

دوشنبه <p>۱۱ خرداد ۱۴۰۵</p>
Mon.1 Jun 2026
۱۵ ذوالحجه ۱۴۴۷ - سال نهم
شماره ۲۹۴۰
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

سرمقاله

امنیت غذایی فقط پر بودن انبار نیست

شورای سردبیری

خبر تداوم تأمین کالاهای اساسی و اطمینان دادن مسئولان درباره ذخایر استراتژیک، در روزهای بحران خبر مهمی است. هیچ اقتصادی بدون ذخایر مطمئن گندم، برنج، روغن، شکر، نهاده های دامی و سایر کالاهای ضروری نمی تواند در برابر شوک ها تاب بیآورد. اما از نگاه اقتصادی، امنیت غذایی فقط به معنای پر بودن انبارها نیست. مردم امنیت غذایی را در گزارش موجودی انبار تجربه نمی کنند؛ آن را در قفسه فروشگاه، خرید قیمتی کالا و در توان خرید ماهانه خود لمس می کنند.

در اقتصاد، میان «عرضه کالا» و «دسترسی موثر به کالا» تفاوت وجود دارد. ممکن است کالا در کشور موجود باشد، اما خانوار به دلیل قیمت بالا نتواند آن را به اندازه کافی مصرف کند. ممکن است ذخایر استراتژیک مناسب باشد، اما توزیع ناهمگون، احتکار، هزینه حمل و نقل یا ضعف نظارت باعث شود کالا دیر، گران یا نابرابر به دست مصرف کننده برسد. بنابراین وقتی از امنیت غذایی سخن می گوئیم، باید سه ضلع را همزمان ببینیم: موجودی کالا، قیمت قابل تحمل و دسترسی عادلانه.

ادامه در همین صفحه



فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



ذخایر کالاهای اساسی چقدر خیال بازار را راحت می کند؟

امنیت غذایی در روزهای بحران



در حالی که بهترین بنگاه اقتصاد نباشد و منابع مالی خود را هدر داده باشید.

تفکیک فعالیت مولد از غیرمولد؛ اما با چالش‌های جدی

این استاد دانشگاه در عین حال استفاده از مشوق‌های کلی (نه برای یک

صنعت خاص) را قابل بررسی دانست، اما نسبت به پیچیدگی تفکیک «فعالیت مولد» از «غیرمولد» هشدار داد. او با مثالی از اقتصاد آمریکا توضیح داد: در آمریکا تسهیلات خرید زمین و مسکن را فعالیت غیرمولد محسوب می کنند، اما در ایران نگاه ممکن است متفاوت باشد و شاید آن را غیرمولد ندانند. این حوزه هم

پر از حرف و حدیث است.

تأکید بر سیاست‌های غیر مستقیم به جای مداخله در قیمت؛

نمونه‌هایی از سیاست‌های احتیاطی برای حمایت از فعالیت‌های مولد
کارمان ندری، اقتصاددان و استاد دانشگاه، درباره گفنگوی خود با اشاره به امکان ایجاد «محرك‌های انگیزشی» برای هدایت منابع به سوی فعالیت‌های صنعتی یا مولد، بار دیگر هرگونه مداخله در سازوکار قیمت (نرخ بهره) را مردود دانست. ندری با بیان اینکه «را حل حمایت از تولید، مداخله در ساز و کار قیمت نیست بر اینکه نرخ بهره نباید دستکاری شود، تأکید کرد و افزود: راهکار درست، استفاده از سیاست‌های احتیاطی است.

این تحلیل‌گر اقتصادی برای روشن شدن ایده خود، مثال‌های عینی از ابزارهای بانکی را شرح داد: مثلا ضرب ریسک را برای محاسبه نسبت کفایت سرمایه، برای فعالیت‌های مولد پایین‌تر در نظر می‌گیرد. یا تخفیفاتی در سخت‌گیری اعطای وام اتخاذ شود. برای اعطای تسهیلات به فعالیت‌های صنعتی، تخفیفاتی قائل می‌شوند؛ مثلا نسبت وام به ارزش دارایی را پایین‌تر در نظر می‌گیرند. به گفته ندری، این سیاست‌های غیرمستقیم به شکل «کلی» قابل اعمال هستند و نمی‌توان برای یک صنعت خاص تصمیم گرفت.

تشخیص اولویت صنایع؛ کاری «بسیار سخت» که باید به خود

اقتصاد واگذار شود

ندری با تأکید بر دشواری تشخیص اینکه «ملاوam به خودروسازی بهتر است یا کشاورزی یا پتروشیمی»، گفت: این تشخیص واقعاً کار بسیار سختی هست، باید بگذاریم خود مکلیزم اقتصاد تعیین کند که وام بیشتر به سمت کشاورزی برود یا خودروسازی یا پتروشیمی.

او با تأکید بر اینکه با این روش منابع هدر می‌رود، هشدار داد که شیوه‌های

دستوری و هدایت تسهیلات توسط بانک مرکزی به سوی گروه خاصی از صنعتگران، نه تنها باعث رانت و فساد می‌شود، بلکه مهم‌تر از همه به تخصیص غیرکارآمد منابع منجر می‌شود.

اعتبار یعنی نقدینگی؛ اگر به صنعت ناکارآمد بروید، فقط تورم می‌آورد
کارمان ندری در ادامه به رابطه مستقیم اعتبار و نقدینگی اشاره کرد و هشدار داد: می‌دانید دیگر اعتبار یعنی نقدینگی. یعنی شما دارید نقدینگی خلق می‌کنید بالا، رشد اقتصادی پایین، رانت و فساد کرد. است. سیاست‌هایی که نتیجه‌اش این بوده، نمی‌توانم چه امری هست برای اینکه بخواهیم ادامه‌اش بدهیم.

آیا اولویت دادن به حوزه انرژی قبل از صنایع دیگر منطقی است؟
ندری در پاسخ به پرسشی درباره بحران و ناترازی انرژی در کشور و این موضوع که برخی معتقدند تا مسئله انرژی حل نشود، حتی سرمایه‌گذاری در صنایعی مانند فولاد، سیمان یا پتروشیمی پایین‌دستی با مشکل زیرساخت انرژی مواجه خواهند شد، تصریح کرد: ریشه بحران انرژی در جای دیگری است و اولویت قرار دادن حوزه انرژی مشکلی را حل نمی‌کند.

این اقتصاددان و استاد دانشگاه تصریح کرد: واقعیت این است که مشکل انرژی در اقتصاد ما به تحریم‌ها برمی‌گردد. جنگ اخیر هم به دلیل آسیب‌هایی که به زیرساخت‌های انرژی ما وارد کرده، مسئله را حادتر و بحرانی‌تر کرده است.

به گفته ندری، برای حل مسئله انرژی باید سیاست خارجی را به نقطه فرود مناسی رساند و تحریم‌ها را حل کرد.

مقایسه با همسایگان؛ فروش بیشتر نفت اما درآمد کمتر
ندری با ذکر مثالی از صنعت نفت گفت: شما ببینید ما بیشتر از خیلی از کشورهای دیگر ممکن است حتی نفت فروخته باشیم - به لحاظ مقداری درست است - ولی به دلیل تحریم‌ها خیلی کمتر از آنها درآمد داریم.

او افزود که در اثر تحریم‌ها، میزان سرمایه‌گذاری در حوزه انرژی بسیار کم بوده و ایران نسبت به کشورهای منطقه عقب مانده است.

منشأ خلق نقدینگی؛ تسهیلات بانکی راه‌حل نیست
این تحلیل‌گر اقتصادی تأکید کرد که نمی‌توان مسئله انرژی را با تسهیلات بانکی، وام یا اعتبار حل کرد. ریشه مشکل جای دیگر است و شما آنجا را باید درست کنید. تسهیلات بانکی در این زمینه آن مسئله را حل نمی‌کند.

ندری با توضیح ماهیت وام در اقتصاد گفت: وام منشأ خلق نقدینگی در اقتصاد

امنیت غذایی فقط پر بودن انبار نیست

ضروری نزدیک می‌کند. اما کالاپرگ نیز نباید جای سیاست اصلی را بگیرد. اگر تورم مهار نشود و درآمد واقعی خانوار افزایش نیابد، اعتبار کالاپرگ هر چند وقت یک بار از قیمت کالا عقب می‌ماند و اثر خود را از دست می‌دهد.

از منظر اقتصادی، مشکل اصلی زمانی شروع می‌شود که سیاست‌های جبرانی جای سیاست‌های اصلاحی را بگیرند. دولت هر بار با افزایش قیمت‌ها، حمایت تازه‌ای تعریف می‌کند؛ اما اگر ریشه تورم، کسری بودجه، ناترازی انرژی، ضعف وعده‌های کلی و جمله‌های تکراری درباره وفور کالا کافی نیست؛ بازار به نشانه‌های ملموس نیاز دارد. از سوی دیگر، امنیت غذایی بدون قدرت خرید معنا ندارد. ممکن است بازار از نظر فیزیکی پر باشد، اما سفره مردم کوچک شود. اگر خانوادگی به دلیل کاهش درآمد واقعی، تورم مواد غذایی یا افزایش هزینه‌های مسکن و درمان مجبور شود مصرف گوشت، لبنیات، برنج یا روغن را کاهش دهد، امنیت غذایی از نظر اقتصادی آسیب دیده است؛ حتی اگر هیچ کمبودی در فروشگاه‌ها وجود نداشته باشد. در ادبیات اقتصادی فقر غذایی فقط کمبود کالا

نیست؛ ناتوانی در خرید سبد غذایی کافی و سالم نیز نوعی ناامنی غذایی است. به همین دلیل، کالاپرگ و سایر حمایت‌های معیشتی در چنین شرایطی اهمیت پیدا می‌کند. کالاپرگ می‌تواند به خانوارهای کم‌درآمد کمک کند. حداقل بخشی از سبد غذایی خود را حفظ کنند. این سیاست، اگر درست اجرا شود، از پرداخت نقدی یا هدف موثرتر است، زیرا حمایت را به مصرف کالاهای

واقعی‌سازی نرخ‌ها، رانت و انحراف تسهیلات بانکی را از بین می‌برد

سال، ۲۰ سال دیگر را خواهیم کرد.

تورم مزمن، رشد پایین، رانت و فساد؛ امراری برای ادامه نیست؟

او در جمع‌بندی این بخش از سخنان خود گفت: این شیوه‌های نظارتی و این مدل تخصیص منابع و نظام اولویت‌بندی که به آن اشاره می‌شود - حالا من کاری به کشورهای دیگر ندارم، ولی تجربه کشور خودمان را نگاه کنید - شیوه‌هایی بوده که موثر نبوده نه تنها موثر نبوده، بلکه کشور را گرفتار تورم مزمن بالا، رشد اقتصادی پایین، رانت و فساد کرده است. سیاست‌هایی که نتیجه‌اش این بوده، نمی‌توانم چه امری هست برای اینکه بخواهیم ادامه‌اش بدهیم.

آیا اولویت دادن به حوزه انرژی قبل از صنایع دیگر منطقی است؟
ندری در پاسخ به پرسشی درباره بحران و ناترازی انرژی در کشور و این موضوع که برخی معتقدند تا مسئله انرژی حل نشود، حتی سرمایه‌گذاری در صنایعی مانند فولاد، سیمان یا پتروشیمی پایین‌دستی با مشکل زیرساخت انرژی مواجه خواهند شد، تصریح کرد: ریشه بحران انرژی در جای دیگری است و اولویت قرار دادن حوزه انرژی مشکلی را حل نمی‌کند.

این اقتصاددان و استاد دانشگاه تصریح کرد: واقعیت این است که مشکل انرژی در اقتصاد ما به تحریم‌ها برمی‌گردد. جنگ اخیر هم به دلیل آسیب‌هایی که به زیرساخت‌های انرژی ما وارد کرده، مسئله را حادتر و بحرانی‌تر کرده است.

به گفته ندری، برای حل مسئله انرژی باید سیاست خارجی را به نقطه فرود مناسی رساند و تحریم‌ها را حل کرد.

مقایسه با همسایگان؛ فروش بیشتر نفت اما درآمد کمتر
ندری با ذکر مثالی از صنعت نفت گفت: شما ببینید ما بیشتر از خیلی از کشورهای دیگر ممکن است حتی نفت فروخته باشیم - به لحاظ مقداری درست است - ولی به دلیل تحریم‌ها خیلی کمتر از آنها درآمد داریم.

او افزود که در اثر تحریم‌ها، میزان سرمایه‌گذاری در حوزه انرژی بسیار کم بوده و ایران نسبت به کشورهای منطقه عقب مانده است.

منشأ خلق نقدینگی؛ تسهیلات بانکی راه‌حل نیست
این تحلیل‌گر اقتصادی تأکید کرد که نمی‌توان مسئله انرژی را با تسهیلات بانکی، وام یا اعتبار حل کرد. ریشه مشکل جای دیگر است و شما آنجا را باید درست کنید. تسهیلات بانکی در این زمینه آن مسئله را حل نمی‌کند.

ندری با توضیح ماهیت وام در اقتصاد گفت: وام منشأ خلق نقدینگی در اقتصاد کرد. نظرات باید داده محور باشد؛ یعنی دولت باندن هر کالا را کجا وارد شده، در کدام انبار است، به کدام شبکه توزیع رفته و با چه قیمتی به مصرف‌کننده رسیده است. وقتی مسکن کالا شفاف باشد، احتکار، گران‌فروشی و انحراف از شبکه توزیع سخت‌تر می‌شود. اما اگر داده دقیق وجود نداشته باشد، برخوردها معمولاً پس از وقوع بحران انجام می‌شود و اثر پیشگیرانه ندارد.

در این میان، تولیدکننده نیز نباید فراموش شود. امنیت غذایی فقط حمایت از مصرف‌کننده نیست؛ حمایت از تولیدکننده واقعی نیز هست. کشورز، دامدار، مرغدار، کارخانه مواد غذایی، راننده حمل‌بار و فروشنده خرد، همه بخشی از زنجیره امنیت غذایی‌اند. اگر قیمت‌گذاری به گونه‌ای باشد که تولید صرفه نداشته باشد، اگر نهاده‌ها دیر برسد، اگر سرمایه در گردش تأمین نشود یا اگر انرژی و حمل و نقل دچار اختلال شود، تولیدکننده ضعیف می‌شود و در نهایت مصرف‌کننده آسیب می‌بیند. اقتصاد سالم میان دو خطای رایج گرفتار نمی‌شود: به بازار را کاملاً رها می‌کند و به باسزکوب قیمت، تولید را از نفس می‌اندازد. در کالاهای اساسی، دولت باید نقش تنظیم‌گر هوشمند داشته باشد. یعنی از یک سو اجازه ندهد فشار قیمت‌ها سفره مردم را تهدید کند و از سوی دیگر، تولیدکننده را مجبور نکند با زیان کار کند. اگر این تعادل حفظ نشود، یا قیمت‌ها به مردم فشار می‌آورد، یا تولید کاهش می‌یابد و کمبود ایجاد می‌شود. از نگاه یک اقتصاددان، امنیت غذایی چهار پایه‌-عدا تأمین پایدار، توزیع

صندوق‌های بازسازی صنایع فعال می‌شود

مشاور رئیس‌جمهور در امور همکاری‌های اقتصادی، با اشاره به پیگیری‌ها برای تسهیل روند پرداخت تسهیلات بانکی به صنایع پس از جنگ اخیر، از ایجاد و فعال‌سازی صندوق‌های ویژه بازسازی و نوسازی صنایع با مشارکت بخش خصوصی و بانک‌ها خبر داد.

معصومه آقاپور- مشاور ریاست جمهوری در امور همکاری‌های اقتصادی - در جمع...

