود و فاصله حدود ۷ درصدی با یکدیگر دارند.
نظام منابع انسانی و زنجیره تولید در برنامه پنجم توسعه منفی ۰٫۶ درصد، در برنامه چهارم ۰٫۵ درصد و در برنامه سوم ۱٫۱۰ درصد بوده است. برآیند سهم بهره‌وری در رشد اقتصادی ایران در دوره زمانی ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۷ نزدیک صفر فرحاند مرصد بوده است.
آمارها حاکی از این است که علاوه بر عدم تحقق رشد بهره‌وری محور، رشد اقتصادی روند ناپایداری داشته است.

عوامل مؤثر بر ارتقای بهره‌وری

شلاخص بهره‌وری کل عوامل تولید، منعکس‌کننده توانایی تولید خروجی (ستانده) بیشتر با ترکیب بهتر از ورودی‌ها (نهاده‌ها) است. این شاخص بیانگر این است که یک کشور (یا بخش یا صنعت یا...) منابع (نهاده‌ها-ورودی‌ها) در اختیار خود مانند نیروی کار، سرمایه، دانش، مواد، ماشین‌آلات، منابع طبیعی و... را به چه میزان به صورت باکیفیت، گراز و اثربخش به کالاها و خروجی (خروجی ستانده) تبدیل می‌کند. این شاخص به نوعی تحولات تولید کشور، پیشرفت فنی، توسعه سرمایه انسانی، تغییر در ترکیب عوامل تولید، اصلاحات ساختاری، کیفیت سیاستگذاری و در مجموع، کارایی نهاده‌ها را به تصویر می‌کشد و یکی از مهمترین شاخص‌های نشان‌دهنده رشد بلندمدت اقتصادی است. این شاخص به لحاظ محاسباتی نیز میزان ارزش افزوده ایجادشده در اقتصاد کشور، تقسیم بر ترکیب نهاده‌های نیروی کار و سرمایه است. دامنه تأثیرگذاری عوامل مؤثر بر بهره‌وری گسترده است. براساس بررسی بازوی پژوهشی مجلس، این عوامل به دو دسته عوامل داخلی و عوامل خارجی قابل تقسیم بندی است. عوامل داخلی شامل عوامل سخت‌افزاری (ماشین‌آلات، شیوه‌های بهره‌برداری و...) و عوامل نرم‌افزاری (مدیریت بهینه منابع انسانی، شیوه مدیریت، ساختار انگیزشی، شیوه استفاده از نوآوری و تکنولوژی تولید) است.

عوامل خارجی مؤثر بر بهره‌وری نیز شامل متغیرهای اقتصادی (ثبات و پیش‌بینی پذیری متغیرها و شاخص‌های کلان اقتصادی، اعم از جمعیت، نرخ بیکاری، تورم، ارز، کسری بودجه، نرخ بهره و...)، منابع طبیعی (شیوه‌های

یعنی فزونی جذابیت پیشنهادهای شرکت در مقایسه با رقبا از نظر مشتریان در نگاه عام خود، اما مفهوم توان رقابتی، ارتباط مستقیم با ارزش‌های مورد نظر مشتری دارد؛ به‌نحوی‌که در یک طیف مقایسه‌ای هر چقدر ارزش‌های عرضه‌شده یک سازمان به ارزش‌های موردنظر مشتری نزدیک‌تر یا با آن منطبق‌تر باشد، می‌توان گفت که سازمان، نسبت به رقبای خود در یک یا چند معیار رقابتی دارای برتری و توان است. در این ارتباط، نظریه‌های رقابت‌پذیری در سطح بنگاه را می‌توان با عنوان دو رویکرد متفاوت دسته‌بندی کرد؛ در این حالت و در رویکرد بازار محور (سازمان یا شرکت صنعتی/ تولیدی)، توجه اصلی به خارج از بنگاه (یعنی بازار) معطوف می‌شود. بدین ترتیب با ارائه نظریه راهبرد رقابتی، مهمترین سهم را در پیشبرد این رویکرد می‌توان داشت. اما راهبرد رقابتی در واقع، رویکرد کلی شرکت برای رقابت و دستیابی به یک موقعیت رقابتی در بازار را نشان می‌دهد. به طریقی که همان دانشمند معتقد است که یک شرکت می‌تواند براساس دو مقوله مزیت رقابتی و حیظه رقابتی (یا همان هدف رقابتی) از یکی از سه راهبرد عمومی رقابتی، رهبری هزینه، تمایز و تمرکز بهره‌گیرد.

برای اولین سیستمی، محرک‌های محیطی که خارج از سازمان بوده و از طرفی سازمان نیز قدرت چندانی برای کنترل یا تأثیرگذاری روی این عوامل ندارد، تنها عوامل کسب‌وکار می‌تواند شرکت را تحت تأثیر قرار داده و از طریق این تأثیرگذاری بر نظام درون سازمان موجب انتقال بی‌نظمی‌ها و دگرگونی به خارج از

تلاش متفکران و اندیشمندان مدیریت و تئوری‌های سازمان در توسعه مفاهیم مدیریت و اداره سازمان‌ها همه برای یک هدف بوده و آن هدف، تلاش برای بقا است. سازمان‌ها ناچار هستند همواره به دنبال متدولوژی‌ها و ابزارهای نوینی باشند که تضمین‌کننده رشد و توسعه آنها در بازار رقابت باشد. یکی از مهمترین فاکتورهای بقا و پیشرفت شرکت‌ها در محیط پویای امروزی، رقابت‌پذیری آنهاست. توجه داشته باشیم که ویژگی اساسی این محیط، تغییر و عدم اطمینان است. در چنین محیطی، عملکرد شرکت‌ها چگونه باید باشد تا ضمن حفظ موقعیت خود در بازار، حداکثر منفعت را از تغییرات کسب کرده و پیشرفت کنند. با آغاز قرن بیست و یکم، سازمان‌ها تغییرات اساسی و شدیدی را پیرامون خود تجربه کرده‌اند. این تغییرات، سازمان‌ها را به سمت چالش‌های نوینی هدایت می‌کند که عدم توجه به آنها، بقا و موفقیت سازمان‌های تولیدی را به‌طور فزاینده‌ای تهدید می‌کند. در این صورت، استراتژی شرکت می‌تواند ساختار فعالیت و رقابت را تعریف نموده و بر پایه عوامل تقاضا، معیارهای تولید، راطراحی و با حفظ مدل‌های پشتیبان به پویایی در محیط کسب‌وکار خود در عرصه‌های ملی و بین‌المللی دست یابد.

«لایکل پوتر» از اولین کسانی است که موضوع رقابت‌پذیری را مطرح و مورد تأکید قرار داد. وی رقابت‌پذیری را در سه سطح ملی، صنعت و نیز بنگاه مورد توجه قرار داد. در گام اول و در سطح بنگاه، توان رقابتی عبارت است از میزان ارزش بیشتری که یک شرکت قادر است نسبت به سایر رقبا ایجاد کند. بدین ترتیب، توان رقابتی،

تاکید مستقیم داشته و به‌عنوان مجموعه‌ای از فاکتورهای اساسی و اثرگذار داخلی در سازمان، شکل‌گیری توان رقابت‌پذیری را عملی و اثرگذار خواهد کرد.

در کلام پایانی اینکه عملکرد فرآیندهای زنجیره تأمین رقابت‌پذیری سازمان را هم برمیانی رویکرد بازار و هم برمیانی رویکرد منابع تحت تأثیر قرار می‌دهد و شرکت‌ها و سازمان‌ها از طریق تقویت درون‌داده‌های سازمانی و فرآیندهای زنجیره تأمین، قادر هستند بهترین پاسخ را به محرک‌های محیطی در راستای افزایش رقابت‌پذیری سازمان ارائه دهند. ضمناً از نظر اولویت‌بندی، عناصر زیرمجموعه ابعاد اصلی مدل این تحقیق، مهمترین محرک محیطی مؤثر بر صنعت خودرود، رویدادهای قانونی و اجتماعی است که با توجه به ساختار دولتی شرکت‌های خودروساز در کشور، چنین نتیجه‌ای دور از انتظار نیست. بنابراین از سازمان‌هایی که بتوانند در شاخص تولید، عملکرد بهتری پیچیده باشند، بدون توان ساختار که رقابت‌پذیری بالاتری داشته باشند. در این صورت، اولویت‌بندی متغیرهای زیرمجموعه نتایج رقابت‌پذیری برمیانی بازار، نشان می‌دهد که اولین نشانه‌از عملکرد بهینه سازمان/ موسسه در نتیجه فعالیت‌های بهینه در فرآیندهای تولیدی، سرمایه‌ان، تثبیت جایگاه رقابتی سازمان/ موسسه در بین سایر فعالان اقتصادی خواهد بود و در بعد رقابت‌پذیری برمیانی رویکرد منابع، اولین نتیجه حاصله، ایجاد ارزش و کاهش بهای تمام‌شده تولید محصول/ خدمت خواهد بود.

بهره‌برداری از منابع آب، انرژی، زمین و...) و موقعیت جغرافیایی و محیط پیرامونی و سیاست‌های اقتصادی داخلی و بین‌المللی (کیفیت سیاستگذاری پولی، مالی، ارزی، تجاری، صنعتی، دستمزد، انرژی، محیط زیستی، سازوکار تسهیم و تخصیص امتیازات و حمایت‌ها، کیفیت تنظیم‌گری یا مداخلات در قیمت گذاری، وضعیت زیرساخت‌ها و...) است. عوامل مؤثر بر بهره‌وری بلندمدت نیز شامل ایجاد و توسعه محصولات جدید، معرفی روش‌های تولید جدید، توجه به کیفیت و باذهی سرمایه گذاری، ارجحیت به تکمیل ظرفیت‌های خالی در ارائه تسهیلات و حمایت‌های اعتباری به نظام تولید، عقلانی کردن ساخت‌های اقتصادی، مدیریت هزینه‌ها و صرفه‌جویی، ارتقای نقش اتحادیه‌ها و انجمن‌های صنفی، یافتن کانال‌های جدید بازاریابی، ارتقای نظام انگیزشی تولید و کار و محدودکردن رویه‌ها و فعالیت‌های نامولد است. ثبات بخشی به متغیرهای کلان اقتصادی؛ تقویت سازوکارهای مولدسازی و افزایش راندمان دارایی‌های دولت و بخش عمومی؛ حذف قیمت‌گذاری غیرواقعی؛ تقویت امور تحقیق و توسعه در شرکت‌های دولتی و حمایت از استقرار آنها در بنگاه‌های بخش خصوصی؛ بازاریابی ساختار و آمایش صنایع کشور؛ وضع عوارض و محدودیت بر بخش‌های مزاحم و نامولد؛ تسهیل شرایط ادغام افقی برای شرکت‌ها و بنگاه‌ها و رفع موانع حقوقی؛ به رسمیت شناختن نظام ورشکستگی؛ حرکت به سمت بهره‌برداری از ظرفیت‌های بیکار و بلااستفاده کشور و وجوحت آن به راه‌اندازی تولیدی جدید، حمایت و ترویج اقدامات آموزشی و مشاوری و ساختار شرکت‌ها و بنگاه‌های تولیدی؛ هدایت منابع و تسهیلات و حمایت‌های اعتباری یابد به سمت تکمیل ظرفیت‌های خالی و افزایش ساعات کار شایسته نیروی انسانی؛ حمایت از پیشرفت‌های فنی و ورود فناوری به کشور از طریق تقویت هسته‌های فناوری و دانش‌بنیان و ابداعات و اختراعات؛ تقویت نظام حقوق مالکیت در زمینه اختراعات و ابداعات؛ تلاش برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی از طریق انتقال فناوری و بالا بردن کارایی و اثربخشی سرمایه‌گذاری؛ بهره‌برداری از ظرفیت شرکت‌های خارجی موفق و بهره‌ور در نظام حاکمیت شرکتی کشور، توجه ویژه به امور بهره‌وری کل عوامل تولید در استراتژی‌های توسعه صنعتی، حذف تشکیلات موازی و غیرضروری دستگاه‌های اجرایی و شرکت‌های دولتی و ترویج و فرهنگ سازی بهره‌وری از جمله پیشنهادهای سیاستی بازوی پژوهشی مجلس برای ارتقای بهره‌وری است.

