

و نظریه‌پرداز انگلیسی، دو سده پیش گفته بود که «درآمد دولت، خود دولت است». از همین زاویه، وابستگی در آمد دولت به نفت و نفتی، کافی است تا تمام عرصه‌های حیات اجتماعی ایران را برانین یا رانت نفت آلوده شده و در یک کلام، دولت در ایران «دولت رانتیر» و اقتصاد ایران «اقتصاد رانتی» لقب بگیرد. رانت را اول بار «ریکاردو» برای توصیف اثر تغییر قیمت محصولات کشاورزی بر سودآوری صاحبان زمین‌های حاصلخیز به کار برد. از نظر او، افزایش تقاضا برای محصولات کشاورزی که به زیر کشت رفتن زمین‌های نامرغوب‌تر برای پاسخ به تقاضا را در پی دارد، همراه با افزایش هزینه تولید، قیمت محصولات کشاورزی را نیز افزایش داده و صاحبان زمین‌های مرغوب را که هزینه تولید آنها تغییری نکرده، صاحب سود بادآورده می‌سازد. بر همین اساس، رانت از آغاز با سود بسادآورده‌ای که حاصل تلاش و کوشش نیست، درهم آمیخته است. رانت در اقتصاد ایران، پدیده‌ای است که صورت‌های بسیار متنوعی دارد؛ از سهمیه‌ها در کنکور گرفته تا حمایت‌ها و یارانه‌هایی که نصیب اقشار خاص می‌شود تا محصولاتی که به مدد دیوار تعرفه و انحصار دولت ساخته سودآور می‌شوند تا... ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

شاخص کل تحت تاثیر اخبار مکانیسم ماشه، ۱.۹۵ درصد سقوط کرد

شوک سیاسی به بورس تهران



آنچه رانت بر سر توسعه می آورد

مولد است که به شتاب گرفتن افزایش ثروت جامعه در بلندمدت کمک کند.

جलोها و سیمای رانت در اقتصاد ایران

با نگاه به چارچوب بالا، این مسئله پیش می‌آید که آیا رانت‌ها در اقتصاد ایران شومیتری هستند؟ آیا رانت‌ها از نوع فراگیری‌اند، آیا آنها از نوع انباشت هستند یا آنکه آنها صرفا از نوع بدوی‌اند؟ آیا می‌توان براساس این تقسیم‌بندی، رانت‌ها در اقتصاد ایران را شناسایی کرد؟ پاسخ کوتاه، این است که از همه رانت‌ها در اقتصاد ایران می‌توان نشانی گرفت. ابداغاتی که شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه ایجاد شیوه‌های متفاوت فروش گرفته‌اند، نوعی از رانت شومیتری است. به طور مثال، پیدایش اسنپ، با استفاده از امکان گوشی‌های همراه برای سفارش تاکسی، انقلابی در صنعت حمل و نقل بود که در عرض چند سال، صاحبان این شرکت نوپا را دارای شرکتی با ارزش تخمینی بیش از ۱۰۰۰ میلیارد تومان ساخت. این شرکت از طریق برندنسازی، نوعی رانت شومیتری برای خود ایجاد کرد و به دنبال آن، شرکت‌های دیگری مانند تپسی و کارپینو و...

تلاش کردند تا ابداع این شرکت را تقلید و با آن رقابت کنند. اسنپ از رانت برند خود سود برده و به بزرگ‌ترین شرکت حوزه حمل و نقل بدل شده است، اما این رانت تا زمانی که الگوریتمی بهتر توسط شرکتی دیگر ابداع شود، باقی است.

رانت‌های فراگیری هم در اقتصاد ایران حضور دارند. منابع وارداتی که در دهه ۱۳۷۰ و به دنبال کمبود ارز ایجاد شده و کاهش دسترسی خودروسازان به قطعات وارداتی را در پی داشت، در کنار تعرفه‌ای که بر روی واردات خودروها قرار داده بود، در توسعه صنایع قطعه‌سازی در این دهه مؤثر بوده و به نوعی فضای را ایجاد کرد تا تولیدکنندگان، تولید داخلی برخی قطعات خود را تمرین کنند. البته یکی از گلوگاه‌های اصلی رانت فراگیری، محدود، مشروط و کاهنده بودن آن است و به طور مثال، حمایت‌های تعرفه‌ای در دهه ۷۰ نمی‌بایست تاکنون ادامه می‌داشت. این ادامه حمایت، وابستگی تولیدکننده به حمایت (به جای ابداع) را در پی داشته و خطر بالقوه همه رانت‌های فراگیری هم همین است. رانت‌های انباشت هم در اقتصاد ایران، نشانه‌های بسیار دارند؛ از وام‌های که در دهه ۱۳۴۰ به تولیدکنندگان صنعتی (مانند ایران خودرو، ایران ناسیونال، کفش پلا و...) داده شد تا تسهیلات ترجیحی که در سال‌های اخیر توسط انواع و اقسام بانک‌ها و صندوق‌های توسعه‌ای و ذیل طرح‌ها و لوایح حمایت از تولید به تولیدکنندگان داده می‌شود. کارکرد این رانت‌ها،

معادن، قربانی کم توجهی در سیاستگذاری سوخت

اگر سیاستگذاری در این حوزه به‌درستی انجام شود و تخصیص سوخت متناسب با واقعیت‌های فنی و تولیدی صورت گیرد، اصولا انگیزه‌ای برای خرید سوخت خارج از شبکه رسمی باقی نخواهد ماند و قاچاق نیز بی‌معنا خواهد شد. نباید فراموش کرد که در هیچ‌یک از کشورهای توسعه‌یافته، نهادی مانند تعزیرات به شکل گسترده و مداخله‌گر در ساختار تولید و توزیع وجود ندارد. نظارت هوشمند و شفاف‌سازی، جایگزین کنترل پلیسی و پرهزینه شده است.

در حوزه تجارت خارجی، نظام ارزی چنددرخی، نبود ارتباط بانکی با جهان و الزام صادرکنندگان به فروش ارز با نرخ پایین‌تر از بازار آزاد در سامانه‌های رسمی، نه‌تنها انگیزه صادرات را کاهش داده، بلکه عملا بسیاری از آنها را در معرض ریسک‌های جدی و برخوردهای تعزیراتی قرار داده است. در اغلب

گزارش‌های میدانی از بازار مسکن نشان می‌دهد

تورم خانه‌های بی‌مشتري

نبود تقاضای موثر در کنار افزایش ۵۰ درصدی قیمت نهاده‌های ساختمانی، رشد نرخ دستمزد و متغیرهای سیاسی به رکود ساخت و ساز منجر شده و به دلیل کاهش توان متقاضیان مصرفی، واحدهای نوساز بدون مشتری مانده است. به گزارش «پایسننا» هزینه‌های ساخت مسکن براساس آمارهای رسمی و همچنین گزارش‌های میدانی در مقایسه با سال گذشته حدود...

مرکز آمار ایران از کاهش ضریب جینی در سال گذشته خبر داد

شکاف در آمدی در تنگنا

فرصت امروز: ضریب جینی به عنوان مهمترین شاخص نمایانگر نابرابری درآمدی در سال ۱۴۰۳ کاهش یافته که به معنای توزیع بهتر درآمد نسبت به سال گذشته است. به گفته مرکز آمار ایران، ضریب جینی خانوارهای کشور در سال گذشته به ۰.۳۸۷۰ رسید که در مقایسه با سال قبل، افت ۰.۰۱۰۹ واحدی را نشان می‌دهد. شاید این رقم در نگاه نخست، کوچک و اندک به نظر برسد، اما در مقیاس ضریب جینی، نشان‌دهنده کاهش ۲.۷ درصدی این شاخص در مقایسه با سال گذشته است. این یعنی شکاف هزینه‌ای میان ثروتمندترین و فقیرترین خانوارهای کشور در سال ۱۴۰۳ کمتر شده است. به نظر می‌رسد این مهم بر اثر افت مخارج دهک‌های بالای درآمدی و بهبود محدود دهک‌های پایین به دلیل سیاست‌های حمایتی (کالابریگ‌ها) رخ داده است. ضریب جینی درحالی در سال گذشته رقم ۰.۳۸۷۰ را ثبت کرده است که این پایین‌ترین میزان ضریب جینی در ۹ سال گذشته محسوب می‌شود. براساس داده‌های...

عبور از ناترازی برق در گرو توسعه ظرفیت تولید و مدیریت مصرف است

۲ رکن توسعه پایدار انرژی

مدیریت و کسبوکار

خداحافظی با تایپ؛ ورود بر عصر جست‌وجوی صوتی!

در سال‌های اخیر شیوه تعامل کاربران با موتورهای جست‌وجو به شدت تغییر کرده است. دیگر کمتر کسی برای یافتن پاسخ یک سوال دست به تایپ طولانی در گوگل می‌برد. ظهور دستیارهای صوتی مثل سیری، الکسا و دستیار صوتی گوگل موجب شده تا جست‌وجوهای صوتی سهم قابل توجهی از ترافیک اینترنتی را به خود اختصاص دهند. براساس گزارش هاب اسپات تا سال ۲۰۲۸ نیمی از تمام جست‌وجوهای آنلاین به صورت صوتی انجام خواهد شد. به همین خاطر دیگر نمی‌توان جست‌وجوی صوتی را یک ترند گذرا دانست. اکنون زمان آن است که برندها برای آینده‌ای بی‌کلیک، آماده شوند. اما این تغییر به ظاهر ساده الزامات خاص خودش را دارد. کسب و کارهایی که هنوز محتوای خود را فقط برای خواندن روی صفحه و کلیک کاربران بهینه‌سازی می‌کنند، به زودی با کاهش شدید ترافیک و مشتریان بالقوه مواجه خواهند شد. برندنسازی در عصر صوتی به معنای در...

توجه قرار داده‌اند، اما نگاه به تجربه تاریخی می‌تواند مبنای مناسبی برای داوری میان دیدگاه‌های گوناگون قرار گیرد. از میان همه کشورهای دیررسیده‌ای در حال توسعه‌ای که در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم برای دستیابی به توسعه تلاش کرده‌اند، تنها برخی کشورهای شرق آسیا مانند کره جنوبی توانستند رشد معناداری را تجربه کرده و بر برخی وجوه عقب ماندگی فائق بیایند. بررسی عملکرد این کشورها (کره جنوبی، سنگاپور، تایوان، مالزی، چین، ژاپن و...) نشان می‌دهد که آنها به شکل‌ها و شیوه‌های گوناگون از رانت‌ها بهره گرفته‌اند. آنها برای دوره‌های محدودی از تعرفه‌ها استفاده کرده‌اند، اما به شکل‌ها و شیوه‌های مختلف از تسهیلات ترجیحی، جواز صادراتی و... برای توسعه بهره گرفته‌اند. همچنین دستگاه برنامه‌ریزی در این کشورها از پروژه‌ها برای ایجاد بخشی به توسعه این کشورها استفاده کرده است. به طور مثال، شتاب‌دهی یکی از بزرگ‌ترین واحدهای صنعتی تولید فولاد در کره جنوبی (درحالی که این کشور فاقد منابع سنگ آهک است) با سرمایه‌گذاری مستقیم دولتی یا توسعه عظیم زیرساخت‌ها با سرمایه‌گذاری مستقیم دولت در چین، بیانگر آن است که بهره‌گیری درست از رانت‌ها می‌تواند نقش مهمی در توسعه ایفا کند. اصطلاح «دولت توسعه‌گرا» که عمدتا برای شرح آسیا مورد استفاده قرار گرفته است، تلاش نظریه‌پردازان برای تبیین نقشی که دولت و رانت‌های آن در توسعه صنعتی و اقتصادی می‌تواند برعهده گیرد، محسوب می‌شود.

در مجموع، به نظر می‌رسد که کلید توسعه ایران، نه در حذف همه رانت‌ها (که با ساختار کنونی اقتصاد ایران) و انقضات اقتصادهای در حال توسعه ناهمخوان است، بلکه در بازآرایی رانت‌ها به گونه‌ای باشد که رانت‌ها در خدمت توسعه قرار گیرند. مشخصا تا ساختارهای برنامه‌ریزی اجرایی دولت، ترسیمی از گستره رانت‌ها و توجیهات پشت سر آنها نداشته و تصمیم‌گیری‌های صلاح‌بدیدی مدیران دولتی در دستگاه‌های مختلف (به صورت جزیره‌ای) خالق این رانت‌ها باشد، نمی‌توان انتظار نقش قابل توجه توسعه‌ای از این رانت‌ها داشت. رانت مولد با اقتصادی که درگیر تحریم و رشد تشکیلی غیرشفاف دور زدن تحریم‌هاست و نرخ رشد پرهوری و رشد تشکیل سرمایه در آن منفی است، با نخواهد گرفت. محدودیت‌ها و تحریم‌ها می‌تواند تا حدی در ترغیب توسعه صنعتی بومی مؤثر باشد، اما فراتر از آن باید اراده‌ای برای محدود کردن رانت‌ها از شیوه توزیع بدوی، به شیوه مولد انباشت، بعدتر فراگیری و در نهایت، شومیتری صورت گیرد.

به نوعی تجمع سرمایه در دست تولیدکنندگانی است که باید از آن برای تقویت و تشدید سرعت توسعه صنعتی بهره بگیرند. دست آخر، رانت بدوی هم در اقتصاد ایران، نشانه‌های بسیار دارد. مهمترین نمونه آن در سال‌های اخیر، خصوصی‌سازی است. اگرچه هدف خصوصی‌سازی، کاهش حضور دولت در اقتصاد و افزایش رقابت است، اما فرایند خصوصی‌سازی، چه از طریق واگذاری در قالب مذاکره و مناقصه یا چه از طریق واگذاری بلوکی در بورس، منابع عظیمی را در قالب دارایی نصیب برخی گروه‌های برخوردار می‌سازد. از آنجا که شرکت‌های خصوصی‌شده در ایران معمولا صاحب ائینه و زمین‌هایی هستند که با توسعه شهرها، دارای ارزش مسکونی و بعضا حتی تجاری شده‌اند و همچنین صاحب ماشین‌آلاتی هستند که اگرچه بعضا فرسوده‌اند اما در اقتصاد نوزمی ایران، واجد ارزش هستند، فرایند واگذاری می‌تواند به صورت اعطای رانتی عظیم به طرف‌های خریدار ظاهر شود. این رانت علاوه بر آنکه افزایش ثروت صاحب دارایی را به همراه دارد، می‌تواند پایه‌ای برای احیا و تقویت عملکرد کارخانه باشد و در حالت رانت بدوی به رانت انباشت تبدیل شود. اما پرورنده‌هایی که در سال‌های اخیر بر سر واگذاری‌ها باز شده است، نشان می‌دهد اقتصاد ایران از این مرحله تا توسعه صنعتی، راه درازی دارد.

رانت‌ها در اقتصاد ایران، شکل‌ها و گستره بسیار وسیع‌تری از ترسیم بالا دارند. برخی رانت‌ها مانند رانت سهمیه‌ها با بحث عدالت اجتماعی و لزوم تبعیض مثبت توجیه می‌شوند و برخی دیگر مانند رانت مجوزها با بحث جلوگیری از رقابت مخرب، این درحالی است که سایر رانت‌ها مانند رانت مناقصات، حاصل اختیارات صلاح‌بدیدی مدیران و امضاهای طلایی برای واگذاری پروژه‌ها هستند. همچنین رقابت‌های سیاسی و حتی کسب حمایت رأی دهندگان هم در توزیع برخی رانت‌ها تأثیر دارند.

توسعه اقتصاد: گذر از رانت‌ها یا بازآرایی آن؟

حال سؤال مهم این است: آیا برای توسعه باید از رانت‌ها گذر کرد یا آنکه نحوه مواجهه با رانت را تغییر داد؟ پاسخ به این سؤال ساده نیست، اما می‌توان دو نوع نگاه نظری و تجربی به این موضوع داشت. از دید نظری، رانت در چارچوب دیدگاه‌های مختلف، تأثیرات متفاوتی دارد. رانت مخرب رقابت (در کوتاهمدت) است اما برخی رانت‌ها در بلندمدت می‌توانند ارزش افزا بوده و به توسعه اقتصادی کمک کنند. رانت‌ها می‌توانند انباشت اولیه یا فراگیری را تشویق کرده و به توسعه اقتصادی باری برسانند. مشخصا هر دیدگاه نظری، برپایه نقطه شروع بحث خود، زاویه متفاوتی را مورد

کشورهای جهان، فعالان اقتصادی به‌راحتی می‌توانند ارز حاصل از صادرات را به سیستم بانکی وارد کرده یا با ارز رسمی واردات انجام دهند. همچنین مردم عادی برای درمان، تحصیل، سفر یا مهاجرت، می‌توانند سرمایه خود را به‌صورت رسمی به ارز تبدیل و منتقل کنند اما در ایران، این فرآیندها یا ممنوع‌اند یا چنان پرهزینه و پریسیک‌اند که عملا افراد را به بازارهای غیررسمی و زیرزمینی سوق می‌دهند. نتیجه این رویکرد، نه مهار بازار، بلکه رشد باندهای فساد و بی‌اعتدای عمومی است. بدتر آنکه کسانی که خارج از شبکه رسمی عمل می‌کنند، صرفا برای رفع نیازهای مشروع و انسانی، با خطر تعقیب و پرونده‌سازی مواجه‌اند؛ درحالی که منشأ فساد، ناکارآمدی نظام ارزی و عدم شفافیت در مدیریت منابع است، نه مردم یا تولیدکنندگان. اگر تعزیرات به جای مبارزه با معلول‌ها، بر ریشه‌ها تمرکز

نکند، خود به مانعی برای توسعه اقتصادی تبدیل خواهد شد. نیازم‌مند اصلاح بنیادین در نظام حکمرانی اقتصادی هستیم: «صلاح و واقع‌گرایی در سیاستگذاری‌های انرژی و سوخت، به‌ویژه در بخش معدن»، «یکسان‌سازی نرخ ارز و پایان دادن به نظام چنددرخی»، «تسهیل تبادلات مالی و ارزی برای مردم و فعالان اقتصادی با تکیه بر شفافیت، نه محدودیت»، «واگذاری نقش تنظیم‌گری به نهادهای تخصصی و کاهش تمرکز قهری سازمان‌هایی مانند تعزیرات» و «اعتماد به بخش خصوصی، شفاف‌سازی فرآیندها و حذف رانت ساختاری» تا زمانی که تعزیر به‌جای تدبیر ننشیند، تولید رشد نخواهد کرد، صادرات جان نخواهد گرفت و مردم نیز از مواهب یک اقتصاد سالم بهره‌مند نخواهند شد. راه نجات، بازگشت به منطق، شفافیت و احترام به واقعیت‌های اقتصادی است.

بهرام شکوری

رئیس کمیسیون معدن اتاق بازرگانی ایران

در ساختار اقتصادی ایران، سازمان تعزیرات حکومتی در جایگاه نهادی نظارتی برای برخورد با گران‌فروشی، احتکار و تخلفات اقتصادی، ایفای نقش می‌کند اما عملکرد این نهاد به‌ویژه در شرایط رانت‌شن اقتصادی سال‌های اخیر، بیشتر به عملی برای انباشت اقتصادی، تضعیف تولید و افزایش فضای رانت و فساد تبدیل شده تا ابزاری برای حمایت از مصرف‌کننده یا تنظیم بازار. سیاستگذاری‌های تعزیراتی که عمدتا بر پایه برخورد قهری و بدون تحلیل دقیق اقتصادی انجام می‌شود، نه‌تنها کمکی به حل مشکلات نمی‌کند، بلکه باعث تضعیف انگیزه تولید، تعلیق سرمایه‌گذاری و خروج فعالان اقتصادی سالم از عرصه رقابت می‌شود. این پیامدها، وقتی در

بستر عینی صنعت و تجارت کشور بررسی می‌شوند، ملموس‌تر و نگران‌کننده‌تر خواهند بود.

در صنعت معدن، بسیاری از واحدها به ماشین‌آلات فرسوده و قدیمی وابسته‌اند؛ تجهیزاتی که به‌طور طبیعی، مصرف سوخت بالاترری نسبت به استانداردهای جهانی دارند. اما سامانه توزیع سوخت، سهمیه‌ها را بر مبنای مصرف استاندارد ماشین‌آلات نو محاسبه می‌کند. در نتیجه، بسیاری از معادن، بخش قابل توجهی از ماه را بدون سهمیه می‌مانند و برای تداوم تولید، ناچار به تأمین سوخت از بازار آزاد می‌شوند. در چنین شرایطی، به جای اصلاح فرایند تخصیص و درک واقعیت‌های میدانی، با این واحدا برخورد تعزیراتی می‌شود و به‌ناحق در مظان اتهام «قاچاق سوخت» قرار می‌گیرند. این در حالی است که معادن نه مبدأ قاچاق، بلکه مقصد ناگزیر سوخت‌های قاچاق شده‌اند.