بازگشت اعتماد یا موج نقدینگی؟

بورس در تب خرید

فرصت امروز: بازار سرمایه بار دیگر در صدر اخبار اقتصادی قرار گرفته است. رشد پرقدرت شاخص کل، سبزپوشی گسترده نمادها و ورود قابل توجه پول حقیقی به بورس، این پرسش را زنده کرده است که آیا تالار شیشه‌ای در حال بازگشت به روزهای اعتماد است یا فقط موج تازه‌ای از نقدینگی سرگردان، برای مدتی کوتاه از بازارهای دیگر به سمت سهام حرکت کرده است؟ در ظاهر، تابولی بورس تصویری امیدوارکننده نشان می‌دهد؛ شاخص بالا رفته، صف‌های خرید شکل گرفته و بخش بزرگی از بازار در محدوده مثبت معامله شده است. اما تجربه سال‌های گذشته به سهامداران آموخته که سبز شدن بازار، همیشه به معنای بازگشت پایدار اعتماد نیست. بورس ایران در سال‌های اخیر بارها میان امید و ناامیدی رفت و برگشت داشته است. دوره‌هایی از رشد سریع، ورود سرمایه‌گذاران تازه، توصیه‌های حمایتی و صف‌های خرید، خیلی زود با اصلاح سنگین، صف‌های فروش و خروج پول همراه شده است. به همین دلیل، رشد امروز بورس اگرچه برای فعالان بازار خبر خوبی است، اما هنوز با احتیاط تفسیر می‌شود. بسیاری از سهامداران خرد، هنوز خاطره زبان‌های گذشته را فراموش نکرده‌اند و می‌پرسند این بار چه چیزی تغییر کرده است؟ آیا سودآوری شرکت‌ها بهتر شده، سیاست‌گذار قابل‌پیش‌بینی‌تر شده و بازار به ثبات رسیده است یا فقط نقدینگی برای فرار از ریسک‌های ارز، طلا و تورم...

۲

سخنگوی صنعت آب کشور تشریح کرد

ملزومات عبور از تابستان بدون بحران آب

۲

مدیریت و کسب‌وکار

جمع‌بندی سخنرانی فروش با پایانی تاثیر گذار

در جلسات کاری یک برند به‌طور معمول از حوزه‌های بسیار زیادی بحث به میان می‌آید. در این میان مسئله فروش یکی از مهمترین حوزه‌ها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در بازار به دلیل ناتوانی برای کسب نتایج مناسب در عرصه فروش خیلی زود جایگاه‌شان را به رقبای می‌دهند. درست به همین خاطر استفاده درست از جایگاه برند و تلاش برای فروش در بالاترین حد ممکن امری ضروری محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و توانایی شما را نیز در این میان به‌طور چشمگیری افزایش خواهد داد. یادتان باشد امروزه بسیاری از برندها برای فروش بهتر در جلسات کاری‌شان بحث‌های متعددی دارند. در این میان نیز فقط ایده‌های عالی و بی‌عیب و نقص فرصت اجرا پیدا خواهند کرد. از سوی دیگر در جلسات مشترک میان دو برند برای خرید و فروش محصولات نیز سخنرانی...



است. وقتی شما در حوزه سرمایه‌گذاری مشکل دارید و توانه نقد نفروشنید - یا اگر می‌فروشید مجبورید با تخفیفات ویژه بفروشید - تازه وقتی با تخفیفات ویژه می‌فروشید، دسترسی به منابع ارزی حاصل از آن نفت ندارد. کالاهایی که می‌خواهید با آن منابع ارزی وارد کنید خیلی بر هزینه خرابتان در می‌آید. ندری هشدار داد: این‌ها را حل نکنید و فقط بخواهید با اعطای وام و تسهیلات مشکل را حل کنید، وام و تسهیلات تبدیل به تورم می‌شود و هیچ تغییری در وضعیت شما ایجاد نمی‌کند. این اقتصاددان در ادامه گفت: تا زمانی که نرخ انرژی، ارز و بهره بر اساس واقعیت‌های امروز تعیین نشود، هرگونه وام‌دهی تنها به رشد بانه پولی منجر خواهد شد. کارمان ندری با اشاره به تفاوت روبرگرد ایران و آمریکا در مواجهه با شوک‌های انرژی، «واقعی نبودن نرخ‌ها» را گره کور اقتصاد ایران معرفی کرد و هشدار داد مداخله دولت در سازوکار قیمت‌گذاری، به‌روپوری اقتصاد را تضعیف و تسهیلات بانکی را به تورم بدل کرده است.

این استاد اقتصاد دانشگاه اظهار داشت: واقعی بودن نرخ، شرط اساسی عدم انحراف از اهداف تأمین مالی است. در صورت واقعی شدن نرخ‌ها، هم تأمین مالی به هدف خود اصابت می‌کند و هم هر طرح اقتصادی را به نظر گرفتن صرفه و زیان خود تصمیم می‌گیرد که از تسهیلات استفاده کند یا خیر.

ندری برای تبیین موضع خود، به مقایسه اقتصاد ایران و آمریکا در شرایط بحران پرداخت و گفت: در اقتصاد آمریکا در زمان گرایی و جنگ، قیمت انرژی افزایش یافت و هیچ نهادی مانع از این افزایش نشد. اما در ایران، بنزین و حامل‌های انرژی همچنان با قیمت‌های پیش از جنگ خرید و فروش می‌شود.

وی افزود: وقتی ۲۰ درصد عرضه انرژی جهان از تنگه هرمز و خلیج فارس تأمین می‌شود و این مسیر مختل شده است، این واقعیت باید در جایی منعکس شود. تنها ابزار بازتاب این واقعیت، قیمت است. به همین دلیل در آمریکا جلوی افزایش قیمت گرفته نمی‌شود، چرا که رفتارهای اقتصادی باید بر اساس واقعیات امروز شکل بگیرد. این تحلیل‌گر اقتصادی در پایان به نقد سیاست‌های داخلی پرداخت و تصریح کرد: مداخله در سازوکار قیمت در اقتصاد ایران - که هم اکنون در بازار انرژی، نرخ بهره و نرخ ارز قابل مشاهده است- به ناکارآمدی کلان اقتصادی دامن زده است. وی تأکید کرد: نتیجه این مداخلات، کاهش به‌روپوری و خستگی شدن تسهیلات بانکی است. با وجود تداوم اعطای وام و تسهیلات، جز تورم، دستاورد دیگری از این سیاست‌ها عاید اقتصاد نشده است.

کارآمد، قدرت خرید خلوار و اعتماد عمومی، هر کدام از این پایه‌ها آسیب ببینند، کل ساختمان امنیت غذایی نرزان می‌شود. پر بودن انبارها پایه اول است، اما سه پایه دیگر هم به همان اندازه حیاتی‌اند. اگر کالا باشد اما توزیع نرسد، امنیت نیست. اگر کالا برسد اما مردم توان خرید نداشته باشند، امنیت نیست. اگر کالا و قیمت قابل قبول باشد اما مردم به استمرار عرضه اعتماد نکنند، باز هم آرامش بازار شکننده است. سرمقاله امروز بر همین نکته تأکید دارد: معیار موفقیت سیاست غذایی، موجودی انبار نیست؛ آرامش سفره مردم است. دولت باید ذخایر کافی داشته باشد، اما باید به همان اندازه به قیمت، توزیع، کالاپرگ، نظارت، تولید داخلی و اطلاع‌رسانی صادقانه توجه کند. مردم از دولت انتظار ندارند فقط بگوید کالا هست، انتظار دارند در فروشگاه ببینند کالا هست، بتوانند آن را بخرند و مطمئن باشند فردا هم دچار کمبود نخواهند شد.

در نهایت، امنیت غذایی در روزهای بحران، آزمون کارآمدی اقتصادی است. این آزمون با عده‌های بزرگ درباره ذخایر آغاز می‌شود. اما در خانه مردم سنجیده می‌شود. اگر خانوار بتواند با درآمد خود سبد غذایی قابل قبول تهیه کند، اگر کالا در دسترس باشد، اگر قیمت‌ها قابل پیش‌بینی باشد و اگر دولت با صداقت و شفافیت بازار را مدیریت کند، جامعه احساس امنیت خواهد کرد. وگرنه حتی انبارهای پر نیز نمی‌توانند نگرانی مردمی را که سفره‌شان کوچک شده از بین ببرند.

خبرنامه

گواهی اسقاط خودرو ۶۰ میلیونی می‌شود؟

در حالی که قیمت گواهی اسقاط خودروهای سواری طی سه سال گذشته روی رقم ۳۵ میلیون تومان ثابت مانده بود، شنیده‌ها از احتمال افزایش این نرخ به ۶۰ میلیون تومان حکایت دارد. هر چند این موضوع هنوز به‌صورت رسمی اعلام نشده، اما فعالان حوزه اسقاط معتقدند بازنگری در قیمت‌ها می‌تواند انگیزه مالکان خودروهای فرسوده برای مشارکت در طرح‌های نوسازی را افزایش دهد.

به گزارش ایسنا، طی سه سال اخیر، قیمت گواهی اسقاط برای خودروهای سواری ۳۵ میلیون تومان بود در حالی که قیمت خودرو طی این مدت بارها توسط خودروسازان با افزایش دوره‌ای روبرو شده و حتی در مصوبه اخیر شورای رقابت نیز، از اردیبهشت ماه سال جاری به بعد، پیش فروش خودروها توسط خودروسازان در زمان تسویه نهایی توسط متقاضی یا خریدار با احتساب تورم محاسبه خواهد شد و طبق گفته بسیاری از فعالان این حوزه به دلیل عدم بازنگری دوره‌ای در قیمت‌ها و سیاست‌گذاری‌هایی که منافع عمومی را مد نظر قرار نمی‌دهد، مالکان خودروهای فرسوده هیچ رغبتی برای مشارکت در طرح‌های نوسازی و جایگزینی خودروهای فرسوده ندارند.

بر اساس برخی شنیده‌ها و متعاقب آن پیگیری‌های صورت گرفته از سوی ایسنا، به نظر می‌رسد که احتمالاً قیمت گواهی اسقاط خودرو به ۶۰ میلیون تومان افزایش پیدا کند. با این حال هنوز به صورت رسمی و از سوی مراجع، این افزایش قیمت اعلام نشده و احتمالاً در روزهای آینده شاهد این خبر باشیم. در همین زمینه امیر احمدی – رئیس هیات مدیره انجمن صنفی مراکز اسقاط خودرو خراسان رضوی – در گفت‌وگو با ایسنا گفت: براساس قانون برنامه هفتم توسعه در حوزه گواهی اسقاط خودرو، متولی قیمت‌گذاری سازمان حمایت نیست؛ به عبارتی انجمن‌های مراکز اسقاط با تشکل‌های این حوزه به سازمان حمایت، قیمت‌ها را اعلام می‌کنند و قیمت هر ماه اعلام می‌شود، اما بر اساس آیین نامه مربوطه و قانون برنامه هفتم توسعه مقرر بوده که هر شش ماه یکبار قیمت گواهی اسقاط خودرو به روز رسانی شود.

وی افزود: مسئله اصلی این است که عرضه و تقاضا با یکدیگر همخوانی ندارد و فضای ایجاد شده به شکلی است که گواهی‌هایی که از قبل توسط مراکز اسقاط خودرو بر روی صفحه قرار گرفته و هنوز به فروش نرسیده است نیز باید با همان قیمت قبلی به فروش برسند و این در حالی است که این گواهی‌ها هنوز به فروش نرسیده و سوالی که مطرح می‌شود این است که مگر خودروسازها، خودرویی را که هنوز به فروش نرسانده و یا پیش فروش نکرده‌اند را با قیمت قیل به فروش می‌رسانند و می‌توان گفت که شاهد دو نرخ بودن گواهی اسقاط خودرو خواهیم بود.

رئیس هیات مدیره انجمن صنفی مراکز اسقاط خودرو خراسان رضوی در پایان گفت: امروز خودرو جدید به نرخ روز محاسبه و تولید می‌شود و باید در این باره به صورت شفاف اطلاع رسانی صورت گیرد؛ چراکه براساس شنیده‌ها افزایش قیمت گواهی‌ها تنها برای آن دسته از گواهی‌هایی باشد که پس از این بر روی صفحه عرضه شوند و شامل گواهی‌هایی که تا پیش از این عرضه شده و به فروش نرسیده‌اند نیست.

افزایش درآمد کشتیرانی خزر درپی فعال‌تر شدن بنادر شمالی تحولات اخیر در مسیرهای تجاری کشور، نقش بنادر شمالی را در زنجیره حمل‌ونقل و تجارت خارجی پررنگ‌تر کرده است. در پی تغییرات ایجاد شده در مناسبات منطقه‌ای و بین‌المللی، توجه سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی به توسعه کریدورهای شمالی و افزایش ظرفیت بنادر حاشیه خزر بیش از گذشته جلب شده است؛ بنابراین که هم آمار تجارت‌شان افزایشی بوده و هم عملکرد شرکت‌های کشتیرانی‌اش.

به گزارش ایسنا، این تغییر رویکرد نه تنها موجب افزایش حجم مبادلات از مسیر شمال کشور شده، بلکه آثار آن در عملکرد شرکت‌های فصال در حوزه حمل و نقل دریایی و کشتیرانی نیز قابل مشاهده است.

در همین راستا، آمارهای منتشر شده از برخی شرکت‌های کشتیرانی نشان می‌دهد که هم‌زمان با افزایش فعالیت بنادر شمالی، درآمد این شرکت‌ها نیز روندی صعودی را تجربه کرده است. به نظر می‌رسد تقویت جایگاه کریدورهای شمالی و رشد جا به جایی کالا از این مسیر، فرصت‌های تازه‌ای را برای صنعت حمل و نقل دریایی کشور فراهم کرده است.

اما پس از جنگ رمضان و تغییراتی که در مناسبات تجاری کشور رخ داد، توجه به کریدورها و مسیرهای تجاری جایگزین بنادر جنوبی به یکی از موضوعات مهم در میان مسئولان، تجار و فعالان اقتصادی تبدیل شد. طی نزدیک به دو ماه گذشته، بخش قابل توجهی از جریان تجارت کشور به سمت بنادر شمالی هدایت شده و همین موضوع باعث افزایش اهمیت این بنادر در شبکه لجستیکی کشور شده است. در همین راستا، رئیس‌جمهور نیز اخیراً دستوراتی را برای تسهیل و توسعه فرآیند نقل و انتقال کالا از طریق بنادر شمالی صادر کرده است.

بررسی صورت‌های مالی و عملکرد شرکت‌های فعال در این حوزه نشان می‌دهد که این چرخش تجاری با نتایج مثبتی همراه بوده و رشد تجارت از مسیر شمال کشور را تأیید می‌کند. از جمله این شرکت‌ها، شرکت کشتیرانی خزر با نماد «حخزر» است که گزارش عملکرد آن از افزایش درآمدهای عملیاتی در ماه‌های اخیر حکایت دارد.

بر اساس اطلاعات منتشر شده، درآمدهای شناسایی شده این شرکت از ابتدای سال مالی تا پایان دوره منتهی به ۳۱ اردیبهشت ۱۴۰۵ در بخش سایر خدمات به ۲۲۶ میلیارد و ۲۵ میلیون ریال، در بخش درآمد حمل شناورهای ملکی به ۵۸۴۹ میلیارد و ۳۵۱ میلیون ریال و در بخش درآمد حمل شناورهای استیجاری به ۹۹۰ میلیارد و ۷۹۴ میلیون ریال رسیده است. مجموع درآمدهای شناسایی‌شده شرکت در این دوره نیز ۷۰۶۶ میلیارد و ۱۷۰ میلیون ریال گزارش شده است.

