

## تورم یا رشد؛ دوگانه‌ای که باید حل شود

اقتصاد ایران امروز در نقطه ای ایستاده است که هر تصمیم، پیامدی فراتر از انتظار به همراه دارد. در چنین شرایطی، پرسش اصلی دیگر این نیست که کدام سیاست بهتر است، بلکه این است که چگونه می توان میان اهداف متعارض تعادل ایجاد کرد. دوگانه تورم و رشد، مهم ترین نمود این چالش است. سال هاست که مهار تورم به عنوان اولویت اصلی سیاست گذاری مطرح می شود، اما واقعیت این است که تورم در اقتصاد ایران تنها یک متغیر پولی نیست، ریشه های آن در ساختار بودجه، نظام بانکی، فضای کسب و کار و حتی سیاست خارجی قرار دارد. به همین دلیل، سیاست های کوتاه مدت و مقطعی، هر چند ممکن است نوسانات را کنترل کند، اما قادر به حل مساله نیست. از سوی دیگر، رشد اقتصادی نیز به سادگی با تزریق منابع یا افزایش تسهیلات محقق نمی شود. رشد، نیازمند ثبات، پیش بینی پذیری و اعتماد است؛ عناصری که در فضای پرناتامینان امروز، به سختی شکل می گیرند. در چنین شرایطی، بنگاه ها به جای توسعه، به بقا فکسر می کنند و سرمایه ها به جای تولید، به سمت بازارهای غیرمولد حرکت می کنند.

ادامه در همین صفحه

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

## بازارها در انتظار؛

## دلار متوقف شد، سکه عقب نشست

فرصت امروز: بازار طلا و ارز ایران امروز در شرایطی نسبتاً آرام اما پرابهام دنبال شد؛ جایی که قیمت طلا امروز در محدوده ای مشخص نوسان کرد و دلار نیز در کانال تثبیت شده باقی ماند. در چنین فضای، معامله گران بیش از هر چیز منتظر سیگنال جدید هستند؛ سیگنالی که بتوانند...

۳

# معیشت در انتظار مزد ۱۴۰۵

فرصت امروز: در حالی که اقتصاد ایران همچنان با تورم بالا و کاهش مستمر قدرت خرید خانوارها مواجه است، تعیین تکلیف حقوق و دستمزد سال ۱۴۰۵ به مهم ترین محور اخبار اقتصادی امروز تبدیل شده است. مجموعه ای از خبرهای منتشر شده درباره افزایش حقوق کارگران، کارمندان و بازنشستگان، تعیین سقف معافیت های مالیاتی و سیاست های حمایتی، نشان می دهد که سیاست گذار در آستانه یک تصمیم حساس و چندبعدی قرار گرفته است. گزارش ها حاکی از آن است که جلسات تعیین دستمزد سال آینده وارد مرحله جدی شده و احتمال اعلام عدد نهایی در روزهای پیش رو وجود دارد. همزمان، برخی اظهارنظرها از احتمال افزایش چند مرحله ای حقوق در طول سال خبر می دهند؛ موضوعی که نشان می دهد سیاست گذار به دنبال انعطاف بیشتر در مواجهه با تورم است. چالش اصلی در تعیین حقوق ۱۴۰۵، شکاف عمیق میان درآمد و هزینه خانوارهاست. در سال های اخیر، نرخ تورم در بسیاری از کالاها و خدمات از رشد دستمزدها پیشی گرفته و عملاً قدرت خرید واقعی کاهش یافته است. به همین دلیل، هرچند افزایش حقوق می تواند بخشی از فشار را کاهش دهد، اما این...

۲

## اقتصاد ایران در دوراهی سیاست؛

## تورم یا رشد؟

۲

## مدیریت و کسب و کار

## مفهوم اعتماد در عصر بازاریابی دیجیتال

در چشم انداز رسانه ای گذشته نفوذ یک بازی قدرت بود که از برج های بلند رسانه های جمعی به سوی بازاری منفعل، بخش می شد. برندها و سازمان ها با در اختیار داشتن بزرگ ترین بلندگوها، روایت ها را شکل می دادند و حقیقت را دیکته می کردند. اما آن دوران امپراتوری های متمرکز به پایان رسیده است. امروزه اعتماد دیگر یک دارایی نیست که بتوان آن را از طریق بودجه های عظیم تبلیغاتی خریداری کرد؛ بلکه یک ارز دیجیتال و نامتمرکز است که در یک شبکه پیچیده و دائماً در حال تغییر از روابط انسانی، مبادله می شود. در این اکوسیستم جدید، که توسط اقتصاد خالقان محتوا قدرت گرفته، مرزهای سنتی میان روابط عمومی، بازاریابی وابسته و نفوذ فردی در حال فروریختن است. رهبران آینده نگر دریافته اند که موفقیت، دیگر محصول انتخاب یک کانال مجزا نیست، بلکه نتیجه معماری دقیق یک اکوسیستم کامل...

۸

## تورم یا رشد؛ دوگانه ای که باید حل شود

دست می آید. در غیاب این ثبات، نه تورم مهور می شود و نه رشد شکل می گیرد. در نهایت، پرسش امروز اقتصاد ایران، انتخاب میان تورم و رشد نیست؛ بلکه یافتن راهی است که این دو، به جای تقابل، در کنار یکدیگر قرار گیرند.

شورای سردبیری

های سیاسی و اقتصادی، از جمله اقداماتی است که می تواند این تعادل را ممکن سازد. بدون این اصلاحات، هر تصمیمی تنها به جابجایی مشکل از بخشی به بخش دیگر منجر خواهد شد. اقتصاد ایران بیش از هر زمان دیگری به ثبات نیاز دارد؛ ثباتی که نه به تصمیم های مقطعی، بلکه با یک مسیر روشن و قابل پیش بینی به

داده است که اقتصاد، با تصمیم های دوگانه به تعادل نمی رسد. آنچه اهمیت دارد، طراحی مجموعه ای از سیاست های هماهنگ است که بتواند همزمان به کنترل تورم و تقویت تولید کمک کند. اصلاح ساختار بودجه، کاهش وابستگی به منابع ناپایدار، هدایت نقدینگی به سمت تولید، بهبود فضای کسب و کار و کاهش ناطامینانی

در این میان، سیاست گذار با انتخابی پیچیده مواجه است. افزایش هزینه ها برای حمایت از معیشت، می تواند فشار تورمی را تشدید کند و سیاست های انقباضی برای مهار تورم، می تواند رکود را عمیق تر سازد. این همان نقطه ای است که تصمیم گیری را دشوار می کند. اما شاید مساله اصلی، انتخاب میان تورم و رشد نباشد. تجربه نشان

## درخواست بخش خصوصی از دولت: اول ثبات اقتصادی، بعد حمایت مالی!

بخش خصوصی در بازار پول است. زمانی که دولت برای جبران کسری بودجه به انتشار اوراق متوسل می شود، منابع محدود مالی به سمت دارایی های کم ریسک تر حرکت می کند. در چنین شرایطی بانکها نیز ترجیح می دهند منابع خود را در مسیرهای کم ریسک تر تخصص دهند. نتیجه، کاهش دسترسی بنگاهها به منابع مالی و افزایش هزینه آن است. به بیان دیگر، تولیدکننده باید با دولت برای دسترسی به پول رقابت کند؛ رقابتی که طبیعتاً در آن بازنده است.

### ارزیابی کمیسیون سرمایه گذاری اتاق ایران

در این خصوص عباس آرگون - عضو کمیسیون سرمایه گذاری و تأمین مالی اتاق ایران - در گفت و گو با اتاق ایران، وضعیت بحرانی سرمایه در گردش بنگاهها را تشریح و تأکید کرد: تورم بالا، نرخ تأمین مالی سنگین و محدودیت های بین المللی، مسیر توسعه بخش خصوصی را دشوار کرده است. او از دولت خواست ثبات اقتصادی ایجاد، تعامل با دنیا را تسهیل کند و امکان تأمین مالی از مسیرهای متنوع را فراهم سازد.

عضو کمیسیون سرمایه گذاری و تأمین مالی اتاق ایران در ارتباط با ارزیابی وضعیت سرمایه در گردش بنگاهها گفت: تورمی که در کشور وجود دارد، یک طرف ماجراست. امروز با تورم ۵۰ تا ۶۰ درصدی مواجه هستیم. از سوی دیگر، نرخ ارز نیز جهش های جدی داشته است؛ دلار ترجیحی از ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان به حدود ۱۰۰ هزار تومان رسیده و دلار تالار اول که پیش تر در محدوده ۷۰ هزار تومان بود، اکنون به بالای ۱۳۰ هزار تومان افزایش پیدا کرده است.

او ادامه داد: در چنین شرایطی، یکی از اساسی ترین و بزرگ ترین مشکلات بنگاهها، بحث تأمین مالی است. از یک سو سرمایه گذاری

افزایش نرخ ارز، تورم مزمن و محدودیت های بین المللی، سرمایه در گردش بنگاههای اقتصادی را به نقطه بحرانی رسانده است؛ وضعیتی که به اعتقاد فعالان بخش خصوصی نه تنها سودآوری تولید را کاهش داده، بلکه در مواردی ادامه فعالیت اقتصادی را نیز فاقد توجیه کرده است. اکنون مطالبه اصلی بنگاهها از دولت، نه صرفاً حمایت مالی، بلکه بازگشت ثبات به اقتصاد است. به گزارش ایسنا، افزایش هزینه تولید در اقتصاد ایران دیگر صرفاً یک روند تدریجی نیست، بلکه به یک شوک دائمی تبدیل شده است؛ شوکی که بیش از هر چیز سرمایه در گردش بنگاهها را هدف گرفته است. موضوعی که در اظهارات عباس آرگون - عضو کمیسیون سرمایه گذاری و تأمین مالی اتاق ایران - نیز به صراحت مورد تأکید قرار گرفت؛ اینکه بنگاهها نه تنها برای توسعه بلکه حتی برای تداوم فعالیت با کمبود منابع مواجه اند. او معتقد است: ترکیب تورم بالا، جهش ارزی و نرخ های سنگین تأمین مالی، ساختار اقتصادی بنگاهها را به هم ریخته است؛ به گونه ای که تولیدکننده امروز بیشتر درگیر تأمین نقدینگی است تا افزایش بهره وری.

**تورم چگونه تولید را می بلعد؟**  
اقتصاد ایران سالهاست با تورم مزمن زندگی می کند، اما آنچه اکنون رخ داده تغییر ماهیت این تورم است. بنگاهها دیگر با تورم به عنوان یک متغیر قابل پیش بینی مواجه نیستند؛ بلکه با تورمی رو به رو هستند که به طور مستمر سرمایه در گردش را کوچکتر می کند. در ساده ترین بیان اقتصادی، سرمایه در گردش همان پولی است که بنگاه با آن مواد اولیه می خرد، تولید می کند و محصول را به فروش می رساند. اما وقتی قیمت ها در یک سال ۵۰ تا ۶۰ درصد رشد می کنند، همان میزان تولید سال قبل به منابعی بسیار بیشتر نیاز دارد. نتیجه

مشکل نقدینگی فقط ناشی از متغیرهای داخلی نیست. محدودیت دسترسی به ابزارهای مالی بین المللی باعث شده بنگاهها برای نقل و انتقال پول با بازگشت ارز صادراتی، منابع اضافی بلوکه کنند. در برخی موارد حتی سپرده گذاری برای انجام یک معامله ضروری شده است. این یعنی بخشی از سرمایه در گردش عملاً از چرخه تولید خارج می شود؛ سرمایه ای که می توانست صرف تولید شود، به وثیقه مبادله تبدیل می شود.

### رقابت دولت و بخش خصوصی برای پول

عامل دیگری که فشار نقدینگی را تشدید می کند، رقابت دولت با

## دریافت مالیات از زمین های مسکونی قطعی شد

تجاری و واحدهای مسکونی که بر اساس ارزش روزانهها که بر مبنای آخرین ارزش معاملاتی موضوع ماده ۶۴ شهرداری که ارزش روز آن ها بیش از ۷۵۰ میلیارد ریال باشد؛ مازاد بر این مبلغ مالیات به میزان دو در هزار مستند به بند ه تبصره ۱ قانون بودجه سال ۱۴۰۴ کل کشور اخذ خواهد شد.

