روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

# فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

دوشنبه
۲۱ خرداد ۱۴۰۳

Mon.10 Jun 2024
۲ ذوالحجه ۱۴۴۵ - سـال نهم
شماره ۲۴۸۱
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

نگاهی به کارنامه صنایع بازار سرمایه در آغاز سال ۱۴۰۳

## بیشترین کاهش تولید به خودرویی‌ها رسید

بازارهای دارایی این روزها تحت تاثیر برگزاری زودهنگام انتخابات ریاست جمهوری قرار دارند و بیش از هر چیز تحت‌الشعاع ریسک فزاینده سیاسی هستند. بازار خودرو نیز از این قاعده مستثنی نیست و با رونمایی از نامزدهای نهایی انتخابات ریاسـت جمهوری و آغاز تبلیغات کاندیداها از میانه این هفته، تب و تاب انتخابات در بازارها بالا گرفته است. نامزدهای انتخابات ریاست...

۲

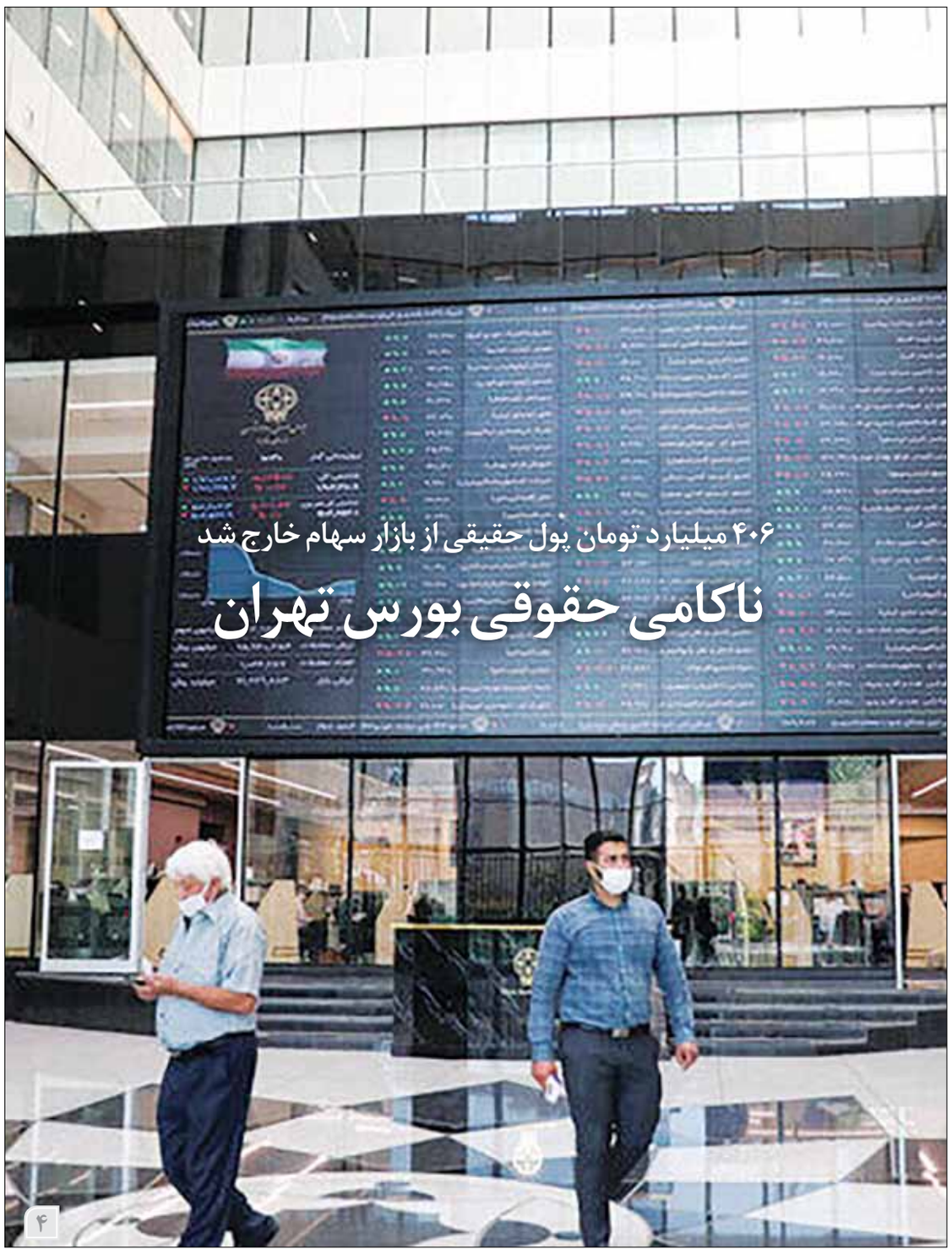
یادداشت

## راه دشوار اجماع بر مسیر توسعه

مسعود سپهر
جامعه‌شناس

وقتـی روسـتو در دهـه ۵۰ میلادی مراحل گذار به توسـعه را می‌نگاشـت، فقط کشورهای غربـی بودنـد کـه در تجربه و باور او و بیشـتر اندیشـه‌ورزان ایـن رشـته بایـد مسـیر آنها توسـط کشـورهای به اصطلاح جهان سـوم طی می‌شـد تا به توسـعه برسـند. در کنـار این الگو با الهام از تجربه کشورهای کمونیستی، مسـیری هم تحت عنوان راه رشد غیرسرمایه‌داری در اردوگاه متفکران چپ مطرح بود که پس از فروپاشی شوروی و تجربـه ناموفق کمونیسـم به سـرعت از دسـتور کار کشورها خارج شد. خوشـبختانه در نیم قـرن اخیـر، تجربیـات موفـق بـرای توسـعه‌یافتگی در ۵ قاره جهـان وجـود دارد و در ایـن خصـوص مطالعـات تطبیقـی فراوانـی انجام شـده اسـت که نشـان می‌دهد چگونه می‌توان بـدون نیاز بـه عبـور از همان مسـیر سـرمایه‌داری غربی در مـدت کوتاهی وارد دوران بدون بازگشت توسعه‌یافتگی شد و هر روز بخش بزرگ‌تری از جامعه را از مواهب آن بهره‌مند سـاخت. مطالعات تطبیقی توسعه، اصولی را بـه عنـوان مشـترکات همه کشـورهایی که تجربـه موفقی داشـته‌اند آشکار سـاخته است که نشـان می‌دهد هیـچ ملتی نمی‌تواند بـدون رعایت آنها این راه دشوار را به سهولت بپیماید.

ادامه در همین صفحه



۴۰۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد

## ناکامی حقوقی بورس تهران

۴

برای تبدیل‌شدن به هاب لجستیکی منطقه با کمبود زیرساخت‌ها مواجهیم

## تنگنای کانتینری در تجارت ایران

فرصـت امروز: ایران با موقعیت اسـتراتژیک و دسترسـی به آب‌های آزاد، پتانسـیل بالایی برای تبدیل‌شـدن به هاب لجسـتیکی منطقه دارد اما در این مسـیر، چالش‌های بزرگی نیز وجود دارد که یکی از مهمترین آنها، کمبود زیرسـاخت‌های لجسـتیکی اسـت. ترانزیت و تجارت ایران که همواره با چالش‌هایی مانند فقدان شبکه حمل و نقل یکپارچه و کارآمد، کمبود تجهیزات و فناوری‌های نوین و فقدان قوانین و مقررات مناسب روبه‌رو بوده است، در حال حاضر با مشـکل دیگری نیز دسـت به گریبان است، مشکلی با عنوان کمبود کانتینر که بخش لجستیک کشور را به شدت درگیر کرده است.

لجستیک به عنوان سیستم مدیریت جریان کالا و خدمات، نقش بسیار حیاتی در توسعه اقتصادی و رشد تجارت جهانی ایفا می‌کند. این حوزه، علاوه بر افزایش بهره‌وری و کارایی در حمل و نقل کالاها، تاثیر مستقیم بر توانمندی کسب‌وکارها برای رقابت در بازارهای جهانی و افزایش سرعت و کیفیت ارائه خدمات دارد. بدیهی است که بخشی از الزامات توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل وابسته به تامین تجهیزات لازم در این حوزه مانند تامین وسایل نقلیه مورد نیاز و کانتینر است، اما با وجود اهمیت کانتینر در بخش لجستیک و توسعه تجارت، کشور همچنان در این بخش با کمبودهای اساسی روبه‌روست و توقف تولید در تنها شرکت تولیدکننده کانتینر در کشور موجب شده تا زنگ بحران...

۲

خدمات پررونق‌تر شد، کشاورزی عقب کشید

## تغییر ترکیب بازار کار در ۲۰ سال گذشته

۳

مدیریت و کسب‌وکار

## راهکارهای استخدام حسابدار مناسب برای شرکت

دنیای کسب و کار پر از حساب و کتاب‌هایی است که باید به طور دقیق ارزیابی شوند. خیلی از برندها فقط به خاطر اینکه حواس‌شان به حساب و کتاب شرکت نیست، بعد از مدت زمانی کوتاه با انواع بدهی‌ها رو به رو می‌شوند. راستش را بخواهید، وقتی شما با کلی بدهی مواجه شوید، دیگر شانس زیادی برای بازگشت به بازار ندارید. مگر اینکه یک کامبک عجیب و غریب بزنید! ما در روزنامه فرصت امروز دوای درد شرکت‌ها در رابطه با بدهی و امور مالی را همکاری با یک حسابدار کاربلد می‌دانیم. اینطوری شما می‌توانید بدون هیچ مشکلی فرآیند همکاری با افراد موردنظر را شـروع کرده و نگران هیچ چیز هم نباشـید. یادتان باشد، شما یک حسابدار یا فرد حرفه‌ای در این زمینه نیستید. بنابراین برای بهبود کارتان نیاز به کمک بقیه دارید. این مسئله‌ای است که هنوز خیلی از کارآفرینان با آن کنار نیامده‌اند. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم اولین...

۸

## راه دشوار اجماع بر مسیر توسعه

بدیهی است که هر کشوری با توجه به تاریخ و جغرافیا و فرهنـگ خود پدیـده‌ای منحصر به فرد اسـت و باید توسـعه را با توجه به مقتضیات بومی و داشته‌های خود پیـش ببرد، اما این اصول عام اسـت و بـر هر ملاحظه دیگری تقدم دارد. به بیان تمثیلی، دانش توسـعه مانند علم تعلیم و تربیت اسـت که هرچند هـر فرد با فردی دیگر به لحاظ اسـتعداد و محیط و پیشینه خود متفاوت اسـت اما برای کشـف و شکوفایی اسـتعدادهای او باید اصول عام تعلیم و تربیت پیروی شود.

مفروض دیگر آن اسـت که توسعه یک پروژه است نه یک پروسه. توسعه مانند فرآیند رشد طبیعی یک انسان و گـذر او از نوباوگـی به کودکـی و نوجوانی و جوانی و میانسالی و پیری و مرگ نیست که عمل ارادی انسان‌ها بر آن تأثیر اندکی دارد. توسـعه عملی است آگاهانه و با طرح و نقشـه که نیازمند اراده قوی انسان‌های متحد و آگاه در طول زمان اسـت. توسعه پروژه‌ای مانند ساختن یک سد یا کارخانه و البته بسیار وسیع‌تر و با ملاحظاتی به مراتب گسـترده‌تر و انسـانی‌تر است. یک سد قبل از آنکه به بهره‌برداری برسـد در ذهن طراح یا طراحان آن سـاخته می‌شـود و به صورت برنامه و نقشه و ماکت به همـه ذی‌نفعان ارائه می‌گردد و البتـه در طول زمان به بلوغ می‌رسـد و گام به گام سـاخته می‌شود تا به نتیجه نهایی برسد. مطالعات تطبیقی توسعه نشان می‌دهد که وجود دو متغیر مسـتقل در همه این کشـورها مشترک اسـت که می‌توان آنها را به عنوان دو اصل پایه و شـرط کافی برای به ثمر رسـیدن پروژه توسـعه بیان کرد. این دو متغیر مسـتقل، صرف نظر از نظام سیاسـی یا سطح دموکراسـی یا محیط بین‌المللی در همه این نظام‌ها، از چین و هند تا کره جنوبی و سنگاپور و مالزی و برزیل و آفریقای جنوبی و حتی ترکیه و امارات قابل مشـاهده و راستی‌آزمایی است.

اولین متغیر مسـتقل، وجود یک کادر رهبری مقبول توسـعه‌گرا و هماهنگ، دارای ذهنیـت علمی و قادر به فهم الگوریتم یک پروژه برای یک دوره طولانی (حداقل ۱۵ سـاله) در رأس کشور است. منظور از کادر رهبری، عـلاوه بر رهبر اصلی، برخـورداری از یک گروه مدیریت رده اول و میانی هماهنگ با مشـخصات فوق اسـت که بتوانند در قالب یک حزب یا سازماندهی، اعتماد عمومی یا حداقل سـکوت و عدم کارشـکنی جدی قاطبه مردم را جلب کننـد. در یک پروژه همه جزییات مهم اسـت و نمی‌توان با شـعار و کلیات یا طرح‌های مبتنی بر نقل قول از بزرگان و پیشـینیان، آن را به پیش برد. در تفکر علمی برای برداشـتن هر گام جدیـد باید همه راه رفته بشـریت در آن مسـیر را دید و از تجربه آنها اسـتفاده کرد. در همه کشـورهای توسعه‌یافته جدید، وجود کادر رهبری با این مشـخصات قابل مشاهده و ردگیری برای یک دوره طولانی اسـت. به هـر اندازه ثبات و تداوم آنها بیشـتر بوده دسـتاوردها ملموس‌تر است. دومین متغیر مستقل مشترک در همه این کشورها، به حداقل رسیدن فساد و اصلاح ساختار نظام سیاسی و اجرایی است. نبود فسـاد به این معناست که نه تنها قانون خوب و منطبق بر نیازهای پروژه توسـعه کشـور وجود دارد یا توسـط حکومت به تصویب می‌رسد بلکه به طور کامل و یکسان و بدون تبعیض و اعمال فشار گروه‌های ذی‌نفع و صاحب قدرت اجرا می‌گردد.

روشـن است که توسعه در کشـوری اتفاق می‌افتد که مراحل ملت‌سـازی و دولت سـازی را پشت سر گذاشته باشد و ایران قرن‌هاست که از این مقدمات گذشته است اما علی‌رغم داشـتن بسـتر مناسـب هنوز از پیچ توسعه عبور نکرده است. در سال‌های دهه ۴۰ شمسی با حضور تیمی توسـعه‌گرا و غیرفاسـد در مدیریـت برنامه ریزی کشور شاهد یک دوره رشد سریع اقتصادی هستیم، اما با شروع دهه ۵۰، آفت کیش شخصیت و عدم همراهی شاه همراه با گسترش فسـاد، نه‌تنها توسعه یافتگی همچنان دور از دسـترس ماند بلکه با بـروز انقلاب و در ادامه آن جنگ، بسـیاری از دستاوردها نیز نابود شد. در سال‌های نخسـت انقلاب اسلامی، التهابات و جنگ و شور انقلابی، فرصتی باقی نگذاشـت تا برای پروژه توسعه کشور، نقشه راهـی ارائه شـود و انقلابیون بر این گمـان بودند که با حرکـت جهادی در روسـتاها و خودکفایی و ایثارگری با سـقوط طاغوت همه چیز خود به خود درسـت می‌شود. در آن دوره اصـلا فهم و طرح نقشـه پروژه در انقلابیون و روشنفکران و مسـئولان رده اول وجود نداشت. اگر به ادبیات مکتوب ۱۰ سال اول انقلاب بازگردیم تقریبا هیچ محتوای قابل اهمیتی در کتب و مقالات نمی‌یابیم. جنگ هـم اولویت بقا را چنان برجسـته سـاخت که حتی اگر کسی مسئله توسعه را مطرح می‌کرد زیر سؤال می‌رفت.

با شـروع دوران سازندگی ظاهرا همه چیز برای شروع پروژه توسـعه کشـور فراهم بود، اما متاسـفانه نقشه‌ای روشـن و برخاسـته از علم توسـعه وجود نداشت. تازه همان کلیاتی هم که مطرح بود به دلیل سـیطره اسلام فقاهتی بر بخش بزرگی از مدیریت کشـور مورد اجماع قـرار نگرفت. ترکیـب کابینه دوم سـازندگی به خوبی نشـانه‌های عدم اجماع و توقف پروژه توسعه را مشخص می‌کند. حضور طبقه متوسط شهری در عصر اصلاحات و اکثریتی که حول یک پروژه جدید اصلاحی توسعه‌گرا با مؤلفه‌های مدرن و علمی آن شـکل گرفت، چراغ امید قائلان به توسـعه کشور را روشن کرد. هشت ساله دوره اصلاحات به گواه همه شـواهد و آمار به رغم همه موانع و مشـکلات، بهار توسعه کشـور پس از انقلاب اسلامی است. در این دوره اگر همه سیاستگذاران کشور با پروژه توسـعه همراه می‌شدند، مسلما توسعه می‌توانست ادامه و گسـترش یابد و ایران دوره سـخت گذار را طی کند. در این دوره، نقشـه راه توسـعه مشخص بود، کارگزاران توسـعه حاضر بودند و فسـاد حداقلی موجود با جامعه مدنی فعال قابل کنترل می‌نمود، اما افسـوس که جریان مخالـف اصلاحات هـم نیرومند بود و اجمـاع نخبگانی شکل نگرفت. اگر عصر اصلاحات هشت سال دیگر ادامه می‌یافـت مطابـق تجربه‌های جهانی توسـعه، از مرحله برگشت‌ناپذیر آن عبور می‌کردیم.

پـس از دوره اصلاحـات، زمانی کـه از نخبگان برای تدویـن الگوی اسـلامی ایرانی پیشـرفت دعوت شـد، ایـن امید جوانـه زد که بالاخره توسـعه در اولویت قرار گرفـت و با تدوین نقشـه و برنامـه آن و اراده متمرکز رهبری و اجماع نخبگانی، موتور توسـعه روشـن شود. افسوس الگویی به عنوان نقشـه راه پروژه توسعه کشور هرگز متولد نشـد و اصلا معلوم شد که پیشرفت معنای مترادف با توسعه ندارد و حتی واژه توسعه از برنامه‌های پنج سـاله کشـور حذف گردیـد. در کنار این مشـکل، فسـاد هر روز ابعاد بزرگ‌تر و مخوف‌تـری پیدا کرد؛ تا جایی که امروز سـخن گفتن از فساد ساختاری از سوی بسـیاری صاحب‌نظران عادی شـده است. طبیعی است کـه در شـرایط اتحاد مفسـدان برای منافع شـخصی، دعوت نخبگان برای پروژه توسـعه بی‌معنا می‌شـود. در حـال حاضر راه برون‌رفت از بن‌بسـت توسـعه ایران، یا تمکین همگان به راه حل مردم‌سالارانه و جلب مشارکت همگانی برای اتحاد ملی در بازسـازی سیاست و قدرت در کشـور با محوریت توسعه اسـت و یا آنکه با توجه به سـیطره بخش نظامی امنیتی بر همه شئون جامعه، در ایران نیز همچون بعضی کشـورها چـون کره جنوبی و چیـن و ویتنام بر پروژه توسـعه‌ای که می‌تواند توسـط این گروه تعریف شـود، اجماع نخبگان حاصل شود و با مبارزه واقعی با فساد و جلب اعتماد و مشارکت تدریجی مردم و به ویژه طبقه متوسـط در حوزه اقتصادی، ایران توسعه یابد.

## سفره‌های زندگی کوچک شده است

حسن فروزان‌فرد، عضو اتاق بازرگانی تهران

موضـوع توافق بین کارگـر و کارفرمـا، زمانی منطقی می‌شود که دولت به وظیفه اصلی خود، یعنی کنترل تورم پایبند باشد و در همین زمینه هم فعال بوده و تلاش کند. اینکه تورم به صورت افسارگسیخته، دوره به دوره افزایش یابد و اینکه در پنج سـال گذشته تورم با اعداد بالای ۴۰ درصد تغییر می‌کند، درسـت نیست؛ این مسئله موجب می‌شـود که در واقع حضور دولت پای میز مذاکره، حضور ارزنده و پیش‌برنده‌ای قلمداد نشود. وظیفه اصلی دولت در اقتصـاد، کنترل تورم و ایجاد روند منطقی برای پیشـبرد مولفه‌های مهم اقتصادی اسـت. در این صورت اسـت که کارگر و کارفرما با روش‌های منطقی‌تر و گفتاری که میل به سمت جلو دارد، پیش می‌رود و مذاکره دو طرف موثرتر می‌شود. همین‌گونه است که توافقات بهتر - که منافع هر دو طرف را جلب کند - به دست می‌آید. زمانی که از یکسو، تورم به شکل افسارگسیخته افزایش می‌یابد و از سوی دیگر هم محاسبه دقیق نرخ تورم، موکول به نظرات متعدد، افراد مختلف و سـازمان‌های مختلف می‌شـود - که با یکدیگر متفاوت هم هسـتند - حتما تصمیم‌گیری درباره حقوق و دسـتمزد و هر آنچه که مربوط به تورم باشـد، سخت‌تر می‌شود. همین مسئله زمینه را برای ورود و دخالت دولت به روش‌های متفـاوت و گوناگون ایجاد می‌کند. دولت در وضعیـت کارگر و کارفرما، مداخله‌های بسـیاری دارد. در بخش کارفرمایی، با ایجاد مشـکلاتی مانند قیمت‌گذاری، تعزیرات و اعمـال محدودیت برای افزایـش قیمت‌ها در عرصه تولید اختلال ایجاد می‌کند. در بخش مصرف‌کننده نیز تشدید تورم و آثار تورمی به دلیل سیاست‌های دولت به وجود می‌آید و قدرت خرید را کاهش می‌دهد. حضور این بازیگر، یعنی دولت زمانی می‌تواند کمک‌کننده باشـد که وظیفه اصلی خود را بداند و برای پیشرفت آن تلاش کند. این‌گونه، توافق میان کارگر و کارفرما با منطق درست‌تری ایجاد می‌شود. در نهایت، هدف غایی کارفرما این است که کار بنگاه اقتصادی‌اش انجام شود و رضایت نسبی کارکنان خود را به دسـت بیاورد، پس تعامل منصفانه‌تری با کارگر دارد. در حال حاضر، هر دو طرف کارفرما و کارگر هر کدام به نوعی تحت فشار هسـتند؛ پس هر دو تلاش می‌کنند آسیب خود را کم کنند و به اینکه باید منافع طرف مقابل را تامین کنند، توجه نمی‌کنند تنها در صورتی وضعیت بهبود می‌یابد که هر دو طرف به منافع طرف مقابل توجه کنند.

در یک طرف میز، کارگر گرفتاری‌هایی از جنس مواجهه با کوچک‌تر شدن سفره خود را دارد که به دلیل شرایط تورمی وحشتناکی که همه کشور تجربه می‌کند، به وجود می‌آید و کارفرما، گرفتاری‌هایی از جنس افزایش قیمت تمام‌شده کالا دارد. افزایش قیمت تمام‌شـده در شرایطی به وجود می‌آید که سیاست‌های انقباضی اجرا می‌شود و دسترسی به منابع مالی، دشـوارتر و پرهزینه‌تر از قبل است. کارفرما همچنین درگیر مکانیزم‌های قیمت‌گذاری اسـت که شـرایط را برای ادامه فعالیت‌ها دشوار می‌کند. همه اینها به این معناست که در دو طرف میز، دو شخصیت گرفتار نشسته‌اند. پس هر دو طرف سـعی می‌کنند گرفتاری‌های خود را به طرف مقابل تحمیل کنند، اما اگر این دو شـخصیت به واسـطه شرایط اقتصادی مناسب، دو شخصیت پیشروی آماده به کار با نگاه به آینده باشند، حتما توافق‌های منصفانه‌تری ایجاد می‌شود. در چنین وضعیتی حتما شرایط برد-برد برای دو طرف پیش می‌آید. اکنون به نظر می‌رسـد بـرد و باختی وجود دارد که هر دو طرف سـعی می‌کنند از باخـت اجتناب کنند. دلیل اصلی هم ناتوانی دولت در تامین منافع هر دو طرف اسـت. دولت به جای انجام وظایف خود، سعی در اعمال دخالت‌های بی‌مورد دارد.

بنگاه‌هـای اقتصادی در سـال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ با عدم قطعیت جدی مواجه بودند؛ فعالان اقتصادی، شرایط تورمی و مشکلات اقتصادی کشـور را می‌بینند. گرفتاری‌های ارزی و بودجه مدام به چشـم می‌آید و از سوی دیگر، خود بودجه، شخصیتی تورم‌زا دارد. از یک سوی دیگر، مالیات‌ها هم فشار مضاعفی برای بنگاه اقتصادی هستند. همه این مواردی که با عدم قطعیت همراه اسـت، به همراه نگرانی‌های متعدد ناشی از ریسـک‌های گوناگون پیش روی فعالان اقتصادی است که باعث می‌شود فعالان اقتصادی، استخدام نیروی کار جدید را اصلا به‌صرفه نبینند؛ زیرا به دنبال این هسـتند که تا آنجایی که امکان دارد، ریسک‌ها و احتمال خطا را کاهش دهند. این زمینه‌ای اسـت که تعهدهای نقدی پرقدرتی به نام پرداخت دسـتمزدهای کارگران تا آنجا که امکان دارد، کاهش یابد. به اضافه این که باید در نظر داشـت اکنون لایحه‌ای در مجلس اسـت که منجر می‌شود چهار ساعت از ساعات کاری کاهش یابد. پس نیـروی کار واحدهای اقتصادی، با همان مقررات و حقوق و دستمزد، چهار ساعت کمتر کار می‌کنند و یعنی ۱۵ درصد دیگر، به هزینه‌های کارفرما اضافه می‌شـود. وقتی این مسائل کنار هم بررسی شـود، هر کارفرمایی را وامی‌دارد که اندیشه کند چگونه با نیروی کار کمتری، کار بیشتری را انجام دهد. تبعات این تصمیم‌گیری و شرایط اقتصادی، کارفرماها را به سمت استفاده محدودتر از نیروی انسانی پیش خواهد برد.

