

## یادداشت

### اصلاحات فراگیر؛ راهکار درمان تورم

سجاد غرقی

عضو اتاق بازرگانی تهران

تورم به عنوان یک بیماری اقتصادی، نزدیک به نیم قرن اقتصاد ایران را درگیر کرده است. در مدت این ۵۰ سال به غیر از پنج سال، نرخ تورم سالانه ایران همواره دورقمی بوده است. این مشکل در سال‌های اخیر، عمق بیشتری پیدا کرده است. در حد فاصل سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۲، نرخ سالانه تورم همواره بیش از ۴۰ درصد محاسبه شده است؛ اتفاقی که در ۹۰ سال اخیر در ایران بی‌سابقه بوده است. افزایش مداوم سطح عمومی قیمت‌ها باعث ایجاد فضای ناطمینانی در بین فعالان اقتصادی و شهروندان می‌شود. در نتیجه ریسک‌های ناشی از این شرایط، تمایل به سرمایه‌گذاری و تولید کاهش یافته و در مقابل، سفته‌بازی رونق پیدا می‌کند. علاوه بر این، به دلیل آسیب‌های اجتماعی که محصول افزایش مداوم سطح عمومی قیمت‌هاست، امنیت جامعه نیز کاهش پیدا می‌کند. همه اینها، تنها بخشی از مشکلاتی است که تورم می‌تواند در جامعه ایجاد کند. با این حال، در صورت وجود اراده برای اصلاحات، کنترل تورم در مدت زمان کوتاهی امکان‌پذیر است. به طور کلی، عوامل متعددی همچون ساختار اقتصادی کشور، افزایش شاخص کالاهای وارداتی، قیمت ارز و شوک‌های…

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



در هفته اول اسفندماه بر اقتصاد جهان چه گذشت؟

که چهارمین رشد سالانه متوالی بود. مصرف خصوصی ژاپن در سه ماه منتهی به دسامبر، با نرخ سالانه ۰.۵ درصد رشد کرد. صادرات ۴.۳ درصد افزایش یافت و سرمایه‌گذاری، ۰.۵ درصد بالاتر بود. این داده‌های اقتصادی مثبت، شاخص تیکسی ۲۲۵ ژاپن و همچنین شاخص‌های دیگر بازارهای آسیایی را در معاملات روز دوشنبه بالاتر برد. برخی تحلیلگران بر این باورند که پیش‌بینی تعرفه‌های دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا ممکن است تجارت را افزایش داده باشد. ژاپن برخلاف آمریکا و برخی از کشورها، با کاهش قیمت مواجه شده است و این قیمت‌های پایین‌تر، رشد را متوقف می‌کند. اما رشد اخیر دستمزدها روند تورم منفی را کنترل کرده است. داده‌های اخیر نشان می‌دهد که تورم در حدود ۰٫۲ درصد هدف بانک مرکزی ژاپن است.

#### رشد اقتصادی روسیه کمتر شد

بانک روسیه که به‌عنوان بانک مرکزی روسیه نیز شناخته می‌شود، به‌تازگی پیش‌بینی کرده است که تولید ناخالص داخلی روسیه در سال ۲۰۲۵ و سال آینده کاهش یابد زیرا نرخ بهره اصلی این نهاد مالی بدون تغییر روی ۲۱ درصد باقی‌مانده است و این بالاترین رقمی که در ماه اکتبر برای سرد کردن اقتصاد بیش‌ازحد گرم شده اعمال شد. تحریم‌های غرب به دلیل تهاجم گسترده ولادیمیر پوتین به اوکراین، روسیه را تا حدی از اقتصاد جهانی منزوی کرده است، اما این کشور موفق شده از رشد تولید ناخالص داخلی بالاتر از حد انتظار برخوردار شود. اما تولید ناخالص داخلی روسیه در میان نگرانی‌ها در مورد تورم و کمبود نیروی کار به‌واسطه هزینه‌های نظامی تقویت شده است. کندی رشد اقتصاد این کشور پرسش‌هایی را در مورد پایداری برنامه‌های هزینه‌های نظامی روسیه ایجاد خواهد کرد. بانک مرکزی روز جمعه نرخ بهره اصلی را روی ۲۱ درصد نگه داشت. این نرخ بالای تاریخی با هدف مهار تورمی که ۹.۹ درصد و بیش از دو برابر هدف آن یعنی ۴ درصد است حفظ شده است. پیش‌بینی بانک مرکزی نشان می‌دهد که رشد روسیه در سال گذشته ۴.۱ درصد بوده است که بیشتر از پیش‌بینی‌اشده در ماه اکتبر است. این

در هفته اول اسفندماه بر اقتصاد جهان چه گذشت؟

### رکورد جدید بحران بدهی

رشد بیشتر به دلیل رشد بیشتر از حد انتظار در تقاضای داخلی بوده است. برای مقایسه تولید ناخالص داخلی آمریکا در سال گذشته ۲.۸ درصد رشد داشته است.

#### ۵۳ میلیارد دلار برای بازسازی غزه

براساس ارزیابی جدید سازمان ملل، اتحادیه اروپا و بانک جهانی، تلاش‌های بازسازی غزه پس از ۱۵ ماه جنگ ویرانگر رژیم صهیونیستی در این منطقه به بیش از ۵۰ میلیارد دلار سرمایه نیاز دارد. این ارقام در حالی منتشر می‌شود که کشورهای عربی به تلاش برای یافتن یک طرح احیای قابل‌اجرا به‌عنوان جایگزینی برای جابه‌جایی دسته‌جمعی ۲ میلیون ساکن فلسطینی پیشنهادی دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا، ادامه می‌دهند. ارزیابی موقت خسارت و نیازهای غزه و کرانه باختری که روز سه‌شنبه منتشر شد، نشان می‌دهد جنگ رژیم صهیونیستی علیه غزه بین ۸ اکتبر ۲۰۲۳ تا ۸ اکتبر ۲۰۲۴، ۴۹.۱ میلیارد دلار خسارت به بار آورد. محققان به این نتیجه رسیدند که اکنون به ۵۳.۲ میلیارد دلار برای بازیابی و بازسازی سرزمین فلسطین طی ۱۰ سال آینده نیاز است و تنها در سه سال اول حدود ۲۰ میلیارد دلار از کل مبلغ موردنیاز است. در گزارش‌شی مشترک آمده است که تأمین مالی به اتلاف گسترده‌ای از کمک‌کنندگان، ابزارهای مالی متنوع، منابع بخش خصوصی و بهبودهای قابل‌توجهی در تحویل مواد بازسازی به غزه در دوره پس از جنگ نیاز دارد. بیش از نیمی از کل هزینه تخمینی بازسازی، یا ۲۹.۹ میلیارد دلار، برای ساختمان‌های آسیب‌دیده و سایر زیرساخت‌های کلیدی موردنیاز است، درحالی که بودجه برای تکمیل سهام مسکنی ویران‌شده غزه، بخش عمده‌ای از این رقم را تشکیل می‌دهد. چیزی در حدود ۱۵.۲ میلیارد دلار.

**رکورد جدید سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی**
براساس جدیدترین نظرسنجی سرمایه‌گذاری مستقیم هماهنگ شده صندوق بین‌المللی پول، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در جهان، ۱.۷۵ هزار میلیارد دلار معادل ۴.۴ درصد افزایش یافته

در آخرین نشست اسمسال اتاق بازرگانی ایران مطرح شد

## توصیه‌های بخش خصوصی برای اقتصاد ۱۴۰۴

تفاهم‌نامه‌های عملیاتی و کارآمد با دستگاه‌ها از جمله شورای توسعه سواحل مکران و همچنین ایجاد کمیته‌های مشترک بین اتاق ایران و دستگاه‌های اجرایی مانند سازمان توسعه تجارت ایران، نودمهای از تعمیق روابط بخش خصوصی و حاکمیت در ماه‌های اخیر است.

رئیس اتاق ایران در بخش دیگر از صحبت‌های خود به آغاز تغییر در نظام بودجه‌نویسی اتاق ایران و حرکت به سمت بودجه عملیاتی با هدف افزایش سطح شفافیت بودجه و تخصیص منابع در اختیار اتاق در مسیر تقویت تجارت و سرمایه‌گذاری خود در دهمین دوره هیأت‌نماینگان، تاکید کرد و گفت: این روند در سال ۱۴۰۳ با دقت بیشتری مورد پیگیری قرار گرفت. او در تشریح مأموریت اتاق بازرگانی ایران جهت تقویت مناسبات تجاری و گسترش تعاملات بین‌المللی فعالان اقتصادی و کارآفرینان، توضیح داد: طی شش ماه گذشته نسبت به پذیرش ۲۶ هیأت خارجی از کشورهای پاکستان، گرجستان، الجزایر، عراق، عمان، آفریقای جنوبی، غنا، ترکمنستان، کامرون، روسیه، چین، سنگاپور، سریبستان، افغانستان، ازبکستان، کویت، برزیل، بنگلادش و… اقدام کرده و همچنین هیأت‌هایی از آسیا، ایران به کشورهای پاکستان، سربلانکا، اردن، پاریس، ترکیه، ازبکستان، تاجیکستان و … اعزام شدند.

به گفته «حسن‌زاده»، جهش‌های ارزی در این روزها نگرانی‌هایی در زمینه تأمین مواد اولیه برای تولید و همچنین افزایش هزینه‌های تولید به همراه داشته است. از طرف دیگر، بعضاً شاهد هستیم که موضوع جهش نرخ ارز، برخوردهای سیاسی صورت می‌گیرد. ضمن

قیمت تمام‌شده ساخت مسکن تا ۲۵ میلیون تومان افزایش یافت

## عقب‌نشینی ساختمان‌ها از تورم ۵۰ ساله

رشد سالانه هزینه هر مترمربع ساختمان تکمیل شده توسط بخش خصوصی در سال ۱۴۰۰، رکورد ۵۰ ساله را شکست. طبق داده‌های بانک مرکزی، تورم بخش ساختمان در دو سال پیش به فراتر از مرز ۵۰ درصد رسیده بود، اما به مرور کاهش پیدا کرد و با افت بیش از ۱۰ واحد درصدی در سال ۱۴۰۲ به کمتر از ۴۰ درصد تنزل پیدا کرد. مقایسه‌های آماری نیز نشان می‌دهد یکی از…

شوک‌های ارزی با اقتصاد ایران چه می‌کنند؟

# مسیر سخت سیاست ارزی

فرصت امروز: براساس داده‌های مرکز آمار ایران، نرخ تورم ماهانه در میانه زمستان به ۴.۱ درصد رسید که بالاترین سطح دو سال گذشته محسوب می‌شود. به نظر می‌رسد افزایش قیمت دلار و همینطور قیمت خوراکی‌ها، زمینه‌ساز بالاترین تورم ۲۳ ماه گذشته در بهمن ماه ۱۴۰۳ شده است. نرخ تورم نقطه به نقطه نیز در این ماه با ۳.۶ واحد درصد افزایش به سطح ۳۵.۳ درصد رسید که هدف‌گذاری تورمی بانک مرکزی را عملاً ناممکن خواهد کرد. هدف بانک مرکزی، این است که سطح تورم در پایان سال به زیر ۳۰ درصد برسد.

اقتصاد ایران از نظر ساختاری و وضعیت عمومی با اقتصادهای دیگر جهان، تفاوت‌هایی دارد. اقتصادی کاملا

وابسته به نفت که بیشتر رشد آن از این منبع خدادادی به دست می‌آید. از آنجا که نفت در رفاه مردم و رشد اقتصادی کشور، نقش زیادی بازی می‌کند و درآمدهای نفتی براساس نرخ ارز محاسبه می‌شوند، در نتیجه نرخ ارز نیز متغیری مهم در اقتصاد ایران به شمار می‌رود. البته نرخ ارز در سایر اقتصادهای جهان نیز نقش مهمی دارد، اما چون اقتصاد ایران وابسته به نفت بوده و کالای صادراتی مهم دیگری ندارد و همچنین درآمدهای نفتی…

۲

حجم نقدینگی در دی‌ماه امسال به ۹۷۲۳ هزار میلیارد تومان رسید

## رشد ۲۱ درصدی پایه پولی

۳

## مدیریت و کسب‌وکار

## انتخاب اسم برند: مسیری برای ماندگاری در ذهن مشتری

وقتی به برندهای بزرگ فکر می‌کنیم، یکی از ویژگی‌هایی که به سرعت به ذهن مان می‌رسد، نام آنهاست. اسم‌هایی مثل اپل، نایک یا کوکاکولا نه تنها در ذهن‌مان حک شده، بلکه احساس خاصی را در ما برمی‌انگیزند. این برندها ثابت کرده‌اند که اسم خوب می‌تواند نه تنها به شناسایی سریع برند کمک کند بلکه عاملی مهم در ماندگاری در ذهن مشتریان هم باشد. اینکه یک اسم برند بتواند در میان انبوهی از نام‌ها برجسته بماند، نتیجه تفکر عمیق و دقیق درباره ارزش‌ها و هویت آن برند است. این یعنی انتخاب اسم یک کار الکی نیست که با سرعت هرچه تمام‌تر از شرش خلاص شویم. قبل از انتخاب هر اسم مدیران باید مطمئن شوند که اسم برند بازتاب‌دهنده حوزه کاری و ارزش‌های کسب و کارشان باشد. وقتی اسم برند به درستی انتخاب شود، نه تنها مشتریان به راحتی آن را به یاد می‌آورند، بلکه با شنیدن آن اسم احساسات و تصویر خاصی از آن برند در…

و به رکورد ۴۱ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ رسیده است. براساس این نظرسنجی که اطلاعات دقیقی در مورد موقعیت‌های سرمایه‌گذاری مستقیم میان کشورها ارائه می‌دهد، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بیشتر مناطق جهان افزایش یافت و آسیای مرکزی و جنوبی، اروپا و آمریکای شمالی و مرکزی، بیشترین سهم را داشتند. سرمایه‌گذاری مستقیم میان اقتصادهای پیشرفته، ۸۸ میلیارد دلار معادل ۳۶ درصد رشد کرد، درحالی که سرمایه‌گذاری اقتصادهای پیشرفته در بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه، ۵۳۸ میلیارد دلار معادل ۷۶ درصد افزایش یافت. آمریکا با جذب ۵ هزار و ۳۹۴ میلیارد دلار، در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، در رتبه اول ایستاد و پس‌ازاین کشور، هلند با ۳ هزار و ۷۰۳ میلیارد دلار، دومین مقصد برتر و چین با ۳هزار و ۶۵۰ میلیارد دلار، سومین مقصد برتر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بودند.