افزایش مراکز دانشگاهی، کیفیت آموزش را پایین آورد

مهاجرت ۱۲ هزار پژوهشگر در ۱۲ سال گذشته

وزیر علوم از مهاجرت بیش از ۱۲ هزار پژوهشگر از ایران در بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲، خبر داد و گفت این پژوهشگران در قالب یک پژوهشگاه یا دانشگاه خارجی، بیش از ۲۸ مقاله علمی منتشر کردند که اگر این مقالات به اسم دانشگاهی از ایران منتشر می‌شد، الان رتبه علمی ۱۴ را داشتیم.

دکتر حسین سیمایی صراف در نشست خبری روز گذشته در دانشگاه تربیت مدرس، به آخرین وضعیت مهاجرت نخبران از کشور و تاثیر اسنسپک، اشاره کرد و گفت: اسنپک شامل حوزه‌های علم نمی‌شود. طبق پروتکل‌های یونسکو این تحریم نباید شامل علم، پژوهش و فناوری شود. سال گذشته من در یونسکو اعلام کردم اسناد و قطعه‌نامه‌های تحریم شامل دانش و پژوهش نمی‌شود. بنابراین تحریم‌ها در این حوزه نباید تاثیر بگذارد، اما متأسفانه تحریم‌ها تاثیرات غیرمستقیم خواهند گذاشت. امیدوارم با خلاقت بتوانیم این تاثیرات را کاهش دهیم. ما دیدیم تحریم‌ها را عملا توسعه دادند و به سمت حوزه علم و فناوری کشور کشاندند. منکر نیستم ما احتمالا محدودتری می‌شویم. امیدواریم در این چند روز باقی مانده برای فعال شدن ماشه اتفاقات خوبی بیفتد، اما تحریم‌های آمریکایی و اروپایی زیاد است. ممکن است تحریم‌های شورای امنیت تاثیر چندانی دیگر نداشته باشد؛ چراکه ما از بعد از انقلاب محاصره اقتصادی بودیم و ورزیده‌تر شدیم؛ اگرچه برای لغو تحریم‌ها تلاش‌های زیادی انجام می‌دهیم اما ما به سهم خود تلاش می‌کنیم آثار تحریم کمتر شود. به‌طوری که برای تمدید اشتراک در پایگاه‌های نشریات بین‌المللی بیش از ۱۰۰۰ میلیارد تومان دریافت کردیم.

وی با بیان اینکه تعداد استنادانی که فرصت مطالعاتی می‌روند، نزدیک به صفر شده است، توضیح داد: در گذشته این عدد به بیش از ۲ هزار نفر می‌رسید. مهاجرت برای کشور یک زیان است. از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۲ ما ۱۲ هزار پژوهشگر داریم که از کشور خارج شدند. اینها کسانی هستند که در ایران تحصیل کردند. ممکن است فارغ‌التحصیلان ارشد، دکترا یا هیأت علمی بودند که از کشور رفتند و در یک نشریه معتبر بین‌المللی با نام یک پژوهشگاه خارجی مقاله منتشر کردند که طی یک سال ۲۸ هزار مقاله منتشر کردند که اگر این تعداد مقاله با نام یک دانشگاه ایرانی منتشر می‌شد، رتبه علمی ۱۴ را داشتیم؛ درحالی که الان ۱۷ هستیم.

دکتر سیمایی صراف به دلایل مهاجرت اشاره کرد و گفت: یکی از این دلایل، اقتصادی است؛ پژوهشگران هم زندگی دارند که با حمایت‌های مالی ما زندگی آنها تامین نمی‌شود. یکی دیگر از این دلایل، منزلت اجتماعی است که آنچنان که باید رعایت نمی‌شود. این یک دلیل مهاجرت است؛ البته عده‌ای نیز به دلیل جذابیت‌های مقصد، امکانات پژوهشی و انتخاب‌های شخصی افراد برمی‌گردند.

وزیر علوم در ادامه به آخرین وضعیت اصلاح سهمیه‌های ورود به دانشگاه، اشاره کرد و گفت: اصلاح سهمیه‌های کنکور از مطالبات اولیه رئیس‌جمهور بود تا موضوع سهمیه‌ها در هدف تامین عدالت آموزشی ساماندهی شود. سهمیه‌های گوناگون برای ورود به دانشگاه‌ها در طول سه سال‌ها شکل گرفته است؛ برخی از این سهمیه‌ها امروزه محتوا و موضوعیت خود را از دست داده و فقط اسم آن باقی مانده است. ما در وزارت علوم به همراه وزارت بهداشت و دانشگاه آزاد، مطالعات وسیع و گسترده‌ای برای اصلاح سهمیه‌های کنکور کردیم که چگونه این وضعیت را بهبود ببخشیم. چندین بار پیشنهاد اصلاح سهمیه‌های کنکور آماده و به رئیس‌جمهور تقدیم شد و ما سه بار پیشنهاد را ردیم و هر بار ایشان نقطه نظرانی داشتند که ما این نظرات را اعمال کردیم. خوشبختانه سهمیه‌ها نظم خوبی پیدا کرد که اگر منتشر شود رضایت‌بخش خواهد بود. مشکل ما در بخش سهمیه‌های کنکور، این است که برخی از این سهمیه‌ها توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی و بخشی نیز توسط مجلس شورای اسلامی تصویب شده، اگر هماهنگی در این زمینه وجود داشته باشد و تفاهمی شکل بگیرد تا یک مرجع در این زمینه تصمیم‌گیری کند، وضعیت سهمیه‌ها بهبود خواهد یافت.

او با بیان اینکه دانشگاه، خانه احزاب نیست و دانشجو نباید ابزار دست سیاسی‌ها باشد، گفت: دانشجویان به این بلوغ رسیدند که استقلال داشته باشند. دانشجویان و دانشگاه‌ها باید نسبت به جامعه و پیرامون خود حساس باشند. ما نهاد رهبری در دانشگاه‌ها روابط دوستانه‌ای داریم و به لحاظ خط و مشی گذاری در دانشگاه‌ها با نهاد مرکزی نمایندگی رهبری همکار خوبی داریم و اختلاف نظری وجود ندارد. فکر می‌کنم به سرعت برای جنب و جوش دانشجویان بهتر فراهم خواهد بود.

دکتر سیمایی صراف درخصوص اینکه آیا غور رهبری شامل دانشجویان می‌شود، گفت: غور رهبری شامل دانشجویانی می‌شود که در زندان هستند، تعداد این دانشجویان تا جایی که من می‌شناسم بیش از سه یا چهار نفر نیست؛ البته بنده قبل از غور رهبری دنبال گره‌کشایی در کار این افراد بودم. شروع غوغ از درخواست شروع می‌شود وقتی افراد درخواست غوغ نمی‌کنند، شامل غوغ نمی‌شوند. در دولت ما، ۲۰۰ نفر به مدت یک دو و سه ترم محروم شده بودند که همه این افراد به کلاس‌های درس برگشتند و کسانی که مشکل سنوات پیدا کرده بودند نیز مشکل‌شان برطرف شد.

وزیر علوم درخصوص برنامه این وزارتخانه برای تغییر مدیریت دانشگاه‌ها نیز گفت: بنده قبلا نیز اعلام کردم صرف اینکه کسی قبلا رئیس بوده، دلیلی برای تغییر نیست. مواردی که روسای دانشگاه‌ها پدیده یا چند هدف بوده؛ یک راه‌گشای دانشگاه‌ها نیست باید گفتمان دولت و رئیس‌جمهور را قبول داشته باشند؛ دوم اینکه مدیریت این مراکز در سطح دانشگاه موردقبول باشد به این جهت تملی روسای دانشگاه‌ها را مستقیم یا غیرمستقیم با نظرحوای اعضای هیأت علمی انتخاب کردیم؛ بنابراین مدیران توانمند نیز تا پایان حکم‌شان به مسئولیت خود ادامه خواهند داد. وی با بیان اینکه تعدد مراکز دانشگاهی، کیفیت آموزش را کاهش داده است، ادامه داد: امروزه دانشگاه‌ها از آموزش شروع می‌شود و تا مرحله فناوری و نوآوری ادامه می‌یابد؛ به‌طوری که یک سر دانشگاه را داخل دانشگاه و سر دیگر را در پارک‌های علم و فناوری می‌بینیم. فعالیت پارک‌ها از دهه ۷۰ شروع شد و امروز تعداد پارک‌ها از یک به ۵۰ پارک رسیده و بیش از ۱۶۰ هزار فابور پارک یا پارک‌ها مستقر هستند که سال گذشته ۱۲۹ همت درآمد داشتند. این پارک‌ها تکنولوژی را توسعه و ارتباط دانشگاه و صنعت را شکل می‌دهند. ما چهار نسل دانشگاهی داریم که نسل اول آموزش محور بود و در این مرحله دانشگاه چندان پژوهش محور نبوده است. در نسل دوم که پژوهش محور بود، علم و دانش تولید می‌شود. در نسل قبلی ما با کلاس و کتابخانه سرکار داشتیم، در نسل دوم با آزمایشگاه‌های بزرگ نیز مواجه بودیم. ما تا سال ۵۷ دانشگاه‌های صرفا آموزش محوری داشتیم. دوره‌های تحصیلات تکمیلی، تولید پایان‌نامه، تالیسین پژوهشگاه و پژوهشگاه‌ها در نسل دوم دانشگاه‌ها تولید شد. در نسل سوم دانشگاه‌ها فناور و کارآفرین و ایده‌ها محصول محور شدند؛ در این مرحله پارک‌ها تاسیس شد تا زنجیره آموزش، پژوهش و فناوری تکمیل شود. وزیر علوم سپس به نسل چهارم دانشگاه‌ها اشاره کرد و گفت: دانشگاه با مسئولیت اجتماعی فعالیت می‌کند. دانشگاه باید حل مسئله کند و باید برای توسعه، فرهنگ و ایجاد جامعه کشور تعهد داشته باشد. این دانشگاه‌ها مسئولیت پذیر و پاسخگوست و به دنبال تاثیرات اجتماعی و اقتصادی است. دانشگاه‌های پیشرو در دنیا با این ویژگی فعالیت می‌کنند. امروزه همه دانشگاه‌های ما در یک سطح نیستند، اما دانشگاه‌های متعددی داریم که هر چهار مسئولیت فوق را به دوش می‌کشند. متأسفانه بسیاری از دانشجویان ما با دانشگاه ناآور و فناور آشنا نیستند و حتی پارک‌های ما را نمی‌شناسند. باید این بخش دانشگاه را به دانشجویان بشناسیم تا انگیزه لازم را پیدا کنند.

او به برنامه آمایش آموزش عالی، اشاره کرد و افزود: این برنامه ابتدا به عنوان تکلیف از سوی رهبری محول شد پس از آن به عنوان قانون از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب شد. هدف از این برنامه، کیفیت آموزش عالی است. گاهی گفته می‌شود که ۳۳۰۰ دانشگاه در کشور داریم که این عدد عجیب است؛ گاهی گفته می‌شود چین هم این حدود مرکز آموزش دارد. تعداد دانشگاه‌های دولتی ما ۱۰۵ دانشگاه است. پیام نور یک دانشگاه ملی است. ۴۰۰ شعبه دارد یا دانشگاه آزاد و ۱۰۵ واحد علمی-کاربردی نیز به این صورت است. اگر ما شعبه‌های این مراکز را در نظر نگیریم ما ۱۱۰ دانشگاه در کشور داریم. بنابراین امروز ۳۳۰۰ مرکز دانشگاهی صحیح نیست. اگر واحدهای کلی دانشگاه‌ها را اعلام کنیم، در مجموع ۱۸۰۰ دانشگاه داریم. به گفته سیمایی صراف، این تعداد واحدهای دانشگاهی، کیفیت آموزش را کاهش داده است.

فرصت امروز: هرچند با گذر از موج گرمای تابستان و خنک شدن هوا، خاموشی‌های روزانه به پایان رسیده و چند روزی است که قطعی برق در کار نیست، اما گزارش سر مرکز پژوهش‌های مجلس، نشان می‌دهد که ناترازی برق در ایران دیگر یک رخداد فصلی نیست، بلکه به یک ویژگی ساختاری شبکه تبدیل شده که غلبه بر آن، نیازمند عزم ملی، برنامه‌ریزی هوشمندانه و ترکیبی از سرمایه‌گذاری هدفمند در تولید و مشارکت همگانی در مدیریت مصرف است. در حال حاضر، ایران با کمبود تولید برق و افزایش مصرف مواجه است که همین امر، منجر به ناترازی بین این دو بخش شده است. بنابراین وزارت نیرو برای تأمین پایدار انرژی در این عرصه باید توازن دقیق و دائمی بین تولید و مصرف برقرار کند. بی‌اعتنایی به این هشدار کارشناسی می‌تواند پیامدهای منفی قابل توجهی برای امنیت انرژی و به‌طور کلی، اقتصاد ایران به همراه داشته باشد.

یکی از چالش‌های اصلی در تحلیل میزان کمبود برق، تمایز میان ناترازی توان و ناترازی انرژی است؛ موضوعی که در سطح رسانه‌ای و حتی سیاستگذاری، کمتر به درستی تفکیک شده است. ناترازی توان به اختلاف لحظه‌ای میان تولید و تقاضای برق و ناترازی انرژی به کسری تجمعی در یک بازه زمانی مشخص اشاره دارد. از دیدگاه علمی و فنی، ناترازی انرژی، معیار دقیق‌تری برای ارزیابی کمبود برق به شمار می‌رود و مبنای واقع‌گرایانه‌تری برای تصمیم‌گیری و سیاستگذاری محسوب می‌شود. در همین راستا، باوری پژوهشی مجلس در یک گزارش تحلیلی با بررسی الگوی زمانی بروز ناترازی، نواحی مختلف بار و بازه‌های زمانی وقوع ناترازی در شبکه برق کشور در سال ۱۴۰۳ را شناسایی کرده است. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، ترکیبی از توسعه ظرفیت تولید و مدیریت مصرف، راهکار اقتصادی‌تری از اتکای صرف به افزایش ظرفیت تولید است.

هم ساخت نیروگاه و هم مدیریت مصرف

کمبود برق در اقتصاد ایران نه‌تنها یک چالش فنی، بلکه یک مسئله راهبردی در حوزه توسعه اقتصادی، رفاه اجتماعی و امنیت انرژی است. این موضوع به دلایل مختلفی از جمله رشد سریع مصرف، فرسودگی زیرساخت‌های تولید و انتقال، محدودیت منابع مالی برای توسعه نیروگاه‌ها، تغییرات اقلیمی و… تشدید شده است که این عدم توازن بین تولید برق و مصرف را ناترازی برقی می‌گویند. به نظر می‌رسد صنعت برق ایران با یک چالش ساختاری مواجه شده و کمبود برق دیگر فقط محدود به روزهای گرم فصل تابستان نیست، بلکه با افزایش مصرف در فصول سرد، فرسودگی زیرساخت‌ها و کاهش تولید نیروگاه‌ها، رنگ خطر پایداری انرژی در تمام طول سال به صدا درآمده است. این وضعیت، برنامه‌ریزی‌های صنعتی، رفاه عمومی و امنیت انرژی کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بی‌اعتنایی به آن، پیامدهای منفی قابل توجهی برای امنیت انرژی و اقتصاد ایران به دنبال دارد.

همانطور که اشاره شد، در سطح رسانه‌ای و حتی سیاستگذاری، کمتر به تمایز میان ناترازی توان و ناترازی انرژی، اشاره شده است. ناترازی توان

عبور از ناترازی برق در گرو توسعه ظرفیت تولید و مدیریت مصرف است

۲ رکن توسعه پایدار انرژی



داده‌های آماری، در سال گذشته هزار و ۸۶ ساعت تقاضای برق از حداکثر تولید سالل بیشتر بوده که ۲۰۸ ساعت، از ناترازی‌ها مربوط به دوره بار میانی بوده است. با توجه به اینکه ناترازی برق در ناحیه بار میانی گسترش یافته، نشان‌دهنده وضعیت نگران‌کننده در الگوی بهره‌برداری از شبکه و رنگ خطر جدی برای پایداری شبکه برق کشور است. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، برای از بین بردن ناترازی ۱۰۸۶ ساعتی سال گذشته تنها با احداث ۹ هزار و ۲۲۵ مگاوات ظرفیت جدید یعنی معادل ۵۵ درصد از ظرفیت مورد نیاز می‌توان ۹۱۱ ساعت از زمان‌هایی را که شبکه برق با ناترازی مواجه است، حذف کرد.

به سوی مهار آتش در بار میانی

رفع ناترازی در بخش میانی باید اولویت اول قرار گیرد که برای حل مشکل آن نمی‌توان از نیروگاه‌های خورشیدی استفاده کرد؛ زیرا توزیع زمانی آن در ساعات ۱۸ تا ۲۴ است. بنابراین وزارت نیرو برای رفع این ناترازی باید نیروگاه‌های موجود در کشور را به سیکل ترکیبی تبدیل کند تا بدون نیاز به سوخت بیشتریتر، راندمان تولید را افزایش دهد. از سوی دیگر به علت اینکه بخش قابل توجهی از ناترازی مربوط به اوج بار غیربحرانی و در ساعات ۱۰ صبح تا ۱۸ عصر است، می‌توان از نیروگاه‌های خورشیدی برای تولید بیشتر برق بهره برد. تحلیل داده‌های واقعی شبکه برق کشور، نشان می‌دهد که در ساعات اوج بار تابستان، هر یک درجه افزایش دمای هوا، منجر به افزایش یک‌هزار و ۵۵۰ مگاوات در تقاضا می‌شود.

مرکز پژوهش‌ها در ادامه این گزارش، پیشنهادهایی در این راستا ارائه داده که شامل توسعه هدفمند ظرفیت تولید، توسعه ابزارهای مدیریت، ارتقای بهره‌وری انرژی در بخش خانگی، بازنگری در توسعه صنایع پرمصرف و پیش‌بینی اقلیم و راهبردهای تطبیقی می‌شود؛ به عنوان مثال، در بخش توسعه هدفمند ظرفیت تولید، با توجه به پراکندگی الگوی زمانی ناترازی در طول شبانه‌روز و وابستگی بیش از ۹۰ درصد ظرفیت تولید برق کشور به گاز و سوخت‌های مایع، لازم است احداث نیروگاه‌های جدید براساس رویکردی جامع و هماهنگ صورت گیرد. این رویکرد باید بخش‌هایی همچون بررسی دقیق الگوی زمانی، ناترازی، ارزیابی ظرفیت‌ها و محدودیت‌های منابع مختلف و هدف‌گذاری برای تنوع بخشی به سبد تولید برق را شامل شود. همچنین تقاضای به کارگیری سیاست‌های پاسخگویی بار، جابه‌جایی بار به ساتات کم‌مصرف و قراردادهای تعدیل بار، از جمله راهکارهای مؤثر برای کنترل اوج بار بحرانی و کاهش نیاز به ظرفیت‌سازی گسترده هستند. همزمان باید ارتقای بهره‌وری انرژی در بخش خانگی نیز صورت بگیرد؛ زیرا با توجه به سهم بالای تجهیزات سرمایشی در پیک مصرف، سختگیری در استاندارد ساخت تجهیزات انرژی‌بر، نظیر بارهای سرمایشی جایگزینی کولرهای پرمصرف با نمونه‌های پربازده و اصلاح رفتار مصرفی اجتناب از مصارف غیرضروری، در زمان پیک روزانه در کاهش بار سرمایشی مؤثر خواهد بود.

به اختلاف لحظه ای میان تولید و تقاضای برق و ناترازی انرژی به کسری تجمعی در بازه ای مشخص اشاره دارد. از دیدگاه علمی و فنی، ناترازی انرژی، معیار دقیق‌تری برای ارزیابی کمبود برق به شمار می‌رود و مبنای واقع‌گرایانه تری برای تصمیم‌گیری و سیاستگذاری محسوب می‌شود. مرکز پژوهش‌های مجلس در یک گزارش تحلیلی به «واکاوی مفهوم ناترازی برق در کشور» پرداخته و نواحی مختلف بار و بازه‌های زمانی وقوع ناترازی برق در سال ۱۴۰۳ را بررسی کرده است. نتایج این گزارش نشان می‌دهد که طی ۱۰۸۶ ساعت، تقاضای برق فراتر از حداکثر تولید در سال مورد بررسی بوده است. برای جبران کامل این ناترازی، افزایش ظرفیت تولید به میزان ۱۶،۸۸۸ مگاوات ضروری است. با این حال، بخش قابل توجهی از این تقاضا، معادل ۷،۶۶۳ مگاوات، تنها در ۱۷۵ ساعت از این ۱۰۸۶ ساعت رخ داده است. بنابراین این بخش از بار را می‌توان با راهکارهای مدیریت مصرف کنترل کرد. از این رو، با افزایش ظرفیت تولید به میزان ۹،۲۲۵ مگاوات می‌توان نیاز مصرف را در ۹۱۱ ساعت باقی مانده به طور کامل پاسخ داد. این امر نشان می‌دهد که ترکیبی از توسعه ظرفیت تولید و مدیریت مصرف، راهکاری اقتصادی‌تر از اتکای صرف به افزایش ظرفیت تولید است.

