

بازگشت ضرب الاجل چک‌های برگشتی

از نخستین ساعات پامداد امروز، شنبه ۹ خردادماه ۱۴۰۵، دوره سه‌ماهه تعلیق محدودیت‌های قانونی در پیگیری برگشتی رسماً به پایان رسید و شبکه بانکی کشور بار دیگر اجرای سخت‌گیرانه مفاد قانون جدید صدور چک را در دستور کار قرار داد. با ابطال بخشنامه حائیتی استفاده، امروز تمامی صادرکنندگان چک‌های با ابطال یا انقضای مهلک برای بانک‌ها و محرومیت‌های بانکی و اعتباری مواجه می‌شوند؛ اقدامی که به گفته کارشناسان، اعتبار مجازی برای بازگرداندن انطباق مالی به حساب و تسهیل ارتباط چک به عنوان یک ابزار پرداخت نقش‌دشمنده مبزرور می‌شود...

افزایش سقف وام مسکن ملی
به ۸۵۰ میلیون تومان

بر اساس مصوبات بیست و چهارمین جلسه شورای عالی مسکن که در شامگاه سه‌شنبه ۵ خرداد ۱۴۰۵ در ریاست محضرذا کار، معاون اول رئیس‌جمهور برگزار شد، گامی بلند برای حمایت از تقاضیان و تهیه‌کنندگان مسکن برداشته شده است. مهم‌ترین خبر این نشست، تصویب افزایش ۲۰۰ میلیون تومانی سقف تسهیلات مسکن ملی بود که بر این اساس، رقم وام از ۶۵۰ میلیون به ۸۵۰ میلیون تومان ارتقا یافت تا بخشی از هزینه‌های ساخت در شرایط اقتصادی فعلی پوشش داده شود...



تداوم حمایت
دولت از
خوش‌مصرف‌ها



در بررسی «عصر اقتصاد» از افزایش قیمت شیر خام نمایان شد

گرانی شیر، زنگ خطر سوءتغذیه را به صدا درآورد

اصول تاب‌آوری و رشد کسب و کارها در دو فاز «جنگ» و «پساجنگ»

دکتر حسین صانعی - مشاور و منتور کسب و کار

فاز اول: اصول تاب‌آوری در شرایط جنگ (بقای هوشمندان)
اصل ۱: اقتصاد سنگر (چندقلویی امنیتی)
زن‌چیره
تأمین خود را حداقل سه‌قلو کنید (تأمین‌کننده محلی، منطقه‌ای، سیاه)
همه دارایی‌های دیجیتال را روی سه بستر مجزا پشتیبان بگیرید (ابری، فلش آفلاین، کاغذ)
رمزنگاری‌شده)
اصل ۲: سقف شیشه‌ای صفر (مدیریت نقدینگی ته‌جامی)
نقطه سر به سر را به صفر نزدیک کنید؛ مدلی طراحی کنید که با ۲۰٪ ظرفیت هم زنده بمانید
همیشه معادل ۱۲ ماه هزینه‌های
جاری را به شکل پول، ارز، اشیاء یا یاداری با کالای راهبردی نگه دارید
اصل ۳: ارتباطات ناهمزمان (شبکه فرماندهی خاموش)
کاتان‌های ارتباطی خود را به جای بلندگویی، «ناهمزمانی» رمزنگاری‌شده» طراحی کنید
۷ نفره مستقل تقسیم کنید؛ هر سلول تمام اختیارات تصمیم‌گیری حیاتی را دارد
هر کارمند «دفترچه بقای رمزی» شخصی داش؛ هر کارمند باید حداقل سه راه ارتباطی
مجزا با هسته کسب‌وکار داشته باشد (رادیویی، پیام‌رسان آفلاین، رابط فیزیکی)
اصل ۴: تیم‌های کاماندو (مدل سلول‌های خودگردان)
سازمان را به سلول‌های ۳ تا