#### بهبود بازار کار در اقتصاد انگلیس

آخرین تحقیقات نشان می‌دهد شرکت‌های انگلیسی در هفته‌های اخیر استخدام‌های خود را افزایش داده‌اند؛ درحالی‌که اعتماد مصرف‌کننده شروع به افزایش کرده است، که این نشانه‌ای از تقویت جایگاه ریچلر ریزور است؛ زیرا دولت به دنبال نشانه‌هایی از رشد اقتصادی است. این بهبود بعدازآن اعلام شد که شاخص انگلیس نشان داد که شرکت‌ها برای اولین بار از ژوئن گذشته تعداد استخدام‌ها را در ژانویه افزایش داده‌اند. این مطالعات برخلاف ارقام رسمی اخیر و گزارش‌های تواتر تیرماه گروه‌های تجاری است که نشان می‌دهد بازار کار در حال بدتر شدن است. کسب‌وکارها شکایت کرده‌اند که افزایش بیمه‌های ملی کارفرمایان و حداقل دستمزد ملی، که در ماه آوریل تعیین می‌شود، همراه با بهبود برنامه‌ریزی‌شده برای

حقوق استخدامی کارگران، بسیاری از بنگاه‌ها و مؤسسات خیره را مجبور به اخراج و توقف استخدام کرده است. گزارش‌های GfK و REC نشان می‌دهند که روحیه بهبودیافته است، اگرچه تحلیلگران در مورد میزان رشد اقتصاد در میان عدم اطمینان جهانی و تهدید دونالد ترامپ مبنی بر اعمال تعرفه‌های تجاری بر صادرات انگلیس به آمریکا اختلاف‌نظر دارند. بانک انگلستان گفته است که رشد شدید دستمزدها، حتی با افزایش تورم، قدرت مخرج خانوارها را بهبود می‌بخشد و مصرف‌کننده را در جایگاه محرک اقتصادی قرار می‌دهد. شاخص اعتماد اقتصادی گالوپ همچنان اعتماد کلی آمریکایی‌ها به اقتصاد آمریکا در ماه فوریه همچنان در سطح منفی باقی‌مانده است، به‌طوری‌که شاخص اعتماد اقتصادی جدیدی از یک نظرسنجی در تاریخ ۳ تا ۱۶ فوریه، یعنی در اولین ماه دوره ریاست‌جمهوری دونالد ترامپ منتشر شده است. نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد که تعداد کمتری از آمریکایی‌ها اکنون اقتصاد را به‌شدت مثبت یا منفی ارزیابی می‌کنند و بیشتر آنها به یک ارزیابی میانه‌ره می‌پردازند. در ماه فوریه، ۲۰ درصد از مردم شرایط را عالی یا خوب ارزیابی کردند که نسبت به ۲۶ درصد در ماه ژانویه کاهش یافته است. درعین حال، سهم کسانی که اقتصاد را ضعیف ارزیابی می‌کنند از ۴۰ درصد به ۳۳ درصد کاهش یافته است. اکنون بیشتر آمریکایی‌ها برابر ۲۵ درصد دیگر شرایط را صرفاً متوسط توصیف می‌کنند، درحالی‌که در ماه ژانویه این درصد ۳۳ درصد بوده است. در نتیجه، امتیاز خاص شرایط کنونی گالوپ، درصد کسانی که شرایط را به‌جای منفی مثبت ارزیابی می‌کنند، در سطح منفی ۱۳ قرار دارد، درحالی‌که در ماه گذشته این امتیاز حدود منفی ۱۴ بوده است.

جهانی، نیاز به زیرساخت‌های قوی‌تر در حمل‌ونقل کالا داریم. این مسئله علاوه بر توسعه صادرات، در کاهش هزینه‌های تولید و بهبود ارتباطات داخلی نیز اهمیت دارد. در این زمینه سرمایه‌گذاری پروژه‌های راه‌آهن، بندرها و جاده‌ها تحولی بزرگ در بهبود فضای کسب‌وکار ایجاد می‌کند. رئیس پارلمان بخش خصوصی در پایان، تقویت آموزش و مهارت‌آموزی در رستای توسعه منابع انسانی به‌ویژه در حوزه‌های فناوری اطلاعات، مهارت‌های فنی و زبان‌های خارجی را ضروری توصیف کرد و گفت: باید تلاش بیشتری برای ارتقای توانمندی‌های نیروی کار انجام شود. توسعه مهارت‌های حرفه‌ای، به‌ویژه در جوانان و دانش‌آموزان، به کاهش نرخ بیکاری و افزایش بهره‌وری در سطح کشور منجر می‌شود. نکته دیگر، بهبود روابط با توجه به چالش‌های موجود در روابط اقتصادی بین‌المللی، از اعضای محترم مجمع تشخیص مصلحت نظام انتظار داریم در زمینه پیوستن کامل به FATF نظر مساعد خود را اعمال کنند و دستگاه دیپلماسی کشور نیز تلاش‌های خود در زمینه بهبود و گسترش روابط بین‌المللی را به تحکیم بخشد. همچنین دولت و سیاستگذاران در سال ۱۴۰۴ به منظور حفظ ثبات اقتصادی و مدیریت صحیح نوسانات ارزی، به الزامات اقتصاد با پایبند باشند و از مداخله‌گری‌های بی‌موقع و دخالت‌های کم‌بود و پوزیان در بازار ارز پرهیز کنند. برای تضمین رشد پایدار و ایجاد فضای امن اقتصادی، لازم است نگاه همه‌جانبه‌نگر به حفظ منافع سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی داشته باشیم.

رئیس اتاق بازرگانی ایران در آخرین نشست پارلمان بخش خصوصی از دولت و سیاستگذاران خواست تا به منظور حفظ ثبات اقتصادی و مدیریت صحیح در سال آینده، از مداخله‌گری‌های بی‌موقع و دخالت‌های کم‌بود در بازار ارز پرهیز کنند. در آخرین نشست هیأت‌نماینگان اتاق بازرگانی در سال ۱۴۰۳، «صمد حسن‌زاده» با بیان اینکه رویکرد اتاق ایران در سال ۱۴۰۳ مبتنی بر وفای و تعمیق روابط با قوای سه‌گانه بود، گفت: سال ۱۴۰۳ روابط بین‌المللی اتاق ایران که در قالب اعزام و پذیرش هدفمند هیأت‌های تجاری به کشورهای اولویت‌دار و همچنین استعمار دیدار و گفت‌وگو با سفرای کشورهای خارجی و بسترسازی برای انعقاد تفاهم‌نامه‌ها و قراردادهای تجاری با همراهی دولت صورت گرفته، بخشی از توفیقاتی است که مرهون مهارت و همدلی شکل گرفته میان فعالان بخش خصوصی است. به گفته «حسن‌زاده»، در مسیر



## اخبار

حضور ۳۹۴ هزار نفر در صف دریافت وام

### ۵۴۲ هزار نفر وام فرزندآوری گرفتند

شبکه بانکی کشور طی ۱۱ ماهه امسال بیش از ۵۴۲ هزار فقره تسهیلات فرزندآوری به ارزش بیش از ۴۵ هزار میلیارد تومان پرداخت کرده است. با این حال، طبق آمارهای بانک مرکزی هنوز بیش از ۳۹۴ هزار نفر در صف دریافت وام هستند. براساس داده‌های بانک مرکزی، شبکه بانکی کشور از ابتدای امسال تا پایان بهمن ماه، ۵۴۲ هزار و ۵۷۵ فقره وام قرض‌الحسنه فرزندآوری به ارزش ۴۴ هزار و ۹۱۰ میلیارد تومان پرداخت کرده است و ۳۹۴ هزار و ۴۸۸ نفر دیگر نیز در صف دریافت تسهیلات فرزندآوری هستند.

اما کدام بانک‌ها بیشترین سهم را داشتند؟ براساس آمارهای بانک مرکزی، بانک ملت با پرداخت ۱۱۲ هزار و ۹۸۲ فقره وام به ارزش ۹۵۶۹ میلیارد تومان و ۴۶ هزار و ۷۴۵ متقاضی در صف دریافت تسهیلات، بانک تجارت با پرداخت ۷۲ هزار و ۲۰۰ فقره به ارزش ۵۹۷۷ میلیارد تومان و ۳۳ هزار و ۶۳ متقاضی در صف، بانک ملی ایران با پرداخت ۷۲ هزار و ۹۰ فقره تسهیلات به ارزش ۶۰۱۷ میلیارد تومان و ۴۹ هزار و ۹۶۲ نفر در صف، بانک صادرات با پرداخت ۶۵ هزار و ۵۰۶ فقره وام به ارزش ۵۴۰۲ میلیارد تومان و ۴۱ هزار و ۸۲۱ نفر متقاضی در صف و بانک رفاه کارگران با پرداخت ۳۰ هزار و ۹۸۴ فقره وام به ارزش ۲۴۷۸ میلیارد تومان و ۴۷ هزار و هفت نفر متقاضی دریافت وام فرزندآوری در جایگاه‌های اول تا پنجم پرداخت وام فرزندآوری از سوی شبکه بانکی کشور قرار گرفته‌اند.

در همین حال، مقایسه آمارهای پرداخت تسهیلات فرزندآوری از سوی شبکه بانکی کشور نشان می‌دهد که تا پایان دی ماه امسال، ۴۹۰ هزار و ۶۲۵ فقره وام فرزندآوری پرداخت شده و ۳۹۸ هزار و ۲۶۴ نفر متقاضی در صف دریافت وام هستند. این در حالی است که تا پایان بهمن ماه امسال، ۵۴۲ هزار و ۵۷۵ فقره وام پرداخت شد و ۳۹۴ هزار و ۴۸۸ نفر دیگر در صف دریافت هستند. بر این اساس در بهمن ماه سال جاری، ۵۱ هزار و ۹۵۰ متقاضی توانسته‌اند وام فرزندآوری دریافت کنند و از طرف دیگر ۳۷۷۶ نفر متقاضی دریافت وام نسبت به ماه قبل از صف انتظار کاهش یافته است.

یک کارشناس اقتصادی مطرح کرد

### سیاست تثبیت؛ تنها راه نجات بازار ارز

یک کارشناس اقتصادی، سیاست تثبیت را تنها راه نجات بازار ارز، خواند و گفت اقدامات اخیر که باعث ایجاد نوسانات در بازار ارز شده، با شرایط فعلی اقتصاد همخوانی ندارد و فقط باید سیاست تثبیت بازار و مدیریت نرخ ارز اتخاذ شود. «آلبرت یغزبان» با اشاره به نوسانات اخیر در بازار ارز و طلا به «ایسنا» گفت: بی‌شک بهتر از هر کسی در کشور، مسئولان اقتصادی و مدیران متولی اقتصاد کشور از مسائل اقتصادی آگاه هستند و به خوبی می‌دانند که مصرف‌کنندگان ارز در اقتصاد کشور چه گروه‌هایی هستند و چه میزان درخواست و تقاضای ارزی در کشور وجود دارد و علت اصلی وقوع این نوسانات در چه عوامل و موفقهایی ریشه دارد. امروز و در حال حاضر مهمترین سببسی که باید دنبال شود تا مردم در صف کالا در دنبال نرخ ارز و نوسانات آن نباشند، این است که بازار ارز باید ثبات داشته باشد. به عبارتی نرخ در نهایت باید در یک محدوده ثابت باشد و تا زمانی که نرخ ارز همواره در حال تغییر است، نمی‌توان از واژه ثبات برای ارز استفاده کرد. در نهایت باید بازار ارز و اقتصاد، مدیریت شود و این موضوع که در شرایط فعلی اقتصاد به دنبال تک نرخی کردن ارز و آزادسازی نرخ ارز هستیم در حال حاضر یک تصمیم نادرست است؛ چراکه تک نرخی کردن یعنی هر کس بتواند با هر انگیزه‌ای و به هر میزانی که بخواهد، ارز داشته باشد. به گفته «یغزبان»، نباید با هدف مبارزه با قاچاق کالا و جلوگیری از رانت ارزی، اقداماتی صورت بگیرد که باعث التهاب در بازار ارز شود، به نظر می‌رسد، همان سیاست تثبیت که باعث کنترل بهتر جهش نرخ ارز شده بود باید در دستور کار قرار بگیرد. وی برزی فروسش سسکه را اقدامی مناسب در راستای مدیریت حساب سسکه و طلا دانست و ادامه داد: یکی از دیگر اقدامات این است که باید سا هدف مدیریت نرخ تورم باشد، به عبارتی اگر زمانی که نرخ ارز رها می‌شود و به سمت آزادسازی مدام پیش می‌رود، نباید انتظار داشت که نرخ کالا در بازار گران نشود و متعاقب این موضوع قیمت تمام شده واردات و صادرات بالا رفته و افزایش پیدا می‌کند و در نهایت دولت مجبور می‌شود برای مهار آن، اقدامات کمک معیشتی اتخاذ کند که در نهایت همین مسئله نیز منجر به قدم برداشتن در یک دور باطل می‌شود. بنابراین، باید هم ثبات ارزی ایجاد شود و در کنار آن نیز باید حتما در قیمت‌ها در بازار نظارت صورت بگیرد.

ایین اقتصاددان با اشاره به موضوع پیش‌فروش سسکه طلا از سوی بانک مرکزی و ابعاد مختلف آن از جمله مطلوب بودن یا عدم مطلوب بودن این سیاست، گفت: در مدت اخیر، حساب موجود در ارزش سسکه افزایش چشمگیری پیدا کرده است و تا حدی پیش رفت که ارزش ذاتی طلای سسکه نسبت به قیمت سسکه با تفاوت قیمت بالایی روبه‌رو شد. ارزش و حساب سسکه به هر میزانی که باشد، نباید تا این اندازه با میزان طلا و ارزش ذاتی طلای آن تفاوت بالایی داشته باشد. بنابراین پیش‌فروش سسکه، اقدامی مناسب بود تا همزمان با عرضه آنها، هم میزان حساب سسکه و طلا مدیریت شود و هم اینکه از آنجایی که سکه طلا در همه جای جهان از ارزش ذاتی برخوردار است، مانند بسیاری از محصولات مالی دیگر که ممکن است ارزش خود را از دست دهند، نیست و عرضه سسکه باعث می‌شود بسیاری از نقدینگی‌ها در محل بازارهای غیررسمی هزینه نشود. به عقیده «یغزبان»، امروز نظارت بر قیمت‌ها و بازار از بسیاری از اصلاحات اقتصادی هم بهتر و اث‌رگذارتر است و هم هزینه کمتری بر اقتصاد کشور دارد و در کنار آن باید مدیریت بازار ارز و کنترل نرخ آن مدیریت شود و بانک مرکزی نیز باید همان سیاست تثبیت را که در گذشته اتخاذ کرده بود، ادامه دهد تا کمتر شاهد افسارگسیختگی در بازار ارز و جهش‌های اقتصادی باشیم.

