

چرا دنیا به سال ۲۰۲۲ خوش بین است؟

چه احساسی درباره سال ۲۰۲۲ دارید و آیا به سال جدید میلادی خوش بین هستید؟ نتایج یک نظرسنجی نشان می‌دهد با وجود گسترش سویه اومیکرون در سراسر جهان، مردم به نحو شکست‌آوری نسبت به سال جدید احساس مثبتی دارند. به گزارش مجمع جهانی اقتصاد، موسسه «ایپسوس» (Ipsos) که در زمینه تحقیقات بازارهای جهانی و مشاوره بنگاه‌های فعالیت می‌کند، در یک نظرسنجی از بیش از ۲۲ هزار شهروند بزرگسال در ۳۳ کشور جهان خواسته است تا پیش‌بینی‌های شخصی خود را برای سال ۲۰۲۲ ارائه دهند. اگرچه نگرانی‌ها در مورد افزایش قیمت‌ها و تغییرات محیط زیست همچنان ادامه دارد، اما اکثر مردم احساس می‌کنند که اوضاع در سال جدید میلادی بهتر خواهد شد. چنانکه آنتونیا لویز از مدیران موسسه «ایپسوس» در این باره می‌گوید: «امید بهار ابدی است». یافته‌های این نظرسنجی نشان می‌دهد که به طور کلی، سه چهارم پاسخ‌دهندگان...

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

بورس تهران هفته دوم زمستان را با کاهش ۱۸ هزار واحدی آغاز کرد

افت دسته جمعی شاخص‌ها

فرصت امروز: بازار سهام اولین هفته زمستان را با ادامه بهبود نسبی و رشد ارزش مبادلات به پایان رساند که منتهی به بازدهی ۲،۸ درصدی شاخص کل و نوسان ارزش روزانه دادوستدها در محدوده ۴هزار میلیارد تومان در هفته گذشته شد. هرچند این بهبود نسبی معاملات بورس به دنبال رونمایی از بسته پیشنهادی ۱۰ بندی دولت باعث امیدواری سهامداران شد و پس از افت...

تجارت پنهان ۱۲ میلیارد دلاری چطور انجام می‌شود؟

۴۲ شیوه قاچاق در ایران

فرصت امروز: آمارها نشان می‌دهد در کمترین حالت، ارزش قاچاق ورودی و خروجی (قاچاق معکوس) کالا در ایران بیش از ۱۲ میلیارد دلار است که در مقایسه با تجارت رسمی کشور، رقم قابل توجهی است و طیف وسیعی از کالاها از جمله پوشاک، کفش، سیگار، لوازم خانگی و لوازم آرایشی و بهداشتی را دربر می‌گیرد. این تجارت پنهان و زیرزمینی البته به سبک‌ها و شیوه‌های مختلفی انجام می‌شود و طبق گفته نهاد پژوهشی مجلس...

ماهیت سازمان حمایت چطور تغییر می‌کند؟

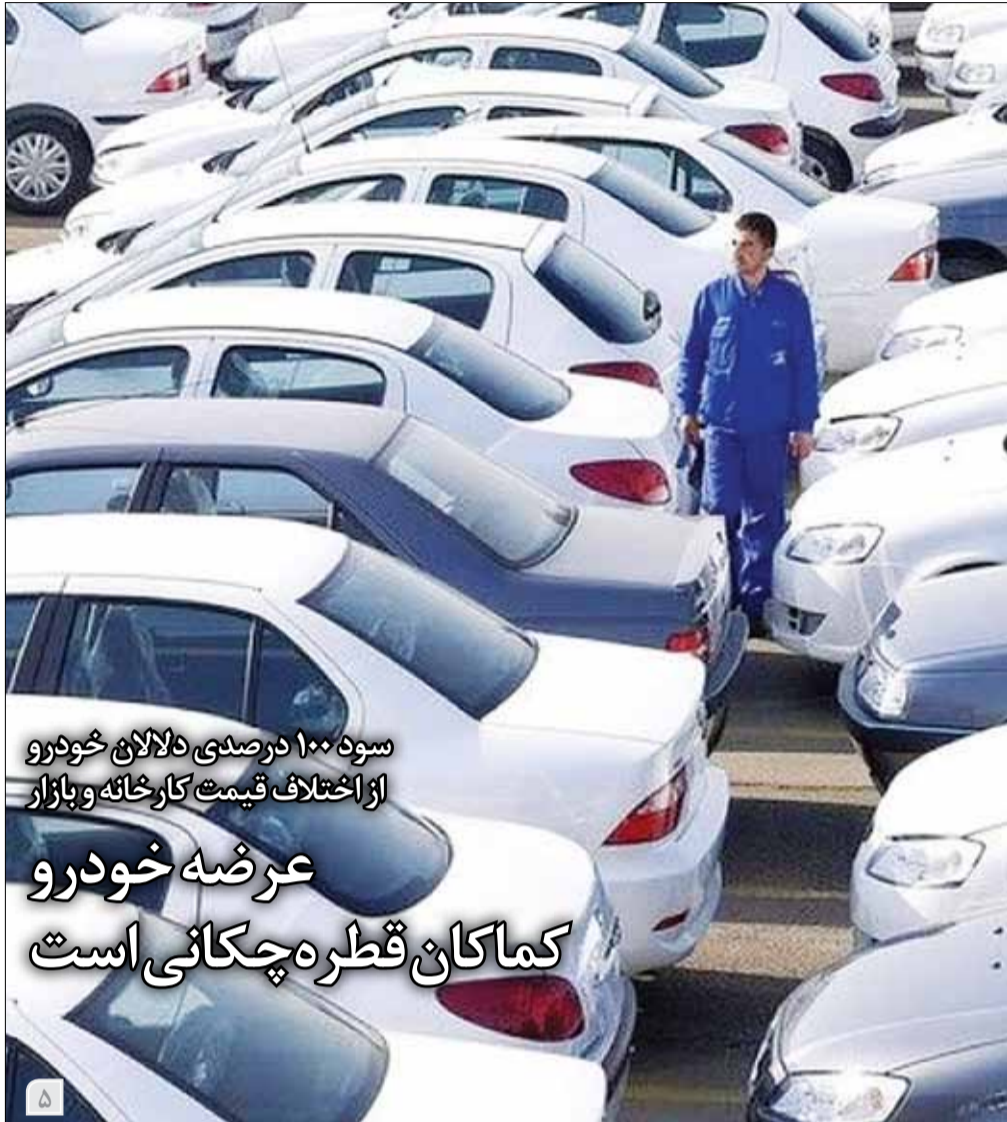
ایست به رقابت

مدیریت و کسب و کار

اینفلوئنسر مارکتینگ در سال ۲۰۲۲ چه وضعیتی خواهد داشت؟



آیا شما تا به حال یک محصول را فقط به خاطر اینکه یک فرد مشهور آن را توصیه کرده است، خریداری کرده‌اید؟ بسیاری از مردم در سراسر دنیا این عادت در زمینه خرید را دارند. اینکه شما یک محصول را به خاطر تبلیغ یک فرد مشهور خریداری کنید، شاید در نگاه نخست بسیار ساده‌انگاره به نظر برسد، اما اطمینان بالایی در شما نسبت به کیفیت محصول موردنظر ایجاد خواهد کرد. امروزه بسیاری از افراد در فضای آنلاین به عنوان متخصص‌های حوزه‌های گوناگون در تلاش برای معرفی محصولات تازه و مناسب به مشتریان هستند. این دسته از افراد برخلاف نمونه‌های رایج در تبلیغات اقدام به ارزیابی دقیق یک محصول کرده و پس از ارائه اطلاعات مناسب به شما دعوت به خرید خواهند کرد. درست به همین خاطر میزان تاثیرگذاری آنها بر روی مخاطب هدف به شدت بالاست. این دسته از افراد به طور معمول تحت عنوان اینفلوئنسر شناخته می‌شوند...



سود ۱۰۰ درصدی دلالتان خودرو از اختلاف قیمت کارخانه و بازار

عرضه خودرو

کماکان قطره چکانی است

همراه بانک پاسارگاد؛ همیشه بیدار و همواره در دسترس

mobilebank می‌توانید همراه بانک را متناسب با سیستم عامل تلفن همراه خود دریافت و نصب کنید. سپس جهت فعال‌سازی به سامانه بانکداری مجازی و یا نزدیک‌ترین شعبه بانک پاسارگاد مراجعه و رمز عبور را دریافت کنید. نرم‌افزار را اجرا کرده، نام کاربری و رمز عبور مندرج در فرم رمز را برای ورود به سامانه در کادر مربوطه وارد کنید. حالا می‌توانید از خدمات بی‌شمار همراه بانک استفاده کنید. برای آشنایی بیشتر با امکانات و خدمات همراه بانک پاسارگاد و آموزش استفاده از آنها، به مراجعه به صفحه اصلی سایت بانک پاسارگاد، منوی آموزش بانکداری الکترونیک و یا لینک www.bpi.ir/elearning از فیلم‌ها و محتوای آموزشی استفاده کنید.

اشتراک‌گذاری تصویر کارت، استعلام نام دارنده کارت، پرداخت قبض مستمرا همراه اول، امکان خرید شارژ به صورت مستقیم و خرید رمز، امکان اسکن کارت مبدأ و مقصد، نمایش نام بیمه‌شونده (پرداخت قبض بیمه)، افزودن چراغ قوه در زمان اسکن بارکد، افزودن شرح در انتقال وجه کارت به کارت، استعلام اطلاعات صادرکننده قبض، امکان دریافت ۱۰ گردش آخر کارت و انسداد کارت و امکان پرداخت قبض از طریق اسکن بارکد را ارائه می‌دهد.

حالا چطور می‌توانیم از همراه بانک پاسارگاد استفاده کنیم؟ با مراجعه به وبسایت بانک پاسارگاد و از طریق منوی بانکداری الکترونیک و یا لینک bpi.ir

تجمعی گردش سپرده، اشتراک‌گذاری گزارش‌ها، پرداخت قبض گروهی، انتقال وجه بین سپرده‌های خود در بانک پاسارگاد، انتقال وجه داخل بانکی (سپرده‌های دیگران)، انتقال وجه مستمر داخل بانکی و بین‌بانکی، یادداشت‌گذاری بر روی گردش سپرده و پنهان کردن موجودی در زمان ورود از جمله امکاناتی است که همراه بانک پاسارگاد در بخش سپرده به شما ارائه می‌دهد.

در حوزه خدمات کارت نیز امکاناتی همانند دریافت موجودی کارت، امکان انتقال وجه کارت به سپرده و شب، امکان کپی کردن رمز پویا، دریافت رمز پویا در تمام تراکنش‌های کارت و اتصال به سامانه هریم، امکان به

این گزارش، امکانات این همراه بانک در بخش سپرده و کارت را معرفی خواهیم کرد.

با استفاده از همراه بانک پاسارگاد می‌توانید وضعیت سپرده خود را مشاهده کنید و اطلاعات گردش حساب را در قالب فایل اکسل و پی‌دی‌اف دریافت نمایید. همچنین انتقال وجه بین بانکی را به آسانی انجام دهید. پشتیبانی از سپرده چند ارزی، فیلتر کردن لیست سپرده‌ها، جابه‌جایی سپرده‌ها به صورت بصری، تعریف نام مستعار برای سپرده، نمایش وضعیت سپرده در انتقال وجه بین بانکی، نمایش چرخه‌های زمانی و قوانین انتقال در پایا و ساتنا، جست‌وجو در کارت‌ها و سپرده‌ها، نمایش نمودار گردش سپرده‌ها، نمایش نمودار

امروزه تلفن‌های همراه فراتر از یک وسیله ارتباطی هستند و انجام کارهای روزانه را برای ما آسان‌تر کرده‌اند و امکانات زیادی را در اختیار ما قرار می‌دهند. همراه بانک‌ها هم یکی از همین امکانات هستند که توسط بانک‌ها در سراسر جهان به مشتریان ارائه می‌شوند و خدمات مختلفی را در قالب یک اپلیکیشن بر روی تلفن همراه فراهم می‌سازند. مشتریان با استفاده از همراه بانک می‌توانند بدون حضور در شعبه، بخش قابل توجهی از کارهای بانکی خود را به ساده‌ترین راه انجام دهند. همراه بانک پاسارگاد نیز که در مجموعه گروه مالی پاسارگاد تهیه شده، دارای امکانات بی‌نظیری است و یک بانک همیشه بیدار و همواره در دسترس است. در

درس‌هایی از فیلم‌ساز سرشناس که از شما کارآفرین بهتری می‌سازد

کار آفرینی به سبک اسپیلبرگ

بی‌مزد در استودیو یونیورسال آغاز کرد. او می‌دانست که باید خودش را درست در مرکز همان صنعتی بکنجد که دلش می‌خواهد در آن به موفقیت برسد، حتی اگر در این راه یک پنی هم دستش را نگیرد. بنابراین از نشان دادن خود هرگز ترسید.

کار مورد علاقه خود را انجام دهید

اگر می‌خواهید در هر کاری که انجام می‌دهید موفق باشید باید آن کار ریشه در انگیزه‌های قوی داشته باشد. بسیاری از فیلم‌های استیون اسپیلبرگ متأثر از تجربیات دوران کودکی اوست که در اعمال وجودش باقی مانده بودند. به عنوان مثال، فیلم سوپر ۸ (۲۰۱۱) آینه‌ای است از اشتیاق اسپیلبرگ کوچک که می‌خواست در سال‌های کودکی فیلم بسازد. در این فیلم، بچه‌ها از یک دوربین دستی ارزان قیمت برای ساختن فیلم خانگی و برای بعضی از صحنه‌ها از اسباب‌بازی‌های‌شان استفاده می‌کردند. اسپیلبرگ خودش در کودکی همین کار را می‌کرد؛ و از قطار اسباب‌بازی‌اش برای خلق صحنه‌های فاجعه‌بار فیلمی که با دوربین هشت میلی‌متری ضبط می‌شد، استفاده می‌کرد. پس‌زمینه بهودی او هم در کارش اثرگذار بود و در نهایت منجر به ساخت فیلم فهرست شیندلر شد. جالب آنکه اسپیلبرگ در دوران کودکی به خاطر بهودی بودن از سایر بچه‌ها آزار می‌دید.

ترس تنها یک کلمه است

استیون اسپیلبرگ در طول کار حرفه‌ای‌اش، مشکلات و دست‌انداختن‌های بسیاری را دیده است. احتمالا او هم همیشه پاسخی برای تمامی مشکلات نداشته و نمی‌توانسته نتیجه نهایی کارهایی را که دست به انجام‌شان می‌زده ببیند، اما هرگز نگذاشت ترس از ناشناخته‌ها در مسیر موفقیتش قرار بگیرد. اگر کاری درست پیش نرود، او دیگران را سرزنش نمی‌کند و مسئولیت آنچه را رخ داده برعهده می‌گیرد. به جای اینکه از ترس جا بزند، تصمیم می‌گیرد به استقبال آن برود.