خبرنامه



رونمایی از جمعیت شهری و روستایی ایران
اجمعیّت شهری به ۶۶ میلیون نفر رسید

رئیس مرکز آمار ایران در یک نشست خبری، جمعیت ایران را بیش از ۸۵ میلیون نفر عنوان کرد که ۶۶ میلیون نفر در شهر و ۲۷ میلیون نفر در روستا زندگی می‌کند. «غلامرضا کوزلی»، رئیس مرکز آمار ایران دیروز در یک نشست خبری با اشاره به اختلافات آماری بانک مرکزی و مرکز آمار گفت: با ارقامی که در مرکز آمار در یک گزارش انجام شده، برخی از مواضع و مشکلات مؤثر در اختلافات آماری مرتفع شده است. برای مثال، سال پایه تغییر کرده است و مبنا سال ۱۴۰۰ قرار گرفته و برخی از روش‌های محاسبه تغییر کرده و روش‌ها عمدتا در راستای روش ثبتی مبنا تغییر کرده است. او با تکذیب آمارهای منتشرشده در بحث رشد جمعیت ادامه داد: مرجع اعلام رشد جمعیت مرکز آمار است و در ماه‌های گذشته آمارهای مختلف منتشر شد اما تا سال ۱۴۰۵ ر سرشماری انجام نشود تمام آمارها برآوردی و پیش‌بینی است و با سازمان‌های بین‌المللی هم مکاتبه کردیم که درباره آمار جمعیت، به داده‌های مرکز آمار استناد کنند. به گفته رئیس مرکز آمار ایران، جمعیت حاضر جمعیت کشور بیش از ۸۵ میلیون نفر با جمعیت شهری ۶۶ میلیون نفر است. همچنین تعداد خوار ۲۷ میلیون نفر و بُعد خانوار ۳۱ نفر است. «کوزلی» در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه اختلاف بیش از ۵ میلیون نفری جمعیت اعلام شده از سوی وزارت کار با آمار مرکز آمار و همچنین اینکه آمار برآوردی رشد جمعیت مرکز آمار چه زمانی انجام شده، گفت: سرشماری جمعیت هر ۱۰ سال یکبار انجام می‌شود اما آمار برآوردی در صورت نیاز هر هفته بروز می‌شود و امروز آمار رشد جمعیت بروز شده در سایت مرکز آمار ذکر شده است. وی همچنین درباره رفع اختلافات آماری مرکز کار و بانک مرکزی و اینکه آیا روش محاسبات آماری مرکز آمار تغییر کرد یا نه و روش‌های محاسباتی بانک مرکزی نزدیک شده است، تأکید کرد: باید توجه داشت که هم روش و مبای تهیه و استخراج آمار مرکز آمار و بانک مرکزی درست است و مرکز آمار با دستورالعمل‌های بین‌المللی آمار را تهیه می‌کند؛ چراکه نتیجه آن باید برای سایر کشورها و نهادهای بین‌المللی هم قابل پیشبینی باشد، بنابراین دستورالعمل بین‌المللی را تغییر نمی‌دهیم و برای رفع اختلافات آماری با بانک مرکزی، برخی از داده‌ها مثل سال پایه را تغییر دادیم و الان سال پایه ۱۴۰۰ است.

درخواست وزیر اقتصاد از وزیر دفاع
قیمت‌گذاری مواد ناریه شفاف شود
وزیر اقتصاد در نامه‌ای به وزیر دفاع، خواستار شفافسازی پهای تمام شده مواد ناریه و ایجاد چارچوبی برای نظارت بر قیمت‌گذاری آن شد. این موضوع از مدتها قبل با هدف حمایت از معادن در دستور کار شورای گفتوگو قرار داشته است. افزایش قیمت مواد ناریه، چالش جدی معادن کوچک و متوسط است. در پی این بحران، «عبدالنصر همتی»، وزیر اقتصاد در نامه‌ای به وزیر دفاع، شفافسازی پهای تمام‌شده این مواد و نظارت بر قیمت‌گذاری آنها را خواستار شده است. آتاق بازرگانی ایران نیز با درخواست هیوسته و تشکیل کارگروهی تخصصی، رسیدگی به این مسئله را ضروری دانسته است. «عبدالنصر همتی»، وزیر اقتصاد در نامه‌ای به «میرسرئیب عزیز نصیرزاده» وزیر دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح، به چالش‌های ناشی از افزایش قیمت مواد ناریه در بخش معدن پرداخته و خواستار شفافسازی پهای تمام شده اینس و مواد ایجاد چارچوبی برای نظارت بر قیمت‌گذاری آنها شد. او با اشاره به تأثیر مستقیم قیمت، کیفیت و تأمین موموقع قیمت مواد ناریه بر فعالیت معادن کوچک و متوسط، از وزارت دفاع درخواست کرد که اقدامات فوری در این زمینه صورت گیرد. در بخشی از این نامه آمده است که «براساس قانون مجزئات قاچاق اسلحه و مهمات و درادندگان سلاح و مهمات غیرمجاز صوب ۱۳۹۰ و آیین‌نامه اجرایی آن، وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح مرجع انحصاری صدور مجوز، فروش، واردات، صادرات و ساخت مواد تحت کنترل از جمله مواد ناریه و انفجاری است.»
«همتی» در این نامه افزود: با افزایش تقاضا برای مواد ناریه در بخش معدن و تأثیرات تورم و نرخ ارز بر قیمت این مواد، ابهاماتی درباره احتمال انحراف قیمت آنها نسبت به پهای تمام‌شده ایجاد شده است که نیاز به شفافسازی فوری دارد.

به گفته هیئت وزیران، با توجه به اثرگذاری قیمت مواد ناریه بر فعالیت معادن در استان‌های محروم و همچنین معادن کوچک و متوسط، این موضوع بارها در نشست‌های شورای گفتوگوی دولت و بخش خصوصی مطرح شده، اما هنوز پاسخی از سوی وزارت دفاع دریافت نشده است. «همتی» در نامه خود مستندات معرفی نمایندگان نام‌الانتخیر از سوی وزارت دفاع برای هماهنگی و ارائه مستندات مربوط به پهای تمام شده مواد ناریه کش و پوشش‌پنهان کرد که فرمولی مشخص برای پیش‌بینی قیمت این مواد تدوین و به شورای گفتوگوی دولت و بخش خصوصی ارائه شود. در این زمینه، «محمد زاری»، رئیس مرکز بهبود کسبوکار آتاق ایران با استقبال از نامه وزیر اقتصاد و وزیر دفاع، تأکید کرد که افزایش ناگهانی و مداوم قیمت مواد ناریه در استان‌های محروم، به چالش برای معادنکاران همواره کوچک و محدودی درانه، بیشتر به نفع مواد ناریه وابسته‌اند، چراکه قادر به تأمین ماشین‌الات گران‌قیمت نیستند و افزایش ۷۰۰درصدی قیمت مواد ناریه آنها را در شرایط بحرانی قرار داده است.

«ژی» همچنین اشاره کرد که طی جلسسات اخیر شورای رقابت و شورای گفتوگوی دولت و بخش خصوصی، درخواست تشکیل کارگروهی با همکاری وزارت دفاع، آتاق بازرگانی و خانه معدن ایران برای مدیریت و نظارت بر قیمت‌گذاری مواد ناریه مطرح شده است. علاوه بر شفاف‌سازی قیمت‌ها، ایجاد چارچوب دقیق برای قیمت‌گذاری و همچنین بهبود کیفیت و لجستیک این مواد به عنوان کوچک کمک کند تا بتوانند با هزینه‌های پایین‌تری به فعالیت خود ادامه دهند. تشکیل این کارگروه به رفع مشکلات اساسی بخش معدن و کاهش هزینه‌ها کمک شایانی خواهد کرد. این کارگروه تخصصی می‌تواند به تدوین فرمولی مشخص برای پیش‌بینی قیمت مواد ناریه به بپردازد و با ارائه مستندات شفاف، مانع از ایجاد انحراف در قیمت‌گذاری شود.

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۹۰۱۱۴۲-۱۴۰۳۰۲۱۶-۱۴۰۳۰۲۱۶ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۲۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنقر تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی خاتم سهیلا صادقی فرزند سیف اله بشماره شناسنامه ۳۳ شماره ۲۲ کامیاران در یک قطعه زمین مزروعی ۴۱۲۲ متر مربع در قسمتی از پلاک شماره ۷۶ قطعه قرغی از بخش حوزه ثبت ملک سنقر در محدوده مساحت ۱۳۸۰ متر مربع در قسمتی از پلاک رسمی آقای رفیع اقای ابراهیم حجازی محرز به آدرس سبزه مرسلمان خردباری از مالک رسمی واقع در حوزۀ ثبت ملک سنقر به آدرس سبزه مرسلمان عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند .
بهیچی است در صورت اقتصای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ۴/۲۰
پیام حق شناس - رئیس ثبت اسناد و املاک
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۷/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۹۰۱۱۴۲-۱۴۰۳۰۲۱۶-۱۴۰۳۰۲۱۶ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۲۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنقر تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی خاتم سهیلا صادقی فرزند سیف اله بشماره شناسنامه ۳۳ شماره ۲۲ کامیاران در یک قطعه زمین مزروعی ۴۱۲۲ متر مربع در قسمتی از پلاک شماره ۷۶ قطعه قرغی از بخش حوزه ثبت ملک سنقر در محدوده مساحت ۱۳۸۰ متر مربع در قسمتی از پلاک رسمی آقای رفیع اقای ابراهیم حجازی محرز به آدرس سبزه مرسلمان عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند .
بهیچیی است در صورت اقتصای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ۴/۱۹
پیام حق شناس - رئیس ثبت اسناد و املاک
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۷/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷

رشد ارزش معاملات خرد همزمان با افزایش دامنه نوسان

طلسم ۱۰ روزه ورود پول حقیقی شکست

فرصت امروز: همزمان با افزایش دامنه نوسان بورس، ارزش معاملات خرد به بالاترین سطح از چهار مهرماه رسید و پس از ۱۰ روز بالاخره پول حقیقی وارد بازار سهام شد. در جریان معاملات روز گذشته که با افزایش دامنه نوسان همراه شد، شاخص کل بورس تهران با رشد ۰٫۶۹ درصدی به سطح ۲ میلیون و ۱۱۴ هزار واحد رسید تا بعد از چهار روز مجدداً کانال ۲٫۱ میلیون واحدی را پس بگیرد. شاخص هم‌وزن نیز تنها ۰٫۰۲ درصد رشد کرد تا همچنان نسبت به برکنال ۷۰۰ هزار واحدی، فاصله داشته باشد. ارزش معاملات خرد به بیش از ۴ هزار میلیارد تومان رسید تا بیشترین مقدار را در ۱۱ روز معاملاتی اخیر به ثبت برساند. همچنین در دقایق پایانی معاملات شنبه، پول حقیقی وارد بازار شد تا این طلسم هم بعد از ۱۰ روز معاملاتی شکسته شود.

بدین ترتیب، معاملات بورس تهران در حالی به پایسان رسید که هم ارزش صف‌های خرید و هم ارزش صف‌های فروش نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته گذشته افزایش یافته، به طوری که مجموع ارزش صف‌های خرید به ۸۶۶ میلیارد تومان و ارزش صف‌های فروش به ۴۷۷ میلیارد تومان رسید. کلیت بازار نیز روندی متعادل داشت و ۴۸ درصد از نمادهای بازار در محدوده مثبت و ۵۲ درصد در محدوده منفی به کار خود پایان دادند. همچنین سرسرانه خرید حقیقی‌ها به ۴۰٫۷ میلیون تومان رسید که تقریباً ۵۰۰ هزار تومان بیش از سرانه فروش آنها محاسبه شد. از طرفی، بیش از ۶۰۰ میلیارد تومان از صندوق‌های درآمد ثابت خارج شد. مجموع، ۴۷ درصد از کل ارزش معاملات با صندوق‌های درآمد ثابت و ۲۴ درصد به بورس اختصاص داشت. همچنین گروه خودرویی با ۱۲ درصد، فلزات اساسی با ۱۱ درصد و بانکی‌ها، کانه‌های فلزی و شیمیایی با ۸ درصد بیشترین سهم را در ارزش معاملات صنایع داشتند. از نظر ورود پول حقیقی هم گروه کانه‌های فلزی با ۴۹ میلیارد تومان پول در صدر قرار گرفت و فلزات اساسی و بانک‌ها هم با رقم ۲۸٫۳ و ۲۴٫۲ میلیارد تومان در رده‌های بعدی ایستادند. در آن سوزین صندوق‌ها با خروج پول ۶۱۲ میلیارد تومانی بیشترین سهم را در خروج پول حقیقی داشتند. در میان نمادها هم اهرم ارزش معاملاتی ۱۹۵ میلیارد تومانی را به ثبت رساند که به اندازه ارزش کل معاملات گروه سرمایه‌گذاری بود، بعد از اهرم، فزر و شتاب هم به ترتیب با ۱۱۷ و ۱۱۵ میلیارد تومان در جایگاه‌های بعدی قرار گرفتند. بیشترین حجم معاملات نیز متعلق به ذوب با ۲٫۵ میلیارد برگ سهم بود و بعد از آن شستا و وملت قرار داشتند.

سرد و گرم بورس تهران در ۲ نیمه

بورس تهران به واسطه جلسه صبح شنبه، هفته‌ها بورس با تغییراتی در دامنه نوسان همراه شد و پس از هفته‌ها محدودیت، دست‌نخورده جاری را در دامنه نوسان مثبت و منفی ۲درصد آغاز کرد. در جریان معاملات روز گذشته، نقشه بازار در دو نیمه متفاوت دستخوش اتفاقاتی شد. هدای از اهالی بازار به امید پایان تنش‌های نظامی در منطقه دست به خرید زدند و هدای نیز به امید فروش پیش آمده تصمیم به خروج از بازار گرفته و به فروش سهام پرداختند. این انتظار برای بازار وجود داشت که با بازتر شدن دامنه نوسان، هیجان بیش خرید و بیش فروش در بازار ایجاد شود و این موضوع ممکن استست برای مرحله بعدی تغییرات دامنه نوسان برای رسیدن به دامنه سابق اتفاق بیفتد. شاخص کل بیش از ۱۴ هزار واحد رشد را به خود دید، اما شاخص هم‌وزن بدون تغییر خاصی و تنها با رشد حدود ۱۶۷ واحدی، کار را تمام کرد.