مصرف روزانه ۲۰ میلیون لیتر بنزین در پایتخت

### مصرف بنزین تهران، معادل مصرف ۱۵ استان

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی استان تهران از مصرف روزانه ۲۰ میلیون لیتر سوخت بنزین در این استان خبر داد. «مصرف یاسمی» با بیان اینکه مصرف بنزین استان تهران معادل مصرف ۱۵ استان کشور است، گفت: مصرف سوخت در این استان بسیار وحشتناک است، به‌طوری که مصرف ۱۵ استان کشور در استان تهران مصرف بنزین داریم. به گفته وی، ۱۰ درصد سوخت کشور در استان تهران مصرف می‌شود؛ روزانه بیش از ۲۰ میلیون لیتر سوخت بنزین در استان تهران مصرف می‌شود. البته ما آمادگی کامل را برای تأمین سوخت ایسام نروز داریم و از این نظر مشکلی در تأمین فرآورده‌های سوختی نداریم.

**حجم نقدینگی در دی‌ماه امسال به ۹۷۲۳ هزار میلیارد تومان رسید**

# رشد ۲۱ درصدی پایه پولی



گسترده‌ای بر تورم، نرخ بهره، بیکاری و تولید دارد. رشد نقدینگی معمولا به صورت درصدی نسبت به دوره قبلی به عنوان مثال ماهانه یا سسالانه نشان داده می‌شود و نشان‌دهنده سرعت افزایش پول در اقتصاد کشور است. رشد پایه پولی، افزایش ضریب فراینده پول، افزایش وام‌دهی بانکی، افزایش مخارج دولتی و افزایش تقاضا برای پول از مهمترین عوامل رشد نقدینگی هستند.

حال آخرین آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که نرخ رشد نقدینگی در پایان دی ماه امسال به ۲۸.۴ درصد رسید و رشد پایه پولی در بازه زمانی ۱۲ ماهه معادل ۲۱.۲ درصد رشد داشته است. طبق اعلام بانک مرکزی، حجم نقدینگی کشور در دی ماه امسال به رقم ۹۷۲۳ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به پایان سال ۱۴۰۲ معادل ۲۳.۴ درصد رشد داشته است. همچنین نرخ رشد ۱۲ ماهه نقدینگی در دی ماه امسال معادل ۲۸.۴ درصد محاسبه شده که در مقایسه با نرخ رشد دوره مشابه (۲۵.۴ درصد در دی ماه سال گذشته) به میزان سه واحد درصد افزایش را نشان می‌دهد.

### رشد پایه پولی به اوج ۵ ماهه رسید

همزمان با رشد نقدینگی، پایه پولی نیز ۲۱ درصد افزایش یافت که بیشترین میزان پنج ماه گذشته است. پایه پولی به تمام اسکناس‌ها، سکه‌های تولید شده و اعتبارات تصویب شده نزد بانک مرکزی گفته می‌شود که بیشترین قابلیت نقدشوندگی در اقتصاد یک کشور را دارا باشد. میزان پایه پولی در دی ماه امسال به رقم ۱۲۴۰۹ هزار میلیارد تومان رسیده است. بر این اساس و طبق گزارش بانک مرکزی، رشد ۱۲ ماهه پایه پولی در دی ماه ۱۴۰۳ به رقم ۲۱.۲ درصد رسیده است که در مقایسه با رقم مشابه در دی ماه سال گذشته (۲۱.۵ درصد)، افت ۰.۳ درصدی را نشان می‌دهد. با این حال، پایه پولی در دی ماه امسال نسبت به پایان سال گذشته، رشد ۱۳.۶ درصدی را تجربه کرده است.

نکته دیگر آمارهای بانک مرکزی، رشد دارایی‌های خارجی بانک مرکزی حاصل از افزایش نرخ تسعیر است. در ۱۰ ماهه منتهی به دی ماه امسال، خالص دارایی‌های خارجی بانک مرکزی، مهمترین عامل رشد پایه پولی بوده که سهمی معادل ۷۹.۴ واحد درصد رشد در پایه پولی را نشان می‌دهد و عامل افزایش خالص دارایی‌های خارجی بانک مرکزی در سسال جاری، افزایش نرخ تسعیر (فرایند تبدیل نرخ ارز حاصل از معاملات ارزی به پول رایج ملی) از سوی بانک مرکزی بوده است. همچنین در دی ماه امسال در قیاس با سال ۱۴۰۲، خالص بدهی دولتی بانک مرکزی، سهمی معادل ۱۵.۷ درصد را در رشد ۱۳.۶ درصدی پایه پولی داشته است و افزایش خالص بدهی بخش دولتی به بانک مرکزی عمدتا به علت افزایش مطالبات بانک مرکزی از دولت و نهادهای دولتی است. علاوه بر این، از دیگر عوامل رشد پایه پولی در پایان دی ماه امسال، حجم مطالبات بانک

فرصت امروز: آخرین آمارهای بانک مرکزی از متغیرهای پولی در دی ماه ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که رشد نقدینگی و پایه پولی افزایش یافته است. حجم نقدینگی در دی ماه امسال به ۹۷۲۳ هزار میلیارد تومان رسید و پایه پولی با رشد ۲۱ درصدی در بالاترین سطح پنج ماه گذشته ایستاد. پول خلق شده توسط بانک مرکزی در دی ماه امسال نسبت به دی سال گذشته ۲۱.۲ درصد رشد کرد و رشد پایه پولی به بالاترین سطح از شهریورماه رسید. رشد پایه پولی در شهریورماه امسال معادل ۱۷.۶ بود که تا دی ماه به روند صعودی خود ادامه داد. رشد نقدینگی نیز در دی ماه امسال نسبت به فصل پاییز در سطح بالاتری قرار گرفت. رشد نقدینگی در ماه‌های آبان و آذر معادل ۲۸.۱ درصد بود که در دی ماه تا سطح ۲۸.۴ درصد افزایش یافت. با توجه به روند رشد نقدینگی به عنوان متغیر تورم‌ساز به نظر می‌رسد که تورم داغ در روزهای سرد زمستان همچنان ادامه خواهد داشت.

از سوی دیگر، آمارهای بانک مرکزی از ترکیب نقدینگی و رشد پول و شبه پول در دی ماه امسال نشان می‌دهد که رشد ماهانه پول از ۴.۲ درصد در آذرماه به ۱.۵ درصد در دی ماه کاهش یافت. همچنین رشد نقطه به نقطه این متغیر از ۳۰.۱ درصد در آذرماه به ۲۹.۱ درصد در دی ماه افت کرد. وضعیت شبه پول نیز در در ابتدای زمستان نشان می‌دهد که رشد ماهانه این متغیر از ۱.۶ درصد در آذرماه به ۱.۲ درصد در دی ماه کاهش یافت. رشد نقطه به نقطه این متغیر هم افزایش یافت و از ۲۷.۴ درصد در آذرماه به ۲۸.۲ درصد در دی ماه رسید. بدین ترتیب، نرخ رشد نقدینگی در پایان دی ماه به ۲۸.۴ درصد رسید و رشد پایه پولی در بازه زمانی ۱۲ ماهه معادل ۲۱.۲ درصد افزایش یافت.

### نرخ رشد نقدینگی بالاتر از هدف گذاری

نقدینگی و پایه پولی، دو متغیر اصلی در ایجاد تورم است. پایه پولی به عنوان هسته تورم‌ساز در اقتصاد عمل کرده و مایع اولیه ایجاد نقدینگی در جامعه را فراهم می‌کند. زمانی که پایه پولی با پول خلق نشده توسط بانک مرکزی در جامعه تزریق می‌شود به مرور باعث ایجاد پول و شبه پول بیشتری در جامعه شده که به آن نقدینگی می‌گویند. رشد نقدینگی در یک اقتصاد، اصلی‌ترین متغیر ایجادکننده تورم است. نقدینگی همچنین از دو جز پول و شبه پول تشکیل شده است. زمانی که سطح پول و شبه پول در اقتصاد افزایش می‌یابد باعث افزایش قیمت در کالاها و خدمات می‌شود. براساس نظریات اقتصادی، اگر همزمان با افزایش پول در جامعه، کالا و خدمات تولیدی نیز افزایش پیدا کند، تورم در اقتصاد کنترل می‌شود. اما در غیر این صورت، یعنی تزریق نقدینگی منهای عرضه کالا و خدمات به جامعه، سسواوی با جهش تورم است. نرخ رشد نقدینگی به افزایش حجم کل پول در گردش و شیءپول در اقتصاد طی دوره زمانی مشخصی اشاره دارد. این مفهوم، یکی از شاخص‌های مهم اقتصادی است که اثرات

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار رونمایی کرد

## ۳ برنامه محوری بورس برای سال آینده

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، سه محور افزایش نقدشوندگی بازار، بهبود بازده و مدیریت ریسک را به عنوان برنامه سه‌گانه سازمان بورس برای سال ۱۴۰۴ اعلام کرد و گفت: «افزایش کارایی بازار از طریق اصلاح فرآیندها و کاهش هزینه‌های معاملاتی»، «بهبود عملکرد شرکت‌های بورسی با تمرکز بر شفافیت مالی و ارتقای حاکمیت شرکتی» و «توسعه بازار از مسیر افزایش ارزش بازار سرمایه، به ویژه با تسریع در عرضه‌های اولیه و جذب نقدینگی بیشتر»، سه برنامه محوری سازمان بورس برای سال ۱۴۰۴ هستند. به گفته «حجت‌اله صیدی»، هدف نهایی، تبدیل بورس به موتور محرک اقتصاد و افزایش سهم آن در تأمین مالی پروژه‌های کلان است که تحقق این برنامه‌ها، مستلزم همکاری همه ذی‌نفعان و ثبات در فضای کلان اقتصادی است. او در همایش چشم‌انداز اقتصاد ایران ۱۴۰۴ که روز گذشته در هتل المپیک تهران برگزار شد، گفت: برآورد بنده و همکارانم در بازار سرمایه این است که متغیرهای اقتصاد در سال ۱۴۰۴ از ثبات برخوردار خواهد بود و تغییر عمده‌ای را در شرایط اقتصادی پیش‌بینی نکرده‌ایم. البته همیشه متغیرهای غیرقابل پیش‌بینی وجود دارد. بنابراین ما باید برای این فضا برنامه‌های بازار سرمایه را تنظیم کنیم. البته اگر اتفاق دیگری افتاد و گشایش خوبی حاصل شد، با یک برنامه جدید و پیش‌رونده حرکت می‌کنیم. اگر هم شرایط سخت‌تر از وضعیت فعلی شد، باز هم معتقدیم باید فضا را مدیریت کرد و از بی‌جه و گردنه‌ها عبور کرد چون بدترین اتفاق در جا زدن، ناامید شدن و کار نکردن است. رئیس سازمان بورس به تشریح سه برنامه بازار سرمایه در سال آینده پرداخت و توضیح داد: برای سال آینده، سه برنامه را برای بازار سرمایه پیگیری خواهیم کرد. اولین برنامه، افزایش کارایی بازار است. در این خصوص تمام نهادهای ناظر در بازار سرمایه وظیفه دارند که به تحقق این برنامه کمک کنند. این روند از ۲۵ سال پیش در بازار سرمایه آغاز شده و تا به امروز ادامه داشته است؛ شفافیت هدفی است که همه ما دنبال آن هستیم. تلاش می‌کنیم که شفافیت را بالا ببریم تا از حقوق سهامدار صیانت شود و سهامدار بتواند ریسک و بازده را برآورد کند. در این رابطه، کارهای مختلفی را تعریف کردیم و اقداماتی در حال پیگیری است، اما





تولید و صنعت  
مجلس شورای اسلامی  
اداره ثبت اسناد و املاک استان کرمان

## آگهی هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

### آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

در اجرای مواد مذکور بدینوسیله املاکی که برابر آراء هیاتهای حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی ماهان تقاضای ثبت آنها پذیرفته وادامه عملیات ثبتی آنها مطابق قانون مذکور تجویز گردیده است به ترتیب شماره پلاک فرعی از یک دودو سه و پنج و شش و نه و اصلی و بخش محل وقوع ملک ومشخصات مالک یا مالکین متقاضیان ثبت واقع در بخش ۵ و ۶ حوزه ثبتی ماهان شرح ذیل آگهی میشود تادر صورتی که شخص یا اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند بتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست تجدید نظر در قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت براساس قانون مذکور مابع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود

فرعیات ذیل از یک اصلی واقع در ماهان بخش ۵ کرمان :

پلاک ۱۱۹۱۳ فرعی مجزی شده از پلاک ۲۳۷۵ فرعی - آقای مجید خالقی به ش ش ۱۷۶ و کدملی: ۶۰۷۹۷۰۰۳۹۵ فرزند: اصغر در ششداگک مغازه به مساحت ۶۲۵۷ متر مربع واقع در ماهان - علی آباد جنب کاروانسرای امین زاده - خریداری از محل مالکیت فاضه خالقی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۹۱۴

پلاک ۱۱۹۱۴ فرعی مجزی شده از پلاک ۲۳۷۵ فرعی - آقای مجید خالقی به ش ش ۱۷۶ و کدملی: ۶۰۷۹۷۰۰۳۹۵ فرزند: اصغر در ششداگک خانه مشتمل بر طبقه فوقانی و انباری به مساحت ۱۱۰۴۶۲ متر مربع واقع در ماهان - علی آباد جنب کاروانسرای امین زاده - خریداری از محل مالکیت فاضه خالقی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۹۱۳

پلاک ۱۱۹۱۵ فرعی مجزی شده از پلاک ۷۷۸ فرعی - خانم فاطمه آشور ماهانی به ش ش ۱۲۴ و کدملی: ۶۰۷۹۷۲۸۱۱۸ فرزند: ششداگک زمین مزروعی به مساحت ۶۳۵ متر مربع واقع در ماهان کوجه خاکو سریند صالحی - خریداری از محل مالکیت خاندان قلی کلاتری و حمید کلاتری - مالک رسمی - حقوق ارتقایی: با حق عبور جوی

آب- ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۸۲۷  
پلاک ۱۱۹۱۶ فرعی مجزی شده از پلاک ۲۵۴۴ فرعی - آقای ماشاله رضائی کل شوری به ش ش ۱ و کدملی: ۶۰۷۹۸۳۷۰۲۷ فرزند: غلامرضا در ششداگک دو باب خانه به مساحت ۳۹۱ متر مربع واقع در ماهان خیابان امام کوجه ۴۲ محل نعمت آباد - کوجه ۷ - خریداری از محل مالکیت زهرا پرزگر کریم آبادی - مالک رسمی - ردیف پرونده ۱۴۰۳-۶۷۰