از مصرف بی‌رویه تا تولید ناکافی برق

با وجود آنکه گرمای تابستان به پایان رسیده و چند روزی است که خبر از خاموشی‌های معمول نیست، اما هشدارهای کارشناسی نشان می‌دهد که ناترازی برق ایران دیگر یک رخداد فصلی نیست، بلکه به یک ویژگی ساختاری شبکه تبدیل شده که غلبه بر آن نیازمند عزمی ملی، برنامه‌ریزی هوشمندانه و ترکیبی از سرمایه‌گذاری هدفمند در تولید و مشارکت همگانی در مدیریت مصرف است. بنابراین با توجه به ناترازی موجود در صنعت برق کشور، وزارت نیرو به منظور تأمین پایدار انرژی در این عرصه باید توازن دقیق و دائمی بین تولید و مصرف برقرار کند. در حال حاضر، کشورمان با کمبود تولید برق و افزایش مصرف مواجه است که همین امر منجر به ناترازی بین این دو بخش شده است. براساس آمارهای رسمی، این ناترازی در ۱۷ مرداد سال گذشته، اختلاف بی‌سابقه ۱۷ هزار و ۵۵۷ مگاوات را ثبت کرد که نشان‌دهنده ناکافی بودن توان شبکه برق در پاسخگویی به رشد بی‌رویه تقاضاست. از سوی دیگر، چنین ناترازی، خبر از ناکارآمدی رویه‌ها و سیاست‌های پیشین در مدیریت عرضه و تقاضا می‌دهد که برای حل آن باید بازنگری جامعی در سیاست‌های جامع انرژی صورت بگیرد.

کارشناسان با تفکیک تقاضای برق به سه ناحیه (بار پایه، بار میانی و اوج بار)، تصویر دقیق‌تری از این چالش ترسیم کرده‌اند. در بار پایه، میزان تقاضا در تمامی ساعات سال به صورت مداوم وجود دارد و تأمین آن برای شبکه حیاتی است. در ناحیه اوج بار نیز تنها ۱۰ درصد از کل ساعات سال را شامل می‌شود که معمولا در روزهای گرم تابستان است، اما در بار میانی که بین اوج بار و بار پایه قرار دارد، با نوسانات محدود مواجه است. براساس

گزارش‌های میدانی از بازار مسکن نشان می‌دهد

تورم خانه‌های بی‌مشتري

بازار مسکن می‌داند.

وزارت راه و شهرسازی برای حمایت از طرح نهضت ملی مسکن از طریق بورس کالا به خرید و توزیع مصالح برای طرح‌های مسکن حمایتی اقدام می‌کند. صندوق ملی مسکن از ابتدای امسال تاکنون ۳۰ هزار تن میلگرد برای پروژه‌های حمایتی مسکن اختصاص داده اما این پروژه‌ها حدود ۱۰ درصد از کل تولید مسکن کشور را شامل می‌شود. سال گذشته برای حدود ۴۵۰ هزار واحد مسکونی در کل کشور پروژه ساخت صادر شد که بخش قابل توجهی از آن را واحدهای نهضت ملی مسکن، خودمالکی و ساخت و ساز بخش خصوصی بود. «فرشید پورحاجت»، دبیر کانون انبوه‌سازان درباره آخرین برآوردها از هزینه ساخت مسکن، گفت: «هزینه ساخت و ساز در تهران بدون لحاظ قیمت زمین حدود ۳۰ میلیون تومان است که ۲۵ میلیون بابت ساخت و ۵ میلیون بابت دستگاه‌های خدمات‌رسان هزینه می‌شود».

او با انتقاد از فرآیند اجرای طرح نهضت ملی مسکن، ادامه داد: «بعد از سه سال آمارها نشان داد رویه مسکن دولتی آنطور که باید به‌خانه‌دار شدن مردم منجر نشد و عدد ۲۶ میلیون مسکن صرفا روی کاغذ باقی ماند». دولت چهاردهم که روی کار آمد، اولین اقدام مثبتی که انجام داد این بود که فعالیت خود را بدون ایجاد تعهد غیرواقعی شکل داد و مشخص شد در سه سال گذشته حدود ۸۰۰ هزار نفر در طرح نهضت ملی مسکن واریز وجه داشتند و بانک‌ها به کمتر از نصف این تعداد، وام پرداخت کرده بودند. در بعضی استان‌ها هم اگر تفریقاتی حاصل شد، بخش خصوصی واقعی فعالیت کرده بود».

دبیر کانون انبوه‌سازان با بیان اینکه «در طرح مسکن ملی باید از ظرفیت‌های بخش خصوصی استفاده شود»، گفت: «بخش خصوصی متعهد است و نسبت به تعهدی که داده حتما عملی می‌کند. بخش خصوصی علاوه بر اینکه ساختار فنی مشخص دارد دارای سرمایه هم هست. سرمایه‌های بخش خصوصی را نباید صرفا از جنبه مالی دید بلکه از

هچنین قانون جامع معادن ذغال سنگ در کمیسیون صنایع و معادن مجلس به تصویب رسیده و آماده ارائه به صحن مجلس است. این قانون با هدف تأمین امنیت شغلی و بهبود شرایط کارمندان پودشینی پیشینی شده و در آن اتفاقات خوبی برای کارگران رقم خورده است؛ چنانچه ضرب سستی کار معادن ذغال سنگ ۱.۵ به ۲ افزایش یافته و معدنکاران می‌توانند پس از ۱۵ سال کار بازنشسته شوند. براساس اعلام وزارت صمت، طی سال گذشته ۸۸ هزار ساعت آموزش ایمنی برای کارکنان و کارگران در سراسر کشور برگزار شد تا سطح آمادگی و نمره در معادن افزایش یابد. گفتنی است طبق لایحه بودجه سال ۱۴۰۴، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی موظف شده دوره آموزش ایمنی برای کلیه کارگران معادن ذغال سنگ را به فرا درآورده و از زمان تصویب این قانون، صرفاً کارگران دارای مهارت در دوره آموزش ایمنی مجاز به کار در معادن ذغال سنگ هستند. هچنین درآمد حقوق مالکانه معادن یک ردیف بودجه‌ای را نیز تا صرف انجام اقدامات فوق شود.

شماره نویت ۱۶/۹/۱۴۰۲ تاریخ انتشار نویت دوم ۱۴۰۲/۹/۲۳ تاریخ انتشار نویت سوم ۱۴۰۲/۹/۳۰

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وامده

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

۱-برابر رای ۷۰۲۸۹ق، ۷۰۴۶۰ق، ۷۰۵۲۰ ق مورخ ۹۳/۹/۱۴۰۳ هیات موضوع
قانون تعیین تکلیف وضعت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی بودن تر تصرفات مالکانه ولابرامرض متقاضی محمد خلع به شماره شناسنامه ۱۷ صادره از بوشین زهرار فرزند سیف اله فرزندان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۴۸۰/۴ متر مربع (پراسامه) برای اصلاحی ۸۸۲۱۰۷۰۴۶۰ق، ۷۰۵۲۰ ق مورخ ۱۴۰۴/۵/۱۴ مساحت ملک ۵۶۶۶م^۲ صحیح می باشد) را اول اصلی واقع در بخش ۹ موسوم به مزرعه یوسف آباد خریداری شده از مالکیت رسمی و مشاعی سیف اله خلع فرزند حسین موضوع سند رسمی شماره ۱۳۷۸۳ مورخه ۸۸/۱۲/۰۵ دفتر ۴۲ بوشین زهرار موجب پرونده کلاسه ۷۰۳۶۸-۹۰۰۷۰۴۰۲۱۱۴۰۳ قزوین معزز گردیده است.

لذله منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله روز ۱۵ آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماء اعتراض خود را بر این اداره تسلیم ویس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض داخواست خودرا به مرجع قضای تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۴۰۴/۶/۰۳ تا تاریخ انتشاردوم : ۱۴۰۴/۷/۱۶

رئیس اداره ثبت اسنادو املاکی بوشین زهرار

آگهی مزاید ما مزاید مانقول آگهی مزایده

اقتباسیل پرونده کلاسه ۷۰۴۶۰۸۶۳

به موجب پرونده اجرائی کلاسه فوق له(زهرار) تجنازهاده علیه مهدی کشانیان یک دستگاه سواری سیستم سایپا تیپ QUIKR به شماره انتظامی ۷۵۶۴۱۷۲ ایران ۱۸ مدل ۱۳۰۱ رنگ قرمز ای نوع سوخت بنزین به شماره شاسی NAPX۲۱۲ AAN۱۱۶۱۳۳۸۰۱ و شماره موتور M۱۵A8933۳۸۰۱ طبق نظریه مورخ ۱۴۰۴۰۵۳۱ اتقاق (بنده)، سالم و بدون رنگ و شاشی ها سالم و بدون ضربه میباشد و خط و خش جزیبی روی دربها دارد. موتور روشن و آماد ه به کار بود و معایب خاص نیست مشاهده کنند : تاپرهال: حدود ۶۵ درصد عقب ۶۵ درصد پیامت نامت ماروخ ۱۴۰۴۰۱۲۲۲ دزد شرکت بیمه تعاون بیمه شخص ثالث می باشد. کیلوومتر کارکرد ۳۰۳۲۲ کیلوستر و به مبلغ ۴۰۵۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال چهارصد و پنج میلیون تومان) ارزایی گردید خودرو در پارکینگ شورون می باشد که به موجب سند ذرواج : شهراه سند : ۳۰۲۳۷ ، تاریخ سنډ : ۱۳۸۷۰۰۱۲۷ ، درخواستخانه صادر کننده : دخترخان ازدواج شمارش ۳ شهرمارژ همان استان همان بازداشت گردید و به علت عدم انجام تعهد از ساعت ۹ الی ۱۲ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴۰۷۰۱۳ در اداره اجرای اسناد رسمی همداں واقع در میدان سعیدیة لایت بلوار عنقا زادیان ساختمان ادارہ مرکز تب اسنداں از طریق مدیر فروش میرسد مزایده از مبلغ ۳۰۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال (چهارصد و پنج میلیون تومان) شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقذا فروخته میشود شرکت در مزایده منوط به پرداخت ده درصد از اصل کارشناسی به حساب سپرده ثبت ونصورخریدا با نمایندگان قانونی او در جلسه مزایده است وترنده مزایده مکلف است ما به التفاوت مبلغ فروش را ظرف مدت پنج روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت ودفع نماید و در صورتیکه طرف مدعی ملقرر مراند فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند مبلغ مذکور قابل برگشت ستودنه و بعد خزانه واریز بخاز سیرده تب و کلیه ضررها یا قانونی به عهده ترنده مزایده است ونهم عشر وحق مزایده نقدوصولخواهد شدضمنآنچهروز مزایده مرتعلیل رسمی اعلام کردد . مزایده روز اداری بدو در تعلیلی در محکم مساعد ومکان مغازه برگزار شود.
تاریخ انتشار : ۱۴۰۴۰۶۰۳

اداره یک تب است اسناد و املاک استان تهران
اداره تب است اسناد و املاک حوزه تب یک ملک املاکات
هبات موضوع قانون تبیین تکلیف وضعیت تبی اراضی و اسختمانی قاعد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۴ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تبیین تکلیف
وضعیت تبی و اراضی و اسختمانی قاعد سند رسمی
رای برای شماره ۲۸۱۶-۱۰۲۸۰-۱۴۰۶۳۰۳ مورخ ۱۴۰۶/۵/۲۸ هیات اول موضوع قانون
تبیین تکلیف وضعیت تبی اراضی و اسختمانی قاعد سند رسمی مستند رد اسختمانی
حوزه تب یک ملک املاکات تعریف مالکانه بااعراض خاتم تبیین مبریم مبادفرد به
سائناسمه شماره ۴۵۲۱ قعد ملی ۷۵۱۵۴۵۴۴ صادره شعبان فزنده تبی کر شش
تبیین قلع قمع باه یا کابری باکسوزی به مساحت ۷۹۷۳/۳۵ مربع عریض اکتبی رد پلاک
شماره ۹ فرعی از ۲۹ اصلی واقع رد قریه افچه بخش ۱۱ تهران حوزه تب یک ملک املاکات
مقتال عم الاوسطه ملک اراضی امیر حسین سگری مرتعد حرمز مرگه دبده است.
تب به منظور اعلای عم مراتب رد و رد نوبت به واسله ۱۰۷۰ روهی می شود رد مورتی که
نسبت به صدور سند مالکیت اسختمانی اعتراضی شایسته باشد تبی اسختمانی
تبیین ارضی می مدت و مدت اراضی خود را به این اراضی تسلیم و رد اسختمانی طرف تب
که ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی داخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی
ست رد صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر
شده است.
رای انشمار تب اول یک شنبه ۱۴۰۶/۴/۲۴
رای انشمار تب دوم دوشنبه ۱۴۰۶/۴/۱۴
رای ششامه
۲۰۰۳۶۵۵

[illegible]

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک بهار
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۴۴۹۶ - ۱۳۹۴/۵/۷ مورخ ۱۳۹۴/۵/۷ بهای پنجم موضوع رای تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای مهدی کشمیری پور فرزند محمد علی بشماره شانسمه ۱۰۰۰۰ صادره از همدان در ششادکل یک قطعه زمین مرزویی به مساحت ۱۳۴۸۸/۱۷ متر مربع پلاک ۹۱ فرعی از ۱۰۳ اصلی واقع در بخش چهار محوزه ثبتی اراضی روستا ایلان علیا قسمتی از مستثنیات مالکیت فاقد سند رسمی محوزه گردیده است. بنا بر منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اعتراض نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشد میتواند از تاریخ انتشار آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود و معارض قضایی تقدیم نمایند بدیهی است صورت تفهیم مذکور و عدم وصول اعتراضات ظرف مهلت مقرر سند مالکیت صادر میشود. م. الف ۲۰۴

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۹/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۲۳

رئیس ثبت اسناد و املاک بهار - حسین مرادی

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

برابر آرای شماره ۰۹۸۲، ۳۶۴۰-۱۳۷۸ - ۱۳۷۸ - ۳۶۴۰-۱۴۰۶ هیات موسر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کیور اهنگ تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی خاتم خدیجه صالحی روزند فرزند بشماره شناسنامه ۷۷۲۳ صادره از کیورهانگ در دو قطعه زمین مزروعی با مساحتها ۱،۲ و ۵۹۰،۰۵۶۶۴۴ متر مربع پلاک ۲۴۶ اصل واقع در روستای فراکل خریداری از ملک رسمی آقای محمد احمد علی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب رد و نوبت به فاصله ۱۵ روز از گاهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند ملکیت متقاضی اعتراض داشته باشند میتوانند تا تاریخ انتشار اولی آگاهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره راه امراه اماه از تاریخ تسلیم اعتراض ادخااست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدینیه است در صورت اقتضای تسلمیه و پس از اخذ رسید طرف شد یک ماه مدت مذکور وصول اعلام تظاتی طبق مقررات سند ملکیت صادر خواهد شد ب ألف ۹۷۵ تاریخ انتشار اول : ۱۴۰۴/۶/۳۱ تاریخ انتشار دوم : ۱۴۰۴/۷/۱۴

دستین بت بنسناد و املاك كيورهانگ - داوود غفرانی داور

[illegible]

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر اثر اداره هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی برابر تصرفات مالکانه و لامعارض قضایان محترم جعفر گردید لذا مشخصات متقاضیان و املاک مورد تقاضا به شرح ذیل و برابر متن اثر هایت منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ و ۲۰ روزه می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند ملکیت اعتراضی داشته باشند می توانند آن تاریخ انتشار اول آگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک پیگیری و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک سال از تاریخ تسلیم اعتراضی داخل خواست خود را به مرجع قضایی تقدیم و گرنی آن را به اداره ثبت اسناد و املاک بپاراز اثبات نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم اعتراض اعلامی قریط مزاد فروش خواهد شد.

(بشخص) سه - خانم کل پهلوی خیرین فرد دوازده بشماره شناسنامه ۸۷۴۵ . به شماره ملی ۰۰۷۰۱۲۱۲۸۱ چوتن شادابی کعبه ساختمان به مساحت ۹۷/۸ متر مربع واقع در محله یکه ۸۲۴۴ قری فی ۱- شانسلو کعبه در بخش ۲ حوزه ثبتی ملک بیجار خریداری شده

از ملک رسمی علی اله کریمی الف - ۶۸۰۷
تاریخ انتشار نوبت اول یکشنبه: ۱۴۰۲/۰۶/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم دوشنبه: ۱۴۰۲/۰۷/۰۱
رئیس اداره یک اسناد و املاک شهرستان بیجار جعفر برزگر

[illegible][illegible]

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت اسناد شهرستان
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانی فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانی فاقد سند رسمی

رابطه برای شماره ۱۷۶۲۳-۱۰۵۷-۴۰۳۰۱۴۰۶ هیأت اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانی فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبتی حوزه ثبت شهریار تصرفات مالکانه بلاعرض متقاضی خانم زهرا اقابادی فرزند قدرت اله شماره شناسنامه ۱۰۷۸۴ صادره از زنجان با کد ملی ۴۲۸-۷۶۲۱۲۷ بصورت شناساندگی کل قطعه زمین مزبور به مساحت ۳۳۹۶/۴۷ متر مربع قسمتی از پلاک ۶۱ عرصه ۶ در شهرستان اشترار تولید از تاریخ رسمی اراضی فاقد سند رسمی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز گشته می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند ملکی متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند تا پیش از انتشار این آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید پرداخت ملک یک ماه تا تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع ذیصلاح تقدیر نمایند. بدیهی است در صورت نقض امتداد مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند ملکی صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۶/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۶/۳۰

الف ۱۳۷۷۱

مهدی نصاری - رئیس ثبت اسناد و املاک

اداره ثبت اسناد و املاک استان همدان
دفتر کار ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت بهار گیل
میان موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

تکلیف موضوع ماده ۱۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۴۱۵۵-۴/۴/۱۳۹۰ هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقراً در واحد ثبت ملک پیرنصرت‌افزار مالکانه بلاعرضه متقاضی آقای حسین اسکندری فرد محمد بن شمس ۴۰۶۰۲۱۳۵۴ صادره از مهاجران در شش دانگ یک قطعه زمین زمرروی به مساحت ۰۴۴۰۱۹۹۴ متر مربع پلاک ۳۷۸۷ فرعی واقع از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه جزای مزخر گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در نو توبت بهاصله ۱۵ روز) گذشته می شود در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار این اگهی به مدت دو ماه اسکندری خود را به اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، بدقت ملک به مام از تسلیع اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، ضمناً بعد از صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اطراف طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ب الف ۲۰۰

رئیس ثبت اسناد و املاک - حسین مرادی

۱۴۰۲/۰۴/۱۵
تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۱۵

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کیورد اهنگ
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

تکلیف موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر اثر شماره ۹۴/۶۰۲۰۰۶/۱۴۰۴ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کیورد اهنگ تصرف مالکانه ملا معارض متقاضی آقای زعفر بابائی فرزند محمد علی بشماره شناسنامه ۱۷۳۲ صادر از کیورد اهنگ در یک قطعه زمین زرویی به مساحت ۳۲۳۴۹/۳۲ متر مربع بالغ ۱۵۱ اسیاق در روستای و خیرداری از ملک رسمی ۹۴/۳۲۳۴۹/۳۲ جهانبخشی رسمی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع معارض مراتب در روز نوبت به واسطه ۱۴ روز اگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیتی متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و یا از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند صادر خواهد شد

م الف ۹۸۳

تاریخ انتشار: اول: ۱۴۰۴/۶/۳۰
تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۴/۷/۱۴

رئیس ثبت اسناد و املاک کیورد اهنگ - داوود غفرانی لاوور

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۴ آیین نامه قانون تعیین تکلیفی وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر آرای شماره ۲۰۸۴، ۲۷۳۴، ۲۰۲۰، ۲۳۶۰، ۱۴۰۴۰ هجری شمسی
و ضمیمه ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت کیبودره اهنگ تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی حاکم حدیدجه رشیدی فرزند علی یار بنامدار شناسنامه ۱۳۹ صادره از کیبودره‌انگ در دو قطعه زمین موروثی به مساحتها ۶۹۶۹۲۶/۵ و ۱۳۸۵۵۴/۵ متر مربع بالغ بر ۲۴۴ ایلایق در روستای اطراف خیابانی از ملک رسمی آقای عیسی شادبیعی خریدار شده 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 اعتراضاتی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار آگهی به مدت یک ماه اعتراض خود را باین اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض داخلخواست خود را در مراجع قضایی تقدیم نمایند بدین است در صورت تقاضای مدد مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد : ۹۶۶
تاریخ انتشار اول : ۱۴۰۴/۳/۳۱
تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۴/۷/۱۴

رئیس ثبت اسناد و املاک کیبودره‌انگ _ داوود غفرانی داور

[illegible]