در دومین اجلاس روسای بانک مرکزی کشورهای عضو گروه بریکس در مسکو مطرح شد

پیشنهادهای بانک مرکزی ایران به بریکس

طور خاص در این نهادهای بروز و ظهور داشته است. علاوه بر این، صندوق بین‌المللی پول واحد ظرفیت کافی وادجهی نیست و با ظرفیت موجود از عهده بحران‌های مالی جهانی برنی آید. توجه به این نکته ضروری است که اعضای جدید بریکس بتوانند از شرایط ضعیف و همکاران در ترتیبات ذخیره احتیاطی (CRA) و بانک توسعه جدید (NDB) بهره‌مند شود.

رئیس کل بانک مرکزی کشورمان در رابطه با ابتکار پرداخت فرامرزی بریکس(BRICS) و پایاپای بریکس (BCBPI) و اینکه نمود عملیاتی کردن تعهدات قبلی رهبران بریکس مبنی بر ارائه راه حل‌های عملی برای بهبود سیستم پولی و مالی بین‌المللی است، گفت:انتظار می‌رود راهکارهای عملیاتی در زمینه پرداخت بریکس با مرغ نمودن انحصار موجود در مسائل‌کارهای پرداخت فعلی، در نهایت عدالت، استقلال و انعطاف پذیری را در یک اکوسیستم رقابتی و عادلانه فراهم کند. موضوع ابزار پرداخت در بریکس و یادداشت‌های نقدی موسوم به BCBPI برای هدف ایجاد یک پلتفرم تسویه برای پرداخت‌های فرامرزی براساس سیستم‌های تسویه ناخالص آتی (RTGS) و یا پول‌های دیجیتال بانک‌های مرکزی (CBDCS) اعضای بریکس پیشنهاد شده است که با توجه به جایگاه و تأثیر پرداخت‌های فرامرزی در سایر موضوعات، اهمیت بسیار زیادی دارد و انتظار می‌رود با جدیت و فوریت بیشتری پیگیری شود. فرزین گفت:معاظرتو که در براینه پژوهشگری ۲ تاکیه شده است افزایش سهم پرداخت ملی، تقویت همکاری کشورهای بریکس در زمینه سیستم‌های پرداخت، مسیر حرکت و فعالیت‌های آتی بریکس را مشخص کرده است. بنابراین امیدواریم برزلی به عنوان ریاست گروه در ۲۰۲۵ با جدیت بر جنبه‌های عملیاتی موضوع تمرکز کند. پیشنهاد می‌شود کار گروهی با هدف فراهم‌سازی white paper عنوان گام بعدی مورد پیگیری ایران گیرد و برای اطمینان از پیشبرد اهداف تعیین شده برنامه زمانبندی مشخص تدوین و ارائه شود.

رئیس کل بانک مرکزی همچنین گفت: پایاپای سازی بریکس(BRICS Clear) ، لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند .
بهیچیی است در صورت اقتصای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ۴/۱۸
پیام حق شناس - رئیس ثبت اسناد و املاک
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۷/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷

رئیس کل بانک مرکزی همچنین در ادامه این اجلاس بین‌المللی در خصوص ترتیبات ذخیره احتیاطی (CRA) و پایاپای بریکس به فشارهای کوتاه مدت تراز پرداخت‌ها (BoP) ایجاد شده است، گفت: این ابتکار با هدف تکمیل تسهیلات فعلی صندوق بین‌المللی پول بوده و می‌تواند برای کشورهای بریکس با شرایط سهل‌تر

آگهی آراء هیات قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۰۹

در اجرای قانون الحاق موادی به قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن واقع در شهر وحیدیه به شرح جدول ذیل به نام متقاضیان سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد. لذا مراتب در اجرای ماده ۱۰ آئین نامه اجرایی قانون الحاق موادی به قانون ساماندهی جهت اطلاع و اعلان به مالکین و افراد ذوالحقوق آگهی می گردد. اشخاصی که نسبت به اصل ملک مورد تقاضا اعتراض دارند از تاریخ انتشار آگهی طرف مدت ۲۰ روز اعتراض خود را به صورت کتبی به اداره ثبت اسناد و املاک شهراستان شهربار تسلیم نمایند و طرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ثبتی دادخواست خود را به مراجع ذی صلاح قضایی تقدیم و گواهی آن را به اداره ثبت اسناد و املاک شهربار تسلیم نمایند. در غیر این صورت اداره ثبت اسناد و املاک شهربار خود را مقرون نسبت به صدور سند مالکیت اقدام خواهد نمود.
۱- محمدرضا تهی دست شماره رای ۲۸۴۴ نام مالک اولیه: محمدرعلی حشمت بهبهانی ۲- شهزاد لواسانی شماره رای ۲۸۴۵ نام مالک اولیه: محمدرعلی حشمت بهبهانی ۳- اکرم ابراهیمی شماره رای ۲۸۴۶ نام مالک اولیه: محمدرعلی حشمت بهبهانی ۴- محمدرضا تهی دست شماره رای ۲۸۴۷ نام مالک اولیه: محمدرعلی حشمت بهبهانی ۵- هاجر سلامی شماره رای ۲۸۴۸ نام مالک اولیه: محمدرعلی حشمت بهبهانی ۶- زهرا یوسفوند شماره رای ۲۸۴۹ نام مالک اولیه: محمدرعلی حشمت بهبهانی ۷- حبیب اله امینی شماره رای ۲۸۵۶ نام مالک اولیه:

م الف ۱۱۶۴۸
۲۷۱

رشد ارزش معاملات خرد همزمان با افزایش دامنه نوسان

طلسم ۱۰ روزه ورود پول حقیقی شکست

در معاملات روز شنبه، خردور برای دومین روز پیاپی (آن هم بعد از حدود سه هفته) مجددا در رتبه اول برترین ارزش معاملاتی قرار گرفت و ۲۲۰ میلیارد تومان ارزش معاملات این گروه بود. فلزات اساسی نیز مورد توجه اهالی بازار قرار گرفت و ارزش معاملاتی این گروه نیز به عدد ۲۸۶ میلیارد تومان رسید. گروه بانک‌ها نیز همچنان با حواشی و اخبارهای متفاوتی همراه است. بانک پارسیان در پیش‌گشایش معاملاتی خود (مجاز - معفوفا) بیش از یک میلیارد تومان ارزش صف خرید برای خود ایجاد کرد و در پایان نیز این نهاد ۱۷۱ میلیارد تومان ارزش صف خرید را داشت که البته بی‌ربط به اطلاعاتی‌هایی نیست که در سامانه کدال در انتهای هفته گذشته منتشر کرد. اقتصاد نوین و بانک شهر، دیگر نمادهای این گروه است که همچنان مورد توجه اهالی بازار قرار گرفته است. از روز شنبه، دامنه نوسان مثبت و منفی ۲ درصد تعیین شد و هرچند که با روزهای عادی بازار فاصله داریم اما این مهم می‌تواند وضعیت بازار را بهبود بخشد.

صعود بورس با افزایش دامنه نوسان

به نظر می‌رسد اثر ریسک‌های سیستماتیک و متغیرهای سیاسی که از ابتدای هفته گذشته به بازار سرمایه آفکنده بود، به تدریج کاهش یافته است. در روز ۱۰ مهرماه ۱۴۰۳، ایران در پاسخ به شر‌ات‌های اخیر رژیم صهیونیستی از جمله ترور اسماعیل هنیه در خاک کشور و به شهادت رساندن سردار مقاومت، سیدحسین نصرالله و عباس نیلفروشان، تل‌وی‌او هدف ۲۰۰۰ موشک بالستیک قرار داد و ضربات مهلکی به رژیم صهیونیستی وارد کرد. دامنه نوسان نمادهای سهام که از هفتم مهرماه به یک درصد کاهش یافته بود، از ابتدای هفته جاری به ۳ درصد رسید. هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار در جلسه صبح شنبه منفی ۲درصد برگردد. از هفتم مهرماه و به دنبال افزایش تنش‌های بین‌المللی و شهادت سیدحسین نصرالله، سازمان بورس دامنه نوسان را از ۲ درصد به مثبت و بورس از یک به سه درصد، بورس تهران به روند رشد دو روز قبل خود ادامه داد و بعد از چهار روز مجدداً کانال ۲٫۱ میلیون واحدی را پس گرفت. شاخص کل بورس با رشد بیش از ۱۴ هزار واحدی در پایان معاملات شنبه به رقم ۲ میلیون و ۱۱۴ هزار واحد رسیده است. ارزش کل معاملات هم به ۱۳ هزار ۱۳۷ میلیارد تومان رسید که از این میان، ۳۳ درصد یعنی حدود ۴۳۰۰ میلیارد تومان سهم معاملات خرد، صندوق‌های سهامی و حق تقدم بود. روز گذشته همچنین اوراق مشارکت زیادی در بازار فروخته نشد و ارزش معاملات اوراق مشارکت تنها ۵۱۵ میلیارد تومان به ثبت رسید.

و سرعت بیشتر نسبت به واهای صندوق بین‌المللی پول پرداخت شود در رابطه با CRA دو اصل اصلی شامل کارایی تخصیص مالی و امنیت به مسودکن منابع قابل توجهی دارند. همچنین، م متخصن است در ساختار فعلی با مسودشدن منابع کشورهای مختلف، امنیت به عنوان یک اصل مهم محذوش شده است. یاه اذعان داشت که امروزه تهدیدات ناشی از زیرساخت‌های مالی تحت سلطه غرب تنها مربوط به ایران، روسیه و … نیست. در سال‌های گذشته تنها برخی از اقتصادها از جمله ایران با فشارها و تهدیدهای خارجی از سوی غرب مواجه بودند، اما امروزه این تهدیدات به راحتی به اقتصاد کشورهای دیگر مانند روسیه نیز سرایت یافته است. رئیس کل بانک مرکزی افزود: با توجه به تأکید اعضای CRA مبنی بر تعهد برای بهبود انعطاف پذیری ساوکار CRA و امکان استفاده از ارزهای متعدد در پرداخت‌ها و با توجه به اهمیت وجود این ترتیبات برای مدیریت BoP کشورها در شرایطی که نظام صندوق بین‌المللی پول تقابلی در این زمینه دارد، اعضای جدید بریکس نیازمند دریافت اطلاعات، مستندات مرتبط و همکاری در ارزی‌های واجد شرایط جایگزین در همچنین اصلاحات ذی‌ربط هستند و انتظار می‌رود در این حوزه از اعضای جدید حمایت بیشتری انجام شود.

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۹۰۲۴۵۹-۱۴۰۳۰۲۱۶-۱۴۰۳۰۲۱۶ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۲۸ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنقر تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای علی فدائی فرزند میر حسین بشماره شناسنامه ۶۷۰ شماره ۲۲ سنقر در یک قطعه باغ به مساحت ۴۲ متر مربع در قسمتی از پلاک۱۶۷ کلیلی واقع در بخش حوزه ثبت ملک سنقر به آدرس سبزه مرسلمان خردباری از مالک رسمی آقای ابراهیم حجازی محرز گردیده است .
لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند .
بهیچیی است در صورت اقتصای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ۴/۱۸
پیام حق شناس - رئیس ثبت اسناد و املاک
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۷/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۹۰۱۱۴۲-۱۴۰۳۰۲۱۶-۱۴۰۳۰۲۱۶ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۲۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنقر تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی خاتم سهیلا صادقی فرزند سیف اله بشماره شناسنامه ۳۳ شماره ۲۲ کامیاران در یک قطعه زمین مزروعی ۴۱۲۲ متر مربع در قسمتی از پلاک شماره ۷۶ قطعه قرغی در بخش مساحت۱۳۸۰ متر مربع در قسمتی از پلاک رسمی آقای رفیع اقای ابراهیم حجازی محرز به آدرس سبزه مرسلمان خردباری از مالک رسمی واقع در حوزۀ ثبت ملک سنقر به آدرس سبزه مرسلمان عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند .
بهیچیی است در صورت اقتصای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ۴/۱۸
پیام حق شناس - رئیس ثبت اسناد و املاک
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۷/۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷

آگهی فقدان سند مالکیت (شماره نامه: ۱۴۰۳۰۲۸۵۶۰۹۰۲۸۵۶)
اقای مضم امامی با ارله دو برگ استثنادهی محلی مصدق شده به شماره ۷۲۹۷۴۶ توسط دفتر اسناد رسمی شماره ۸۰ سنقر به شماره ۹۰۰۹۶۰-۱۴۰۳۲۷۱۶۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۰۴ بر فقدان سند مالکیت سه دلگ متاع از ششدانگ یک باب خانه تحت پلاک ثبتی ۶ فرعی از ۳۳۵ اصلی بخش دو کرمانشاه مفقود گردیده است که وضعیت ثبتی آن به شرح ذیل اعلام می گردد.
مستحقات ملک: یک قطعه خانه نوع ملک طبق به مساحت ۱۶۰ متر مربع و یک قطعه در فرعی از ۳۳۵ اصلی، مفروز و مجزا شده ؛ فرعی از اصلی طبقه در طبقه و واقع در بخش ۱۰ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک سنقر استان کرمانشاه به مساحت ۰۴۵ متر مربع
مشخصات مالکیت : مالکیت سید میثم/امامی فرزند سید علی با سند شماره ملی ۳۳۵۸۵۲۰۶۰ شماره ۲۲ عبادان کل به عنوان گام سه دانگ متاع از ششدانگ عرضه و اعیان با شماره سند مالکیت ۱۵۸۹۳ تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۰ دفتر خانه اسناد رسمی شماره ۱۷ شهر سنقر استان کرمانشاه، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۵۰۲۱۸۷ سری الف سال ۹۷ با شماره دفتر الکترونیکی ۲۲۴۴۰۰۰۰۰۲۱۶-۱۳۹۸ ثبت گردیده است.
لذا مراتب به استناد تبصره یک ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی اشخاص نسبت به پلاک فوق و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ نشر این آگهی طرف مدت دو روز اعتراض خود را کتبا به ضمیمه اصل سند مالکیت و یا اصل سند معامله به اداره ثبت سنقر تسلیم ورسید دریافت نمایند در غیر این صورت پس از انقضا مدت مذکور و ترسیدن واخواهی نسبت به صدور سند المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد. ۴/۱۷
پیام حق شناس - مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنقر
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۷/۲۲

پیام حق شناس - مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنقر

سلبریتی ها در دنیای تبلیغات

چطور سلبریتی مناسب برای کمپین برندمان پیدا کنیم؟

نویسنده: علی آل علی

حضور یک سلبریتی مشهور در کمپین برند نه تنها جذابیت آن را بی نهایت افزایش می دهد، بلکه به طور طبیعی کلی مخاطب را به سوی برند سرازیر خواهد کرد. کافی است به سناریویی فکر کنید که در آن جدیدترین پرچمدار سامسونگ نه از سسوی یک مدیر اجرایی شرکت، بلکه لیونل مسی رونمایی شود. بی شک این اتفاق نه تنها مثل بمب در خیرگزاری ها صدا خواهد کرد، بلکه نگاه مردم در سراسر دنیا را نسبت به سامسونگ تغییر می دهد.

شاید در طول سال‌های اخیر اینفلوئنسرها حسابی جای سلبریتی ها را تنگ کرده باشند، اما هنوز هم این دسته از افراد محبوبیت و پولسازی خاص خودشان در دنیای تبلیغات را دارند. در دنیای امروز سلبریتی‌ها به چهره هایی تبدیل شده‌اند که نه تنها در عرصه های هنری و ورزشی، بلکه در دنیای کسب وکار و تبلیغات نیز حضوری پررنگ دارند. از فیلم‌ها و موسیقی تا رسانه های اجتماعی، سلبریتی‌ها به یکی از ابزارهای کلیدی برای تبلیغ و تقویت برندها تبدیل شده‌اند. برندها از چهره های مشهور برای جلب توجه و اعتماد مشتریان استفاده می کنند و این کار به شیوه‌ای مؤثر توانسته است تأثیر بسزایی در روند بازاریابی و تبلیغات داشته باشد.

وقتی سلبریتی‌ها یک محصول یا خدمات را تأیید می کنند، تأثیر عمیقی بر ذهن مخاطبان می گذارند. این تأثیر به خاطر شهرت و اعتبار آنان است که معمولا یا موفقیت در حرفه های شان به دست آمده است. در نتیجه مشتریان نه تنها به محصولات تبلیغ شده اعتماد می کنند، بلکه به دلیل ارتباط احساسی که با آن سلبریتی دارند، به خرید محصولات تمایل بیشتری پیدا می کنند. علاوه بر این، حضور سلبریتی‌ها در تبلیغات باعث جلب توجه بیشتری می‌شود و دیده شدن محصولات در مقیاس گسترده تر می شود. مخاطبان تمایل دارند محتواهای تبلیغاتی را که چهره های محبوب شان در آن حضور دارند، به اشتراک بگذارند یا در مورد آن صحبت کنند. این فرایند باعث می شود که برند به سرعت در فضای رسانه ای و حتی در میان مشتریان بالقوه شناخته شود. همچنین، سلبریتی‌ها به سه دلیل محبوبیت و تعداد زیاد دنبال کنندگان در شبکه‌های اجتماعی، می توانند تأثیرات تبلیغاتی عمیق تری داشته باشند. به این دلیل که بسیاری از مخاطبان شان به زندگی روزمره و نظرات شخصی آنها علاقه مند هستند و این افراد می توانند به شکل مستقیم تر و شخصی تر با دنبال کنندگان خود ارتباط برقرار کنند.

تکنه‌ای که باید به آن توجه کرد، این است که همکاری با سلبریتی‌ها تنها یک تصمیم تبلیغاتی نیست؛ بلکه یک استراتژی بازاریابی بلندمدت است. این نوع از همکاری‌ها می تواند یک برند را به سطح بالاتری از اعتبار و شناخته شدگی ببرد و همین طور منجر به ارتباط احساسی بین برند و مخاطبان هدف شود، اما برای اینکه این همکاری موفقیت آمیز باشد، باید چهره مناسبی انتخاب شود. ما در ادامه به بررسی مزایا و چالش های همکاری تجاری با سلبریتی‌ها و معیارهای انتخاب آنها خواهیم پرداخت. این امر به شما کمک می کند تا شناخت دقیقی از سلبریتی‌ها پیدا کرده و بهترین انتخاب برای همکاری تجاری را داشته باشید.

مزایا و چالش های همکاری تجاری با سلبریتی ها

اول از همه باید کارمان را بر بررسی مزایا و چالش های همکاری با سلبریتی‌ها شروع کنیم. خب خیلی از بازاریاب‌ها خيال می کنند همکاری با چهره های شناخته شده فقط مزیت برای برند دارد. این به حالی است که کمتر استراتژی در این دنیا بی ایراد است. به همین خاطر ما در این بخش سعی می کنیم تصویری واقع گرایانه از شرایط برای تان ترسیم کنیم.

مزیت اول: افزایش اعتماد و اعتبار برند

یکی از مهمترین مزایای همکاری با سلبریتی‌ها، افزایش اعتماد و اعتبار برند است. سلبریتی‌ها به دلیل شهرت و محبوبیت خود، از اعتبار ویژه ای در میان مخاطبان برخوردار هستند. وقتی یک سلبریتی با برندی همکاری می کند، این اعتبار به آن برند منتقل می شود. به عنوان مثال، اگر یک ورزشکار حرفه ای از یک برند لباس ورزشی حمایت کند، مشتریان به طور خودکار آن برند را با کیفیت و قابل اعتماد می دانند.

این اعتبار باعث می شود که برند به راحتی به بازارهای جدید دسترسی پیدا کند و مشتریان جدید جذب کند. مشتریانی که شاید پیشتر به برند اعتماد نداشتند، اکنون به دلیل حضور سلبریتی در کمپین های تبلیغاتی، نگاه متفاوتی به آن پیدا می کنند. همچنین، در صورتی که سلبریتی‌ها تصویر مثبت و قابل احترام در جامعه شناخته شود، این تصویر مثبت به برند نیز انتقال می یابد.

مزیت دوم: افزایش آگاهی از برند

یکی دیگر از مزایای همکاری با سلبریتی‌ها، افزایش دیده شدن و آگاهی از برند است. سلبریتی‌ها معمولا در سطح گسترده‌ای از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی حضور دارند و این موضوع به برندها کمک می کند تا در مدت زمان کوتاهی به تعداد بیشتری از مخاطبان دسترسی پیدا کنند. به ویژه در شبکه‌های اجتماعی که دنبال کنندگان به صورت روزانه محتواهای منتشرشده توسط سلبریتی‌ها را مشاهده می کنند، این نوع از تبلیغات می تواند بسیار مؤثر باشد.

علاوه بر این، حضور سلبریتی‌ها در کمپین های تبلیغاتی به خودی خود یک رویداد مهم برای رسانه‌ها است و می تواند پوشش خبری گسترده‌ای را به همراه داشته باشد. این پوشش خبری منجر به افزایش توجه رسانه‌ها و در نتیجه، افزایش توجه عمومی به برند می شود. در واقع، برندها با همکاری با سلبریتی‌ها می توانند در کوتاه‌مدت موجی از توجهات را به سمت خود جلب کنند.

مزیت سوم: ایجاد ارتباط احساسی با مشتریان

یکی دیگر از مزایای قابل توجه همکاری با سلبریتی‌ها، ایجاد ارتباط احساسی با مشتریان است. بسیاری از افراد با سلبریتی‌های محبوب خود ارتباط عمیق احساسی برقرار می کنند و تصمیمات خود را براساس نظر و رفتار آنها می گیرند. وقتی یک سلبریتی از محصولی حمایت می کند، مشتریان این حمایت را به عنوان تأیید شخصی سلبریتی تلقی می کنند و این احساس را پیدا می کنند که خودشان نیز باید از آن محصول استفاده کنند. این ارتباط احساسی قوی باعث می شود که مشتریان نه تنها محصول را خریداری کنند، بلکه حس کنند که بخشی از زندگی و سبک زندگی سلبریتی هستند. به عنوان مثال، همکاری برندهای مد و فشن با سلبریتی‌ها باعث می شود که مشتریان به سبک زندگی و استایل آن سلبریتی دسترسی پیدا کنند و خود را جزئی از آن جهان بدانند.

این روزها خیلی از برندها در ایجاد ارتباط درست با مخاطب مشکلات زیادی دارند. درست به همین خاطر ضروری است وضعیت برند در رابطه با مشتریان حسابی تغییر کند، در غیر این صورت شانس یک برند برای تعامل درست و حسابی با مخاطب به طور چشمگیری کاهش پیدا خواهد کرد.

چالش اول: هزینه های بالا

در حالی که همکاری با سلبریتی‌ها می تواند مزایای زیادی به همراه داشته باشد، یکی از چالش های بزرگ این نوع همکاری، هزینه‌های بالا است. دستمزدهای سلبریتی‌ها برای همکاری های تبلیغاتی می تواند بسیار بالا باشد، به ویژه اگر سلبریتی مورد نظر شهرت بین المللی داشته باشد. این هزینه‌ها شامل حق الزحمه مستقیم سلبریتی، هزینه‌های تولید محتوا و اجرای کمپین های تبلیغاتی نیز می شود.

برای بسیاری از برندهای کوچک یا متوسط، پرداخت چنین هزینه‌هایی به صرفه نیست و ممکن است به جای سود، منجر به خسارت های مالی شود. بنابراین، برندها باید به دقت محاسبه کنند که آیا سرمایه‌گذاری در همکاری با یک سلبریتی خاص واقعا به بازدهی مطلوب خواهد رسید یا خیر.

چالش دوم: انتخاب نادرست سلبریتی

یکی دیگر از چالش‌های بزرگ در همکاری با سلبریتی‌ها، انتخاب نادرست سلبریتی است. هر سلبریتی به دلیل شخصیت، فعالیت‌ها و تصویری که در جامعه از خود ارائه می دهد، یک هویت مشخص دارد. اگر برندی سلبریتی‌ای را انتخاب کند که هویتش با هویت و ارزش‌های برند همخوانی نداشته باشد، این همکاری می تواند به جای تقویت برند، به آن آسیب بزند.

برای مثال، اگر یک برند محصولاتی مربوط به سلامتی تولید می کند و با سلبریتی‌ای که به رفتارهای ناسالم معروف است همکاری کند، این تضاد می تواند باعث از دست دادن اعتماد مشتریان شود. بنابراین، انتخاب سلبریتی که با برند همخوانی داشته باشد یکی از چالش‌های اساسی در این نوع همکاری‌ها است.

انتخاب‌های اشتباه نه تنها هزینه زیادی روی دست برندها خواهد گذاشت، بلکه در عمل بازگشت سرمایه‌ای نیز ندارد. به همین خاطر کسب و کارها باید همیشه متر و معیارهایی برای ارزیابی سلبریتی‌ها و سپس انتخاب شان داشته باشند. این مسئله‌ای است که ما در بخش پایانی مقاله ته توی آن را درخواهیم آورد.

چالش سوم: ریسک رفتارهای نامناسب

یکی دیگر از چالش‌های همکاری با سلبریتی‌ها، ریسک رفتارهای نامناسب یا جنجالی است. سلبریتی‌ها به دلیل حضور گسترده در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی همواره در معرض دید عموم قرار دارند و هر رفتار یا گفتار آنها می تواند به سرعت بازتاب گسترده‌ای پیدا کند. اگر سلبریتی‌ای که با برند همکاری می کند درگیر حاشیه‌ها یا رسوایی‌های شخصی شود، این رفتارها ممکن است به شهرت و اعتبار برند آسیب برساند.

این موضوع به ویژه در دنیای امروز که شبکه‌های اجتماعی به سرعت هر خبر یا شایعه‌ای را منتشر می کنند، اهمیت بیشتری پیدا کرده است. یک رفتار نامناسب از سوی سلبریتی می تواند به سرعت به ناراضیاتی مشتریان منجر شود و برند را مجبور به قطع همکاری و بازسازی تصویر خود کند.