پلاک ۱۱۹۱۷ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۰۱۶ فرعی - آقای امیر بنی اسدی ماهانی به ش ش ۱۴۱ و کدملی: ۶۰۷۹۶۷۵۷۹۹ فرزند: ابوالقاسم در ششداگک باغ محصور به مساحت ۴۳۵ متر مربع واقع در ماهان محله خواجوییه - خریداری از محل مالکیت ابوالقاسم بنی اسدی ماهانی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۵۹۰  
پلاک ۱۱۹۲۰ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۴۳۱ فرعی - آقای محمد محمدحسین زاده ماهانی به ش ش ۶۰۷۰۴۰۲۶ و کدملی:

۶۰۷۰۴۰۲۶۰ فرزند: حمید در ششداگک اسکلت ساختمان به مساحت ۹۲۷ متر مربع واقع در ماهان خیابان ولایت - خریداری از محل مالکیت مریم مددی ماهانی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۷۱۶

پلاک ۱۲۲۲۰ فرعی مجزی شده از پلاک ۶۴۸ مکرر فرعی - آقای محمد امیر ماهانی به ش ش ۹۸ و کدملی: ۶۰۷۹۶۸۹۳۹۱ فرزند: ماشاله در ششداگک باغ به مساحت ۴۹۵ متر مربع واقع در ماهان خیابان امام شهید رجایی شرقی - خریداری از محل مالکیت کبری حسین رضایی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۷۵

پلاک ۱۲۲۲۱ فرعی مجزی شده از پلاک ۶۴۸ مکرر فرعی - آقای اکبر امیر ماهانی به ش ش ۱۷۸ و کدملی: ۶۰۷۹۶۴۷۲۳۲ فرزند: ماشاله در ششداگک باغ به مساحت ۵۵۱،۳۴ متر مربع واقع در ماهان خیابان امام خیابان شهید رجایی شرقی - خریداری از محل مالکیت کبری حسین رضایی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۳۶

پلاک ۱۲۲۲۲ فرعی مجزی شده از پلاک ۶۴۸ مکرر فرعی - آقای علی امیر ماهانی به ش ش ۴۹ و کدملی: ۶۰۷۹۶۵۶۰۱۹ فرزند: ماشاله در ششداگک باغ به مساحت ۴۸۲ متر مربع واقع در ماهان خیابان امام خیابان شهید رجایی شرقی - خریداری از محل مالکیت کبری حسین رضایی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۳۷

فرعیات ذیل از ۲ و اصلی واقع در روستای لنگر و قناعتستان بخش ۵ کرمان:

پلاک ۱۷۷۰ فرعی مجزی شده از پلاک ۴۳۶ فرعی - آقای محمد رحیمی صادق به ش ش ۱۶ و کدملی: ۶۰۷۹۸۳۳۲۷۶ فرزند: رمضان در ششداگک باغ به مساحت ۷۱۰ متر مربع واقع در لنگر خیابان ولیعصر یک - خریداری از محل مالکیت نعمت الهه ترابی فرزند: ماشاله ترابی - مالک رسمی - حقوق ارتقایی: با حق عبور جوی اب - ردیف پرونده ۱۴۰۳-۳۹۵

پلاک ۱۷۱۵ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۱۲۶ فرعی از ۳ اصلی - خانم صدیقه علینقی سنگری به ش ش ۱۱۹۶ کدملی: ۰۰۴۵۷۹۸۴۶۱ فرزند: محمد در ششداگک باغ غیر محصور به مساحت ۳۱۰۵ متر مربع در روستای لنگر جاده کوره ها - خریداری مع واسطه از محل مالکیت تیمور زند وکیلی - مالک رسمی - پرونده ردیف: ۱۴۰۱-۴۵۰ فرعیات ذیل از ۹ اصلی واقع در بخش ۵ کرمان:

پلاک ۱ فرعی مجزی شده از ۹ اصلی - آقای عباس فلسفی به ش ش ۱۱۴۲۸ و کدملی: ۲۹۹۳۷۹۵۲۴۶ فرزند: علی در ششداگک خانه قدیمی مشتمل بر زمین مشجر و طویله به مساحت ۲۱۹۶۵ متر مربع واقع در ماهان جاده کهنوج مزعه کشکوهیه - متقاضی جز مالکین رسمی می باشد - حقوق ارتقایی: با توجه به اینکه ملک مورد تقاضا محاط در اراضی ملی می باشد حق عبور از اراضی ملی جز پلاک ۹ اصلی برای ملک مورد تقاضا گواهی می شود - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۹۵۶

فرعیات ذیل از یک اصلی واقع در جویار بخش ۶ کرمان :  
پلاک ۳۶۱۳ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۴۹۸ فرعی - آقای رمضان حسینی اسمعیل آبادی به ش ش ۲ و کدملی: ۶۰۷۹۹۳۸۸۷۱ فرزند: کریم در ششداگک زمین مزروعی ( فاقد کشت) به مساحت ۷۷۳۸،۶۹ متر مربع واقع در جویار - سجاهه کمربندی ماهان باغین - بعد از ورودی جویار سمت راست جاده بعد از تل - خریداری مع واسطه از محل مالکیت شهریار شهریاربی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۳۱۸-

## آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

۱۴۰۳ پلاک ۳۶۲۹ فرعی مجزی شده از پلاک ۲۲۸ مکرر فرعی - آقای مرتضی پور جوپاری به ش ش ۸۴۰۶ و کدملی: ۲۹۹۳۷۶۵۰۱۹ فرزند: عطاله در ششداگک ساختمان به مساحت ۵۶۲،۵۲ متر مربع واقع در جویار - خیابان شریعتی کوجه ۱۴ فرعی اول سمت چپ - متقاضی جز مالکین رسمی می باشد - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۹۲۵

پلاک ۳۶۳۱ فرعی مجزی شده از پلاک ۳۱۲ مکرر فرعی - خانم حمیده ترابی به ش ش ۶۳۹ و کدملی: ۳۰۷۱۰۴۹۳۰۷ فرزند: احمد در ششداگک خانه به مساحت ۵۲۰ متر مربع واقع در جویار - خیابان شریعتی کوجه ۱۱ انتهای کوجه سمت راست درب آخر سمت راست - خریداری مع واسطه از محل مالکیت صادق زند پور حسین شاهی - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۲۴

پلاک ۳۶۳۳ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۸۴۸ فرعی - خانم عشرت پور جوپاری به ش ش ۳۸۲۲ و کدملی: ۶۰۷۹۶۹۸۳۶ فرزند: محمد در ششداگک خانه قدیمی مخروبه به مساحت ۲۱۵ متر مربع واقع در جویار خیابان شریعتی بین کوجه ۱۲ و ۱۴ - متقاضی جز مالکین مشاعی می باشد - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۳۹۸

پلاک ۳۶۳۴ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۵۲۴ فرعی - آقای اصغر قنبری گوهری به ش ش ۸۶ و کدملی: ۶۰۷۹۸۷۶۲۷ فرزند: عباس در ششداگک زمین مزروعی شخم زده به مساحت ۶۳۹،۶۲ متر مربع واقع در جویار - سجاهه کمربندی ماهان - باغین - بعد از ورودی جویار سمت راست - متقاضی جز مالکین رسمی می باشد - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۰۸۳

فرعیات ذیل از ۵ اصلی واقع در روستای امیر اباد بخش ۶ کرمان: پلاک ۴۰۰ فرعی مجزی شده از پلاک ۵ اصلی - آقای عباس خراسانی به ش ش ۲۳۴۵ و کدملی: ۲۹۹۰۶۰۸۵۲۴ فرزند: علی در ششداگک باغ به مساحت ۳۰۸۹ متر مربع واقع در امیر آباد خیابان سردار سلیمانی - خریداری مع واسطه از محل مالکیت ادرباد و بهرام اشیدری - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۳۷۴

فرعیات ذیل از ۶ اصلی واقع در محی اباد بخش ۶ کرمان: پلاک ۱۳۰۵ فرعی مجزی شده از پلاک ۳۰۳ فرعی - خانم مریم صداقت به ش ش ۲۹۸۰۱۰۲۸۰۶ و کدملی: ۲۹۸۰۱۰۲۸۰۶ فرزند: ماشاله در ششداگک زمین مزروعی به مساحت ۲۰۰۲۸۸ متر مربع واقع در محی آباد خیابان ولیعصر - کوجه ۱۸ انتهای کوجه به سمت زمین های کشاورزی - بعد از ملمبه آب اشامیدنی - خریداری از محل مالکیت محمدرضا سام زاده - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۲۸۰

پلاک ۱۳۰۶ فرعی مجزی شده از پلاک ۳۰۳ فرعی - آقای حسین صداقت به ش ش ۶۱ و کدملی: ۶۰۷۹۹۷۶۵۱۱ فرزند: ماشاله در ششداگک باغ محصور به مساحت ۱۶۶۰،۹۹ متر مربع واقع در محی آباد خیابان ولیعصر - کوجه ۱۸ انتهای کوجه به سمت زمین های کشاورزی - بعد از ملمبه آب اشامیدنی - خریداری از محل مالکیت عبدالحسین سام زاده ورته محمدرضا سام زاده - مالک رسمی - ردیف پرونده: ۱۴۰۳-۱۲۷۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۲/۰۶  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۲/۲۱

شناسه آگهی: ۱۸۸۹۱۱۷  
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ماهان  
ابراهیم سیدی

## آگهی

باعنایت به اینکه شبکه بهداشت و درمان شهرستان اسلامشهر با نمایندگی داودعلی ملکی در اجرای ماده ۱۰۴ مکرر آیین نامه قانون ثبت و بموجب سند اجاره شماره ۱۵۳۵۶۰ - ۱۴۰۳/۰۷/۲۴ تنظیمی دفترخانه ۸ اسلامشهر و درخواست صدور سند مالکیت اعیانی حادثی در قسمتی از عرصه پلاک ثبتی ۷ اصلی واقع در چهار دانگه بلوار جانبازان بین حسین آباد و چهار دانگه مرکز سلامت چهار دانگه را نموده و نظر به اینکه عملیات تحدید حدود تصرفات متقاضی در روز یکشنبه ۱۴۰۳/۱۲/۲۶ راس ساعت ۱۰ صبح به نشانی چهار دانگه بلوار جانبازان بین حسین آباد و چهار دانگه مرکز سلامت چهار دانگه به عمل خواهد آمد لذا با توجه به عدم دسترسی متقاضی درخواست صدور سند مالکیت در اجرای ماده ۱۰۴ مکرر آیین نامه قانون ثبت به آدرس مالکین مشاعی خطاریه مرقوم به استناد ماده ۱۴ آیین نامه اجرا یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار جهت اطلاع مالکین مشاعی آگهی تا چنانچه اعتراضی نسبت به تصرفات نامبرده و عملیات صدور سند مالکیت داشته باشند مراتب اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک اسلامشهر تسلیم نمایند. ضمنا در صورت عدم وصول اعتراض این واحد ثبتی برابر مقررات نسبت به ادامه عملیات ثبتی اقدام خواهد نمود.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان خراسان شمالی  
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد  
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های 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 رأی شماره ۱۱۴۰۸ - ۱۴۰۳ مورخه ۱۴۰۳/۰۸/۲۴ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم مدینه گریوانی فرزند جان محمد بشماره شناسنامه ۸ در ششداگک یک قطعه زمین زرایی با کاربری زرایی - باغی به مساحت ۳۷۵۰،۳۹ مترمربع در قسمتی از ششداگک پلاک شماره ۸۲۶ - فرعی ۵۱ از اصلی واقع در اراضی موسوم به گریوان بخش ۲ حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد از محل مالکیت ثبتی اسد اسولد کریم 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. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۲/۰۶  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۲/۲۱  
شناسه آگهی: ۱۸۸۸۹۴۲

سعيدعقبي  
رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه دو بجنورد

سند کارخانه سواری پژو آر دی مدل ۸۱ به رنگ طوسی به شماره انتظامی ۱۶۰۲۱۷-۹۲ و شماره شاسی ۸۱۷۱۱۸۴۹ و شماره موتور ۲۳۳۲۸۱۱۲۱۹۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۶

سند کارخانه سواری پیکان مدل ۸۳ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۲۲-۲۱۹-۴۲ و شماره شاسی ۸۳۴۴۵۶۰۰ و شماره موتور ۱۱۲۸۳۰۶۸۳۰۶ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۷

سند کارخانه سواری پیکان مدل ۷۷ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۷۳-۳۴۴-۲۴ و شماره شاسی ۷۷۴۲۷۸۰۸ و شماره موتور ۱۱۱۲۷۳۵۲۲۳ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۸

سند کارخانه کامیون باری چوبی بنز مدل ۵۵ به رنگ زیتونی به شماره انتظامی ۱۵-۵۵۵۲-۷۶ و شماره شاسی ۱۴۲۲۲۴۱۵ و شماره موتور ۱۰۰۲۶۳۲۴ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۹

سند کارخانه سواری پژو آر دی مدل ۷۸ به رنگ سبز به شماره انتظامی ۹۲-۷۵۲-۲۵ و شماره شاسی ۷۸۷۰۲۸۵۲ و شماره موتور ۲۳۳۲۷۸۰۲۸۰۷ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۰

سند کارخانه سواری پیکان مدل ۸۰ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۹۲-۸۷۹-۶۱ و شماره شاسی ۸۰۴۷۸۵۶۹ و شماره موتور ۱۱۱۲۸۰۷۶۰۶۳ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۱

سند کارخانه مینی بوس بنز مدل ۵۳ به رنگ بژ به شماره انتظامی ۸۴-۳۲۸-۲۳ و شماره شاسی ۰۲۲۸۶۴ و شماره موتور ۰۱۴۰۸۵ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲

سند کارخانه سواری پژو آر دی مدل ۸۲ به رنگ یشمی به شماره انتظامی ۵۶-۸۶۳-۷۶ و شماره شاسی ۸۲۱۳۱۵۰۸ و شماره موتور ۱۱۷۸۲۰۰۲۸۴۳ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۳

سند کارخانه سواری پیکان مدل ۸۳ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۴۹-۱۲۹-۱۵۵ و شماره شاسی ۸۳۵۱۹۸۵۹ و شماره موتور ۱۱۲۸۳۱۱۵۱۱۶ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۴

سند کارخانه سواری پراید مدل ۸۱ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۱۲-۸۱۹-۹۵ و شماره شاسی ۸۱۴۱۲۲۸۱۰۴۸۳۳ و شماره موتور ۰۰۳۳۸۳۰۰ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۵

سند کارخانه سواری پژو آر دی مدل ۸۲ به رنگ یشمی به شماره انتظامی ۹۳-۳۸۳-۳۹ و شماره شاسی ۸۲۷۰۳۵۸۸ و شماره موتور ۲۳۳۲۸۰۳۸۸۹ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۶

سند کارخانه وانت پیکان مدل ۸۱ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۵۶-۱۴۳۵۲ و شماره شاسی ۸۱۹۰۹۴۳۲ و شماره موتور ۱۱۵۱۸۱۰۹۴۵۰ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۷

## آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین

### نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رأی شماره ۲۰۱۷۸ - ۱۴۰۳ مورخه ۱۴۰۳/۰۸/۱۸ هیات اول انوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تاکستان تصرفات بلامعارض متقاضی آقای جواد سلیمانی نئی فرزند نظامعلی به شماره شناسنامه ۲۸۵۵ صادره از تاکستان در عرصه ششداگک یکباب ساختمان به مساحت ۱۴۳،۱۱ مترمربع مفروز از پلاک ثبتی ۱۵۲۳۳ فرعی از اصلی واقع در بخش ۸ تاکستان 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 مرجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۲/۱۱  
تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۳/۱۲/۲۱

شناسه آگهی: ۱۸۷۹۵۴۲  
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک تاکستان

آگهی مفقودی  
برگ سبز خودرو سواری پژو ۲۰۶ تیپ ۲- ۳۳۳۲ برگه فرای متالیک مدل ۸۴ شماره شاسی ۱۰۸۰۷۰۸۷ و شماره موتور ۲۰۰۳۷۵۹-۷۶۵۹-۱۰۱۲۰۸۴۰ شماره انتظامی ۲۸- ۲۴۴ ۹۷ بنام مرتضی ارزن زین مفقود از درجه اعتبار ساقط می باشد. خحال۵۶

آگهی مفقودی مدارک خودرو  
برگ سبز خودرو سواری سمند به شماره انتظامی ۲۸ ایران ۲۹۳ ل ۴۲ شماره موتور ۱۹۰۵۹۲-۱۲۴K و شماره شاسی DFF۳۱۳۵۸-NAAC۱CC متعلق به اینجانب میثم زین به شماره ملی ۴۱۰۶۴۱۰۶۴۱ مفقود و از درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

مفقودی  
شناسنامه (برگ سبز) خودرو سواری سیستم پراید تیپ جی ال ایکس ال مدل ۱۳۸۶ به رنگ نقره ای متالیک بشماره موتور ۲۰۰۳۷۴۰۲ بشماره شاسی S۱۴۱۲۳۶۱۳۵۰۷ شماره انتظامی ۹۹۶/۶۴/ایران ۱۹ بنام سارا رحیمی زالیانی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲۰/د

سند کارخانه کامیون کمپرسی مدل ۵۶ به رنگ شیری به شماره انتظامی ۶۸-۶۳۴-۲۴ و شماره شاسی ۴۹۱۵۹۷ و شماره موتور ۰۱۲۶۷۶ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱

سند کارخانه کامیونت ون نیسان مدل ۷۳ به رنگ آبی تیره به شماره انتظامی ۳۳-۹۸۴-۱۷ و شماره شاسی ۰۰۰۹۶۰۴۱ و شماره موتور ۰۰۰۱۹۵۲۵ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۲

سند کارخانه سواری پراید مدل ۸۰ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۲۲-۵۷۹-۷۳ و شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۰۷۵۵۸۸ و شماره موتور ۰۰۳۳۸۳۰۰ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۳

سند کارخانه سواری پیکان مدل ۷۹ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۷۳-۹۲۳-۱۵۵ و شماره شاسی ۰۰۷۹۴۷۲۶۵۷ و شماره موتور ۱۱۱۲۷۹۶۸۰۰۶ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۴

سند کارخانه سواری پراید مدل ۸۲ به رنگ سفید به شماره انتظامی ۹۲-۳۹۶۱۳۱-۳۹ و شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۲۹۵۷۶۹۸ و شماره موتور ۰۰۴۹۴۳۳۷ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۵

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان خراسان شمالی  
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد  
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

## آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳

### آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رأی شماره ۱۸۶۵۳ - ۱۴۰۳ مورخه ۱۴۰۳/۱۱/۰۶ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم زینب عباسی فرزند ولی بشماره شناسنامه ۴۴۱ در ششداگک یک قطعه زمین مزروعی با کاربری زرایی - باغی به مساحت ۱۴۵۶،۴۸ مترمربع در قسمتی از ششداگک پلاک شماره ۱۸ فرعی از ۲۱۴ - اصلی واقع در اراضی موسوم به عرب بخش ۲ حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد از محل مالکیت ثبتی کدخدا محمد قلوبی 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. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۲/۰۶  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۲/۲۱

شناسه آگهی: ۱۸۸۸۸۶۸  
سعيدعقبي  
رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه دو بجنورد

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه و بویراحمد  
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک دوگنبدان  
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 رأی شماره ۱۲۷۲۲ - ۱۴۰۳ مورخه ۱۴۰۳/۰۲/۲۰ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک دوگنبدان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم فرخ کریمی علیا فرزند علی بشماره شناسنامه ۴۰۵ صادره از نورآباد در ششداگک یک قطعه زمین به مساحت ۱۲۵۹،۹۶ متر مربع پلاک ۲۷۷ فرعی از ۶ اصلی مفروز و مجزی شده از فرعی از ۶- اصلی قطعه ۱ واقع در سراب ننیز خریداری از مالک رسمی آقای رضا جهانگیری 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 میتوانند 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. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۲/۱۲  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۲/۲۱

م/الف: ۱۴۰۳/۲۳/۸  
کارت هوشمند راننده بشماره ۵۵۷۲-۲۲۵۷۹۰۰۵۵۷۲ بنام جبار علی میری ده باغی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲/۵

مفقودی  
کارت هوشمند کامیون چنگ لنگ بشماره ۴۲۹۷۹۴۶-۲۲۵۷۹۰۰۵۵۷۲ بنام جبار علی میری ده باغی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲/۵

مفقودی  
کارت هوشمند کامیون چنگ لنگ بشماره ۴۲۹۷۹۴۶-۲۲۵۷۹۰۰۵۵۷۲ بنام جبار علی میری ده باغی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲/۵

## آگهی

در اجرای ماده ۳ قانون



دستاوردهای مهم در مسیر تولید و فروش؛

# رشد ۷۴ درصدی سود خالص پتروشیمی تبریز



۸۵ هزار تن رسیده است که نسبت به سال گذشته، ۶ درصد رشد را نشان می‌دهد.
وی تصریح کرد: از نظر ارزش صادرات نیز عملکرد شرکت چشمگیر بوده است، به طوری که مبلغ فروش

صادراتی به ۴۲ هزار میلیارد ریال رسیده که در مقایسه با ۳۱ هزار میلیارد ریال سال گذشته، رشد ۳۶ درصدی داشته‌ام.
وی با تأکید بر عملکرد مثبت تولید در پتروشیمی تبریز عنوان کرد: در ۹ ماهه نخست سال جاری، تولید مجتمع به ۶۱۸ هزار تن رسیده است که این میزان، تحقق ۱۱۲ درصدی برنامه تولیدی را نشان می‌دهد. مدیرعامل پتروشیمی تبریز این موفقیتی را حاصل تلاش‌های بی‌وقفه کارکنان و اجرای طرح‌های بهینه‌سازی در خطوط تولید دانست.

وی با اشاره به برنامه‌های آینده شرکت اعلام کرد: پتروشیمی تبریز در نظر دارد با توسعه بازارهای جدید، افزایش بهره‌وری و تمرکز بر فناوری‌های نوین روند رو به رشد خود را ادامه دهد.

وی افزود: افزایش کیفیت محصولات، کاهش هزینه‌های تولید و ارتقای جایگاه شرکت در بازارهای بین‌المللی از مهم‌ترین اهداف پیش روی ماست.
وی ضمن قدردانی از تلاش‌های تمامی همکاران شرکت پتروشیمی ابراز امیدواری کرد، با استمرار این روند، پتروشیمی تبریز بتواند به جایگاه بالاتری در صنعت پتروشیمی کشور و منطقه دست یابد.

# گواهینامه‌های سیستم مدیریت یکپارچه شرکت نفت و گاز کارون با موفقیت تمدید شد



این شرکت در میان شرکت‌های بهره‌بردار تابعه مناطق نفتخیز جنوب کمترین نرخ گازسوزی را دارد.
مهندس شهبویی با اشاره به اقدامات صورت گرفته در راستای حفظ محیط زیست و بهره‌وری منابع، افزود: این شرکت در احداث چندین نهالستان و کمک به توسعه فضای سبز تاسیسات و جامعه پیرامونی از طریق توزیع رایگان سالانه بیش از ۱۰۰ هزار نهال در مناطق شهری و روستایی حوزه فعالیت خود نقش مثبت داشته است.
مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز کارون از مکتبزه‌سازی سیستم انبارداری این شرکت جهت کنترل و نظارت بیش از پیش بر ورود و خروج کالا خبر داد.
ریس بهره‌وری و سیستم‌های مدیریتی مناطق نفتخیز جنوب در ادامه فرمودند: نگاه سیستمی مدیریت کلان شرکت نفت و گاز کارون از نقاط قوت این شرکت بوده و در زمینه یکپارچه سازی و استقرار سیستم‌های مدیریتی سرآمد سایر شرکت‌های بهره بردار است.

# از تسریع مجوز ۱۲ ساختگاه نیروگاه های خورشیدی تا برنام‌ه زمانبندی صنایع بزرگ برای رفع ناترازی انرژی

معادل ۲۰ درصد مصرف انرژی ادارات از دیگر توصیه های مدیر عامل شرکت توزیع برق استان هرمزگان بود.
کریمی همچنین گفت : کشاورزان با احداث نیروگاه های خورشیدی معادل ۸۰ درصد دیمانده مصرفی خود از مدیریت بار معاف می شوند.
کریمی در پایان با تأکید بر اینکه صنایع ۵ درصد از مصرف خود را باید از نیروگاه خورشیدی تأمین نمایند به اقدامات انجام شده در حوزه کشف و ضبط دستگه‌های رزم رز و ماینر غیر مجاز اشاره کرد
افزود: در حوزه رمز رازها اقدامات خوبی صورت گرفته و برای تسهیل در کار نیاز به حکم سیار برای کشف و جمع اوری مانیترها غیرمجاز داریم.

در این نشست مقرر شد طرح جامع مصرف انرژی صنایع استان تدوین گردد، این طرح شامل برنامه زمانبندی صنایع بزرگ تا سال ۱۴۰۷ و صنایع کوچک تا سطح ۲۰۰۰ نیز تا سال ۱۴۰۷ است که باید در اسرع وقت به کارگروه ارائه گردد.
محمد مرودی معاون هماهنگی امور استناداری شرکت هرمزگان نیز با تقدیر از اقدامات انجام شده و با بیان اینکه ما جزو چهارمین ذخایر گازی و چهارمین کشور بر مصرف دنیا در حوزه انرژی هستیم
افزود: کشورمان سومین کشور بزرگ صادر کننده گاز در بین ۷ کشور دنیا است ما باید استانداردهای کثت محصولات را در مناطق سردسیر و گرمسیر بررسی کنیم و از کثت های بدون استاندارد جلوگیری کنیم.
این نشست با حضور مدیرعامل شرکت گاز، مدیرعامل شرکت برق منطقه ای، مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق، مدیر مدیریت تولید، چندکشورزی رئیس سازمان جهاد کشاورزی، مسازمان صنعت، معدن و تجارت، اتاق اصناف آموزش و پرورش، صدا و سیما و مسوولان استانی برگزار شد.



از انرژی‌های تجدیدپذیر و فناوری‌های نوین بسیار کارساز و موثر خواهد بود.
مدیر عامل شرکت توزیع برق استان هرمزگان از اداره کار منابع طبیعی استان خواست تا نسبت به صدور مجوز ۱۲ ساختگاه پیشنهادی نیروگاه های خورشیدی در استان تسریع کنند
افزود: منابع زمین زمین های قافده محدودیت را برای احداث نیروگاه‌های خورشیدی پیشنهاد دهد، دراین زمینه نیازمند همکاری صدا و سیما و رسانه ها با شرکت توزیع برق برای فرهنگ سازی در زمینه مدیریت مصرف برق هستیم.
کریمی با اشاره به برنامه ریزی های انجام شده برای عبور از تابستان ۱۴۰۳ اضافه کرد : در تابستان پیش رو ناترازی انرژی بیشتری خواهیم داشت و از اکنون باید به فکر آن باشیم و چاره اندیشی کنیم.
تاکید در خصوص نصب نیروگاه های خورشیدی

در ۱۰ ماهه سال جاری رقم خورد؛

# توزیع بیش از ۳ میلیارد و ۴۰۰ میلیون لیتر فرآورده های نفتی در آذربایجان شرقی

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیر شرکت ملی بخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از توزیع بیش از سه میلیارد و چهار صد میلیون لیتر فرآورده های نفتی در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۳ در این منطقه خبر داد.
ناصر راشندی در جلسه هم اندیشی با شرکت های حمل و نقل فرآورده های نفتی با بیان اهمیت تأمین و توزیع سوخت نیروگاهی و بخش های دیگر مصرف اظهار کرد: کار سوخت رسانی تعطیل بردار نیست و تلاش بی وقفه در این حوزه با تحمل بروندت و سرمای شدید زمستان و گرمای طاقت فرسای تابستان با کار و تلاش جهادی همکاران منطقه، رانندگان سخت کوش نفتکش در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۳، بیش از سه میلیارد و چهار صد میلیون لیتر فرآورده های نفتی از این منطقه توزیع شده است.
مدیر شرکت ملی بخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با اشاره

# اصفهان در آستانه نوروز؛ آماده استقبال از سه میلیون مسافر

کرد، هیچ کارگاه عمرانی در ایام نوروز فعال نخواهد بود تا ششهر در بهترین شرایط آماده استقبال از مسافران باشد.
وی با اشاره به مشارکت سازمان های مختلف در زیباسازی شهر، گفت:سازمان پارک‌ها و فضای سبز، محیط شهری را برای نوروز آماده کرده و سازمان زیباسازی نیز طرح‌های ویژه‌ای را برای معابر و اماکن شهری اجرا کرده است.
قاسمزاده همچنین از هماهنگی‌های صورت‌گرفته با پلیس راهاور، اداره کار آموزش‌وپرورش و سایر نهادهای مرتبط خبر داد و تأکید کرد: تمام دستگه‌های اجرایی که هرساله در امر میزبانی نقش دارند، آماده ارائه بهترین خدمات هستند و تلاش شده است تا همه امکانات در سطح مطلوبی برای پذیرایی از میهمانان نوروزی فراهم شود.
با این برنامه‌ریزی‌ها، اصفهان در آستانه نوروز ۱۴۰۳ آماده استقبال از گردشگران و ایجاد تجربه‌ای دلپذیر برای مسافران نوروزی است.