همچنین نمایندگان مجلس شورای اسلامی با پیشنهاد الحاقی دیگر به این جزء موافقت کردند. بر اساس این پیشنهاد الحاقی؛ سقف معافیت جهت استفاده از منابع برای ترمیم حقوق و مزایا با اولویت حوزه دفاعی، انتظامی و امنیتی به نحوی که تعیین حداقل نرخ مؤثر مالیات ۱۰ درصد نسبت مالیات به مجموع سود معاف از مالیات و مالیات برای سود مشمول و معاف مازاد ۳۰۰ میلیارد ریال پس از اعمال کلیه معافیت ها (نرخ صفر مالیاتی کاهش نرخ مالیاتی و سایر مشوق های مالیاتی) برای

زمین های مسکونی با ارزشی بیش از ۵۰۰ میلیارد ریال و زمین های تجاری با ارزشی بیش از ۷۵۰ میلیارد ریال، نسبت به مازاد ارزش تعیین شده مشمول پرداخت مالیات خواهند شد.

به گزارش خبرگزاری خبرنگاران، نمایندگان مجلس شورای اسلامی در جریان جلسه علنی امروز (شنبه ۲۵ بهمن) مجلس و بررسی گزارش کمیسیون تلفیق درباره بخش منابع لایحه بودجه ۱۴۰۵ کل کشور با پیشنهادی الحاقی به ردیف ۱ لایحه بودجه در خصوص منابع مالیاتی موافقت کردند.

ایسنا نوشت: بر اساس این پیشنهاد الحاقی؛ زمین های دارای کاربری مسکونی که بر اساس ارزش روز آنها که بر مبنای آخرین ارزش معاملاتی موضوع ماده ۶۴ قانون مالیات های مستقیم ارزش آن بیش از ۵۰۰ میلیارد ریال باشد و زمین های فاقد اعیانی دارای کاربری اداری و

**آگهی مناقصه**  
**۱۴۰۴/۹۵**

شرکت مخابرات ایران، منطقه مازندران در نظر دارد مناقصه با موضوع ((طرح پیمانکاری نگهداری شبکه تلفن ثابت بخش اول شهرستان های چالوس و عباس آباد منطقه مازندران)) را برگزار نماید.

متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به نشانی [tcir.ir](http://tcir.ir) یا [mntci.ir](http://mntci.ir) مراجعه نمایند.

روابط عمومی مخابرات منطقه مازندران

## خبرنامه



**کالابرگ دهک‌های ۸، ۹ و ۱۰ شارژ شد**

اعتبار کالابرگ خانوارهای دهک‌های درآمدی هشتم، نهم و دهم از امروز شنبه ۲۵ بهمن ۱۴۰۴،در سامانه کالابرگ شارژ شد و به این ترتیب کالابرگ تمام دهک‌های درآمدی کشور برای مرحله بهمن ماه واریز شد.

به گزارش ایسنا،پیش‌تر اعتبار کالابرگ برای دهک‌های درآمدی اول تا سوم از روز چهارشنبه ۱۵ بهمن و برای خانوارهای دهک چهارم تا هفتم از روز دوشنبه ۲۰ بهمن ماه شارژ شده بود.

در حال حاضر با توجه به فعال شدن کالابرگ دهک‌های هشتم تا دهم درآمدی، شهروندان می‌تواند با مراجعه به بیش از ۲۶۰ هزار فروشگاه‌های زنجیره‌ای و خرده‌فروشی‌های طرف قرارداد با سامانه کالابرگ خرید خود را انجام دهند.

روش‌های خرید کالابرگ:

روش اول (آزاد): امکان خرید ۱۱ قلم کالای اساسی شامل گوشت مرغ، تخم‌مرغ، گوشت قرمز، حبوبات، قند و شکر، روغن، ماکارونی، برنج، شیر کم‌چرب، ماست کم‌چرب و پنیر به مقدار دلخواه و پرداخت مابه‌التفاوت قیمت توسط خریدار.

روش دوم (قیمت ثابت): خرید ۹ قلم کالای اساسی با قیمت ثابت طی ۳ ماه و پرداخت مبلغ بین ۳۰۰ تا ۳۵۰ هزار تومان برای خانوار. اقلام این روش شامل مرغ ۱.۵ کیلوگرم، روغن ۸۱۰ گرم، تخم‌مرغ یک کیلوگرم، برنج یک کیلوگرم، قند و شکر ۵۰۰ گرم، ماکارونی ۷۰۰ گرم، شیر کم‌چرب ۹۰۰ گرم، پنیر ۴۰۰ گرمی و ماست کم‌چرب ۹۰۰ گرم است.

انتخاب هر شیوه خرید برای کل اعضای خانوار اعمال می‌شود. همچنین طبق اعلام وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، درصورتی که اعتبار هرامه به طور کامل استفاده نشود این مبلغ به ماه‌های بعد منتقل شده و قابلیت استفاده را خواهد داشت، لذا هموطنان از این بابت نگرانی نداشته نباشند.

با توجه به شارژ کالابرگ دهک‌های ۸ و ۹ و ۱۰ از امروز خانوارهای دهک‌های بالای درآمدی نیز می‌توانند با دریافت سهمیه خود از فروشگاه‌های طرف قرارداد، از مزایای خرید کالاهای اساسی بهره‌مند شوند و با اعتبار ماهانه یک میلیون تومانی به ازای هر نفر کالای اساسی را بدون محدودیت خریداری کنند.

مشمولان می‌توانند متناسب با نیاز خود، کالاهای تعیین‌شده را خریداری کنند و هیچ محدودیتی در مقدار خرید هر کالا یا انتخاب نشان تجاری خاص در بین کالاهای کالابرجی وجود ندارد. همچنین در صورت خرید بیش از سقف اعتبار، مابه‌التفاوت آن توسط خریدار پرداخت می‌شود.

با توجه به آنکه پیشتر اعتبار کالابرگ برای دهک‌های ۱ تا ۳ در ۱۵ بهمن ماه و برای دهک‌های ۴ تا ۷ در ۲۰ بهمن ماه فعال شده بود،به این ترتیب با شارژ کالابرگ دهک‌های ۸ و ۹ و ۱۰ از امروز کالابرگ تمام دهک‌های درآمدی کشور برای مرحله بهمن ماه واریز شد. بر اساس آمار وزارت تعاون تاکنون ۸۵ میلیون ایرانی موفق به دریافت کالابرگ شده‌اند. طبق اعلام رئیس کل بانک مرکزی نیز از ۱۵ بهمن ماه و با شروع دور دوم پرداخت یارانه ناشی از اصلاح کالاهای اساسی تا ۲۳ بهمن ماه، نزدیک به ۱۵ میلیون خانوار ایرانی بیش از ۱۲۱ هزار میلیارد تومان کالای اساسی از طریق کالابرگ خریداری کرده‌اند.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی از هموطنان خواست همچنین مراقب پیام‌ها و لینک‌های جعلی کلاهبرداران باشند و صرفا به پیامک‌های رسمی از سرشماره V.Refah اعتماد کنند.

به گزارش ایسنا، کالابرگ الکترونیکی یکی از مهم‌ترین ابزارهای حمایتی دولت به شمار می‌رود که با هدف حفظ رفاه مصرف‌کنندگان در شرایط تورمی و جبران کاهش قدرت خرید و حمایت از معیشت خانوارها طراحی شده است.

رئیس مدیریت راهبردی انرژی تأکید کرد

### ضرورت عبور از تصدی‌گری و حرکت به‌سوی حکمرانی هوشمند انرژی

معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان بهینه‌سازی و مدیریت راهبردی انرژی بر لزوم تغییر رویکرد در حکمرانی انرژی کشور تأکید و اعلام کرد: موضوع انرژی دیگر فقط یک چالش فنی یا اقتصادی نیست، بلکه به مسأله‌ای راهبردی در حوزه امنیت ملی، پایداری اقتصادی و آینده سرمایه‌های کشور تبدیل شده است.

به گزارش ایسنا، اسماعیل سقاب اصفهانی امروز در پیامی به رویسداد تخصصی چرخه انرژی نوشت: عبور از چالش‌های فعلی حوزه انرژی فقط با افزایش تولید و عرضه محقق نخواهد شد، بلکه نیازمند مدیریت تقاضا، ارتقای بهره‌وری و اصلاح الگوهای مصرف است. بهینه‌سازی مصرف انرژی باید از یک توصیه اخلاقی یا فرهنگی فراتر رفته و به یک سازوکار اقتصادی سودآور برای مردم و بخش خصوصی تبدیل شود. وی در این پیام افزود: کاهش مصرف انرژی زمانی پایدار خواهد بود که شهروندان و فعالان اقتصادی، منافع ملموس آن را در زندگی و کسب‌وکار خود مشاهده کنند. طراحی بازارهای بهینه‌سازی انرژی و استفاده از مشوق‌های مالی می‌تواند سرمایه‌های خرد و کلان را به این حوزه جذب کرده و وابستگی به واردات انرژی را کاهش دهد. سقاب اصفهانی بر ضرورت مشارکت فعال مردم در مدیریت انرژی تأکید کرد و یادآورشد: پایداری در مدیریت انرژی بدون مشارکت شهروندان امکان‌پذیر نیست. در این نگاه، شهروندان از مصرف‌کننده صرف به کنشگر فعال انرژی تبدیل می‌شوند؛ به‌گونه‌ای که در تصمیم‌گیری، انتخاب الگوی مصرف و حتی تولید انرژی نقش مستقیم ایفا می‌کنند. وی خاطر نشان کرد: توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی، ابزارهای هوشمند، سازوکارهای شفاف و پلنفرم‌های مشارکتی از الزامات تحقق این هدف عنوان شد؛ زیرساخت‌هایی که امکان نقش‌آفرینی واقعی خانوارها، صنایع کوچک و کسب‌وکارهای محلی را در زنجیره ارزش انرژی فراهم می‌کند. سقاب در این پیام با تأکید بر تغییر نقش دولت در حوزه انرژی، این موضوع را مطرح کرد که دولت باید از تصدی‌گری مستقیم فاصله گرفته و امور اجرایی را به مردم و بخش خصوصی توانمند واگذار کند. نقش اصلی دولت در این مسیر، سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و رفع موانع برای حضور پررنگ شرکت‌های دانش‌بنیان و فعالان بخش خصوصی در حوزه بهینه‌سازی انرژی عنوان شد. به تأکید وی، آ آینده پایدار انرژی کشور در گرو همکاری دولت، بخش خصوصی و مردم است. تقویت این همکاری‌ها و تبدیل تصمیمات سیاستی به اقدامات اجرایی مؤثر، می‌تواند مسیر تحقق توسعه پایدار، حفظ منابع ملی و ارتقای بهره‌وری انرژی را هموار کند.

فرصت امروز: در حالی که اقتصاد ایران همچنان با تورم بالا و کاهش مستمر قدرت خرید خانوارها مواجه است، تعیین تکلیف حقوق و دستمزد سال ۱۴۰۵ به مهم ترین محور اخبار اقتصادی امروز تبدیل شده است. مجموعه ای از خبرهای منتشر شده درباره افزایش حقوق کارگران، کارمندان و بازنشستگان، تعیین سقف معافیت های مالیاتی و سیاست های حمایتی، نشان می دهد که سیاست گذار در آستانه یک تصمیم حساس و چندبعدی قرار گرفته است.

گزارش ها حاکی از آن است که جلسات تعیین دستمزد سال آینده وارد مرحله جدی شده و احتمال اعلام عدد نهایی در روزهای پیش رو وجود دارد. همزمان، برخی اظهارنظرها از احتمال افزایش چند مرحله ای حقوق در طول سال خبر می دهند؛ موضوعی که نشان می دهد سیاست گذار به دنبال انعطاف بیشتر در مواجهه با تورم است.