اگر شما با سلبریتی پرحاشیه‌ای همکاری کنید که هر روز یک

مود متفاوت دارد، احتمال اینکه دست آخر با موجی از انتقادات رو به رو شوید، بی نهایت بالا خواهد بود. به همین خاطر ضروری است در انتخاب تان کمی بیشتر دقت کنید. خب مگر کسی دوست دارد هم پول زیادی بابت همکاری با سلبریتی‌ها بدهد، هم دست آخر سرش بی کلاه بماند؟

انتخاب سلبریتی‌ها برای همکاری تجاری: چطور و چگونه

ما در این بخش سعی می کنیم برخی از مهمترین معیارها برای

ارزیابی سلبریتی‌ها را به اتفاق شما مرور کنیم. این امر به شما یاد می دهد چطور به جای اینکه شیفته شهرت یک سلبریتی شوید، با دلیل و منطق دست به انتخاب بزنید. خب اجازه دهید بدون اتلاف وقت برویم سراغ اصل ماجرا.

بررسی همخوانی هویت سلبریتی با برند

یکی از اولین و مهمترین معیارها در انتخاب سلبریتی برای همکاری تجاری، همخوانی هویت سلبریتی با هویت برند است. هر برند دارای یک هویت و ارزش‌های مشخصی است که باید در تمامی جنبه‌های بازاریابی و تبلیغات آن منعکس شود. از سوی دیگر، هر سلبریتی نیز یک تصویر عمومی و هویت شخصی دارد که از طریق رفتارها، فعالیت‌ها و محتوایی که در رسانه‌ها منتشر می کند، شناخته می شود.

برای مثال، اگر برندی در حوزه محصولات زیست محیطی فعالیت می کند، باید به دنبال سلبریتی‌هایی باشد که در کمپین‌های حمایت از محیط زیست حضور دارند و به این‌موضوع اهمیت می دهند. همکاری با یک سلبریتی که تصویر مثبتی در این زمینه دارد، به برند کمک می کند که پیام‌های خود را به طور معتبر و مؤثر به مخاطبان منتقل کند. به همین دلیل، قبل از هرگونه تصمیم‌گیری برندها باید به دقت هویت سلبریتی‌ها را بررسی کنند و اطمینان حاصل کنند که این چهره‌ها با ارزش‌ها و پیام‌های برند همخوانی دارند. شاید این کار کمی سخت به نظر برسد، اما در ادامه مسیر شیمیائی کمتری برای تان به همراه خواهد داشت. خب اینجا پای یک همکاری با هزینه بسیار زیاد در میان است. پس اصلا نباید ریسک کرد.

ارزیابی مخاطب سلبریتی‌ها

یکی دیگر از معیارهای کلیدی در انتخاب سلبریتی‌ها برای همکاری تجاری، تحلیل مخاطبان سلبریتی است. برندها باید بدانند که مخاطبان اصلی آن سلبریتی چه کسانی هستند و آیا این مخاطبان با بازار هدف برند همخوانی دارند یا خیر. به عبارت دیگر، هر سلبریتی دارای یک جامعه مخاطب خاص است که به طور منظم محتوای او را دنبال می کنند و به نظرات و توصیه‌هایش اهمیت می دهند.

برای مثال، اگر برند قصد دارد یک محصول مربوط به مد و فشن را تبلیغ کند، باید سلبریتی‌هایی را انتخاب کند که مخاطبان شان علاقه مند به این حوزه هستند. اگر مخاطبان اصلی سلبریتی‌به موضوعات مرتبط با فناوری علاقه دارند، تبلیغ یک محصول فشن در این جامعه ممکن است تأثیرگذاری کافی نداشته باشد.

اینکه یک سلبریتی چه مخاطب‌هایی دارد، مسئله ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر باید دست کم یک هفته برای بررسی شرایط اختصاص دهید. این امر به شما کمک می کند بهترین گزینه ممکن را انتخاب کرده و دسترسی خوبی به تمام مخاطب‌های دلخواه تان داشته باشید. اگر از این بخش سرسری عبور کنید، بعدا نیاز به همکاری با سلبریتی‌های مختلف و پرداخت هزینه‌های بالا خواهید داشت.

بررسی فعالیت‌های قبلی

آیا دوست دارید با سلبریتی همکاری کنید که قبلا در کمپین‌های تجاری حسابی دسته گل به آب داده است؟ بی شک هیچ بازاریاب باهوشی سراغ چنین سلبریتی‌هایی نمی رود. بنابراین شما باید کسی از وقت تان را به زیر و رو کردن سابقه فعالیت سلبریتی موردنظر اختصاص دهید.

یکی دیگر از معیارهای مهم در انتخاب سلبریتی، بررسی سابقه

شناسه آگهی: ۱۸۰۵۱۹۸

فراخوان تجدید مزایده عمومی با ارزیابی کیفی فشرده ب ۴۳-۱۴۰۳ واگذاری زمین کارگاهی در شهرک صنعتی قرچک فاز ۲

شرکت شهرکهای صنعتی تهران به استناد مصوبه هیأت مدیره این شرکت در نظر دارد تعداد ۲ قطعه زمین کارگاهی در شهرک صنعتی قرچک فاز ۲ را از طریق مزایده عمومی به دارندگان مجوز فعالیت صنعتی معتبر منضم به نامه واگذاری زمین، معرفی نامه پیش نمایش جواز تاسیس/جواز تاسیس داخل محدوده شعاع ۱۲۰ کیلومتری تهران صادره از سازمان/ادارات صنعت، معدن و تجارت استان تهران، معرفی نامه از سازمان جهاد کشاورزی استان تهران، معرفی نامه از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران و پروانه کسب تولیدی صادره از اتحادیه صنعتی استان تهران منضم به نامه واگذاری زمین یا کاربری **فلزی ابرق و الکترونیک** (بدون عملیات ریخته گری و بازیافت و آبکاری) که با زون فعالیت و مساحت قطعه مورد درخواست (حداکثر میزان مساحت قطعه انتخابی توسط مزایده گر می یاست ۲۰٪ کمتر یا بیشتر از مساحت مندرج در نامه واگذاری زمین مطابقت داشته باشد) را به شرح ذیل و با جزئیات مندرج در اسناد مزایده با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت «سناد» با شماره مزایده (۲۰۰۳۰۰۱۰۵۱۰۰۰۰۴۳) به صورت نقد و اقساط مطابق ضوابط و مقررات جاری شرکت واگذار نماید . ضمنا رعایت موارد ذیل الزامی می باشد:

۱- برگزاری مزایده صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل پرداخت تضمین (سپرده) شرکت در مزایده که می تواند به شیامه‌ای را منتشر می کنند، اهمیت بیشتری پیدا کرده است. یک رفتار نامناسب از سوی سلبریتی می تواند به سرعت به ناراضیاتی مشتریان منجر شود و برند را مجبور به قطع همکاری و بازسازی تصویر خود کند.

اگر شما با سلبریتی پرحاشیه‌ای همکاری کنید که هر روز یک

مود متفاوت دارد، احتمال اینکه دست آخر با موجی از انتقادات رو به رو شوید، بی نهایت بالا خواهد بود. به همین خاطر ضروری است در انتخاب تان کمی بیشتر دقت کنید. خب مگر کسی دوست دارد هم پول زیادی بابت همکاری با سلبریتی‌ها بدهد، هم دست آخر سرش بی کلاه بماند؟

انتخاب سلبریتی‌ها برای همکاری تجاری: چطور و چگونه

ما در این بخش سعی می کنیم برخی از مهمترین معیارها برای

ردیف	نام شهرک	شماره قطعه	مساحت قطعه	قیمت کل پایه (ریال)	سپرده شرکت در مزایده (ریال)	نوع فعالیت	ملاحظات
۱	قرچک فاز ۲	۲۶- FE	۸۸۷	۷۲.۷۰۰.۱۶۸.۰۰۰	۳.۶۸۵.۰۰۸.۴۰۰	فلزی ابرق و الکترونیک	نوبت اول
۲	قرچک فاز ۲	۲۷- FE	۸۸۸	۷۲.۷۴۰.۱۷۵.۰۰۰	۳.۶۸۷.۰۰۸.۷۵۰	فلزی ابرق و الکترونیک	نوبت اول

آدرس شهرک: جاده امین آباد، بین امین آباد و ولی آباد، میدان کلاتری ، به سمت جنوب، بعد از راه آهن شماره تماس : ۲۶۱۹۴۶۰۰

- تاریخ انتشار آگهی مزایده ۱۴۰۲/۰۷/۲۲ می باشد.

- مهلت زمانی دریافت اسناد مزایده: ساعت ۱۶:۳۰ روز سه شنبه تاریخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۱

- مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۶:۳۰ روز سه شنبه تاریخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵

- زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۸ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۶

اطلاعات تماس دستگاه مزایده گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مزایده و ارائه پاکت (الف): به نشانی: سپهروردی شمالی کوچه شهید محبی پلاک ۲ طبقه همکف دبیر خانه شرکت تلفن: ۰۲۱-۸۹۲۲۴۰۰۰ داخلی ۲۶۶ و ۲۷۲ مرکز تماس امور مزایده: ۰۲۱-۸۹۲۲۴۰۰۰ داخلی ۱۲۶

م آ ۲۴۹۸

شرکت شهرکهای صنعتی تهران

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲

روابط عمومی و امور بین الملل شرکت خدمات حمایتی کشاورزی

ایران اسپید

با حضور مدیرعامل پتروشیمی شازند :

افتتاح سالن غذاخوری جدید و مهمانسرای شرکت پتروشیمی شازند

مدیران ارشد شرکت به بهره برداری رسیدند

مدیران ارشد شرکت به بهره برداری رسیدند. این بازدید توضیحاتی مبسوطی از سوی معاونت توسعه منابع انسانی در خصوص فعالیت های انجام شده ارائه شد و دکتر خلیلی نیز از زحمات و تلاش کلیه واحدهای دست اندرکار تقدیر و تشکر کرد.بازسازی اماکن فرهنگی، ورزشی و تفریحی شرکت پتروشیمی شازند در راستای میراثی شایسته از مسابقات و المپیادهای مختلف ورزشی و نیز درآمذاری در دستور کار قرار گرفت و بازسازی محوطه و فضای بیرونی واحد رفاه و امور اجتماعی و بازسازی و نوسازی کامل تاسیسات و تجهیزات استخر شرکت از دیگر اقدامات صورت گرفته در این زمینه می باشد. شایان ذکر است بر اساس برنامه ریزی های صورت گرفته، سالن غذاخوری جدید جایگزین تا پایان مهر ماه آماده خدمت رسانی به کارکنان شرکت می باشد.

اراک- فرناز امید؛ با حضور دکتر علیرضا خلیلی نیا مدیرعامل شرکت پتروشیمی شازند، سالن غذاخوری جدید و مهمانسرای بازسازی شده این شرکت در شهر مهاجران افتتاح شد.

مدیرعامل پتروشیمی شازند در بازدید گذشته خود از اماکن فرهنگی، ورزشی و تفریحی این شرکت در شهر مهاجران به منظور رفاه حال کارکنان و خانواده هایشان، دستور بازسازی اماکنی نظیر: مهمانسرا شماره یک (مشتمل بر ۱۰ اتاق)، مهمانسرا شماره دو (مشتمل بر ۱۲ اتاق) و نیز سالن غذا خوری جدید به مساحت ۵۰۰ متر مربع (شامل: سالن مسقف غذا خوری به متراژ: ۲۵۰ متر، فضای باز به متراژ: ۲۰۰ متر و فضای بالکن به متراژ: ۶۰ متر) با استفاده از توان و ظرفیت داخلی شرکت را صادر کردند که این مهم توسط ایشان و تنی چند از معاونین و

اهدای تندیس زرین مسئولیت پذیری اجتماعی و فرهنگ سازمانی به پتروشیمی پارس



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: در هفتمین اجلاس سراسری مسئولیت اجتماعی و فرهنگ سازمانی تندیس زرین این اجلاس به شرکت به پتروشیمی پارس اهدا گردید.

این همایش با دو سر فصل مسئولیت زیست محیطی (برند سبز) و مسئولیت انسانی برنامه ریزی شده و هدف آن ترویج موضوعاتی نظیر انطباق با روندهای زیست محیطی، بهبود مزیت رقابتی، بهبود تصویر شرکت، جستجوی فرصت‌های سبز و افزایش ارزش محصول را در کنار فعالیت‌های عام المنفعه به منظور اتیام بخشیدن به گوشه‌ای از الام جامعه و ایفای نقش موثر در حل مشکلات اجتماعی است.

شرکت پتروشیمی پارس در این همایش تندیس زرین مسولیت پذیری اجتماعی و فرهنگ سازمانی دریافت کرد.

اولین جشنواره روابط عمومی بر تر شرکت ملی پخش فر آورده های ایران؛

روابط عمومی فر آورده های نفتی آذربایجان شرقی رتبه بر تر را کسب کرد



سازمان گفت، روابط عمومی ها می توانند با از تطاب سازنده و تعامل با ذینفعان نسبت به ایجاد اعتماد و همدلی کمک شایانی نمایند لذا مسئولیت اجتماعی در این راستا از اهمیت خاصی برخوردار است.

