

آرین آزاد

ماهنامه اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز



صاحب امتیاز: اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی اهواز

مدیر مسئول: عبدالرحمان سلیمانی مقدم

سر دبیر: داریوش امامی

همکاران تحریریه: مجتبی گهستونی، مهدی جباری،

سیده فرخنده جلالی پیر بویری، کامران حسین پور

مدیر هنری و طرح جلد: ارسلان پور حلاجی

صفحه آرایی: مهشاد حافظی

سازمان آگهی ها: کانون تبلیغاتی فارابی ۰۶۱۱-۲۲۰۲۵۸۰

تدوین، تنظیم، طراحی و چاپ: کانون تبلیغاتی فارابی

آدرس: اهواز، امانیه، خیابان لقمان، نبش سقراط، پلاک ۱۰

تلفن نشریه: ۰۶۱۱-۳۳۳۶۵۰۳

شماره پیامک: ۱۰۰۰۶۱۱۳۳۳۲۹۰۰

وبسایت: www.ahvazccim.com

پست الکترونیک: info@ahvazccim.com

مطالب لزوماً نظر اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز نیست.

تحریریه در ویرایش مطالب آزاد است.

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به اتاق اهواز بوده و هر گونه کپی

بررداری از آن پیگرد قانونی دارد.

نقل مطلب با ذکر ماخذ بلامانع است.

مطالب دریافتی مسترد نمی شود.

فهرست

۲	سخن ماه
۳	مطالبه کارآفرینان از دولت یازدهم
۴	کمیسیون کشاورزی
۶	چگونه به تولید ملی کمک کنیم؟
۸	اخبار
۱۳	معرفی کمیته آذربان
۱۴	پیام انتخاب نهادندان به ریاست دفتر رییس جمهوری
۱۶	نمودار آماری عملکرد اتاق
۱۷	عکاسخانه اتاق تجارت
۱۸	جایگاه آموزش در تجارت
۲۰	نگاهی به خوزستان در بودجه ۹۳
۲۲	دستورالعمل شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی
۲۴	گردشگری سلامت ضرورتی در استراتژی ملی
۲۶	مصاحبه با صفدر پیر مرادی، کارآفرین برتر
۲۹	اولویت های سرمایه گذاری در بخش کشاورزی
۳۰	اهمیت نام تجاری و مزایای آن
۳۲	کارتون
۳۳	شعر: بازنشسته
۳۴	دانستنی های ژاپن
۳۵	قوانین و مقررات مرتبط با فضای کسب و کار
۳۵	صدای شما
۳۶	مصاحبه با عبدالخالق سبحانی، تولید کننده
۳۸	موفقیت در گرو آموزش
۳۹	داستان های مدیریتی
۴۰	نقش تبلیغات در بازاریابی، قسمت اول
۴۲	روش های پولدار شدن
۴۴	ساختمان جدید اتاق اهواز به روایت تصویر

ضرورت بازنگری در اجرای امور تشکل ها

سخن ماه



اتحادیه ها ، انجمن ها، شوراهای، تعاونی ها و سایر عناوینی که در قوانین مختلف برای تشکل ها در نظر گرفته شده یکی از ابزارهایی است که بمنظور ارتباط ارتباط بیشتر اعضا ، تقویت بنیه عمومی یک مجموعه، ایجاد وحدت رویه و پیگیری منافع مشترک از یک سو و از سوی دیگر حلقه واسط بین همه اعضا و سایر واحدها اعم از تشکل ها و سازمانهای دولتی و غیر دولتی دیگر ایجاد می شود .

این تشکل ها اصولاً در چهارچوب تعیین شده در قوانین ایجاد، ثبت و فعالیت می نمایند و انتخاب هیات رئیسه، هیات مدیره، هیات امنای آنها طی فرآیندی قانونی صورت می پذیرد و پس از انتخاب اختیار و مسئولیت اعضا بر عهده ی منتخبین قرار می گیرد. معمولاً در فرآیند انتخابات دو اشکال همیشگی وجود دارد که یکی اشکال قانونی است بطوریکه ممکن است افرادی کاندیدا و انتخاب گردند که فاقد شرایط لازم و کافی برای اداره یک تشکیلات باشند در حالیکه اگر در قانون شرایط کاندیداتوری برای پذیرش مسئولیت تعریف شده باشد این مشکل کمتر بروز می کند. دوم معیارهای انتخاب است که معمولاً انتخاب کنندگان بر مبنای ارتباط، آشنایی، سن و سال ، قومیت، وابستگی خاص و گاهها وعده همکاری و ... و نه در نظر گرفتن شایستگی های لازم، توانمندیهای مدیریتی و علمی صورت می پذیرد که هر دو اشکال مطرح شده تأثیر بسزایی در عملکرد انتخاب شوندگان در طی دوره مسئولیت خواهد داشت و خسارات ناشی از این اشکالات نیز نه قابل شمارش است و نه قابل رسیدگی .

و اما اشکال بزرگتری در این میان وجود دارد که آن نیز عمدتاً ناشی از وجود دو اشکال قبلی است، مطابق قانون پس از انتخاب هیات مدیره یا هیات رئیسه بار مسئولیت بین این افراد تقسیم می شود و معمولاً در این اثنا مسئولیت رئیس در اجرای وظایف اجرایی ، هدایت و اداره سازمان تحت مسئولیت فراتر از بقیه می باشد. سوال قابل طرح در اینجا اینست که امور اجرایی را چه کسی انجام میدهد؟ آیا رئیس می بایستی در محل مسقر گردد و کلیه امور اجرایی را انجام دهد؟ اگر چنین باشد بمعنی این است که رئیس از کسب و کار خود محروم است و یا حداقل کسب و کار رئیس خدشه دار شده و متضرر می گردد! و در اینجا است که هم در قانون پیش بینی شده و هم به حکم عقل، باید فردی به عنوان مدیر اجرایی که لزوماً نیاز به عضویت در آن تشکل هم ندارد، انتخاب و وظایف اداره سازمان را بعهده گرفته و مطابق سیاستگذاری و تصمیم گیری های هیات رئیسه یا هیات مدیره ایفای نقش کند و البته فرد انتخاب شده می بایستی از شاخصه های مدیریتی برخوردار باشد تا امکان انجام وظیفه برای وی میسر گردد و این فرد از یک سو در سازمان مستقر و پاسخگوی همیشگی به مسائل اجرایی است و از سوی دیگر می توان در تصمیم سازی و تصمیم گیریهای هیات رئیسه و هیات مدیره نقش آفرینی کند که متأسفانه در بسیاری از تشکل های ما این خلا خودنمایی می کند. جا دارد متولیان دلسوز امور به موضوع نگاهی دقیق تر و کارشناسانه تر داشته باشند و با ارائه پیشنهادات منطقی نسبت به اصلاح قوانین و مقررات و بهبود شرایط اقدام نماید.



اجرای قانون بهبود محیط کسب و کار مهمترین مطالبه کارآفرینان از دولت یازدهم

عبدالرحمن سلیمانی مقدم

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز



قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار قطعا یکی از ضرورت های اقتصادی و فعالان بخش خصوصی کشور ما بوده و هست. این قانون شامل مواردی است که در صورت اجرا می تواند تاثیر بسیار مثبتی در حوزه کسب و کار و فعالیت های اقتصادی کشور بجا بگذارد تا جایی که بهبود محیط کسب و کار به رویکرد اصلی دولت ها در هر شرایطی تبدیل شود. برخی از کارشناسان، بهبود محیط کسب و کار را مکمل خصوصی سازی دانسته و حتی برخی آن را جایگزین رویکرد خصوصی سازی می دانند. تجربه جهانی نشان داده است هدف توسعه بخش خصوصی از دو رویکرد محقق می شود؛ یکی واگذاری اموال و شرکت های دولتی و دیگری رفع موانع فعالیت بخش خصوصی و بهبود محیط کسب و کار بگونه ای که می توان این دو رویکرد را همزمان دنبال کرد و در کشورهای در حال توسعه این دو موضوع رقیب و یا حتی جایگزین یکدیگر هستند. تجربه نشان داده است بدون در نظر گرفتن بهبود محیط کسب و کار نمیتوان از رویکرد واگذاری ها نتیجه زیادی حاصل کرد. محیط کسب و کار از جمله شاخص های تعیین کننده وضعیت اقتصادی هر کشور است و به استناد آن می شود به بررسی و تجزیه و تحلیل شرایط اقتصادی هر کشور پرداخت لذا می توان انتظار

داشت تاثیر محیط کسب و کار مساعد سبب افزایش جذب سرمایه گذاری داخلی و خارجی، ایجاد اشتغال و رشد تولید ناخالص داخلی گردد. بر این اساس اصلاح زیرساخت ها در ایجاد محیط کسب و کار امری ضروری به نظر می رسد. اگر موانع موجود از میان نروند، به طور طبیعی سرمایه گذاری نمی تواند آن گونه که انتظار می رود عمل نماید. بنابراین اصلاح قوانین مربوط به بازار کار از جمع قانون کار و تامین اجتماعی، مالیات، قانون تجارت و بویژه قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار تصویب قوانین پشتیبان مورد نیاز با شفافیت و صراحت تمام که از هر گونه برداشت سلیقه ای جلوگیری کند، گام های ضروری و مکمل در ایجاد محیط کسب و کار به شمار می آید. با توجه به ضرورت بهبود محیط کسب و کار و رابطه آن با روند توسعه خواهی، انجام اصلاحات لازم از اولویت های هر جامعه ای محسوب می شود. اهمیت این موضوع باعث شده تا مجلس شورای اسلامی با تعامل با بخش خصوصی قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار را در سال ۱۳۹۰ تصویب کند. با اینحال با وجود گذشت قریب به دو سال از تصویب این قانون هنوز بخش های زیادی از این قانون بشکل عملی اجرایی نشده است.

به طور مثال ماده دو این قانون و تبصره مربوطه اش که دولت را مکلف می کند در بررسی موضوعات مربوط به محیط کسب و کار در رابطه با اصلاح قوانین و آئین نامه ها حتما نظر اتاق بازرگانی و فعالان بخش خصوصی را در آن حوزه مربوطه اخذ نموده و مد نظر قرار بدهند و از صاحب نظران آن بخش برای تصمیم گیری دعوت کنند، مغفول مانده است. در تبصره این ماده به این نکته تاکید شده که اتاق ها در شورای تصمیم گیری حتما حضور داشته باشند و دولت موظف شده است که ۶ ماه پس از لازم الاجرا شدن این قانون این دستور العمل را اجرا کند. تبصره ماده ۴ این قانون وزارت اقتصاد و دارایی و دستگاه های اجرایی و نهادهای بین المللی را ملزم می کند که جایگاه ایران را در رتبه بندی های جهانی کسب و کار بهبود بخشند اما ما شاهد این موضوع نیستیم. در ماده ۵ این قانون، اتاق ها مکلف هستند فهرست تشکل های ملی اقتصادی را ثبت کند و در واقع یک همگرایی تشکلی اقتصادی به وجود بیاورند و فعالیت های اقتصادی در کشور یکپارچه سازی و شبکه سازی شود و میان تشکل های موازی دچار رفتارهای متناقض نباشند. اما متأسفانه شاهد این هستیم که دولت ها تشکل های موازی با بخش خصوصی ایجاد می کنند و تلاش می شود که مسئولیت هایی را که قانون به اتاق واگذار کرده، به طریقی سلب شود. در ماده ۶ این قانون درباره موضوع آمار، دولت مکلف است نظام آماری تدوین کند که برای همه فعالان اقتصادی دسترسی مستمر به آن وجود داشته باشد و چنین کاری انجام نشده است. ویا در نمونه دیگر در ماده ۹ وزارت امور خارجه موظف شده است که ظرفیت های روابط خارجی را تدوین کنند و توسط نمایندگی های سیاسی کشور در خارج از ایران در خدمت تولیدکنندگان داخلی و سرمایه گذاران قرار بدهند. این وزارت خانه همچنین موظف شده ظرف ۶ ماه آئین نامه اجرایی این ماده را تهیه کند که هنوز تدوین و یا اجرایی نشده است ویا در نمونه هایی دیگر از مواد ۲۹ گانه، اجرا نشدن برخی از مفاد قانون بهبود مستمر کسب و کار در نهایت باعث شده تا انتظارات از این قانون تاکنون به بار ننشیند و هدف از تصویب این قانون بطور کامل محقق نشود. در هر حال با اینکه نزدیک به ۲ سال از تصویب قانون ۲۹ ماده ای بهبود مستمر محیط کسب و کار می گذرد، متأسفانه ما امروزه خیلی شاهد اثرگذاری در محیط کسب و کار و فعالیت های اقتصادی کشور نیستیم ودر حالیکه شش ماه پس از تصویب این قانون می بایست تمام ظرفیتهای این قانون اجرا می شد. تصور می شود که بعضی به این قانون باور ندارند و بهمین دلیل در اجرای آن تسامح صورت می گیرد. دولت می بایست به این قانون اعتقاد و اعتماد داشته باشد تا بتواند با جدیت آن را اجرا کند. امیدوارم با رویکرد دولت یازدهم، تجمیع آرا در راستای توسعه اقتصادی کشور شکل گیرد و از همه ظرفیتهای و بخش ها اعم از خصوصی و دولتی و قوای محترم استفاده شود و هم افزایش و هم گرای را توسعه داده و در جهت تقویت وحدت ملی و توسعه منافع ملی و اقتصادی کشور تلاش کنند.

بررسی وضعیت صنایع تبدیلی بخش کشاورزی در کمیسیون کشاورزی اتاق

به ظرفیت سازی جدیدی نمی باشد. مدیر صنایع تبدیلی و تکمیلی سازمان جهاد کشاورزی گفت: از ۱۴,۴ میلیون تن کل تولید محصولات کشاورزی در حدود ۱۰ میلیون تن آن قابل فرآوری می باشد، از طرفی کل ظرفیت صنعتی موجود محصولات صنایع تبدیلی در استان در حدود ۶,۷۶ میلیون تن است و میزان ظرفیت صنعتی ۱,۲ میلیون تن را برای محصولات صنایع تبدیلی پیشنهاد کرد. وی در خصوص وضعیت فرآوری محصولات کشاورزی استان هم گفت: بطور میانگین ۸۸ درصد درصد از محصولات کشاورزی تولیدی قابل فرآوری در استان فرآوری می باشد.

سپس آقای مهram روان بخش معاون برنامه ریزی سازمان، صنعت، معدن و تجارت استات گزارش خود را در خصوص صنایع تبدیلی ارائه کرد.

وی در گزارش خود طرحی را ارائه کرد، که در آن طرح استان را به شش منطقه تقسیم و با توجه موقعیت استراتژیکی و پتانسیل های کشاورزی هر منطقه صنایع تبدیلی مختلفی طراحی شده بود.

سپس حاضران در جلسه نیز نقطه نظرات خود را در خصوص گزارشهای ارائه شده، اعلام و مشکلات حوزه کاری خود را بیان کردند. بعد از پرسش و پاسخ، جمع بندی نظرات و پیشنهادات جلسه در دو قالب مشکلات و پیشنهادات به شرح زیر است:

مشکلات

● وجود انواع منابع بانکی و تعدد بانکهای درگیر در اعطا تسهیلات و عدم همکاری بانکها را در ارائه تسهیلات بانکی، عدم توانایی صنعتگران در تأمین سرمایه در گردش و بالا بودن نرخ بهره، بالا بودن مالیات بر درآمد و مالیات بر ارزش افزوده، گرانی ساختاری عوامل تولید و بالا بودن هزینه تولید، عدم تخصیص بهینه و مناسب یارانه به تولید کنندگان صنایع، بالا بودن هزینه تامین اجتماعی و ناکافی بودن خدمات این سازمان.

را جهت نیل به راهکارهایی مؤثر در راستای کاهش مشکلات موجود و حضور موفق تر صنایع بخش کشاورزی استان در سطح ملی و بین المللی از طریق همکاری، همفکری و مشورت با مسئولین ذیربط استانی و فعالان در حوزه صنایع تبدیلی و تکمیلی را در دستور کار خود قرار داد. در این جلسه که در تاریخ ۱۳۹۲/۹/۳۰ در محل سالن جلسات اتاق برگزار گردید، آقای مهندس حقیقت خواه مدیر صنایع تبدیلی و تکمیلی سازمان جهاد کشاورزی گزارشی را پیرامون صنایع تبدیلی و تکمیلی تشریح کرد. وی گفت: در مجموع ۱۰۴۳ واحد با ظرفیت



در حال حاضر ضایعات مواد غذایی یکی از نکته های چالش برانگیز در سیاستهای اقتصادی کشورها تبدیل شده است، این امر منجر به زیر سؤال رفتن امنیت غذایی، رفاه اجتماعی و اقتصادی در جهان شده است از طرف دیگر منابع زیادی بدلیل افزایش ضایعات اتلاف شده و زیانهای عظیمی به اقتصاد کشورها وارد شده است؛ با توجه به اهمیت بخش کشاورزی در تأمین ۸۵ درصدی غذای موردنیاز جامعه و ۹۰ درصد مواد اولیه موردنیاز کارخانجات صنایع غذایی و همچنین سهم ۱۶ درصدی بخش کشاورزی از تولید خالص ملی، ۲۲ درصد از اشتغال کشور و ۲۵ درصد صادرات

کالاهای غیرنفتی از طریق بخش کشاورزی، باید توجه ویژه ای به آن معطوف گردد. با توجه به مشکلات اقتصادی و اجتماعی از نظر افزایش جمعیت و کاهش منابع طبیعی بنظر می رسد سیاستهای کاهش ضایعات محصولات می تواند مقداری از تبعات منفی افزایش جمعیت و کاهش منابع طبیعی را بهبود دهد. پس بنابراین ضایعات از چند جنبه می تواند بر اقتصاد

۱۰,۲۲ میلیون تن صنایع تبدیلی در استان به تولید رسیده است. حقیقت خواه افزود، در صنایع تبدیلی میزان ۶۷۶۰۴۱۳ تن و مواد خام کشاورزی ۱۵۰۸۹۷۷۷ تن ظرفیت سازی انجام شده است.

وی تصریح کرد در بخش انبار و سیلوهای نگهداری غلات به احداث سیلو و انبار مسقف، سردخانه و نگهداری محصول، خوراک دام، طیور، آبزیان با تکنولوژی پلیت، صنایع تبدیلی خرما و بسته بندی، فرآوری گوجه فرنگی و سیب زمینی، صنایع فرآوری شیلاتی، بسته بندی گوشت مرغ و گوشت قرمز و کشتارگاهها نیاز به ظرفیت سازی جدید می باشد؛ اما در زمینه تولید ذرت و ایستگاههای ذرت خشک کنی، تولید شیر و فرآوردهای جانبی، تولید گندم و آرد بازار اشباع است و نیاز

ضربه بزند؛ میزان تولید را کاهش دهد، نیاز به واردات را افزایش دهد، نهاده های لازم برای تولید را هدردهد.

با توجه به اطلاعات فوق دست اندرکاران بخش کشاورزی با برنامه ریزی منطقی و حساب شده و با تجهیز صنایع تبدیلی و تکمیلی و اختصاص اعتبارات به آن بخشی از ضایعات را کاهش دهند و برخی از مؤلفه های اقتصادی از جمله ارزش افزوده، اشتغال و درآمد های ارزی را بهبود دهد. البته لازم به ذکر است بخش دیگر از ضایعات مربوط به سیستم حمل و نقل، انبارداری، بسته بندی و مسائل بازاریابی می باشد.

با عنایت به اهمیت مطالب فوقو پتانسیل بالای استان در تولید محصولات کشاورزی، کمیسیون کشاورزی اتاق بر آن شده که موضوع بررسی وضعیت صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی

پیشنهاد می‌گردد دستگاه‌های متولی ذیربط سیاست‌گذاری، حمایت‌ها و استراتژی‌های الویت‌گذاری را برای گسترش صنایع تبدیلی، بر مبنای حجم ضایعات و مزیت‌های صادراتی قرار دهند.

● صنایع تبدیلی جهت فعالیت مداوم، نیاز مستمری به مواد اولیه و محصولات تولیدی کشاورزی دارند؛ به دلیل شرایط خاص حاکم بر تولید محصولات کشاورزی ممکن است در یک سال مازاد عرضه و در سال بعد کمبود آن جهت رفع نیاز صنایع به وجود آید، لذا برنامه ریزی برای کشت، جهت هماهنگی سیاست کشت با صنایع تبدیلی بسیار ضروری می‌باشد؛ پیشنهاد می‌گردد برای اطمینان خاطر کشاورزان جهت تولید محصول در حد نیاز صنایع سیاست‌هایی مانند قیمت‌های تضمینی و بیمه محصولات کشاورزی، با اهمیت بیشتری بکار گرفته شوند.

● اگر می‌خواهیم ارتباط مستقیمی بین صنایع کشاورزی تبدیلی و تکمیلی ایجاد کنیم، باید نسبت به افزایش سرمایه‌گذاری در بخش صنایع کشاورزی اقدام و راهکارهایی برای تشویق و جذب سازی و رفع موانع قانونی، تسهیلات ویژه‌ای برای صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی مهیا کنیم.

● کاهش هزینه‌های تولید از طریق اصلاح خطوط تولید، تأمین سرمایه در گردش از طریق پرداخت تسهیلات به بنگاه‌های تولیدی از محل صندوق توسعه ملی، قراردادن، تعدیل نرخ ارز.

● پیشنهاد گردید صنعتگران مشکلات و پیشنهادات خودشان را به همراه توجیحات لازم به اتاق ارائه تا امکان طرح در شورای گفتگو فراهم شود.

تکمیلی استان جلسات مشترک و تخصصی داشته باشند و مشکلات و موانع تولید را از طریق همفکری بررسی و احصاء نمایند و راهکارهای مرتبط را جهت رفع موانع و فعال نگاه داشتن و توسعه ظرفیت‌های موجود استخراج و پیگیری نمایند.

● تبلیغات در دنیای امروز، اهرم و بازوی قدرتمندی است که تولیدکنندگان در بخش‌های مختلف از آن استفاده می‌کنند و تنها راهکار اجرایی در جهت پیشبرد اهداف و آرمان‌های شرکت‌ها و موسسات محسوب می‌شود لذا پیشنهاد می‌گردد صنعتگران در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی برای تبلیغ و معرفی تولیدات خودشان حضور پررنگ‌تری داشته باشند.

● ضروری است به صنعت بسته‌بندی در نقش یکی از بخش‌های کلیدی و مهم جهت نفوذ بیشتر در بازارهای جهانی و کسب قسمت بیشتری از ارزش افزوده حاصل از صدور محصولات مذکور به طور جدی توجه بیشتری شده و سازمانها و وزارتخانه‌های ذیربط برای به کارگیری فن‌آوری مدرن و به روزسازی صنایع بسته‌بندی موجود اهتمام ورزند.

● با توجه به مشکلات صنایع تبدیلی موجود و با عنایت به اینکه مالاک فعال بودن واحدها تولیدی در استان تعداد مجوزهای صادره نبوده بلکه میزان ظرفیت واحدهای در حال بهره‌برداری است؛ لذا پیشنهاد می‌گردد سازمانهای ذیربط مجوزهای صادره واحدهای تولیدی را مورد پایش و بررسی قرار دهند. در گزارشات خود، ظرفیت فعال را منظور نمایند.

● برای اثر بخش شدن فعالیت‌های کشاورزی و ایجاد ارزش افزوده بیشتر در این بخش،

● افزایش قیمت تمام‌شده صنایع غذایی به دلیل افزایش قیمت محصولات کشاورزی، فرسودگی دستگاه‌ها افزایش حامل‌های انرژی بدنبال قانون اجرای هدفمندی یارانه‌ها.

● تعدد مراکز تصمیم‌گیری و وجود متولیان در رابطه با صنایع تبدیلی

● بی‌ثباتی در مقررات و ضوابط بهداشتی و زیست‌محیطی و سیاست‌های حمایتی و ورود کالاهای غیر استاندارد و غیر بهداشتی و غیر قانونی در زمینه صنایع تبدیلی و تکمیلی.

● الگوی مصرف (تمایل به مصرف تازه‌خوری در ایران)

● نارسایی‌های بازاریابی و رقابت‌پذیری ضعیف صنایع تبدیلی و تکمیلی ایران در سطح جهان،

● کمبود مراکز فنی و مهندسی صنایع تبدیلی معتبر در استان

● تشدید تحریم‌ها و افزایش موانع صادراتی و برگشت سرمایه صادرکننده که در نهایت منجر به عدم استفاده کامل از پتانسیل‌های صادراتی گردیده است.

پیشنهادات

● تعیین یک بانک تخصصی مشخص در زمینه صنایع تبدیلی و تأمین سرمایه در گردش با بهره‌کم و برگشت حداقل ۳ ساله بویژه برای طرح‌های نوپا، تشکیل کمیسیون ویژه برای احیا و راه‌اندازی واحدهای غیر فعال، ایجاد همگرایی با مراکز آموزش و ارائه الگوهای مصرف در بخش صنعت غذا، تجدید نظر در خصوص استقرار صنایع کوچک و خدماتی در مجاورت روستاها و مزارع مانند برنجکوبی، توسعه و ترویج ارقام صنعتی در برنامه کشت، شناسایی و ترغیب بخش خصوصی توانمند و کارآمد و صاحب سرمایه، جلوگیری از ورود افراد ناکارآمد و غیر حرفه‌ای در فعالیتهای صنایع تبدیلی، حمایت از شرکتهای ماشین‌سازی محلی در استان به عنوان راهکارهای ساختاری توسعه صنایع کشاورزی و تبدیلی پیشنهاد می‌گردد.

● با توجه به اهمیت و ضرورت برنامه جامع صنایع غذایی و صنایع تبدیلی، پیشنهاد گردید، استراتژی توسعه صنایع و همچنین جانمایی صنایع مورد نیاز بخش کشاورزی با نگاه به توسعه آتی آن طراحی و یک نقشه جامع تدوین گردد.

● پیشنهاد گردید سازمانهای صنعت، معدن و تجارت با گروه‌های مختلف صنایع تبدیلی و



چگونه به تولید ملی کمک کنیم؟



فرامرز احمدی نژاد

رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق
بازرگانی و صنایع و معادن اهواز

و با آنان قراردادی منعقد نمایند مبنی بر تامین مواد اولیه کارخانجات پایین دستی مشروط به ارایه معرفی نامه از سوی آن سازمان که در این صورت واحد تولید کننده نیز نسخه ای از قرارداد فی مابین خود و شرکت خریدار محصولش را ارایه می دهد و معادل آن مواد اولیه مورد نیازش را بدون پرداخت هیچ گونه وجهی تحویل می گیرد ولی در عوض به شرکت خریدار کالا تعهد می دهد که آن شرکت حق دارد از محل پرداخت صورتحسابش وجه شرکت صنایع مادر را تسویه نماید. اجرای این روش مزیت‌های فراوانی دارد از جمله:

الف- حصول اطمینان از اینکه انحرافی در مصرف این تسهیلات صورت نمی گیرد و تسهیلات یارانه ای مستقیماً برای خرید مواد اولیه تولید و در جهت شکوفایی تولید و تامین مایحتاج جامعه صرف می گردد.

ب - رونق تولید: به طوری که واحد تولیدی با تامین مواد اولیه مورد نیاز ظرفیتهای خالی خود را پر می نماید و میزان خدمات ناشی از تولیداتش را به جامعه افزایش می دهد.

ج- کاهش بهای تمام شده: در اثر افزایش ظرفیت تولید هزینه ثابت و استهلاک ماشین آلات کم شده و در نتیجه بهای تمام شده به صورت چشمگیری کاهش پیدا می کند علی الخصوص اگر شیفتهای دوم و سوم را هم راه اندازی کنند.

کاهش بهای تمام شده از منظری دیگر نیز اتفاق می افتد به این صورت که در شرایطی که بانکها تسهیلات ارزان قیمت به واحدهای تولیدی ندهند آنها مجبورند حفظ آبرو نموده و برای جلوگیری از تعطیلی کارخانه مبادرت به خرید مواد اولیه به صورت نسیه نمایند که نسیه خری در بازار معادل پرداخت ۴۵ درصد سود است به عبارتی نرخ خرید نسیه ۳ درصد در ماه است و در سال می شود ۳۶ درصد بعلاوه حد اقل ۱۰ درصد سود مبادلات نقدی که میشود بین ۴۵ الی ۵۰ درصد که تا اینجای کار تولید کننده حدود ۲۵ درصد مواد اولیه را گرانتر به دست آورده لذا طبیعی است که در چنین شرایطی کالای ما گرانتر از کالای سایر کشورها در می آید و عملاً رغبتی برای خرید محصول ما در داخل پیدا نمی شود و بدین علت و سایر علل دیگر شرایط رقابت در بازارهای جهانی را نیز از دست می دهیم.

ت - اشتغالی: وقتی میزان تولید را افزایش دهیم به همان نسبت به نیروی کار بیشتری نیاز است علی الخصوص با راه اندازی شیفتهای جدید لذا افزایش اشتغال با افزایش تولید رابطه مستقیمی دارد و بالعکس

د- افزایش بهره وری: وقتی چرخ تولید ما روانتر بچرخد بدین معنی است که سرعت تولید ما افزایش یافته و هزینه های کمتری را برای تولید می پردازیم و در نتیجه سود عایدی ما بیشتر از قبل خواهد بود در اینصورت مدیران واحدها و کارآفرینان نیز رغبت بیشتری برای بالا بردن حقوق و دادن پاداش به کارکنان

ابتدا این نکته را یادآور می شوم که از دیرباز کار، زمین و سرمایه از عوامل اصلی تولید به شمار می رفتند و بعدها تکنولوژی هم به آنان اضافه شده است. امروزه بر همگان روشن است که کمبود نقدینگی و نداشتن سرمایه در گردش برای تامین و خرید مواد اولیه از مهمترین مصادیق و عوامل رکود صنایع تولیدی است که بدون شک برای رهایی از این وضعیت اسفناک و دلخراش دلسوزان نظام و مملکت به طور عام و متولیان بخش صنعت و معدن کشور به طور خاص می باید مسئولانه به میدان بیایند و نسخه ای اورژانسی برای این بیمار رو به مرگ تجویز نمایند که در همین رابطه ذیلاً نکاتی را تقدیم می دارم:

در ارتباط با مشکل نقدینگی واحدهای تولیدی بحثهای فراوانی شده و می شود و هر روزه شاهد اگر و مگرهای فراوانی هستیم که از قدیم گفته اند، در اگر نتوان نشست!

آخرین پیشنهادی که ماهها پیش توسط جناب مهندس فاخر عضو محترم هیات رئیسه اتاق تبریز عنوان شده و به تایید هیات نمایندگان اتاق ایران نیز رسیده و همچون دیگر راهکارها در مسیر بی سرانجامی سرگردان است، سلف خری کالا توسط دولت بوده با این مضمون که شرکتهای دولتی به ازای سفارشی که می خواهند از صنایع تولیدی خرید کنند درصدی از آنرا پیش خرید نمایند تا از این محل کارخانه ها مبادرت به خرید مواد اولیه مورد نیاز نمایند و سپس کالا را تولید و تحویل خریدار نمایند. به عبارتی سالهاست که دولت و شرکتهای دولتی پروژه ها و مایحتاج خود را به صورت نسیه و بدون کمترین دغدغه یا ترس از باز پرداخت آن از جیب بخش خصوصی اجرا می نمایند و اینک در شرایط پیش آمده که قصور یا تقصیری متوجه مدیران بنگاههای تولیدی نمی باشد و هر آنچه بر سر آنها می آید به دلیل شرایط فورس ماژور و هارد شیپی است که بخشی از آن به تحریمهای ناجوانمردانه اربابان زور علیه کشورمان برمی گردد و بخش عظیمی از آن هم ناشی از بی تدبیری و نا همخوانی نقشه های برنامه ریزان اقتصادی نشات می گیرد که به جای بهره گیری از تفکر سیستماتیک و هوشمندانه، روشهای جزیره ای، غرض ورزانه و توأم با حب و بغض را در پیش گرفتند و تاسف بار تر اینکه به جای پذیرش مسئولیت و جبران هزاران میلیارد هزینه تحمیلی به مملکت با رفتارهای پوپولیستی و عوام پسندانه ندای کودکانه کی بود کی بود من نبودم را سر می دهند! و طبیعی است بخش خصوصی در این میدان کارزار، نه تنها انتظار جبران مافات از دولت داشته باشد بلکه در شرایط تحریم، تسهیل امور را سرلوحه عملکرد خود قرار دهد. و با اتخاذ تصمیماتی جدی و فوری جبران مافات نماید چنانچه گفته اند تا از هر جای ضرر برگردی منفعت است. و اما پیشنهادی که به ذهن نگارنده می رسد: علاوه بر اجرائی کردن طرح های حمایتی میان مدت و بلند مدت از جمله طرح حمایت از تولید مرکز پژوهشهای مجلس که ممکن است تصویب و اجرای آن زمان زیادی به طول بینجامد.

● **خرید مواد اولیه برای واحدهای تولیدی است:**

به این ترتیب که سازمان صنعت، معدن و تجارت یا صنایع کوچک و یا جهاد کشاورزی تسهیلاتی را با نرخ ارزان در اختیار صنایع مادر قرار دهند

نمایندگان انتصابی را همواره بر مرکب احساس و عناد سوار کرده اند نه تعقل و تدبیر و دوراندیشی و مهورورزی! در نهایت آنها هم بلایی را که هم اینک می بینید به سر تولید و اشتغال این مملکت می آورند. البته اگر چه نگارنده اعتقاد دارد که امروزه معیشت نیروی کار ما به شدت آسیب زا و بحرانی شده است ولی از طرف دیگر بر این باورم که حقوق پرداختی به بسیاری از کارگران و کارمندان ما با این میزان بهره وری و کارایی که دارند، خیلی بیشتر از حق و حقوق وجدانی آنهاست که البته ریشه آنرا در مکانیزم پرداخت حقوق و دستمزد می دانم زیرا در کشور ما دستمزد را به زمان می پردازند نه به کارایی!!! بدین شیوه بین کسی که ساعتها وقتش را صرف تحریک و تشویق به از زیر کار در رفتن، چرت زدن، بیکارنشتن، حرف زدن، چت کردن، تلف می کند با آن کسی که با نهایت وجدان کاری در خدمت مجموعه و پیشرفت آن است در پایان ماه تفاوتی قابل نمی شوند چه بسا همان آدمهای از زیر کار در رو مقبول تر هم باشند چون ممکنه از صفت تملق گویی و چاپلوسی و زیر آب زنی هم برخوردار باشند که متأسفانه خیلی هم باب طبع مدیران خودشیفته و تمامیت خواه ماست و این عارضه هم در نوع خود یکی از عوامل رکود و عدم بهره وری است که پرداختن به این مقوله خود به تنهایی ساعتها وقت نیاز دارد لذا به همین مقدار بسنده میکنم و با تک بیتی از شاعر شیرین سخن اقبال لاهوری توجه شما را به پیامدهای احتیاج جلب می نمایم:

آنچه شیران را کند روبه مزاج احتیاج است احتیاج است احتیاج

اما نگارنده بر این باور است که در هر شرایط نباید تسلیم شد و می باید به جنگ مشکلات رفت حتی اگر سرنوشت در اینجا چنین رقم خورده باشد. امیدوارم من و شمای مسئول در این دام گرفتار نیاییم حقیقتی را فدای مصلحت ننماییم، حقی را باطل و باطلی را حق جلوه ندهیم و به صرف اینکه ممکن است فردا روزی احتیاجی پیدا کنیم چشم بر حقایق بندیدم و خرقة مصلحت اندیشی و نان به نرخ روز خوری را بر تن نماییم و شرف و شرافت انسانی خود را به ثمن بخش به حراج بگذاریم.

غلام همت آنم که زیر چرخ کبود
ز هر چه رنگ تعلق پذیرد آزاد است

خود نشان می دهند که این عمل رویکردی انگیزشی دارد و بدیهی است هر کاری که در آن انگیزه باشد بهره وری و خلاقیت هم بخشی از دستاوردهای آن است و در نهایت به یک مبادله برد برد تبدیل می شود که هم کارفرما راضی است و هم کارگر.

چ- افزایش کیفیت تولید کالای با کیفیت به عوامل متعددی نیازمند است اما مهمترین آنها بکارگیری اصول بهبود مستمر کیفیت است و این بهبود مستمر تنها توسط نیروهای با انگیزه و خلاق شرکت صورت می گیرد نیروهایی که از کار خود راضی باشند و خود را در موفقیتها یا شکست شرکت سهیم و شریک بدانند و این مهم محقق نخواهد شد مگر در سایه رضایتمندی که این رضایتمندی از طریق توجه و بها دادن به خواسته ها و نیازهای نیروی کار بوجود می آید لذا بدیهی است در یک سیستم فعال و پویا و بهره ور و پر درآمد پرداختن به امور کیفی سرلوحه امور قرار می گیرد.

● توجه ویژه به معیشت نیروی کار

و اما مهمترین راه کمک به تولید: توجه به معیشت کارگران است در روایات و احادیث هم داریم از هر دری که فقر وارد شود ایمان از در دیگر خارج می گردد. با این توصیف چگونه انتظار داریم کارگری که حقوق دریافتی اش یک سوم هزینه زندگیش را تامین نمی کند به کارش ایمان داشته باشد؟! و به عنوان یک آدم هوشمند و با انگیزه مبادرت به تولید کالای کیفی و کمی نماید؟! متأسفانه نزدیکیهای پایان هر سال دولت از نمایندگان کارفرما و کارگر دعوت می کند که در کمیته تعیین حقوق و دستمزد بر سر درصد افزایش حقوق سال جدید چانه زنی نمایند و خود به تماشا می نشینند، تا آنگاه که خوب انرژی همدیگر را مستهلک نموده و کاسه کوزه ها را بر سر هم شکستند در قامت یک مصلح مقتدر به میدان می آید و رقمی را اعلام میکند و میگوید نرخ همین است که من می گویم و شما باید تمکین کنید! زیرا دولت خود بزرگترین کارفرماست و بیشترین نیروی حقوق بگیر را دارد و اساسا و عملا تمایلی ندارد

که حقوق حقوق بگیرانش از حد معینی عبور نماید منتها چون در مقاطع خاصی به رای و نظر جوامع کارگری نیاز دارد، کانونهای کارگری و کارفرمایی را پیش خود قرار می دهد و متأسفانه این



اخبار اقتصادی - تجاری آذر ۱۳۹۲



اهواز به فعالان اقتصادی استان خوزستان در بخش تجارت فرامرزی و درون مرزی، نحوه برخورداری فعالان بخش خصوصی از خدمات تیم مشاوران متخصص اتاق در حوزه موارد مرتبط با فضای کسب و کار، رویه های مربوط به صدور کارت بازرگانی، برگزاری دوره های آموزشی تخصصی ویژه دارندگان کارت بازرگانی و نحوه تعامل فعالان اقتصادی با کمیسیونهای تخصصی اتاق، از جمله مواردی بود که توسط تیم کارکنان مجرب در غرفه اتاق بازرگانی اهواز، معرفی گردید.

گفتنی است «سید شکرخدا موسوی» نماینده مردم اهواز و باوی و عضو کمیسیون کشاورزی مجلس شورای اسلامی و دکتر «اسماعیل جلیلی» نماینده مردم مسجد سلیمان، لالی، اندیکا،



و هفتکل و عضو کمیسیون برنامه و بودجه و محاسبات مجلس از جمله بازدیدکنندگان نمایشگاه مذکور بودند که با حضور در محل غرفه اتاق بازرگانی اهواز، از نزدیک در جریان فعالیتهای اتاق بازرگانی قرار گرفتند.

همچنین طی ۵ روز برگزاری نمایشگاه، ماهنامه اتاق بازرگانی اهواز، ماهنامه اتاق بازرگانی ایران و سایر مجلات و کتب تخصصی کاربردی با موضوعات اقتصادی و بازرگانی، بصورت رایگان

آهنگری» عضو هیأت نمایندگان و رئیس کمیسیون بازرگانی و «داریوش امامی» دبیر اجرایی اتاق، رئیس اتاق را همراهی کردند.



حضور پررنگ اتاق بازرگانی اهواز در اولین نمایشگاه تخصصی بانکداری الکترونیک، صنعت بیمه، بورس و سرمایه گذاری

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز به عنوان عالی ترین و با قدمت ترین نهاد بخش خصوصی استان خوزستان از آغاز برپایی نمایشگاه تخصصی «بانکداری الکترونیک، صنعت بیمه، بورس و سرمایه گذاری» حضور پررنگی را از خود به نمایش گذارد.

به گزارش روابط عمومی اتاق، در نمایشگاه «بانکداری الکترونیک، صنعت بیمه، بورس و سرمایه گذاری» که به مدت ۵ روز از تاریخ ۱۳ لغایت آذر در محل نمایشگاههای بین المللی استان خوزستان با حضور بانکهای دولتی و خصوصی، بیمه ایران، شرکتهای بیمه ای خصوصی، شرکتهای سرمایه گذاری و مراکز آموزشی مباحث اقتصادی برگزار گردید، فعالیتهای اتاق بازرگانی اهواز به نحو مطلوبی، معرفی و مورد استقبال عموم بازدیدکنندگان قرار گرفت. خدمات قابل ارائه اتاق بازرگانی

اتاق اهواز

با هدف بررسی مسائل و مشکلات صادراتی صورت گرفت:

بازدید رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز از پایانه مرزی چذابه

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز ظهر سه شنبه (۱۹ آذر) با حضور در محل پایانه مرزی چذابه، به بررسی مسائل و مشکلات صادراتی پایانه مذکور، پرداخت.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اهواز، «عبدالرحمن سلیمانی مقدم» در این سفر، با مدیر بازارچه مرزی چذابه و تعدادی از تجار و بازرگانان آن مرز دیدار و در خصوص مشکلات مربوط به فعالیتهای تجاری با کشور عراق، گفتگو کرد.



«سیدسعید موسوی» مسئول دفتر نمایندگی اتاق بازرگانی اهواز در پایانه مرزی چذابه نیز گزارشی از روند فعالیتهای تجاری، نواقص زیرساختهای صادراتی، اطلاعات مربوط به نوع و میزان کالاهای صادراتی و بطور کلی وضعیت صادرات از مرز مذکور را در اختیار رئیس اتاق و هیأت همراه قرار داد. در این بازدید «عبدالرسول

و همچنین تخصیص مواد اولیه پالایشگاهی و پتروشیمی از بورس مورد نیاز می باشد.

امکان پرورش و تولید خاویار در خوزستان محقق شد

با تولید خاویار از نخستین ماهی خاویاری پرورشی در دزفول امکان پرورش و تولید خاویار در استان خوزستان محقق شد.

مدیر عامل شرکت پرورش ماهی خاویاری دزفول گفت: نخستین گونه ماهی خاویاری از گونه سبیری در پنج سالگی به مرحله تولید خاویار رسید.

رشد ۶۳ درصدی صادرات کالا به عراق از بندر خرمشهر

مدیرکل بندر و دریانوردی خرمشهر گفت: در هشت ماهه امسال ۴۹۷ هزار و ۹۲۸ تن کالا از بندر خرمشهر به کشور عراق صادر شد که این حجم صادرات به عراق نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد ۶۳ درصدی داشته است.

۳۵ درصد ذرت دانه ای کشور در خوزستان تولید می شود

معاون بهبود تولیدات گیاهی سازمان جهادکشاورزی خوزستان گفت: خوزستان با تولید سالانه ۷۵۰ هزار تن ذرت دانه ای معادل ۳۵ درصد کل تولید ذرت کشور را به خود اختصاص داده است.

بزرگترین کشتارگاه صنعتی خوزستان در اهواز آماده بهره برداری شد

مدیر کشتارگاه شهرداری کلانشهر اهواز و بازرس اصلی انجمن کشتارگاه های صنعتی دام کشور از آماده افتتاح اولین و بزرگترین کشتارگاه صنعتی دام استان در اهواز خبر داد.

پیش بینی می شود سطح تولید گندم خوزستان امسال ۱۸ درصد افزایش یابد

رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان خوزستان پیش بینی کرد امسال طبق برنامه ریزی های صورت گرفته سطح برداشت گندم نسبت به سال گذشته ۱۸ درصد افزایش یابد.

کسب مقام دوم خوزستان در مبادلات تجاری

ناظر جدید گمرکات خوزستان گفت: استان خوزستان با کسب هشت هزار و ۲۸۸ میلیارد ریال درآمد در هشت ماه از سال جاری، مقام دوم کشور در تبادلات تجاری غیر نفتی را کسب کرد.



همچنین، ارائه گزارش توسط «عبدالرسول آهنگری» رئیس کمیسیون بازرگانی اتاق در خصوص عملکرد کمیسیون مذکور و توجه به رویکرد بازار عراق، بدلیل ضیق وقت به جلسه آتی هیأت نمایندگان موکول گردید.

اخبار اقتصادی خوزستان

صادرات سبزیجات سالم خوزستان

به روسیه

رئیس انجمن تولیدکنندگان محصول سالم خوزستان با اشاره به آغاز برداشت سبزیجات سالم در این استان، گفت: این محصولات به دلیل مرغوبیت و دارا بودن قابلیت صادرات، به کشور روسیه صادر می شوند.

دفتر فن بازار منطقه ای در خوزستان افتتاح شد

مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی خوزستان از افتتاح نخستین دفتر فن بازار منطقه ای در استان و تاثیر آن در ایجاد تناسب میان عرضه و تقاضای فناوری در سطح استان خوزستان خبر داد.

رئیس خانه صنعت و معدن خوزستان: نگرش به بخش تولید باید تغییر کند
رئیس خانه صنعت و معدن خوزستان گفت: در حال حاضر بانکها و حتی مسوولان نگرش تولید محور ندارند و باید نوع نگرش به بخش تولید تغییر کند تا شاهد رشد و شکوفایی این بخش باشیم.

راه اندازی سامانه بهین یاب در منطقه آزاد اروند

فعالیت تولیدکنندگان و صنعتگران فعال در واحدهای صنعتی منطقه آزاد اروند با راه اندازی سامانه «بهین یاب» وزارت صنعت، معدن و تجارت ویژه این منطقه تسهیل شد. اسماعیل زمانی گفت: سامانه «بهین یاب» جهت دریافت تسهیلات از صندوق توسعه ملی

به بازدیدکنندگان اهداء گردید. اتاق بازرگانی اهواز با بیش از ۸۰ سال قدمت، براساس وظایف ذاتی خود و به منظور کمک به توسعه اقتصادی استان خوزستان از طریق ایجاد تعامل دو سویه مستمر بین بخش خصوصی و مسئولان دستگاههای اجرایی متولی کسب و کار استان، شناسایی و کمک به رفع قوانین و مقررات مخل تولید، تجارت و سرمایه گذاری، تأثیرگذاری در سیاستگذاریها و مشی اقتصادی استان از طریق ارتباط مستمر با نهادهای عالی مدیریتی استان، نقش حائز اهمیت خود را در پیشبرد اهداف و برنامه های توسعه اقتصادی استان خوزستان و کشور، بیش از پیش و به نحو ارزنده ای ایفاء نموده است.



گزارش تفریح بودجه سال ۹۱ و بودجه پیشنهادی سال ۹۳ به تصویب هیأت نمایندگان رسید

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اهواز، جلسه آذرماه هیأت نمایندگان اتاق، عصر سه شنبه (۲۶ آذر) به ریاست رئیس اتاق و با حضور ۱۰ تن از اعضاء برگزار شد. در این جلسه گزارش تفریح بودجه سال ۹۱ و بودجه پیشنهادی سال ۹۳ اتاق بازرگانی اهواز به تصویب هیأت نمایندگان رسید.

«عبدالرحمن سلیمانی مقدم» رئیس اتاق، با تأکید بر اینکه بودجه باید برنامه محور باشد و خودپالایشی داشته باشد، بودجه پیشنهادی اتاق اهواز را یکی از شفاف ترین بودجه های ارائه شده اتاقهای بازرگانی سراسر کشور به اتاق ایران خواند.

حاضران در جلسه نیز پس از اظهارنظر در خصوص گزارش مذکور، مراتب تشکر خود را از هیأت رئیسه بابت بودجه ارائه شده، ابراز نمودند.

الزام واحدهای صنعتی و نیمه صنعتی دامپروری و آبزیان در به کارگیری ناظر فنی

سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان گفت: براساس قانون طرح جامع دامپروری و آبزیان کشور کلیه واحدهای صنعتی و نیمه صنعتی موظف به داشتن ناظر فنی برای تولیدات خود هستند.

جاذبه های گردشگری منطقه آزاد اروند در همایش توسعه تورگردانی کشور معرفی شد

منطقه آزاد اروند در راستای معرفی جاذبه های و پتانسیل های گردشگری و آغاز فعالیت های متقابل با فعالان بخش خصوصی در حوزه توریستی در همایش توسعه تورگردانی حضور یافت.

استاندار خوزستان عنوان کرد: بررسی و شناسایی قابلیت های استان تا پایان سال/ لزوم حضور مدیران در کلیه جلسات



استاندار خوزستان گفت: تا پایان امسال باید به بررسی و شناسایی قابلیت های استان بپردازیم.

استعفای دسته جمعی ۱۸ نماینده خوزستان در اعتراض به اعتبارات این استان در بودجه ۹۳

یک عضو مجمع نمایندگان استان خوزستان با تایید استعفای دسته جمعی ۱۸ نماینده این استان در اعتراض به اعتبارات پیش بینی شده در لایحه بودجه ۹۳ برای این استان گفت که نامه استعفای دسته جمعی نمایندگان تقدیم هیات رییس مجلس شده است.

فرهنگ تجارت و خصوصی سازی باید در آبادان و خرمشهر نهادینه شود

مدیر عامل سازمان منطقه آزاد اروند مهمترین اولویت این سازمان را جذب سرمایه گذار عنوان کرد و گفت: فرهنگ تجارت و خصوصی سازی باید در شهرهای آبادان و خرمشهر نهادینه شود.

۲۸۰ قلم کالای بی کیفیت از سطح بازار خوزستان جمع آوری شد

مدیرکل استاندارد خوزستان از جمع آوری و توقیف ۲۸۰ کالای مشمول استاندارد اجباری فاقد نشان استاندارد ملی از ابتدای سال تاکنون از سطح بازار استان خوزستان خبر داد و گفت: ۱۳۳ واحد صنفی نیز بدلیل فروش اجناس غیراستاندارد به دادگستری و تعزیرات حکومتی معرفی شدند.

هزینه ۲۰۰ میلیارد ریالی برای جبران یک اشتباه!



مدیرعامل صندوق توسعه و حمایت از بخش کشاورزی خوزستان گفت: واردات ذرت همزمان با برداشت این محصول کشاورزان را دچار چالش کرده و به همین منظور ۲۰۰ میلیارد ریال خط اعتباری جهت جبران خسارت به بخش کشاورزی تزریق شده است.

زام صادرات آبزیان خوزستان در دست دلان عراق!

رییس اتحادیه پرورش دهندگان ماهی خوزستان گفت: متأسفانه به دلیل این که مدیریت خوبی در زمینه ساماندهی صادرات آبزیان اعمال نشده، زمام صادرات آبزیان به دست دلان عراقی افتاده است.

تولیدات شهرک های صنعتی خوزستان در نمایشگاه



شهرک های صنعتی خوزستان در نمایشگاه دستاوردهای پژوهشی با محور توسعه کار آفرینی آخرین فعالیت های پژوهشی و جدیدترین تولیدات و تحقیقات واحدهای

صنعتی را به نمایش گذاشتند.

معاون گمرک خبر داد:

اختصاص اعتبار به گمرک های چزابه و شلمچه در لایحه بودجه ۹۳

معاون گمرک ایران با اشاره به در دستور کار قرار گرفتن اظهار از راه دور، اسکن اسناد و ارزیابی غیبی در صورت درخواست صاحب کالا در گمرک ایران خبر داد و گفت: در لایحه بودجه سال ۱۳۹۳ کل کشور برای تعدادی از پروژه های گمرک اعتبارات ویژه ای در نظر گرفته شده است.

پذیرش سیمان خوزستان در بورس اوراق بهادار

بزرگترین کارخانه سیمان استان خوزستان در لیست شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران قرار گرفت.

واحدهای دامپروری هفتکل به سرمایه گذاران واگذار می شود

فرماندار هفتکل گفت: ۲۵ واحد از واحدهای مجتمع دامپروری شهرستان به متقاضیان و سرمایه گذاران علاقه مند به دامپروری واگذار می شود.

برنج های وارداتی، بازار تولید داخل را با مشکل مواجه کرده اند

رییس انجمن برنج کاران خوزستان گفت: عرضه بیش از حد برنج های وارداتی، بازار فروش تولید داخل را با مشکل مواجه کرده است.

طرح پرورش گاومیش صنعتی در دزفول اجرا شد

مدیر جهاد کشاورزی دزفول از اجرای طرح پرورش گاومیش صنعتی در این شهرستان خبر داد و گفت: در این طرح یکصد راس گاومیش در دامداری به روش صنعتی و مکانیزه پرورش می شود.

اتاق ایران

نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران: از اقتصاد منفی نمی توان انتظار معجزه داشت/ دولت دچار گرفتاری های شدید مالی است

کار برون رفت تولید از وضعیت موجود با اقدام های قبلی امکان پذیر نیست و ما نیاز به یک سری اقدامات اورژانسی برای نجات تولید داریم تا در فضایی تعاملی و با کمک خود تولید کنندگان به راه حل های قابل قبول تر برسیم.

ضابطه‌مند کردن ممنوع‌الخروجی بدهکاران در دستور کار کمیته ماده ۷۶
جلسه کمیته ماده ۷۶ با محوریت بررسی وضعیت ممنوع‌الخروج شدن بدهکاران مالیاتی دوشنبه ۲۵ آذرماه در اتاق ایران برگزار شد.

اخبار اقتصادی اتاق ایران

رئیس کمیسیون واردات اتاق بازرگانی ایران: طرح شبنم باید هر چه سریع‌تر کنار گذاشته شود

رئیس کمیسیون واردات اتاق بازرگانی ایران گفت: متأسفانه برخی افراد از داخل وزارت صنعت و تجارت علیه وزیر فضا سازی کرده و تغییر رویکردها نسبت به حذف طرح شبنم گردید.

مجمع جهانی اقتصاد گزارش داد: رتبه ۱۰۳ ایران در دنیا از نظر مطلوبیت فرایندهای گمرکی

مجمع جهانی اقتصاد ایران را از نظر شاخص مطلوبیت فرایندهای گمرکی در بین ۱۴۸ کشور دنیا در رتبه ضعیف ۱۰۳ قرار داد.

معاون دفتر مقررات واردات و صادرات: حذف مقررات زاید برای تسهیل تجارت

معاون دفتر مقررات واردات و صادرات سازمان توسعه تجارت با اعلام اینکه دولت قانوناً مکلف به اجرای ایران‌کد نبوده است، گفت: ایران‌کد را ۵ سال پیش مدینه فاضله معرفی کردند ولی به هیچ‌یک از اهدافش نرسید و دولت الزام آن برای ثبت سفارش را لغو کرد.

صادرات دوباره خودرو به عراق آغاز شد

مدیر کل گمرکات استان ایلام از آغاز مجدد صادرات خودرو پس از هشت ماه به عراق خبر داد. ، خلیل حیدری صبح چهارشنبه در پایانه مرزی مهران اظهار داشت: مرز مهران یکی از مهمترین کانونهای صادراتی کشور است که روزانه شاهد تردد بیش از ۵۰۰ کامیون کالا است.

اعمال وحدت رویه دریافت عوارض گمرکی در مهران و استان واسط عراق

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان ایلام کاهش هزینه‌های گمرکی و اعمال وحدت رویه در دریافت عوارض و حقوق گمرکی از تجار و بازرگانان در مرز مهران و استان واسط کشور عراق را خواستار شد.

این جلسه گزارش مذکور در اختیار اعضا قرار گرفت.»

پیشنهادهای اتاق بازرگانی ایران در زمینه سیاستهای اقتصادی با تأکید بر رفع موانع تولید

پیشنهادهای اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در زمینه سیاستهای اقتصادی با تأکید بر رفع موانع تولید منتشر شد. همایش‌های مشترک بازرگانی ایران و ترکیه برگزار شد



همایش‌های مشترک بازرگانی ایران و ترکیه با حضور مقامات دولتی و خصوصی طرفین و جمعی از تجار، بازرگانان و صاحبان صنایع ایرانی و ترکیه ای از ۲۲ - ۱۹ آذرماه ۱۳۹۲، در شهرهای استانبول و گیزه ترکیه برگزار شد.
در سی امین جلسه هیأت نمایندگان اتاق ایران: حضور فعال نماینده اتاق در کمیسیون تلفیق بودجه ۹۳



این جلسه هیأت نمایندگان اتاق ایران با حضور رئیس کمیسیون برنامه و بودجه مجلس که یکشنبه ۲۴ آذرماه برگزار شد، به بررسی لایحه بودجه ۹۳ اختصاص پیدا کرد.

رئیس اتاق بازرگانی ایران مطرح کرد ایران بهشت تولیدکنندگان خارجی!

رئیس اتاق بازرگانی ایران گفت: وقتی ایران بهشت تولید کنندگان خارجی شود تولیدکنندگان داخلی کشور هم به دنبال وارد کردن اجناس چینی به کشور هستند که این ناشی از نداشتن راهبردهای اقتصادی است.

معاون اتاق مشترک بازرگانی هند و ایران: دوکشور ظرفیت‌های فراوانی برای توسعه روابط تجاری دارند

نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران: از اقتصاد منفی نمی‌توان انتظار معجزه داشت دولت دچار گرفتاری‌های شدید مالی است
حریری با اشاره به توافقات ژنو: نقش اتاق‌های بازرگانی پررنگ‌تر از قبل شد/شرایط برای ایجاد حماسه اقتصادی فراهم شده است

رئیس کمیسیون واردات اتاق بازرگانی ایران گفت: با توجه به فضای اقتصادی به وجود آمده بعد از مذاکرات ژنو بازرگانان باید منفعت‌های شخصی خود را کم کرده و به دنبال فتح دروازه‌های اقتصادی جهان باشند.

غلامحسین شافعی بر صندلی ریاست اتاق ایران نشست



هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران یکشنبه ۱۰ آذرماه گردهم آمدند تا رئیس اتاق را برای مدت باقی مانده از دوره هفتم، انتخاب کنند.

برای موفقیت به حمایت همه اعضای اتاق نیاز است

غلامحسین شافعی، پس از کسب آرای هیأت نمایندگان و قرار گرفتن بر کرسی ریاست اتاق ایران، در خواست کرد: «برای موفقیت در این مسیر به حمایت، هم دلی و همکاری همه اعضای اتاق نیاز دارم.»

پی‌گیری نحوه گشایش اعتبار اسنادی در جلسه شورای گفت‌وگو

غلامحسین شافعی، رئیس پارلمان بخش خصوصی کشور نحوه اجرای مصوبه ۳۴ ماده‌ای در مورد اقتصاد را یکی از دستور جلسه‌های این نشست شورا دانست و گفت: «قرار بود دبیرخانه شورای گفت‌وگو با مشارکت اتاق‌های سراسر کشور مشکلات و موانع موجود بر سر راه اجرای این مصوبه ۳۴ ماده‌ای را مورد بررسی قرار داده و گزارش آن را در اختیار شورا قرار دهد. در

سامری مطرح کرد:

بررسی پرونده واردات گندم و میوه در دستور کار کمیسیون کشاورزی

عضو کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس، گفت: متأسفانه طی آمارهای به دست آمده مسئولان ذی ربط علاوه بر واردات میوه قصد واردات گندم را هم دارند، به همین جهت نمایندگان مجلس در وهله ی اول طی نامه ای خواستار توقف واردات بی رویه میوه از رئیس جمهور شدند، که بی شک بعد از این مهم خواهان رسیدگی به پرونده واردات بی رویه گندم خواهند بود.

با تصویب هیئت وزیران؛

شرایط جدید پرداخت جواز صادراتی اعلام شد

با تصویب دولت، پرداخت هر گونه جواز صادراتی به صادرکنندگان مشروط به استفاده از ارز حاصل از صادرات در چرخه تجاری کشور شد.

ممنوعیت واردات انگور، سیب، گلابی و انواع ماهی لغو شد

با دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت، ممنوعیت واردات کالاهای اولویت ۱۰ (کالاهای لوکس غیر ضروری) که شامل انگور، سیب، گلابی، به، گیلاس، انواع ماهی و ماکیان خواهد بود، طی روزهای آینده لغو خواهد شد.

تاکید بر تشکیل کمیته مشترک میان سازمان های توسعه تجارت ایران و ژاپن

در دیدار وزیر صنعت، معدن و تجارت کشورمان با رئیس سازمان تجارت خارجی ژاپن، دو طرف بر افزایش سطح مناسبات اقتصادی و تشکیل کمیته مشترک میان سازمان های توسعه تجارت ایران و ژاپن تاکید کردند.

تاکید تهران و وین بر بهبود روابط تجاری و بازرگانی / سرمایه گذاران اتریشی پیشنهاد میکنند

در دیدار هیات اتریشی با قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت دو طرف بر برقراری و توسعه روابط تجاری و اقتصادی تاکید کردند.

با امضای معاون اول رئیس جمهور

ابلاغ شد؛

تعیین سود بازرگانی کالاهای مشمول ردیف های تعرفه

تعیین سود بازرگانی کالاهای مشمول ردیف های

تعرفه، آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات برای اجرا به وزارت امور اقتصادی و دارایی و وزارت صنعت، معدن و تجارت ابلاغ شد.

آزاد شدن واردات کالاهای اولویت ۱۰ تکذیب شد

وزیر صنعت، معدن و تجارت صدور دستور لغو ممنوعیت ثبت سفارش کالاهای اولویت ۱۰ را تکذیب کرد.

واردات کالاهای اساسی افزایش یافت

تازه ترین گزارش گمرک از واردات کالاهای اساسی نشان می دهد که در آبان ماه واردات دانه ذرت دامی ۴۶ درصد، برنج ۷۴ درصد و کنجاله سویا ۲۰۰ درصد افزایش داشته است.

خروج نام ۱۰ مدیر کشتیرانی ایران از لیست تحریم اتحادیه اروپا

با حکم دیوان دادگستری اروپا، تمامی مدیران تحریمی کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران از لیست تحریم های اتحادیه اروپا خارج شدند.

ابلاغ تغییرات جدول مقررات صادرات و واردات به گمرکات سراسر کشور

گمرک جمهوری اسلامی ایران تغییرات جدید جدول مقررات صادرات و واردات که در روزهای اخیر به تصویب هیات محترم وزیران رسیده بود را به گمرکات سراسر کشور ابلاغ کرد.

راه اندازی سامانه جامع گمرکی

رئیس کل گمرک ایران از راه اندازی سامانه جامع گمرکی به صورت آزمایشی در گمرک تهران خبر داد.

اکسپوی صادرکنندگان غیر نفتی در ایران برگزار می شود

دومین نمایشگاه توانمندیهای صادرکنندگان ایرانی (ایران اکسپو) با دستور وزیر صنعت و با هدف توسعه زیرساخت های صادراتی جمهوری اسلامی ایران و شناخت فرصت های جدید برگزار می شود.

رئیس سازمان امور مالیاتی:

حذف تدریجی توافق برای اخذ مالیات

رئیس سازمان امور مالیاتی از حذف تدریجی توافق با اصناف برای دریافت مالیات عملکرد خبر داد و گفت: اکنون ۴۴ درصد هزینه های جاری دولت از اخذ مالیات و ارزش افزوده تامین می شود.

رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مطرح کرد؛



کمیود بودجه اصلی ترین مشکل سازمان میراث فرهنگی عنوان کرد و یکی از بزرگترین مشکلات در ارتباط با حفاظ از میراث فرهنگی کشور مسئله بودجه است.

انتصابات

روابط عمومی اتاق بازرگانی اهواز، انتصاب آقایان:

غلامحسین شافعی، به سمت: رئیس اتاق ایران
سید مهدی میر ابوطالبی، به سمت: معاون کل

سازمان توسعه تجاری ایران
علی عماد، به سمت: معاون توسعه و پشتیبانی

استانداری
احمد سیاحی، به سمت: معاون عمرانی

استانداری
فرج اله خبیر: به سمت معاون سیاسی اجتماعی

استانداری
امید حاجتی، به سمت: معاون برنامه ریزی

استانداری خوزستان
قدرت اله دهقان، به سمت: معاون امنیتی

انتظامی استانداری خوزستان
و عارف باوی، به سمت: مدیر گمرک خرمشهر

را تبریک عرض کرده و برای این عزیزان آرزوی موفقیت می نماید.

پیام تسلیت

آقایان سید صادق موسوی و عباس خیرالله زاده:

ضمن تسلیت درگذشت دو عزیز از دست رفته، از درگاه خداوند رحمان برای آنان رحمت و غفران الهی و برای شما بزرگواران و سایر بازماندگان صبر و اجر مسئلت داریم.

روابط عمومی اتاق اهواز

کمیته آزیان کمیسیون کشاورزی، آب، منابع طبیعی و صنایع غذایی اتاق اهواز

۴- بررسی و مطالعه بازار فروش آزیان (اعم از بازار داخلی و صادرات).

۵- مطالعه و شناسایی تشکل های موجود و نقاط ضعف و قوت آنها و چگونگی ساماندهی و ایجاد هماهنگی بین آنها. دستاوردهای کمیته آزیان

بررسی بر روی مسائل و مشکلات تولید ماهیان گرمابی در استان و احصاء راهکارها؛ که گزارشات آن در دبیرخانه کمیسیون کشاورزی موجود می باشد.

یکی از مسائل مهمی که تولید، صادرات، توسعه آبی و اقتصادی آبی پروری را در استان را تهدید می نماید، شیوع بیماری در مزارع پرورشی می باشد، که در بعضی از سالها تا ۳۵ درصد تولید را کاهش داده است و این خطر اتاق را بر آن داشت که با برگزاری کارگاه آموزشی در زمینه بیماریهای خسارت زای ماهیان گرمابی در استان خوزستان به کمک متخصصین، محققین و اساتید و بکارگیری دانش و تجربیات فرهیختگان ذیربط، به تولید کنندگان کمک نماید تا در سنگر تولید با نشاط بیشتری خدمت نمایند.

ساماندهی تشکلهای آزیان استان به منظور ایجاد هماهنگی هر چه بیشتر برای بهبود شرایط فرآوری تولید، فرآوری، صادرات و حضور منسجم و سازمان یافته بخش خصوصی آزیان در عرصه اقتصاد کشاورزی خوزستان و ایجاد تشکل استانی آزیان خوزستان بنام انجمن آبی پروران و صنایع مرتبط استان خوزستان.

هماهنگی برای جلوگیری از ورود ماهی از شمال به استان خوزستان. مکاتبه و رایزنی با مسئولین ذیربط استانی جهت دستیابی به تعادل در بازار فروش ماهی در داخل و خارج از کشور.

کشور». به همین خاطر اولین جلسه کمیته آزیان در تاریخ ۱۳۹۱/۱۱/۱۷ تشکیل گردید و تا کنون ۱۰ جلسه برگزار شده و ۴۰ مصوبه به همراه داشته است.

اعضاء این کمیته تیمی مرکب از: نماینده اداره کل شیلات استان، نماینده دامپزشکی استان خوزستان، فعالین در حوزه های متفاوت آزیان (تولیدکنندگان، واحدهای فرآوری، صادرکنندگان، غرفه داران بازار داخل) می باشند.

دلایل استمرار فعالیت این کمیته

برای ارائه مشورت های تخصصی دست اندرکاران اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی در سطوح مختلف بعنوان سخنگوی بخش خصوصی و همچنین ارائه نظرات و پیشنهادات علمی و تخصصی به مسئولان و تصمیم گیران دولتی برای سیاست گذاری اصولی تر و تصمیمات بهتر در مورد حمایت از سرمایه گذاری، تولید، فرآوری و صادرات و بالاخره جا افتادن دیدگاههای این کمیته نزد متولیان بخش دولتی بعنوان یکی از مهمترین گروه خصوصی صاحب نظر در زمینه آزیان بگونه ای که همیشه از نظرات این کمیته استفاده نمایند.

محورهای مورد بحث در کمیته آزیان

۱- شناسایی ظرفیتهای و پتانسیل های بالقوه توسعه شیلات خوزستان، موانع شکوفایی ظرفیت ها، راههای سرمایه گذاری و موانع آن.

۲- بررسی ابعاد مختلف تولید آزیان در خوزستان شامل راه حل های مربوط در زمینه راندمان تولید، نهادهای تولید، زیر ساخت ها، تولیدکنندگان، قوانین و مقررات، بهداشت، تحقیقات، آموزش و ... با تأکید بر ماهیان پرورشی.

۳- بررسی وضعیت فرآوردی ماهیان پرورشی در شرایط فعلی و راههای توسعه این فعالیت.

یکی از منابع خدادادی که می تواند در افزایش امنیت غذایی جامعه و توسعه صادرات غیر نفتی کشور سهم ویژه ای را به خود اختصاص دهد، منابع آبی پروری هستند، لذا در این برهه زمانی که کشور با کمبود درآمد ارزی و کاهش احتمالی قیمت جهانی نفت مواجه است، توسعه این صنعت می تواند اقتصاد کشور را در کنار دیگر زیر بخش های کشاورزی، صنعتی و خدماتی از حالت تک محصولی خارج کرده است و موجب پیشبرد اهداف کلان اقتصاد کشور شود.

در سال ۱۳۹۱ استان خوزستان با رشد ۱۸٫۷+ درصد، تولیدی معادل ۹۴۹۰۳ تن داشته است؛ که خود گویای استعداد بسیار بالای استان برای توسعه، فرآوری، صادرات، بهره وری و اشتغال در بخش آبی پروری است؛ از طرفی استقبال بخش خصوصی نیز بالاست و سرمایه گذاری عظیمی در زمینه پرورش ماهیان گرمابی صورت گرفته است، لذا با توجه به مجموع مطالب فوق می توان گفت یکی از فعالیت های مهم سیاست گذاران حمایت از آبی پروری بعنوان یکی از زیر بخشهای مهم کشاورزی در استان می باشد.

ضرورت های ایجاد کمیته آزیان در اتاق اهواز

در راستای اجرای شدن مصوبه بند پنج کمیسیون کشاورزی مورخ ۱۳۹۱/ ۱۰/۵ و با توجه به بیانیه مأموریت اتاق اهواز مبنی بر بررسی چالش ها و راهکارهای لازم در زمینه های سرمایه گذاری، تولید، فرآوری و صادرات ماهیان گرمابی پرورشی و تدوین گزارشهای مربوطه و ارسال آن به اتاق ایران؛ پس از دریافت و بررسی گزارشها توسط اتاق ایران، شناخته شدن اتاق اهواز به عنوان «مرجع مطالعات آزیان گرمابی



نهادنندگان از اتاق رفت تا قلب



رئیس جمهور در نخستین انتصاب خود محمد نهادنندگان رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن و کشاورزی ایران را به عنوان رئیس دفتر خود منصوب کرده است.

بوده است، جا دارد به وجه رسانه‌ای شخصیت دکتر محمد نهادنندگان نیز اشاره شود که نام او را به عنوان گزینه سخنگویی دولت نیز بر سر زبان‌ها انداخته است. راه نجات اقتصاد ایران بها دادن به بخش تولید است و این مهم نیز با شعار فراچنگ نمی‌آید. انتخاب یک اقتصاددان به ریاست دفتر رئیس جمهور می‌تواند به منزله پایان دوران رودربایستی‌های دولت‌ها در قبال مدیران تجاری و صنعتی و مقوله سرمایه و سرمایه‌گذار نیز تلقی شود. به لحاظ تشکیلاتی نیز تا پیش از این تیم اقتصادی دولت شامل وزیر اقتصاد، رئیس کل بانک مرکزی، رئیس سازمان مدیریت (تا قبل از انحلال) بود.

ولی از این پس می‌توان رئیس دفتر رئیس جمهور را نیز به این تیم اضافه کرد. دکتر نهادنندگان با توجه به سوابق علمی و اجرایی که در طول تاریخ جمهوری اسلامی داشته است می‌تواند منشا خیرات و برکات بسیار زیادی برای ملت عزیزمان شود.

هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران یکشنبه ۱۰ آذر ماه گردهم آمدند تا رئیس اتاق را برای مدت باقی مانده از دوره هفتم، انتخاب کنند.

در این جلسه علامیرمحمد صادقی به عنوان رئیس سنی، در جایگاه قرار گرفت و با تأکید بر فراز و نشیب‌هایی که تاکنون اتاق ایران پشت سر گذاشته است، گفت: «آقای نهادنندگان در دوره ریاست خود توانست با همت و مشارکت اعضای هیأت نمایندگان موفق به بهبود جایگاه اتاق شود.» همچنین محسن خلیلی، عضو هیأت نمایندگان با تقدیر و تشکر از فعالیت‌های نهادنندگان به عنوان رئیس اتاق ایران، اعلام

جایگاه رئیس دفتر رئیس جمهور فراتر از تلقی عمومی نسبت به عنوان رئیس دفتر در دستگاه‌های دیگر است. او جزو نزدیک‌ترین افراد به رئیس جمهور است و از بسیاری از وزرا، ذی‌نفوذتر و در عمل قدرتمندتر است. جدای شخصیت فردی دکتر نهادنندگان که مدیری توانمند و صاحب ایده و واجد روحیاتی نزدیک به دکتر روحانی است، این انتصاب دو پیام مشخص را نیز در بر دارد: نخست این که رئیس جمهور جدید بنا دارد به نهادهای مدنی و صنفی بها دهد و انتصاب رئیس پارلمان یا باشگاه بخش خصوصی را می‌توان حاوی این پیام مشخص دانست. این انتصاب وزیران دولت او را نیز متعهد می‌سازد در قبال تشکل‌های صنوف دیگر مانند کانون وکلا، خانه سینما، انجمن صنفی روزنامه‌نگاران، سازمان نظام پزشکی، تشکل‌های فرهنگیان و مانند آنها همین رفتار احترام‌آمیز را پیشه کنند. بدیهی است که این سخن به معنی این نیست که آنان نیز ریسان این تشکل‌ها را در تشکیلات دولتی به کار گمارند بلکه مقصود این است از حجم تصدی‌گری خود بکاهند و تصمیم‌سازی را به آنان بسپارند. پیام دوم این است که در دفتر رئیس جمهور به روی فعالان بخش خصوصی و اصحاب تولید و اقتصاد گشوده است. این دو نکته البته فارغ از شخصیت فردی رئیس دفتر رئیس جمهور است که بعنوان ریاست اتاق بازرگانی و قبل از این عنوان نیز مطرح و طرف مشاوره

دولت برای بخش خصوصی بتپد



از مصادیق، تقویت نهادهای مدنی و نهادینه کردن ارزش‌های اجتماعی در تشکلهای مدنی از خدمات حکومتی مؤثرتر است. خوش‌بختانه اتاق به عنوان تشکل تشکلهای توانست با همت و مشارکت اعضای هیأت نمایندگان اثبات کند که یک نهاد معرفی می‌تواند در راستای اعتلای ملت ایران گام بردارد. وی با تأکید بر این نکته که کناره‌گیری از مسوولیت ریاست اتاق ایران به معنای پایان یافتن مأموریت اصلاح ساختار کشور نیست، اذعان کرد: این تصمیم با هدف تکمیل این اصلاحات اتخاذ شد. به اعتقاد من برای قرار گرفتن اراده مختار مردم در اقتصاد دو دست لازم است یکی از سوی مردم و دیگری از سوی حاکمیت و دولت؛ اگر تاکنون این تلاش‌ها از سوی بخش خصوصی بوده است در ادامه مسیر تلاش‌های خود را از سوی دولت برای برآمدن و بارور شدن بخش خصوصی در اقتصاد ایران دنبال خواهیم کرد.

شافعی: کارآمدی اتاق ایران باید بازنگری شود

رییس جدید اتاق بازرگانی ایران گفت: از آنجایی که میدان وسیعی در دولت یازدهم برای جولان فراهم شده است، باید کارآمدی اتاق مورد بازنگری قرار بگیرد. غلامحسین شافعی درباره اولین برنامه‌ی خود پس از انتخاب در سمت ریاست اتاق ایران اظهار کرد: تداوم برنامه‌های قبلی و سرعت بخشیدن به اجرای آنها اولین موضوع در اولویت‌های کاری من است. وی درباره‌ی چگونگی تعامل اتاق ایران با دولت در زمان ریاست خود گفت: ما خود را در کنار دولت می‌بینیم و احساس می‌کنیم که با دولت اهداف مشترکی داریم. البته ممکن است در موضوعات اجرایی نقطه نظرات متفاوتی وجود داشته باشد.

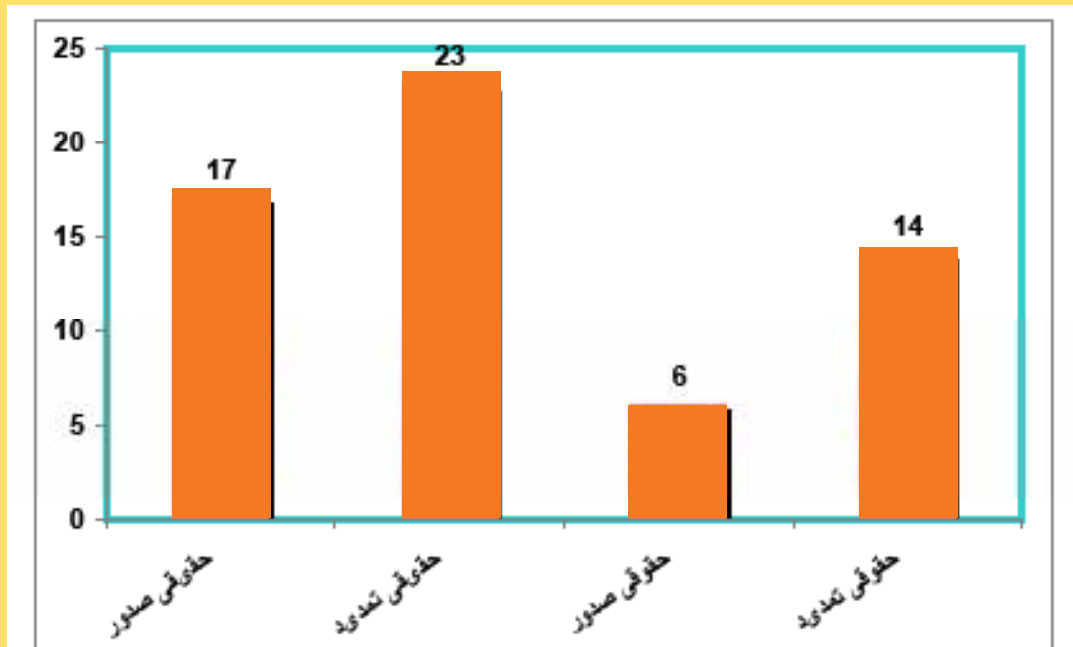
کرد: «ایشان توانست مدیریت علمی را بر اتاق حاکم کرده و به همراه هیأت رئیسه، اتاق را مایه افتخار ملت کند.» در ادامه، غلامحسین شافعی و مسعود خوانساری به عنوان کاندیدای ریاست به مدت ۲۰ دقیقه گزارشی از سوابق، برنامه‌ها و ایده‌های خود ارائه کردند. در ادامه پس از رأی گیری، غلامحسین شافعی از بین ۳۴۳ رأی مأخوذه با کسب ۱۷۸ رأی به عنوان رییس پارلمان بخش خصوصی انتخاب شد. مسعود خوانساری ۱۶۲ رأی را به خود اختصاص داد. گفتنی است ۳ رأی باطله اعلام شد.

نهادنویان: تلاش برای تعالی بخش خصوصی را ادامه می‌دهم.

محمد نهادنویان رئیس سابق پارلمان بخش خصوصی یکشنبه ۱۰ آذرماه برای آخرین مرتبه به عنوان رئیس اتاق ایران در میان اعضای هیأت نمایندگان حاضر شد. «محمد نهادنویان»، رئیس سابق اتاق ایران با تشکر از همه محبت‌ها، حمایت‌ها و هدایت‌های اعضای هیأت نمایندگان در طول همه این سال‌ها، استعفای خود را تقدیم اعضای اتاق و از مسوولیت ریاست کناره‌گیری کرد. وی با بیان این موضوع که کناره‌گیری ایشان از ریاست اتاق به معنای کم اهمیت بودن این جایگاه نیست، توضیح داد: «در شرایط جدید اتاق و فعالان اقتصادی از اهمیت بالایی برخوردار است.» نهادنویان تشریح کرد: «آنچه موجب اتخاذ این تصمیم شد، احترام به انتخاب ملت و اجابت خواست منتخب ایران بود. به اعتقاد من ارج و جایگاه این مسوولیت از هیچ مسوولیت دولتی کم‌تر نیست.» رئیس سابق اتاق ایران ادامه داد: «در خیلی



آمار صدور و تمدید کارت بازرگانی اعم از حقیقی و حقوقی در آذر سال جاری



آمار صدور گواهی مبدا توسط اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز در آذر سال جاری

تعداد گواهی مبدا	وزن خالص	مبلغ به دلار
۵۸۳ فقره	۴۰۴۰۰۷۰۰۰ kg	۲۴۰۰۰۷۴۲

کالاهای صادره: آجر - خط تولید مواد شوینده - خرما - سیمان - سنگ گچ - میوه و تره بار - خاک آهن - میلگرد آجدار کاشی، سرامیک و موزاییک - آجر - مصنوعات فلزی و پلاستیکی - ایزوگام - پودر باریت - سنگ و سنگریزه کشورهای مقصد: عراق - دبی - سری لانکا - استرالیا - کویت

عکاسخانه اتاق تجارت



عکس های سیاه و سفید بخشی از شناسنامه روزگاریست که ما را در گذر روزگار به زمان هایی می برد که آدمها و مکان ها برایمان حس خاطره انگیزی را تداعی کنند. با انتشار این عکس ها شما را به دلان تاریخ اتاق بازرگانی اهواز می بریم، اگر در باره این عکسها و شخصیت ها خاطره ای دارید و یا آنان را می شناسید برایمان بگویید و بنویسید.

نقش و جایگاه آموزش منابع انسانی در تجارت، بازرگانی و مدیریت

داریوش امامی، دبیر اجرایی اتاق اهواز

مقدمه:

امروزه اهمیت توسعه منابع انسانی و نقش آن در توسعه فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و ... جوامع انسانی بر هیچ انسان آگاهی پوشیده نیست.

توسعه منابع انسانی بمعنی «آموزش» مستمر کارکنان و تجهیز افراد به تکنولوژی های روز جهانی، فن آوری اطلاعات و چگونگی استفاده از این اطلاعات است و همه موسسات موفق کلید موفقیت خود را در توجه دقیق به این امر می دانند. زیرا به گواه عقل انسان اولیه از اولین ارتباط خود با سایرین به این نیاز اولیه با همان شرایط ابتدایی پی برده و شاید چندین هزار سال گذشته باشد تا این توان را پیدا کرد که بتواند یاد بگیرد و یا یاد بدهد. «آموزش بمعنی یادگرفتن و یاد دادن یکی از زیباترین واژه هایی است که بشر از بدو خلقت به اشکال مختلف با آن سروکار داشته و از این رهگذر به تمام علوم و فنون بشری دست یافته است». در کشور عزیز ما نیز این امر در شعارها دقیقاً مورد توجه مسئولان و متولیان امور قرار دارد اما متأسفانه در عمل شرایط به گونه ای دیگر است و در برابر چرایی بعضی از مشکلات موجود چنان در پیچ و خم مباحث غرق میشویم که بجای پرداختن به اصل، به حاشیه رفته و علت و معلول ها جایجا شده و خلاصه اینکه پاسخ قانع کننده نیست. بنظر می رسد موضوع مطروحه در استان ما کمی بفرنج تر است زیرا استان ما دارای پتانسیل های گوناگون و مزیت های ویژه فراوانی است، که اگر خلا مورد نظر (توسعه منابع انسانی) پر شود یکی از موانع بزرگ از سر راه توسعه حذف خواهد شد. استانی که گاهی درجه تقدیر آن بجایی میرسد که می گوئیم وجب به وجب آن خون شهیدی ریخته شده، زرخیز است، متمدن است و لذا استحقاق این درجه را دارد. اما ما در کدام زمینه می توانیم ادعا کنیم که با کیفیت، ظرفیت و فرآیند صحیح، کارهایمان را انجام دهیم، بعید میدانم انسان آگاهی به این پرسش جواب مثبت بدهد واحدهای تولیدی بزرگ و کوچک، دولتی، خصوصی و تعاونی با ظرفیت کامل فعالیت نمی کنند. شرکت های خدماتی، تعاونی، تجاری زیادی تاسیس شده اما چرا کارکرد آنها ضعیف و بسیاری از آنها غیرفعال هستند. از بسترها و امکانات و امتیازات ویژه استان در بخش های مختلف صنعت، کشاورزی، بازرگانی، خدمات استفاده بهینه و با ظرفیت کامل نمیشود.

مسائل و مشکلات زیادی از این رهگذر نصیب جامعه میشود و شتاب ترقی و پیشرفت استان کم و کمتر میشود. چرا؟

آیا پاسخ این چرا و خیلی چراهای دیگر را نباید در منابع انسانی جستجو کرد؟ در اینجا منظور از منابع انسانی، واژه عامی است که به کلیه افراد اعم از مدیران و کارکنان واحدهای مورد نظر اطلاق می شود. این امر امکان پذیر است و البته اجتناب ناپذیر و لذا با یک برنامه ریزی منسجم آموزشی می توان گامی بلند در این راه برداشت. ذیلاً به بعضی از مقوله های مورد نظر اشاره می گردد.

ضرورت درک صحیح موضوع توسط مسئولان و متولیان

اگر بخوبی به علل معضلات و مشکلات خصوصاً اقتصادی در استان بنگریم متوجه خلأ موجود خواهیم شد و امروزه ایجاد اشتغال، کارآفرینی، توسعه بنگاه های و ... بعنوان راه کاری برای حل این مشکلات دیده شده اما با یک نگاه ساده به گذشته نیز متوجه می شویم

که تسهیلات ارزان قیمت و امکانات و زیر ساختهای بسیاری نیز قبلاً داده شده در حالی که بسیاری از این سرمایه گذاری ها به نتیجه مثبت نرسیده و یا حداقل با کیفیت، ظرفیت و فرآیند مناسب به کار خود ادامه نمیدهد و لذا واگذاری امکانات باز هم ما را به نتایج مثبت نخواهم رساند مگر اینکه تسهیلات به افراد اهل کار واگذار شود. اما همه ما می دانیم که بعضاً طرح هایی مورد تصویب قرار می گیرند که دریافت کننده آن الفبای کار را نمی داند و لذا لازم است در بدو کار این موضوع دقیقاً مورد توجه قرار گیرد و با ایجاد کارگاههای آموزشی، فرد را وادار به فراگیری علوم تخصصی و کاربردی در زمینه کار خود نموده و عملاً از هدررفت سرمایه ملی جلوگیری کنیم.

ب) نقش آموزش در جلوگیری از مفاسد اقتصادی:

همه می دانیم که انسانهایی بیشتر مورد سوء استفاده قرار می گیرند که آگاهی کمتری داشته باشند. متأسفانه در بسیاری از موارد تجار و بازرگانان ما بدلیل عدم اشراف به بعضی اطلاعات عملاً مورد سوء استفاده قرار گرفته و قبل از هر گونه اقدامی در جهت پیدا کردن بقول خودشان کانال، هستند. در حالی که همین فرد اگر آگاه باشد، حقوق خود را بشناسد و اطلاعات کافی داشته باشد در برابر خواسته قانونی خود پافشاری کرده و عوامل سوء استفاده گر را شناسایی و به خواسته ناهق آنها نیز تن در نخواهند داد و بدین ترتیب بسیاری از مفاسد موجود حذف خواهد شد.

ج) نقش آموزش در انتخابات تشکلهای تجاری، صنفی و تعاونی:

تشکل ها نقش کلیدی در پیشرفت امور جامعه بعهده دارند و مدیران این تشکل ها معمولاً در یک فرآیند قانونی توسط اعضاء انتخاب می گردند. حرف اینجاست که ملاک و معیارهای کاندیداتوری در این تشکل ها چیست؟

معمولاً ریش سفیدی، قومیت، سابقه کاری و نفوذهای اجتماعی در انتخابات نقش اساسی را بعهده دارد و البته این معضل نتیجه ناآگاهی اعضاء از تبعات ناشی از انتخاب نادرست خود است.

و لذا بعضاً افرادی بعنوان هیأت مدیره، هیأت رئیسه، هیأت امانه، مدیرعامل و ... انتخاب میگردند که عمدتاً اشراف به قوانین و مقررات و ضوابط نداشته و اصولاً نه مدیرند، نه مدیرو نه تصمیم گیران حرفه ای و این در حالی است که تصمیم گیری و اختیار اعضاء که بعضاً به چند هزار نفر نیز می رسد و به آنها محول می شود. حال اگر اعضاء آگاه باشند مسلماً آگاهانه انتخاب می کنند و در پایان افرادی سکان هدایت را بعهده خواهند گرفت که مدیریت هوشمندی آنها، مجموعه را به سرمنزل مقصد خواهد رساند. اتاق های بازرگانی، اتحادیه های تجاری، شرکت های تعاونی مرز نشینان، شرکت های تعاونی صنفی، اتحادیه های کارکنان، شرکت های تعاونی مصرف، شرکت های تعاونی چند منظوره و ... از این دسته اند که به لحاظ آمار بخش عظیمی از فعالان اقتصادی استان هستند.

د) نقش آموزش در کیفیت و کارایی شرکت های تجاری، خدماتی، فنی و ...

خوشبختانه در راستای ایجاد شرکت ها از لحاظ کمی قدم های بلندی برداشته شده اما خلأ آموزش در این بخش نیز کاملاً پیداست. بطوریکه عمدتاً شرکت هایی که تاسیس شده از لحاظ تخصصی فاقد صلاحیت لازمند و به همین دلیل نیز شمار زیادی از آنها بدون هیچگونه کارایی و یا عملکردی ادامه حیات داده و چه بسا از این رهگذر دچار ضرر و زیان

کرات مرور شده و همچنان خواهد شد. اما هیچگاه این سوال کلیدی مطرح نمی شود ک سربازان این عرصه چه کسانی می باشند؟ چه اسلحه ای در دست دارند، چرا خوب نمی جنگند؟ چرا خوب دفاع نمی کنند؟ به طور مرتب در جلسات به مباحثی می پردازیم که ناشی از ناهماهنگی بین دستگاه ها و سیستم هاست در حالی که هیچ گاه به موضوع آموزش تجار توجه نکرده ایم؟

تاجری که بازار را نشناسد (داخل و خارج) رقبا را نشناسد، تولید کنندگان را نشناسد، فن مذاکره را نداند، با امکانات و تجهیزات روز جهانی آشنا نباشد، زبان تجارت را نداند، به قوانین و مقررات اشراف نداشته باشد، ساختارها را نشناسد و حقوق خود و جامعه را نداند و ... چگونه می خواهد در بازار رقابت کند؟ کی باید به خود ببییم و این سربازان را وادار کنیم که مجهز به اطلاعات شوند تا در این میدان نابرابر تاب و تحمل بیشتری بیآورند. چه برنامه ای برای این امر داشته و داریم؟

نتیجه گیری و پیشنهادات:

هرچند مباحث مشابه باقیمانده بسیار زیاد است اما به همین مقدار اکتفا کرده و پیشنهادات زیر جهت بهبود این امر مهم ارائه می گردد:

۱. کلیه دارندگان فعلی کارت بازرگانی در یک برنامه آموزشی تخصصی شرکت نموده تا چگونگی ورود به بازارهای جهانی، تحقیقات بازار و بازاریابی را نیز بدانند و آگاهانه قدم در این راه بگذارند.

۲. کلیه شرکتهای تشکیل شده و یا شرکت های در حال تشکیل متناسب با نوع فعالیت آنها تحت آموزش های کاربردی قرار گیرند و امتیازات مکاتبه در تداوم فعالیت آنها نقش بسیار جدی داشته باشند.

۳. کلیه دارندگان واحدهای صنفی و متقاضیان اخذ پروانه کسب تحت آموزش های کاربردی قرار گیرند و امتیازات حاصله در تداوم فعالیت آنها نقش جدی داشته باشند.

۴. کلیه دریافت کنندگان تسهیلات به طور کلی ملزم به دریافت آموزش های تخصصی شده و یکی از شروط اعطای تسهیلات، گذراندن دوره های آموزش تخصصی باشد.

۵. کلیه مدیران و اعضای هیأت مدیره شرکت ها و تشکل های تجاری-صنفی و تعاونی تحت آموزش های مدیریتی قرار گرفته به طوریکه توان خدمات مدیریتی در آنها ارتقاء یابد.

۶. کلیه واحدهای تولیدی فعلی و یا واحدهایی که متقاضی مجوز تاسیس واحد تولیدی می باشند موظف به به طی دوره های

۷. در اعطای مشوق ها به افراد حقیقی و حقوقی مدارک آموزشی معتبر ملاک عمل قرار گیرد.

۸. خود مدیران و دست اندرکاران بخش تجارت و بازرگانی در دوره ها، کارگاه ها و سمینارها مشارکت تا به اهمیت آموزش در پیشبرد امور توجه معطوف نمایند.

و خسارت نیز بشوند. در حالی که این شرکت ها عمدتاً عرضه کننده کالاها و خدماتی هستند که توانایی معرفی خود و ایجاد تقاضا برای کالا و خدمات خود را ندارند. می توان با آموزش های تخصصی همین شرکت های بیکار را مبدل به شرکت های فعال کرد و البته اگر شرایط آموزشی و آزمون در ابتدای تشکیل تشکل ها ملاک عمل قرار گیرد، این نتیجه حاصل خواهد شد که افرادی وارد این عرصه بشوند که از صلاحیت لازم برخوردارند. هم اکنون شرکت های خدمات فنی مهندسی زیادی با پتانسیل های بسیار بالا در سطح استان وجود دارد که به لحاظ عدم آموزش های تخصصی اوقات آنها به بطالت گذشته و یا از ظرفیت های آنها به خوبی استفاده نمی شود، در حالی که همین شرکت ها می توانند با شرکت در مناقصه های بین المللی، صادرات خدمات فنی مهندسی را رونق بخشند.

ه) نقش آموزش در اعطاء مجوزهای کسب و کار در محدوده کارهای صنفی:

در حال حاضر افرادی که در استان دارای کسب و کار صنفی هستند قریب به یکصد هزار نفرند که قریب به ۹۰ درصد آنها دارای جواز کسب می باشند و اعطای جواز کسب نیز مطابق مقررات مربوطه همچنان ادامه دارد. فعالیت این افراد بر معیشت مردم بسیار اثرگذار بوده در حالی که رفتار آنها با موازین اقتصادی روز کمتر مطابقت دارد. به عنوان مثال فردی جواز کسب مواد غذایی فروشی را می گیرد که ممکن است هیچگونه تحصیلاتی نداشته باشد در حالی که جوانانی داریم که لیسانس تغذیه دارند ولی به این عرصه وارد نمی شوند، زیرا هم قطاران خود را بی سواد می بینند و لذا می توان افراد صنفی فعلی را تحت آموزش های کاربردی و تخصصی قرار داده و شرایط را بگونه ای برنامه ریزی و طراحی نماییم تا فرد ملزم به فراگیری علم و فنون تخصصی گردد.

و) نقش آموزش در گرانی قیمت ها و ... و تورم

بدون شک قیمت تمام شده بسیاری از کالاها ناشی از هزینه های تولید، انبارداری، بازاریابی، بسته بندی، شناخت بازار، ذائقه مصرف کننده، شناخت رقبا و ... می باشد که فرآیند اجرایی این عملیات در بسیاری از واحدهای تولیدی بخوبی صورت نمیگیرد و در عمل تبدیل به بالا رفتن قیمت تمام شده کالا شده و این موضوع تا مرحله خرده فروشی اثرگذار و تا مرز کشش بازار ادامه پیدا خواهد کرد. از سوی دیگر بسیاری از کالاهای وارداتی توسط تجار و بازرگانان غیر خوزستانی از طریق مرزها و گمرکات استان وارد و به سایر استانها حمل و نگهداری شده و سپس تجار و فروشندهگان خوزستانی از طریق وارد کنندگان یا واسطه های آنها این کالا را خریداری، حمل به استان، نگهداری و در پایان با توجه به هزینه های مجدد انجام شده به قیمتی بسیار گرانتر به دست مصرف کننده می رسانند و به همین دلیل نیز مشاهده می شود بسیاری از کالاهای وارداتی در استان خوزستان گرانتر از سایر استانهاست. در حالی که قاعده بازی برعکس است و تجار و بازرگانان استان خوزستان باید وارد کننده این کالا ها بوده و قیمت ها در استان به مراتب پایین تر از استان های غیر مرزی باشد. ما بر این باوریم که اگر مدیران و مسئولان واحدهای تولیدی، تجار و بازرگانان و مدیران شرکت های تجاری و بازرگانی تحت آموزش های کاربردی قرار گیرند می توان این اصلاحات کلیدی را در استان انجام داد.

ز) آموزش و کارگروه توسعه صادرات غیرنفتی استان

همه میدانیم هزاران جلسه اصلی و فرعی در زمینه های مختلف برای رفع مشکلات صادرات کالاهای غیرنفتی منعقد و مباحث زیادی به



با نگاهی به خوزستان در لایحه بودجه ۱۳۹۳ خوزستان با قطره چکانی بودجه آباد نمی شود



مجتبی گهستونی

آیا اعتبارات خوزستان بالا است؟

در حالی که موج اعتراضات به بودجه سال ۱۳۹۳ بسیار است اما عده ای دیگر با اعتقاد بر اینکه دولت یازدهم میراث دار خرابی های دولت قبلی است و برای رفع آن دولت باید تدابیر لازم را به خصوص در بودجه سال ۹۳ اتخاذ کند سهم اعتبارات استان ها را در بودجه قابل قبول می دانند. از جمله این افراد معاون پارلمانی رئیس جمهور در واکنش به اعتراض نمایندگان استان خوزستان به کاهش بودجه عمرانی این استان گفت: اعتبارات عمرانی خوزستان در بودجه ۹۳ نسبت به سایر استان ها بالاتر است.

حجت الاسلام مجید انصاری در حاشیه جلسه هیات دولت، گفت: در مورد اعتراضات برخی نمایندگان مجلس به بودجه های استانی در لایحه بودجه ۹۳ و استعفای برخی از آنها باید گفت: دولت لایحه بودجه را به مجلس شورای اسلامی تقدیم کرده و تصمیم گیری در مورد لایحه بودجه در اختیار مجلس است؛ گرچه طبعاً دولت در روند رسیدگی به بودجه در کمیسیون های تخصصی و تلفیقی حضور پیدا می کند و دیدگاه ها و نظراتش را بیان خواهد کرد.

وی با بیان اینکه اعتبارات عمرانی که برای استان خوزستان در لایحه بودجه سال ۹۳ در نظر گرفته شده نسبت به سایر استان ها در سطح بالاتری قرار دارد افزود: البته ما با محدودیت منابع مواجه هستیم و از سوی دیگر دولت تلاش کرده است شفاف سازی را در بودجه رعایت کند و در واقع بودجه واقعی را تقدیم مجلس شورای اسلامی کند.

انصاری ادامه داد: ممکن است برخی پروژه ها در برخی از استان ها در اولویت قرار نگرفته باشد، چراکه دولت برای اختصاص اعتبارات پروژه ها مقوله اولویت را در نظر گرفته است. توافق کلی بین دولت و مجلس این است که لایحه بودجه و منابع و مصارفی که در آن در نظر گرفته شده است، واقعی باشد.

خوزستان ظرفیتی ملی برای تامین بودجه کشور

دکتر مسعود حسین پور استاد دانشگاه و تحلیل گر امور اقتصادی در اهواز که خود به طور کامل ۵ جلد لایحه بودجه سال ۱۳۹۳ را در اختیار دارد و مورد بررسی قرار داده است در اعتراض به سهم خوزستان در بودجه گفت: در بودجه ۹۳ نگاه ملی به خوزستان جدی نیست و چیزی که می بینیم رشد پرداخت ها است. همین پولی که می دهند در نهایت باید سهم پرداخت مالیات ها شود.

وی افزود: خوزستان ظرفیت ملی برای تامین بودجه کشور محسوب

می شود. اما آنجایی که باید به خوزستان توجه ملی شود

در حد یک استان به آن نگاه می کنند و سطحش

را پایین می آورند.

دکتر حسین پور بیان کرد:

خوزستان از ظرفیت

های کاملاً

در هنگامه ای که نمایندگان استان خوزستان در اعتراض به لایحه بودجه ۹۳ استعفا کردند، سایر نمایندگان بعضی استان های کشور هم به فکر استعفا افتادند تا شاید فشارهای آنان نیز سهم قابل توجهی را متوجه استان مربوطه شان کند.

آنچه که نمایندگان خوزستان را وادار به استعفا کرد نقض توافقات قبلی بود چرا که طبق توافقات صورت گرفته قرار بود دولت در بودجه ۱۳۹۳ اعتبار خاص و ویژه ای برای رفع محرومیتها و مشکلات شهرهای مختلف خوزستان پیش بینی کند که این وعده در لایحه بودجه ۹۳ از سوی دولت محقق نشده است.

اما استعفای نمایندگان خوزستان علت دیگری هم داشت چرا که در مدت اخیر هیات دولت و شخص رییس جمهور هیچ واکنش قابل قبولی در خصوص توقف پروژه های انتقال آب از سرچشمه های کارون به سایر نقاط کشور که باعث نابودی کشاورزی این استان می شود، نداشته اند؛ این در حالی است که آنها در نشست با نمایندگان استان خوزستان وعده داده بودند این طرح که نوعی خیانت به منافع ملی و مردم استان خوزستان به شمار می رود را متوقف کنند.

در مدت اخیر حقوق مردم خوزستان از سوی دولت های گذشته نادیده گرفته شده است و اکنون وقت آن رسیده مسوولان به صورت جدی و ویژه به مطالبات به حق مردم خوزستان از جمله رفع محرومیتها، عدم انتقال آب کارون و مقابله با مشکلات زیست محیطی از جمله گرد و غبار و بارش بارانهای اسیدی بپردازند.

بودجه عمرانی واقعی می شود؟

آنچه که باعث شد تا به به نظر برسد که بودجه ۹۳ با کاهش مواجه شده بودجه غیر واقعی عمرانی سال ۱۳۹۲ بود چرا که در بودجه سال ۹۲، برای بودجه عمرانی به صورت غیر واقعی رقم ۵۲ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده بود که در عمل این موضوع غیر ممکن بود و تا پایان امسال نیز بیش از ۱۰ هزار میلیارد تومان محقق نخواهد شد. به همین دلیل دولت سعی کرد فشار سنگینی را به بودجه جاری وارد کند و منابع جدیدی را برای منابع عمرانی در نظر بگیرد. در همین خصوص رقم ۳۷ هزار میلیارد تومانی در لایحه بودجه سال ۹۳ برای فعالیت های عمرانی دیده شد که به گفته دولتمردان با تحقق کامل بودجه ۹۳، تحرکات بسیار خوبی در پروژه های عمرانی ایجاد می شود و افزایش سه تا چهار برابری نسبت به عملکرد سال جاری مشاهده خواهد شد. این در حالیست که در سال ۱۳۹۱ از بودجه ۱۴۴۴ میلیارد تومانی خوزستان تنها ۴۴ درصد آن تخصیص داده شد و سهم خوزستان ۶۳۰ میلیارد تومان بود.



ملی در بسیاری عرصه ها برخوردار است و نماد عملی و فکری کشور است که در برنامه های بودجه یک کشور تحقق پیدا می کند.

این استاد دانشگاه اظهار داشت: درسته طرح های ملی از ارزش ملی برخوردارند اما یک پرسش بزرگ پیش می آید. چرا وقتی به پروژه های ملی بودجه تخصیص داده می شود و درآمد و هرآنچه از آن پروژه استیصال می شود به صورت ملی دیده می شود اما برای رفع عارضه هایی که به وجود می آورد در بودجه ملی اعتباری دیده نمی شود.

همواره کارشناسانی که اعتقاد دارند بعضی سازمانها و وزارتخانه ها به نسبت درآمدهایی که دارند هزینه های عام المنفعه انجام نمی دهند می گویند چرا این همه از نفت درآمد حاصل می شود ولی برای تبعاتی که نفت برجای می گذارد و مشکلات بعدی آن بودجه هایی دیده نمی شود. و چرا همواره این وزارتخانه می خواهد برای رفع عیب موجود از بودجه استانی صرف کند.

در همین خصوص دکتر حسین پور با اشاره به اینکه عیب بودجه ۹۳ مثل بودجه های قبلی در این است که برای رفع مشکلات تخریبی در پروژه های ملی نگاه ملی صورت نمی گیرد گفت: خوزستان از جمله استان هایی است که از بنادر بزرگ برخوردار است اما چرا وقتی کمر جاده های استان خوزستان زیر بار کامیون هایی که به سمت بنادر کالا حمل می کنند شکسته می شود بودجه نگهداری و تعمیر این جاده ها از بودجه استانی تامین می شود و نقش اعتبارات ملی کمرنگ است. وی افزود: چرا با وجود اینکه خوزستان قطب اقتصادی ایران است و ذخایر ارزشمند ملی در این استان قرار دارد اما هنوز در شهرهایی از خوزستان مثل آبادان، خرمشهر، دشت آزادگان آثار جنگ به طور صددرصد برطرف نشده است.

● آیا عدم رسیدگی به خوزستان واقعا عمدی است؟

پرسش دیگری که همواره مطرح می شود این است که چرا دور تا دور اهواز را لوله های نفتی فرا گرفته و اهواز توسعه پیدا نکرده است. آیا غیر از آن است که سایه نفت گسترده شده است.

بوجود آورنده این محدودیت های توسعه ای در اهواز همین نفت است. یادمان باشد که اهواز بزرگترین میدان نفتی ایران است. برای رفع بخشی از این کمبودها شهرداری باید عوارض های سنگین از نفت بگیرد.

● سهم نخبگان برای تفهیم این پتانسیل ها

دکتر حسین پور در پاسخ به این پرسش که سهم نخبگان خوزستانی برای تفهیم همه پتانسیل های خوزستان به دولتمردان چقدر است گفت: متأسفانه در خوزستان کمتر نخبه ای که قدرت کارشناسی و تحلیل و برنامه ریزی قوی داشته باشد وجود دارد.

وی افزود: خوزستانی ها باید به این باور برسند که در چه استانی و با چه ظرفیت و پتانسیلی زندگی می کنند. خوزستانی ها باید حق خود را مطالبه کنند.

این استاد دانشگاه یادآور شد: اینکه مسئولین در حرف بگویند خوزستان عامل توسعه است یک موضوع انحرافی است آنها باید در عمل ثابت کنند خوزستان عامل توسعه و نبض کشور محسوب می شود.

خوزستان

از جمله

استانهای پر

تعداد نماینده در

مجلس شورای اسلامی

است که ۱۸ کرسی دارد.

اکثر تحلیل گران اعتقاد دارند

برای اینکه به درک درستی از اهمیت

خوزستان رسیده شود باید تمامی نمایندگان

مجلس در دوره های زمان های مختلف به

خوزستان سفر کنند تا به معنای واقعی متوجه شوند

خوزستان چه ظرفیت و پتانسیلی دارد. رییس سابق خانه

صنعت و معدن خوزستان با اشاره به اینکه باید بودجه از نظر نگاه

ساختاری بازنگری شود چرا که هدف اصلی بودجه کنترل تورم است گفت:

نگاه بودجه در حال حاضر انقباضی است در صورتی که مشکل کشور رکود

تورمی است. بنابراین نوع نگاه دولت از بالا به پایین باید تغییر کند چون

سیاست انقباضی در زمانی که مشکل داریم مشکلی را برطرف نمی کند.

دکتر حسین پور در ادامه یادآور شد: استعفای نمایندگان باعث شد که

بخشی از نگاه ها به سمت خوزستان گسیل شود. اما باید با گام های بعدی

که نمایندگان و دیگر مسی.لین برمی دارند نگاه به خوزستان مضاعف تر

شود.

وی تاکید کرد: نمایندگان مجلس می توانند دولتمردان را متقاعد کنند

که خوزستان با قطره چکانی در بودجه آباد نمی شود پس باید یک اجماع

ملی برای خوزستان بوجود بیاید. همگان باید بدانند که خوزستان متعلق به

ساکنان آن نیست خوزستان قلب اقتصادی کشور است اما هم اکنون نبض

قلب کشور منظم تپیده نمی شود.

این کارشناس امور اقتصادی اظهار داشت: مسئولین باید بدانند که اگر

خوزستان را نسازند کشور هم ساخته نمی شود. کشور متکی به خوزستان

است به همین دلیل برنامه ریزان نباید خوزستان را دست کم بگیرند. آنهايي

که خوزستان را به معنای واقعی نمی بینند ظرفیت کشور را نفهمیده اند.

گردشگری سلامت، ضرورتی در استراتژی ملی

مقدمه

گردشگری سلامت (HealthTourism) مجموعه‌ای از روابط و اتفاقات ناشی از تغییر مکان و محل سکونت ساکنان به منظور ترفیع، تثبیت و احیاء سلامت فیزیکی، روحی، اجتماعی از طریق استفاده از خدمات سلامت می باشد. قابل ذکر است که گردشگران برای مدت زمانی موقت در مقصد به سر می برند. و یا به عبارت دیگر می توان گفت گردشگری سلامت نوعی از گردشگری است که به منظور حفظ، بهبود و حصول مجدد سلامت جسمی و ذهنی فرد به مدتی بیش از ۲۴ ساعت و کمتر از یک سال صورت می گیرد. عواملی همچون تغییر در ارزشهای مصرف کنندگان، تغییرات سازندگی، مسن تر شدن جمعیت، اقتضائات سیستم خدمات بهداشتی را می توان عوامل اصلی ظهور گردشگری سلامت دانست.

گردشگری تندرستی (Wellness)، گردشگری درمانی (Tourism Curative)، گردشگری پزشکی (Tourism Medical)، از انواع گردشگری سلامت می باشند.

شکل ابتدایی گردشگری سلامت، سفر به چشمه های گرم و معدنی را شامل می شدند. پیشینه ی این نوع گردشگری به دوران نئو لیتیک و برنز اروپا بر می گردد. اما گردشگری سلامت در ایران سابقه ای به بلندای تاریخ ایران دارد، سفرهایی که افراد گذشته فرسنگ ها فرسنگ از محل زندگی خود دور می شدند تا بتوانند با کمک آب های معدنی یا طب سنتی سلامتی خود را بدست آورند، اما آنچه به صورت مدون به عنوان گردشگری سلامت در برنامه مسئولان قرار گرفت به سال ۱۳۸۲ بازمی گردد، موضوعی که دهه های قبل کشورهای توسعه یافته از آن به عنوان یک صنعت و منبع مهم کسب درآمد برای مردم خود استفاده می کردند، اما در ایران با وجود اینکه دیر آغاز شده بدون داشتن برنامه های دقیق و منسجم، از دید مسئولان و سیاستگذاران نیز مغفول مانده است. سفر برای درمان و بازیابی توان از مهم ترین اهداف گردشگری سلامت است و اغلب

اوقات، حول دریافت خدمات درمانی، فعالیت های اوقات فراغت نیز به بسته سلامت بیمار اضافه می شود. از آنجا که، وضعیت اقتصادی فعلی و مشکلات زندگی دلایل اصلی و موثر در سطح بالای استرس زندگی افراد است؛ گردشگری سلامت یک انتخاب برای کسانی است که با توجه به سلامت بیشتر به سلامتی و رفاه خود، قصد دوری از زندگی پر استرس روزمره خود را دارند.

توسعه گردشگری سلامت را میتوان به عنوان یک استراتژی ملی، علاوه بر استفاده بهینه از سرمایه های داخلی در راستای افزایش درآمدکشور به عنوان یک بازوی امنیت ملی دانست. گردشگری سلامت به عنوان چهارمین صنعت درآمدزا و رقابتی جهان اکنون مورد توجه بسیاری از کشورها قرار گرفته است. در سطح کلان، دولت ها علاقه مند به بهره مندی از مزایای اقتصادی ناشی از این صنعت هستند.

رقابت فزاینده ای میان کشورهای مختلف به ویژه کشورهای در حال توسعه آسیایی برای جذب گردشگران سلامت آغاز شده است. از سوی دیگر، گردشگری سلامت در کشورهای در حال توسعه نیز رونق بیشتری یافته است؛ جهانی شدن و آزادسازی تجارت در حوزه خدمات سلامت بستر رشد سریع این نوع گردشگری شد.

بر اساس آمار سازمان جهانی جهانگردی و بانک جهانی درآمدهای حاصل از گردشگری سلامت در بازار جهانی تا پایان سال ۲۰۱۲ به حدود ۱۰۰ میلیارد دلار رسیده است. مهمترین مقاصد گردشگری در حال حاضر، کاستاریکا، آرژانتین، بولیوی، برزیل، کلمبیا، کوبا، مکزیک، ترکیه، هندوستان، تایلند و اوکراین است. در اروپا، بلژیک، لهستان، اسلونی و اوکراین سرمایه گذاری زیادی برای گردشگری سلامت کرده اند.

نتایج مطالعات نشان می دهد که افزایش هزینه های درمانی و لیست های طولانی بیماران در حال انتظار، در کشورهای توسعه یافته و از طرفی راحتی و قابل دسترس بودن سفرهای بین المللی و بهبود و افزایش سطح کیفی در استانداردهای درمان در بسیاری از کشورها در

حال توسعه باعث شده بسیاری از بیماران جهت دریافت خدمات، پزشکی به کشورهای در حال توسعه سفر کنند. لذا مجموعه عوامل فوق باعث توسعه گردشگری سلامت در کشورهای در حال توسعه شده است.

گردشگری سلامت اگر به عنوان یک الویت در نظر گرفته شود، ایران می تواند بالقوه، از خارج شدن ارز و نیروی انسانی به دیگر کشورها جلوگیری نماید. براساس آمار اعلام شده از سوی معاونت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری سال ۲۰۰۷، بیست هزار گردشگر سلامت از خاورمیانه و کشورهای حاشیه خلیج فارس وارد ایران شدند که ۱۲ درصد کل درآمد صنعت گردشگری از بخش درمانی به دست آمده، همچنین در سال ۲۰۱۲ میلادی بیش از ۲۰۰ هزار گردشگر با هدف توریسم سلامت به ایران سفر کرده اند؛ از آنجایی که بر اساس اعلام وزارت بهداشت هر گردشگری که با هدف توریسم سلامت به ایران سفر می کند بیش از پنج هزار دلار هزینه می کند می توان نتیجه گیری کرد که از محل ورود این تعداد گردشگر درآمدی بیش از یک میلیارد دلار وارد چرخه اقتصادی ایران شده است. با این حال هنوز آمار دقیقی از بیماران درمان شده یا تحت درمان وجود ندارد. طبق گزارش دفتر بررسی بازار و خدمات سازمان توسعه تجارت ایران، با ترسیم افق صنعت گردشگری سلامت در ایران در سال ۱۴۰۰ میتوان کشور را به یکی از قطب های اصلی این صنعت در منطقه تبدیل کرد و از رهگذر آن، نه تنها از میزان خروج ارز کاسته میشود، بلکه درآمد ارزی قابل توجهی نصیب ایران خواهد شد و زمینه اشتغال زایی مستقیم و غیرمستقیم و جذب سرمایه گذاری را فراهم میآورد.

اکثر گردشگران از کشورهایی نظیر آذربایجان، عراق، ترکمنستان، افغانستان، کویت، سوریه، لبنان، بحرین، عربستان و ترکیه با هدف معالجات نابابوری، دندانپزشکی، جراحی پلاستیک، جراحی قلب، بیماری های مرتبط با سرطان جراحی چشم، گردشگری در آب های شفا بخش لجن درمانی، گیاه درمانی به ایران وارد میشوند، بیشترین پذیرش گردشگران

سلامت به ایران، ناکارآمدی سیستم اطلاع رسانی در خصوص قابلیت های گردشگری پزشکی ایران، کمبود زیرساخت های پایه و درمانی لازم، موجب شده تا صنعت گردشگری سلامت ایران از جایگاه مطلوبی برخوردار نباشد. همچنین با توجه به مشخص شدن نقاط قوت و نقاط قابل ارتقاء، ایران میتواند با سرمایه گذاری هرچه بیشتر روی نقاط قوت خود و معرفی آنها به عنوان توانمندی های منحصر به فرد خود در ارائه خدمات، نقش خویش را در این بازار پر رنگ تر نماید. در زمینه نقاط قابل اصلاح نیز میتوان برحسب مورد از طریق تدوین برنامه های جامع، بازاریابی و اصلاح برخی از فرآیندها و همچنین کسب اعتبار بین المللی برای مراکز ارائه دهنده خدمات نتیجه مورد نظر را حاصل نمود.

گردآورنده: اعظم ساسانی

منابع: کلیه منابع استفاده شده در مقاله فوق در دفتر نشریه موجود می باشد.

به عنوان معروف ترین مرکز پزشکی در خارج از مرزهای ایالات متحده مطرح خواهد شد. لذا سیاست گذاری و برنامه ریزی، تبلیغات و اطلاع رسانی، فراهم نمودن امنیت روانی، اجتماعی و مالی گردشگران و همچنین اجرای برنامه های آموزشی، ارائه تسهیلات رفاهی، استانداردسازی و همچنین دانستن کدهای اخلاقی به منظور ارتقای رضایتمندی از فاکتورهایی مؤثر در امر توسعه گردشگری سلامت هستند و اهمیت به آنها اجتناب ناپذیر است.

نتیجه گیری

امروز نقش صنعت گردشگری در معنای عام و گردشگری سلامت به طور خاص در توسعه و تقویت زیر ساخت های اقتصادی از یک سو و ارتقا سطح تبادلات علمی و فرهنگی و اجتماعی و سیاسی میان کشورها بر هیچ کس پوشیده نیست، به گونه ای که در حال حاضر بسیاری از کشورهای توسعه یافته یا در حال توسعه، بخش زیادی از منابع ارزی خود را از طریق ارائه خدمات گردشگری تامین می کنند، لذا با توجه به اینکه منابع زیرزمینی محدود و تجدید ناپذیر می باشد، سرمایه گذاری در این صنعت می تواند زمینه خودکفایی و بی نیازی این کشورها را از درآمدهای حاصل از خام فروشی منابع خدادادی فراهم نماید.

جذب فعال بیماران بین المللی تاثیرات بخشی و فرابخشی متنوعی می تواند داشته باشد، که با توجه به ساختار نظام تندرستی، نوع و نحوه ارائه خدمات از لحاظ چگونگی و گستردگی متفاوت می باشند، اما بهر حال به عنوان نوعی صادر در بهبود تراز تجاری و ایجاد اشتغال در بخش بهداشت و درمان و خدمات جنبی مانند حمل نقل و گردشگری موثر است، همچنین توسعه ظرفیت های ارائه خدمات سلامت و گردشگری خودتکایی به ارتقای کیفیت خدمات کمک می کند.

اگرچه گردشگری سلامت در ایران از ابتدای های فراوانی برخوردار است؛ اما با چالش های متعددی در این حوزه مواجه است. عواملی همچون هماهنگی نداشتن سیاست های متولی گردشگری، عدم یکپارچگی نقش بخش خصوصی در بخش گردشگری سلامت، عدم تدوین اهداف کلی برای توسعه گردشگری سلامت، فقدان سیستم جامع جمع آوری اطلاعات مربوط به ورود گردشگران

سلامت به استان های تهران، خراسان رضوی، آذربایجان شرقی، گیلان، اردبیل و فارس تعلق دارد. آذربایجان شرقی پس از خراسان رضوی بیشترین گردشگران سلامت را طی یکسال گذشته به خود اختصاص داده است که بیشترین آن ها از جمهوری آذربایجان و کردستان عراق هستند.

بحث و بررسی

گردشگری سلامت، رویکردی است که بر اساس نیازهای جوامع بشری به خدمات پزشکی شکل گرفته و می گیرد. امروزه بیماران بیشماری از کشورهای همسایه و پیرامونی و حتی دورتر، برای مداوای خود به ایران سفر می کنند، وجود مراکز متعدد درمانی تخصصی و فوق تخصصی، هزینه های به نسبت پایین در مقایسه با سایر کشورها، برخورداری از جاذبه های منابع طبیعی، مذهبی، فرهنگی و نزدیکی به بازار عرب و تشابه فرهنگ و گویش با برخی کشورهای همجوار از جمله مزیت های کشور در زمینه جذب بیمار خارجی و توریست پزشکی است.

تاکنون بسیاری از بیمارستان کشور با در نظر گرفتن استانداردهای بین المللی همچون تخت بیمارستان، خدمات درمانی، دارو، تجهیزات پزشکی، پزشک و پرستار به عنوان بیمارستانهای بین المللی شناسایی و برای پذیرش بیماران خارجی معرفی شده اند. لیکن به صراحت می توان گفت سرمایه گذاری برای توسعه صادرات خدمات پزشکی، بویژه جذب بیماران خارجی از لحاظ اقتصادی بالاترین توجه را داراست.

با توجه به شرایط بالقوه، ایران از مزایای متعددی برای تبدیل شدن به کشور پیشرو در صنعت گردشگری پزشکی برخوردار است. اما در وضعیت راهبردی و رقابتی نیازمند توسعه بوده و همچنین باید صنایع وابسته و پشتیبان خود را تقویت نماید.

بطور مثال اخیراً دبی برنامه ریزی خود را برای افتتاح «شهر مراقبت های پزشکی دبی» در سال ۲۰۱۰ آغاز نموده است. این مرکز کلینیکی که در خلیج فارس واقع شده است، بزرگ ترین مرکز پزشکی بین المللی بین اروپا و آسیای جنوب شرقی خواهد بود و از آنجاکه قرار است به عنوان شاخه ای از دانشکده پزشکی هاروارد معرفی شود، احتمالاً



گفت و گو با صفدر پیرمرادی، کارافترین برتر مسئولین بازوی تولیدکنندگان و دارندگان کسب و کار باشند



تولید آن سالیانه ۲۴/۱۲۶۰ میلیون عدد تخم مرغ است دارای ۱۸ دستگاه ستر و هچر می باشد و با امکانات فول اتوماتیک به تولید جوجه یک روزه مشغول است.

در حال حاضر میزان تولیدات گوشتی شما چه قدر است و آیا برنامه ای برای افزایش سطح تولید دارید؟

هم اکنون عواید گوشتی به ظرفیت نزدیک به ۲۰۰ هزار قطعه (در یک دوره ۲ ماهه) در حال تولید است و قرار است یک واحد ۱۲۰/۰۰۰ مرغ تخم گذار خوراکی هم در آینده نزدیک در رامهرمز و در روستای رستم آباد تاسیس شود. ضمن اینکه با توجه به نیاز تکنولوژی روز جهت خوراک (plat) دام و طیور آبریان در شهرک صنعتی رامهرمز راه اندازی شده است که با تولید روزانه ۱۶۰ تن خوراک برای واحدهای مرغ مادر و گوشتی این مجموعه (گروه تولیدی پیرمرادی) تولید می شود. در صورت احساس نیاز بیشتر در استان این رقم قابل افزایش است.

هم اکنون چند واحد تولید مرغ گوشتی و مرغ تخم گذار در استان فعال هستند؟

در حال حاضر حدود ۸۰۰ مرغداری گوشتی و حدود ۵۰ واحد تولیدی مرغ تخم گذار و خوراکی در استان در حال فعالیت هستند.

آیا تا کنون موفق به صادرات محصولات

آیا تولیدات شما تنها در زمینه مرغ گوشتی است؟

نبودن چرخه تولید جوجه یک روزه، علاوه بر بروز مشکلات فراوان برای مرغداران، مسئولان جهاد کشاورزی و دست اندرکاران این امر را هم آزار می داد. مرغداران استان مجبور بودند این بخش از تولید را با صرف هزینه های بالا و ریسک زیاد از تهران و شمال کشور تهیه کنند و این موضوع علاوه بر هزینه، زمان زیادی را هم هدر می داد. از اینرو برآن شدید تا یک واحد تولید مرغ مادر و جوجه یک روزه راه اندازی کنیم. مطالعات آن را در سال ۷۵ شروع کردیم و در سال ۷۷ عملاً عملیات ساختمانی آن را در رامهرمز و قلعه تل آغاز کردیم. در سال ۱۳۸۰ اولین فارم (farm) شرکت به تولید رسید که در ۶۶ هکتار اراضی در قلعه تل و روستای تکیه کرد و با زیربنای ۳۵ هزار متر مربع، دارای ۳۴ سالن پرورش و تولید مرغ مواد به ظرفیت ۲۰ هزار قطعه مرغ مادر به بهره برداری رسید که در یک سیکل تولید نزدیک به ۲۸ میلیون قطعه جوجه یک روزه گوشتی تولید می کنیم که این تولید به مرغداریهای استان و همچنین مرغداریهای استانهای مجاور مثل بوشهر، کهگیلویه، فارس، بندرعباس صادر می شود. کارخانه جوجه کشی واقع در میداوود که ظرفیت

کامران حسین پور

صفدر پیرمرادی متولد ۱۳۳۶، دارای مدرک فوق دیپلم تولیدات امور دامی، دانشجوی سال دوم مهندسی تولیدات دامی متولد محمد آباد باغملک است. تحصیلات ابتدایی را در زادگاهش گذراند و بعد از آن به اهواز مهاجرت کرد.

در سالهای ۵۰ تا ۵۴ مدتی بعنوان سرکارگر در سیلوی اهواز مشغول بکار گردید و پس از آن به استخدام نیروی هوایی ارتش درآمد و حدود ۱۴ سال در شهرهای بوشهر و امیدیه خدمت کرد. اما علاقه به خدمت بیشتر و در راس آن تولید و خدمات بزرگتر عاملی شد تا در سال ۱۳۶۱ و در بحبوحه جنگ به کمک ۳ نفر از همکاران خود با استفاده از تسهیلات ۲۰۰ هزار تومانی اولین مرغداری ۷۰۰۰ قطعه ای را در رامشیر تاسیس کند. در سال ۱۳۶۸ از خدمت در نیروی هوایی باز خرید شد و واحدهای مرغداری گوشتی را در رامهرمز با ۱۲۰ هزار قطعه به نام گروه تولیدی پیرمرادی تاسیس کرد. در اوج جنگ تحمیلی با توجه به نیاز مردم و نبود مرغ در استان موجب شد که ایشان به فکر تولید مرغ بیفتند. تلاش و پشتکار وی باعث شد تا در زمره کارآفرینان نمونه خوزستان قرار بگیرد. با ایشان گفت و گویی انجام داده ایم که می خوانید:

بازوی تولیدکنندگان و فعالان و دارندگان کسب و کار و در نهایت مصرف کنندگان باشد. انتظار می رود اتاق، با راه اندازی شوراهای گفتگو بین مسئولان ذی ربط و عوامل تولید و بخش خصوصی بتواند کمک بسیار بزرگی به افزایش سطح تولید و راندمان کیفی نماید.

به عنوان یک تولیدکننده فعال اقتصادی نقش کمیسیونهای کشاورزی و صنعت و معدن اتاق اهواز را چگونه ارزیابی می کنید؟

این دو کمیسیون نقش بسیار سازنده ای در زنجیره تولید در استان دارند که همانگونه که گفته شد می توان با بهره گیری از جلساتی با حضور مسئولان اجرایی رده اول استان و تولید کنندگان و فعالان برتر استان نسبت به بررسی مشکلات و موانع موجود و رفع آنها سریعتر اقدام نمود و در کل این کمیسیونها می توانند موانع تولید را به حداقل برسانند.

با توجه به اینکه درآمدهای شما در این بانکها جریان دارد. آیا تسهیلاتی از سوی بانکهایی که با شما در ارتباط مستقیم هستند در اختیار تولیدکنندگان قرار می گیرد؟

در یکسال اخیر با توجه به اینکه بانکها نرخهای تسهیلات را بالا برده اند، دریافت تسهیلات با در نظر گرفتن هزینه های بالای تولید به صرفه نمی باشد. غیر از تسهیلات تکلیفی که از سوی دولت جهت تولیدکنندگان به بانکها اعلام می شود، در سایر موارد همکاری بانکها بسیار ضعیف است و رضایت مندی نیست و اکثر تولیدکنندگان ناراضی هستند.

ارتباط شما با اتاق بازرگانی از چه طریق و کی برقرار شد؟

بیش از ۱۰ سال است که عضو اتاق هستم و در کمیسیونهای مختلف از جمله معدن و کشاورزی حضوری فعال دارم. در این دوره (علی الخصوص ۲ سال گذشته) اتاق بازرگانی با تعامل و پیگیریهای مستمر توانسته بخش زیادی از مطالبات تولید را عملیاتی کند که در همین جا مراتب تشکر و قدردانی را از مسئولان کمیسیونها، و اتاق و آقایان مهندس سلیمانی مقدم و امامی ابراز میکنم.



نقش اتاق بازرگانی را در پروسه تولید خود چگونه ارزیابی می کنید و چه انتظاری از اتاق دارید؟

اتاق بازرگانی بعنوان بزرگترین تشکل بخش خصوصی می تواند با ایجاد یک رابطه منطقی بین صادرکننده گان و واردکنندگان و فعالان اقتصادی و تولیدی نقش بسزایی در ایجاد زیر ساخت های افزایش بهره وری و تولید در استان ایفا نماید و به لحاظ مدیریتی و جایگاه می تواند

خود به خارج از کشور شده اید؟

با توجه به نیاز داخلی به محصولاتمان تاکنون در این زمینه فعالیتی نداشته ایم اما به تازگی مطالعات و رایزنی های گسترده ای را در این رابطه شروع کرده ایم و امیدواریم با بازاریابی و افزایش تولید بتوانیم در این راه گام برداریم.



دفتر مرکزی شرکت کجاست؟

در حال دفتر مرکزی در رامهرمز مستقر است. چه تعداد اشتغال زایی در واحدهای تولیدی تحت نظر شما بوجود آمده است؟ حدود ۳۵۰ نفر دامپزشک، کارشناس، کارمند و کارگر بصورت مستقیم در واحدهای تولیدی برادران پیرمرادی مشغول بکارند و بیش از ۱۰۰۰ نفر هم به صورت غیر مستقیم با این واحد در ارتباط شغلی هستند.

مشکلات سد راه تولیدات خود برای ما بفرمایید.

یکی از مشکلات در این راه تسهیلاتی است که دریافت نموده ایم، زمانی ۲/۵ میلیارد تومان تسهیلات از بانکهای عامل دریافت کرده ایم که طبق مدارک مقرر گردیده که ۱۲ درصد سود بانکی پرداخت نماییم اما این رقم در واقعیت تا مرز ۲۴ درصد هم رسیده است. یکی دیگر از مشکلات یا هزینه های جاری تولید هزینه آب، برق و گاز و سوخت است که وفق قانون و مقررات جاری دولت و مجلس مقرر بود که ۳۰ درصد از درآمد حاصل از هدفمندی یارانه ها به عنوان کمک به تولید در نظر گرفته و پرداخت شود که متأسفانه این موضوع تاکنون اجرایی نشده است. این در حالیست که نرخ برخی از انرژیها نظیر گاز نسبت به قبل از اجرای قانون هدفمندی چندین برابر افزایش داشته است که در عمل با در نظر گرفتن سایر هزینه ها، تولید را بسیار پر هزینه نموده است.





سرسبزتر است، بعداً متوجه شدم چون شغل برخی از افراد این منطقه تولید زغال از درختان است و به محیط زیست منطقه آسیب وارد می کردند و اکنون برایشان اشتغال فراهم شده آن حرف را به من زدند. از آن پس با خود عهد بستم که با تمام وجود نسبت به افزایش تولید و اشتغال در حد توان در استان تلاش کنم و همان جا از خداوند خواستم آنقدر به من انرژی بدهد که بتوانم ۵ هزار نفر را مشغول بکار نمایم. تصور بفرمایید با تمام وجود تلاش می کنم به این آرزو برسم و امیدوارم هر ایرانی بتواند تمام همت و توان خود را در راه اعتلای کشور عزیزمان و سرافرازی ایران بزرگ بکار گیرد.

که بدانید نزدیک به ۳۰ نفر از کارمندان و کارگران تولیدی برادران پیرمرادی، راسا اقدام به راه اندازی و تولید کارخانه مرغ و یا سایر بخشهای تولید نمودند. یادم می آید زمانی که خودم شروع کردم کمتر از ۲۰ هزار تومان پول نقد داشتیم و تنها با کمک خداوند و تلاش و کوشش بود که توانستم به این درجه برسیم البته پر واضح است که نقش مسئولان و دلسوزان شهرستان و استان را نمی توان در این راه نادیده گرفت.

یکی از زیباترین و یا تلخ ترین خاطرات کاری خود را بیان کنید.

کار تولید پر از خاطرات تلخ و شیرین است، تمامی فعالیتهای من آن زمان در شرایط بسیار مشکل سخت اقتصادی و در زمان جنگ انجام شد. اما چون هدف داشتیم تمامی خاطرات تلخ هم حال که برمیگردم و فکر می کنم لذت بخش بود. اما خاطره خوبی که در زمان احداث کارخانه تولید جوجه یک روزه بیاد دارم این بود که قسمتی از یک کار را به یک نفر کارگر واگذار کردم و قرار شد که این کار را ظرف مدت یک هفته انجام دهد اما زمانی که ۲ روز بعد مراجعه کردم دیدم ایشان به همراه همسر و فرزندانش مدتی است در حال کار هستند تا ظرف ۳ روز کار را به اتمام برسانند و در قسمت دیگری مشغول شوند و موفق هم شدند، و خاطره ی دیگر اینکه در حین عملیات احداث کارخانه قلعه تل برخی از اهالی به من مراجعه کردند و گفتند از زمانی که این کارخانه در شرف احداث است همه جا

انتظار شما از دولت یازدهم چیست؟

همانطوری که رهبر معظم انقلاب، امسال را سال حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی نامیدند، با حضور یکپارچه مردم و انجام حماسه سیاسی، موجی از امید و نشاط در جامعه پدید آمد. در این چند ماه استقرار دولتهای دکتر روحانی هم، کارها در حال بهبودی است و امیدواری فراوانی در بین مردم بوجود آمده است، لذا انتظار می رود دولت محترم بتواند با کاهش تورم و کاهش موانع تولید فصل جدیدی را برای تولیدکنندگان باز کند که نتیجه آن رونق دادن به تولید و افزایش محصولات تولیدی و کاهش نیاز به واردات باشد. و رفته رفته بتوانیم صادرات را در الویت برنامه های اقتصادی قرار دهیم.

چه توصیه ای برای کسانی که میخواهند در راه شما گام بردارند و تولید کننده موفق باشند، دارید؟

توصیه من برای کسانی که صاحب ایده و یا فارغ التحصیل جدید هستند با انرژی و توان جوانی و فکر ایرانی میخواهند گام در راه تولید بگذارند این است که از مشکلات نترسند و تنها به فکرانجام کارهای اداری و بقول معروف پشت میز نشینی نباشند و همانگونه که همه افراد موفق و تولیدکنندگان بزرگ با دست خالی و با اتکا به خداوند و تلاش و کوشش موفق شدند این عزیزان هم با تلاش مضاعف و همت و راهنمایی گرفتن از بزرگان و فعالان اقتصادی استان (بعنوان کسانی که با مشقت راه تولید را طی نمودند) شروع کنند. شاید جالب است



اولویت های سرمایه گذاری در صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی استان خوزستان



اعظم ساسانی
کارشناس ارشد کشاورزی

و با توجه به پتانسیل تولیدی محصولات کشاورزی و ظرفیت سازی های صورت گرفته، در استان امکان توسعه صنایع موجود و قابلیت ظرفیت سازی در صنایع تبدیلی و مواد خام کشاورزی، دامی و شیلاتی به میزان ۱,۲ میلیون تن در زمینه های مختلف به شرح زیر را وجود دارد.

صنایع تبدیلی به عنوان حلقه واسطه اقتصادی مبنی بر کشاورزی و اقتصاد مدرن و صنعتی، دارای نقش و جایگاه مهمی در افزایش کیفی محصولات کشاورزی و میزان ارزآوری از طریق صادرات و بهبود شرایط درآمدی تولیدکنندگان و حذف واسطه‌ها دارد.

اهمیت صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی زمانی بیشتر می‌شود، که بدانیم بعد از صنایع سنگین، صنایع غذایی از نظر وسعت و گستردگی، دومین مقام را در جهان داراست.

سرمایه گذاری در بخش صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی، به دلیل افزایش پیوسته تقاضا برای مواد غذایی و دیگر محصولات کشاورزی، می‌تواند موجب رشد تولید و اشتغال در این بخش کشاورزی شود؛ برای دستیابی به این هدف، سیاستگذاران اقتصادی باید سیاستهایی را اتخاذ نمایند که بستر مناسبی برای جلب و جذب سرمایه در بخش کشاورزی در جهت توسعه پایدار کشاورزی کشور فراهم گردد؛ چرا که ایجاد بستری لازم با تسهیلات قابل توجه به سرمایه‌گذاران متمایل به توسعه فعالیت در بخش تولید و فرآوری محصولات کشاورزی با تقویت فعالیت‌های بازاریابی، جذابیت تولید و صدور محصولات این بخش، برای سرمایه‌گذاران راه، با افزایش مراکز تبدیلی، تکمیلی و فرآوری محصولات با توجه به افزایش ارزش اقتصادی محصول تولیدی، به نحو قابل توجهی بیشتر می‌کند.

در استان خوزستان سالانه ۱۴,۲ میلیون تن انواع محصولات کشاورزی تولید می‌شود؛ و بطور متوسط میتوان گفت ۱۰ میلیون تن آن قابل فرآوری می‌باشد که ظرفیت صنعتی موجود در صنایع تبدیلی و مواد خام کشاورزی، دامی و شیلاتی استان ۶,۷۶ میلیون تن است

واحد: تن

زمینه				تولید سالانه (میدان خا)	سرف اثره خنثی در استان	ظرفیت سازی انجام شده در استان تا کنون	ظرفیت سازی پیشنهادی
توسعه صنایع تبدیلی در زمینه سبزیجات و میوه جات مانند (خشک کردن ، کسرو کردن ، سورتینگ ، بسته بندی ، انجماد سازی ، ترشی و کنسرو سبزیجات)				۱۰۰۰۰۰	۶۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰
توسعه صنایع تبدیلی و نگهداری ، درجه بندی و بسته بندی محصولات میوه زمینی و پیلر				۱۵۸۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۲۶۰۰۰	۲۰۰۰۰
توسعه خوراک دام و طیور و آبزیان به صورت خوراک پلت شده				۵۰۰۰۰۰۰	-	۶۵۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰
توسعه و نو سازی و اصلاح ساختار واحدهای تکلیکویی موجود به منظور کاهش ضایعات و افزایش راندمان				۱۷۳۰۰۰	-	۲۳۰۰۰۰	۱۳۳۵۰۰
توسعه صنایع تبدیلی در زمینه کشتارگاه منشی				۷۲۰۰۰	-	۱۲۱۰۰	۴۸۰۰۰
توسعه صنایع تبدیلی در زمینه کشتارگاه منشی بطوریکه تسهیلاتی که قادر کشتارگاه هستند				۶۱۰۰۰	-	۵۰۰۰۰	۱۱۰۰۰
توسعه سرد خانه نگهداری و ذخیره سازی مواد غذایی (ترجیحاً CA Storage) و آبزیهای منشی				-	-	۲۸۵۰۰	۲۰۰۰۰
توسعه و استاندارد سازی و ارتقاء کیفیت واحدهای بسته بندی خرمای صادراتی و تولید ترابری خرمای				۱۸۳۰۰۰	۲۵۶۵۰	۹۵۰۰۰	۲۷۰۰۰
توسعه آبزی و میوه های نگهداری فلات				۲۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۳۳۰۰۰	۱۶۰۰۰
توسعه صنایع تبدیلی در زمینه گوشت فرنگی				۲۵۰۰۰۰	۱۵۰۰۰۰	۳۳۰۰۰	۱۶۰۰۰
توسعه صنایع تبدیلی شیلاتی				۷۶۲۷۲	۱۳۸۱۲	۱۸۷۶۰	۱۶۰۰۰

اهمیت نام تجاری (برند) و مزایای آن برای سازمان شما



پریا قاسمی

دبیر کمیسیون بازرگانی

کارشناس ارشد مدیریت

بازرگانی

بسیاری از شرکت ها، همه ی دارایی شرکت محسوب می شود. به دلیل اهمیت بالای برند و مدیریت آن، شرکت ها کم کم از توجه به برند، یک گام فراتر رفته و به سوی بحث برندگرا بودن حرکت کرده اند. برندگرایی نگرشی است که در آن، فرآیندهای شرکت حول ایجاد، توسعه و حفظ هویت برند در تعاملات مداوم با مشتریان هدف، با نیت دستیابی به مزیت رقابتی از برند، می چرخند. بنابراین انتخاب استراتژی برندگرایی، شرکت را رقابت پذیرتر کرده و منجر به افزایش عملکرد شرکت می شوند. شرکت هایی که به دنبال برندگرایی هستند باید دائما به برند و مدیریت برند توجه کرده و سعی کنند که برندی بهتر از رقبا و متمایز از آنچه که آنها ارائه می کنند را در ذهن مصرف کنندگان خلق کنند. تمایز برند به معنی موفقیت یک شرکت در توسعه ی برند بر پایه ی داشتن محصولات متمایز از آنچه دیگران ارائه می کنند است و به شرکت هایی که می خواهند در بلند مدت موفق باشند، کمک شایانی می کند. برندگرایی می تواند عملکرد بازاریابی را با استفاده از ابزارهای مختلف افزایش دهد. برند گرایی می تواند شهرت شرکت را افزایش داده و آگاهی برند را قدرتمندتر کند.

ویژگی های انتخاب یک نام تجاری (برند)

انتخاب نام تجاری، نیاز به دقت فراوانی دارد. یک نام مناسب میتواند نقش مهمی در موفقیت یک کالا ایفا کند. اکثر شرکت های بزرگ بازاریابی، برای انتخاب نام تجاری کالاها، از روش های ویژه ای استفاده میکنند. انتخاب

مقدمه

در عصر اقتصاد مبتنی بر دانش، فعالیتهای ارزش آفرین سازمانها فقط متکی بردارایی های مشهود آنها نیست، بلکه توانمندی سازمان ها در بکارگیری دارایی های نامشهود، قدرت اصلی ارزش آفرینی آنها را تشکیل می دهد. هر نام تجاری (برند) دارای ارزش ویژه ای است که میتوان آن را با متدهای علم حسابداری و بازاریابی محاسبه و ارزش گذاری کرد. امروزه هر نام تجاری خود به عنوان یک کالا در تجارت جهانی مورد داد و ستد قرار می گیرد، و بسیاری از اشخاص حقیقی و حقوقی امروزه یا نام تجاری خود را می خرند و یا می فروشند. تعریف واژه برند به نقل از انجمن بازاریابی آمریکا «یک نام، واژه، سمبل، طرح یا ترکیبی از آنها است که هدف آن شناساندن محصولات و یا خدمات یک فروشنده یا گروهی از فروشندگان به مشتریان و همچنین متمایز محصولات آنها از سایر رقبا می باشد. یک برند، به یک محصول یا خدمت ابعادی را اضا فهمی کند تا آن محصول یا خدمت از سایرین متمایز گردد. این تمایزها می تواند کارکردی منطقی، یا ملموس و یا حتی غیرملموس داشته باشد».

اهمیت نام تجاری (برند)

امروزه مدیران متوجه شده اند که برند و مدیریت برند برای ادامه حیات کسب و کارشان بسیار ضروری و لازم است. در واقع برندها به بخش جدایی ناپذیر ارزش شرکت و نیز یک دارایی استراتژیک مهم تبدیل شده اند. دیوید آکر که یکی از نظریه پردازان مشهور در زمینه برند و بازاریابی است، معتقد است که مدیریت ارشد شرکت باید توجه بیشتری را به برند معطوف دارد و استراتژی شرکت را مبتنی بر استراتژی برند (برندگرایی) طراحی کند. به عقیده ی آکر، تفکر برندگرایی باید بر شرکت حاکم شود و آمیخته بازاریابی باید همسو با این تفکر باشد. توجه به فعالیت های بازاریابی به عنوان ابزاری برای حضور در ذهن مشتریان و ایجاد دارایی نامشهود به نام برند، دیدگاه جدیدی در علم بازاریابی محسوب می شود. تحقیقات مختلف نشان دادند که ارزش واقعی، در درون کالا یا خدمات نیست بلکه این ارزش در ذهن مشتریان واقعی و بالقوه وجود دارد و این برند است که ارزش واقعی را در ذهن مشتریان ایجاد می کند. به همین

دلیل است که شرکت ها، توجه ویژه ای را به برند و مدیریت برند معطوف کرده اند. داشتن برندهای قوی، توانایی رقابت شرکت را افزایش داده و بر میزان سودآوری آن نیز می افزاید. نگاهی به آمار برندهای برتر جهان در سال ۲۰۱۳ مؤید این مطلب است. شرکتی که با برند کالا، فقط به عنوان یک نام تجاری برخورد می کند، از ماهیت موارد استفاده از برند غافل شده است. برند تنها یک نام تجاری نیست بلکه برای



بهترین نام تجاری برای کالا، وظیفه دشواری است. برای انتخاب نام تجاری باید کالا و مزایای آن، بازار هدف و خط مشی های بازاریابی مربوط به کالا را دقیقاً مورد بررسی قرار داد. از میان خصوصیتی که یک نام تجاری باید از آن برخوردار باشد، خصوصیات زیر از همه مهم تر هستند:

۱. نام تجاری باید چیزی درباره فواید و ویژگی های کالا را برساند.
۲. تلفظ، شناخت و به خاطر سپردن نام تجاری باید آسان باشد. در این مورد ممکن است، اسامی کوتاه، مفیدتر باشند.
۳. نام تجاری باید شاخص و برجسته باشد.
۴. ترجمه نام تجاری به زبان های بیگانه باید آسان باشد. همچنین معنی آن به زبان های بیگانه نیز بررسی شود. ممکن است نام تجاری که یک شرکت برای کالای خود انتخاب می کند در فرهنگ کشور دیگر دارای معنی نامناسبی باشد که این امر در فرآیند صادرات کالا به آن کشور، شرکت را دچار مشکل خواهد کرد.
۵. نام تجاری باید قابلیت ثبت و حمایت قانونی را داشته باشد. نمیتوان نام تجاری ای را ثبت کرد که به نحوی به حریم نام های تجاری موجود تجاوز کند یا منع قانونی داشته باشد.

● ارزش ویژه برند

دیدگاه مصرف کننده ارزش برند، مجموعه ای از دارایی ها نظیر آگاهی برند، کیفیت ادراک شده، وفاداری، انگاره و تداعی معانی نسبت به برند است که در ذهن مصرف کنندگان ایجاد می شود و باعث ارزش افزوده به محصول می گردد. ارزش نام و نشان تجاری (برند) بر اساس انگیزه های عمومی مطالعه آن به صورت های مختلفی تعریف شده است. در مطالعه های مالی از ارزش برند برای تخمین قیمت و یا به صورت خاص برای اهداف حسابداری مثل ارزیابی دارایی ها در ترازنامه، ادغام، مالکیت و یا اهداف کاهش سرمایه گذاری استفاده می شود. ارزش ویژه ی نام تجاری با میزان آگاهی که ایجاد می کند اندازه

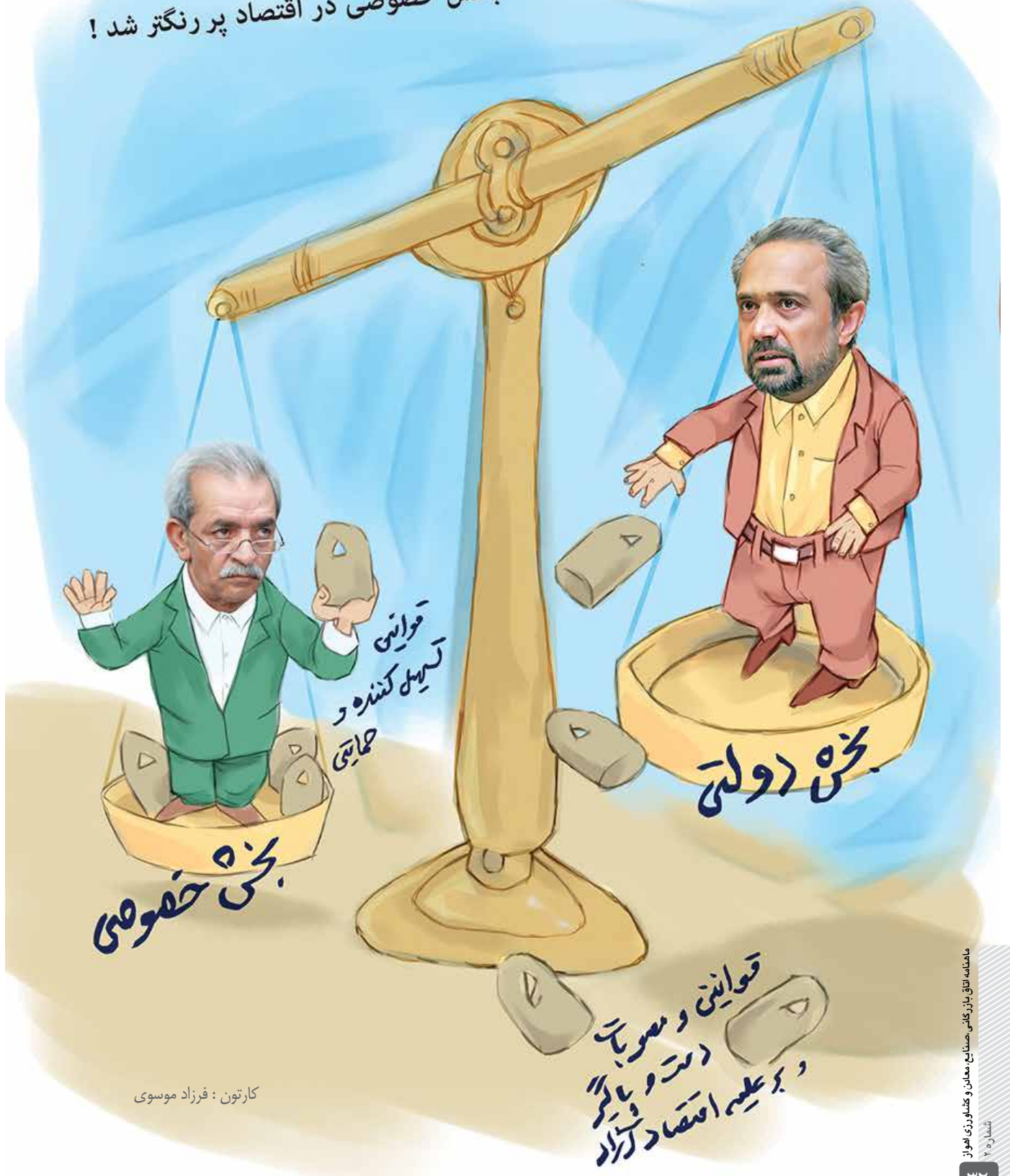
گیری می شود. چه تعداد از مردم سراسر جهان، نام تجاری را میشناسند، حتی اگر فقط اسم آن را بشناسند؟ ارزش بالای برند در برگیرنده مزایایی نیز است که می تواند رقابتی شرکت را افزایش دهد. این مزایا عبارتند از:

۱. شرکت از هزینه های پایین تر بازاریابی بهره مند خواهد شد، چرا که آگاهی و وفاداری نسبت به برند بالاست.
۲. شرکت در مذاکره با توزیع کنندگان و خرده فروشان از قدرت چانه زنی بیشتری برخوردار است، زیرا مشتریان از این ها انتظار دارند که کالاهای با نام تجاری (برند) مورد نظر را عرضه کنند.
۳. شرکت می تواند قیمت بالاتری نسبت به رقبا برای کالایش تعیین کند، زیرا برداشت ذهنی نسبت به کیفیت برتر وجود دارد.
۴. شرکت راحت تر می تواند به بسط نام تجاری مبادرت کند، چرا که برند از اعتبار بالایی برخوردار است.
۵. برند در مقابل رقابت قیمتی شدید، قدرت دفاعی بیشتری به شرکت می دهد.

۶. از یک برند باید به دقت مراقبت کرد تا ارزش ویژه آن مستهلک نشود. این امر مستلزم آنست که در طول زمان همواره در جهت حفظ و اعتلای آگاهی نسبت به آن، برداشت ذهنی نسبت به کیفیت و عملکرد آن، تداعی مثبت نسبت به برند و مواردی از این قبیل گام هایی برداشته شود. انجام این وظایف به سرمایه گذاری دائمی در تحقیق و توسعه، تبلیغات ماهرانه، ارائه خدمات فوق العاده به واسطه ها و مشتریان نیاز دارد.

BRAND

با حضور آقای نهادیان در دولت و نقش حمایتی ایشان
امید به سنگین شدن کفه بخش خصوصی در اقتصاد پررنگتر شد!



کارتون: فرزاد موسوی

بازنشسته

به من حکمی عطا بنمود شرکت
 نه راه پس بمانده نه ره پیش
 تشکرها نمودند خشک و خالی
 خدا قوت بده ای پیش کسوت
 خوشا بر حال و احوالت که رفتی
 کنون پرواز کن بر سوی خانه
 به هر تقدیر من بیکار گشتم
 ز بیکاری نشستم کنج خانه
 ز همسر بهر شوری غذایش
 صدای ظرف شستن، جرم سنگین
 سخن گفتن مثال لال‌ها بود
 سلام و صبح بخیرم با تشر بود
 ز فرزندان که همچون پونه و مار
 چو ساعت لیز میخورد از ده شب
 نو گویی خانه ام یک پادگان بود
 اگر لامپی بماند روشن اضافه
 که تا ثابت کنم مجرم که بوده
 ز ناچاری زن بیچاره هر بار
 ز مهمانی روی بیزار گشتم
 هر از گاهی به خود هم می پریدم
 غرورم کم کمک در هم شکسته
 صدایم در گلو آرام گشته
 ز حال و روز خود غمگین و بیزار
 از این بدخلقی خود خسته گشتم
 بیاد آوردم آن سرزندگی ها
 میان دوستان مشهور بودم
 نگاهی بر خودم کردم دوباره
 به هر روز گذشته شرمساری
 سرم سنگین شده از کشف این راز
 وضو بنموده سر بر سجده آمد
 که سزات کوک گشته بار دیگر
 کنون برخیز و بر زانو بزن دست
 نشستن کنج خانه با غم و درد
 سجودم با خلوص دل گره خورد
 تو گویی خواب و رویا دیده ام من
 خداوند ز خود شرمنده ام من
 چگونه حال خود را بازگویم
 که تا پوزش بخوایم از خطاها
 ز آزادی بگویم از غم و درد
 خلاصه گویم و شعرم کنم جمع
 چو فارغ گشتی از کار و نشستی
 به پشنت کوله بار کار بستی
 بینداز دل بر روی غمها
 که سالم مانی و شاداب باشی
 چو سروی در کنار آب باشی

سراینده: داریوش امامی



ماهیانه آفاق آثار کاتبی، صنایع، معانی و هشدار برای امروز

چقدر ژاپنی ها را می شناسید؟

- آیا میدانستید که حقوق یک معلم در ژاپن حداقل ۷۰۰۰ دلار در ماه است؟
- آیا میدانستید که از کار مردن در ژاپن افتخار است؟
- آیا میدانستید که شکست در کار برای یک مدیر ژاپنی برابر مرگ است؟
- آیا میدانستید که کارمندان ژاپنی روزی یکساعت در محل کار ورزش دسته جمعی می کنند؟
- آیا میدانستید که هر ژاپنی در هر شغلی که باشد به آن افتخار می کند؟
- آیا میدانستید که کارمندان ژاپنی اضافه کار نمی گیرند و متعهد هستند تا هر ساعتی لازم باشد در شرکت بمانند تا کار روزانه‌ی خود را تمام کنند؟
- آیا میدانستید که ژاپنی‌ها پایبند دیانت خاصی نیستند و به همه‌ی ادیان احترام می گذارند؟
- آیا میدانستید که مربیان و معلمان تمام کودکان ژاپنی خانم هستند و حتی از مادرانشان دلسوزترند؟
- آیا میدانستید که هنگامی که مدارس تعطیل می شوند دانش آموزان گریه می کنند؟
- آیا میدانستید که مردان حقوق خود را یکجا به همسران خود می دهند و از آن‌ها پول تو جیبی می گیرند؟
- آیا میدانستید آقایان هر ساعتی از شب به خانه برگردند اولین پرسشی که از همسر خود می شنوند این است: شام خورده‌ای؟
- آیا میدانستید در ژاپن برای انجام هر کاری دستورالعمل از پیش تعیین شده وجود دارد، حتی تعمیر جدول یک باغچه‌ی کوچک پیاده رو با برنامه انجام می شود؟
- آیا میدانستید که کارگر بهداشت در شود و می تواند حقوقی بین ۵۰۰۰ تا ۸۰۰۰ دلار در ماه طلب کند؟
- آیا میدانستید که ژاپن هیچ منابع طبیعی ندارد و سالانه با صدها زلزله مواجه میشوند اما این جلوی آنها را برای تبدیل شدن به بزرگترین های اقتصاد جهان نگرفته است؟
- آیا میدانستید که در ژاپن از استفاده از تلفن همراه، رستوران ها و اماکن سرپوشیده جلوگیری می شود؟
- آیا میدانستید که دانش آموزان ژاپنی از سال اول تا ششم ابتدایی باید اصول اخلاقی در برخورد با مردم را بیاموزند؟
- آیا میدانستید که اگر به یک رستوران در ژاپن بروید، متوجه خواهید شد که مردم به اندازه ای که نیاز دارند غذا میخورند، بدون تولید هیچ زباله و اصرافی؟
- آیا میدانستید که میزان تاخیر قطارها در ژاپن حدود ۷ ثانیه در سال است؟
- آیا میدانستید که تورم در ژاپن منفی است؟

حقایق

زیبا از مردمی که

شکست در کار برای آنها

برابر مرگ است؟

- آیا میدانستید که دانش آموزان ژاپنی به همراه معلمان خود هر روز مدرسه را به مدت ۱۵ دقیقه تمیز می کنند که منجر به ظهور نسلی می شود که فروتن و مشتاق پاکیزگی است؟
- آیا میدانستید هر شهروند ژاپنی که سگ دارد یک کیسه مخصوص مدفوع سگ با خود دارند؟
- آیا میدانستید بهداشت و اشتیاق به آن بخشی از اخلاق ژاپنی‌ها است؟

ژاپن «مهندس بهداشتی» نامیده می

صدای شما

دبیرخانه ماهنامه آیین مذاق از خوانندگان عزیز خصوصاً اعضای اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اهواز دعوت می نماید تا با ارسال انتقادات، پیشنهادات، نظرات و سوالات خود در مورد ماهنامه و یا مسائل پیرامون اتاق اعم از صنعت، تجارت، معدن و کشاورزی به شماره سامانه ۰۰۶۱۱۳۳۳۲۹۰۰ ما را در هر چه پرمحتوا نمودن نشریه یاری نمایند. از شماره بعد، این نظرات به همراه توضیحات لازم در ستون صدای شما درج خواهد شد. بدیهی است توجه شما عزیزان سرمایه اصلی نشریه بوده و باعث ایجاد ارتباط دوسویه خوانندگان و هیئت تحریریه خواهد شد.

سوال: با سلام و خسته نباشید به شما دست اندرکاران نشریه آیین مذاق ضمن تشکر از شما عزیزان انتظار می رود:

الف: از اساتید دانشگاه، برای بحث های اقتصادی و ارائه راهکارهای مناسب با در نظر گرفتن موقعیت های خاص تجاری و اقتصادی استان خوزستان استفاده نمایید. ب: لطف کنید برای کسانی که قصد دارند تجارت را بعنوان شغل انتخاب کنند، صفحه ای بعنوان آموزش تجارت اختصاص دهید. ج: اگر کتابی هم در خصوص تجارت هست معرفی کنید.

باتشکر، سبحانی

پاسخ: ممنون از اینکه به این ماهنامه، ماهنامه خودتان لطف دارید خدمت شما عرض کنم مواردی که فرمودید همه جزو برنامه های آتی ماهنامه است دعوت نامه هایی برای اساتید محترم دانشگاه جهت استفاده از نقطه نظرات اقتصادی و مدیریتی آنها ارسال شده است.

انشالله در شماره های آتی بخش آموزش را در نشریه با در نظر گرفتن صفحات اختصاصی در نشریه قرار خواهیم داد و سعی میکنیم از تجربه های کسانی که در وادی تجارت تخصص دارند در این امر استفاده نماییم.

پیشنهاد: از حوضچه های پرورش ماهی های استان خوزستان هم گزارش تهیه کنید.

ممنون. فرود اقبال کیانی

پاسخ: چشم. اتفاقاً در شماره های آتی حتماً به موضوع خواهیم پرداخت ضمن اینکه در همین شماره هم به این صنعت مهم پرداخته شده است.

شماره های اتاق بازرگانی:

۰۰۲۹۰۰۳۳۳۲۹۰۰ - ۰۰۲۶۴۲۳۳۳۲۷۴۴

۰۲۳۳۳۶۵۰۲ (واحد صدور کارت)

۰۳۳۳۳۶۵۰۳

۰۱۲۲۲۲۵۵۱ (شماره فکس)

صدای شما



قوانین و مقررات مرتبط با فضای کسب و کار

هیأت نمایندگان

ماده ۱۱- هیأت نمایندگان اتاق ایران:

هیأت نمایندگان اتاق ایران از منتخبین اتاقهای سراسر کشور و نمایندگان اتحادیه ها و سندیکاهای وابسته به اتاق تشکیل می شود.

تبصره ۱- در اولین جلسه، هیأت نمایندگان اتاق مربوطه برای مدت چهار سال انتخاب و به اتاق ایران معرفی می شوند.

تبصره ۲- هر اتاقی که کمتر از ۱۵۰ عضو داشته باشد یک نفر نماینده و اتاقی که بیش از ۱۵۰ عضو داشته باشد برای هر ۱۰۰ عضو یک نفر نماینده خواهد داشت.

تبصره ۳- از هر اتحادیه و سندیکای وابسته به اتاق ایران یک نفر انتخاب و معرفی می شود.

تبصره ۴- عضویت در هیأت نمایندگان اتاق ایران افتخاری است.

ماده ۱۲- تعداد هیأت نمایندگان اتاق تهران ۶۰ نفر می باشد که به ترتیب ذیل برای مدت ۴ سال انتخاب می شوند:

۲۰ نفر به انتصاب وزراء با ترکیب ۱۰ نفر از وزارت بازرگانی، ۸ نفر از وزارت صنایع و ۲ نفر از وزارت معادن و فلزات، ۴۰ نفر از بین اعضای اتاق تهران با ترکیب ۲۰ نفر از بخش بازرگانی، ۱۶ نفر از بخش صنعتگران و ۴ نفر از بخش معدن.

ماده ۱۳- تعداد هیأت نمایندگان اتاق سایر شهرستانها ۱۵ نفر می باشد که ۶ نفر از بخش بازرگانی، ۶ نفر از بخش صنعت و ۳ نفر از بخش معدن اتاق مربوطه برای مدت ۴ سال انتخاب می شوند.

تبصره- در صورت عدم داوطلب پذیرفته شده در هر بخش، از داوطلبان موجود در بخش های دیگر انتخاب می شوند.

ماده ۱۴- عضویت در هر اتاق منوط به داشتن کارت عضویت معتبر از اتاق مربوطه خواهد بود.

ماده ۱۵- انتخابات هر یک از اتاقها در یک روز انجام می شود و انتخابات سراسر کشور ظرف مدت یک ماه پایان می پذیرد.

تبصره ۱- اتاق ایران مکلف است دو ماه قبل از پایان هر دوره انتخابات هیأت نمایندگان دوره بعد را برگزار کند.

تبصره ۲- برای انجام انتخابات نمایندگان اتاق تهران و شهرستانها، یک انجمن نظارت بر انتخابات مرکب از یک نفر نماینده از وزارت بازرگانی به

معرفی وزیر بازرگانی و ۴ نفر نمایندگان اتاق ایران به معرفی رییس اتاق تشکیل می گردد. این انجمن برای انجام انتخابات اتاق شهرستانها هیاتی

را که کمتر از سه نفر نباشد متشکل از یک نفر نماینده وزارت بازرگانی و مابقی از اعضای خوشنام اتاق بازرگانی شهرستان مربوطه انتخاب خواهد

کرد و انجمن مذکور به وسیله آگهی در یکی از جراید کثیرالانتشار تاریخ شروع انتخابات و خاتمه آن و شرایط انتخابات را به اطلاع اعضای اتاق های

مربوط خواهد رسانید.

ادامه دارد...

گفت و گو با عبدالخالق سبحانی، مدیر عامل اتحادیه شرکت های تعاونی کشاورزی دامداران خوزستان دولت نهاد های تولید را به همان قیمت گذشته در اختیار دامداران قرار دهد



مجتبی گهستونی

اتحادیه شرکت های تعاونی کشاورزی دامداران استان خوزستان در سال ۱۳۷۵ با تعداد ۱۴ شرکت تعاونی کشاورزی دامداران شهرستانهای استان زیر نظر سازمان تعاون روستایی استان خوزستان و نظارت معاونت بهبود تولیدات دامی جهاد کشاورزی استان خوزستان تشکیل شد.

این اتحادیه هم اکنون در ۱۵ شهرستان، ۱۶ شرکت تعاونی دامداران عضو دارد و با جمعیت انسانی بالغ بر ۱۲,۵۰۰ نفری، بزرگترین تشکل دامداران خوزستان را بوجود آورده است. اتحادیه در عضویت اتحادیه مرکزی دامداران ایران، صندوق حمایت از توسعه دامپروری و تولیدات دامی، صندوق حمایت از توسعه بخش کشاورزی استان خوزستان، اتاق تعاون استان و سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی بوده و دارای رتبه سه برای انجام خدمات در گرایش تخصصی امور دامپروری و نیز کارت بازرگانی میباشد. کسب چندین جایزه و انتخاب چندین باره به عنوان اتحادیه برتر از نهادهای معتبر، گواه بر حسن شهرت و اعتبار و خدمات مثمرتر اتحادیه بوده که سابقه حسن فعالیت آن در پروژه هایی همچون طرح ساماندهی روستا در سالهای ۱۳۸۶ و ۱۳۸۷ و مدیریت آزمایشگاه معاونت بهبود تولیدات دامی جهاد کشاورزی خوزستان ملموس می باشد.

ترویج و گسترش استفاده از سیلاژهای علوفه و آموزش دامداران جهت ارتقاء سطح بهداشت جایگاههای دامی از جمله وظایف بخش آموزشی و ترویجی است.

ظواهر دامداران با مشکلات فراوانی مواجه هستند که می توان بالا بودن هزینه های تولید از جمله خوراک دام را جزء اساسی ترین مشکلات دانست. ارزیابی شما از مشکلات موجود در صنعت دامداری و دامپروری استان چیست؟

خوزستان پتانسیل بسیار بالایی در صنعت دامداری و دامپروری دارد که برای رونق یافتن نیازمند یاری تمام ارگان ها و دستگاه ها و مدیران می باشد. پس از حذف ارز مرجع از واردات نهاده های تولید که بیش از ۷۰ درصد در هزینه های تولید محصولات و فرآورده های لبنی تأثیر دارد، دامداران مجبور شدند با نقدینگی بیشتری به تولید خود ادامه دهند و آنهایی که توان ادامه تولید را نداشتند، یا میزان تولید را کاهش دادند یا از چرخه تولید خارج شدند. براساس تفاهم نامه منعقد شده بین اتحادیه مرکزی دامداران ایران و شرکت پشتیبانی امور دام، دولت محترم موظف است نهاده های مورد نیاز دامداری ها را تا پایان فروردین ۹۳ با قیمت های مصوب و تعیین شده به دامداران تحویل دهد. اما متأسفانه قیمت نهاده ها از ۳۰ تا حدود ۵۷ درصد افزایش یافته است. براساس آنالیز هزینه های واقعی تولید، قیمت تمام شده شیر و لبنیات باید ۲۸ و ۱۷ درصد افزایش یابند، اما دامداران در شرایطی که هزینه های تولیدشان همواره رو به افزایش است، نمی توانند محصولشان را با قیمت گذشته تولید کنند و بدیهی است که ثابت ماندن هزینه

همکاری در ایجاد تاسیسات دامپروریهای صنعتی پروراری و شیری، همکاری در تامین مواد اولیه مورد نیاز کارخانه های خوراک دام و عرضه تولیدات به متقاضیان، همکاری در برنامه های تامین کیفیت شیر استان با معاضدت کارخانه های شیر و مراکز جمع آوری شیر و ایجاد امکانات جهت کسب اختیارات مربوط به واگذاری های بخش دولتی (اصل ۴۴ قانون اساسی) مدنظر است.

حتماً پتانسیل موجود در بخش بازرگانی و تجارت خارجی در محور صادرات متمرکز است؟

بله. همکاری در عرصه صادرات دام زنده، همکاری در صادرات کلیه علوفه های دامی بصورت فله و بسته بندی شده، صادرات گوشت قرمز بسته بندی شده و همکاری در تهیه و توزیع و صادرات انواع کنسانتره های دامی از جمله وظایف این بخش است.

در بخش آموزشی و ترویجی دوره ها در چه سطحی و برای چه گروهی برگزار می شود؟

آمادگی در ایجاد کارگاهها و برگزاری دوره های لازم با همکاری معاونت بهبود تولیدات دامی جهاد کشاورزی استان جهت ارتقاء کیفیت و اصلاح نژاد دام بومی، آمادگی در برگزاری دوره های آموزشی بر حسب نیاز به دوره مشخص جهت اعضاء تعاونی ها، آمادگی در برگزاری دوره های آموزشی تکمیلی در سطح مدیران تعاونی ها، آمادگی در آموزش مسئولین مراکز جمع آوری شیر با همکاری کارخانجات شیر، آموزش دامداران با همکاری معاونت بهبود تولیدات دامی جهاد کشاورزی استان جهت

اهداف اتحادیه شرکت های تعاونی کشاورزی دامداران استان خوزستان در چه ماموریت هایی خلاصه می شود؟

اهداف در سه محور سرمایه گذاری دامی، پتانسیل موجود در بخش بازرگانی و تجارت خارجی و در بخش آموزشی و ترویجی تعریف می شود. در بخش سرمایه گذاری دامی، اهدافی همچون تجهیز موارد مورد نیاز اصلاح نژادی، تامین اقلام مختلف علوفه های دامی، ارائه خدمات بسته بندی علوفه دامی و عرضه به تمامی متقاضیان، همکاری در ایجاد میادین عرضه مستقیم دام جهت توسعه بازرگانی داخلی و خارجی، همکاری در ایجاد کشتارگاههای صنعتی دامی و بسته بندی انواع گوشت قرمز،

های تولید همچون قیمت نهاده ها، منجر به ثابت ماندن قیمت شیر و لبنیات خواهد شد. ذرت در تفاهم نامه منعقد شده باید تا پایان فرودین ۱۳۹۳ هر کیلو ۷,۰۰۰ ریال به دامدار تحویل داده شود، در حالیکه اکنون به بیش از ۹,۰۰۰ ریال در هر کیلو رسیده است. همچنین قیمت هر کیلوگرم سویا در تفاهم نامه ۱۰,۵۰۰ ریال تعیین شده بود که امروز نزدیک به ۱۹,۰۰۰ ریال رسیده است. دولت موظف است هر کیلوگرم جو را ۶,۵۰۰ ریال به دست دامداران برساند درحالی که این محصول امروز در بازار نزدیک به ۸,۵۰۰ ریال رسیده است. همچنین دیگر علوفه های مورد نیاز که به صورت آزاد در بازار تهیه می شد مانند ذرت علوفه ای، تفال چغندر قند و... با افزایش قیمت مواجه شده اند.

در این میان راهکاری هم دیده شده است؟

دولت در آینده برای تصمیم گیری قیمت شیر، یا نهاده های تولید را به همان قیمت گذشته در اختیار دامداران قرار دهد یا به دامداران اجازه دهد تا به اندازه مابه التفاوت هزینه های تولیدشان قیمت شیر خام را افزایش دهند. استان خوزستان مقام اول پرورش گاو میش در کشور را داراست. دامی که در اقتصاد بسیاری از کشورها جایگاه ویژه ای دارد و تعداد و پراکندگی جغرافیایی آن هر سال در حال افزایش است.

لطفا گزارشی از وضعیت استان خوزستان در زمینه پرورش دام از راس موجود در استان و کمکی که به اقتصاد خوزستان ارایه می دهد بفرمایید.

استان خوزستان با قریب به ۱۴۰ هزار راس گاو میش، مقام اول پرورش این دام را در کشور از جمعیت کلی ۴۵۹ هزار راس داراست، یعنی غریب به ۳۲ درصد گاو میش کل کشور در خوزستان پرورش می یابند. بیشتر جمعیت گاو میش های دنیا در آب و هوای گرمسیری و نیمه گرمسیری متمرکز شده اند و تعداد کمی از آن ها در آب و هوای سرد زندگی می کنند. این دام به دو طبقه باتلاقی و رودخانه از نظر محیط زیستی تقسیم می شود که طبقه باتلاقی دارای قدرت و توان بیشتری برای تحمل شرایط سخت می باشد و علاقه زیادی به آب تنی و توقف در آب دارد و آب گل آلود را ترجیح می دهند.

گاو میش های رودخانه ای نیز آب های جاری و شفاف را دوست دارند. کلاً می توان گفت که

گاو میش علاقه زیادی به آب تنی در استخر، رودخانه و گودالهای آب دارد و معمولاً پس از مدتی چرا، خود را به آب می رساند و در آن غوطه ور می شود. ۱۳ درصد از میزان تولید شیر درجهان مربوط به شیر گاو میش می باشد. هر راس گاو میش توانایی تولید شیر در ۲۱۰ روز از سال را دارد و البته ایران جزو معدود کشورهای دارای شیر گاو میش است.

گاو میش استان خوزستان چه ویژگی هایی نسبت به سایر گاو میش های کشور دارند؟

گاو میش نژاد خوزستانی که یکی از نژاد های گاو میش های موجود در ایران است، دارای بالاترین متوسط تولید شیر و گوشت در کشور و سایر مناطق دنیا می باشد. گاو میش های خوزستان به عنوان بانک ژن جهت اصلاح نژاد سایر گاو میش های کشور مورد استفاده قرار می گیرد و در همین راستا اولین مرکز تولید و انجماد اسپرم گاو میش در کشور در استان خوزستان تاسیس و راه اندازی گردیده است. ویژگی آب و هوایی استان خوزستان وجود رودخانه ها و تالاب های وسیع، شرایط زیست محیطی مناسبی برای پرورش و نگهداری گاو میش در این استان را بوجود آورده است. گاو میش داران خوزستان، ۲۵ درصد شیر استان را تامین می کنند. قیمت شیر گاو میش از شیر گاو بیشتر است. شیر گاو میش پنج درصد چربی مفید دارد. شیر استریل گاو میش در جهان فقط در ایتالیا و بخش کوچکی از آمریکا با عنوان شیر بوفالو تولید می شود و ایران با تولید این محصول جزو معدود کشورهای صاحب این صنعت است.

لابد به دلایلی که فرمودید اهمیت پرورش گاو میش در استان خوزستان بسیار است. درسته؟

بله، اول ایجاد فرصت های شغلی مستقیم، حداقل برای ۴۵۰۰ خانوار روستائی (۲۷۰۰۰ نفر تحت پوشش) و بتبع آن بوجود آوردن امنیت اجتماعی و غذائی است.

دوم تامین بیش از ۳۵ درصد از نیازهای لبنی استان خوزستان و ۱۵ درصد از نیازهای بازار مصرف گوشت.

سوم ایجاد زمینه های تحقیقات برای کارشناسان، دانشجویان و همچنین فراهم نمودن ارتباط با سازمان خواروبار جهانی. چهارم حل معضل انباشت ضایعات و سرشاخه

های مزارع توسعه نیشکر استان که گاو میش بعنوان تنها دام مصرف کننده این قبیل محصولات است. و البته پنجم، انجام عمل کوددهی و تهیه آبهای راكد دور دست هورها (تالاب ها) توسط گاو میش صورت می گیرد.

در خوزستان و در سالهای قبل، در شهرستانهایی همچون اهواز، شوش، دزفول و شوشتر و البته در حاشیه رودخانه، مناطقی با نام مستعار گاو میش آباد گسترش پیدا کرده که محل سکونت، کار و فعالیت دامداران پرورش دهنده گاو میش بوده و البته آن مناطق در حاشیه شهرها واقع شده بودند تا بتوان با استفاده از محیط ساحلی رودخانه و نزدیکی تقریبی به بازارهای هدف (شهرها) به دامداری و دامپروری مبادرت نمود. لیکن با گسترش شهرها، این مناطق نیز در بستر شهری قرار گرفتند. معاونت بهبود تولیدات دامی جهاد کشاورزی موظف به انجام پروژه احداث مجتمع های دامپروری گردید. در تئوری موضوع، مجتمع های دامپروری را به دودسته مشمول انتقال و یا مشمول اشتغال تقسیم نمودند. مجتمع های دامپروری مشمول انتقال را محل استقرار دامداریهایی در نظر گرفتند که هم اکنون در بافت مسکونی و یا حاشیه شهرهایی با بیش از ۵۰ هزار نفر جمعیت واقع گردیده.

در این گونه واحدها، هدف خارج نمودن آنها از بافت شهری ذکر شده که تشکیل مجتمع را یکی از راهکارهای آن عنوان نمودند. مجتمع دامپروری مشمول اشتغال را محل استقرار واحدهای دامداری متقاضیان جدید و یا قدیمی معرفی نمودند که با محدودیت آب یا زمین مواجه باشند. در استان خوزستان در بیشتر شهرستانها گاو میش موجود است، لیکن در شهرستانهایی همچون دزفول، دشت آزادگان، شوشتر، شوش، شادگان، اهواز و کارون که بالاترین جمعیت گاو میش را در خوزستان دارا هستند، فقط سه مجتمع گاو میشداری، آنهم در شهرستان دزفول در حال تولید میباشد. البته ۴ مجتمع دیگر نیز در شهرستانهای کارون، شوش، شوشتر و گتوند در حال احداث است که متأسفانه بسترهای لازم فراهم نشده. برای مثال از ۲۱۳ واحد پیش بینی شده در مجتمع سلمان فارسی ۱ شهرستان کارون فقط تعداد ۱۲۰ واحد در حال تکمیل میباشد که البته مشکلاتی همچون نبود آب و برق و گاز و غیره سد راه شده است.

موفقیت سازمان در گرو آموزش منابع انسانی



سیده زینب عبدالهی موسوی
کارشناس مدیریت دولتی

اگر کسی کاری را اشتباه انجام دهد و سخت هم تمرین کند، عاقبت یاد می‌گیرد آن کار را کامل و بدون نقص، اشتباه انجام دهد.»
کارمندان تازه وارد یا تجربه کاری ندارند یا از یک شرکت یا موسسه دیگر به شما ملحق می‌شوند و هنگام ورود چون نمی‌توانند کمک موثری انجام دهند؛ احساس ناراحتی و نگرانی می‌کنند.

به عنوان اولین گام برای رفع نگرانی آنها آموزش قوانین سازمان به عنوان اولین گام آموزش می‌تواند موثرترین راه باشد. افرادی هم که از شرکت دیگری به شما ملحق می‌شوند اما قرار است کاری مشابه انجام دهند، لازم است یاد بگیرند که کارها را در راستای تأمین اهداف سازمانی به شیوه شما انجام دهند و بدون یادگیری ممکن است مشکلاتی به وجود آید.

مثل تمام فعالیت‌های شغلی، آموزش هم باید در جهت دستیابی به هدف‌های مشخص و روشن باشد، اگر بی‌هدف صورت بگیرد، هیچ نتیجه‌ای در بر نخواهد داشت. افراد را آموزش می‌دهید که بر دانش و مهارت‌های آنان بیفزایید نه آن‌که چیزی را به آنها القا کنید یا آنها را شستشوی مغزی دهید. هدف شما باید سود رساندن به سازمان باشد. آن هم از راه کمک به پرورش استعدادها تک تک افراد سازمان. افرادتان را با جدیت و دقت تعلیم دهید، اگر آنها موفق شوند، شما هم موفقید.

منابع انسانی گرانمایه‌ترین سرمایه هر سازمان است و این منابع در نهایت سازمان را به قله‌ی صعود یا دره‌ی نزول خواهد برد.

واحد‌های توسعه منابع انسانی سازمانها و بنگاهها، باید نقش کلیدی و ساختاری را در تحول و توسعه ایفاء نمایند. در واقع تحولاتی که امروز در عرصه مدیریت داخلی و بین‌المللی روی داده است، رویکرد به حرفه‌ای شدن بحث توسعه منابع انسانی را در مراکز و پایگاههای مدیریتی، علمی و دانشگاهی غنی‌تر و پررنگ‌تر کرده است.

به عنوان مثال سبکهای مدیریتی به طور مشخص از مدیریت آمرانه به سمت سبکهای تفویضی و مشارکتی گرایش یافته و ساختارهای سازمانی نیز از ساختارهای رسمی و بسته به سوی ساختارهای باز و آزاد همراه با روابط افقی حرکت کرده است، ویژگی رقابتی شدن سازمانها در جذب منابع انسانی ماهر و انگیزه‌مند، این سازمانها را به سمت نهادهایی یادگیرنده و انعطاف‌پذیر سوق داده و در عین حال رویکردها به سوی کارآفرینی و خلاقیت گرایش پیدا کرده اند.

در مجموع، شاخص سرمایه‌های انسانی، فکری و نرم افزاری در عرصه مدیریت حرف اول را بر زبان می‌آورد، این دسته از تحولات مدیریتی باعث شده است که ضرورت رویکرد حرفه‌ای شدن در حوزه منابع انسانی بوسیله «آموزش» بیشتر احساس شود. به طوریکه به جرأت می‌توان گفت عامل موفقیت یک کشور در «آموزش» خلاصه می‌شود. چرا منابع انسانی آموزش ببینند؟

آموزش هیچ وقت رایگان نیست. حق تعلیم در ضمن کار، وقت مربی و کارآموز را می‌گیرد، بنابراین تا آنجا که ممکن است «بازده» آن باید ارزیابی شود. یکی از مهمترین نیازهای کارمندان نیاز آموزشی است. مدیران موفق به طور منظم، کارمندان خود را در تمامی سطوح آموزش می‌دهند، نه تنها به خاطر آن که به آنها توجه دارند بلکه به این دلیل که این کار سودآور هم هست. دلیل آن هم روشن است؛ کارکنان و مدیران آموزش دیده بسیار بهتر از رقیبان آموزش نادیده‌ی خود عمل می‌کنند. «البته تنهایی و بدون مربی تمرین کردن کافی نیست،



داستان های مدیریتی

اشتباه موردی

کارمندی به دفتر رئیس خود می‌رود و می‌گوید: «معنی این چیست؟ شما ۲۰۰ دلار کمتر از چیزی که توافق کرده بودیم به من پرداخت کردید.»

رئیس پاسخ می‌دهد: «خودم می‌دانم، اما ماه گذشته که ۲۰۰ دلار بیشتر به تو پرداخت کردم هیچ شکایتی نکردی.»

کارمند با حاضر جوابی پاسخ می‌دهد: «درسته، من معمولاً از اشتباه های موردی می‌گذرم اما وقتی تکرار می‌شود وظیفه خود می‌دانم به شما گزارش کنم.»

زندگی پس از مرگ

رئیس: شما به زندگی پس از مرگ اعتقاد دارید؟
کارمند: بله!

رئیس: خوب است. چون ساعتی پیش پدر بزرگتان به اینجا آمده و می‌خواهد شما را ببیند
همان که دیروز برای شرکت در مراسم تشییع جنازه اش مرخصی گرفته بودید.

راز نفوذ

راستی اینجا در ایرانمان، برای اینکه نوجوانمان از دنیای فناوری اطلاعات بتواند درست استفاده کنند چقدر آنها را آماده کرده ایم؟

مدیران ایران، کسب و کارهای جدید و فضای جدید کسب و کار جهانی را چقدر می‌شناسند؟ «کریستین اون» نوجوانی است که استیو جابز را قهرمان زندگی و الگوی خودش می‌داند. او میگوید الهام گرفتن از مدیرعامل اپل علت اصلی موفقیت اش بوده است و با استفاده از آنها طی دو سال گذشته توانسته ۱ میلیون دلار درآمد داشته باشد. اما چگونه؟

این نوجوان بریتانیایی اولین کامپیوترش را در سن ۷ سالگی داشته است. سه سال بعد یک مکتبتاش خریده و سراغ طراحی وب رفته است. چهار سال بعد از آن در سن ۱۴ سالگی و در سال ۲۰۰۸ یک سایت راه اندازی کرده که کار ساده ای انجام میداده است. نام سایت Mac

Bundle Box بوده است. طراحی و بخش های سایت شبیه سیستم عامل Mac OS است و کریستن تمام تلاش خودش را کرده بود تا هر چه بیشتر به استاندارد های اپل نزدیک شود. در این سایت او چندین نرم افزار را به صورت یک بسته با هم به کاربران می‌فروشد. در واقع او با صحبت کردن با برنامه نویس ها از آنها تخفیف عمده می‌گرفته است و این کار سبب میشده که بسته های نرم افزاری اش با تخفیف بسیار خوبی نسبت به خرید مجزای هر کدام به فروش برسد. علاوه بر این وقتی مشتریان بسته های نرم افزاری را می‌خریدند سبب میشد که قفل خرید بسته های جدیدتر برای آنها و دیگر مشتریان باز شود. و همین کار باعث شده بود که خریداران این سایت دیگران را هم برای خرید از آن تشویق کنند. ایده جالب کریستن سبب شده بود که او طی این مدت ۷۰۰ هزار پوند معادل ۱ میلیون دلار درآمد داشته باشد. حالا کریستن پروژه های جدیدی را هم آغاز کرده و هم اکنون ۸ فرد بزرگ سال از جمله مادر ۴۳ ساله اش برای او کار می‌کنند. راز موفقیت او چه بوده؟ خود او می‌گوید که هیچ رازی وجود ندارد. برای رسیدن به موفقیت فقط کار و تلاش سخت نیاز است.

سگ هایی که یاد گرفتند تلاش نکنند

تعدادی سگ در اتافی قرار گرفتند که زمین آن می‌توانست شوک الکتریکی خفیفی به سگ ها وارد کند. دکمه ای روی دیوار اتاق بود که با فشردن شدن جریان را قطع می‌کرد. وقتی شوک وارد شد سگ ها بالا و پایین پریدند تا بالاخره یکی از سگ ها دکمه را زد و جریان

قطع شد. سگ ها یاد گرفتند با زدن آن دکمه آن شوک ناخوشایند قطع می‌شود.

روی نصف گروه اول سگ ها همین آزمایش دوباره تکرار شد اما این بار در اتاق دیگری که دکمه ای الکی داشت و با زدن آن هیچ اتفاقی نمی‌افتاد و جریان همچنان ادامه داشت. بعد از این مراحل سگ هایی که در اتاق دوم بودند به اتاق اول (با کلید سالم) بازگردانده شدند و آزمایش تکرار شد. این بار هیچ کدام شان حتی سعی نکردند که دکمه را فشار دهند.

نتیجه: هیچ کس با ناملیدی به دنیا نمی‌آید، بلکه ما بعد از اینکه چند بار شکست می‌خوریم «شکست خوردن» را یاد می‌گیریم و حتی به خودمان زحمت تلاش کردن نمی‌دهیم. اگر به مشکلی برخوردید، مهم نیست دفعه چندم است که زمین خورده اید، باز هم بلند شوید و برای حل آن تلاش کنید. ممکن است کلید سالم باشد، فقط فشارش دهید!

نتیجه: هیچ کس با ناملیدی به دنیا نمی‌آید، بلکه ما بعد از اینکه چند بار شکست می‌خوریم «شکست خوردن» را یاد می‌گیریم و حتی به خودمان زحمت تلاش کردن نمی‌دهیم. اگر به مشکلی برخوردید، مهم نیست دفعه چندم است که زمین خورده اید، باز هم بلند شوید و برای حل آن تلاش کنید. ممکن است کلید سالم باشد، فقط فشارش دهید!



این آمیزه افزوده شدند و صاحبانظران عنوان کردند که Pهای دیگری نیز وجود دارد که در این سیستم (سیستم بازاریابی) اثرگذار است، ولی ساماندهی آن برای اولین بار تحولی در این شاخه از علم ایجاد نمود.

با توجه به اینکه بحث پیرامون جایگاه تبلیغات در بازاریابی است، با در نظر گرفتن Pهای سنتی خدشه ای به موضوع وارد نمی شود، پس به بررسی جدول ارائه شده می پردازیم. در جدول فوق می بینیم کالا، قیمت، توزیع و ترویج فروش مجموعه عواملی هستند که به تعبیر مک کارتی در بازاریابی نقش اساسی دارند و تولید کننده می تواند آنها را در کنترل خود داشته باشد. یعنی تولید کننده می تواند بر کالا (تنوع محصول، کیفیت، طراحی، ویژگی نام تجاری، بسته بندی، اندازه، خدمات، تضمین ها، مرجوعی ها)، قیمت کالا (فهرست قیمت های فروش، تخفیف ها، کسورات، زمان پرداخت، پوشش کالا، جور کردن کالا، حمل و نقل)، ترویج (تبلیغات، روابط عمومی و عمومی سازی، فروشندگی شخصی، پیشبرد فروش، بازاریابی مستقیم) اثر گذار باشد. در این جدول یکی از Pها ترویج است. ترویج که به تعبیری به عنوان حلقه ارتباطی با مشتری است نقش بسیار مهمی در بازاریابی ایفا میکند.

اگر نظام بازاریابی سازمان را به مثابه یک تیم فوتبال فرض کنیم، آمیزه ترویج و در راس آن تبلیغات، مهاجمان این تیم محسوب می شود (محمدیان، ۱۳۸۲). پس برای موفقیت تبلیغات لازم است مجموعه عوامل موثر در بازاریابی (مهاجمان تیم) همکاری داشته باشند تا بتوانیم به نتیجه مطلوب که همانا موفقیت در فروش است دست یابیم. ضعف هر یک از این عوامل، منجر به ایجاد خدشه در کل سیستم می شود.

عوامل موثر در ترویج عبارتند از:

- ۱. تبلیغات:** هرگونه ارائه و عرضه ایده ها، کالاها یا خدمات که یک واحد تبلیغاتی، فرد یا موسسه انجام دهد که مستلزم پرداخت هزینه باشد.
- ۲. روابط عمومی:** ایجاد مناسبات مطلوب با جوامع مختلفی است که با شرکت سروکار دارند از طریق کسب شهرت خوب، ایجاد تصویر ذهنی کلی مطلوب و برخورد مناسب، با برطرف کردن مسایل، شایعه ها، حرف و حدیث ها و وقایع نامطلوب.
- ۳. پیشبرد فروش:** محرک های کوتاه مدت برای تشویق یا خرید محصول و خدمات.
- ۴. فروشندگی فردی:** فرایند فروش به شکلی که شامل ارائه

امروزه تولید و ارائه کالا به تنهایی کافی نیست زیرا فعالیتهای در حال توسعه تغییر کرده است و در یک محیط رقابتی بایستی مشتریان را جذب نمود. تبلیغ بخشی از بازاریابی موفقیت آمیز به حساب می آید و شرکتهای موفق به ویژه در امر صادرات، به موازات ارتقای کیفی محصولات خود به دنبال طراحی و به کارگیری سیستمهای بازاریابی پویا و مؤثر می باشند. تبلیغ به شما کمک می کند تا مشتریان کنونی را نسبت به خود وفادار ساخته یا بازارهای جدیدی را برای خود برگزینید.

یکی از جنبه هایی که به کمک آنها دیدگاه مشتریان نسبت به شرکت شما شکل می گیرد شیوه های تبلیغاتی شماست. برای انجام تبلیغات، ابزارها و شیوه های مختلفی وجود دارد که در مطالعه حاضر مورد بررسی قرار گرفته و مزایا، معایب و راهکارهای اجرایی صحیح آنها ارائه گردیده است. رسانه های تبلیغی نیز همچون سایر علوم به سرعت در حال تغییر و تحول هستند. در مرحله معرفی کالا، آگهی های تجاری (به ویژه رسانه های ارتباطی انبوه مانند اینترنت) و روابط عمومی برای ایجاد آگاهی و علاقمند کردن مشتری بسیار مناسب اند زیرا اینترنت شناسایی مشتریان را با جمع آوری و تجزیه و تحلیل ویژگیهای آنها آسان می کند. در حال حاضر انتخاب هر کدام از راهبردها می تواند موفقیت آمیز باشد به شرط آنکه به صورت مؤثر به کار گرفته شود. در هر صورت نمونه مؤثر، ترکیبی از راهبردها خواهد بود که بهتر بتواند به نیازهای بازار و مشتریان نزدیک شده و پاسخگوی آنها باشد.

جایگاه تبلیغات در بازاریابی

کاتلر معتقد است بازاریابی فرایندی اجتماعی و مدیریتی است که به وسیله آن افراد و گروهها از طریق تولید و مبادله کالا با یکدیگر، به امر تامین نیازها و خواسته های خود اقدام می کنند (کاتلر و آرمسترانگ، ۲۰۰۱). در واقع بازاریابی به دنبال تامین و ارضای نیاز است که شرکت های موفق را از ناموفق متمایز می سازد. بنابراین بازاریاب ها باید همواره به دنبال آن باشند که بررسی کنند که به چه صورتی می توانند بهتر، بیشتر، سریعتر، دقیقتر و در نهایت با کیفیت متناسب، به مردم، کالا، توام با خدمت ارائه نمایند (محمدیان، ۱۳۸۲). امروزه مصرف کنندگان به گروههای مختلف تقسیم شده اند. در بازار سلیقه های متفاوتی وجود دارد و این سلاقی دایماً دستخوش تغییر و تحول است. هزینه های زیادی صرف تبلیغات و ترویج می شود. برای دستیابی به جایگاه مناسب در بازار و کسب موفقیت، لازم است عوامل مختلفی دست به دست هم دهند. عواملی که در بازاریابی دخیل می باشند در دهه ۱۹۶۰ توسط جروم مک کارتی آمیزه بازاریابی یا اجزای بازاریابی (Marketing Mix) نامگذاری شد.

جروم مک کارتی آمیزه بازاریابی را مرکب از چهار عامل عمده «کالا (Product)، قیمت (Price)، توزیع (Place)، ترفیعات (Promotion)» و ترویج «پیشنهاد کرد که به طور سنتی این چهار عامل را تحت عنوان P۴ عبارت است از هر نوع اقدامی که شرکت بتواند برای کالای خود و به منظور تحت تاثیر قرار دادن تقاضا، انجام دهد. اگرچه فعالیتهای گسترده و گوناگونی در شکل گرفتن آمیزه بازاریابی موثر است، رده بندی P۴ از این جهت به وجود آمده تا بتوان کل جنگل را از فراز درختان آسانتر دید (محمدیان و آقاجان، ۱۳۸۱).

اجزای بازاریابی و تعیین جایگاه تبلیغات در آن

هر چند که در دیدگاههای مختلف Pهای دیگری همچون مردم (People)، بسته بندی (Packaging)، قدرت (Power)، برنامه ریزی (Programming)، و متقاعد سازی (Persuasion) و... به

نقش تبلیغات



یعقوب عرب، عضو اتاق اهواز

ارتباط پیدا می کند.

پرواضح است که تبلیغات به تنهایی نمی تواند همه ابعاد فعالیت فروش (۴P) را پوشش دهد. پس اولین قدم این است که مشخص کنیم یک شرکت از تبلیغات چه چیزی را انتظار دارد.

محل قرارگرفتن تبلیغات در جدول آمیزه بازاریابی (جدول ۱) جایگاه فیزیکی آن را نشان می دهد. تبلیغات زیر مجموعه ای از (فروش انبوه) است که خود زیر (ارایه محصول) قرار می گیرد. نکته مهم اینجاست که تبلیغات نمی تواند وظیفه این چهار بخش را به تنهایی انجام دهد اما در صورتی که هدفمند باشد، می تواند بر پیشرفت هر چهار عنصر اثرگذار باشد.

یک هدف تبلیغاتی، موردمشخصی از ارتباط با مخاطب تعیین شده، در یک دوره زمانی معین است.

اهداف را مکتوب کنید: از افراد متعددی در یک شرکت تبلیغاتی بخواهید که اهداف تبلیغات را برای مشتری خود بنویسند، همین را نیز از مدیران محصول و فروش مشتری (آگهی دهنده) بخواهید. تعجب نکنید - عموماً همه به کوششهای بازاریابی اشاره کرده اند، نه نقش منحصر به فرد تبلیغات در بازاریابی - برای بسیاری از مدیران نوشتن اهداف تبلیغات کار دشواری به نظر می رسد و اگر شما این مجموعه را گردآوری کنید به نظرات گوناگونی برمی خورید. مدیر فروش به احتمال زیاد می خواهد تبلیغات وسیله ای برای فروش بیشتر کالاها در ماه آینده باشد، در حالی که مدیر بازاریابی می خواهد تبلیغات بر روی خلق امتیاز برای نام تجاری تاکید کند. مدیر عامل شرکت ممکن است تبلیغات را نیرویی بدانند که نام سازمان و شهرت آن را بر سر زبانها بیندازد این عقاید به همین ترتیب از سوی افراد مختلف، به صورتهای گوناگون ارائه می شود.

مزایای نوشتن اهداف تبلیغات

- افراد وقتی که ایده روشنی از اینکه چه می کنند دارند، کار خود را بهتر انجام می دهند.
- تبلیغات نامرئی ترین نیروی فروش است و ترسیم اهداف به قابل لمس بودن آن کمک می کند.
- تبلیغات بسیار تخصصی شده و برای همین است که هدف مشخص در انتخاب مسیر کمک فراوانی می کند.
- وقتی اهداف موردتوافق همه قرار می گیرد از به هدررفتن سرمایه و نیرو می کاهد.
- داشتن یک هدف روشن به تیم ایده پردازی و خلاقیت کمک می کند.
- ترسیم اهداف می تواند نتیجه گیری و میزان تاثیر را ممکن سازد.
- پس قبل از اقدام به هر کاری در زمینه تبلیغات، اول هدف را روشن کنیم.
- بررسی موردی (تبلیغات صنعت کاشی در کشور) بعد از اینکه اهمیت تعیین هدف در تبلیغات را دریافتیم جای آن است که، درباره نحوه تعیین هدفهای تبلیغاتی در یک صنعت بزرگ کشور یعنی تولید کاشی سرامیکی، بررسی کوتاهی داشته باشیم.
- صنعت تولید کاشی در کشور ما به دلیل مواد اولیه بسیار مرغوب و امکان تولید انبوه، در سالهای گذشته از صنایع شکوفا و بسیار موفق در عرصه بازار داخلی و حتی صادراتی، بوده است. در ایران استانهای تهران، اصفهان، قزوین، یزد، فارس، آذربایجان و گیلان از قطبهای مهم تولیدی کشور هستند که بیش از ۲۰۰ کارخانه تولید کاشی و سرامیک در این مناطق درحال فعالیت هستند.

حضور و فرد به فرد یک کالا از یک فرستنده به یک خریدار است .
۵. بازاریابی مستقیم: استفاده از ارتباط مستقیم در جهت رسیدن به مصرف کننده و مخاطب، عمدتاً از طریق بهره گیری از شیوه های نوین ارتباطی.

برای موفقیت در هر یک از عوامل ترویج لازم است سایر عوامل را نیز به کار بگیریم. ابزارهای گوناگونی در ترویج موثر هستند که بکارگیری آنها در جای مناسب می تواند ما را به نتیجه مطلوب برساند. در کشور ما، در اذهان عموم مردم، بسیاری از ابزارهای پیشبرد فروش و روابط عمومی، فروشنده شخصی و بازاریابی مستقیم، به عنوان تبلیغات جای گرفته است. باید توجه داشت که جایگاه تبلیغ به عنوان یکی از عناصر مهم ترویج یا به قولی به عنوان مهاجم تیم فوتبال بسیار ملموس تر از سایر عوامل است.

تمایز بین اهداف تبلیغات و بازاریابی

زمانی که افزایش میزان فروش، هدف نهایی تبلیغات، بازاریابی کالاها و خدمات مصرفی شده، تمایز میان اهداف تبلیغات و بازاریابی در پرده ابهام قرار گرفته است. تبلیغات (که بخشی از بازاریابی است) بیشتر بر جنبه تاثیر روانی، یعنی «ترجیح دادن برند» تکیه دارد. علاوه بر آن، بازاریابی تمام بخشهای دیگر فعالیت فروش، (از جمله تبلیغات) را پوشش می دهد. هریک از این

دو فعالیت بخشی از روند حرکت کالا (یا خدمات) از مکان تولید تا محل مصرف به شمار می آید.

در سال ۱۹۳۱ مدیر عامل کوکاکولا (WOODRUFF) صحنه را برای رشد عظیم کوکا و هدف

را قراردادن «کوکاکولا» هرکس که خواهان آن کرد. این نمونه یکی از کلاسیک برای ترکیب رفتاری بازاریابی روانی تبلیغات است. که «هدف تبلیغاتی چیست؟» هزاران وسیله کسانی که می آفرینند یا آن را تایید می کنند پرسیده شده و بازهم پرسیده خواهد شد. بسیاری از شرکتها جواب حاضر و آماده ای برای آن دارند.

در صورتی که با یک نگاه دقیق تر می توان دریافت که پاسخهای آنان بیش از آنکه به اهداف مشخص تبلیغاتی مربوط باشد، به اهداف بازاریابی

آماده کرد بازاریابی خود در دسترس است» اعلام مثالهای عناصر با تاثیرات این سوال شما بار به تبلیغات را



روش مفیدی که سریعاً پولدارتان می کند...!

کامران حسین پور



اقتصاد خانواده پولدار شدن

اگر از علم اقتصاد و مدیریت خانواده بی بهره اید و نمی توانید چرخ های زندگی خودتان را بدرستی بگردانید، دیگران چه تقصیری دارند؟ سفره ای به این بزرگی جلوی همه گشوده است و همه موجودات عالم در آن سهمی دارند.

اگر شما سهم خود را برنارید، دیگران بر می دارند و شما در مضیقه خواهید ماند.

بنابراین اگر می خواهید رفاه بیشتری داشته باشید و نابرابری درآمد ها با هزینه ها نگرانانان نکند، مقدماتی از علم اقتصاد خانواده را در این مطلب ذکر کرده ایم که با دانستنشان، کافی است آستین همت بالا بزنید و کار بیشتری انجام دهید.

به این ترتیب هم مشکل امروزتان حل خواهد شد و هم پس اندازی برای روز مبادا و آینده کنار خواهید گذاشت.

به نقل از مای جم، بشر در طول تاریخ در مواجهه با مشکلات و مصائب و کمبودها با تفکر راه حل های جدید و کارساز خلق کرده است کیفیت زندگی امروز ما پاسخی به مشکلات دیروز ماست. لذا مطمئن باشید درهای ابداع و ابتکار به روی هیچ کس بسته نیست و هر کس به اندازه کافی هوش و استعداد دارد که بتواند از میان هزاران راه موجود برای زندگی بهتر یکی را برگزیند. در این زمینه، ما معمولاً با پرسش های زیر مواجه هستیم:

چرا به اندازه کافی درآمد نداریم؟

- چرا درآمد کفاف هزینه هایم را نمی دهد؟
- از چه راه هایی می توانم اقتصاد زندگی خودم را به حد تعادل برسانم؟
- چرا در برابر کاری که انجام می دهم پول کافی برای زندگی دریافت نمی کنم؟
- چرا درآمد ماهانه مان از سطح مشخصی

بالا تر نمی رود؟

● چرا کارفرما قبول نمی کند که دستمزد بیشتری به کارکنان بپردازد؟
اقتصاد خانواده چیست؟ از چه صحبت می کند؟

اقتصاد خانواده علمی است که بخشی از آن را در مدارس و دانشگاه ها می آموزیم و بخشی را هم در تعامل مادی با جامعه کسب می کنیم. البته ابتکارات شخصی یا نحوه زندگی اقشار مختلف مردم را در مدیریت بهینه خانواده نباید نادیده گرفت. نحوه زندگی مردم بخشهایی از میهنمان حکایت از مدیریت بهینه اقتصاد خانواده است. مردم خطه آذربایجان، استان اصفهان از مصادیق بارز این گروه هستند.

عموماً مردمان این اقلیم ها می توانند دخل و خرجشان را متناسب ترکند.

کارشناسان بانک مرکزی معتقدند که در این استان ها درآمد خانوارها معمولاً از هزینه هایشان بالا تر است، اما واقعیت را باید در جای دیگری جست و آن هم این است که این خانوارها همه درآمد خودشان را در طول ماه و یا سال خرج نمی کنند و بخشی از آن را کنار می گذارند، به عبارتی آن ها با پس انداز کردن الفت بیشتری دارند.

در مقابل، نظر بر این است که در برخی استان های شمالی کشور، مردمان بیشتری به دست و دل بازی (شاید بتوان گفت ولخرجی) شهره اند. آن ها نه تنها درآمد ماهانه خودشان را تمام و کمال خرج می کنند، حتی با قرض بخشی از درآمدهای آینده خودشان را به مدد معاش امروزشان پیشخور می کنند.

اقتصاد خانواده چیست؟

با این مقدمات، اقتصاد خانواده به رفتارهایی اطلاق می شود که هرکس در زندگی مادی خویش در پیش می گیرد و طبعاً از همه خصوصیات شخصی و محیطی او متأثر می شود. اقتصاد خانواده متعلق به خانواده های ثروتمند نیست، مهم ترین نقش آن اتفاقاً در خانواده هایی ظاهر می شود که به قول معروف دخلشان با خرجشان نمی خواند. بنابراین همه اعضای خانواده در مدیریت آن سهمی دارند و

می توانند نقشی بر عهده داشته باشند.

اقتصاد خانواده، به زبان ساده تر اقتصاد زندگی است. در همه سال ها و دوره های زندگی جاری است و جای پای آن همه جا پیداست. برخلاف تصور عمومی اقتصاد خانواده صرفاً در هزینه کردن درآمدهای خانواده در طول دوره ماهانه و یا سالانه خلاصه نمی شود، بلکه زنجیره ای از رفتارهایی است که بر همه زندگی خانوارها و بچه های آن ها تأثیر می گذارد و حتی ممکن است دامنه آن به نسلهای بعدی هم کشیده شود.

اقتصاد خانواده متعلق به خانواده های ثروتمند نیست، مهم ترین نقش آن اتفاقاً در خانواده هایی ظاهر می شود که به قول معروف دخلشان با خرجشان نمی خواند. بنابراین همه اعضای خانواده در مدیریت آن سهمی دارند و می توانند نقشی بر عهده داشته باشند.

توجه داشته باشیم که در اکثر خانواده های ایرانی هنوز کسب درآمد در حیطه مسئولیت رئیس خانواده است. یعنی یک نفر کسب درآمد می کند تا چرخ اقتصاد خانواده بچرخد.

اگر چه در بسیاری از خانواده های جدید این الگو به هم ریخته و زن و شوهر در کنار هم به تامین درآمد می پردازند ولی در اصل قضیه اتفاقی نمی افتد چرا که در هر حالت مرد خانواده مسئول دخل و خرج خانواده است و همسرش اگر درآمدی داشته باشد نقطه اتکالی به حساب می آید که در صورت لزوم به مدد گرفته می شود. همچنین در خانواد هایی که بیش از یک نفر به کسب درآمد مشغول هستند، بخش مهمی از درآمد خانواده صرف هزینه هایی می شود که در غیبت هر دو عضو اصلی خانواده به بار می آید. برای جبران عدم حضور خانم ها در خانه؛ لابد کودک را باید به مهد کودک یا موسسه ای سپرد.

این ماموریت را می توان به مادر بزرگ ها و پدر بزرگ ها سپرد و هزینه ای هم نپرداخت. اما در بررسی اقتصادی باید کار پدر بزرگ ها و مادر بزرگ ها هم به عدد و رقم تبدیل شود تا بزرگی یا کوچکی مساله به دست آید.

یادمان نرود که هر راه حلی در این زمینه پیدا

با مشغله اضافی امورات خودشان را بگذرانند. می بینید که امروزه در بسیاری از خانواده ها یا بیش از یک نفر به کسب درآمد مشغول است و یا همان یک نفر کار دومی را هم انتخاب کرده و کسری بودجه خانواده را از راه دیگری جبران می کند. کمتر بازنشسته ای را می توانید پیدا بکنید که بیکار نشسته باشد، بنابراین در کنار مستمری خود منبع درآمد دیگری بوجود آورده است که اموراتش بگذرد و دچار تنگدستی نشود. بقیه خانواده ها لابد کار دوم را انجام داده اند، یعنی به جای افزودن بر درآمد ها، از هزینه های خودشان کاسته اند. حتی شاید به بهای از دست دادن بخشی از امکانات رفاهی خودشان. به زبان ساده تر آن ها از توقعاتشان کاسته اند و انتظاراتشان را به قدرت خریدی محدود کرده اند که با درآمد ثابتشان همخوانی دارد. کار دوم احتمالا آسان تر است و اوقات زندگی آدم را هم نمی گیرد.

کاهش هزینه ها

منظور از آنچه گفته شد، حذف کردن همان خرج هایی است که خانواده ها به آن «برج» می گویند. اگر فهرستی از هزینه هایتان تهیه کنید، به سادگی آن خرج های اضافی را پیدا خواهید کرد و کافی است که دیگر تصمیم بگیرید در تراز مالیاتان تکرار نشود. مدیریت اقتصاد خانواده به اطلاعات درست وابسته است؛ یعنی درست همان طور که برای تنظیم بودجه مملکتی همه اطلاعات درآمدی و هزینه ای از گوشه و کنار جمع آوری می شود فراموش نکنید که در ۳۶۵ روز سال چنین صرفه جویی هایی موجب جمع شدن منابع چشمگیری برای مصارف دیگر می شود.

ادامه دارد...

لابد در هزینه کردن آن هم باید معیاری در کار باشد. اگر همسایه بیشتر خرج می کند و دست و دلباز تر است لابد درآمدش هم بیشتر است. درآمد بیشتر داشتن که جرم نیست در این میان، چیزی که روشن است اینکه هر خانواده ای باید باید با درآمدی که هر ماه کسب می کند بسازد. یعنی کاری که همه مردم انجام می دهند. بنابراین کم و زیاد ندارد. خانواده ها معمولا محل دیگری برای کسب درآمد ندارند که مانند دولت یک متمم بودجه بیاورند و قال هزینه های اضافی را بکنند! پس هر خانواده باید برنامه های خود را در چارچوب درآمدی تنظیم بکند که کسب می کند. یعنی پایش را از گلیم خودش فرا تر نگذارد. اگر همسایه بیشتر خرج می کند و دست و دلباز تر است لابد درآمدش هم بیشتر است. درآمد بیشتر داشتن که جرم نیست. مگر شما علاقه ندارید درآمد بیشتری داشته باشید؟ راه حل مشکل ساده است، اگر درآمد شما با هزینه هایتان نمی خواند فقط دو راه ساده در برابرتان است تا مشکلاتتان حل شود. یا درآمادتان را بیشتر کنید یا هزینه هایتان را کمتر!

احتمالا خواهید گفت: نه درآمدم بیشتر شدنی است و نه می توانم به هزینه ها دست بزنم! درآمد خانواده معمولا رقم ثابتی است و به میل اعضای خانواده کم و زیاد نمی شود. هر خدمت و تخصصی قابل فروش در همه جا نیست و تبدیل کردن زمان و توانایی به پول چندان ساده نیست.

بنابراین جواب بالا را می توان از زبان هر کسی شنید. یعنی رسیدن به نقطه ناممکن! اما آن نکته ناممکن آن قدرها هم ناممکن نیست. چرا که اکثریت قریب به اتفاق خانواده ها ممکن بود آن را تجربه کرده اند. اکنون درصد خانواده هایی که بیش از یک عضو خانواده در کسب درآمد مشارکت می کند نسبت به ده بیست سال پیش، به مراتب بیشتر شده است. یعنی توانسته اند

کنیم در این نتیجه که از سهممان در تربیت کودکانمان کاسته ایم، تفاوتی ایجاد نخواهد کرد. بنابراین اگر همه اعضا خانواده قبول کنند که معاش در گروهی همکاری و همفکری همه آنهاست طبعاً صورتحساب خود را در سطحی قرار می دهند که بطور منطقی باید نصیب آن ها بشود. اکنون بسادگی می توان فهمید که معاش خانواده فقط به کسی که درآمد خانواده را تامین می کند وابسته نیست، بلکه هر یک از اعضای خانواده نقش و سهمی در آن دارند. هر یک از اعضای خانواده در نهایت صورت حسابی جلوی دیگران می گذارند که باید از منبعی پرداخت شود و پرداخت هر صورتحساب به منزله آن است که دیگران باید تقاضای کمتری مطرح کنند تا دخل خانواده به خرجش بخواند. بنابراین اگر همه اعضا خانواده قبول کنند که معاش در گروهی همکاری و همفکری همه آنهاست طبعاً صورتحساب خود را در سطحی قرار می دهند که بطور منطقی باید نصیب آن ها بشود.

افزودن بر درآمد خانواده برای بهبود معاش کافی نیست!

درآمد خانوارها هیچ وقت با هم برابر نیست. حتی برای کارهای مشابه و یکنواخت در جاهای مختلف ممکن است دستمزد متفاوتی بپردازند، به طور مثال حقوق یک کارمند برای کاری واحد از وزارتخانه ای به وزارتخانه دیگر فرق می کند. بخصوص در بنگاه های خصوصی تعیین دستمزد مانند دولت بر اساس نظام یکنواخت و از پیش طراحی شده ای انجام نمی گیرد و شاید تفاوت حقوق ها بسیار فرا تر از قدرت تصور ما هم برود. بنابراین در بحث درباره علم اقتصاد خانواده یا هنر مدیریت معاش، توجه اصلی به همان درآمدی است که خانواده کسب می کند و نه مقایسه درآمد ها با یکدیگر.

روشن است که اگر درآمد خانواده خیلی زیاد باشد، مشکل گرفتاری معاش پدید نخواهد آمد که لازم باشد برایش نسخه ای بنویسیم. هر کس هر قدر که دلش می خواهد خرج می کند و هیچ کس هم نگران کم آمدن منابع خانواده نیست. البته این حرف ها بدان معنا نیست که در خانواده های با درآمد بالا تر هیچ حساب و کتابی بر هزینه های خانواده اعمال نمی شود. بالاخره چون کسب درآمد حساب و کتابی دارد،



عملیات اجرایی ساختمان جدید اتاق اهواز به روایت تصویر



نمایی کلی از اسکلت فلزی ساختمان در حال احداث اتاق اهواز



آرماتور بندی دیوار حایل



بتن ریزی دیوار حایل



تراز ستون های پارت سوم با دستگاه توتال



عملیات جوشکاری تیرها و ستون های پارت سوم



عملیات نصب تیرهای پارت سوم



عملیات نصب ستون های پارت سوم