# دکتر آقایی رئیس کل بازرسی استان شرکت گاز گیلان کارنامه درخشانی در بین دستگاه‌های استان دارد

دکتر برادران نصیری مدیر عامل شرکت گاز گیلان نیز در این بازدید گزارشی از روند فعالیتها و آماده سازی گروه‌های امدادی و عملیاتی گاز برای مواجهه به موقع با حوادث احتمالی ارائه داد و گفت: در حال حاضر ۴۵ بیش از گروه عملیاتی و امدادی گاز گیلان در سراسر استان آماده مواجهه با هرگونه اختلال در روند ارائه خدمات به شهروندان هستند.

مسعود برادران نصیری افزود: از این روند ۳۰۰ گروه گازیابی مربوط به مناطق روستایی، ۶۴ گروه امدادی و عملیاتی این منطق شهری و یکمقد گروه هم برای تعمیر و نگهداری است.

لازم به ذکر است در ادامه این بازدیدی آقای مهندس پهلوز مسعودی نیا مدیر بهره برداری جنوب و مرکز استان هم از وضعیت فشار ایستگاههای گاز و تدوام پایداری جریان آن در سطح استان ارائه کردند و در پایان افزود: دکتر آقایی طی بازدیدی از مرکز پیام از نحوه ارائه خدمت این مرکز با توضیحاتی که مدیریت محترم اعلام دادند آشنا شدند و موجب تحسین ایشان قرار گرفتند.



عموم مردم قدردانی کرد و افزود: تلاشهای خستگی ناپذیر و شبانه روزی این نیروها نباید بدون پادش بماند.

آذربایجان شسرقی – ماهان فلاح: مدیرعامل و نائب رئیس هیئت مدیره شرکت پتروشیمی تبریز از دستاوردهای مهم این شرکت در ۹ ماهه نخست سال جاری خبر داد.

این مقام مسئول با اشاره به عملکرد درخشان مالی شرکت اظهار داشت: سود خالص پتروشیمی تبریز در این بازه زمانی به حدود ۱۱.۲ هزار میلیارد ریال رسیده است که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، رشد ۷۴ درصدی را نشان می‌دهد وی این موفقیت را نتیجه برنامه‌ریزی دقیق، بهینه‌سازی فرایندهای تولید و اتخاذ استراتژی‌های موثر در بخش فروش و صادرات دانست.
مدیرعامل پتروشیمی تبریز همچنین به رشد قابل توجه فروش شرکت اشاره کرد و گفت: در ۹ ماهه اسنل، میزان فروش در ۵۸ هزار میلیارد ریال رسیده است که در مقایسه با فروش مدت مشابه سال گذشته، رشد ۳۶ درصدی را تجربه کرده‌ام.

وی افزود: این افزایش فروش نتیجه بهبود فرآیندهای بازاریابی و توسعه بازارهای داخلی و خارجی بوده است.
مدیرعامل پتروشیمی تبریز با اشاره به وضعیت صادراتی این شرکت خاطر‌نشان کرد: میزان فروش صادراتی پتروشیمی تبریز در ۹ ماهه نخست اسناله به

### اخبار

تأکید فرمانده سپاه اسلامشهر بر اصلاح فرآیندهای شهری

### لزوم اصلاح هبه و اعانه‌ها



### لزوم اصلاح فرایند هبه

سرهنگ سلیمانی با اشاره به موضوع هبه و اعانه‌هایی که مردم به شهرداری پرداخت می‌کنند، گفت: "هبه به معنای بخشش بدون انتظار و مطالبه است. اما ما که امور را رصد می‌کنیم، احساس کردیم که اختیارات این بند قانونی کمی از اهداف خود منحرف شده است. بنابراین، خواستار اصلاح این فرایند هستیم. زیرا بخشی از این هبه‌ها به مسیر نادرست رفته است." وی تأکید کرد که ملاک ما قنون است و ارتباط ما را قانون تعریف کرده است. گروه‌های مختلف باید از هزینه کردن انقلاب برای اهداف و مسائل مردم باشنند و در پرداخت به موضوعات شهری، مصلحت مردم و شهرستان اسلامشهر را در نظر بگیرند وی افزود: "مدیران شهرستان باید رویکردی پاسخگو و شفاف داشته باشند".

### لزوم اصلاح فرایند هبه

سرهنگ سلیمانی با اشاره به موضوع هبه و اعانه‌هایی که مردم به شهرداری پرداخت می‌کنند، گفت: "هبه به معنای بخشش بدون انتظار و مطالبه است. اما ما که امور را رصد می‌کنیم، احساس کردیم که اختیارات این بند قانونی کمی از اهداف خود منحرف شده است. بنابراین، خواستار اصلاح این فرایند هستیم. زیرا بخشی از این هبه‌ها به مسیر نادرست رفته است." وی تأکید کرد که ملاک ما قانون است و ارتباط ما را قانون تعریف کرده است. گروه‌های مختلف باید از هزینه کردن انقلاب برای اهداف و مسائل مردم باشنند و در پرداخت به موضوعات شهری، مصلحت مردم و شهرستان اسلامشهر را در نظر بگیرند وی افزود: "مدیران شهرستان باید رویکردی پاسخگو و شفاف داشته باشند".

### لزوم اصلاح فرآیندهای شهری برای حل مشکلات مردم

سرهنگ سلیمانی در بخش دیگری از سخنان خود تأکید کرد: "ما به فرایندها و ساختارهایی که کار مردم را سخت کرده، انتقاد داریم. در برخی ساخت‌وسازها شاهد عدم رعایت استاندارهای شهری هستیم که ناشی از ایراد در فرآیندهاست و باید اصلاح شود." وی در پایان با اشاره به نقش بسیج و سپاه در خدمت‌رسانی به مردم، گفت: "ما این لیس را برای جان دادن در راه مردم بر تن کرده‌ایم و خدمات فرزندان ما در بسیج، گواه این ادعاست".

### اقدامات شرکت گاز اصفهان در فرهنگ‌سازی مصرف بهینه گاز طبیعی



اصفهان – ندیمی: سرپرست شرکت گاز استان اصفهان از اقدام‌های موثر این شرکت در راستای فرهنگ‌سازی مصرف بهینه گاز طبیعی خبر داد و بر اهمیت کافی‌های عمومی در این زمینه تأکید کرد.
ابراهیم محسنی، سرپرست شرکت گاز استان اصفهان، با اشاره به نقش کلیدی روابط عمومی در جلب اعتماد عمومی و افزایش آگاهی، اظهار داشت: دستیابی به اهداف سازمانی مستلزم ارتقای آگاهی جمعی و تعامل موثر با جامعه است. در این راستا، شرکت گاز اصفهان اقداماتی را در جهت ترویج فرهنگ مصرف بهینه گاز طبیعی و تدوام خدمت‌رسانی در فصول سرد سال اجرا کرده است.
وی از بهره‌گیری این شرکت از تمامی ظرفیت‌های اطلاع‌رسانی استان خبر داد و افزود: برای افزایش آگاهی مشترکین، از ابزارهای مختلفی مانند آموزش‌وپرورش، رسانه‌ها، فضای مجازی، کارهای و مملنان شهری-تبلیغات محیطی و همکاری با کمیته فرهنگ شهروندی استفاده شده است. محسنی به اقدامات اجرایی در این حوزه اشاره کرد و گفت: بیش از ۵۲۰۰ دقیقه و ۵۰ برنامه رادیویی و تلویزیونی با موضوع مصرف بهینه گاز تولید و پخش شده و همچنین ۱۴۰ اثر رسانه‌ای متنوع شامل فیلم، موشن گرافیک، کلیپ، اینفوگرافیک و دیگر قالب‌های تصویری منتشر شده است.
افزون بر این، بیش از ۱۰۴۰ متر مربع و پوستر در نقاط تردد استان نصب و ۱۴۰ مترمربع دیوارنویسی انجام شده است. وی همچنین از اجرای جشنواره فرهنگی هنری "همپار گاز" با همکاری با آموزش‌وپرورش استان اصفهان خبر داد و بیان کرد: این جشنواره با هدف ترویج بهینه‌سازی فرهنگ مصرف آئمن و بهینه شد، در قالب‌های مختلفی چون شعر، نقاشی، داستان‌نویسی، روزنامه دیواری، یادکشت، کاریکاتور و گرافیک ارائه‌ای ویژه دانش آموزان، معلمان و کارشناسان آموزش و پرورش برنامه ریزی و برگزار شده است.
محسنی در ادامه به بهره‌گیری از ظرفیت‌های مذهبی و اداری استان اشاره کرد و افزود: تا کنون بیش از ۱۵۰ سخنرانی توسط نامه جمعه و رؤسای ادارات گاز شهرستان‌ها درباره اهمیت صرفه‌جویی و مصرف بهینه گاز برگزار شده و بیش از ۲۰۰۰ میز خدمت با این موضوع در نمازهای جمعه برپا شده است. سرپرست شرکت گاز استان اصفهان همچنین از فعالیت‌های رسانه‌ای گسترده در راستای جهاد تبیین خبر داد و تصریح کرد: بیش از ۶۴۰ خبر مکتوب در روزنامه‌ها، کارگزاری‌ها و شبکه‌های اجتماعی منتشر شده و حدود ۲۰ مصاحبه زنده تلویزیونی و رادیویی برای ارائه الگوهای مصرف بهینه گاز طبیعی انجام شده است. وی در پایان تأکید کرد که این اقدامات با هدف افزایش آگاهی عمومی و کاهش مصرف گاز در فصل‌های سرد ادامه خواهد یافت تا فرهنگ مصرف بهینه گاز در جامعه نهادینه شود.

### اقدامات جدید سازمان سیما ،منظر در راستای ثبت شهر یزد بعنوان شهر جهانی زیورآلات

یزد – سسید محمد جواد عرفان‌فر؛ محمد سعید کاشفی، رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری یزد، از نامگذاری و نصب تابلوهای جدید در معابر شهری با استفاده از اسامی زیور آلات و معرفی دست‌سازهای سنتی یزد در این شاخه هنری در کارهای شهری خبر داد.
محمد سعید کاشفی، رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری یزد با بیان اینکه یکی از کهن صنایع دستی ایران ساخت زیورآلات است و این هنر صنعت از گذشته بسیار دور در یزد رونق داشته است که از جایی که یزد را به عنوان شهر زیورآلات و هنرمندان زبردست این هنر می‌شناسند وی افزود: در همین راستا، سازمان سیما و منظر و فضای سبز شهری اقداماتی را برای معرفی هرچه بیشتر هنر ساخت زیورآلات یزدی انجام داده است که می‌توان از جمله این اقدامات نامگذاری و نصب تابلوهای معابر شهری به نام‌های قاب قرآن، هل و گل، پیوسته مرورید، نیم مایل و چپایی، سید مرورید، شکوفه مرورید، گل‌های، برگ‌وگل، سه گل، هفت گل، گل‌لار، تومه مرورید و مرورید خورشیدی اشاره کرد که هم اکنون صورت گرفته است.
کاشفی همچنین بیان کرد: یکی دیگر از اقدامات سازمان، معرفی دست‌سازهای سنتی و منحصر به فرد در کارگاری‌های سه‌گانه شهری یزد است که در خیابان فرخی یزدی، خیابان آیتالله کلتانی و بلوار دانشگاه در ۳۶ تابلو برای معرفی به شهروندان اکران شده است وی در پایان افزود: علاوه بر این اقدامات، نصب نماد (المان) زیورآلات سنتی در معابر شهری یزد نیز از جمله کارهای برنامه ریزی شده توسط سازمان می‌باشد که اولین نماد زیورآلات سنتی در ورودی خیابان منتهی به مسجد جامع یزد نصب گردیده است.

### ایرانشان

اصفهان – ندیمی: سرپرست شرکت گاز استان اصفهان از اقدام‌های موثر این شرکت در راستای فرهنگ‌سازی مصرف بهینه گاز طبیعی خبر داد و بر اهمیت کافی‌های عمومی در این زمینه تأکید کرد.
ابراهیم محسنی، سرپرست شرکت گاز استان اصفهان، با اشاره به نقش کلیدی روابط عمومی در جلب اعتماد عمومی و افزایش آگاهی، اظهار داشت: دستیابی به اهداف سازمانی مستلزم ارتقای آگاهی جمعی و تعامل موثر با جامعه است. در این راستا، شرکت گاز اصفهان اقداماتی را در جهت ترویج فرهنگ مصرف بهینه گاز طبیعی و تدوام خدمت‌رسانی در فصول سرد سال اجرا کرده است.
وی از بهره‌گیری این شرکت از تمامی ظرفیت‌های اطلاع‌رسانی استان خبر داد و افزود: برای افزایش آگاهی مشترکین، از ابزارهای مختلفی مانند آموزش‌وپرورش، رسانه‌ها، فضای مجازی، کارهای و مملنان شهری-تبلیغات محیطی و همکاری با کمیته فرهنگ شهروندی استفاده شده است. محسنی به اقدامات اجرایی در این حوزه اشاره کرد و گفت: بیش از ۵۲۰۰ دقیقه و ۵۰ برنامه رادیویی و تلویزیونی با موضوع مصرف بهینه گاز تولید و پخش شده و همچنین ۱۴۰ اثر رسانه‌ای متنوع شامل فیلم، موشن گرافیک، کلیپ، اینفوگرافیک و دیگر قالب‌های تصویری منتشر شده است.
افزون بر این، بیش از ۱۰۴۰ متر مربع و پوستر در نقاط تردد استان نصب و ۱۴۰ مترمربع دیوارنویسی انجام شده است. وی همچنین از اجرای جشنواره فرهنگی هنری "همپار گاز" با همکاری با آموزش‌وپرورش استان اصفهان خبر داد و بیان کرد: این جشنواره با هدف ترویج بهینه‌سازی فرهنگ مصرف آئمن و بهینه شد، در قالب‌های مختلفی چون شعر، نقاشی، داستان‌نویسی، روزنامه دیواری، یادکشت، کاریکاتور و گرافیک ارائه‌ای ویژه دانش آموزان، معلمان و کارشناسان آموزش و پرورش برنامه ریزی و برگزار شده است.
محسنی در ادامه به بهره‌گیری از ظرفیت‌های مذهبی و اداری استان اشاره کرد و افزود: تا کنون بیش از ۱۵۰ سخنرانی توسط نامه جمعه و رؤسای ادارات گاز شهرستان‌ها درباره اهمیت صرفه‌جویی و مصرف بهینه گاز برگزار شده و بیش از ۲۰۰۰ میز خدمت با این موضوع در نمازهای جمعه برپا شده است. سرپرست شرکت گاز استان اصفهان همچنین از فعالیت‌های رسانه‌ای گسترده در راستای جهاد تبیین خبر داد و تصریح کرد: بیش از ۶۴۰ خبر مکتوب در روزنامه‌ها، کارگزاری‌ها و شبکه‌های اجتماعی منتشر شده و حدود ۲۰ مصاحبه زنده تلویزیونی و رادیویی برای ارائه الگوهای مصرف بهینه گاز طبیعی انجام شده است. وی در پایان تأکید کرد که این اقدامات با هدف افزایش آگاهی عمومی و کاهش مصرف گاز در فصل‌های سرد ادامه خواهد یافت تا فرهنگ مصرف بهینه گاز در جامعه نهادینه شود.