شایان ذکر می باشد در این جشنواره که با حضور کرامت ویس کریمی مدیرعامل شرکت ملی پخش مجید پوجارنده مدیرکل روابط عمومی وزارت نفت، جمعی از مدیران ارشد، پیشکسوتان و بازنشستگان روابط عمومی و روسای روابط عمومی های ستاد، سوختگیری هواپیمایی و مناطق سی و هفت گانه این شرکت برگزار شد، اید احوال لغو تقدیر مدیرعامل شرکت ملی پخش و تندیس از رئیس روابط عمومی این منطقه جهت کسب موفقیت مذکور تجلیل بعمل آمد.

مسئول روابط عمومی شرکت ملی پخش فر آورده های نفتی منطقه ساری؛

منطقه ساری بر تر اولین جشنواره روابط عمومی های مناطق ۳۷ گانه کشور شد

پوجارزاده همچنین بر لزوم اجرای مانورهای رسانه‌ای به ویژه در روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی برای انجام تمرین مدیریت بحران در شرایط مناسب، گفت. اگر تمرین نکنیم، سیستم مدیریتی ما نیز دچار مشکل می شود، بنابراین لازم است که از قبل مسائل را بشناسیم و براساس پروتکل مدیریت بحران، برنامه‌ریزی داشته باشیم.

عباس خلیل پور ادغان کرد: در ادامه نخستین جشنواره روابط عمومی های برتر شرکت ، روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری در بین ۳۷ منطقه به عنوان روابط عمومی برتر شناخته شد. خلیل پور تاکید کرد: روابط عمومی منطقه ساربی با تلاش و کار تیمی با کارشناسان مجرب به عنوان روابط عمومی برتر معرفی شده و همچنین در ارزیابی کارشناسان روابط عمومی های ۳۷ منطقه ، سید مجید جعفرآزادگان به عنوان کارشناس برتر معرفی شد.

در اختتامیه این جشنواره روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری در بخش فیلم نیز مقام کسب کرد.

رئیس روابط عمومی منطقه ساری توضیح داد : روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری از سال ۱۳۹۵ تا کنون در ارزیابی های که به صورت سه ماهه ، شش ماهه و سالانه از سوی روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران انجام می پذیرد ، رتبه اول را در کارنامه خود دارد که با حمایت فدرال منطقه و تعامل خوب واحدهای شرکت به ثمر نشست .

مصرف نسوز در فرایند تولید محصولات فولاد مبار که به ۷ کیلوگرم کاهش یافت

سقف کوره‌های قوس الکتریکی تعریف و اجرا شده است که با تغییر طرح آن و انجام اصلاحات متعدد، عمر نسوز سقف کوره از متوسط ۱۶۵ دپ در نیمه اول سال گذشته به متوسط ۲۲۰ دپ افزایش یافته و در کوره شماره ۲ هم به رکورد ۶۹۰ دپ هم رسیده است.

وی تصریح کرد: تیم تعمیرات نسوز همواره در تلاش بوده است که متناسب با شرایط تولید، دستورالعمل‌های بازرسی و پیش‌بینی عمر نسوز، متنسوز مصرفی را در صورت امکان تغییر دهد تا بتواند بهترین نتیجه از لحاظ هزینه و

مدیرعامل شرکت گاز استان در نشست خبری بیان کرد:

پایان ناترازی گاز با ذخیره سازی سوخت مایع توسط صنایع خراسان شمالی



از دیگر مواردی است که بر آن تاکید داریم ، وی افزود: علاوه بر این در راستای تقویت شبکه و زیر ساخت ها اکنون پنج طرح نیز با ۶۱۰ میلیارد ریال اعتبار در شهرهای اسفراین، گرمه و جابجمر در

اخبار

کودکان سرمایه های ارزشمند کشور



یزد- سید محمد جواد عرفان‌فوز: رئیس شورای اسلامی شهر یزد گفت: کودکان آینده سازان و سرمایه های ارزشمند این کشور هستند و باید توجه و حمایت بیشتری از کودکان انجام شود. عزیزالله سنسیتی رئیس شورای اسلامی شهر یزد در صحن علمی ششورأ گفت: ۱۶ مهرماه به عنوان روز ملی کودک نامگذاری شده و برنامه هایی در این روز برگزار می شود تا افزایش توجه اقسار مختلف مردم و مسئولان به کودکان را شاهد باشیم. وی ادامه داد: اگر چه تمام قوانین ملی و بین المللی نشان از این است که باید به کودکان توجه شود اما با کمال تأسف امروز شاهد هستیم که روزیم

اشفناگلر قفس بیماران شدید مناطق مسکونی در فلسطین و لبنان را انجام می دهد. رئیس شورای اسلامی شهر یزد افزود:

کودکان زیادی توسط موشک های این رژیم کشته شده اند که به همین دلیل به عنوان رژیم کودک کش شناخته می شود و متأسفانه جهانپن نیز سکوت کرده اند هرچند باید برای محکوم کردن این جنایات ها اقدام کنند، امیدواریم روزی برسد که هیچگونه کودک آزاری و کودک کشی در دنیا وجود نداشته باشد. سینی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به معضل

کودکان کار گفت: در جهان طبق آمارها افزون ۱۵۳ میلیون کودک کار وجود دارد و در کشور ما و استان یزد نیز با این معضل مواجه هستیم وی ادامه داد: خوشبختانه در شهر میراث جهانی یزد معضل کودکان کار بومی، اصلا وجود ندارد اما در زمینه کودکان مهاجرین و اتباع با این معضل مواجه هستیم لذا با همکاری شهرداری و پزشکی، ۲ مرکز در یزد برای ساماندھی و نگهداری کودکان کار اقدام می کند.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران خیر داد :

طراحی و ساخت سیستم کاهنده نویز صوتی در شرکت گاز مازندران ساری – هدقان : مدیرعامل شرکت گاز مازندران از طراحی و ساخت سیستم کاهنده نویز صوتی برای ایستگاههای انتقال فشار گاز ششهری یزد خاد به گزارش خبرنگار مازندران با نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، قاسم مایلی رستمی با بیان اینکه یکی از مشکلات ایستگاههای تقلیل فشار شهری، آلودگی صدای زیاد آن می باشد که از محدوده استاندارد نویز صوتی برای فضای شهری خیلی بیشتر می باشد، گفت: در یک کار مشترک قیامیان دانشگاه مازندران و امور پژوهش شرکت گاز استان یک پروژه تحقیقاتی دو مرحله ای تعریف و اجرا شد. مدیرعامل پروژه گاز مازندران افزود: سیستم کاهنده صدا (سایلنسر) بعد از چند مرحله شبیه سازی و اصلاح در نرم افزار آنسیس فلونت، بصورت پایلوت طراحی و ساخته شد و این سایلنسر بر روی یک ایستگاه تقلیل فشار شهری در بابل نصب و در شرایط مختلف مورد تست و ارزیابی قرار گرفت. وی با اشاره به اینکه نتایج تست حاکی از کاهش نویز صدا بین ۱۴۵ تا ۲۴۵ دسی بل در دبی های مختلف و حتی فراتر از دبی جریان ماکزیموم مورد نیاز هر خط از ایستگاه می باشد، اظهار کرد: در سایلنسرهای به روز دنیا مانند سایلنسر اسکفورد حداکثر کاهش نویز صدا ۱۲ دسی بل می باشد. مایلی رستمی از مزایای این سایلنسر به عدم افت فشار قابل توجه در مسیر جریان، عدم استفاده از محیط متناخل و عدم رسوب و گرفتگی ناشی از آلودگی گاز اشاره نمود. گفتنی است این پروژه توسط دکتر احمد علی ربیع نتاج درزی از دانشگاه مازندران با همکاری پرفسور فرهادی از دانشگاه صنعتی نوشهریاری بابل و مهندس محمود تبار ریاست شرکت بهین صنعت خزر انجام شد. لازم بذکر است این سایلنسر در حال تجاری سازی برای نصب گسترده در ایستگاههای تقلیل فشار می باشد.

عقد قرارداد اجرای شبکه فیبرنوری در شهرکهای صنعتی استان گیلان



ورشست – زهرا رضازاده : قرارداد اجرای شبکه فیبرنوری در

شهرکهای صنعتی استان گیلان با حضور مهدی محبوبی مدیرعامل و رییس هیات مدیره شرکت شهرکهای صنعتی گیلان با شرکت حضورسرتگ استانکلفی، فرمانده بسیج خلق کرمانان استان و سرهنگ رئیس فرمانده حوزه مقاومت بسیج شهید سلیمی افرات کل استان، برگزار شد، ضمن تبریک وعده شفاف افزود: در زمانه پایگاه مقاومت بسیج شهید تندگویان و مشارکت کارکنان بسیجی منطقه تعداد ۱۲۰ بسته مودم فتالی تهیه و در سطح استان توزیع شد. به گفته وی، بسته های معیشتی موادغذایی شامل برنج، مرغ، گوچه، نمک، سویا، ماکارونی، سیبکوبت و سایر اقلام بهداشتی به ارزش تقریبی یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال جهت تأمین اق خانواده های بی بضاعت تهیه و توزیع شد. امیدوارم با تکدیکر این چنین برنامه هایی در راستای مسئولیت های اجتماعی در سطح منطقه در حال اجرا است. تصریح کرد: تداوم خدمات رسانی به اقشار بی بضاعت نتیجه تعامل و همدلی تمام بسیجیان منطقه است.

مدیرکل دامپزشکی استان هو کرزی:

بیش از ۳۰۰ هزار راس واکسیناسیون برای بیماری های مشترک بین دام و انسان انجام شد



اراک- فرناز امید؛ درشش ماهه مام نخست اسمال بیش از ۳۰۰ هزار راس واکسیناسیون برای بیماریهای مشترک بین دام و انسان انجام شد. محمد فتاحی در نشست خبری با اصحاب رسانه به مناسبت هفته دامپزشکی افزود: افزایش ۲۷درصدی واکسیناسیون شاربین و افزایش ۱۸ درصدی واکسیناسیون هاری در ۶ ماه نخست اسمال در استان مرکزی به مدت مشابه سال گذشته است. وی ادامه داد: ۲۴ درصد کاهش کلون بیماری های دامی، ۲۱ درصد افزایش بازدید و مراقبت از داماری ها، چهار درصد افزایش معاینه تریاتی و ۴۴ درصد افزایش واکسیناسیون با بیش از پنج میلیون راس واکسیناسیون در نیمه نخست اسمال در استان به ثبت رسید. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی بیان کرد: میزان جوچهریزی در واحدهای مرغاری استان در ۶ ماه نخست سال جاری با ۳۱ درصد افزایش به ۲۱ میلیون قطعه رسیده و به تبع آن ۲۸ درصد واکسیناسیون طیور افزایش یافته است. فتاحی عنوان کرد: همچنین در این بازه زمانی میزان کشتار مرغ در استان مرکزی با ۵۸ درصد افزایش به بیش از ۱۵ میلیون قطعه رسیده است. وی ادامه داد: ۹۹ هزار بازدید از مراکز جهت کشتار انجام و ۱۱۰ هزار کیلوگرم فرآوردهای گوشتی ضبط شده که چهار درصد افزایش داشته و ۱۰۰ پرونده قضایی تشکیل و به مراکز قضایی ارجاع شده است. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی گفت: تعداد بازدید از مزارع اهزبان نیز در نیمه نخست اسمال نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۵۰۰ مورد و دو برابر شده است. فتاحی با بیان اینکه میزان بازرسی و سرکشی از مزارع زنبور عسل استان مرکزی در نیمه نخست اسمال نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۸ درصد افزایش داشته است، اضافه کرد: میزان بیماری های زنبور عسل در ۶۶ درصد کاهش داشته است و وی بیان کرد: بیش از ۵۸ هزار مورد آزمایش برای تشخیص بیماری ها و آنالیز مواد غذایی در استان انجام شده که افزایش ۲۲ درصدی داشته است. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی عنوان کرد: میزان صادرات مرغ منجمد استان در نیمه نخست سال جاری را نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۰۰ درصد خوراک آماده شماره ۲۳، درصد افزایش مرغی ۴۸ درصد و محصولات دامی هفت درصد رشد داشته است. فتاحی افزود: یکی از موضوعات مهم وضیت تالاب مینان و آگیرها است که همه ساله ما مهاجرت پندنگان به تالاب مینان خطراتزای فضای افزایش پیدا می کند، در این راستا ۵۷۵ میلیون و ۵۷۵ هزار دوکس واکسن برای پیشگیری از آنفولازا، ۹ هزار پایش از تالابها و ۱۰ هزار و ۸۰۰ نمونه گیری آنفولازا و دیسازای فرزند دهد و در شش ماه نخست این بیماری از بیماران مشاهده نشده است. حجت‌الله نیرومند، رئیس نظام دامپزشکی استان مرکزی در این جلسه اظهار داشت: ۸۱۱ خط عضو نظام دامپزشکی استان مرکزی هستند است. در استان مرکزی افرادی که مشغول به کار هستند شامل ۲۳ درمانگاه عمومی و مراکز واکسیناسیون، ۳ درمانگاه اختصاصی برای حیوانات خانگی، ۲مورد فروش واکسن است. وی بیان کرد: در یکسال اخیر ۳۰۰ مورد صدور و تمدید پروانه انجام شده است. ۹ مورد پروانه همکار تمدید شد که ۲۲ مورد صدور و تمدید پروانه روبروخانه وجود داشته است. رئیس نظام دامپزشکی استان مرکزی گفت: نظام دامپزشکی طبق قانون کار صدور پروانه بهداشتی دامپزشکی را انجام می دهد که پروانه‌های صادره مربوط به دامپزشکان و بهره‌بردارهای تولیدکننده است.

