

در شماره آینده می خوانید: مسئولیت اجتماعی شرکتها

امتحان دشوار دیزلی کاران جاده مخصوص



قطعه سازان ایرانی در انتظار حل معضلات صنعتی و مالی



افزایش کیفی قطعات خودرو در گرو توجه به دغدغه قطعه سازان





مشاوران آریا نیلگون البرز

مشاوره مالیاتی



مشاوره مالی، حسابداری و حسابرسی



مشاوره بیمه تامین اجتماعی



ارائه مشاوره در امور مالیاتی
مالی و حسابداری و بیمه تامین
اجتماعی توسط مشاوران مجرب

جهت اطلاعات بیشتر به وبسایت مراجعه نمایید



www.anatax.ir



به مهر، بانی یادگیری شویم

شماره تلفن: ۸۸۰۸۸۹۹۹
شماره حساب: ۵۰۸۴-۱۴۶۷-۲۹۱۰-۵۰۲۲

به مهر بانی

سامانه آنلاین حمایت از تحصیل کودکان

صندوق‌های نسوز، حافظ سرمایه و اموال شما

استفاده از آلیاژهای ضد برش
در ساخت درب‌ها و بدنه صندوق‌های نسوز



ایران صندوق | تهران خیابان ری، زیر پل هوایی ری، خیابان ادیب الممالک، پ ۷۲
تلفن: ۳۳۵۵۴۳۴۶ | فکس: ۳۳۵۵۳۲۴۲
همراه: ۰۹۱۲۱۱۳۴۷۴۷ | ۰۹۱۲۱۰۲۵۷۵۷





تلفن: ۰۱۰-۶۵۶۱۱۸۰۹

نشانی دفتر نشریه:

بزرگراه شهید لشگری (جاده مخصوص کرج)

کیلومتر ۱۴ ساختمان اداری چیتگر طبقه

اول واحد ۱۲

تلفن: ۴۴۱۹۵۰۰۰

تلفن همراه: ۰۹۱۲۳۰۴۷۵۴۵

دکتر سید ابوالقاسم مرتضوی، مهندس

رضا رحیمی، مهندس سیدحسین

جمشیدی، مهندس فریدون عبیدی

اسداله علیرضایی شهرکی

چاپخانه:

کیلومتر ۱۱ جاده قدیم کرج - شهرک

صنعتی گلگون - چاپ یزدا

شورای سیاست گذاری:

دکتر سید محمد صحفی، دکتر سیف اله

جوان، دکتر شعبانعلی بهرام پور

مهندس عباس شهبازی، دکتر

حسن جلالی پور، دکتر نادر صفاجو

دکتر کامران صحت، سید مجتبی

احمدی، دکتر علی خویه، احمد بختیاری

صاحب امتیاز: سیدرضا جمشیدی

سر دبیر: مجید جمشیدی

مدیر آگهی و تبلیغات: میثا جمشیدی

مدیر هنری: کاوه رحیمی

همکاران این شماره:

منیژه بازیار، مریم شقاقی، مهسانشاهی

ناصرالدین تقیلو، بهرام حسن پور (عکاس)



طرح اختصاص سهمیه ورود زنان به مجلس



امتحان دشوار دیزلی کاران جاده مخصوص



فرصت های سرمایه گذاری در ایران

مدیریت کسب و کار چیست؟



چرا مسئولیت اجتماعی برند مهم است؟



جایگاه و فرهنگ مالیاتی در سرنوشت بنگاه ها



نسخه الکترونیکی مجله دانستنی اقتصاد





مسئولیت اجتماعی

رقابت و گسترش ارتباطات در قرن جدید شرکت‌ها و برندهای مطرح را به سمت جذب صادقانه‌تر مشتریان هدایت کرد. بنابراین این مدیران ارشد پرداختن به مسئولیت‌های اجتماعی را در دستور کار خود قرار دادند. مسئولیت‌های اجتماعی دلالت بر حفظ و گسترش مبانی اخلاقی و کمک به توسعه پایدار جامعه دارد. از سوی دیگر مردم به شرکت‌هایی علاقه‌مندند که درک درستی از شهروندی داشته باشند. رعایت حقوق مصرف‌کنندگان یا تاسیس خیریه تنها بخش‌های کوچکی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌هاست. امروزه فرهنگ‌سازی و هدایت شهروندان به سمت زندگی بهتر یکی از بزرگترین مسئله‌هایی است که شرکت‌های مطرح به آن می‌پردازند. بی‌شک این ارتباطات از مسیر رسانه‌ها عبور می‌کند. تا زمانی که فعالیت‌های

اجتماعی شرکت به اطلاع عموم نرسد، اثربخش نخواهد بود. یکی از شرکت‌های خودروساز در قالب تبلیغ خودروی خود، یک برنامه آموزشی برای اصلاح رفتار به ویژه درباره استرس ارائه می‌کند. تاثیر این کلیپ‌ها در مواقع بسیاری از ساعتها صحبت نصیحت‌گونه و تبلیغات بسیار بیشتر است. این برنامه برای رسیدن به اهداف اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی است تا ارزش پایدار ایجاد کند و این ارزش جز در سایه جلب اعتماد همگانی محقق نخواهد شد. ارتباط این شرکت با ذی‌نفعانش جنبه‌های بسیاری از حقوق شهروندی را شامل می‌شود. این بدان معناست که شرکت همانقدر که در برابر سهامدارانش مسئولیت دارد در برابر جامعه هم مسئول است. آموزش‌های همگانی و اطلاع‌رسانی برنامه‌های شرکت‌ها، تنها با بهره‌گیری از رسانه‌ها که قدرتمندترین ابزار قرن ۲۱ نام دارند می‌تواند صورت گیرد. در صورتی که این ابزار به کار گرفته نشود قطعاً برنامه‌های مسئولیت اجتماعی نتیجه قابل قبول نخواهند داشت. در کشور ما شرکت‌های مطرح از رسانه‌ها بهره کافی را نمی‌گیرند عدم تعامل با رسانه‌ها موجب شده تا فعالان اقتصادی کشور و برندها از مردم بسیار دور باشند

طبق نظرسنجی سال ۲۰۱۵

توسط گروه فعالین صنعت خودروسازی (PDF)، هشتاد و شش درصد از شرکت‌های بزرگ خودروسازی جهان کسانی که درآمد حداقل ۵ میلیارد دلار دارند می‌گویند که مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌های تجاری خود یک اولویت مهم است. آنها اخلاق تجاری را مهمترین اولویت می‌دانند، و پس از آن نظارت بر محیط زیست در زمینه بهره‌وری انرژی، کاهش انتشار کربن و کاهش ضایعات قرار دارد. مسئولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی را بخشی از عملیات اصلی کسب و کار می‌دانند. در یک صنعت جهانی اخلاق تجاری اولویت ۸۰ درصد، مسائل زیستی اولویت ۷۱ درصد و مصرف و حفظ انرژی اولویت ۷۰ درصد شرکت‌های بزرگ خودروسازی ۲۸ کشور دنیاست. همه این موارد با شفاف‌سازی بیشتر حاصل می‌شود و رسانه‌ها مهمترین وسیله برای شفافیت هستند. متأسفانه ارتباط خودروسازان ایرانی و نمایندگان برندهای خارجی در کشورمان با رسانه‌ها در تبلیغ محصولات خلاصه می‌شود و نشست‌های دیدار و هم‌اندیشی با رسانه‌ها برگزار نمی‌گردد. و در اجرا و برگزاری و انعکاس فعالیت‌های اجتماعی و مسئولیت‌های اجتماعی سازمانی برنرخودغافل هستند.



نسخه فرانسوی فرار از تله دلاری

است و حاضر نیست این بازار بزرگ را برای بازار کوچک ایران از دست دهد. همین بدبینان به با اشاره به تجربه سه دهه اخیر و بررسی فراز و فرود حیرت انگیز مناسبات این دول اروپایی با ایران موکدا اعتقاد دارند که روی دوستی این سه کشور با ایران نباید حساب محکم باز کرد. یکی دیگر از استدلال‌های این مخالفان حجم اندک فاینانس ایران از سوی این بانک است و می‌گویند این روش به لحاظ اجرایی به جایی نمی‌رسد. اما از سوی دیگر خوش بینانی هستند که این برگ رفته از سوی بانک فرانسوی را سوراخ کردن و فروپاشی سد تحریم‌های آمریکا دانسته و باور دارند در دنیای پر از رقابت نفس گیر امروز، شرکتها بدون توجه به رفتارهای سیاسی دولتها به این فکر هستند که بازار بزرگ ایران را به دست آورند و شرکت‌های اروپایی در صدر این رقابت قرار دارند.

این گروه استدلال می‌کنند که در دنیای رقابت همواره راههایی برای استیلا بر دشواری تحریم یافت می‌شود و به سرمایه گذاری توتال و چند شرکت فرانسوی در نیمه دوم دهه ۱۳۷۰ اشاره دارند. خوش بینان باور دارند صدمه ایجاد شده در نظام تحریم از سوی این بانکدار اروپایی را نباید دست کم گرفت چون به لحاظ فنی یک معبر جدید به حساب می‌آید و در ادامه و در عمل می‌تواند به فروپاشی دیوار تحریم‌ها منجر شود. به نظر می‌رسد اگر این موضوع جدی و البته اجرایی شود، ۲۷ کشور عضو اتحادیه هم می‌توانند آن را الگوی کار قرار دهند و موجبات انزوای ترامپ فراهم شود.

های گسترده ظاهر شده‌اند. با این حال برآیند رفتار اتحادیه اروپا و هر کدام از این سه کشور نشان می‌دهد آنها در شرایط سخت و دشوار و در مقاطع اوج گیری منازعات و تخصصات آمریکا علیه اقتصاد ایران، با آمریکا همراه شده‌اند که عمدتاً از سر بیم و خوف بوده است. حالا یک مدیر بانکی در فرانسه پس از یکسال مطالعه و بررسی، راه حلی فنی برای دور زدن تحریم آمریکا علیه اقتصاد ایران ارائه و با استناد به این راه حل ادعا کرده است می‌توان بدون اینکه شامل تنبیه و جریمه آمریکا شد، تحریم ایران را با نوعی قرض دادن دور زد.

درباره این اقدام پارسی دیدگاه‌های گوناگونی وجود دارد که در دوسرطیف این دیدگاه‌ها خوشبینان و بدبینان افراطی تر قرار دارند. بدبینان می‌گویند اولاً این بانک فرانسوی بانک مشهور و بزرگ و چندان معتبری نبوده و در اندازه‌ای نیست که بتواند گام‌های بلندی برای فرار از تله دلار بردارد. این گروه بد بینان باور دارند که استیلا بدون چون و چرای آمریکا بر نظام مالی بین الملل به اندازه‌ای است که چنین بانک‌هایی در اقلیت محض قرار می‌گیرند و در یک دوره کوتاه به تسلیم واداشته می‌شوند.

از سوی دیگر همین گروه بد بینان معتقدند اتحادیه اروپا را باید از فرانسه جدا کرد. این اتحادیه در یک تعامل سیاسی و اقتصادی با نظام آمریکا قرار دارند و شرکای راهبردی به حساب می‌آیند که حاضر نخواهند شد بخاطر ایران از آمریکا بگذرند. مثلاً آلمان در سال ۲۰۱۷ مازاد تجاری صدها میلیون دلاری با آمریکا داشته

مناسبات شکننده دو نظام سیاسی حاکم بر ایران و آمریکا پس از آنکه دانشجویان ایرانی، سفارت آمریکا را تسخیر و دست به افشاگری‌های گسترده‌ای زدند، در بدترین موقعیت قرار گرفت. جیمی کارتر رییس جمهور وقت آمریکا بلافاصله پس از این رخداد بزرگ دستور تحریم اقتصادی ایران را صادر کرد. تحریمی که ابعاد و زوایای گوناگونی داشت و هر جزء آن به دنبال اهداف خاصی بود. در همین مسیر بود که آمریکا در شدیدترین زنجیره تحریم‌ها اعلام کرد هر شرکتی که بیش از ۲۰ میلیون دلار در صنعت نفت ایران سرمایه گذاری کند مشمول تحریم آمریکا خواهد شد.

در همه این سال‌های طولانی که آمریکا علیه ایران اعمال تحریم داشته، برخی بازیگران مهم سیاسی و اقتصادی در دنیا رفتارهای متفاوتی نسبت به آمریکا و حتی بعضاً نسبت به سیاست‌های پیشین خود داشته‌اند. اتحادیه اروپا به مثابه یک قطب سیاسی و اقتصادی و سه گول این اتحادیه یعنی فرانسه، آلمان و انگلستان در این حدود ۳۸ سال بر پایه رفتارهای جمعی و فردی با ایران، سیاست‌های کج دار و مریزی را نشان داده‌اند. برخی مقاطع آنها حتی جسورتر از آمریکایی‌ها بوده‌اند و گاهی به مثابه سد در مقابل روند فزاینده تحریم‌های اقتصادی آمریکا علیه ایران عمل کرده‌اند. پس از آنکه پرونده هسته‌ای علیه ایران گشوده شد، رهبران این سه کشور رفتار جمعی پیشه کرده و در نقش آلترناتیو غرب و برخی مقاطع در نقش همراه آمریکا و برخی اوقات به عنوان بازدارنده تحریم

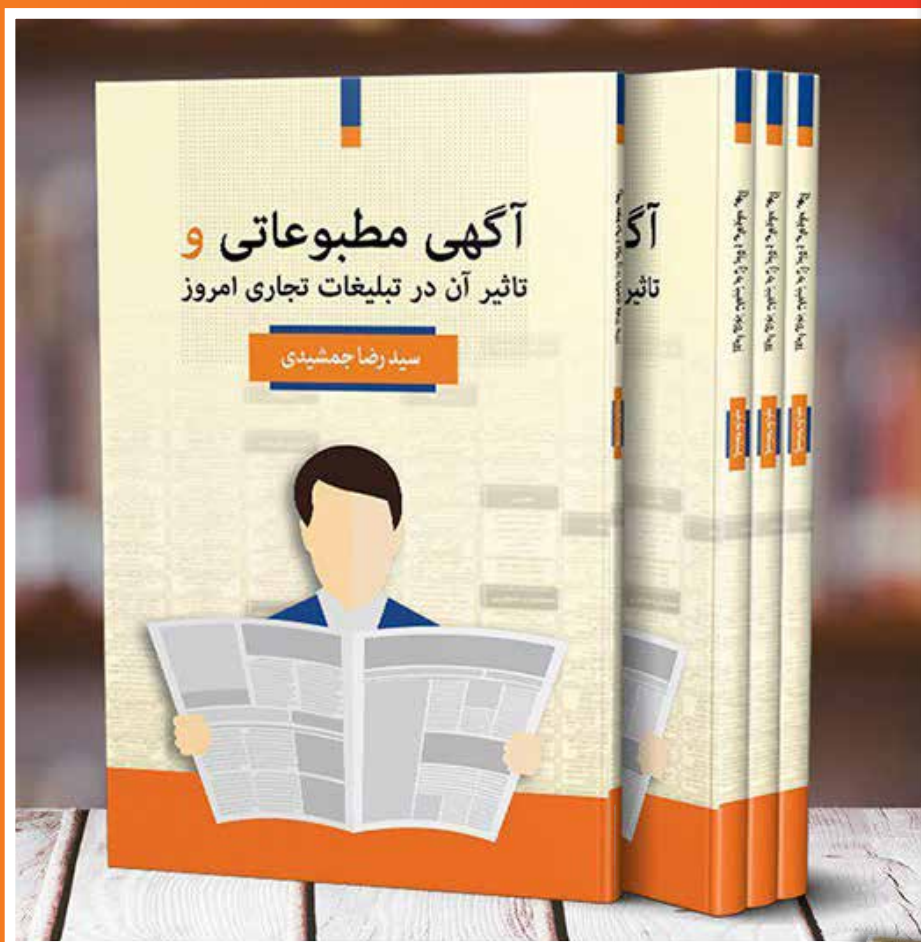
کتاب «آگهی مطبوعاتی و تأثیر آن در تبلیغات

تجاری امروز» منتشر شد

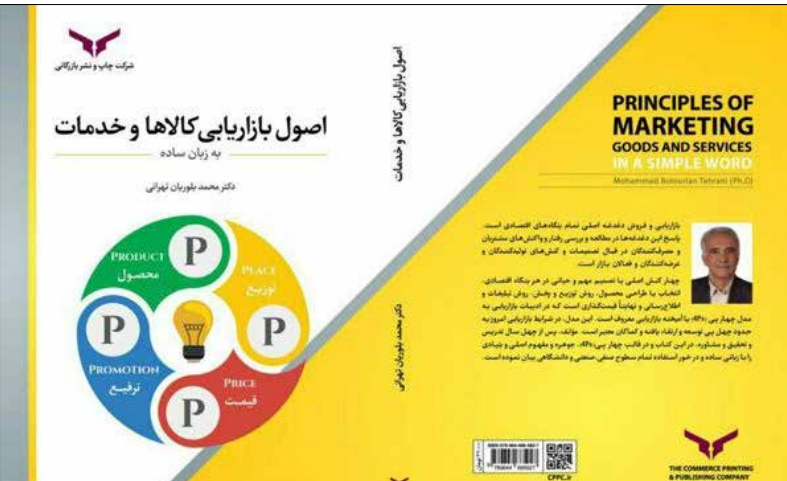
سیستم شبکه پذیرش آگهی و سفارش آنلاین آگهی در رسانه های مکتوب، حاصل تجربیات خود را در کتاب «آگهی مطبوعاتی و تأثیر آن در تبلیغات تجاری امروز» با خوانندگان گرامی به اشتراک گذاشته است. این کتاب در ۱۳۰ صفحه در قطع رقعی توسط انتشارات نیل آی در اسفند ماه ۱۳۹۵ چاپ و منتشر شده است. مطالب این کتاب پس از پیش گفتار و مقدمه، در پنج بخش آماده شده است که برای تمام اقشار جامعه و به طور کلی تمام افرادی که به دنیای آگهی و تبلیغات علاقه مند هستند، قابل استفاده می باشد.

ایجاد شده و در تلاشند پیام مشتریان خود را به بهترین شکل ممکن به مردم منتقل کنند. رسانه های مکتوب بویژه روزنامه ها، به عنوان یکی از اثربخش ترین رسانه هایی هستند که با مطالعه نیازهای خبری و اطلاع رسانی، تبلیغات اثربخشی را ایجاد می نمایند. آنچه تبلیغات در رسانه های مکتوب را با وجود شکل گیری رسانه های جدید همچنان پابرجا قرار داده، همان اثر بخشی آگهی در روزنامه ها و نشریات و رسانه های مکتوب است. سید رضا جمشیدی، کارشناس رسانه با نزدیک به ۲۵ سال سابقه فعالیت و بنیانگذار

ارتباطات و تبلیغات طی چند قرن اخیر با تحولات عمیقی روبرو بوده است. رشد و توسعه رسانه ها بویژه ظهور رسانه های چاپی، بستر مناسبی برای تبلیغات بوجود آورده است. این در حالی است که رسانه ای در تبلیغات موفق است که از اثر بخشی برخوردار باشد. کارایی و اثربخشی در تبلیغات، نیاز فعالان اقتصادی و بنگاه های تولیدی و خدماتی در بازار رقابتی امروز است. نیازی که کاملاً درک شده و برای کسب آن رسانه های گوناگون



کتاب اصول بازاریابی کالا و خدمات منتشر شد



بازاریابی و فروش دغدغه اصلی تمام بنگاه های اقتصادی است. پاسخ این دغدغه در مطالعه و بررسی رفتارها و واکنش های مشتریان و مصرف کنندگان در قبال تصمیمات و کنش های تولید کنندگان و عرضه کنندگان و فعالان بازار است.

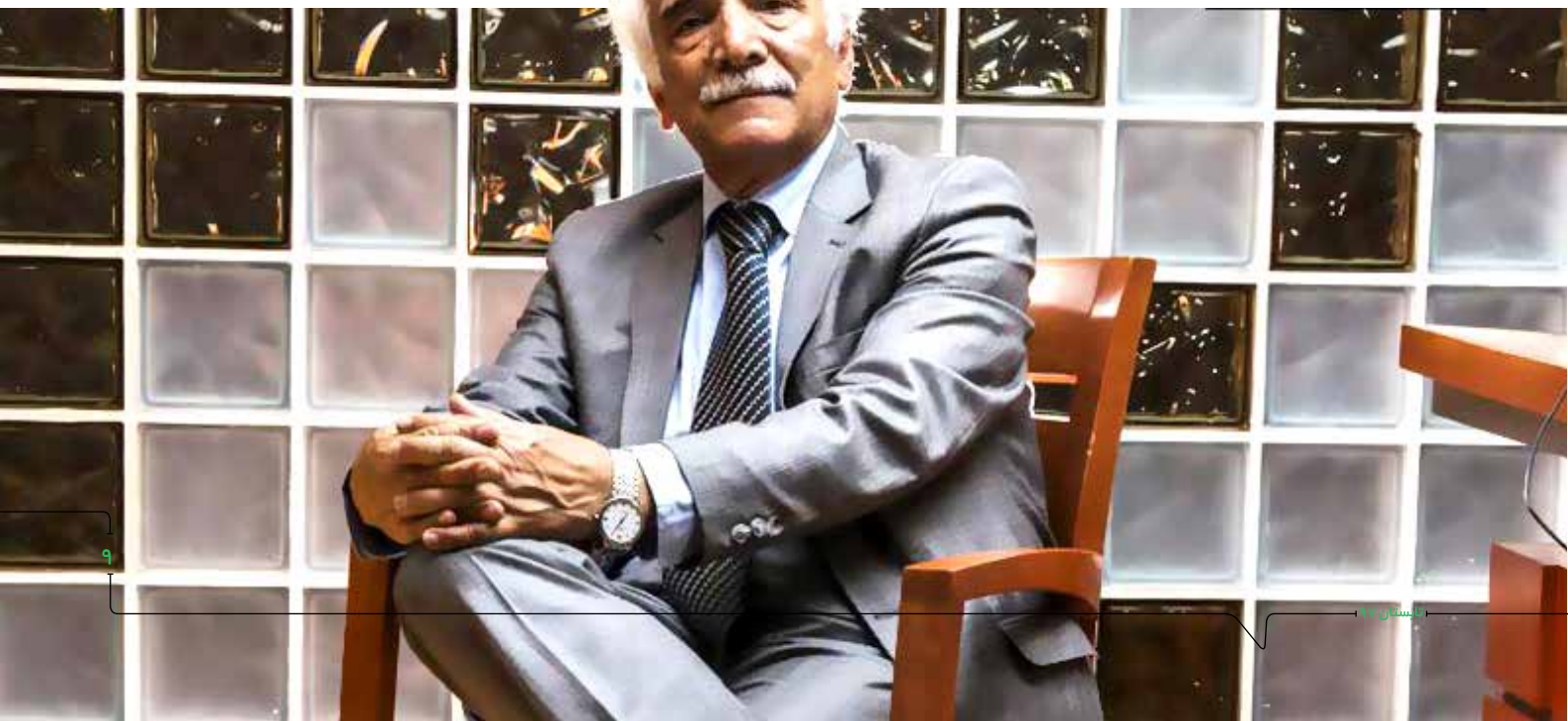
چهار تصمیم یا کنش اصلی و مهم در هر بنگاه اقتصادی انتخاب یا طراحی محصول، روش توزیع و پخش، اطلاع رسانی و تبلیغات یا آمیزه بازاریابی معروف است. این (4Ps) و بالاخره قیمت گذاری و هزینه یابی است که در ادبیات بازاریابی به مدل چهار پی مدل در شرایط بازارهای امروز از چهار پی عملا به چهل پی توسعه و ارتقا یافته و کماکان معتبر است. اگر تصمیمات بازاریابی مدیران ارشد و استراتژیست ها و صاحبان کسب و کارها، در چهار زمینه فوق و در زمینه های وابسته و مربوط دیگر مانند خدمات، بسته بندی، روابط عمومی، محیط فیزیکی، فرآیندها و ...

در زمان و مکان و شرایط مناسب اتخاذ و اجرا شود، فروش بسیار ساده و موفق خواهد بود. به عبارت دیگر، فروش، هنر و توانایی و مهارت بکار بستن تصمیمات درست در شرایط مناسب و به گونه ای صحیح است. آقای دکتر بلوریان تهرانی، مولف این کتاب، پس از چهل سال تدریس و تحقیق و مشاوره، جوهره و مفهوم اصلی و بنیادی بازاریابی را با زبانی ساده و در خور استفاده تمام سطوح صنعتی، صنفی و دانشگاهی بیان نموده است.