### برگزاری جلسه تبیین و نهضت روشنگری ویژه کارکنان ستاد انتظامی استان سیستان وبلوچستان

زاهدان – حیدری نیا؛ دکتر علی "حیدری نسا" در جمع کارکنان ستاد انتظامی استان نتیجه‌اعتماد اوکراین و آقای زلنسکی به آمریکا از خلف تمام وعده های آمریکا عنوان و افزود: ۵۸ درصد منابع اوکراین و مقداری از خاک این کشور به مالکیت روسیه در آمد.
ایشان درانامه گفت: به‌واسطه تجارب تاریخی و عدم وفاداری این کشور به تعهدات بین‌المللی مذاکره با آن استنادنا است و جمهوری اسلامی ایران با تکیه بر تجربه‌های گذشته، با شناخت دقیق از ماهیت سیاست‌های آمریکا، سیاستی هوشمندانه را اتخاذ کرده است.
دبیر قرارگاه جهادی گام نمود انقلاب در سیستان وبلوچستان بیان داشت: به گواه تاریخ ۸۰ درصد کشورهای که با آمریکا مذاکره کرده اند متضرر، ۲۰درصد دیگر هم بدهدعی دیده اند، وی هدف دشمن از تهدید به بمباران یا مذاکره، لبی سازی ایران از راه مذاکره، خلع سلاح و سپس حمله و اشغال عنوان کرد.

علیرضا هیبواند:

### تولید در شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان ۲۰ درصد افزایش یافت

اهواز – شبنم قجواند: مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از افزایش ۲۰ درصدی تولید در این شرکت در مقایسه با بازه زمانی ۶ ماهه نخست اسلخ خبر داد.
مهندس علیرضا هیبواند که در جلسه پیش بینی پنج ساله بهره دهی چاه های نفت، تولید، توزیع و تزریق گاز شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان مربوط به نیمه نخست سال ۱۴۰۴ و در جمع مدیران،روسا و کارشناسان فنی و عملیاتی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان سخنی می گفت افزود: رسیدن به این موفقیت نمایانگر وجود هماهنگی کامل و تعامل شایسته در تمامی سطوح کارشناسی تا مدیریتی ستاد و شرکت بهره بردار است. وی افزود: رسیدن به این دستاورد و موفقیت در حالیست که گستره وسیع جغرافیایی و وجود تعارضات و موانع طبیعی متعدد نظیر رودخانه های پرآب و دایمی و دریاچه های بزرگ و قرارگیری چاه ها، خطوط لوله و تأسیسات فرآوری در مناطق سخت گذر کوهستانی، تولید و نظارت بر آن را برای همکاران سخت کوش و برتلاش بنده در هم آمیخته است. وی در ادامه به بیان برخی اقدامات صورت گرفته توسط کارکنان فنی، عملیاتی این شرکت در ۶ ماهه گذشته پرداخت.

### همیاران گاز باری رسان های شرکت گاز گلستان هستند

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: شرکت گازگلستان با هدف تسهیل و قدردانی از تلاش های معلمان و دانش آموزان در عرصه صرفه جویی و استفاده بهینه از انرژی و نعمت طبیعی گاز، مراسم اهدای جوایز ویژه ای را برگزار کرد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان گلستان –این مراسم با حضور مسئولان ادارات گازرسانی در هر شهرستان، معلمان و دانش آموزان فعال در این حوزه برگزار شد و به پاس زحمات و ابتکارات آنان در ترویج فرهنگ صرفه جویی و استفاده صحیح از منابع انرژی جوایزی به برگزیدگان اهدا گردید.شرکت گاز گلستان بر این باور است که آموزش و فرهنگ سازی در زمینه صرفه جویی انرژی نه تنها به حفاظت از منابع طبیعی کمک می کندبلکه آینده ای پایدار تر برای نسل آینده به ارمان می آورد.در این مراسم برگزیدگان با ارائه تجارب و دستاورد های خودبر اهمیت همکاری و مشارکت در حفاظت از محیط زیست و منابع انرژی تأکید کردند. شرکت گاز استان گلستان امیدوار است با ادامه این برنامه ها، فرهنگ صرفه جویی و استفاده بهینه از انرژی را در جامعه ترویج دهد و به توسعه پایدار کمک کند.

### شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان با سپاه نیروای استان تفاهم نامه همکاری امضا کرد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان از امضا تفاهنامه همکاری این شرکت با سپاه نیروای استان خبر داد.به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان، سید محمد حسینی ضمن اعلام این خبر گفت: این تفاهنامه با هدف اصلاح الگوی مصرف انرژی با استفاده از ظرفیت بسیج این شرکت توزیع برق استان، شرکت گاز استان و شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان امضا شده است.مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان، خصوص انعقاد این تفاهنامه افزود: استفاده بهینه از منابع انرژی یکی از مهم‌ترین اهداف ما در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی است و این تفاهنامه کمک مهمی با استفاده از ظرفیت سپاه نیروا و شرکت‌های گاز در تأثیرات انسان درمدیریت بهینه مصرف می‌باشد.حسینی بیان کرد: امضای این تفاهنامه درتمک به کاهش ناترازی انرژی، صرفه‌جویی و ارتقای سطح آگاهی عمومی در خصوص بهینه‌سازی انرژی است. وی در پایان گفت: همکاری سپاه و نهادهای مختلف در حل ناترازی انرژی مورد تأکید ما می‌باشد.

# انتخاب اسم برند: مسیری برای ماندگاری در ذهن مشتری

**نویسنده: علی آل‌علی**

وقتی به برندهای بزرگ فکر می‌کنیم، یکی از ویژگی‌هایی که به سرعت به ذهن مان می‌رسد، نام آنهاست. اسم‌هایی مثل اپل، نایک یا کوکاکولا نه تنها در ذهن‌مان حک شده، بلکه احساس خاصی را در ما برمی‌انگیزند. این برندها ثابت کرده‌اند که اسم خوب می‌تواند نه تنها به شناسایی سریع برزند کمک کند بلکه عاملی مهم در ماندگاری در ذهن مشتریان هم باشد. اینکه یک اسم برند بتواند در میان انبوهی از نام‌ها برجسته بماند، نتیجه تفکر عمیق و دقیق درباره ارزش‌ها و هویت آن برند است. این یعنی انتخاب اسم یک کار الکی نیست که با سرعت هرچه تمام‌تر از شرش خلاصی شویم.

قبل از انتخاب هر اسم مدبران باید مطمئن شوند که اسم برند بازناب‌دهنده حوزه کاری و ارزش‌های کسب و کارشان باشد. وقتی اسم برند به درستی انتخاب شود، نه تنها مشتریان به راحتی آن را به یاد می‌آورند، بلکه با شنیدن آن اسم احساسات و تصویر خاصی از آن برند در ذهن‌شان شکل می‌گیرد. بنابراین انتخاب اسم برند چیزی نیست که بتوان به راحتی از کنار آن گذشت. هر کلمه‌ای که برای برندگان انتخاب می‌کنید، باید داستانی برای گفتن داشته باشد، همانطور که برندهای بزرگ این کار را به خوبی انجام داده‌اند.

ما در این مقاله قصد فرآیند انتخاب یک اسم خوب برای برند را داریم. به طوری که نه تنها در ذهن مشتری ماندگار شود، بلکه مهمترین ابزار بازاریابی شما هم باشد. پس بیاید نگاهی دقیق‌تر به این موضوع بیندازیم.

**مزایای اسم خوب برای برند**

**شناسایی آسان برند**

وقتی به اسم برند فکر می‌کنید، یکی از مهمترین ویژگی‌هایی که باید به آن توجه داشت، شناسایی آسان است. اسم برند باید به گونه‌ای باشد که مشتریان به راحتی آن را به یاد بیاورند و بتوانند در اولین تماس با برند شما آن را شناسایی کنند. این شناسایی آسان یعنی در یک لحظه به ذهن مردم خطور کند، مثل اسم‌هایی که حتی اگر سال‌ها از آنها دور باشید، باز هم در ذهن‌تان می‌ماند. برای مثال، نام برند اپل را در نظر بگیرید. این اسم به قدری ساده و خاص است که حتی اگر هیچ وقت از محصولات آن استفاده نکرده باشید، باز هم به راحتی می‌توانید آن را شناسایی کنید.

نام برند باید آنقدر ساده باشد که در ذهن بماند و شما را از دیگر رقبا متمایز کند. در دنیای پرقابث امروز این شفافیت به شما این امکان را می‌دهد که برای مشتریان آسان‌تر شوید و در ذهن آنها ماندگار بمانید. بی‌شک اسامی پیچیده و طولانی می‌توانند به راحتی فراموش شده و تاثیرگذار نباشند. بنابراین اسم برند باید نه تنها ساده، بلکه به گونه‌ای طراحی شود که وقتی مشتری به آن فکر می‌کند به راحتی به یاد بیاورد و دیگر برندها را از ذهنش پاک کند.

بسیاری از برندهای موفق از این تکنیک استفاده کرده‌اند. برندهایی مثل کوکاکولا یا بنز به دلیل سادگی نام‌شان در ذهن مخاطب ماندگار شده‌اند. این اسم‌ها به قدری ساده و روان هستند که حتی زمانی که آنها را برای اولین بار می‌شنوید، فوراً در ذهن‌تان می‌مانند. این راحتی در شناسایی به برند کمک می‌کند تا در فضای شلوغ بازار، در میان رقبا جلب توجه کند.

یکی دیگر از مزایای شناسایی آسان این است که وقتی یک برند به راحتی شناخته می‌شود، احتمال اینکه مشتریان قدیمی‌تان دوباره به شما بازگردند، بیشتر می‌شود. این یعنی با داشتن اسم خوب، شما مشتریان وفادار بیشتری خواهید داشت. حتی اگر محصول جدیدی به بازار بیاورید یا در بازاری جدید شروع به فعالیت کنید، داشتن یک اسم شفاف و ساده می‌تواند در این فرآیند به شما کمک کند.

**ایجاد هویت برای برند**

اسم برند شما یکی از مهمترین ارکان برای ایجاد هویت برند است. هویت برند به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، باورها و تصورات گفته می‌شود که مشتریان از برند شما دارند. اگر اسم برند شما به درستی انتخاب شده باشد، می‌تواند تصویری مشخص از برند در ذهن مشتریان ایجاد کند. برندهای بزرگ همواره از این اصل استفاده کرده‌اند که اسم‌های‌شان نه تنها ساده بلکه نماد ویژگی‌هایی خاص هستند. مثلا نایک به وضوح به معنای حرکت و انگیزه است که دقیقا با هدف این برند همخوانی دارد.

هنگامی که اسم برند با هویت و ارزش‌های برند هم راستا باشد، نه تنها برای مشتریان شما جذابیت پیدا می‌کند، بلکه احساسات و ارتباط عاطفی عمیق‌تری را ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر، اسم برند باید احساسات خاصی را در مخاطب برانگیزد و باعث شود که او ارتباط خاصی با برند شما برقرار کند. برند نایکی که با شعار «فقط انجامش بده» شناخته می‌شود، نشان می‌دهد که حرکت و انگیزه به طور مستقیم با هویت برند ارتباط دارند. اسم برند باید یک داستان بگوید، داستانی که به مشتریان پیام خاصی ارسال کند.

انتخاب اسم درست به شما این امکان را می‌دهد که

با مخاطبان خود ارتباطی عمیق‌تر و شخصی‌تر برقرار کنید. وقتی نام برند با ارزش‌ها و ویژگی‌های برند شما هم راستا باشد، مشتریان شما سریعاً ارتباطی منطقی و احساسی با برند شما برقرار خواهند کرد. این می‌تواند باعث ایجاد وفاداری بیشتر و اعتماد طولانی مدت به برند شما شود. زمانی که برند شما با اسم خود پیام درستی می‌فرستد، مشتریان احساس می‌کنند که با یک برند معتبر و با ارزش روبه‌رو هستند. اسم برند همچنین به طور مستقیم در تاثیرگذاری تبلیغات و کمپین‌های برند شما موثر است. برندهایی که اسم‌شان با هویت‌شان تطابق دارد، در تبلیغات خود نیز موفق‌تر عمل می‌کنند. تبلیغات برندهایی که نام‌شان با ویژگی‌های برند تطابق دارد، بیشتر از برندهایی با نام‌های بی‌معن یا بدون مفهوم تأثیرگذار خواهد بود.

بی‌شک اسم برند به عنوان یکی از اصول اولیه برای

باشد، احتمال اینکه مشتریان آن را به یاد بیاورند کاهش می‌یابد. این امر می‌تواند بر تصمیم خرید مشتریان تأثیر منفی بگذارد. مشتریانی که قادر به یادآوری نام برند شما نباشند، احتمالاً از خرید از شما منصرف خواهند شد. بنابراین، نام برند باید به گونه‌ای باشد که وقتی فردی درگیر تصمیم‌گیری برای خرید است، بلافاصله به یاد بیاورد.

یکی از مثال‌های موفق در این زمینه، برند کوکاکولا است. این برند نه تنها با طعم خاص خود شناخته می‌شود، بلکه نامش به قدری در ذهن مردم رسوخ کرده که بدون نیاز به توضیح زیاد، به راحتی به ذهن می‌آید. همین یادآوری ساده و آسان باعث می‌شود که در زمان خرید، مشتری به سرعت تصمیم بگیرد.

**توانایی گسترش برند**

یکی از مزایای اصلی انتخاب اسم برند مناسب توانایی

این امر باعث می‌شود که مشتریان راحت‌تر تصمیم به خرید از برند شما بگیرند.

به زبان خودمانی، یک اسم خوب برای برند باعث می‌شود که مشتریان در زمان خرید تصمیم‌گیری آسان‌تری داشته باشند و با اعتماد به نفس بیشتری از شما خرید کنند. این ویژگی، به ویژه در بازارهای شلوغ و رقابتی، می‌تواند شما را از دیگر رقبا متمایز کند و به شما کمک کند تا سهم بیشتری از بازار را به خود اختصاص دهید.