ته باشد: نقش‌های جایگزین، مکان‌های امن، کدهای اضطراری
 فاز دوم: اصول رشد در پسانساز (بازسازی جهشی)
 اصل ۵: بازآرایی مغناطیسی (شکار فرصت‌های تخریب خلاق)
 زیرساخت‌های تخریب‌شده، بزرگترین فرصت برای نسل‌سازی جدید هستند. فهرستی از
 «نیازهای اجباری جدید» مردم تهیه کنید
 قانون ۷۰-۳۰-۷۰: ۷۰٪ منابع برای بازسازی هسته، ۳۰٪ برای ورود به صنایع کاملاً جدیدی که
 جنگ ایجاد کرده (مثل لجستیک نور، سلامت سیار، امنیت غیرعامل)
 اصل ۶: برند زخم‌خورده (دیپلماسی آسیب‌پذیری قدرتمند)
 در تبلیغات پسانساز، هرگز آسیب را پنهان نکنید. داستان «تاب‌آوری علنی» قدرتمندترین
 برندسازی است
 می‌شعار من: «ما با شما سوختیم، پس با شما بازسازی می‌کنیم.» این اعتماد ماندگار ایجاد
 می‌کند
 اصل ۷: معماری ضدشکننده (رشد از طریق شوک)
 سیستمی طراحی کنید که با هر انفجار یا قطعی، قوی‌تر شود. مثل عضله‌ای که با پارگی،
 درشت‌تر ترمیم می‌شود
 پس از هر بحران، جلس
 ه «تشریح طلایی» برگزار کنید: سه کاری که در شوک بدی بهتر انجام می‌دهیم
 اصل ۸: مهاجرت معکوس سرمایه (بازگشت سوداگران)
 در ماه‌های اول پسانساز، دارایی‌های ارزان به صفر رسیده (املاک، ماشین‌آلات، استعدادهای
 بی‌کار) را جمع‌آوری کنید
 با ساختار «موج‌ها بازسازی مشارکتی»، سرمایه‌های فراری را با وعده سود تضمین‌شده از
 کمک‌های بین‌المللی برگردانید
 خروجی اختصاصی من: مدل M.A.R.S. (بقا، سازگاری، بازسازی، جهش)
 این مدل را روی یک صفحه A۳ طراحی کنید. محور عمودی «شدت شوک» و محور افقی
 «زمان». هر ربع را با یک رنگ:

مریخ اول (جنگ شدید) اقتصاد چریکی (حذف همه هزینه‌های غیرکشنده)
مریخ دوم (جنگ کمرنگ) سازگاری همزیست (شراکت با رقبای برای اشتراک سنگ)
مریخ سوم (اتشربس) بازاریابی چابک (استفاده از نیروهای داوطلب و کمک‌های فنی)
مریخ چهارم (صلح نسبی) جهش همافزایی (خریدن رقبای ورشکسته با نرخ فاجعه)
در پایان :
کسب‌وکاری که در جنگ می‌میرد، پیش از جنگ مرده بود. جنگ فقط نقاب از روی
ضعف‌های ساختاری برمی‌دارد. زنده می‌ماند و می‌روید کسی که ماموریتش از دارایی‌هایش
بزرگ‌تر باشد.

فراخوان مناقصه عمومی شماره ۱۴۰۵/۱۷

۶- سازمان ملل متحدنامه به همراه باکت الفبه دبیر خانه کمیسیون معاملات استان تحويل گرد.

۷- مراحل برگزاری امتحان: در طریق درگاه سامانه نبارک ادا الكترونيكي دولت (صورت به) www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است متقاضی گردان در صورت عدم عضویت قبلی، نام ثبت در سایت مذکور و در یافت گردان افضای الكترونيكي را جهت ثبت نام در منصفه محقق سازند. تاریخ انتشار نامنصفه در سامانه روز شنبه ۱۴۰۵/۲/۱۹ می باشد.

۸- سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد منصفه مندرج می باشد.