همچنین عملکرد مالی این شرکت در دوره منتهی به ۲۹ اسفند

سال گذشته نشان می‌دهد که درآمد بخش سایر خدمات ۶۷۷

میلیارد و ۱۳۴ میلیون ریال، درآمد حمل شناورهای ملکی ۲۱

هزار و ۶۷۳ میلیارد و ۲۶۳ میلیون ریال، درآمد خدمات نمایندگی

۱۲۷ میلیارد و ۴۴۶ میلیون ریال و درآمد حمل شناورهای

استیجاری ۳ هزار و ۶۳ میلیارد و ۵۸۰ میلیون ریال بوده است.

فرصت امروز: بازار سرمایه بار دیگر در صدر اخبار اقتصادی قرار گرفته است. رشد پرقدرت شاخص کل، سبزپوشی گسترده نمادها و ورود قابل توجه پول حقیقی به بورس، این پرسش را زنده کرده است که آیا تالار شیشه ای در حال بازگشت به روزهای اعتماد است یا فقط موج تازه ای از نقدینگی سرگردان، برای مدتی کوتاه از بازارهای دیگر به سمت سهام حرکت کرده است؟ در ظاهر، تابلوی بورس تصویری امیدوارکننده نشان می دهد؛ شاخص بالا رفته، صف های خرید شکل گرفته و بخش بزرگی از بازار در محدوده مثبت معامله شده است. اما تجربه سال های گذشته به سهامداران آموخته که سبز شدن بازار، همیشه به معنای بازگشت پایدار اعتماد نیست.

بورس ایران در سال های اخیر بارها میان امید و ناامیدی رفت و برگشت داشته است. دوره هایی از رشد سریع، ورود سرمایه گذاران تازه، توصیه های حمایتی و صف های خرید، خیلی زود با اصلاح سنگین، صف های فروش و خروج پول همراه شده است. به همین دلیل، رشد امروز بورس اگرچه برای فعالان بازار خبر خوبی است، اما هنوز با احتیاط تفسیر می شود. بسیاری از سهامداران خرد، هنوز خاطره زبان های گذشته را فراموش نکرده اند و می پرسند این بار چه چیزی تغییر کرده است؟ آیا سودآوری شرکت ها بهتر شده، سیاست گذار قابل پیش بینی تر شده و بازار به ثبات رسیده است یا فقط نقدینگی برای فرار از ریسک های ارز، طلا و تورم، به سمت سهام آمده است؟

سبزپوشی بازار؛ نشانه رونق یا موج روانی؟

وقتی ۹۹ درصد بازار سبزپوش می شود، اولین برداشت این است که تقاضا به شکل گسترده بر عرضه غلبه کرده است. این اتفاق از نظر روانی اهمیت زیادی دارد. سهامدارانی که ماه ها با رکود، بی اعتمادی و کم رمقی معاملات روبه رو بودند، با دیدن رشد فراگیر نمادها دوباره به بازار نگاه می کنند. سرمایه گذارانی که در حاشیه نشسته بودند، احساس می کنند شاید موج جدیدی آغاز شده و اگر دیر وارد شوند، از رشد جا می مانند.

اما در بازار سرمایه، رشد فراگیر همیشه به معنای رونق بنیادی نیست. گاهی بازار به دلیل حمایت های بیرونی، محدودیت عرضه، انتظارات تورمی یا حرکت پول های کوتاه مدت، به صورت یکپارچه مثبت می شود. چنین رشدی اگر با افزایش واقعی سودآوری شرکت ها، بهبود تولید، شفافیت سیاست های اقتصادی و افزایش نقدشوندگی همراه نباشد، ممکن است دوام زیادی نداشته باشد.

ورود پول حقیقی یکی از نشانه های مهم تغییر فضای بازار است. وقتی سرمایه گذاران حقیقی پول وارد بورس می کنند، یعنی بخشی از اعتماد یا دست کم امید به بازدهی دوباره شکل گرفته است. اما جنس این پول مهم است. اگر پول واردشده بلندمدت و تحلیلی باشد، می توانند به عمق بازار کمک کند. اما اگر پول صرفاً برای نوسان گیری و موج سواری وارد شده باشد، با اولین اصلاح جدی یا خبر منفی، ممکن است همان سرعتی که آمده، خارج شود.

بورس در برابر ارز و طلا

یکی از دلایل احتمالی رشد اخیر بورس، جابه جایی نقدینگی از بازارهای موازی است. در اقتصاد تورمی، مردم به دنبال حفظ ارزش دارایی خود هستند. گاهی این نقش را دلار بازی می کند، گاهی طلا، گاهی مسکن و گاهی بورس. هر وقت یک بازار به نقطه اشباع، رکود یا ریسک بالا می رسد، بخشی از پول به دنبال مقصد تازه می گردد. بورس در چنین شرایطی می تواند جذاب شود؛ به ویژه وقتی بسیاری از سهام از نظر فعالان بازار نسبت به دارایی ها و سودآوری بالقوه، عقب مانده تلقی شوند.

گذر از سیاست گذار نیز ورود نقدینگی به بورس می تواند مطلوب باشد. اگر پول به جای ورود به بازار ارز و طلا وارد سهام شود، فشار تقاضا در بازارهای حساس کمتر می شود و انتظارات تورمی تا حدی مهار می شود. به همین دلیل، دولت ها معمولاً در دوره هایی که بازار

بازگشت اعتماد یا موج نقدینگی؟

بورس در تب خرید



ارز مستعد التهاب است، به تقویت بورس علاقه نشان می دهند. اما این سیاست فقط زمانی موفق است که بورس به ابزار کوتاه مدت کنترل بازارهای دیگر تبدیل نشود.

بازار سرمایه اگر قرار باشد نقش مقصد پایدار نقدینگی را بازی کند، باید برای سرمایه گذار امنیت، شفافیت و امکان خروج فراهم کند. مردم به بازاری اعتماد می کنند که در روزهای خوب و بد، قواعد آن روشن باشد. اگر بورس فقط در روزهای نیاز سیاست گذار مورد توجه قرار گیرد و در روزهای بحران به حال خود رها شود، نمی تواند جایگزین پایدار دلار و طلا شود.

اعتماد سهامدار خرد هنوز شکننده است

مسئله اصلی بورس امروز، عدد شاخص نیست؛ اعتماد است. شاخص می تواند در چند روز ده ها هزار واحد رشد کند، اما اعتماد سهامدار خرد در چند روز ساخته نمی شود. اعتماد زمانی شکل می گیرد که سرمایه گذار مطمئن باشد بازار نقدشونده است، اطلاعات شرکت ها به موقع منتشر می شود، تصمیم های ناگهانی سود صنایع را نابود نمی کند و قواعد معاملاتی برای همه یکسان است.

بخش بزرگی از سهامداران خرد در دوره های گذشته احساس کردند در زمان رونق به بورس دعوت شدند، اما در زمان ریزش تنها ماندند. همین تجربه، رابطه مردم با بازار سرمایه را آسیب پذیر کرده است. حالا اگر بازار دوباره رشد می کند، سیاست گذار باید مراقب باشد این فرصت به موج هیجانی تازه تبدیل نشود. بازگشت مردم به بورس اگر بدون آموزش، بدون شفافیت و بدون هشدار نسبت به ریسک ها باشد، ممکن است بار دیگر به زبان گروهی از سرمایه گذاران تازه وارد تمام شود.

سهامدار خرد بیش از هر چیز از قفل شدن بازار می ترسد. ترس از صف فروش، ترس از توقف طولانی نمادها، ترس از تغییر مقررات و ترس از دخالت های ناگهانی، عواملی هستند که حتی در بازار مثبت نیز ذهن سرمایه گذار را مشغول می کنند. این نگرانی ها بر طرف نشود، رشد شاخص ممکن است بیشتر به سود نوسان گیران کوتاه مدت تمام شود تا سهامداران بلندمدت.

نقش سیاست گذار؛ حمایت یا هدایت مصنوعی؟

حمایت از بازار سرمایه اگر به معنای بهبود ساختار بازار، افزایش شفافیت، تقویت نقدشوندگی و کاهش ریسک های سیستمی باشد، اقدامی ضروری و قابل دفاع است. اما اگر حمایت به معنای سبزی نگه داشتن مصنوعی تابلو یا هدایت دستوری نقدینگی به سمت سهام باشد، می تواند خطرناک باشد. بازار سرمایه با دستور رشد پایدار نمی سازد. رشد پایدار از سودآوری شرکت ها، ثبات اقتصاد کلان، اعتماد سرمایه گذار و کیفیت سیاست گذاری می آید.

یکی از مشکلات همیشگی بورس، اثر تصمیم های بیرونی بر سود شرکت هاست. نرخ بهره، قیمت گذاری دستوری، نرخ خوراک، عوارض صادراتی، محدودیت انرژی، سیاست ارزی و مالیات، همگی می توانند

سخنگوی صنعت آب کشور تشریح کرد

ملزومات عبور از تابستان بدون بحران آب

میلیارد و ۸۶۰ میلیون مترمکعب است که نسبت به سال گذشته حدود ۳۰ درصد افزایش دارد و میزان پرشدگی کلی سدهای کشور به حدود ۶۷ درصد رسیده است.

سخنگوی صنعت آب کشور با تاکید بر شرایط خاص تهران اظهار کرد: وضعیت تهران آبی کاملاً متفاوت است و درصد پرشدگی سدهای تهران تنها ۲۷ درصد است؛ در حالی که میانگین کشوری ۶۷ درصد است و این دو اصلاً قابل مقایسه نیستند. محدوده تهران آبی شامل استان تهران، البرز و بخش‌هایی از قزوین است که از منابع آب مشترک شامل منابع زیرزمینی و سدهای طالقان، امیرکبیر، لار، لتیان و ماملو استفاده می‌کنند.

بزرگ‌زاده درباره وضعیت برخی سدهای مهم کشور نیز گفت: سد امیرکبیر ۶۸ درصد، سد لار تنها ۸ درصد، سد طالقان ۴۹ درصد، سد لتیان ۸۹ درصد و سد ماملو ۱۶ درصد پرشدگی دارد.

وی همچنین با اشاره به وضعیت منابع آبی مشهد افزود: سد دوستی که نقش مهمی در تأمین آب مشهد دارد، تنها ۵ درصد پرشدگی دارد و شرایط مطلوبی ندارد. همچنین سد ساوه ۹ درصد و سد کمال‌صالح ۲۶ درصد پرشدگی دارند. در حال حاضر تهران، کرج، مشهد، اراک و ساوه بیش از سایر مناطق به مدیریت مصرف آب نیاز دارند.

کشور وارد ترسالی نشده است

وی با بیان اینکه کشور وارد ترسالی نشده است، گفت: سال گذشته دوسوم مناطق کشور کم‌بارش بودند اما امسال این نسبت برعکس شده و حدود یک‌سوم کشور همچنان کم‌بارش است. بنابراین حدود ۳۵ میلیون نفر همچنان در تنش آبی قرار دارند و ادعای ورود کشور به ترسالی با داده‌های علمی و واقعیات اقلیمی سازگار نیست.

بزرگ‌زاده درباره احتمال جیره‌بندی آب در تابستان نیز اظهار کرد: جیره‌بندی نه برای شهروندان خوب است، نه برای شبکه آب و نه برای منابع آبی. مدیریت مصرف راهکار مناسب‌تری است. جیره‌بندی باعث وارد شدن ضربه به شبکه لوله‌کشی و افزایش نشت آب می‌شود و تجربه‌های گذشته نیز نشان داده که موجب افزایش مصرف و هدررفت آب خواهد شد.

سخنگوی صنعت آب کشور تاکید کرد: با مدیریت مصرف ۱۵ تا ۲۰ درصدی می‌توان بدون نیاز به جیره‌بندی، تابستان را پشت سر گذاشت. وی در ادامه با اشاره به راهکارهای ساده صرفه‌جویی گفت: کاهش

به سرعت ارزش گذاری سهام را تغییر دهند. سرمایه گذار وقتی می بیند سودآوری یک صنعت با یک بخش‌نامه دگرگون می شود، طبیعی است که نگاه کوتاه مدت پیدا کند.

اگر دولت می خواهد بورس را به محل جذب پایدار نقدینگی تبدیل کند، باید بیش از هر چیز از تصمیم های ناگهانی پرهیز کند. بازار سرمایه نیازمند پیش بینی پذیری است. سرمایه گذار باید بتواند آینده یک شرکت را بر اساس داده های اقتصادی تحلیل کند، نه اینکه هر روز منتظر خبر تازه ای از سیاست گذار باشد.

سودآوری شرکت ها؛ آزمون واقعی بازار

رشد شاخص زمانی معنادارتر می شود که گزارش های شرکت ها آن را تایید کند. فروش ماهانه، مقدار تولید، نرخ فروش، هزینه انرژی، صادرات، موجودی انبار و حاشیه سود، همه باید نشان دهد که شرکت ها واقعاً در مسیر بهبود هستند. اگر رشد قیمت سهام از سودآوری شرکت ها جلوتر حرکت کند، بازار دیر یا زود با اصلاح مواجه می شود.

بسیاری از صنایع بورسی همچنان با چالش های جدی روبه رو هستند. ناترازی انرژی، محدودیت برق و گاز، نوسان نرخ ارز، دشواری صادرات، هزینه بالای تأمین مالی و قیمت گذاری دستوری، بخشی از ریسک هایی است که روی عملکرد شرکت ها اثر می گذارد. بنابراین رشد شاخص نباید باعث فراموشی ریسک های بنیادی شود.

البته برخی شرکت ها به دلیل دارایی های بزرگ، درآمد صادراتی یا جایگاه انحصاری، در فضای تورمی مورد توجه قرار می گیرند. اما حتی این شرکت ها نیز برای رشد پایدار به ثبات نیاز دارند. بورس اگر فقط از تورم تغذیه کند، ممکن است ارزش اسمی دارایی ها را بالا ببرد، اما الزاماً به رشد واقعی تولید و سرمایه گذاری منجر نمی شود.

بازار سرمایه و اقتصاد واقعی

یکی از پرسش‌های مهم این است که رشد بورس چه اثری بر اقتصاد واقعی دارد. اگر افزایش شاخص فقط به افزایش قیمت سهام در معاملات ثانویه محدود شود، اثر آن بر تولید و اشتغال محدود خواهد بود. بازار سرمایه زمانی به اقتصاد کمک می کند که شرکت ها بتوانند از مسیر افزایش سرمایه، انتشار اوراق، عرضه اولیه و تأمین مالی پروژه ها، منابع تازه جذب کنند.

بورس نباید فقط محل جابه جایی پول میان سهامداران باشد. باید به مسیر تأمین مالی تولید تبدیل شود. اگر نقدینگی وارد بازار شود اما به توسعه شرکت ها و پروژه های واقعی نرسد، فرصت بزرگی از دست می رود. در شرایطی که نظام بانکی با محدودیت منابع و فشار تسهیلاتی روبه روست، بازار سرمایه می تواند بخشی از بار تأمین مالی را به دوش بکشد؛ به شرط آنکه اعتماد عمومی و ساختارهای اجرایی آن تقویت شود.

جمع بندی؛ بورس سبز است، اما اعتماد هنوز باید ساخته شود

رشد ۸۳ هزار واحدی شاخص، سبزپوشی گسترده بازار و ورود پول حقیقی، همگی نشانه های مثبتی هستند. این نشانه ها می گویند بورس دوباره در کانون توجه قرار گرفته است. اما نباید میان رشد شاخص و بازگشت اعتماد یکی دانست. بازار سرمایه برای تبدیل شدن به مقصد پایدار نقدینگی، به چیزی بیش از هیجان معاملاتی نیاز دارد. اگر سیاست گذار از فرصت امروز برای اصلاح ساختار بازار، تقویت شفافیت، ثبات مقررات و حفظ نقدشوندگی استفاده کند، بورس می تواند دوباره بخشی از اعتماد از دست رفته را بازسازی کند. اما اگر رشد اخیر فقط به موجی کوتاه مدت و ابزاری برای دور کردن پول از ارز و طلا تبدیل شود، احتمال تکرار تجربه های تلخ گذشته وجود دارد. بورس دوباره سبزی شده، اما سوال اصلی هنوز باقی است: آیا این سبزی نشانه بازگشت ریشه دار اعتماد است یا فقط رنگ موقت موج نقدینگی؟ پاسخ این پرسش را نه عدد امروز شاخص، بلکه رفتار سیاست گذار، عملکرد شرکت ها و تجربه سهامداران در ماه های آینده مشخص خواهد کرد.