هيات موضوع قانون تعيين تکليف وضعت تبلي اراضي و استخانيات فائد سندرسى
آگهي موضوع ماده ۲۴ و ماده ۱۳ آئين نامه قانون تعيين تکليف
وضعت تبلي اراضي و استخانيات فائد سندرسى
برابر اى شماره ۵۹۸۳-۱۴۰۴-۲۸ / ۱۴۰۴ هيات دوم موضوع قانون تعيين
تکليف وضعت تبلي اراضي و استخانيات فائد سندرسى مستقر در واحد تيره نوبت
ملک درختان مشاهد دو تصرفات مالکانه با معارض مستحقى افاد شيراز فائد تبلي شعبتي
فرزند بشماره شش سانسنامه ۵۲۳ اداره زکاتيه در ششادگي که قطعه باغ به مساحت
۱۵۸۶/۴ متر مربع در قسمتي از پلاک ۱۹ و افاد قريه ده کيدوب بخش دوم
خودبرداري از ملک مسعى افاد عباس تبلي شيراز گزیده شده است. لذا به منظور اطلاع عموم
مراتب در نوبت به افاضه ۱۹ هيات دوم که مورتي که ششادگي تبلي به سندرسى
مخاضه اعتراضات داشته باشند مي توانيد از تاريخ انتشار ائين آگهي به مدت ده ماه
اعتراض خود را به اين اداره تسليم و پس از اخذ رسيد ، ظرف مدت يك ماه از تاريخ تسليم اعتراضات
داخلشاد خود را به مراعف افاد تقديم بنمايد . تايد است در مورد افاضاى سند مذکور
و عدم اعتراض طبق مقررات سند مالکيت خود اخذد . ش ۳۰۸۴ /
فرشاد افادى -
تاريخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۱۵ / تاريخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴ /

[illegible][illegible]

هيات موضوع قانون تعيين تکليف وضعت هيات اراضى و ساختمانهاى فائده رسى

آگهى موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آئين نامه قانون تعيين تکليف

وضعت هيات اراضى و ساختمانهاى فائده رسى

برابر ارض شماره ۱۰۹۹۷-۱۰۹۹۸-۱۰۹۹۹-۱۱۰۰۰-۱۱۰۰۱-۱۱۰۰۲-۱۱۰۰۳-۱۱۰۰۴-۱۱۰۰۵-۱۱۰۰۶-۱۱۰۰۷-۱۱۰۰۸-۱۱۰۰۹-۱۱۰۱۰-۱۱۰۱۱-۱۱۰۱۲-۱۱۰۱۳-۱۱۰۱۴-۱۱۰۱۵-۱۱۰۱۶-۱۱۰۱۷-۱۱۰۱۸-۱۱۰۱۹-۱۱۰۲۰-۱۱۰۲۱-۱۱۰۲۲-۱۱۰۲۳-۱۱۰۲۴-۱۱۰۲۵-۱۱۰۲۶-۱۱۰۲۷-۱۱۰۲۸-۱۱۰۲۹-۱۱۰۳۰-۱۱۰۳۱-۱۱۰۳۲-۱۱۰۳۳-۱۱۰۳۴-۱۱۰۳۵-۱۱۰۳۶-۱۱۰۳۷-۱۱۰۳۸-۱۱۰۳۹-۱۱۰۴۰-۱۱۰۴۱-۱۱۰۴۲-۱۱۰۴۳-۱۱۰۴۴-۱۱۰۴۵-۱۱۰۴۶-۱۱۰۴۷-۱۱۰۴۸-۱۱۰۴۹-۱۱۰۵۰-۱۱۰۵۱-۱۱۰۵۲-۱۱۰۵۳-۱۱۰۵۴-۱۱۰۵۵-۱۱۰۵۶-۱۱۰۵۷-۱۱۰۵۸-۱۱۰۵۹-۱۱۰۶۰-۱۱۰۶۱-۱۱۰۶۲-۱۱۰۶۳-۱۱۰۶۴-۱۱۰۶۵-۱۱۰۶۶-۱۱۰۶۷-۱۱۰۶۸-۱۱۰۶۹-۱۱۰۷۰-۱۱۰۷۱-۱۱۰۷۲-۱۱۰۷۳-۱۱۰۷۴-۱۱۰۷۵-۱۱۰۷۶-۱۱۰۷۷-۱۱۰۷۸-۱۱۰۷۹-۱۱۰۸۰-۱۱۰۸۱-۱۱۰۸۲-۱۱۰۸۳-۱۱۰۸۴-۱۱۰۸۵-۱۱۰۸۶-۱۱۰۸۷-۱۱۰۸۸-۱۱۰۸۹-۱۱۰۹۰-۱۱۰۹۱-۱۱۰۹۲-۱۱۰۹۳-۱۱۰۹۴-۱۱۰۹۵-۱۱۰۹۶-۱۱۰۹۷-۱۱۰۹۸-۱۱۰۹۹-۱۱۱۰۰-۱۱۱۰۱-۱۱۱۰۲-۱۱۱۰۳-۱۱۱۰۴-۱۱۱۰۵-۱۱۱۰۶-۱۱۱۰۷-۱۱۱۰۸-۱۱۱۰۹-۱۱۱۱۰-۱۱۱۱۱-۱۱۱۱۲-۱۱۱۱۳-۱۱۱۱۴-۱۱۱۱۵-۱۱۱۱۶-۱۱۱۱۷-۱۱۱۱۸-۱۱۱۱۹-۱۱۱۲۰-۱۱۱۲۱-۱۱۱۲۲-۱۱۱۲۳-۱۱۱۲۴-۱۱۱۲۵-۱۱۱۲۶-۱۱۱۲۷-۱۱۱۲۸-۱۱۱۲۹-۱۱۱۳۰-۱۱۱۳۱-۱۱۱۳۲-۱۱۱۳۳-۱۱۱۳۴-۱۱۱۳۵-۱۱۱۳۶-۱۱۱۳۷-۱۱۱۳۸-۱۱۱۳۹-۱۱۱۴۰-۱۱۱۴۱-۱۱۱۴۲-۱۱۱۴۳-۱۱۱۴۴-۱۱۱۴۵-۱۱۱۴۶-۱۱۱۴۷-۱۱۱۴۸-۱۱۱۴۹-۱۱۱۵۰-۱۱۱۵۱-۱۱۱۵۲-۱۱۱۵۳-۱۱۱۵۴-۱۱۱۵۵-۱۱۱۵۶-۱۱۱۵۷-۱۱۱۵۸-۱۱۱۵۹-۱۱۱۶۰-۱۱۱۶۱-۱۱۱۶۲-۱۱۱۶۳-۱۱۱۶۴-۱۱۱۶۵-۱۱۱۶۶-۱۱۱۶۷-۱۱۱۶۸-۱۱۱۶۹-۱۱۱۷۰-۱۱۱۷۱-۱۱۱۷۲-۱۱۱۷۳-۱۱۱۷۴-۱۱۱۷۵-۱۱۱۷۶-۱۱۱۷۷-۱۱۱۷۸-۱۱۱۷۹-۱۱۱۸۰-۱۱۱۸۱-۱۱۱۸۲-۱۱۱۸۳-۱۱۱۸۴-۱۱۱۸۵-۱۱۱۸۶-۱۱۱۸۷-۱۱۱۸۸-۱۱۱۸۹-۱۱۱۹۰-۱۱۱۹۱-۱۱۱۹۲-۱۱۱۹۳-۱۱۱۹۴-۱۱۱۹۵-۱۱۱۹۶-۱۱۱۹۷-۱۱۱۹۸-۱۱۱۹۹-۱۱۲۰۰-۱۱۲۰۱-۱۱۲۰۲-۱۱۲۰۳-۱۱۲۰۴-۱۱۲۰۵-۱۱۲۰۶-۱۱۲۰۷-۱۱۲۰۸-۱۱۲۰۹-۱۱۲۱۰-۱۱۲۱۱-۱۱۲۱۲-۱۱۲۱۳-۱۱۲۱۴-۱۱۲۱۵-۱۱۲۱۶-۱۱۲۱۷-۱۱۲۱۸-۱۱۲۱۹-۱۱۲۲۰-۱۱۲۲۱-۱۱۲۲۲-۱۱۲۲۳-۱۱۲۲۴-۱۱۲۲۵-۱۱۲۲۶-۱۱۲۲۷-۱۱۲۲۸-۱۱۲۲۹-۱۱۲۳۰-۱۱۲۳۱-۱۱۲۳۲-۱۱۲۳۳-۱۱۲۳۴-۱۱۲۳۵-۱۱۲۳۶-۱۱۲۳۷-۱۱۲۳۸-۱۱۲۳۹-۱۱۲۴۰-۱۱۲۴۱-۱۱۲۴۲-۱۱۲۴۳-۱۱۲۴۴-۱۱۲۴۵-۱۱۲۴۶-۱۱۲۴۷-۱۱۲۴۸-۱۱۲۴۹-۱۱۲۵۰-۱۱۲۵۱-۱۱۲۵۲-۱۱۲۵۳-۱۱۲۵۴-۱۱۲۵۵-۱۱۲۵۶-۱۱۲۵۷-۱۱۲۵۸-۱۱۲۵۹-۱۱۲۶۰-۱۱۲۶۱-۱۱۲۶۲-۱۱۲۶۳-۱۱۲۶۴-۱۱۲۶۵-۱۱۲۶۶-۱۱۲۶۷-۱۱۲۶۸-۱۱۲۶۹-۱۱۲۷۰-۱۱۲۷۱-۱۱۲۷۲-۱۱۲۷۳-۱۱۲۷۴-۱۱۲۷۵-۱۱۲۷۶-۱۱۲۷۷-۱۱۲۷۸-۱۱۲۷۹-۱۱۲۸۰-۱۱۲۸۱-۱۱۲۸۲-۱۱۲۸۳-۱۱۲۸۴-۱۱۲۸۵-۱۱۲۸۶-۱۱۲۸۷-۱۱۲۸۸-۱۱۲۸۹-۱۱۲۹۰-۱۱۲۹۱-۱۱۲۹۲-۱۱۲۹۳-۱۱۲۹۴-۱۱۲۹۵-۱۱۲۹۶-۱۱۲۹۷-۱۱۲۹۸-۱۱۲۹۹-۱۱۳۰۰-۱۱۳۰۱-۱۱۳۰۲-۱۱۳۰۳-۱۱۳۰۴-۱۱۳۰۵-۱۱۳۰۶-۱۱۳۰۷-۱۱۳۰۸-۱۱۳۰۹-۱۱۳۱۰-۱۱۳۱۱-۱۱۳۱۲-۱۱۳۱۳-۱۱۳۱۴-۱۱۳۱۵-۱۱۳۱۶-۱۱۳۱۷-۱۱۳۱۸-۱۱۳۱۹-۱۱۳۲۰-۱۱۳۲۱-۱۱۳۲۲-۱۱۳۲۳-۱۱۳۲۴-۱۱۳۲۵-۱۱۳۲۶-۱۱۳۲۷-۱۱۳۲۸-۱۱۳۲۹-۱۱۳۳۰-۱۱۳۳۱-۱۱۳۳۲-۱۱۳۳۳-۱۱۳۳۴-۱۱۳۳۵-۱۱۳۳۶-۱۱۳۳۷-۱۱۳۳۸-۱۱۳۳۹-۱۱۳۴۰-۱۱۳۴۱-۱۱۳۴۲-۱۱۳۴۳-۱۱۳۴۴-۱۱۳۴۵-۱۱۳۴۶-۱۱۳۴۷-۱۱۳۴۸-۱۱۳۴۹-۱۱۳۵۰-۱۱۳۵۱-۱۱۳۵۲-۱۱۳۵۳-۱۱۳۵۴-۱۱۳۵۵-۱۱۳۵۶-۱۱۳۵۷-۱۱۳۵۸-۱۱۳۵۹-۱۱۳۶۰-۱۱

هشتم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و استثنایاتی فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۲۴ قانون و ماده ۱۲ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و استثنایاتی فاقد سند رسمی

برابر آرای شورای عالی ۱۴۰۰/۵۲۳۳-۱۴۰۶/۳۱۶-۵۲۹۸ و ۱۴۰۱/۵۲۹۸-۱۴۰۶/۵/۳۷

هشتم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و استثنایاتی فاقد سند رسمی مستقتر در احداث حوزه ثبتی تملک کمره کاشانه و تصرفات مالکانه با اراضی معارضه آسانی پیدایش حذرایی حرمی سرزمین بازپس داری اکثر زمینها و شناسنامه ۱۴۰۱/۵۲۹۸-۱۴۰۶/۵/۳۷ مستقتر در حذرایی سرزمین مغربی به استاحت ۱۴۰۵/۵۲۹۸-۱۴۰۶/۵/۳۷ و ۱۴۰۵/۵۲۹۸-۱۴۰۶/۵/۳۷ مستقتر در ۲۰۰۰/۵۲۹۸-۱۴۰۶/۵/۳۷

قسمتی از پلاک ۲ فرعی از ۵۲۹۸ اخذی شده فرجه ششمین ضلع جنوبی شرقی و غربی از مالک قسمتی از آسانی سلیمان سلیمانیت حذر کرده است. با توجه به منظور اعلام عموم مراتب و به ویت به فاصله ۱۵۰۰ (پانزده) متر از حوزی که شخصی نسبت به صدور سند ملکیت تقاضای اراضی داشته باشد پس از توندن از این انتشار اراضی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره و تسلیم و یا اخذ وسیع، قلمر مدت یک ماه از این نسبت تقاضا، مذاکره خود را به این اداره و تسلیم و یا اخذ وسیع نماید. بدینوسیله در صورت اعتراض مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ۳۹/۲

فرشاد دانش / رئیس ثبت اسناد و املاک

۱۴۰۱/۵۲۹۸-۱۴۰۶/۵/۳۷

[illegible]

(آگهی تحدیدی)

شماره نامه: ۲۴۸۴-۲۰۰۴-۱۶۰۴۸۵۱۴

با به دستور نامه ۱۴ قانون ثبت اسناد و املاک تحدید حدود زیر در محدوده گسترش در گسترش در تاریخ مندرج بالا آگهی در محل بعمل خواهد آمد.

۱-۱) اشکال گسترش فزاید: گسترش یک پلاک مساحت ۱۰۸۶۰/۲۰ متر مربع و زمین وصل به آن به مساحت ۱۰۸۶۰/۲۰ متر مربع

۱-۲) پلاک ۱۱۱ و ۱۱۲ و ۱۱۳ و ۱۱۴ و ۱۱۵ و ۱۱۶ و ۱۱۷ و ۱۱۸ و ۱۱۹ و ۱۲۰ و ۱۲۱ و ۱۲۲ و ۱۲۳ و ۱۲۴ و ۱۲۵ و ۱۲۶ و ۱۲۷ و ۱۲۸ و ۱۲۹ و ۱۳۰ و ۱۳۱ و ۱۳۲ و ۱۳۳ و ۱۳۴ و ۱۳۵ و ۱۳۶ و ۱۳۷ و ۱۳۸ و ۱۳۹ و ۱۴۰ و ۱۴۱ و ۱۴۲ و ۱۴۳ و ۱۴۴ و ۱۴۵ و ۱۴۶ و ۱۴۷ و ۱۴۸ و ۱۴۹ و ۱۵۰ و ۱۵۱ و ۱۵۲ و ۱۵۳ و ۱۵۴ و ۱۵۵ و ۱۵۶ و ۱۵۷ و ۱۵۸ و ۱۵۹ و ۱۶۰ و ۱۶۱ و ۱۶۲ و ۱۶۳ و ۱۶۴ و ۱۶۵ و ۱۶۶ و ۱۶۷ و ۱۶۸ و ۱۶۹ و ۱۷۰ و ۱۷۱ و ۱۷۲ و ۱۷۳ و ۱۷۴ و ۱۷۵ و ۱۷۶ و ۱۷۷ و ۱۷۸ و ۱۷۹ و ۱۸۰ و ۱۸۱ و ۱۸۲ و ۱۸۳ و ۱۸۴ و ۱۸۵ و ۱۸۶ و ۱۸۷ و ۱۸۸ و ۱۸۹ و ۱۹۰ و ۱۹۱ و ۱۹۲ و ۱۹۳ و ۱۹۴ و ۱۹۵ و ۱۹۶ و ۱۹۷ و ۱۹۸ و ۱۹۹ و ۲۰۰ و ۲۰۱ و ۲۰۲ و ۲۰۳ و ۲۰۴ و ۲۰۵ و ۲۰۶ و ۲۰۷ و ۲۰۸ و ۲۰۹ و ۲۱۰ و ۲۱۱ و ۲۱۲ و ۲۱۳ و ۲۱۴ و ۲۱۵ و ۲۱۶ و ۲۱۷ و ۲۱۸ و ۲۱۹ و ۲۲۰ و ۲۲۱ و ۲۲۲ و ۲۲۳ و ۲۲۴ و ۲۲۵ و ۲۲۶ و ۲۲۷ و ۲۲۸ و ۲۲۹ و ۲۳۰ و ۲۳۱ و ۲۳۲ و ۲۳۳ و ۲۳۴ و ۲۳۵ و ۲۳۶ و ۲۳۷ و ۲۳۸ و ۲۳۹ و ۲۴۰ و ۲۴۱ و ۲۴۲ و ۲۴۳ و ۲۴۴ و ۲۴۵ و ۲۴۶ و ۲۴۷ و ۲۴۸ و ۲۴۹ و ۲۵۰ و ۲۵۱ و ۲۵۲ و ۲۵۳ و ۲۵۴ و ۲۵۵ و ۲۵۶ و ۲۵۷ و ۲۵۸ و ۲۵۹ و ۲۶۰ و ۲۶۱ و ۲۶۲ و ۲۶۳ و ۲۶۴ و ۲۶۵ و ۲۶۶ و ۲۶۷ و ۲۶۸ و ۲۶۹ و ۲۷۰ و ۲۷۱ و ۲۷۲ و ۲۷۳ و ۲۷۴ و ۲۷۵ و ۲۷۶ و ۲۷۷ و ۲۷۸ و ۲۷۹ و ۲۸۰ و ۲۸۱ و ۲۸۲ و ۲۸۳ و ۲۸۴ و ۲۸۵ و ۲۸۶ و ۲۸۷ و ۲۸۸ و ۲۸۹ و ۲۹۰ و ۲۹۱ و ۲۹۲ و ۲۹۳ و ۲۹۴ و ۲۹۵ و ۲۹۶ و ۲۹۷ و ۲۹۸ و ۲۹۹ و ۳۰۰ و ۳۰۱ و ۳۰۲ و ۳۰۳ و ۳۰۴ و ۳۰۵ و ۳۰۶ و ۳۰۷ و ۳۰۸ و ۳۰۹ و ۳۱۰ و ۳۱۱ و ۳۱۲ و ۳۱۳ و ۳۱۴ و ۳۱۵ و ۳۱۶ و ۳۱۷ و ۳۱۸ و ۳۱۹ و ۳۲۰ و ۳۲۱ و ۳۲۲ و ۳۲۳ و ۳۲۴ و ۳۲۵ و ۳۲۶ و ۳۲۷ و ۳۲۸ و ۳۲۹ و ۳۳۰ و ۳۳۱ و ۳۳۲ و ۳۳۳ و ۳۳۴ و ۳۳۵ و ۳۳۶ و ۳۳۷ و ۳۳۸ و ۳۳۹ و ۳۴۰ و ۳۴۱ و ۳۴۲ و ۳۴۳ و ۳۴۴ و ۳۴۵ و ۳۴۶ و ۳۴۷ و ۳۴۸ و ۳۴۹ و ۳۵۰ و ۳۵۱ و ۳۵۲ و ۳۵۳ و ۳۵۴ و ۳۵۵ و ۳۵۶ و ۳۵۷ و ۳۵۸ و ۳۵۹ و ۳۶۰ و ۳۶۱ و ۳۶۲ و ۳۶۳ و ۳۶۴ و ۳۶۵ و ۳۶۶ و ۳۶۷ و ۳۶۸ و ۳۶۹ و ۳۷۰ و ۳۷۱ و ۳۷۲ و ۳۷۳ و ۳۷۴ و ۳۷۵ و ۳۷۶ و ۳۷۷ و ۳۷۸ و ۳۷۹ و ۳۸۰ و ۳۸۱ و ۳۸۲ و ۳۸۳ و ۳۸۴ و ۳۸۵ و ۳۸۶ و ۳۸۷ و ۳۸۸ و ۳۸۹ و ۳۹۰ و ۳۹۱ و ۳۹۲ و ۳۹۳ و ۳۹۴ و ۳۹۵ و ۳۹۶ و ۳۹۷ و ۳۹۸ و ۳۹۹ و ۴۰۰ و ۴۰۱ و ۴۰۲ و ۴۰۳ و ۴۰۴ و ۴۰۵ و ۴۰۶ و ۴۰۷ و ۴۰۸ و ۴۰۹ و ۴۱۰ و ۴۱۱ و ۴۱۲ و ۴۱۳ و ۴۱۴ و ۴۱۵ و ۴۱۶ و ۴۱۷ و ۴۱۸ و ۴۱۹ و ۴۲۰ و ۴۲۱ و ۴۲۲ و ۴۲۳ و ۴۲۴ و ۴۲۵ و ۴۲۶ و ۴۲۷ و ۴۲۸ و ۴۲۹ و ۴۳۰ و ۴۳۱ و ۴۳۲ و ۴۳۳ و ۴۳۴ و ۴۳۵ و ۴۳۶ و ۴۳۷ و ۴۳۸ و ۴۳۹ و ۴۴۰ و ۴۴۱ و ۴۴۲ و ۴۴۳ و ۴۴۴ و ۴۴۵ و ۴۴۶ و ۴۴۷ و ۴۴۸ و ۴۴۹ و ۴۵۰ و ۴۵۱ و ۴۵۲ و ۴۵۳ و ۴۵۴ و ۴۵۵ و ۴۵۶ و ۴۵۷ و ۴۵۸ و ۴۵۹ و ۴۶۰ و ۴۶۱ و ۴۶۲ و ۴۶۳ و ۴۶۴ و ۴۶۵ و ۴۶۶ و ۴۶۷ و ۴۶۸ و ۴۶۹ و ۴۷۰ و ۴۷۱ و ۴۷۲ و ۴۷۳ و ۴۷۴ و ۴۷۵ و ۴۷۶ و ۴۷۷ و ۴۷۸ و ۴۷۹ و ۴۸۰ و ۴۸۱ و ۴۸۲ و ۴۸۳ و ۴۸۴ و ۴۸۵ و ۴۸۶ و ۴۸۷ و ۴۸۸ و ۴۸۹ و ۴۹۰ و ۴۹۱ و ۴۹۲ و ۴۹۳ و ۴۹۴ و ۴۹۵ و ۴۹۶ و ۴۹۷ و ۴۹۸ و ۴۹۹ و ۵۰۰ و ۵۰۱ و ۵۰۲ و ۵۰۳ و ۵۰۴ و ۵۰۵ و ۵۰۶ و ۵۰۷ و ۵۰۸ و ۵۰۹ و ۵۱۰ و ۵۱۱ و ۵۱۲ و ۵۱۳ و ۵۱۴ و ۵۱۵ و ۵۱۶ و ۵۱۷ و ۵۱۸ و ۵۱۹ و ۵۲۰ و ۵۲۱ و ۵۲۲ و ۵۲۳ و ۵۲۴ و ۵۲۵ و ۵۲۶ و ۵۲۷ و ۵۲۸ و ۵۲۹ و ۵۳۰ و ۵۳۱ و ۵۳۲ و ۵۳۳ و ۵۳۴ و ۵۳۵ و ۵۳۶ و ۵۳۷ و ۵۳۸ و ۵۳۹ و ۵۴۰ و ۵۴۱ و ۵۴۲ و ۵۴۳ و ۵۴۴ و ۵۴۵ و ۵۴۶ و ۵۴۷ و ۵۴۸ و ۵۴۹ و ۵۵۰ و ۵۵۱ و ۵۵۲ و ۵۵۳ و ۵۵۴ و ۵۵۵ و ۵۵۶ و ۵۵۷ و ۵۵۸ و ۵۵۹ و ۵۶۰ و ۵۶۱ و ۵۶۲ و ۵۶۳ و ۵۶۴ و ۵۶۵ و ۵۶۶ و ۵۶۷ و ۵۶۸ و ۵۶۹ و ۵۷۰ و ۵۷۱ و ۵۷۲ و ۵۷۳ و ۵۷۴ و ۵۷۵ و ۵۷۶ و ۵۷۷ و ۵۷۸ و ۵۷۹ و ۵۸۰ و ۵۸۱ و ۵۸۲ و ۵۸۳ و ۵۸۴ و ۵۸۵ و ۵۸۶ و ۵۸۷ و ۵۸۸ و ۵۸۹ و ۵۹۰ و ۵۹۱ و ۵۹۲ و ۵۹۳ و ۵۹۴ و ۵۹۵ و