۹- در باب اعلام تمایس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۰۲۱-۱۴۶۶۰۰۰۰

تاریخ چاپ اول: روز شنبه ۱۴۰۵/۲/۱۹

تاریخ چاپ دوم: روز یکشنبه ۱۴۰۵/۲/۲۰

کمیسیون معاملات

آگهی مناقصه عمومی

شرکت کتامداد خود و ایران، در نظر دارد از طریق برگزاری مناقصه عمومی دومرحله‌ای، نسبت به انتخاب پیمانکار تأمین البسه امدادگران به شرح مشخصات اعلام شده در اسناد مناقصه، اقدام نماید. لذا از متقاضیان دعوت می‌شود جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۵/۰۳/۱۶ تا ۱۴۰۵/۰۳/۱۶ (به استثنای روزهای پنج‌شنبه و تعطیلات رسمی) به آدرس: تهران، شهرک استقلال، بزرگراه شهید لشکری، خیابان نخ‌زرین، پلاک ۲۲، واحد حراست مراجعه و رسید مربوطه را دریافت نمایند.

موضوع مناقصه	زمان چاپ آگهی و دریافت اسناد و شرایط شرکت در مناقصه	مهلت ارائه اسناد و پیشنهاد قیمت تا ساعت ۱۰:۰۰ صبح	تاریخ بازگشایی	زمان اعلام نتایج
انتخاب پیمانکار تأمین البسه امدادگران	شنبه ۹ خرداد لغایت شنبه ۱۶ خرداد	چهارشنبه ۲۰ خرداد	چهارشنبه ۲۰ خرداد	سه شنبه ۲۶ خرداد

- تمامی هزینه های چاپ آگهی بر عهده برنده مناقصه می باشد.

- توانایی ارائه تضمین شرکت در فرایند مناقصه بصورت ضمانتنامه بانکی و یافیش واریز نقدی سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ ۶,۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال.

- جهت کسب اطلاعات فنی بیشتر با شماره تلفن: ۰۲۱-۴۵۵۴۲۹۲۴ (آقای آزادملکی) تماس حاصل فرمایید.

- کلیه اطلاعات و جزییات در اسناد مناقصه مندرج می باشد.

—جهت اخذ اسناد مناقصه ارائه معرفی نامه معتبر از جانب شرکت مناقصه گر الزامی می باشد.

-مناقصه گزار در قبول یار دهر یک از پیشنهادات مختار می باشد.

سازمان آگهی های روزنامه عصر اقتصاد

16-96245-91239.6.54

مریم غدیپور

شیر و فرآورده‌های لبنی از مهم‌ترین اجزای سبد غذایی خانوار به شمار می‌روند و نقش اساسی در تأمین سلامت و نیازهای تغذیه‌ای افراد جامعه دارند. این محصولات به دلیل دارا بودن کلسیم، پروتئین و سایر مواد مغذی، به‌ویژه برای رشد کودکان، استحکام استخوان‌ها و حفظ سلامت عمومی ضروری هستند. با این حال، در سال‌های اخیر افزایش قیمت لبنیات به یکی از دغدغه‌های مهم خانوارها تبدیل شده و بر الگوی مصرف آن‌ها تأثیر قابل توجهی گذاشته است.

اکنون ۱۰ روز از افزایش ۲۰ درصدی قیمت شیر خام در پسا جنگ گذشته است و مشاهدات عصر اقتصاد نشان می‌دهد که قیمت برخی محصولات لبنی حتی تا بیش از ۷۰ درصد نیز افزایش یافته است. این مسئله نشان می‌دهد که افزایش بهای شیر خام، به عنوان ماده اولیه اصلی، تأثیر مستقیمی بر قیمت نهایی محصولات لبنی داشته و موجب شده است فشار اقتصادی بیشتری بر خانوارها وارد شود. در چنین شرایطی، بسیاری از خانواده‌ها، به‌ویژه اقشار کم‌درآمد، توان خرید سابق خود را از دست می‌دهند و ناچار به کاهش مصرف شیر و لبنیات می‌شوند.