آگهی موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی دهگلان

صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان چهار قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۵۰۷۵۹ و ۲۲۱۸۰/۸۱ و ۲۴۲۵۴ و ۴۵۶۰۹ مترمربع در پلاک های ۱۱۲ و ۱۱۰ و ۱۱۲ و ۱۱۱ فرعی از ۶۱ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه پایتیرم خریداری از مالکان رسمی حبیب اله و احمد و محمد شهرت همگی رنجبر

۱۱۷- آقای سیف الله مینائی فرزند محمد به شماره شناسنامه ۵۲۲ و کدملی ۵۵۸۹۰۵۳۳۳۴ دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یازده قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۱۴۰۹ و ۲۳۶۰۰ و ۶۲۲۴ و ۱۵۲۸۴ و ۱۱۸۴۶ و ۷۰۳۷۳ و ۲۵۴۵۹ و ۱۲۰۸۵ و ۲۲۶۰۲ و ۱۷۶۶۱ مترمربع در پلاک های ۶۶ و ۷۱ و ۶۸ و ۷۴ و ۶۵ و ۶۹ و ۷۳ و ۶۷ و ۷۵ و ۷۰ و ۷۲ فرعی از ۷۲ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه سراب شهرک خریداری از مالک رسمی آقای فتح اله مینبایی

۱۱۹- آقای سیف الله شریعتی فرزند شکراله به شماره شناسنامه ۷۳۳ و کدملی ۵۵۸۹۵۳۲۰۹ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان ۱۰ قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۱۶۰۸۹/۷ و ۱۷۰۸۸ و ۳۳۷۵/۵۱ و ۷۳۸۱ و ۵۱۲۵ و ۳۲۸۷ و ۹۸۴/۴۵ و ۳۳۷۸/۹۷ و ۲۱۱۱/۱۳ و ۸۸۶۰۲ مترمربع در پلاک های ۱۲۵ و ۱۲۷ و ۱۲۰ و ۱۲۲ و ۱۱۹ و ۱۲۱ و ۱۱۷ و ۱۲۳ و ۱۲۴ فرعی از ۱۰ اصلی واقع در بخش ۴ در گزگرزه علیا خریداری از مالکان رسمی آقایان عزت اله و محبت اله و امدادله شریعتی

۱۱۹- آقای خلیل الله کریمی فرزند حسین به شماره شناسنامه ۵۲۰ و کدملی ۵۵۸۹۴۹۳۳۴ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۸۷۳۴۶ مترمربع در پلاک ۲۱۹ فرعی از ۹۲ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه کانه جوب خریداری از مالک رسمی آقای علی خان اوسلوی

۱۲۰- آقای توفیق زارعی کرگ آباد فرزند اسماعیل به شماره شناسنامه ۵ و کدملی ۵۵۸۹۱۲۱۲۷ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۱۴۱۹۷ و ۲۴۴۹ و ۴۱۲۳ و ۱۹۶۲ و ۵۳۱۱ و ۹۴۱۹ و ۶۲۱۷ و ۹۷۱۹۰ مترمربع در پلاک های ۲۸۱ و ۲۸۰ و ۲۸۴ و ۲۸۵ و ۲۸۲ و ۲۷۸ و ۲۸۳ و ۲۷۷ فرعی از ۱ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه کرگ آباد خریداری از مالک رسمی آقای ابراهیم غریبی

۱۲۱- آقای یوسف اکبری فرزند محمد علی به شماره شناسنامه ۱۱۷۶۲۰ و کدملی ۵۵۸۰۱۱۷۳۲۰ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک باب خانه به مساحت ۱۱۷۳۲ مترمربع در پلاک ۹۱۸۰ فرعی از ۵۴ اصلی دهگلان واقع در بخش ۴ نیلاق کردستان خریداری از مالک رسمی آقای محمد رحیمی

۱۲۲- آقای فراد کریمی امیرآباد فرزند ابراهیم به شماره شناسنامه ۳۷۲ و کدملی ۵۵۸۹۲۵۳۲۵ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۲۰۸۷۷۲۳ مترمربع در پلاک ۷۸ فرعی از ۶۰ اصلی واقع در قریه نین خریداری از مالک رسمی آقای محمد کریمی

۱۲۴- آقای اسعد احمدی نیناز فرزند محمد توفیق به شماره شناسنامه ۹۹ و کدملی ۵۵۸۹۹۲۰۳ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان سه قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۱۴۲۶۲ و ۴۹۲۰/۱۶۰ و ۲۳۳۶۲ مترمربع در پلاک های ۷۸۶ و ۷۸۷ و ۷۸۸ فرعی از ۶۳ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه نیناز خریداری از مالک رسمی آقای محمد توفیق و غلامعلی

۱۲۵- آقای خالد حسین پناهی فرزند میرزا عبدالله به شماره شناسنامه ۱۹۷ و کدملی ۵۵۸۹۱۵۸۶۹ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان چهار قطعه زمین مزروعی دیمزار و آبی زار به مساحت های ۲۲۴۴ و ۷۳۵۰ و ۵۳۰۲ و ۵۰۷۸۸ و مترمربع در پلاک های ۱۲۰ و ۱۲۱ و ۱۲۳ و ۱۲۴ فرعی از ۹۶ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه کابوشه خریداری از مالک رسمی آقای عبدالله حسین پناهی

۱۲۶- آقای توفیق کریمی فرزند ابراهیم به شماره شناسنامه ۱۸۷۳ و کدملی ۵۵۸۹۴۲۷۵۴۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان دو قطعه زمین مزروعی آبی زار و دیمزار به مساحت های ۲۲۲۸/۸۴ و ۲۲۲۸/۸۴ مترمربع در پلاک های ۷۱۹ و ۷۲۰ فرعی از ۲۱ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه سیسین خریداری از مالک رسمی آقایان ابراهیم و محمد

۱۲۷- آقای محمد امین سبحانی و خاتم شرافت یوسفی کانی پهن فرزندان عبدالکریم و کریم به شماره شناسنامه های ۴۱۸ و کدملی های ۵۵۸۹۱۵۱۵۰۷ و ۵۵۸۹۱۵۷۱۷ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت سهم محمد احمد ۴۹۲۵ سهم مشاع از ۹۶ سهم و سهم شرافت ۴۶۰۷ سهم مشاع از ۹۶ سهم یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۳۰۸۸۵ مترمربع در پلاک ۱۵۵۲ فرعی از ۹۵ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه فروچای خریداری از مالک رسمی آقای عبدالکریم سبحانی

۱۲۸- آقای رضیه غلامیان فرزند محمود به شماره شناسنامه ۲۹۲ و کدملی ۵۵۸۹۳۱۱۷۰ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۱۷۵۲۸/۶۴ مترمربع در پلاک ۱۶۹ فرعی از ۳۱ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه بکرآباد خریداری از مالک رسمی آقای محمود غلامیان

۱۲۹- آقای محمد صالح کریمی هلیز آباد فرزند علی جان به شماره شناسنامه ۱۰ و کدملی ۵۵۸۹۶۶۵۸۴ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۱۷۶۰ مترمربع در پلاک ۱۵۴۵ فرعی از ۹۵ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه فروچای خریداری از مالک رسمی آقای محمد جعفر حسین پناهی

۱۳۰- آقای شاهرخ غفوری فرزند احمد به شماره شناسنامه ۱۷۴۷ و کدملی ۵۵۸۹۳۵۴۵۴ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۳۰۸۸۵ مترمربع در پلاک ۱۶۰۹ فرعی از ۹۵ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه فروچای خریداری از مالک رسمی آقای میرزا علی حسین پناهی

۱۳۱- آقای امیراحمدیان فرزند امین به شماره شناسنامه ۲۸ و کدملی ۳۲۵۷۹۲۲۲۸ صاحبه از کورمشاه نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک باب ساختمان به مساحت ۱۷۹/۲۷ در پلاک ۲۷۰ فرعی از ۸۷ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه حبیبی خریداری از مالک رسمی آقای آغه محمد امیری حبیبی

۱۳۲- آقای فراد کریمی امیرآباد فرزند ابراهیم به شماره شناسنامه ۳۷۲ و کدملی ۵۵۸۹۲۵۳۲۵ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۵۲۴۱۹/۵۶ مترمربع در پلاک ۷۹ فرعی از ۶۰ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه دلک خریداری از مالک رسمی آقای قریبعلی دارانی

۱۳۳- آقای ابراهیم رستمی دلک فرزند احمد به شماره شناسنامه ۴ و کدملی ۵۵۸۹۶۹۹۶۸۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۱۲۰۰ مترمربع در پلاک ۸۹۷۴ فرعی از ۵۴ اصلی واقع در بخش ۴ دهگلان خریداری از مالک رسمی آقای نعمت اله غفوری

۱۳۴- آقای رضا مبارکی فرزند ابراهیم به شماره شناسنامه ۲۹۰ و کدملی ۵۵۸۹۴۲۷۴۸۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۱۲۴۶۸ مترمربع در پلاک ۱۲۲ فرعی از ۱۱۲ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه سراب شهرک خریداری از مالک رسمی آقایان احمد و محمود مبارکی

صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت ۱۲۴۶۸ مترمربع در پلاک ۱۲۲ فرعی از ۵۰ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه سعید آباد خریداری از مالک رسمی آقایان احمد و محمود مبارکی

۱۲۵- آقایان فردین کریمی امیرآباد و امجد محمد زاده فرزند حبیب اله به شماره شناسنامه های ۶۱۴ و ۱۴ کدملی های ۵۵۸۸۹۷۳۹۲۲ و ۵۵۸۹۷۵۲۸۶ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت هر کدام سه دانگ مشاع از ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۸۷۴ مترمربع در پلاک ۸۶۲۷ فرعی از ۵۴ اصلی واقع در بخش ۴ دهگلان خریداری از مالک رسمی آقای محمد غفوری

۱۲۶- آقایان منصور بهمنی و ناصر بهمنی فرزندان حسن به شماره شناسنامه ۸۵۳ و ۹۹۸ و کدملی های ۵۵۸۹۲۰۳۴۵ و ۵۵۸۹۲۰۳۴۵ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت سهم منصور ۳۴۶ دانگ مشاع از ششادگان و سهم ناصر ۲۵۴ دانگ مشاع از ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۲۳۲۲۲/۰۳ مترمربع در پلاک ۱۲۳ فرعی از ۴ اصلی

۱۲۷- آقایان عزیز الله نوحی فرزند مراد علی به شماره شناسنامه ۳۱۳ و کدملی ۵۵۸۹۲۷۷۸۲۳ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان دو قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت های ۳۱۰۶/۷۶ و ۳۸۲۵/۸۱ مترمربع در پلاک ۳۳ و ۲۲ فرعی از ۵۰ اصلی واقع در بخش ۹ الحاقی از کمیلان در قریه غلام آباد خریداری از مالک رسمی آقای عباس نوحی

۱۲۸- آقای توفیق عزیزی بکه جان فرزند عباسعلی به شماره شناسنامه ۳ و کدملی ۵۵۸۹۶۷۲۴۶۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان دوازده قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۳۳۸۰/۷ و ۱۲۲۴۴/۸۱ و ۵۲۶۴/۸۱ و ۲۷۳۳۶/۱ و ۲۱۹۸۶/۹۶ و ۱۷۸۵/۵۶ و ۱۱۲۷۲/۳ و ۱۲۳۰/۱۴۵ و ۷۷۸۸/۰۲ و ۲۶۵۸۸/۶ و ۱۰۰۷۸۸/۱ و ۳۵۸۲۶/۸ و ۳۵۸۲۶/۸ مترمربع در پلاک های ۵۱۰ و ۵۰۹ و ۵۱۴ و ۵۰۶ و ۵۰۳ و ۵۱۲ و ۵۱۱ و ۵۱۲ و ۵۰۸ و ۵۰۴ و ۵۰۵ فرعی از ۸۴ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه بکه جان خریداری از مالک رسمی آقایان محمد سلیم و کریم عزیزی

۱۲۹- خاتم خدیجه کریمی حاجی بقم فرزند کریم به شماره شناسنامه ۸ و کدملی ۵۵۸۹۱۲۰۳۳ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان ۴ قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت های ۲۵۸۷/۱ و ۲۵۸۷/۱ و ۳۴۴۸/۰ و ۱۸۹۵/۰ مترمربع در پلاک های ۵۲۱ و ۵۲۲ و ۵۲۴ فرعی از ۹۰ اصلی واقع در بخش ۴ قریه حاجی بقم خریداری از مالک رسمی آقایان سیدمحمود و سیدزاهد و سیدناصر و سید عبد نوری

۱۳۰- آقای فراد کریمی فرزند قریبعلی به شماره شناسنامه ۵ و کدملی ۵۵۸۹۵۵۵۵۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۲۴۴۰/۸ مترمربع در پلاک ۱۴۱ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش ۴ در قریه زاربه خریداری از مالک رسمی آقایان ابراهیم و اسماعیل و عبدالله و موسی و علی صالح احمدی

۱۳۱- آقای خالد حسین چمقلی دره فرزند محمد به شماره شناسنامه ۹۵۲ و کدملی ۵۵۸۹۲۰۳۱۹ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۲۴۴۰/۸ مترمربع در پلاک ۱۴۱ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش ۴ قریه زاربه خریداری از مالک رسمی آقایان ابراهیم و اسماعیل و عبدالله و موسی و علی صالح احمدی

۱۳۲- آقایان محمد توفیق بهمنی فرزند محمدحسن به شماره شناسنامه ۸۵۵ و کدملی ۵۵۸۹۲۰۳۱۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۱۳۱۰/۵۵۹ مترمربع در پلاک ۲۳۴ فرعی از ۵ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بهمن آباد خریداری از مالک رسمی آقایان محمدحسن و اسماعیل بهمنی

۱۳۳- آقای محمدجعفر زندی گمه دره فرزند محمد به شماره شناسنامه ۳ و کدملی ۵۵۸۹۲۰۳۱۹ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۲۴۴۰/۸ مترمربع در پلاک ۱۴۱ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش ۴ قریه زاربه خریداری از مالک رسمی آقایان ابراهیم و اسماعیل و عبدالله و موسی و علی صالح احمدی

۱۳۴- آقای محمد زندی گمه دره فرزند محمدجعفر به شماره شناسنامه ۱۴۶۸۴۱ و کدملی ۵۵۸۰۱۴۶۸۴۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۳۶۵۷/۲ مترمربع در پلاک ۱۱۸ فرعی از ۱۱۳ اصلی واقع در بخش ۴ قریه خضرلک خریداری از مالک رسمی آقای صالح گنجی

۱۳۵- آقای فریدان زندی گمه دره فرزند محمدجعفر به شماره شناسنامه ۱۲۷۵۲۶ و کدملی ۳۷۹۰۱۲۷۵۲۶ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان ۳ قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۲۷۱۸۵/۰ و ۲۷۱۸۵/۰ و ۴۵۰۲/۷ مترمربع در پلاک های ۱۱۲ فرعی از ۱۱۲ اصلی و ۱۱۹ فرعی از ۱۱۲ اصلی هر دو واقع در بخش ۴ قریه خضرلک خریداری از مالک رسمی آقای صالح گنجی و ۱۴۴ اصلی قریه بولد آباد خریداری از مالک رسمی علی محمد زندی