هيات موضوع امتداد تعيين تکميل وضعت تبتي اراضي و استخواني افلاک سند رسمي

آگهي موضوع امتداد ۳ قانون و ۱۳ ماده ۲۰ آئين افلاک قانون تعيين تکميل وضعت تبتي اراضي و استخواني افلاک سند رسمي

براري شماره ۱۵۸۴، ۲۰۰۱، ۲۰۰۲، ۱۳۶۰ مورخه ۲۰/۲/۱۳۸۰ موضوع پروژه کلاسه شماره ۲۰۰۳، ۱۳۶۱، ۱۳۶۲، ۱۳۶۳، ۱۳۶۴، ۱۳۶۵، ۱۳۶۶، ۱۳۶۷، ۱۳۶۸، ۱۳۶۹، ۱۳۷۰، ۱۳۷۱، ۱۳۷۲، ۱۳۷۳، ۱۳۷۴، ۱۳۷۵، ۱۳۷۶، ۱۳۷۷، ۱۳۷۸، ۱۳۷۹، ۱۳۸۰، ۱۳۸۱، ۱۳۸۲، ۱۳۸۳، ۱۳۸۴، ۱۳۸۵، ۱۳۸۶، ۱۳۸۷، ۱۳۸۸، ۱۳۸۹، ۱۳۹۰، ۱۳۹۱، ۱۳۹۲، ۱۳۹۳، ۱۳۹۴، ۱۳۹۵، ۱۳۹۶، ۱۳۹۷، ۱۳۹۸، ۱۳۹۹، ۱۴۰۰، ۱۴۰۱، ۱۴۰۲، ۱۴۰۳، ۱۴۰۴، ۱۴۰۵، ۱۴۰۶، ۱۴۰۷، ۱۴۰۸، ۱۴۰۹، ۱۴۱۰، ۱۴۱۱، ۱۴۱۲، ۱۴۱۳، ۱۴۱۴، ۱۴۱۵، ۱۴۱۶، ۱۴۱۷، ۱۴۱۸، ۱۴۱۹، ۱۴۲۰، ۱۴۲۱، ۱۴۲۲، ۱۴۲۳، ۱۴۲۴، ۱۴۲۵، ۱۴۲۶، ۱۴۲۷، ۱۴۲۸، ۱۴۲۹، ۱۴۳۰، ۱۴۳۱، ۱۴۳۲، ۱۴۳۳، ۱۴۳۴، ۱۴۳۵، ۱۴۳۶، ۱۴۳۷، ۱۴۳۸، ۱۴۳۹، ۱۴۴۰، ۱۴۴۱، ۱۴۴۲، ۱۴۴۳، ۱۴۴۴، ۱۴۴۵، ۱۴۴۶، ۱۴۴۷، ۱۴۴۸، ۱۴۴۹، ۱۴۵۰، ۱۴۵۱، ۱۴۵۲، ۱۴۵۳، ۱۴۵۴، ۱۴۵۵، ۱۴۵۶، ۱۴۵۷، ۱۴۵۸، ۱۴۵۹، ۱۴۶۰، ۱۴۶۱، ۱۴۶۲، ۱۴۶۳، ۱۴۶۴، ۱۴۶۵، ۱۴۶۶، ۱۴۶۷، ۱۴۶۸، ۱۴۶۹، ۱۴۷۰، ۱۴۷۱، ۱۴۷۲، ۱۴۷۳، ۱۴۷۴، ۱۴۷۵، ۱۴۷۶، ۱۴۷۷، ۱۴۷۸، ۱۴۷۹، ۱۴۸۰، ۱۴۸۱، ۱۴۸۲، ۱۴۸۳، ۱۴۸۴، ۱۴۸۵، ۱۴۸۶، ۱۴۸۷، ۱۴۸۸، ۱۴۸۹، ۱۴۹۰، ۱۴۹۱، ۱۴۹۲، ۱۴۹۳، ۱۴۹۴، ۱۴۹۵، ۱۴۹۶، ۱۴۹۷، ۱۴۹۸، ۱۴۹۹، ۱۵۰۰، ۱۵۰۱، ۱۵۰۲، ۱۵۰۳، ۱۵۰۴، ۱۵۰۵، ۱۵۰۶، ۱۵۰۷، ۱۵۰۸، ۱۵۰۹، ۱۵۱۰، ۱۵۱۱، ۱۵۱۲، ۱۵۱۳، ۱۵۱۴، ۱۵۱۵، ۱۵۱۶، ۱۵۱۷، ۱۵۱۸، ۱۵۱۹، ۱۵۲۰، ۱۵۲۱، ۱۵۲۲، ۱۵۲۳، ۱۵۲۴، ۱۵۲۵، ۱۵۲۶، ۱۵۲۷، ۱۵۲۸، ۱۵۲۹، ۱۵۳۰، ۱۵۳۱، ۱۵۳۲، ۱۵۳۳، ۱۵۳۴، ۱۵۳۵، ۱۵۳۶، ۱۵۳۷، ۱۵۳۸، ۱۵۳۹، ۱۵۴۰، ۱۵۴۱، ۱۵۴۲، ۱۵۴۳، ۱۵۴۴، ۱۵۴۵، ۱۵۴۶، ۱۵۴۷، ۱۵۴۸، ۱۵۴۹، ۱۵۵۰، ۱۵۵۱، ۱۵۵۲، ۱۵۵۳، ۱۵۵۴، ۱۵۵۵، ۱۵۵۶، ۱۵۵۷، ۱۵۵۸، ۱۵۵۹، ۱۵۶۰، ۱۵۶۱، ۱۵۶۲، ۱۵۶۳، ۱۵۶۴، ۱۵۶۵، ۱۵۶۶، ۱۵۶۷، ۱۵۶۸، ۱۵۶۹، ۱۵۷۰، ۱۵۷۱، ۱۵۷۲، ۱۵۷۳، ۱۵۷۴، ۱۵۷۵، ۱۵۷۶، ۱۵۷۷، ۱۵۷۸، ۱۵۷۹، ۱۵۸۰، ۱۵۸۱، ۱۵۸۲، ۱۵۸۳، ۱۵۸۴، ۱۵۸۵، ۱۵۸۶، ۱۵۸۷، ۱۵۸۸، ۱۵۸۹، ۱۵۹۰، ۱۵۹۱، ۱۵۹۲، ۱۵۹۳، ۱۵۹۴، ۱۵۹۵، ۱۵۹۶، ۱۵۹۷، ۱۵۹۸، ۱۵۹۹، ۱۶۰۰، ۱۶۰۱، ۱۶۰۲، ۱۶۰۳، ۱۶۰۴، ۱۶۰۵، ۱۶۰۶، ۱۶۰۷، ۱۶۰۸، ۱۶۰۹، ۱۶۱۰، ۱۶۱۱، ۱۶۱۲، ۱۶۱۳، ۱۶۱۴، ۱۶۱۵، ۱۶۱۶، ۱۶۱۷، ۱۶۱۸، ۱۶۱۹، ۱۶۲۰، ۱۶۲۱، ۱۶۲۲، ۱۶۲۳، ۱۶۲۴، ۱۶۲۵، ۱۶۲۶، ۱۶۲۷، ۱۶۲۸، ۱۶۲۹، ۱۶۳۰، ۱۶۳۱، ۱۶۳۲، ۱۶۳۳، ۱۶۳۴، ۱۶۳۵، ۱۶۳۶، ۱۶۳۷، ۱۶۳۸، ۱۶۳۹، ۱۶۴۰، ۱۶۴۱، ۱۶۴۲، ۱۶۴۳، ۱۶۴۴، ۱۶۴۵، ۱۶۴۶، ۱۶۴۷، ۱۶۴۸، ۱۶۴۹، ۱۶۵۰، ۱۶۵۱، ۱۶۵۲، ۱۶۵۳، ۱۶۵۴، ۱۶۵۵، ۱۶۵۶، ۱۶۵۷، ۱۶۵۸، ۱۶۵۹، ۱۶۶۰، ۱۶۶۱، ۱۶۶۲، ۱۶۶۳، ۱۶۶۴، ۱۶۶۵، ۱۶۶۶، ۱۶۶۷، ۱۶۶۸، ۱۶۶۹، ۱۶۷۰، ۱۶۷۱، ۱۶۷۲، ۱۶۷۳، ۱۶۷۴، ۱۶۷۵، ۱۶۷۶، ۱۶۷۷، ۱۶۷۸، ۱۶۷۹، ۱۶۸۰، ۱۶۸۱، ۱۶۸۲، ۱۶۸۳، ۱۶۸۴، ۱۶۸۵، ۱۶۸۶، ۱۶۸۷، ۱۶۸۸، ۱۶۸۹، ۱۶۹۰، ۱۶۹۱، ۱۶۹۲، ۱۶۹۳، ۱۶۹۴، ۱۶۹۵، ۱۶۹۶، ۱۶۹۷، ۱۶۹۸، ۱۶۹۹، ۱۷۰۰، ۱۷۰۱، ۱۷۰۲، ۱۷۰۳، ۱۷۰۴، ۱۷۰۵، ۱۷۰۶، ۱۷۰۷، ۱۷۰۸، ۱۷۰۹، ۱۷۱۰، ۱۷۱۱، ۱۷۱۲، ۱۷۱۳، ۱۷۱۴، ۱۷۱۵، ۱۷۱۶، ۱۷۱۷، ۱۷۱۸، ۱۷۱۹، ۱۷۲۰، ۱۷۲۱، ۱۷۲۲، ۱۷۲۳، ۱۷۲۴، ۱۷۲۵، ۱۷۲۶، ۱۷۲۷، ۱۷۲۸، ۱۷۲۹، ۱۷۳۰، ۱۷۳۱، ۱۷۳۲، ۱۷۳۳، ۱۷۳۴، ۱۷۳۵، ۱۷۳۶، ۱۷۳۷، ۱۷۳۸، ۱۷۳۹، ۱۷۴۰، ۱۷۴۱، ۱۷۴۲، ۱۷۴۳، ۱۷۴۴، ۱۷۴۵، ۱۷۴۶، ۱۷۴۷، ۱۷۴۸، ۱۷۴۹، ۱۷۵۰، ۱۷۵۱، ۱۷۵۲، ۱۷۵۳، ۱۷

[illegible][illegible]

آگهی فقدان

(شماره نامه : ۱۴۰۴۸۵۶۱۶۰۰۳۰۰۲۴۹۸)

آقای حسین نجفی با درخواست وارده به شماره ۷۲۳۸ مورخه ۱۴۰۴/۰۶/۲۱ منضم به یک برگ استشهادیه کوهادی شده توسط دفتر خانه اسناد رسمی ۲۱۳ کنکاور اعلام داشته سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین پلاک ۲۷۵۹۶ فرعی از ۲۷ - اصلی واقع در کنکاور بخش ۹ کرامشاهی به شماره ۳۷۷۱۳۴۷ سری الف - ۱۴۰۱ منطبق به نامبرده براساس سند مالکیت مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت شده است. ناموهده، به علت سهل انگاری مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت شده است. ناموهده، از آنستند به ماده ۱۲۰ این قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی و متذکر آن می گردد، لذا کسی نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود باشد می باشد یا به علت فوت مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی اعتراض کنی خود به پیوست مستندات اعتراض خود را به این اداره اعلام تا برابر مقررات اقدام کرد. ۲۸/۱ حوزه ثبت ملک کنکاور

تاریخ انتشار : یکشنبه ۱۴۰۴/۰۶/۲۱

[illegible][illegible][illegible]

آگهی دعوت به تلاق

اقای فریاد محمد امین فرزندان آکوبه شماره گذر نامه ۴۹-۱۷۹۸۲۰۱ هجری قمری بمجهول السکان همسر شما برابر دادنامه شماره ۴۳۵۸۴۳-۱۴۰۶۹۱۹۲۰۰ مورخ ۱۴۰۶/۰۳/۲۱ صادره از شعبه ۹ دادگاه عمومی حقوقی رباط کریم مستقر در پزند قطعیست یافته تا تاریخ ۱۴۰۶/۰۶/۱۱ تقاضای ثبت طلاق نموده است لذا در اجراء مادی ۳۳ قانون حمایت خانواده طلاق خلع نوبت نخست به شما ثبت گردید ۱۴۸۲ در تاریخ ۱۴۰۶/۰۶/۲۵ ۱۴۰۶/۰۶/۲۵ در این دفتر واقع و به ثبت رسید، لذا پیوند زناشویی فیما بین منحل شد.

سردفتر طلاق یک پرند تعمت اله نوشاوند

آگهی مفقودی

برگ سبز ماشین برپاید ۱۲۹۹ مدل ۱۳۹۹ رنگ سفید روغنی شماره موتور ۵۸/۱۷۱۶۶۹۰۵۲
شماره شاسی ۵۸/۱۷۱۶۶۹۰۵۲ NAS۴۱۱۱۰۰ شماره پلاک ایران ۸۹ - ۸۷۶ - ۵۸ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. تاکستان ۵۴۱

رمز و راز ویدئو مارکتینگ

چگونه ویدئوی بازاریابی جذاب بسازیم؟

کردن با یک اتاق خالی هستید.

این چالش را برای خودتان تعریف کنید: ویدئوی خود را یک بار بدون صدا تماشا کنید. آیا هنوز هم داستان اصلی آن قابل فهم است؟ آیا پیام کلیدی منتقل می شود؟ اینجاست که قدرت عناصر بصری قوی و زیرنویس مشخص می شود. استفاده از متن های زیرنویسی جذاب برای صفحه برای برجسته کردن نکات مهم و افزودن زیرنویس خوانا برای تمام دیالوگ ها، دیگر یک گزینه نیست؛ یک ضرورت است. این کار نه تنها ویدئوی شما را برای حالت بی صدا بهینه می کند، بلکه آن را برای افراد کم شنوا و حتی کسانی که در محیط های پرسرصد هستند نیز قابل دسترس می کند.

میکروفون قدرتمندتر از دوربین: گناه نابخشودنی صدای بد
حالا به جنبه مخالف آزمون قبلم صامت می‌رسیم. اگر مخاطب تصمیم بگیرد که با صدا ویدیو شما را تماشا کند، کیفیت صدا می‌تواند تجربه او را بسازد یا آن را کاملاً نابود کند. مخاطبان ممکن است کیفیت تصویر کمی پایین یا نورپردازی غیر حرفه‌ای را تحمل کنند، اما تقریباً هیچ‌کس تحمل صدای بد، پر از نویز، اکو یا نامفهوم را ندارد. صدای بد، فرسادی می‌زند که شما کی آمانور هستید و به تجربه مخاطب خود اهمیت نمی‌دهید. این موضوع به سرعت اعتبار برند شما را زیر سوال می‌برد. خبر خوب این است که برای داشتن صدای خوب، نیازی به یک استودیوی گران قیمت ندارید. یک میکروفون یقه‌ای کوچک که به تلفن همراه شما وصل می‌شود، می‌تواند کیفیت صدای شما را صدها برابر بهتر از میکروفون داخلی خود گوشی ضبط کند. به یاد داشته باشید: رد نبرد میان تصویر و صدا این صداست که اغلب پیروز می‌شود و رد ذهن مخاطب باقی می‌ماند.

حالا از تماشاگر چه می خواهید؟

ویدئوی شما داستانی جذاب را تعریف کرده، مخاطب را درگیر کرده و یک ارزش واقعی به او ارائه داده است. عالی است اما اگر در پایان، به او ننگبید که قدم بعدی چیست، شما یک فرصت طلایی را از دست داده اید. هر ویدئوی بازاریابی باید یک «فراخوان به اقدام» یا همان CTA (to action) واضح و مشخص داشته باشد.

شما از مخاطب چه می خواهید؟ آیا می خواهید، از وب سایت شما بازدید کنند؟ این ویدئو را با دوستانش به اشتراک بگذارند؟ در بخش نظرات، با یک سوال پاسخ دهد؟ در خبرنامه شما عضو شود؟ این درخواست های پاد را پایان ویدئو، به صورت شهادت، همچنین به صورت یک دکمه یا متن گرافیکی قابل کلیک، نمایش داده شود. یک ویدئوی بدون CTA، مانند یک داستان بدون پایان است؛ مخاطب را در هوا معلق نگه می دارد و انرژی که شما ایجاد کرده اید، به سادگی هدر می رود.

سخن پایانی

موفقیت در بازاریابی ویدئویی کمتر به بودجه و تجهیزات شما و بیشتر به خلاقیت، مهدلی و احترام شما به وقت مخاطب بستگی دارد. این فرآیند، ترکیبی از هنر و علم است. هنر داستانگویی و علم بهینه‌سازی برای پلتفرم‌های دیجیتال. فرقی نمی‌کند که شما یک شرکت تازه‌کار باشید یا یک کارآفرین تک نفره؛ صندلی کارگردانی برای شما خالی است. کافی است که یک فیلمنامه فکرشده داشته باشید، سه ثانیه اول را به یک قلاب تبدیل کنید، برای دنیای بی صدا طراحی کنید، به کیفیت صدا اهمیت دهید و در نهایت، به مخاطب خود بگویید که دوست دارید در صحنه بعدی، چه کاری انجام دهد. در سیمای شلوغ امروز، این شما نیستید که تصمیم می‌گیرد یک فیلم موفق است یا نه؛ این انشاالله شسست بی قرار مخاطب است که رأی نهایی را صادر می‌کند.

منابع:
tips--۱۰/https://digitalmarketinginstitute.com/blog
for-making-great-marketing-videos

نویسنده: علی آل علی

انگشت شست شما روی صفحه موبایل در حال یک سفر بی پایان است. اسکرویل بی وقفه در دنیایی از تصاویر ثابت، متن غایب و طولانی و اعان اغان بی شمار. این واقعیت امروز است. توجه مخاطب تبدیل به کمپاین ترین و باارزش ترین کالای جهز شده است. در این بازار رقابتی و پرسر و صد چگونه می توان این انگشت شست بی قرار را حتی برای چند ثانیه متوقف کرد؟ چگونه می توان در این همهجدا داشت که شنیده شود؟ پاسخ در یک کلمه خلاصه می شود: دیدن!