نتیجـه نهایی هم همین شـرایطی اسـت کـه در آن حضور داریم؛ شـرایط توسـعه فراهم نیست و تصمیمات توسـعه‌محور گرفته نمی‌شـود. وقتی صنعت در مسـیر توسعه قرار ندارد، ممکن است تعدادی از کارگران مشغول به کار، به واسـطه موقعیت‌هایی کـه قانونا در اختیار آنان قرار گرفته شـده است، شرایط حداقلی بهتر تجربه کنند، اما کارفرمایی که احسـاس می‌کند در شرایط نااطمینانی اسـت یا کارفرمایی که نگران است، دست از فعالیت‌های توسعه‌ای خود می‌کشد. در نتیجه نهایی، آنچه باعث رفاه نیروی کار می‌شود، تصمیمات توسعه‌ای فعالان اقتصادی است؛ زمانی که این تصمیم‌ها متوقف می‌شود، آینده شغلی نسل جدید دچار چالش می‌شود. تعداد شغل‌ها، متناسب با رشـد جمعیت افزایش نمی‌یابد، بنابراین اگرچه که در کوتاه‌مدت، تعدادی از کارکنان از حداقل‌ها بهره‌مند شوند و امکاناتـی برای آنان فراهم شـود، امـا در کارکنانی که جنبه رسمی ندارند، شروع به کار سختی خواهند داشت؛ زیرا فعالیت‌های توسـعه‌ای کاهش می‌یابد. بنابراین رشد موقعیت‌ها و ظرفیت‌های شغلی هم متوقف شده و هر دوی اینها باعث بیکاری بیشتر و نارضایتی بیشتر است.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

## نگـــاه

با ابلاغ قانون سقف بودجه فصل آینده لیگ برتر

### دخل و خرج ۳ همتی فوتبال تراز می‌شود؟

فدراسیون فوتبال با اجرای قانون سقف بودجه برای باشگاه‌های فوتبال برای دومین سال پیاپی به دنبال تراز کردن هزینه‌ها و درآمدها در فوتبال است، فوتبالی که گردش مالی ۳ هزار میلیارد تومانی دارد. ریخت‌وپاش‌های مالی و بدون ضابطه باشگاه‌های دولتی فوتبال در دو دهه اخیر سبب شد تا پس از تجربه شکست‌خورده قانون سقف قرارداد در دهه ۸۰، این بار فدراسیون فوتبال با قانون سقف بودجه به دنبال کنترل هزینه‌کردهای باشگاه‌ها در فوتبال باشد. به‌خصوص که بی‌بندوباری مالی باشگاه‌های دولتی و افزایش نجومی و بدون قاعده مبلغ قراردادهای فوتبال، پای نهادهای نظارتی و سازمان بازرسی را هم بیشتر از قبل در سال‌های اخیر به فوتبال باز کرد و سبب شد تا حساسیت‌های نسبت به بالا رفتن بی‌رویه و بدون قاعده قراردادهای فوتبالیست‌ها اوج بگیرد. فدراسیون فوتبال هم با توجه به ورود نهادهای نظارتی و قضایی، از سال گذشته با تعیین یک سقف هزینه‌ای برای باشگاه‌های فوتبال، آنها را ملزم به شفافیت مالی و کنترل هزینه‌های‌شان کرد. قانونی که قرار است در فصل آینده لیگ برتر فوتبال هم اجرا شود و هفته گذشته آیین‌نامه سقف بودجه فصل ۱۴۰۴-۱۴۰۳ ابلاغ شد.

۱۴ سال پیش بود که پای سقف هزینه‌ها به فوتبال ایران باز شد. در سال ۱۳۸۹، فدراسیون فوتبال برای کنترل هزینه‌های باشگاهداری، قانون سقف قرارداد را ابلاغ کرد و باشگاه‌ها در بستن قرارداد با بازیکنان محدود شدند. «عزیز محمدی»، رئیس وقت سازمان لیگ فوتبال در خردادماه ۱۳۸۹، اعلام کرد که براساس مصوبه هیأت رئیسه این سازمان، مبلغ سقف قرارداد برای بازیکنان لیگ برتر، ۳۵۰ میلیون تومان معین شده است و هیأت‌های فوتبال، قراردادی بالاتر از این سقف را ثبت نخواهند کرد. البته از همان ابتدا مشخص بود که این قانون با توجه به مشخص نشدن ابزارهای نظارتی، راه به جایی نخواهد برد و سبب خواهد شد که باشگاه‌ها، این قانون را با انواع و اقسام زیرمیزی‌ها و دو قراردادی، دور بزنند. پس از ابلاغ این قانون، اهدای آپارتمان، خودرو و حتی فولاد به‌عنوان بخشی از قرارداد به بازیکنان فوتبال رواج پیدا کرد و عملا سقف ۳۵۰ میلیونی قراردادها، تبدیل به کف رقم قراردادها شد، به‌طوری که قانون سقف قرارداد به جای اینکه به کاهش هزینه‌ها کمک کند، عملا به افزایش رقم قرارداد بازیکنان سرعت بیشتری داد. این قانون پس از دو سال اجرا به دلیل عدم موفقیت متوقف شد.

حال ۱۳ سال پس از تجربه شکست‌خورده قانون سقف قرارداد، سال گذشته فدراسیون فوتبال، قانون سقف بودجه را در راستای عملی شدن فیرپلی مالی باشگاه‌ها و تراز شدن هزینه‌ها و درآمدها ابلاغ کرد. براساس این قانون، سقف بودجه برای باشگاه‌های فوتبال، ۲۵۰ میلیارد تومان اعلام شد. البته این رقم برای برخی باشگاه‌ها با توجه به آپشن‌هایی مانند اضافه شدن درصدی به این مبلغ به دلیل حضور در لیگ قهرمانان آسیا و همچنین کسب مجوز حرفه‌ای، به ۳۲۵ میلیارد نیز می‌رسید. به گزارش «اتاق ایران آنلاین»، قانون سقف بودجه از همان شروع اجرا با توجه نداشتن ابزار بازدارندگی، سبب شد تا برخی باشگاه‌های متمول و صنعتی حاضر در لیگ برتر فوتبال با گنجاندن آپشن‌های مختلف در قراردادها، حتی دو برابر بیشتر از سقف تعیین‌شده هزینه کنند. البته فدراسیون فوتبال با کسر امتیاز و جریمه‌های میلیاردی سعی در برخورد با باشگاه‌های متخلف داشت، ترفندی که باز هم سبب نشد تا این قانون به درستی اجرا شود و به طرق مختلف توسط برخی باشگاه‌های صنعتی، دور زده شود.

با این حال هفته گذشته فدراسیون فوتبال، قانون سقف بودجه را برای فصل جدید لیگ برتر فوتبال که از مردادماه آغاز می‌شود، ابلاغ کرد. براساس اعلام فدراسیون فوتبال، «حداکثر ۳۲۵ میلیارد تومان به‌عنوان مبلغ پایه اولیه برای تمامی باشگاه‌ها به‌طور مساوی» تعیین شده است. همچنین حداکثر ۶۵ میلیارد تومان برای تیم‌هایی که سهمیه لیگ نخبگان آسیا را کسب می‌نمایند و حداکثر ۵۰ میلیارد تومان به تیم‌هایی که سهمیه لیگ قهرمانان آسیا را کسب می‌نمایند به بند یک قابل افزایش است. حداکثر ۳۵ میلیارد تومان به تیم‌هایی که مجوز حرفه‌ای دریافت نموده‌اند به بند یک قابل افزایش است. در صورت مجوز ملی حداکثر ۱۵ میلیارد تومان به بند یک قابل افزایش است. بدیهی است استفاده توأمان از هر دو مجوز ملی و حرفه‌ای امکان‌پذیر نیست. بدین ترتیب، با توجه به قانون جدید سقف بودجه، حداکثر سقف بودجه برای تیم‌های لیگ برتری با توجه به آپشن‌هایی که در نظر گرفته شده است، ۴۴۰ تا ۴۵۰ میلیارد تومان است که نسبت به سال گذشته بیش از ۱۰۰ میلیارد افزایش یافته است.

با این اوصاف، این سوال مطرح است که ملاک سقف ۳۲۵ میلیاردی چه بود؟ پس از ابلاغ قانون سقف بودجه برای فصل آینده فوتبال، «منصور قنبرزاده» نایب رئیس فدراسیون فوتبال، جمعه گذشته در یک برنامه تلویزیونی درباره شاخص و معیار تعیین رقم سقف بودجه باشگاه‌ها، توضیحاتی ارائه داد و گفت: «برخی می‌گفتند معیار یا شاخص چیست که گفته‌اید پایه سقف بودجه بر چه مبنایی ۳۲۵ بوده است؟ خود باشگاه‌ها براساس صورت‌های مالی حسابرسی شده، درآمدهای مشخص‌شده‌ای را برای مجوز حرفه‌ای برای AFC بارگذاری کرده‌اند. مجموع درآمد برای ۱۳ باشگاه لیگ برتری که آمار داده‌اند، چیزی حدود ۲۷۰۰ میلیارد تومان بوده است. اگر سه باشگاه دیگر را هم اضافه کنیم، نهایتا زیر ۳ هزار میلیارد تومان می‌شود. همچنین درآمد عملیاتی ۱۳ باشگاهی که بارگذاری کرده‌اند، حداکثر حدود ۵۵۰ میلیارد تومان بوده است و ۳-۴ تیم هم نزدیک ۵۰۰ بوده‌اند. با این شرایط با سقف بودجه‌ای که تصویب شد، به فیرپلی مالی نزدیک می‌شویم. فیرپلی مالی یک شبه و طی دو فصل صورت نمی‌گیرد، اما همین که معیار دست‌مان است و می‌دانیم چه باشگاهی چقدر درآمد داشته است، پیشرفت محسوب می‌شود.»

نایب رئیس دوم فدراسیون فوتبال یادآور شد: «بالاترین سقفی که ما گرفته‌ایم، پایه آن ۳۲۵ میلیارد است و با توجه به امتیازی که برای مجوز حرفه‌ای و لیگ نخبگان در نظر گرفته شده، چیزی حدود ۴۴۰-۴۵۰ میلیارد می‌شود. درست است که بالاترین درآمد عملیاتی ما، ۵۰۰ و خرده‌ای بوده اما این رقم فقط برای حقوق و دستمزد نیست؛ برای اردوهای تدارکاتی و سفرهای تیم و تجهیز ورزشگاه و البسه و... هم هست. با توجه به تورمی که داشتیم، باید ۳۰ تا ۴۰ درصد هم روی این رقم بگذاریم که در مجموع بالای ۷۰۰ میلیارد تومان می‌شود، به‌خصوص که این باشگاه‌ها، تیم‌های پایه هم دارند. سقفی که ما اعلام کردیم، فقط برای انعقاد قرارداد است.» «قنبرزاده» با اشاره به اصلاحاتی که در این زمینه صورت گرفته است، عنوان کرد: «در چند زمینه ما از تجربه سال گذشته استفاده کردیم. برای مثال باشگاه‌هایی که در آسیا بودند، درآمدهایی داشتند و ما سال گذشته ۵۰ درصد آن را به سقف بودجه اضافه کرده بودیم. امسال باشگاه‌ها گفتند که این درآمدی که ما از آسیا داریم، پاداش است و به جای ۵۰ درصد، ۱۰۰ درصدش را روی سقف بودجه بگذارید. ما هم دیدیم منطقی است و اجرا شد. الان باشگاه‌هایی که به آسیا می‌روند، می‌توانند ۱۰۰ درصد پاداشی را که کنفدراسیون فوتبال آسیا می‌دهد به سقف‌شان اضافه کنند.

حالا در شرایطی موعد نقل‌وانتقالات فصل آینده لیگ برتر فوتبال ایران از چند روز آینده آغاز می‌شود که با توجه به قانون سقف بودجه، در فصل جدید فوتبال هم شاهد چالش‌ها و البته حواشی زیادی درباره ارقام هزینه‌کرد باشگاه‌ها خواهیم بود و باید دید این قانون در دومین سال اجرای خود می‌تواند موفق‌تر از سال گذشته عمل کند و هزینه‌ها و درآمد باشگاه‌ها را تراز کند یا همچون تجربه پیشین به سرنوشت قانون سقف قرارداد دچار خواهد شد.

برای تبدیل‌شدن به هاب لجستیکی منطقه با کمبود زیرساخت‌ها مواجهیم

# تنگنای کانتینری در تجارت ایران

فرصت امروز: ایران با موقعیت استراتژیک و دسترسی به آب‌های آزاد، پتانسیل بالایی برای تبدیل‌شدن به هاب لجستیکی منطقه دارد اما در این مسیر، چالش‌های بزرگی نیز وجود دارد که یکی از مهمترین آنها، کمبود زیرساخت‌های لجستیکی است. ترانزیت و تجارت ایران که همواره با چالش‌هایی مانند فقدان شبکه حمل و نقل یکپارچه و کارآمد، کمبود تجهیزات و فناوری‌های نوین و فقدان قوانین و مقررات مناسب روبه‌رو بوده است، در حال حاضر با مشکل دیگری نیز دست به گریبان است، مشکلی با عنوان کمبود کانتینر که بخش لجستیک کشور را به شدت درگیر کرده است.

لجستیک به عنوان سیستم مدیریت جریان کالا و خدمات، نقش بسیار حیاتی در توسعه اقتصادی و رشد تجارت جهانی ایفا می‌کند. این حوزه، علاوه بر افزایش بهره‌وری و کارایی در حمل و نقل کالاها، تاثیر مستقیم بر توانمندی کسب‌وکارها برای رقابت در بازارهای جهانی و افزایش سرعت و کیفیت ارائه خدمات دارد. بدیهی است که بخشی از الزامات توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل وابسته به تامین تجهیزات لازم در این حوزه مانند تامین وسایل نقلیه مورد نیاز و کانتینر است، اما با وجود اهمیت کانتینر در بخش لجستیک و توسعه تجارت، کشور همچنان در این بخش با کمبودهای اساسی روبه‌روست و توقف تولید در تنها شرکت تولیدکننده کانتینر در کشور موجب شده تا زنگ بحران کمبود کانتینر در ایران به صدا درآید. هرچند در سالیان اخیر، صنعت حمل و نقل، روند توسعه‌ای را دنبال می‌کند، اما به دلیل عدم تامین الزامات این صنعت، شاهد برخی چالش‌ها در این بخش بوده‌ایم که از جمله این چالش‌ها می‌توان به کمبود کانتینر به عنوان ابزار مهم حمل و نقل اشاره کرد.

### صدای زنگ خطر کمبود کانتینر

هرچند صنعت حمل و نقل در دهه‌های گذشته، روند توسعه‌ای را دنبال می‌کند، اما به دلیل عدم تامین الزامات این صنعت، شاهد برخی چالش‌ها در این بخش بوده‌ایم. از جمله این چالش‌ها می‌توان به کمبود کانتینر به عنوان ابزار مهم حمل و نقل در ایران اشاره کرد. بررسی‌ها نشان می‌دهد کمبود کانتینر، ایجاد وقفه در فرآیند حمل کالا و خدمات را به دنبال دارد و از سوی دیگر بنگاه‌ها را از محل افزایش هزینه حمل و به تبع آن قیمت تمام‌شده محصول، متضرر می‌کند و توان رقابت‌پذیری آنها در بازارهای هدف کاهش می‌دهد. براساس گزارش معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، کمبود کانتینر همچنین با ایجاد اختلال در فرآیند تامین مواد اولیه، آسیب‌هایی را به بخش تولید وارد می‌کند و با ایجاد اختلال در یک یا چند حلقه از زنجیره تامین کالاها، خدمات‌رسانی بنگاه‌ها به مصرف‌کننده را تحت تاثیر قرار می‌دهد که در نهایت می‌تواند منجر به از دست رفتن سفارشات و فسخ قراردادهای منعقده شود. ایجاد چنین تاخیری در عملیات تولید و توزیع، بهره‌وری را در بنگاه‌های اقتصادی کاهش خواهد داد و در نهایت نیز ضمن تحمیل هزینه‌های مازاد، توقف خطوط تولید، افزایش هدررفت مواد، در نهایت کیفیت محصولات و رضایت مصرف‌کننده را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد.

زنگ خطر کمبود کانتینر در بخش لجستیک در حالی به صدا درآمده است که با توجه به قانون برنامه ششم توسعه، کانتینر مشمول قانون استفاده حداکثری از تولید داخلی کشور است و براساس کمیسیون ماده یک آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات، منع قانونی برای واردات آنها صادر شده است و با این شرایط در حال حاضر، ورود کانتینر در مواقعی که حسب نیاز کشور اجازه خرید کانتینرهای مستعمل داده می‌شود، به صورت موقت صورت می‌گیرد. نگاهی به داده‌های آماری نشان می‌دهد که میانگین قیمت واردات کانتینر از ۹۵۴ دلار به ازای هر تن در سال ۱۴۰۱ به هزار و ۳۴۲ دلار به ازای هر تن در سال ۱۴۰۲ رسیده است. در واقع، در سال ۱۴۰۲ ایران به ازای واردات هر تن کانتینر حدود ۳۸۸ دلار بیشتر پرداخت کرده است.

### تکاپوی تولید کانتینر در ایران

در گزارش اتاق تهران به این نکته اشاره شده است که عدم دسترسی به اطلاعات واردات سالانه کانتینرها بر حسب تعداد، اظهارنظر دقیق در این زمینه را تا حدی دشوار می‌کند. در این گزارش این پیش‌فرض در نظر گرفته شده است که چنانچه کانتینرهای وارد شده ظرفیت ۲۰ و ۴۰ فوت داشته‌اند و با نسبت برابر وارد شده‌اند، تعداد کانتینرهای واردشده، طی سال ۱۴۰۲ تقریبا ۲ هزار و ۸۹ کانتینر برآورد می‌شود و براساس این روش، متوسط قیمت وارداتی تخمین زده شده برای هر کانتینر، حدود ۵ هزار و ۶۴۹ دلار خواهد بود. درخصوص تولید کانتینر هم در این گزارش به این نکته اشاره شده است که در حال حاضر اطلاعات دقیق و رسمی در این خصوص در دست نیست، اما براساس اظهارات انجمن کشتیرانی و خدمات وابسته ایران، داده‌های مربوط به تخلیه و بارگیری کشتی‌ها نشان می‌دهد که در سال ۱۴۰۲ حدود ۱۳۰۰ کانتینر در کشور موجود بوده است. ظرفیت تخلیه و بارگیری این تعداد کانتینر براساس آمارهای منتشرشده توسط سازمان بنادر و دریانوردی، حدود ۲۷ میلیون تن بوده که برای دومین سال پیاپی با رشد حدود ۵ درصدی همراه شده است.

مطابق با اظهارات انجمن کشتیرانی و خدمات وابسته ایران و بخش فروش سازه‌های فلزی شرکت ماموت، علی‌رغم اینکه تا چندی پیش در شرایط تحریمی، عمده تولید کانتینرهای کشور توسط این شرکت صورت می‌گرفته، در حال حاضر تولید آن در شرکت ماموت متوقف شده است. اگرچه تولید کانتینرها مشمول قانون «حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی» می‌شوند اما به دلیل ساخت داخلی در کمیسیون ماده یک آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات، منع قانونی برای واردات آنها صادر شده است، اما تولید داخلی این محصول تکافوی نیاز فعلی کشور نیست و در حال حاضر نیز با توجه به توقف تولید آن همزمان با محدودیت‌های وارداتی، مشکلاتی نیز در برخی از مسیرهای حمل و نقل ایجاد شده است. با توجه به وضعیت تولید کانتینر در کشور می‌توان گفت که تولید کانتینر توسط تعداد محدودی از بنگاه‌ها صورت می‌گیرد و از طرف دیگر، به دلیل ضعف‌های زیرساختی تولید، عدم دسترسی به ماشین‌آلات پیشرفته و کمبود سرمایه برای افزایش مقیاس تولید، تامین کانتینر توسط تولیدکننده داخلی با مشکل جدی رو به رو است. بنابراین تکیه صرف بر تامین این محصول از طریق ساخت داخل، نتیجه‌بخش نخواهد بود.

### بار جدید بر دوش ترانزیت ایران

در چنین شرایطی، تامین کانتینر از سوی تولیدکننده خارجی، تنها راه جلوگیری از وارد آمدن آسیب جدی به صنعت حمل و نقل و سایر صنایع وابسته به واسطه تاخیر و یا توقف در زنجیره تامین محصولات است. از سوی دیگر با توجه به اینکه در شرایط فعلی، تولید کانتینر توسط یکی تولیدکنندگان عمده این محصول در کشور متوقف شده و محدودیت‌هایی نیز به طور همزمان بر واردات آن وضع شده است، کمبود کانتینر در بازه بلندمدت، هزینه‌های قابل توجهی بر بنگاه‌ها در سطح خرد و بر اقتصاد کشور در سطح کلان تحمیل خواهد کرد. علاوه بر تحمیل هزینه‌های اضافی ناشی از ایجاد اختلال در حلقه‌های زنجیره تامین محصولات، هزینه‌هایی نیز از محل فرصت‌های از دست رفته ناشی از ضعف در زیرساخت‌های صنعت حمل و نقل به کشور تحمیل خواهد شد. از جمله این فرصت‌ها می‌توان به کریدور شمال-جنوب اشاره کرد که به عنوان یک مسیر تجاری استراتژیک میان اروپا، آسیای میانه و جنوب آسیا می‌تواند فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری متعددی را برای ایران به همراه داشته باشد، اما کمبود کانتینر و ضعف ساختار حمل و نقلی کشور، تحقق پتانسیل‌های موجود در این کریدور را نیز با مشکل مواجه کرده است.

بنابراین با این شرایط می‌توان گفت، با توجه به نقش کلیدی تامین زیرساخت‌های حمل و نقل در توسعه اقتصادی کشور، ضروری است نسبت به محدودیت‌هایی که برای واردات کانتینر براساس مصوبه‌های پیشین به واسطه توان ساخت داخل این محصول اعمال شده، تجدیدنظر اساسی صورت گیرد. در صورت استمرار وضعیت موجود و عدم تامین کانتینر مورد نیاز کشور از طریق تسهیل فرآیند واردات آن، علاوه بر ایجاد اختلال در تامین کالاهای مصرفی خریداران خارجی، بخشی از تولیدکنندگان داخلی نیز به دلیل تاخیر در دسترسی به کالاهای واسطه‌ای با چالش روبه‌رو خواهند شد که با اهداف پیش‌بینی شده در تحقق شعار سال ۱۴۰۳ در تقابل است.

نگاهی به کارنامه صنایع بازار سرمایه در آغاز سال ۱۴۰۳

# بیشترین کاهش تولید به خودرویی‌ها رسید

بازارهای دارایی این روزها تحت تاثیر برگزاری زودهنگام انتخابات ریاست جمهوری قرار دارند و بیش از هر چیز تحت‌الشعاع ریسک فزاینده سیاسی هستند. بازار خودرو نیز از این قاعده مستثنی نیست و با رونمایی از نامزدهای نهایی انتخابات ریاست جمهوری و آغاز تبلیغات کاندیداها از میانه این هفته، تب و تاب انتخابات در بازارها بالا گرفته است. نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری نیز هر کدام ایده‌هایی برای بهبود وضعیت بازار خودرو دارند و برآیند نظرات آنها نشان می‌دهد که حل چالش‌های صنعت خودرو از مسیر واردات ممکن است. با این حال، فهرست مشکلاتی که صنعت و بازار خودرو با آن دست به گریبان هستند، نشان می‌دهد واردات خودرو جزو اولویت‌های اول نیست. رئیس‌جمهور آینده می‌تواند با حرکت در جاده خصوصی‌سازی شرکت‌های خودروسازی، چالش قیمت‌گذاری دستوری را از پیش پای خودروسازان بردارد و از سوی دیگر با انعطاف بیشتر اجازه دهد مدیران لایق بخش خصوصی، پشت فرمان مدیریت شرکت‌های خودروسازی قرار گیرند.

در همین حال، بررسی کارنامه صنایع بازار سرمایه در آغاز سال ۱۴۰۳ نشان می‌دهد که بیشترین کاهش تولید به خودرویی‌ها رسیده است. صنایع مهم بورسی در فروردین ماه امسال ۲۸۲ هزار میلیارد تومان فروش داشتند که نسبت به فروردین ماه ۱۴۰۲، رشد ۲۵ درصدی داشته است. پنج صنعت در بازار سرمایه کشور به عنوان صنایع اصلی یا محوری شناخته می‌شوند. درآمدزایی این پنج صنعت برای اقتصاد کشور از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است و تغییرات آن می‌تواند تأثیرات قابل توجهی بر روند اقتصاد ایران داشته باشد. صنعت خودرو و ساخت قطعات، یکی از این صنایع محوری به شمار می‌رود. این صنعت در فروردین ماه ۱۴۰۲ نتوانست رشد فروشی نسبت به فروردین ماه ۱۴۰۱ داشته باشد اما در فروردین ماه امسال توانست بیش از ۱۰۰ درصد رشد فروش را به ثبت برساند. نکته قابل توجه دیگر در عملکرد فروردین ماه امسال صنعت خودرو، کاهش ۲۱ درصدی مقدار تولید این صنعت است. به نظر می‌رسد کاهش مقداری فروش در کنار افزایش درآمدی ۱۰۰ درصدی را تنها افزایش قیمت محصولات یا کاهش موجودی انبار توجیه می‌کند.

از سوی دیگر، صنعت فلزات اساسی که در رقابت با صنعت محصولات شیمیایی، یکی از بزرگ‌ترین صنایع کشور به شمار می‌رود؛ در فروردین ماه امسال ۱۳ درصد بیشتر از فروردین ماه ۱۴۰۲ فروش داشته است. این صنعت در فروردین ماه ۱۴۰۲ به نسبت فروردین ماه ۱۴۰۱ نزدیک به ۴۰ درصد رشد درآمدزایی داشت. با این حال، صنعت فلزات اساسی، تغییرات خاصی از نظر مقدار تولیدات نداشته است. صنعت استخراج کانه‌های فلزی نیز در فروردین ماه امسال ۲۹ درصد رشد فروش داشته است؛ این صنعت در فروردین ماه ۱۴۰۲ تنها ۱۱ درصد بیشتر از ماه مشابه در سال قبل از آن درآمدزایی کرده بود. به عبارت دیگر، این صنعت در فروردین ماه ۱۴۰۲ نزدیک به ۱۵ درصد کمتر از فروردین ماه ۱۴۰۱ تولید کرده بود اما در فروردین ماه امسال توانسته است ۲۱ درصد بیشتر از فروردین سال گذشته تولید داشته باشد. سنگین‌ترین صنعت بازار سرمایه در فروردین ماه امسال ۲۰ درصد بیشتر از ماه مشابه در سال قبل فروش داشته است. عملکرد درآمدی فروردین ماه ۱۴۰۲ این صنعت به نسبت فروردین ماه ۱۴۰۱ تنها ۷ درصد بهتر بوده است. مقدار تولیدات این صنعت در فروردین ماه امسال حدودا با فروردین ماه ۱۴۰۲ برابر بوده؛ در حالی که این میزان در سال قبل ۵ درصد بیشتر از فروردین ماه ۱۴۰۱ بوده است. سایر صنایع مهم بازار سرمایه نیز در فروردین ماه امسال به طور متوسط ۲۴ درصد بیشتر از فروردین سال گذشته درآمدزایی کردند؛ در حالی که فروردین ماه ۱۴۰۲ را با ۷۳ درصد رشد درآمدی به نسبت فروردین ماه ۱۴۰۱ گذراندند. مقدار تولید صنعت فرآورده‌های نفتی در فروردین ماه امسال بیانگر رشد ۱۲ درصدی تولیدات به نسبت ماه مشابه در سال قبل است. این صنعت در فروردین ماه ۱۴۰۲ نزدیک به ۷ درصد کمتر از فروردین ماه ۱۴۰۱ تولید کرده بود.

همچنین بررسی بازدهی ۳۰ صنعت بزرگ بورس تهران در اردیبهشت ماه ۱۴۰۳، از بازدهی مثبت شاخص صنعت بیمه و صنعت رایانه حکایت دارد. بازار سهام در اردیبهشت ماه امسال نیز چالش‌های متعددی را تجربه کرد، اما در انتهای این ماه تراز شاخص صنعت بیمه و رایانه بالاتر از ابتدای اردیبهشت ماه قرار داشت. به گزارش «اکوایران»، بازار سهام در اردیبهشت ماه امسال هم با چالش‌هایی مواجه بود و در واقع روند صعودی اسفند و فروردین ماه، در اردیبهشت ماه اصلاح شد. سال ۱۴۰۲ نیز روندی مشابه را تجربه کردیم. اردیبهشت ماه امسال تفاوتی نیز با اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ داشت. در سال ۱۴۰۲ ما تنها با چالش‌های داخلی مواجه بودیم و نرخ گاز خوراک موجب افت تراز شاخص‌ها و ورود به یک روند اصلاحی شد. اردیبهشت ماه امسال پس از تشدید تنش‌های خاورمیانه آغاز شد و چالش‌ها فقط به داخل محدود نمی‌شد. در ابتدای اردیبهشت ماه تراز شاخص‌های سهامی، ریزش انتهای فروردین ماه را که با تشدید تنش‌های خاورمیانه ایجاد شده بود، جبران کرد اما چیزی نگذشت که شاخص کل بورس تهران وارد روندی اصلاحی شد و با چالش کاهش نرخ ارز در بازار آزاد و بند س تبصره ۶ قانون بودجه ۱۴۰۳ مواجه گردید.