هر کارآفرین موفق به شما خواهد گفت که موفقیت در

دارید و بیاموزید که با شرایط و مخاطرات چطور مطابقت پیدا کنید. وقتی اسپیلبرگ مشغول تهیه فیلم آرزوها بود، با مجموعه‌ای بی‌حد و حصر از مشکلات تکنیکی مختلف روبه‌رو شد که سرعت تهیه فیلم را دچار مشکل کرده بود. در واقع بسیاری از عوامل و بازیگران فیلم شکایت می‌کردند که به خاطر این دشواری‌های فنی همه چیز چقدر کند و آهسته پیش می‌رود. با این حال اسپیلبرگ به این شهرت دارد که می‌تواند در حین کار به راهکارها هم فکر کند و از موقعیت‌هایی که سر راه قرار می‌گیرند، بهترین حالت را بیرون بکشد. برای همین بود که آرزوها عاقبت به یکی از موفق‌ترین فیلم‌های تاریخ سینما تبدیل شد و سه جایزه اسکار را از آن خود کرد.

آماده اشتباه کردن باشید

وقتی اسپیلبرگ کارش را شروع کرد، تبدیل شدن به یک چهره معروف و ثروتمند، دورترین فکری بود که می‌توانست به ذهنش خطور کند. زمانی که او نخستین فیلم مستقلش به نام نور آتش را در سال ۱۹۶۳ کارگردانی کرد، کل سودی که از ساخت و فروش این فیلم برد تنها یک دلار بود! او قصد نداشت پول خوبی از ساخت این فیلم به جیب بزند و این کار را برای رشد هنری خودش انجام داد. این فیلم شاید جایزه‌ای نگرفته باشد، اما اسپیلبرگ از این تجربه بسیار آموخت. کارآفرینان هم به همین شیوه باید از خطاهای محاسباتی که در ابتدای راه انجام می‌دهند، یاد بگیرند. خطاهای می‌توانند بهترین معلم ما باشند.

از نشان دادن خود ترسید

وقتی کارتان را راه‌اندازی می‌کنید، نباید انتظار داشته باشید که گروه مشتریان دوان دوان به سراغ‌تان بیایند. باید اراده این را داشته باشید تا قدم جلو بگذارید تا درجاتی از موفقیت را ببینید. برای همین است که آدم‌ها باید بدانند شما که هستید و چه می‌فروشید و چرا آنها باید پولی را که به خاطرش زحمت می‌کشند، هزینه کسب و کار شما کنند. اینگونه بود که اسپیلبرگ کارش را به عنوان یک کارآموز

فرصت امروز: استیون اسپیلبرگ، فیلم‌ساز و میلیاردی سرشناس آمریکایی، یکی از شناخته‌شده‌ترین و تحسین‌شده‌ترین چهره‌های هالیوود است. او در طول بیش از نیم قرن فعالیت حرفه‌ای خود در سینما، بیش از ۱۰۰ فیلم داستانی را تهیه و کارگردانی کرده و عاید‌اش از فروش باکس آفیس ۲۵ میلیارد دلار بوده است. او همچنین شریک و هم‌بنیان‌گذار شرکت فیلم‌سازی دریم ورکر استودیوز است و ثروتش به ۷،۹۵ میلیارد دلار می‌رسد. نام اسپیلبرگ بیش از هر چیز با نام تولیدات ماندگار و پروادار سینمایی نظیر آرزوها، ای‌تی، ایندیانا جونز، نجات سرباز رایان و صدا البته فهرست شیندلر گره خورده است. هرچند نام و سابقه او عمدتاً مرموز هنر هفتم و فعالی‌های سینمایی‌اش بوده است، اما می‌توان به خاطر داشت که کارگردان سرشناس و فیلم‌سازان ستیون موفقی بوده‌اند که همانند او در فهرست میلیاردی‌های دنیا قرار ندارند. برای همین است که وقتی نام استیون اسپیلبرگ به میان می‌آید همواره به این موضوع هم اشاره می‌شود که کارآفرینان، تاجران و به طور کلی، اهالی کسب و کار می‌توانند از او به عنوان یکی از الگوهای کارآفرینی درس بگیرند و بیاموزند.

آنچه در گزارش حاضر می‌خوانید، درس‌های کارآفرینی اسپیلبرگ برای اهالی کسب و کار است که شامل هشت آموزه می‌شود: همیشه گوش به زنگ باشید، آماده اشتباه کردن باشید، از نشان دادن خود نترسید، کار مورد علاقه‌تان را انجام دهید، ترس تنها یک کلمه است، نقطه ضعف را به نقطه قوت تبدیل کنید، دست از رویاپردازی نکشید و برندی بسازید که ماندگار باشد. این گزارش از مطلبی در سایت «Success ۲ Addicted» ترجمه شده است.

همیشه گوش به زنگ باشید

به خود غره شدن، یکی از گناهان کبیره در عالم کارآفرینی است. اگر می‌خواهید تازگی و ارتباطات با واقعیت را حفظ کنید باید چشم و گوش‌تان را باز نگه



مجمع جهانی اقتصاد گزارش داد

چرا دنیا به سال ۲۰۲۲ خوش بین است؟

چه احساسی درباره سال ۲۰۲۲ دارید و آیا به سال جدید میلادی خوش بین هستید؟ نتایج یک نظرسنجی نشان می‌دهد با وجود گسترش سویه اومیکرون در سراسر جهان، مردم به نحو شگفت‌آوری نسبت به سال جدید احساس مثبتی دارند. به گزارش مجمع جهانی اقتصاد، موسسه «ایپسوس» (Ipsos) که در زمینه تحقیقات بازارهای جهانی و مشاوره بنگاه‌های فعالیت می‌کند، در یک نظرسنجی از بیش از ۲۲ هزار شهروند بزرگسال در ۳۳ کشور جهان خواسته است تا پیش‌بینی‌های شخصی خود را برای سال ۲۰۲۲ ارائه دهند. اگرچه نگرانی‌ها در مورد افزایش قیمت‌ها و تغییرات محیط زیست همچنان ادامه دارد، اما اکثر مردم احساس می‌کنند که اوضاع در سال جدید میلادی بهتر خواهد شد. چنانکه آنتونیا لویز از مدیران موسسه «ایپسوس» در این باره می‌گوید: «امید بهار ابدی است.»

یافته‌های این نظرسنجی نشان می‌دهد که به طور کلی، سه چهارم پاسخ‌دهندگان (۷۷ درصد) انتظار دارند سال بهتری در ۲۰۲۲ داشته باشند. همچنین ۵۴ درصد از ژاپنی‌ها خوش‌بین هستند که سال ۲۰۲۲ برای آنها سال بهتری نسبت به سال ۲۰۲۱ خواهد بود و این رقم در میان چینی‌ها ۹۴ درصد است. البته وقتی در پایان سال ۲۰۲۰ از مردم در این باره سؤال شد، ۹۰ درصد آنها گفتند که این سال (۲۰۲۰) سال بدی برای کشورشان بوده است. در پاسخ به همین سؤال در پایان سال ۲۰۲۱، این رقم به ۷۷ درصد کاهش یافت. یعنی در سال ۲۰۲۱ در حالی که ۵۶ درصد مخاطبان گفتند که سال بدی برای آنها و خانواده‌های‌شان بوده است که این رقم در سال ۲۰۲۰ حدود ۹۰ درصد بوده است. مجمع جهانی اقتصاد در ادامه این گزارش به دلایل خوش‌بینی مردم به سال ۲۰۲۲ پرداخته و پنج دلیل را برای آن برشمرده است که شامل پیشرفت در مبارزه با کووید-۱۹، مقابله با تغییرات اقلیمی، تاب‌آوری بیشتر جوامع، بهبود وضعیت اقتصادی و احتمال اندک تهاجم بیگانگان فضایی می‌شود.

پیشرفت در مبارزه با کووید-۱۹

کووید-۱۹ دلیل واضحی برای خوش‌بینی نیست، اما پیشرفت برنام‌های واکسیناسیون به مردم این امید را می‌دهد که اوضاع بهتر خواهد شد. بیش از نیمی از افراد مورد سؤال در این نظرسنجی بر این باور بودند که بیش از ۸۰ درصد از جمعیت جهان حداقل یک دوز واکسن را در سال ۲۰۲۲ دریافت خواهند کرد. مردم آمریکای لاتین بیشترین خوش‌بینی و انتظار موفقیت واکسیناسیون در سال ۲۰۲۲ را داشته‌اند و این خوش‌بینی در پرو ۸۱ درصد، در برزیل ۷۶ درصد و در شیلی ۶۹ درصد بوده است. در نقطه مقابل، اروپایی‌ها بدبین‌ترین بوده‌اند و فقط ۴۲ درصد مردم فرانسه، ۳۸ درصد مردم سوئیس و ۳۳ درصد مردم آلمان فکر می‌کنند که هدف ۸۰ درصدی واکسیناسیون قابل دستیابی است.

مقابله با تغییرات اقلیمی

اگرچه مردم در سراسر جهان انتظار دارند که بلایای طبیعی شدید اقلیمی ناشی از گرمایش جهانی در سال ۲۰۲۲ تشدید شود (به ویژه که کشورهای اروپایی در سال ۲۰۲۱ به شدت تحت تأثیر سیل قرار گرفتند) اما خوش‌بینی بیشتری نسبت به آمادگی مردم برای اقدام در جهت توقف آن وجود دارد. بیش از دو پنجم افراد در این نظرسنجی (۴۵ درصد) انتظار دارند که در سال ۲۰۲۲ تعداد کمتری نسبت به سال ۲۰۱۹ سفر کنند، اما در آسیا قوی‌ترین دیدگاه مثبتی بر تغییر عادت‌ها با ۶۸ درصد در چین، ۶۷ درصد در سنگاپور و ۶۶ درصد در مالتز دیده می‌شود.

تاب‌آوری بیشتر جوامع

تقریباً یک سوم مردم در سراسر جهان انتظار دارند که جامعه آنها در نتیجه اتفاقات دو سال گذشته تحمل بیشتری داشته باشند. این احساس در چین قوی‌ترین بوده است؛ جایی که ۸۳ درصد مردم انتظار افزایش تحمل را در سال ۲۰۲۲ دارند، در عین حال تنها ۹ درصد از مردم فرانسه با چنین نظری موافق هستند. چنانکه بیش از هفت نفر از هر ۱۰ نفر (۷۱ درصد) فکر می‌کنند که با بازگشت مردم به محل کار در ادارات طی سال ۲۰۲۲، مراکز شهرها پرچنب و جوش‌تر خواهند شد. همچنین ۹ نفر از هر ۱۰ نفر (۸۷ درصد) در چین می‌گویند این احتمال رخ می‌دهد، اما در آرژانتین، برزیل و کلمبیا چهار نفر از هر پنج نفر (۷۸ درصد) چنین نظری دارند.

بهبود وضعیت اقتصادی

خوش‌بینی نسبت به وضعیت اقتصاد جهانی در حال افزایش است. انتظارات مردم برای ثبات بازار بورس در سال ۲۰۲۲ بیشتر از سال ۲۰۲۱ است، سالی که ۴۰ درصد گفته بودند بازارهای اصلی بورس در سراسر جهان با احتمال سقوط مواجهند. اگرچه سه چهارم مردم در سراسر جهان انتظار دارند که قیمت‌ها در کشورهای‌شان سریع‌تر از درآمدها افزایش پیدا کند، بیش از دو پنجم (۴۲ درصد) سقوط بازار بورس را بعید می‌دانند.

تهاجم بیگانگان فضایی

البته هنوز جای نگرانی در سال ۲۰۲۲ زیاد است. نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد که تهاجم بیگانگان در صدر لیست اکثر افراد قرار ندارد و تنها ۱۴ درصد پاسخ‌دهندگان فکر می‌کنند که این احتمال وجود دارد. هر چند این موضوع در هند بیشتر به چشم می‌خورد و تقریباً یک سوم مردم هند انتظار دارند که میزبان بازدیدکنندگان از سیاره دیگر در این سال خواهند بود. در همین حال، ۳۹ درصد از مردم می‌گویند که انتظار دارند بلایای طبیعی، شهرهای کشورشان را تحت تأثیر قرار دهد. ۳۸ درصد فکر می‌کنند هکرهای یک قدرت خارجی ممکن است سیستم‌های آی‌تی آنها را خراب کند و ۳۴ درصد فکر می‌کنند که ممکن است از سلاح‌های هسته‌ای استفاده شود و ۲۷ درصد از هوش مصنوعی سرکش می‌ترسند.



سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

تجارت پنهان ۱۲ میلیارد دلاری چطور انجام می‌شود؟

۴۲ شیوه قاچاق در ایران



رویه‌های ترانزیتی، سرفصل دیگری از قاچاق کالا است که به گفته مرکز پژوهش‌ها، در چهار مورد قاچاق کالا با سوءاستفاده از این رویه اتفاق افتاده است: اعلام وصول صوری محموله در مقصد، تخلیه کالای اظهارشده در بین مسیر ترانزیت، تخلیه کالای اظهارنشده در بین مسیر ترانزیت، حمل کالای قاچاق (از مبادی غیررسمی) تحت عنوان کالای ترانزیت از جمله این موارد است.

قاچاق از طریق سایر رویه‌های تجاری نیز شامل پنج روش است که «واردات کالا با سوءاستفاده از سهمیه مسافری در مناطق آزاد»، «واردات کالا با سوءاستفاده از سهمیه مسافری»، «ورود خودرو تحت‌عنوان ورود موقت - کارنه دوپاساژ (یک نوع جواز ورود خودرو به کشور است که توسط کانون‌های جهانگردی کشورهای ملحق به قرارداد گمرکی سال ۱۹۵۴ نیویورک صادر می‌شود) و عدم خروج از کشور»، «ورود کالا تحت‌عنوان ملوانی بیش از حد مجاز» و «خروج کالای ملوانی به‌صورت جمعیتی از استان‌های مرزی» را دربر می‌گیرد.

همچنین قاچاق از طرق مبادی غیررسمی، از دیگر بسترهای قاچاق است که ورود کالا از مرزهای زمینی و صعب‌العبور کوهستانی که مرزبانی و گمرک کنترل نمی‌کند، ورود کالا از طریق خورها و اسکله‌های غیرمجاز و متروکه و ورود کالای غیرمجاز از طریق مسیرها و معابر مرزی غیررسمی از مواردی است که در این گزارش اشاره شده است.

مرکز پژوهش‌ها همچنین در این گزارش به هفت روش درخصوص قاچاق ارز اشاره کرده و آنها را «جمع‌آوری ارز مداخله‌ای و خروج آن از مسیر مناطق مرزی»، «ورود و خروج ارز از کشور از طریق جاساز»، «عدم ثبت یا ثبت صوری معاملات ارزی در سامانه سنا»، «استفاده از حساب‌های بانکی مربوط به اشخاص نیازمند»، «تبانی در ثبت سفارش، فروش حواله ارزی تخصیصی، عدم‌واردات کالا یا واردات کالای لوکس»، «صدور ارزانه فاکتورهای صوری توسط صراف‌ها» و «افتتاح حساب بانکی در مناطق آزاد و انجام عملیات صرافی در سرزمین اصلی» برشمرده است. در پایان این مطالعه نیز مهمترین پیامدهای اقتصادی و اجتماعی وقوع قاچاق بررسی شده است که از جمله آثار اقتصادی آن می‌توان به ایجاد اختلال در فعالیت واحدهای تولیدی، ناکارایی سیاست‌های تجاری، انحراف در سرمایه‌گذاری و فرار سرمایه، ایجاد اشکال در تحلیل‌های اقتصادی مبتنی بر آمارهای نادرست، کاهش درآمدها و افزایش هزینه‌های دولت، انتقال نیروی کار و تضییع حقوق مصرف‌کننده اشاره کرد.

نشان می‌دهد در کمترین حالت مجموع قاچاق ورودی و خروجی (شامل قاچاق معکوس) بیش از ۱۲ میلیارد دلار بوده است که نسبت به تجارت رسمی کشور، رقم قابل توجهی است و طیف وسیعی از کالاها از جمله پوشاک، کفش، سیگار، لوازم خانگی و لوازم آرایشی را شامل می‌شود. هرچند عوامل متعددی از جمله نظام تعرفه‌گذاری نامناسب و موانع غیرضروری در مسیر واردات رسمی در ظهور پدیده قاچاق تأثیرگذار هستند، اما هدف اصلی این گزارش، احصا و طبقه‌بندی ۴۲ شیوه وقوع قاچاق کالا و ارز در مبادی رسمی و غیررسمی، آثار و راهکارهای مقابله با این پدیده است که با توجه به پرونده‌های تشکیل شده در دستگاه‌های متولی بررسی شده است.

این گزارش ابتدا به رویه‌های واردات قاچاق کالا پرداخته و ۱۴ روش قاچاق کالای ورودی را برشمرده است: واردات کالا یکی از رویه‌های گمرکی است که زمانی انجام می‌شود که کالای تجاری از خارج کشور به قلمرو داخلی وارد شود. واردات نیازمند انجام تشریفات رسمی و قانونی و اخذ مجوز و پرداخت حقوق و عوارض دولتی است. در موارد مکشوفه کالای قاچاق، مواردی مشاهده شده است که به‌دلیل نقض تشریفات قانونی در مسیرهای رسمی، وقوع جرم قاچاق محرز است. به طوری که اظهار نادرست کالایی با حقوق ورودی کمتر به جای کالای با حقوق ورودی بالا، جعل اسناد مربوط به اظهارنامه، جمعیت کالای تعاونی مرزنشین، ورود کالای قاچاق در پوشش مجموعی کالای صادراتی، خروج کالا از منطقه ویژه بدون پرداخت حقوق ورودی مواد اولیه آن، واردات با بیش‌اظهاری وزن لافاف، استرداد غیرقانونی حقوق ورودی با جعل اسناد، اظهار خلاف واقع مشخصات کالا و عدم اخذ مجوز و واردات کالا با مجوز جعلی ثبت سفارش از جمله این موارد هستند.

رویه‌های صادراتی و ترانزیتی در قاچاق

رویه‌های صادراتی از دیگر بسترهای قاچاق در این گزارش معرفی شده است که به هشت روش انجام می‌شود: قاچاق سوخت در پوشش کالای دیگر، خروج گازوئیل در پوشش ترانزیت صوری، تسهیل خروج گازوئیل از طریق حمل و نقل ریلی و خروج گازوئیل با تعبیه مخزن جاساز در تانکرهای صادراتی، قاچاق گازوئیل با سوءاستفاده از سهمیه سوخت شناورها و قاچاق گازوئیل با استفاده مکرر از فاکتورهای منشأ، خروج کالای یارانه‌ای تحت پوشش کالای صادراتی، صادرات کود شیمیایی بدون استهلاک مجوزها، با مجوز تکراری از جمله این موارد است.

رشد اقتصادی مثبت شد و تورم رو به کاهش گذاشت

تصویر ۸ شاخص اقتصادی در نیمه ۱۴۰۰

شد که خود طی هشت سال گذشته یک رکورد در تورم سالانه به شمار می‌رود، اما از همراه روند افزایشی متوقف و در مسیر نزولی قرار گرفته است؛ به طوری که تورم سالانه آذرماه ۴۳.۴ درصد ثبت شد.

گزارش مرکز آمار درباره نرخ بیکاری نیز نشان می‌دهد که نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر در تابستان تک رقمی و ۹.۶ درصد بوده ولی با این حال افزایش ۰.۸ درصدی نسبت به فصل مشابه سال پیش دارد. دولت سیزدهم قول ایجاد یک میلیون و ۸۵۰ هزار فرصت شغلی را داده که قرار است از نیمه دوم سال ۱۴۰۰ تا پایان سال ۱۴۰۱ و در طول ۱۸ ماه آن را محقق کند. البته اینکه وزارت کار و سایر دستگاه‌های مربوطه تا چه اندازه در این رابطه موفق باشند، جای سؤال دارد.

اما گزارش نقدینگی در فصل گذشته بیانگر رشد آن تا بیش از ۴۰۰ هزار میلیارد تومان است که نسبت به تابستان پارسال ۱۷ درصد افزایش داشته است. همچنین آمارها در رابطه با وضعیت شاخص کل بورس تهران نشان می‌دهد که این نماگر تالار شیشه‌ای در تابستان امسال با ۱۸.۶ درصد افزایش نسبت به فصل گذشته به یک میلیون و ۳۸۶ هزار واحد رسیده است. در این فصل ارزش جاری بازار سهام نیز ۱۹.۳ درصد و ارزش کل معاملات بازار بورس اوراق بهادار نسبت به فصل گذشته ۶۲.۷ درصد افزایش داشته است. این در حالی است که شاخص بورس تهران این روزها نیز در مرز کانال ۱.۳ و ۱.۴ میلیونی در نوسان است. افزایش ۲۰.۵ درصدی صادرات غیرنفتی، دیگر نکته‌ای است که مرکز

فرصت امروز؛ آمارها نشان می‌دهد در کمترین حالت، ارزش قاچاق ورودی و خروجی (قاچاق معکوس) کالا در ایران بیش از ۱۲ میلیارد دلار است که در مقایسه با تجارت رسمی کشور، رقم قابل توجهی است و طیف وسیعی از کالاها از جمله پوشاک، کفش، سیگار، لوازم خانگی و لوازم آرایشی و بهداشتی را دربر می‌گیرد. این تجارت پنهان و زیرزمینی البته به سبک‌ها و شیوه‌های مختلفی انجام می‌شود و طبق گفته نهاد پژوهشی مجلس، ۴۲ شیوه در رویه‌های وارداتی، صادراتی، ترانزیتی و سایر رویه‌های تجاری، به قاچاق کالا و ارز در کشور کمک کرده است.

اگرچه عوامل متعددی نظیر نظام تعرفه‌گذاری نامناسب و موانع غیرضروری در مسیر واردات رسمی در ظهور پدیده قاچاق تأثیرگذار هستند، اما مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش خود بر طبقه‌بندی شیوه‌های وقوع قاچاق کالا و ارز در مبادی رسمی و غیررسمی و همینطور آثار و راهکارهای مقابله با آن متمرکز شده و ۴۲ شیوه وقوع قاچاق را شناسایی و معرفی کرده است. از این ۴۲ رویه قاچاق کالا و ارز در کشور، ۱۴ رویه برای ورود کالای قاچاق، هشت رویه برای خروج غیرقانونی کالا، چهار رویه قاچاق از مسیر ترانزیت، پنج رویه از سایر مسیرهای تجاری، هفت رویه قاچاق ارز و چهارم رویه قاچاق از مبادی غیررسمی صورت گرفته است. بنابراین شناسایی و واکاوی به یک از روش‌ها و شیوه‌های وقوع قاچاق کمک می‌کند تا متناسب با هر یک از روش‌های وقوع قاچاق، راهکارهایی متناسب آن اتخاذ شود.

تجارت پنهان کالا و ارز با ۴۲ روش

قاچاق در ایران به شیوه‌های مختلفی هم از مبادی رسمی و هم از مبادی غیررسمی اتفاق می‌افتد. منظور از مبادی رسمی، مبادی‌ای است که گمرک ایران در آن مستقر است و در قالب رویه‌ها (فرآیندها) و به طرق مختلف ممکن است قاچاق کالا و ارز صورت گیرد. در مبادی ورودی کالا از خارج کشور به مناطق آزاد نیز گمرک مناطق مستقر است و در صورت ورود کالا به سرزمین اصلی نظارت توسط گمرک ایران انجام می‌شود. بنابراین باید این مناطق را جزو مبادی رسمی کشور محسوب کرد. همچنین مبادی غیررسمی به مبادی‌ای گفته می‌شود که گمرک ایران در آن مستقر نیست و در نتیجه ورود و خروج کالا به‌طور غیررسمی، بدون اخذ مجوزها و بدون اعمال نظارت‌های ضروری صورت می‌پذیرد.

آلتور که بازوی کارشناسی مجلس توضیح داده است، از سال ۱۳۹۲ به بعد، آمارهای مربوط به گزارش‌های ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا

نفت

چالش‌های کرونایی اوپک پلاس تکرار می‌شود؟

تاب‌آوری اوپک پلاس در ۲۰۲۲

سال ۲۰۲۱ که رشد چشمگیر قیمت‌ها فشار مصرف‌کنندگان بر تولیدکنندگان بزرگ برای افزایش بیشتر تولید را به دنبال داشت، سال پرچالشی برای اوپک پلاس بود، اما سال ۲۰۲۲ می‌تواند سال خوبی برای این گروه باشد. به گزارش ایسنا، اوپک پلاس در دو سال گذشته اقدامات غافلگیرکننده‌ای انجام داد. نخست در ابتدای پاندمی کرونا شاهد اختلاف در تولیدکننده بزرگ گروه شامل عربستان و روسیه بود که به دلیل به تفاهم نرسیدن درباره نحوه مدیریت بحران شیوع کووید-۱۹ علیه هم جبهه گرفتند. سپس این دو تولیدکننده آشتی کرده و گروه را برای اجرای عمیق‌ترین کاهش تولید تاریخ اوپک در واکنش به نابودی تقاضا بر اثر شیوع کرونا متحد کردند. سال ۲۰۲۰ در مجموع شاهد رویدادهای کم‌سابقه‌ای بود.

اما سال ۲۰۲۱ هم تفاوت چندانی نداشت و سال پرچالشی برای اوپک پلاس بود زیرا روند بهبود قیمت‌ها آغاز شد. امری که مقاومت در برابر آن برای تولیدکنندگان به خصوص اقتصادهای وابسته به نفت منطقه خلیج فارس و آفریقا دشوار بود. با این حال این تولیدکنندگان در برابر افزایش قیمت‌ها مقاومت کردند و با پایبندی به توافق نفتی، تولید نفت را مجموعاً ۴۰۰ هزار بشکه در روز در هر ماه افزایش دادند. این برنامه همچنان تا ژانویه ادامه داشته است. در حالی که وزیران اوپک پلاس قرار است چهارم ژانویه برای بازبینی سیاست تولید دیدار کنند، بعضی از تحلیلگران نسبت به مازاد عرضه نفت هشدار می‌دهند. تحلیلگران اوپک در میان این عده نیستند چراکه این گروه انتظار دارد شیوع واریانت اومیکرون تاثیر محدود و موقتی بر تقاضا داشته باشد.

اما اوپک در دو سال گذشته ثابت کرده است که می‌تواند محتاط باشد. از همان ابتدای تشکیل گروه اوپک پلاس که اعضای آن تصمیم گرفتند تولیدشان را در واکنش به افزایش تولید نفت شیل آمریکا کاهش دهند تا امسال که پس از موج‌های بی در پی شیوع کووید-۱۹ رویکرد منعطفی در قبال تنظیم سیاست تولید داشتند، اوپک پلاس پنج سال پر از چالش را سپری کرده است.

ماهیت پرچالشی همکاری میان این تولیدکنندگان با نظر گرفتن اولویت‌های مختلف کشورهای عضو قابل پیش‌بینی بود. با این حال این اتحاد حتی با وجود موانعی که سر راهش وجود داشت مانند ناتوانی عراق برای پایبندی به سهمیه تولید (که بابت آن با دریافت سهمیه کاهش تولید بیشتر جریمه شد) تا حدودی موفق شد و این چالش‌ها ممکن است تاب‌آوری اوپک پلاس را در برابر شوک‌های آتی بیشتر کرده باشند.

به گفته تحلیلگران، نخستین چالش پیش روی اوپک پلاس، عرضه مازاد بر تقاضای نفت خواهد بود. با این حال چالش مذکور چندان جدی نبوده و بیشتر موقتی دیده می‌شود تا زمانی که موج شیوع اومیکرون عبور کند. فرض بر این گذاشته شده که به بدی موج‌های قبلی شیوع باشد که آن هم بسیار بعید است زیرا دولت‌ها دیگر توان تحمل یک قرنطینه طولانی دیگر را ندارند. چالش بزرگ‌تر آنتور که ناظران صنعت نفت و اعضای اوپک می‌گویند، کاهش ظرفیت مازاد تولید است. طبق اعلام اداره اطلاعات انرژی آمریکا، ظرفیت مازاد تولید اوپک در سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۲ ممکن است به ۵.۱۱ میلیون بشکه در روز کاهش پیدا کند که بسیار پایین‌تر از ۱۱ میلیون بشکه در روز در سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۱ خواهد بود. اداره اطلاعات انرژی آمریکا ظرفیت مازاد تولید را به عنوان تولید نفتی تعریف می‌کند که می‌تواند ظرف مدت ۳۰ روز آغاز شود و برای ۹۰ روز ادامه پیدا کند. آژانس بین‌المللی انرژی ظرفیت مازاد تولید را به عنوان تولیدی تعریف می‌کند که می‌تواند در مدت ۹۰ روز افزایش پیدا کند.

ظرفیت مازاد تولید هر تعریفی داشته باشد، در حال کاهش است زیرا ذخایر نفتی ثابتی وجود ندارد. ذخایر نفت که مورد بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند، غیرقابل استخراج می‌شوند و این دلیل مهمی بود که بسیاری از تولیدکنندگان نفت هنگامی که پاندمی باعث نابودی تقاضا شد، تمایلی برای ازسرسازی فعالیت چاه‌ها را نداشته‌اند. هنگامی که یک چاه نفت رها می‌شود، ممکن است هرگز به تولید کامل یا هرگونه تولیدی برنگردد.

توقف فعالیت چاه‌ها ممکن است یکی از دلایلی باشد که روسیه اکنون به نزدیک ظرفیت کامل تولید نفت خود رسیده که بسیار پایین‌تر از سطح پیش از شیوع پاندمی است. این کشور سابق بر این بیش از ۱۱ میلیون بشکه در روز نفت تولید می‌کرد، اما طبق اطلاعات شرکت‌های نفتی روسیه، مجموع تولید به ۱۰.۹ میلیون بشکه در روز نزدیک شده است. هرچند که الکساندر نوک، معاون نخست وزیر روسیه گفته است تولید تا ماه مه به ۱۱.۳ میلیون بشکه در روز بهبود پیدا می‌کند. بنابراین عمده این ظرفیت مازاد تولید در اوپک و به طور دقیق در خاورمیانه خواهد بود، اما حتی ظرفیت مازاد تولید به تعمیرات و نگهداری نیاز دارند و این تعمیرات به معنای نیاز به سرمایه‌گذاری است و جذب سرمایه‌گذاری در تولید نفت، این روزها دشوارتر شده است.

شاهزاده عبدالعزیز بن سلمان، وزیر انرژی عربستان اوایل دسامبر گفت که عربستان سعودی یکی از معدود کشورهای خواهد بود که ظرفیت تولید نفت را در سال ۲۰۲۲ افزایش می‌دهد. او با بیان اینکه «ما در آستانه دوره‌ای هستیم که می‌تواند خطرناک باشد»، گفت: «اگر هزینه بیشتری برای سرمایه‌گذاری به منظور حفظ و افزایش ظرفیت تولید انجام نگیرد، بحران انرژی وقوع پیدا می‌کند. من به نوعی پیش‌بینی نمی‌کنم اما هشدار می‌دهم که ظرفیت مازاد تولید از میان خواهد رفت.» محمد الجدعان، وزیر دارایی عربستان هم در اظهاراتی مشابه گفت: «گذار انرژی و عبور به سمت منابع انرژی تجدیدپذیر باید کاملاً محتاطانه مدیریت شود تا از افزایش قیمت‌های نفت جلوگیری کند زیرا تقاضا برای انرژی همچنان رو به رشد است.»

البته فقط سعودی‌ها نیستند که درباره سرمایه‌گذاری هشدار می‌دهند. دانیل برگین از شرکت آی‌اچ‌اس مارکت نیز می‌گوید: «جهان به سمتی می‌رود که به دلیل سرمایه‌گذاری ناکافی در نفت و گاز با سلسله بحران‌های کمبود انرژی مواجه خواهد شد و همه می‌دانند که شرکت‌های نفتی آمریکا سوددهی نفتی را به رشد تولید اولویت داده‌اند در حالی که شرکت‌های بزرگ نفتی برای بهبود وجهه خود، میلیاردها دلار بودجه برای انرژی کم‌کربن صرف می‌کنند.»

براساس گزارش اوپل پرایس، همه اینها به معنای آن است که جهان از نظر امنیت انرژی ممکن است چند سال دشوار پیش رو داشته باشد. از سوی دیگر اوپک پلاس ممکن است سود سرشاری نصیب خود کند زیرا عرضه نفت به دلایل بنیادین محدود می‌ماند. البته همچنان احتمال وقوع دوباره نابودی تقاضا در صورت غافلگیر شدن دوباره توسط پاندمی وجود دارد، اما اوپک پلاس حضور دارد و این تجربه را قبلاً پشت سر گذاشته است. بنابراین در برابر چنین بحرانی دوام پیدا کرده و قوی‌تر خواهد شد.



بورس داشتند. در سمت مقابل نیز فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۲ هزار و ۱۲۰ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با یک هزار و ۳۶۰ واحد، پتروشیمی پردیس (شیدیس) با یک هزار و ۷۷ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۹۷۴ واحد، معدنی و صنعتی چادرمو (کچاد) با ۹۱۳ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۷۳۶ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۶۹۲ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۵۹۱ واحد، پالایش نفت تهران (شستران) با ۵۷۲ واحد و پالایش نفت بندرعباس (شنیدر) با ۵۳۶ واحد با تاثیر منفی بر شاخص همراه شدند. گروه خودرو هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۵۴۶ میلیون بر که سهم به ارزش ۳ هزار و ۲۶۸ میلیارد ریال داد و ستد شد.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با افت ۱۷۱ واحدی به ۱۸ هزار و ۶۶۴ واحد رسید. در این بازار ۲ میلیارد و ۹۷ میلیون بر که سهم به ارزش ۲۱ هزار و ۸۲۸ میلیارد ریال داد و ستد شد. در معاملات اولین روز هفته در فرابورس ایران، ۱۰۲ نماد فرابورسی مثبت و ۱۳۹ نماد منفی بودند که از میان آنها مجتمع جهان فولاد سیرجان (فجهان)، بیمه اتکایی ایرانیان (اتکای)، سنگ آهن گهر زمین (گهر)، فرآورده‌های غذایی و قند چهارمحال (چچار)، صنعتی پهلپاک (پهلپاک)، داروسازی سبحان اتکولوژی (دسانکو)، جنرال مکانیک (رنیک) و تولید و صادرات ریشمک (ریشمک) با تاثیر مثبت بر شاخص فرابورس و همچنین پلیمیر آریاساسول (آریا)، بیمه پاسارگاد (پاس)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، صنعتی مینو (غصینو)، پالایش نفت لاوان (لواوان)، پتروشیمی تندگویان (شگوبا)، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا) و صنایع پتروشیمی تخت جمشید (شججم) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه شدند.

در مجموع، در بازار روز گذشته صف‌های فروش به ارزش ۵۱۳۶ میلیارد ریال بر صف‌های خرید به ارزش ۹۷۳ میلیارد ریال غلبه کردند و بیشترین خروج پول هوشمند مربوط به نمادهای اهرم، کارا و کربن و بیشترین ورود پول هوشمند نیز مربوط به نمادهای خ کاوه، ه‌فارس و زلیپارس بود.

ریزش سرمایه مردم بدون بازارگردان

ارزش صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله یا همان ETF ها تحت تاثیر نوسان بازار همچنان نزولی است و درحالی که داراییکم حدوداً با قیمت روز عرضه معامله می‌شود، پالایشی یکم هنوز هم زیر قیمت روز عرضه درحال معامله است و با اینکه وعده بازارگردان برای این

فرصت امروز: بازار سهام اولین هفته زمستان را با ادامه بهبود نسبی و رشد ارزش مبادلات به پایان رساند که منتهی به بازدهی ۲.۸ درصدی شاخص کل و نوسان ارزش روزانه دادوستدها در محدوده ۴ هزار میلیارد تومان در هفته گذشته شد. هرچند این بهبود نسبی معاملات بورس به دنبال رونمایی از بسته پیشنهادی ۱۰ بندی دولت باعث امیدواری سهامداران شد و پس از افت سنگین قیمت سهام در نیمه دوم فصل پاییز، تالار شیشه‌ای به رنگ سبز درآمد، اما نوسان شاخص بورس تهران در مرز ورود به کانال ۱.۴ میلیون واحدی در این هفته نشان داد که همچنان بورس تهران برای بازگشت به رشد پایدار مسیر دشواری در پیش دارد.

تجربیات گذشته نشان می‌دهد عمدتاً سیاست‌گذار بورسی برای حل چالش‌های بازار سهام تنها به بسته‌های سیاستی کوتاه مدتی اکتفا کرده است که گرچه به لحاظ روانی در یک دوره محدود زمانی تاثیر مثبتی بر جای گذاشته، اما به طور بنیادی نتوانسته جلوی رکود فرسایشی بورس را بگیرد. از سوی دیگر خواسته‌ها و مطالبات بحق سهامداران و فعالان بورسی در این سال‌ها همچنان بر زمین مانده است و نه محدودیت دامنه نوسان مطابق خواسته فعالان بورسی حذف شده و نه تبعات مشکلاتی همچون قیمت‌گذاری دستوری دست از سر بازار سهام برداشته است. روند نوسانی بورس تهران در آغاز هفته دوم زمستان هم به چشم آمد و شاخص بورس تهران در اولین روز هفته جاری و یازدهمین روز دی ماه با افت ۱۸ هزار واحدی در کانال ۱.۳ میلیونی پسروی کرد.

ارزش صف‌های فروش بیشتر از خرید

در جریان معاملات روز شنبه ۱۱ دی ماه، همه شاخص‌ها روندی نزولی داشتند، به طوری که شاخص کل بورس با ۱۸ هزار و ۴۱۷ واحد کاهش به رقم یک میلیون و ۳۷۸ هزار واحد و شاخص کل با معیار هم‌وزن با ۴ هزار و ۶۳۰ واحد افت به رقم ۲۶۳ هزار و ۴۶۹ واحد رسید. در این روز بیش از ۵ میلیارد و ۹۰۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۲ هزار و ۸۴۴ میلیارد ریال داد و ستد شد. شاخص بازار اول، کاهش ۱۶ هزار و ۷۷۱ واحدی و شاخص بازار دوم، کاهش ۲۶ هزار و ۸۸۳ واحدی را تجربه کردند.

در معاملات روز گذشته ۸۶ نماد بورسی مثبت و ۳۰۵ نماد منفی بودند که از میان آنها گروه دارویی برکت (برکت) با ۴۷ واحد، بورس کالای ایران (کالا) با ۴۴ واحد، گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید (امید) با ۲۴ واحد، فرآورده‌های غذایی و قند پیرانشهر (قیبیرا) با ۲۳ واحد و کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۲۱ واحد تاثیر مثبت بر شاخص

ارز و سکه در ۵ ماه گذشته چقدر گران شدند؟

بازدهی بازارها در دولت سیزدهم

تحویل داد و هم‌اکنون عددی که از قیمت دلار در بازار ارز دیده می‌شود، در حدود ۲۹ هزار و ۳۰۰ تومان است؛ این یعنی افزایش ۱۲.۱ درصدی قیمت اسکناس نسب آمریکایی. البته بررسی قیمت‌ها در ۱۵۱ روز گذشته نشان می‌دهد که در نیمه آذرماه دلار حتی وارد کانال ۳۱ هزار تومان نیز شد و از همان روز، تصویر قیمت دلار در بازار آزاد از روی تمامی سایت‌ها حذف شد و جای آن را دلار سنا گرفت.

در بازار سکه نیز رشد یک میلیون و ۶۵۳ هزار تومانی را از ۱۲ مرداد تاکنون شاهد بودیم. هر قطعه سکه امامی در نیمه مرداد ۱۱ میلیون و ۴۸۴ هزار تومان قیمت داشت و حالا در بازار باید سکه امامی را با قیمت ۱۳ میلیون و ۱۳۷ هزار تومان خریداری کرد. در این بازه زمانی پنج ماهه هر قطعه سکه امامی رشد ۱۴.۳۹ درصدی را تجربه کرده است. البته تغییر اعداد و ارقام بازار سکه در ۱۵۱ روز گذشته نشان می‌دهد که بیشترین رشد قیمت سکه در روز ۲۴ آذرماه با عدد ۱۳ میلیون و ۳۱۸ هزار تومان رقم خورده است.

همچنین بازار طلا از ۱۲ مرداد امسال تاکنون و در عصر ابراهیم رئیسی از رشد قیمت‌ها بی‌نصیب نبوده است؛ تا جایی که قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در حدود ۱۹۹ هزار و ۴۰۰ تومان گران شده است. ۱۲ مردادماه هر گرم طلای ۱۸ عیار با قیمت یک میلیون و ۹۹ هزار و ۶۰۰ تومان به فروش می‌رفت و این در حالی است که هم‌اکنون در بازار یک میلیون و ۲۹۹ هزار تومان قیمت دارد. بدین ترتیب، هر گرم طلای ۱۸ عیار در

تغییر قیمت‌ها از ۱۲ مرداد تا ۱۱ دی ماه امسال (تومان)	کالا	۱۲ مرداد	۱۱ دی	میزان افزایش قیمت	درصد تغییر قیمت
سکه	۱۱,۴۸۴,۰۰۰	۱۳,۱۳۷,۰۰۰	۱۶,۵۳۰,۰۰۰	۱۴,۳۹	درصد
طلای ۱۸ عیار	۱,۰۹۹,۶۰۰	۱,۲۹۹,۰۰۰	۱,۹۹۴,۰۰۰	۱۵,۳	درصد
دلار	۲۵,۷۲۹	۲۹,۳۰۰	۳,۵۷۱	۱۲,۱	درصد
بورس	۱,۳۷۵,۶۱۲	۱,۳۸۰,۳۵۸	۴,۷۴۶	۰,۳۴	درصد

نماگر بازار سهام



راه نجات صنعت خودرو

احد میرزایی

کارشناس صنعت خودرو

به گزارش صنعت ماشین، یک کارشناس در یادداشتی نجات صنعت خودرو ایران را در گرو حمایت از هرگونه اقدام راهبردی و واقع‌بینانه در مورد این صنعت، بدون توجه به جریان‌سازی‌های غیر تخصصی دانست. در یادداشت احد میرزایی آمده است: زمره‌های طرح موضوع استیضاح وزیر صنعت، معدن و تجارت (صمت) توسط نمایندگان مجلس شورای اسلامی در بازه زمانی کوتاهی که از شروع به کار دولت سیزدهم می‌گذرد، نشان از اهمیت فعالیت این وزارتخانه نزد آحاد جامعه دارد.

برخی مدعی هستند که طرح این قبیل موضوعات، مانع از اتخاذ و اجرای تصمیمات واقع‌بینانه و منطقی در مجموعه وزارت صمت خواهد شد. این در حالی است که هر ناظر آگاه و منتقد منصفی بر این امر بدیهی انداخته که سنجش عملکرد یک وزیر، بدون آنکه فرصتی منطقی برای پیشبرد برنامه‌ها در اختیار او قرار گیرد، نمی‌تواند مبنای ارزیابی صحیح و همه جانبه باشد و حداقل لازم است فرصت مناسب و چند ماهه به وزیران داد تا در آن بازه زمانی که حداقل زمان موردنیاز برای اشراف بیشتر بر اوضاع، برنامه‌ریزی کاربردی و پیشبرد برنامه‌های عملیاتی است، بتوانند نتیجه تصمیمات خود را در جهت بهبود وضعیت ارزیابی کنند.

این موضوع در سخنان اخیر رئیس مجلس شورای اسلامی هم نمود داشت که از نمایندگان مجلس خواست به دولت فرصت دهند تا برنامه‌های خود را عملیاتی کنند.

در این میان وزیر صنعت، معدن و تجارت با اقدام واقع‌بینانه و جسورانه که در موضوع اصلاح قیمت خودرو انجام داد، اکنون بیش از هر زمان و خارج از عرف، در معرض انتقادات برخی جریان‌ها قرار گرفته است؛ در حالی که این تصمیم فاطمی‌امین نشان داد وزیر صمت، تصمیمات کاربردی و دارای اثرات مثبت درازمدت را فدای مصلحت‌های مقطعی و رویکردهای سطحی نگرانه نمی‌کند.

فاطمی‌امین وزیری است که از بیرون به صنعت تحمیل نشده و به دلیل سوابق خود، شناخت مناسبی از صنعت و به‌ویژه صنعت خودرو دارد و تلاش می‌کند با تصمیمات کاربردی و واقع‌بینانه برای صنعت خودرو منافع خودروساز و مصرف‌کننده را که مکمل یکدیگر هستند، به موازات یکدیگر تامین کند.

طبیعتاً برخی نگرش‌های مقطعی و فاقد بینش تخصصی و درازمدت که منافع خریداران را هم در نظر نمی‌گیرند مخالف تصمیماتی هستند که منافع خودروساز و مصرف‌کننده، در کنار یکدیگر تامین شود و همین امر موجب بسط جریان‌سازی‌های سطحی‌نگر می‌شود؛ جریان‌سازی‌هایی که از یک سو خود را دلسوز مصرف‌کنندگان نشان می‌دهند؛ در حالی که منافع درازمدت مصرف‌کنندگان را به فراموشی می‌سپارند و از سوی دیگر، بر طبل زیاندهی خودروسازان می‌کوبند بدون آنکه به این نکته بدیهی توجه داشته باشند که بخش اعظم عوامل زیانده شدن صنعت خودروسازی، در اختیار خودروسازان نیست و از بیرون به این صنعت تحمیل می‌شود که قیمت‌گذاری دستوری، یکی از این عوامل است. در چنین شرایطی، لزوم پرهیز از جریان‌سازی‌های غیر کارشناسی، بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود، چراکه این‌گونه اقدامات غیرمنطقی، نه می‌تواند زمینه رشد صنعت خودرو را فراهم کند و نه مطالبات مصرف‌کنندگان را تامین کند. در سالی که از سوی رهبر معظم انقلاب به عنوان سال «تولید؛ پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی‌ها» نام‌گذاری شده است، تمامی ارکان سیاست‌گذاری، اجرایی و سایر حوزه‌های مرتبط کشور باید با یکدیگر همراهی کنند تا ضمن پشتیبانی از بخش تولید، موانع را از پیش روی صنعت بردارند که این امر نه تنها موجب رونق بخش تولید در کشور خواهد شد و رشد صنعتی را تسهیل و تسریع می‌کند، بلکه موجب اشتغال پایدار نیز می‌شود و در نهایت محصول کیفی‌تر و مطلوب‌تر را به دست مصرف‌کنندگان واقعی خواهد رساند.

این نکته در صنعت خودرو که با موانع بی‌شماری دست به گریبان است و جهش آن در مسیر بهبود تولید و همچنین تثبیت اشتغال، مستلزم رفع این موانع است، اهمیتی حیاتی دارد. صنعت خودرو نقش مهمی در تحقق اهداف کلان وزارت صمت دارد و تنها راه نجات صنعت خودرو، حمایت از هرگونه اقدام راهبردی و واقع‌بینانه در مورد این صنعت، بدون توجه به جریان‌سازی‌های غیر تخصصی است که در نهایت سود تولیدکننده و مصرف‌کننده را به موازات یکدیگر تامین خواهد کرد.

عرضه خودرو کماکان قطره‌چکانی است



دلالان در بازار خودرو دارد. وی افزود: در حالی که ما به عنوان نمایندگان موفقی به ثبت نام و خرید خودرو از طریق قرعه‌کشی شرکت‌های خودروسازی نمی‌شویم، اما عده‌ای دلال که معلوم هم نیست با چه روشی موفقی به ثبت نام می‌شود سوده‌های کلانی را به دست می‌آورند.

رئیس اتحادیه نمایندگان خودروسازان خودرو بیان داشت: دلالان خودرو را به قیمت کارخانه از طریق ثبت در سایت و قرعه‌کشی خودروسازان خریداری می‌کنند و سپس با قیمت بازار به فروش می‌رسانند و مصرف‌کنندگان واقعی که موفقی به خرید خودرو از طریق ثبت نام در سایت نشده‌اند مجبورند که خودرو موردنیاز خود را از دلالان با قیمت بسیار بیشتر از کارخانه خریداری کنند.

موتمنی با بیان اینکه فقط یک درصد از ثبت‌نام‌کنندگان در طرح‌های قرعه‌کشی فروش خودرو از شرکت‌های خودروساز مصرف‌کنندگان واقعی هستند، گفت: دلالان با ثبت‌نام در طرح‌های فروش قرعه‌کشی خودروسازان با توجه به اختلاف قیمت کارخانه و بازار بین ۷۰ تا ۱۰۰ درصد سود می‌کنند.

وی اظهار داشت: اگرچه قیمت خودرو اخیراً ۱۸ درصد افزایش یافته است، اما باز هم سوده‌های کلانی نصیب دلالان بازار خودرو می‌شود. موتمنی با تاکید بر اینکه شرکت‌های خودروساز باید نیاز بازار را تامین کنند، گفت: مقرر شده بود تا با افزایش قیمت خودرو، خودروسازان خودروهای ناقص کف پارکینگ‌ها را تکمیل و روانه بازار کنند، اما این مهم اتفاق نیفتاده است و اگرچه ستاد تنظیم بازار افزایش ۱۸ درصدی قیمت خودرو را مدتی پیش اعلام کرد، اما هنوز خودروسازان عرضه به بازار را افزایش نداده‌اند.

وی افزود: در حال حاضر دلالان نیاز بازار خودرو را تامین می‌کنند و

سود ۱۰۰ درصدی دلالان خودرو از اختلاف قیمت کارخانه و بازار

رئیس اتحادیه نمایندگان خودروسازان خودرو تهران با اشاره به سود ۱۰۰ درصدی دلالان خودرو از اختلاف قیمت کارخانه و بازار خودرو گفت با وجود افزایش ۱۸ درصدی قیمت کارخانه‌های خودرو، خودروسازان هنوز عرضه به بازار را افزایش نداده‌اند.

به گزارش گروه اقتصادی خبرگزاری دانشجو، سعید موتمنی در رابطه با آخرین وضعیت عرضه و قیمت خودرو در بازار، اظهار داشت: طی چند هفته اخیر قیمت خودرو در بازار تغییر چندانی نداشته و تقریباً ثابت قیمت‌ها حفظ شده است.

وی با تاکید بر اینکه طی چند ماه اخیر تقاضای کاذب در بازار خودرو وجود نداشته است، افزود: در حال حاضر خریداران خودرو مصرف‌کنندگان واقعی هستند بنابراین اگر شرکت‌های خودروساز نیز عرضه خودرو به بازار را افزایش می‌دادند، قیمت‌ها تا حدودی کاهش می‌یافت.

موتمنی با بیان اینکه افزایش یا نوسان قیمت ارز نیز عاملی برای افزایش قیمت خودرو در بازار است، بیان داشت: نوسان نرخ ارز نیز در ماه‌های اخیر چندان قابل توجه نبوده است به همین دلیل قیمت خودرو تغییرات چندانی نداشته و تقریباً ثابت مانده است.

وی درباره تاثیر کنتر گذاشتن شورای رقابت از قیمت‌گذاری خودرو و واگذاری آن به ستاد تنظیم بازار بر قیمت خودرو، گفت: مسئله قیمت خودرو ناشی از قیمت‌گذاری خودرو توسط شورای رقابت یا ستاد تنظیم بازار نیست و اینکه شورای رقابت یا ستاد تنظیم بازار تعیین‌کننده قیمت خودرو باشند تفاوت چندانی ندارد بلکه مسئله اصلی تامین نیاز بازار است که متأسفانه این نیاز به طور کامل تامین نمی‌شود.

موتمنی با اشاره به اینکه عرضه خودرو از طریق ثبت نام و قرعه‌کشی نیاز خودروسازان را تامین نمی‌کند، افزود: این کار فقط سود هنگفتی برای

از مالیات لوکس نشین‌ها چه خبر؟

۳- تا مبلغ ۴.۵ میلیارد نسبت به مازاد ۳ میلیارد تومان معادل ۳ درصد

۴- نسبت به مازاد ۴.۵ میلیارد معادل ۴ درصد

همچنین، خانه‌هایی که ارزش آنها با احتساب عرصه و اعیان بیش از ۱۰ میلیارد تومان باشد، خانه لوکس محسوب شده و مالک آن باید در بهمن امسال این مالیات را پرداخت کند که خانه‌های در حال ساخت و در سال تملک از پرداخت این مالیات معاف هستند.

در این بین، لازم است بدانید نرخ مالیات سالانه این خانه‌های لوکس نیز به شرح ذیل است:

۱- نسبت به مازاد ۱۰ میلیارد تا ۱۵ میلیارد تومان؛ یک در هزار

۲- نسبت به مازاد ۱۵ میلیارد تا ۲۵ میلیارد تومان؛ دو در هزار

۳- نسبت به مازاد ۲۵ میلیارد تا ۴۰ میلیارد تومان؛ سه در هزار

۴- نسبت به مازاد ۴۰ میلیارد تا ۶۰ میلیارد تومان؛ چهار در هزار

۵- نسبت به مازاد ۶۰ میلیارد تومان به بالا پنج در هزار

لوکس‌نشین‌ها باید تا آخر بهمن مالیات بدهند

طبق این گزارش، کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی باید مالیات سالانه مربوط به هر یک از واحدهای مسکونی و خودروهای تحت تملک خود و افراد تحت تکفل را حداکثر تا پایان بهمن‌ماه سال جاری پرداخت کنند.

در این زمینه، آخرین وضعیت اخذ مالیات از خانه و خودروهای لوکس حاکی از آن است که آیین‌نامه مربوط به مالیات خودروهای لوکس در تاریخ ۱۴۰۰/۹/۲۸ تصویب شده و به سازمان امور مالیاتی ابلاغ شده است

صاحبان خانه‌های بالای ۱۰ میلیارد و خودروهای با ارزشی بیش از یک میلیارد تومان باید تا پایان بهمن ماه مالیات بپردازند که طبق اعلام مسئولان سازمان امور مالیاتی، اطلاعات این خانه‌ها و خودروها باید در اختیار این سازمان قرار بگیرد تا نسبت به مطالبه مالیات اقدام کنند که تاکنون این اطلاعات دریافت نشده است.

به گزارش ایسنا، طبق بودجه سال جاری دو نوع مالیات جدید به سیستم مالیات‌ستانی کشور اضافه شده که شامل مالیات بر خانه و خودروهای لوکس است.

براساس قانون، خودروهای لوکس، خودروهایی هستند که در انتهای سال ۱۴۰۰ قیمت ساخت یا واردات آن، بالای یک میلیارد تومان باشد که قیمت این خودروها توسط سازمان امور مالیاتی اعلام می‌شود و مالکان این خودروها باید تا بهمن ماه سال جاری این مالیات را پرداخت کنند، در غیر این صورت قادر به نقل و انتقال خودرو نیستند و باید مبلغ مالیات را در زمان نقل و انتقال پرداخت کنند.

چه خانه و خودروهایی لوکس هستند؟

نرخ مالیات سالانه این خودروها به شرح ذیل است:

۱- تا مبلغ ۱.۵ میلیارد تومان نسبت به مازاد یک میلیارد تومان معادل یک درصد

۲- تا مبلغ ۳ میلیارد تومان نسبت به مازاد ۱.۵ میلیارد تومان معادل ۲ درصد

واردات رسمی تایرهای سواری موجب انحصارزدایی از صنعت تایر می‌شود

دبیر انجمن واردکنندگان تایر از رفع ممنوعیت واردات تایرهای سواری به کشور خبر داد و گفت واردات رسمی تایرهای سواری موجب انحصارزدایی صنعت تایر شده و تولیدکنندگان داخل را موظف به فروش محصولات خود براساس عرضه و تقاضا خواهد کرد.

سیدمحمد میرعابدینی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، ضمن اشاره به آزادسازی واردات تایرهای سواری عنوان کرد: در حال حاضر تنها مشکل در زمینه واردات تایرهای سواری تایید ثبت سفارش‌ها است و در صورتی که وزارت صمت با مباحث مربوط به سابقه واردکنندگان موافقت کند ثبت سفارش‌ها تایید و واردات تایرهای سواری به کشور تسریع خواهد شد. وی یادآور شد: با توجه به افزایش قاچاق تایرهای سواری که فاقد تعرفه ۴۰ درصد و مالیات هستند، واردات رسمی دیگر توجیه اقتصادی ندارد، اما در حال رفع ممنوعیت تایرهای سواری بهتر از ممنوعیت است چراکه اندک شرکت‌هایی قادر به ثبت سفارش خواهند شد. دبیر انجمن واردکنندگان تایر همچنین درخصوص روند واردات تایرهای سنگین به کشور گفت: وزارت صمت با در نظر گرفتن سابقه

برای واردکنندگان مسیبر ورود تایرهای سنگین به کشور را دشوار کرده بود که خوشبختانه این مشکل تا حدودی مرتفع شده و ثبت سفارش‌ها در حال انجام است.

میرعابدینی با اشاره به افزایش نرخ ارز و تاثیر آن بر واردات لاستیک اظهار داشت: اختلاف قیمت بین ارز نیما و آزاد در گذشته باعث می‌شد واردات تایر مقرر به صرفه باشد اما اکنون با افزایش قیمت ارز نیما واردات صرفه اقتصادی ندارد و به همین دلیل ثبت سفارش زیادی را شاهد نیستیم، اما کمبود لاستیک در کشور تا حدودی با واردات تایرهای قاچاق جبران می‌شود. وی اضافه کرد: با توجه به اینکه خرید تایرهای وارداتی با دلار انجام می‌شود با رشد نرخ دلار، قیمت تایرهای وارداتی نیز افزایش یافته و اختلاف قیمت بین تایرهای تولید داخل و وارداتی بیشتر خواهد شد. دبیر انجمن واردکنندگان تایر در پایان خاطر نشان کرد:

واردات رسمی تایرهای سواری موجب انحصارزدایی صنعت تایر شده و تولیدکنندگان داخل را موظف به فروش محصولات خود براساس عرضه و تقاضا خواهد کرد.

و تقاضا خواهد کرد.

اما اخذ مالیات از این خودروها منوط به دریافت اطلاعات از نیروی انتظامی است که طبق اعلام معاون درآمدهای مالیاتی سازمان امور مالیاتی، این سازمان در حال ریزینی برای دریافت این اطلاعات است و هر بخش از اطلاعات این خودروها به سازمان مالیاتی برسد، نسبت به مطالبه مالیات آنها اقدام می‌شود.

توضیحات مسیحی درباره مالیات خانه‌های گران‌قیمت نیز بیانگر این است که آیین‌نامه این موضوع همراه امسال به تصویب رسید و باید اطلاعات آن از طریق دستگاه‌های مربوطه در این زمینه در اختیار سازمان مالیاتی قرار گیرد. همچنین در این باره تفاهم‌نامه‌ای با شهرداری داشتیم و قرار شد اطلاعات ظرف مهلت مقرر به دست ما برسد. در حالی که یک‌ماه از مکاتبات می‌گذرد و قرار بود ۱۵ روزه این اطلاعات را به ما بدهند اما هنوز به دست سازمان نرسیده است.

شناسه آگهی: ۱۲۳۱۵۶

آگهی مناقصه عمومی (یک نوبته - یک مرحله‌ای)



شهرداری قزوین در نظر دارد پروژه عملیات جدولگذاری سطح منطقه سه شهرداری؛ بابرآورد اولیه ۱۲/۴۳۶/۶۲۱/۷۱۵ ریال به شرح جزئیات مندرج در اسناد مناقصه و با بهره‌گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (www.setadiran.ir)، از طریق برگزاری مناقصه عمومی با شرکت‌های دارای صلاحیت اقدام نماید. متقاضیان می‌توانند پس از انتشار آگهی جهت آگاهی و دریافت اسناد مناقصه به آدرس اینترنتی فوق مراجعه نمایند.

برگزاری مناقصه صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می‌باشد و کلیه مراحل فرآیند مناقصه شامل دریافت اسناد مناقصه، پرداخت تضمین شرکت در مناقصه، انصراف از شرکت در مناقصه، ارسال پیشنهاد قیمت، بازگشایی پاکات، اعلام به برنده، پذیرش برنده بودن، پرداخت تعرفه سامانه و ... در بستر سامانه می‌باشد.

پاکات "الف" و "ب" و "ج" می‌بایست در سامانه بازگذاری و اصل تضمین شرکت در مناقصه (پاکت "الف") مندرج در اسناد به دبیرخانه شهرداری منطقه سه واقع در قزوین - بلوار سردار شهید حاج قاسم سلیمانی - جنب صدا و سیما - منطقه سه شهرداری تحویل گردد.

هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

تلفن تماس: ۳۳۵۱۹۸۶

بازدید وزیر کشور از باغ پرندگان قم



آوری پرندگان رها در مجموعه مورد توجه قرار گرفت که در این مسیر تلاش کردیم تمام پرندگان در حصار قرار گرفته و از برخورد نزدیک با

قم- **خبرنگار فرصت امروز:** وزیر کشور و مسئولان این وزارتخانه از باغ پرندگان قم بازدید کرده و در جریان نحوه ساخت و مدیریت این مجموعه قرار گرفتند.

به گزارش شهرنیوز، احمد وحیدی وزیر کشور به همراه رئیس سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور و دیگر مسئولان وزارت کشور از باغ پرندگان قم بازدید کردند.

عباس ذاکریان، معاونت خدمات شهری شهرداری قم در این بازدید با اشاره به محدودیت‌های ایجاد شده برای ایسن مجموعه به دلیل شیوع ویروس کرونا و دیگر مشکلات اظهار داشت: جلسات منظمی با مجموعه دامپزشکی و محیط زیست برای ساخت و مدیریت این باغ وجود دارد.

وی افزود، به دلیل پیشگیری از شیوع بیماری‌ها، پیشنهاد جمع

مدیر شرکت ملی پخش فر آورده های نفتی منطقه ساری خبر داد :

جلسه هم اندیشی و هماهنگی سوخت رسانی در شرایط بحرانی با موزعین گاز مایع



ساری -دهقان:مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : با آغاز فصل زمستان شرکت های موزع گاز مایع موظف شدند تا در شناسایی مصرف کنندگان واقعی اعم از خانگی ، صنفی و صنعتی با بررسی افزایش تراکتش ها و پیگیری از تأسیسات مردمی و نمایندگی های توزیع گاز مایع اهتمام لازم را به عمل آورند .
به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری در نشست هم اندیشی و هماهنگی موزعین گاز مایع منطقه ساری که در دی ماه سال ۱۴۰۰ با حضور کارشناسان شرکت و مدیران موزع گاز مایع انجام شد ، اظهار کرد : هدف از برگزاری این نشست حمایت از تأسیسات مردمی ، استاندارد سازی و ارائه خدمات و سرویس مطلوب تر به مردم شریف استان در فصل سرما است .

وی افزود : با توجه به فصل سرما شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری در بخش گاز مایع و سرویس دهی مطلوب به شهروندان از آمادگی بالایی برخوردار است و تأمین گاز مایع در مناطق فاقد گاز و صعب العبور روستاها از اولویتهای این شرکت می باشد .

مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی:

پژوهش گذرگاه اصلی توسعه پایدار و تولید علم در صنعت گاز است



تبریز، علوم پزشکی تبریز، پیام نور استان، پارک علم و فن آوری و جهاد دانشگاهی واحد آذربایجان شرقی، برگزار نشست مشترک با شبکه تبادل فن آوری معاونت علمی و فن آوری ریاست جمهوری برای استفاده از ظرفیت های موجود در شرکت های دانش بنیان در حوزه توزیع گاز و... از مهم ترین اقدامات این شرکت در حوزه پژوهش و فن آوری بوده است.

آیین گشایش اولین نمایشگاه کار استان گیلان با حضور مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان برگزار شد

افزود: کارفرمایان باید با به کارگیری نخبران خلاق دانشگاهی موجب ارتقای جایگاه صنعت شوند.

علیزاده به نقش تسهیلگر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه اشاره کرد و افزود: در گذشته در زمینه ارتباط صنعت و دانشگاه مشکلات زیادی وجود داشت که ایجاد مراکز کارپایی و مشاوره شغلی توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بخش زیادی از این مشکلات را مرتفع کرده است و این مراکز با ایجاد بانک اطلاعاتی از نیروهای متخصص، نیازهای صاحبان صنایع را شناسایی و موجبات اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهی را فراهم می کنند.

مدیرکل در پایان به دستور رئیس جمهور محترم در خصوص ایجاد یک میلیون و هشتصد و پنجاه شغل جدید تا پایان سال ۱۴۰۱ اشاره کرد و ابراز داشت: باید با تلاش جهادی و استفاده از پتانسیل دانشگاهیان

بازدیدکنندگان جلوگیری شود.

پیام جوادیان، مدیرعامل سازمان پارک‌ها و فضای سبز شهرداری قم هم در این بازدید با اشاره به ایجاد زیست گاه پرندگان و گلخانه گیاهان حراری در این باغ گفت: این مجموعه ایزوله است تا مشکلی برای محیط زیست و طیور در استان ایجاد نشود. وی با اشاره به بازچرخانی آب در این باغ به منظور جلوگیری از هدر رفت آب افزود: تمام آبیاری این بوستان با سیستم‌های هوشمند تحت فشار صورت می‌گیرد.

مدیرعامل سازمان پارک‌ها و فضای سبز شهرداری قم با اشاره به اینکه بوستان هزار هکتاری از باغ پرندگان آغاز شده و تا نزدیکی مسجد مقدس جمکران امتداد دارد اظهار داشت: شیوع ویروس کرونا موجب ایجاد برخی محدودیت‌ها در این مجموعه شده است.

رجب پور اذعان کرد: تأمین و توزیع گاز مایع، ایمن‌سازی تأسیسات و ارائه خدمات به موقع و مطلوب به شهروندان با نظارت دقیق کارشناسان و بازرسان ما در قالب گشت های محسوس و نا محسوس صورت می پذیرید و موزعین موظف هستند در شرایط بحران افت احتمالی فشار گاز طبیعی نسبت به ذخیره سازی ۳۰درصد مخازن برای مدیریت کردن بحران در نظر بگیرند. مدیر منطقه ساری رعایت اصول حرفه‌ای و ایمنی را از اولویتهای شرکتهای توزیع گاز مایع اعلام نمود و تأکید کرد : رعایت استاندارد ۸۴۱، ممانعت از شارژ کپسولهای غیر مجاز، کالیبره کردن مستمر دستگاههای سیلندر پر کنی ، تعویض شیر و سیلندرهاي معیوب و عدم نظف بازرسان منطقه ساری می باشد.

رجب پور تأکید کرد : آندسته از مصرف کنندگان گاز مایع که تا کنون در سامانه سدف ثبت نام نکرده اند به منظور دریافت به موقع سوخت با اولویت اقدام نمایند. رجب پور با اشاره به اینکه هیچ مشکلی در تأمین و توزیع گاز مایع در سطح منطقه وجود ندارد افزود : با توجه به ذخیره سازی گاز مایع در کشور و آمادگی شرکت های موزع و عوامل توزیع ، شرایط مطلوب خدمات رسانی در سه ماهه آخر سال وجود دارد .

اخبار

آغاز نمایشگاه کشاورزی اصفهان با تاکید بر همگرایی برای رفع مشکلات کشاورزان



اصفهان- قاسم اسد: بیستمین نمایشگاه جامع کشاورزی اصفهان در حالی آغاز شد که همه کارشناسان و مسئولان حاضر در آن بر همگرایی قوی سه‌گانه برای رفع مشکلات کشاورزان و فعالان حوزه کشاورزی تأکید کردند.

به گزارش روابط عمومی نمایشگاه بین‌المللی اصفهان، این نمایشگاه که به عنوان بزرگ‌ترین نمایشگاه تخصصی حوزه کشاورزی در منطقه مرکز و جنوب کشور شناخته می‌شود، طی روزهای نهم تا دوازدهم دی‌ماه بر پا خواهد بود و علاقمندان می‌توانند از ساعت ۱۰ تا ۱۸ به بازدید از آن بپردازند. مدیرعامل و عضو هیئت مدیره نمایشگاه بین‌المللی اصفهان در آیین گشایش این نمایشگاه با اشاره به اینکه نمایشگاه کشاورزی اصفهان نسبت به سال‌های گذشته پیشرفت چشمگیری داشته است، گفت: این نمایشگاه در حالی بر گزار می‌شود ه از نظر ابعاد، حجم و کیفیت برگزاری، یکی از بزرگ‌ترین رویدادهای نمایشگاهی در حوزه کشاورزی است.

علیرضا مرتضوی با اشاره به حضور نمایندگان ۱۲ استان کشور در نمایشگاه کشاورزی اصفهان افزود: شرکت‌های فعال در حوزه‌های آبیاری، لوله و اتصالات، بذر، کود، ماشین‌آلات و مکانیزاسیون در این نمایشگاه حضور خواهند داشت و اهداف بزرگی را پیگیری خواهند کرد.

وی با اشاره به اهداف برپایی نمایشگاه گفت: یکی از مهم‌ترین اهداف برگزاری نمایشگاه کشاورزی اصفهان، آشنایی تولیدکنندگان داخلی با توزیع‌کنندگان و صادرکنندگان است؛ بر همین اساس، امیدواریم زمینه صادرات محصولات مرتبط با حوزه کشاورزی فراهم آید و فعالان این حوزه بیش از پیش بازار خود را توسعه دهند. رئیس مرکز توسعه مکانیزاسیون کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی نیز در این مراسم با تأکید بر اینکه باید به دنبال دانشی باشیم تا عموم کشاورزان را به سوی افزایش بهره‌وری هدایت کند، گفت: کشور ما یک سوم میانگین دنیا بارش و سه برابر میانگین دنیا، تبخیر آب دارد و باعث ایجاد سختی برای حوزه کشاورزی ما می‌شود؛ این موارد و مشکلات دیگر باید با توسعه تکنولوژی از میان برداشته شود و مصرف آب در کشاورزی کاهش یابد.

مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام:

خانواده شهدا مایه خیر و برکت نظام و انقلاب هستند

ایلام- هدی منصوری:مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام با اشاره به اینکه دیدار با خانواده‌های معظم شهدا، روحیه ولایت‌مداری و دفاع از کشور را دو چندان می‌کند، گفت: خانواده‌های معظم شهدا مایه خیر و برکت نظام و انقلاب هستند.

عباس شمس‌اللهی به‌مناسبت سالروز شهادت شهید والامقام مهدیند محمدجواد تندگویان وزیر نفت جمهوری اسلامی ،در دیدار با جمعی از خانواده‌های معظم شهدا، افزود: امنیت و آرامش امروز کشور مرهون ایثار و ازجان گذشتگی شهدای والا مقام و صبر و استقامت خانواده معظم شهداست.وی با بیان اینکه تکريم خانواده‌های شهدا تکليف هر فردی است که نسبت به خون شهدای ادا دین می‌کند، اظهار داشت: رشد و بالندگی کشور مرهون فداکاری شهدا و جانبازان دوران هشت سال دفاع مقدس است. مدیرعامل شرکت گاز استان با اشاره به اینکه همه مدیون ایثارگری شهدا و روزمندگان هستیم و امنیت و آرامش کنونی ایران حاصل رشادت‌های آنان است، تصریح کرد: تا زمانی که روحیه شهادت‌طلبی در جامعه حاکم است، دشمن نمی‌تواند آسیبی به نظام و از‌مان‌های انقلابی وارد کند. شمس‌اللهی خاطر‌نشان کرد: فرهنگ ایثار، شهادت، مجاهدت و حساسه در ایران اسلامی باید همیشه زنده بماند؛ زیرا عزت و اقتدار کشورمان به خاطر ایثار و شهادت است. گفتنی است مدیرعامل شرکت گاز استان و اعضا شورای پایگاه بسیج و کمیته ایثار گران شرکت به همراه نماینده‌اعزای مشاور وزیر نفت در امور ایثارگران به مناسبت سالروز شهادت وزیر نفت با جمعی از خانواده‌های معظم شهدا دیدار و گفتگو و از ایشان دلجویی و تقدد کردند.

در آیفای جنوب غربی استان تهران انجام شد

شستشوی مخازن ذخیره ای آب شرب شهر گلستان

اسلامشهر- سحر عمروانی : به منظور ارتقاء کیفی آب آشامیدنی شهروندان و مشترکین محترم مخازن ذخیره ای شهر گلستان شستشو و راه اندازی مجدد گردید . این خیر را مدیر امور آیفای شهر گلستان اعلام کرد و گفت : در راستای دستورالعمل‌صا دره از حوزه معاونت نظارت بر بهره برداری منظور افزایش کیفی آب شرب شهروندان و مشترکین محترم ، لذا مطابق برنامه سالیانه شستشو ، بازمبنی و رفع معایب و راه اندازی مجدد مخازن و همچنین به روز رسانی تجهیزات و تأسیسات مرتبط با مخازن در دستور کار قرار گرفته و انجام می پذیرد . محسن آذری ضمن تشریح عملیات انجام شده در این خصوص یاد آور شد : از اوایل دی ماه امسال و مطابق برنامه زمانبندی و روال سالیانه قبل عملیات شستشوی ۲۱ هزار متر مکعب مخازن این شهر شروع گردیده و در حال حاضر با بیش از ۷۵ درصد پیشرفت فیزیکی در حال انجام و رو به اتمام است . مدیر امور آیفای شهر گلستان خاطر نشان کرد: این عملیات با صرف هزینه ای معادل ۷۵۰ میلیون ریال از محل اعتباران جاری و داخلی انجام می پذیرد که طی آن ضمن به روز سازی و بازدید دقیق تجهیزات و اتصالات و پس از خراج سازی کامل ماسه و املاح نه نشین شده ، مخازن، مذکور مجددا با آب زلال و کمر شستشو گردیده و سپس آبیگری و در مدار توزیع قرار می گیرد.

ساماندهی ایستگاه تقلیل فشار گاز در نشست مدیران شرکت گاز استان گلستان و منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: با هدف هماهنگی جهت ساماندهی ایستگاه CGS و ایستگاه شیر مشترک گرگان و همچنین تبادل نظر در خصوص ادامه روند همکاری در راستای خدمات رسانی و توزیع ، پایدار گاز تابایان اید رسم ، علی طالبی مدیرعامل شرکت گازاستان گلستان با حضور در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز با محی الدین منمخی دیدار و گفتگو کردند.در این دیدار طالبی مدیرعامل گاز استان ، با اشاره به اهمیت همکاری دو شرکت در زمینه پایداری جریان گازمشترکین ، درخصوص موضوع تأمین ،استمرار و پایداری جریان گازبا فشارمناسب تا پایان فصل سرما مطالبی را بیان نموده و خواستار ادامه روند همکاریها دراین زمینه شد . وی در ادامه درخواست داشت تا جهت ساماندهی ایستگاه تقلیل فشار CGS و ایستگاه شیر مشترک گرگان نیزحسب مذاکرات انجام شده قسمتی از زمین ایستگاه مذکور افزایش یابد که مورد موافقت مدیرمنطقه ۹ عملیات انتقال گاز قرار گرفت.