ویدئو دیگری یک گزینه جذاب در جعبه ابزار بازاریابی نیست؛ ویدئو زبان مادری اینترنت است. این زبان حرکت، احساس و داستانگویی است که مغز ما به شکل غریزی با آن ارتباط برقرار می‌کند، اما درست همانطور که داشتن قلم و کاغذ از شما یک نویسنده بزرگ نمی‌سازد، داشتن یک دوربین، حتی دوربین فوق پیشرفته تلفن همراه تان، به تنهایی تضمین‌کننده ساخت ویدئوی بازاریابی موفق نیست. بسیاری از برندها به این دنیا قدم می‌گذارند، اما با ساختن ویدئوهای خسته‌کننده، بی‌هدف یا خودمحور، در واقع به شهرت خودشان آسیب می‌زنند. ما در این مقاله یک راهنمای کارگردانی برای ساخت فیلم‌های سیمپلی‌ای شما آماده کرده ایم. ما اینجا قصد نداریم روی تجهیزات گران‌قیمت یا نرم‌افزارهای پیچیده تمرکز کنیم. در عوض می‌خواهیم به سراغ اصولی برویم که روح یک ویدئوی عالی را تشکیل می‌دهند؛ اصولی که می‌توانند یک ایده ساده را به پیامی قدرتمند تبدیل کنند که مخاطب نه تنها آن را تا آخر تماشا می‌کند بلکه آن را حس می‌کند و مهمتر از همه، به خاطر می‌سپارد. پس چرا هاجرا با خاموش کنید، دوربین‌ها را آماده کنید و بیا بیدار اولین صحنه را با هم کلید بزنیم.

برنامه ریزی دقیق: نوشتن فیلمنامه

هیچ کارگردان بزرگی بدون فیلمنامه سر صحنه فیلم برداری حاضر نمی‌شود. این بزرگ‌ترین اشتباهی است که بسیاری در دنیای بازارایی-فیلمی مرتکب می‌شوند. آنها دوربین را برمی دارند و شروع به صحبت درباره محصول یا شرکت خود می‌کنند. نتیجه، یک ویدئوی سردرگم و کسل‌کننده است که بیشتر شبیه یک سخنرانی فروش اجباری است تا یک داستان جذاب. قبل از هر چیز، باید به سه سوال بنیادین پاسخ دهید:

• مخاطب من کیست؟ آیا با مدیران شرکت های دیگر صحبت می کنم یا با نوجوانان علاقه مند به بازی های ویدئویی؟ لحن، زبان و سبک بصری شما باید متناسب با دنیای آنها باشد.

• پیام اصلی من چیست؟ اگر مخاطب قرار باشد فقط یک چیز از این ویدئو به خاطر بسپارد، آن چیز چیست؟ تمام ویدئو باید حول محور همین پیام اصلی بچرخد.

• چرا مخاطب باید اهمیت بدهد؟ این مهمترین سوال است. ویدئوی شما چه مشکلی را از او حل می کند؟ چه اطلاعاتی به او می دهد؟ چگونه او را سرگرم می کند؟

دیویدنیو تبلیغات معروف برند دارل شیو (Dollar Shave) و Club) را به یاد می‌آورد. آن ویدئو یک شاهکار بود، نه به خاطر کیفیت سیستمی‌ای، بلکه به خاطر فیلمنامه درخشان. دیویدنیو که یک ممشکل واقعی (گران بودن تیغ‌های اصلاح) را با طنزی هوشمندانه و شوخ‌صفتی کاربازمانیک بیان می‌کرد. آنها محصولشان را نمی‌فروختند؛ آنها یک داستان سرگرم کننده تعریف می‌کردند و محصول. به طور طبیعی، قهرمان آن داستان

جنگ سه ثانیه ای: چگونه در یک چشم به هم زدن مخاطب را جذب کنید

شما یک فیلمنامه عالی دارید، اما یک حقیقت بی رحم وجود دارد: شما فقط سه ثانیه فرصت دارید تا مخاطب را متقاعد کنید که به

زمان حتی کمتر است. مخاطب با ذهنیتی بی حوصله در حال اسکرول کردن است. وظیفه سه ثانیه اول ویدیوی شما این است که یک قلب قدرتمند ببنداید.

نوبت اول

آگهی تجدید مرحله اول مناقصه عمومی

شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان

شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان در نظر دارد اجرای پروژه بشرح ذیل خود را از طریق **سامانه تدارکات الکترونیکی دولت** مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی به پیمانکارانی که دارای **رتبه و ظرفیت** از سازمان برنامه و بودجه کل کشور را دارد واگذار نماید.

ردیف	شرح مناقصه	شماره مناقصه	مبلغ تضمین شرکت (در مناقصه ریال)	مبلغ برآوردی (ریال)
۱	اجرای پروژه کلید در دست توسعه شهری در محدوده ناحیه یک مدیریت توزیع نیروی برق شهرستان گنبد	۱۴۰۴/۲-۲۹	۲,۹۱۲,۰۰۰,۰۰۰	۲۹,۷۲۳,۱۶۵,۳۷۸
۲	اجرای پروژه کلید در دست جابه جایی شبکه فشار متوسط در محدوده مدیریت توزیع نیروی برق شهرستان بندرگز	۱۴۰۴/۲-۳۴	۲,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۶,۴۷۰,۱۱۴,۱۷۶

۱- فروش اسناد مناقصه:

مقتضای می توانست در صورت تمایل نسبت به واریز وجه از طریق **سامانه تدارکات الکترونیکی دولت** مبلغ ۳۰۰,۰۰۰ ریال بابت هر مناقصه بحساب فراگیر ۲۸۱۴۰۰۳۸۱۴۰۰ نزد بانک تجارت با شناسه واریزی ۲۸۱۴۰۰ شعبه ولیعصر گرگان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان، جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۴/۷/۱۰ لغایت ۱۴۰۴/۷/۱۰ به سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت مراجعه نمایند.

۲- نحوه برگزاری و محل تحویل 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 الف مهر و موم شده به آدرس گرگان، خیابان ولی عصر عدالت ۲۳ طبقه اول دبیرخانه شرکت توزیع گلستان و مهلت آن ساعت ۱۱ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۴/۷/۲۳ و زمان بازگشایی پاکت شرکتی های به حائلق امتیاز ارزیابی کیفی را کسب نموده اند، در ساعت ۱۱ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۴/۷/۲۸ در اتاق امور تدارکات واقع در گرگان، ابتدای جاده آق فلا بعد از اب منطقه ای، ساختمان شماره دو شرکت توزیع برق استان گلستان می باشد.

۱-۲- اسناد ارزیابی و مستندات مربوط به آن از طریق سامانه ارسال گردد.
۲- ارائه اسناد ارزیابی کیفی به همراه اسناد مناقصه (الف، ب و ج) در یک لافک کلی به منزله عدم ارائه اسناد ارزیابی کیفی تلقی خواهد شد.

۳- 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 به پاکت (الف) به دستگاه مناقصه گران تسلیم شود:
الف- ضمانت نامه بانکی و با 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 ۰۰۷۲۲۲۱۴۸۸۸۶۰۰۷ نزد بانک ملی شعبه خیابان ولیعصر گرگان به نام شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان.
پ- ضمانتنامه صادره توسط موسسه بیمه سرمایه های دارای مجوز لازم برای فعالیت و صدور ضمانتنامه از سوی بیمه مرکزی ایران.

ت- گواهی خالص مطالبات قطعی تایید 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.

۴- ذکر شماره مناقصه وری پاکت الزامی بوده و حضور یک نفر از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پاکت (الف/ب/ج) با معرفی نامه کتبی معتبر (آزاد است).

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

۶- به پیشنهادهای فاقد امضاء، مهر و مشخصات و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان اصل میشود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۷- تکمیل کردن فرم پرسشنامه اطلاعاتی مربوط به ارزیابی صلاحیت پیمانکاران پیوست اسناد ارزیابی کیفی الزامی است.

۸- هزینه آگهی هر دو نوبت بر عهده دستگاه مناقصه گران می باشد.

۹- ارسال پیشنهادات از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir می باشند و پرداخت هر گونه کارمزد سامانه فوق به عهده برنده مناقصه می باشد.

۱۰- ضمناً آگهی از طریق شبکه اطلاع رسانی معاملات توابیر به نشانی www.Tavanir.org.ir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی <http://letsmporg.ir> قابل دسترسی می باشد و جهت اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۱۷-۲۲۶۸۴۴۱۲ تماس و به شماره تلفن ۰۱۷-۲۲۶۸۹۳۲۰ فاکس نمائید.

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

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۷/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۷/۲۳

شناسه آگهی: ۲۰۰۴۴۲۲ فراخوان تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای ارائه و انجام اقدامات نگهداری، حفاظتی شعب بانک ملی شهر زاهدان



شرکت نیروی برق و تاسیسات

مناقصه عمومی دو مرحله ای با ارزیابی کیفی

(از آزمایشگاههای معتبر)

ساعت، تاریخ و محل افتتاح اسناد ارزیابی کیفی:

ساعت: ۰۸:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۳ طبقه ششم (سالن جلسات)

زمان و محل افتتاح پاکتهای الف و ب به شرط کسب حداقل امتیاز لازم (حداقل ۶۵٪) از ارزیابی کیفی:

ساعت: ۰۸:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۷ طبقه ششم (سالن جلسات)

کلیه مراحل برگزاری مناقسه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهادهای مناقسه گران و بازگشایی پاکتها از طریق دستگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقسه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقسه محقق سازند.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقسه مندرج بوده و سایت های زیر جهت اطلاع رسانی اعلام می گردند:

پایگاه مناقصات کشور <http://letsmporg.ir> و سایت معاملات شرکت توانیر www.toztab.ir

www.tavanir.org.ir و سایت شرکت توزیع برق تبریز www.toztab.ir

شناسه آگهی: ۲۰۴۲۴۰۱

نوبت اول

موضوع مناقسه: خرید ۱۵۰۰ دستگاه کنتور سه فاز

دستگاه مناقسه گزار و آدرس: شرکت توزیع نیروی برق تبریز واقع در تبریز کوی ولیعصر، خیابان ظفلی، اول خیابان ظفران

مدت زمان تحویل: ۲ ماه

مهلت دریافت اسناد از طریق سامانه ستاد ایران: از تاریخ ۱۴۰۴/۰۶/۲۳ لغایت ۱۴۰۴/۰۷/۱۸

مهلت بازگذاری پیشنهادهای در سامانه ستاد: پیشنهاد دهندگان می بایست ضمن بازگذاری اسناد ارزیابی کیفی و کلیه مدارک باکات الف، ب و ج در سامانه ستاد تا ساعت ۱۳:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۳ لغایت ۱۴۰۴/۰۷/۲۳ به صورت لاک و مهر شده و نمونه کالا ظرف همان مهلت به دبیرخانه ایست شرکت اقدام نمایند.

تذکر: به پیشنهادهای فاقد امضا، مشروط، مخدوش، و پیشنهادهایی که بعد از انقضا مدت مقرر در فراخوان اصل می شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

مبلغ تضمین شرکت در مناقسه: برابر ۵,۷۷۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال بوده و پیشنهادهای فاقد تضمین، تضمین مخدوش، تضمین کمتر از میزان مقرر بلا اثر می باشند.

شرایط خاص برای ورود به ارزیابی کیفی و مناقسه:

ارائه گواهی مطابقت با استاندارد تولید از شرکت توانیر یا تایپ تست معتبر

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۶/۲۰

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۶/۲۱

مدیر شرکت بیمه آتیه سازان حافظ در آذربایجان شرقی اعلام کرد:

جزئیات قرارداد و ثبت نام بیمه اکمل بازنشستگان آموزش و پرورش



خانواده که دارای بیمه تکمیلی هستند می توانند در این طرح ثبت نام کنند.مدیر شرکت بیمه آتیه سازان حافظ در آذربایجان شرقی افزود: این قرارداد به مدت یک سال از تاریخ اول شهریور ماه ۱۴۰۵ تا ۳۱ مرداد ماه ۱۴۰۵ معتبر و قابل اجرا می باشد.
حقوقی، شرایط ثبت نام قرارداد بیمه اکمل استان را به شرح ذیل اعلام کرد:

- مراجعه به شعبه یا نمایندگی های شرکت آتیه سازان حافظ در سطح استان و تکمیل "فرم ثبت نام" بیمه شدگانی که سال گذشته دارای بیمه اکمل بوده اند، نیازی به ثبت نام مجدد ندارند و به صورت خودکار تحت پوشش قرار می گیرند. نحوه انصراف: مراجعه به شعبه یا نمایندگی های آتیه سازان حافظ در سطح استان و تکمیل "فرم انصراف"
- مهلت افزایش و کاهش تا پایان تاریخ ۱۴۰۴/۳/۳۰ می باشد.

ثبت بیش از ۳۱۹ هزار تخلف سرعت غیرمجاز در جاده‌های کرمانشاه طی ۵ ماه

کرمانشاه - خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل راهداری و حمل و نقل جادهای استان کرمانشاه گفت: با وجود اجرای اقدامات ایمنی و حضور یازدنده پلیس‌را، تنها در پنج ماه گذشته بیش از ۳۱۹ هزار تخلف سرعت غیرمجاز در جاده‌های استان به ثبت رسیده است.
یزدان خسروی مدیر کل راهداری و حمل و نقل جادهای استان کرمانشاه اظهار داشت: بررسی آمارها نشان می‌دهد میانگین بیشترین فراوانی سرعت در محورهای استان طی پنج ماه گذشته ۸۱ کیلومتر بر ساعت بوده که در مقایسه با میانگین کشوری یعنی ۷۲ کیلومتر بر ساعت رقم بالاتری است و بیانگر آن است که رانندگان کرمانشاهی کمی عجلانه رانندگی می‌کنند وی افزود: در این مدت ۳۱۹ هزار و ۱۰۴ تخلف سرعت غیرمجاز به ثبت رسیده است و بالاترین سرعت ثبت شده نیز ۱۹۷ کیلومتر بر ساعت در محور کنگاور به صحنه بوده است.
خسروی با اشاره به آمار مردادماه گفت: در این ماه بیشترین فراوانی سرعت در استان ۸۱ کیلومتر بر ساعت ثبت شده که همچنان بالاتر از میانگین کشوری است. همچنین تنها در مردادماه ۳ هزار و ۲۴ تخلف سرعت بالای ۱۲۰ کیلومتر بر ساعت گزارش شده و بیشترین سرعت غیرمجاز ۱۸۹ کیلومتر بر ساعت در محور روانسر به کرمانشاه به ثبت رسیده است. وی با بیان اینکه «سرعت غیرمجاز حتی در بهترین جاده‌ها و با کامل ترین علامت هشداردهنده هم عامل اصلی بروز تصادف است»، تأکید کرد: هرچند پلیس‌را به حضور میدانی و تجهیزات یازدنده در تلاش است رفتارهای پرخطر را کنترل کند، اما در نهایت این رانندگان هستند که باید با تغییر فرهنگ رانندگی و رعایت قوانین به کاهش تلفات کمب کنند.
مدیرکل راهداری و حمل و نقل جادهای استان کرمانشاه خاطر نشان کرد: آمار بالای تخلفات نشان می‌دهد که صرفاً برخورد قانونی با ناصب تابلوهای هشداردهنده کافی نیست؛ بلکه نیازمند فرهنگ‌سازی، آموزش مداوم و تغییر نگرش رانندگان هستیم. او از مردم خواست با رعایت سرعت مطمئنه، نقش جدی خود را در کاهش سوانح جادهای ایفا کنند.

مدیرکل صمت استان از احیاء و تقویت ۸۰ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری صنعتی در کرمانشاه خبر داد

کرمانشاه – خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه از احیاء و یا افزایش ظرفیت واحدهای صنعتی استان با سرمایه‌گذاری نزدیک به ۸۰ هزار میلیارد تومان در یک سال اخیر خبر داد.احسان باقرخانی مدیر کل صنعت معدن و تجارت استان کرمانشاه در جمع خبرنگاران با اشاره به اقدامات خوبی که در یکسال اخیر در حوزه صنعت، معدن و تجارت استان صورت گرفته، گفت: در یک سال اخیر ۲۰ واحد صنعتی در استان با سرمایه‌گذاری ۲۵۰۰ میلیارد تومان احیاء شده است که با احیاء این واحدها ۴۶۰ نفر مشغول به کار شدند و ۲۷۷ هزار تن نیز به ظرفیت تولیدات استان اضافه شده است.وی همچنین از افزایش ظرفیت ۴۰ واحد صنعتی نیز در یک سال اخیر خبر داد و عنوان کرد: سرمایه‌گذاری این واحدها نزدیک به ۷۵ هزار میلیارد تومان بوده و با افزایش ظرفیت آنها ۱۵۰ هزار تن به ظرفیت تولیدات صنعتی استان اضافه شده است.مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه با بیان اینکه در یکسال اخیر ۴۴۳ قهره جواز تأسیس صنعتی نیز در استان صادر شده، خاطرنشان کرد: ۱۲۹ مورد پروانه بهره‌برداری صنعتی نیز در این مدت صادر شده که سرمایه‌گذاری آنها ۲۵ همت، اشتغالزایی آنها بیش از ۲۷۰۰ نفر و تولیداتشان نیز ۴۶ میلیون تن بوده است.باقرخانی بیواتانول و بیوپالیمینت را دو واحد صنعتی بزرگی اعلام کرد که اخیراً شاهد افتتاح آنها بودیم و از مصوبات سفر مقام معظم رهبری به استان بودند.وی یکی دیگر از دستاوردهای خوب حوزه صنعت استان در بیش از یکسال اخیر را نیز تأمین مالی ۲۴۰۰ میلیارد تومانی پروژه‌های صنعتی استان از بازار سرمایه اعلام کرد و ادامه داد: ۱۶۰۰ میلیارد تومان مربوط به بیواتانول، ۳۰۰ میلیارد تومان مربوط به منابزی و ۵۰۰ میلیارد تومان نیز مربوط به شرکت پویاباد نیز بوده است.مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان کرمانشاه اشارهای هم به فعالسازی پنج واحد معدنی راكد استان طی یکسال اخیر داشت و اضافه کرد: سرمایه‌گذاری این معادن ۱۵۰ میلیارد تومان، اشتغالزایی آنها ۶۰ نفر و تولیدات آنها نیز ۲۱۵ هزار تن بوده است.به گفته باقرخانی، در یکسال اخیر یازده قهره پروانه بهره‌برداری نیز برای معادن استان صادر شده است.

جشن ملی روز سینما در خوزستان برگزار شد

اهواز – شبنم قچانود: جشن ملی روز سینما به همت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان در سینما ساحل اهواز برگزار شد.آیین گرامیداشت روز ملی سینما به همت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با حضور مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، مدیر کل دفتر نظارت بر عرضه و نمایش فیلم سازمان سینمایی، معاون سینمایی اداره کل، مدیر کل روابط عمومی و امور بین الملل استانداری خوزستان، جمعی از کارگردان‌ها و هنرمندان در سینما ساحل اهواز برگزار شد.در این مراسم از خانواده آرش کوردسالی، کارگردان سینمای مستند ایران تجلیل شد.همچنین عوامل فیلم متروپل، حمید زر گزئانه کارگردان خوزستانی و برنده سیمرغ بلورین فیلم فجر نیز مورد تجلیل قرار گرفتند.در بخش عکس، نرگس مطلبی، مبینا حمدانی، سید خلیل موسوی، سید امین غراوی، محمد انگر و علیرضا محمدی تقدیر شدند.علیرضا نجفی صالحی و مبینا انصاری به عنوان رتبه برتر کنکور رشته سینما نیز تجلیل شدند.همچنین میلاد نغت‌آشیان، مدیر امور سینمایی بهمن سبز خوزستان، اکرم شریزنگی، مدیر پردیس سینما ساحل اهواز، زینما قربانی زاده، مدیر پردیس سینمایی خلیج فارس اهواز و مدیر پردیس سینما مهر مادر درفول دیگر تجلیل‌شدگان بودند.علی ظاهری، محمد مرادی جاوید، سلیمه رنگ زن، مجید رمضان پور، محمد محمدی ادهر، علیرضا احمدی زاده و کاظم بنی تمیم در بخش پیشکسوتان سینمایی و ایرج عباسی و سامان علی زندیان در بخش کارگردانی تجلیل شدند.در بخش مفاخر سینمایی استان نیز علی اصغر شادروان، ایوب مروانی، عبدالحسین حاج سردار، سیدعندان طاهری موسوی، سعید البوعبادی و عدنان عفروایان مورد تقدیر قرار گرفتند.