کاهش مصرف سرانه شیر و فرآورده‌های لبنی، علاوه بر آنکه یک مسئله اقتصادی به شمار می‌رود، می‌تواند پیامدهای منفی گسترده‌ای در حوزه سلامت و تغذیه جامعه نیز به همراه داشته باشد. از این رو عصر اقتصاد، به بررسی تأثیر گرانی شیر بر کاهش مصرف سرانه، از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و بهداشتی، پرداخته است.

فاصله چشمگیر ایران با استانداردهای جهانی

علی احسان فاضری، مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های لبنی، در گفت‌وگوی با عصر اقتصاد با هشدار نسبت به شتاب گرفتن موج گرانی در بازار لبنیات گفت: «گران شدن لبنیات حتماً سرانه مصرف مردم را پایین می‌آورد.»

او تأکید کرد: کاهش مصرف لبنیات موضوع امروز و دیروز نیست و این روند از مدت‌ها قبل آغاز شده، اما حالا با جهش‌های پیاپی قیمت، وارد مرحله نگران‌کننده‌تری شده است. فاضری با اشاره به فاصله چشمگیر ایران با استانداردهای جهانی افزود: «سرانه مصرف لبنیات در ایران حدود یک‌چهارم میانگین جهانی است.»

به گفته او، ادامه این مسیر یعنی کوچک‌تر شدن سفره مردم و بزرگ‌تر شدن تبعات سلامت عمومی؛ از سوءتغذیه پنهان تا آسیب‌های جدی‌تر برای کودکان، نوجوانان و سالمندان.

مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های لبنی، انگشت اتهام گرانی را مستقیم به سمت دولت گرفت و گفت عامل اصلی این افزایش‌ها، سیاست‌های دولتی در قیمت‌گذاری مواد اولیه است.

در بررسی «عصر اقتصاد» از افزایش قیمت شیرخام نمایان شد

گرانی شیر، زنگ خطر سوءتغذیه را به صدا درآورد



سلامت مردم قربانی گرانی شیر

دکتر محمد هاشمی، متخصص تغذیه، در گفت‌وگو با عصر اقتصاد با انتقاد از موج فزاینده گرانی شیر و فرآورده‌های لبنی خاطرنشان کرد: طبیعی است که این وضعیت تبعاتی گسترده و نگران‌کننده برای جامعه داشته باشد.

وی بیان کرد: وقتی قیمت شیر، پنیر، ماست و سایر لبنیات از توان خرید بخش بزرگی از مردم خارج می‌شود، دیگر نمی‌توان آن را صرفاً یک نوسان قیمتی در بازار مواد غذایی تلقی کرد؛ این موضوع مستقیماً با سلامت عمومی، فقر تغذیه‌ای و آینده نسل بعدی گره خورده است.

هاشمی یادآور شد: طی سال‌های گذشته مردم به‌تدریج ناچار شده‌اند بخشی از اقلام ضروری غذایی خود را حذف کنند و به سمت مواد جایگزین ارزان‌تر اما کم‌ارزش‌تر حرکت کنند.

او تصریح کرد: این روند به‌وضوح نشان می‌دهد که سفره خانوار هر روز کوچک‌تر شده و کیفیت تغذیه در حال سقوط است. این تخصص تغذیه هشدار داد ادامه چنین شرایطی آثار مستقیمی بر فقر، سلامت و وضعیت بهداشتی جامعه خواهد گذاشت و در بلندمدت پیامدهای اجتماعی و درمانی خود را آشکار می‌کند.

وی همچنین تأکید کرد: گرانی لبنیات در عمل نسل آینده را با بحران مواجه می‌کند؛ نسلی که باید از امروز مواد مغذی کافی دریافت کند اما زیر فشار اقتصادی، از ابتدایی‌ترین

بحران در کمین لبنیات

او توضیح داد: «دولت شیر خام را در همین چند روزه از کیلویی ۴۴ هزار تومان به ۶۱ هزار تومان رسانده است.» فاضری همچنین از جهش دیگر در هزینه تولید خبر داد و افزود: «وقتی دولت نرخ چربی حاصل شیر را از ۴۵۰ هزار تومان به ۶۵۰ هزار تومان افزایش می‌دهد، دیگر چه انتظاری از بازار دارید؟»

او با لحنی صریح ادامه داد: وقتی مواد اولیه با چنین سرعتی گران می‌شود، ثابت ماندن قیمت لبنیات عملاً غیرممکن است؛ چون تولیدکننده نمی‌تواند با هزینه‌های جدید، محصول را با نرخ‌های قبلی عرضه کند.