در بین شاخص ۳۰ صنعت بزرگ بورس تهران، ۱۰ صنعت بازدهی بهتری به نسبت متوسط بازار داشتند و دو صنعت نیز رشد تراز داشتند. صنعت بیمه و صندوق‌های بازنشستگی با ۴٫۵ درصد افزایش تراز توانست بیشترین بازدهی را در بین ۳۰ صنعت بزرگ به ثبت برساند. صنعت رایانه نیز با رشد تراز نزدیک به یک درصد، دومین بازدهی مثبت را در بین شاخص این ۳۰ صنعت به ثبت رساند. صنایع انبوه‌سازی، شرکت‌های چند رشته‌ای صنعتی، فلزات اساسی و فرآورده‌های نفتی نیز از جمله صنایع سنگینی بودند که ریزش تراز کمتری به نسبت شاخص هم‌وزن در اردیبهشت ماه تجربه کردند. همچنین صنایع استخراج کانه‌های فلزی، محصولات شیمیایی، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری و صنعت خودرو و ساخت قطعات نیز از جمله صنایع سنگینی بودند که در اردیبهشت امسال ریزش تراز بیشتری به نسبت شاخص کل داشتند. بیشترین ریزش تراز نیز در بین شاخص این ۳۰ صنعت به صنعت رادیویی با ۱۰٫۸ درصد و پس از آن به صنایع زراعت و قند و شکر به ترتیب با بازدهی منفی ۹٫۹ درصد و منفی ۹٫۸ درصد تعلق گرفت.

خدمات پررونق‌تر شد، کشاورزی عقب کشید

# تغییر ترکیب بازار کار در ۲۰ سال گذشته

فرصت امروز: شواهد آماری نشان می‌دهد در ۲۰ سال گذشته، ترکیب بازار کار تغییر کرده و سهم اشتغال افراد در سه بخش اصلی اقتصاد متحول شـــده است. براساس آمارها، در سال ۱۳۸۴ از هر ۱۰۰ فرد شاغل در بازار کار، ۴۵ نفر در بخش خدمات، ۳۱ نفر در بخش صنعت و ۲۴ نفر در بخش کشاورزی مشغول کار بوده‌اند و این در حالی است که در سال ۱۴۰۲ بالغ بر نیمی از افراد در بخش خدمات فعالیت داشـــته‌اند. همچنین شـــاغلان بخش کشـــاورزی به زیر ۱۵ نفر رسید و اشتغال بخش صنعت نیز به ۳۳ درصد افزایش یافت.

در پایان سال گذشته و از میان ۳۱ استان کشور، سهم بخش خدمات از کل اشتغال در استان بوشهر، بیشترین رکورد را ثبت کرد و به ۶۲ درصد رســـید. این یعنی در استان بوشهر از هر ۱۰۰ نفر شاغل تقریبا ۶۲ نفر در بخش خدمات مشغول به کار هستند. در رتبه دوم، استان تهران قرار گرفته و این دو اســـتان تنها اســـتان‌هایی هستند که در پایان سال ۱۴۰۲، سهم خدمات از اشـــتغال آنها به بالای ۶۰ درصد رسیده و بخش جدی بازار کار را تشکیل داده است. در ۲۸ استان نیز بخش خدمات بین ۶۰ تا ۴۰ درصد از اشـــتغال هر اســـتان را به خود اختصاص داده و این سهم در استان‌های کرمانشاه، قم و گیلان در محدوده ۵۲ درصد و در استان‌های یزد و قزوین در محدوده ۴۶ درصد قرار گرفته است. در سمت مقابل، سهم اشتغال در دو استان کرمان و خراسان شمالی زیر ۴۰ درصد بوده و در مقایسه با سایر اســـتان‌ها، ســـهم کمتری از خدمات را در اشتغال خود به ثبت رسانده‌اند. با این وجود، این سهم همچنان بالای ۳۵ درصد است و از میانگین سهم کشاورزی و صنعت از اشتغال در کشور بالاتر است. براساس داده‌های مرکز آمار، از هر ۱۰۰ شاغل کرمانی در سال گذشته، ۳۷ نفر در بخش خدمات و از هر ۱۰۰ شاغل در خراسان شمالی، ۳۹ نفر در بخش خدمات مشغول به کارند.

### سهم بخش‌های اقتصادی از اشتغال

سهم سه بخش اصلی اقتصاد از جمعیت افراد شاغل در فاصله سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۴۰۲ چه تغییری کرده اســـت؟ به گزارش «اکوایران»، بررسی داده‌های مرکز آمار نشان می‌دهد در ۲۰ سال اخیر سهم اشتغال افراد در سه بخش اصلی اقتصاد متحول شده است. به بیان دقیق‌تر در سال ۱۳۸۴ از هر ۱۰۰ فرد شـــاغل در بازار کار، ۴۵ نفر در بخش خدمات، ۳۱ نفر در بخش صنعت و ۲۴ نفر در بخش کشـــاورزی مشـــغول کار بوده‌اند. این در حالی اســـت که در ســـال ۱۴۰۲ بالغ بر نیمی از افـــراد در بخش خدمات فعالیت داشته‌اند. همچنین شاغلین بخش کشاورزی به زیر ۱۵ نفر رسیده و اشتغال در بخش صنعت نیز به ۳۳ درصد افزایش یافته است. همانطور که می‌دانید، تولید کالا و خدمات در سه بخش اصلی اقتصاد انجام می‌شود. این ســـه بخش شـــامل صنعت، کشاورزی و خدمات اســـت. بنابراین افراد به منظور ورود به بازار کار در یکی از ســـه بخش مذکور مشـــغول فعالیت می‌شـــوند. شواهد آماری حاکی از آن است که سهم هر یک از بخش‌ها از اشـــتغال افراد یکسان نبوده و در گذر زمان تحولاتی را تجربه کرده است. به بیان دقیق‌تر از سال ۱۳۸۴ تا سال ۱۴۰۲ سهم اشتغال افراد در بخش کشـــاورزی کمتر شده و خدمات محبوبیت بیشـــتری پیدا کرده است. در ادامه به بررسی این موضوع براساس شواهد آماری پرداخته شده است.

یکی از پیامدهای مهم حرکت از جوامع ســـنتی به سمت جوامع مدرن و صنعتی، تغییر در ســـهم اشـــتغال افراد است. به بیان دقیق‌تر در جوامع ســـنتی، اشـــتغال افراد اکثرا به کشـــاورزی و فعالیت‌های دستی محدود می‌شد، اما ظهور صنعت و توسعه اقتصادی، فرصت‌های شغلی را متحول کرد و اشـــتغال در بخش‌های خدمات و صنعت را پررنگ‌تر ساخت. ایجاد کارخانه‌ها، معادن، کارگاه‌ها و شـــرکت‌های تولیـــدی در جوامع صنعتی، فصلی جدید در بازار کار رقم زد و افراد را به ســـمت مشـــاغل جدید سوق داد. افرون بر آن تدوین سیاســـت‌ها و قوانین توســـط دولت‌ها و سازمان‌ها منجر به تشویق اشتغال در بخش‌های صنعتی و خدماتی شد.

### تصویر اشتغال در دهه ۱۳۸۰

بررسی داده‌های منتشرشده توسط مرکز آمار ایران نشان می‌دهد از سال ۱۳۸۴ تا پایان ســـال ۱۴۰۲، سهم اشتغال ایرانیان در بخش‌های مختلف اقتصادی متحول شده است. بررسی‌ها حاکی از آن است که در سال ۱۳۸۴ تقریبا از هر چهار ایرانی یک نفر مشغول کار در بخش کشاورزی بوده است. به بیان دیگر، ســـهم کشاورزی از اشـــتغال در بخش‌های اقتصادی معادل ۲۴,۲ درصد بوده اســـت. همچنین در این برهه زمانی، صنعت ســـهم ۳۰ درصدی از اشتغال افراد را به خود اختصاص داده است. بخش خدمات نیز با ســـهم ۴۵,۴ درصدی، بیشترین سهم از اشتغال ایرانیان را در این سال به خود اختصاص داده اســـت. در ســـال ۱۳۸۹، سهم خدمات از جمعیت شاغل به مرز ۴۹ درصدی نزدیک شده و در مقابل کشاورزی، پیشه کمتر از ۱۹ درصد از افراد شاغل در بازار کار شده است. در ادامه در دهه ۱۳۹۰، شـــاهد اوج رونق اشتغال در بخش صنعت هستیم. در ابتدای دهه ۱۳۹۰، سهم اشتغال افراد در بخش خدمات شروع به کاهش کرده است. همسو با کاهش ســـهم اشتغال افراد در این بخش، اشتغال در بخش کشاورزی نیز کمتر شـــده اســـت، اما در این برهه شاغلین بخش صنعت گسترش یافته است. به طوری که در سال ۱۳۹۲ از هر ۱۰۰ فرد شاغل در بازار کار بالغ بر ۳۴ نفر در بخش صنعت فعالیت داشته‌اند. این رقم بالاترین سهم اشتغال افراد در بخش صنعت محســـوب می‌شود. براساس شواهد مذکور می‌توان گفت که در ابتدای دهه ۱۳۹۰، اشتغال در بخش صنعت به اوج رونق خود رسیده است اما این ترکیب پایدار نمانده است.

### تصویر بازار کار در سال ۱۴۰۲

از میانه دهه ۱۳۹۰، ســـهم بخش خدمات از اشـــتغال افـــراد از مرز ۵۰ درصد عبور کرده اســـت. بـــه بیان دقیق‌تر در ســـال ۱۳۹۵، از هر دو فرد شاغل، یک نفر مشغول کار در بخش خدمات بوده است. در این بازه زمانی اشـــتغال افراد در بخش کشاورزی به ۱۷,۹ درصد رسیده است. همچنین صنعت سهم ۳۱,۹ درصدی از اشتغال افراد را به خود اختصاص داده است. با وقوع بحران کرونا در ســـال ۱۳۹۸، اشتغال افراد در بخش‌های مختلف متحول شده است. شواهد حاکی از آن است که صنعت، سازگارترین بخش در مقابله با بحران کرونا بوده است؛ چراکه در سال ۱۳۹۹ با تشدید بیماری کرونا و افزایش قرنطینه‌ها، سهم اشتغال خدمات کاهش یافته و به زیر ۵۰ درصد رســـیده است. بخش کشـــاورزی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و ســـهم ۱۷,۴ درصدی از اشتغال را کسب کرده است. در مقابل اشتغال در بخش صنعت در این برهه رفتار متفاوتی از خود نشان داده و افزایش یافته است. بررسی‌ها حاکی از آن است که اشتغال در بخش کشاورزی در دوران کرونا و پیش از آن تفاوت چندانی نداشته است. بنابراین می‌توان گفت که تاثیر این بیماری بر آن اندک بوده است. با این حال در مشاغل خدماتی به دلیل ماهیت آن، قرنطینه‌ها اثر چشمگیری گذاشته است.

گزارش‌های منتشرشـــده توســـط مرکز آمار نشـــان می‌دهد در ســـال ۱۴۰۲، خدمات اشتغال‌زاترین بخش اقتصادی بوده است. به بیان دقیق‌تر در ایـــن برهه زمانی خدمات ســـهم ۵۱,۳ درصدی از اشـــتغال افراد را به خود اختصاص داده اســـت. سهم اشتغال در بخش کشاورزی در این برهه زمانی به ۱۴,۸ درصد رســـیده اســـت. به نظر می‌رسد افزایش مهاجرت و خشکسالی‌های پیاپی از جمله عوامل اثرگذار بر کاهش اشتغال در بخش کشاورزی بوده است. براساس آمارها چنین به نظر می‌رسد که کشاورزان به سمت بخش خدمات سوق پیدا کرده‌اند و صنعت تقریبا سهم ثابتی از اشتغال افراد داشته است.

تأثیر محدودیت دامنه نوسان بر معاملات سهامی ادامه دارد

# بورس تهران در قعر رکود

بازار ســـهام پس از شروع محدودیت دامنه نوســـان ۲ درصدی، ۱۱ روز معاملاتـــی اخیر را در رکود و با روند نزولی شـــاخص‌های اصلی طی کرده اســـت. بورس تهران با احتساب معاملات سهامی روز شنبه ۱۹ خردادماه، ۱۰ روز معاملاتی را با محدودیت دامنه نوســـان ۲ درصدی ســـپری کرده اســـت. در معاملات روز گذشته (یکشنبه ۲۰ خردادماه) نیز هرچند برخی نمادهای تاثیرگذار در ســـاعات پایانی معاملات از منفی به مثبت رسیدند، اما شـــاخص کل بورس تهران در پایان بیـــش از ۲ هزار و ۹۰۰ واحد افت کرد و به ســـطح ۲ میلیون ۶۱ هزار واحد رســـید. بدین ترتیب در ۱۱ روز معاملاتـــی اخیر و به موازات محدودیت دامنه نوســـان، روند نزولی بورس تهران کماکان ادامه دارد.

ایجاد محدودیت دامنه نوسان ۲ درصدی با حادثه تلخی که برای بالگرد حامل رئیس جمهور در روز ۳۰ اردیبهشت ماه اتفاق افتاد، انجام شد. این محدودیت نوســـان قیمتی برای روزهای ابتدایی بعد از این حادثه منطقی به نظر می‌رســـید اما با توجه به روند نزولی شـــاخص‌های سهامی و رکود معاملاتی، محدودیت دامنه نوســـان تمدید شـــد و روز شـــنبه به دهمین روز خود رســـید. فعالان بازار ســـهام و تحلیلگران بازارهای مالی در ابتدا با محدودشـــدن دامنه نوسان برای جلوگیری از معاملات شتاب‌زده حمایت کردند و معتقد بودند این اقدام از نوســـان غیرطبیعی ناشـــی از معاملات هیجانی جلوگیری می‌کند. با این اوصاف پس از گذشت چند روز معاملاتی با محدودیت ۲ درصدی دامنه نوسان، شاخص‌های سهامی تمایل بیشتری به ریزش نشان دادند و این محدودیت تمدید شد.

به باور کارشناسان، تداوم محدودیت دامنه نوسان قیمت کلیه نمادهای ســـهام و حق تقدم ســـهام در تمامی بازارهای بورس و فرابورس، دردی از مشـــکلات بازار ســـرمایه دوا نمی‌کند و تنها با هدف کنترل شاخص انجام می‌شود. این در حالی است که بازار سرمایه در حال حاضر به خوبی در حال ادامه مسیر است و تداوم محدودیت در دامنه نوسان منجر به کاهش تقاضا می‌شود. همچنین محدودیت دامنه نوسان در حالی برای چهارمین هفته پیاپی تداوم یافته که هیچ‌گونه ریسک داخلی و خارجی در شرایط کنونی برای بازار ســـرمایه وجود ندارد. با تداوم این تصمیم، دســـت بازارگردانان هم برای کنترل بازار ســـرمایه و تلاش برای بهبود نقدشوندگی بسته شده و از ســـوی دیگر صندوق‌های ســـهامی هم با وجود آنکه نقدشوندگی بالا مزیت‌شان می‌باشد، با صف‌های فروش مواجه شده‌اند.

در این میان، افزایش نرخ بازدهی اوراق اخزا، یکی از عواملی است که بر ســـایر بازارهای موازی همچون بازار سهام اثر منفی دارد و از جذابیت‌های این بازارها می‌کاهد. همان‌طور که بســـیاری از کارشناســـان یکی از دلایل مهم ریزش بازار سرمایه در این روزها را افزایش نرخ سود اوراق اخزا عنوان می‌کنند. بررســـی‌ها به وضوح نشان می‌دهد، رشد شاخص کل به واسطه کاهش نرخ سود این اوراق است که هفته گذشته در بازار سهام شاهد آن بودیم و شاخص کل به دنبال کاهش میانگین نرخ سود اوراق اخزا از نقطه حداکثری ۳۷ درصد به حدود ۳۳ درصد توانســـت کندل‌های صعودی را به ثبت رساند.

همانطور که گفته شد، با تداوم محدودیت دامنه نوسان بورس عملا دست بازارگردانان چه برای کنترل بازار ســـرمایه و چه برای بهبود نقدشوندگی بسته شده اســـت. از ویژگی‌های مهم صندوق‌های سرمایه‌گذاری همواره نقدشـــوندگی بالای آنها بوده‌است که بازارگردان‌های این صندوق‌ها نقش مهمی در شـــکل‌گیری این ویژگی بازی می‌کنند. این بازارگردان‌ها که با کسب مجوزهای لازم در بازار فعالیت انجام می‌دهند، در شرایط پرنوسان، حضور خود را پررنگ‌تر کرده و با هدف برقراری توازن در بازار و جلوگیری از ایجاد صف‌های خرید و فروش که نقدشوندگی را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد، دست به معامله می‌زنند.

در ایـــن میان نقدشـــوندگی صندوق‌هـــای اهرمی از اهمیت بیشـــتری برخـــورداری اســـت. در کنـــار گرفتـــن وام از کارگزاری‌ها کـــه راهی رایج برای افزایش اعتبار جهت خرید و فروش در بازار اســـت، خرید واحدهای صندوق‌های اهرمی نیز به دلیل امکان رشد بیشتر از شاخص، راهی میانبر جهت افزایش اعتبار به‌حساب می‌آیند. این راه به دلیل بالابودن نرخ بهره اعتبار کارگزاری‌ها که حتی بین ۳۵ تا ۴۰درصد نیز پیشـــنهاد می‌شود، با استقبال گسترده‌ای روبه‌رو شده که میزان ورود پول به این صندوق‌ها نیز حاکی از همین مسئله است.

بررســـی وضعیت صندوق‌های ســـهامی نشـــان می‌دهد که علی‌رغم نقدشـــوندگی بالا، با صـــف فروش مواجه شـــده‌اند. زمانی‌که محدودیت دامنه نوســـان وجود نداشته باشد قیمت هر واحد از صندوق‌ها یا سهام، در هر لحظه با عرضه و تقاضا در بازار کشـــف می‌شـــوند و معاملات در آن قیمت‌هـــا صورت می‌گیرند، اما در شـــرایطی که بازار رفتار نزولی به خـــود می‌گیرد و محدودیت دامنه نوســـان وجود دارد، قیمت‌ها کمتر از آنچه که باید کاهش پیدا می‌کننـــد، بنابراین زمانی‌که بازارگردان‌ها در صدد ایفای نقش خود برمی‌آیند، مجبور می‌شوند که در قیمت بالاتری نسبت به آنچه که در شرایط نبود محدودیت ممکن بود، دست به خرید و فروش بزنند، بنابراین زمانی‌که این محدودیت در دامنه نوســـان ادامه پیدا کند، نقدینگی موجود نزد بازارگردان‌ها را کاهش داده و قدرت آنها در نقـــش مهمی کـــه برعهده دارند، یعنی افزایش میزان نقدشـــوندگی، کاهش پیدا می‌کند.

براســـاس این گزارش، دامنه نوســـان از جمله قوانین مهم در شـــرایط هیجانـــی بازار اســـت. طبق ایـــن محدودیت، قیمت هر ســـهم در هر روز معاملاتی حداکثر به همین میزان دامنه نوسان اعلام‌شده می‌تواند افزایش یا کاهش پیدا کند. محدودیت دامنه نوســـان توسط قانونگذاران بازار برای حفاظت از منافع سرمایه‌گذاران در برابر نوسان‌های شدید قیمت سهام که معمولا به واسطه عدم‌تعادل در عرضه وتقاضا یا معاملات سفته‌بازی ایجاد می‌شـــود، ایجاد شده اســـت. طبق ماده ۳۲ قانون بازار سرمایه، در صورت وقوع شرایط اضطراری، هیأت‌مدیره ســـازمان بورس می‌تواند معاملات را حداکثر به مدت سه روز متوقف کند. پس از حادثه تلخی که برای بالگرد حامل رئیس جمهور در روز ۳۰ اردیبهشت ماه اتفاق افتاد سازمان بورس به محدودیت دامنه نوســـان دســـت زد. هرچند محدودیت دامنه نوســـان ۲ درصـــدی در روزهای ابتدایی بعد از ایـــن حادثه ناگوار، منطقی به نظر می‌رسید اما با توجه به روند نزولی شاخص‌های سهامی و رکود معاملاتی، محدودیت دامنه نوســـان تمدید شـــد و در حال حاضر به یازدهمین روز خود رســـیده اســـت که با انتقاد بورس‌بازان و تحلیلگران بازارهای مالی و سهامداران مواجه شده است.

نکته مهم اینجاســـت که اگر کاهش دامنه نوسان ادامه‌دار شود، نه‌تنها کاربرد خود را از دســـت می‌دهد، بلکه عواقبی همچون تاخیر در کشـــف قیمت، عکس‌العمل بیش از اندازه، دخالت در معاملات، تســـریع نوسان‌ها و اثر ربایشـــی را تشدید می‌کند. پرواضح است که جهت ایجاد بازار کارای اوراق بهادار، تقابل عرضه و تقاضا موجب کشف قیمت نزدیک‌تر به ارزش واقعی اوراق می‌شـــود. این امر به این معناســـت که حتی محدودیت مجاز دامنه نوسان نیز می‌تواند اثر منفی بر تقابل عرضه و تقاضا بگذارد؛ چه برسد به کاهش این محدودیت در مدت طولانی. گفتنی است پس از درگذشت شـــهادت‌گونه رئیس‌جمهـــور و هیأت همراه او، دامنـــه تحرکات بورس به ۲درصد کاهش پیدا کرد. تداوم کاهش اجباری نوسانات بازار، سبب شد تا اهالی بازار سهام با هیجانات بیشتری دست به فروش بزنند. در همین حال، ریسک تصمیمات ناگهانی نیز بر بازار سهام سایه افکنده است و مجموعه این عوامل موجب شده تا دست بازارگردان برای کنترل بازار بسته شود و صندوق‌های ســـهامی با وجود آنکه به نقدشوندگی بالا معروف هستند، با صف‌های فروش طولانی مواجه شوند.

## اخبـــــار

### برندسازی صادراتی (قسمت سوم)

**سجاد رحیمی‌مدیسه**
مشاور برندسازی صادراتی
و پژوهشگر حوزه کسب و کار

چرخه عمر محصول، تأثیر بسزایی در چگونگی فرآیند برندسازی صادراتی شما دارد؛ چراکه توانایی پیش‌بینی مسیر محصول جدید بسیار ارزشمند است. چرخه عمر محصول یک مفهوم است که مسیر یک محصول را از ابتدای تولید تا زوال، به چهار مرحله مشخص تقسیم می‌کند. مراحل چرخه عمر محصول عبارتند از:

۱. معرفی: این مرحله زمانی اســـت که محصول بـــرای اولین بار به بازار عرضه می‌شود؛

۲. رشد: این مرحله زمانی اتفاق می‌افتد که محصول به‌سرعت در حال فروش است و تقاضا برای آن در حال افزایش است؛

۳. بلوغ: این مرحله زمانی است که فروش حفظ می‌شود و تقاضا برای محصول در اوج است؛

۴. کاهش: این مرحله زمانی اتفاق می‌افتد که تقاضا برای محصول شـــروع به کاهش می‌کند.

در مراحل چرخه عمر محصول، قبل از معرفی یک محصول، مرحله تحقیق و توســـعه وجود دارد که در آن توسعه‌دهندگان قصد دارند بازار هدف را شناسایی، رفتار رقبا را تجزیه و تحلیل و مارکتینگ پلن را یکپارچه کنند. این مرحله معمولا در چرخه عمر محصولات رســـمی قرار نمی‌گیـــرد، اما بخش مهمی از روند کلی دوره عمر محصول است.

از جزییات چرخه عمر صرف نظر می‌کنم و تحقیق و بررسی بیشتر درخصوص آن را به مخاطب واگذار می‌نمایم؛ تنها بر این نکته تأکید می‌کنم که دقت داشته باشـــید اگـــر در درک جزییات چرخه عمـــر محصول ابهامی داشـــتید، به تجویز خودسرانه برای ادامه فرآیند برندسازی نپردازید و از کارشناس و مشاور متخصص و مورداعتماد، کمک بگیرید. این نکته را هم مدنظر داشـــته باشید که در مرحله بلوغ محصول، بیشـــترین فرصت و حاشیه سود قرار دارد و صادرات نیز از همین قسمت، می‌تواند جهشی را فراهم سازد.

آمیخته محصول، مفهوم دیگری است که باید به آن دقت داشته باشید و عبارت است از مجموعه محصولات تولیدی که برای فروش عرضه می‌شود. بنابراین باید یکایک محصولات قابل فروش شناســـایی و برای عملیات برندســـازی، اولویت‌ها مشخص شود:

اگر ندانید از محصولات شـــما کدام یک قرار اســـت تبدیـــل به برندی متمایز در بازار صادراتی تبدیل شـــود، چطور می‌توانیـــد هزینه‌ها و زمان را برای این امر مدیریت کنید تا بیشترین بهره‌وری را تجربه نمایید؟

خـــط محصول نیز باید مورد توجه قرار بگیـــرد. خطوط محصول، مفهومی در بازاریابی اســـت که بـــه گروهی از محصولات مرتبط تحـــت برندی خاص اطلاق می‌شود. خطوط محصول برای شرکت‌هایی ضروری است که می‌خواهند با طیف وسیعی از محصولاتی که نیازهای مشتریان را برآورده می‌کنند ارتباط برقرار کنند. با آغاز آشنایی بیشـــتر مصرف‌کنندگان با برند، صاحب برند می‌تواند محصولات جدیـــدی را تولید و امتحان کند. شـــرکت‌ها می‌توانند چندین خط محصولی را تحت یک برند اداره کنند و گاهی نیز از چندین برند استفاده می‌کنند. شرکت‌ها می‌توانند خط محصول جدیدی را منتشـــر کنند یا یک خط محصول موجود را گسترش دهند. برخی اوقات برندها خط محصول‌شان را گسترش می‌دهند، زیرا اعتماد مشتریان‌شـــان را به دست آورده‌اند و می‌خواهند برای افزایش سود از آن استفاده کنند؛ شرکت‌ها با تحقیق درباره محصولات جدیدی که برای برند منطقی باشد و پیاده‌سازی آنها، خطوط محصول برند را افزایش می‌دهند و به کانال درآمد جدیدی دســـت می‌یابند؛ همچنین ممکن اســـت به طور کامل خطوط محصول جدیدی را برای به دســـت آوردن مشـــتریان جدید در بخش جدیـــدی از بازار و افزایش سهم‌شان در آن راه‌اندازی کنند.

افزودن محصولات جدید به خطوط محصول، روشی محبوب برای مدیران خط محصول است که برای افزایش پیشنهادهای برند به مشتریان‌شان از آن استفاده می‌کنند. هنگامی که خطوط محصول گسترش می‌یابند، محصولات جدیدی به خطوط محصول اضافه می‌شوند.

چرا افزودن محصولات جدید به خطوط محصول در فرآیند برندسازی صادراتی اهمیت دارد؟

کاهش ریســـک: انتشـــار محصولی جدید، برای برندی از پیش شناخته‌شـــده، ریســـک کمتری در بازارهای بین‌المللی به‌همراه دارد. شما گروهی از نمایندگان حقوقی یا افراد حقیقی را برای فروش محصولات خود دارید که محیط مطلوبی را برای عرضه به مشتری خارجی، مهیا می‌کنند.