برگزاری دوره آموزشی برای خبرنگاران شرکت ملی گاز در ایلام

ایلام – خبرنگار فرصت امروز: خبرنگاران شاغل در شرکت ملی گاز ایران، میهمان استان ایلام شدند تا در یک دوره آموزشی تخصصی شرکت کرده و از نزدیک با فرآیندهای کلیدی صنعت گاز در این منطقه آشنا شوند. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان ایلام؛ دوره آموزشی ویژه خبرنگاران و اصحاب رسانه شاغل در شرکت ملی گاز ایران، با میزبانی شرکت گاز استان ایلام برگزار شد. این برنامه آموزشی که با هدف ارتقای دانش تخصصی و شناخت بیشتر خبرنگاران از ظرفیت‌ها و فرآیندهای صنعت گاز ترتیب داده شده بود، شامل دو بخش تئوری و عملی بود. در بخش بازدید میدانی این دوره، خبرنگاران منطقه ۲ کشور از منطقه عملیات گازی تنگ بیجار و جادهای این میدان بازدید به عمل آوردند. هوای پاک و منظر آرامش کوهستان ایلام، با هیاهوی عملیات صنعتی درآمیخته بود؛ صحنه‌ای که در آن دکل‌های استخراج همچون غول‌های سربه فلک کشیده، نمادی از اقتدار انرژی ایران را به نمایش می‌گذاشتند.خبرنگاران از نزدیک در جریان جزئیات عملیات اکتشاف و استخراج قرار گرفتند. در ادامه، این گروه از شرکت پالایش گاز ایلام نیز دین کردند. بازدید از سالن‌های عظیم پالایشگاه و مشاهده شبکه پیچیده لوله‌ها و برج‌های برق شیرین سازی، برای حاضران این تجربه منحصر به فرد را ایجاد کرد. تا مسیر تبدیل گاز خام خروجی از چاه به محصولی استاندارد و قابل مصرف را قدم به قدم دنبال کنند. در این بازدید، خبرنگاران با فرآیندهای پیچیده و حیاتی تصفیه و شیرین سازی گاز به طور کامل آشنا شدند. بخش دیگر این رویداد، به برگزاری یک کلاس آموزشی تخصصی اختصاص یافت که در آن مباحث مهم و کاربردی مرتبط با صنعت گاز برای حاضران تشریح شد. در این سفر خبرنگاران شاغل در شرکت ملی گاز، علاوه بر ثبت دادهای فنی، طعم اشتیاق و سخت‌کوشی هزاران نیروی متحصص را چشیدند که در سایه‌سار کوه‌های زاگرس، چرخ‌های صنعت گاز ایران را به حرکت درمی‌آورند. برگزار چنین دوره‌هایی گامی استراتژیک و ضروری در جهت ایجاد پیوندی ناگسستنی بین رسانه و صنعت است. هنگامی که قلم خبرنگار بر پایه دانش عمیق و روایت‌هایی عینی به حرکت در آید، بی‌تردید روایت‌هایی دقیق‌تر، غنی‌تر و اثرگذارتر از شکوه و چالش‌های این صنعت عظیم ملی ارائه خواهد کرد.

استاندار تأکید کرد:

تبیین «وفاق ملی» به‌عنوان اولویت فرهنگی آذربایجان شرقی

خود را به وضوح نشان داد. اگر این وفاق ملی نبوده، طمع دشمن برای ادامه حملات بیشتر می‌شد. استاندار آذربایجان شرقی، «تبیین وفاق ملی و انسجام ایجادشده بین ارکان نظام» را یکی از مهم‌ترین اولویت‌های شورای فرهنگ عمومی برشمرد و خطاب به اعضای شورا گفت: ما باید مبلغ و مدافع فرهنگ وفاق اجتماعی در سطح شهرستان‌ها باشیم. سیاست‌های دولت و نظام باید از طریق تعامل و ارتباط سازنده به درستی به جامعه منتقل شود. وی هشدار داد: هرگونه دوگانه‌سازی و دامن‌زدن به شکاف‌های اجتماعی، وفاق ملی را به چالش می‌کشد. شکاف بین حاکمیت، قوای سه‌گانه، دولت و ملت، شکاف قومیتی، جنسیتی یا نسلی، از جمله زمینه‌هایی است که مورد توجه دشمنان نظام است. ما باید این شکاف‌ها را پیوند زده و به وفاق و انسجام تبدیل کنیم. سرمست، مأموریت اصلی شورای فرهنگ عمومی را «گسترش رفاه و تقویت انسجام اجتماعی» و «انتقال ارزش‌های نسل گذشته به نسل جدید با زبان و ابزار روز» دانست و تصریح کرد: استفاده از شیوه‌های هرمنده‌اند و حتی تکنولوژی روز مانند هوش مصنوعی، برای انتقال این ارزش‌های اصیل به همه مردم کشور، ضروری است. این وفاق اجتماعی بزرگ‌ترین سرمایه این نظام است.



کرد. سرمست با تأکید بر بیانات مقام معظم رهبری، «اتحاد مقدس» را دستاورد بزرگ جنگ دوازده‌روزه خواند و گفت: مقام معظم رهبری به درستی بر «اتحاد مقدس» تأکید کردند که در ادبیات دولت، ترجمان همان «وفاق ملی» است. این استراتژی که با هوشمندی رئیس‌جمهور مطرح و اجرا شد، پس از این جنگ، بر کات

اعطای نشان عالی مسئولیت اجتماعی به شرکت پالایش نفت امام خمینی (ره)شازند

تحولات مثبت در حوزه مسئولیت اجتماعی بود. دارایی تصریح کرد: کنشگری اجتماعی در ایران، به‌ویژه در حوزه فرهنگ، نیازمند هم‌افزایی میان نهادهای دولتی، سازمان‌های مردمنهاد، رسانه‌ها و فعالان مستقل است. وی خاطر نشان کرد: در این مسیر، روابط عمومی می‌تواند نقش تسهیل‌گر و هماهنگ‌کننده را ایفا کند. به‌ویژه در عصر رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، روابط عمومی باید با رویکردی نوین، بر پایه صداقت، شفافیت و تعامل دوسویه عمل کند. قائم مقام وزیر میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری گفت: در همایش‌هایی که با محوریت مسئولیت اجتماعی برگزار می‌شود، حضور پیشکسوتان، متخصصان و فعالان حوزه روابط عمومی و صنایع دستی، فرصتی ارزشمند برای تبادل تجربه، ایده‌ها و راهکار و هم‌افزایی است. بر اساس این بیانیه، در این دوره، ۴۶ اثر واجد شرایط مورد بررسی قرار گرفته و علاقه‌مندی سازمان‌ها به شفافیت، نهادین‌سازی مسئولیت اجتماعی در سطح مدیریتی و مشارکت در گفتمان‌سازی، از نقاط قوت گزارش‌ها برشمرده شد.
داوران تأکید کردند که ارزیابی جشنواره بر پایه عملکرد علمی، استراتژیک و ارتباط‌محور است و شاخص‌هایی چون شفافیت، پاسخگویی، حساسیت اجتماعی و ارتباط کرامت‌محور باید جایگزین نگاه صرفاً خبریه‌ای شود. در بخشی از پیام لوح این نشان آمده است: هیئت داوران پنجمین دوره جشنواره روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی با درک بایسته از اهمیت مسئولیت اجتماعی و لزوم تقویت این رویکرد در بین سازمان‌ها، به این ضرورت توجه دارد و بر این اساس، به پاس توجه، تأکید، برنامهریزی، استقرار و اقدام در زمینه مسئولیت اجتماعی توسط آن مدیریت محترم، نشان عالی «مسئولیت اجتماعی پیشرفته» را به آن شرکت تقدیم می‌کند.



تقویت جدی است. قائم مقام وزیر میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری بیان کرد: با این حال، پیشکسوتان و فعالان این عرصه، همچنان با انگیزه و تعهد در خط مقدم ایفای نقش هستند، آن‌ها نه‌تنها صدای سازمان‌ها را به گوش جامعه می‌رسانند، بلکه صدای مردم را نیز به گوش تصمیم‌گیرندگان منتقل می‌کنند. دارایی تأکیدکرد: در این میان، صنایع دستی ایران به عنوان یکی از جلوه‌های فرهنگی و هنری، ظرفیت عظیمی برای کنشگری اجتماعی دارد. وی اظهارکرد : صنایع دستی نه‌تنها میراثی از تاریخ و هویت ایرانی است، بلکه بستری برای اشتغال‌زایی، توانمندسازی زنان، توسعه روستایی و تقویت اقتصاد محلی محسوب می‌شود. قائم مقام وزیر میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری افزود: اگر روابط عمومی بتواند به درستی این ظرفیت‌ها را معرفی و ترویج کند، می‌توان شاهد

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان بوشهر :

نیازمند انسجام و همکاری بیشتر فرهنگ و هنر در تبیین مفاهیم پدافند غیرعامل در جامعه هستیم

مفاهیم پدافند غیرعامل اظهار داشت: امروز بیش از هر زمان دیگر نیازمند همکاری و هم‌افزایی با فعالان فرهنگی و رسانه‌ای هستیم تا اصول و الزامات این حوزه به شکل گسترده و مؤثر در سطح جامعه با‌تربال یابد و پیام‌های امنیتی و فرهنگی به درستی منتقل شود. وی با اشاره به تجربه جنگ دوازده‌روزه افزود: در این دوره، اگرچه اقدامات پدافند غیرعامل به‌طور مستقیم انجام شد، اما برخی نکات مهم نیازمند توجه بیشتر و هماهنگی گسترده‌تر بود. لقمان زاده خاطرنشان کرد: تجربه جنگ دوازده‌روزه نشان داد که نقش اصحاب فرهنگ، هنر و رسانه در تقویت پیام‌ها و آموزش‌های مرتبط با پدافند غیرعامل چقدر حیاتی و غیرقابل جایگزین است و آن‌ها می‌توانند با ایفای نقش خود به‌عنوان سفیران فرهنگ، تأثیرگذاری این پیام‌ها را در جامعه تضمین کنند. مدیر کل پدافند غیرعامل استانداری بوشهر در پایان بر اهمیت شناسایی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی تأکید کرد. و گفت: با مشارکت نهادهای انجمن‌ها، دانش‌آموزان، دانشجویان و سایر اقشار جامعه، می‌توان شبکه‌ای منسجم برای ترویج فرهنگ پدافند غیرعامل ایجاد کرد که نقش مؤثری در ارتقای سطح آگاهی عمومی و افزایش تاب‌آوری جامعه ایفا خواهد نمود.



تصریح کرد: انجمن‌ها با برگزاری برنامه‌های متنوع و خلاقانه توانستند نقش مؤثری در معرفی و تبیین گفتمان پدافند غیرعامل ایفا کنند و امروز لازم است این مسیر با قدرت بیشتری ادامه یابد. در ادامه مدیرکل پدافند غیرعامل استانداری بوشهر نیز با تأکید بر ضرورت مشارکت اصحاب فرهنگ، هنر و رسانه در ترویج و فرهنگ‌سازی

در جریان دیدار نماینده مجلس از این شرکت انجام گرفت:

تقدیر از عملکرد شرکت پخش فرآورده‌های نفتی آذربایجان شرقی

از طریق خطوط لوله نفت، پالایشگاه، نفتکش‌ها و خطوط ریلی تأمین و توزیع می‌کند. **عملکرد شورای فرهنگی فرآورده‌های نفتی آذربایجان شرقی** **مقبول است** رئیس ستاد اقله نماز و امور روحانیون منطقه ۱۰ وزارت نفت با مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی در ستاد این منطقه دیدار کرد. ناصر راشدی، مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی در دیدار با حسن صفیری رئیس ستاد اقله نماز و امور روحانیون منطقه ۱۰ وزارت نفت با اشاره به برگزاری مرحله قدمماتیی بیست و هشتمین دوره مسابقات قرآن کریم بر کین کارکنان و خانواده های آنان و برپایی مسابقات ورزشی و فرهنگی ویژه فرزندان، گزارشی از عملکرد شورای فرهنگی منطقه را ارائه کرد. در این دیدار رئیس ستاد اقله نماز و امور روحانیون منطقه ۱۰ وزارت نفت ضمن تقدیر از اقدامات مدیریت و مسئولین منطقه در راستای توسعه و ترویج فرهنگ نونائی نماز و حفظ ارزش های دینی نسبت به ارتقای امور فرهنگی به ویژه دربین کارکنان و خانواده های عزیز تأکید کرد.



شرقی با دارا بودن چهار انبار ذخیره سازی روزانه انواع سوخت مورد نیاز بخش های مختلف مصرف اعم از سوخت نیروگاهی، صنایع، کشاورزی، بخش خدمات و روستایی

افتخار آفرینی گاز گیلان با کسب نشان عالی مسئولیت اجتماعی پیشرفته



خاص و علی دارایی قائم‌مقام وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، پیشکسوتان و فعالان حوزه مسئولیت اجتماعی و روابط عمومی در سالن همایش کتابخانه ملی با هدف تقدیر از برترین‌ها در سه سطح "در حال رشد"، "رشد یافته" و "پیشرو" برگزار شد.در بخشی از پیام لوح این نشان آمده است: هیئت داوران پنجمین دوره جشنواره روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی با درک بایسته از اهمیت مسئولیت اجتماعی و لزوم تقویت این رویکرد در بین سازمان‌ها، به این ضرورت توجه دارد و بر این اساس، به پاس توجه، تأکید، برنامهریزی، استقرار و اقدام در زمینه مسئولیت اجتماعی توسط آن مدیریت محترم، نشان عالی «مسئولیت

خداحافظی با تایپ؛ ورود بر عصر جست‌وجوی صوتی!

نویسنده: علی آل‌علی

در سال‌های اخیر شیوه تعامل کاربران با موتورهای جست‌وجو به شدت تغییر کرده است. دیگر کمتر کسی برای یافتن پاسخ یک سوال دست به تایپ طولانی در گوگل می‌برد. ظهور دستیارهای صوتی مثل سیری، الکسا و دستیار صوتی گوگل موجب شده تا جست‌وجوهای صوتی سهم قابل توجهی از ترافیک اینترنتی را به خود اختصاص دهند. براساس گزارش هاب اسپات تا سال ۲۰۲۸ نیمی از تمام جست‌وجوهای آنلاین به صورت صوتی انجام خواهد شد. به همین خاطر دیگر نمی‌توان جست‌وجوی صوتی را یک ترند گذرا دانست. اکنون زمان آن است که برندها برای آینده‌ای بی‌کلیک، آماده شوند.

اما این تغییر به ظاهر ساده الزامات خاص خودش را دارد. کسب و کارهایی که هنوز محتوای خود را فقط برای خواندن روی صفحه و کلیک کاربران بهینه‌سازی می‌کنند، به زودی با کاهش شدید ترافیک و مشتریان بالقوه مواجه خواهند شد. برندسازی در عصر صوتی به معنای در دسترس بودن، سریع پاسخ دادن و همکلام شدن با زبان روزمره کاربران است.

بهینه‌سازی برای جست‌وجوی صوتی یعنی حضور در لحظه‌ای که کاربر سوالی را بلند می‌گوید و منتظر یک پاسخ طبیعی است. ما در این مقاله به بررسی تکنیک‌هایی می‌پردازیم که به برند شما کمک می‌کند در این دنیای تازه نه تنها گم نشود، بلکه بدرخشد. پس با ما همراه باشید تا برویم سراغ اصل ماجرا.

طراحی محتوای مکالمه‌محور

یکی از مهمترین تفاوت‌های جست‌وجوی صوتی با جست‌وجوی متنی، زبان مورد استفاده کاربران است. در حالی که افراد در جست‌وجوی تایپیی از کلیدواژه‌هایی فشرده و کوتاه استفاده می‌کنند، هنگام جست‌وجوی صوتی تمایل دارند مثل یک مکالمه عادی سوال خود را بیان کنند. عباراتی مثل «آب و هوای تهران» در جست‌وجوی متنی، به شکل «هوا امروز تو تهران چطوره؟» در جست‌وجوی صوتی ظاهر می‌شود. بنابراین اگر محتوای برند شما فقط براساس کلمات کلیدی سنتی بهینه شده باشد، در نتایج صوتی جایی نخواهد داشت.

استفاده از لحن محاوره‌ای در تولید محتوا، به الگوریتم‌های جست‌وجوی صوتی کمک می‌کند تا سایت یا اپ شما را به عنوان پاسخ مناسب انتخاب کنند. طراحی بخش پرسش‌ها‌ی متداول با لحن طبیعی و سوالات واقعی یکی از بهترین روش‌ها در این زمینه است. سعی کنید تصور کنید کاربران دقیقاً چه عبارتی را با صدای بلند بیان می‌کنند و پاسخ آن را با زبان ساده ارائه دهید. حتی فراتر از این، الگوریتم‌های گوگل اکنون به دنبال درک نیت کاربر هستند. یعنی صرفاً کلمه کلیدی مهم نیست، بلکه باید دید کاربر با آن پرسش دقیقاً چه هدفی دارد. آیا می‌خواهد چیزی بخرد؟ اطلاعاتی بیابد؟ یا فقط سرگرم شود؟ طراحی محتوا باید براساس پاسخ به نیت کاربر انجام شود، نه صرفاً پر کردن صفحه با واژه‌های کلیدی.

نکته مهم دیگر کوتاه بودن پاسخ‌هاست. جست‌وجوی صوتی قرار نیست مثل یک مقاله بلند توضیح مفصل دهد. محتوای شما باید در قالب پاراگراف‌های بسیار کوتاه، جملات ساده و مشخص و پاسخ‌های مستقیم طراحی شود. گوگل معمولاً برای پاسخ‌های صوتی، سراغ جملاتی با ۳۰ کلمه یا کمتر می‌رود. درنهایت، از ابزارهایی مثل گوگل یا ابزارهای تحلیل رفتار کاربران برای شناسایی سوالات

نویسنده: علی آل‌علی

برندها، درست مثل انسان ها، با گذر زمان تغییر می کنند. شاید روزی با شور و شفع وارد بازار شده اید و با صدایی محکم اعلام کرده اید که برندگان برای نوآوری، اعتماد یا سادگی ایستاده است. اما حالا چند سال گذشته. بازار عوض، مخاطب متحول و حتی شما هم تغییر کرده اید. حالا سوال اینجاست: آیا وقت آن نرسیده نگاهی دوباره به ارزش های برندگان بیندازید؟ خیلی از کسب و کارها وقتی از ارزش های برند حرف می زنند، به همان چند جمله کلیشه ای سال های اولیه برمی گردند؛ جملاتی که شاید آن روزها معنا داشتند، اما حالا فقط یک قاب روی دیوار دفتر هستند. اگر ارزش

واقعی مشتریان استفاده کنید. این پرسش‌ها را به زبان طبیعی بازنویسی کرده و در بخش‌های کلیدی محتوای خود بگنجانید.

بهینه‌سازی برای جست‌وجوی محلی

یکی از اصلی‌ترین کاربردهای جست‌وجوی صوتی یافتن اطلاعات محلی است. کاربران به‌طور روزمره با عباراتی مثل «زدیک‌ترین کافی‌شاپ به من»، «داروخانه شبانه‌روزی این اطراف» یا «رستوران ایرانی خوب توی اکباتان» از دستیارهای صوتی خود کمک می‌گیرند. این یعنی برندهایی که کسب و کار فیزیکی دارند یا خدمات‌شان به یک منطقه جغرافیایی خاص وابسته است، باید توجه ویژه‌ای به سئو محلی داشته باشند. بدون این بهینه‌سازی حتی اگر بهترین محصولات یا خدمات را هم ارائه دهید، در نتایج صوتی جایی نخواهید داشت.

اولین قدم برای حضور در این نتایج ثبت دقیق اطلاعات کسب و کار در سرویس‌هایی مثل گوگل بیزینس است. نام، آدرس، شماره تماس، ساعات کاری و دسته‌بندی دقیق فعالیت شما باید کامل و به روز باشد. همچنین لازم است این اطلاعات در سایت خودتان هم در قالب اسکیمای Schema Markup) تعریف شوند تا گوگل و دیگر موتورهای جست‌وجو بتوانند آنها را به درستی بخوانند و تحلیل کنند.

یکی دیگر از عناصر کلیدی در سئو محلی استفاده از محتوای مبتنی بر موقعیت جغرافیایی است. این یعنی باید صفحاتی در سایت‌تان داشته باشید که درباره فعالیت‌تان در هر محله، منطقه یا شهر خاص صحبت می‌کند. مثلاً اگر یک فروشگاه لوازم خانگی در شرق تهران دارید، داشتن صفحه‌ای با عنوان «فروشگاه لوازم خانگی در تهرانپارس» می‌تواند شما را در جست‌وجوهای صوتی به نتایج اول برساند. نقد و بررسی مشتریان نیز نقشی حیاتی در این میان ایفا می‌کند. دستیارهای صوتی معمولاً هنگام معرفی یک مکان، اطلاعاتی مانند امتیاز کاربران یا تعداد نظرها را هم اعلام می‌کنند. بنابراین تشویق مشتریان به نوشتن نظرات و پاسخ دادن منظم به آنها در پلتفرم‌هایی مانند گوگل، فیس‌بوک یا یلپ می‌تواند تفاوت چشمگیری در میزان دیده‌شدن شما ایجاد کند.

درنهایت، به خاطر داشته باشید که جست‌وجوی صوتی اغلب همراه با موبایل انجام می‌شود. پس سایت شما باید کاملاً موبایل فرندلی باشد، سریع بارگذاری شود و دکمه‌ها و متن‌ها برای استفاده لمس‌ی بهینه شده باشند. تجربه کاربری ضعیف مساوی است با حذف از فهرست نتایج!

توجه ویژه به سرعت بارگذاری سایت

در دنیای جست‌وجوی صوتی زمان حکم طلا را دارد. کاربران انتظار دارند دستیار صوتی‌شان در کمتر از چند ثانیه پاسخ دهد، آن هم با دقت و بدون وقفه. بنابراین اگر سایت شما کند باشد، حتی اگر تمام اصول سئو صوتی را رعایت کرده باشید، باز هم از نتایج کنار گذاشته می‌شود. سرعت بارگذاری حالا نه فقط یک امتیاز مثبت، بلکه یک پیش‌شرط قطعی برای ورود به میدان رقابت جست‌وجوی صوتی است.

یکی از مهمترین اقدامات برای افزایش سرعت سایت، بهینه‌سازی تصاویر است. تصاویر سنگین و بی‌فشرده می‌توانند چندین ثانیه زمان بارگذاری سایت را بالا ببرند. استفاده از فرمت‌های جدیدتر مثل Webp و ابزارهای فشرده‌سازی حرفه‌ای، در عین حفظ کیفیت بصری، حجم فایل‌ها را کاهش می‌دهند. همچنین باید از سیستم‌های

کشینگ و بارگذاری تأخیری استفاده کنید تا محتوا به صورت هوشمند و سریع‌تر به کاربر برسد.

کدهای سایت هم نقش مهمی در عملکرد آن دارند. کدهای CSS و جاوا اسکریپت باید فشرده و مرتب شوند، تا حجم کلی صفحات کاهش یابد. اگر از CMS هایی مانند وردپرس استفاده می‌کنید، افزونه‌های متعددی برای بهینه‌سازی خودکار این‌ کدها وجود دارند که می‌توانند در چند دقیقه تحول چشمگیری در سرعت سایت ایجاد کنند. همچنین انتخاب هاست مناسب برای سایت‌تان بسیار حیاتی است. بسیاری از سایت‌های کوچک و متوسط برای صرفه‌جویی در هزینه، از سرویس‌های اشتراکی استفاده می‌کنند که در نهایت باعث کندی دائمی و نارضایتی موتورهای جست‌وجو می‌شود. ارتقا به یک هاست سریع‌تر یا اختصاصی می‌تواند ارزش سرمایه‌گذاری را داشته باشد.

گوگل ابزارهایی مانند پیج اسپید (Page Speed) یا لایت هوس (Lighthouse) را در اختیار شما گذاشته تا بتوانید عملکرد سایت خود را بررسی کرده و پیشنهادات بهبود را دریافت کنید. این ابزارها دقیقاً عواملی را بررسی می‌کنند که برای حضور در نتایج جست‌وجوی صوتی اهمیت دارند. استفاده منظم از این ابزارها باید بخشی از روتین بازاریابی دیجیتال شما باشد.

ساختاردهی به داده‌ها با کمک اسکیمای Schema Markup)

موتورهای جست‌وجو و مخصوصاً دستیارهای صوتی برای ارائه پاسخ‌های دقیق به کاربران، نیاز دارند محتوای شما را درک کنند، اما برخلاف تصور رایج فهمیدن اطلاعات موجود در یک صفحه برای ربات‌ها کار آسانی نیست. اینجاست که داده‌های ساختاریافته یا همان اسکیمای ورد میدان می‌شوند. اسکیمای به زبان ساده برچسب‌هایی هستند که به گوگل کمک می‌کنند بفهمد کدام بخش محتوای شما یک محصول، کدام بخش نقد مشتری، کدام یکی سوال و کدام یک پاسخ است.

در جست‌وجوی صوتی اسکیمایها می‌توانند کاری کنند که محتوای شما نه تنها دیده شود، بلکه مستقیماً به عنوان پاسخ به کاربر اعلام شود. اگر برای یک سوال رایج در حوزه فعالیت‌تان جوابی مشخص به همراه اسکیمای تعریف کرده باشید، احتمال اینکه دستیار صوتی پاسخ شما را بخواند، به شدت افزایش پیدا می‌کند.

یکی از متداول‌ترین کاربردهای اسکیمای در جست‌وجوی صوتی، نشانه‌گذاری بخش همان سوالات پرتکرار است. با استفاده از این تکنیک می‌توانید مشخص کنید که هر سوال جواب دقیقاً برجسته و گوگل از همین طریق آن را به صورت پاسخ برجسته به کاربران نمایش می‌دهد. اسکیمای همچنین در زمینه های دیگر مانند تعریف مقاله، معرفی کسب و کار، نشانی، ساعات کاری، اطلاعات تماس و حتی قیمت محصولات کاربرد دارد. هرچه اطلاعات بیشتری به گوگل بدهید، احتمال نمایش شما در جست‌وجوهای صوتی و برجسته بالاتر می‌رود.

ابزارهای رایگان متعددی از سوی گوگل یا پلتگین‌های مخصوص کار نشانه گذاری اسکیمای را بسیار ساده کرده‌اند. بنابراین حتی اگر تخصص فنی نداشته باشید، باز هم می‌توانید از این مزیت مهم بهره‌مند شوید. در نهایت، فراموش نکنید که اسکیمای نه تنها یک ابزار فنی، بلکه یک استراتژی محتوایی است. یعنی باید هنگام تولید محتوا، به این فکر کنید که چگونه آن را به گونه‌ای ساختاربندی

چه زمانی باید در ارزش های برند بازنگری کرد؟

همچنان با همان زبان و ارزش های دیروز صحبت کند، خیلی زود ناشنیده باقی می ماند.

برای مثال، تا چند سال پیش بیشتر برندها فقط بر کیفیت محصول یا خدمات تأکید می کردند. اما امروز، بسیاری از مشتریان به پایداری محیط زیست، تنوع فرهنگی، مسئولیت اجتماعی و اخلاق در کسب و کار هم توجه دارند. برندی که هنوز روی ارزش های چون «سودآوری در هر شرایطی» یا «ارزان ترین بودن» تمرکز دارد، ممکن است دیگر در نگاه مشتریان امروزی جذاب نباشد. برند نایک با درک همین تغییرات، در سال های اخیر تمرکز بیشتری بر ارزش هایی مانند عدالت اجتماعی، پذیرش تفاوت ها و حمایت از اقلیت ها داشته است. این تغییر ارزش ها صرفا برای زیبایی بصری نبوده، بلکه تلاشی برای همگام سازی برند با ذهن و دل مخاطب امروز است. اگر برند شما هنوز با عینک قدیمی به بازار نگاه می کند، شاید وقت آن رسیده باشد ارزش هایش را به روزرسانی کند.

نشانه دوم: ناهماهنگی بین گفتار و رفتار برند

یکی از خطرناک ترین شکاف هایی که برند می تواند تجربه کند، فاصله ای است که بین آنچه می گوید و آنچه انجام می دهد ایجاد می شود. اگر برند ادعای نوآوری دارد اما هیچ محصول جدیدی ارائه نمی دهد یا می صداقت یکی از ارزش های ادعایی اش است ولی در اطلاع رسانی شفاف با مشتریان ضعیف عمل می کند، این ناهماهنگی خیلی زود بی اعتمادی می سازد.

برندهایی که فقط در کلمات زیبا هستند، اما در عمل ضعیف، در واقع به جای ساختن اعتماد، آن را ویران می کنند. مخاطب امروز باهوش است؛ اگر ارزش ها فقط شعار باشند، خیلی زود متوجه می شود و فاصله می گیرد. بازنگری در ارزش های برند به این معنا نیست که هرچه هست را دور بریزید. بلکه یعنی دوباره نگاه کنید که آیا می توانید پشت ادعاهای تان بایستید؟ آیا برند شما امروز واقعا همان چیزی هست که ادعا می کند؟ اگر نه، یا باید رفتارتان را تغییر دهید، یا ارزش های تان را.

نشانه سوم: تغییر مسیر استراتژیک برند

گاهی برندها به دلایل مختلف مسیر استراتژیک خود را تغییر می دهند؛ مثلاً از فروش مستقیم به مدل اشتراکی می روند یا از تمرکز بر بازار داخلی به بازارهای

کنید که هم برای انسان‌ها جذاب باشد و هم برای ربات‌ها قابل درک.

تولید محتوای گفتاری و مکالمه‌محور

برخلاف جست‌وجوی متنی که کاربر عبارات را با ساختاری فشرده و گاهی تلگرافی وارد می‌کند، در جست‌وجوی صوتی کاربران به صورت طبیعی صحبت می‌کنند: «کدوم کافه توی تهران دنج و آرومه؟». همین تفاوت کوچک تغییری بزرگ در نحوه تولید محتوا ایجاد می‌کند. اگر بخواهید در نتایج صوتی دیده شوید، باید محتوای سایت‌تان را به گونه‌ای بنویسید که لحن گفتاری، مکالمه محور و پاسخ‌دهنده به سوالات واقعی کاربران باشد. ایجاد محتوای بخش سوالات پرتکرار یکی از بهترین روش‌ها برای این کار است. وقتی سوالاتی را مطرح می‌کنید که کاربران به صورت صوتی می‌پرسند و سپس با زبان ساده و انسانی به آنها پاسخ می‌دهید، احتمال اینکه گوگل پاسخ شما را به عنوان جواب انتخاب کند بسیار زیاد می‌شود. این یعنی افزایش ترافیک، دیده شدن و البته اعتماد مخاطبان. در همین راستا، استفاده از جملات کوتاه و قابل درک اهمیت زیادی دارد. جملات پیچیده، طولانی و رسمی در گفت‌وگوهای صوتی جایی ندارند. محتوای شما باید طوری باشد که وقتی دستیار صوتی آن را می‌خواند، حسن نکند دارد متن یک مقاله آکادمیک را قرائت می‌کند، بلکه شبیه حرف زدن انسان با انسان باشد.

همچنین بهتر است هنگام طراحی محتوای گفتاری سناریوهای مختلف تعامل کاربر را در نظر بگیرید. مثلاً کسی که می‌پرسد «چی بخورم برای انرژی گرفتن صبح؟» با کسی که می‌گوید «صبحانه مقوی توی یوسف‌آباد» دو نیاز متفاوت دارد. پاسخ‌های شما باید با توجه به این تفاوت‌ها دقیق و هدفمند باشند.

در نهایت، این نوع محتوا علاوه بر افزایش رتبه در جست‌وجوی صوتی، باعث ایجاد احساس نزدیکی و اعتماد سنتی سئو که حول محور کلمات کلیدی کوتاه و پرفرقات شکل گرفته بود، دیگر پاسخگو نیست. حالا باید سراغ کلمات کلیدی طولانی‌تر، طبیعی و سؤالی‌تر بروید؛ اصطلاحی که به آن کلیدواژه‌های طولانی گفته می‌شود.

مثلاً به جای تمرکز بر کلمه کلیدی «کفش ورزشی»، باید سراغ عباراتی مثل «بهترین کفش برای دویدن در تابستان چیه؟» بروید. این کلمات هرچند حجم جست‌وجوی کمتری دارند، اما رقابت هم در آنها کمتر است و از همه مهمتر با زبان طبیعی کاربران هماهنگ هستند. بنابراین شانس شما برای حضور در پاسخ جست‌وجوی صوتی بیشتر می‌شود.

برای یافتن این عبارات می‌توانید از ابزارهایی مثل بخش پیشنهادات گوگل در زمان جست‌وجو استفاده کنید. حتی بررسی سوال‌هایی که مشتریان شما به صورت واقعی در شبکه‌های اجتماعی یا پیام‌ها می‌پرسند، می‌تواند منبعی فوق‌العاده برای استخراج این کلمات کلیدی باشد. یک نکته مهم در این زمینه استفاده از این کلمات کلیدی در تیترا و پاراگراف های ابتدایی محتواست. چون گوگل

در تیترا و پاراگراف های ابتدایی محتواست.

چون گوگل

چون گوگل

جهانی مهاجرت می کنند. در چنین مواقعی، ارزش های برند هم باید با مسیر تازه همخوانی پیدا کنند.

فرض کنید برند شما تا امروز با شعار «در کنار جامعه محلی» فعالیت کرده، اما حالا تصمیم گرفته اید وارد بازار بین المللی شوید. در این صورت، باید دید آیا این ارزش همچنان معنا دارد؟ یا لازم است ارزش هایی مثل انعطاف فرهنگی یا چابکی در پاسخ به نیازهای متنوع جایگزین یا تکمیل کننده آن باشند؟

برندهایی که استراتژی شان را تغییر می دهند، اما ارزش های‌شان را نه، مثل قایقی هستند که پارو را عوض کرده اما جهت حرکتش همچنان با دای نمی خوانند. چنین قایق هایی دیر یا زود از مسیر منحرف خواهند شد. بازنگری در ارزش ها به برند کمک می کند تا هماهنگ با استراتژی جدید، پیامی منسجم، باورپذیر و انگیزشی به مخاطبان خود ارائه دهد.

نشانه چهارم: فقدان تمایز واقعی در ذهن مخاطب
یکی از اهداف اصلی برند، ایجاد تمایز است. اگر برند شما نتواند در ذهن مخاطب جایگاه متمایزی برای خود بسازد، دیر یا زود در میان انبوه رقبا گم می شود اما گاهی مشکل از طراحی یا تبلیغات نیست، بلکه از ریشه می آید: ارزش های برند دیگر منحصربه فرد یا قانع کننده نیستند. خیلی از برندها به ارزش هایی مثل کیفیت بالا، مشتری مداری یا تعهد اشاره می کنند، اما این واژه ها دیگر آن تمایز قدیمی را ندارند، چون تقریباً همه برندها از آنها استفاده می کنند. نتیجه؟ برند شما در بهترین حالت، یکی از ده ها برند مشابه است.

بازنگری در ارزش ها یعنی شجاعت یافتن جوهری منحصربه فرد. یعنی کشف آن ویژگی ای که فقط برند شما دارد و می تواند آن را با افتخار به دنیا معرفی کند. مثل برند بن اندرجی که «عدالت اجتماعی» و «گاهی سیاسی» را به عنوان بخشی از ارزش های برند بستنی سازی اش معرفی کرده است.

ارزش های تازه، نه تنها صدای برند را بلندتر و متفاوت تر می کنند، بلکه باعث می شوند مخاطب احساس کند با برندی اصیل و خاص در ارتباط است.

نشانه پنجم: خستگی درونی تیم برند

برند فقط برای مخاطب بیرونی نیست؛ کارکنان، مدیران و همکاران شما هم بخش مهمی از برند هستند. اگر اعضای تیم دیگر شور و شوقی برای کار کردن با برند

دقیقاً همان بخش‌هایی را به عنوان پاسخ انتخاب می‌کند که به وضوح سوال را مطرح و به اختصار به آن پاسخ داده باشند. پس سعی کنید همان سؤال را به عنوان تیترا بگذارید و بلافاصله زیر آن جواب دهید.

در کنار اینها، استفاده از این نوع کلمات کلیدی به شما کمک می‌کند محتوایی تخصصی‌تر و هدفمندتر تولید کنید. به جای نوشتن مقاله‌ای کلی درباره «کفش»، می‌توانید ۱۰ مقاله تخصصی درباره انواع شرایط استفاده، ویژگی‌ها و مزایای مختلف بنویسید و برای هر کدام در جست‌وجوی صوتی بدرخشید.

ایجاد نسخه صوتی برای محتوای سایت

در دنیایی که کاربران بیشتر از هر زمان دیگری به صوت وابسته شده‌اند، ارائه نسخه صوتی از محتوای متنی نه تنها یک حرکت خلاقانه بلکه یک مزیت رقابتی جدی محسوب می‌شود. افزودن نسخه‌های صوتی به مقالات وبلاگ، راهنماها، معرفی محصولات یا حتی صفحات اصلی می‌تواند برند شما را برای جست‌وجوی صوتی آماده‌تر کند.

این نسخه‌های صوتی می‌توانند با صدای طبیعی ضبط شوند یا از فناوری‌های تبدیل متن به گفتار بهره ببرند. گوگل و سایر موتورهای جست‌وجو در حال توسعه قابلیت‌هایی هستند که به فایل‌های صوتی نیز به عنوان منابع معتبر نگاه کنند. یعنی نه فقط متن، بلکه صدای سایت شما هم در موتورهای جست‌وجو شنیده می‌شود. یکی از مزایای ارائه نسخه صوتی، افزایش مدت زمان حضور کاربر در سایت است. بسیاری از افراد ممکن است وقت یا حوصله خواندن متن را نداشته باشند، اما در حین رانندگی، ورزش یا آشپزی به نسخه صوتی گوش می‌دهند. این یعنی تجربه کاربری بهتر، کاهش نرخ پرش و بهبود سئوی کلی سایت.

علاوه بر آن، با استفاده از فایل‌های صوتی می‌توانید برند خود را صمیمی‌تر، انسانی‌تر و ماندگارتر جلوه دهید. کاربران وقتی صدای واقعی انسان‌ها را می‌شنوند، حس ارتباطی عمیق‌تری با برند برقرار می‌کنند، مخصوصاً اگر آن صدا به صورت حرفه‌ای و با شخصیت برند همخوان باشد.

سخن پایانی

جست‌وجوی صوتی دیگر یک ترند موقت نیست؛ بخشی بنیادین از آینده بازاریابی دیجیتال است. هرچه استفاده از دستیارهای صوتی هوشمند بیشتر شود، برندها باید خود را برای تعامل گفتاری با مشتریان آماده کنند. در این میدان سرعت، وضوح، ساختار و انسان محور بودن محتوا حرف اول را می‌زند. آن دسته از برندهایی که با تکنیک‌هایی مانند استفاده از کلمات کلیدی سوانی، بهینه‌سازی محلی، داده‌های ساختاریافته، محتوای گفتاری و نسخه‌های صوتی، خود را با این تغییر هماهنگ کنند، آینده‌ای روشن‌تر در انتظارشان خواهد بود.

جست‌وجوی صوتی فرصتی است برای شنیده شدن؛ برندهایی که گوش می‌دهند و با زبان مردم صحبت می‌کنند، در دل‌ها جای می‌گیرند و در نتایج گوگل دیده می‌شوند. پس وقت آن رسیده که برند شما هم صدای خود را پیدا کند و در فضای دیجیتال طنین‌انداز شود. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شوید.

منابع:

https://neilpatel.com/blog/seo-for-voice-

search-

https://www.semrush.com/blog/voice-

search-optimization

https://www.semrush.com/blog/voice-

search-optimization

https://www.semrush.com/blog/voice-

search-optimization

نداشته باشند، اگر احساس کنند ارزش ها فقط روی کاغذند، این یعنی وقت تغییر رسیده است.

فرهنگ سازمانی مستقیم با ارزش های برند در ارتباط است. وقتی ارزش ها واقعی و جاری باشند، الهام بخش تیم خواهند بود اما اگر این ارزش ها قدیمی، کلیشه ای یا بی ربط باشند، انرژی درون تیم هم تحلیل می رود.

بازنگری در ارزش ها می تواند مثل تجدید نفس باشد. فرصتی برای بازتعریف ماموریت، بازسازی اشتیاق و ایجاد هم راستایی جدید بین اهداف برند و انگیزه های افراد. این فرایند نه تنها برند را از بیرون جذاب تر می کند، بلکه از درون هم پویاتر و زنده تر خواهد شد. انگیزه از دل ارزش می آید؛ اگر این دل دیگر نمی تپد، شاید زمان آن رسیده که به تیش دوباره اش فکر کنید.

سخن پایانی

ارزش های برند، چیزی فراتر از چند جمله زیبا در وب سایت یا بروشور تبلیغاتی اند. آنها ستون فقرات هویت برند هستند. همان چیزی که به تصمیم ها معنا می دهد، به محتوا جان می بخشد و به ارتباط با مخاطب عمق می بخشد. اگر احساس می کنید ارزش هایی که سال ها پیش برای برندگان انتخاب کرده اید، دیگر با واقعیت امروز هماهنگ نیستند، از بازنگری نترسید. این بازنگری به معنای پشت کردن به گذشته نیست، بلکه نشانه بلوغ برند شماست. دنیای امروز، دنیای حرکت، تغییر و بازتعریف است. برندی که انعطاف ندارد، صدایش را از دست می دهد، اما برندی که با جسارت و آگاهی، ارزش هایش را متناسب با زمان بازنگری می کند، نه تنها شنیده می شود، بلکه الهام بخش هم خواهد بود. پس یک لحظه مکث کنید. به ارزش هایی که پشت برندگان ایستاده اند فکر کنید. آیا هنوز هم با شما هم قدمند؟ اگر نه، زمان آن رسیده که ارزش های تازه ای را برای مسیر فردا کشف کنید.

منابع:
https://www.inc.com/heidi-zak/companies-should-revise-their-core-values-heres-why-how-۳-۲-values-every.html

https://www.business.com/articles/when-to-rebrand-and-how-to-begin-the-process