**تکنیک‌های انتخاب اسم برای برند**

**سادگی و جذابیت**

اولین و مهمترین تکنیک در انتخاب اسم برند، ساده و جذاب بودن آن است. همانطور که در مثال‌های قبلی دیدیم، برندهایی که نام‌های ساده دارند، به راحتی در ذهن مشتریان باقی می‌مانند و به سرعت شناسایی می‌شوند. نام برند شما باید آنقدر ساده باشد که حتی فردی که برای



گسترش آن در آینده است. برندهای بزرگ معمولاً از نام‌هایی استفاده می‌کنند که قابلیت انطباق و گسترش در حوزه‌های مختلف را داشته باشد. وقتی اسم برند شما به خوبی انتخاب شود، می‌توانید بدون نگرانی از تغییر آن، به راحتی در آینده به دسته‌های مختلف محصولات یا بازارهای جدید گسترش پیدا کنید. برای مثال، برند آمازون ابتدا فقط یک فروشگاه آنلاین کتاب بود، اما به دلیل اسم ساده و جذاب خود توانست به یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های تکنولوژی جهان تبدیل شود.

اسم برند باید به گونه‌ای باشد که نه تنها بالا حلاک در آینده هم با تغییرات و گسترش‌های برند هماهنگ باشد. اگر شما یک نام مناسب انتخاب کنید، حتی زمانی که برند شما وارد حوزه‌های جدید شود یا محصولات جدید معرفی کند، اسم برند همچنان ارتباط خود را با مشتریان حفظ خواهد کرد. این قابلیت گسترش برند یکی از دلایل موفقیت برندهایی مانند اپل و نایک است که توانسته‌اند در مدت زمان کوتاهی محصولات مختلفی را تحت همان برند عرضه کنند. اسم برند شما باید به اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشد تا در صورت گسترش، هنوز هم به راحتی قابل شناخته شدن باشد. اگر نام برند محدود به یک حوزه خاص باشد، ممکن است در آینده مشکلاتی ایجاد کند و مجبور شوید نام برند را تغییر دهید که این تغییر ممکن است باعث سردرگمی مشتریان شود.

در نهایت، داشتن اسم برند مناسب که قابلیت گسترش در آینده را داشته باشد، این امکان را به شما می‌دهد که به راحتی وارد بازارهای جدید شوید یا دسته‌های مختلف محصولات خود را معرفی کنید بدون اینکه نیازی به تغییر نام برند داشته باشید. این ویژگی باعث می‌شود که برند شما در طول زمان ماندگاری بیشتری داشته باشد.

**تاثیر بر تصمیم خرید**

اسم برند شما می‌تواند تاثیر قابل توجهی در تصمیم خرید مشتریان داشته باشد. مشتریان به طور ناخودآگاه تمایل دارند از برندهایی خرید کنند که اسم‌های آشنا و قابل اعتماد دارند. وقتی نام برند شما به خوبی انتخاب شده باشد و در ذهن مردم باقی بماند، این نام می‌تواند باعث افزایش احتمال خرید از سوی مشتریان شود. این ویژگی به خصوص در دنیای رقابتی امروز اهمیت زیادی دارد، جایی که مشتریان دانما با برندهای مختلف روبه‌رو هستند. وقتی مشتریان در حلق خرید محصولی از برند آیدناس هستند، نه تنها به کیفیت محصول فکر می‌کنند بلکه به طور ناخودآگاه اسم برند را با کیفیت و اصالت مرتبط می‌کنند. این پیوند میان اسم برند و کیفیت باعث می‌شود که مشتریان با خیال راحت‌تر از برند خرید کنند و از تجربه خریدشان رضایت بیشتری داشته باشند.

در واقع اسم برند به گونه‌ای با اعتماد مشتریان مرتبط است. وقتی اسم برند ساده، قابل اعتماد و به یاد ماندنی باشد، مشتریان احساس می‌کنند که برند شما کیفیت خوبی دارد و می‌توانند روی محصولات آن حساب کنند.

اولین بار آن را می‌شنود، بتواند آن را به یاد بیاورد. به یاد آوردن یک اسم ساده نیاز به تلاش کمتری دارد و در دنیای شلوغ امروز، این ویژگی برای ماندگاری برند بسیار مهم است.

اسم‌های پیچیده، طولانی یا دشوار به یادآوری، شانس کمتری برای موفقیت در ذهن مخاطب دارند. به یاد بیاورید که برندهایی مانند اپل یا گوگل چگونه توانسته اند در ذهن‌ها نفوذ کنند. این نام‌ها به تنها ساده و کوتاه هستند، بلکه دارای جذابیت خاصی نیز هستند که باعث می‌شود هر بار که آنها را می‌شنوید، به راحتی آنها را به یاد بیاورید. این سادگی و جذابیت، از مهمترین ویژگی‌هایی است که باید در هنگام انتخاب اسم برند در نظر بگیرید.

از طرف دیگر، اسم‌های پیچیده و به تلفظ سخت می‌توانند مشتریان را دچار سردرگمی کنند. اگر نام برند شما به راحتی در ذهن افراد نمی‌ماند یا تلفظ آن دشوار است، مشتریان به سرعت از یادآوری آن دست خواهند کشید. در نتیجه، احتمال اینکه آن برند در ذهن مخاطب بماند یا مشتریان دوباره به آن رجوع کنند، به شدت کاهش می‌یابد. بنابراین، سادگی و جذابیت دو ویژگی کلیدی هستند که باید در انتخاب اسم برند مدنظر قرار بگیرید.

البته، ساده بودن نام برند نباید به معنای بی‌توجهی به مفهوم و هویت برند باشد. اسم باید همچنان با شخصیت برند هماهنگ باشد و پیامی را به مخاطب منتقل کند. این امر باعث می‌شود که برند شما علاوه بر سادگی، معنای عمیق‌تری نیز داشته باشد و در ذهن مشتریان به طور بلندمدت باقی بماند.

**تناسب با هویت برند**

انتخاب اسم برند باید هم‌رستا با هویت و ارزش‌های برند باشد. اسم برند شما باید نمایانگر شخصیت کسب و کار، اهداف و ماموریت برند باشد. به عبارت دیگر، اسم برند باید با آنچه که برند شما به آن پایبند است و ارزش‌های آن را منتقل می‌کند، همخوانی داشته باشد. برای مثال، برند «نایکی» که به وضوح با مفاهیم انگیزه، حرکت و ورزش مرتبط است، توانسته است خود را در این حوزه به خوبی مطرح کند. این نوع هم‌راستایی میان اسم برند و هویت آن، به شما کمک می‌کند تا ارتباطی پایدار و معنادار با مخاطبان‌تان برقرار کنید.

اسم برند نباید به گونه‌ای باشد که باعث سردرگمی در مورد محصولات یا خدمات برند شما شود. هنگامی که اسم برند شما با حوزه کاری آن همخوانی ندارد، این می‌تواند باعث شود که مشتریان نتوانند به درستی برند شما را درک کنند و در نتیجه، از خرید یا همکاری با شما منصرف شوند. برای مثال، اگر نام برند شما به نوعی با حوزه‌های فناوری ارتباط نداشته باشد، ممکن است مشتریان در ابتدا نتوانند تشخیص دهند که شما در چه حوزه‌ای فعالیت می‌کنید و این امر باعث می‌شود که برند شما نتواند اعتماد آنها را جلب کند.

تطابق اسم برند با هویت برند این امکان را می‌دهد که مشتریان فوراً ارتباطی منطقی میان برند شما و محصولاتی که ارائه می‌دهید برقرار کنند. این ارتباط سریع و روشن می‌تواند در تصمیم‌گیری خرید بسیار مؤثر باشد. به عنوان مثال، برند «آمازون» که در ابتدا به فروش آنلاین کتاب معروف بود، به دلیل نام ساده و هم‌رستا با تجربه خرید آنلاین، به راحتی در ذهن مخاطبان ماندگار شد و حالا به یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های آنلاین جهان تبدیل شده است. یکی دیگر از مزایای این تکنیک این است که وقتی اسم برند شما با هویت آن هماهنگ باشد، احتمال اینکه برندگان در چشم مخاطبان معتبر به نظر برسد، افزایش می‌یابد. این تناسب به شما این امکان را می‌دهد که نام برند شما نه تنها در ذهن مشتریان بماند بلکه اعتماد آنها را نیز جلب کند. در دنیای امروز که برندها باید با سرعت خود را معرفی کنند، این ویژگی بسیار حائز اهمیت است.

**استفاده از خلاقیت و نوآوری**

خلاقیت و نوآوری در انتخاب اسم برند یکی دیگر از تکنیک‌های حیاتی است که می‌تواند برند شما را از رقبا متمایز کند. در دنیای امروز که پر از برندهای مشابه است، داشتن یک اسم خلاقانه می‌تواند توجه مخاطبان را جلب کند و برند شما را از دیگران متمایز سازد. برندهایی که از ابتکار و نوآوری در انتخاب نام خود استفاده کرده‌اند، به راحتی در ذهن‌های باقی می‌مانند. به عنوان مثال، برند اوبر با یک نام خلاقانه توانست مفهومی جدید از خدمات حمل و نقل را در ذهن مردم ایجاد کند.

یکی از مزایای استفاده از خلاقیت این است که اسم‌های خلاقانه می‌توانند به راحتی توجه‌ها را جلب کنند و مردم را کنجکاو کنند که درباره برند شما بیشتر بدانند. به این ترتیب، اسم برند شما نه تنها یک کلمه ساده، بلکه تبدیل به یک ایده و تصویری خاص در ذهن مخاطب می‌شود.

این تکنیک به شما کمک می‌کند تا برندگان از سایر برندها متمایز شود و در عین حال در ذهن مشتریان باقی بماند. اسم خلاقانه و نوآورانه همچنین می‌تواند برای شما فرصت‌های بیشتری برای ساخت داستان‌های برند فراهم کند. برندهای خلاق و نوآور معمولاً داستان‌هایی جذاب برای روایت دارند که می‌تواند مخاطبان را به خود جذب کند و این به نوبه خود می‌تواند به افزایش اعتبار برند کمک کند. برای مثال، برند شیوکی که در ابتدا فقط یک سیستم رزرواسیون هتل بود، به خاطر اسم خاص و منحصر به فرد خود توانست در ذهن مشتریان ماندگار شود. استفاده از خلاقیت در انتخاب اسم برند همچنین به شما این امکان را می‌دهد که برندگان را از حد مرزهای جغرافیایی فراتر ببرید. اسم‌های خلاقانه معمولاً به راحتی در زبان‌های مختلف قابل تلفظ و فهم هستند و این می‌تواند به شما کمک کند تا برند خود را به راحتی در سطح جهانی معرفی کنید. به این ترتیب، نام برند شما به عنوان یک علامت تجاری جهانی شناخته خواهد شد.

**آزمایش و ارزیابی**

قبل از تصمیم‌گیری نهایی در انتخاب اسم برند یکی از تکنیک‌های بسیار مهم این است که نام پیشنهادی را با گروهی از مشتریان، همکاران یا دوستان آزمایش کنید. این فرآیند به شما کمک می‌کند تا مطمئن شوید که اسم انتخابی شما برای بازار هدف مناسب است و مشتریان قادر به درک صحیح آن خواهند بود. آزمایش اسم برند به شما این امکان را می‌دهد که بازخورد‌های مختلفی دریافت کنید و در صورت نیاز، تغییرات لازم را انجام دهید.

یکی از مهمترین مزایای این تکنیک این است که می‌توانید نظرات واقعی مشتریان را درباره اسم برند خود بشنوید. این نظرات می‌توانند به شما کمک کنند تا از اشتباهات احتمالی جلوگیری کنید و از انتخاب نامی که ممکن است برای مشتریان سردرگم‌کننده باشد، پرهیز کنید. برای مثال، اگر مشتریان از اسم برند شما انتقاد کنند که پیچیده است یا تلفظ آن دشوار است، شما فرصت دارید تا نام را اصلاح کنید قبل از اینکه مشکلات بزرگ‌تری برای برندگان ایجاد شود.

آزمایش اسم برند همچنین به شما این امکان را می‌دهد که مطمئن شوید اسم انتخابی شما در بازار هدف تاثیر مثبت خواهد گذاشت. این آزمایش‌ها می‌تواند شامل گروه‌های کانونی یا نظرسنجی‌های آنلاین باشد که به شما کمک می‌کنند تا بهترین نام ممکن را برای برندگان انتخاب کنید. این کار به ویژه زمانی اهمیت دارد که شما قصد دارید در بازار جدیدی وارد شوید یا به مخاطبان جدیدی دست پیدا کنید. علاوه بر این، ارزیابی اسم برند به شما این امکان را می‌دهد که مطمئن شوید اسم شما با فرهنگ و زبان محلی هماهنگ است. گاهی اوقات نام‌های برند به زبان‌های مختلف معنای متفاوتی دارند و این می‌تواند موجب سوءتفاهم یا مشکلاتی در بازارهای خارجی شود. به همین دلیل، ارزیابی اسم برند از جنبه‌های مختلف فرهنگی و زبانی می‌تواند به شما کمک کند که از چنین مشکلاتی جلوگیری کنید.

**قابلیت ثبت قانونی**

تکنیک آخر در انتخاب اسم برند توجه به قابلیت ثبت قانونی آن است. قبل از اینکه تصمیم نهایی را برای انتخاب اسم برند بگیرید، باید مطمئن حاصل کنید که نام برند شما در سازمان‌های مربوطه قابل ثبت است و حقوق مالکیت معنوی آن در خطر نخواهد بود. انتخاب نامی که قبلاً ثبت شده باشد یا مشابه نام‌های دیگر برندها باشد، می‌تواند مشکلات قانونی برای شما ایجاد کند و باعث شود که مجبور شوید نام برند خود را تغییر دهید.

این بررسی قانونی به شما این امکان را می‌دهد که از ابتدا از مشکلات حقوقی جلوگیری کنید و از منابع خود به درستی استفاده کنید. فرآیند ثبت برند می‌تواند زمانبر باشد و هزینه‌هایی نیز به همراه داشته باشد، بنابراین مهم است که از قبل بررسی کنید که آیا اسم برند انتخابی شما در دسترس است یا خیر. در این مرحله، شما باید به جست‌وجوی برندهایی که نام مشابهی دارند بپردازید و از وجود هرگونه تضاد جلوگیری کنید.

انتخاب یک اسم قابل ثبت قانونی باعث می‌شود که شما در آینده از مشکلات حقوقی مانند دعوای قانونی یا برندهای دیگر جلوگیری کنید. این کار همچنین از لحاظ امنیتی به شما اطمینان می‌دهد که برند شما از حمایت‌های قانونی برخوردار است و هیچ‌کس نمی‌تواند آن را به راحتی کپی کند یا مورد سوءاستفاده قرار دهد. این ویژگی در دنیای رقابتی امروز بسیار حیاتی است.

منابع:
https://www.ignytebrands.com/brand-naming/
https://www.qualtrics.com/experience-management/brand/brand-name-how-to-pick-the-۲/۲۰۲۲/https://hbr.org/best-name-for-your-company