مدیر شرکت ملی پخش فر آورده‌های نفتی منطقه گلستان با فرمانده نیروی انتظامی استان دیدار کرد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: همزمان با هفته انتظامی، مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان با فرمانده نیروی انتظامی دیدار کرده گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان در این دیدار دیدیم حسین مدیر منطقه ضمن تبریک هفته انتظامی، اظهارداشت: امنیت و آرامش ما مدیون بزرگمردانی است که در بقا و ثبات آنان، طلب حیات طیبه در گمنامی و بی نشانی است و بی اعتنا به رنک و لعاب زنبور دنیا، نوشته ای معنوی نثار ما شد.حجت‌الله حسینی افزود: فرمانده انتظامی الگو و نمونه ای خدمتگرای به نظام مکتب جمهوری اسلامی است که با تدبیر و تلاش شانه زوری خود نعمت امنیت را برای مردم ولایت مدار استان به ارمغان آورده است.در ادامه داگر فرمانده انتظامی استان ضمن تقدیر از مدیر و مجموعه همکاران شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی به سبب نگاه ویژه به نیروی انتظامی، تعامل و همکاری دستگهان اجرائی در پیشگیری و مبارزه با قاچاق سوخت و حفظ امنیت پایدار در تأسیسات شرکت را از مهمترین مسایل برشمرند.

تفاهمنامه مشترک گاز گلستان و دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول

گرگان – خبرنگار فرصت امروز:به گزارش روابط عمومی گاز گلستان – در این نشست که با حضور مدیرعامل شرکت گاز گلستان و رئیس دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول برگزار شد، تفاهنی طوبی گفت: باید قدم های محکمی به سوی کار آفرینی برداریم و به این امر مهم جامعه عمل پیشبینیم وی ادامه داد: از طریق دانشگاه و ظرفیت های موجود می توانیم بخشی از ناترازی های انرژی را کنترل کنیم.علی عبدالله طالبی در پایان نیز بر اجرائی مفاد مندرج و انجام بهینه و به‌موقع طرح‌ها و برنامه‌های تحقیقاتی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود و دانش یکدیگر تأکید کرد. شایان ذکر است طالبی پس از حضور بر سر گزارش شهادی گنهام این دانشگاه، از مؤثرانه‌های موجود بجهت پیینه سازی نیز بازدید بعمل آورد

تحقق ۹۹ درصدی برنامه نوسازی مسکن گلستان بر اساس برنامه هفتم توسعه

گرگان – خبرنگار فرصت امروز:مدیرکل راه و شهرسازی گلستان از ارتقای رتبه این استان در حوزه تحقق برنامه نوسازی و تحقق ۹۹ درصدی این برنامه بر اساس برنامه هفتم توسعه در شش ماه ابتدایی سال ۱۴۰۲ خبر دادبه گزارش اداره اطلاع رسانی راه و شهرسازی گلستانسید محمد حسینی، مدیرکل راه و شهرسازی گلستان با اشاره به تلاش هاوبرنامه های مستمر در حوزه نوسازی مسکن در استان اظهار کرد: برنامه استان گلستان در نیمه ابتدایی سال ۱۴۰۲ نوسازی هزار و ۵۰۰ واحد بود که گلستان موفق شده ۷۲۳ واحد مسکونی را در مرحله ساخت و نوسازی قرار دهد و این آمار نشان از پیوسته بودن پروژه با ۱۲۷ میلیارد تومان مربوط به شهرتسات پنجوثر، یک پروژه با ۴۲ میلیارد تومان در شهر آشتخانه، یک پروژه با اعتبار هشت میلیارد تومان در جابجمر، یک پروژه با اعتبار ۶۰ میلیارد تومان در گرمه و یک پروژه با ۲۰ میلیارد تومان در غلامان است. مدیرعامل شرکت گاز خراسان شمالی بیان اینکه متأسفانه کانرناوبی های استان از مشعل دوگانه سوزی استفاده نمی کنند. اضافه کرد: ناوبی های باید معرخن سوخت مایع داشته باشند و از مشعل دوگانه سوز استفاده نکنند.

هاشمی در پایان گفت: پیش‌بینی گرم سوخت مایع هال احمر، تجهیز

ناوبی‌ها به مشعل دوگانه سوز، ذخیرسازی سوخت مایع در ناوبی‌ها

بیمارستان‌ها، مراکز امدادی، نظامی و انتظامی از مهمترین اقدامات مراکز

حساس در راستای آمادگی ورود به فصل سرما است.

پلیس زاییده ایران سربلند است

بدیل خود در برگزاری باشکوه هفته انتظامی تقدیر و تشکر کرد. در پیام صادره فرمانده انتظامی استان آذربایجان شرقی آمده است:

بسم الله الرحمن الرحيم

«من لب یبکر المخلوق لب یبکر الخالق »

هفته انتظامی اسمال با شعار «پلیس هوشمند، مردم قانون مدار» با همدلی و همراهی مردم همیشه در صحنه خانواده معظم شهدا، هنرمندان و اصحاب رسانه، نهادهای فعالان فقه‌اند و رسانه ها، صدا و سیما و حمایت‌های نماینده محترم ولی فقیه در استان، استاندار فرهیخته استان و مسئولین کشوری و لشکری، با اجرای برنامه های متنوع در گستره استان آذربایجان شرقی به مدد الهی برگزار گردید.

سعی و تلاش انتظامی استان در طول این هفته بر این بوده که بتواند



فرصت امروز – ماهان فلاح: فرمانده انتظامی استان آذربایجان شرقی گفت: پلیس زاییده ایران سربلند است. سردار دکتر علی محمدی با انتشار پیامی از شهروندان و اقشار مختلف جامعه به سبب همراهی و هم صدایی بی

پنجوثر- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز خراسان شمالی گفت: صنایع استان نسبت به ذخیره سازی گاز و سوخت مایع اقدام کنند، تا مشکل ناترازی گاز برطرف گردد.

سید محمود هاشمی روز چهارشنبه ۱۸ مهرماه در نشست خبری اظهار کرد: با ورود صنایع استان به موضوع ذخیره سازی، ناترازی برطرف می شود و دیگری محدودیت در بخش خانگی و موضوعات پداندھی روبرو نخواهیم شد. وی تأکید کرد: اگر واحدهای صنعتی نسبت به برنامه ریزی برای خرید و توزیع بخاری های پرایزده و تحویل آن ها به خانواده‌های تحت پوشش نهادهای حمایتی اقدام کنند، مبالغه‌ناقص گاز مصرفی در فصل سرما به آن تحویل می‌شود. وی تأکید کرد: این مشوق‌ها تضمین شده است و حتی در شرایط بحرانی نیز شرکت ملی گاز خود را مکلف به انجام آن در صورت همکاری صنایع کرده است.

هاشمی گفت: برنامه ریزی صنایع برای استفاده از مشوق‌ها و تسهیلات احداث تاسیسات ذخیره سازی گاز در قالب Cng, Sng, Lng.

یک فریلنسر در حال کار در یک کافه

نویسنده: علی آل علی
کار کردن به عنوان یک فریلنسر (Freelancer) شاید در نگاه اول یک رویا به نظر برسد؛ چراکه تقریباً تمام ویژگی های دلخواه کارآفرینان را دارد. آزادبودن در انتخاب پروژه‌ها، تعیین ساعات کاری دلخواه و کار کردن از هر مکانی که دوست دارید؛ همه اینها دلایلی هستند که بسیاری از افراد را به سمت فریلنسینگ جذب می کنند، اما این آزادی‌ها همیشه به همان اندازه که به نظر می رسد، ساده و بی دردسر نیستند. زندگی به عنوان یک فریلنسر می تواند چالش های مخصوص به خود را به همراه داشته باشد و یکی از مهمترین آنها، مدیریت زمان است.

مدیریت زمان برای فریلنسرها مثل یک بازی پیچیده است. بدون داشتن یک ساختار مشخص مثل دفتر کاری یا ساعات کاری ثابت، خیلی راحت ممکن است در دام بی‌نظمی و ناتوانی در بهره‌وری بیفتید. به همین دلیل، اگرچه فریلنسینگ مزایای بسیاری دارد، اما بدون مدیریت صحیح زمان، ممکن است به جای یک سبک زندگی آزادانه، تبدیل به کابوسی پراسترس شود.

وضعیت شما به عنوان یک فریلنسر مثل قهرمان تکنواندویی است که به تنهایی باید ساعت و زمان تمرین خود را تنظیم کند. این در حالی است که در ورزش های گروهی چنین چالشی کمتر به چشم می خورد. بنابراین باید در کنار مزایای جذاب فریلنسری کمی هم که شده به فکر چالش های این حوزه بود.

ما در این مقاله قصد داریم به سختی های فریلنسینگ، مزایای این سبک کاری در مقایسه با الگوهای سنتی، مشکلات مربوط به مدیریت زمان فریلنسرها و در نهایت تکنیک هایی برای بهبود مدیریت زمان بپردازیم. اگر شما هم یک فریلنسر هستید یا به فکر واردشدن به دنیای فریلنسینگ هستید، این مقاله می تواند نکات مهمی را برای شما روشن کند. پس با ما همراه باشید تا ماجراجویی مان را شروع کنیم.

مزایای فریلنسینگ در مقایسه با دیگر الگوهای کاری اولین نکته‌ای که باید بدان توجه کنیم، مزایای فریلنسینگ در مقایسه با دیگر الگوهای کسب و کار است. خب اصلاً چرا یک کارآفرین باید فعالیت تیمی در قالب یک سازمان را رها کرده و به تنهایی در این مسیر بی انتها دست به تلاش و کوشش بزند؟ این مسئله‌ای است که ما در ادامه سعی در بررسی بیشتر آن خواهیم داشت.

آزادی در انتخاب پروژه‌ها

یکی از مهمترین مزایای فریلنسینگ، آزادی انتخاب است. برخلاف کارمندان تمام وقت که مجبورند برای یک شرکت خاص و تحت نظارت مستقیم مدیران کار کنند، فریلنسرها قدرت انتخاب پروژه‌ها و کارفرماهای خود را دارند. این نکته می دهد براساس علاقه‌ها و مهارت شان پروژه‌هایی را انتخاب کنند که واقعا برای شان جذاب باشد. وقتی شما می توانید پروژه‌ای را انتخاب کنید که به آن علاقه دارید، نه تنها کار برای تان لذت بخش تر می شود، بلکه کیفیت کارتان نیز به طور طبیعی افزایش می یابد.

آزادی عمل در دنیای کسب و کار پدیده‌ای بی نهایت مهم است. خیلی از کارآفرینان به خاطر همین مسئله به فکر رها کردن شغل فعلی و دنبال کردن آرزوهای خودشان می افتند. با این حساب اگر شما بلد باشید چطور از موقعیت تان به خوبی استفاده کنید، بدل به یک فریلنسر همیشه خوشحال خواهید شد.

همچنین، در الگوهای کاری سنتی، کارمندان مجبورند به مسیافت ها و تصمیمات مدیریتی شرکت پایبند باشند، حتی اگر با آنها موافق نباشند، اما فریلنسرها می توانند با مشتریانی که از نظر فرهنگی و حرفه‌ای با آنها هماهنگ هستند همکاری کنند. این انعطاف پذیری در انتخاب همکاران و پروژه‌ها یکی از بزرگ ترین مزایای فریلنسینگ است.

تنظیم ساعت کاری

در فریلنسینگ، شما مجبور نیستید هر روز صبح ساعت ۸ از خواب بیدار شوید و تا ساعت ۵ بعدازظهر پشت میز کار بنشیند. شما می توانید برنامه ریزی کنید که چه زمانی و چه مدتی کار کنید. اگر از آن دسته افرادی هستید که شب‌ها بهره‌وری بیشتری دارند، می توانید کارتان را در شب‌ها انجام دهید یا اگر دوست دارید وسط روز یک استراحت طولانی داشته باشید و بعدازظهرها کار کنید، هیچ مانعی وجود ندارد. این انعطاف در تنظیم ساعات کاری به فریلنسرها امکان می دهد که کار و زندگی شخصی خود را بهتر متعادل کنند.

در مقابل، کارمندان عادی مجبورند در چارچوب ساعات کاری مشخص کار کنند، حتی اگر در برخی از ساعات بهره‌وری پایینی داشته باشند. این موضوع می تواند منجر به احساس خستگی و بی انگیزگی شود. در فریلنسینگ، شما براساس ریتم طبیعی بدن خود کار می کنید و این باعث می شود که کارتان مؤثرتر و رضایت بخش تر باشد. اگر میانه خوبی با تنظیم ساعت کاری دارید، می توانید حسایی از فریلنسینگ لذت ببرید. این مسئله‌ای است که می تواند شرایط تان را به بهترین شکل ممکن تغییر دهد. خب خیلی از کارمندان عملاً با فعالیت در ساعت اداری

خودشان را زجر می دهند. این در حالی است که در سایر ساعت‌ها بهره‌وری به مراتب بیشتری دارند.

خداحافظی با بُعد مکان

یکی دیگر از جذابیت های بزرگ فریلنسینگ این است که شما می توانید از هر مکانی که دوست دارید کار کنید. برای بسیاری از فریلنسرها، این به معنای دوری از ترافیک و رفت وآندهای روزانه است. چه در خانه و چه در یک کافه دنج شما این آزادی را دارید که محیط کاری خود را انتخاب کنید. این امکان همچنین به فریلنسرها اجازه می دهد که

نگرانی های مالی و عدم ثبات شود. در نتیجه، فریلنسرها باید همیشه در حالت آماده باش باشند و به طور مداوم به دنبال پروژه های جدید بگردند تا از این نظر دچار مشکل نشوند.
اگر شما وضعیت مالی شکستنده‌ای دارید، شاید فریلنسینگ اوضاع تان را خیلی به هم بریزد. این مسئله ای است که می تواند در بلندمدت کارتان را نیز حساسی سخت کند. به همین خاطر باید قبل از ورود به این حوزه کمی از اوضاع مالی تان مطمئن شوید. خب شاید در ماه های اول



درآمدتان بی نهایت بی ثبات باشد. به همین خاطر کمی پس انداز هرگز ایده بدی نخواهد بود.

ادغام زندگی و کار

یکی دیگر از سختی های فریلنسینگ، نبود مرز مشخص بین زندگی شخصی و کاری است. وقتی شما در خانه کار می کنید یا ساعت کاری مشخصی ندارید، ممکن است خیلی راحت تمام روز و حتی شب را به کار اختصاص دهید و از زندگی شخصی خود غافل شوید. برخلاف کارمندان که بعد از ساعت ۵ بعدازظهر به خانه برمی گردند و از کار فاصله می گیرند، فریلنسرها همیشه در حال کار کردن هستند و این موضوع می تواند به مرور زمان منجر به فرسودگی شغلی شود.

بسیاری از کارمندان دوست ندارند پس از ساعت کاری دستت به سیاه و سفید بزنند. اگر شما هم جزو این دسته از افراد هستید، فریلنسر خوبی نخواهید شد. چراکه گاهی اوقات اصلاً فاصله‌ای میان کار و زندگی شخصی تان در این میان نخواهد بود. این مسئله‌ای است که باید از قبل به آن فکر کنید، وگرنه خیلی زود درگیرتان کرده و انگیزه تان را از بین خواهد برد.

برای بسیاری از فریلنسرها، ایجاد تعادل بین کار و زندگی شخصی چالشی بزرگ است. وقتی شما مسئول تمام جنبه های کاری خود هستید، از پیدا کردن پروژه‌ها تا مدیریت مشتریان و انجام پروژه‌ها، ممکن است دیگر فرصتی برای استراحت و تفریح نداشته باشید. این عدم تعادل می تواند به مرور زمان بر سلامت جسمی و روانی شما تأثیر منفی بگذارد.

یک ایده خوب در این میان تلاش برای اختصاص بخشی مشخص از خانه به کار است. به علاوه، شما همیشه امکان استفاده از فضای کار اشتراکی را نیز دارید. اینطوری اسن و حلال محل کار را کمی زنده خواهید کرد. در کنار این مسئله باید به تدریج با این نکته کنار بیایید که قرار نیست الزماً همتا ساعت در روز کار کنید؛ چراکه فریلنسینگ بسته به تعداد پروژه‌های در دسترس تان زمان کار متفاوتی نیاز دارد.

نیاز به مدیریت زمان

مدیریت زمان یکی از سخت ترین چالش هایی است که فریلنسرها با آن روبه رو هستند. وقتی شما به عنوان یک فریلنسر کار می کنید، هیچ کس نیست که شما را وادار به کار کند یا برنامه ریزی روزانه تان را برای تان تعیین کند. شما خودتان مسئول مدیریت زمان خود هستید و باید بتوانید بدون نظارت بی‌رونی کارهای تان را به موقع انجام دهید. این موضوع می تواند بسیار دشوار باشد، به ویژه برای افرادی که به راحتی حواس شان پرت می شود یا به تعویق انداختن کارها عادت دارند.

بی شک کسی که سال های سال به عنوان کارمند برنامه و استراتژی دیگران را اجرا کرده، حالا برای طراحی برنامه کمی سختی خواهد کشید. بد نیست در این میان کمی از مدیران بزرگ دنیا تقلید کنید. این مسئله نه تنها ابزادی ندارد، بلکه به شما برای موفقیت در دنیای کسب و کار کمک هم می کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دستت به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. چه بسا گفت وگویی کوتاه با یک مدیر بازنشسته نیز در این میان راهگشا باشد.

اگرچه آزادی زمانی یکی از مزایای بزرگ فریلنسینگ است، اما همین آزادی می تواند به یک تله تبدیل شود. بدون داشتن برنامه ریزی دقیق و نظم شخصی، خیلی راحت ممکن است ساعات ها را بی هدف بگذرانید و در پایان روز ببینید که هیچ کاری انجام نداده‌اید. این ناتوانی در مدیریت زمان نه تنها بهره‌وری شما را کاهش می دهد، بلکه می تواند باعث از دست رفتن پروژه‌ها و مشتریان شود.

بررسی چالش‌ها و راهکارهای مدیریت زمان در حوزه فریلنسری

دنیای فریلنسرها: جذاب اما پر از چالش

چالش های مدیریت زمان برای فریلنسرها تا اینجای کار خیلی خوب متوجه شده‌اید مدیریت زمان برای فریلنسرها امری حیاتی است. با این حال خیلی وقت ها یک فریلنسر نتوانایی مدیریت این حوزه به طور استاندارد را ندارد. به همین خاطر ما در ایسن مقاله قصد داریم برخی از نکات کلیدی را با شما در میان بگذاریم. ابتدا به سراغ چالش های مدیریت زمان رفته و سپس راهکارهای کلیدی در این رابطه را بررسی خواهیم کرد.

حواس پرتی محیطی

در بهبود مدیریت زمان کمک کند، تعیین ساعات کاری مشخص است. اگرچه فریلنسینگ به شما آزادی می دهد که هر زمانی که دوست دارید کار کنید، اما این به این معنا نیست که نباید یک برنامه روزانه داشته باشید. تعیین ساعات کاری ثابت، حتی اگر در خانه کار می کنید، به شما کمک می کند که نظم بیشتری داشته باشید و زمان مشخصی را به کار اختصاص دهید.

می توانید با تعیین یک بازه زمانی معین در هر روز شروع کنید. مثلاً از ساعت ۹ صبح تا ۱ بعدازظهر کار کنید و بعدازظهرها را به استراحت و فعالیت های شخصی اختصاص دهید. این برنامه به شما کمک می کند که نه تنها زمان خود را بهتر مدیریت کنید، بلکه از فرسودگی شغلی نیز جلوگیری کنید.

استفاده از تکنیک پومودور

تکنیک پومودور (Pomodoro) یکی از موثرترین روش‌ها برای مدیریت زمان و افزایش بهره‌وری است. در این تکنیک، شما کار خود را به بازه‌های ۲۵ دقیقه‌ای تقسیم می‌کنید و بعد از هر ۲۵ دقیقه کار، یک استراحت کوتاه ۵ دقیقه‌ای می‌کنید. بعد از چهار «پومودورو»، یک استراحت طولانی تر ۱۵ تا ۳۰ دقیقه‌ای انجام می‌دهید. شاید مسئله خیلی ساده به نظر برسد، اما این تکنیک به شما کمک می‌کند که تمرکز خود را حفظ کنید و از خستگی جلوگیری کنید. همچنین با تقسیم کردن زمان به بازه‌های کوتاه، احتمال تعویق کارها و حواس پرتی کاهش می‌یابد. یادتان باشد، گاهی اوقات لازم است فرآیند کار را بدل به یک نوع تفریح یا بازی کنید. این مسئله به شما کمک خواهد کرد تا مسئله کاری را خیلی ساده تر دنبال کرده و مشکلات تان را نیز خیلی بهتر مدیریت کنید.

اولویت‌بندی وظایف

یکی دیگر از تکنیک های مهم در مدیریت زمان، اولویت بندی وظایف است. فریلنسرها معمولاً با تعداد زیادی از وظایف و پروژه‌ها روبه‌رو هستند و اگر نتوانند اولویت بندی درستی داشته باشند، ممکن است در میان کارها گم شوند. برای اینکه بتوانید به طور مؤثر زمان خود را مدیریت کنید، باید وظایف را براساس اهمیت و فوریت آنها مرتب کنید.

یکی از روش های مفید برای اولویت بندی، استفاده از ماتریس ایزنهاور است. در این ماتریس، وظایف براساس دو معیار فوریت و اهمیت به چهار دسته تقسیم می‌شوند. نمای کلی ماتریس به این صورت است:

مهم و فوری

مهم ولی غیرفوری

غیرمهم ولی فوری

غیرمهم و غیرفوری

با استفاده از ایسن ماتریس، می‌توانید وظایف خود را به ترتیب اهمیت انجام دهید و از اتلاف زمان جلوگیری کنید. یادتان باشد، باید در بررسی اهمیت و فوریت کارها بی‌طرفانه قضاوت کنید. این مسئله به شما کمک خواهد کرد تا درک بهتری از فرآیند فریلنسینگ داشته‌و کارتان را نیز با سرعت بسیار بهتری مدیریت کنید. به همین خاطر ضروری است در فرآیند اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از این نکته بی‌نهایت مهم استفاده نمایید؛ چراکه با چنین ماتریسی امکان شناسایی مهمترین مخاطب یا مشتریان را نیز پیدا می‌کنید. بنابراین فرآیند فعالیت تان از حالت سخت و غیرانعطاف پذیر خارج خواهد شد. وقتی شما بدانید دقیقاً چه کاری را اول از همه باید انجام دهید، نظم بسیار خوبی در فعالیت تان حکمفرما خواهد شد. این مسئله‌ای است که به شما کمک می‌کند تا اثرگذاری بسیار خوبی بر روی بازار داشته‌و در طول زمان کارتان را توسعه دهید.

تمرین «نه» گفتن

یکی از مهارت‌های مهمی که هر فریلنسری باید یاد بگیرد، نه گفتن است. شاید در ابتدا سخت به نظر برسد، اما اگر شما به هر پروژه‌ای بله بگویید، در نهایت نخواهید توانست تمام کارها را به درستی انجام دهید و کیفیت کارتان کاهش خواهد یافت. یادگیری «نه» گفتن به پروژه‌هایی که واقعا نمی‌توانید مدیریت کنید یا به آنها علاقه‌ای ندارید، به شما کمک می‌کند که تمرکز بیشتری بر پروژه‌های مهمتر داشته باشید و زمان خود را بهتر مدیریت کنید.

بی‌شک فعالیت به عنوان فریلنسر جذابیت پذیری پروژه‌های متنوع را نیزسز دارد. با این حال اگر نتوانید میان پروژه‌ها و توانایی تان برای انجام کار تعادلی ایجاد کنید، تعداد پروژه‌ها عمل کنید، وگرنه اوضاع تان در یک چشم به هم زدن به هم خواهد ریخت. آن وقت دیگر نمی‌توانید اعتبار از دست رفته تان را بازگردانید.

نه گفتن کاری نیست که شما یک بار برای همیشه انجام دهید. در عوض بیشتر شبیه نوعی تمرین می‌ماند. همانطور که ورزشکاران برای تبدیل شدن به قهرمان های المپیک باید ماه‌ها و سال‌ها تمرین کنند، شما هم به عنوان یک فریلنسر باید همیشه نیم‌نگاهی به مسئله نه گفتن در طول زمان داشته‌باشید و شاید در ابتدا این کار برای تان خیلی سخت باشد، اما به مرور زمان همه چیز ساده تر خواهد شد.

سخن بایانی

مدیریت زمان یکی از چالش‌های بزرگ برای فریلنسرهاست، اما با استفاده از تکنیک‌های مناسب و برنامه ریزی دقیق، می‌توانید بهره‌وری خود را افزایش دهید واز فشارهای ناشی از ناپایداری درآمد و نبود نظم جلوگیری کنید. فریلنسینگ یک سبک زندگی جذاب است که به شما آزادی زیادی می‌دهد، اما این آزادی تنها در صورتی لذت بخش است که بتوانید به درستی زمان خود را مدیریت کنید و تعادل مناسبی بین کار و زندگی شخصی برقرار کنید.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین مسائل مربوط به دنیای فریلنسینگ را با شما در میان بگذاریم. حالا شما در موقعیتی هستید که باید از میان چالش‌ها و راهکارهای مختلف براساس وضعیت خودتان دست به انتخاب زده و کارتان را شروع کنید. یادتان نرود، هرچا به مشکل خوردید، کارشناس های ما همیشه آماده کمک به کسب و کارتان هستند. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://www.withmoxie.com/blog/how-to-manage-your-time-as-a-beginner-freelancer
https://www.linkedin.com/pulse/time-management-tips-freelancers-john-c-rampton

https://memberpress.com/blog/time-management-for-freelancers