وفاداری: وفاداری برگ برنده‌ای برای خط محصول جدید است، زیرا مشتریان صادراتی، اغلب از شـــرکت‌هایی خرید می‌کنند که پیش از این هم از آنها خرید کرده‌اند.

تبلیـــغ برند کنونی: اســـتفاده از برندی که در حال حاضر دارید، به گســـترش خطوط محصول کمک می‌کند؛ زیرا به مشتریان خارجی کمک می‌کند که با برند جدیدی آشـــنا شـــوند. در فراخوان تجاری و یا نمایشگاه‌ها، ممکن است محصول دیگری نیز از شناخته‌شدن کلی برند سود ببرد.

افزایش سهم برند در بازار: معرفی محصولی جدید تحت برند کنونی، علاوه بر میزان مشتریان آن، سهم شرکت را در بازارهای صادراتی افزایش می‌دهد.

نسخه‌های متعدد از محصول: انتشار چندین نسخه از یک محصول استراتژی‌ای است که کاهش ریسک را در پی دارد، زیرا به مشتریان امکان می‌دهد که پس از آشنایی با محصول پایه، با امکانات بیشتری در همان محصول آشنا شوند.

معاون ارزی بانک مرکزی خبر داد

### تسویه ۲.۸ میلیارد دلار از مطالبات۱ ارزی بانک‌ها

معاون ارزی بانک مرکزی از تســـویه ۲.۸ میلیـــارد دلار از مطالبات ارزی بانک‌ها خبر داد و گفت در نتیجه نهایی‌شـــدن تکلیـــف قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشـــور، زمینه تعیین تکلیف و تسویه بیش از ۲.۸ میلیارد دلار از مطالبات ارزی بانک‌ها توســـط بانک مرکزی فراهم می‌شـــود. «محمد آرام»، معاون ارزی بانک مرکزی توضیح داد: ســـرانجام هشـــت سال پس از ابلاغ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشـــور در ســـال ۱۳۹۴، تعهدات ارزی موضوع ماده (۴۶) قانون مزبور تعیین تکلیف نهایی شـــد و در مســـیر تسویه قرار گرفت؛ در نتیجه این اقدام، زمینه تعیین تکلیف و تسویه بیش از ۲.۸ میلیارد دلار از مطالبات ارزی بانک‌ها توســـط بانک مرکزی فراهم می‌شـــود. از اواخر سال گذشته با اهتمام ارکان مختلـــف بانک مرکزی و به‌ویژه هیأت‌عامل و رئیس کل محترم بانک، تعیین تکلیف نهایی این موضوع مهم و تاثیرگذار بر وضعیت مالی بانک‌ها و تعداد زیادی از شرکت‌ها و بازرگانان فعال در حوزه تجارت خارجی در اولویت این بانک قرار گرفت. به گفته وی، اکنون با فراهم شدن بستر اجرایی موردنیاز، بانک مرکزی آمادگی خود را برای تعیین تکلیف نهایی و تســـویه تعهدات ارزی قطعی احراز شـــده در ارتباط با ماده قانونی مورداشاره اعلام نموده و فرآیند شناسایی و ثبت بدهی ارزی متناظر با تعهدات ارزی احصاشده در دفاتر مالی بانک مرکزی نیز در حال انجام است.

معـــاون ارزی بانک مرکزی افزود: در نتیجه این اقدام مهم از طرف بانک مرکزی، زمینه تعیین تکلیف و تسویه بیش از ۲.۸ میلیارد دلار از مطالبات ارزی بانک‌ها فراهم می‌شود. به گفته وی، این اقدام علاوه بر بهبود شفافیت ترازنامه بانک‌ها، بستر لازم برای تعیین تکلیف و تســـویه نهایی تعهدات ارزی گذشته و آزادسازی وثایق تعداد زیادی از شرکت‌ها، تجار و فعالان اقتصادی را در ارتباط با چندین هزار ثبت سفارش، فراهم خواهد کرد. این موضوع می‌تواند ترازنامه تعدادی از بانک‌های دولتی و برخی از بانک‌های فعال در بورس را نیز متأثر نماید.

گفتنی است قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور مشتمل بر ۶۰ ماده و ۳۵ تبصره در جلســـه علنی روز سه‌شـــنبه اول اردیبهشـــت‌ماه ۱۳۹۴ مجلس شورای اسلامی تصویب شد. این قانون در ۹ اردیبهشت ماه ۱۳۹۴ به تأیید شورای نگهبان رسید. ۳۰ اردیبهشت ماه نیز «حسن روحانی» رئیس جمهور سابق، ایـــن قانون را برای اجرا به وزارت امور اقتصـــادی و دارایی و وزارت صنعت، معدن و تجارت ابلاغ کرد.

## خبرنامه

وارد کنندگان موبایل رتبه‌بندی می‌شوند

### شرایط فروش اینترنتی خودرو

معاون تجارت و خدمات وزارت صمت از رتبه‌بندی واردکنندگان موبایل و همچنین شرایط فروش اینترنتی خودرو خبر داد و گفت خودروساز در فروش اینترنتی باید قبل از دریافت وجه قرارداد را به مشتری ارائه کند که در غیر این صورت تخلف است، در صورت تکرار این تخلفات شرکت‌های متخلف به نهادهای نظارتی معرفی می‌شوند. «علیرضا شاه میرزایی» در نشستی خبری درباره وضعیت عرضه و توزیع لاستیک، توضیح داد: سال گذشته در عرضه و توزیع برخی رینگ‌های لاستیک مشکلاتی وجود داشت، اما با تصمیم معاونت تخصصی واردات لاستیک تسهیل شد و واردات رینگ‌های پرمصرف تا سه برابر افزایش یافت.

معاون تجارت و خدمات وزارت صمت درباره قیمت لاستیک خودرو نیز گفت: لاستیک خودرو دارای قیمت مصوب است. تا چند ماه پیش قیمت‌ها براساس کیلوگرم تعیین می‌شد و قیمت سایزهای مختلف خودرو به یک نسبت افزایش می‌یافت که این موضوع مشکلاتی را برای تولید سایزهای کوچک‌تر ایجاد کرده بود. بنابراین برای حل مشکل تولید براساس تصمیم قائم مقام وزیر در جهت تعادل بخشی برای تولید رینگ‌های مختلف لاستیک، نحوه قیمت‌گذاری تغییر کرد و در نتیجه اکنون شاهد هستیم که وضعیت تولید تغییر کرده و تولید لاستیک با سایزهای کوچک‌تر از جمله سایز ۱۳ افزایش یافته است. لاستیک مشمول کالای قاچاق است. بنابراین درخصوص ثبت در سامانه برای خرید و فروش الزاماتی وجود دارد. البته مشکلاتی در سامانه وجود دارد که باید حل شود.

این مقام مسئول درباره فروش خودرو نیز گفت: فروش خودرو یک اقدام صنفی است و خودروسازان باید ضوابط صنفی را در فروش خودرو حتما رعایت کنند طبق قانون فروشنده خودرو، واحد صنفی یا خودروساز باید دارای مجوز صنفی باشد. بنابراین براساس قانون اگر خودروسازی بخواهد به صورت خرده یا عمده خودرو بفروشد باید مجوز صنفی داشته باشد. بنابراین با توجه به اینکه اختیاراتی از سوی شورای رقابت به وزارت صمت درخصوص خودرو داده شده، براساس هماهنگی وزارت صمت با سازمان حمایت و معاونت صنایع خودرویی مقرر شده فروشندگان خودرو یعنی خودروسازان و شرکت‌ها و نمایندگی‌ها ضوابط صنفی را رعایت کنند و نظارت هم افزایش یابد.

«شاه‌میرزایی» با بیان اینکه خودروساز در فروش اینترنتی باید قبل از دریافت وجه قرارداد را به مشتری ارائه کند و مشتری به‌طور کامل در جریان قرارداد قرار گیرد و اگر قبل از ارائه وجه دریافت کند تخلف است، تصریح کرد: در صورت تکرار این تخلفات شرکت‌های متخلف به نهادهای نظارتی معرفی می‌شوند. باید قرارداد فروش خودرو به طور شفاف در اختیار خریدار قرار گیرد. همچنین بر اساس دستور وزیر صمت، نظارت‌ها بر نحوه رعایت ضوابط فنی فروش افزایش می‌یابد.

وی در ادامه از رتبه‌بندی واردکنندگان موبایل براساس ارائه خدمات پس از فروش خبر داد و گفت که این موضوع بر سهمیه واردات اثر خواهد داشت. به گفته وی از تمام واردکنندگان موبایل تعهد گرفته شده که سامانه خدمات فروش و سامانه شفافیت فروش داشته باشند. در حال حاضر سه شرکت اصلی سامانه‌ها را کامل کرده‌اند.

معاون وزیر صمت درباره ساختار تنظیم بازار نیز اظهار کرد: همانطور که قبلا اعلام شد ترکیب و ساختار ستاد تنظیم بازار تغییر کرده و امروز اولین جلسه ستاد تنظیم بازار با ریاست معاون وزیر صمت برگزار می‌شود. پیش از این جلسات ستاد تنظیم بازار با ریاست معاون اول رئیس جمهور برگزار می‌شد اما با توجه به اینکه برهه زمانی مصوبه ستاد تنظیم بازار به پایان رسیده، براساس مصوبه جدید از این پس جلسات ستاد تنظیم بازار با ریاست وزیر صمت برگزار می‌شود.

شاه‌میرزایی در ادامه درخصوص عرضه کالا توسط سراهای بزرگ و مشکلاتی که این سراها برای فروشندگان خرد ایجاد کرده‌اند، تصریح کرد: اصل اینکه موضوع در کشور مشکل ایجاد کرده را کاملا قبول داریم. اگر رفتار این سراها انحصاری و شبه انحصاری باشد باید آن را مدیریت کنیم، اما نکته مهم آن است که اصنافی که به صورت سنتی در کشور کار می‌کردند، باید به فناوری‌های جدید مجهز شوند و از سامانه‌ها استفاده کنند. با توجه به خدماتی که سراهای لوازم خانگی ارائه می‌دهند، از جمله فراهم‌سازی فضایی به عنوان پارکینگ برای مراجعه‌کنندگان، مردم از خرید از سراها استقبال می‌کنند. بنابراین از اتاق اصناف و بازارها خواسته‌ایم که با حفظ مزیت‌های بازارهای‌شان مشکلاتی از قبیل پارکینگ، تامین مالی و استفاده از سامانه را حل کنند و چندین پروژه در این خصوص در حال انجام است تا بتوانیم از مزیت‌های اصناف نیز در ارائه کالا استفاده کرد. همچنین از بانک مرکزی خواسته‌ایم تا در صورتی که در ارائه تسهیلات بانک‌ها به طور خاص به سراها یا فروشگاه‌های بزرگ تسهیلاتی ارائه می‌دهند که به واحدهای صنفی خرد ارائه نمی‌شود این موضوع مورد نظارت و رسیدگی قرار گیرد.

### از جریمه تا پاداش برای رمزارزها

پیک مصرف برق امسال حامل جریمه‌های سنگین برای رمزارزهای غیرمجاز و اعطای مزایایی برای فعالان مجاز این حوزه است. به‌گزارش «ایسنا»، در صورت کشف دستگاه‌های غیرمجاز استخراج رمزارز، صاحبان دستگاه‌ها از زمانی که مشخص شود به صورت غیرمجاز از برق استفاده کرده‌اند، تا یکصد برابر تعرفه‌های برق مشمول جریمه شوند و براساس قوانین جدید ماینرهای کشف شده، امحا خواهد شد. تاکنون بیش از ۸۰۰۰ مرکز غیرمجاز شناسایی و از این مراکز بیش از ۳۰۰ هزار دستگاه ماینر گردآوری و تحویل مراکز قضایی شده است. آنطور که برآورد شده برای تامین برق این دستگاه‌های غیرمجاز باید نیروگاهی به بزرگی ۱۱۰۰ مگاوات احداث شود که عدد بالایی است.

یکی از سیاست‌های صنعت برق برای مقابله با بخش اهدا پاداش در ازای معرفی رمزارزها است که از آن به عنوان حق کشف یاد می‌شود. درواقع پاداش معرفی مراکز استخراج غیرمجاز در دو مرحله پرداخت می‌شود و اشخاص حقیقی یا حقوقی می‌توانند نسبت به اعلام موارد مشکوک در سایت توانیر به آدرس www.tavanir.org.ir و در بخش ثبت گزارش رمزارز غیرمجاز اقدام کنند.

مرحله نخست پاداش‌ها شامل اعطای یک میلیون تومان به ازای معرفی هر دستگاه ماینر غیرمجاز است که تا سقف ۲۵ میلیون تومان بابت معرفی مراکز غیرمجاز خصوصی و تا سقف ۵۰ میلیون تومان برای معرفی ماینرهای غیرمجاز در مراکز دولتی و غیردولتی که از بودجه عمومی استفاده می‌کنند، در نظر گرفته شده و طی ۱۵ روز کاری به عامل شناسایی‌کننده پرداخت می‌شود.

محاسبه بخش دوم پاداش‌ها متناسب با مدت و میزان استفاده غیرمجاز از انرژی برق در مراکز غیر مجاز رمزارز است که بیش از یک سوم این بخش از پاداش‌ها طی مدت ۴۰ روز به عامل شناسایی‌کننده و الباقی به مجریان و ضابطان قضایی ذی ربط پرداخت می‌شود.

پیش از ابلاغ ویرایش جدید، سقف پاداش بابت معرفی مراکز غیرمجاز رمزارز ۱۰ میلیون تومان بود که فقط براساس مدت زمان و میزان انرژی مصرفی غیرمجاز محاسبه و پرداخت می‌شد و پاداش‌ها با ضریب ۱.۵ درصد بهای هر کیلووات ساعت برق مصرفی محاسبه می‌شد که هم‌اکنون این ضریب به ۳ درصد افزایش یافته و علاوه بر پاداش مربوط به تعداد ماینرهای کشف شده، پرداخت می‌شود.

اما عکس این موضوع دولت مشوق‌هایی را برای ماینرهای مجاز در نظر گرفته که از طریق آن این دسته از افراد می‌توانند نسبت به خرید برق از تابلوی سبز بورس انرژی اقدام کنند و در این صورت در هیچ فصلی مشمول محدودیت نمی‌شوند. درواقع این مزارع می‌توانند آزادانه نسبت به فعالیت خود اقدام کرده و در صورت استفاده از رمزارز حاصل از استخراج برای واردات سایر کالاها و خدمات از مشوق‌های قانونی نیز برخوردار خواهند شد. همچنین در صورت تأمین برق از تابلوی سبز بورس انرژی، جریان برق آنها حتی در فصول گرم و سرد سال قطع نمی‌شود. شرکت توانیر از سرمایه‌گذاری‌های قانونی در این حوزه حمایت کرده و آمادگی دارد تا برق مورد نیاز مراکز استخراج رمزارز مجاز را با تعرفه‌های مصوب تامین کند.

براساس دستورالعمل‌های موجود سرمایه‌گذاران می‌توانند با سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر در حوزه تولید رمزارز فعالیت کنند و این مسئله می‌تواند به سود رمزارزهای مجاز باشد. این در حالی است که استخراج رمزارز غیرمجاز با استفاده از تعرفه‌های برق یارانه‌ای اعم از تعرفه برق خانگی، صنعتی، کشاورزی و تجاری در ایام اوج مصرف باعث افزایش احتمال خاموشی صنایع افت شاخص‌های کیفی برق و احتمال سوختن لوازم الکتریکی همسایگان می‌شود.

۴۰۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد

# ناکامی حقوقی بورس تهران

فرصت امروز: در دومین روز معاملاتی هفته، نمادهای فملی و فولاد با حمایت حقوقی سبزپوش شدند و بیشترین اثر مثبت را بر شاخص کل گذاشتند، اما در نهایت شاخص کل بورس قرمزپوش ماند. در معاملات روز گذشته، شاخص کل بورس تهران ۲ هزار و ۹۲۵ واحد نسبت به روز قبل پایین‌تر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۶۱ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۳ هزار و ۳۲۹ واحدی در میانه تراز ۶۷۲ هزار واحدی ایستاد. همچنین در آن سمت بازار، شاخص کل فرابورس با افت ۱۱۹ واحدی به رقم ۲۲ هزار و ۱۰۹ واحد رسید.

به موازات ریزش نماگرهای سهامی، جریان خروج پول حقیقی نیز ادامه یافت و در معاملات روز یکشنبه ۴۰۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد شهر بیشترین خروج پول حقیقی را به ارزش ۱۳ میلیارد تومان داشت و نمادهای بوعلی، خودرو، فملی و فولاد در رده‌های بعدی بیشترین خروج پول حقیقی جای گرفتند. بیشترین ورود پول حقیقی نیز به نمادهای وبملت، وخارزم، ونوین، زاگرس و نیان اختصاص داشت. در جریان دادوستدهای روز گذشته در بازار بورس و اوراق بهادار تهران، ارزش معاملات به رقم ۳۲۰۰ میلیارد تومان رسید اما با این وجود، شاخص کل با افت ۲ هزار و ۹۲۵ واحدی به کار خود پایان داد و قرمزپوش ماند. ارزش بازار بورس و اوراق بهادار در پایان معاملات این روز، عدد ۷۰۷۴ هزار میلیارد تومانی را به خود دید. گروه خودرویی با ارزش معاملاتی ۲۱۱ میلیارد تومانی در رتبه اول قرار گرفت و فلزات اساسی با ارزش معاملاتی ۱۷۵ میلیارد تومانی، جایگاه دوم را به خود اختصاص داد. گروه شیمیایی نیز سومین گروه برتر از نظر ارزش معاملاتی در بازار روز یکشنبه بود و ارزش معاملاتی این گروه در حوالی ۱۶۴ میلیارد تومان ثبت شد.

**فولاد و فملی سبزپوش شدند**

در روز ریزش شاخص‌های بازار سهام، فولاد و فملی اثر مثبت بر شاخص کل داشتند. با وجود اینکه نمادهای فملی و فولاد با حمایت حقوقی سبزپوش شدند و بیشترین اثر مثبت را بر شاخص کل گذاشتند، اما در نهایت شاخص کل بورس قرمزپوش ماند. شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در پایان معاملات دومین روز هفته بیش از ۲ هزار و ۹۰۰ واحد افت کرد و در ارتفاع ۲ میلیون و ۶۱ هزار و ۴۶۵ واحد ایستاد. در ساعات پایانی معاملات یکشنبه و به دنبال اعلام خبر ابلاغ چهار مصوبه برای حمایت از بازار سرمایه در ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، حال و هوای بازار تا حدودی بهبود پیدا کرد. به نظر می‌رسد اقدامات زیرپوستی سیاستگذار برای بهبود حال بازار سهام ادامه دارد. به موازات رشد منفی نماگرهای بورسی، روند خروج پول حقیقی ادامه پیدا کرد و در معاملات روز یکشنبه ۴۰۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد شهر بیشترین خروج پول حقیقی را به میزان ۱۳ میلیارد تومان ثبت کرد و نمادهای بوعلی، خودرو، فملی و فولاد در رده‌های بعدی بیشترین خروج پول حقیقی قرار گرفتند. بیشترین ورود پول حقیقی نیز از آن نمادهای وبملت، وخارزم، ونوین، زاگرس و نیان بود.

نمادهای نوری، بوعلی و وامید از جمله نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. در سوی دیگر نیز نمادهای فولاد، فملی، وبملت و شستا با اثر مثبت بر شاخص کل همراه شدند. در فرابورس نیز نمادهای آریا، هرمز و زاگرس بیشترین اثر کاهنده و نمادهای تجلی، خاور و خدیزل بیشترین اثر فزاینده را بر شاخص کل فرابورس داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد ذوب بیشترین تراکنش را داشت و خودرو و فولاد در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز شفام، خاور و کرمان بیشترین تراکنش را داشتند. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۶ هزار و ۴۵۵ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۶۹۰ میلیارد تومان بود که ۱۱ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۳۵ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۲ هزار و ۷۲۰ میلیارد تومان رسید. نماد وبملت بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را با رقم ۵۶ میلیارد تومان به خود اختصاص داد. در جدول حجم معاملات نیز سهام ذوب با تعداد ۶۰۱ میلیون و ۵۷۵ هزار و ۹۳۵ سهم در صدر قرار گرفته است. در معاملات یکشنبه، ۵۲ نماد صف خرید داشتند و ۲۵۹ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۷۷ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۲۴۸ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۳۴ درصدی به ۷۰۷ میلیارد تومان رسید.

**۴ مصوبه دولت برای بهبود بورس**

روز گذشته، خبرهایی به صورت رسمی و غیررسمی در بین اهالی بازار سرمایه در حال دست به دست شدن بود که نشان از شروع احتمالی روزهای بهتر برای بازار سرمایه دارد. از جمله این خبرها، ابلاغ چهار مصوبه دولت برای بهبود حال بازار سهام است. در این زمینه، وزیر اقتصاد از ۴ مصوبه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت برای کمک به سودآوری صنایع بورسی خبر داد. براساس اعلام «احسان خاندوزی»، در جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، گزارش رشد ۴.۷ درصدی تولید کارگاه‌های بزرگ صنعتی در زمستان ۱۴۰۲ ارائه شد. همچنین در موضوع کمک به سودآوری صنایع بورسی با تایید سرپرست محترم ریاست جمهوری، چهار مصوبه در دستور کار قرار گرفت و مقرر شد که (مصوبه اول) درباره دستورالعمل قیمت محصولات پالایشی، وزارت نفت به سرعت اصلاح دستورالعمل را ابلاغ کند. (مصوبه دوم) درباره عدم خروج شرکت‌های خودروسازی از بورس، مصوبه لازم به تایید شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران برسد. (مصوبه سوم) درباره کاهش نرخ سود بانکی، بانک مرکزی به اقدامات نظارتی ادامه دهد و (مصوبه چهارم) در نهایت درباره معافیت‌های مالیاتی صنایع بورسی، مصوبه دولت برای پذیرش بار بودجه‌ای طرح مجلس شورای اسلامی به سرعت اخذ شود. به گفته وزیر اقتصاد، همچنین خاندوزی در این جلسه بانک مرکزی گزارشی از قبول تسویه ۲.۸ میلیارد دلار مطالبات ارزی بانک‌ها ارائه داد.

پیش از این، «داود منظور»، رئیس سازمان برنامه و بودجه در نامه‌ای به قائم مقام شورای نگهبان اعلام کرد: دولت بار مالی طرح اصلاح بند س تبصره ۶ قانون بودجه ۱۴۰۳ درخصوص معافیت‌های مالیاتی شرکت‌های بزرگ را می‌پذیرد. او گفته بود این اصلاحیه معافیت‌های مندرج در ماده ۱۴۳ ، ۱۴۳ مکرر ، ۱۴۱ ، ۱۴۵ و ۴ قانون بالادستی دیگر در قانون مالیات‌های مستقیم را برگرداند. پیش‌تر نمایندگان مجلس شورای اسلامی در جلسه علنی روز چهارشنبه، ۲۶ اردیبهشت، پیشنهاد کمیسیون اقتصادی مجلس در مورد اصلاح بند س تبصره ۶ قانون بودجه ۱۴۰۳ را تصویب کردند که براساس آن معافیت‌های قانونی شرکت‌های بورسی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری در سال ۱۴۰۳ حذف نمی‌شود. بنابراین مقرر شد معافیت مالیاتی شرکت‌های بورسی و فرابورسی ناشی از پذیرش در بازار سهام به همراه معافیت صندوق‌های سرمایه‌گذاری و معافیت افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها (هر پنج سال یکبار) و سود انباشته، صادرات کالاهای نهایی و سایر معافیت‌های بخش تولید همچنان بدون سقف باقی بماند.

**نگاه ضمنی بورس به روند انتخابات**

در جریان معاملات یکشنبه در بورس تهران، ارزش معاملات به ۳۲۰۰ میلیارد تومان رسید، اما شاخص کل با افت کار را تمام کرد و ۲۹۰۰ واحد ریخت. البته این افت در نیمه اول بازار تا محدوده ۵ هزار واحد نیز حرکت کرده بود. ارزش بازار در پایان معاملات روی عدد ۷۰۷۴ هزار میلیارد تومانی ایستاد. گروه خودرویی با ارزش معاملاتی ۲۱۱ میلیارد تومانی در رتبه اول قرار گرفت و فلزات اساسی با ارزش معاملاتی ۱۷۵ میلیارد تومانی به جایگاه دوم رسید. گروه شیمیایی نیز سومین گروه برتر از نظر ارزش معاملاتی بازار بود و ارزش معاملاتی این گروه در حوالی ۱۶۴ میلیارد تومان ثبت شد. بازار گروه خودرویی در روز یکشنبه، روند مثبتی را به خود گرفت و نمادهایی از جمله خساپا، خدیزل و نماد خاور تا صف خرید نیز پیش رفتند. بازار در نیمه اول معاملات بیش از ۵ هزار واحد منفی خورد اما در ادامه با تغییر ماهیت صف‌های فروش گروه‌های بانکی و خودرویی و البته تعدادی از نمادهای گروه آهن و فولاد در نهایت با افت ۲۹۰۰ واحدی کار را تمام کرد. از منظر تکنیکالی شاخص در محدوده‌های حمایتی احتمالی ۲ میلیون و ۵۰ هزار واحدی و بالاتر قرار دارد و این موضوع با اعلام نتایج تایید صلاحیت نامزدهای انتخاباتی تلاقی دارد و شاید همچون دوره‌های تاریخی گذشته این موضوع به صورت رفتار جمعی باعث رشد بازار شود. البته که باید اقدامات سازمان بورس را نیز در نظر گرفت و ای کاش که این اقدامات کمی زودتر انجام می‌شد. خبرهایی برای بهبود وضعیت نرخ بهره به گوش می‌رسد. سازمان بورس از آغاز هماهنگی بازار پول و سرمایه برای مدیریت ریسک نرخ بهره خبر داد و روز شنبه ۱۹ خردادماه تعدادی از معاملات اخزا مورد تایید قرار نگرفت. بانک مرکزی در بخشنامه خود خطاب به مدیران بانک‌ها تاکید کرد؛ برنامه مدیریت نرخ سود باید شامل تدابیر و اقدامات اصلاحی لازم‌الاجرا باشد و حداکثر ظرف مدت دو هفته به منظور اصلاح و تعدیل نرخ‌های سود عملیاتی شود. همچنین بانک مرکزی نتیجه ششمین فروش اوراق دولتی (۱۶ خرداد) را منتشر کرد و نتیجه این حراج صفر بود! از سوی دیگر، بانک مرکزی نرخ دلار نیمایی را افزایش داد و این افزایش نرخ نسبت به روزهای قبلی قابل توجه است. نرخ دلار نیمایی عدد ۴۲ هزار و ۴۹۱ تومان را به خود دید. به نظر می‌رسد سازمان بورس در حال اقداماتی برای احیای مجدد بازار سرمایه است و این را با ابلاغ چهار مصوبه دولت برای بهبود وضعیت بورس می‌توان متوجه شد.