ساختار کتاب شامل بخش های زیر است:

در بخش اول کلیات و مفاهیم اصلی بازاریابی در دو دید و مبحث کالاها و خدمات بیان شده است. هم چنین مفاهیمی مانند مدیریت خدمات در شرایط زمانی قبل از فروش، هم زمان با فروش، بدون فروش و بعد از فروش به تفکیک ارائه شده است. در بخش دوم، انتخاب و تصمیم گیری برای تولید کالا بر اساس مزیت نسبی و توسعه آن با ایجاد مزیت رقابتی بحث شده است. و شرایط آن بررسی گردیده است. (NPD)

همچنین مفهوم توسعه محصول جدید. در بخش سوم روش های توزیع و پخش و نمایندگی، انتخاب، آموزش نیروهای فروش، کنترل توزیع و پخش و استراتژی های پخش در محصولات مختلف ارائه شده است. (CAMPAIGN) در بخش چهارم تبلیغات و اطلاع رسانی و روش های متقاعد سازی مصرف کننده و طراحی کمپین تجاری مطرح شده است. در بخش پنجم اصول و اهداف و روش های هزینه یابی، انواع هزینه ها، شرایط رقابت، روش های تعیین قیمت، هم چنین استراتژی های قیمت گذاری در شرایط مختلف بحث شده است. مطالعه این کتاب همه با قلمی ساده و روان نگاشته شده، میتواند برای دانشجویان، فعالان اقتصادی و همه عوامل و دست اندر کاران فروش، بازاریابی، تبلیغات و روابط عمومی مفید باشد. علاقمندان به مطالعه و تهیه کتاب می توانند به انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی به آدرس خیابان کارگر، روبروی پارک لاله مراجعه نمایند.



فرصت‌های سرمایه‌گذاری در ایران

اولویت‌های سرمایه‌گذاری تجاری ایران به شرح ذیل است:

احداث نمایشگاه بین‌المللی استان در محل دائمی
احداث نمایشگاه دائمی فرش دستباف
ایجاد بانک اصناف
توسعه و تقویت زیرساخت‌های تجاری مثل ایجاد
پایانه‌های صادراتی
ایجاد خطوط دریایی و هوایی جهت صادرات
کالاهای کشور به بازارهای متناسب با نیاز
ایجاد شهرک‌های لجستیکی یا هاب‌های
تجاری
ایجاد و توسعه شهرک‌های صنفی
ایجاد و توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای (عرضه
کننده کالا و خدمات)
ایجاد میادین میوه و تره‌بار
ایجاد و توسعه فروشگاه‌های مجازی و
بازاریابی شبکه‌ای
توسعه و ارتقای کیفی خدمات اصناف با
هدف رضایتمندی مشتری
توسعه و ساماندهی شرکت‌های پخش و

کل مزایا و تسهیلات تضمینی به سرمایه‌گذار خارجی

اولویت‌های سرمایه‌گذاری در ایران بر مبنای
سند ملی توسعه به ۳ قسمت اصلی ذیل تقسیم
گردیده است:

- ◀ اولویت‌های سرمایه‌گذاری تجارت
- ◀ اولویت‌های سرمایه‌گذاری صنعت
- ◀ اولویت‌های سرمایه‌گذاری معدن
- ◀ اولویت‌های سرمایه‌گذاری تجاری ایران

راهنمای تامین منابع خارجی) به روند
بررسی درخواست سرمایه‌گذاران
خارجی در سازمان سرمایه‌گذاری
تا مرحله صدور مجوز سرمایه‌گذاری
خارجی اشاره می‌نماید. این مراحل
بدین شرح است:

- ◀ روند بررسی درخواست سرمایه‌گذاران
خارجی در سازمان سرمایه‌گذاری تا مرحله
صدور مجوز سرمایه‌گذاری
- ◀ پوشش‌های تضمینی و حمایتی توسط
دولت ایران
- ◀ تعهدات و الزامات حقوقی سرمایه‌گذاران
خارجی



و منیزیم
استخراج مواد اولیه تولید آلومینیوم با اولویت
بوکسیت

بهره برداری از معادن سنگ آهن
**اولویت های سرمایه گذاری های ایران در
بخش فلزات و مصنوعات فلزی**

لوله های مسی کم قطر
مقتول مسی کم قطر
مقتول فولاد آلیاژی ۲/۵ تا ۱۵ میلیمتر (بصورت
کلاف)

فویل آلومینیومی زیر ۹ میکرون
لغاف آلومینیومی

ورق آلیاژی آلومینیومی ویژه (کشش عمیق)
انواع فلنج به روش فورج (دارای استاندارد

مصرف در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی)
قطعات سبک فورجی صنایع راه آهن

انواع قطعات چدنی خودرو (پوسته گیر بکس
خودرو و سایر قطعات صنعتی مربوطه)

شاتون خودرو به روش فرجینگ
**اولویت سرمایه گذاری های ایران در
بخش مواد معدنی غیر فلزی**

استخراج املاح از نمک دریاچه ارومیه
استحصال و بازیافت ضایعات فرآورده های نسوز

الیاف نسوز
الیاف شیشه

الیاف بازالت
الیاف سرامیکی

آجر نسوز دولومیتی
آهک هیدراته

بریکت از ضایعات ذغال سنگ
کنسانتره ذغال سنگ

بنتونیت فعال
دولومیت کلسینه شده

رنگهای چینی و
سرامیکی

قطعات
سرامیکی با

کاربردهای خاص
قطعات و جرم های

نسوز سبک

**اولویت های سرمایه گذاری معدنی
ایران به شرح ذیل است؛**

اکتشاف
استخراج

فلزات و مصنوعات فلزی
مواد معدنی غیر فلزی

**اولویت سرمایه گذاری های ایران در
بخش اکتشاف معادن**

اکتشاف مس و پلی متال
اکتشاف فسفات

اکتشاف نیکل
اکتشاف مواد اولیه تولید آلومینیوم با اولویت بوکسیت

پی جویی و اکتشاف سنگ آهن خام
اکتشاف تکمیلی جهت شناسایی سنگهای

قیمتی و نیمه قیمتی
**اولویت سرمایه گذاری های ایران در
بخش استخراج معادن**

بهره برداری و استخراج مکانیزه معادن ذغال سنگ
بهره برداری از شورابه ها برای استحصال پتاسیم

حمایت از ایجاد شرکت های لجستیکی
ایجاد شرکت های توانمند بازاریابی و صدور

کالای صنعتی
اولویت های سرمایه گذاری صنعتی ایران

**اولویت های سرمایه گذاری صنعتی
ایران به چند بخش اصلی ذیل تقسیم
می گردد؛**

صنایع دارویی
صنایع غذایی

صنایع الکترونیک
صنایع ماشین سازی و تجهیزات

صنایع نساجی و پوشاک
صنایع پتروشیمی و پالایشگاه

صنایع پلیمری
صنایع سلولوزی

صنایع شیمیایی
صنایع تجهیزات پزشکی

صنایع خودرو سازی، قطعات خودرو و
نیرو محرکه

دولت ایران ضمن استقبال از سرمایه گذاری
خارجی در ایران از سرمایه گذاران خارجی می
خواهد که قانون تشویق و حمایت سرمایه
گذاری خارجی و آئین نامه های آن را با دقت و
توجه کافی مطالعه نمایند تا ضمن آشنایی با
حقوق خود، تسهیلات و حمایت های ناشی از
سرمایه گذاری از تمهیدات و الزامات قانونی خود
در چارچوب این قانون نیز مطلع شوند.

استفاده از منابع مالی و خطوط اعتباری خارجی
که در ایران به نام فاینانس متداول گردیده
برای اجرای پروژه ها و خرید تجهیزات و
کالا های سرمایه ای طرح های تولیدی و
همچنین خدمات فنی و مهندسی پروژه ها،
و فوق قراردادهای مالی منعقد با اعتبار
دهندگان خارجی صورت می پذیرد. فرایند
اجرای این روش براساس آخرین مصوبه
هیات محترم وزیران دولت ایران و ضوابط
برنامه پنجم توسعه اصلاح و بدین شرح است:

- ۱- فعالیت های قابل قبول
- ۲- واجدین شرایط
- ۳- وثیقه های مورد نیاز
- ۴- نرخ سود و هزینه های آن
- ۵- سقف پرداخت
- ۶- مدت استفاده از تسهیلات
- ۷- دوره بازپرداخت
- ۸- بخش دولتی و غیر دولتی





دیزل‌ها کاران

دشوار

امتحان

جاده مخصوص

در ایران با تحریم روبرو شده است شاهد وقوع اتفاق های منفی و مثبت گوناگونی در این صنعت مادر بوده ایم. با اعمال دور جدید تحریم های آمریکا بر علیه صنعت خودروسازی ایران که از ۱۵ مرداد اجرا شده است، خودروسازان ایرانی با مشکلات متعددی روبرو خواهند شد.

وقتی صحبت از تحریم صنعت خودروسازی در ایران می کنیم ذهن بسیاری از کشورهای مختلف جامعه به سوی کارخانه های سازنده خودروهای سواری همچون ایران خودرو و سایپا می رود اما نکته مهم اینجاست که خودروهای سنگین بخش مهمی از صنایع خودروسازی کشور را تشکیل می دهند که غفلت از صنعت خودروهای دیزلی در دوران تحریم آسیب های جبران ناپذیری را بر فعالان و صنعتگران این حوزه وارد می کند.

درباره آثار منفی تحریم صنایع خودروهای سنگین در ایران ذکر همین نکته مهم کافی است که بدانیم ۲ کمپانی بزرگ رنوی فرانسه و ایسوزوی کره جنوبی که نقش مهمی در تولید و مونتاژ خودروهای سنگین در ایران را داشتند با توجه به نزدیک شدن به زمان آغاز اعمال تحریم های آمریکا بر علیه ایران، کشور را ترک کردند. در حقیقت ۲ کارخانه آریا

تحریم و خودرو به عنوان دو مقوله مهم و اثرگذار در اقتصاد ایران همواره مورد توجه فعالان، صنعتگران و حتی قشرهای مختلف مردم بوده است. در واقع با توجه به اینکه ایران از دیرباز در زمره کشورهای تولیدکننده خودرو قرار داشته است و طی سالهای متمادی سابقه همکاری با کمپانی های معتبر خودرویی اروپایی و آسیایی را به منظور تولید و مونتاژ بهترین خودروها را دارد به نظر می رسد با نزدیک شدن به تاریخ ۱۳ مردادماه و آغاز دور جدید تحریم های خودرویی بر علیه کشور شاهد وقوع اتفاق های تازه در صنایع خودروسازی ایران باشیم. به طور قطع منظور صحبت از خودرو تنها به خودروهای سواری محدود نمی شود بلکه بخش اعظمی از وظیفه حمل و نقل در کشور را خودروهای سنگین برعهده دارند که در گزارش تهیه شده به چالش ها و ارائه راهکارهای موجود به منظور عبور سازندگان ایرانی خودروهای سنگین از تحریم توجه شده است. صنعت خودرو در ایران همواره با فراز و نشیب های متعددی روبرو بوده است. با توجه به اینکه نمی توان ارتباطات بین المللی را از صنایع خودروسازی ایران به راحتی حذف کرد به جرات می توان به این نکته مهم اشاره کرد که در بزنگاه هایی که صنعت خودرو

دیزل و بهمن دیزل که به ترتیب شریک تجاری رنوی فرانسه و ایسوزوی کره جنوبی در ایران هستند در شرایط کنونی همکاری با شرکای چینی را در اولویت کار خود قرار داده اند هرچند نباید از ذکر این نکته مهم غافل شویم که اگر هم شرکای چینی حاضر به همکاری با این کارخانه های تولید و مونتاژ خودروهای سنگین در کشور نشوند نمی توان چشم انداز روشنی را برای صنعت خودروهای دیزلی در ایران متصور بود.

به منظور بررسی وضعیت صنایع خودروهای سنگین پس از اعمال تحریم های آمریکا با کارشناسان و فعالان این صنعت گفتگو کرده ایم تا از نظر آنها درباره این موضوع مهم مطلع شویم.



حمایت از تولید ملی ونوسازی ناوگان، راهکار مقابله با تحریم

افشین ظریفی از کارشناسان برجسته حوزه خودروهای دیزلی کشور که خودش از فروشندگان خودروهای سنگین است با بیان اینکه در شرایط کنونی فروش نقدی خودروهای سنگین امکان پذیر نیست گفت: افزایش افسار گسیخته نرخ ارز موجب شده است تا متقاضیان از قدرت مالی لازم به منظور خرید نقدی خودروهای سنگین برخوردار نباشند.

وی تصریح کرد: خروج کمپانی های رنو وایسوزو از ایران آسیب های جدی را به صنایع خودروهای سنگین کشور وارد خواهد کرد. البته در برهه تحریم دلان و سودجوبان بسیاری هستند که برای پر کردن جیب خود می خواهند در قیمت گذاری خودروهای سنگین نقش پررنگی داشته باشند و به نظر من دولت باید خودش را از مقوله قیمت گذاری کنار بکشد تا شاهد حضور پررنگ دلان و واسطه بازان در بازار خودروهای سنگین در زمان تحریم نباشیم. این کارشناس حوزه خودروهای دیزلی اضافه کرد: متاسفانه در شرایط کنونی خرید نقدی خودروهای دیزلی در کشور به صفر رسیده است و بیشتر فعالیت فروشندگان در حوزه نوسازی است.

ظریفی اضافه کرد: در ناوگان حمل و نقل جاده ای کشور بیش از ۳۰ درصد مازاد خودروهای سنگین داریم و تقسیم بار به درستی انجام نمی شود و کم کردن تعداد ناوگان یکی از راههای برون رفت از این چالش مهم است.

وی با اشاره به اینکه خودروسازان دیزلی در ارائه قیمت به مشتریان نیستند افزود: نوسانات ارزی موجب شده است تا دیزلی کاران نتوانند به مشتریان قیمت های ثابتی را بدهند که وقوع این اتفاق ناشی از آثار منفی تحریم است.

ظریفی با بیان اینکه کارخانه های ساخت خودروهای دیزلی در کشور به دنبال شریک تجاری چینی در دوران اعمال تحریم ها بر صنایع خودروسازی ایران هستند گفت: با وجود تحریم ها امکان نقل و انتقال دریایی برای سازندگان خودروهای سنگین با چالش های متعددی روبرو خواهد شد به طوری که هیچ کشتی که برای ایران محصول و کالایی را حمل کند بیمه به آن تعلق نمی گیرد که وقوع این اتفاق نقل و انتقال دریایی را پیچیده تر از گذشته می کند. این فروشنده خودروهای سنگین در کشور

تصریح کرد: در سال جاری که بنام سال ((حمایت از کالای ایرانی)) از سوی مقام معظم رهبری نامگذاری شده است از سوی مسئولان اجرایی شاهد هیچ گونه حمایتی به منظور تولید خودروهای دیزلی در کشور نبودیم.

وی اضافه کرد: در زمانی که تحریم اجرایی می شود مهم ترین راهکار برای مقابله با آن توجه به ظرفیت های داخلی و اورهال کردن خودروهای سنگین دیزلی است چرا که وارد کردن قطعه به کشور نسبت به یک خودروی سنگین کامل در زمان تحریم راحت تر است.

ظریفی گفت: در زمان تحریم می توانیم در داخل کشور خودروهای چینی را بهینه کنیم بهره بریم تا زمانی که تحریم ها برداشته شود. من مخالف واردات خودروهای سنگین اروپایی به کشور نیستم اما باید به این نکته هم توجه کنیم که واردات با این نرخ ارز بالا در داخل کشور نه برای خریدار و نه برای وارد کننده صرفه اقتصادی دارد.

این کارشناس برجسته حوزه خودروهای دیزلی تاکید کرد: اگر خودروی سنگینی وارد کشور نشود باید راهکارهای مختلفی اتخاذ کرد که نگاه به توانمندی داخلی بهترین راهکار و نگرش است. حمایت از جوانان ایرانی می تواند منجر به تولید خودروهای دیزلی در کشور شود.



کاهش خرید نقدی خودروهای سنگین با اعمال تحریم ها

یوسف حسین نژاد لنگرودی مدیرعامل شرکت لیزینگ حکمت ایرانیان که نقش مهمی در نوسازی ناوگان خودروهای سنگین در کشور با اعطای تسهیلات بانکی دارد گفت: با خروج آمریکا از برجام موجب شده است تا کمپانی های خودروسازی اروپایی و آسیایی که به نوعی شریک تجاری کارخانه های خودروسازی سنگین در ایران هستند ارتباط خود را با طور کامل قطع کنند.

وی افزود: از سوی دیگر افزایش قیمت ارز و مواد اولیه تا قبل از اعمال تحریم ها موجب صعوبت شدن قیمت خودروهای سنگین شده است. حضور کمپانی های چینی در زمان اعمال تحریم ها در ایران با مشکلات متعددی همچون حمل و نقل و انتقال پول مواجه است هر چند تولید خودروهای چینی در فضای پساتحریم محتمل تر به نظر می رسد و افزایش قیمت

خودروهای چینی در کشور حتمی است. حسین نژاد اضافه کرد: به طور کلی در زمان اعمال تحریم ها کاهش تقاضای خرید خودروهای سنگین را پیش بینی می کنیم به طوری که ایجاد تورم فزاینده و فشارهایی که از سوی متقاضیان برای تحویل گرفتن خودروهای سنگین بر جو کارخانه های سازنده خودروهای سنگین حاکم است بالا بردن قیمت ها خودروهای سنگینی را از سوی کارخانه های سازنده رقم زده است تا پیش از افزایش نرخ ارز و اعمال تحریم ها ساخته شده اند که وقوع این اتفاق برای مشتریان چندان جالب نیست.

مدیرعامل شرکت لیزینگ حکمت ایرانیان گفت: عدم پیش بینی مشتری از قیمت واقعی یک خودروی سنگین موجب کاهش تقاضا برای خرید می شود. در شرایط کنونی که خرید نقدی خودروهای سنگین بسیار کم شده است افزایش تقاضا برای خرید خودروهای سنگین از طریق لیزینگ پیش بینی می شود.

وی افزود: کاهش تولید تولید کنندگان خودروهای دیزلی در کشور طی زمان اعمال تحریم ها محتمل به نظر می رسد اما لیزینگ می تواند یکی از ابزارهای مهم برای حل این معضل باشد تا جایی که افزایش تقاضا برای خرید خودروهای سنگین را رقم بزند. حسین نژاد تصریح کرد: بی ثباتی نرخ ارز موجب عدم تناسب پرداخت تسهیلات لیزینگ با درآمد مشتریان می شود و به همین دلیل شاهد کاهش چشمگیر خرید خودروهای صفر کیلومتر دیزلی در کشور خواهیم بود که وقوع این اتفاق به خرید و فروش خودروهای سنگین کار کرده کمک می کند.

سخن آخر

بنابراین با توجه به نظرات فعالان و کارشناسان صنعت خودروهای سنگین در کشور به نظر می رسد افزایش افسار گسیخته نرخ ارز از یک طرف و اعمال تحریم های خودرویی از طرف دیگر تا حدودی آثار منفی خود را بر حوزه های تولید، مونتاژ و فروش خودروهای سنگین در کشور خواهد گذاشت هرچند در دوران تحریم نباید از نوسازی ناوگان فرسوده خودروهای سنگین از یک طرف و حمایت از توانمندی های داخل کشور به منظور ساخت قطعات خودروهای دیزلی غافل شد.

کار آفرینی را با یک چرخ خیاطی هدیه‌ای شروع کردم



یکی از مباحث مورد توجه کشور های پیشرفته اقتصادی بنگاه های اقتصادی کوچک است. مشاغلی که با هزینه ها و نیروهای انسانی محدود، می تواند شروعی برای فعالیت های کلان تولیدی باشد.

در همین زمینه خبرنگار پایگاه خبری دانستنی آنلاین گفت و گویی با یکی از کار آفرینان زن کشور که به تازگی پا در این عرصه گذاشته اند ، انجام داده اند که در این نوشتار می خوانید.

خانم عاطفه حسن زاده فارغ التحصیل رشته مهندسی کشاورزی دانشگاه هستند. ایشان فعالیت خود را در زمینه خیاطی به عنوان یک علاقه شخصی شروع کرده و اکنون بصورت یک کار آفرین کوچک مستقل فعالیت می کند.

خانم حسن زاده گفت : چند نفر از خانم هایی که عمدتاً از دوستانم بودند برای طراحی و دوخت لباس ها به کمک من آمدند. وقتی احساس کردیم که کار در منزل جواب گو نیست ، این کارگاه را برای ادامه کار تهیه کردیم.

ایشان یادآور شد : در اینجا ۷ نفر بطور مستقیم در حال کار هستند که ۳ نفر شان سرپرست خانوار هستند. افرادی هم برای فروش محصولاتمان به طور غیر مستقیم در حال فعالیت هستند. اکثر محصولات ما را لباس کودکان تشکیل می دهند. اما در زمینه لباس زنانه ، صنایع دستی ، لوازم تزئینی پارچه ای و عروسک نیز فعالیت داریم.

حسن زاده خاطر نشان کرد : ما با تجربه ای که کسب نموده ایم آمادگی کار با تولید انبوه را داریم . در صورتی که مسئولان با کارآفرین ها همکاری کنند. این کارآفرین ها امکان اشتغال زایی برای تعداد قابل توجهی از بی کاران کشور را دارند.

همسرم به کلاس خیاطی نزد یکی از اقوام رفتیم. در شروع کار حتی چرخ خیاطی هم نداشتیم و مادربزرگم که شوق یادگیری مرا دیده بود یک چرخ خیاطی به من هدیه داد. یک چرخ سردوزی هم بصورت قسطی تهیه کردم و خیاطی را شروع کردم.

بازار کارتان را چگونه به دست آوردید؟

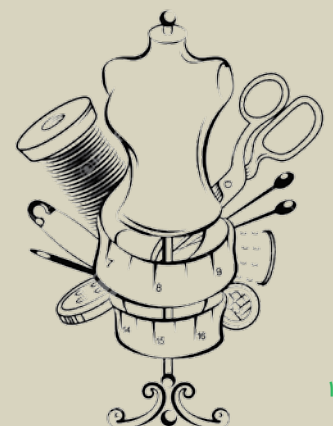
مهندس حسن زاده گفت: در ابتدا برای دخترم لباس کودکانه می دوختم ، کم کم اطرافیان و دوستان هم از کارهای من استقبال کردند و سفارش کار گرفتیم. سفارش ها به جایی رسید که دیگر شب ها هک خیاطی می کردم تا به موقع کارهای مردم را تحویل دهم. شروع به تبلیغات در شبکه های اجتماعی کردم که تاثیر بسزایی در فروش و شهرت کارهای من داشت ، اما با فیلتر شدن آن ها ضرر های زیادی داشتیم.

از چه زمانی تصمیم به فعالیت حرفه ای تر کردید؟



چرا به دنبال رشته تخصصی خود زرفتید؟

با عرض سلام من از زمان دبیرستان به خیاطی علاقه داشتم اما به اصرار خانواده ام که همه تحصیل کرده بودند به دنبال رشته دیگری رفتیم. در سال ۸۶ فارغ التحصیل شدم و مثل همه فارغ التحصیل ها به دنبال کار گشتم ، اما در رشته خودم شغل مناسبی پیدا نکردم. اول به عنوان منشی در شرکتی استخدام شدم و کم کم با پیشرفت هایی که داشتیم به عنوان کارمند فروش و سپس مدیر فروش فعالیت کردم. وی افزود : پس از به دنیا آمدن فرزندم دیگر امکان کار در شرکت را نداشتیم و همچنین بی کار ماندن در خانه بسیار برایم سخت بود. به پیشنهاد و تشویق





لطفاً با کفش مثل من جوراب سفید نپوشید



می شود برای شیک تر نشان دادن پوشش سر توصیه می شود مقنعه داخل مانتو قرار گیرد و یا دسته روسری داخل زیر لباس قرار گیرد. استفاده از زیورآلات در کسب و کار ممنوع است. شما نهایتاً می توانید از انگشتر حلقه در انگشت خود استفاده کنید. پوشیدن انگشتر در سایر انگشتان به هیچ عنوان توصیه نمی شود.

دکتر کامران صحت



که برخی افراد کراوات را کوتاه گره می زنند یا آنقدر بلند گره می زنند که در حالت بستند دکمه کت، از زیر کت بیرون می زند. البته خرافه ای وجود دارد که کراوات کوتاه را مجردها و بلند را متاهلین استفاده می کنند. ولی این موضوع خرافاتی بیش نیست. در گذشته کمر بند برای نگه داشتن شلوار استفاده می شد. ولی امروزه کمر بند جزو الزامات پوشش محسوب می شود. کمر بند شما می بایست هم رنگ کفش یا کیف شما باشد. شلوار شما حتماً باید پارچه ای ساده و بدون پلیسه باشد. امروزه استفاده از ساعت چیزی بیش از نشان دهنده زمان است. بسیاری از مردم به این دلیل که دارای تلفن همراه هستند و تلفن همراهشان دارای ساعت است، از ساعت استفاده نمی کنند. ولی به خاطر داشته باشید که بستن ساعت بسیار ضروری است. ساعت رسمی می بایست بند فلزی و عقربه ای باشد. بستن ساعت های بند چرمی و یا دیجیتالی، اسپورت محسوب می شود. استفاده از عطر و ادکلن در مذاکرات رسمی ممنوع است. برای جلوگیری از تعرق بدن و بوی بد عرق، پوشیدن عرق زیر زیر پیراهن الزامی است. در ضمن شما می توانید از اسپری های بدن برای جلوگیری از عرق کردن و بوی بد بدن استفاده نمایید. پوشش سر برای خانم های بهتر است روسری یا مقنعه باشد. در این حالت توصیه

متأسفانه بسیاری از مردم هنوز در انتخاب نوع پوشش در امکان مختلف به خصوص کسب و کار دچار سردرگمی و کمبود اطلاعات هستند. ارزاترین یا بدترین لباس ها را سرکار می پوشند. با کفش های راحتی و یا کفش های اسپورت مثل کتانی سرکار می روند. در اینجا می کوشیم تا استاندارد پوشش در محیط های کاری را معرفی نماییم. بهتر است از کفش شروع کنیم.

اولین فاکتوری که معمولاً به آن توجه زیادی در محیط کار نمی شود. کفش رسمی برای آقایان می بایست چرمی از نوع بند دار، نوک گرد و جلو بسته دارای پاشنه سه سانت باشد. برای خانم ها هم کفش چرمی جلو بسته دارای پاشنه چهار تا هفت سانت توصیه می شود. لطفن با کفش مشکی جوراب سفید نپوشید. سال ها پیش رسم بر این بود که مردان از جوراب سفید استفاده کنند تا تمیزی را نشان دهد. این رسم متعلق به سال ها پیش است و حرفه ای ها می دانند که منسوخ شده است. جوراب شما می بایست هم رنگ کفش یا شلوار شما باشد. در خصوص نوع لباس، به خاطر داشته باشید که رسمی ترین نوع لباس کار در بسیاری شرکت ها، کت و شلوار برای آقایان، کت و دامن، کت و شلوار و یا مانتو شلوار برای خانم ها بسیار مناسب است. رسمی ترین رنگ لباس در این بخش لباس های رنگ تیره و در بین لباس های رنگ تیره سورمه ای رنگ مناسب ترین رنگ در دنیا محسوب می شود. کت و شلوار آقایان می بایست تک دکمه یا دو دکمه باشد. به خاطر داشته باشید که در حالت ایستاده دکمه بالایی کت باید بسته باشد که این مورد در ایران معمولاً رعایت نمی شود و در حالت نشسته باید دکمه باز باشد. کت باید یقه انگلیسی باشد. از پوشیدن کت های یقه گرد و یا تمام دکمه خودداری کنید. کت شما باید تک چاک یا دو چاک باشد. پوشیدن کت های بدون چاک توصیه نمی شود. پوشیدن کت تک، اسپورت محسوب می شود بنابراین پوشیدن کت تک در جلسات رسمی توصیه نمی شود. پیراهن زیر کت باید آستین بلند و ساده باشد. پوشیدن تی شرت یا پیراهن آستین کوتاه زیر کت ممنوع است. در ضمن استفاده از پیراهن های راه راه، چهارخانه و یا طرح دار توصیه نمی شود. بهترین رنگ پیراهن زیر کت برای کت و شلوار سورمه ای، پیراهن سفید رنگ یا آبی روشن است. در ضمن بهترین حالت پوشش آن است که آستین پیراهن شما از زیر کت، یک سانت بیرون آمده باشد. در صورت استفاده از کراوات، می بایست انتهای کراوات روی سگک کمر بند باشد. به دفعات دیده شده

دانشجویان رشته تبلیغات دانشگاه علمی کاربردی واحد ۲۶ از کانون تبلیغاتی شبکه پذیرش آگهی بازدید کردند

آتلیه گرافیک و طراحی آگهی یک بخش مهمی در شبکه پذیرش آگهی می باشد که مسئول آتلیه طرح ها و آگهی های مشتریان را از مسئول پذیرش دریافت و بعد از طراحی و تایید مشتری در اختیار مدیر سفارشات قرار داده و هماهنگی لازم برای انتشار آگهی میسر می گردد.

خانم شقایق یکی دیگر از مدیران با سابقه شبکه پذیرش آگهی که ۱۸ سال در این کانون فعالیت می نماید مدیریت امور مالی را بر عهده دارند و کلیه قراردادهای و هزینه ها را مورد ارزیابی تخصصی قرار داده و با تایید ایشان یک آگهی و یا یک پروژه موردی یا کمپین برای اجرا به رسانه ها سفارش می شود.

جمشیدی در جریان این بازدید سایر بخش های شبکه پذیرش آگهی که شامل دبیری آگهی، بازاریابان، خدمه و کارمندان اداری، پیک موتوری و تحصیل داری را معرفی نمود و دانشجویان با کلیه همکاران شبکه پذیرش آگهی آشنا شده و در جریان مراحل کار قرار گرفتند.

در این بازدید دکتر عینی مدیر کاربینی رشته تبلیغات که دارای سوابق علمی و عملی حوزه تبلیغات می باشند توضیحاتی در خصوص معرفی رشته تبلیغات و موضوعات پیرامونی آن به دانشجویان ارائه نمودند.

اکبر عینی با سابقه مدیریت ارتباطات یکی از بانک های کشور تجربه فعالیت های مختلفی از اجرا تبلیغات و مدیریت رسانه ها دارا می باشند که این تجربه ها فرصتی مغتنم بر ای دانشجویان ایجاد نموده که تجربه این فعالیت ها را از ایشان دریافت نمایند.

در پایان این بازدید دانشجویان به بحث و گفتگو در خصوص فعالیت های شبکه پذیرش آگهی پرداختند و مدیر عامل این کانون به سوالات ایشان پاسخ دادند.

جمشیدی در این بازدید به نقش و جایگاه تبلیغات در کشور اشاره نمود و قبل از بازدید دانشجویان از بخش های مختلف شبکه پذیرش، به بازدید کنندگان معرفی نمود. ایشان در معرفی شبکه پذیرش آگهی گفتند: کانون شبکه پذیرش آگهی دارای پروانه فعالیت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با ۲۵ سال سابقه فعالیت در مطبوعات کشور، کارگذار کلیه روزنامه ها و نشریات سراسری و مجری چاپ آگهی در روزنامه های شهرستان های کشور می باشد. این کانون آگهی جهت چاپ در روزنامه های سراسری (همشهری، ایران، جام جم، اطلاعات، دنیای اقتصاد و ...) روزنامه ها و نشریات تخصصی، روزنامه های شهرستان های کشور با ارائه مشاوره های رسانه ای به مشتریان مشاوره لازم را ارائه نموده و در رسانه مورد نظر منتشر می نماید.

ایشان بخش های مختلف شبکه پذیرش را معرفی نمودند و همکاران بخش ها، که همگی دارای تحصیلات تکمیلی و تجربه کاری می باشند، توضیحات تکمیلی کار خود را ارائه نمودند.

مسئول توسعه بازار و بازاریابی شبکه پذیرش آگهی بازدید کنندگان را در جریان گردش کار بازاریابی قرار داد و نمونه ای از فرایند بازاریابی و گردش کار مطالعه بازار تولید مشتری و هدایت مشتریان را به بخش سفارشات و فروش بصورت عملی نشان داد.

خانم بازیار مدیر بازرگانی و سفارشات این کانون با تجربه ۱۳ ساله خود در این شبکه اطلاعات مورد نیاز دانشجویان را ارائه نموده و مراحل پذیرش آگهی از مشتریان را بصورت موردی اجرا نمود.

بازیار دقت در پذیرش آگهی و ارائه اطلاعات کامل و کافی از قبیل معرفی بهترین رسانه برای مشتری، زمان اجرا کار و مبلغ و بودجه آگهی و تبلیغات را موارد مهم پذیرش آگهی عنوان نمود.

سید رضا جمشیدی مدیر عامل شبکه پذیرش آگهی:

موفقیت کانون های تبلیغات، تخصصی بودن فعالیتشان است. کانون های تبلیغات و آگهی متولی تبلیغات و اطلاع رسانی بازرگانی تولیدات و خدمات در کشور است.

این کانون ها برای انتقال پیام به مخاطبین مشتریان خود از ابزارها و امکانات تبلیغاتی که شامل: رسانه های نوشتاری و مکتوب، تبلیغات محیطی، سمعی، بصری، حجمی، چاپ هدایای تبلیغاتی، فضای مجازی



و دیجیتالی و... استفاده می نماید. این کانون ها فعالیت تبلیغاتی مشتریان را به صورت قراردادی و سفارشی در قالب کمپین و اجرای موردی انجام می دهند و به نظر مدیر عامل کانون شبکه پذیرش آگهی یک مجموعه تبلیغاتی وقتی موفق است که بصورت تخصصی در یک رسانه فعالیت نماید و مشتریان و همکاران و صاحبان رسانه ها این کانون را متخصص آن رسانه بشناسند. به همین منظور و به بهانه بازدید دانشجویان رشته تبلیغات دانشگاه علمی کاربردی واحد ۲۶ تهران از روند فعالیت کانون آگهی شبکه پذیرش آگهی، سید رضا جمشیدی مدیر عامل این کانون، دانشجویان این دانشگاه را در جریان مراحل کار یک کانون آگهی و تبلیغات قرار داد.



۱۰ ارزش‌ترین برندهای سال ۲۰۱۷



رتبه	برند	ارزش‌برند	درآمد برند
۱	اپل	۱۷۰	۲۱۴/۲
۲	گوگل	۱۰۱/۸	۸۰/۵
۳	مایکروسافت	۸۷	۸۵/۳
۴	فیس‌بوک	۷۳/۵	۲۵/۶
۵	کوکاکولا	۵۶/۴	۲۳
۶	آمازون	۵۴/۱	۱۳۳
۷	دیزنی	۴۳/۹	۳۰/۷
۸	تویوتا	۴۱/۱	۱۶۸/۸
۹	مک‌دونالد	۴۰/۳	۸۵
۱۰	سامسونگ	۳۲/۲	۱۶۶/۷
۱۱	GE	۳۷/۹	۱۰۰/۳
۱۲	AT&T	۳۶/۷	۱۶۳/۸
۱۳	IBM	۳۳/۳	۷۹/۹
۱۴	اینتل	۳۱/۴	۵۹/۴
۱۵	Cisco	۳۰/۷	۴۸/۶

هر ساله برندهای مطرح جهان ارزش‌گذاری می‌شوند و این مبنایی برای رقابت بیشتر برندهاست. با وجودی که سال‌هاست شرکت‌های حوزه IT در صدر این فهرست جای دارند، اما برندهای محبوب دیگری هم هستند که کسی نمی‌تواند آنها را کنار بزند. پس از حوزه IT بیشترین سهم مربوط به صنعت مواد غذایی و نوشیدنی است. بر اساس رده‌بندی معتبر فوربس اپل همچنان با اختلاف فاحش از دیگر رقبا با ۱۷۰ میلیارد دلار ارزش‌برند، در صدر قرار دارد. جایگاه دوم و سوم نیز همانند سال گذشته است لیکن در رتبه‌های چهارم و پنجم جایشان را با یکدیگر عوض کرده‌اند. این بدان معنی است که کوکاکولا یک پله سقوط را تجربه کرده و به جایگاه پنجم نزول کرده است تا فیس‌بوک بتواند به جایگاه چهارم ارتقا یابد. همانگونه که مشخص است، ارزش‌برند چندانی با درآمد برند یا کمپانی مرتبط نیست. به طور مثال درآمد تویوتا دو برابر مایکروسافت بوده است اما برندش کمتر از نصف برند مایکروسافت ارزش‌برند دارد. برندسازی مقوله مهمی است که در دنیای تجارت از پایه‌های مارکتینگ محسوب می‌شود. متأسفانه در کشور ما برندسازی به مفهوم واقعی شکل نگرفته است. لازم به ذکر است پورشه پس از مدت‌ها توانسته در جمع ۱۰۰ برند پرازش دنیا جای گیرد. متأسفانه مالبرو (تولیدکننده سیگار) نیز در میان ۱۰۰ برند است و در پله بیست و پنجم جای گرفته است.

حسین رضانی یکی از مالکین مجتمع تجاری پانوراما و فعال اقتصادی در غرب مازندران

نقش بخش خصوصی در شکوفایی اقتصاد و گردشگری

جمع کرده است و این میزان سرمایه را به منظور تولید و اشتغال وارد کشور کرده است اینک از سرمایه‌گذاران برجسته غرب استان مازندران محسوب می‌شود.

البته برای رضانی در راه سرمایه‌گذاری در مجتمع پانوراما معضلاتی ایجاد شد اما همت بلند، دلسوزی و پشتکاری که وی در خدمت به هموطنان خود دارد موجب شد تا رضانی به عنوان یکی از سرمایه‌گذاران موفق در غرب مازندران و چند شهر دیگر از کشور عزیزمان موفقیت‌هایی را به دست آورد.

مجتمع پذیرایی آیلار که یکی از سرمایه‌گذاران این مجموعه آقای رضانی هستند. مناسبی برای نشست‌ها این عزیز فرهیخته است تا از نزدیک پای صحبت‌های شیرین و خواننده‌ی آن نشیمنیم.

مشکلات متعددی دست و پنجه نرم می‌کنند که مسئولان باید برای حل این معضلات قدم‌های اساسی را بردارند.

درسالهای گذشته به دلیل برخورداری شهرهای مازنی از آب و هوای معتدل و مناسب شاهد حضور سرمایه‌گذاران متعدد در این شهرها بوده ایم که وقوع این اتفاق منجر به رشد و توسعه روز افزون نقاط غربی و شرقی استان مازندران شده است.

آقای حسین رضانی چهره‌ای آشنا و خوشنام و از سرمایه‌گذاران وطن دوست است.

وی که سالهای زیادی با همت، تلاش و پشتکار قوی توأم با اراده محکم، سرمایه زیادی را

در شرایطی که ایران به لحاظ سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در وضعیت مناسبی نیست اما همچنان افرادی هستند که با تعصب نسبت به کشور خود همچنان حاضر به انجام سرمایه‌گذاری در کشور هستند.

به جرات می‌توان به این موضوع مهم اشاره کرد که استان مازندران از نقاط مهم و برخوردار کشور است که این موضوع موجب شده است تا شهرهای مختلف وزیبای مازندران برای سرمایه‌گذاران جذابیت داشته باشد.

میزان جذابیتی که سرمایه‌گذاران به لحاظ انجام سرمایه‌گذاری در استان مازندران دارند نباید در پایتخت نداشته باشند البته نباید از ذکر این نکته مهم غافل شویم که شهرهای مختلف استان مازندران به لحاظ کمبود امکانات رفاهی با



باعث شد تا در کشورهای فوق
دوستان جدید و مشتریان خوبی
هم پیدا کنم.

چه عواملی موجب سرمایه گذاری شما در غرب مازندران و شهر کلارآباد و چالوس شد؟

همیشه دوست داشتم توان کاری
خود را در ایران نیز بکار بگیرم
تا خدمتی به هموطنان خود
انجام دهم. دو سفر تفریحی
به غرب مازندران داشتم با
چند نفر از انسان‌های نیک
اندیش آشنا شدم و شرایط به
گونه‌ای پیش رفت تا با احداث
مجموعه آیلار در این منطقه هم
سرمایه‌گذاری کردم.

باعث خرسندی و افتخار من
است که این مجموعه پذیرایی
و اقامتی چندین بار در سطح
کشور نمونه شد.

یقیناً این موفقیت با تلاش
عزیزانی که این مجموعه را
مدیریت می‌کنند حاصل شد
و فارغ از آن چیزی است که
بیشتر از هر چیز برای من اهمیت
دارد و موجب خرسندی را فراهم
کرد.

اشتغال ۶۰ خانوار در این مجموعه
موجب رضایت مندی آنها شد
تا ما شاد شویم و انگیزه بگیریم
و واقعا از شراکتی که در آیلار
با دوستان از جمله فریدون
عبیدی انجام دادیم راضی هستیم
و امیدوارم بتوانم در سایه این
همدلی وسعت کار خود را در
آیلار افزایش دهم.



ضمن معرفی خودتان از انگیزه سرمایه‌گذاری انجام شده توسط شما در این منطقه توضیح بفرمایید؟

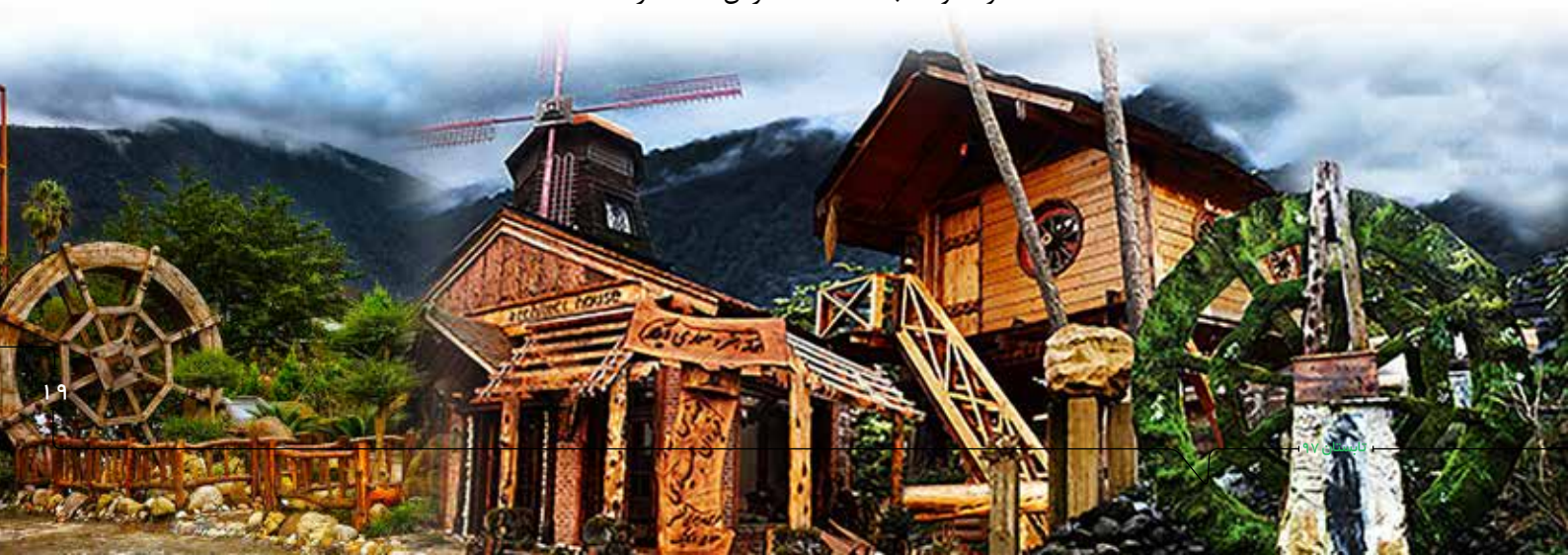
۴۸ سال از خداوند بزرگ عمر
گرفتم. در زمان جنگ تحمیلی
همانند سایر مردم عزیز
کشورمان همپای با رزمندگان در
جبهه‌ها حاضر شدم. بار اول با
۱۳ سال سن راهی جبهه شدم و
بار دوم که در سال اول دبیرستان
درس می‌خواندم مدت ۱۱ ماه در
جبهه بودم.

بعد از پایان جنگ به دلیل
شرایطی که در کشور حاکم بود
به این نتیجه رسیدم تا به
کشور دیگری بروم و اندوخته‌ای
پس انداز کنم و یا چیزی یاد
بگیرم و به کشور برگردم تا در
خدمت هموطنان باشم. با توجه
به موقعیتی که کشور ژاپن
برای جذب نیروی کار داشت
به این کشور سفر کردم.

مدت ۲۸ سال در ژاپن زندگی
کردم ابتدا در کارهای ساختمانی
و طراحی فعالیت داشتم اما
باتوجه به تخصص و علاقه‌ای
که به تولیدات محصولات ایرانی
داشتم سعی کردم تا در راه
تولید گیاهان دارویی و مکمل
تغذیه فعالیت کنم که این
اتفاق با سفر به کاشان که مهد
گل محمدی بود رنگ واقعیت به
خود گرفت شد.

کاشان برای من انگیزه‌ای شد
تا شغل خود را تغییر داده و در
تولید گل محمدی که خاصیت
دارویی دارد فعالیت خود را آغاز

کردم.
در ابتدا با مشکلات زیادی روبرو
شدم اما حمایت‌های زیادی که
در کشور ژاپن از من شد تا
کمبودهای من در این راه برطرف
شود و توانستم این شغل را در
ژاپن گسترش دهم و با راه‌اندازی
۶۰۰ شعبه در این کشور مکمل
غذایی خود را تولید کنم و به
مرز صادرات هم برسانم.
تاکنون به کشورهای سنگاپور
و تایوان و چین هم محصولات
تولیدی خود را صادر می‌کنم
و خوشبختانه گسترش صادرات



زیادی از هموطنان خود مهیا کنید تا در کنار شما مشغول به کار شوند چه پیام و توصیه‌ای دارید؟

من به این جمله که خواستن توانستن است اعتقاد دارم افراد با تلاش و پیگیری می‌توانند به خواسته‌های اصولی که روی آن برنامه‌ریزی کردند دست یابند. متأسفانه خیلی از جوانان برای آینده خود به دنبال تخصص و یا فن‌آوری نیستند و اگر هم داشتند آن را فراموش کرده‌اند و بیشتر به دنبال کارهای واسطه‌گری هستند و همین امر باعث شده است تا از اصل کار به دور باشند و نتوانند به خواسته‌های خود برسند. از مسئولان کشور تقاضا دارم برای سرمایه‌گذاران ارزش قائل شوند و به افکار آنها احترام بگذارند افکاری که توانسته در رونق اقتصادی یک جامعه یا یک مجموعه تاثیرگذار باشد.

دیگر از دوستان پیشنهاد دادند تا با هم سرمایه‌گذاری در کلارآباد داشته باشیم. باتوجه به نیاز کشور و برنامه‌ریزی که برای احداث یک مجتمع تجاری بزرگ صورت گرفته بود در صدد برآمدیم تا مجتمع تجاری با نام پانوراما را احداث کنیم. تمام برنامه‌ها طبق برنامه زمان بندی پیش‌بینی شده انجام شد و در سال ۱۳۹۳ این مجتمع تجاری افتتاح شد. علاوه بر خدمات‌دهی مطلوبی که این مجتمع تجاری به مردم منطقه ارائه می‌داد شرایط اشتغال‌زایی را هم برای جمع زیادی از جویندگان کار در این مجموعه فراهم شد. متأسفانه در ادامه کار شرایطی برای شریک تجاری در این مجتمع به وجود آمد که مشکلاتی را برای مجموعه مذکور فراهم آورد تا جایی که ضرر و زیان زیادی به ما وارد شد. اعتقاد دارم انسان باید به قول و قراری که می‌گذارد پایبند باشد و این موضوع به اصالت انسان به ریشه آن برمی‌گردد.

به عنوان یک ایرانی موفق که توانستید از نقطه صفر پله‌های ترقی را بالا بروید و امروز شرایط را برای جمع

باتوجه به اینکه شرایط برای شما فراهم است تا در کشورهای توسعه یافته تری نسبت به ایران سرمایه‌گذاری آسان تری کنید اما چرا هنوز به سرمایه‌گذاری در ایران تعصب دارید؟

باعث خوشحالی و افتخار است که در دامن پدر و مادری بزرگ شده‌ام که تعصب و غیرت را از آنها یاد گرفتم و یقیناً تربیت و آموزشی که آنها به من آموختند موجب شد تا ریشه خود را فراموش نکنم و به زادگاه و هموطنان خود عشق بورزم، درحقیقت اعتقاد دارم روش زندگی را می‌شود ارتقا داد اما ریشه تغییرنکردنی است.

به غیر از دو مورد تولید گل محمدی و باغ رستوران آیلار که اشاره داشتید آیا در جای دیگری هم در غرب مازندران سرمایه‌گذاری کرده‌اید؟

در زمانی که در ژاپن بودم یکی



تکنولوژی و رشد اقتصاد

تکنولوژی را افزایش می‌دهد. تقلید تکنولوژیکی نقش اساسی را برای کشورهای که فاصله زیاد تکنولوژیکی با کشورهای پیشرفته دارند، ایفا می‌کند. البته بازدهی تقلید تکنولوژیکی، زمانی که به مرز تکنولوژی کشورهای پیشرفته نزدیک می‌شویم کاهش می‌یابد و سرمایه‌گذاری تکنولوژیک دارای اهمیت بیشتری در کاهش شکاف تکنولوژی می‌شود.

انتقال تکنولوژی یعنی وارد کردن عوامل تکنولوژیک خاص از کشورهای توسعه یافته به کشورهای در حال توسعه به منظور قادر ساختن کشورهای اخیر در تهیه و به کارگیری ابزارهای تولیدی جدید و گسترش و توسعه ابزارهای موجود.

انتقال عناصر دانش فنی از یک کشور به کشور دیگر از روش‌های زیر می‌تواند صورت گیرد: کتاب، نشریه و دیگر وسایل اطلاعاتی چاپ و منتشر شده همچون نوشته‌های تجاری، استانداردها، اطلاعات مربوط به ثبت اختراعات آموزش و تربیت نیروی متخصص در خارج از کشور و در نتیجه انتقال از طریق آموزش از کشور مبدأ به کشور مقصد وارد کردن محصولات واسطه‌ای به ویژه آن‌هایی که تکنولوژی بر هستند.

یورگنسن و گریلیچس (۱۹۶۷) از مدلی استفاده نموده‌اند که عدم تجانس بسیاری بین تکنولوژی‌های مختلف را نشان می‌دهد. برای مثال یک دلار خرج شده روی تجهیزات کامپیوتری، بهره‌وری سرانه بیشتری نسبت به یک دلار خرج شده روی ساختمان دارد. با شناسایی دقیق این نوع تفاوت‌ها می‌توان یک تخمین از "جریان‌های تکنولوژی" داشت. هنگامی که بنگاهی به یک تغییر نسبی قیمت‌ها برای

براساس این مدل پیشرفت فنی، رخدادی از ماکزیمم کردن سود بنگاه و یا تحقیق مخترعین می‌باشد. مدل پیشرفت فنی درونزای رومر براساس جستجوی ایده‌های جدید که توسو محققین از طریق اختراع ارائه می‌شود معرفی می‌گردد مدل رومر سعی بر آن دارد که پایداری رشد در کشورهای پیشرفته را توضیح دهد مدل وی براساس مجموعه‌ای از معادلات که چگونگی تخصیص نهاده‌ها را برای تولید مشخص می‌سازد بنا گذاشته شده است.

از این جهت مدل مشابه مدل سولو بوده اما با این تفاوت که در تابع رومر ذخیره سرمایه و نیروی کار به منظور تولید با استفاده از ذخیره اندیشه ترکیب می‌گردد. شایان ذکر است که برای یک سطح داده شده از پیشرفت فنی که برونزا باشد، تابع تولید داری خاصیت بازده نسبت به مقیاس ثابت در نهاده کار و سرمایه می‌باشد.

اما هنگامیکه ذخیره اندیشه به عنوان یک نهاده وارد تابع می‌گردد، حالت بازگشت به مقیاس ثابت تبدیل به خاصیت بازده نسبت به مقیاس صعودی می‌گردد. سرمایه‌گذاری تکنولوژیک هم از طریق افزایش پتانسیل‌های تقلید تکنولوژیکی، رشد بهره‌وری را افزایش می‌دهد و ظرفیت انتقال

مدیریت بهینه تکنولوژی در سطح کلان جامعه باعث افزایش بهره‌وری، رشد تولید و صادرات می‌شود. تکنولوژی‌های جدید موجب تقویت جابجایی عوامل تولید و ایجاد تنوع بیشتر در تولیدات می‌باشند. علاوه بر آن، تکنولوژی باعث تغییر هزینه نسبی تولید و نیز افزایش مزیت نسبی بنگاه‌ها و در نهایت کشورها می‌شود. دستیابی به تکنولوژی‌های جدید به بنگاه‌های اقتصادی اجازه می‌دهد توان تولیدی خود را ارتقاء بخشند که این امر نیز منجر به رشد ظرفیت، کاهش هزینه، افزایش کیفیت و افزایش سرعت در تحویل کالا و رشد اقتصادی کشور می‌شود.

در چارچوب تئوری رشد درونزا، برعکس مدل‌های رشد نئو کلاسیک که تکنولوژی داده شده و برونزا در نظر گرفته می‌شود، پیشرفت تکنولوژی درونزا بوده و در واقع احاد اقتصادی پیشرفت دانش فنی را برعهده می‌گیرند. بنابراین



سلحشوری: طرح اختصاص سهمیه

ورود زنان به مجلس در حال تدوین است

شورای اسلامی با همکاری مرکز پژوهش‌ها در حال تدوین است، تلاش داریم برای ورود زنان به خانه ملت سهمیه خاصی در نظر بگیریم.

سلحشوری یادآور شد: یکی از پیشنهادهای این فراکسیون اختصاص سهمیه حداقل یک زن در هر حوزه انتخابیه است؛ یکی از دلایلی که شاهد حضور دو برابری زنان در مجلس بودیم اختصاص سهمیه احزاب به بانوان بود. در انتخابات مجلس هم زنان با قرار گرفتن در لیست احزاب توانستند در مجلس حضور یابند. این طرح در مرحله مطالعاتی و پژوهش است و تلاش می‌کنیم تا آخر مجلس دهم تصویب شود.

سلحشوری همچنین گفت: با وجود دو برابر شدن تعداد زنان در مجلس دهم نسبت به مجالس قبلی، حضور نمایندگان زن در این مجلس تنها ۶ درصد است که البته این هم سهمیه زنان نیست و ممکن است در مجلس آتی هیچ زنی در مجلس رای نیابد. جزییات این طرح در حال بررسی است و پس از تکمیل اطلاع‌رسانی می‌شود.

رئیس فراکسیون زنان مجلس شورای اسلامی گفت: این فراکسیون در حال تدوین طرحی برای اختصاص سهمیه ورود نمایندگان زن به مجلس است.

پروانه سلحشوری با انتقاد از این که هم اکنون برای ورود بانوان به مجلس سهمیه خاصی وجود ندارد، اظهار کرد: رای مردم به ۱۷ نماینده زن در انتخابات مجلس دهم نشان داد که جامعه خواهان حضور بیشتر نمایندگان زن در خانه ملت است.

وی تصریح کرد: با توجه به قانون انتخابات، ممکن است در یک دوره چند نماینده زن به مجلس راه پیدا کنند و در دوره‌ای دیگر هیچ زنی رای نیابد، این در حالی است که در کشورهای مختلف سهمیه خاصی برای ورود زنان به مجلس وجود دارد برای مثال در عربستان ۲۰ درصد کرسی‌های نمایندگی مجلس و در افغانستان ۲۷.۷ درصد کرسی‌ها در اختیار زنان است و در کشور پاکستان نیز ۷۰ نماینده زن باید در مجلس حضور داشته باشد.

نماینده مردم تهران در مجلس خاطر نشان کرد: بر اساس طرحی که هم اکنون در مجلس

مثال جانشین کردن تجهیزات Hi-Tech پاسخ می‌دهد قسمت اعظم سرمایه‌گذاری در تکنولوژی با تولید نهایی بالنسبه بالاتر خواهد بود و بیانگر تغییر ترکیب تکنولوژی به سمت تکنولوژی‌هایی با تولید نهایی بالاتر است.

پیشرفت تکنولوژی، تنوع تولید، ارتقاء کیفیت، ایجاد مزیت‌های رقابتی را دنبال دارد که این الگو در یک بنگاه باعث کاهش هزینه‌ای تولید و رشد بهره‌وری در بنگاه و انتقال تکنولوژی از یک بنگاه به بنگاه دیگر و در نتیجه رشد ارزش افزوده در کل اقتصاد خواهد شد.

پیشرفت تکنولوژی + ایجاد مزیت رقابتی + بهبود کیفیت تولید = رشد اقتصاد

ارتقاء تکنولوژی و مدیریت تکنولوژی در فرایند رشد اقتصادی اهمیت بسزایی دارد مدیریت تکنولوژی برای بهره‌برداری کارآمد از تجهیزات و ماشین‌آلات ضروری است. رشد اقتصادی بدون زیر بناها از جمله سرمایه‌گذاری تکنولوژیک امکان‌پذیر نیست.

نتایج و پیشنهادهای به‌قرار ذیل می‌باشد:

کشش عامل تکنولوژی مثبت است ولی ضریب آن کوچک است. قدیمی بزودن ماشین‌آلات و پایین بودن ذخیره استهلاک آن‌ها بواسطه شرایط تورمی کشور، منجر به عدم توانایی بسیاری از بنگاه‌ها در جایگزینی ماشین‌آلات شده است و در نتیجه این ضریب را کاهش داده است.

با توجه به تکنولوژی قدیمی و فرسوده تولید، نیاز به تطابق با فناوری‌های جدید احساس می‌گردد. عدم رقابت در بازار داخلی و فقدان سهم قابل توجه در بازارهای جهانی، انگیزه سرمایه‌گذاری در تکنولوژی را کاهش داده است. تاثیر مثبت ارتقاء تکنولوژی در کنار عوامل مکملی همچون مدیریت تکنولوژی و سرمایه‌گذاری انسانی که موجب تعمیق تکنولوژی می‌گردد می‌تواند رشد اقتصادی کشور را دنبال داشته باشد.

در ایران ارتقاء تکنولوژی از طریق مستقیم بر روی رشد تولید اثر گذار است. در صورتیکه بر روی ابتکارات در زمینه تکنولوژی، آموزش لازم صورت گیرد این عامل بیشتر خود را نشان خواهد داد و واقع مدیریت تکنولوژی باعث افزایش اثرگذاری تکنولوژی بر رشد اقتصادی خواهد شد.

تکنولوژی از طریق غیر مستقیم یعنی تقلید تکنولوژیکی نیز بر روی رشد تولید موثر است. در صورت ورود تکنولوژی از کشورهای پیشرفته و صاحب تکنولوژی این اثر می‌تواند افزایش یابد.



چرا مسئولیت اجتماعی برند مهم است؟



دکتر جوان
دکترای بازاریابی از دانشگاه تهران

خاص و تاثیر گذار باشد، سبب می شود افراد بیشتر در مورد آن صحبت کنند. ممکن است این صحبت ها از افراد داخل کمپین شروع شود و کم کم به دوستان و آشنایان آنها منتقل شود اما با گذشت زمان و انجام فعالیت های بیشتر، طبیعتاً افرادی بیشتری به صحبت در مورد فعالیت های برند می پردازند. در چنین حالتی آنهایی که برند را می شناسند و از آن خرید می کنند به این انتخاب خود می بالند و با افتخار می گویند "من از مشتریان همیشگی ... (نام برند شما) هستم"، آنهایی هم که آن را نشناسند به دنبال آن خواهند گشت تا بفهمند چه برندی پشت تمام این رویدادهای مهم و تاثیر گذار است و با شناخت این برند ممکن است بخواهند در فعالیت های آن مشارکت داشته باشند و نهایتاً به مشتری دائم این برند تبدیل شوند. دوم روابط عمومی: تاثیر مهم بعدی که انجام کمپین های این چنینی دارند آن است که همیشه و از راه های گوناگونی در مورد آنها خبر سازی می شود. اگر موسسه ای دارای روابط عمومی قوی ای باشد، از جانب آنها و بدون آنکه تلاش و هزینه ای بابت تبلیغات انجام دهیم، نام برند به معرض نمایش در خواهد آمد و از طریق کانال های اطلاع رسانی معرفی می شوند. همچنین اگر فعالیت های مسئولیت اجتماعی دارای بازخوردهای وسیعی باشد به عنوان سوژه ای خبر گذاری هادر خواهیم آمد.

دهند. در ادامه مهم ترین مزایای آن بر شمرده شده اند: شرکت ها چه از مسئولیت اجتماعی استفاده کنند و چه اینکار را نکنند، رشد خواهند کرد؛ اما انجام مسئولیت اجتماعی شرکتی سبب می شود از روشهای گوناگون پاداش بگیرد. این پاداش علاوه بر جنبه های معنوی، عواید مادی زیادی را نیز نصیب شرکت می کند. چرا که پس از مدتی مصرف کنندگان نیز در رویداد شرکت می کنند. انسان ها ذاتاً تحت تاثیر احساسات شان هستند، و مطالعات اخیر حاکی از آن است که افراد در هنگام خرید آنی و متاثر از احساسات تصمیم گیری می کنند. بنابراین وقتی مسئولیت اجتماعی توسط شرکت ها صورت می گیرد، افراد از طریق قوه های حسی خود با برند درگیر شده و نام برند در بخش حسی مغز آنها جای می گیرد. و زین پس هنگام خرید به صورت ناخودآگاه نام آن را به خاطر می آورند. پتانسیلی که فعالیت های مسئولیت اجتماعی دارد آن است که این فعالیت ها اگر مقطعی نبوده و طبق برنامه ریزی مدونی پیش برود، جریانسی را به راه می اندازد که آوازه و خبرهای مربوط به آن کم کم در همه جا نشر پیدا می کند. این اتفاق از دو جنبه برای شرکت ها مفید است: اول تبلیغات توصیه ای (دهان به دهان): وقتی شرکتی دست به اقدام نوع دوستانه و خیرخواهانه ای می زند، این اقدام هر چه بیشتر

مسئولیت اجتماعی برند که به مسئولیت اجتماعی شرکتی (corporate social responsibility) و مخفف CSR هم معروف است، معمولاً به شرکت های بزرگ مرتبط می شود، نه کسب و کارهای کوچک اما از آنجایی که شرکتها در هر اندازه ای در حال یادگیری و انطباق سریع با شرایط محیطی هستند، مسئولیت اجتماعی در کسب و کار امروزه به امری ضروری بدل شده است. مسئولیت اجتماعی به عبارتی استراتژی برند هوشمند است. چرا که سبب می شود مشتریان به حمایت از برند برآمده و سهم بیشتری از کیف پول خود را به برند اختصاص دهند تا از این طریق در فعالیت های خیرخواهانه ی برند، که ممکن است شامل حفاظت از محیط زیست، حقوق بشر، توسعه ی جوامع و بهبود زندگی کارکنان باشد، شرکت داشته باشند.

مزایای مسئولیت اجتماعی برند برای کسب و کارها

در عصر حاضر استفاده از مسئولیت اجتماعی برند دیگر به عنوان یک گزینه ی انتخابی مطرح نیست، کسب و کارها امروزه ضرورت این مورد را درک کرده اند و سعی می کنند در کمپین های بازاریابی خود بخشی را به مسئولیت اجتماعی اختصاص



هرچه فعالیت بزرگتر و اثرگذار تر باشد و بازخور قوی ای در جامعه داشته باشد، بالطبع خبرگذاری های بیشتری هم به واسطه ی خبررسانی در مورد رویدادی برند ما حامی و اجرا کننده ی آن بوده، خواهند گفت و خواهند نوشت .

شرکت های مختلف در موارد بسیاری به انجام مسئولیت های اجتماعی خود می پردازند. محیط زیست، دنیست یا کمک به خیریه ها، کارهای داوطلبانه، کارهای اخلاقی، این کمپانی ها از مسولیت اجتماعی استفاده می کنند چون این پتانسیل را دارد که افراد را با برند آنها درگیر کند و آنان را به تعامل با برند وادارد. چراکه تصاویر محصولات و قرعه کشی ها را همه می بینند و برایشان عادی است ، اما وقتی متوجه می شوند مشکل کسی که نیازمند کمک بوده، حل شده احساس آرامش می کنند و شاید در دل خود از این برند تشکر کنند که به افراد نیازمند کمک کرده اند (چون ممکن است همیشه در آرزوی کمک به آنها بوده اند اما زمان یا امکان آن را نداشته اند)، در واقع این عمل برای آنها جالب توجه تر از قرعه کشی ای است که می دانند برنده ی آن نخواهند بود.

مسئولیت اجتماعی برند در سطح جهانی

برندهای بسیاری ازمسئولیت اجتماعی استفاده می کنند. در زیر نام برخی از برندهای مطرح جهانی و نحوه ی فعالیتهای مسئولیت اجتماعی آنها معرفی شده است :

Ben & Jerry (تولید کننده ی بستنی) برنامه های منعطف و سازنده ای را در قبال کشاورزانی که لبنیات را از آنها تهیه می کند، دارد. این شرکت تمام فعالیت های خیرخواهانه ی خود را در تبلیغاتش به نمایش می گذارد. Starbucks برنامه ای دارد تحت آنکه مخاطبان را مطمئن کند در تمام فرآیند تولید همگام با محیط زیست پیش می رود.

کمپانی Toms که تولید کننده ی کفش است، به ازای خرید هر جفت کفش، یک جفت کفش به کودکان آفریقای و محرومانی که کفش ندارند می دهد. MC donalds عنوان کرده هرکس تا قبل از آماده شدن سفارشش اعلام کند کدام قسمت را نمیخورد، مک دونالد به

اندازه ی هزینه ی آن قسمت به خیریه ها کمک می کند.

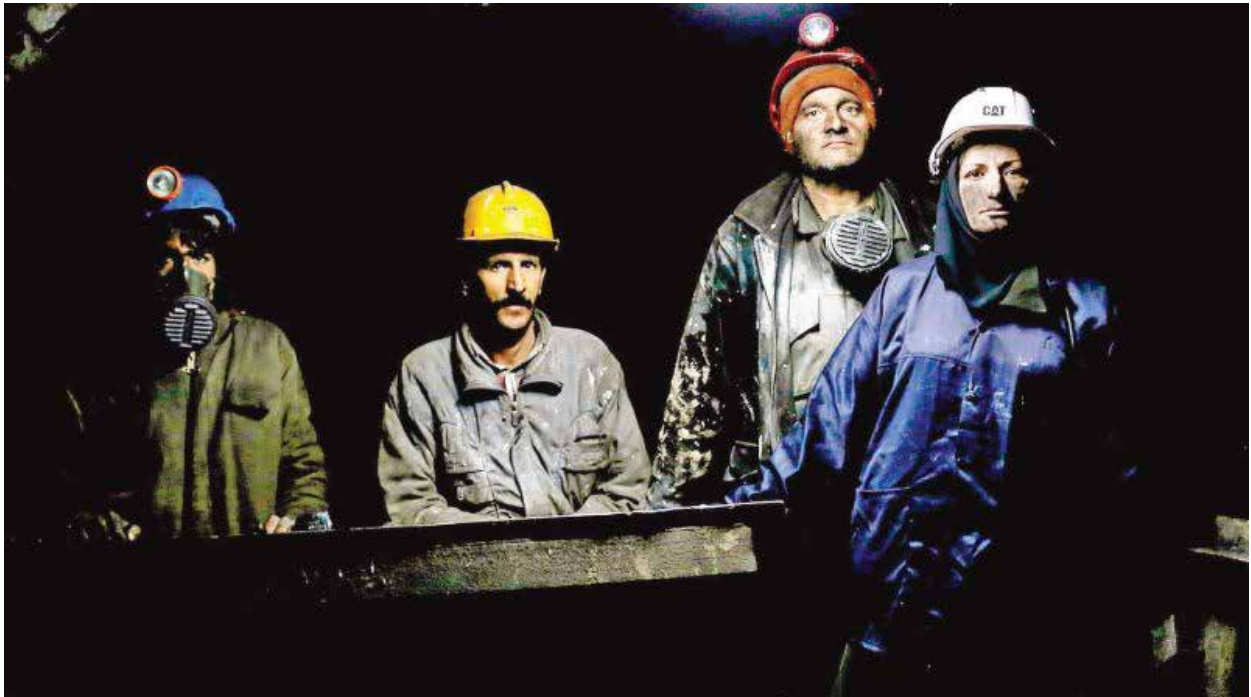
شرکت فیلیپس مسئولیت اجتماعی خود را بر پایه ی آگاه کردن کودکان از بهداشت و رعایت آن قرار داده و برنامه هایی را در این خصوص به اجرا در می آورد.

همچنین GOOGLE , BMW, DISNEY از جمله سرآمدان مسئولیت اجتماعی در حوزه های مختلف هستند . مثلا گوگل به دنبال رفع مشکلات مهاجران اروپایی است. BMW و DISNEY نیز در حوزه ی حمایت از محیط زیست فعالیت دارند.

همانگونه که در مقاله به آن اشاره شد، فعالیت در حوزه ی مسئولیت اجتماعی دارای فوایدی زیادی برای برند است. اما لازم است در خصوص به کارگیری آن به چند نکته توجه کنیم، مهمترین اصل آن است که فعالیت های اجتماعی شما باید در راستای استراتژی بازاریابی شرکت و همچنین متناسب با جوهره ی برند باشد. مورد بعدی آن است که

سعی کنید از برنامه های مسئولیت اجتماعی استفاده کنید که قابل ردگیری و دنباله دار باشند، چراکه از این طریق قادر خواهید بود مخاطبانتان را در مدت زمان بیشتری با خود همراه کرده و از این طریق تعامل مشتریان با برند را افزایش دهید. در آخر به یاد داشته باشید مسئولیت اجتماعی برند بخش مهمی از جنبه های اخلاقی برند شما را تشکیل می دهد و اگر موارد اخلاقی را در این خصوص رعایت نکنید نتیجه ی مثبتی از آن دریافت نخواهید کرد.





جایگاه زنان در توسعه اقتصادی جهان

یکی از مهم ترین معیارها برای ارزیابی درجه توسعه یافتگی یک کشور، اندازه گیری میزان اهمیت و اعتبار زنان در آن کشور است. در سال های اخیر دسترسی زنان به سطوح بالاتر تحصیلات افزایش یافته، اما برای بسیاری از آنها این امر منجر به داشتن شغل مناسب در بازار نشده است.

نقش زنان در توسعه اقتصادی

امروز نگاه جهان بیش از قبل به سوی زنان معطوف شده است. دلیل این امر هم اهمیت تحقق توسعه اجتماعی، تسریع فرآیند توسعه اقتصادی و محقق شدن عدالت اجتماعی است. چنانچه به زن به عنوان نیروی فعال سازنده نگریسته شود، قطعاً روند توسعه و افزایش کمی و کیفی نیروی انسانی جوامع افزایش خواهد یافت. افزایش مشارکت نیروی کار زنان، موجب می شود فرآیند رشد اقتصادی سریع تر اتفاق بیفتد. شواهد از طیف وسیعی از کشورها نشان می دهد که کنترل درآمد خانوار از سوی زنان - به عنوان سرپرست خانواده یا با دست گرفتن کنترل درآمد همسر - منجر به تغییر هزینه ها به نفع کودکان خواهد شد.

طی ۵۰ سال گذشته، دسترسی زنان به سطوح بالاتر تحصیلات در میان کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی افزایش یافته است. اما با این حال برای بسیاری از زنان، داشتن تحصیلات و آموزش بیشتر منجر به

داشتن شغل مناسب در بازار کار نشده است. مطالعه ای که در میان ۲۱۹ کشور انجام شده است، نشان می دهد که در سال های ۱۹۷۰ تا ۲۰۰۹ به ازای افزایش هر سال تحصیلی برای زنانی که در سن باروری هستند، میزان مرگ و میر در کودکان تا ۹/۵ درصد کاهش یافته است. بر اساس این گزارش همچنین، زنان دسترسی کمتری به موسسات مالی و بانک ها و مکانیسم های صرفه جویی و پس انداز دارند. این در حالی است که مردان حداقل یک حساب بانکی دارند. این رقم برای زن ها ۴۷ درصد گزارش شده است.

اختلاف دستمزدها، شرایط نابرابر

عمدتاً زنان در بازار کاری با شرایط کاملاً نابرابر در کنار مردان فعالیت می کنند. در سال ۲۰۱۳ نسبت اشتغال مردان به جمعیت، ۷۲/۲ درصد و نسبت اشتغال زنان به جمعیت، ۴۷/۱ درصد اعلام شده است. همچنین میزان دستمزد زنان نسبت به مردان کمتر است. در بیشتر کشورهای

دنیا دستمزد زن ها، ۶۰ الی ۷۵ درصد دستمزد مردان است. دلیل این امر هم فعال بودن بیشتر زنان در بخش های غیررسمی، غیرسازمان یافته و بدون اتحادیه است. پذیرش مسئولیت های بدون پرداخت نظیر مراقبت از کودکان و کارهای منزل نیز یکی دیگر از دلایل کم بودن میزان دستمزد و نسبت اشتغال آنها به کل جمعیت است. زنان روزانه به طور متوسط، ۱ تا ۳ ساعت از وقت خود را صرف امور خانه داری، ۲ تا ۱۰ ساعت را صرف نگهداری و مراقبت از کودکان، کهنسالان و بیماران و ۱ تا ۴ ساعت صرف خریداری مایحتاج خانواده می کنند. نابرابری جنسیتی هنوز هم در بسیاری از کشورها مانعی بر سر راه فعالیت های اقتصادی زنان است. آنها زمان کمتری برای ادامه تحصیل، تفریح، مشارکت سیاسی و حتی مراقبت از خود دارند. در کشورهای عضو اتحادیه اروپا، ۲۵ درصد از زنان دلیل عدم فعالیت در بازار کار را مراقبت از دیگر اعضای خانواده و مسئولیت های خانگی اعلام کرده اند. این

عوامل به صورت مستقیم می تواند بر مشارکت اقتصادی زنان تاثیر منفی داشته باشد.

نابرابری جنسیتی هنوز هم در بسیاری از کشورها مانعی بر سر راه فعالیت های اقتصادی زنان است. با در نظر گرفتن مشاغل با دستمزد و بدون دستمزد، متوجه می شویم که زنان بیش از مردان در کشورهای در حال توسعه به فعالیت مشغولند. آنها زمان کمتری برای ادامه تحصیل، تفریح، مشارکت سیاسی و حتی مراقبت از خود دارند. علی رغم پیشرفت های بسیاری که در ۵۰ سال گذشته صورت گرفته، تقریباً در تمامی کشورها مردها زمان بیشتری را صرف تفریح

می کنند، در حالی که زنان در حال انجام کارهای منزل آن هم بدون دریافت دستمزد هستند. در جنوب آسیا، جنوب آفریقا و آمریکای لاتین به ترتیب ۸۰ درصد، ۷۴ درصد و ۵۴ درصد از زنها، در مشاغل غیررسمی نظیر کشاورزی فعالیت می کنند. در مناطق روستایی بسیاری از زنان معیشت خود را از راه کشاورزی و اغلب بدون دریافت دستمزد می گذرانند. گزارش ها نشان می دهد که در کشورهای در حال توسعه زنان ۴۳ درصد از نیروی کار در بخش های کشاورزی را تشکیل می دهند. علی رغم اینکه آنها نقش مهمی در کشاورزی ایفا می کنند اما کشاورزان زن نسبت به کشاورزان مرد، زمین های کمتر و همین طور دسترسی کمتری به محصولات و خدمات دارند. کمتر از ۲۰ درصد از کشاورزان زن صاحب زمین هستند. آمار و ارقام نشان می دهد که در سال ۲۰۱۳، ۴۹/۱ درصد از زنان شاغل جهان مشاغل آسیب پذیر داشته و مورد حمایت قانون کار نبوده اند. این رقم در همین زمان برای مردها ۴۶/۱ درصد گزارش شده است. قوانین کاری تبعیض آمیز علیه زنان در کشورهای در حال توسعه و همچنین توسعه یافته یکی از مهم ترین عوامل مشارکت اقتصادی کم زنان است. این نسبت در آسیای جنوب

شرقی برای زنان ۶۳/۱ درصد و برای مردان ۵۶ درصد، در جنوب آسیا، برای زنان ۸۰/۹ درصد در برابر ۷۴/۴ درصد برای مردان، در آفریقای

شمالی ۵۴/۷ درصد برای زنان و ۳۰/۲ درصد برای مردان، در خاورمیانه ۳۳/۲ درصد برای زنان و ۲۳/۷ درصد برای مردان و در نهایت در صحرای جنوب آفریقا ۸۵/۵ درصد برای زنان و ۷۰/۵ درصد برای زنان است.

قوانین کاری تبعیض آمیز علیه زنان در کشورهای در حال توسعه و همچنین توسعه یافته یکی دیگر از عوامل مشارکت اقتصادی کمتر زنان است.

بر اساس آمارگیری انجام شده تقریباً در ۹۰ درصد از ۱۴۳ اقتصاد مورد مطالعه، قوانین تبعیض آمیز نسبت به زنان وجود دارد که آنها را نسبت به مردان در برخی مشاغل محدود می کند. در این میان ۷۶ کشور قوانینی وضع کرده اند که در آنها برخی مشاغل به هیچ عنوان به زنان واگذار نمی شود. از سوی دیگر در ۱۵ کشور، مردان حقوقی دارند که بر اساس آن، به زنانشان اجازه کار کردن بیرون از خانه را نمی دهند. این در حالی است که برابری اقتصادی زنان برای کسب و کارها و در نهایت برای اقتصاد کشورها مفید است. شرکت های بزرگ می توانند از افزایش فرصت های رهبری برای زنان بهره مند شود. این امر منجر به افزایش اثربخشی سازمان ها می شود.

بررسی اشتغال زنان در کشورهای توسعه یافته

در کشورهای توسعه یافته نیز هنوز وضعیت زنان ایده آل نیست. به عنوان مثال در حال حاضر زنان سوئیدی به اندازه مردها ادامه تحصیل می دهند. علی رغم اینکه نرخ مشارکت زنان در



نسبت به مردان و پایین بودن درصد متخصصین و دارندگان مدارج علمی در زنان نسبت به مردان اشاره کرد.

موانع اجتماعی: موانع اجتماعی اشتغال زنان از موانع فرهنگی و اقتصادی آن جدا نیست. با این حال مهم‌ترین راه دستیابی به توسعه فرهنگی، آموزش و پرورش زنان است. دو نهاد مدرسه و خانواده مهم‌ترین عامل در جامعه‌پذیری زنان هستند. ناکافی بودن آموزش در مورد زنان نسبت به مردان، فرصت رشد و ارتقای شخصیت آنها را دچار مشکل می‌کند که به سخت شدن شرایط برای اشتغال آنها منجر می‌شود.

در نهایت زنان در زمینه‌های شغلی یا شرایط مساوی با مردان را ندارند، یا اگر در شرایط مساوی با آنها باشند، کافرهاها و مدیران با تصورات و پیش‌داوری‌های منفی نسبت به کار زنان، مردها را بر آنها ترجیح می‌دهند.

موانع اقتصادی: عدم دریافت مزد در قبال کار خانه، و اختلاف سطح دستمزدها و انجام مشاغلی به تعبیر برخی «بیشتر زنانه» با دستمزد کمتر، از جمله مهم‌ترین موانع اقتصادی بر سر راه زنان برای مشارکت بیشتر است.

آنچه برای از میان برداشتن این موانع ضروری است:

فراهم آوردن زمینه لازم جهت ارتقای زنان به سطوح بالای شغلی.

دادن آگاهی‌های لازم به شوهران در مورد اشتغال زنان و تاثیر گذاری آن بر بنیان‌های اقتصادی و فرهنگی خانواده و جامعه.

بیمه کردن زنان خانه‌دار با هدف تامین آتیه آنها در دوران از کار افتادگی، کهولت و بی‌سرپرستی. واگذار کردن مدیریت و هدایت برنامه‌ها و پروژه‌های رشد و توسعه به زنان متخصص و کارآمد.

استفاده کامل از قدرت و نیروی خلاق زنان به عنوان نیمی از نیروی کار و منابع انسانی.

سبک کردن اداره امور خانه و تربیت فرزندان از طریق آگاه کردن و آموزش مدیریت مشارکت به شوهران و فرزندان.

اصلاح باورها و پندارهای غلط جامعه در مورد استعداد و اشتغال زنان و بااستعداد دانستن مردان بر مبنای جنسیت.

از میان بردن محدودیت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی برای آزادسازی فعالیت‌های زنان.

دهه اخیر افزایش ۲۰ درصدی را تجربه کرده است. افزایش سطح تحصیلات و تغییر نگرش نسبت به ساختار خانواده، از عوامل مهم این رشد است. اگرچه با وقوع بحران اقتصادی در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، این روند آهسته و تا حدی رو به افول گذاشت. اما با در نظر گرفتن پیروی جمعیت در این کشور، این کاهش قابل چشم‌پوشی است.

وضعیت مشارکت اقتصادی زنان ایرانی نرخ مشارکت زنان ایرانی در سال ۱۳۷۵، ۱۷/۹ درصد بوده که جمعیت دو میلیون نفری زنان در اشتغال را نشان می‌دهد. این در حالی است که نرخ مشارکت مردان در همان زمان ۶۰/۸ درصد اعلام شده که شامل جمعیت چهارده میلیون مردان در اشتغال است. این آمار نشان می‌دهد که تنها ۲ میلیون از ۱۶ میلیون نفر از کل جمعیت فعال و شاغل در ایران را زنان تشکیل داده‌اند که حاکی از سهم بسیار ناچیز زنان در اشتغال است.

همان‌طور که پیشتر گفته شد، بررسی علل سهم کمتر زنان از بازار کار در کشورهای توسعه‌یافته، تفاوت ناشی از میزان اشتغال و سطح دستمزدهاست. در حالی که در کشورهای در حال توسعه، علاوه بر تفاوت‌های مربوط به بازار کار، تفاوت در تعلیم و تربیت و باورها نیز عوامل بسیار مهمی به شمار می‌روند.

تصورات غلط اجتماعی مبنی بر عدم مشارکت زنان در فعالیت‌ها و عدم آگاهی زنان ایرانی نسبت به حقوق شهروندی خود، از مهم‌ترین موانع فرهنگی بر سر راه اشتغال زنان در ایران است. نرخ مشارکت زنان ایرانی در سال ۹۵ به شکل محسوسه‌ای افزایش یافته و از ۱۳/۳ درصد در سال ۱۳۹۴ به ۱۴/۹ درصد در سال ۱۳۹۵ رسیده است. جمعیت شاغل زنان در سال ۱۳۹۵، ۳ میلیون و ۸۸۰ هزار و ۸۰۴ نفر بوده که نسبت به سال قبل ۴۱۹ هزار و ۹۸۴ نفر افزایش یافته است.

برخی از مسائل و مشکلات اشتغال زنان، موانع توسعه‌ای است که به ساختار کشورها مربوط می‌شود. از جمله این موانع عبارتند از:

موانع فرهنگی: از مهم‌ترین موانع فرهنگی بر سر راه اشتغال زنان در ایران می‌توان به تصورات غلط اجتماعی مبنی بر عدم مشارکت زنان در فعالیت‌ها، عدم آگاهی زنان ایرانی نسبت به حقوق شهروندی خود، عدم آگاهی زنان از زمینه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی موجود برای فعالیت، بالاتر بودن نرخ بی‌سوادی زنان

این کشور افزایش چشمگیری داشته، اما قیمت نیروی کار زنان در بازار کار هنوز کمتر از مردان است. محدودیت برای برخی مشاغل و دستمزد پایین‌تر موجب شده زنان تمایل بیشتری برای انجام مشاغل نیمه‌وقت داشته باشند. بر اساس مطالعه انجام‌شده در حال حاضر شکاف حقوق میان زنان و مردان حدود ۷ درصد به نفع مردان است.

در دهه اخیر زنان بسیاری در این کشور موفق شده‌اند نقش بیشتری در مناصب مدیریتی داشته باشند. بهبود مقررات مربوط به مراقبت از کودکان، انعطاف‌پذیری و تسهیل زمان کاری برای زنان، تقسیم کارهای منزل، جذب استعدادها بدون در نظر گرفتن جنسیت و افزایش رقابت در بازار کمک شایانی به این امر کرده است.

زنان کانادایی در میان کشورهای عضو گروه ۷-آلمان، فرانسه، ایتالیا، ژاپن، کانادا، انگلیس و آمریکا- بالاترین میزان نرخ مشارکت اقتصادی را در سال‌های اخیر داشته‌اند. پس از نروژ، سوئد و ایسلند، نرخ مشارکت اقتصادی زنان در کانادا با ۶۲ درصد بیش از سایر کشورهاست.

نرخ مشارکت اقتصادی زنان کانادایی

تلاش‌های بسیاری برای کاهش نابرابری دستمزد در میان زنان و مردان کانادایی صورت گرفته است. در حال حاضر دستمزد برای زنان در کارهای تمام‌وقت ۸۸ سنت و برای مردان به طور متوسط ۱ دلار است. زنان در حال پیشروی برای تصاحب مشاغلی هستند که زمانی تنها تحت کنترل مردان بوده است. اما همچنان به دلیل داشتن تعهد نسبت به خانواده، زن‌ها بیشتر در مشاغل نیمه‌وقت مشغول به کار هستند.

کمتر از ۳ درصد زنان مدیریت شرکت‌های بزرگ را برعهده دارند. از میان هر ۵ مدیر در این کشور تنها یکی از آنها زن است.

در زمینه راه‌اندازی تجارت نیز، سهم زنان کانادایی روبه‌رشد است. پس از ژاپن و مکزیک، زنان کانادا بیشترین فعالیت را در حوزه کارآفرینی تجارت دارند. اگرچه زنان بسیاری در کانادا تحصیلات خود را در سطح دانشگاهی ادامه می‌دهند، اما هنوز تعداد زنانی که در رشته‌هایی نظیر مهندسی، ریاضی، علوم و تکنولوژی تحصیل می‌کنند، کم است و هنوز زنان بسیاری مسئول کارهای بدون دستمزد نظیر امور خانه‌داری هستند.

نرخ مشارکت اقتصادی زنان کانادایی در سه

مدیریت کسب و کار چیست؟



عبداله ذاکر
مدرس دانشگاه در حوزه علوم ارتباطات اجتماعی

ماهیت کسب و کار به معنی تعامل افراد با همدیگر به منظور انجام مجموعه ای از فعالیت ها برای ایجاد ارزش جهت مشتریان سازمان و بازگشت سرمایه به ذی نفعان کسب و کار می باشد. در اینجا منظور از کسب و کار به کلیه سازمان های سودمند دولتی بر میگردد. مدیریت فرآیندهای کسب و کار یک روش سازمان یافته و نظام مند به منظور تعریف طراحی، ایجاد، مستند سازی، اندازه گیری، پایش و کنترل کلیه فرآیندهای کسب و کار مکانیزه و غیر مکانیزه به منظور دستیابی به نتایج هدفگذاری نشده همسو با اهداف استراتژیک سازمان می باشد. فعالیت های کسب و کار نوعاً به مجموعه ای از فعالیت های مرتبط با یک مهارت یا هدف خاص اطلاق می گردند که از جمله می توان به فروش، امور مالی و یا تولید اشاره نمود. باید متذکر شد مدیریت (اداره کردن) می تواند به صورت فرایند سازماندهی موثر منابع جهت دستیابی به اهداف تعریف شود. مدیریت کسب و کار به کارگیری این فرایند در یک سازمان مشخص است. یک مدیر کسب و کار ممکن است دارای سطحی از مسئولیت باشد که این بستگی به سازمان مورد نظر دارد. با این وجود برخی عملکردهای کلی در همه کارهای مدیریتی موجود است که شامل برنامه ریزی، سازماندهی، تعیین کارکنان، جهت دهی امور، کنترل و بودجه بندی می شوند.

۱. برنامه ریزی چیست؟

یک مدیر کسب و کار ملزم به برنامه ریزی و آماده سازی سازمان جهت رسیدن به اهداف مورد نظر است که ممکن است شامل کارهای مختلفی شود از جمله برآورد بودجه، تحقیق بازار و ارائه استراتژی به طور اساسی این عملکرد نشان دهنده عمل قرارگیری سازمان، جهت گیری آن و چگونگی تامین منابع است.

۲. سازمان دهی

زمانی که اهداف تعریف شدند، مدیریت کسب و کار مسئولیت های مورد نظر را تشخیص داده، افراد را مورد آنالیز قرار می دهد و ابزارهای مورد نیاز را برآورد می کند و به تقسیم وظایف می

۴. جهت دهی امور

نکته جالب در مورد جهت دهی امور به دست آوردن نقطه بالانس بین کارکنان مورد نیاز و تولید اقتصادی است. این امر شامل تخصیص مناسب منابع و فراهم نمودن تیم حمایتی است که به مسائل سریع پاسخ می دهد. یک مدیر کسب و کار لازم است با داشتن شخصیت فردی بالا به کارکنانش روحیه داده و آنها را جهت دستیابی به اهداف مشترک هدایت کند.

۵. کنترل

عبارت است از ارزیابی کیفیت در تمام مراحل سازمان. یک مدیر با دنبال کردن کارها و مقایسه آنها بر اساس یک نقشه استراتژیک

پردازد. این مرحله ممکن است شامل بازبینی سازمان توسعه گردهمای جدید و یا تعریف مشاغل جدید باشد. هدف ایجاد محیطی بهینه برای عملکرد موثر و نتیجه بخش است.

۳. تعیین کارکنان

پیدا کردن فرد مناسب جهت کارهای مختلف بخش بسیار مهمی از مدیریت کسب و کار است تعیین مشاغل مورد نیاز، آماده سازی تعاریف کارها، انتخاب و آماده سازی از جمله بخش های مختلف کار یک مدیر است. یک مدیر خوب معیارهایی از قبیل تنوع، اخلاق، سیاست و سایر پارامترهای مورد نیاز برای هر کار را در محیط کسب و کارش تشخیص می دهد.



مهندسی مجدد فرایندهای کسب کار جای دارد. نگاه کارکنان سازمان به افراد حاضر در بالای سلسله مراتب نیست بلکه نگاه آنها به جلو یعنی به مشتریان دوخته شده است و کسانی که نهایتاً موجب حرکت و پیشرفت سازمان می شوند. فرایندگرایی راسته به درجه تغییر مورد نیاز که به دوشیوه زیر می توان ایجاد کرد:

- ساده سازی فرایند و مهندسی مجدد فرایند ساده سازی اغلب به چارچوب موجود، محدودیت های فناوری اطلاعات مستقر و همچنین نگرش ها و رفتارهای جاری توجه می کند.

- اما بر خلاف آن هدف مهندسی مجدد کسب و کار ایجاد تغییر بنیادی یا چارچوب شکن است. مهندسی مجدد، چارچوب موجود را به چالش می کشد، نگرش ها و رفتارهای جاری را مورد پرسش قرار می دهد و ممکن است پیشنهاد فناوری اطلاعات جدیدی را مطرح کند.

انواع فرایندهای کسب و کار:

فرایندهای کسب و کار توالی ها و ترکیب هایی از فعالیت کاری است. انواع فرایندها را می توان به سه دسته تقسیم کرد: فرایندهایی که با مشتریان خارجی مواجه اند و کالاها و خدمات با ارزش را ارائه می کنند. فرایندهای مدیریتی و همچنین فرایندهای پشتیبانی فرایندهای مدیریتی فعالیت های دسته اول را کنترل و

- دریافت مواد اولیه
- حساسی
- تهیه طرح تجاری
- رسیدگی به ادعاینامه ها و ضمانت ها
- برنامه ریزی بودجه
- مدیریت حساب های دریافتی
- ارزیابی عملکرد
- تدوین طرح های پیشنهادی
- تصویب اعتبار
- تایید تامین کنندگان و فروشندگان
- استخدام افراد جدید

فرایندگرایی در کسب و کار:

فرایندگرایی پارادایم جدیدی برای سازمان کسب و کار است. بر خلاف دیدگاه قدیمی وظیفه گرایی که معطوف به درون سازمان بوده و آن را به وظایف و کارکردهایی مانند فروش، تولید، تدارکات و توسعه محصول تقسیم می کرد، فرایندگرایی شرکت ها را حول محور فرایندهای آنها سازماندهی می کند. اندیشه اصلی حاکم بر فرایندگرایی آن است که در سازمان، هر چیز و هر کس به گونه ای نظام مند به منظور خدمات رسانی اثربخش و مستقیم به مشتری که نقطه غائی فرایند است، سازماندهی شود. تفکر غالب در مدیریت فرایند با مفهوم مدیریت کیفیت فراگیر معرفی شد. تفکر و مدیریت فرایندی در قلب و مرکز

انحراف از هدف را به حداقل می رساند کنترل امور شامل تحلیل هزینه ها، مدیریت اطلاعات، اندازه گیری عملکرد و عملکرد به موقع است.

۶. بودجه بندی:

دنبال نمودن و بازبینی بودجه یکی از عوامل بسیار بحرانی موفقیت هر مدیر است که اغلب توسط دوره های آموزشی مختلف مدیریت کسب و کار مورد تمرکز قرار گرفته و معمولاً شامل فاینانس، محاسبات و نرم افزارهای محاسبه بودجه می شود. زمینه اساسی دیگری برای مدیریت کسب و کار شامل آمار، بازاریابی منابع انسانی و اقتصاد نیز لازم است. همچنین عواملی همچون تصمیم گیری، منطق، حل مساله و مهارت های شخصیتی نقش بسیار مهمی در مدیریت کسب و کار بر عهده دارد.

فرایندهای معمول کسب و کار در یک سازمان:

در هر سازمان متعارف برخی از فرایندهای معمول وجود دارد که فهرست آنها به صورت زیر است:

- پردازش اطلاعات
- صدور صورتحساب
- خرید
- حمل و نقل

همانگ می کنند و دستیابی به اهداف کسب و کار را تضمین می کنند.

فرایندهای پشتیبانی همانگونه که از نام آنها پیداست، با فراهم کردن امکانات زیر ساختی و مانند آن به فرایندهای کسب و کار کمک می کنند. همچنین فرایندهای کسب و کار را در دو دسته فرایند دانش پایه و فرایند عملیاتی می توان قرار داد. در فرایند دانش پایه به فرایندهایی مانند توسعه محصول تحقیق، تبلیغات و مشاوره مدیریت می توان اشاره کرد. این نوع فرایندها نوعا ماهیتی غیر استاندارد دارند و اشکال آن ها بر دانش و خلاقیت افراد مشارکت کننده است اما فرایندهای عملیاتی در متن اکثر پروژه های مهندسی مجدد فرایند کسب و کار قرار دارند. فرایند عملیاتی براساس ثبات و پایداری نسبی، سطح استاندارد سازی و میزان تکرارپذیری خود دسته بندی می شوند.

مانند خدمات مشتری، تدارکات و ساخت. فرایندهای عملیاتی به دودسته فرایند کلیدی و ثانویه تقسیم می شوند. فرایند کلیدی مستقیما از ماموریت استراتژی های سازمان پشتیبانی می کنند. در این دیدگاه برآورده کردن نیاز مشتری بالاترین اولویت در سازمان است. تیم ها و کار تیمی برای ارائه کارآمد کالاها و خدمات به مشتریان ضروری است و تیم های کاری بر خلاف واحدهای سازمانی بزرگ تا آنجا که امکان دارد مسئولیت یک فرایند را بر عهده دارند. کار تیمی بسیار فراتر از حضور

دوستانه افراد در یک اتاق است. تیم گروهی ویژه از افراد با مهارت های مکمل است که به میزان زیادی خود را به هدف مشترک فرایند متعهد می دانند.

نتیجه گیری:

مدیریت فرایندهای کسب و کار به عنوان رویکرد توانمندی برای بهبود عملکرد و افزایش رضایت مشتریان در سازمان های مختلف قلمداد شده است. با وجود اقبال بالایی که در مورد مزایای به کارگیری رویکردهای مدیریت فرایندهای کسب و کار وجود دارد، بهبود فرایندهای کسب و کار همچنان یک هنر محسوب می گردد تا یک علم.

بنا به تعریف بهبود فرایندهای کسب و کار رویکرد سیستماتیکی است که به سازمان ها در دستیابی به تغییرات معینی در شیوه انجام کسب و کارشان در راستای توسعه و تعالی سازمانی کمک می کند. تحقیقات آکادمیک تاکنون بیشتر متمرکز بر توصیف اجرا و پیاده سازی موفقیت آمیز طرح های بهبود فرایندهای کسب و کار بوده است.

برخی مطالعات موردی، ابتکارات معطوف به بهبود فرایندهای کسب و کار فهرستی از رویکردهای تحلیلی و متعاقبا الگوهای بهبود برای تحلیل گران فرایندهای کسب و کار ارائه داده اند که برخی از این رویکردهای متداول در تحلیل فرایند کسب و کار آمده است:

- بررسی وضعیت پوششایی فرایندها نسبت به ماموریت اهداف و راهبردها
- بررسی میزان تداخل و همپوشانی فرایندها
- بررسی وضعیت تکرار فرایندها
- بررسی ارتباط فی مابین سیستم های نرم

افزایی و نظام اطلاعاتی با حوزه های کاری و فرایندی
- بررسی میزان انطباق با نیازهای مشتریان و مخاطبان و ذینفعان

برخی از راهکارهای بهبود فرایندی و مطلوب کسب و کار:

- حذف فرایندهای مازاد و کم ارزش
 - فشرده سازی فرایندها
 - برون سپاری فرایندها
 - باز طراحی و مهندسی مجدد فرایندها
 - خودکارسازی توسعه اتوماسیون و مکانیزاسیون
 - یکپارچه سازی
 - انطباق با فرم ها، استانداردها و مدل های مرجع
 - مدیریت جریان ارزش در فرایندها
- لازم به ذکر است ایده های ساده ای در پس الگوهای عمومی بهبود نهفته است. از جانب دیگر ضروری است الگوهای مورد نظر با شرایط کسب و کار مورد توجه قرار گرفته و به این نکته توجه گردد که محقق سازی کلیه معیارهای عملکرد به ازای همه الگوهای بهبود امکان پذیر نیست و درجه ای از تحقق معیارهای عملکردی از بعد معیارهای زمانی، هزینه ای، کیفیت و امثالهم قابل حصول می باشد.





تحقیق و توسعه موجب کاهش هزینه تولید می شود

در این حوزه‌ها پایان‌نامه‌های دانشگاهی تقویت شده و به تحقیقات بیشتری بپردازیم. قبادیان گفت: بهتر است که دانشجویان فوق لیسانسی که یک سال برای طرح پایان‌نامه خود وقت می‌گذارند وارد یکی از حوزه‌های عملی کشور شده و با این کار نه تنها به تحقیقات علمی کمک کنند، بلکه خود نیز برای ورود به بازار کار آمادگی بیشتری کسب کنند. معاون آموزشی وزیر صنعت، معدن و تجارت تصریح کرد: بر روی طرح تاپ، یک سال تیم ۸۰ نفره کار کرده‌اند اما اجرائی شدن این طرح جامع منوط به همکاری همه بخش‌های تولیدی، صنعتی و علمی و دانشگاهی کشور است و در این راه باید به مسئولان کشور کمک کنند. وی با تأکید بر ارزش بالای تحقیقات و پایان‌نامه‌های دانشجویی تصریح کرد: این طرح‌ها می‌تواند تا جایی پیش برود که شرکت‌ها برای آن پول پرداخت کرده‌اند و از دانشگاهیان خریداری کنند. قبادیان با اشاره به توانمندی بالای تولیدکننده‌های جوان ایرانی اذعان کرد: باید سعی کنیم تمام تجربیات علمی را در یک جا جمع کرده و با استفاده از کار گروهی این تحقیقات را به تولید و صنعت نزدیک کنیم که این موضوع یکی از اهداف مهم طرح تاپ است.

نوسازی ماشین‌آلات داخلی بر عهده مهندسان، تکنسین‌ها و نیروهای انسانی با دانش روز جهانی است و باید بپذیریم که از سرمایه منابع انسانی نتوانستیم در سال‌های گذشته خوب استفاده کنیم. معاون آموزشی وزیر صنعت، معدن و تجارت با تشریح اهداف طرح تاپ (توانمندی تولید و توسعه اشتغال پایدار) افزود: طرح تاپ در راستای اجرای فرامین اقتصاد مقاومتی و همچنین عمل به شعار امسال یعنی حمایت از کالای ایرانی است. قبادیان تأکید کرد: ما معتقدیم هر چه جلوتر برویم رقابت سنگین و شدیدتر خواهد شد و برای اینکه بتوانیم به حیات تولید در بازارهای جهانی ادامه دهیم می‌بایست به تقویت شرکت‌های دانش‌بنیان بپردازیم و پایه‌های علمی را در صنعت و تولید ملی تقویت کنیم. وی تصریح کرد: طرح تاپ عصاره‌ای از همه عناصری است که در تولید کالای با کیفیت، استاندارد و قابل صادرات به بازارهای جهانی نقش دارند. قبادیان اضافه کرد: برای اینکه بتوانیم کالایی را صادر کنیم حتماً باید این کالا با کیفیت باشد. معاون آموزشی وزیر صنعت، معدن و تجارت مطرح کرد: طرح تاپ در ابتدا بر توسعه و توانمندسازی اشتغال پایدار در بنگاه‌های صنعتی و معدنی تأکید داشت و اجرای آن تنها بر عهده وزارت صنعت، معدن و تجارت بود اما پس از مدتی متوجه شدیم اجرای این طرح در سایر حوزه‌ها همچون کشاورزی، انرژی، صرفه‌جویی آب، محیط زیست و حتی در علوم انسانی و برطرف کردن ناهنجاری‌های موجود در جامعه نیز کاربرد دارد. وی ابراز کرد: در بسیاری از موارد همچون ناهنجاری‌های اجتماعی و مسائل حقوقی بایستی از تجربیات علمی جهانی بهره ببریم تا بتوانیم موفق شویم و می‌بایست

برای قبادیان معاون آموزشی وزیر صنعت، معدن و تجارت در گفت‌وگو با خبرنگار دانشنی آنلاین اظهار کرد: معتقد نیستیم که مشکل اصلی بنگاه‌های صنعتی کشور در حوزه توسعه واحدهای تحقیق و توسعه، مشکل تأمین منابع مالی و نقدینگی باشد. وی افزود: بسیاری از بنگاه‌های ما که تولیدشان در سال‌های گذشته کاهش پیدا کرده، بدلیل نداشتن پول و کمبود منابع نبوده است بلکه آنها کالایی را تولید می‌کردند که قابل رقابت نبوده و نمی‌توانستند تولیدات خود را به فروش برسانند. قبادیان در تشریح واژه تحقیق و توسعه در صنعت اذعان کرد: بدون شک اگر کالایی در داخل ایران با روش‌های سنتی و با کیفیت پایین بدون بهره‌گیری از تکنولوژی روز دنیا تولید شود، در رقابت با برندهای جهانی که وارد کشور می‌شود، شکست خواهد خورد. وی افزود: تحقیق و توسعه باعث می‌شود که هزینه‌های تولید پایین آمده و مصرف انرژی برای تولیدات داخلی کم شود در نتیجه قیمت تمام شده پایین تر خواهد آمد و کالای تولید شده با کیفیت بالای علمی به بازار عرضه خواهد شد. معاون آموزشی وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: از میان چند عنصر حیاتی برای ادامه تولید، یکی تأمین منابع مالی است و یکی از بخش‌های مهم دیگر آن منابع انسانی با مهارت و دانش کافی است و بخش دیگر، استفاده از ماشین‌آلات و تکنولوژی روز دنیاست. وی اضافه کرد: شما نمی‌توانید با ماشین‌آلات فرسوده و قدیمی که سال‌ها از ساخت آن می‌گذرد، یک کالای با کیفیت امروزی تولید کنید و بتوانید در بازارهای جهانی نیز رقابت کنید. قبادیان با تأکید بر اینکه ماشین‌آلات کارخانه‌های صنعتی باید نوسازی شوند، تشریح کرد: وظیفه اصلی

قطعه‌سازان ایرانی در انتظار حل معضلات صنعتی و مالی

به جرات می‌توان به این نکته مهم اشاره کرد که یکی از بزرگترین چرخه‌های تولیدی کشور را قطعه‌سازان خودرو تشکیل می‌دهند. افزایش تیراژ تولید خودروهای داخلی و مونتاژ خودروهای خارجی، نشان از این واقعیت دارد که شرکت‌های قطعه‌ساز به طور مداوم وبدون توقف به تولید وبه روزرسانی محصولات خود می‌پردازند. همزمان با محدودیت‌هایی که قطعه‌سازان در چند ماه اخیر برای حصول مواد اولیه وهمچنین مجادله برسر قیمت‌گذاری‌ها داشتند، برخی از این شرکت‌های قطعه‌ساز نیز پیشرفت‌ها ونوآوری‌هایی را در بخش خصوصی بدست آوردند.

شرکت به میزان ۵۰ درصد کمتر از سال گذشته، رسیدن به نمره کیفی بالای ۹۰ از سوی ساپکو از اعم فعالیت‌های شرکت در سال ۹۶ بوده است. مدیرعامل شرکت مهرکام پارس با اشاره به اینکه سیستم کاری برنامه ریزی شده در سال گذشته را می‌توانیم برای سال جاری اجرا کنیم وهدف گذاری بهتری داشته باشیم افزود: باید برنامه ریزی‌های بلندمدتی را برای مقابله با مشکلات آینده در تامین قطعات ورسیدن به پوشش کامل خط تولید ایران خودرو انجام دهیم. وی درباره سیاست‌های یک شرکت قطعه‌ساز در زمان تحریم، با استفاده از امکانات موجود جهت حفظ استمرار کارکرد خط تولید گفت: ما محدودیت‌های پیش آمده را به عنوان یک فرصت می‌بینیم که بتوانیم با برنامه ریزی مناسب از این شرایط عبور کنیم. یونسیان افزود: مطمئنا در شرایط خاص کنونی باید با استفاده از توانمندی‌ها وقابلیت‌هایی که داریم با پیگیری فرصت‌ها در مسیر رشد وپیشرفت قدم برداریم.

توضیح موضوع (قدرت قطعه‌سازان برای رفع نیاز خط تولید خودروسازان) گفت: در زمان تاسیس مهرکام پارس، توان تولید شرکت به تناسب مطالباتی بوده است که شرکت ایران خودرو از این شرکت انتظار داشته است اما به علت اینکه سرعت رشد ایران خودرو فراتر از این شرکت بوده است در شرایط کنونی فقط در بعضی از اقلام تک سورت هستیم ودر بعضی موارد هم سایر شرکت‌های قطعه‌ساز برای تامین قطعات به ایران خودرو ورود کرده‌اند. وی در زمینه اقدامات لازم جهت عبور از رکود در زمان تحریم‌های خارجی گفت: ما در سال گذشته برای حوزه تولید شرکت ۲ برنامه کاربردی، کوتاه مدت وبلند مدت تعیین کردیم که با تعیین این برنامه‌ها استفاده بهینه از ظرفیت نیروی انسانی وامکاناتی که در اختیار داریم توأم با بسترسازی‌های لازم برای تولید محصولات جدید در دستور کار قرار گرفت. یونسیان در خصوص برنامه‌های شرکت مهرکام پارس در سال گذشته گفت: افزایش فروش شرکت مهرکام پارس در سال ۹۶، کاهش توقف خطوط تولید شرکت ایران خودرو را به میزان ۵۰ درصد کمتر از سال گذشته، کاهش ضایعات تولیدی



تبدیل تحریم‌ها به فرصت در جهت رشد صنعت قطعه‌سازی

مهدی یونسیان، مدیرعامل پیشین شرکت مهرکام پارس که تامین کننده بعضی قطعات شرکت ساپکو است با بیان اینکه ماسیاستی را در جهت احترام به شعار امسال که ((استفاده از کالا ومواد ایرانی)) است تعریف کردیم که بر اساس آن درصد زیادی از آن مواد اولیه‌ای که از خارج کشور وارد می‌کردیم را بتوانیم در داخل ایران تولید کنیم. وی افزود: باشركتهای دانش بنیان وارد مذاکره شدیم و دستاوردی که این مذاکرات برای ما داشت، تولید مواد اولیه با قیمت مناسب تر وكیفیتی قابل رقابت با نمونه‌های خارجی بود. مدیرعامل شرکت مهرکام پارس در





اعطای مشوق های مالیاتی لازمه ادغام قطعه سازان

احمد نعمت بخش، دبیر انجمن خودروسازان ایران با اشاره به اینکه که شرکت های خودروسازی با توجه به حجم نیازهای خود به واحد هایی که با تیراژ بالا تولید می کنند و مجهز به واحد R&D هستند سفارش قطعه می دهند گفت: راهکار افزایش توان تولیدی قطعه سازان کشور را درادغام و یکپارچه سازی ۵۰۰ الی ۶۰۰ قطعه ساز طرف قرارداد با ساپکو، مگاموتور و سازه گستر است.

وی تصریح کرد: با ادغام امکانات و ظرفیت های این واحد های تولیدی میزان قطعات مورد نیاز شرکت های خودروسازی تامین و تکمیل خواهد شد که لازمه آن اعطای مشوق های مالیاتی و تغییر نگرش مدیران واحد های تولیدی است. نعمت بخش اضافه کرد: شرکت های خودروساز با وجود دشواری های کنونی همچون تامین ارز، بروکراسی و هزینه های سنگین گمرکی تمایل به واردات ندارند و به همین دلیل از این تغییر نگرش استقبال خواهند کرد مگر اینکه قیمت و کیفیت تولید قطعات داخلی رقابتی و به صرفه نباشد.



افزایش کیفی قطعات خودرو در گرو توجه به دغدغه قطعه سازان

محمدرضا نجفی منش رئیس هیئت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرو محرکه قطعه سازان خودرو کشور در خصوص ادغام واحد های تولیدی قطعه ساز به دلیل عدم توان کمی در تامین قطعات مورد نیاز خودروسازان اظهار کرد: خودروسازان کشور این موضوع را باید به صورت موردی و مصداقی بیان کنند وگرنه مجموعه های قطعه سازی فعال حدود ۸۰ درصد قطعات مورد نیاز خودروسازان را به خوبی تامین می کنند و در این خصوص مشکلی وجود ندارد. وی تصریح کرد: البته با برطرف کردن ۳ دغدغه اصلی و حیاتی قطعه سازان به طور حتم کیفیت و کمیت تولید قطعات خودرو بالاتر می رود.

نجفی منش افزود: نخستین دغدغه های خودروسازان عبارت است از اینکه مطالبات قطعه سازان به موقع و حداکثر ظرف مدت ۱ ماه پرداخت گردد و از آنجایی که از سال ۹۵ تا کنون

با وجود افزایش ۷۲ درصد مواد اولیه ۵۶ درصد دستمزد و ۲۰ درصد سربار قیمت قطعات تولیدی تعدیل نشده است به صورت عاجل باید به این موضوع رسیدگی شود تا حداقل قیمت گذاری خودروها توسط خودروساز انجام شود.

وی در بیان دغدغه دوم قطعه سازان گفت: رویه غلط قیمت گذاری توسط شورای رقابت باید متوقف گردد و دغدغه سوم قطعه سازان ایرانی این است که با همکاری معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری با برگزاری نمایشگاه های تخصصی شرکت های داخلی و دانش بنیان در خصوص تامین ۲۰ درصد باقیمانده از قطعات مورد نیاز خودروسازان تدبیری اندیشه شود که در این شرایط حساس کنونی بهترین راه حل برای برطرف کردن این مشکل اجرای اقتصاد مقاومتی و توجه به توان تولیدی داخلی توام با استفاده از ظرفیت های شرکت های قطعه ساز ایرانی است.



ساسان قربانی یکی از فعالان با سابقه صنعت قطعه سازی کشور در خصوص توان قطعه سازان در برابر نیاز خودرو سازان گفت: قطعه سازان در حال سپری کردن بدترین شرایطی هستند که تا به حال با آن مواجه بوده اند و به علت وابستگی بین خودروسازان و قطعه سازان، هر کدام از این بخش ها تضعیف شود، بخش دیگر هم متضرر می گردد.

وی افزود: بخشی از مشکلات پیش آمده از درون صنعت قطعه سازی است، اما بخش عمده مشکلات را باید خارج از این صنعت پیگیری کرد. مسائل مختلفی نظیر مالیات، ارز، روادید، بیمه، بانک ها و همچنین نداشتن سیاست روشن و نقشه راه برای فعالیت بخش تولید و صنعت را می توان جزو بزرگترین مشکلات قطعه سازان در کشور بیان کرد.

این فعال صنعت خودروسازی کشور اضافه کرد: در شرایط فعلی نمی توانیم اهدافی که در نظر داشته ایم را محقق کنیم و هدف گذاری های بلند مدت ۱۴۰۴ نیز دیگر قابل دسترس به نظر نمی رسد.

وی اضافه کرد: نبود نقدینگی از مشکلات بزرگی است که قطعه سازها با آن رو به رو هستند. تاخیر در پرداخت بدهی ها توسط شرکت های خودرو سازی توام با تلاطم های ارزی به ما اجازه بستن قرارداد های مشخص و مدت دار را نمی دهد.

قربانی گفت: دیگر معضلاتی که قطعه سازان خودرو با آن رو به رو هستند، قوانین مرتبط با تولید و صنعت است. بانک ها، ارزش افزوده، تامین اجتماعی، موازین مالیاتی و قانون کار کشور باید مورد بازبینی قرار گرفته و ارکان های مسئول آن ها به معنای واقعی به یاری صنعت بیایند.

وی تاکید کرد: صنعت قطعه سازی و در کل صنعت در ایران با موانعی مواجه است که در هیچ جای دنیا تولید کنندگان با آن ها آشنایی ندارد و ما برای تامین مواد اولیه که اولین رکن تولید است و حتی فرستادن نیروها برای آموزش به کشورهای دیگر باید به دنبال ارز بگردیم. این فعال صنعت خودروسازی کشور تصریح کرد: ما برای اینکه صنعت کشور متضرر نشود و نرخ بیکاری بیشتر نشود باید برای حفظ تولیدمان به دنبال ارز بگردیم و در این مصاف نا برابر تولید کننده وطنی، بعضی نیز گلایه دارند که چرا تولید و صادرات ما مثل شرکت های خارجی نیست و ما حتی توان قیمت گذاری مشخص برای صادرات هم نداریم.

قربانی درباره موضوع علت بالا رفتن قیمت قطعات خودرو گفت: در ایران مرکزی را به نام شورای رقابت ایجاد کرده اند که مانع از رشد صنعت کشور و باعث ضرر اقتصاد است. خودرویی با قیمت مثلاً ۲۴ میلیون تومان تولید می شود اما در بازار آزاد ۲۹ میلیون تومان به فروش می رود. به شرکت اجازه بالا بردن قیمت ها داده نمی شود و در نتیجه خودروسازها هم اجازه بالاتر بردن قیمت را در این اوضاع به قطعه سازها نمی دهند. در حقیقت شاهد هستیم در یک چرخه بیمار همه به جز دلان متضرر می شوند و خودرو سازها و همچنین قطعه سازهای بدون پشتوانه هم مجبورند برای کمتر کردن ضررهای وارده تعدیل نیرو کنند و وقوع این پروسه برای صنعت بازدارنده است.

وی در مورد آینده قطعه سازی در کشور تصریح کرد: در این بحران هم قطعه سازان دولتی و هم خصوصی دچار مشکل هستند اما مدیران خصوصی که نگران نیروی کار و صنعت هستند، اعتراض های خود را به گوش مسئولان می رسانند و با توجه به کاهش شدید تولید خودروسازان، سفارش قطعه سازان نیز به شدت کاهش می یابد در نتیجه هزینه سر بار تولید بالا می رود و اگر قیمت تمام شده قطعه بالا نرود، آن واحد قطعه ساز برای ادامه حیات مجبور به تعدیل نیرو و کم کم به علت هزینه های بالای تولید، از چرخه رقابت خارج می شود.

سخن آخر

بنابراین با توجه به سخنان مسئولان و فعالان صنعت خودروسازی کشور به نظر می رسد اگر به زودی مشکلات قطعه سازان خصوصی دولتی برطرف نشود در آینده ای نه چندان دور شاهد تعطیلی واحدهای قطعه سازی خودرو در نقاط مختلف کشور خواهیم بود که وقوع این اتفاق موجب افزایش میزان بیکاری می شود.



ظرفیتهای ما

برای پیشرفت اقتصادی



منابع طبیعی



[۷,۹۰۰,۰۰۰]

معدن در کشور

[۷,۱۰۰,۰۰۰]

تن طلا
معدن فلزات کمیاب و ارزشمند

رتبه [۱] کشور از نظر ذخایر نفتی و گاز
۱۳۲ میلیارد ذخایر نفتی
۲۷/۲ تریلیون متر مکعب گاز

[انرژی های پاک]
انرژی آب و خورشید، انرژی هسته‌ای

[معدن سیمان]

[سنگ آهن]

[سنگ های قیمتی]

[فلزهای لازم و اساسی]

اقتصاد



[۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰]

دلار تولید ناخالص داخلی

رتبه [۱۷]
در اقتصاد جهان

[۷۸,۴۵۳,۰۰۰]

نفر بازار مصرف داخلی

زیرساختهای کشور



[۶۰۰]

سد در کشور
اول انقلاب ۱۰، ۱۵ سد داشتیم

[پل و کارخانه]

[سیاستهای کلی نظام]

سند چشم انداز ملی ۱۴۰۴
سیاست های اصل ۴۴ قانون اساسی

[شبکه جاده ای گسترده]
در سراسر کشور



نیروی انسانی

[۶۵,۰۰۰]

نفر عضو هیئت علمی

[میلیون ها]

نفر نیروی مجرب در کشاورزی

[۳۱٪]

بیش از جمعیت جوان کشور

[۵,۰۰۰]

شرکت دانش بنیان

[۱۷,۰۰۰]

نفر متخصص و فعال در شرکت های دانش بنیان

[۴,۰۰۰,۰۰۰]

نفر دانشجوی دانشگاه ها

[۱۰,۰۰۰,۰۰۰]

نفر دانش آموخته ی دانشگاه ها

نتیجه وجود منابع غنی انسانی:

رتبه علمی
شانزدهم دنیا

د



موقعیت جغرافیایی

[۱۵]

کشور همسایه در کنار کشور ما

[۳۷۰,۰۰۰,۰۰۰]

جمعیت نفر همسایگان و ارتباطات با آنها

[تنوع اقلیمی کشور]

موقعیت [چهار راهی] کشور و ترانزیت با کشورهای همسایه

[آبهای آزاد] در جنوب و آبهای محدود در شمال کشور

نیروی انسانی

مستقبل اقتصاد

به مناسبت روز خبرنگار صورت گرفت:

بازدید سرپرست روابط عمومی فرمانداری تهران از سرپرستی روزنامه دنیای اقتصاد در غرب تهران



وی یادآور شد مدیران ارشد شهرداری و شخص شهردار منطقه ۲۱ نگاه ویژه ای به رسانه ها به خصوص رسانه های مکتوب دارند.

جنگروی و همراهان در ادامه از بخش های مختلف دفتر رسانه بازدید نموده و با کارشناسان و دبیران بخش های خبری تولید و فنی به گفتگو پرداختند. و از انعکاس به موقع اخبار و رویداد های منطقه در این رسانه ها برآز رضایت کرد. و برای تیم خبری و کارکنان این مجموعه رسانه ای آرزوی موفقیت و توفیق نمود.

جمشیدی تاکید که در روابط عمومی و رسانه بخش اصلی از بدنه اطلاع رسانی کشور می باشند که در تعامل و همدلی با یکدیگر کیفیت اطلاع رسانی را بهبود بخشیده و در صحت رویداد نقش موثری دارند.

مدیر مسئول گروه نشریات دانستنی به اهمیت جایگاه روابط عمومی هادر کشور تاکید نموده و خاطر نشان کرد در صورتی که روابط عمومی ها در هماهنگی و اعلام و انعکاس رویدادها ها قوی عمل کنند، انتشار رویدادها از رسانه ها با کیفیت بیشتری صورت خواهد گرفت.

مدیر روابط عمومی شهرداری منطقه ۲۱ به ارتباط با رسانه ها و حوزه خبر تاکید نموده و گفت در جهت اطلاع رسانی صحیح و سالم می بایست ارتباطات روابط عمومی ها با رسانه ها بیشتر شود.

علی جنگروری مدیر روابط عمومی به همراه تیم رسانه ای شهرداری منطقه ۲۱ ضمن بازدید از تنها دفتر رسانه ای در جاده مخصوص با خبرنگاران و عکاسان و کارمندان پایگاه خبری دانستنی آنلاین دیدار و گفتگو داشتند.

در این دیدار ابتدا سیدرضا جمشیدی مدیر مسئول پایگاه خبری دانستنی آنلاین و سرپرست روزنامه دنیای اقتصاد غرب تهران ضمن خیر مقدم و تشکر از توجه ویژه مسئولین شهرداری منطقه به اصحاب رسانه، همکاری و تعامل ادارات و سازمانها با رسانه ها را یکی از مهمترین عوامل در پیشبرد اهداف و رسالت خبری عنوان کرد.





اولین نشانه شکست برجام اروپایی به روایت بلومبرگ

صادرات نفت ایران در دو هفته نخست ماه ژوئن به شدت کاهش یافته است. این نشان می دهد که اقدام ترامپ در وضع تحریم های جدید علیه ایران برخی از مشتریان را از خرید نفت این کشور منصرف ساخته است. به گزارش پایگاه خبری دانستنی آنلاین و نقل از بلومبرگ، بارگیری نفت خام و میعانات از بندر ایران در ۲ هفته نخست ماه ژوئن با ۱۶ درصد کاهش نسبت به مدت مشابه ماه می به ۲.۱۱۴ میلیون بشکه در روز رسیده است. بر اساس آمارهای کشتیرانی، این بیشترین کاهش ماه به ماه صادرات نفت ایران از دسامبر ۲۰۱۶ تا کنون است. البته با توجه به اینکه هنوز تا پایان ماه ژوئن ۲ هفته دیگر باقی مانده هنوز زود است بخوایم در مورد کاهش صادرات نفت ایران به صورت قطعی اظهار نظر کنیم. اما با توجه به وابستگی دولت ایران به درآمدهای نفتی، کاهش صادرات نفت ایران در بلندمدت یک نگرانی عمده برای تهران خواهد بود. میزان صادرات نفت ایران در این ۱۴ روز، پایین ترین میزان صدور ۲ هفته ای نفت این کشور در ۱۲ ماه گذشته محسوب می شود. بر اساس این گزارش، میزان نفت صادراتی ایران به کشورهای عضو اتحادیه اروپا به میزان یک سوم کاهش یافته، زیرا کشورهای اسپانیا، یونان و ایتالیا همگی در ماه ژوئن خرید خود از ایران را نسبت به ماه قبل کاهش داده اند. ترکیه که در سال جاری به طور متوسط روزانه ۲۰۰ هزار بشکه از ایران نفت خریده، از ابتدای ماه ژوئن هیچ نفتی از این کشور خریداری نکرده است. میزان تحویل نفت ایران به هند و ژاپن نسبت به ماه گذشته افزایش داشته، در حالی که میزان صادرات نفت به چین بدون تغییر باقی مانده است. در مقابل، میزان صادرات نفت و میعانات نفتی ایران به کره جنوبی به شدت کاهش یافته است. به گزارش اکونومیست، جمهوری اسلامی ایران اعلام کرد، در صورتی در برجام بدون آمریکایماند که اروپا در خصوص تعهدات برجام تضمین دهد، از جمله اینکه صادرات نفت ایران نباید کاهش پیدا کند.



للمزيد الإقتصاد الروسي.. أول الفائزين بالمونديال

بالمائة، اثر زيادة الطلب عليه خلال المونديال على الملاعب الروسية. وفيما يخص توزيع المشاريع الاستثمارية، جاءت مشاريع البنى التحتية بالمقدمة مسجلة بـ ٦١ مليار دولار، تليها مشاريع بناء الملاعب بـ ٣٥ مليار دولار، ومن ثم أماكن الإقامة بـ ٧٠ مليون دولار. وسددت الميزانية الاتحادية الروسية قيمة أكثر من المشاريع الاستثمارية، كما خضعت هذه الميزانية للتحديث ١٢ مرة، منذ إعلان فوز روسيا بتنظيم المونديال عام ٢٠١٠.

مساهمة محدودة

أعلنت وكالة موديز للتصنيف الائتماني، الشهر الماضي، أن نتائج كأس العالم ٢٠١٨ على الإقتصاد الروسي ستكون محدودة. وقالت الوكالة: (بالنظر الى حجم الإقتصاد الروسي ومدة كأس العالم، فإننا على قناعة بأن البطولة لن تقدم مساهمات كبيرة للنمو الإقتصادي). وأضافت الوكالة: أنه من المرجح أن تحقق قطاعات الأغذية، والإقامة، والاتصالات، والنقل، تقدماً مؤقتاً خلال المونديال، لافتة الى أن المؤسسات الروسية لن تشهد تحسناً خلال البطولة.

اقتصاد البرازيل مستضيف البطولة السابقة، بمعدل ٥٥. بالمائة. في تصريحات سابقة، أعلن النائب السابق لرئيس الوزراء الروسي، أندريه دفوروفيتش، بأنه في حال لم يتم انشاء استثمارات خاصة بكأس العالم في روسيا، لكان إقتصاد البلاد عاجزاً عن تسجيل النمو.

السياحة والبنى التحتية

يعتبر قطاع السياحة في مقدمة القطاعات التي ستحقق مكاسب كبرى من كأس العالم اذ من المرجح أن تسهم السياحة في دعم الناتج الإجمالي المحلي، العام الجاري، بـ ١٢١ مليار روبل (١٩٥ مليار دولار)، مقابل زيادة تتراوح بين ٤٠ و ٧٠ مليار روبل (٦٤٥ - ١١٣ مليار دولار) سنوياً، للأعوام الخمس القادمة. كذلك، من المتوقع أن تبلغ الزيادة في أعداد السياح الأجانب في روسيا نحو ١٥ بالمائة خلال كأس العالم، فضلاً عن زيادة بمعدل ٢٠ - ٢٥ بالمائة في أعداد السياح المحليين. وفي الوقت الذي يشير فيه الاقتصاديون الروس، الى أن هذا الإنفاق سيؤدي الى زيادة التضخم بنسبة تتراوح بين ٢ - ٣. بالمائة، من المتوقع أن يتعافى الروبل أمام الدولار بمعدل (٢-٣)

بميزانية تتجاوز ١٤ مليار دولار، سيكون كأس العالم ٢٠١٨ في روسيا، الأعلى من حيث التكلفة، كما من المنتظر أن يساهم في دعم الإقتصاد الروسي بشكل كبير. وحسب المعلومات، فإن ميزانية التحضيرات للعرس الكروي الأكبر حول العالم بلغت ٨٧٠ مليار روبل (حوالي ١٤ مليار دولار)، اذ تم انشاء وترميم ١٢ ملعباً، بسعة تصل الى ٤٥ ألف متفرج على الأقل لكل منها. وخلال فترة الاستعداد للمونديال ما بين عامي (٢٠١٣ - ٢٠١٨)، تم اضافة نحو ٨٦٧ مليار روبل الى الناتج المحلي الإجمالي الروسي. ويشير خبراء الى أنه من المرجح أن تساهم السياحة والبنى التحتية في رفد الإقتصاد الروسي خلال السنوات الخمس المقبلة، بمعدل يتراوح بين ١٥٠ و ٢١٠ مليار روبل (٢٤١٩ - ٣٨٧٥ مليار دولار) سنوياً. ووفق البيانات الصادرة عن الحكومة الروسية، من المتوقع أن يسجل إقتصاد البلاد نمواً اضافياً بمعدل ١ بالمائة، بفضل الاستثمارات التي تم انشاؤها ما بين (٢٠١٣ - ٢٠١٨) ضمن اطار التحضيرات لكأس العالم. وكان المونديال الكروي قد ساهم في دعم

حرب تجارية بين واشنطن وبكين..

والصين ترد بفرض رسوم على البضائع والمنتجات الأميركية

ومصالحنا الشرعية بشكل حازم. ويستكمل سلاح الرسوم الجمركية مشهد الحرب التجارية التي كان ترامب أعلنها على حلفائه وأصدقائه، لا سيما الأوروبيين، حيث فرض رسوماً على واردات الصلب والألمنيوم، ليواصل هجومه في قمة السبعة في كندا وانسحابه منها اثر خلافات قوية حول البيان الختامي للقمة. وأثار الموقف رداً أوروبياً، حيث وافقت دول الاتحاد الأوروبي بالإجماع على فرض رسوم تجارية بحجم مليارين و ٨٠٠ مليون يورو على استيراد السلع الأميركية. وخرجت دعوات أوروبية أيضاً لمواجهة السياسات الأميركية والاعتماد على قوة الأوروبيين أنفسهم.. حيث دعا وزير الخارجية الألماني هيكوماس الى اتخاذ خطوات صارمة رداً على الرسوم الأميركية، فيما اعتبر البنك المركزي الأوروبي أن الثقة مع ادارة ترامب حول التجارة الدولية فقدت، وأنه لا يمكن لأوروبا الاعتماد على نفسها. ومع الواقع الذي تعكسه الأرقام مع ١٤٦ مليار دولار عجز أميركي مع الاتحاد الأوروبي فان الحرب التي ارتفعت أسهمها مع وصول ترامب الى البيت الأبيض يبدو أن صداها يتحول بشكل أسرع من صوت الرصاص الى صوت آلات عد النقود.

المرة وصل الأمر الى الصين. وأعلن ترامب فرض رسوم جمركية بنسبة ٢٥ بالمئة على سلع صينية بقيمة ٥٠ مليار دولار، تنفيذاً لتهديدات أطلقها في آذار/مارس الماضي، حيث ستبدأ واشنطن بتحصيل الرسوم على أكثر من ٨٠٠ سلعة صينية بقيمة ٣٤ مليار دولار في تموز/ يوليو المقبل. ورد المارد الاقتصادي الصيني بسرعة معلناً فرض عقوبات مضادة مساوية على المنتجات الأميركية، داعية الدول الأخرى للقيام بتحرك جماعي ضدهما أسمته السلوك الرجعي الذي عفا عليه الزمن. وصرح المتحدث باسم الخارجية الصينية جينغ شوانغ قائلاً: اذا تبنت الولايات المتحدة اجراءات حمائية أحادية الجانب تضر بالمصالح الصينية فسندرد على الفور بالإجراءات الضرورية لحماية حقوقنا

البنك المركزي الأوروبي: فقدت الثقة بادارة ترامب في التجارة العالمية ولا يمكن لأوروبا الاعتماد على نفسها أعلنت الصين فرض رسوم جمركية مضادة رداً على الرسوم الجمركية التي أعلنتها الولايات المتحدة على بضائع صينية بقيمة خمسين مليار دولار.. هذا فيما ترتفع أسهم الحرب التجارية بين واشنطن وحلفائها الأوروبيين الذين أكدوا اتخاذ اجراءات صارمة لمواجهة السياسات الأميركية. كلام كثير ألقاه القادة الأوروبيون على مسامع الرئيس الأميركي دونالد ترامب فيما يخص الحرب التجارية بين الجانبين.. لكن علي ما يبدو لا يرى ترامب الاشعار أميركا أولاً الذي تعهد به في حملته الانتخابية. لكن التمسك بهذا الشعار بدأ يوضح مشهد تحويل أصدقاء واشنطن الى أعداء، وهذه



وقال غصن: (لن نتخلى عن إيران.. سيكون لنا مستقبل في إيران). وأضاف رئيس الشركة الفرنسية: (لن نفعل ذلك على حساب مصالح رينو.. سنسهر على ألا يتسبب وجودنا في إيران باجراءات عقابية مباشرة أو غير مباشرة من قبل السلطات الأميركية.. من أجل ذلك، هناك فريق يعمل على هذا الملف ويتواصل مباشرة مع الإدارة الأميركية لمعرفة ما يمكن وما لا يمكن فعله).

وتحظى رينو بحضور قوى في إيران حيث تتخطى مبيعات الشركة ١٦٠ ألف سيارة سنوياً، كما بلغ مجموع مبيعات الشركة في العالم ٣٧٦ مليون سيارة. في المقابل، أعلنت الشركة المنافسة (بي.اس.إل) (بيجو سيتروين) التي باعت أكثر من ٤٤٤ ألف سيارة في إيران العام الماضي، انسحابها التزاماً بالحظر التي فرضتها الولايات المتحدة.

أعلن الرئيس التنفيذي لشركة (رينو) أن المجموعة الفرنسية لصناعة السيارات ستقلص وجودها في إيران ولن تنهيه بشكل تام، رغم إعادة فرض الأميركي.

وقال كارلوس غصن، الرئيس التنفيذي للشركة أمام المساهمين خلال اجتماع الجمعية العامة في باريس يوم الجمعة: (لن نتخلى عن وجودنا؛ لكن إذا اضطرتنا لتقليص نشاطنا سنحتفظ بوجود محدود لأننا مقتنعون بأن هذه السوق ستفتح من جديد في وقت ما وأن بقاءنا في إيران سيمنحنا بالتأكيد أفضلية).

ومطلع أيار / مايو، أعلنت واشنطن انسحابها من الإتفاق النووي الموقع بين إيران والدول الكبرى، وقررت إعادة فرض عقوباتها على طهران وكل الشركات التي تتعامل مع إيران، ممهلة إياها بين ١٨٠ و٩٠ يوماً للخروج من البلاد.

رينو لن تنهى وجودها في إيران رغم الحظر الأميركي



RENAULT NISSAN





نساجی هلال ایران



سازمان مدیریت بحران، استانداری ها و عموم مردم تعریف شده که مردم عزیز جهت تهیه اقلام مورد نیاز خود به تعاونی مصرف مستقر در محل شرکت و ۵ فروشگاه و نمایندگی در سطح کشور مراجعه می نمایند. و طبق ماده ۳ اساسنامه، موضوع فعالیت های شرکت عبارتند از:

الف: تولید انواع نخ، پارچه، پتو و به طور کلی هر نوع تولیدات نساجی و فروش محصولات تولید شده.

ب: خرید و فروش و واردات انواع مواد اولیه و ماشین آلات و لوازم یدکی مورد نیاز.

ج: هر گونه واردات و صادرات و معاملات بازرگانی مجاز. د: تولید چادرامدادی، چادر مسافرتی و سایر ملزومات امدادی.

ه: فعالیت آزمایشگاه شرکت به عنوان آزمایشگاه مستقل در جهت ارائه خدمات آزمایشگاهی به شرکتهای درخواست کننده آزمون.

بدین لحاظ شرکت نسبت به افزایش کیفیت و توان تولید محصولات خود در جهت بهینه نمودن بازار فروش تولیدات و افزایش درآمد از محل فعالیتهای جاری به منظور تامین هزینه ها و سوددهی، برنامه ریزی نموده است.

۱۳۷۳ پس از خرید صد در صد سهام توسط جمعیت هلال احمر نام شرکت به شرکت صنایع نساجی هلال ایران تغییر یافته است. علاوه بر شعبه تهران دارای شعبه خوانسار در اصفهان می باشد. در این شرکت ۲۸۰ نفر در ۱۳ سالن با مساحت ۵۳۰۰۰ متر مربع اشتغال به کار دارند. با وجود بدهی کلان و عدم کیفیت تولیدات و نداشتن قدرت نقدینگی و رقابت در بازار تا سال ۹۴ که بنده به عنوان مدیرعامل شرکت انتخاب شدم با تلاش های صورت گرفته به لطف الهی امروز شرکت نه تنها بدهی نداشته بلکه نسبت به بازه زمانی ۱۰ ساله قبل ۴۰ درصد و در بازه زمانی ۹۶-۹۵، ۶۰ درصد افزایش تولید در کنار ارتقاء کیفیت داشته ایم و در بسیاری از محصولات نیز حتی شاهد کاهش قیمت ها بوده ایم.

با توجه به فعالیت های گسترده شرکت نساجی هلال ایران در خصوص ماموریت های شرکت بیشتر توضیح بدهید.
ماموریت شرکت ما تامین اقلام اضطراری جمعیت هلال احمر و سازمان هایی همچون: نیروهای مسلح (ارتش، سپاه پاسداران، نیروی انتظامی)،

گفتگوی اختصاصی افشین اُروس خانی با مدیرعامل شرکت نساجی هلال ایران: در ادامه بررسی مشکلات و چالش های پیش روی صنعت نساجی ایران ضمن بازدید از خطوط تولید و مونتاژ و نمایشگاه دائمی، با مهندس ظاهر رستمی مدیرعامل شرکت نساجی هلال ایران که در کارنامه ۳۲ ساله خود به عنوان دبیرکل جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران، رئیس سازمان تدارکات پزشکی هلال احمر ایران، عضویت در هیات مدیره شرکت سرمایه گذاری هلال احمر و مدیرعامل شرکت بازرگانی و نیز مدیرکل بهزیستی استان تهران خدمت نموده است، به گفتگو پرداخته ایم که توجه شما را به مشروح این گفتگو و گزارش تصویری آن جلب می کنیم.

در ابتدای گفتگو تمایل داریم ما را با پیشینه شرکت نساجی هلال ایران بیشتر آشنا کنید. این شرکت با بیش از ۵۰ سال سابقه با عناوین و اسامی مختلف با شماره ثبت ۵۹۴۲ فعالیت داشته و در سال





توانست با همت نیروهای امدادی در تدارک فوری اسکان اضطراری اولیه زلزله زدگان گامهای موثر بردارد.

صنایع نساجی هلال ایران محل مراجعه غالب اشخاص حقوقی و حقیقی که قصد خرید و اهدای اقلام امدادی برای کرمانشاه داشتند، بود و با آغوش باز و حداکثر مساعی پاسخگویی انتقال محبت های بی دریغ مردم به آسیب دیدگان بود. این شرکت در سنوات قبل در زلزله چین و بلایای طبیعی پاکستان، ازبکستان، جمهوری آذربایجان و همچنین آوارگان حملات تروریستی عراق و سوریه مقادیر معتناهی چادر و پتو به این کشورها صادر نموده است که این روند حسب درخواست آنها قابل استمرار و تأمین می باشد.

در پایان گفتگو به عنوان یکی از بزرگترین واحدهای تولیدی نساجی چنانچه در خصوص چالش های تولید در کشورمان سخنی دارید بفرمائید.

بله سخن در این زمینه بسیار است. بنده به عنوان یکی از مدیران مملکت که در بخش های مختلف سابقه خدمتی دارم مشکلات همواره بر عقیده بوده ام که چالش های بخش اقتصاد و واحدهای تولیدی کشورمان به حوزه های زیر تقسیم می شود:

۱- عدم فرهنگ سازی موفق و نهادینه شدن الگوی مصرف ایرانی اسلامی:

سالهاست که جامعه ما با رویکرد مصرف گرایی و اسراف نتوانسته از منابع ملی به نحو پایسته بهره برداری و صیانت کند. ضعف در مدیریت و عدم فرهنگ سازی مصرف بهینه حوزه های بسیاری از سرمایه های میهنی همانند آب را به مخاطره انداخته است. امروزه همین رویکرد یعنی انتظار برای رسیدن به نقطه بحرانی و بعد مدیریت آن همانند نوسانات ویرانگر بازار ارز صدمات جبران ناپذیری به مملکت ما وارد نموده است.

ارتقاء کیفیت، سرعت در تولید و قیمت مناسب رویکرد اصلی ما در خط مشی ترسیمی شرکت می باشد. ما در حالی که قیمت اکثر محصولات مان نسبت به سال ۹۲ هیچ گونه افزایشی نداشته، با کیفیت بالاتری هم در حال عرضه است و نکته بارز آن ایرانی بودن مواد اولیه و فرآیند تولید می باشد. تمامی محصولات ما با حداکثر ۵ درصد سود به دست مشتریان می رسد و در شرایطی است که مشابه خارجی آن تقریباً ۲ برابر قیمت محصولات شرکت ماست. به عنوان مثال کوله پشتی مرغوب تولیدی این شرکت به قیمت ۱۳۰,۰۰۰ تومان عرضه می گردد که مشابه خارجی آن ۳۰۰,۰۰۰ تومان می باشد. نیز چادر هلال به قیمت ۷۰۰,۰۰۰ تومان عرضه می گردد که قیمت مشابه وارداتی آن ۳,۰۰۰,۰۰۰ تومان می باشد. در خصوص چادر راپال نیز همین طور میان قیمت عرضه ما و مشابه وارداتی آن اختلاف یک میلیون تومانی وجود دارد. ضمناً ما در تولید «پارچه کوردرا» که تا سال ۹۵ وارداتی بوده است به خودکفایی رسیده ایم. لازم بذکر است تمامی محصولات تولیدی این شرکت قابلیت تعویض و پیگیری دارد تا تمام حقوق مشتریان حفظ گردد.

آیا شما به عنوان مدیرعامل شرکت در زمینه ماموریت های اجتماعی مجموعه تحت مدیریت خود چشم اندازی ترسیم کرده و فعالیت هایی در این خصوص داشته اید؟

بله قطعاً. شرکت ما با توجه به رسالت امدادی و کمک رسانی، در زمینه های عام المنفعه بیشترین حضور را داشته است. در جریان زلزله کرمانشاه، این کارخانه بصورت شبانه روزی در حوزه تولید، بارگیری، ارسال اقلام امدادی مناطق زلزله زده به ویژه چادر اسکان اضطراری، ست خواب، پتو، نایلون سنگری، کیف کمکه های اولیه فعال بوده بنحویکه در حداقل زمان ممکن

با توجه به اینکه اشاره کردید که ۲۸۰ نفر پرسنل کارگری در این شرکت مشغول به فعالیت اند لطفاً بفرمائید این پرسنل در چه بخش هایی اشتغال بکار دارند؟

۱- ستادی: شامل واحدهای برنامه ریزی، طراحی مهندسی، امور مالی، امور اداری، کنترل کیفیت، آزمایشگاهی، بازرگانی
۲- تولیدی: شامل واحدهای چادردوزی، پتوبافی، ریسندگی، قیطان بافی، پوشاک، پل و پایه.

چه فرآیندهایی برای تولید محصولات شرکت وجود دارد؟

۱- فرآیند تولید: شامل دستگاه های بافنده، کوتینگ، چله کشی، PVC، DUP، PUY و خریداری نخ که با ۴۰ نفر نیروی مستقیم در شهرستان خوانسار مشغول به فعالیت می باشد.
۲- فرآیند مونتاژ و پتوبافی: که ۲۴۰ نفر نیرو در بخش های پل و پایه، دوخت، و چاپ در جاده مخصوص تهران کرج اشتغال به کار دارند.

محصولات تولیدی شرکت نساجی هلال ایران به چند دسته تقسیم می شود؟

۱- چادر: چادرهای امدادی در ابعاد ۲۴۰،۸۰،۵۰،۲۴،۱۲،۸،۶،۴ متری با ظرفیت تولیدی روزانه ۴۰۰ تخته ۱۲ متری و ۸۰۰ تخته ۸ متری
۲- پتو: پتوهای نمدی یا سربازی با ظرفیت تولیدی روزانه ۹۰۰ تا ۱۰۰۰ تخته ۲ نفره و تک نفره.
۳- تهیه و تولید پوشاک، کوله پشتی، کیسه خواب، سرویس های بهداشتی صحرائی، کیف های آلومینیومی کمک های اولیه، کیف های کمری و...

شرکت شما در خصوص کسب رضایت مشتریان چه خط مشی و سیاست هایی را در پیش گرفته است؟

ما باید واقعیت ها را بپذیریم و تحریم های خارجی را به عنوان یک عنصر مخرب و موثر در چرخه اقتصادی کشور مورد توجه قرار دهیم. ولی همانطور که قبلاً اشاره شد "خود تحریمی ها" و ایجاد موانع در کنار افزایش هزینه ها که در داخل خود کشور، خودمان بر خود تحمیل می کنیم به مراتب مخرب تر است. بسیاری از افزایش قیمت های اخیر در کالاهای ساخت داخل که به بهانه نوسانات نرخ ارز صورت گرفته کاملاً بدون منطلق و غیر منصفانه بوده و در نهایت آسیب آن متوجه مصرف کننده می باشد و نارضایتی عمومی را افزایش می دهد.

۲- عدم بروزرسانی و اصلاح قوانین جاری کشور:

بسیاری از قوانین کشور همانند قوانین نظارت بر حقوق و دستمزد مدیران، قوانین گمرک، قوانین تولید و... نیازمند بازنگری و اصلاح جدی هستند چراکه متأسفانه در بسیاری از قوانین جاری کشور آینده نگری نشده و به صورت مقطعی و برای علاج لحظه ای چالش های کشور تدوین شده اند. همچنین قوانین بسیاری همچون حمایت از تولید کالای ایرانی فرآیندهای دقیق کارشناسی را نگذرانده و بهره مندی از نظرات صاحبان اندیشه و متخصصین و کارآفرینان و کارفرمایان را ندارد.

۳- چالش ها و موانع مالی در بخش تولید:

امروز سهم درآمد کشور از مالیات بخش تولید تنها ۷ درصد است که در راستای تشویق و حمایت واقعی از واحدهای تولیدی میتوان آن را کاهش داد. سود تسهیلات بانکی که انتظار می رفت ۲ الی ۴ درصد باشد، متأسفانه بیش از سود و درآمد حاصل از فعالیت های تولیدی شرکت هاست و عملاً واحدهای تولیدی توان بازپرداخت تسهیلات با نرخ بهره بانکی جاری را ندارد و به همین دلیل با قاطعیت می توان گفت با رویه های جاری «سود در تولید نیست» و سرمایه گذاران رغبتی برای فعالیت در این بخش ندارند. بنابراین «نجات واحدهای تولید از طلبکاران» رسالت بزرگی است که بر عهده سیاست گذاران و مدیران ارشد مملکت است. طلبکارانی همچون سازمان های مالیاتی، تامین اجتماعی، مالیات بر ارزش افزوده، اداره کار، بانک ها و... می بایست حداکثر مساعدت و تعامل را با واحدهای تولیدی داشته باشند. البته قابل ذکر است شرکت نساجی هلال احمر به لطف خداوند با همت مدیران و کارکنان خود هیچگونه بدهی معوق به اداره کار، تامین اجتماعی و سازمان مالیات ندارد و تمام اتمام خود را بر شفاف سازی امور مالی خود قرار داده است و این درحالی است که این شرکت به هیچ عنوان از بودجه دولتی بهره مند نیست.

۴- حمایت از کارفرما، سرمایه گذار، کارآفرین و پیمانکار در کنار حمایت از قشر کارگر:

همه ما قدردان زحمات خالصانه و دلسوزانه جامعه کارگری و این قشر زحمت کش جامعه هستیم. پیشرفت و توسعه کشور مرهون خدمات و کار شبانه روزی کارگران ما در تمامی واحدهای تولیدی و غیرتولیدی است. لیکن آنچه که در این میان مورد غفلت قرار گرفته حقوق پیمانکار، کارفرما، کارآفرین و سرمایه گذار و یکجانبه گیری در حمایت از جامعه کارگری است. اگر آنطور که شایسته است از حقوق این بخش از چرخه اقتصادی

کشور حمایت نشود دیگر هیچ تمایلی برای سرمایه گذاری در بخش خصوصی و اشتغال زایی وجود نخواهد داشت. شایان ذکر است در شرکت نساجی هلال ایران حفظ شان و منزلت کارگر و پرهیز از هرگونه اجحاف در حق کارگر سرلوحه تمام امور قرار داشته و با تدبیر مدیران تا به امروز تمامی حقوق، مزایا، اضافه کار، کارانه و... تمامی کارگران بدون وقفه پرداخت شده است.

۵- شعار زدگی در تصمیمات و سیاست گذاری ها:

در تمامی کشورهای توسعه یافته در کنار کار و همت مضاعف، نظارت و ارزیابی و شفاف سازی عملکرد سازمان های دولتی و غیردولتی جزو جدایی ناپذیر و کلیدی توسعه اقتصادی است که متأسفانه در کشور ما این رویکرد جای خود را به شعار و تشریفات سطحی و غیرموثر داده است که جالب توجه است که گاهی خود این شیوه نظارت و تصمیم سازی نه تنها موجب شفاف سازی نشده بلکه گره ای بر گره ها افزوده است.

۶- تحریم های خارجی به اندازه «خودتحریمی ها» موثر نیست.

ما باید واقعیت ها را بپذیریم و تحریم های خارجی را به عنوان یک عنصر مخرب و موثر در چرخه اقتصادی کشور مورد توجه قرار دهیم. ولی همانطور که قبلاً اشاره شد «خودتحریمی ها» و ایجاد موانع در کنار افزایش هزینه ها که در داخل خود کشور، خودمان بر خود تحمیل می کنیم به مراتب مخرب تر است. بسیاری از افزایش قیمت های اخیر در کالاهای ساخت داخل که به بهانه نوسانات نرخ ارز صورت گرفته کاملاً بدون منطق و غیر منصفانه بوده و در نهایت آسیب آن متوجه مصرف کننده می باشد و نارضایتی عمومی را افزایش می دهد. لازم بذکر است این واحد تولیدی در این تلاطم افزایش قیمت ها، نسبت به سالهای قبل نه تنها افزایش قیمت نداشته بلکه بسیاری از قیمت ها ثابت و حتی کاهش هم داشته اند که «حقوق مصرف کننده» کاملاً رعایت و صیانت شده است.



• دارندگان گواهینامه ایزو ۹۰۰۱-۲۰۰۰ مدیریت کیفیت از موسسه DQS آلمان.

• عضویت در انجمن مدیریت کیفیت ایران.

• عضویت در انجمن تحقیق و توسعه (R&D) از وزارت صنایع و معادن.

• عضویت در انجمن صنایع نساجی ایران.

• اخذ مدرک IQNET از موسسه DQS آلمان.

• نصب و اجرای سیستم های اطلاعاتی یکپارچه MIS.

• عضویت در انجمن متخصصان ایران.

• دریافت تندیس زرین رضایتمندی مشتریان (D.N.W)

سازه گستر سایپا، میزبان دانشجویان رشته روابط عمومی



به گزارش خبرنگار پایگاه خبری دانستنی آنلاین : دانشجویان رشته روابط عمومی در روز دوشنبه ۲۵ تیرماه از شرکت سازه گستر سایپا بازدید به عمل آوردند.

جناب آقای مهندس کوهنورد، رئیس بخش ارتباطات شرکت سازه گستر سایپا، ضمن خیر مقدم به دانشجویان این رشته توضیح دادند که : شرکت سازه گستر به منظور مدیریت زنجیره تامین قطعات شرکت سایپا فعالیت می کند. بخش ارتباطات سازه گستر سایپا با داشتن ۳ بخش مختلف از جمله : مدیریت افکار سنجی، مدیریت تشریفات نمایشگاه ها و مدیریت روابط عمومی، به طور مداوم در پی بهبود روابط داخلی و خارجی این شرکت است.

در ادامه آقای موسوی مدیریت واحد تشریفات و نمایشگاه ها برای دانشجویان سخنرانی کردند. ایشان توضیح دادند که : مسئولیت هماهنگی و برگزاری سمینارها و همایشات شرکت سازه گستر سایپا و همچنین جشن ها و دیگر رویدادهای شرکت از جمله

فعالیت های این بخش می باشد. تهیه بلیط های داخلی و خارجی مدیران، کارشناسان و کارمندان نیز از جمله اقدامات تعیین شده در این واحد است.

آقای طاهر نژاد رئیس روابط عمومی سایپا گستر سازه نیز در مورد وظایف این واحد برای دانشجویان به تفسیر صحبت کردند. ایشان ضمن توضیحی در مورد تاریخچه شرکت سازه گستر از سال ۱۳۷۳ تا کنون، به پیگیری فعالیت های خیریه این بخش، از جمله حمایت از سازمان محک (کودکان سرطانی) و کمک تجهیزاتی به مدارس و آموزشگاه های محروم کشور اشاره داشتند. وی گفت که تهیه گزارش و خبر برای شرکت و نشریه نارنجی سایپا در کنار پاسخگویی به نشریات و جراید کشور، یکی از وظایف این بخش تلقی می شود.

آقای مهرور، رئیس بخش افکار سنجی و پایش شرکت سازه گستر سایپا نیز در ادامه به معرفی خدمات و فعالیت های این بخش پرداختند. ایشان گفتند : واحد افکار سنجی

و پایش برای ۲ مقوله درون سازمانی بیرون سازمانی برنامه ریزی می کند. در بخش درون سازمانی، تمام ۷۵۰ نفر پرسنل شرکت به صورت یک جامعه آماری در نظر گرفته می شود. پس از برگزاری همه پرسی ها و شناسایی نظرات و عقاید کارمندان در مورد شرکت، به دنبال رفع مشکلات درون شرکتی و رضایتمندی هر چه بیشتر همکاران از فضای کاری، اقدام می کنیم. در بخش بیرون سازمانی نیز با برگزاری نظر سنجی در نمایشگاه ها و سمینارهای شرکت، پس از پایش نظرات شرکت های زیر مجموعه با کمک اساتید و مدیران مجموعه، سعی در بهبود مشکلات و روابط همکاران بیرون سازمانی داریم.

در پایان ضمن تشکر مدیران سازه گستر سایپا از اساتید بزرگ، مسئولان، دانشجویان و همچنین آقای سید رضا جمشیدی که ترتیب هماهنگی این نشست را دادند، با اهدای هدایایی قدردانی شد.



Фармацевтическая промышленность; Пищевая промышленность; Электротехническая промышленность; Машиностроение и оборудование; Текстильная и швейная промышленность; Нефтехимическая и нефтеперерабатывающая промышленность; Полимерные отрасли; Целлюлозная промышленность; Химическая промышленность; Отрасли промышленности медицинского оборудования; Автомобильная промышленность, автозапчасти и энергетика.

Приоритеты инвестиций Ирана в горнодобывающей промышленности являются:

Разведка; Извлечение; Металлы и металлические изделия; Неметаллические минералы.

1) Приоритеты инвестиций Ирана в разведывательской секторе горнодобывающей промышленности являются:

- Разведка меди и металлов; Разведка фосфатов; Разведка никеля; Разведка сырья для производства алюминии с приоритетом на бокситы; Разведка железной руды; Дополнительная разведка для идентификации драгоценных и полудрагоценных камней.

2) Приоритет инвестиций Ирана в горнодобывающем секторе добычи сырья являются:

Использование и механизированное извлечение с угольных шахт; Использование рассола для экстракции калия и магния; Добыча сырья для производства алюминии с приоритетом на бокситы; Эксплуатация железорудных недр.

3) Приоритет инвестиций Ирана в сфере метало добычи и металлических изделий являются:

Медные трубы малого диаметра; Медный провод малого диаметра; Сплав из стальной проволоки от 2,5 до 15 мм (в катушке); Алюминиевая фольга под 9 микрон; Алюминиевая обертка; Специальный алюминиевый лист (глубокое растяжение); фланцы ковочного типа (со стандартным потреблением в нефтяной, газовой и нефтехимической промышленности); Легкие кованые части железнодорожной отрасли; Различные типы чугунцовых автозапчастей (оболочка коробки передачи и другие соответствующие промышленные детали); Шатун автомобиля кованым методом.

4) Приоритет инвестиций Ирана в неметаллический сектор полезных ископаемых являются:

Извлечение солей из озера Урмия; Экстракция и восстановление огнеупорных изделий; Асбестовые волокна; Стекловолокно; Базальтовые волокна; Керамическое волокно; Доломитовый огнеупорный кирпич; Гидратная известь; Брикет из угольных отходов; Угольный концентрат; Активный бентонит; Доломит кальцинированный; Фарфорные и керамические краски; Керамические детали со специальными применениями; Легкие огнеупорные части и массы; Керамический валик; Промышленная керамика; Обработка драгоценных и полудрагоценных камней; Обработка цеолита; Обработка фтора; Изоляционные листы; Графитовый электрод; Стеклопенная пена; Лабораторные трубки; Солнцезащитные стекла; Стеклопенные сосуды для лекарств (фиал); Производства нано-стекла; Современное производства кирпича с приоритетом на реконструкции кирпичной промышленности (изменение технологии в туннельную печь); Цифровая печатная композиция для плитки и керамической промышленности; Алюминиевые керамические пули.



Инвестиционные возможности в Иране

Приветствуя иностранные инвестиции, иранское правительство хочет, чтобы иностранные инвесторы внимательно и тщательно изучили закон о поощрении и поддержке иностранных инвестиций, чтобы, ознакомившись со своими правами и юридическими обязательствами, также ознакомились с представленными средствами, льготами и поддержками в рамках данного законопроекта.



Использование финансовых ресурсов и иностранных кредитных линий, которые обозначаются в Иране как «Финансы», используются для реализации проектов и покупки капитальных товаров и оборудования производства, а также технических и инженерных услуг для проектов, которые соответствуют финансовым контрактам, заключенным с иностранными кредиторами. Процесс реализации этого метода основан на последнем законопроекте, одобренном советом министров Ирана и правилами «Пятого плана развития страны» которые приведены далее:

1. Приемлемые виды деятельности; 2. Допустимые условия; 3. Необходимые поручительства; 4. Норма прибыли и расходов; 5- Платежный потолок; 6- Срок использования средств; 7. Период возврата; 8. Правительственный и неправительственный сектора

Руководство по обеспечению внешними ресурсами указывает на процесс рассмотрения запроса иностранных инвесторов в инвестиционной организации до стадии выдачи инвестиционной лицензии. Этот процесс включает в себя следующие этапы:

Процесс рассмотрения запроса иностранных инвесторов в инвестиционной организации до стадии выдачи инвестиционной лицензии; Обеспечение гарантией и поддержкой со стороны правительство Ирана; Обязательства и юридические требования иностранных инвесторов; Общие выгоды и гарантированные льготы для внешнего инвестора.

Инвестиционные приоритеты в Иране на основе национального документа развития делятся на три основные группы:

1- Приоритеты инвестиций в торговле; 2- Приоритеты инвестиций в промышленность; 3- Приоритеты инвестиций в горнодобывающей промышленности.

Приоритетами инвестирования Ирана в торговле являются:

Строительства постоянных областных выставочных площадей для международных выставок; Строительство постоянных выставочных площадей для выставок ковров ручной работы; Создание баз данных гильдий; Разработка и развитие коммерческой инфраструктуры, таких как создание экспортных терминалов; Создание морских и воздушных линий для экспорта товаров страны на соответствующие рынки; Создание логистических городков или коммерческих центров; Создание и развитие гильдовых городков; Создание и развитие сетевых магазинов (поставка товаров и услуг); Создание фруктовых и овощных рынков; Создание и развитие интернет магазинов и сетевого маркетинга; Развитие и повышение качества услуг гильдий с целью удовлетворения потребностей клиентов; Развитие и организация дистрибьюторских компаний, и поддержка в создание логистических компаний; Создание мощных маркетинговых и экспортных компаний.

Приоритетами инвестирования Ирана в промышленность являются:



Iran's Mineral Investment Priorities

Iran's Mineral Investment Priorities are as follows:

- Exploration
- Extraction
- Metals and metallic products
- Nonmetallic mineral substances

1) Iran's investments priority in mine exploration section

- Copper and polymetal exploration
- Phosphate exploration
- Nickel exploration
- Exploration of raw materials of production of aluminum with the priority of bauxite
- Investigation and exploration of siderite
- Supplemental exploration to detect precious and semi-precious stones

2) Iran's investments priority in mine extraction section

- Mechanized exploitation and extraction of coal mines
- Exploitation of saline water to exploit potassium and magnesium
- Extraction of raw materials of production of aluminum

with the priority of bauxite

-Exploitation of siderite mines
3) Iran's investments priority in metal and metallic products section

- Small diameter cooper pipe
- Small diameter cooper wire
- 5.2 to 15mm alloy steel (in coil)
- Aluminum foil less than $9\mu\text{m}$
- Aluminum cover
- Special aluminum alloy foil (high tensile strength)
- Types of flange in forging method (with consumption standards in oil, gas and petrochemical industries)
- Light forged pieces of railway industries
- Types of auto cast iron parts (transmission case and other related industrial parts)
- Connecting rod in forging method

4) Iran's investments priority in nonmetallic mineral substances section

- Extraction of mineral salt from the Lake Urmia salt
- Exploitation and recycling of the waste materials from refractory products

- Asbestos fibers
- Fiberglass
- Basalt fiber
- Ceramic fiber
- Dolomite firebrick
- Hydrated lime
- Briquette from coal wastes
- Coal concentrate
- Active bentonite
- Calcined dolomite
- Porcelain and ceramic colors
- Ceramic parts with specific usage
- Light refractory parts and bodies
- Ceramic rollers
- Industrial ceramic
- Processing of precious and semi-precious stones
- Processing of zeolite
- Processing of fluorine
- Refractory and insulation boards
- Graphite electrode
- Foam glass
- Test tubes (venojects)
- Solar grade glasses
- Vials
- Production of Nano glasses
- Production of brick using modern method with the priority of renewal and renovation of brick industry (changing the technology to tunnel kiln)
- Digital printing ink for tile and ceramic industry
- Alumina ceramic ball

Investment Opportunities in Iran

While Iran's government welcomes foreign investment in Iran, it wants foreign investors to study Foreign Investment Promotion and Protection Act (FIPPA) and its regulations carefully to become familiar either with their own rights, and facilities and protections available from investment, as well as their commitments and legal compulsions within the framework of this law. Application of financial resources and foreign credit lines, which is called "Finance" in Iran, for projects implementation, equipment and capital goods purchasing, production plans and also projects technical and engineering services take place according to financial agreements with foreign financiers. The implementation procedures for this approach revised upon the latest approval of Iran's esteemed council of ministers and the fifth development plan criteria, are as follows:

- 1-Acceptable activities
- 2-Qualified people
- 3-Required pawns
- 4-Profit rate and its costs
- 5-Pay ceiling
- 6-Duration of use of the facilities
- 7-Payback period
- 8-Public and private sectors

Foreign resources supply manual) points to the process

of investigation of foreign investors' applications in Organization for Investment till the stage of issue of foreign investment license. These stages are as follows:

- The process of investigation of foreign investors' applications in Organization for Investment, till the stage of issue of foreign investment license
- Securities and guarantees by Iran's government
- Legal compulsions and commitments of foreign investors
- All of benefits and guaranteed facilities for foreign investor

Investment priorities in Iran are divided into the following three main parts based on the national development document:

- Business investment priorities
- Industry investment priorities
- Mine investment priorities

Iran's Business Investment Priorities

Iran's business investment priorities are as follows:

- Construction of international fair in each province in a permanent place
- Construction of permanent handmade carpet exhibition
- Establishment of guilds bank
- Development and reinforcement of business infrastructures such as construction of export terminals
- Establishment of sea and

air lines for exportation of domestic goods to the markets proportional to demand

- Construction of logistic estates or commercial hubs
- Construction and development of business parks
- Construction and development of chain stores (goods and services suppliers)
- Construction of greengrocers
- Establishment and development of online shops and network marketing
- Development and quality promotion of guilds services with the purpose of customers' satisfaction
- Development and management of distributor companies and support for the establishment of logistic companies
- Establishment of powerful marketing companies and exportation of industrial goods

Iran's Industrial Investment Priorities

Iran's Industrial Investment Priorities are divided into below main parts:

- Pharmaceutics industries
- Food industries
- Electronics industries
- Machinery manufacturing and equipment industries
- Textile manufacturing and clothes industries
- Petrochemical and refinery industries
- Polymeric industries
- Cellulosic industries
- Chemical industries
- Medical equipment industries
- Automotive industries, auto parts and propellant

growth is slightly lower than the index's Wednesday performance, but has nevertheless boosted IFX to register a new historical high.

IFB's Sunday trade amounted to 608.3 million shares valued at \$76.7 million, rising 47% and 76% in traded shares and trade value respectively. Steelmakers and petrochemical companies dominated trade at Fara Bourse as well. Marun Petrochemical Co. came on top, followed by Zagros Petrochemical, Hormozgan Steel, Esfahan Steel, MIDHCO and Arfa Steel. They accounted for 23.93 points of the day's growth. Growth Driven by 3 Factors Head of Novin Investment Bank believes that the spiking growth is driven by three factors.

"First, there's the wandering money supply, which after upsetting the currency, gold coin, housing and auto markets has seen things ready to enter the equity market. The second is the stability in high global commodity prices, and the third is the rumors of a change in the government's forex policy and market's resolute reaction to it," Vali Nadi Qomi told SENA. The change pointed out by Qomi seems to refer to introducing a type of a secondary forex market,

as recently noted by the head of Trade Promotion Organization, Mojtaba Khsorotaj.

What this means is that a new market will be established for exporters of non-oil goods to trade their export declarations with importers looking for foreign currency but unable to procure any through official channels, our sister publication Donya-e-Eqtasad reported.

The keyword in Khsorotaj's talks is selling declarations at "agreed prices", i.e. free market prices, which is around 28,000 rials higher than the 42,000-odd government-enforced conversion rate. This is obviously a huge relief to exporting companies, and a whole lot of profit when they start recalculating their earnings using a new conversion rate. What's more, the government agreed last week to sell petrochemicals their feedstock at 38,000 USD/IRR rates; another win for companies making up a large part of the stock market, and evident in the high demand for their shares.

CEO of Raha International Group, Behzad Golkar also echoed the same remarks, telling Bourse 24 that "the Central Bank of Iran and the government are planning to change their forex policies

and apart from certain industries, others can trade their currencies at market prices. Nothing but this [development] could have moved the stock market." And the market will grow even further, too, says the head of Bank Day Brokerage Fardin Aghabozorgi, forecasting that TEDPIX could reach the 145,000 mark by the current year's end (March 21, 2019).

"Experience tells us that a devaluation of the national currency will definitely have a positive effect on stocks . . . and as it is, investing in the stock market is a good option for those unwilling to see their capital devalue."

But there are still risks on the way. According to Nadi Qomi, the upcoming United States' sanctions and the still unknown fate of the nuclear deal Iran signed with world powers in 2015 (Joint Comprehensive Plan of Action), as well as local banks' sorry financial state of affairs and the still-high deposit interest rates pose a threat to stocks' growth. He also emphasized that the growing prices, at least for the time being, are due to rial's devaluation, and the companies' actual profitability in the long run will rest on their ability to win new export markets, increase efficiency and cut costs.

Tehran Stocks Make Record Gains to Stand at All-Time Highs



EghtesadOnline: Bulls are on parade in Tehran's equity market, and they are not backing down. They followed up on the previous trading day's record-breaking gain by soaring even higher on Sunday. Tehran Stock Exchange's all-share index, TEDPIX, closed 3,306.19 points or 3.33% higher compared to Wednesday to reach 102,452.4, marking the first time the index crosses the psychological barrier of 100,000. The uptick is also TEDPIX's highest single-day growth ever, surpassing the record set on Wednesday. Things picked up at the very first hours of trade. TEDPIX zoomed past the 100,000

mark with a spiking growth in less than twenty minutes from the open and kept growing steadily up until 12:30 local time. More than 1.82 billion shares worth \$130.76 million changed hands at TSE, registering 13.75% and 26% growth compared to Wednesday respectively, Financial Tribune reported. The narrative was not very different from Wednesday; export-oriented companies were leading the charge. Mobarakeh Steel Company, Persian Gulf Petrochemical industries Co., Golgozar Mining and Industrial Complex, Tamin Petroleum & Petrochemical Investment Co., Jam Petrochemical, and

Khuzestan Steel Company were the top boosters to the benchmark, accounting for about half of the day's growth. And the rest of the market were not idle, as developments in other indices show. The Free Float Index grew 3.2% to a high of 112,983 and the equal-weighted primary index jumped 2.2% to 18,287. Both indices' growth were higher than Wednesday's, suggesting fresh money being further invested across the market's industry spectrum. Iran Fara Bourse was on the same page, too. Its main index, IFX, shot up 37.61 points or 3.26% to close at 1,191.36. The

Catriona Purfield, who led an International Monetary Fund team to Iran last year.

> Projections

In its latest “Global Economic Prospects” report released in June, the World Bank put Iran’s economic growth rate at 4.3% in 2017, forecasting a 4.1% growth in both 2018 and 2019, and 4.2% in 2020.

The International Monetary Fund estimated Iran’s real GDP growth at 4.2% in 2017-18, projecting it to be sustained or even rise toward 4.5% over the medium term, if financial sector reforms take hold.

“Notwithstanding the recovery, the economy faces near-term challenges.

Rising financial vulnerabilities and external uncertainty call for the urgent implementation of the planned financial sector reform. A coordinated reform package that also sees the government take additional fiscal measures to reduce debt, unify the exchange rate and transition to a market-based monetary policy framework would send a strong signal of the authorities’ commitment to stability,” an IMF report reads.

The United Nations has estimated a 5.3% economic growth for Iran in 2017, noting that the growth is projected to settle at 5.1% and 5% over the next two

years respectively.

“The economic situation in the Islamic Republic of Iran has improved visibly in recent years. In 2017, GDP growth remained relatively robust at 5.3%, after surging by an estimated 12.5% in 2016 due to a strong expansion of oil production and exports. GDP growth is expected to remain above 5% in 2018 and 2019, supported by easing monetary conditions and an improving external sector,” the UN report reads, adding that future economic growth in Iran depends on attraction of foreign direct investment.

“The moderately favorable outlook is contingent on the capacity to attract foreign investments and is subject to significant geopolitical risks and uncertainties.”

His comments came as the United Nations Conference on Trade and Development recently put the volume of foreign investment inflow to Iran in 2017 at \$5.019 billion, registering an over 48% rise compared to the year before.

“Following the lifting of sanctions in 2015, the country’s rich reserves started to attract significant foreign participation in the exploration and production of oil and gas. In July 2017, Total (France), CNPC (China) and the National Iranian Oil Company

signed a contract to develop Phase 11 of South Pars, the world’s largest gas field. In August, Unit International (Turkey), Zarubezhneft (Russia) and the local Ghadir Investment Holdings agreed jointly to invest \$7 billion in three oilfields and a gas field,” reads part of UNCTAD’s latest report “World Investment Report 2018”.

“The Turkish company has also reached an agreement with the Iranian government to build seven power plants in the country. However, the United States’ decision to withdraw from the Iran nuclear deal has led to uncertain prospects for these investment projects.” A major challenge facing Iran’s economic prospects is the US stated intention of reimposing sanctions on the Islamic Republic.

US President Donald Trump announced on May 8 his withdrawal from the Joint Comprehensive Plan of Action—the formal name of the nuclear deal—and promised to reimpose sanctions against Iran. The European Union, together with Iran’s major eastern partners China and Russia, are working to salvage JCPOA in the absence of the United States. It remains to be seen how their efforts will pay off and how reimposition



Iran's GDP Growth at 3.7% in Fiscal 2017-18

EghtesadOnline: Iran's economy grew 3.7% during the last fiscal year (March 2017-18), according to latest reports released by the Central Bank of Iran and the Statistical Center of Iran. This is the first time CBI and SCI are reporting similar figures on Iran's economic growth and the first time their corresponding reports are released at the same time. According to CBI, Iran's gross domestic product—based on the fiscal 2011-12 prices—stood at 6,940 trillion rials (\$164.2 billion based on official exchange rates) last year. According to SCI, the economy grew by 4.3% without taking into account crude oil production, Financial Tribune reported. The services sector, as usual, registered the highest growth rate last year with

6.8%. The services sector consists of wholesale and retail trade; restaurants and hotels; transport, storage and communications; financing, insurance, real-estate and business services; as well as community, social, education and health services. This sector employs nearly half of Iran's working age population. Production in the sectors of industry and agriculture grew by 1.6% and 1% respectively.
> GDP Growth Timeline
Vis-à-Vis Sanctions
Iran's economy emerged from recession in fiscal 2014-15 with a 3% growth after two years of recession when the economy contracted 5.8% and 1.9% back to back, according to the Central Bank of Iran. Growth in 2015-16 has been

put at -1.6% by the Central Bank of Iran and 0.9% by SCI. CBI has put 2016-17 growth at 12.5% while the SCI says it was much lower and near 8.3%. The astronomical growth experienced in Iran after the removal of international trade restrictions on the economy as a result of the nuclear deal the country signed with world powers in 2015 (came into effect in Jan. 2016), owed to a great extent to Iran's ability to increase its oil sales. Later, however, as crude output was ramped up and the production capacity neared pre-sanctions levels, growth in the key sector slowed down and gave way to better performance in other sectors. "Growth has begun to broaden in the non-oil sector," read a statement by

شبکه پذیرش آگهی

مجری و کارگزار آگهی مطبوعات کشور

اولین و تنها دارنده گواهینامه
ISO 9001: 2008 در تبلیغات مطبوعاتی

مدیریت تبلیغات
در رسانه
مکتوب



www.44195000.com

www.44195000.com

۰۹۱۲۳۰۴۷۵۴۵ - ۰۲۱ - ۴۴۱۹۷۰۰۷ - ۹



اثربخشی تبلیغات از طرح خلاقانه آغاز می شود

خدمات طراحی ما :

موشن گرافی

هویت بصری برند و سازمان

رابط کاربری UI/UX

آگهی مطبوعات

لوگو و لوگو تایپ

سایت های وردپرسی و فروشگاههای

ست اوراق اداری طراحی پوستر، کاتالوگ، فولدر و...

بسته بندی محصولات

نمونه کارهای طراحی در کانال تلگرام



Mohammad Reza Farahzad



+98 933 626 48 50



@mrfarahzad



Scan
To Connect !

دانستنی

آژانس رسانه‌ای
WWW.Danestany.ir



دانستنی اقتصاد
نشریه اقتصادی، صنعتی و بازرگانی

دانستنی آنلاین
پایگاه خبری، اجتماعی و فرهنگی



باغ رستوران آیلار



رستوران محبوب مردمی در سال ۹۵ و ۹۶

برگزیده برتر ملی در سال ۹۵ - رستوران نمونه کشوری در سالهای ۹۱ تا ۹۳
اولین دارنده ISO 2004-10002 (نظام رسیدگی به شکایات مشتریان) در منطقه
اولین دارنده ISO 2008-9001 (سیستم مدیریت کیفیت) در منطقه
اولین سازه تمام ارگانیک و برگرفته از معماری انسان دوستانه
اولین دارنده نشان هنر و معماری از دیپارتمان آکادمی کمال الملک



Shabakeh Paziresh Agahi



چالوس، بعد از نمک آبرود تلفن: ۸-۴۶۰۷۷۹۷-۱۱۵

www.aylar-resrtaurant.com