اسپن های طولانی خطوط برق فوق توزیع کهگیلویه و بویراحمد ایمن شدند

اهواز- شبنم فجاوند:مجرى طرح های خطوط برق شرکت برق منطقه ای خوزستان از رفع نقاط حادثه خیز و ایمن سازی خطوط ۱۳۲ کیلو ولت بهبهان- دهدشت- یاسوج خیر داد.
امیر قلندری گفت: با توجه به معیوب شدن سیم هادی خطوط ۱۳۲ کیلوولت بهبهان - دهدشت - یاسوج در دو نقطه و همچنین خطای عملکرد خطوط مزبور در اسپن‌های بین دکل های به طول ۸۹۰ و ۸۸۰ متر، نصب ۲۰ عدد اسپسیر بین فازهی ۹ متری، در نقاط مشخص و نیز تعمیر سیم های هادی معیوب در دستور کار قرار گرفت. وی با بیان اینکه این خطاها در شرایط نامناسب جوی بخصوص در فصول پاییز و زمستان در شبکه رخ می

داه، افزود: با توجه به اینکه اسپن های ذکر شده حدود سه برابر اسپن های معمول طول داشت و منطقه کوهستانی، صعب العبور، بادخیز و برقگیر و مابین دو دره وسیع قرار داشت، با عملیاتی بسیار دشوار و پر مخاطره ۲۰ عدد اسپسیر در نقاط مشخص این اسپن ها نصب شد.
مجرى طرح های خطوط برق شرکت برق منطقه ای خوزستان تصریح کرد: این اقدام که موجب پایداری خطوط فوق توزیع و بهبود عملکرد مهندسی ناحیه کهگیلویه و بویر احمد شد، با همکاری امور بهره برداری این ناحیه انجام و هزینه آن چهار میلیارد ریال بوده است.

فرمانده یگان حفاظت اداره کل میراث فرهنگی استان مرکزی:

یگان های حفاظت دستگاه‌های دولتی بازوی توانمند برای حفاظت از آثار و ابنیه تاریخی



اراک- فرناز امیدی: فرمانده یگان حفاظت اداره کل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان مرکزی با بیان اینکه یگان‌های حفاظت دستگاه های دولتی؛ بازوی توانمند برای حفاظت از آثار و ابنیه تاریخی هستند گفت: تفاهنامه همکاری یگان حفاظت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی و یگان های حفاظت ادارات به‌منظور همکاری بیشتر و بهره‌مندی از ظرفیت‌های طریقی به امضا رسید. به گزارش روابط عمومی اداره کل میراث‌فرهنگی و گردشگری و صنایع‌دستی استان مرکزی، محمد خسروی گفت: روز گذشته نشست استی با حضور بهزاد نیا فرمانده یگان حفاظت منابع طبیعی و آبخیز داری، شیخی فرمانده یگان حفاظت دادگستری، حاتمی فرمانده یگان حفاظت جهاد کشاورزی و معصومی فرمانده یگان حفاظت مسکن و شهرسازی انجام شد. خسروی افزود: این نشست در راستای تعامل و همکاری یگان حفاظت میراث‌فرهنگی و به‌منظور همکاری بیشتر و بهره‌مندی از ظرفیت‌های مشارکتی، تقویت همکاری و هم‌سویی در اعتدای فرهنگ حفظ و نگهداری از میراث‌های ملی، تعامل در هم‌پوشانی وظایف و تبادل تجربیات مورد نظر در مأموریت‌های مشابه انجام شد. فرمانده یگان حفاظت اداره کل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان مرکزی با اشاره به گسترده‌گی حوزه استحفاظی و کثرت و پراکندگی آثار تاریخی، این یگان استفاده از مشارکت‌های اجتماعی خصوصا یگان های حفاظت دستگاه‌های اجرایی استان مرکزی گفت: این تعامل و همکاری به صورت دو سبوسه و مستمر با یگان‌های حفاظت دادگستری، منابع طبیعی و آبخیز داری، جهاد کشاورزی، مسکن و شهرسازی در دستور کار قرار دارد.

خسروی ادامه داد: جلب مشارکت‌های اجتماعی موجب استفاده‌بهینه از ظرفیت و پتانسیل‌های موجود در مناطق مختلف استان می‌شود که گاهی در برخی مناطق به دلایل بعد مسافت و یا نغ‌عبور بودن دسترسی به آثار و جلودگیری از انجام برخی تخلفات حوزه میراث فرهنگی سخت و زمان‌بر است که با تعاملات صورت گرفته و هماهنگی و همکاری نیروهای یگان‌های حفاظت می‌توان در بیشتر اوقات از وارد آمدن خسارات سنگین به ابنیه تاریخی و با سرقت اشیاء تاریخی در حفاری های غیر مجاز جلوگیری کرد.



و با کمک صاحبان صنایع در این مسیر گام برداریم تا شاهد ایجاد اشتغال پایدار در کشور باشیم.
شایان ذکر است این نمایشگاه با هدف آشنایی کارچوبان با کسب و کارهای منتخب، معرفی کارفرمایان موفق در قالب شرکت های کارآفرین، آشنایی با انتظارات و مهارت های مورد نیاز اشتغال و کارآفرینی و آشنایی دانشجویان و دانش آموختگان با طیف متنوع مهارت های شغلی گشایش یافت.

محمد علیپور اعلام کرد؛

آکادمی های تخصصی ورزشی شهرداری تبریز راه‌اندازی می‌شود

رشد استعداد‌های ناب ورزشی شهرمان خواهیم بود.
لیلا بیگ نژاد، مدیر ورزش بانوان سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز هم ضمن اشاره به برنامه ریزی های صورت گرفته برای توسعه ورزش بانوان اظهار داشت: با توجه به شرایط موجود لازم است اقسار مختلف به ویژه بانوان، با برنامه ریزی مناسب، زمان ویژه ای را برای فعالیت های ورزشی اختصاص دهند چرا که ورزش از ابتلا به بسیاری از بیماری های جسمی و روحی جلوگیری کرده و در بهبود آنها نیز موثر است. وی خاطر‌نشان کرد: به دنبال افزایش رویدادهای ورزشی در حوزه بانوان هستیم و در مناسبت های مختلف از فرصت های موجود برای برگزاری این رویدادها استفاده می کنیم.

مسابقات مختلف موفق به کسب عناوین برتر شده بودند، اظهار داشت: حضور بانوان در عرصه‌های مختلف به‌ویژه ورزش ر اارج نهاده و برای توسعه زیرساخت‌های لازم برای توسعه ورزش بانوان تلاش می‌کنیم.

علیپور افزود: باید با تمرکز بیشتر انرژی بیشتری به رفع نواقص موجود اختصاص دهیم تا بتوانیم قفر حرتنی ایجادشده در دوره شیوع ویروس کرونا را جبران کنیم. این مقام مسوول اضافه کرد: باید با ارتباط درست با همشهریان عزیز آن‌ها را برای حضور در میادین ورزشی ترغیب کرده و در راستای توسعه ورزش شهروندی گام برداریم.

علیپور گفت: طبق برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در آینده‌ای نزدیک شاهد راه‌اندازی آکادمی‌های تخصصی برای توسعه ورزش پایه و کمک به

در سه ماهه سوم امسال؛

مدیر کل منابع طبیعی وابخیزداری هرمزگان با۷۰ارباب رجوع دیدار کرد

طبیعی و آبخیزداری استان هرمزگان دراین خصوص گفت: ملاقات عمومی با مردم امری مهم است و این حق قانونی مردم است که بتوانند با مسئولان ارتباط مستقیم داشته باشند و از نزدیک معضلات و مشکلات خود را مطرح کنند. وی ضمن تشکر از مردم که با صبر و تحمل در این دیدارها مشکلات و خواسته های خود را مطرح می کنند افزود: خدا را شاکریم که توانسته‌ایم با اهتمام نسبت به برگزاری ملاقات های عمومی اقدام کنیم و تا حد توان خود مشکلی از مشکلات مراجعان را برطرف

<div><div> </div></div>	
به قلم: کریمتین بیکر	
<div>کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات</div>	
<div>ترجمه: علی اعلی</div>	

آیا شما تا به حال یک محصول را فقط به خاطر اینکه یک فرد مشهور آن را توصیه کرده است، خریداری کرده‌اید؟ بسیاری از مردم در سراسر دنیا این عادت در زمینه خرید را دارند. اینکه شما یک محصول را به خاطر تبلیغ یک فرد مشهور خریداری کنید، شاید در نگاه نخست بسیار ساده‌انگازانه به نظر برسد، اما اطمینان بالایی در شما نسبت به کیفیت محصول موردنظر ایجاد خواهد کرد.

امروزه بسیاری از افراد در فضای آنلاین به عنوان متخصص‌های حوزه‌های گوناگون در تلاش برای معرفی محصولات تازه و مناسب به مشتریان هستند. این دسته از افراد برخلاف نمونه‌های رایج در تبلیغات اقدام به ارزیابی دقیق یک محصول کرده و پس از ارائه اطلاعات مناسب به شما دعوت به خرید خواهند کرد. درست به همین خاطر میزان تاثیرگذاری آنها بر روی مخاطب هدف به شدت بالاست. این دسته از افراد به طور معمول تحت عنوان اینفلوئنسر شناخته می‌شوند. همان کسانی که برندها در اغلب مواقع تمایل بالایی برای همکاری با آنها دارند.

حضور در بازار کسب و کار همیشه همراه با مشاهده اینفلوئنسرهای گوناگون است. شاید تا یک دهه پیش این دسته از افراد اهمیت زیادی در بازار نداشتند، اما امروزه با توسعه شبکه‌های اجتماعی اهمیت و تاثیرگذاری آنها برای برندها به شدت افزایش پیدا کرده است. درست به همین خاطر شما هم باید در بردتان از آنها به خوبی استفاده نمایید، در غیر این صورت یکی از فرصت‌های عالی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را از دست خواهید داد.

وقتی صحبت از اینفلوئنسر مارکتینگ می‌شود، همه مردم یک تصور مشابه در ذهن دارند. با این حال شما برای شروع همکاری حرفه‌ای با این دسته از افراد باید اطلاعات دقیقی درباره کارویژه و نحوه عملکرد این افراد داشته باشید. در غیر این صورت شاید هر لحظه امکان اشتباه گرفتن این افراد با دیگر فعال‌های حوزه بازاریابی و تبلیغات وجود داشته باشد. یک اینفلوئنسر به طور معمول تولیدکننده محتوا محسوب می‌شود. این امر در همکاری با برندها به منظور افزایش آگاهی مشتریان از یک کسب و کار، فروش بالاتر و همچنین افزایش ترافیک سایت خواهد بود. البته در این میان اهداف جانبی مانند حضور پرشمار مشتریان در رویدادهای برندها نیز مدنظر قرار می‌گیرد. نکته مهم درخصوص فعالیت اینفلوئنسرها تاثیرگذاری بالای‌شان بر روی مخاطب هدف است. این امر اغلب اوقات به دلیل تخصص یا شهرت بالای این افراد در میان کاربران روی می‌دهد. درست به همین خاطر همکاری برندها با اینفلوئنسرها اغلب اوقات با سودآوری بسیار زیادی همراه است. بازگشت سرمایه قابل ملاحظه در این شیوه بسیاری از برندها را نسبت به فعالیت در راستای بازاریابی همراه با نقش آفرینی اینفلوئنسرها ترغیب کرده است. با این حساب شما هم باید برای فعالیت در این حوزه برنامه‌ای جدی داشته باشید.

بدون شک حضور اینفلوئنسرها در تمام بخش‌های زندگی ما قابل مشاهده است. این امر با جست و جویی ساده در شبکه‌های اجتماعی به بهترین شکل ممکن مشخص می‌شود. شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند همکاری نزدیک با این دسته از افراد هستید. با این حال انتخاب بهترین اینفلوئنسرها برای برند هرگز کار ساده‌ای نیست. به همین خاطر ما در این مقاله به دنبال برخی از ساده‌ترین راهکارها برای همکاری با اینفلوئنسرها هستیم. در این میان تغییرات مهم در این حوزه در سال پیش روی را نیز مورد بررسی قرار خواهیم داد.

اینفلوئنسرها شاید در نگاه نخست یک گروه دارای اشتراکات زیاد به نظر برسند، اما دارای انواع بسیار زیادی هستند. این امر برای برندها و تیم‌های بازاریابی بسیار مهم خواهد بود. شما باید با شناخت درست از انواع و گونه‌های اینفلوئنسر اقدام به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نمایید، در غیر این صورت هیچ شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر

روی مخاطب‌تان نخواهید داشت. در ادامه به بررسی برخی از مهمترین انواع اینفلوئنسرها خواهیم پرداخت.

اینفلوئنسر خرد

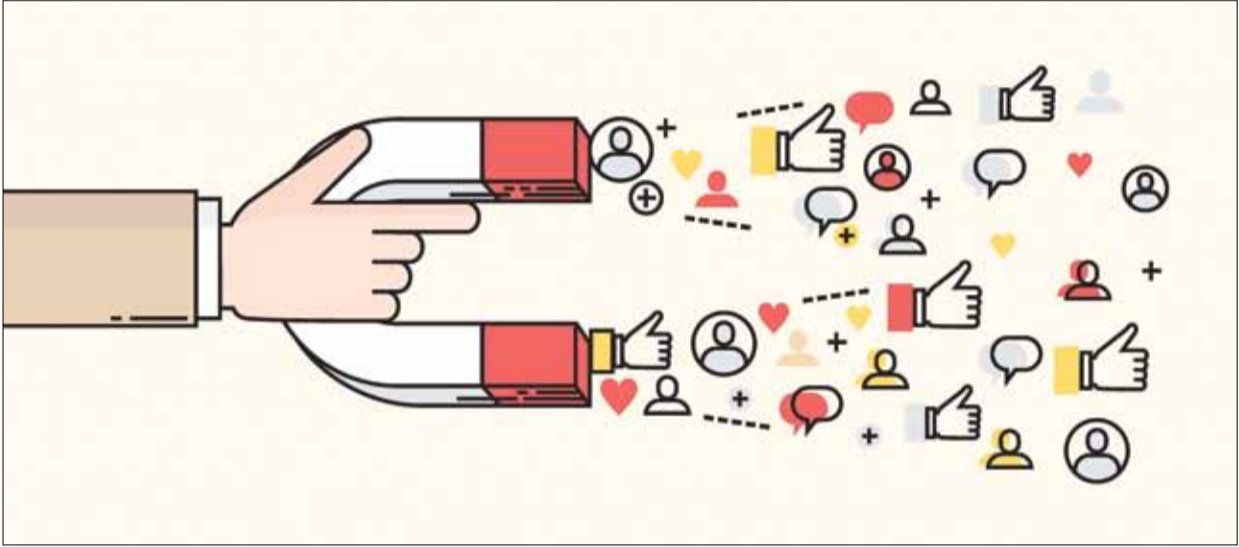
اینفلوئنسرهای خرد به طور معمول افرادی را شامل می‌شود که در بازارهای محلی و در میان افرادی محدود دارای شهرت هستند. این دسته از اینفلوئنسرها به جای شهرت‌های جهانی فقط بر روی دامنه خاصی از کاربران تاثیرگذاری خواهند داشت. به همین خاطر خبری از همکاری برندهای جهانی برای راه‌اندازی کمپین‌های بین‌المللی با آنها نیست.

شاید در نگاه نخست اینفلوئنسرهای خُرد شانس زیادی برای همکاری با برندها نداشته باشند، اما امروزه بسیاری از برندها برای بازاریابی محلی اول از همه سراغ این دسته از افراد می‌روند. دلیل این امر نیز امکان تاثیرگذاری بهتر بر روی بازارهای محلی با این افراد است. با این حساب شما

روی شبکه‌های اجتماعی در گروه اینفلوئنسر مارکتینگ طبقه‌بندی خواهد شد. با توجه به نکات مورد بحث، اگر شما به دنبال بازاریابی با کمک اینفلوئنسرها هستید، سلبریتی‌ها فقط در صورتی که کمپین‌تان بین‌المللی باشد، به کمک‌تان می‌آیند، در غیر این صورت همکاری با آنها فقط هزینه اضافی برای برندگان خواهد بود. این امر بار مالی بسیار سنگینی روی برندگان خواهد داشت.

اینفوئنسرهای وبلاگ‌نویس

امروزه بازاریاب‌ها نقش بسیار مهمی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ایفا می‌کنند. هر ش‌رکتی برای موفقیت در بازار به یک تیم حرفه‌ای بازاریابی نیاز دارند. نکته مهم در این‌ میان ضرورت توجه به وبلاگ‌ها به عنوان یکی از مهمترین فرمت‌های تعامل با مشتریان است. امروزه بسیاری از مشتریان در صورت علاقه به یک برند یا حوزه



کاری‌اش مایل به مطالعه متن‌های بسیار طولانی هستند. این متن‌های تخصصی به طور معمول در وبلاگ‌ها منتشر می‌شود. به این حساب حضور شما در زمینه وبلاگ‌نویسی می‌تواند مزیت بسیار مهمی برای برندگان باشد.

یکی از حوزه‌هایی که اینفلوئنسرها توجه ویژه‌ای به آن دارند، وبلاگ‌نویسی است. البته نکته مهم در این میان تفاوت معنای وبلاگ‌نویسی در عرصه فعالیت آنها به آنچه اغلب مردم در ذهن دارند، است. امروزه وبلاگ‌نویسی حتی در قالب فرمت ویدئو نیز مصداق دارد. این امر شامل ویدئوهای به نسبت طولانی شامل بررسی محصولات یا حوزه‌های خاص از فعالیت کاری است. بنابراین شما دیگر با فرمت متن به طور انحصاری برای وبلاگ‌نویسی رو به رو نیستید. این امر پیشرفت مهمی در زمینه وبلاگ‌نویسی محسوب می‌شود.

بسیاری از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند جلب نظر مشتریان به بهترین شکل ممکن هستند. اگر شما به طور مشخص دارای برخی از مشتریان وفادار در حوزه کاری‌تان هستید، شانس بسیار بالایی برای تبدیل آنها به مشتریانی با تمایل هرچه بالاتر برای خرید خواهید داشت. این‌س امر از طریق همکاری با برخی از اینفلوئنسرها در زمینه تولید محتوای وبلاگی روی می‌دهد.

همکاری با اینفلوئنسرهای فعال در زمینه تهیه محتوای وبلاگی برای جلب نظر مشتریان تازه نیز اقدام جذابی محسوب می‌شود. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد. بنابراین اگر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف حرفه‌ای‌تان هستید، باید ایده‌هایی فراتر از صرف همکاری با آنها در قالب پروژه‌های مربوط با اینفلوئنسرهای ساده را در سر داشته باشید. وبلاگ‌نویسی و همکاری با اینفلوئنسرهای ماهر در این میان ایده جذابی برای این بخش خواهد بود. چنین امری به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایسانی خواهد کرد. بنابراین باید همیشه در این‌ زمینه عملکردتان را به بهترین شکل ممکن بهینه‌سازی نمایید.

بسیاری از برندها برای بازاریابی هرگز به وبلاگ‌ها توجه نشان نمی‌دهند. این امر به دلیل ارزیابی این حوزه به مثابه بخشی از فرآیند کلیشه‌ای بازاریابی است. همانطور که امروزه سرویس‌های ایمیل هنوز هم طرفدارهای خاص خودش را دارد، وبلاگ‌ها نیز کانال ارتباطی مهمی برای برندها محسوب می‌شود. بنابراین شما باید همیشه این کانال مهم را مدنظر قرار دهید.

اینفلوئنسرهای پلتفرم‌های اجتماعی

اینفلوئنسرها حضور بسیار گسترده‌ای در شبکه‌های اجتماعی نیز دارند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و به برندها برای همکاری هرچه ساده‌تر با این دسته از افراد کمک می‌کند. شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر اهمیت‌شان را به طور قابل ملاحظه‌ای حفظ کرده‌اند. این امر برای بسیاری از برندها به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اهمیت زیادی پیدا کرده است. درست به همین خاطر بسیاری از برندها اینفلوئنسر مارکتینگ را با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مورد شناسایی قرار می‌دهند.

اینستاگرام، توییتر، فیس‌بوک و به تازگی تیک تاک مهمترین شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا محسوب می‌شوند. این پلتفرم‌ها دارای میلیاردها کاربر فعال بوده و اهمیت‌شان در حوزه بازاریابی به طور مداوم افزایش پیدا می‌کند. در این میان برخی از برندها به غیر از حضور برند خودشان در بازار به دنبال همکاری بلندمدت با اینفلوئنسرها نیز هستند. چنین امری برای تاثیرگذاری بر

با اینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی مربوط به برند او‌رو (Orro) است. این برند در زمینه توسعه خوراکی‌های گیاهی فعالیت دارد. همکاری این‌ برند با برخی از اینفلوئنسرهای گیاه‌خوار در راستای توسعه محصولاتش یکی از جذاب‌ترین نمونه‌های همکاری در این میان محسوب می‌شود. با این حساب شما باید همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در این راستا انگیزه کافی را نشان دهید.

آمارهای جالب اینفلوئنسر مارکتینگ در سال ۲۰۲۱

بازاریابی همراه با اینفلوئنسرها دیگر یکی از گزینه‌های اصلی برای برندها محسوب می‌شود. درست به همین خاطر انتخاب آن برای برندها یک امر ساده یا دلخواهانه نیست. شما به عنوان بازاریاب باید همیشه همکاری با این دسته افراد را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شانس‌تان برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف به شدت کاهش پیدا خواهد کرد.

سال ۲۰۲۱ از بسیاری از جهات برای بازاریاب‌ها سخت و عجیب بود. با این حال حوزه اینفلوئنسر مارکتینگ رکوردهای تازه‌ای را به ثبت رساند. این امر برای بسیاری از برندها آغاز بازگشت به شرایط بازاریابی و فروش عادی پس از بحران همه‌گیری کرونا محسوب می‌شد. در این راستا همکاری میان برندها و تاثیرگذاری‌شان بر روی مشتریان نیز اهمیت زیادی دارد. اگر شما به دنبال استفاده از الگوی اینفلوئنسر مارکتینگ هستید، توجه به برخی از نکات مهم که همکاران ما در موسسه هاب اسپات گردآوری کرده‌اند، ضرورت خواهد داشت. در این رابطه به نکات ذیل توجه نمایید:

- در سال ۲۰۲۱ نزدیک به ۵۸ درصد از بازاریاب‌ها همکاری با اینفلوئنسرها را یکی از تجربه‌های عالی دوران کاری‌شان عنوان کرده‌اند. این امر حتی در زمینه کار متخصص‌های سئو نیز تاثیر داشته است. با این حساب فعالیت شما در این میان دارای اهمیت بسیار زیادی خواهد بود.
- ۸۰ درصد از بازاریاب‌ها نسبت به تاثیرگذاری فرآیند همکاری با اینفلوئنسرها در حوزه بازاریابی تاکید داشته‌اند. این امر در سال ۲۰۲۱ یکی از شیوه‌های بازاریابی برتر در مقایسه با دیگر الگوهای رایج محسوب می‌شود. درست به همین خاطر برندها باید جهت‌گیری کاملا برجسته‌ای در این راستا داشته باشند.
- در سال ۲۰۲۲ نزدیک به ۸۶ درصد از بازاریاب‌ها برنامه‌ای ویژه برای ادامه روند بازاریابی در رابطه با استفاده از اینفلوئنسر مارکتینگ دارند. معنای این امر رضایت بالای بازاریاب‌ها از این الگو در طول سال‌های اخیر است. بنابراین شما نیز امکان استفاده از این الگو در حوزه بازاریابی را خواهید داشت.
- ۷۱ درصد از بازاریاب‌ها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اینفلوئنسر مارکتینگ را ابزاری ضروری قلمداد کرده و برنامه ویژه‌ای برای افزایش بودجه بازاریابی در این بخش دارند. با این حساب برند شما نیز باید افزایش بودجه در این راستا را مورد توجه قرار دهد. در غیر این صورت هیچ شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان نخواهید داشت.
- همکاری میان برندها و اینفلوئنسرها به طور ویژه‌ای برای جلب نظر نسل مشتریان Z با جوان اهمیت دارد. بنابراین برند شما باید تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن را مدنظر قرار دهد، در غیر این صورت شانسش برای جلب نظر مشتریان به شدت کاهش پیدا خواهد کرد.
- بازگشت سرمایه در الگوی اینفلوئنسر مارکتینگ اهمیت بسیار زیادی دارد. شما برای جلب نظر مشتریان

اینفلوئنسر مارکتینگ در سال ۲۰۲۲ چه وضعیتی خواهد داشت؟

باید همیشه این الگو را مدنظر قرار دهید. دلیل این امر نیز تضمین بازگشت سرمایه‌به بالا در الگوی مورد بحث است. به علاوه، شما امکان سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان با کمترین هزینه را نیز در این الگو خواهید داشت. چنین امری اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد.

چگونه کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ طراحی کنیم؟ طراحی کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ یکی از کارهای به نسبت سخت در حوزه بازاریابی محسوب می‌شود. دلیل این امر نیز اشتباهات رایج در زمینه همکاری با این دسته از افراد است. درست به همین خاطر شما برای تعامل با مشتریان‌تان باید برنامه‌ای ویژه داشته باشید، در غیر این صورت فقط هزینه بازاریابی‌تان را اتلاف خواهید کرد. در ادامه این بخش برخی از تکنیک‌های مناسب برای طراحی کمپین بازاریابی با همکاری اینفلوئنسرها مورد بررسی قرار می‌گیرد.

تعریف اهداف کمپین

هر کمپین بازاریابی باید اهداف مشخصی داشته باشد. برندهایی که بدون هدف وارد یک حوزه بازاریابی می‌شوند، اغلب اوقات چیزی به غیر از شکست به دست نمی‌آورند. همانطور که در ابتدای این مقاله مورد بحث قرار گرفت، اهداف بازاریابی تنوع بسیار زیادی دارد. بنابراین اگر شما هنوز درباره آن به خوبی فکر نکرده‌اید، باید شروع کمپین‌تان را به تاخیر بیندازید، در غیر این صورت سرنوشتی بهتر از شکست مالی ستگین در انتظراتان نیست. برخی از مهمترین اهداف برای کمپین‌های بازاریابی شامل دسترسی به مشتریان تازه، افزایش تعامل با کاربران و همچنین فروش بالاتر است. البته در زمینه تعیین اهداف هر برند براساس موقعیت خاص کسب و کارش امکان شخصی‌سازی وضعیت را نیز خواهد داشت. بنابراین شما باید در این رابطه عملکرد کاملا حرفه‌ای داشته باشید. الگوپردازی از دیگر برندها شاید همیشه ایده جذابی باشد، اما در این مورد نتیجه‌ای به غیر از شکست برای برندگان به همراه نخواهد داشت.

تعریف مخاطب کمپین

مخاطب کمپین یکی از مهمترین نکات برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان محسوب می‌شود. اگر شما در زمینه همکاری با اینفلوئنسرها هیچ تعریفی از مشتریان‌تان به آنها ارائه نکنید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی آنها به شدت کاهش پیدا می‌کند. اینفلوئنسرها در صورت آگاهی از ماهیت مشتریان هدف شما امکان تولید محتوا براساس سلیقه آنها را خواهند داشت. بنابراین شما باید در این رابطه عملکرددان را به شدت بهینه‌سازی نمایید. این نکته به برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای خواهد کرد.

طراحی پرسونای مشتری یکی از کارهایی است که برندها را به بهترین شکل ممکن در زمینه اینفلوئنسر مارکتینگ از رقبا جلو می‌اندازد. چنین امری شاید بسیار کلیشه‌ای به نظر برسد، اما به برندها امکان تقسیم‌بندی مشتریان و شخصی‌سازی ارتباط‌شان با آنها را می‌دهد.

همکاری با اینفلوئنسرها در تمام مراحل طراحی کمپین یکی از نکات مهم محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهد داد. بنابراین شما باید همیشه همکاری با آنها را در شرایط بسیار حرفه‌ای دنبال نمایید، در غیر این صورت کمپین‌تان دیر یا زود به مشکلات اساسی برخورد خواهد کرد.

تعیین بودجه

بدون شک برندها منبع مالی بی‌نیاهتی برای بازاریابی ندارند. همین امر اغلب اوقات دردسرهای بسیار زیادی برای بازاریابی پیش روی آنها قرار می‌دهد. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید اول از همه بودجه‌تان را مشخص نمایید. این امر به شما در زمینه انتخاب انواع اینفلوئنسرها نیز کمک خواهد کرد. در غیر این صورت شاید در میانه راه کمپین‌تان با کمبود منابع مالی به طور گسترده رو به رو شود. این امر مشکلات پیش روی برندگان را به طور قابل‌ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

توجه به توانایی برند برای تعیین بودجه همیشه نکته مهمی محسوب می‌شود. متأسفانه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف توانایی مالی کسب و کارشان را در آخرین مراحل مورد ارزیابی قرار می‌دهند. چنین امری وضعیت بازاریابی برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار خواهد کرد. به همین خاطر شما باید همیشه در تلاش برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف باشید. این امر در مراحل ابتدایی همراه با تعیین یک بودجه مناسب برای برند خواهد بود. در غیر این صورت شما شانس بسیار مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را از دست خواهید داد.

مرور فعالیت اینفلوئنسرهای مدنظر

اینفلوئنسرها همیشه با برندها در همکاری هستند. بنابراین شما برای انتخاب یک اینفلوئنسر نباید عجله کنید. ارزیابی وضعیت هر اینفلوئنسر و تلاش برای مرور برخی از کارهای قبلی‌اش ایده جذابی در این میان خواهد بود. اگر سایر برندها نسبت به همکاری با وی رضایت بالایی دارند، همکاری شما با آن برند نیز جذاب خواهد بود، در غیر این صورت باید به سرعت سراغ گزینه‌های بعدی در لیست‌تان بروید. این امر یکی از نکات مهم برای اینفلوئنسر مارکتینگ حرفه‌ای محسوب می‌شود.

وقتی شما در تلاش برای همکاری با یک اینفلوئنسر هستید، باید اول از همه اعتبار برندگان را مدنظر قرار دهید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مشتریان کمک خواهد کرد. اگر یک اینفلوئنسر ارتباط مناسبی با حوزه فعالیت برندگان ندارد، همکاری با وی فقط موجب کاهش اعتبار برندگان خواهد شد. بنابراین باید به سادگی هرچه تمام‌تر همکاری موردنظر را لغو کنید.

منبع: هاب اسپات