تبلیغات نامزدهای نهایی انتخابات ریاست جمهوری از امروز آغاز می‌شود

# خیز ۶ چهره برای کرسی ریاست جمهوری

مرحله اول پروسه انتخابات ریاست جمهوری با نام نویسی ۸۰ نفر به پایان رسید و عنوان مهمترین اتفاق سیاسی کشور را از آن خود کرد. چهره‌هایی که هر کدام خود را در قامت رئیس جمهور ایران می‌دیدند، اما از میان این ۸۰ چهره تنها شش نفر به خط پایانی انتخابات چهاردهم رسیدند. عصر روز گذشته، شورای نگهبان صلاحیت شش داوطلب برای انتخابات دوره چهاردهم ریاست‌جمهوری را تایید کرد. بدین ترتیب، شورای نگهبان بررسی صلاحیت داوطلبان چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری را به پایان رساند و ستاد انتخابات کشور هم اسامی نامزد نهایی این انتخابات را اعلام کرد. بر این اساس «مسعود پزشکیان»، «مصطفی پورمحمدی»، «سعید جلیلی»، «علیرضا زاکانی»، «سیدامیرحسین قاضی‌زاده هاشمی» و «محمدباقر قالیباف» تایید صلاحیت شدند.

ثبت‌نام داوطلبان چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از روز دهم تا ۱۴ خردادماه در محل ستاد انتخابات در وزارت کشور انجام و در نهایت اسامی به شورای نگهبان ارسال شد. در فرآیند این دوره از انتخابات ریاست جمهوری، بعد از انجام ثبت نام قطعی داوطلبان، فرصت شورای نگهبان برای بررسی صلاحیت‌ها آغاز شد و در نهایت روز یکشنبه ۲۰ خردادماه، شورای نگهبان اسامی را به وزارت کشور اعلام کرد. انتخابات زودهنگام چهاردهمین دوره ریاست جمهوری در پی شهادت آیت‌الله رئیسی رئیس جمهور سابق بر اثر سانحه سقوط بالگرد، در روز جمعه هشت تیرماه برگزار می‌شود.

در ادامه این گزارش، سوابق و وعده‌های انتخاباتی نامزدهای نهایی چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری را مرور می‌کنیم. «مسعود پزشکیان» از جریان اصلاح‌طلب، در سابقه خود نمایندگی مجلس و وزیر بهداشت دولت اصلاحات را در کارنامه دارد. «استفاده از کسانی که علم و مهارت و تجربه دارند»، «پیگیری سیاست‌های کلی نظام» و «ایجاد امکانات عادلانه و فرصت‌های برابر و رفع تبعیض ناروا» از جمله وعده‌های انتخاباتی اوست. «مصطفی پورمحمدی» نیز از جریان اصولگرا در انتخابات ریاست جمهوری شرکت کرده و وزیر کشور دولت نهم و وزیر دادگستری دولت یازدهم از جمله سوابق اجرایی او محسوب می شود. «تشکیل دولت قرار و تحقق سه اولویت کلیدی عدالت، ثروت و قدرت» از وعده‌های مصطفی پورمحمدی بوده است.

«سعید جلیلی» نیز از جریان اصولگرا در انتخابات شرکت کرده و عضویت مجمع تشخیص مصلحت نظام و نماینده رهبر انقلاب در شورای عالی امنیت ملی از جمله سوابق سیاسی او بوده است. «نیاز به تصمیم‌های نقطه‌زن برای پیشرفت بیشتر و عدالت پایدارتر»، «برقراری مناسبات عادلانه» و «رفع آسیب‌های اداری، اجرایی، سیاسی» از شعارهای او محسوب می‌شود.

«علیرضا زاکانی» نیز از جریان اصولگرا در انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم شرکت کرده است. او نماینده ادوار مجلس و هم اکنون شهردار تهران است و «پیشرفت ایران و حل مشکلات مردم با محوریت عدالت و رفع فساد و تبعیض» و «باز کردن گره از اقتصاد کشور و سفره مردم» از جمله وعده‌های او به حساب می‌آید. «امیرحسین قاضی‌زاده هاشمی» هم دیگر نامزد اصولگرای انتخابات ریاست جمهوری است که در سابقه سیاسی خود نمایندگی ادوار مجلس و ریاست بنیاد شهید در دولت سیزدهم به چشم می‌خورد. «رفع فقر مطلق»، «رشد اقتصادی ۶ تا ۸ درصدی»، «افزایش دو برابری امید به آینده» و «کاهش محسوس آسیب‌های اجتماعی» از جمله شعارها و وعده‌های «قاضی‌زاده هاشمی» است، اما ششمین نامزد چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری کسی نیست جز «محمدباقر قالیباف» که در حال حاضر رئیس مجلس دوازدهم محسوب می‌شود و از بدنه اصولگرایی در این انتخابات شرکت کرده است. فرمانده اسبق هوافضای سپاه و نیروی انتظامی و شهردار اسبق تهران از دیگر سوابق سیاسی و اجرایی «قالیباف» محسوب می‌شود. «حاکم نشدن دوره دیگری از رکود و سوءمدیریت همانند وضعیت دهه ۹۰» و «حل مشکل کاهش قدرت خرید، محرومیت، فقر و تبعیض و نابرابری هزینه‌های کمرشکن مسکن، گرانی‌ها و بازار نابسامان خودرو، وضعیت اینترنت و عبور از تحریم‌ها»، وعده‌های انتخاباتی وی را تشکیل می‌دهد.

آنطور که «هادی طحان نظیف»، عضو حقوقدان و سخنگوی شورای نگهبان اعلام کرده است، از امروز دوشنبه مهلت تبلیغات نامزدهای ریاست جمهوری آغاز می‌شود. ثبت‌نام داوطلبان چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از روز دهم تا ۱۴ خردادماه در محل ستاد انتخابات وزارت کشور انجام شد. در فرآیند این دوره از انتخابات ریاست جمهوری و بعد از انجام ثبت نام قطعی داوطلبان، فرصت شورای نگهبان برای بررسی صلاحیت‌ها آغاز شد و در نهایت روز یکشنبه ۲۰ خردادماه، اسامی نامزدهای تایید صلاحیت‌شده از سوی شورای نگهبان به وزارت کشور ارسال شد. انتخابات زودهنگام چهاردهمین دوره ریاست جمهوری در پی شهادت آیت‌الله رئیسی رئیس جمهور سابق، روز جمعه هشت تیرماه برگزار می‌شود. از امروز تبلیغات شش نامزد نهایی انتخابات ریاست جمهوری کلید می‌خورد.

**فراخوان مزایده عمومی (نوبت دوم)**

**آگهی مزایده عمومی «بهره برداری از دریاچه سراب کوثر جهت استفاده قایق های پدالی و موتوری» شهرداری قروه**

شهرداری قروه در نظر دارد نسبت به بهره برداری از دریاچه سراب کوثر جهت استفاده قایق های پدالی و موتوری از طریق مزایده عمومی اقدام نماید . لذا از کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی دعوت بعمل می آید از تاریخ درج این آگهی در مهلت تعیین شده به شرح زیر جهت دریافت مدارک و اسناد مزایده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت اقدام نمایند .

کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد مزایده تا ارائه پیشنهاد قیمت شرکت کنندگان در مزایده و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و الزام است شرکت کنندگان در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند .

تاریخ انتشار مزایده در سامانه تاریخ ۱۴۰۳/۰۳/۱۹ می باشد

مهلت زمانی دریافت اسناد مزایده از سایت : تا ساعت ۱۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۳/۲۷ می باشد.

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : تا ساعت ۱۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۰ می باشد .

زمان بازگشایی پاکتها : راس ساعت ۱۱ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۰ می باشد .

هرگاه برندگان حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنها به ترتیب به نفع شهرداری قروه ضبط خواهد شد .

شهرداری قروه در رد یا قبول هریک از پیشنهادات مختار است .

سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مزایده مندرج است .

با توجه به زمانبر بودن فراآیند بارگذاری اسناد مزایده در سامانه ستاد ایران در صورت تناقض در تاریخ های اعلامی فوق الذکر مابین اسناد رسمی مزایده ، آگهی روزنامه و سامانه ستاد ایران، **تاریخ های مندرج در سامانه ستاد ایران ملاک عمل خواهد بود.**

اطلاعات تماس: قروه – خیابان شهید سعیدی – ساختمان شهرداری مرکزی – تلفن : ۳۵۲۲۳۱۰۰ و ۳۵۲۲۲۴۰۰-۰۸۷ و اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس : ۴۱۹۳۴-۰۲۱ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

هزینه چاپ آگهی و بنر به تعداد دفعات برگزار شده بعهده برنده مزایده خواهد بود .

**روابط عمومی شهرداری قروه**

۴۲۳

# چطور جلوی سرقت مشتریان‌مان از طرف رقبا را بگیریم؟

**نویسنده: علی آل‌علی**

آیـا تا حالا برای‌تان پیش آمده بعد از هفته‌ها سـعی و تلاش بالاخره به یک مشـتری خوب دسترسـی پیدا کنید و درسـت وقتی همه چیز عالی پیش می‌رود، یکهو سر و کله رقیبی گردن‌کلفت پیدا شود؟ خیلی وقت‌هـا فرآیند فروش در دقیقه ۹۰ به خاطر حضور بی‌موقع یک رقیب با شکست رو به رو می‌شود. این مسئله‌ای است که بیشتر از همه کسب و کارهای کوچـک را آزار می‌دهد؛ چراکه فرصت‌های تعامل با مخاطب را از آنها گرفته و فقط هزینه‌های بازاریابی روی دست‌شان می‌گذارد.

بی‌شـک یکی از تلخ‌ترین تجربه‌های دنیای کسـب و کار مربوط به از دست دادن مشتریان اسـت. در چنین شرایطی آدم حس می‌کند تمام سـعی و تلاشش در زندگی باد هوا شده است. خب راستش را بخواهید، خیلی از کارآفرینان برای بهبود اوضاع‌شـان در بازار روی فروش‌شان به مشـتریان حسـاب می‌کنند. بنابراین اگر فروش مورد نظر به نتیجه‌ای نرسد، حسابی حال‌شان گرفته خواهد شد.

سرقت مشـتریان امری رایج در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. با این حال ضررهای آن برای برندی که مورد سرقت واقع می‌شود، اصلا طبیعی یا حتی قابل درک نیسـت. به همین خاطر شـما باید استراتژی منسجمی برای مقابله با سرقت مشتریان‌تان از سوی دیگر برندها داشته باشـید. شاید فکر کنید از دست دادن مشتریان خیلی مهم نیست. خب در این صورت کافی اسـت کمی درباره مشـتریان وفادارتان فکر کنید. بی‌شـک آن وقت نظرتان درباره فرآیند مورد نظر حسـابی فرق خواهد کرد؛ چراکه از دسـت دادن مشـتریان وفادار در واقع به معنای کاهش بخشی از سود ثابت برند است. اگر کارآفرینی را سراغ دارید که به راحتی با کاهش سودش کنار می‌آید، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

نکته کلیدی در این میان اسـتفاده از راهکارهایی اسـت که به شـما بـرای اثرگذاری بـر روی مخاطب هـدف کمک کند. متاسـفانه خیلی وقت‌ها کارآفرینان سراغ ایده‌هایی می‌روند که در عمل فرصت زیادی به مخاطب نمی‌دهد. این امر موجب ناتوانی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف شده و اوضاع را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار خواهد کرد. درست به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم برخی از مهمترین نکات برای جلوگیری از سـرقت مشتریان از سـوی رقبا را بررسی کنیم. پس با ما همراه باشید تا تکلیف این مسئله مهم را روشن کنیم.

### حفظ ارتباط مطلوب با مشتریان

وقتی شما ارتباط‌تان با مشتریان را به طور ناگهانی قطع کرده یا برای مـدت زمانی طولانی دیگر سراغ‌شـان را نمی‌گیرید، راه بـرای رقبا باز خواهد شـد. در این شرایط مشـتریان خیال می‌کنند شما دیگر تمایلی برای ادامه همکاری ندارید. این در حالی اسـت که شـاید شـما اصلا به خاطر دلایل دیگری برای یک مدت زمان کوتاه قیدشان را زده باشید.

همانطـور که یک سـرمربی فوتبال خوب همیشـه بـا طرفداران تیم رابطـه‌اش را حفظ می‌کند، شـما هـم باید دائمـا ارتباط مناسـبی با مشـتریان داشته باشـید. مثلا می‌توانید با پیامک‌های گاه و بی‌گاه آنها را از تخفیف‌ها و شرایط ویژه برند آگاه سازید. این امر شاید سختی‌های زیادی داشته باشد، اما در عین حال به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب نیز کمک خواهد کرد. این یعنی شما می‌توانید حتی زمانی که محصول خاصی برای فروش به مشـتریان ندارید، بازهم آنها را نسبت به شرایط برند آگاه سازید.

امروزه مشتریان دوسـت دارند همیشه در جریان تغییر یک برند قرار گیرند. به همین خاطر شـما باید آنها را به پشت صحنه برندتان بیاورید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و اوضاع را کاملا به سود شما تغییر خواهد داد.

### تقویت نقاط ضعف

نقاط ضعف یک برند همیشـه موجب سوءاستفاده رقبا می‌شود. شاید شـما هم در طول سـال‌های فعالیت شـرکت‌تان گاهی بـا بزرگنمایی اشـتباهات رقبا موجبات جلب نظر مشتریان را فراهم کرده باشید. خب در این صورت تجربه مناسـبی در ایـن رابطه دارید. نکته کلیدی که در این میان باید مد نظرتان باشـد، تلاش مستمر برای کاهش نقاط ضعف اسـت. شـما باید این نکته را به طور کاملا دقیق با مشـتریان در میان بگذارید. مثلا به آنها بگویید ما در برخی از حوزه‌ها نقطه ضعف و مشکل داریم، اما در تلاش برای رفعش هستیم. بعد هم می‌توانید به طور منظم و ماهانه درباره تلاش‌تان برای رفع مشـکلات با مشـتریان حرف بزنید.

این امر به شما فرصت بسیار خوبی در زمینه اثرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داد. امروزه بسیاری از مشتریان به دلیل کم حرفی و عدم بیان اوضاع دقیق شـرکت دست به انتخاب رقبا می‌زنند. بنابراین شما با تغییر در نگرش‌تان به سـادگی هرچه تمام‌تر فرصت نگه داشـتن برخی از مهمترین مشـتریان برند کنار خود را خواهید داشت. این امر یکی از نکات بی‌نهایت مهم در دنیای کسـب و کار محسوب می‌شود. پس سعی کنید همیشه این نکته مهم را در کانون توجه خود قرار دهید.

بحث دیگری که در این میان مطرح است، تلاش برای شناسایی نقاط ضعف رقباسـت. شـما هم می‌توانید روی آنها مانور داده و به مشتریان نشـان دهید رقبا هم بی‌ایراد نیستند. البته یک راهکار بهتر تلاش برای تبدیل نقاط ضعف رقبا به مزیت برندتان اسـت. مثلا اگر رقبای شما در برخی از بازارها خدمات پس از فروش ندارند، شما وارد آن بازارها شده و خدمات پس از فروش خوبی ارائه دهید. اینطوری می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن روی نقطه ضعف رقبا مانور دهید. مشتریان هم به احتمال زیاد مزیت شـما را حسابی جدی گرفته و از آن به عنوان بردی اساسی در زمینه خرید یاد خواهند کرد. ماجرا جالب شد، نه؟

گاهی اوقات جلوگیری از سـرقت مشـتریان اصلا کار سختی نیست. کافی است کمی دقت به خرج داده و از حالت انفعالی خارج شوید. برخی از مدیران خیال می‌کنند همیشه باید در برابر رقبا از مشتریان‌شان دفاع کـرده و اصلا حمله‌ای در کار نباشـد. خب راسـتش را بخواهید، اینجا بیشـتر شـبیه یک بازی فوتبال اسـت. پس در عین حال شما هم باید گاهی حمله کنید.

### توجه به قیمت‌های رقابتی

وقتی شما سـطح قیمت‌تان را به طور ناگهانی از میانگین بازار بیشتر می‌کنیـد، فرصت خیلی خوبی در اختیار رقبا قرار داده‌اید تا مشـتریان شـما را به دسـت بیاورند. خب این روزها کمتر کسـی دوسـت دارد با قیمتی بسـیار بالا دسـت به خرید زده و تجربه‌ای در این رابطه داشـته باشـد. به همین خاطر مـا در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شـما باید همیشـه توانایی‌تان در رابطه با حفـظ قیمت‌های پایین را تقویت کنید. مسئله مورد بحث در این بخش به شما کمک خواهد کرد تا مشتریان را برای مدت زمانی طولانی‌تر در کنار خود نگه دارید.

بی‌شـک هـر کسـب و کاری در طول زمـان نیاز بـه افزایش قیمت خواهد داشـت. با این حال شـما قرار نیست به طور کاملا بی‌مقدمه این وضعیت را پیش ببرید؛ چرا که خیلی زود مورد اعتراض مشـتریان قرار خواهیـد گرفت. یک راهکار بهتر در این میان تلاش برای افزایش قیمت محصولات با اطلاع‌رسـانی قبلی است. شاید این امر کمی عجیب به نظر برسد، اما دست‌کم میزانی از آمادگی در میان مشتریان ایجاد می‌کند.

شـرایط رقابتی در بازار برای کسب و کارها محدودیت‌های خاصی به همراه دارد. شما نمی‌توانید هر طور که دوست دارید در بازار عمل کرده و انتظار واکنش‌های مثبت را هم داشـته باشید. درست به همین خاطر گاهی اوقات بهتر اسـت قیمت‌های رقابتی را در کانون توجه قرار دهید. اینطوری شانس بیشتری برای حفظ مشتریان‌تان خواهید داشت.

### مقابله به مثل در برابر رقبا

اگر برخی از رقبای شما مشغول سرقت مشتریان‌تان هستند، بد نیست شـما هم دست به فرآیندی متقابل بزنید. اینطوری آنها متوجه وضعیت نامناسب‌شـان از نقطه نظر حفظ مشتری می‌شـوند. خب شما که قرار نیست همیشه خودتان را در شـرایط ناگوار قرار دهید. بد نیست گاهی مشتریان رقبا را به دست بیاورید تا متوجه توانایی‌های شما شوند.

بی‌شـک هر برندی در بازار دسـت‌کم یک رقیب مستقیم دارد. کاری که شـما در این بخش باید انجام دهید، زیر نظر گرفتن رقیب‌تان است. اینطوری اطلاعات بسـیار خوبی درباره آن کسب و کار به دست خواهید آورد. بـه علاوه، اگر خودتان را جای مشـتری چنین برندی قرار دهید، کارتان ساده‌تر می‌شود.

بعـد از اینکه اطلاعات خوبی درباره برند مورد نظر به دسـت آوردید، بد نیست خیلی زود دست به کار شده و مقابله به مثل را در دستور کار قرار دهید. در این راستا می‌توانید روی نقاط ضعف رقیب‌تان مانور داده یا حتی از ایده‌های تازه‌ای در مقایسه با بقیه رو کنید. این امر شاید کمی زمانبر به نظر برسـد، اما وضعیت شـما از نظر سـطح اثرگذاری بر روی مخاطـب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای متفاوت خواهد سـاخت. پس بهتر است بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و همین امروز وارد گود شوید. به این فکر کنید که با چنین اسـتراتژی دیگر خبری از نرخ بالای سـرقت مشتریان‌تان از سوی رقبا نخواهد بود.

### حفاظت بهتر از اطلاعات برند

گاهـی اوقات کسـب و کارها در زمینه حفاظـت از اطلاعات عملکرد قابل ملاحظه‌ای از خودشـان برجای نمی‌گذارند. بدین معنا که اطلاعات مربوط به مشـتریان آنها به ساده‌ترین شکل ممکن قابل دسترسی است. خب در چنین شـرایطی اصلا جای تعجب نـدارد که رقبا خیلی راحت اقدام به سـرقت مشتریان شما کنند. این امری است که نه اتفاقی، بلکه حاصل تلاش‌های اشتباه شما در دنیای کسب و کار است.

از نظـر ما یکـی از نکاتی که برندها باید کاملا جدی بگیرند، مسـئله مربوط به امنیت سـایبری است. البته این نکته فقط اطلاعات مربوط به خودشان را شامل نمی‌شود، بلکه باید نیم نگاهی به اطلاعات و داده‌های مشتریان نیز داشته باشند. این مسئله درباره برندهای دیجیتال و کسانی که خدمات آنلاین ارائه می‌دهند، اهمیت دوچندانی دارد.

اگر شما نتوانید کسب و کارتان را به طور اصولی مدیریت کنید، خیلی زود کارتان با مشـکلات جدی رو به رو خواهد شـد. خب چه کسی در بازار به یک برند که تمام اطلاعاتش در دست هکرهاست، اعتماد خواهد کرد؟ این سوالی است که شما همیشه باید از خودتان پرسیده و مقدمات اجرای درست فرآیند امنیت سایبری را فراهم سازید.

از آنجایی که بسـیاری از کارآفرینان تخصص زیادی در حوزه سایبری ندارند، بهترین گزینه برای شـما همکاری با کسـی اسـت که اطلاعات کافی در این رابطه را داشته باشد. اینطوری شما می‌توانید خیلی راحت و بدون مشکل کارتان در این حوزه را پیش ببرید. خب همیشه که قرار نیسـت اوضاع مطابق میل شـما پیش برود. گاهی اوقات در حوزه‌هایی که بدان وارد نیستید، نیاز به همکاری با افراد متخصص خواهید داشت.

امنیت سایبری به شما کمک می‌کند تا جلوی آگاهی رقبا از وضعیت برند و همچنین مشتریان‌تان را بگیرید. اینطوری دیگر لازم نیست خیلی به خودتان زحمت داده یا نگران از دسـت دادن مشتریان باشید؛ چراکه رقبا برای این کار مسـیر بی‌نهایت دشـواری را پیش رو خواهند داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

### ارائه پیشنهادات جذاب برای مشتریان

وقتی شـما تلاشـی برای حفظ مشـتریان انجام ندهید، همیشـه با مشکلاتی در زمینه جلب نظرشان رو به رو خواهید شد. این امر در ابتدا خودش را در قالب بی‌توجهی مشـتریان و سپس خریدشان از رقبای‌تان نشـان می‌دهد. پس همیشـه تقصیرها گردن رقبا نیسـت. گاهی اوقات خودتان هم ناخودآگاه کاری می‌کنید که مشـتریان‌تان را به ساده‌ترین شکل ممکن از دست بدهید.

توصیه ما در این بخش مثل روز روشـن اسـت. گاهی اوقات شما باید طوری پیشـنهادات‌تان را به مشتریان عرضه کنید که هیچ جوره نتوانند دسـت رد به آن بزنند. این امر به شـما کمک خواهد کرد تا اثرگذاری بهتری بر روی مشـتریان داشته و آنها را برای مدت زمانی طولانی‌تر در کنار خود نگه دارید.

یادتان باشـد، خیلی وقت‌ها پیشـنهادات جذاب و شخصی‌سازی‌شده برای مشتریان انگیزه‌شان برای تداوم تعامل با شما را دوچندان می‌کند. پس اجازه ندهید هیچ وقت درگیر سـیکل تکرار شـوید؛ چراکه این امر می‌تواند تمام توان‌تان برای اثرگذاری درست و حسابی بر روی مشتریان را از بین ببرد. پس باید آن را حسابی جدی بگیرید.

### سخن پایانی

سـرقت مشتریان در طول یک دهه اخیر بدل به امری رایج در دنیای کسـب و کار شـده اسـت. برخی از کارآفرینان خیال می‌کنند به طور مداوم باید خودشـان را درگیر کارهای مهمتر کرده و هیچ ایرادی ندارد اگر گاهی اوقات مشتریان‌شـان را از دست بدهند. ما در روزنامه فرصت معتقدیم چنین طرز نگاهی اصلا منطقی نیست. به همین خاطر در این مقاله سـعی کردیم برخی از مهمترین نکات برای جلوگیری از سـرقت مشتریان را به اتفاق شما مورد بررسی قرار دهیم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا اوضاع‌تان در بازار را به طور منطقی‌تری مدیریت کنید.

شما الان تمام اطلاعات لازم برای شروع استراتژی جلوگیری از سرقت مشـتریان تان را دم دسـت دارید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دسـت به کار شـده و اوضاع‌تان را کمی هم که شده در بازار بهتر کنید. مثل همیشـه اگر در این میان سوالی برای‌تان پیش آمد، می‌تواند روی ما برای بررسی و حلش حساب کنید. خب تعارف را کنار گذاشته و مثل همیشه با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://www.linkedin.com/pulse/how-keep-competition-from-stealing-your-customers-teri-yanovitch

https://goldsteinbrossard.com/blog/prevent-/competitors-from-stealing-your-clients

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۱۰۰۰۵۵۱ مورخ ۱۴۰۳/۰۳/۰۳هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک همدان ناحیه یک تصرفات ماکلانه بلامعارض متقاضی مریم دانش پایه فرزند محمد صادق بشماره شناسنامه ۱۷۴ صادره از همدان در ششدانگ عرصه یک قطعه زمین مزروعی – بیشه زار به مساحت۱۰۲۷/۷۶ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۵ اصلی واقع در حومه بخش سه همدان به نشانی بلوار شهید رجایی جنب دادگاه خانواده خریداری از مالکین رسمی وراث رجایی رضوی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

تاریخ نوبت اول :۱۴۰۳/۰۳/۰۶ تاریخ نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۳/۲۱

**م الف ۳۷۳ رضا شیر خانی خرم – رییس اسناد و املاک**

**آگهی مفقودی برگ سبز**

برگ سبز خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۶۵ ایران ۷۸۵ ق ۲۷ با شماره موتور ۰۰۳۴۹۹۳۱ و شماره شاسی s۱۴۱۲۲۸۱۸۱۵۹۴۷ متعلق به اینجانب سمیه مشایخی با کد ملی ۳۰۳۱۵۳۵۷۹۰ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد. رباط کریم

**آگهی مفقودی برگ سبز**

برگ سبز خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۳۵ ایران ۸۸۷ ب ۲۶ با شماره موتور ۰۰۵۱۶۴۷۴ و شماره شاسی s۱۴۱۲۲۸۲۹۷۶۳۳۸ متعلق به شرکت بنیان صنعت ماشین پایتخت با شماره ملی ۲۶۴۹۰۹۰۰۰۰ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد. رباط کریم

**آگهی مفقودی برگ سبز**

برگ سبز خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۱۵ ایران ۶۳۲ ط ۸۷ با شماره موتور ۰۰۴۴۰۰۳۴ و شماره شاسی s۱۴۱۲۲۸۲۹۰۵۴۰۱ متعلق به شرکت بنیان صنعت ماشین پایتخت با شماره ملی ۲۶۴۹۰۹۰۰۰۰ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد. رباط کریم

**آگهی مفقودی برگ سبز**

برگ سبز خودرو سواری پیکان به شماره انتظامی ۱۵ ایران ۴۶۷ ص ۴۹ با شماره موتور ۱۱۱۲۸۰۵۲۸۲۴ و شماره شاسی ۸۰۴۵۳۷۷۱ متعلق به شرکت بنیان صنعت ماشین پایتخت با شماره ملی ۲۶۴۹۰۹۰۰۰۰ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد. رباط کریم

**آگهی مفقودی برگ سبز**

برگ سبز و کارت ماشین خودرو سواری سمند به شماره انتظامی ۳۰ ایران ۲۹۵ و ۲۹ با شماره موتور ۱۲۴۸۷۰۶۰۵۴۷ و شماره شاسی NAACC۱CF۹۹F۴۱۳۴۶۵ متعلق به اینجانب شیوا محمدی با کد ملی ۵۵۶۰۳۶۹۹۱۸ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد. رباط کریم

**آگهی مفقودی**

کارت هوشمند راننده به شماره ۲۵۳۸۵۴۵ به نام شمس اله فرهادی خودلان به کد ملی ۳۸۰۰۱۳۹۹۴۴ و کارت هوشمند خودروی خاور به شماره ۱۸۶۰۹۵۶ و شماره انتظامی ۷۱۵ع۲۸ ایران ۵۱ مفقود گردیده از درجه اعتبار ساقط می باشد . قروه

**آگهی مفقودی**

برگ سبز ماشین پراید مدل ۱۳۸۱ برنگ سفید شماره موتور ۰۰۳۲۴۱۸۹ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۱۷۸۸۷۰۷ پلاک ایران ۷۹ – ۳۲۵ م ۹۲ بنام زهرا صادقی شماره ملی ۴۳۶۰۲۳۱۹۱۱ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد. تاکستان ۴۲۱

**مفقودی**

برگ سبز خودرو وانت دوکابین کی ام سی T۸-T۶-MTمدل ۱۴۰۱ رنگ مشکی میکا به شماره شاسی: NAKPLA۱۱۴NB۱۰۹۷۳۱ و شماره موتور: HFC۴GA۲۴DP۰۰۰۰۶۶۳ و شماره انتظامی ۹۴۳ ل ۴۴ ایران ۸۸ به نام غلامرضا مهری لیقوان مفقود گردیده است و فاقد اعتبار است.