۱۳۶- آقای صابر زندی گمه دره فرزند محمدجعفر به شماره شناسنامه ۵ و کدملی ۵۵۸۹۲۷۸۵۷۷ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان ۳ قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۷۸۷۸ و ۹۸۹/۵۰ و ۱۰۴۴۶ مترمربع در پلاک های ۹۴ و ۱۰۰ فرعی از ۱۱۴ اصلی واقع در بخش ۴ قریه حقه خریداری از مالک رسمی آقای محمد زندی و ۱۲۰ و ۱۱۳ اصلی واقع در بخش ۴ قریه خضرلک خریداری از مالک رسمی کریم خضری

۱۳۷- آقای اکشای زندی گمه دره فرزند محمدجعفر به شماره شناسنامه ۱۳۱۷۷۷ و کدملی ۵۵۸۰۱۳۱۷۷۷ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان دو قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۷۸۷۸ و ۹۸۹/۵۰ و ۱۰۴۴۶ مترمربع در پلاک های ۹۴ و ۱۰۰ فرعی از ۱۱۴ اصلی واقع در بخش ۴ قریه حقه خریداری از مالک رسمی آقای محمد زندی و ۱۲۰ و ۱۱۳ اصلی واقع در بخش ۴ قریه خضرلک خریداری از مالک رسمی آقایان احمد و محمود زندی

۱۳۸- آقای سیدعادل نبات و فطمه اله جانود و سیده مینا نبات و سیده آزاده نبات فرزندان سیدمحمد ناصر، محمدحسین به شماره شناسنامه های ۲۸۲ و ۸۲۶ و ۱۱۱۱ و ۱۳۱۶ و کدملی های ۲۷۳۲۰۲۴۹۷ و ۳۷۳۱۸۶۲۸۷ و ۳۷۳۲۰۶۵۲۱ و ۳۷۳۲۰۷۳۲۴۹۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت هر کدام ۱۱ دانگ مشاع از ششادگان دو قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۲۴۴۴۵ و ۶۴۵۹۳ مترمربع در پلاک های ۱۱۸۸ و ۱۱۸۷ فرعی از ۲۵ اصلی واقع در بخش ۴ قریه سرنجبانه خریداری از مالک رسمی آقای مستننات مالکانه حبیب اله نبات

۱۳۹- آقای محمدصادق محمدی بلبلان آباد فرزند احمد به شماره شناسنامه ۴۰ و کدملی ۵۵۸۹۲۰۳۵۹ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۶۱۸۲/۶۴ مترمربع در پلاک ۱۶۷۴ فرعی از ۲۸ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بلبلان آباد خریداری از مالک رسمی آقای احمد محمدی

۱۴۰- آقای عثمان محمدی بلبلان آباد فرزند احمد به شماره شناسنامه ۱۴۵ و کدملی ۵۵۸۹۲۰۳۳۲۹ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۵۹۸۷ مترمربع در پلاک ۱۶۷۲ فرعی از ۲۸ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بلبلان آباد خریداری از مالک رسمی آقای احمد محمدی

۱۴۱- آقای عبدالله محمدی بلبلان آباد فرزند احمد به شماره شناسنامه ۱۶۶۶ و کدملی ۵۵۸۹۲۷۹۱۶۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۵۸۷۳ مترمربع در پلاک ۱۶۷۲ فرعی از ۲۸ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بلبلان آباد خریداری از مالک رسمی آقای احمد محمدی

۱۴۲- آقای سیداحمد حسین پناهی فرزند سیدابراهیم به شماره شناسنامه ۱۸۹ و کدملی ۵۵۸۹۱۹۵۴۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت ۲۰۶۶۹/۴۰ مترمربع در پلاک ۱۶۰۲ فرعی از ۹۵ اصلی واقع در بخش ۴ قریه فروچای خریداری از مالک رسمی آقای سیدابراهیم حسین پناهی

۱۴۳- آقای کوه سعیدی فرزند نورمحمد به شماره شناسنامه ۲۶۹۹۰ و کدملی ۳۷۳۰۲۶۷۸۲۶ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۲۵۹۷۲ مترمربع در پلاک ۱۴۶ فرعی از ۵۰ اصلی واقع در بخش ۴ قریه سیداباد خریداری از مالک رسمی آقای نورمحمد سعیدی

۱۴۴- آقای بهرام صفری فرزند احمد به شماره شناسنامه ۱۰ و کدملی ۵۵۸۹۹۰۷۴۶۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۱۵۰۳۲/۱۴ مترمربع در پلاک ۱۰۵ فرعی از ۸۰ اصلی واقع در بخش ۴ قریه خان

۱ و کدملی ۵۵۸۹۱۲۳۴۵۲ و ۵۵۸۹۱۲۳۴۵۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت هر کدام سه دانگ مشاع از ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۷۲۲۷۶ مترمربع در پلاک ۱۱۹ فرعی از ۹۶ اصلی واقع در بخش ۴ قریه کابوشه خریداری از مالک رسمی آقای عبدالله حسین پناهی

۱۵۲- آقای عزت الله زندی فوجم فرزند محمدامین به شماره شناسنامه ۵۰۶ و کدملی ۵۵۸۹۱۰۴۸۳۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۴۰۲۲ مترمربع در پلاک ۵۰۲ فرعی از ۱۰۹ اصلی واقع در بخش ۴ قریه فوجم خریداری از مالک رسمی آقای عباس زندی

۱۵۳- آقای جلیل خالدیان فرزند عبدالله به شماره شناسنامه ۷۱۰ و کدملی ۵۵۸۹۰۹۲۳۹۵ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۴۲۴۹/۱ مترمربع در پلاک ۸۲۳ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۴ ناحیه ۱۴ قریه علی آباد مشیر خریداری از مالک رسمی آقایان فتح اله و عبدالله خالدیان

۱۵۴- آقای سایمک سیف پناهی فرزند ناصر به شماره شناسنامه ۳۸ و کدملی ۵۵۸۹۹۱۲۳۷۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۴۲۴۹/۱ مترمربع در پلاک ۸۲۳ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۴ ناحیه ۱۴ قریه علی آباد مشیر خریداری از مالک رسمی آقایان فتح اله و عبدالله خالدیان

۱۵۵- آقای امین رضائی فرزند نغدعلی به شماره شناسنامه ۲۷۱ و کدملی ۳۸۰۰۲۲۲۶۸۱ صاحبه از قروه نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۵۱۰۰۰ مترمربع در پلاک ۴۲۲ فرعی از ۸۴ اصلی واقع در بخش ۵ قریه عباسجوب خریداری از مالک رسمی آقای اله مراد رضائی

۱۵۶- آقای حنمت اله غلامی فرزند مامه خان به شماره شناسنامه ۳۳۳ و کدملی ۵۵۸۹۲۷۷۰۴۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۱۴۰۳ و ۲۴۶ و ۵۸۶۶/۹۰ و ۹۲۵۲/۰۸ و ۶۲۶۷/۲۲ مترمربع در پلاک های ۴۰ و ۳۹ و ۴۱ فرعی از ۵۰ اصلی واقع در بخش ۴ قریه غلام آباد خریداری از مالک رسمی آقایان عبدالله و مهدی و عزت و محمدخان و مامه خان غلامی

۱۵۷- آقایان خدیجه کریمی حاجی بقم فرزند کریم به شماره شناسنامه ۸ و کدملی ۵۵۸۹۱۲۰۳۳ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان ۴ قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت های ۲۵۸۷/۱ و ۲۵۸۷/۱ و ۳۴۴۸/۰ و ۱۸۹۵/۰ مترمربع در پلاک های ۵۲۱ و ۵۲۲ و ۵۲۴ فرعی از ۹۰ اصلی واقع در بخش ۴ قریه حاجی بقم خریداری از مالک رسمی آقایان سیدمحمود و سیدزاهد و سیدناصر و سید عبد نوری

۱۵۸- آقای فراد کریمی فرزند قریبعلی به شماره شناسنامه ۵ و کدملی ۵۵۸۹۵۵۵۵۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۲۴۴۰/۸ مترمربع در پلاک ۱۴۱ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش ۴ قریه زاربه خریداری از مالک رسمی آقایان ابراهیم و اسماعیل و عبدالله و موسی و علی صالح احمدی

۱۵۹- آقای ایوب طهماسبی فرزند نبی به شماره شناسنامه ۱۳ و کدملی ۵۵۸۹۲۸۲۵۲۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان ۶ قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۱۷۸۱/۷۰ و ۱۰۷۵۲/۰ و ۱۷۰۰/۰ و ۲۲۹ و ۲۲۸ و ۲۲۳ فرعی از ۵ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بهمن آباد خریداری از مالک رسمی آقای عبدالملک بهمنی

۱۶۰- آقای محمد سیمرا احمدی فرزند موسی به شماره شناسنامه ۳۷۲۰۳۷۵۴۷ و کدملی ۳۷۲۰۳۷۵۴۷ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۲۲۱۲۳ مترمربع در پلاک ۱۱۲ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش ۴ قریه باغ خریداری از مالک رسمی آقایان ابراهیم و عبدالله و موسی و اسماعیل و علی و صالح شهرتین احمدی

۱۶۱- آقایان محمد و معصوم فرزندان کانیی به شماره شناسنامه های ۲۰۲ و ۳۰۱ و کدملی های ۵۵۸۹۰۲۴۵۵۲ و ۵۵۸۹۰۲۴۵۵۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت هر کدام سه دانگ مشاع ششادگان یک باب خانه به مساحت ۱۲۲۶۰ مترمربع در پلاک ۸۵۲ فرعی از ۵۴ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بلبلان آباد خریداری از مالک رسمی خاتم شریفه اسکندری

۱۶۲- آقای سید کریمی فرزند محمد به شماره شناسنامه ۴ و کدملی ۵۵۸۹۰۱۰۱۱۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت ۳۸۵۰/۱۸ مترمربع در پلاک ۲۰۲ فرعی از ۲۲ اصلی واقع در بخش ۴ قریه سیس خریداری از مالک رسمی آقای محمد کریمی

۱۶۳- آقایان سیدعادل نبات و فطمه اله جانود و سیده مینا نبات و سیده آزاده نبات فرزندان سیدمحمد ناصر، محمدحسین به شماره شناسنامه های ۲۸۲ و ۸۲۶ و ۱۱۱۱ و ۱۳۱۶ و کدملی های ۲۷۳۲۰۲۴۹۷ و ۳۷۳۱۸۶۲۸۷ و ۳۷۳۲۰۶۵۲۱ و ۳۷۳۲۰۷۳۲۴۹۲ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت هر کدام ۱۱ دانگ مشاع از ششادگان دو قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت های ۲۴۴۴۵ و ۶۴۵۹۳ مترمربع در پلاک های ۱۱۸۸ و ۱۱۸۷ فرعی از ۲۵ اصلی واقع در بخش ۴ قریه سرنجبانه خریداری از مالک رسمی آقای مستننات مالکانه حبیب اله نبات

۱۶۴- آقای محمدصادق محمدی بلبلان آباد فرزند احمد به شماره شناسنامه ۴۰ و کدملی ۵۵۸۹۲۰۳۵۹ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۶۱۸۲/۶۴ مترمربع در پلاک ۱۶۷۴ فرعی از ۲۸ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بلبلان آباد خریداری از مالک رسمی آقای احمد محمدی

۱۶۵- آقای عثمان محمدی بلبلان آباد فرزند احمد به شماره شناسنامه ۱۴۵ و کدملی ۵۵۸۹۲۰۳۳۲۹ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۵۹۸۷ مترمربع در پلاک ۱۶۷۲ فرعی از ۲۸ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بلبلان آباد خریداری از مالک رسمی آقای احمد محمدی

۱۶۶- آقای عبدالله محمدی بلبلان آباد فرزند احمد به شماره شناسنامه ۱۶۶۶ و کدملی ۵۵۸۹۲۷۹۱۶۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی دیمزار به مساحت ۵۸۷۳ مترمربع در پلاک ۱۶۷۲ فرعی از ۲۸ اصلی واقع در بخش ۴ قریه بلبلان آباد خریداری از مالک رسمی آقای احمد محمدی

۱۶۷- آقای سیداحمد حسین پناهی فرزند سیدابراهیم به شماره شناسنامه ۱۸۹ و کدملی ۵۵۸۹۱۹۵۴۱ صاحبه از دهگلان نسبت به درخواست ثبت ششادگان یک قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت ۲۰۶۶۹/۴۰ مترمربع در

طراحی لوگو چقدر خرج روی دست کار آفرینان می گذارد؟

بروید، شاید هزینه‌های تا هزار دلار نیز روی دست‌تان بگذارد. بنابراین همه چیز به سطح توانایی و

همچنین اولویت‌های شما در کیفیت نهایی کار بستگی خواهد داشت. بی‌شک هر چه برای ابراهای طراحی بیشتر هزینه کنید، کیفیت نهایی کار بهتر از آب سردی است.
با این حال شاید بد نباشد در فرآیند مورد نظر کمی هم که شده به فکر نتیجه بهینه نهایی باشید. این امر می‌تواند به شما برای تعامل بهتر با مخاطبان کمک کرده و حتی در برخی از موارد کارتان را نیز ساده‌تر سازد؛ چراکه طراحی بی‌نهایت کم‌هزینه لوگو که معمولاً همراه با کیفیت نامناسب آن خواهد بود، نیاز به طراحی دوباره را بیش می‌کشد. این امر نفعتهای هزینه‌های دوره روبرو دست‌تان خواهد گذاشت، بلکه اعتبارتان در بازار را نیز دستخوش تغییرات اساسی می‌کند. پس بهتر است قبل از اینکه صدای مشتریان به آسمان بلند شود، این زمان قدر را بدست فرار دهید. این طوری فرصتی هرچند اندک برای تعامل بهتر با مخاطبان‌تان خواهید داشت.

استفاده از قالب‌های آماده

اگر وقت کرده باشید، کلی از سایت‌های بزرگ دنیا خدمات مربوط به طراحی سایت را ارائه می‌دهند. در این میان عرصه طراحی لوگو نیز شرایط مشابهی دارد. برخی از موسسات یا سایت‌های قالب‌های آماده برای طراحی لوگو به شما عرضه می‌کنند. این امر یعنی شما به یک طرح تقریباً آماده از لوگو دسترسی خواهید داشت که با کمی ویرایش یا شخصی‌سازی مال شما خواهد شد. قبول دارم استفاده از یک لوگو آماده دردرس کمتری دارد، اما همیشه بهترین گزینه نیست. بی‌شک برندهای بزرگ دنیا هیچ وقت از لوگو آماده استفاده نکرده‌اند. شاید بگویید هر کاری در این دنیا اولین باری دارد و ما می‌توانیم اولین برند بزرگ دنیا باشیم که لوگو آماده دارد.
خب در این صورت مسیر برای ماجراجویی شما کاملاً رایج است، اما نباید انتظار داشته باشید این فرآیند برای شما بی‌دردس پیش برود. پس بهتر است قبل از اینکه اوضاع برای‌تان حسابی دشوار یا سخت شود، تحلیل درستی از ماجرا داشته باشید. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بسیاری از کارآفرینان فقط فکر می‌کنند شرایط بسیار خوبی از نظر خرید لوگو آماده دارند.
خب مشتریان در دنیای امروز آنقدر باهوش هستند که فرق میان لوگوهایی خوب و دست دوم را تشخیص دهند. این نکته وقتی حساس تر می‌شود که متوجه تعامل برای اولین بار میان خودتان و مشتریان‌تان شوید.
خب یک برند تازه وارد در اولین برخورد باید اثرگذاری خوبی بر روی مشتریان داشته باشد. اگر شما نتوانید این اثر گذاری را به ارغیان بیاورید، کارتان حسابی با مشکل رو به رو خواهد شد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید همیشه به فکر بهبودوضعیت‌تان از نقطه نظر تعامل با مشتریان باشید. اگر فکر می‌کنید تعامل‌تان با مشتریان با استفاده از لوگوهای آماده یا جالبش جدی رو به رو می‌شود، بد نیست کمی هم که شده به فکر قدم بردن در قالب های آماده باشید. خوشبختانه خیلی وقت‌ها سایت‌های مربوط به فروش لوگو آماده امکان ویرایش لوگو را به کاربران می‌دهد. بنابراین شما می‌توانید لوگوهای مورد نظر را از حالت پیشفرض درآورده و کارهای متنوعی با آن انجام دهید. شاید این امر به شما برای تعامل بهتر با مخاطبان‌تان بهترین کمک را بکنند.
سپس بنابراین بد نیست کمی جدی‌تر مسئله مربوط به این بخش را مدنظر قرار دهید.
اگر واقعاً همین کمک به یک کارآفرین خودش را از اجای مشتریان فرار دهد، بهترین کمک برای درک تعاملی میان مشتریان و برند شما خواهد بود. اینطور خواهد بود.
برخی از ایده‌های عجیب یا نامناسب را خط می‌کشید. به طوری که دیگر لازم نیست سراغ اثر گذاری بر روی مخاطب با استفاده از این روش بروید. ماجرا جالب شد، نه؟ اگر بخواهیم از نقطه نظر هزینه بحث کنیم، باید گفت استفاده از لوگوهای آماده بین ۱۲ تا ۲ هزار دلار برای شما خرج خواهد داشت. این یعنی سودت به کیفیت لوگویی که مورد توجه‌تان قرار می‌گیرد، هزینه‌های بی‌شک بالاتر از طراحی‌اش از نسبی خودتان خواهد بود. معمولاً سایت می‌کردهای که نیروی کار تمام در زمینه طراحی لوگو ندارند، سراغ این شیوه‌ی امن و پند این امر به آنها کمک می‌کنند تا برندهای کمتر از نظر یادگیری شیوه طراحی لوگو داشته باشند.
در این میان باید مطمئن شوید طرح مورد نظر شما در تمام شرایط حقوقی درست به شما فروخته می‌شود. وگرنه مشکلات‌تان برای تعامل با مخاطب هدف ادامه‌دار خواهد بود.

ابزارهای طراحی آنلاین لوگو

یکی دیگر از برگ‌های سودمند برای کم‌بودبود ابزارهای در میان کارآفرینان تازه وارد دارد، ابزارهای طراحی آنلاین لوگوسایت. بی‌شک خیلی از شما این ابزارها هم و پیش در دنیای اینترنت دیده‌اید. شاید هم گاهی اوقات از سر کنجکاری کمی با آنها کار کرده باشید.
خب در این صورت خیلی خوب از وضعیت

نوینسند: علی آل‌علی

خیلی از کار آفرینان وقتی قصد شروع یک پروژه یا انجام کاری را دارند، اول از همه به فکر قیمت تمام‌شده‌شان می‌افتند. اینکه یک پروژه چقدر خرج روی دست آدم می‌گذارد، سوالی نیست که به این سادگی از کنار عبور کنیم.
خب پرسش یک دره به طور کامل به این سوال بستگی دارد. پس اگر شما جلوبه‌های روشنی برای آن دم دست نداشته باشید، کلاتان با معر که خواهد بود. این کار دقیقاً مثل آن است که یک کارآگردان بدون توجه به بودجه دم دستش و میزان حقوق بازیگران اقدام به همکاری با کلی سوپرستار سینمایی کند! لوگو یکی از مهمترین جلوه‌های تعامل میان برند و مخاطب محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای تعامل با مخاطب هدف سختی‌های زیادی دارند؛ چراکه لوگوی آنها از همان مرحله نخست جزیلیتیش را از دست داده و کسی را به سوی برند دعوت نمی‌کند. استفاده از یک لوگو خوب نیازمند صرف زمان و صداالته هزینه قابل ملاحظه‌ای است. شاید زمان برای کارآفرینان دغدغه مهمی نباشد، اما بی‌شک بحث هزینه بی‌نهایت‌مسئله‌ساز خواهد بود.
خب این روزها تقریباً تمام کسب و کارها مشکلاتی در زمینه تأمین بودجه دارند. بنابراین اطلاع از هزینه‌های طراحی لوگو اصلا امر عجیب یا غیرمنتظره‌ای نخواهد بود. ما در این مقاله قصد داریم صفر تا صد هزینه‌های طراحی لوگو را به اتفاق شما زیر ذره بین ببریم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا فرآیند اثر گذاری بر روی مخاطبان‌تان را بی‌نهایت ساده‌تر دنبال کنید.
یادتان باشد، در دنیای امروز بسیاری از کارآفرینان گزینهای زیادی برای انجام یک کار دارند. با این حال همیشه سراغ گزینهای می‌روند که از نظر مالی با شرایطشان جور باشد. شما در این مقاله اول با همه یا راهکارهای مختلف برای طراحی لوگو آشنا می‌شوید. سپس هزینه هر کدام را به طور دقیق بررسی کرده و در نهایت انتخاب برعهده خودتان خواهید بود؛ چراکه این شما هستید که باید براساس شرایط برندتان دست به انتخاب زده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.
سپس با ما همراه باشید تا برخی از مهمترین نکات در این رابطه را مورد بررسی قرار دهیم. این شما و این هم نکاتی درباره طراحی لوگو و هزینه‌های آن. در این رابطه **لوگو چقدر خرج دارد؟**

طراحی لوگو برای بسیاری از برندها هزینه‌های متفاوتی دارد. بسته به اینکه شما چقدر مهارت در زمینه طراحی و گرافیک دارید، این هزینه متغیر خواهد بود. به علاوه، هزینه لوگو و همچنین بودجه‌ای که دم دست دارید نیز عوامل تعیین‌کننده‌ای محسوب می‌شود. درنته به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان باید جنبه‌های مختلف یک ماجرا را مدنظر قرار داده و سپس دست به انتخاب بزنند. اگر فکر می‌کنید طراحی لوگو یک امر ساده یا خطی است که هزینه مشخصی برای همه در پی دارد، سخت در اشتباهید. ما در ادامه سعی می‌کنیم محورهای مختلف در این رابطه را مورد بررسی قرار دهیم و بهترین گزینه‌ها را به شما معرفی کنیم. پس با ما همراه باشید تا درک درست و حسابی از این حوزه پیدا کنید.

طراحی لوگو به وسیله خودتان

اولین گزینه‌ای که برای بسیاری از بازاربایها جذاب به نظر می‌رسد، طراحی لوگو به وسیله خودشان است. این امر به شما کمک می‌کند تا مهارت‌تان در زمینه گرافیک را ازمایش کرده و خیلی وقت‌ها نتایج حیرت‌انگیزی به دست بیاورید. نکته کلیدی اینکه برخی از کارآفرینان اصلا هیچ ایده یا تجربه‌ای در زمینه گرافیک ندارند. بنابراین شاید طراحی لوگو از نسبی این همیشه گزینه‌ای در دسترس نباشد. خوشبختانه امروزه دوره‌های آموزشی بی‌نهایت متنوعی در دنیای کسب و کار دم دست من و شما قرار دارد. این یعنی حتی اگر الان هیچ دانشی درباره طراحی و گرافیک ندارید، در ایف قوکوماهدت امکان یادگیری آن را دارید. البته به شرط اینکه تمام تلاش‌تان در این زمینه را انجام داده و دنبال بررسی‌های عجیب یا غیراصولی نباشید.

اگر شما مهارت لازم برای طراحی لوگو را یاد بگیرید، شاید در ابتدا کارتان با مشکلات زیادی همراه شود. اما به مرور زمان فرصت اثر گذاری بهتری بر روی مخاطب پیدا می‌کنید.
خب هر کاری در ابتدا سخت‌ترین فرآیند دنیا محسوب می‌شود. کافی است به زمانی که اولین بار پشت فرمان ماشین نشنیدید، فکر کنید. آن زمان این تجربه برای‌تان بی‌نهایت سخت حتی دلپه‌رو بود، اما امروزه شاید حتی بدون کوچک‌ترین نگرانی شماست‌های پشت ماشین نشسته و متوجه گذر زمان هم نشوید.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم اگر قصد مهارت‌های بی‌ظنری در زمینه طراحی لوگو داشته باشید، هزینه این کار برای‌تان تقریباً رایگان خواهد بود. البته اگر سراغ نرم‌افزارهای حرفه‌ای یا پولی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
نظر به اینکه برابر رای شماره ۱۶۷۸ مورخ ۰۲/۱۰/۱۳۸۵ صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی ناحیه یک شهر اهواز تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی در قسمتی از پلاک ۵ واقع در بخش ۹ پلاک ۵ که حکایت از احداث مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی(سند شماره ۱۴۴۵۲۸ مورخ ۱۱/۱۱/۱۳۹۸ دفتر خانه ۹ اهواز بنام مهدی لومبی) به متقاضی مهدی لومبی شماره شناسنامه ۲۸۸ که مدی ۱۷۵۱۹۶۹۲۴۴ فرزند خلیف نسبت به شناسنامه یک قطعه زمین مورزی به مساحت ۹۵۲۲۱۲۱۲۱ مترمربع از پلاک ۵ خریداری شده طبق صورت شرح در کتب و انتقال ملک از مالک رسمی محرز گردیده است. لذا با منظور اطلاع عموم مردم و در نوبت به فاصله پانزده روز در روزنامه های محلی و کثیرالانتشار سراسری آگهی می گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض 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 دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود. شماره:۲۱۷۱۷۲۷ تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۱/۰۲/۱۴۰۵ (۱۴۰۵/۰۳/۱۱) (تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۱/۰۲/۱۴۰۵)
رییس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک اهواز – بهزاد مردانی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۰۱۱۲ مورخ ۰۵/۰۲/۱۳۸۵ هیات اول انوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک جنوب شرق اهواز تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی، متقاضی تکلیف ختم گرمی رسمی به شناسنامه شماره ۱۵ که مدی ۱۲۴۹۹۲۲۱۲۹۹ صادره فرزند حسینعلی در شناسنامه یکپاک خانه به مساحت ۱۲۳ متر مربع فرزند جعفر در قسمتی از شناسنگ یک قطعه زمین مورزی با کاربری کشاورزی به مساحت ۶۰۰۰۸ متر مربع پلاک شماره ۹۹ اصلی واقع در اهضهان بخش ۲۰ حوزه ثبت ملک جنوب شرق اهضهان بنیاد انتقال عادی و مع الواسطه از طرف اسماعیل اسماعیلی دفتری که به موجب سند ۵۷۷۹۸ مورخ ۰۴/۱۳/۱۳۹۸ دفترخانه ۱۴ اهضهان به عنوان مالک رسمی قسمتی از پلاک می باشد) محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض 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 دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود. شماره: ۲۱۷۸۰۷۸۱ تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۱/۰۲/۱۴۰۵ (حسین عمینی- رییس ثبت اسناد و املاک شهرداری اهواز)
شناسه آگهی: ۲1۷۸۶۳۲

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۰۲۳۳۴ مورخ ۰۲/۱۰/۱۳۸۵ هیات دوم اصغر صاحبان الاحمدی به شناسنامه شماره ۵۲۵ کمدلی ۲۸۶۶۲۳۵۸۶ صادره فرزند حسن مینبی بر صدور سند مالکیت نسبت به شناسنگ یک باب خانه به مساحت ۱۱۲.۳۲ متر مربع از پلاک ۱۵۱۲۱ شماره واقع در بخش ۵ اداره ثبت اسناد و املاک شمال اهضهان مالک رسمی فاطمه فاطمه هوشیار زاده به موجب سند ۱۹۶۳ مورخ ۰۴/۱۱/۱۳۷۱ دفتر ۳۶ اهضهان بونه که مورد درخواست مع الواسطه به موجب قولنامه به متقاضی وگاذا و اهضهان بونه که مورد درخواست مع الواسطه به موجب قولنامه به متقاضی وگذا و تعدادی از شهود آن از شهود آن از تأیید نمانده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض 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 دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود. شماره: ۲۱۷۸۵۹۹ تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۱/۰۳/۱۴۰۵ (حسین زمانی علویجه- رییس ثبت اسناد و املاک شهرداری اهواز)
شناسه آگهی: ۲1۷۸۵۹۴

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر آراء شماره ۰۱۹ مورخ ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ هیات اول انوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی اداره ثبت اسناد و املاک مرکزی اهضهان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی، متقاضی تکلیف ختم گرمی رسمی به شناسنامه شماره ۲۰۵ مورخ ۰۲/۱۰/۱۳۸۵ دفتر خانه ۱۱۱ اهضهان مقدار ۶۸۲ هکتار ۰۳ هکتار پلاک ۲۲۰۷۵ مورخ ۰۲/۱۰/۱۳۸۵ دفتر خانه ۱۰۱ و ۱۲۵ پلاک به آقای مرتضی کریم چراغچی و همسر سعید عادل هر کدام نسبت به ۰۲۲۴ هکتار متعلق قطعی گردیده است لذا مالکیت آقای مرتضی کریم چراغچی به شناسنامه شماره ۱۷۴۴ کمدلی ۱۲۸۷۸۵۸۲۳ صادره اهضهان فرزند محمقلی نسبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض 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 دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود. شماره: ۲۱۷۸۱۳۸۵۹ تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۱/۰۳/۱۴۰۵ (سیداسدالله موسوی- رییس ثبت اسناد و املاک شهرداری اهواز)
شناسه آگهی: ۲1۷۸۱۳۸۵۹

آگهی رای هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد و املاک شهرستان سنندج تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضیان ذیل تأیید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی میگردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراض داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاهای از تاریخ الحاق در محل تا مدت دوامه اعتراض خود را به این اداره تسلیم نمایند و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض خود را به مرجع قضایی تقدیم و گواهی اخذ و تحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است درصورت تقضای مدت مذکور وعدم وصول و گواهی اخذ تحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. شماره: ۲۵۴۴۰ مورخ ۱۵/۰۵/۱۳۵۲ . تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۱/۰۲/۱۴۰۵ (هیوااحمدیان- رییس ثبت اسناد و املاک منطقه ۲ سنندج)
هیوااحمدیان- رییس ثبت اسناد و املاک منطقه ۲ سنندج

آگهی رای هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد و املاک شهرستان سنندج تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضیان ذیل تأیید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی میگردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراض داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاهای از تاریخ الحاق در محل تا مدت دوامه اعتراض خود را به این اداره تسلیم نمایند و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض خود را به مرجع قضایی تقدیم و گواهی اخذ و تحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است درصورت تقضای مدت مذکور وعدم وصول و گواهی اخذ تحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد شد. ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود. شماره: ۲۱۷۷۱ مورخ ۱۲/۰۹/۱۳۷۱ متر مربع پلاک ۰۹/۰۹ فرعی از ۴۳ اصلی بخش ۲ منطقه ۲ سنندج جزء زارغانه شماره ۲۲۵۱۸ مورخ ۲۳/۰۲/۱۳۵۲ دفتر ۱۶ سنندج . الف - الف - ۱۰۰۶۹ . تاریخ انتشار نوبت اول: ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۱/۰۳/۱۴۰۵ (حسین زمانی علویجه- رییس ثبت اسناد و املاک شهرداری اهواز)
شناسه آگهی: ۲1۷۸۵۹۴

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آتین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۰۳۷۱ مورخ ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ هیات اول انوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی نکت شهریار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حسن علم‌رضایی فرزند جواد بشماره شناسنامه ۲۱۴ کد ملی ۱۹۲۶۳۶۸۳۰ بصورت شناسنگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت۲۷۳۶۶۵مترمربع قسمتی از پلاک ۰۳ فرعی از ۱۳اصلی واقع در شهرستان شهریار خریداری از مالک رسمی آقای احمدملتی محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می‌توانند 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، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.الف:۱۴۴۴۹
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۵/۰۳/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۵/۰۳/۱۶
رییس ثبت اسناد و املاک شهریار

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آتین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۰۵۱۲ مورخ ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ هیات اول انوم موضوع قفون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه شهریار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خاتم رفیع کلپهر فرزند ابوالزهرا بشماره شناسنامه ۱۲۱۲ کد ملی ۱۸۱۸۱۹۹۰ بصورت شناسنگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۲۵۰۰مترمربع قسمتی از پلاک ۰۲۵۲ فرعی از ۱۳اصلی واقع در شهرستان شهریار خریداری از مالک رسمی طیبه روبرار محمدی محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.الف:۱۴۴۴۹
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۵/۰۳/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۵/۰۳/۱۶
رییس ثبت اسناد و املاک شهریار

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آتین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۰۴۲۶۰۰ مورخ ۰۲/۱۰/۱۴۰۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی نکت شهریار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمود نجف پورفرزند رجبعلی بشماره شناسنامه ۱۲۷۵ کد ملی ۱۷۲۹۴۲۵۵۴۴ بصورت شناسنگ یک قطعه باغ به مساحت۶۷۵مترمربع قسمتی از پلاک ۱۳۳ اصلی واقع در شهرستان شهریار خریداری از مالک رسمی حاتم زیلا نواب محمدزاد محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می‌توانند 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، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت تقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.الف:۱۴۴۴۹
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۵/۰۳/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۵/۰۳/۱۶
رییس ثبت اسناد و املاک شهریار

برندها از همکاری با او است. آیا فرد مورد نظر سابقه‌ای مناسب در زمینه همکاری با دیگر برندها داشته یا همیشه آنها را ازبیت کرده‌است؟ اگر شما به سوالات بالا توجه‌ندانده باشید، شانس‌تان برای همکاری مناسب و طولانی مدت با فریلنسر مورد نظر بی‌نهایت افزایش پیدا می‌کند. این مسئله به شما کمک خواهد کرد در جریان اثر گذاری بر روی مخاطبان‌تان درس‌های کمتری را تجربه کنید. گاهی اوقات کارآفرینان باید درسرهای مربوط به تعامل با مخاطب را به جان بخزند.با این حال شما مجبور نیستید وارد یک نوبل وحشت در زمینه همکاری با فریلنسرها شوید. در عوض بهتر است سابقه آنها را مو به مو بررسی کرده و هیچ جایزیت نکت منفی را پشت گوش نیندازید. اینطور ی کارتان راحت‌تر می‌شود. اگر دنبال یک قیمت مشخص برای همکاری با فریلنسرها هستید این امر تقریباً غیرممکن است. با این حال شما دشمنانی بین ۲۰۰ دلار تا ۲هزار دلار را پیش رو خواهید داشت. این امر بستگی به مهارت و سابقه هر فریلنسر در زمینه طراحی لوگو دارد. پس اگر خیال دارید یک لوگو کم‌عینر با همکاری طراحی خواهی داشت،ه باید حسابی خودتان را آماده وارخری در دنیای کسب و کار کنید. این امر می‌توانید به شما برای تعامل با مخاطب هدف کمک شایانی کرده و اوضاع‌تان را نیز به طور مناسب تغییر دهد.

همکاری با آژانس‌های طراحی لوگو

آخرین گزینه‌ای که ما در این مقاله مورد بررسی قرار خواهیم داد، همکاری با آژانس‌های طراحی لوگوست. این آژانس‌ها نفعتهای در زمینه طراحی لوگو به شما کمک خواهند کرد، بلکه به طور کلی برای بازاریابی در کتار شما خواهند بود. شاید مهمترین نقطه قوت این مدل از آژانس‌ها مربوط به طراحی لوگو با استفاده از شناخت عمیق از برندتان باشد. این یعنی آنها با سرعت بالا فقط برای کسب سود کار‌تان را جلو نمی‌برند. در عوض شروع به شناخت عمیق از برندتان کرده و چه‌سبا با شما نیز تعاملات نزدیکی برقرار خواهند کرد. این امر می‌توانید به شما کمک کند تا بازنمایی بهتری از هویت برندتان در میان مشتریان داشته باشید. اینطور ی نرخ جذب مخاطب از سوی برند شما به طور حیرت‌انگیزی بالا خواهد رفت.

قبول دارم گزینه مورد بحث در این بحث جذابیت‌های بی‌نهایت زیادی دارد، اما یادتان باشد، از نقطه نظر مالی نیز هزینه بالاتری رو دست‌تان خواهد گذاشت. این یعنی شاید هیچ وقت تعامل موردنظر برای برندهایی با بودجه‌های محدود کاربردی نباشند. این مسئله‌ای است که برای شما درس‌های زیادی به همراه داشته و اوضاع‌تان را همیشه با چالش رو به رو خواهد کرد. اگر شما در ابتدای مسیر برای شروع کارتان سشنید، شاید استفاده از گزینه‌های مربوط به آژانس‌های بزرگ بار مالی فرآوری روی دوش‌تان بگذارد. پس بهتر است در ابتدای راه به فکر گزینه‌های کم‌هزینه‌تر باشید. از نقطه نظر مالی، همکاری با آژانس‌های حرفه‌ای باغ بر ۲هزار دلار روی دست‌تان خرج خواهد گذاشت. پس اگر فکر می‌کنید چنین امر بی‌نهایت ساده‌است، می‌توانید از همین امروز کارتان را شروع کنید. البته انتظار واکنش‌های مثبت در این مسیر را هرگز نداشته باشید؛ چراکه برای یک برند کوچک چنین هزینه‌ای به سختی قابل مدیریت خواهد بود.

سخن پایانی

طراحی لوگو راه‌های بی‌نهایت متنوعی دارد. با این حال وضعیت مالی یک برند معیاری بی‌نهایت کلیدی برای انتخاب درست خواهد بود. به همین خاطر ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات در رابطه با شیوه‌های طراحی لوگو را با شما در میان بگذاریم. حالا شما معیارهای مختلفی در زمینه طراحی لوگو دم دست دارید. به علاوه، هزینه هر کدام از آنها را نیز به طور حدودی یاد گرفت‌اید. با این حساب لازم دیگر نیست نگرانی زیادی از بابت طراحی لوگو داشته باشید.

فریلنسرهای با دلیل عدم تعهد به یک برند خاص، شرایط ویژه‌ای در بازار دارند. این امر به شما کمک می‌کند تا اثرگذاری بهتری بر روی مخاطبان‌تان داشته و شرایط را به شیوه‌ای بهتر مدیریت کنید. از نقطه‌نظر هزینه هم، طراحی لوگو با همکاری فریلنسرها درس‌های کمتری خواهد داشت. البته شاید این امر کم‌خرج‌ترین گزینه ممکن نباشد، اما بی‌شک به شما برای فر از شر استخدام نیروی کار کمک شایانی می‌کند.

شما در زمینه همکاری با انواع فریلنسرها باید به دو فاکتور مهم توجه کنید. اولین مسئله رزومه فرد مورد نظر است. این طارح مورد نظر نقطه تجربی‌ای مناسب در زمینه کسب و کار و به طور مشخص طراحی لوگو دارد؟ نکته دیگری که در این میان اهمیت روزافزونی خواهد داشت، مربوط به میزان رضایت سایر

اقتصاد امروز

به قلم: آجا فراست

کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات

ترجمه: علی آلی عالی

در جلسات کاری یک برند به طور معمول از حوزه‌های بسیار زیادی بحث به میان می‌آید. در این میان مسئله فروش یکی از مهمترین حوزه‌ها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در بازار به دلیل ناتوانی برای کسب نتایج مناسب در عرصه فروش خیلی زود جایگاه‌شان را به رقبا می‌دهند. درست به همین خاطر استفاده درست از جایگاه برند و تلاش برای فروش در بالاترین حد ممکن امری ضروری محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و توانایی شما را نیز در این میان به طور چشمگیری افزایش خواهد داد.

یادتان باشد امروزه بسیاری از برندها برای فروش بهتر در جلسات کاری‌شان بحث‌های متعددی دارند. در این میان نیز فقط ایده‌های عالی و بی‌عیب و نقص فرصت اجرا پیدا خواهند کرد. از سوی دیگر در جلسات مشترک میان دو برند برای خرید و فروش محصولات نیز سخنرانی درباره فروش اهمیت بالایی دارد. این امر می‌تواند شانس یک برند برای فروش محصولاتش را به شدت افزایش دهد. بی‌شک خرید یک محصول نه برای مشتریان عادی و نه برای برندها در عرصه B۲B امر ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر تمام برندها باید در این حوزه عملکرد خوبی از خودشان نشان دهند.

حضور در یک جلسه مهم برای معرفی محصولات یا ارائه اطلاعات مناسب به خریداران امر بسیار مهمی است. در این راستا شما باید شیوه‌های بیان مطلب را به طور متفاوت یاد بگیرید. یکی از تاثیرگذارترین بخش‌ها در هر سخنرانی مربوط به پایان‌بندی آن است. این امر یک نتیجه‌گیری بسیار دقیق و مشخص برای مخاطب هدف‌تان به همراه داشته و تلاش‌تان در این میان را نیز ساماندهی خواهد کرد. در این صورت شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف می‌توانید امیدهای بسیار زیادی داشته باشید. بسیاری از افراد وقتی نوبت به سخنرانی در جلسات کاری می‌رسد، خیلی زود استرس سراسر وجودشان را فراگرفته و دیگر توانایی صحبت کردن به طور مناسب را ندارند. این امر می‌تواند برای بسیاری از کارآفرینان مشکل‌ساز شود. درست به همین دلیل هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات برای سخنرانی عالی در جلسات درباره فروش محصولات و همچنین پایان‌بندی درست سخنرانی است. این امر به شما برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایط‌تان در این راستا را نیز به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. اگر شما هم مایل به درخشش در سخنرانی‌های کاری‌تان هستید، می‌توانید از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله به خوبی استفاده کرده و جایگاه‌تان در بازار را توسعه دهید.

بازگشت به نکته آغازین بحث

هر سخنرانی بحثش درباره فروش محصولات را با یک نکته اولیه شروع می‌کند. این امر می‌تواند اشاره به افزایش سطح جهانی قیمت‌ها در بازار یا مزایای محصولات برند باشد. در هر صورت شما هر طور سخنرانی‌تان را شروع می‌کنید، باید برای اتمام آن نیز نیم‌نگاهی به نکته آغازین داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکرده و وضعیت‌تان در بازار به طور مداوم دشوارتر از هر زمان دیگری شود.

اگر سخنرانی شما با یک نکته بسیار کلیشه‌ای شروع شود، به احتمال زیاد هرچه بحث پیش رود، تعداد افراد کمتری به صحبت‌های شما توجه نشان خواهند داد. این امر می‌تواند در بلندمدت به معنای از بین رفتن تمام توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشد. درست به همین دلیل باید از همان ابتدا بحث‌تان را با قدرت شروع کنید.

بسیاری از افراد در جلسات کاری یا فروش خیلی خوب از نقطه نظرات طرف مقابل آگاهی دارند. به عنوان مثال، اگر شما فکر می‌کنید برای مدیران ارزشد برنداتان بحث قیمت تمام‌شده هر محصول بی‌نهایت مهم است، باید ارائه پیشنهادتان را در قالب قیمتی مناسب در نظر بگیرید. در این صورت شروع بحث با صحبت درباره قیمت بالای برخی از محصولات و مزیت نسبی برند شما در تهیه کم‌هزینه محصولات مشابه ایده خوبی خواهد بود. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در میان دیگر پیشنهادها برای انجام فروش را بی‌نهایت افزایش می‌دهد.

بسیاری از سخنران‌ها وقتی شروع به حرف زدن می‌کنند، خیلی راحت از برنامه‌های خودشان عبور می‌کنند. این امر اغلب اوقات یک بی‌نظمی شدید در سخنرانی برندها به همراه دارد. درست به همین دلیل شما باید همیشه یک برنامه دقیق برای سخنرانی در جمع اعضای شرکت یا دیگر برندها درباره فروش محصولات داشته باشید. بهترین توصیه در این میان پایان‌بندی سخنرانی‌تان درست به همین شیوه‌ای است که کارتان را شروع کرده‌اید. در مثال بالا اگر شما بحث‌تان را با قیمت تمام شده یک محصول شروع کرده‌اید، باید به همین ترتیب در جمع‌بندی حرف‌های‌تان نیز از این نکته سود ببرید. اینطور امکان تاثیرگذاری بسیار بالا بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید یافت.

ارائه یک چالش

چالش‌ها به طور معمول نگاه مشتریان را به بهترین شکل ممکن جلب می‌کند. این امر می‌تواند برای یک مشتری به مثابه عاملی محرک برای خرید بیشتر عمل کند. بسیاری از برندها در ایجاد هیجان یا دعوت از مشتریان برای خرید بالاتر مشکل دارند. اگر شما در یک سخنرانی بتوانید مشتریان را به یک چالش هیجان‌انگیز دعوت کنید، نه تنها میزان فروش‌تان بالا خواهد رفت، بلکه در سطحی گسترده می‌توانید چالش‌های مهمی را نیز مد نظر قرار دهید. این امر می‌تواند برای شما وضعیت بسیار دشواری به همراه داشته و شرایط‌تان را نیز تغییر دهد.

پیدا کردن یک چالش مناسب برای پایان‌بخشی به سخنرانی در داخل شرکت یا میان همکاران دیگر امر ساده‌ای نیست. بسیاری از افراد در این میان مشکلات زیادی دارند. درست به همین دلیل شما پیش از شروع سخنرانی باید درباره این مسئله فکر کنید. یادتان باشد استفاده از ایده‌های تازه در حین سخنرانی همیشه ریسک‌های بسیار زیادی به همراه دارد. درست به همین دلیل شما باید همیشه از قبل برنامه‌ای برای خودتان داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود ایده‌ها و شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود.

برخی از افراد حتی پیش از سخنرانی به دنبال چالش‌های مناسب می‌گردند. این امر می‌تواند در بحث با همکاران یا تقاضا برای ایده‌های مناسب پیدا شود. اگر شما این نکته را مد نظر قرار دهید، کارتان به طور حرفه‌ای بهبود پیدا می‌کند. هرچه باشد دیگران نیز ایده‌های خوبی برای

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

جایب: صمیم

خودشان دارند. استفاده از انجمن مشتریان برای آگاهی از تازه‌ترین ایده‌ها سلیقه مشتریان در این میان امر بسیار مهمی خواهد بود. شما یا این کار می‌توانید دقیق همان چالشی که مشتریان دوست دارند، پیش روی آنها قرار دهید.

یادتان باشد پایان‌بندی یک سخنرانی باید همیشه محکم و قاطع باشد. بنابراین در طرح درخواست از مخاطب هدف‌تان برای تاثیرگذاری بر روی آنها باید تمام جنبه‌های کار را مد نظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود شانس‌تان در این میان از بین برود.



یک چالش مناسب می‌تواند شامل دعوت از مشتریان برای بهبود وضعیت‌شان باشد. به عنوان مثال، اگر شما در زمینه تولید دستگاه‌های تصفیه هوای خانگی فعالیت دارید، می‌توانید در پایان سخنرانی‌تان مخاطب هدف را به چالش استفاده از هوای بهتر در خانه دعوت کنید. این‌چالش نه تنها تاثیرگذاری لازم را به همراه دارد، بلکه مخاطب هدف را نیز برای همراهی با شما تحت تاثیر قرار می‌دهد. به این ترتیب دیگر نیازی به نگرانی نسبت به نحوه تاثی گذاری بر روی مخاطب هدف به طور مناسب نخواهد بود.

هفکری با مشتریان و درک شرایطشان

بسیاری از برندها درکی از شرایط مشتریان ندارند. این امر برای بسیاری از برندها به معنای تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شرایط متفاوت است. وقتی مشتریان شما مشکل یا مسئله‌ای دارند، شما هم باید به فکر آن باشید. در بسیاری از مواقع عرضه محصولات تازه براساس همین نکته صورت می‌گیرد. در این صورت شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر اقدام به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نمایید. در سخنرانی‌های فروش شما باید همیشه مشکلات و دغدغه‌های مشتریان را گوشه ذهن‌تان داشته باشید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. با این حساب شما هیچ مشکل مهمی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نداشته و شانس‌تان نیز در این میان به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود پیدا می‌کند. یادتان باشد شما در هوا مشغول بازاریابی نیستید. درست به همین دلیل باید به طور دقیق تکلیف‌تان با مشتریان را مشخص کنید. اگر دغدغه‌های آنها برای شما و سخنرانی‌تان مهم نباشد، به تدریج برند شما نیز از مرحله اهمیت برای مشتریان سقوط می‌کند.

درک دغدغه‌های مشتریان امر سخت یا پیچیده‌ای نیست. شما می‌توانید به سادگی خودتان را جای مشتریان قرار داده و شرایط‌تان در این میان را توسعه دهید. در این صورت بسیاری از مشکلات‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به سادگی هرچه تمام‌تر بهینه‌سازی خواهد شد. یادتان باشد برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن انجام دهید. در این میان در صورتی که مشتریان به دنبال یک نکته بی‌نهایت مهم در کار شما باشند، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر با استفاده از دغدغه‌ها یا نیازهای آنها توجه‌شان را جلب کنید.

امروزه شبکه‌های اجتماعی نیز یکی دیگر از منابع مهم برای اطلاع از وضعیت مشتریان و نیازهای‌شان است. اگر شما در این پلتفرم‌ها فعالیت خوبی داشته باشید، همیشه در جریان نیازهای فوری مردم قرار می‌گیرید. این امر می‌تواند به طور قابل ملاحظه‌ای شرایط شما را توسعه داده و وضعیت‌تان را نیز بهبود بخشد.

ششماه آگهی ۲۱۸۵۲۷ نوبت اول

(حریح خطوط لوله انتقال گاز، حائله، سلاسی و ایمنی نسانت)

آگهی فراخوان مناقصه

شماره مناقصه: ۸۷۶۸-۷۸۴

شرکت انتقال گاز ایران (منطقه سه عملیات انتقال گاز) در نظر دارد موضوع مناقصه به شرح ذیل را در روش مناقصه عمومی یک مرحله ای و ارزیابی کیفی (همزمان) به شماره فراخوان ۲۰۰۵۰۹۲۲۹۹۰۰۰۱۸ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به فروشندهگان واجد صلاحیت واگذار نماید. لذا از خواهشمنداست زمان دقیق دریافت و بارگذاری اسناد می آید جهت دریافت اسناد مناقصه و استعلام ارزیابی کیفی از طریق سامانه ستادایران (www.setadimn.ir) اقدام نمایند.

۱- موضوع مناقصه: ساخت شیر تویی ۵۶ اینچ تفکاهی ۴۴۰-۲۵۷۱۸۰

۲- زمان دریافت اسناد مناقصه و استعلام ارزیابی کیفی: از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۱۱ تا روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۱۷

۳- زمان بارگذاری اسناد مناقصه و استعلام ارزیابی کیفی: تا روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۱۷

۴- زمان بازگشایی پاکات استعلام ارزیابی کیفی: روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۱۶

۵- میزان و نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ ۱۶۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بصورت ضمانتنامه بانکی یا واریز وجه نقد

۶- بازگشایی پاکات پیشنهادات مالی در تهران - جاده قدیر قو - پالفرشهر- پلوار فلسطین بعد از نیروگاه گازی ری - ساد منطقه سه عملیات انتقال گاز می باشد که تاریخ دقیق آن متعاقبا به اطلاع می رسد.

تلفن تماس: ۰۲۱-۵۵۲۲۱۱۵۰ / ۰۲۱-۵۵۲۲۱۱۳۳

توجه: ممکن است با توجه به روند برگزاری مناقصات تغییرات احتمالی در تاریخ های اعلام شده وجود داشته باشد لذا خواهشمنداست زمان دقیق دریافت و بارگذاری اسناد مناقصه و هرگونه تغییر دیگر را حتما از طریق شماره فراخوان مذکور در سامانه ستاد ایران دنبال نمایند.

روابط عمومی منطقه سه عملیات انتقال گاز

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی،

روبروی بیمارستان مهر، پلاک ۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

استفاده از پایان بخشی دراماتیک

همان‌طور که فیلم‌های سینمایی وقتی با پایان دراماتیک همراه است تاثیرگذاری بالاتری بر روی مخاطب هدف دارد، شما هم می‌توانید سخنرانی‌تان را با یک نکته بی‌نهایت دراماتیک تمام کنید. این امر به شما برای تاثیرگذاری احساسی برای مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد. امروزه بسیاری از مشتریان نه بر اساس روش‌های عقلانی، بلکه بیشتر در پی تاثیرات احساسی که از برندها می‌گیرند، اقدام به خرید یک محصول می‌کنند. این امر می‌تواند برای شما نشانه بسیار خوبی باشد.



شاید در دنیای B۲B خرید براساس احساسات خیلی موردی نداشته باشد، اما یادتان باشد مشتریان در این حوزه نیز انسان هستند. بنابراین شما در صورت تاکید بر روی نکات مهم و بحث‌برانگیز می‌توانید به سادگی احساسات آنها را درگیر کنید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و توانایی‌شان را نیز در این میان بهینه‌سازی می‌کند. بدون شک برخی از سخنران‌ها به طور طبیعی دارای مهارت اتمام حرف‌شان با نکات دراماتیک هستند. اگر شما چنین مزیتی ندارید، باید خیلی راحت به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شرایط متفاوت باشید. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایط‌تان را نیز به طور چشمگیری بهبود بخشد.

یادتان باشد بسیاری از مردم عاشق داستان‌های دراماتیک و احساسی هستند. درست به همین دلیل شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر داستان‌های‌تان برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری تغییر دهید. این امر شما را به طور مشخص در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. نکته مهم دیگر اینکه همیشه امکان الگوبرداری از تجربه دیگر فروشندهگان در بازار وجود دارد. درست به همین دلیل اگر شما فردی تازه کار در دنیای کسب و کار هستید، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر شانس‌تان در این راستا را آزمایش کنید. این طوری وضعیت‌تان به طور حرفه‌ای بهبود پیدا می‌کند.

روحیه‌بخشی به مخاطب هدف

امروزه بسیاری از خریداران و شرکت‌ها در شرایط دشواری به سر

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

جمع‌بندی سخنرانی فروش با پایانی تاثیر گذار

می‌برند. این امر تاثیر روانی بسیار نامناسبی بر روی این دسته از افراد داشته و شانس‌شان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به شدت کاهش می‌دهد. درست به همین دلیل شما باید در تعامل با مشتریان یا دیگر برندها همیشه روحیه بخشی را در خاطر داشته باشید. بسیاری از مردم در سراسر دنیا به دنبال استفاده از راهکارهای تازه هستند. این امر می‌تواند برای شما رقابت بسیار بزرگی در عرصه فروش به همراه داشته باشد. نکته مهم دیگر اینکه شما برای اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا نکنید.

یکی از نکات مهم در سخنرانی‌ها برای فروش محصولات توجه به انگیزه‌های مشتریان است. به عنوان مثال، اگر شما حس می‌کنید طرف مقابل‌تان روحیه بسیار پایینی دارد، باید به او یادآوری کنید با خرید محصولات‌تان می‌تواند تجربه ای تازه و روحیه‌ای بهتر داشته باشد. در این صورت مشکلات شما برای اثر گذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد. نکته مهم دیگر اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه نیاز به راهنمایی‌های حرفه‌ای خواهید داشت. بنابراین اگر در این میان مشکلی پیش روی‌تان قرار گرفت، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر شانس‌تان در این میان را امتحان کنید.

مشخص کردن اهداف بحث

در پایان یک سخنرانی شما باید به مخاطب هدف‌تان یادآوری کنید چرا بحث‌تان را گوش داده و آن را دنبال کرده است. اهداف اصلی یک سخنرانی در دنیای فروش به طور معمول در پی اتمام معامله به بهترین شکل ممکن خواهد بود. این امر در صورت بی‌توجهی شما می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی به همراه داشته و شرایط‌تان را نیز در این میان به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار سازد. یادتان باشد برخی از افراد در طول بحث نکات اصلی را فراموش می‌کنند. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی این دسته از افراد باید همیشه شرایط متفاوتی را در دستور کار قرار دهید. این امر به تمام اعضای شرکت و تیم فروش برای بهینه‌سازی شرایط کمک خواهد کرد.

بسیاری از اوقات کارشناس‌های عرصه فروش و کسب و کار برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط بسیار دشواری را تجربه می‌کنند. این امر می‌تواند ناشی از بی‌توجهی مداوم مخاطب به سخنرانی باشد. اگر شما هم چنین وضعیتی دارید، می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن با یادآوری نکات اساسی در سخنرانی‌تان جلوی اعتراض‌ها یا حتی خواب‌آلودگی مخاطب را بگیرید این امر تاثیر بسیار خوبی بر روی مخاطب هدف در ابعاد کلان خواهد داشت. در بسیاری از مواقع همین نکته به کارآفرینان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند.

بیان یک داستان جذاب

داستان‌سرایی برای بسیاری از افراد ایده بسیار خوبی محسوب می‌شود. مردم در سراسر دنیا عاشق داستان‌های تازه و هیجان‌انگیز هستند. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در این میان را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد. یادتان باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه تلاش‌های حرفه‌ای داشته باشید، در غیر این صورت شاید دیگر شانس‌تان در این میان به طور چشمگیری کاهش پیدا کند.

یادتان باشد استفاده از یک داستان کوتاه و مرتبط با موضوع بحث در پایان سخنرانی همیشه تاثیرگذاری خاص خودش را دارد. بنابراین شما باید همیشه از این نکته برای بهینه‌سازی شرایط‌تان سود ببرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایط‌تان پیش نیاید.

منبع: هاب اسپات

نوبت اول

آگهی تجدید مرحله اول مناقصه عمومی دو مرحله ای

(بدون ارزیابی کیفی)

شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان

شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان در نظر دارد بر اساس استانداردهای وزارت نیرو، ملی یا بین‌المللی، لازم‌را از تولیدکنندگان و فروشندگان داخلی که دارای تأییدیه از شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان و یا واجد شرایط مطابق با اسناد مناقصه می‌باشند از طریق **سامانه تدارکات الکترونیکی دولت** مناقصه عمومی (دو مرحله‌ای) از محل اعتبارات داخلی بشرح ذیل خریداری نماید.

ردیف	شرح کالا	محل بودجه داخلی	شماره مناقصه	مبلغ ضمانت شرکت در مناقصه (به ریال)
۱	خرید پنج دستگاه وات دوکابین کمکدار با پلاک منطقه آزاد (دنده ای فول آیین ۲۷۰۰ سی سی مدل ۲۰۲۶ شاسی بلند دو دیفرانسیل)	از محل ردیف بودجه خرید وسائط نقلیه ۱۴۰۵	۱۴۰۵/۱۸-۲	۱۴۸۵۰,۰۰۰,۰۰۰

۱- **فروش اسناد مناقصه:**

متقاضیان می‌توانند در صورت تمایل نسبت به واریز وجه از **طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت** مبلغ ۳۰,۰۰۰ ریال بابت هر مناقصه بحساب فرآگیر ۳۱۳۶۰۲۸۱۴۰ نزد بانک تجارت با شناسه واریزی ۲۸۱۴۰۱۰۰ شعبه ولیعصر گرگان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان، جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۵/۰۲/۱۱ لغایت ۱۴۰۵/۰۲/۱۹ به سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت مراجعه نمایند.

۲- نحوه برگزاری مناقصه از دریافت پاکت الف مهلت و زمان بازگشایی پیشنهادات: کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و تحویل پاکت اکت مهر و موم شده به آدرس گرگان، خیابان ولی عصر عدالت ۲۳ طبقه اول دبیرخانه شرکت توزیع گلستان و مهلت آن تا ساعت ۱۱ روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۱۷ و زمان بازگشایی پاکت در ساعت ۱۱ روز شنبه مورخ ۱۴۰۵/۰۲/۱۷ در اتاق امور تدارکات و قراردادهای واقع در گرگان، ابتدای جاده اق قلا، بعد از اب منطقه ای، ساختمان شماره دو شرکت توزیع برق استان گلستان می‌باشد.

۳- **اسناد مستندات مربوط به آن از طریق سامانه ارسال کرد.**

۴- **مبلغ ضمانت نامه شرکت در مناقصه به میزان مندرج در جدول فوق، به نفع کارفرما مطابق فرم ارائه شده در اسناد مناقصه که به مدت سه ماه از تاریخ افتتاح پاکت معتبر بوده و قابل تمدید تا به مدت سه ماه دیگر باشد باید به یکی از صورتهای زیر، همراه با اسناد مناقصه در پاکت (الف) به دستگاه مناقصه گزار تسلیم شود:**

الف- ضمانت نامه بانکی و یا ضمانت نامه های صادر شده از سوی موسسات اعتباری غیر بانکی که دارای مجوز فعالیت از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران هستند.

ب- اصل رسید واریز وجه نقد به حساب جاری شماره ۰۰۷-۲۲۲۱۴۸۸۸۶۰۰۲ نزد بانک ملی شعبه خیابان ولیعصر گرگان به نام شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان (شماره شبا ۰۰۷-۲۲۲۱۴۸۸۸۶۰۰۲۲۲۱۴۸۸۸۶۰۰۷ IR).

پ- ضمانتنامه صادره توسط موسسات بیمه گر دارای مجوز لازم برای فعالیت و صدور ضمانتنامه از سوی بیمه مرکزی ایران

ت- گواهی خالصی مطالبات قطعی تأیید شده از سوی امور مالی شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان بر اساس فرم نمونه ضمیمه اسناد مناقصه

ث- چک تضمین شده بانکی برای تضمین شرکت در مناقصه

۵- ذکر شماره مناقصه روی پاکات الزامی بوده و حضور یک نفر از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پاکات (الف،ب،ج) با معرفی نامه کتبی معتبر آزاد است

۶- شرکت توزیع گلستان در رد یا قبول هر یک یا تمام پیشنهادات مختار است.

۷- به پیشنهادهای فاقدامضاء، مشروط،بخدوش و پیشنهداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل میشود،مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۸- تکمیل کردن فرم پرسشنامه اطلاعاتی مربوط به ارزیابی صلاحیت تأمین کنندگان کالا بویست اسناد ارزیابی کیفی الزامی است.

۹- هزینه آگهی هر دو نوبت بر عهده دستگاه مناقصه گزار می باشد.

۹- **فروشندهگان و تولیدکنندگان باید که معاملاتی فرا بورس داشته باشند و مکلف به دریافت و ارسال پیشنهادات از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir می باشند و پرداخت هرگونه کارمزد سامانه فوق به عهده برنده مناقصه می باشد.**

۱۰- ضمناً این آگهی از طریق شبکه اطلاع رسانی معاملات تأییر به نشانی www.Tavanir.org.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی <http://npietsmporgir> قابل دسترسی می‌باشد و جهت اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۱۷-۲۲۶۸۴۴۱۲ تماس و به شماره تلفن ۰۱۷-۲۲۶۸۴۴۲۰ فاکس نماید.

۱۱- سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۵/۰۲/۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۵/۰۲/۱۲