فاضری هشدار داد: این فشار در نهایت به مصرف‌کننده منتقل می‌شود؛ مصرف‌کننده‌ای که درآمدهش هم‌پای افزایش هزینه‌ها بالا نرفته و در عمل، ناچار به حذف یا کاهش خرید لبنیات می‌شود.

به گفته فاضری، «با این اقدام دولت و با این وضعیت درآمد مردم، قیمت لبنیات به زودی به نقطه‌ای می‌رسد که خرید آن دیگر برای مردم توجیهی نخواهد داشت.»

او تأکید کرد: اگر روند فعلی اصلاح نشود، نتیجه روشن است: سرانه مصرف بیش از پیش کاهش می‌یابد، فشار معیشتی تشدید می‌شود و سلامت تغذیه‌ای جامعه با یک بحران آرام مواجه خواهد شد.

روابط عمومی منطقه ویژه اقتصادی سهلان بر سکوی برتر ایستاد

در مراسمی با حضور سرپرست و مدیران ارشد منطقه ویژه اقتصادی سهلان، از عملکرد درخشان واحد روابط عمومی این منطقه تجلیل شد. این واحد بر اساس ارزیابی‌های ستاد مرکزی، موفق به کسب عنوان «روابط عمومی برتر سال ۱۴۰۴» شده است.

طی مراسمی با حضور سید روح اله قریشی سرپرست سهلان، معاونان و جمعی از مدیران، از موفقیت‌های اخیر حوزه روابط عمومی و ارتباطات این منطقه تجلیل به عمل آمد. این مراسم که در گرمیاداشت دهه ارتباطات برگزار شد، به تبیین جایگاه روابط عمومی در پیشبرد اهداف اقتصادی منطقه اختصاص داشت. در پی ارزیابی عملکرد سالانه شرکت انبارهای عمومی و خدمات گمرکی ایران، روابط عمومی منطقه ویژه اقتصادی سهلان با کسب بالاترین امتیاز در شاخص‌های پایش کمی و کیفی، به عنوان «روابط عمومی برتر سال ۱۴۰۴» معرفی و طی مراسمی با حضور مدیران ارشد منطقه از این واحد تجلیل شد.

نگاهی تخصصی، ظرفیت‌های لجستیکی و اقتصادی این منطقه را به درستی تبیین کرده و پل ارتباطی مستحکمی میان سازمان و فعالان اقتصادی ایجاد کند.» وی با تمجید از عملکرد مدیریت این واحد افزود: «تلاش‌های شبانه‌روزی و نگاه نوآورانه در حوزه رسانه، باعث ارتقای برند سازمانی منطقه سهلان شده و این موفقیت، مسئولیت ما را در خدمت‌رسانی صادقانه و اطلاع‌رسانی دقیق دوچندان می‌کند.»در ادامه این مراسم، از مدیریت بهنام حسینی‌پور و تلاش‌های عرفان توحیدیان که نقش کلیدی در تحقق اهداف ارتباطی و کسب این رتبه ملی ایفا کرده اند، با اهدای لوح و هدایایی تقدیر به عمل آمد.

بهنام حسینی‌پور نیز در پایان این مراسم، ضمن قدردانی از اعتماد مدیریت و حمایت‌های ستاد مرکزی، کسب این رتبه را حاصل همکاری و هم‌افزایی تمام بخش‌های سازمان دانست و بر عزم این واحد برای ارتقای استانداردهای ارتباطی تأکید کرد.

پیگیری شیردار برای باز کردن کره ۲۰ساله جواب‌ده

اهتمام شهر داری صباشهر در گسترش و بهسازی راه‌های مواصلاتی

شهردار صباشهر در ادامه به فعالیت‌های این مجموعه در خصوص رفع معضلات ز بسست محیطی رودخانه شادچای گفت: یکی از موضوعات مهم و قابل پیگیری مجموعه شهرداری و اعضای محترم شورای شهر، تلاش همگانی برای رفع معضلات ناشی از آسیب‌های ز بست محیطی رودخانه شادچای است که با جدیت پیگیری می‌شود.

بطوریکه توانسته‌ایم در این مدت بالغ بر ۱۵۰۰ متر طول این رودخانه در حوزه صباشهر را با استفاده از اعتبارات داخلی و استانی بستر سازی نموده و دیواره ساحلی آن را به‌اجرا در آوریم. این مسئول در پایان از همکاری و همدلی اعضای شورای شهر با مدیریت شهری که باعث رونق فعالیت‌های عمرانی شده است و همچنین یاری و مساعدت دیگر دستگاه‌های سطح شهر و شهرستان با مجموعه شهرداری در خدمات رسانی بهتر به شهروندان صباشهر تشکر نمود.



هیاهوی تبلیغاتی، بازه زمانی مشخصی را هم برای انجام امور عمرانی شهر تعریف کرده است و با قدرت هم پیش می‌برد. بطوریکه همین امر باعث شد تا در طول مدیریت «حسین واژیر» در صباشهر، رشد و بالندگی فعالیت‌های عمرانی را شاهد باشیم. **اهتمام مدیریت شهری صباشهر در ارتقای سطح کمی و کیفی راه‌های مواصلاتی**

یکی از حوزه‌هایی که «حسین واژیر» با جدیت و تلاش فراوان در دستور کار مجموعه قرار داد، مربوط به بهسازی و گسترش راه‌های مواصلاتی و جاده‌ای بوده است.

بخش بیش از ۲۰۰ هزار متر مربع آسفالت در سطح صباشهر، زیرسازی و جدول‌گذاری معابر اصلی و فرعی، تأمین روشنایی معابر و بلوارهای سطح شهر، اصلاح هندسی در نقاطی از شهر که معضلات ترافیکی را به‌همراه داشت، بازگشایی انتهای خیابان «یادگار امام» که با توجه به حواشی‌های متعدد همواره یکی از چالش‌های پیش‌روی مدیران این شهر بوده است، و اما از همه مهم‌تر آنکه صرف انرژی فراوان جهت اخذ مجوزهای فنی و ترافیکی لازم برای بازگشایی مسیر دسترسی از اتوبان تهران – سواده به صباشهر بعنوان گره ۲۰ساله شهروندان که به‌انجام آن بالغ بر ۸ کیلومتر مسیر برای شهروندان کوتاه‌تر شده و قریب به ۲۰ دقیقه در وقت ایشان صرفه جویی را به همراه داشته است.

پیگیری و تحقق همه موارد فوق، نشان از اهتمام مدیریت شهری صباشهر در بهسازی و گسترش راه‌های ارتباطی با هدف رفع معضلات ترافیکی در تمام سطوح شهر دارد.

بازگشایی خروجی صباشهر به اتوبان تهران – سواده در دستور کار مدیریت شهری است

در همین راستا طی گفتگویی که با این مدیر خوش فکر داشتیم، وی بر لزوم پیگیری مدیریت شهری در بازگشایی خروجی این معبر نیز تأکید داشت و خاطر نشان کرد: خدا را شکریم که با همت همگانی و اخذ مجوزهای فنی لازم از مرجع ذیصلاح، یکی از مطالبات ۲۰ساله و بحق شهروندان در ورودی به صباشهر از مسیر اتوبان تهران – سواده محقق شد که جا دارد در این خصوص از همکاری سازمان بازرسی کل کشور بویژه جناب آقای «افشین سهراب خان» ریاست سازمان بازرسی منطقه ۱ کشور که در پروسه اخذ مجوزهای فنی لازم در بازگشایی معبر مذکور از هیچ کوششی دریغ نورزیدند، تشکر نماییم.

سکandar شهر درای صباشهر تصریح کرد: لازم به ذکر است که در