# روابط عمومی در شبکه‌های اجتماعی با ۶ تکنیک کاربردی

**به قلم: جنیفر اسمیگا**
کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

دنیـای روابط عمومـی در طول سـال‌های اخیر با ظهور شـبکه‌های اجتماعی تغییرات بسـیار زیادی پیدا کرده اسـت. امروزه دیگر خبری از شیوه‌های قدیمی در دنیای روابط عمومی یا تلاش برندها برای موفقیت در این حوزه بدون استفاده از روش‌های تازه نیست. در عوض عرصه دیجیتال مثل همه بخش‌های دیگر در حال نفوذ به حوزه روابط عمومی نیز هست. این امر برای بسیاری از برندها تازگی زیادی دارد. اگر شما هم تا به امروز از این بخش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان سود نبرده‌اید، باید خیلی زود روش کارتان را تغییر دهید، در غیر این صورت شاید به زودی توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای و استاندارد را از دست بدهید. با توجه به اینکه امروزه هزاران برند مختلف در بازار مشغول سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان گوناگون هستند، تعلل شما در این میان می‌تواند هزینه بسیار سنگینی برای کسب و کارتان به همراه داشته باشد.

هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات در زمینه روابط عمومی مناسـب در شبکه‌های اجتماعی اسـت. از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی تاثیرگذاری زیادی بر روی زندگی روزمره مردم دارد، شـما هم برای تاثیرگذاری بـر روی مخاطب هدف‌تان چاره‌ای به غیر از توجه ویژه به این حوزه ندارید. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیادی به همراه داشـته و حتی وضعیت فعالیت‌تان در بـازار را نیز تغییر دهید. اگر شـما هم نمی‌دانید کارتان را باید از کجا برای دیجیتال‌سـازی روابط عمومی برندتان شـروع کنید، این مقاله مقدمه‌ای عالی برای ورودتان به ایـن عرصه جذاب خواهد بود. در ادامه برخی از تغییرات روابط عمومی با ظهور شـبکه‌های اجتماعی را مرور خواهیم کرد. سپس به برخی از نکات مهم و حرفه‌ای بـرای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌پردازیم. این امر به شما برای شروع کارتان در این عرصه به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد.

### تغییرات دنیای روابط عمومی با ظهور شبکه‌های اجتماعی ارتباطات گسترده

پیش از ظهور شـبکه‌های اجتماعی عرصه ارتباطات میان برندها بسیار ساده و ابتدایی بود. این امر به طور معمول در طول ساعت‌های اداری میان برندها صورت می‌گرفت. در بسیاری از مواقع نیز برندها چاره‌ای به غیر از تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان با استفاده از روش‌های سـازمانی خشک و زمانبر نداشـتند. این امر می‌توانست برای بسیاری از کاربران و مشـتریان برندها به شدت دردناک باشد. هرچه باشد وقتی یک مشتری نیاز به ارتباط با برند دارد، باید این امر در کوتاه‌ترین زمان ممکن صورت گیرد، در غیر این صورت شاید تاثیرگذاری لازم را به همراه نداشته و شما دیگر شانسی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نکنید. در این صورت دیگر کارتان برای بهبود وضعیت برندتان به طور چشمگیری دشوار خواهد شد.

امروزه بسیاری از برندها به لطف شبکه‌های اجتماعی ارتباطات بی‌نهایت گسـترده‌ای دارند. این امر به شـما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس شما را نیز به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. هرچه ارتباطات شما دامنه بیشـتری داشته باشد، شانس‌تان برای کسب اعتبار بالاتر در بازار بیشـتر می‌شـود. این امر می‌تواند برای شـما مزایای بسیار زیادی به همراه داشته و شانس‌تان را نیز متحول سازد.

یادتان باشـد در دنیایی که سـرعت عمل برندها بسـیار مهم اسـت، شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به شما برای تعامل بهتر با مخاطب هدف و سرعت عمل بیشتر کمک نماید. در این صورت شما دیگر هیچ مشکلی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت.

### تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف

اگر شـما خودتـان را جای مشـتریان قـرار دهید، بسـیاری از اوقات تاثیرگذاری بر روی آنها کار سـاده‌ای محسوب می‌شود. شما باید همیشه در دسـترس مشـتریان بوده و اطمینان بالایی نسبت به ارائه خدمات به شیوه‌ای مناسب داشته باشید. در این صورت مشکلات‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف تا حد زیادی رفع می‌شـود. این امر به شـما برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان در شرکت کمک می‌کند.

یکی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مشـتریان استفاده از فناوری‌های نوین اسـت. امروزه شبکه‌های اجتماعی به شما فرصت بسیار خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌دهد. این امر شانس شما برای بهینه‌سـازی موقعیت‌تان در بازار را افزایش داده و موقعیت‌تان را نیز بهینه‌سـازی خواهد کرد. یادتان باشـد در این میان برخی از برندها باید همیشـه تلاش بیشـتری به خرج دهند. دلیل این امر نیـز معمولا ورود دیرهنگام‌شان به جمع برندهای فعال در زمینه روابط عمومی در شبکه‌های اجتماعی است. درست به همین دلیل شما باید همیشه حواس‌تان به این نکته مهم باشـد، در غیر این صورت شاید خیلی زود فرصت تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف را از دست بدهید.

### تبدیل حوزه روابط عمومی به عرصه‌ای ۲۴ ساعته

همانطور که اشاره کردیم، پیش از این روابط عمومی یک کار تمام وقت نبود. برخی از برندها فقط در طول سـاعت‌های اداری خدمات مربوط به روابط عمومی را عرضه می‌کردند. در این صورت شما باید مهارت‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهید. امروزه مشتریان انتظارات بسیار زیادی از برندها دارند. این امر شامل تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شیوه‌ای حرفه‌ای محسوب می‌شود. یکـی از معیارهـای مهم در این میان تلاش برای فعالیت ۲۴ سـاعته در زمینه روابط عمومی اسـت. این امر مسـئولیت شما به عنوان یک برند را به طور چشـمگیری افزایش می‌دهد. درسـت به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شـیوه‌ای حرفه‌ای هسـتید، می‌توانیـد کارتان را به طور قابل ملاحظـه‌ای تغییر داده و وضعیت‌تان را متحول سازید.

فعالیت همیشـگی در کنار مشـتریان برای جلب رضایت‌شـان بدون شـبکه‌های اجتماعی امکان‌پذیر نیسـت. این امر یکی از تحولات مهم در زمینه فعالیت برندها را شامل می‌شود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف و ایجاد تمایز با سایر رقبا هسـتید، استفاده از شـبکه‌های اجتماعی بهترین گزینه، دست کم برای روابط عمومی، خواهد بود. نکته جالب اینکه چنین کاری هزینه‌های شما را هم به طور چشـمگیری کاهش می‌دهد. با این حسـاب دیگر نیازی به استفاده از شیوه‌های عجیب با پیچیده نخواهد بود.

### راهکارهای موفقیت در روابط عمومی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی

موفقیت در روابط عمومی امر ساده‌ای نیست. امروزه حتی افراد حرفه‌ای در زمینه روابط عمومی نیز گاهی دچار اشـتباه شـده و موفقیت‌شان در این میان دسـتخوش تغییرات گسترده‌ای می‌شود. این امر می‌تواند برای شـما دردسرهای بسیار زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان را نیز به طور چشـمگیری کاهش دهد. یادتان باشـد در دنیایی که تمام برندها کم و بیش شکسـت را تجربه می‌کنند، شـما برای موفقیت باید برنامه‌ای ویژه داشته باشید.

هـدف ما در این بخش مرور برخی از مهمترین نکات برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف در دنیای بازاریابی و روابط عمومی اسـت. در ادامه برخی از این نکات را به طور کاربردی مورد بررسـی قرار خواهیم داد. این امر به شـما برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد.

### اضافه کردن آیدی برند در پیام‌ها

کاربران باید بسیار واضح و صریح در جریان حضور برندتان در شبکه‌های اجتماعی باشند. این امر می‌تواند مزایای بسیار زیادی بر روی برند شما به همراه داشـته باشد. یکی از مشکلات اساسی برندها در این روزها ناتوانی برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف اسـت. به عبارت بهتر، اگر شما نتوانید مخاطب هدف‌تان را به سوی دنبال کردن برند در شبکه‌های اجتماعی بکشانید، به طور ناخودآگاه شکست می‌خورید. این امر می‌تواند برای شما بسیار دردناک تلقی شود، اما در صورتی که به خوبی بدان توجه نکنید، شاید روش کارتان به کلی مختل شود.

توصیـه مـا برای حضـور همراه با موفقیـت در دنیـای روابط عمومی آنلاین اسـتفاده از شـبکه‌های اجتماعی به طور گسـترده و بیان آدرس برندتان در هر پیامی اسـت. برخی از سایت‌ها در این میان دکمه مربوط به اشـتراک‌گذاری محتوا یا بازنشر خبر در شـبکه‌های اجتماعی را کنار هر کدام از محتوای‌شـان قـرار می‌دهند. این امر می‌تواند به شـما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک نماید.

یک نکته دیگر که باید همیشـه مد نظر شـما قرار گیرد، اسـتفاده از عبارت‌های دقیق و یادآوری به مخاطب هدف نسبت به حضور برندتان در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر می‌تواند به کاربران نشـان دهد، برند شـما در شبکه‌های اجتماعی به طور رسمی حضور دارند. با این حساب دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی شما قرار نمی‌گیرد.

### همکاری با اینفلوئنسرها

اینفلوئنسـرها یکی از گروه‌های بسـیار مناسـب بـرای فعالیت برندها محسـوب می‌شوند. این دسـت از افراد به طور معمول تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف مد نظر شما دارند. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته و شرایط‌تان را نیز به طور چشمگیری متحول سازد. یادتان باشد برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شما باید همیشه بهترین اینفلوئنسرها را انتخاب کنید، در غیر این صورت شاید در میانه راه متوجه اشتباه تان شده و البته در آن زمان دیگر راهکاری برای جبران اشتباه مورد نظر نخواهید داشت.

یکی از روش‌های مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌تواند توجه به روش‌های مرتبط با گزینش اینفلوئنسـرها باشد. به عبارت بهتر، شما قرار نیست با هر اینفلوئنسری به طور گسترده ارتباط داشته باشید. در این میان معیارهایی نظیر نحوه تعامل با مخاطب هدف و همچنین میزان آشنایی وی به کار شـما تاثیرگذاری بسیار زیادی دارد. درست به همین دلیل شما باید همیشه این نکات مهم را در کانون توجه‌تان قرار دهید، در غیر این صورت خیلی زود شانس‌تان برای تعامل با اینفلوئنسرها و بازگشت سرمایه مناسب از بین خواهد رفت. در این صورت نیز به احتمال زیاد دیگر هیچ فرصت یا شانسـی برای بهینه‌سازی شرایط فعالیت‌تان در این میان نخواهید داشـت. یکی از مشکلات اصلی برندها در این راستا تلاش برای استفاده از معیارهای خوب در زمینه گزینش اینفلوئنسر است. معنای این امر نیاز شما برای همکاری با افرادی بی‌نهایت حرفه‌ای نیست.

گاهـی اوقات شـما می‌توانید با اینفلوئنسـرهایی تـازه کار یا حتی در سـطح خُرد نیز همکاری داشته باشـید. نکته مهم در این راستا وضعیت مشتریان‌تان اسـت. اگر مشتریان شما در یک بازار محلی حاضر هستند، آن وقت همکاری شما با اینفلوئنسرهای بزرگ هیچ تاثیری بر روی کارتان نخواهد داشـت. درسـت به همین دلیل شـما باید هزینه‌تـان در دنیای بازاریابـی و روابـط عمومی دیجیتال را با دقت صـرف کنید، در غیر این صورت هیچ فرصتی برای بهینه‌سـازی شانس‌تان در دنیای بازاریابی پیدا نمی‌کنید.

### اهمیت عنصر تداوم

عنصر تداوم یکی از مهمترین نکات برای فعالیت برندها محسوب می‌شود. ایـن امر می‌تواند به برندها فرصت لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را بدهد. وقتی از تداوم در فعالیت یک برند صحبت می‌کنیم، الزاما فقط تداوم در زمینه بازاریابی یا کمپین‌های تبلیغاتی مد نظر ما نیسـت. عرصـه روابط عمومی نیز باید همراه با خدمات دارای تداوم و تاثیرگذاری بالا بر روی مخاطب هدف باشد، در غیر این صورت شاید خیلی زود موجب خستگی مشتریان از برندها شود.

اگر شـما فقط برای مدت زمانی محـدود در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، به احتمال زیاد کمپین روابط عمومی‌تان دیر یا زود با فاجعه‌ای تمام عیار شکست می‌خورد. در عوض شما باید همیشه به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای کسب و کار باشید. این امر می‌تواند به شـما کمک بسیار زیادی برای بهینه‌سازی شرایط‌تان نمایـد. اگر از همان ابتدا خدمات‌تان در زمینه روابط عمومی و بخش‌های مرتبط با چشم‌انداز بلندمدت صورت گیرد، امکان تاثیرگذاری بسیار بهتر بـر روی مخاطـب هدف را پیدا می‌کنید. این امر شـما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و فرصت تاثیرگذاری بسیار خوبی به شما و مشتریان‌تان خواهد داد. این امر مزایای بسیار متنوعی برای برند شما به همراه خواهد داشت.

### فعالیت بیش از اندازه

فعالیت بیش از اندازه می‌تواند به شـما برای بهینه‌سـازی موقعیت‌تان کمک بسیار ویژه‌ای نماید. یادتان باشد امروزه بسیاری از برندها برای ارائه خدمات روابط عمومی مشتریان را تا مدتی کوتاه منتظر می‌گذارند. این امر نه به دلیل مشکل برندها با مشتریان، بلکه ترافیک بالای تقاضاست. حالا اگر در این میان برند شما خیلی سریع به فکر مشتریان افتاده و وضعیت آنها را خیلی زود تغییر دهد، کارتان بی‌نهایت سـاده‌تر از هر زمان دیگری می‌شود. این امر می‌تواند به شما فرصت تازه‌ای در بازار داده و موقعیت‌تان را نیز به طور چشـمگیری متحول سـازد. در این چشـم‌انداز شما امکان تاثیرگذاری بسـیار بالایی بر روی مخاطب هدف‌تـان دارید. دلیل آن نیز فعالیت بیشتر از اندازه‌تان خواهد بود.

امروزه بسیاری از برندها برای بهینه‌سازی روند فعالیت‌شان به طور مداوم از شـیوه‌های سنتی استفاده می‌کنند. در این میان فعالیت در شبکه‌های اجتماعـی بـرای ارائه خدمات مربـوط به روابط عمومی نـوآوری مهمی محسوب می‌شود. نکته مهم دیگر در این میان فعالیت گسترده و بیش از حد معمول شماست. پس اگر یک قانون نانوشته در این زمینه وجود دارد، شما به هیچ وجه لازم نیست آن را رعایت کنید. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک نماید.

### ایجاد روابط عمیق با رسانه‌ها

حضور در شـبکه‌های اجتماعی فقط گام نخسـت بـرای تاثیرگذاری گسـترده بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف به نیروی رسـانه‌ها نیز نیاز دارند. این امر می‌تواند به کسـب و کارها برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و موقعیت برندها را نیز توسـعه دهد. یادتان باشد بسیاری از کسب و کارها در دنیای امروز روابط‌شان با رسانه‌ها را به طور مداوم تقویت می‌کنند. این امر می‌تواند به آن کسب و کار در حوزه‌های مختلف، از جمله روابط عمومی کمک نماید.

یکی از مشکلات اساسی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مربوط به حوزه رسـانه اسـت. به عبارت بهتر، برندها بلد نیستند خدمات روابط عمومی شان را به طور مستقیم با استفاده از رسانه‌ها منتقل نمایند. این امر در بسیاری از مواقع برای چنین برندهایی دردسرساز می‌شود. اگر شما رابطه خوبی با رسانه‌ها داشته باشید، می‌توانید بدون مشکل زیاد به سراغ آنها رفته و مشکلات‌تان در این راستا را به خوبی حل کنید. این امر شـما را در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. یادتان باشد رسانه‌ها هنوز هم ابزاری مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. درسـت به همین دلیل شما می‌توانید کارتان در این زمینه را به خوبی با استفاده ار توانایی تاثیرگذاری رسانه‌ها بر روی مخاطب هدف دنبال کرده و خیال‌تان بابت پرهیز از هرگونه بحرانی در روابط عمومی راحت باشد.

یکی از نکات مهم برای همکاری با رسانه‌ها، مربوط به استفاده از نکات مناسب و تاثیرگذار در این میان است. این امر می‌تواند به شما کمک بسیار خوبی برای بهبود شرایط‌تان نماید. به عبارت بهتر، برند شما باید خبرهای جذاب و مناسـبی برای رسـانه‌ها داشته باشد. در این صورت می‌توانید به خوبی بر روی آنها تاثیرگذاری لازم را اعمال کنید. این امر به شما فرصت خوبی برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مشتریان می‌دهد.

بی‌شـک امروزه فعالیت در دنیای روابط عمومی امری سخت و پیچیده شده است. درست به همین خاطر شما باید همیشه از تکنیک‌های حرفه‌ای در این میان سـود ببرید. نکات مورد بحث در این مقاله می‌تواند شروعی مناسب و تاثیرگذار برای شما در این راستا باشد. این امر توانایی‌تان برای روابط عمومی بهتر را به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. همچنین به شما شانس بسیار خوبی برای اثربخشی بر روی مخاطب هدف با کمترین هزینه ممکن را می‌دهد. درسـت به همین دلیل شـما باید همیشـه حواس‌تان به نحوه فعالیت در عرصه روابط عمومی باشـد. این امر می‌تواند از شـما قهرمانی بی‌بدیل برای مشتریان بسازد.

**منبع: هاب اسپات**


## آگهی دعوت به ارزیابی کیفی (مناقصه عمومی ـ دو مرحله‌ای) فراخوان عمومی نخست مناقصه شماره ۲۷-۳۱-۱۴۰۲

وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران

شناسه آگهی : ۱۷۲۸۶۶۲

شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد بنابر آیین نامه اجرایی بند "ج" ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی پیمانکاران واجد شرایط جهت دعوت به مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد)به نشانی www.setadiran.ir به شرح زیر اقدام نماید.مناقصه گران موظفند برای شرکت در مناقصه نسبت به ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند.لازم به ذکراست کلیه مراحل برگزاری مناقصه از فراخوان ارزیابی کیفی تا انتخاب برنده از طریق سایت مزبور انجام می گردد.

۱) **موضوع مناقصه:** **"طراحـی، تـأمین و اجـرای خط دوم راه‌آهـن (زیرسـازی، روسازی و ابنیه فنی) محور نمکزار –عشق آباد به روش EPC غیرصنعتی"**
۲) **مدت و محل انجام قرارداد:** مدت قرارداد( ۴۲ ماه) و محل انجام طبق اسناد مناقصه می باشد.
۳) **مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی:** حداکثر تا ساعت ۱۹ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۳/۲۷
۴) **مهلت بارگذاری اسناد ارزیابی کیفی:** حداکثر تا ساعت ۱۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۱
۵) **فراخوان ارزیابی کیفی فوق** از طریق پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir اطلاع رسانی می گردد.
۶) **مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار** (۳۵۰,۱۸۷,۲۲۱,۷۸۷) ریال به صورت ضمانتنامه ، واریز نقدی یا وثیقه ملکی مطابق با آئین‌نامه تضمین معاملات دولتی و اسناد مناقصه ، ضمانتنامه می‌بایست دارای سه/۳ ماه اعتبار بوده و برای سه/۳ ماه نیز قابل تمدید باشد .
۷ ) **گواهینامه های مورد نیاز در مناقصه:** در قالب شرکت دارا بودن گواهینامه معتبر صلاحیت پایه یک/۱ پیمانکاری در زمینه طرح و ساخت در رشته راه و ترابری و در قالب مشارکت متشکل از شرکتهای دارای گواهینامه معتبر صلاحیت پایه یک/۱ پیمانکاری در رشته راه و ترابری و مشاور دارای گواهینامه معتبر صلاحیت مشاوره پایه یک/۱ در تخصص راه آهن مطابق ضوابط و مقررات از سازمان برنامه و بودجه کشور و گواهینامه معتبر تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاران صادره از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی .
۸ ) **مناقصه‌گران تائید صلاحیت شده در ارزیابی کیفی،** در صورتی که قصد ارائه پیشنهاد قیمت را دارند، باید در صورت نیاز به تامین کالا و تجهیزات جهت انجام موضوع مناقصه، قیمت متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه نمایند.
شایان ذکراست دریافت و بارگذاری اسناد صرفاً می بایست از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ( ستاد) صورت پذیرد. در صورت بروز هر گونه ابهام با شماره ۱۴۵۶ ( پشتیبانی سامانه ستاد) تماس حاصل نمایند.

م الف ۸۸۳

اداره کل تدارکات و پشتیبانی راه آهن ج.ا.ا



## آگهی مزایده فروش ملک

در نظر است املاک مندرج در جدول ذیل از طریق مزایده عمومی واگذار گردد.
متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به مدت زمان ۵ روز از ساعت ۱۵ تا ۲۱ با شماره ۰۹۹۱۴۷۱۵۶۶۲ تماس حاصل فرمایند.

| ردیف | عنوان ملک | کاربری | مساحت | آدرس |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | ویلایی | مسکونی | ۴۹۰ | ۲۲ بهمن بلوار نسترن |
| ۲ | ویلایی | تجاری | ۳۵۳ | ۲۲ بهمن بلوار نسترن |

۱۰۳۴ / م الف

۴۲۴

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی:

# صدور مجوز ایجاد مشاغل خانگی پنج برابر افزایش یافت

**فرصت امروز – ماهان فلاح:** مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی با اشاره به حمایت این اداره کل از توسعه تعاونی های دانش بنیان و فناور در استان، اعلام کرد: در دولت سیزدهم میزان تسهیلات پرداختی به تعاونی های استان ۶۷ درصد افزایش یافته است. حسین فتحی با بیان اینکه چهار هزار و ۵۵۶ تعاونی در این استان فعالیت دارند، گفت: تعداد تعاونی ها در دولت سیزدهم هشت درصد افزایش یافته است. وی اظهار کرد: با تشکیل تعاونی های جدید در استان برای سه هزار و ۱۰۵ نفر فرصت شغلی ایجاد شد و مدت زمان تشکیل تعاونی به ۲۹ روز کاهش یافت. به گفته وی، میزان تسهیلات پرداختی در حوزه مشاغل خانگی در سال های ۱۳۹۸، ۱۳۹۹، ۱۴۰۰ به ترتیب ۷۰، ۸۰ و ۷۲۰ میلیارد ریال بود. وی همچنین گفت: در طول سه سال دولت سیزدهم، میزان تسهیلات پرداختی در این حوزه افزایش چشمگیری داشت. وی با اشاره به اینکه سال ۱۴۰۱ تسهیلات مشاغل خانگی در استان یک هزار و ۲۷۰ میلیارد ریال بود، افزود: سال گذشته در حوزه مشاغل خانگی با اعطای حدود ۲ هزار میلیارد ریال تسهیلات برای هشت هزار و ۹۶۸ نفر در این استان اشتغال ایجاد شد. وی با بیان اینکه امسال برای ایجاد مشاغل خانگی بیشتر، میزان تسهیلات پرداختی به ۲ هزار و ۲۷۸ میلیارد ریال افزایش می یابد، اظهار کرد: این تسهیلات در جهت تحکیم خانواده، ایجاد مشاغل خُرد و متوسط در خانواده ها پرداخت می شود. وی یادآور شد: این تسهیلات برای افرادی که به صورت مستقل فعالیت می کنند، یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال و برای افراد پشتیبان تا ۴۰ میلیارد ریال به صورت قرض الحسنه پرداخت می شود. مدیرکل تعاون کار و رفاه اجتماعی گفت: با توجه به استقبال متقاضیان واجد شرایط برای راه اندازی مشاغل خُرد و کسب و کارهای خانگی در این استان، میزان صدور مجوز برای ایجاد مشاغل در دولت سیزدهم نسبت به سه سال قبل، حدود پنج برابر افزایش یافت. فتحی، میزان مجوزهای صادر شده در حوزه مشاغل خانگی در سال های ۱۴۰۰، ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ را به ترتیب ۲ هزار و ۶۰۷، ۶ هزار و ۵۲۷ و ۱۱ هزار و ۷۲۵ مجوز اعلام کرد. وی با اشاره به تعهد رییس جمهور شهید برای ایجاد یک میلیون فرصت شغلی در هر سال، اظهار کرد: در این راستا آذربایجان شرقی علاوه بر انجام تعهدات خود در میزان، بیش از آن عمل کرده و در سال ۱۴۰۲ موفق به انجام ۱۳۱ درصد از تعهدات برش استانی خود در این زمینه شد.