**افزایش حقوق؛ جبران یا عقب ماندگی؟**

چالش اصلی در تعیین حقوق ۱۴۰۵، شکاف عمیق میان درآمد و هزینه خانوارهاست. در سال های اخیر، نرخ تورم در بسیاری از کالاها و خدمات از رشد دستمزدها پیشی گرفته و عملا قدرت خرید واقعی کاهش یافته است. به همین دلیل، هرچند افزایش حقوق می تواند بخشی از فشار را کاهش دهد، اما این پرسش همچنان مطرح است که آیا این افزایش می تواند عقب ماندگی سال های گذشته را جبران کند یا تنها سرعت کاهش قدرت خرید را کمتر می کند.

برخی سناریوهای مطرح شده از افزایش های قابل توجه حقوق خبر می دهند، اما تجربه نشان داده است که در صورت نبود سیاست های مکمل، این افزایش ها به سرعت در تورم مستهلک می شوند.

**مالیات حقوق؛ تعیین کننده در آمد واقعی**

در کنار عدد افزایش حقوق، یکی از مهم ترین متغیرها، مالیات است. اخبار امروز نشان می دهد که سقف معافیت مالیاتی حقوق در سال ۱۴۰۵ تعیین شده و تغییراتی در نحوه اخذ مالیات در دستور کار قرار دارد.

این موضوع از آن جهت اهمیت دارد که افزایش حقوق اسمی، در

صورتی که با افزایش بار مالیاتی همراه باشد، لزوما به افزایش درآمد واقعی منجر نمی شود. به بیان دیگر، آنچه برای خانوار اهمیت دارد، «دریافتی خالص» است نه صرفا رقم اعلامی حقوق.

از همین رو، ترکیب سیاست های مزدی و مالیاتی نقش تعیین کننده ای در اثرگذاری واقعی تصمیمات دارد.

**بازنشستگان؛ گره متناسب سازی**

در کنار حقوق شغلان، موضوع متناسب سازی حقوق بازنشستگان نیز یکی از محورهای اصلی اخبار امروز است. گزارش ها از تعیین تکلیف نسبی این موضوع برای سال آینده حکایت دارد، اما همچنان چالش هایی در نحوه اجرا و تأمین منابع وجود دارد.

بازنشستگان به دلیل ثابت بودن درآمد و آسیب پذیری بیشتر در برابر تورم، از جمله گروه هایی هستند که بیشترین فشار را متحمل شده اند. به همین دلیل، هرگونه تأخیر یا عدم تحقق وعده های متناسب سازی می تواند تبعات اجتماعی قابل توجهی داشته باشد.

**صندوق های بیمه ای؛ بحران زیربوستی**

یکی دیگر از محورهای مهم، وضعیت صندوق های بیمه ای است. اخبار امروز به ناترازی این صندوق ها و تلاش برای اصلاح ساختار آنها اشاره دارد. در عین حال، گزارش هایی از تأخیر در پرداخت مطالبات و حتی حذف پوشش بیمه ای برخی گروه ها منتشر شده است.

این وضعیت نشان می دهد که مساله معیشت تنها به حقوق محدود نمی شود و پایداری نظام تأمین اجتماعی نیز با چالش های جدی مواجه است. بدون اصلاح این ساختار، هرگونه افزایش حقوق می تواند موقتی و ناپایدار باشد.

**یارانه و کالابرگ؛ ابزار مکمل یا جایگزین؟**

در کنار سیاست های مزدی، دولت همچنان از ابزارهای حمایتی مانند یارانه و کالابرگ استفاده می کند. اخبار امروز از پرداخت های جدید و افزایش پوشش برخی دهک ها حکایت دارد.

این سیاست ها اگرچه می توانند در کوتاه مدت بخشی از فشار معیشتی را کاهش دهند، اما جایگزین افزایش پایدار درآمد نیستند.

# اقتصاد ایران در دوراهی سیاست؛ تورم یا رشد؟

بودجه سال آینده، تلاش شده تا از طریق افزایش درآمدهای مالیاتی و کنترل هزینه ها، کسری بودجه مدیریت شود. اما این سیاست ها نیز با چالش هایی همراه است.

افزایش مالیات ها می تواند فشار بیشتری بر بنگاه ها و خانوارها وارد کند، در حالی که کاهش هزینه ها نیز ممکن است به کاهش حمایت های اجتماعی منجر شود. از سوی دیگر، پرداخت یارانه ها و اجرای طرح هایی مانند کالابرگ، اگرچه به بهبود کوتاه مدت معیشت کمک می کند، اما بار مالی قابل توجهی بر دوش دولت دارد.

**بازار کار؛ میان اشتغال و دستمزد**

بازار کار نیز یکی از عرصه های اصلی این دوراهی است. از یک سو، افزایش حقوق و دستمزد می تواند به بهبود معیشت کمک کند، اما از سوی دیگر، در صورت نبود رشد اقتصادی، ممکن است به افزایش هزینه های تولید و کاهش اشتغال منجر شود. آمارهای منتشر شده نشان می دهد که بخش قابل توجهی از جمعیت در سن کار، خارج از فعالیت اقتصادی قرار دارند. این موضوع نشان دهنده آن است که چالش اشتغال، فراتر از نرخ بیکاری رسمی است و به ساختار اقتصاد بازمی گردد.

**نظام بانکی و تأمین مالی**

نقش نظام بانکی در این میان بسیار کلیدی است. تخصیص منابع مالی به بخش های تولیدی می تواند به رشد اقتصادی کمک کند، اما در صورت نبود نظارت کافی، ممکن است به افزایش نقدینگی و تورم منجر شود.

طرح های مانند اعطای تسهیلات گسترده به تولیدکنندگان، اگرچه در کوتاه مدت می تواند به افزایش تولید کمک کند، اما در صورت عدم بازگشت منابع، به افزایش بدهی ها و ناترازی در نظام بانکی منجر خواهد شد.

**سیاست خارجی؛ متغیر تعیین کننده**

یکی از مهم ترین عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد ایران، سیاست خارجی است. دسترسی به منابع ارزی، سطح صادرات و واردات و حتی انتظارات تورمی، همگی به تحولات سیاسی و روابط بین المللی وابسته هستند.

ثبت بیش از ۷ میلیون ساعت کار بدون حادثه در شرکت گاز استان تهران

## اجرای ۴۸ رزمایش تخصصی و کاهش حوادث مشترکین

از ۷ میلیون ساعت کار بدون حادثه جدی و منجر به فوت در سطح شرکت به ثبت رسیده که بیانگر توجه مستمر به الزامات ایمنی و صیانت از نیروی انسانی است.وی در ادامه به وضعیت حوادث مشترکین پرداخت و تصریح کرد: در ۹ ماهه سال ۱۴۰۳ تعداد ۱۰۱ حادثه برای مشترکین ثبت شده بود که این عدد در مدت مشابه سال جاری به ۴۱ مورد کاهش یافته است. وی این روند را نتیجه اجرای برنامه‌های آموزشی، فرهنگ‌سازی عمومی، اطلاع‌رسانی مستمر و افزایش آگاهی مشترکین نسبت به مصرف ایمن گاز طبیعی دانست.جعفری با تشریح اقدامات حوزه بهداشت و سلامت کارکنان گفت: انجام معاینات دوره‌ای طب

به همین دلیل، نقش آنها بیشتر به عنوان مکمل سیاست های مزدی تعریف می شود.

**عدالت مزدی؛ چالش سیاست گذاری**

یکی از مهم ترین مباحث مطرح در تعیین حقوق، عدالت مزدی است. این موضوع شامل فاصله میان حقوق بخش های مختلف، شکاف میان کارگران و کارمندان، و همچنین تفاوت میان شغلان و بازنشستگان می شود. اخبار امروز نیز نشان می دهد که این موضوع در سطح تصمیم گیری مورد توجه قرار گرفته و تلاش هایی برای کاهش این شکاف ها در حال انجام است. با این حال، تحقق عدالت مزدی نیازمند اصلاحات عمیق تر در ساختار پرداخت هاست.

**دوراهی سیاست گذار**

در نهایت، سیاست گذار اقتصادی در برابر یک دوراهی کلاسیک قرار دارد. افزایش قابل توجه حقوق می تواند به بهبود نسبی معیشت کمک کند، اما در صورت تأمین نشدن منابع، می تواند به افزایش کسری بودجه و در نهایت تورم منجر شود. از سوی دیگر، محدود کردن افزایش حقوق برای کنترل تورم، فشار بیشتری بر خانوارها وارد می کند. به همین دلیل، تصمیم درباره حقوق ۱۴۰۵ تنها یک تصمیم عددی نیست، بلکه بخشی از یک بسته سیاستی گسترده تر است که باید میان ثبات اقتصادی و معیشت مردم تعادل ایجاد کند.

**جمع بندی**

آنچه امروز در اخبار اقتصادی دیده می شود، نشان دهنده تمرکز سیاست گذاری بر مساله معیشت است. از افزایش حقوق و تعیین مالیات گرفته تا متناسب سازی بازنشستگان و سیاست های حمایتی، همگی اجزای یک پازل هستند که هدف آن کاهش فشار اقتصادی بر خانوارهاست.

با این حال، تجربه نشان می دهد که بدون مهار تورم و اصلاحات ساختاری، هیچ افزایش حقوقی نمی تواند به تنهایی معیشت را بهبود بخشد. به همین دلیل، تصمیم پیش روی دولت و مجلس، فراتر از تعیین یک عدد، تعیین مسیر اقتصاد در سال آینده خواهد بود.

در شرایطی که فضای مذاکرات و روابط خارجی با عدم قطعیت همراه است، فعالان اقتصادی نیز در حالت انتظار قرار می گیرند. این انتظار، خود می تواند به کاهش سرمایه گذاری و کند شدن رشد اقتصادی منجر شود.

**تعادل دشوار**

آنچه اقتصاد ایران امروز با آن مواجه است، یک تعادل دشوار میان اهداف مختلف است. کنترل تورم، حمایت از معیشت، ایجاد رشد اقتصادی و حفظ ثبات مالی، همگی اهدافی هستند که گاه در تضاد با یکدیگر قرار می گیرند.

به عنوان مثال، افزایش حقوق می تواند به بهبود معیشت کمک کند، اما در صورت تأمین نشدن منابع، به افزایش تورم منجر می شود. یا سیاست های انقباضی برای مهار تورم، ممکن است به کاهش رشد اقتصادی بیانجامد.

**مسیر پیش رو**

برای عبور از این دوراهی، نیاز به مجموعه ای از سیاست های هماهنگ و بلندمدت وجود دارد. اصلاح ساختار بودجه، کنترل رشد نقدینگی، بهبود فضای کسب و کار و کاهش نااطمینانی های اقتصادی، از جمله اقداماتی است که می تواند به ایجاد تعادل کمک کند.

در عین حال، افزایش شفافیت و پیش بینی پذیری در سیاست گذاری نیز می تواند به کاهش انتظارات تورمی و افزایش اعتماد فعالان اقتصادی منجر شود.

**جمع بندی**

اقتصاد ایران در شرایطی قرار دارد که هر تصمیم سیاستی، پیامدهای گسترده ای به همراه دارد. انتخاب میان تورم و رشد، در واقع انتخاب میان دو مسیر متفاوت برای آینده اقتصاد است؛ مسیری که نیازمند دقت، هماهنگی و نگاه بلندمدت است.

در نهایت، آنچه می تواند این دوراهی را به مسیر تبدیل کند، نه انتخاب یکی از دو گزینه، بلکه ایجاد تعادل میان آنهاست؛ تعادلی که دستیابی به آن، مهم ترین چالش سیاست گذاری اقتصادی در ایران امروز است.

### نیروی انسانی توانمند و تک‌ریم مشترکین، محور اصلی ارتقای کیفیت خدمات گازرسانی

کار برای پرسنل، هماهنگی با مراکز بهداشت و تزریق ۲۰۰ دوز واکسن آنفولانزا، استقرار تیم‌های سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت برای انجام تست‌های تخصصی به‌ویژه آزمایش‌های گوارشی، برپایی پایگاه سیار انتقال خون در سطح شرکت، برگزاری دوره‌های آموزشی بهداشت روان و پیگیری راه‌اندازی درمانگاه اختصاصی در طبقه همکف ساختمان شهدای گاز از مهم‌ترین برنامه‌های اجراشده در این حوزه بوده است. وی همچنین از برنامه‌ریزی برای اجرای مانورهای تخصصی سلامت و مداخلات بهداشتی متناسب با ریسک‌فاکتورهای شناسایی‌شده در نتایج معاینات طب صنعتی خبر داد.

را بدون واسطه شنید. وی نیروی انسانی را سرمایه اصلی و ارزشمند سازمان دانست و افزود: توان تخصصی، تجربه و انگیزه همکاران، پشتوانه اصلی پایداری خدمات گازرسانی است و حمایت از کارکنان و رسیدگی به مطالبات آنان، زمینه‌ساز ارتقای بهره‌وری و کیفیت عملکرد خواهد بود.وی همچنین با اشاره به اهمیت شفافیت ساختار اداری و انسجام سازمانی، بر ضرورت آشنایی بیشتر رؤسای ادارات با چارت سازمانی، شرح وظایف و نحوه تعامل مؤثر میان واحدها تأکید کرد و این موضوع را عاملی مؤثر در تسریع تصمیم‌گیری‌ها، کاهش موزای کاری و افزایش هماهنگی در خدمت‌رسانی به مشترکین دانست.







هنر بازاریابی مدرن چطور متحول شده؟

# معیارهای جادویی بازاریابی دیجیتال

**معیارهای دیده‌شدن: آیا کسی صدای ما را می‌شنود؟**

اولین و اساسی‌ترین چالش هر بازاریابی جلب توجه است. قبل از اینکه بتوانید کسی را متقاعد به خرید کنید، باید مطمئن شوید که اصلاً شما را می‌بینند. در دنیای قدیم سنجش این موضوع تقریباً غیرممکن بود. یک شرکت هرگز به‌طور دقیق نمی‌دانست چند نفر بیلبورد تبلیغاتی‌اش را در یک اتوبان دیده‌اند، اما در دنیای دیجیتال، ما دو معیار بسیار قدرتمند برای سنجش این مرحله در اختیار داریم.

اولین معیار، دسترسی (Reach) است. به زبان ساده، دسترسی به شما می‌گوید که چه تعداد افراد منحصر به فرد محتوای شما را دیده‌اند. این معیار شبیه به شمارش تعداد صندلی‌های یک استادیوم است که حداقل یک بسار در طول یک رویداد یک تماشاگر روی آن نشسته است. این عدد به شما کمک می‌کند تا اندازه واقعی مخاطبان خود را درک کنید.

دومین معیار نمایش (Impression) است. این معیار، تعداد کل دفعاتی که محتوای شما نمایش داده شده است را می‌شمارد، صرف‌نظر از اینکه چند نفر آن را دیده‌اند. اگر یک نفر سه بار تبلیغ شما را ببیند، شما یک دسترسی و سه نمایش داشته‌اید. این معیار به شما کمک می‌کند تا شدت و تکرار حضور خود در ذهن مخاطب را بسنجید.

این دو معیار با هم، پایه و اساس هر کمپین بازاریابی هستند. آنها اولین چراغ راهنما در تاریکی هستند و به سوال ابتدایی «آیا ما اصلاً وجود خارجی داریم؟» پاسخ می‌دهند.

**معیارهای درگیری و علاقه: آیا برای‌شان مهم است؟**

دیده شدن به تنهایی کافی نیست. شما می‌توانید با صدای بلند

نهادینه کرده‌اند. آنها به کارکنان و مدیران خود اعتماد می‌کنند تا بهترین تصمیم را بگیرند و با این کار، حجم عظیمی از بوروکراسی انرژی بر را از سیستم حذف می‌نمایند. یک رهبر با حذف این موانع نه تنها انرژی خود که انرژی کل تیمش را آزاد می‌سازد.
**سرمایه‌گذاری بر نقاط قوت**

یک اشتباه رایج در توسعه رهبری تمرکز وسواس‌گونه بر روی رفع نقاط ضعف است. در حالی که آگاهی از نقاط ضعف مهم است، سرمایه‌گذاری بیش از حد انرژی بر روی آنها، اغلب بازدهی کمی دارد و بسیار خسته‌کننده است. این کار مانند این است که از یک ماهی بخواهیم پرواز کردن را یاد بگیرد. رهبران بزرگ و الهام‌بخش، رویکرد متفاوتی دارند. آنها بیشتر وقت و انرژی خود را بر روی به کارگیری و تقویت نقاط قوت طبیعی خود و تیم‌شان متمرکز می‌کنند. آنها می‌دانند که عملکرد استثنایی و پایدار از جایی می‌آید که استعداد طبیعی با اشتیاق و تمرین تلافی می‌کند. این اصل در ساختن تیم‌ها نیز به کار می‌رود. یک رهبر خردمند، به جای اینکه تلاش کند تا همه اعضای تیم در همه چیز خوب باشند،

و کار هستند. نرخ تبدیل (Conversion Rate) شاید مهمترین معیار در این دسته باشد. تبدیل، به هر اقدام ارزشمندی که شما از مخاطب می‌خواهید، اطلاق می‌شود؛ از خرید یک محصول گرفته تا ثبت نام در یک خبرنامه یا دانلود یک اپلیکیشن. نرخ تبدیل به شما می‌گوید که چه درصدی از افرادی که به وب‌سایت شما آمده‌اند، اقدام موردنظر شما را انجام داده‌اند. این معیار کارایی کل سیستم بازاریابی و فروش شما را می‌سنجد. برندهایی مانند آمازون، با بهینه‌سازی مداوم نرخ تبدیل خود توانسته‌اند به‌غول‌های امروزی تبدیل شوند.

دو معیار دیگر که مستقیماً با پول سر و کار دارند، هزینه به ازای هر اکتساب (Cost Per Acquisition) و بازگشت هزینه تبلیغات (Return On Ad Spend) هستند. این موارد به شما می‌گوید که برای به دست آوردن هر مشتری جدید، چقدر هزینه کرده‌اید. معیار بازگشت هزینه تبلیغات یک قدم فراتر می‌رود و به شما می‌گوید که به ازای هر دلاری که برای تبلیغات خرج کرده‌اید، چقدر درآمد کسب کرده‌اید. این دو معیار، زبان مشترک بین بخش بازاریابی و بخش مالی یک شرکت هستند و به مدیران اجازه می‌دهند تا تصمیمات اقتصادی هوشمندانه‌ای بگیرند و بوجه خود را در کارآمدترین کانال‌ها سرمایه‌گذاری کنند.

**معیار نهایی: طول عمر مشتری**
تمام معیارهای بالا قدرتمند هستند، اما اغلب آنها بر روی یک کمپین یا یک دوره زمانی کوتاه تمرکز دارند. بازاریاب‌های استراتژیک به یک معیار عمیق‌تر و بلندمدت‌تر نگاه می‌کنند: ارزش طول عمر مشتری (Customer Lifetime Value). این معیار تخمین می‌زند که یک مشتری به‌طور متوسط در تمام

## معمای بازیابی انرژی و زمان در عرصه کارآفرینی

تیمی را می‌سازد که در آن، نقاط قوت هر فرد، نقاط ضعف دیگری را پوشش دهد. این رویکرد، که در تیم‌های ورزشی حرفه‌ای به وضوح دیده می‌شود، به هر فرد اجازه می‌دهد تا در جایی که می‌تواند بیشترین ارزش را خلق کند، بدرخشد. این استراتژی، نه تنها بهره‌وری را به اوج می‌رساند، بلکه یک منبع قدرتمند از رضایت و انرژی مثبت در محیط کار ایجاد می‌کند.

**استراحت به مثابه یک استراتژی**

در فرهنگ کار مدرن استراحت اغلب به عنوان نشانه‌ای از تنبلی یا عدم تعهد تلقی می‌شود. این یک باور عمیقاً مخرب است. علوم اعصاب به وضوح نشان می‌دهد که مغز برای عملکرد بهینه، به دوره‌های منظم استراحت و تجدید قوا نیاز دارد. رهبران الهام‌بخش این اصل را زندگی می‌کنند. آنها استراحت را یک فعالیت لوکس یا چیزی که تنها در تعطیلات اتفاق می‌افتد، نمی‌دانند. آنها تجدید قوای فعالانه را در برنامه روزانه و هفتگی خود ادغام می‌کنند. این می‌تواند به شکل پیاده‌روی کوتاه در میانه روز، چند دقیقه تمرین تنفس عمیق بین جلسات یا اختصاص دادن کامل آخر هفته‌ها به

خوانده و فعالیت‌های غیرکاری باشد. این انضباط در استراحت، به آنها اجازه می‌دهد تا با انرژی و دیدگاهی تازه با چالش‌ها روبرو شوند. شرکت گوگل با فراهم کردن فضاهایی برای استراحت، بازی و سرگرمی در محیط کار، این پیام را به رسمیت شناخته است که بهترین ایده‌ها اغلب زمانی به ذهن می‌رسند که ما تحت فشار مستقیم نیستیم. یک رهبر با الگو قرار دادن این رفتار، به تیمش اجازه می‌دهد تا درک کنند که عملکرد پایدار، یک ماراثن است، نه یک دوی سرعت.

**سخن پایانی**

نفوذ و تأثیرگذاری یک رهبر تجاری ارتباط مستقیمی با سطح انرژی او دارد. یک رهبر همیشه خسته و بدون وقت کافی نمی‌تواند منبع الهام و ثبات برای دیگران باشد. مدیریت انرژی شخصی دیگر یک انتخاب سبک زندگی نیست، بلکه یک صلاحیت بنیادین رهبری در قرن بیست و یکم است. این فرآیند، یک معماری آگاهانه از مرزها، یک انضباط استراتژیک در اولویت بندی، یک تعهد بی‌امان به ساده‌سازی، یک تمرکز هوشمندانه بر نقاط قوت

**نویسنده: علی آل‌علی**

یکی از ضرب‌المثل‌های قدیمی در دنیای کسب و کار مربوط به هزینه‌های تبلیغاتی است: نیمی از پولی که برای تبلیغات خرج می‌کنم، هدر می‌رود؛ مشکل این است که نمی‌دانم کدام نیمه! این جمله اعترافی صادقانه به یک حقیقت تلخ بود. در دنیای تبلیغات چاپی، بیلبوردها و آگهی‌های رادیویی بازاریابی بیشتر شبیه یک هنر مبتنی بر شهود بود تا یک علم دقیق. شرکت‌ها میلیون‌ها دلار هزینه می‌کردند به امید آنکه پیام‌شان به دست مخاطب درست برسد و تأثیری جادویی بر فروش بگذارد، اما هرگز ابزاری دقیق برای سنجش این تأثیر نداشتند. بازاریابی در آن دوران شبیه به شلیک کردن با چشمانی بسته در تاریکی بود. این مه‌غلیظ عدم قطعیت امروز به لطف یک انقلاب بی‌صدا از بین رفته است: انقلاب دیجیتال. ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به بازاریاب‌ها هدیه‌ای داد که کارآفرینان قرن ۱۹ تنها می‌توانستند رویای آن را در سر داشته باشند: داده‌ها!

امروز هر کلیک، بازدید، خرید و تعامل آنلاین یک ردیابی دیجیتال قابل اندازه‌گیری از خود به جای می‌گذارد. این ردیاب‌ها معیارهای بازاریابی دیجیتال را تشکیل می‌دهند، اما این معیارها صرفاً یک مشت عدد و رقم در یک داشبورد پیچیده نیستند. آنها در واقع، قطب‌نمای جدید کسب و کارها هستند؛ ابزاری دقیق که به ما نشان می‌دهد کجا هستیم، به کجا می‌رویم و چگونه سریع‌تر و هوشمندانه‌تر به مقصد برسیم. این مقاله داستان این تحول شگفت‌انگیز است. ما قصد نداریم شما را در دریای از اصطلاحات فنی غرق کنیم، بلکه می‌خواهیم با هم کشف کنیم که چگونه این اعداد صنعت بازاریابی و تبلیغات را برای همیشه متحول کرده‌اند.

این رفتار، به تدریج فرهنگی از تمرکز را در کل سازمان ایجاد می‌کند و به همه یادآوری می‌نماید که منابع، به ویژه زمان و انرژی، محدود هستند و باید با خردمندی سرمایه‌گذاری شوند.
**فیلتر کردن ورودی‌های ذهنی**

هر محیط کاری پر از فعالیت‌ها، فرآیندها و حتی افرادی است که انرژی را تحلیل می‌برند بدون آنکه ارزش قابل توجهی ایجاد کنند. رهبران موثر، مانند کارآگاهانی عمل می‌کنند که به‌طور مداوم در حال شناسایی این انرژی‌زدده‌ها هستند. اینها می‌توانند جلسات بی‌هدف و طولانی، گزارش‌های غیرضروری که هیچ‌کس آنها را نمی‌خواند، فرآیندهای بوروکراتیک پیچیده یا حتی روابط کاری سمی باشند که انرژی عاطفی تیم را تخلیه می‌کنند. یک رهبر الهام‌بخش، شجاعت به چالش کشیدن وضع موجود را دارد. او دانم می‌برد: «آیا ما این کار را انجام می‌دهیم چون همیشه این‌گونه انجام شده، یا چون واقعاً بهترین راه است؟». شرکت‌هایی مانند تفلیکس، با بازرسوال بردن مداوم قوانین و فرآیندهای سنتی، مانند سیاست‌های مرخصی یا گزارش‌های هزینه، این فرهنگ را

# مزایده سراسری املاک و اموال تملیکی و مازاد بانک ملی ایران (استان مرکزی)

بانک ملی ایران در نظر دارد تعدادی از اموال مازاد خود را از طریق مزایده الکترونیکی سامانه تدارکات دولت (ستاد ایران) به صورت نقد و اقساط فروش برساند

ردیف	کاربری	پیش پرداخت	مدت تنفس	نحوه باز پرداخت	نرخ سود دوران تنفس و تقسیط
۱	کلیه اموال با کاربری‌های صنعتی ، دامداری ، کشاورزی ، زراعی و اموال مشاعی با هرنوع کاربری	حداقل ۱۰٪ قیمت واگذاری	حداکثر ۱۲ ماه	حداکثر ۴۸ ماه اقساط متوالی ماهیانه	نرخ سود معادل "حداکثر نرخ سود مصوب شورای پول و اداری – خدمائی ( به استثناء ، ردیف سوم)
۲	کلیه اموال با کاربری‌های مسکونی – تجاری – اداری – خدمائی ( به استثناء ، ردیف سوم)	حداقل ۱۰٪ قیمت واگذاری	حداکثر سه ماه تنفس	حداکثر ۵۷ ماه اقساط متوالی ماهیانه	اعتبار " (در حال حاضر ۰.۲۳٪)
۳	املاک تخلیه مسکونی ، تجاری ، و اداری واقع در تهران ، مشهد ، اصفهان و ویلاهای مازندران	حداقل ۲۰٪	حداکثر سه ماه تنفس	حداکثر ۵۷ ماه اقساط متوالی ماهیانه	

الف – حسب تشخیص /اعلام بانک حداکثر مدت پرداخت وجوه و تسویه حساب کامل ( جمع مدت تنفس و پرداخت اقساط ) جمعاً ۵ سال می‌باشد.

ب – حسب تشخیص /اعلام بانک امکان بازپرداخت ثمن معامله ، در اقساط متوالی ماهیانه، سه ماهه / شش ماهه ، وجود دارد.

ج – نرخ سود اعلامی شامل کل دوران تنفس و تقسیط می‌باشد.

	
<b>بانک ملی ایران</b>	<b>بانک ملی ایران</b>
<b>مزایده سراسری املاک و اموال تملیکی و مازاد بانک ملی ایران (استان مرکزی)</b>	<b>مزایده سراسری املاک و اموال تملیکی و مازاد بانک ملی ایران (استان مرکزی)</b>
<p>– تاریخ برگزاری و انتشار مزایده از ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ لغایت ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ می‌باشد.</p> <p>– مهلت دریافت اسناد مزایده از ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ تا ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۰ می‌باشد.</p> <p>– مهلت ارائه پیشنهاد و شرکت در مزایده از ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ تا ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ می‌باشد.</p> <p>– تاریخ بازگشایی پاکت‌های الکترونیکی ساعت ۰۸:۳۰ صبح مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ خواهد بود.</p> <p><b>توجه:</b> امکان شرکت در مزایده بدون دریافت /دانلود اسناد مزایده میسر نمی‌باشد لذا متقاضیان شرکت در مزایده حتماً می‌بایست جهت شرکت در مزایده تا قبل از اتمام تاریخ مهلت دریافت اسناد مزایده (ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۰) نسبت به دریافت اسناد مزایده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) اقدام نمایند. متقاضیان خرید برای کسب <b>اطلاعات بیشتر</b> می‌توانند از طرق ذیل اقدام نمایند.</p> <p>۱- <b>تماس تلفنی</b> با شماره تلفن ۰۲۱-۶۰۹۹۱۳۱۲</p> <p>۲- <b>مرحله به سایت بانک ملی ایران</b> به آدرس <a href="http://www.bmir.ir">www.bmir.ir</a> بخش مناقصه و مزایده ۳ مزایده‌ها ۳ فهرست مزایده‌های بانک ملی ایران ۳ مزایده بهمن ماه-۱۴۰۴ اموال تملیکی و مازاد بانک ملی ایران</p> <p>۳- <b>مرحله به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران)</b> <a href="http://www.setadiran.ir">www.setadiran.ir</a> مزایده ۳ مزایده دستگاه اجرایی ۳ منقول/غیر منقول ۳ جستجوی پیشرفته ۳ شماره مزایده ۳ (مزایده شماره بهمن ماه-۱۴۰۴ اموال غیرمنقول)</p> <p>۴- <b>مرحله حضوری</b> به کلیه ادارات امور و شعب بانک ملی ایران</p>	<p>– تاریخ برگزاری و انتشار مزایده از ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ لغایت ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ می‌باشد.</p> <p>– مهلت دریافت اسناد مزایده از ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ تا ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۰ می‌باشد.</p> <p>– مهلت ارائه پیشنهاد و شرکت در مزایده از ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ تا ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ می‌باشد.</p> <p>– تاریخ بازگشایی پاکت‌های الکترونیکی ساعت ۰۸:۳۰ صبح مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۱ خواهد بود.</p> <p><b>توجه:</b> امکان شرکت در مزایده بدون دریافت /دانلود اسناد مزایده میسر نمی‌باشد لذا متقاضیان شرکت در مزایده حتماً می‌بایست جهت شرکت در مزایده تا قبل از اتمام تاریخ مهلت دریافت اسناد مزایده (ساعت ۱۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۱۱/۲۰) نسبت به دریافت اسناد مزایده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) اقدام نمایند. متقاضیان خرید برای کسب <b>اطلاعات بیشتر</b> می‌توانند از طرق ذیل اقدام نمایند.</p> <p>۱- <b>تماس تلفنی</b> با شماره تلفن ۰۲۱-۶۰۹۹۱۳۱۲</p> <p>۲- <b>مرحله به سایت بانک ملی ایران</b> به آدرس <a href="http://www.bmir.ir">www.bmir.ir</a> بخش مناقصه و مزایده ۳ مزایده‌ها ۳ فهرست مزایده‌های بانک ملی ایران ۳ مزایده بهمن ماه-۱۴۰۴ اموال تملیکی و مازاد بانک ملی ایران</p> <p>۳- <b>مرحله به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران)</b> <a href="http://www.setadiran.ir">www.setadiran.ir</a> مزایده ۳ مزایده دستگاه اجرایی ۳ منقول/غیر منقول ۳ جستجوی پیشرفته ۳ شماره مزایده ۳ (مزایده شماره بهمن ماه-۱۴۰۴ اموال غیرمنقول)</p> <p>۴- <b>مرحله حضوری</b> به کلیه ادارات امور و شعب بانک ملی ایران</p>

مبلغ پایه مزایده	توضیحات	وضعیت کنونی	پلاک ثبتی	مساحت		کاربری	نوع ملک	آدرس
				اعیان	عرصه			
۴۲۰,۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال	بازدید از ملک الزامی است و با وضعیت موجود به فروش می رسد	تخلیه	۱۱۱۱,۷	۴۵۶	۲۸۷,۲۳	تجاری	ساختمان	اراک خ طالقانی نبش بن بست داتشور کد پستی ۳۸۱۵۶۹۷۵۶۹ محل سابق بانک ملی شعبه طالقانی
۳۷۲,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال	بازدید از ملک الزامی است و با وضعیت موجود به فروش می رسد. زیرزمین ۱۹۱/۹ پارکینگ و موتورخانه همکف ۱۹۱/۹ تجاری	تخلیه	۳۳۹۷,۲	۳۸۳,۸	۲۸۰,۳	تجاری	ساختمان	اراک خ شهدا بالاتر از تقاطع رنگرزها نبش کوچه برنیان ۱ ساختمان سابق بانک ملی شعبه شهدا
۵,۷۸۲,۵۴۰,۶۲۵ ریال	مورد مزایده عبارت است سهم مشاعی صرفاً ۲/۴۶ دانگ از ششدانگ عرصه و اعیان گوداری مشتمل بر ساختمان اتبار به مساحت حدود ۱۵۰ مترمربع و ساختمان اصطبل به مساحت حدود ۳۵۰ مترمربع - بازدید از ملک الزامی و فروش با وضعیت موجود میباشد.	متصرفکار	۴۴۲۰,۲۸	۱۰۹,۱۱	-	مسکونی	آپارتمان(مشاعی)	اراک خ امام خمینی خ شهید مهدی سلطانی ۱۲ متری میر اشرفی ک بن بست امید طبقه دوم کد پستی ۳۸۱۶۱۵۶۶۵۴
۹,۲۲۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال	مورد مزایده عبارت است از صرفاً ۲/۴۶ دانگ از ششدانگ عرصه و اعیان گوداری مشتمل بر ساختمان اتبار به مساحت داشته و قسمتی از بناهای موجود در حد جنوبی وغربی خارج از عرصه. بانک است و در ملک مجاور قرار دارد. خریدار محترم مکلف به احیاء و فعالسازي میباشد- بازدید از ملک الزامی و فروش با وضعیت موجود میباشد.	تخلیه	۶۰,۴۴	۵۰۰	۱۱۶۴,۰۶	گوداری	ساختمان(مشاعی)	خنداب -روستای علی آباد اتهای کوچه ارشاد ۱
۲,۶۶۷,۶۰۰,۰۰۰ ریال	ملک بصورت ۲/۴ دانگ مشاع بوده بازدید از ملک الزامی است و با وضعیت موجود به فروش می رسد.	تخلیه	۴۴۲۷,۱۲۴۸	۲۴/۷	-	تجاری	مغازه	دلیجان شهرک امام رضا خ گلهاک گلستان ۴ کد پستی ۳۷۹۱۱۱۶۴۱۹ (مشاعی)
۳,۴۰۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال	ملک بصورت ۴۰ شعیر مشاع بوده و فاقد هر گونه تاسیسات از قبیل اشتعاب آب برق گاز و .. می باشد.	تخلیه	۳۱,۲۸۱۹	-	۶۳۰	زراعی	عرصه(مشاعی)	اراک یک کیلومتری روستای شهر جرد و ۷۰ متری جنوب کمربندی شمالی اراک (از زمین های موسوم به رسول آباد)
۴۶۲,۹۶۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال	مورد مزایده عبارت است از ششدانگ عرصه و اعیان کارخانه شامل سالن سوله ادغام شده، ساختمان اداری ساختمان همسرا، سونیت گازگرمی، ال‌اجیق، اتاق تاسیسات ویست برقی استخر وچاه آب فاقد مجوز بهره برداری، قابل توجه: عرصه موجود با سند مالکیت مطابقت ندارد و حد جنوبی و غربی موجود با سند مغایرت داشته و قسمتی از بناهای موجود در حد جنوبی وغربی خارج از عرصه. بانک است و در ملک مجاور قرار دارد. خریدار محترم مکلف به احیاء و فعالسازي میباشد- بازدید از ملک الزامی و فروش با وضعیت موجود میباشد.	تخلیه	۵۱,۵۷	۲۷۲۰	۱۲۷۰۰	صنعتی	ساختمان	زنزنده ، شهرستان مامونیه ،خروجی مامونیه به ساوه ، جاده خشکروود، ۲۰ کیلومتر به سمت خشکروود ، محل سابق شرکت اکسیژن زنزد
۵۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال	ملک فوق از حد جنوب به عمق یک متر و بیست سانتی متر و از حد شرق یک متر و ده سانتی متر در طرح تعرض قرار دارد . یک ممیز هشت دهم سهم مشاع از ششدانگ	تخلیه	۱۶۷/۸۲/۵	۲۸۷	۳۵۰	مسکونی	ساختمان(مشاعی)	ساوه - خ مطهری - خ مطهری ۱۰ - اولین کوچه سمت چپ به نام کوچه شهید حسن امیری (کوچه اداره ثبت ) - نبش بن بست ششم (ششم) - پلاک ۹ کد پستی ۳۹۱۵۶۸۲۷۶۳ (مشاعی)
۱۴۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال	بازدید از ملک الزامی است و با وضعیت موجود به فروش می رسد بنای موجود در ملک مخروبه است.	تخلیه	۳۹,۹	-	۱۰۰۰۰	صنعتی	زمین	ساوه - کیلومتر ۱۵ جاده قدیم تهران منطقه صنعتی رنگرز روبروی کارخانه سپید پودر محل سابق نرم سازان زنزد

**اداره امور شعب بانک ملی استان مرکزی**

مدیرکل دفتر لوازم خانگی وزارت صمت در بازدید از فولادمبارکه مطرح کرد:

## فولاد مبار که پیشران بومی‌سازی لوازم خانگی



پشتیبانی از صنایع پایین‌دستی فلزی، از گسترش همکاری‌ها برای تأمین داخلی مواد اولیه صنعت لوازم خانگی خبر داد. وی اظهار کرد: فولاد مبار که یکی از

مصطفی بابایی مدیر عامل شرکت توزیع برق غرب مازندران:

### همزمان با دهه فجر ۳۶۱ پروژه صنعت برق در غرب مازندران به بهره برداری می رسد



بابایی افزود: با هدف رعایت مسایل زیست محیطی، افزایش ایمنی و کاهش

با تجمیع و زیباسازی دکل‌های مخابراتی؛

## نظم بصری شهر ار تقاء پیدا کرد



اقدام با هدف انطباق بیشتر سازه‌های مخابراتی با محیط پیرامونی و کاهش آلودگی‌های بصری در فضاهای سبز و اماکن مذهبی انجام شد.

رئیس عقیدتی سیاسی فرماندهی انتظامی استان آذربایجان شرقی:

## ۲۲ بهمن تلاقی حافظه و هویت است

فرصت امروز - ماهان فلاح: رئیس عقیدتی سیاسی فرماندهی انتظامی استان آذربایجان شرقی گفت: ۲۲ بهمن تلاقی حافظه و هویت است.
حجت‌الاسلام و المسلمین الهیاری با اعلام این مطلب اظهار کرد: بیست و دوم بهمن، فصل شکفتن ارادهٔ ملتی است که تاریخ را از نو نوشت؛ روزی که زمستان استبداد شکست و بهار امید بر شاه‌های مردم نشست.
وی افزود: این روز، نه صرفاً برگ تقویم، که روایت ایستادگی و فرهنگی و تاریخی سمرزیمنی است که از ژرفای ایمان، آگاهی و همبستگی، حماسه‌ای ماندگار آفرید.
حجت‌الاسلام و المسلمین الهیاری ادامه داد: خیابان‌ها شاهد عهدهی جمعی شدند؛ عهدهی میان مردم و آینده، میان رنج‌های دیرپا و رؤیای



دارند، اظهار داشت: «ایجاد اداره آموزش و پرورش منطقه جلگه چاه هاشم،

راهان - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش اداره اطلاع رسانی و روابط عمومی اداره کل آموزش و پرورش استان سیستان و بلوچستان، در ادامه پیگیری برای توسعه عدالت آموزشی و ایجاد ادارات آموزش وپرورش جدید، پس از اخذ مجوز تأسیس سه اداره آموزش و پرورش و یک نمایندگی در استان در سال جاری، همزمان با ایام‌الله دهه مبارک فجر و در آستانه ۲۲ بهمن‌ماه، سالروز پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی ایران، رسول سفرزائی مدیرکل آموزش و پرورش استان از صدور مجوز تأسیس اداره آموزش و پرورش منطقه جلگه چاه هاشم خبر داد.

وی ضمن عرض تبریک به جامعه فرهنگیان استان، با بیان اینکه توسعه ساختارهای اداری و آموزشی نقش مؤثری در ارتقای کیفیت خدمات آموزشی



اولویت‌های شرکت گاز استان مازندران است، افزود، در دهه فجر امسال ۲۷ روستا در سطح استان به شبکه سراسری گاز متصل شده‌اند که نشان‌دهنده

اصفهان - ندیمی: مدیرکل دفتر لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت با تأکید بر جایگاه راهبردی شرکت فولاد مبار که گفت: این مجموعه به پشتوانه اصلی صنعت لوازم خانگی در تأمین داخلی مواد اولیه و بومی‌سازی ورق‌های خاص تبدیل شده است؛ مسیری که وابستگی به واردات را به‌طور محسوسی کاهش داده و زنجیره ارزش صنایع پایین‌دستی فلزی را تقویت کرده است. به گفته وی، تعامل فنی میان تولیدکنندگان لوازم خانگی و فولاد مبار که، امکان تولید ورق‌های باکیفیت و ظرف مورد نیاز محصولاتی نظیر یخچال، ماشین لباسشویی و تجهیزات گرمایشی و سرمایشی را فراهم کرده و اکنون بومی‌سازی ورق‌های ویژه نمای بیرونی یخچال در دستور کار قرار دارد، اقدامی که افق تازه‌ای برای توسعه تولید داخل ترسیم می‌کند.
محمد وصالی قمصری، مدیرکل دفتر لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت در حاشیه بازدید از فولاد مبار که در مصاحبه با خبرنگار فولاد با اشاره به نقش کلیدی این مجموعه در

ساری - دهقان: همزمان با دهه فجر ۳۶۱ پروژه صنعت برق با اعتباری بالغ بر ۲۱۷۴ میلیارد ریال و با هدف تأمین برق پایدار مشترکان، افزایش قابلیت اطمینان شبکه و بهبود مشخصه ولتاژ در غرب مازندران به بهره برداری می رسد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی، مصطفی بابایی با اعلام این خبر، اظهار داشت: این پروژه ها با اعتباری بالغ بر ۲۱۷۴ میلیارد ریال و با هدف تأمین برق پایدار مشترکان، افزایش قابلیت اطمینان شبکه و بهبود مشخصه ولتاژ؛ طراحی، اجرا و به بهره برداری خواهد رسید.
مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق غرب مازندران در تشریح این پروژه‌ها اظهار داشت: به منظور ایجاد و تقویت زیرساخت شبکه برق شهری و روستایی، توسعه فیدهای فشار متوسط و رفع ضعف ولتاژ؛ ۸۷ دستگاه ترانسفورماتور و بیش از ۴۶ کیلومتر شبکه برق نصب و احداث گردید.

کرج - اباصلت عابد: رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری کرج گفت: در راستای اجرای طرح جامع بهبود سیمایی شهری و ساماندهی زیرساخت‌های ارتباطی، پروژه‌های جدید زیباسازی و تجمیع دکل‌های مخابراتی در نقاط مختلف کلانشهر کرج اجرایی شد.
محمود دهقان اظهار کرد: یکی از اولویت‌های اصلی سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری کرج در سال جاری، صیانت از زیبایی بصری شهر و جلوگیری از آشتفگی در نصب دکل‌های مخابراتی بود که به طور مستقیم با کیفیت مبلمان شهری در ارتباط است.
وی با اشاره به اقدامات انجام شده در محدوده منطقه ۴ و خیابان‌های برتردد شهر گفت: عملیات زیباسازی و بهسازی دکل مخابراتی واقع در خیابان فردوسی (خیابان روستانزاد)، خیابان امام حسین (ع)، جنب حسینیه حضرت ابوالفضل (ع) و پارک الغدیر به اتمام رسیده است.

رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری کرج، بیان کرد: این

## اخبار

### منازل تملک شده در خیابان شهید مصطفایی تبدیل به بوستان می شود

کرج – اباصلت عابد: مدیر منطقه ۱ شهرداری کرج گفت: با تملک منازل مسکونی در انتهای خیابان شهید مصطفایی، طرح توسعه بوستان شهید مصطفایی در منطقه اجرا می‌شود.
غلامرضا رضوانی اظهار کرد: بوستان شهید مصطفایی واقع در ضلع غربی رینگ ۳۰ متری اسلام‌آباد و خیابان شهید مصطفایی، از جمله بوستان‌های کوچکی است که در سال‌های اخیر احداث آن آغاز شده؛ با تملک پنج ملک پیرامون، این

بوستان به دو هزار و ۵۰۰ متر مربع وسعت پیدا می‌کند.
وی در ادامه افزود: پس از بررسی‌های به‌عمل آمده پنج ملک واقع در انتهای کوچه مصطفایی که در طرح توسعه بوستان مذکور قرار گرفته بودند، تملک شد و دسترسی شهروندان به این بوستان از طریق پنج کوچه تسهیل گردید.

رضوانی بیان کرد: با توجه به عرصه کم این پروژه، تعداد دو هزار و ۵۰۰ گلدان بتنی در ۴۰۰ متر مربع به صورت عمودی در این بوستان اجرا می‌شود تا موجب افزایش ریه‌های تنفسی شهر شود و یک هزار و ۱۰۰ متر مربع کفیوش و فضای سبز در این طرح مورد استفاده قرار می‌گیرد.

وی ابراز امیدواری کرد: با تلاش همکاران و مسئولان مربوطه این پروژه در ابتدای سال آینده به بهره‌برداری می‌رسد و به یکی از نقاط تفریحی و زیبای منطقه تبدیل شود.

### نخستین جلسه کمیته طرح طبقه‌بندی مشاغل کارگران شهرداری ساری برگزار شد

ساری - دهقان: نخستین جلسه کمیته طرح طبقه بندی مشاغل کارگران شهرداری، حسب تأکید و دستور صریح شهردار مرکز استان، به منظور بازنویسی و اصلاح این طرح بر اساس شرایط جدید استخدامی برگزار گردید .

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل مدیریت ارتباطات و امور بین الملل، این نشست تخصصی با حضور معاون روابط کار اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان، سرکار خانم گلیان، نمایندگان تام‌الختیار شهردار و سرپرستان ،شورای کارگری تشکیل گردید. در این جلسه، اولویت‌های مهمی از جمله تبدیل وضعیت استخدامی بیش از ۹۰۰ نفر از فرزندان ایثارگران و خانواده‌های معزز شهداد، و همچنین تعیین تکلیف بیش از ۱۸۰ نفر از پرسنل رسمی کارگری باسابقه شهرداری، به عنوان مسائل کلیدی و دارای اولویت مطرح شد.

سید حسن احمدی با ابراز حساسیت و نگاه حمایتی ویژه نسبت به این موضوعات، بر ضرورت پیشگیری از هرگونه تضییع حقوق این قشر زحمت‌کش و تحقق کامل عدالت شغلی تأکید کرد. بر اساس دستور اکید شهردارسازی ، این کمیته موظف شد با اتخاذ رویکردی کارشناسانه و دقیق، نسبت به احصای مشکلات موجود، بررسی ایجاد حقوقی طرح و تدوین راهکارهای اجرایی مؤثر اقدام کند تا حقوق قانونی و مزایای شغلی کارگران شهرداری به طور کامل صیانت گردد. در پایان جلسه و حسب پیگیری‌های ویژه سید حسن احمدی ، مقرر شد مکاتبات لازم با اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان مازندران، استانداری و سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور در اسرع وقت صورت پذیرد.

گفتنی است مقرر گردید نتایج نهایی این پیگیری‌ها، پس از دریافت پاسخ از سوی مراجع ذی‌ربط، به اطلاع کارگران خدوم شهرداری برسد.

### روایت جهش زیرساخت‌های سوخت‌رسانی گلستان در دهه فجر / از توسعه انبار گرگان تا آماده‌سازی سوخت‌رسانی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: همزمان با فرارسیدن ایام‌الله دهه مبارک فجر، مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان با تشریح مهم‌ترین دستاوردهای یکسال گذشته، از جهش قابل توجه در توسعه زیرساخت‌های سوخت‌رسانی استان خبر داد.
سید محمد حسینی با بیان اینکه ارتقای زیرساخت‌ها و افزایش پایداری تأمین سوخت در استان از مهم‌ترین اولویت‌های مجموعه بوده است، اظهار کرد: در یکسال گذشته اقدامات مؤثر و زیرساختی متعددی در حوزه تأمین، ذخیره‌سازی و توزیع فرآورده‌های نفتی در سطح استان به انجام رسیده که بخشی از آن همزمان با دهه فجر به مردم شریف گلستان گزارش می‌شود.
وی با اشاره به توسعه سوخت‌رسانی در بخش هوایی افزود: پیگیری احداث تأسیسات سوخت‌گیری هوایمپایی فرودگاه کلاله به‌عنوان یکی از پروژه‌های مهم ملی در دستور کار قرار گرفته و همزمان فرایند دریافت دستگاه سوخت‌رسان ۴۵ هزار لیتری برای سوخت‌گیری هوایمپا در فرودگاه گرگان نیز انجام شده است که نقش مهمی در ارتقای ظرفیت خدمات‌رسانی هوایی استان خواهد داشت.مدیر منطقه گلستان در ادامه از تقویت زیرساخت‌های انتقال فرآورده خبر داد و گفت: اتصال نیروگاه علی‌آباد به خط لوله اصلی فرآورده‌های نفتی از اقدامات راهبردی سال جاری بوده که موجب افزایش ضریب اطمینان و پایداری تأمین سوخت این مجموعه حیاتی شده و میلیارها ریال صرفه جویی به همراه داشته است.
حسینی همچنین به پروژه‌های حوزه ذخیره‌سازی اشاره کرد و افزود: پس از سال‌ها وقفه، عملیات تکمیل طرح توسعه انبار نفت گرگان با جدیت دنبال شد و بخش مهمی از کارهای این پروژه به سرانجام رسید که گامی مهم در افزایش ظرفیت ذخیره‌سازی و مدیریت بحران در استان محسوب می‌شود.این اقدام مسئول با اشاره به توسعه جایگاه‌های عرضه سوخت بیان کرد: ۱۸ باب جایگاه عرضه سوخت در سطح استان در حال احداث است که با بهره‌برداری از آن‌ها دسترسی شهروندان به خدمات سوخت‌رسانی تسهیل خواهد شد.مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان تأکید کرد: این اقدامات تنها بخشی از تلاش‌های مجموعه در مسیر خدمت‌رسانی به مردم است و امیدواریم با تداوم این روند، شاهد توسعه هرچه بیشتر زیرساخت‌های انرژی در استان باشیم

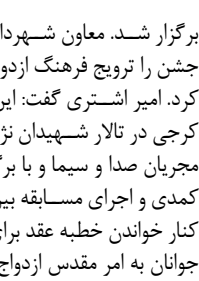
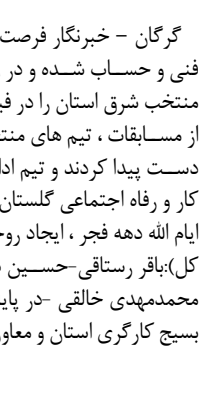
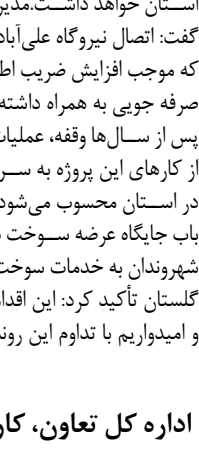
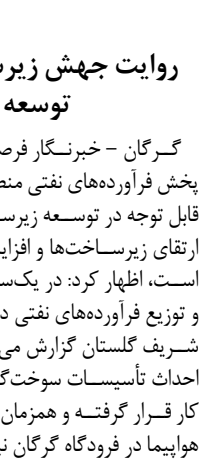
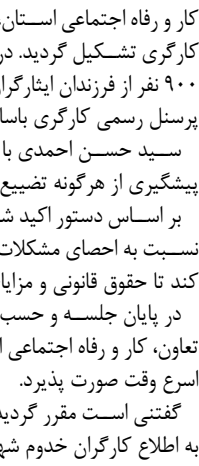
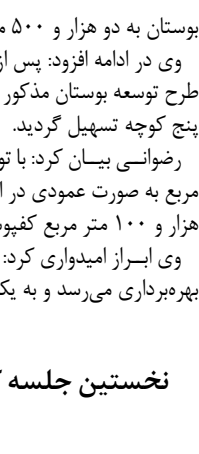
### اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گلستان قهرمان مسابقات فوتسال چهار جانبه دهه فجر شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: تیم اداره کل تعاون ،کار و رفاه اجتماعی استان با انجام بازی های فنی و حساب شده و در رقابتي نفس گیر موفق شد تیم های قدرتمند اداره کل «ب» (بازی اول) و منتخب شرق استان را در فینال شکست دهد و به مقام قهرمانی این دوره از مسابقات برسد.در این دوره از مسابقات ، تیم های منتخب شرق استان و تیم اداره کل «ب» به ترتیب به مقام های دوم و سوم دست پیدا کردند و تیم اداره تعاون گرگان نیز در جایگاه چهارم ایستاد.ایوب هلاکو مدیرکل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی گلستان در مراسم اختتامیه ، هدف از برگزاری این مسابقات ورزشی را گرمیاداشت ایم الله دهه فجر ، ایجاد روحیه نشاط و ارتقای سلامتی کارکنان عنوان کرد.نفرات تیم قهرمان(اداره کل)باقر رستاقی-حسین دهقان -محمد پاسندی-سیدعلی میرحاجی-هادی نظری-مهدی نیکفر-محمدمهدی خالقی -در پایان در حضور مدیرکل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی گلستان ، رئیس سازمان بسیج کارگری استان و معاون اجتماعی اداره کل با اهدا کارت هدیه ، تیم های اول تا سوم تجلیل شدند.

در چهل و هفتمین سالروز پیروزی انقلاب اسلامی:

### جشن بزرگ ازدواج ۴۷ زوج البرزی برگزار شد

کرج – اباصلت عابد: به همت سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری کرج در چهل و هفتمین سالروز پیروزی انقلاب اسلامی، ۴۷ زوج، ازدواج‌شان را در سالن شهیدان نژادفلاح جشن گرفتند.
به مناسبت دهه فجر و سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی و با همت سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری کرج و ستاد برگزاری جشن وصال عاشقی، جشن بزرگ ازدواج ۴۷ زوج جوان و انقلابی در ۲۲ بهمن سال ۱۴۰۴ برگزار شد.
معاون شهردار کرج در امور فرهنگی، ورزشی و اجتماعی شهرداری، هدف از برپایی این جشن را ترویج فرهنگ ازدواج آسان، سریع و مبتنی بر ارزش‌های اسلامی و انقلابی میان جوانان عنوان کرد.
امیر اشتری گفت: این مراسم با حضور مدیران، زوج‌های جوان، خانواده‌های آنان و شهروندان کرجی در تالار شهیدان نژادفلاح در فضایی انقلابی و معنوی برگزار شد. جشن وصال عاشقی با اجرای مجریان صدا و سیما و با برگزاری برنامه‌های فرهنگی و نمایشی، گروه‌های مختلف موزیک و استندآپ کمدی و اجرای مسابقه بین زوج‌ها به اجرا درآمد.
سخترنانی دکتر حصارى (مشاور ازدواج جوانان) در کنار خواندن خطبه مقد برای یک زوج، بخشی دیگر از این برنامه بود که به منظور تشویق و ترغیب جوانان به امر مقدس ازدواج به انجام رسید.



# مفهوم اعتماد در عصر بازاریابی دیجیتال

است.

**اینفلوئنسر مارکتینگ:از بیلبوردهای انسانی تا شرکای روایی**

موج اول بازاریابی اینفلوئنسری اغلب یک معامله ساده و سطحی بود: پرداخت پول به چهره های مشهور برای نگه داشتن یک محصول در مقابل دوربین. در این مدل، نفوذگران چیزی بیش از بیلبوردهای انسانی نبودند و

**نویسنده: علی آل علی**
در چشم انداز رسانه ای گذشته نفوذ یک بازی قدرت بود که از برج های بلند رسانه های جمعی به سوی بازاری منفعل، پخش می شد. برندها و سازمان ها با در اختیار داشتن بزرگ ترین بلندگوها، روایت ها را شکل می دادند و حقیقت را دیکته می کردند. اما آن دوران امپراتوری های متمرکز به پایان رسیده است. امروزه اعتماد دیگر یک دارایی نیست که بتوان آن را از طریق بودجه های عظیم تبلیغاتی خریداری کرد؛ بلکه یک ارز دیجیتال و نامتمرکز است که در یک شبکه پیچیده و دائما در حال تغییر از روابط انسانی، میادله می شود. در این اکوسیستم جدید، که توسط اقتصاد خالقان محتوا قدرت گرفته، مرزهای سنتی میان روابط عمومی، بازاریابی وابسته و نفوذ فردی در حال فروریختن است. رهبران آینده نگر دریافته اند که موفقیت، دیگر محصول انتخاب یک کانال مجزا نیست، بلکه نتیجه معماری دقیق یک اکوسیستم کامل از نفوذ است؛ اکوسیستمی که در آن، اصالت، تخصص و رابطه، سنگ بناهای اصلی هستند.

**روابط عمومی:از بلندگوهای جمعی تا نچوهای دقیق**
روابط عمومی سنتی، یک هنر مبتنی بر پوشش خبری گسترده بود؛ یک تلاش برای قرار دادن نام برند در معتبرترین و پرمخاطب ترین رسانه های جهان. اما در دنیای فوق تخصصی شده امروز، ارزش یک فریاد که به گوش میلیون ها نفر ناشناس می رسد، به مراتب کمتر از یک نجوای دقیق در گوش یک جامعه کوچک اما کاملا مرتبط است. این تغییر پارادایم، روابط عمومی را از یک فعالیت پخش گسترده به یک استراتژید شخصی سازی شده و خرد تبدیل کرده است.

در این مدل جدید، موفقیت نه با حجم پوشش خبری، بلکه با عمق نفوذ در جوامع تخصصی سنجیده می شود. این یک بازی شطرنج استراتژیک است که در آن، برقراری یک رابطه بلندمدت و معنادار با یک پادکستر معتبر از یک فوزه خاص یا یک خبرنامه تخصصی که توسط رهبران فوری یک صنعت خوانده می شود، بسیار ارزشمندتر از یک تیتز گذرا در یک رسانه عمومی است. این رویکرد، روابط عمومی را از یک ابزار برای ساختن «شهرت» به یک فرآیند برای مهندسی اعتبار تبدیل می کند.

مخاطبان به سرعت در برابر این تبلیغات غیرصادقانه، مقاوم شدند. اما این صنعت اکنون به بلوغ استراتژیک رسیده است.

برندهای هوشمند دریافته اند که ارزش واقعی یک خالق محتوا، نه در تعداد دنبال کنندگان او، بلکه در اعتماد عمیقی است که او در طول زمان با جامعه خود ساخته است. این درک، رابطه برند و نفوذگر را از یک معامله کوتاه مدت به یک مشارکت روایی بلندمدت تغییر داده است. در این مدل، خالق محتوا دیگر یک مجری صرف نیست، بلکه یک همکار استراتژیک است که با درک عمیق از مخاطبانش، به برند کمک می کند تا داستان خود را به اصل ترین و موثرترین شکل ممکن روایت کند. این گذار از اجاره کردن یک مخاطب به هم آفرینی یک داستان است.

شرکت فناوری دایسون این استراتژی را در هسته بازاریابی خود قرار داده است. به جای همکاری با چهره های مشهور سبک زندگی که ممکن است درک فنی عمیقی از محصولات نداشته باشند، دایسون به صورت استراتژیک با مهندسان، طراحان و متخصصان فناوری همکاری می کند. این افراد، که خود در جوامع شان به عنوان منابع معتبر دانش شناخته می شوند، می توانند

ابزاری برای ارائه کدهای تخفیف و جذب خریداران حساس به قیمت. اما ایسن کانال نیز در حال تجربه های مشهور سبک زندگی که ممکن است درک فنی خالقان محتوا، بازاریابی وابسته از یک تاکتیک معامله محور به یک «موتور اعتماد» قدرتمند تبدیل شده است. در این مدل جدید، یک لینک وابسته دیگر فقط یک راه برای دریافت تخفیف نیست؛ بلکه آخرین حلقه در



یک زنجیره طولانی از اعتمادسازی است که توسط یک خالق محتوای معتبر ساخته شده است.

وقتی یک منتقد مورد اعتماد، پس از یک بررسی عمیق و بی طرفانه از چند محصول، یک لینک وابسته را برای محصول برنده ارائه می دهد، آن لینک دیگر یک ابزار فروش نیست؛ بلکه یک «تایید نهایی» و یک خدمت به مخاطبی است که به دنبال بهترین انتخاب ممکن می گردد. این، هنر کسب درآمد از طریق اعتبار است، نه فقط از طریق معامله.

وب سایت نقد و بررسی محصول وایرکاتر که اکنون متعلق به روزنامه نیویورک تایمز است، مدل کسب و کار خود را به طور کامل بر پایه این شکل نوین و استراتژیک از بازاریابی وابسته بنا کرده است. قدرت وایرکاتر، نه در ارائه تخفیف، بلکه در تعهد وسواس گونه به تحقیقات

به شکلی عمیق و صادقانه، نوآوری های فنی و برتری مهندسی محصولات دایسون را کالبدشکافی کنند. یک نقد ویدیویی دقیق از یک مهندس که نحوه عملکرد موتور دیجیتال یک جاروبرقی را توضیح می دهد، بسیار متقاعدکننده تر از یک پست اینستاگرام از یک سلبریتی است. این مشارکت، مبتنی بر تخصص است، نه شهرت. دایسون با این کار، روایت برند خود را به دست معتبرترین صداها در حوزه های مرتبط می سپارد و یک دیوار دفاعی از اعتبار فنی می سازد که رقیبا به سادگی نمی توانند آن را تکرار کنند.

**بازاریابی وابسته:از کدهای تخفیف تا موتور اعتماد**
بازاریابی وابسته (Affiliate Marketing) برای سال ها به عنوان یک کانال بازاریابی عملکردی و نه چندان معتبر، در انتهای زنجیره ارزش دیده می شد؛

## معیارهای گوگل برای استخدام کارشناس سئو

- پرچم قرمز شماره ۱: من شما را به رتبه یک گوگل می رسانم!

این مشهورترین، فریبنده ترین و دروغبن ترین وعده در دنیای سئو است. هیچ‌کس، حتی خود کارمندان گوگل، نمی توانند رتبه یک را برای یک کلمه کلیدی رقبابتی تضمین کنند. الگوریتم گوگل یک موجود زنده، پیچیده و دائما در حال تغییر است که نتایج را براساس صدها عامل مختلف و حتی سابقه جست‌وجوی خود کاربر، شخصی سازی می کند.
یک متخصص واقعی هرگز چنین قولی نمی دهد. در عوض، او درباره «بهبود رتبه ها»، «افزایش ترافیک ارگانیک مرتبط» و «حضور پایدار در صفحه اول نتایج» صحبت خواهد کرد.

- پرچم قرمز شماره ۲: من یک فرمول محرمانه یا رابطه خاص با گوگل دارم

در دنیای سئو هیچ راهکار مخفی وجود ندارد. تمام اصول و راهنمایی های گوگل برای داشتن یک وب سایت باکیفیت، به صورت عمومی منتشر شده است. تخصصانی که ادعا می کنند از روش های مخفی و ناشناخته استفاده می کنند، به احتمال زیاد در حال استفاده از تکنیک های «سئو کلاه-سیاه» هستند. این تکنیک ها، مانند تقلب در یک امتحان، ممکن است در کوتاه مدت نتایج خوبی به همراه داشته باشند، اما به محض شناسایی توسط گوگل، منجر به جریمه های سنگین و حتی حذف کامل وب سایت شما از نتایج جست‌وجو خواهند شد.

- پرچم قرمز شماره ۳: نتایج را در یک هفته تضمین می کنم

سئو یک دوی سرعت نیست؛ یک ماراثن است. ساختن اعتبار و اقتدار در نزد گوگل، مانند ساختن یک باغ پربار است. شما باید بذرها (محتوای باکیفیت) را بکارید، به طور منظم آبیاری کنید (به روزرسانی و بهینه سازی) و با صبر و حوصله منتظر رشد و به ثمر نشستن آن باشید. هر کسی که قول نتایج فوری و انفجاری را می‌دهد، به احتمال زیاد قصد دارد از روش های مصنوعی و اسپم گونه ای مانند خرید انبوه لینک ها استفاده کند؛ روش هایی که دیر یا زود، کل باغ شما را به یک بیابان خشک تبدیل خواهند کرد.

- پرچم قرمز شماره ۴: روش هایم کاملا محرمانه است و نمی توانم توضیح دهم

یک شریک استراتژیک واقعی، شفاف است. یک معمار

سئو، نقشه کار خود را با شما به اشتراک می‌گذارد و

بی طرفانه، آزمایش های دقیق و نقدهای عمیق نهفته است.

روزنامه نگاران و متخصصان این وب سایت، ساعت ها و گاهی هفته ها را صرف آزمایش محصولات مختلف می کنند تا در نهایت، تنها بهترین گزینه را در هر دسته بندی معرفی نمایند. مدل درآمدی آنها کاملا مبتنی بر کمیسسیون از طریق لینک های وابسته است، اما مخاطبان به این مدل اعتماد کامل دارند، زیرا می دانند که توصیه ها محصول یک فرآیند صادقانه و سخت گیرانه است. وایرکاتر با این استراتژی، بازاریابی وابسته را از یک کانال کم ارزش به یک سرویس روزنامه نگاری مبتنی بر اعتماد تبدیل کرده است.

**همگرایی بزرگ: خالق محتوا به مثابه یک آژانس یکپارچه**

بزرگ ترین حقیقتی که در حال آشکار شدن است، این است که مرزهای میان این سه حوزه، دیگر معنایی ندارند. آنها در حال یک همگرایی بزرگ هستند و نقطه مرکزی این همگرایی، خود «خالق محتوا» است. یک خالق محتوای استراتژیک، امروز به مثابه یک آژانس بازاریابی یکپارچه و کوچک عمل می کند. او می تواند با تولید یک محتوای ویدیویی عمیق و آموزشی، «روابط عمومی» انجام دهد. او با به اشتراک گذاشتن تجربه اصیل خود از یک محصول، نقش یک «نفوذگر» را ایفا می کند و با قرار دادن یک لینک خرید در توضیحات ویدیو، یک کانال «بازاریابی وابسته» موثر را فعال می سازد. درک این واقعیت، استراتژی برندها را به طور کامل تغییر می دهد. هدف، دیگر اجرای کمپین های مجزا در سیلوهای مختلف نیست، بلکه برقراری یک مشارکت عمیق و بلندمدت با خالقان محتوایی است که می توانند تمام این نقش ها را به صورت یکپارچه و اصیل ایفا کنند. این یک بازی برای ساختن ارتشی از شرکای خلاق است، نه خریدن فضاهای تبلیغاتی.

شرکت نینتندو، در زمان عرضه بازی های بزرگ خود مانند نسخه های جدید افسانه زلدا، این استراتژی همگرا را به شکلی هنرمندانه اجرا می کند. این شرکت، به جای تکیه بر تبلیغات سنتی، یک اکوسیستم از خالقان محتوا را فعال می سازد. آنها نسخه های اولیه بازی را برای وب سایت های معتبر نقد بازی ارسال می کنند تا پوشش رسانه ای اولیه و معتبری (روابط عمومی) ایجاد شود. همزمان، با بزرگ ترین استریمرها در پلتفرم هایی مانند توییچ و یوتیوب همکاری می کنند تا آنها گیم پلی زنده را برای میلیون ها طرفدار مشتاق پخش کنند. بسیاری از این استریمرها نیز لینک های وابسته به فروشگاه آنلاین نینتندو یا خرده فروشان دیگر را در پروفایل خود قرار می دهد تا مخاطبان بتوانند بازی را مستقیما خریداری کنند (بازاریابی وابسته). این یک سمفونی کاملا هماهنگ است که در آن، یک گروه منتخب از راویان معتبر، داستان برند را در تمام ابعاد و از طریق تمام کانال ها به صورت یکپارچه روایت می کنند.

منابع:

https://www.inc.com/lauren-kleinman/what-pr-affiliate-and-influencer-marketing-will-look-like-۹۱۲۸۱۱۱/۲۰۲۶-in

https://www.inc.com/lauren-kleinman/what-pr-affiliate-and-influencer-marketing-will-look-like-۹۱۲۸۱۱۱/۲۰۲۶-in

https://www.inc.com/lauren-kleinman/what-pr-affiliate-and-influencer-marketing-will-look-like-۹۱۲۸۱۱۱/۲۰۲۶-in

https://www.inc.com/lauren-kleinman/what-pr-affiliate-and-influencer-marketing-will-look-like-۹۱۲۸۱۱۱/۲۰۲۶-in

https://www.inc.com/lauren-kleinman/what-pr-affiliate-and-influencer-marketing-will-look-like-۹۱۲۸۱۱۱/۲۰۲۶-in

شما باید فراتر از سوالات کلی باشد. اجازه دهید اصول اساسی در این رابطه را شبیه‌سازی کنیم.

۱. سابقه و نمونه های موفق را به چالش بکشید: به جای پرسیدن «برای چه شرکت هایی کار کرده اید؟»، بپرسید «می توانید یک نمونه مشخص از کسب وکاری شبیه به ما را مثال بزنید که با آن کار کرده اید؟ چالش اصلی آنها چه بود، استراتژی شما چه بود و نتایج ملموس آن چه شد؟». حتما با چند مورد از مشتریان قبلی آنها تماس بگیرید و نظرشان را جویا شوید.

۲. یک ممیزی فنی و جست‌وجو بخواهید: بهترین راه برای ارزیابی توانایی یک متخصص، این است که از او بخواهید یک آنالیز اولیه از وب سایت شما (معمولا به صورت یک پروژه کوچک و پولی) انجام دهد. این آنالیز نباید فقط یک لیست از مشکلات باشد. یک متخصص بسزرگ، این مشکلات را اولویت بندی می کند، دلیل اهمیت هر کدام را توضیح می دهد و یک نقشه راه عملی برای بهبود آنها پیشنهاد می کند.

۳. دربارۀ نحوه اندازه گیری موفقیت صحبت کنید: موفقیت در سئو فقط با رتبه کلمات کلیدی اندازه گیری نمی شود. یک شریک استراتژیک واقعی، موفقیت را با معیارهای کسب و کار شما گره می زند. او درباره افزایش ترافیک، بهبود نرخ تبدیل، کاهش نرخ پرش و در نهایت، بازگشت سرمایه (ROI) فعالیت های سئو صحبت خواهد کرد.

**جمع‌بندی**

استخدام یک متخصص سئو، مانند استخدام یک کارمند یا خرید یک سرویس نیست. این، آغاز یک شراکت بلندمدت و استراتژیک است. سئو یک فرآیند مداوم، پویا و نیازمند همکاری نزدیک میان متخصص سئو و تیم شماسات، با انتخاب یک معمار واقعی به جای یک شاعیده باز فریبنده، شما نه تنها وب سایت خود را از کوچه های بن بست اینترنت نجات نمی دهید، بلکه پایه های یک ساختمان بلند و مستحکم را برای آینده دیجیتال کسب و کارتان بنا می کنید؛ ساختمانی که نه تنها دیده می شود، بلکه مورد اعتماد و تحسین همه قرار می گیرد.

منابع:

https://www.searchenginejournal.com/googles-advice-on-hiring-an-۵۵۰۹۵۵/seo