مدیرکل تعاون کار و رفاه اجتماعی گفت: میزان تعهد اشتغال استان در سال گذشته بیش از ۴۷ هزار نفر بود ولی در این استان برای ۶۱ هزار و ۳۷۰ نفر اشتغال ایجاد شد. فتحی، با بیان اینکه این استان در این زمینه جزو استان های برتر در سامانه «رصد» کشور است، افزود: اشتغال های جدید از طریق سامانه رصد ثبت و از راه های مختلف راستی آزمایی می شود. مدیرکل تعاون کار و رفاه اجتماعی با بیان اینکه نرخ بیکاری استان در سال گذشته به ۷.۱ درصد رسید، گفت: این میزان نشان می دهد که در ۱۵ سال اخیر کمترین نرخ بیکاری در سال گذشته در این استان ثبت شده است. فتحی، با بیان اینکه این میزان نرخ متوسط بیکاری در سال گذشته در سطح کشور نیز در همین حدود بود، ادامه داد: کاهش نرخ بیکاری در استان ناشی از وجود صنایع و ظرفیت های بالا و دستگاه های تخصصی و پژوهشی به دست آمده است. وی یادآور شد: در سال جاری از میزان اشتغال جدید استان ۲۵ درصد به دانش آموختگان دانشگاهی اختصاص می یابد و جنس بیکاری استان نیز مربوط به این حوزه است. مدیرکل تعاون کار و رفاه اجتماعی با اشاره به اجرای طرح طبقه بندی مشاغل در این استان برای برقراری عدالت کاری، گفت: بالاترین میزان اجرای طرح طبقه بندی مشاغل در این استان در سال ۱۴۰۲ اتفاق افتاد. فتحی، افزود: اجرای این طرح در سه سال دولت سیزدهم نسبت به سه سال قبل از آن با رشد هشت برابری در سال ۱۴۰۲ به ۱۰۲ واحد رسید که این کار موجب افزایش رضایتمندی نیروی کار، افزایش تولید واحدها و برقراری امنیت شغلی و مهارت افزایی برای کارگران شد. وی با بیان اینکه در برنامه سال جاری میزان اجرای طرح طبقه بندی مشاغل ۱.۵ برابر نسبت به سال گذشته افزایش می یابد، اظهار کرد: تعداد مقرری بگیران بیمه بیکاری نیز در استان کاهش یافته و از ۱۰ هزار و ۶۴۶ نفر در سال ۱۴۰۰ به هشت هزار و ۹۱۹ نفر در سال ۱۴۰۲ رسیده است. وی یادآور شد: در سه سال دولت سیزدهم تعداد مقرری بگیران بیمه بیکاری استان، یک هزار و ۷۲۷ نفر کاهش یافت و ۱۱۳ هزار و ۵۹۸ کارگر واحدها مورد حمایت قرار گرفتند. فتحی، کاهش واحدهای مشکل دار استان از ۲۵ مورد به ۲ مورد، کاهش تعداد حوادث ناشی از کار از ۸۳۹ مورد در سال ۱۳۹۹ به ۷۰۹ مورد در سال ۱۴۰۲، کاهش مدت زمان رسیدگی به حل اختلاف کارگران و کارفرمایان از ۳۲ روز سال ۱۳۹۹ به ۲۳ روز در سال ۱۴۰۲ را از اقدامات دولت سیزدهم در این استان اعلام کرد.

# فولاد مبارکه در مسیر توسعه پایدار کشور مصمم است

**اصفهان –لیلاقاسمی:** مدیرعامل شرکت فولادمبارکه در آئین بهره‌برداری از اولین مجموعه پروژه‌های تحول دیجیتال این شرکت گفت: فولادمبارکه با تکیه بر دستاوردهایی که یک به یک رونمایی می‌کند و برنامه‌هایی که برای آینده دارد، مصمم است در مسیر توسعه پایدار کشور گام بردارد و راه خود را با گام‌های استوارتر ادامه دهد تا همه اینها منجر به خلق آینده بهتر برای جامعه و کشور ایران شود.

محمد یاسر طیب‌نیا در آئین بهره‌برداری از اولین مجموعه پروژه‌های تحول دیجیتال این شرکت با اشاره به اینکه امروز هشت طرح را در این زمینه بهره برداری خواهیم کرد، اظهار کرد: از جمله این طرح‌ها سامانه هوشمند پایش آلاینده‌های زیست محیطی است، این سامانه با استفاده از فناوری‌های پیشرفته آلودگی‌های زیست محیطی را به صورت لحظه‌ای پایش می‌کند و در صورت بروز انحراف هشدارهای لازم را می‌دهد و می‌تواند تأثیر بسزایی در شناسایی لحظه‌ای مغایرت‌های زیست‌محیطی و رفع آنها داشته باشد.

وی افزود: طرح دوم آماده بهره برداری سامانه هوشمند کنترل موتورخانه‌های حرارت مرکزی است که این پروژه به منظور مانیتورینگ و کنترل مصرف انرژی در موتورخانه‌ها طراحی شده و با استفاده از تحلیل داده‌ها، بهینه‌سازی مصرف انرژی را برای فولاد مبارکه به ارمغان می‌آورد.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه سامانه هوشمند کنترل و پایش مصرف برق را سومین طرح تحول دیجیتال در دست بهره برداری در این شرکت اعلام کرد و ادامه داد: فولادمبارکه از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان برق است و با همتی که صورت گرفت این شرکت علاوه بر نیروگاه ۹۱۴ مگاواتی سیکل ترکیبی که فاز اول آن با حضور رئیس جمهور شهید ابراهیم رئیسی افتتاح شد، فاز دوم آن در حال آماده‌سازی و بهره برداری است و اواخر خردادماه به مدار وارد خواهد شد.

وی تصریح کرد: نیروگاه ۹۱۴ مگاواتی سیکل ترکیبی شرکت فولاد مبارکه در کمتر از ۲ سال به بهره برداری رسید.

مدیرعامل شرکت فولادمبارکه با بیان اینکه سامانه هوشمند کنترل و پایش مصرف سیالات از دیگر پروژه‌های بهره برداری شده در طرح تحول فولادمبارکه است، گفت: این سامانه مصرف آب و انرژی را دنبال می‌کند.

وی سامانه هوشمند پایش وضعیت ترابری سبک را پنجمین پروژه در دست بهره برداری فولاد مبارکه دانست و افزود: باید توجه داشت که روزانه چند صد خودروی سبک در تردد هستند و با استفاده از فناوری‌های نوین ما به کنترل فرایندهای درخواست، تخصیص و پایش فرایندهای خودروهای سبک و مدیریت آن می‌پردازیم و با استفاده از این سامانه بهینه سازی از ناوگان سبک و کاهش هزینه‌ها را خواهیم داشت. وی راه‌اندازی سامانه هوشمند پایش وضعیت حمل ونقل در داخل فنس را دیگر پروژه تحول دیجیتال شرکت فولادمبارکه اعلام کرد و گفت: این پروژه نیز در راستای افزایش کاربردی و کاهش هزینه‌های حمل و نقل داخل شرکت را به همراه خواهد داشت.

مدیر منطقه سه شهرداری اراک خبر داد:

# احداث هفت زمین چمن مصنوعی در یازده محله منطقه سه اراک

**اراک– فرناز امیدی:** مدیر منطقه سه شهرداری اراک گفت:زمین های چمن مصنوعی واقع در محله های کوی سجادیه، کوی اندیشه و کوی حضرت ابوالفضل(ع) تا یک ماه آینده آماده بهره برداری است.

به گزارش اداره ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اراک، محمد رضایی با اشاره به احداث هفت زمین بازی در یازده محله منطقه سه اراک، محله های هدف را فیجان، سنجان، کرهرود، شهدای صفری، کوی حضرت ابوالفضل(ع)، شهرک اندیشه، شهرک نبئی، رودکی، کوی سجادیه (باغ خلج)، کوی امام علی(ع) (فوتبال) و کوی کوثر برشمرد و افزود: در راستای اجرای سیاست هر محله یک زمین بازی، احداث زمین چمن مصنوعی کوی حضرت ابوالفضل (ع) به مرحله پایانی رسیده و پیش بینی می گردد تا یک ماه آینده این زمین آماده بهره برداری شود.

وی در ادامه خاطر نشان کرد: زمین های چمن مصنوعی محله های کرهرود، فیجان، کوی امام علی(ع) مورد بهره برداری قرار گرفته و زمین های واقع در محله های کوی سجادیه، کوی اندیشه و کوی حضرت ابوالفضل(ع) تا یک ماه آینده آماده بهره برداری است.

مدیر منطقه سه شهرداری اراک گفت: همچنین در محله شهدای صفری و کوی کوثر زمینی به متراژ ۱۵۰۰ مترمربع آماده سازی گردیده و عملیات زیرسازی، جدول گذاری، فونداسیون، فنس کشی و نصب چمن زمین در دستور کار قرار دارد.

رضایی در پایان تصریح کرد: در صورت ساخت دو زمین چمن مصنوعی در محله های رودکی و کوی نبئی منطقه سه اراک، می توان به عدالت ورزشی در راستای سیاست های قطعی محله محوری در سطح این منطقه شهری رسید.

با همکاری روابط عمومی های ادارات و دستگاه‌های اجرایی کلید می خورد؛

# فرهنگ‌سازی مصرف بهینه برق در آذربایجان شرقی

**فرصت امروز – ماهان فلاح:** نشست مشترک مدیران روابط‌عمومی برق تبریز و استانداری برگزار شد.

مدیر روابط عمومی شرکت توزیع نیروی تبریز به همراه مدیر امور رسانه این شرکت با مسوول روابط عمومی استانداری دیدار و گفت‌وگو کرد.

طی این دیدار دکتر مینا نظری مدیر روابط عمومی شرکت توزیع نیروی تبریز ضمن تسلیت ضایعه اخیر و با اشاره به فرا رسیدن ایام پیک بار و اوج مصرف برق، اظهار کرد: با توجه به برنامه‌ها و ابلاغیه های اعلامی وزارت نیرو در خصوص تعرفه‌های خانگی، صنعتی، تجاری و اداری، استانداری نقش مؤثری می‌تواند در دعوت به همکاری دستگاه‌ها برای کاهش مصرف داشته باشد.

در ادامه این نشست مسوول روابط عمومی استانداری آذربایجان شرقی نیز با اشاره به اهمیت برق، گفت: روابط عمومی استانداری به منظور همکاری‌های لازم برای پیشبرد اهداف شرکت برق برای کاهش مصرف آماده همکاری است.

در این نشست مقرر شد هماهنگی لازم با روابط عمومی سازمان‌ها در خصوص فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی مصرف بهینه انرژی، انجام شود.

# تداوم تولید و افزایش فروش ۱۷ درصدی محصولات شرکت پلیمر آریاساسول

**بوشهر – خبرنگار فرصت امروز:** گزارش ماهانه شرکت پلیمر آریاساسول در ماه اردیبهشت تداوم تولید و افزایش فروش محصولات را نشان می‌دهد.

شرکت پلیمر آریاساسول در اردیبهشت ماه ۱۶۵ هزار تن انواع محصولات تولید کرده و ۱۰۷ هزار تن محصولات خود فروخته که نسبت به ماه گذشته ۱۷ درصد رشد داشته است.

مبلغ خوب فروش آریا در ماه اردیبهشت ۳۸ هزار میلیارد ریال بود؛ این در حالی است که مبلغ فروش اردیبهشت آریا نسبت به دوره مشابه سال گذشته ۲۲ درصد رشد داشته است.

مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام آریا در تاریخ ۲۶ فروردین ۱۴۰۳ برگزار شد و پس از تصویب صورت‌های مالی و اخذ تصمیمات دیگر، سود نقدی ۷۲۰ تومانی به ازای هر سهم به‌تصویب رسید و مقرر شد طبق زمان‌بندی اعلام شده در سامانه کدال پرداخت سود انجام شود.

در تاریخ ۲ اردیبهشت ۱۴۰۳ یعنی تنها پس از ۴ روز کاری سود نقدی سهامداران خرد اعم از حقیقی، صندوق‌ها و سبدهای سرمایه‌گذاری و سایر سهامداران حقوقی از طریق سجام پرداخت شد.

شرکت پلیمر آریا ساسول مستقر در پارس جنوبی با بهره مندی از امکانات روز و پیشرفته دنیا، سالانه ۱/۱۰۰/۰۰۰ تن اتیلن در واحد الفین، ۳۷۵/۰۰۰ تن پلی اتیلن سبک (۹ گرید تحت لیسانس استامی کربن هلند) در واحد LDPE و ۳۷۵/۰۰۰ تن پلی اتیلن متوسط و سنگین (۱۰ گرید تحت لیسانس بازل آلمان) در واحد MD/HDPE خود تولید می نماید.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان خبر داد :

# افزایش ظرفیت پست برق فوق توزیع بالارود اندیمشک برای تامین برق تابستان

**اهواز – شبنم قجاوند:** مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان از افزایش ظرفیت پست ۱۳۲ کیلوولت بالارود اندیمشک از پروژه‌های ضروری گذر از پیک سال ۱۴۰۳ خبر داد.

علی اسدی بیان کرد: عملیات افزایش ظرفیت ترانس سوم پست ۱۳۲ به ۳۳ کیلوولت بالارود اندیمشک شامل تأمین تجهیزات، عملیات ساختمانی، نصب و راه اندازی به ظرفیت ۵۰ مگاولت آمپر به پایان رسید و برق‌دار شد.

وی با بیان اینکه ارزش سرمایه‌گذاری این پروژه بالغ بر ۹۰۰ میلیارد ریال بوده، تصریح کرد: افزایش ظرفیت پست فوق توزیع بالارود از پروژه‌های ضروری گذر موفق از پیک سال ۱۴۰۳ بوده که به ثمر نشسته است.

به گفته مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با بهره‌برداری از این پروژه، اهداف افزایش ضریب اطمینان و بهبود پایداری شبکه، متعادل‌سازی بار ترانس‌ها و فیدرهای پست بالارود و افزایش قدرت مانور فیدرهای ۳۳ کیلوولت شرکت توزیع نیروی برق محقق خواهد شد.

اسدی پیش از این پروژه گفته بود از ۱۲۵ پروژه حیاتی، ضروری و اولویت‌دار تعریف شده برای عبور از پیک برق تاکنون ۸۰ پروژه برق‌دار شده و مابقی تا پایان خرداد ۱۴۰۳ وارد مدار خواهد شد.

شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تامین و انتقال برق در ۲ استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

# بیش از ۳۰۰ کیلومتر از مسیر خطوط لوله منطقه ۹ عملیات انتقال گاز تسطیح و مرمت شد

**ساری – دهقان :** مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از تسطیح و مرمت بیش از ۳۰۰ کیلومتر از مسیر خطوط لوله در این منطقه عملیاتی خبر داد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط‌عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، محی‌الدین مفخمی با اعلام این خبر اظهار کرد: تسطیح مسیر خطوط لوله از اقداماتی است که برای تسهیل تردد و دسترسی به خطوط و تأسیسات بین‌راهی در مواقع اضطراری، سهولت پایش‌ها و بازرسی‌های دوره‌ای جهت رفع تجاوز به حریم اختصاصی، ترمیم آب بردگی‌های مسیر خط و پاک‌سازی مسیر برای نشت‌یابی خطوط انجام می‌شود.

وی به افزایش ضریب ایمنی جهت انتقال پاک، ایمن و پایدار و بهره‌ور گاز طبیعی با اجرای عملیات تسطیح مسیر اشاره کرد و افزود: طی سال گذشته نیز بخش‌هایی از مسیر خط لوله که دچار آب بردگی، انباشت زباله و تجاوزات کشاورزان به حریم آن شده بودند به طول ۳۱۲ کیلومتر تسطیح و مرمت شد.

مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز با اشاره به اینکه این عملیات با استفاده از پیمانکار و امکانات و ماشین‌آلات منطقه انجام شد، خاطرنشان کرد: با اجرای عملیات تسطیح مسیر، امکان تردد به نقاط حادثه‌خیز توسط کارکنان واحدهای عملیاتی و تجهیزات فراهم و با انجام تعمیرات به‌موقع از هدررفت گاز، این سرمایه ملی جلوگیری خواهد شد.

## اخبار

### راه اندازی ۱۴۰ پایگاه قرآنی در کانون‌های مساجد خوزستان

**اهواز – شبنم قجاوند:** مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان گفت: در راستای اجرای طرح ملی مسجد، پایگاه قرآن، ۱۴۰ پایگاه قرآنی در کانون‌های مساجد استان راه‌اندازی می‌شود.

مجید منادی گفت: در راستای اجرای طرح شهید آوینی، با حمایت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، ۱۴۰ پایگاه قرآنی در کانون‌های مساجد استان راه‌اندازی می‌شود. وی افزود: ستاد هماهنگی کانون‌های مساجد خوزستان، تفاهم‌نامه‌هایی با رؤسای ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان‌های تابعه منعقد کرده که بر اساس آن، باید در هر شهرستان ۵ پایگاه قرآنی جهت برگزاری کرسی تلاوت در کانون‌های مساجد راه‌اندازی شود. منادی با بیان اینکه این طرح با رویکرد توسعه و تقویت فرهنگ قرآنی در بین آحاد مردم جامعه به‌ویژه نسل جوان و نوجوان برگزار می‌شود، ادامه داد: اجرای این طرح مطالبه مقام معظم رهبری مبنی بر احیای جلسات سنتی قرآن کریم در مساجد و تبدیل مساجد به پایگاه‌های قرآن است. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان ترویج سبک زندگی و معارف قرآنی، توجه به مفاهیم قرآن، انس با قرآن، گسترش فرهنگ قرآنی در میان جوانان و نوجوانان، تحقق منویات رهبری و... را از مهم‌ترین اهداف این طرح عنوان کرد.

### چهارمین جلسه شورای مسکن استان گلستان برگزار شد

**گرگان – خبرنگار فرصت امروز:** چهارمین جلسه شورای مسکن استان در سال ۱۴۰۳ به ریاست سیدمهدی مهیائی معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار و با حضور اعضای این شورا برگزار شد.در این جلسه به طور اختصاصی موانع و چالش های پیش‌رو در اجرای طرح نهضت ملی مسکن در شهرستان های مینودشت و بندرگز مورد بررسی و گفتگو قرار گرفت.همچنین نحوه اعمال معافیت هزینه های صدور پروانه متقاضیان در پروژه‌های گروه ساخت مددجویان کمیته امداد از دیگر دستور کارهای این جلسه بود.در جلسه چهارمین جلسه شورای مسکن استان شاخص های ۱۲ گانه نهضت ملی مسکن در حوزه های خودمالک شهری، نوسازی مسکن روستایی، بازآفرینی شهری، تامین زمین شهری و روستایی، انبوه سازی در اراضی دولتی شهری و روستایی، تامین مسکن تعاونی ها و کارکنان صنایع و تفاهم نامه دستگاه های اجرایی، ایجاد دهکده های شهری، واگذاری زمین در حوزه شهری و روستایی و مسکن مهر باقیمانده در شهرها بررسی شد.

### ۵۷۰۰ مین واحد نوسازی شده روستایی در شهرستان کلاله با حضور استاندار گلستان افتتاح و به بهره برداری رسید

**گرگان – خبرنگار فرصت امروز:** با حضور دکتر زنگانه، استاندار گلستان و هیات همراه، ۵۷۰۰ مین واحد مسکونی مقاوم سازی شده با کمک تسهیلات قرض‌الحسنه بنیاد مسکن انقلاب اسلامی در روستای شهید بهشتی شهرستان کلاله افتتاح و به بهره برداری رسید.مدیرکل بنیاد مسکن استان در این مراسم با گرامیداشت یاد و خاطر امام راحل و شهدای خدمت بویژه حضرت آیت الله شهید رییسی، به رشد اعتبارات بنیاد مسکن استان در حوزه مسکن روستایی اشاره کرد و ابراز داشت: با توجه به اینکه یکی از اولویتهای دولت محترم رفع دغدغه مردم در بخش مسکن است، ساخت سالانه ۷ هزار واحد مسکونی در روستاهای استان هدف‌گذاری و تامین اعتبار شده است. مهندس خسروی گفت: در راستای نهضت ملی مسکن، در ۳۳ ماه دولت سیزدهم، ۲۵۰۰۰ پروانه ساختمانی در استان گلستان صادر شده، ۱۹۶۰۰ متقاضی جهت دریافت تسهیلات قرض‌الحسنه ساخت مسکن روستایی به بانکها معرفی شده اند، ۱۶۴۰۰ متقاضی موفق به عقد قرارداد با بانکها شده اند، عملیات ساختمانی ۱۵۶۰۰ واحد شروع شده، بیش از ۱۲۰۰۰ هزار واحد اجرای سقف و ۱۰ هزار واحد هم دیوار چینی انجام شده است.در شهرستان کلاله هم در دولت آیت الله رئیسی برای ساخت ۲۱۸۰ واحد مسکونی روستایی ۴۰۰ میلیارد تومان تامین اعتبار شده، ۱۳۰۰ واحد شروع به ساخت شده است و این واحد ۸۲۰ مین واحدی است که در شهرستان کلاله در دولت مردمی به بهره برداری می رسد.

رئیس سازمان آتش نشانی گرگان:

### افزایش دما و زنگ خطر غرق شدگی

**گرگان – خبرنگار فرصت امروز:** به گزارش روابط عمومی سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری گرگان ،موسی الرضا صفری رئیس سازمان آتش نشانی گرگان نسبت به افزایش مرگ‌های ناشی از غرق شدگی در استان هشدار داد.وی اظهار کرد : با توجه به وجود آب بندان ها و استخرهای کشاورزی در استان تجربه نشان می دهد که با افزایش دما، تمایل به شنا و آب‌تنی هم در میان مردم بیشتر می‌شود. همین موضوع می تواند موجب افزایش مرگ‌های ناشی از غرق شدگی بخصوص در بین جوانان شود و بیشترین آمار در موارد غرق شدگی به ترتیب آببندانها ، سدها و استخرهای کشاورزی می باشد .رئیس سازمان آتش نشانی گرگان در خصوص پیشگیری از حوادث غرق شدگی گفت : این مهم مستلزم رعایت نکات ایمنی از سوی شهروندان بخصوص والدین در کنترل و مراقبت از فرزندان در زمان حضور در مناطق گردشگری و تفرجگاه ها و همچنین همکاری مسئولین دستگاه های متولی در خصوص ایمن سازی اینگونه مکان های آبی می باشد .وی افزود : شهروندان توجه نمایند حتی با وجود آشنایی با مهارت های لازم ، شنا در آبندانها ، استخرهای کشاورزی ، سدها و ... ممنوع می باشد ، تا حد امکان از حضور در حریم مکانهای آبی اجتناب نموده در صورت حضور کودکان و نوجوانان را در حاشیه این مکانها رها ننمایند ، قبل از تاریکی هوا اقدام به جمع آوری و ترک محل های مذکور را نمائید ، استخرهای کشاورزی بدلیل استفاده از کفی های با جنس پلاستیک ژئوممبران باعث سر خوردن می شود و اگر شخصی به داخل آن بیفتد تنها راه نجاتش اندختن طناب و یا نردبان طنابی است و در غیر این صورت باعث غرق شدن حتی ماهرترین شناگرها می شود .صفری همچنین به دستگاه های متولی توصیه نمود : مواردی مانند کشیدن حصار ، نصب تابلو و بنرهای هشدار دهنده ، گماردن نیروی حفاظتی و تجهیزات نجات و غریق نجات در موارد بروز حادثه جهت پیشگیری و بروز اینگونه حوادث لازم می باشد .

### احداث نیروگاه خورشیدی با ظرفیت ۲۰۰ کیلووات در میدان مرکزی میوه و تره‌بار

**اصفهان– فایزه مرادیان:** مهدی بقایی، معاون محیط زیست و خدمات شهری شهردار اصفهان: با تکمیل ساخت دومین نیروگاه خورشیدی در میدان مرکزی میوه و تره‌بار شهرداری اصفهان با ظرفیت ۲۰۰ کیلووات، ظرفیت تولید برق نیروگاه خورشیدی در این میدان به ۴۶۰ کیلووات خواهد رسید. روند اجرا و تکمیل پروژه‌های میدان مرکزی میوه و تره‌بار اصفهان با توجه به تعدد پروژه‌ها، جهادی و بی‌سابقه است. وی افزود: از جمله پروژه‌های در حال تکمیل در این میدان، تالار ویژه ماهی است. هر روز بار ماهی از جنوب کشور برای سورت و ارسال به سراسر ایران، به اصفهان می‌آید که امیدواریم با ایجاد تالار ماهی و غرفه‌های آن، امکان استفاده شهروندان از محصولات دریایی بیشتر و بهتر فراهم شود. معاون محیط زیست و خدمات شهری شهرداری اصفهان اظهار داشت: فاز نخست پروژه مجتمع صنفی خوار و بار و خشکبار شامل ۴۵ سوله به بهره‌برداری رسیده است و فاز دوم پروژه شامل ۳۶ سوله ۶۰۰ متری است که طی دو سال گذشته مراحل احداث را پشت سر گذاشته است. بقایی گفت: یکی از دغدغه‌های اصلی میدان مرکزی میوه و تره‌بار اصفهان سردخانه، سورت و بسته‌بندی به‌ویژه برای میوه است که جای خالی آن احساس می‌شود، از این‌رو مجتمع سورت و بسته‌بندی شامل ۴ سوله در میدان مرکزی میوه و تره‌بار در حال احداث است و امیدواریم همزمان با افتتاح این سوله‌ها، کلنگ‌زنی سردخانه این میدان نیز انجام شود.

### همکاری بیش از ۱۰ هزار نفر در برگزاری انتخابات ریاست جمهوری در شهرستان یزد

**یزد– سید محمد جواد عرفان‌فر ؛** سیدمحمدرضا مدرسی فرماندار یزد : حدود ۱۰ هزار نفر به عنوان عوامل اجرایی شعب، بازرسان، نظارت و عوامل انتظامی و امنیتی، رسانه ها و پشتیبانی برای برگزاری چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در یزد سازماندهی و مشارکت خواهند کرد. به گزارش روابط عمومی فرمانداری یزد "سیدمحمدرضا مدرسی" فرماندار یزد در خصوص اقدامات فرمانداری برای برگزاری انتخابات ریاست جمهوری پیش رو در شهرستان یزد افزود: وضعیت شعب اخذ رای در مناطق مختلف شهرستان یزد مورد بازبینی قرار گرفته تا دسترسی رای دهندگان به شعب تسهیل شود. وی تصریح کرد: تعداد شعب اخذ رای در انتخابات ریاست جمهوری نسبت به انتخابات مجلس اضافه نشده و منظور از بازبینی شعب، تغییرات مکانی شعب است چرا که یک سری نقاط در یزد اولویت های جمعیت جدیدی دارد که آنها را مورد بررسی قرار داده ایم. وی تاکید کرد: تقریبا در هر شعبه ۱۸ تا ۲۰ نفر بطور مستقیم عوامل برگزاری انتخابات می باشند و در شهرستان یزد حدود ۳۴۰ شعبه خواهیم داشت.

رئیس مجمع خیرین مدرسه‌ساز همدان:

### اجرای ۳۸ پروژه توسط خیرین مدرسه‌ساز در همدان

**همدان– محبوبه یادگاری:** رئیس مجمع خیرین مدرسه‌ساز همدان از اجرای ۳۸ پروژه مدرسه‌سازی توسط خیرین خبر داد.

علی‌فراهانی در بیست و ششمین جشنواره خیرین مدرسه‌ساز در سالن همایش‌های اتاق بازرگانی، ضمن خیر مقدم به حاضران اظهار کرد: به نمایندگی از ۹۰۰ خیر مدرسه‌ساز استان، شهادت رئیس جمهور و همراهانش را به تمام مردم تسلیت می‌گویم، شهدایی که برای خدمت جان خود را دادند.

وی با اشاره به حضور حاج اکبر ابراهیمی، خیر مدرسه‌ساز کشور در این مراسم و قدردانی از این حضور گفت: ۹ مدرسه کانکسی استان به همت حاج اکبر ابراهیمی جمع‌آوری و در این مناطق، مدرسه ساخته می‌شود که قدردان این نگاه هستیم.

رئیس مجمع خیرین مدرسه‌ساز استان همدان خاطرنشان کرد: خیرین مدرسه‌ساز یک جریان نیکو در کشور را رقم زدند که بانی آن مرحوم دکتر حافظی است که نام ایشان را در این مراسم، گرامی می‌داریم و برای تمام درگذشتگان این عرصه، آرزوی مغفرت داریم.

وی با بیان اینکه ۳۸ پروژه مدرسه‌سازی در سطح استان در دست اجرا داریم عنوان کرد: ما همواره به مدرسه‌سازی نیاز داریم بنابراین باید از وجود خیرین بزرگوار، نهایت استفاده را ببریم و نسبت به رفع کمبودها اقدامات لازم را انجام دهیم.

۳۲ هزار کلاس درس در دولت شهید جمهور تقدیم دانش آموزان شد

معاون وزیر آموزش و پرورش و رییس سازمان نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس کشور گفت: در دولت شهید رئیسی ۳۲ هزار کلاس درس تقدیم دانش آموزان شد که ۵۴ درصد این مدارس با مشارکت خیرین ساخته شده است.

حمیدرضا خان محمدی در بیست و ششمین همایش خیرین مدرسه ساز استان همدان با تاکید بر اینکه هیچ سرمایه‌گذاری بالاتر از مدرسه‌سازی نیست اظهار کرد: در دولت شهید رییسی ساخت هنرستان‌ها رشد ۴۰۰ درصدی داشت.

وی با گرامیداشت شهید آیت الله رییسی و شهدای خدمت افزود: شهید جمهور خیرین را شریک دولت می‌دانست و همواره در حوزه مدرسه‌سازی تاکید داشت که زمینه حضور خیرین و مشارکت آنها برای ساخت مدارس مهیا شود.

رییس سازمان نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس کشور اظهار کرد: شهید رئیسی همواره در مراسم افتتاحیه مدارس درس در مناطق محروم حضور پیدا می‌کرد و نگاهش به خیرین درس آموز بود و همچنین ایشان در افتتاح بزرگترین مدرسه روستایی کشور حضور پیدا کرد.

خان محمدی با اشاره به اینکه مدرسه محل فرهنگ‌سازی است و خیرین نگین انگشتر ایران زمین هستند، یادآور شد: استان همدان توفیق داشتن مدرسه‌ای به اسم شهید سلیمانی را دارد که کلنگ مدرسه را این شهید بزرگوار بر زمین زدند.

### شهرداری بندرعباس رتبه برتر حوزه پاسخگویی

**بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز:** شهرداری بندرعباس رتبه برتر در حوزه پاسخگویی و درگاه های ارتباطی با مردم را کسب نمود. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس بر اساس اعلام سرپرست معاونت هماهنگی امور عمرانی استانداری هرمزگان شهرداری بندرعباس رتبه برتر را بین شهرداریهای درجه ۱۱ و ۱۲ در حوزه پاسخگویی و درگاه های ارتباطی با مردم کسب نمود. محمد مرودی سرپرست معاونت هماهنگی امور عمرانی استانداری هرمزگان در بخشی از متن لوح تقدیر خطاب به مهدی نوبانی شهردار بندر عباس آورده است: رشد و توسعه کشور مرهون تلاش و عملکرد مطلوب و کار آمد سازمانها و نهادها و مسئولیت پذیری ارکان اجرایی آنان و کارکنان متعهد و خدمتگزار آنها می باشد. ضرورت ترویج فرهنگ مسولیت پذیری یکی از اصول اساسی و ارزشمند و در راستای تکریم مردم و تحقق مطالبات جامعه امری با اهمیت و ضروری می باشد که همواره مورد توجه بوده است.

# راهکارهای استخدام حسابدار مناسب برای شرکت

**نویسنده: علی آل‌علی**

دنیای کسب و کار پر از حساب و کتاب‌هایی است که باید به طور دقیق ارزیابی شوند. خیلی از برندها فقط به خاطر اینکه حواس‌شان به حساب و کتاب شرکت نیست، بعد از مدت زمانی کوتاه با انواع بدهی‌ها رو به رو می‌شوند. راستش را بخواهید، وقتی شما با کلی بدهی مواجه شوید، دیگر شانس زیادی برای بازگشت به بازار ندارید. مگر اینکه یک کامبک عجیب و غریب بزنید!

ما در روزنامه فرصت امروز دوای درد شرکت‌ها در رابطه با بدهی و امور مالی را همکاری با یک حسابدار کاربلد می‌دانیم. اینطوری شما می‌توانید بدون هیچ مشکلی فرآیند همکاری با افراد موردنظر را شروع کرده و نگران هیچ چیز هم نباشید. یادتان باشد، شما یک حسابدار یا فرد حرفه‌ای در این زمینه نیستید. بنابراین برای بهبود کارتان نیاز به کمک بقیه دارید. این مسئله‌ای است که هنوز خیلی از کارآفرینان با آن کنار نیامده‌اند. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم اولین قدم در مسیر مدیریت مالی درست درک این ماجراست که حسابداری یک کار تخصصی محسوب می‌شود.

اگر شما هم در شرکت‌تان از نظر مالی شرایط دشواری دارید، بد نیست در این مقاله با ما همراه شوید. ما در این مقاله قصد داریم با شما درباره فرآیند حسابداری صحبت کنیم. البته اول از همه به تعریف کارویژه یک حسابدار خواهیم پرداخت. سپس نیاز کسب و کارها به این حوزه را بررسی کرده و در نهایت متر و معیاری برای انتخاب حسابدار خوب در اختیارتان قرار می‌دهیم. پس با ما همراه باشید تا برخی از مهمترین نکات در این رابطه را یاد بگیرید.

**حسابدارها دقیقا چه کار می‌کنند؟**

وقتی یک کسب و کار شروع به کار می‌کند، فرآیندهای روزمره متنوعی را پشت سر خواهد گذاشت. نکته جالب اینکه تمام فرآیندها مثل تولید محصول، تعامل با مشتری یا حتی استخدام نیروی کار هزینه مشخصی برای کسب و کارها به همراه دارد. حالا اگر یک مدیر حواسش به میزان ولخرجی در بازار نباشد، احتمالا خیلی زود با مشکلات فزاینده‌ای رو به رو می‌شود. آن وقت دیگر هیچ فرصتی برای تعامل درست و حسابی با دیگران نخواهد داشت. این مسئله‌ای است که خیلی وقت‌ها کارآفرینان را در شرایط بی‌نهایت دشواری قرار می‌دهد. به همین خاطر ضروری است قبل از اینکه اوضاع مالی حسابی به هم بریزد، فکری به حال اعداد و ارقام کرد.

حسابدارها اغلب اوقات با کتابدارها اشتباه گرفته می‌شوند. در حالی که حسابدارها هم انواع برگه‌های مالی را آرشیو می‌کنند، اما وظیفه اصلی‌شان نه نگهداری از انواع دفترهای حساب و کتاب، بلکه محاسبه دخل و خرج به طور اصولی است. به طوری که شما در بلندمدت نه تنها از پس هزینه‌های برند برآیید، بلکه حاشیه سود مناسبی نیز داشته باشید.

اگر بخواهیم خیلی ساده کار حسابدارها را ارزیابی کنیم، آنها مثل یک بانک خوب هستند که علاوه بر نگهداری از اصل سرمایه شما، درباره میزان دخل و خرج و باقیمانده احتمالی سرمایه نیز به شما اطلاعات خوبی می‌دهند. درست به هین خاطر در دنیای کنونی کارآفرینی بدون استفاده از فرآیندهای حسابداری تقریبا امری غیرممکن محسوب می‌شود.

**آیا همه کسب و کارها به حسابدار نیاز دارند؟**

یکی از سوالاتی که اهمیت بسیار زیادی در دنیای کسب و کار دارد، میزان نیاز هر برند به حسابدار است. این امر به شما کمک می‌کند تا توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب را به خوبی ارزیابی کنید. خب هر کسی در بازار به دنبال بهبود اوضاع مالی‌اش است. با این حال آیا همه برندها نیاز به حسابدار دارند؟

شاید یک جواب دم دستی برای سوال بالا تاکید بر نیاز به حسابرسی از تمام کسب و کارها باشد. با این حال وقتی شما یک استارت آپ کوچک را در نظر بگیرید، دیگر ماجرا آن قدرها هم جدی نخواهد بود. خب شما با کمی دانش حسابداری می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن کارتان را پیش ببرید. این امر به شما کمک می‌کند تا صرفه‌جویی خوبی هم در هزینه‌های شرکت داشته باشید.

ما در روزنامه فرصت امروز در جواب به این سوال که آیا همه برندها به حسابدار نیاز دارند، شرایط هر کسب و کار را در کانون توجه قرار می‌دهیم. اگر شما تازه اول راه هستید و کارمندان زیادی هم ندارید، لازم نیست با فرآیند حسابداری گسترده خودتان را به دردسر بیندازید. با این حال اگر چند سالی از حضورتان در بازار می‌گذرد و در بازارهای مختلفی فعالیت می‌کنید، بد نیست به فکر استفاده از دست‌کم یک حسابدار باشید.

یادتان باشد، برندهای بزرگ نیاز به بیشتر از یک حسابدار دارند. به همین خاطر اگر حواس‌تان نباشد، شاید خیلی زود با مشکلات اساسی رو به رو شوید. هرچه باشد، مدیریت صورت‌های مالی یک برند بزرگ از عهده یک حسابدار ساده برنمی‌آید بنابراین در برخی از شرکت‌های بزرگ ما با تیم حسابداری رو به رو هستیم.

چطور حسابدار مناسب برای شرکت پیدا کنیم؟

حالا به بخش اصلی و هیجان‌انگیز ماجرا رسیده‌ایم. تا اینجای کار با کلی بحث درباره حسابدارها و نیاز کسب و کارها به استفاده از افراد متخصص داشته‌ایم. با این حال از اینجا به بعد بحث ما دیگر فرق خواهد کرد؛ چراکه الان با نیاز برندها به استخدام فرد مناسب رو به رو هستیم. شما تا اینجا باید درباره نیاز برندتان به حسابدار به جمع‌بندی درستی رسیده باشید. خب اگر هنوز تردید دارید، به نظرم بد نیست به مراحل قبل برگشته و تکلیف‌تان را یکسره کنید؛ چراکه بخش فعلی برای تصمیم‌گیری اساسی درباره استفاده از حسابدارها کمکی به شما نخواهد کرد.

شما در این بخش یاد می‌گیرید که چطور در دنیای بزرگ حسابداری دست روی افرادی بگذارید که دقیقا با شرایط شرکت‌تان سازگار باشند. پس بهتر است همین حالا دست به کار شده و با ما همراه شوید.

**شناسایی نیازهای شرکت**

اولین نکته‌ای که باید به خوبی مدنظر قرار دهید، توجه به نیازهای شرکت است. خب این مسئله برای شما اهمیت محوری دارد. اگر نتوانید نیازهای شرکت را به طور اصولی برآورده سازید، کارتان با چالش‌های سنگینی رو به رو خواهد شد.

باور کنید یا نه، امروزه بسیاری از مدیران نسبت به نیازهای اصلی کسب و کارشان شک و تردیدهای زیادی دارند. اگر به این مسئله آن دسته از مدیرانی که اصلا روح‌شان از نیازهای شرکت خبردار نیست را اضافه کنیم، دیگر تراژدی‌مان تکمیل خواهد شد.

شما به عنوان مدیر یا حتی عضوی از شرکت باید درک دقیقی از نیازهای برند داشته باشید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا فرآیند ساده‌تری برای اثرگذاری بر روی مخاطب را دنبال کنید. اجازه دهید از یک مثال ساده برای درک بهتر موضوع استفاده کنیم.

شرکتی را در نظر بگیرید که در زمینه خدمات حیوانات خانگی فعالیت دارد. شاید این برند در ابتدای راه صورت حساب‌های ساده‌ای داشت و مدیرعامل شرکت به راحتی از پس حسابداری برمی‌آید، اما به مرور زمان با توسعه کسب و کارش دیگر صورت‌های مالی به آن سادگی قدیم نیست. درست به همین خاطر درک گردش مالی شرکت نیاز به استفاده از خدمات رسمی یک حسابدار خواهد داشت. این مسئله‌ای است که شما برای درک دقیقش باید کمی به خودتان زحمت داده و سراغ یک حسابدار خوب بروید.

گاهی اوقات کارآفرینان دقیقا نیازهای شرکت‌شان را نمی‌دانند. به همین خاطر سراغ حسابداری می‌روند که اصلا آشنایی با حوزه کاری آنها ندارد. یادتان باشد، هر حوزه کاری ویژگی‌های خاص خودش را دارد. پس بهتر است قبل از اینکه با عجله سراغ استخدام یک حسابدار بروید، کمی رزومه‌اش را بررسی کنید. این امر درک بسیار خوبی از فرآیند تعامل با حسابدارها و نیازهای شرکت در اختیار شما قرار خواهد داد.

اگر بتوانید پس از شناسایی نیازهای شرکت آنها را طبقه‌بندی و اولویت‌بندی کنید، دیگر کارتان حرف نخواهد داشت. این امر می‌تواند به شما کمک کند تا اثرگذاری بهتری از نظر مالی در بازار داشته باشید و همکاری‌تان با حسابدارها نیز بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان باید همیشه به فکر استفاده از خدمات مورد نظر باشند.

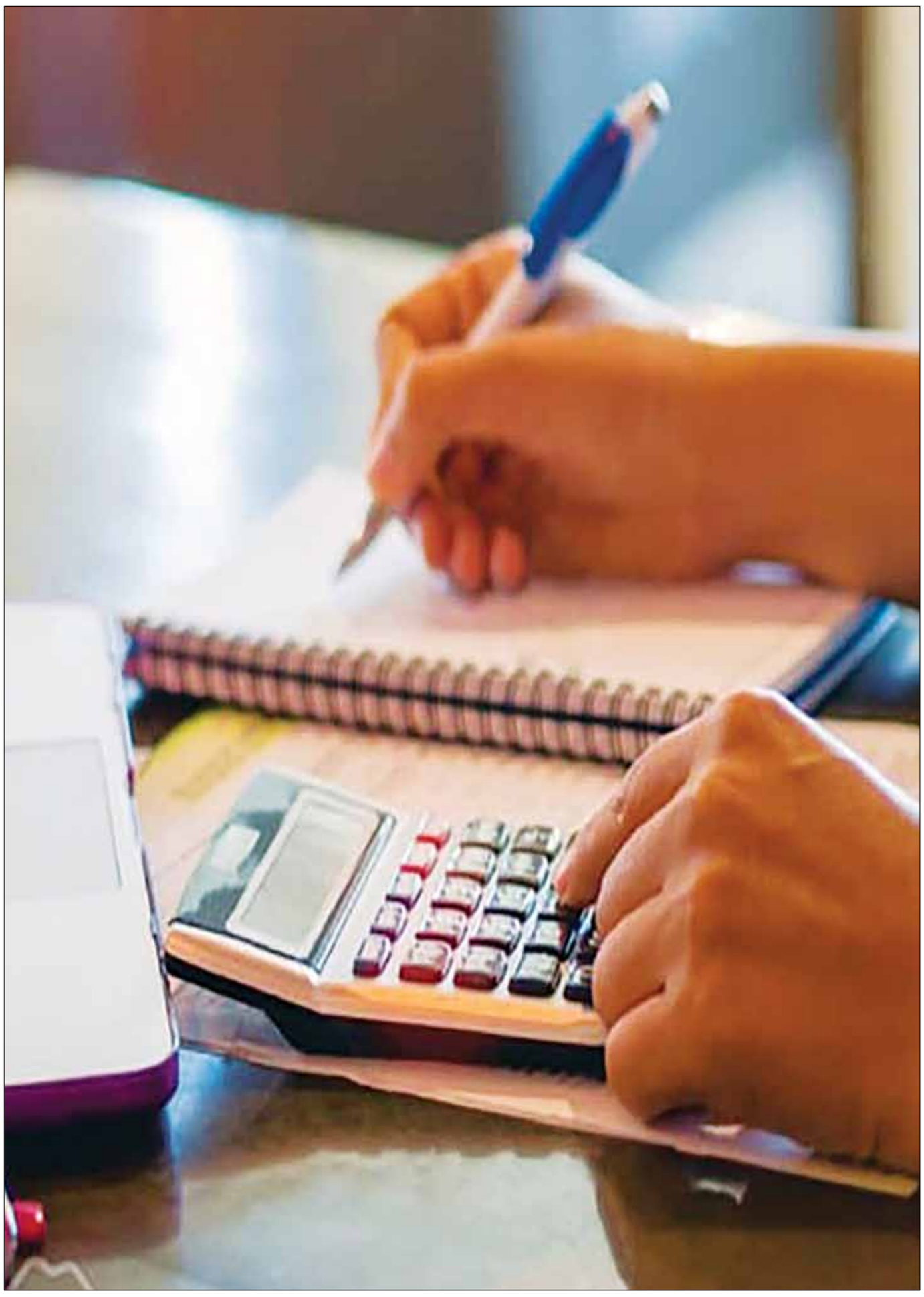
**انتخاب از بین حسابدار تمام وقت یا پاره وقت**

آیا شما به یک حسابدار تمام وقت نیاز دارید که دم به دقیقه در شرکت باشد یا حضورش در یک روز خاص در طول هفته کافی خواهد بود؟ خب شما که پول اضافه ندارید که در بازار ولخرجی کنید. به همین خاطر باید درک درستی از اوضاع داشته و براساس آن دست به انتخاب بزنید. این امر می‌توانید برای شما هزینه‌های زیادی هم به همراه بیاورد.

راستش را بخواهید، امروزه بیشتر حسابدارها به طور پاره وقت در شرکت‌های مختلف مشغول فعالیت هستند؛ چراکه صورت حساب‌های هر شرکت علی‌رغم پیچیدگی‌های فراوانی که دارد، نیازمند یک هفته کار پشت سرهم نیست. این طوری هم فرصت‌های کاری پیش روی حسابدارها تقویت می‌شود، هم اینکه دیگر لازم نیست یک برند کلی پول برای استخدام تمام وقت یک حسابدار دهد.

اگر نظر ما را بخواهید، شما در اولین مرحله باید با خودتان حسابی روراست باشید. خب بسیاری از کارآفرینان فکر می‌کنند اگر یک حسابدار پاره وقت داشته باشند، همیشه با مشکلاتی از نظر سطح تعامل با مخاطب رو به رو خواهند شد. از این گذشته آنها خودشان را درگیر چشم و همچشمی با دیگر برندها می‌کنند. خب اگر یک برند چند تا حسابدار تمام وقت دارد، اصلا نباید تحت تاثیر آن قرار بگیرید؛ چراکه نیازهای برند شما با برند موردنظر کاملا فرق دارد. پس سعی کنید کمی تخصصی‌تر بحث را دنبال کرده و خودتان را از سطح برندهای کلیشه‌ای جدا کنید.

قبول دارم پز دادن با حسابدارهای رسمی و تمام وقت مثل هر کار دیگری حسابی کیف می‌دهد. با این حال شما باید کمی هم که شده به فکر توسعه بلندمدت کسب و کارتان هم باشید. به همین خاطر بد نیست از هر فرصتی برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها استفاده کنید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا اوضاع‌تان را به طور دقیق‌تری مدیریت کرده و دیگر لازم نباشد دم به دقیقه بودجه‌تان را بیشتر و بیشتر کنید.



ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم برنده نهایی بازار آن برندی است که توانایی مدیریت مالی درستی را داشته باشد. شما برای اینکه کار نه تنها به یک حسابدار خوب، بلکه هوش کارآفرینی نیز نیاز دارید. اگر هنوز صورت حساب‌های مالی‌تان خیلی گسترده نشده است، بد نیست به جای حسابدار تمام وقت سراغ یک گزینه پاره وقت بروید. اینطوری با یک تیر دو نشان می‌زنید؛ هم هزینه کمتری خواهید کرد، هم اینکه حسابدار موردنظر راضی‌تر خواهد بود؛ چراکه فرصت همکاری با برندهای دیگر و تقویت رزومه‌اش را خواهد داشت.

**آماده‌سازی سوالات مصاحبه**

هر استخدامی حتی به طور پاره وقت باید از دالان مصاحبه‌ای دقیق و تخصصی عبور کند. متاسفانه بسیاری از کارآفرینان خیال می‌کنند همه حسابدارها توانایی‌های مشابهی دارند. پس دیگر نیاز نیست مصاحبه انجام شده یا وضعیت به طور اصولی مورد ارزیابی قرار گیرد. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید بگویم سخت در اشتباهید؛ چراکه ما در روزنامه فرصت امروز ماجرا را طور دیگری مورد ارزیابی قرار می‌دهیم. ماجرا از این قرار است که شما برای همکاری اصولی با یک حسابدار باید دست کم چند تا سوال کلیدی از او بپرسید.

اولین سوالی که به نظر مناسب است، توصیف شرایط کار ایده آل از نظر فرد موردنظر است. خب شما باید معیارهای حسابدارتان برای فعالیت و همکاری با خود را بدانید. نکته کلیدی دیگری که در این میان باید بدان توجه کرد، مسئله مربوط به چالش‌هایی است که فکر می‌کنند در طول همکاری با آن رو به رو خواهید شد. خب این مسئله به شما کمک می‌کند تا درک خوبی از همکاری مورد نظر پیدا کرده و بتوانید بدون مشکل خاصی آن را حل کنید.

وقتی یک حسابدار نسبت به چالش‌های احتمالی همکاری با شما اطلاع داشته باشد، به احتمال زیاد درباره راهکارهای آن نیز درک خوبی پیدا کرده است. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان باید همیشه در جلسه مصاحبه سوالات دقیقی را مطرح کنند، وگرنه فرآیند گفت‌وگو به حاشیه خواهد رفت.

یکی دیگر از سوالاتی که می‌توانید در فرآیند مصاحبه مطرح کنید، مسئله میزان حقوق موردنظر حسابدار است. خب فرد موردنظر شما چه میزان حقوق را مناسب ارزیابی می‌کند؟ این سوالی است که باید جواب روشنی برای آن پیدا کنید. خیلی وقت‌ها کارآفرینان جواب‌های روشن در این رابطه را به بعدا موکول می‌کنند. خب این امر موجب تفاوت انتظارات میان شما و حسابداران می‌شود. در نهایت نیز همکاری‌تان دقیقه ۹۰ با چالش رو به رو شده و لغو می‌شود.

اگر شما بتوانید انتظارات مالی منطقی در طرف مقابل ایجاد کنید، همکاری‌تان بلندمدت خواهد شد. راستش را بخواهید، همکاری کوتاه‌مدت با حسابدارها برای هیچ کسب و کاری فایده‌ای به همراه ندارد. پس بهتر است قبل از اینکه اوضاع‌تان حسابی به هم بریزد، کمی به فکر بحث درباره مسائل مالی باشید.

**مراجعه به موسسه‌های کاریابی**

یکی دیگر از روش‌هایی که به شما برای یافتن حسابدار مناسب کمک می‌کند، استفاده از خدمات شرکت‌های کاریابی است. این امر فرصت بی‌نهایت خوبی در اختیار شما قرار می‌دهد تا فرآیند کارتان را به شیوه‌ای دقیق جهت‌دار نمایید. یادتان باشد، در دنیای کنونی بسیاری از حسابدار روی موسسات مورد نظر برای یافتن کار حساب باز می‌کنند. بنابراین شما می‌توانید با استفاده از خدمات چنین موسسه‌هایی یک میانبر سریع‌السیر بزنید.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بسیاری از کارآفرینان باید فرآیند همکاری با حسابدارها را در سریع‌ترین زمان ممکن ساماندهی کنند. البته در این میان بحث‌های بسیار مهمی وجود دارد که باید به طور اصولی از سوی شما بررسی شود. خب در این میان یک واسطه مثل شرکت‌های کاریابی به شما برای سر و سامان دادن بی‌دردسر به کارها کمک خواهد کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا خیلی سریع‌تر به نتیجه دلخواه و همکاری با حسابدار مناسب برسید.

یادتان باشد، شما نباید در موسسات کاریابی سراغ اولین گزینه برای همکاری بروید. در عوض افراد مختلف را با هم مقایسه کرده و در نهایت بهترین گزینه را انتخاب کنید. اگر کارآفرین سختگیری هستید، می‌توانید گاهی اوقات نظرات دیگران درباره یک حسابدار یا حتی توصیه‌نامه کارفرماهای قبلی را نیز نگاه کنید. این امر شما را از بابت انتخاب فرد درست برای همکاری کاملا مطمئن خواهد کرد. پس دیگر لازم نیست نگران چیزی باشید. کافی است هرچه سریع‌تر کارتان را شروع کرده و به سوی همکاری با یک حسابدار خوب پیش بروید.

خیلی وقت‌ها کارآفرینان نه به خاطر کیفیت بد فعالیت‌شان، بلکه تاخیرهای فراوان با شکست رو به رو می‌شوند. پس بهتر است به جای اینکه خودتان را اذیت کنید، کمی هم که شده به فکر سرعت‌بخشی به فرآیند همکاری با حسابدارها باشید. در این میان هیچ چیز به اندازه یک شرکت کاریابی خوب به داد شما نخواهد رسید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.

**همکاری آزمایشی**

گاهی اوقات شما برای اینکه نسبت به کیفیت کار یک حسابدار و انطباقش با نیازهای شرکت اطمینان حاصل کنید، باید به فکر ایده‌هایی مثل همکاری موقت نیز باشید. این فرآیند در واقع نوعی همکاری آزمایشی است تا کیفیت کار طرفین را روشن کند. چه بسا حسابدار موردنظر پس از مدت زمانی کوتاه دیگر انگیزه یا حتی توانایی ادامه همکاری با شما را نداشته باشد. در این صورت شما پیش از اینکه با یک قرارداد رسمی خودتان را به دردسر بیندازید، مشکل را پیدا می‌کنید.

بی‌شک همکاری آزمایشی دردسرهای خاص خودش را دارد، اما شما نباید این فرآیند را خیلی سخت کنید. در عوض می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن برای یک هفته به طور آزمایشی این فرآیند را دنبال کنید. اگر در طول این مدت ایراد خاصی را مشاهده نکردید، می‌توانید برای عقد قرارداد یا صحبت درباره همکاری بلندمدت اقدام کنید.

یادتان باشد، اگر عجله زیادی برای استخدام حسابدار دارید، باید همیشه به فکر استفاده از نظرات دیگران هم باشید. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر در فرآیند همکاری کمک کند. پس لازم نیست همیشه کارتان را به سخت‌ترین شکل ممکن دنبال نمایید. یادتان نرود، ما در دنیای کسب و کار هیچ وقت برای همیشه فرصت نداریم. بنابراین باید برای هر انتخاب از تمام ابزارها و تکنیک‌های مناسب استفاده کرد، وگرنه در نهایت دود این سهل‌انگاری در چشم خودتان می‌رود، نه فرد دیگری!

اگر بعد از همکاری آزمایشی هنوز هم شک و تردید زیادی درباره همکاری با فرد موردنظر داشتید، بد نیست به فکر شروع همکاری با دیگران باشید. خب این امر می‌تواند به شما برای اطمینان بیشتر و شروع یک همکاری بی‌دردسر بیشتر کمک کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.

**سخن پایانی**

شروع همکاری با یک حسابدار اصلا کار ساده‌ای نیست. بسیاری از افراد برای اینکه خیال خودشان را راحت کنند، دست تنها شروع به بررسی نکات مالی برند می‌کنند. این در حالی است که کارهای تخصصی اصلا شوخی‌بردار نیست. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز همکاری با یک حسابدار خوب را بی‌نهایت ضروری می‌دانیم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا در جریان توسعه کسب و کارتان دیگر با مشکلات مالی یا بدهی‌های بزرگ رو به رو نشوید. خب اگر قرار باشد شما برای حسابرسی از شرایط شرکت کلی دردسر متحمل شوید، دیر یا زود ماجراجویی‌تان در بازار به شکست منتهی خواهد شد. پس بهتر است از یک استراتژی برنده در این میان سود ببرید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با اصول استخدام حسابدار کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی در این رابطه داشتید، کارشناس‌های ما همیشه آماده کمک به شما هستند.


منابع:

https://www.brex.com/journal/how-to-hire-an-accountant

https://www.testgorilla.com/blog/how-/hire-accountant



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| دوشنبه | ۲۱ خرداد ۱۴۰۳ | شماره ۲۴۸۱ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR