







گروه مهیا



محصولات

گرمایشی صنعتی و گلخانه ای  
هیترهای تابشی

دفتر مرکزی: تهران، خیابان فاطمی، خیابان چهارم (میرزایی بی غش)، کوچه سعید، پلاک ۹  
تلفن: ۰۲۱- ۸۸۸۹۸۹۸۸ - فاکس: ۰۲۱- ۸۸۹۹۵۸۷۴ - موبایل: ۰۲۱- ۸۳۴۶۶۴۹

**Head Office:** No.9 ,Saeed Alley, 4th St., Fatemi Ave, Tehran-IRAN  
Tel: +9821 88898988 Fax: +9821 88995874 +98921 8346649

[info@mahyagroup.com](mailto:info@mahyagroup.com)

[www.mahyagroup.com](http://www.mahyagroup.com)



@MAHYA.COMPLEX



با عرض سلام و ارادت خدمت خانواده بزرگ تعاون به خصوص گروه محترم صنعتی مهیا سل و با این امید که با الهام از بازگشتن جهان هستی در سال آینده همچنان استوار و با نگاهی رو به جلو و به امید پروردگار در جهت اعتلای کشور و سازمان خود گام بردارید فرارسیدن بهار طبیعت را تبریک عرض می نمایم. امیدوارم سال نو سالی باشد که اتحاد و همدلی کارکنان بانک توسعه تعاون که خود را همواره وام دار و خدمتگزار ملتی بزرگ می داند در کنار تلاش مضاعف آن مجموعه گران قدر منتج به گردش روان تر و باکیفیت بیشتر چرخ های اقتصادی کشورمان گردد.

ارادتمند شما جواد علیجانی اردشیر  
سرپرست مدیریت شعب بانک توسعه تعاون استان سمنان



## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

- صاحب امتیاز: شرکت تعاونی مه یاس سل
- مدیر مسئول: فروغ جمشیدی
- سردبیر: فروغ جمشیدی
- شورای سیاستگذاری: مهدی میرزاگل، داود پارساپور، دکتر مهدی ناصری، فاطمه کریمی، فروغ جمشیدی
- مشاور طراحی و صفحه آرا: سعید سعیدی پور
- مدیریت مالی: سهیل ساجدی
- مدیریت تدارکات: سعید لطفی
- چاپ: نگار نقش
- شمارگان: ۳۵۰۰ نسخه
- آدرس نشریه: تهران - خیابان دکتر فاطمی - روبروی وزارت کشور - خیابان چهارم - خیابان سعید - پلاک ۹
- سازمان امور آگهی ها و روابط عمومی: تحریریه مهیا تلفن ۸۸۲۹۰۲۵۴ داخلی ۱۱۱
- تلفن ۸۸۸۹۸۹۸۸، فاکس: ۸۸۹۹۵۸۷۴ صندوق پستی: ۱۵۸۵۵۵۶۶
- واتساپ: ۰۹۲۱۸۳۴۶۶۴۹ @mahya.complex
- آدرس پست الکترونیک: magazine@mahyagroup.com

کلیه مطالب نظرات شخصی مصاحبه شوندگان بوده و مستقل از هیئت تحریریه ماهنامه می باشد.



# MAHYA GROUP

Heating, Cooling, Electromotor

دفتر مرکزی: تهران، خیابان فاطمی، خیابان چهارم (میرزایی بی غش)، کوچه سعید، پلاک ۹  
تلفن: ۸۸۸۹۸۹۸۸ - ۰۲۱ فاکس: ۸۸۹۹۵۸۷۴ - ۰۲۱ موبایل: ۸۳۴۶۶۴۹ - ۰۹۲۱

**Head Office:** No.9, Saeed Alley, 4th St., Fatemi Ave, Tehran-IRAN  
Tel: +9821 88898988 Fax: +9821 88995874 +98921 8346649

info@mahyagroup.com

www.mahyagroup.com



@MAHYA.COMPLEX

## مشاور حقوقی

ماهانمه مهیا در راستای اهداف فرهنگی خود، به منظور ارتقای دانش حقوقی مخاطبان و حل موضوعات و مشکلات اشخاص حقیقی و حقوقی، در هر شماره بخشی را در اختیار وکیل پایه یک دادگستری، جناب آقای دکتر مهدی ناصری قرار داد. خوانندگان میتوانند پرسش‌ها و مسائل حقوقی خود را به ایمیل نشریه ارسال کرده و راهنمایی لازم را دریافت نمایند.

**تحریریه مهیا**

## مفهوم خسارات قراردادی

مهدی ناصری - وکیل پایه یک دادگستری

موضوع این رابطه جبران خسارت است. اما تخلف از انجام تعهد قراردادی به دو گونه قابل تصور است: نوع اول این که پس از وقوع تخلف متعهد، انجام تعهد غیرممکن می‌شود و مبلغی که به عنوان جریمه تعیین شده، از طرفی که از انجام آن امتناع کرده، اخذ و به طرف دیگر معامله پرداخت می‌شود و دریافت آن بدل از انجام تعهد تلقی می‌شود. نوع دوم این است که با وجود تخلف مزبور، انجام تعهد باز هم ممکن باشد ولی انجام تعهد فقط به تأخیر افتاده باشد، یعنی پس از سپری شدن زمان مقرر برای اجرای تعهد، هنوز امکان انجام آن از بین نرفته و تحقق آن در



از نگاه عمومی و در زبان مردم به خسارت، تاوان گفته می‌شود. اما از لحاظ حقوقی هر جا که نقضی در اموال ایجاد شود یا منفعت مسلمی از دست برود یا به سلامت، حیثیت و عواطف شخصی لطمه‌ای وارد آید، می‌گویند ضرری به بار آمده است. در بحث حاضر، هنگامی که از خسارات حاصله از عدم اجرای تعهدات یا جبران آن گفته می‌شود، منظور از خسارت، ضرر و زیان است و زمانی که از تأدیه خسارات بحث می‌شود (موضوع مواد ۲۲۷ و ۲۲۹ قانون مدنی) به معنای چیزی است که برای جبران ضرر پرداخت می‌شود. همچنین در ماده ۲۲۶ قانون مدنی در مورد عدم

انجام تعهد از طرف یکی از دو طرف معامله، طرف دیگر می‌تواند ادعای خسارت کند. اقسام خسارت و راه جبران آن: در یک تقسیم‌بندی کلی خسارت به دو گونه خسارت ناشی از قرارداد و خسارت غیرقراردادی قابل تصور است که به مسئولیت قراردادی و نیز غیرقراردادی تعبیر می‌شود. در اوصاف نوع اول مستفاد از قانون مدنی باید بیان داشت چنانچه بین زیان‌دیده و عامل ورود ضرر، قراردادی معتبر منعقد شده باشد و خسارت ناشی از اجرا نکردن مفاد این قرارداد باشد، در این صورت قراردادی و در غیر اینصورت، غیرقراردادی است. در واقع، مفهوم مسئولیت قراردادی، تعهدی است که در نتیجه تخلف از مفاد قرارداد، برای اشخاص ایجاد می‌شود. استحکام معاملات با وجه التزام؛ هنگامی که قراردادی منعقد می‌شود که موضوع آن انجام کار یا ساختن چیزی است، همیشه این تردید وجود دارد که شاید متعهد پایبند به تعهد خود نباشد یا در انجام آن تأخیر داشته باشد، همچنین ممکن است پس از اجرای قرارداد مشخص شود در عملیات و کار انجام‌شده نواقصی موجود است، بنابراین در این میان چکی به عنوان ضمانت بین طرفین رد و بدل می‌شود تا پشتوانه‌ای برای تعهد فرد صادرکننده تلقی شود. امروزه در معاملات بزرگ مانند مسکن و خودرو نیز یکی از تضمینات موجود در این نوع قراردادها، گنجانیدن مبلغی به عنوان وجه التزام است. به این نحو که متعاملین به منظور جبران خسارتی که از عدم اجرای تعهد توسط هریک از طرفین ایجاد می‌شود، می‌توانند مبلغی را در قرارداد پیش‌بینی کنند که هرگاه تعهد اجرا نشد مبلغ پیش‌بینی‌شده به زیان‌دیده پرداخت شود. در واقع رابطه‌ای بین عامل ورود زیان و زیان‌دیده به وجود می‌آید که زیان‌دیده را طلبکار و عامل ورود زیان را بدهکار می‌کند و

خارج از زمان مقرر برای ذی‌نفع مفید باشد. بدیهی است در این صورت وی می‌تواند علاوه بر درخواست اجرای اصل تعهد قراردادی، خسارت ناشی از تأخیر را نیز مطالبه کند. در مورد زمان اجرای تعهد قراردادی باید توجه داشت که به سه گونه مشخص می‌شود: در صورتی که در عقد موعدی برای انجام تعهد معین نشده باشد، که اطلاق عقد عرفاً اقتضای فوریت آن را دارد؛ اجرای تعهد قراردادی با توافق طرف‌های قرارداد به هنگام عقد تعیین می‌شود همچنین اجرای تعهد قراردادی با تعیین بعدی یکی از طرف‌ها یا شخصی ثالث تعیین می‌شود. بر همین اساس ماده ۲۲۶ قانون مدنی مقرر می‌دارد «در مورد عدم ایفای تعهدات از طرف یکی از متعاملین طرف دیگر نمی‌تواند ادعای خسارت کند مگر اینکه برای ایفای تعهد مدت معینی مقرر شده و مدت مزبور منقضی شده باشد و اگر برای ایفای تعهد مدتی مقرر نبوده طرف وقتی می‌تواند ادعای خسارت کند که اختیار موقع انجام با او بوده و ثابت کند که انجام تعهد را مطالبه کرده است.» بهترین مثال برای زمان اجرای تعهدات قراردادی نحوه خرید خودرو در بازار امروزی است. بدین‌گونه که یک دسته از آنها که خودروهای تحویل فوری لقب دارد، به محض پرداخت وجه آن در محل بنگاه تحویل خریدار می‌شود. دسته دیگر به صورت پیش‌ثبت‌نام عرضه شده و تاریخ قطعی تحویل آن از طرف کارخانه سازنده، همزمان با پرداخت بیعانه تعیین می‌شود. دسته سوم شامل خودروهای نوعاً وارداتی است که هنگامی که خودرو بر روی عرشه کشتی است با اخذ بیعانه و اقساط معینی، پیش قراردادی تنظیم می‌شود. اما نظر به اینکه مراحل گذر از گمرک با متغیرهای خارج از اراده نمایندگی آن روبه‌روست، لذا تاریخ تحویل آن بر اساس نظر گمرک (به عنوان ثالث) اعلام می‌شود. بدیهی



نیاز از اثبات آن می‌کند، دادگاه را نیز ملزم به محکومیت پرداخت این جریمه مدنی، نه کم و نه بیش، می‌کند. برای رسیدن به همین فایده است که قانون، قاضی دادگاه را از تعدیل یعنی کاهش یا افزایش وجه التزام باز می‌دارد تا از شروط مقدماتی دعوی جبران خسارت جلوگیری شود. بنابراین با گذاشتن شرط وجه التزام یعنی خسارت در قرارداد، می‌توان روند دادرسی در محاکم را کوتاه‌تر و به تثبیت و استحکام قراردادها کمک کرد. البته در برخی موارد طریق میانبرتری نیز وجود دارد که می‌توان تدابیری اندیشید که بار طرح دعوی شامل هزینه دادرسی، حق‌الوکاله وکیل و حق‌الزحمه کارشناس و نیز تحمل مشقات دادرسی بر متعهد متخلف تحمیل شود. بدین صورت که چنانچه در



قرارداد مثلاً ساخت پروژه‌ای پیش‌پرداختی داده شده، همزمان تضمینی مانند ضمانت‌نامه بانکی، چک یا سفته اخذ می‌شود که اگر مسیر کار در جهت ترسیم‌شده پیش نرفت، ذی‌نفع بتواند آنها را به اجرا گذارده و نسبت به جبران خسارات حاصله اقدام کند. همچنین جهت حسن انجام کار معمولاً ۱۰ درصد از هر پرداختی کسر و نزد صاحبکار نگهداری می‌شود تا پس از تحویل کار، چنانچه ثابت شود که انجام کار مانند ساختن بنا یا کارخانه‌ای، حاوی نقایصی باشد از محل آن جبران شده و در غیر این صورت به پیمانکار مسترد شود. جبران خسارت با تعیین مبلغ روزانه در خصوص چگونگی جبران خسارت علاوه بر حالتی که فوقاً توصیف شد روش دیگر این است که خسارتی از قرار مبلغی روزانه برای هر روز تأخیر، از تاریخ نقض تعهد تعیین می‌شود. به‌طور مثال در یک قرارداد پیمانکاری بین طرفین مقرر می‌شود که چنانچه پیمانکار موضوع قرارداد را تا تاریخ معین به اتمام نرساند، از آن تاریخ به بعد باید روزانه فلان مقدار را به‌عنوان خسارت بپردازد. لذا با درج چنین شرطی در قراردادها که از نظر قانونی و اصول حقوقی مجاز و برای طرفین الزام‌آور است، در صورت تخلف، پیمانکار باید مبلغ مذکور را به‌عنوان خسارت بپردازد که به‌نوعی به استحکام و رعایت مفاد قراردادها بین طرفین معامله می‌انجامد. چگونگی اخذ جریمه دیرکرد:

در مواردی که موضوع تعهد دین و از نوع وجه رایج باشد و با مطالبه طلبکار و توان مدیون، وی از پرداخت امتناع می‌کند، دادگاه خسارت تأخیر را با رعایت نرخ تورم متناسب با تغییر شاخص سالانه بانک مرکزی از زمان سررسید تا هنگام پرداخت (یعنی زمان اجرای حکم)، محاسبه کرده و مورد حکم قرار می‌دهد، مگر اینکه به نحو دیگر مصالحه کنند. در این ارتباط، ماده ۵۲۲ قانون آیین دادرسی مدنی مقرر می‌دارد که هرگاه شخصی مبلغی وجه رایج در سر رسید معین را از بدهکار مطالبه کند که وی از پرداخت آن در موعد مقرر استنکاف کند، علاوه بر استرداد اصل بدهی باید معادل قیمت کاهش‌یافته یا همان نرخ تورم را نیز به طلبکار بپردازد. لذا رویه در دوائر اجرای احکام چنین است که برای محاسبه میزان دین به نرخ روز، رقم شاخص سالانه زمان پرداخت دین را که از طرف بانک مرکزی برای سال قبل اعلام شده، بر رقم شاخص سال سررسید دین تقسیم و حاصل آن را در مبلغ دین ضرب می‌کنند.

است در هر یک از موارد فوق چنانچه با توافق طرفین خسارت تأخیر تحویل پیش‌بینی شده باشد، حسب مورد به تعداد روزهای آن از مبلغ مانده ثمن، قابل کسر خواهد بود. در خصوص میزان خسارت تخلف از انجام تعهد، آنچه را که متعاملین به هنگام تنظیم قرارداد توافق کرده‌اند، معتبر و لازم‌الوفاست. در این ارتباط ماده ۲۳۰ قانون مدنی مقرر می‌دارد «اگر در ضمن معامله شرط شده باشد که در صورت تخلف، متخلف مبلغی را به‌عنوان خسارت تادیه کند حاکم (دادگاه) نمی‌تواند او را به بیشتر یا کمتر از آنچه که ملزم شده است محکوم کند.» نمونه عملی این است که در مواردی مانند قراردادهای مشارکت مدنی ساخت و سازهای معمول، صاحب ملک در قبال واگذاری سهم ملکی به سازنده، می‌تواند چک‌هایی را جهت تضمین و حسن انجام کار در هر یک از مراحل پروژه شامل تخریب، فونداسیون، سفت کاری، نازک کاری دریافت کند تا در صورت نقض تعهدات پیمانکار، آنها را به موقع اجرا بگذارد. بنابراین با تعیین خسارت در قرارداد، می‌توان میزان خسارت را معین کرد و امتیاز این نوع خسارت این است که مبلغ آن مقطوع است. یعنی اگر یکی از طرفین معامله تخلفی انجام دهد هنگام مراجعه به دادگاه قاضی نمی‌تواند متخلف را به بیشتر یا کمتر از آنچه در قرارداد پیش‌بینی شده محکوم کند، حتی اگر میزان وجه التزام از خسارتی که واقعا به شخص وارد شده است خیلی بیشتر از خسارت واقعی باشد. این توافق ضمن اینکه باعث زایل شدن نگرانی طرفین از مسئولیت‌های احتمالی و نامشخص در آینده می‌شود و از بروز اختلافات میان طرفین قرارداد جلوگیری می‌کند، موجب معاف کردن زیان دیده، از اثبات ورود خسارت و تعیین میزان آن است. زیرا برای اجرای شرط و گرفتن وجه التزام کافی است ثابت شود که تعهد اجرا نشده است؛ در حالی که مطابق قواعد عمومی مسئولیت مدنی، در صورت عدم پیش‌بینی چنین شرطی، مدعی خسارت باید ورود خسارت و رابطه میان عدم انجام تعهد و زیان موجود را نیز ثابت کند. فرض کنیم بابت تأخیر تحویل در زمان مورد توافق وجه مقطوعی برای جبران خسارت تعیین نشده باشد، بدیهی است که زیان‌دیده باید اولاً ثابت کند که از تأخیر انجام تعهد ضرری متوجه وی شده و ثانیاً میزان خسارت نیز بر اساس نظریه کارشناس تعیین می‌شود. در حالی که تعیین وجه التزام توافق‌شده حتی اگر مبلغ سنگینی باشد، ضمن اینکه خسارت‌دیده را بی

به نام خدا

سالها بعد...

که مشتی خاک از سرزمینم شدم  
باران که میزند بویی به مشام خواهد رسید  
کاش بوی عشق به وطنم بلند شود  
نه خیانت و نه ذلت

سال ۱۴۰۲ در حال پایان یافتن است، سالی پرکار و بسیار پر بار  
آنچه که در سالیان گذشته در ذهن داشتیم در حال تولد است و آغاز سال ۱۴۰۳ همزمان خواهد بود با تولد  
مهیا ۱۰۲۰، تجربه ای گران، اما نتیجه ای بسیار زیبا و اثری که امیدوارم سالیان سال بماند.  
سال ۱۴۰۲ را در حالی به پایان می بریم که پس از یک بحران بزرگ (کرونا) ورکودهای اقتصادی، آماده  
شکوفایی میشویم.  
پشاپیش سال نورا به همه فعالین اقتصادی خصوصا خانواده بزرگ تعاون تبریک عرض مینمایم.

داود پارساپور



به نام خدا

بهار فصل رویشهاست، موهبتی است که ما ایرانیان گرمی اش میداریم و شروعی تازه که زندگی مان را با آن آغاز می کنیم.

این بهار متقارن شده با شروع رویش و شکفتن کسب و کارمان در غالب گروه مهیا ، در جایگاهی جدید و مسیری نو.

این تقارن میمون و فصل نو شدن طبیعت را خدمت تمامی بزرگواران ، تبریک و شادباش عرض مینمایم. امیدوارم در این مسیر، مدد پروردگار، یاری دوستان و همراهی همراهان را مستدام در کنارمان داشته باشیم.

با آرزوی بهترینها  
مهدی میرزاگل





## بسی گردش کند گردون بسی لیل و نهار آرد

نوروز همیشه یادآور آن است که هیچ زمستانی ماندنی نیست. فرارسیدن سال نو، نویدبخش اندیشه های نو و تصمیم های نو برای آینده است.

مستحضرید شکل گیری تشریه مهیا، ریشه در اندیشه و ایده توسعه علمی و عملی کشور را داشته است، دستیابی به توسعه، به ویژه توسعه صنعتی به مولفه هایی نیازمند است که بی شک باور به گامهای برداشته شده در هر مسیر مهمترین آن است. تا زمانی که اذهان و افکار با باورهای عملی ریشه نگیرد، نباید منتظر تغییر باشیم. صدای پای نوروز را بهانه میکنیم تا به خود قول دهیم که اخلاقی تر و مسئولانه تر زندگی کنیم،

سال جدید را:

مسئولانه فکر کنیم

مسئولانه رفتار کنیم

مسئولانه اقدام کنیم

سالی که گذشت تلاش کردیم با تمام توان چراغ این خانه را روشن نگاه داریم، تا به باورهایمان نزدیکتر شویم. امید است به یاری خداوند در سایه توجهات حضرت ولیعصر (عج) بتوانیم سال ۱۴۰۳ را با انرژی و توان مضاعفی آغاز کرده و بازتاب مناسبی از آنچه که دوستاناران رشد و تعالی ایران عزیز طلب میکنند را به نمایش بگذاریم.

ایام به کام

فروغ جمشیدی



# مهیا ۱۰۲۰



سودای تولید در ابعاد ملی و در گام بعدی آن در سطح بین‌المللی همواره در شریانه‌های مهیا جریان داشته است. وقتی در اواخر دهه ۸۰ شمسی اولین شراره‌های ایجاد یک کسب و کار نوپا ایجاد گردید، آرزوی توسعه آن نیز متولد شد.

در مسیر توسعه این کسب و کار که با ماهیت تعاونی شکل گرفت در اولین گام، با ایجاد یک شرکت تولیدی کوچک در فضایی اجاره‌ای در منطقه چهاردانگه، مهیا برای تولید پدهای سلولزی متولد شد.

خیلی زود فضای کار اشتراکی در نظر گرفته شده مانع پیشرفت فیزیکی شد و در کمتر از یکسال محل کارگاه تغییر پیدا کرد.

در فضای جدید که با در نظر گرفتن المانهای مختلفی انتخاب شده بود، خیلی زود مهیا متبلور شد و توانست مجدداً فضای تولید خود را در همان منطقه توسعه دهد.





## صنایع حرارتی - برودتی تهویه و صنایع وابسته



به نام خدا

همان طور که فصل بهار، فصل رویش طبیعت و جان گرفتن دوباره آن است، نزول قرآن در ماه رمضان نیز حیاتی دوباره بر روح و جان انسانهاست.

لذا امیدوارم سال جدید در سایه قرآن سالی پر از خیر و برکت همراه با سلامتی برای همه مردم سرزمینمان ایران اسلامی باشد.

فرارسیدن عید نوروز در ماه مبارک رمضان را به کارکنان اتاق تعاون استان تهران و تمامی تعاونگران تبریک و تهنیت عرض می‌نمایم

محمد خانبلوکی

رییس اتاق تعاون تهران





## .... حَوْلَ خَالِنَا إِلَى أَحْسَنِ الْخَالِ

بهار از زیباترین مواهب الهی ست که انعکاس روح لطیف طبیعت را به بشر نوید میدهد و مزده دگرگونی ، نوآوری و طراوت را به ارمغان می آورد ، تا با امید دوباره تغییر ، به سوی بهترین ها در مسیر بالندگی و توسعه حرکت کنیم .

با تبریک فرارسیدن نوروز باستانی به هموطنان و الی الخصوص ، تعاونگران گرامی، امیدوارم که با همت عالی در سال جدید نیز برگ زرین دیگری بر کتاب پرافتخار صنعت و توسعه ایران عزیز بیفزایید. در سالی که به تاکید مقام معظم رهبری تلاش برای مهار تورم و رشد تولید ملی را در بستر اقتصاد مقاومتی داشتیم ، باید بیش از پیش رهنمود و چشم انداز رهبر عالی قدر جمهوری اسلامی را در این سال به تحقق نزدیکتر کنیم.

امید است که سال ۱۴۰۳ به فضل الهی ، سال تحول و تدبیر و تاثیر بخش تعاون باشد. به لطف و نظر حضرت حق و تلاش حداکثری جامعه هدف.

ان شاءالله

خاطره استادرضایی

هیئت مدیره اتاق تعاون تهران





## بنیاد ریاست بنیاد کار آفرینان گام دوم

و باید گفت/ که چه شرکت کنیم چه نکنیم انتخابات مجلس دوازدهم در یازدهمین روز آخرین ماه سال برگزار می‌شود و افرادی هم/ به مجلس راه پیدا خواهند کرد /و برای تمام جمعیت ایران قانون گذاری خواهند کرد.

بدون شک قوانین مجلس توسط کسانی نوشته میشود که با رای من و شما به مجلس میروند، بنابراین نیاز است که ما با دقت، با بصیرت و آگاهی نسبت به افراد شایسته اقدام کنیم

متأسفانه امثال بیشتر از سالهای گذشته شاهد برخی سیاه نمایی‌ها

و وعده وعید های دور از انتظار از نماینده ها هستیم ، خدا کند بدانند این اندک امید باقیمانده این مردم چقدر با ارزش است، انشاءالله با مشارکت حداکثری مشتی بردهان منافقین خواهیم زد به تعبیر حضرت آقا هر کس که باعث ناامیدی و ناامید کردن این مردم باشد از منافق بدتر است به طور قطع مجلس قوی با رأی پایین شکل نخواهد گرفت و آن کس که از این ناحیه آسیب خواهد دید، بدون شک همه مردم خواهند بود. باتوجه به تحلیل نظریه پردازان جهان ، انتخابات زمینه ساز توسعه اقتصادی و امنیت اجتماعی هر کشوری هست پس قطعاً حضور باشکوه و آگاهانه مردم در

انتخابات، اقتدار و عزت ملی را افزایش خواهد داد و در پایان بنیاد کارآفرینان گام دوم متکی به آرمان‌های بلند انقلاب اسلامی و حامی ولایت فقیه و در چارچوب حقوق و تکالیف اخلاقی و قانونی خود، ضمن تاکید بر راهبرد حضور همه جانبه اقشار و تمامی اعضای بنیاد کارآفرینان گام دوم و رعایت تعهدات و مصوبات آن در مورد انتخابات اخیر، اعلام می‌کند که متأسفانه شرایط مشارکت برای اعضا و کارآفرینان گام دومی را برای خود جهت ارائه لیست در این دوره از انتخابات فراهم نمی‌بیند.

ضمن احترام به همه افرادی که اجازه ورود در رقابت‌های انتخاباتی را یافته‌اند اعلام می‌کند که در هیچ یک از حوزه‌های انتخابیه دلسراسر کشور هیچ یک از اعضای کارآفرینان این بنیاد کاندیدا یا فهرست مورد تایید و حمایت بنیاد ندارد.

هرچند استراتژی و اهداف کوتاه مدت و بلند مدت این بنیاد تنها در راستای ایجاد امید واقع بینانه و ایجاد اشتغال است ولی همانطور که حضرت آقا فرمودند کار سیاسی عین کار دینی و عبادت است و وظیفه همگان است با توجه به ظرفیت های خوب بنیاد کمیسیون های متخصص ،متعهد و انقلابی و همچنین اعضا ،نخبگان و کارآفرینان انقلابی قطعاً تمام تلاش خود را خواهیم کرد هرچند قدم کوچکی برای شناخت مردم و ایجاد اطمینان و امید انگیزه در آینده نزدیک گام برداریم.



تداوم این نظام مقدس و مشروعیت و مقبولیت آن در بین مردم به حضور حداکثری آنان در انتخابات منوط است

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

خدا سرنوشت قومی را تغییر نمی‌دهد مگر زمانی که خودشان تصمیم بگیرند که سرنوشتشان را تغییر دهند

انتخابات و تعیین سرنوشت توسط مردم در تمامی سطوح حاکمیتی کشور، مهمترین رکن مردم سالاری دینی در نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران است که با تدبیر حکیمانه امام خمینی (ره) و استمرار مدیریت دایمانه مقام معظم رهبری امام خامنه ای (مدظله العالی) به عنوان نماد عزت و اقتدار ایران

اسلامی مایه یأس دشمنان و بدخواهان شده است. نگاهی گذرا به دستاوردهای جمهوری اسلامی ایران در طول بیش از چهار دهه تجربه نظام مردم سالاری دینی بر اساس اندیشه ولایت فقیه؛ و موفقیت‌های متعدد و غرورآفرین در عرصه‌های مختلف بعد از پیروزی انقلاب اسلامی با وجود موانع متعدد خارجی و داخلی، ضمن اینکه موجبات خرسندی ناشی از اقتدار و قدرت ملی را برای هر ایرانی بوجود آورده، تجربه تازه‌ای را در قرن اخیر به جهانیان عرضه کرده است.

تداوم این نظام مقدس و مشروعیت و مقبولیت آن در

بین مردم به حضور حداکثری آنان در انتخابات منوط است و امروزه بر ما است که مجاهدانه وارد معرکه انتخابات شویم و به رغم همه مشکلات خرد و کلان و اشتباهات خواسته و ناخواسته و یا ناشی از سستی برخی افراد مسؤول که سعی در ناامیدی مردم دارند جانانه و مجاهدانه و مومنانه کشور را دریابیم که این خانه تنها با دست ما ساخته و پرداخته خواهد شد.

یکی از راه‌های تشویق مردم به حضور در انتخابات جهاد تبیین است. رهبر انقلاب با تاکید بر جهاد تبیین در تشویق مردم برای حضور در صحنه انتخابات، صرف دعوت زبانی را کافی ندانسته و عمل، روی خوش، زبان پاسخگو و حضور در جمع‌های گوناگون مردم بخصوص جوانان را ضروری می‌داند. جوانانی که حتی اگر به دعوت ما لبیک نگویند حق دارند

امید واقع بینانه و جهاد تبیین دو اساس و دو عنصر اصلی برای دستیابی به حضور پر شور جوانان در عرصه انتخابات است

بنیاد کارآفرینان گام دوم در آستانه یک تحول بزرگ در حوزه فناوری و نوآوری در حوزه پیشرفت و توسعه اقتصاد در تمام محله های کشور است، بنیاد در عرصه رسانه و فضای مجازی و حتی فضای حقیقی با ایجاد اشتغال پایدار و قبل از آن نشان دادن بذر امید واقع بینانه به معنای واقعی کلمه را تعهد داده است، جوانان عزیزم، شرکت در انتخابات بالاترین حس وطن پرستی است و نشان دهنده اوج تعلق و تعهد به وطن است





## تحقق گام دوم انقلاب در دستان جوانان کار آفرین

بیکاری گسترده در میان جوانان است. معضلی که زمینه ساز ایجاد آسیب های اجتماعی و گسترش حس ناامیدی و بی اعتمادی این قشر میشود از سوی دیگر جوانان مستعد و علاقه مند بسیاری در کشور به خصوص در میان جوانان مناطق کمتر توسعه یافته هستند که دارای ایده هایی جهت راه اندازی کسب و کار هستند، اما به دلایلی همچون عدم دسترسی به منابع آموزشی، اطلاعات مشاوره های تخصصی و کمبود تسهیلات از پروراندن ایده خود و ایجاد کسب و کار باز میمانند، یا در صورت ایجاد کار با مشکلات فراوان، بعضاً با شکست و سرخوردگی مواجه میشوند. بنیاد کار آفرینان گام دوم به عنوان یک مرجع تخصصی در این حوزه بر آن شد برای حل چنین معضلاتی در جامعه جوانان، همچنین خانواده های قشر بازنشسته، طرح توان افزایی جوانان با رویکرد کسب و کار و کارآفرینی را طراحی و اجرا کند.

این طرح رویکردی علمی برای ترویج کسب و کار و کار آفرینی در میان دانشجویان، فارغ التحصیلان دانشگاهی بومی و نیز مهارت آموزان فنی و حرفه ای دارد و با فرض ضرورت کسب مهارتهای لازم توسط این افراد برای ورود به بازار کسب و کار و نیز با اتکا به تجارب چندین ساله، در شهرهای مختلف طراحی و اجرا شده است.

طرح توان افزایی، جوانان متقاضی شروع کسب و کار را ترغیب میکند تا با استفاده از مهارتهای لازم ایده های خود را در عمل تحقق بخشند و راهکارهای مناسب تبدیل محصولاتی جهت ارائه بیابند.

شایان ذکر است بنیاد با شناسایی و تفاهم با مراکز و شرکتهای به بیش از ۵۰ فرصت شغلی و اجرای آن در هزار شهر دست یافته است.

بنیاد به عنوان یک مرجع تخصصی کسب و کار سعی مینماید علاوه بر ارائه آموزشها و مشاوره های تخصصی کسب و کار شبکه ای برای کمک به ایجاد کسب و کارهای جوانان ایجاد کند، شبکه ای متشکل از دولت، بخش های سرمایه گذاری خصوصی دغدغه مند، کارآفرینان و کارجویان کشور.

با توجه به ظرفیت و خلاقیت بالای نیروی متخصص کشور، همواره کمبود زیرساختهای حمایتی و توسعه ای در این حوزه احساس میشود، لذا بر آن شدیم تا با تاسیس این بنیاد و ایجاد شعب در سراسر کشور کارجویان و ایده پردازان کشور را در این مسیر یاری نماییم. ایده تا اجرا با محوریت هر جوان ایرانی یک کارآفرین گام برداشته ایم، اقتصاد ایران نیاز به رشد درختهای جوان کار آفرین دارد، مسیر آینده بر این اساس است. مادر تلاشیم تا با ادبیات جدید، کار آفرینی را در کشور توسعه دهیم. اعتقاد داریم که چهره جدید اقتصاد ایران در این شرایط براساس این فرهنگ تغییر خواهد کرد و به این مسیر متعهدیم. حمایت استراتژیک برای باز شدن و تسهیل زمینه های کارآفرینی و پرورش ایده های نوپا از طراحی تا اجرا از اصلی ترین محورهای فعالیت بنیاد خواهد بود.

اولین نشست رسمی کمیسیون بنیاد بانوان کارآفرینان گام دوم با حضور جمعی از بانوان تاثیرگذار برگزار گردید  
خاطره استاد رضایی ریاست کمیسیون بانوان بنیاد کارآفرینان گام دوم



بنیاد کار آفرینان گام دوم،

موسسه کار آفرینان گام دوم خاتم (ص)

باتوجه به تحلیل نظریه پردازان سیاسی و اقتصادی، موتور محرکه توسعه همه جانبه هر کشوری را جوانان تشکیل میدهند، بدون شک یکی از اصلی ترین نیازهای جوانان در شرایط فعلی کشور مسئله اشتغال بوده و از زاویه دیگر نیاز اصلی جامعه با توجه به منویات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) تقویت تولید ملی و اشتغال همچنین ارائه خدمت به شهروندان است. توسعه هر کسب و کار با یک ایده نوپا از ابتدا تا مرحله رسیدن به ایجاد ارزش افزوده

اصل کارآفرینی را شکل میدهد، موضوع کارآفرینی و ایجاد اشتغال در کشور یکی از مهمترین برنامه های جدی در گام دوم انقلاب بوده و امروز در صدر اولویتهای ایران قوی قرار گرفته است به نحوی که سیاستهای کلی اشتغال ابلاغی از سوی حضرت آقا در نخستین بند آن به کارآفرینی تاکید بسیار شده است.

کشور ایران اسلامی، یکی از پر استعدادترین کشورها در حوزه کسب و کارهای نوپا بوده و در سالهای اخیر در این بخش رشد چشمگیری داشته است. هر چند یکی از مهمترین معضلات جامعه کنونی ایران وجود

نیاز اصلی جامعه با توجه به منویات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) تقویت تولید ملی و اشتغال همچنین ارائه خدمت به شهروندان است



از جمله اهداف بنیاد میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- مشاوره و ارائه راهکارهای توسعه کارآفرینی در سطح کشور
- ۲- ایجاد بستر مناسب جهت پرورش ایده های خلاق
- ۳- پل ارتباطی میان بخش دانشگاهی و بخش صنعتی کشور
- ۴- تلاش در جهت ارتقای سطح علمی دانش آموختگان کشور و انتقال دانش تجربی کارآفرینان به سایر حوزه ها
- ۵- انجام تحقیقات مرتبط در سطوح ملی و بین المللی، همکاری و تعامل با دستگاههای اجرایی علمی و پژوهشی و صنایع و کارآفرینان فعال در داخل کشور و تشکل های علمی پژوهشی خارج از کشور
- ۶- برگزاری گردهمایی های علمی در سطح ملی منطقه ای و بین المللی حوزه فعالیت بنیاد کار آفرین گام دوم، سراسر ایران است و قانون کارآفرینان گام دوم استانها، نمایندگی این تشکل را عهده دار است. شناسایی موانع و مشکلات حوزه کارآفرینی، نوآوری و فناوری در ایران و تلاش برای رفع آنها از مهمترین اهداف موسسه میباشد.

سرباز خط مقدم جبهه اقتصاد کشور  
ریاست بنیاد کارآفرینان گام دوم  
سعیدشبانیان

در جمع اصحاب رسانه و جوانان و بانوان تاثیرگذار گفت: به نمایندگی از حوزه بانوان و جوان سعی کردیم یکسری از بانوان تاثیرگذار و سر تیم ها از حوزه های مختلف اعم از حوزه های کشاورزی، حقوقی، صنایع دستی به خصوص صنعت فرش دستباف، مشاغل خانگی، حوزه های دانشگاهی، حوزه مادر و کودک و حوزه روانشناسی و جامعه شناسی را با هم جمع و با معرفی ظرفیت ها، اهداف و عملکرد بنیاد تبیین شود. وی ادامه داد: تصمیم گرفته شد پروژه های سال ۱۴۰۳ را با پیش درآمد امسال تا پایان ماه اسفند رقم بزنیم و از فروردین سال ۱۴۰۳ در حوزه زنان به طور تخصصی وارد شویم.

استاد رضایی تصریح کرد: با توجه به ظرفیت ها موجود، تمام تلاش مجموعه این است ظرفیت ها با محوریت بانوان و جوانان شناسایی و دوستان در بنیاد کارآفرینان گام دوم وارد مبحث توسعه محلات شوند. وی به نقش مادر و محوریت زن در جامعه اشاره کرد و افزود: امید واقع بینانه مسئله بسیار مهمی است در حقیقت ما مادران حذف امید و فردای فرزندان را نداریم و این در حالی است که پرورش و رشد من مادر برای سازندگی مدیران جامعه ام مهم و امری حیاتی است. دکتر استاد رضایی تاکید کرد: در این کمیسیون فضای روحیه احترام به ملیت گرایی بر پایه انسانیت مورد توجه است.





## دفاتر خدمات شهروندی سفیران محله

دفاتر خدمات شهروندی سفیران محله، گامی در جهت کارآفرینی و توسعه اقتصاد محله.

مدیرعامل کانون دفاتر توسعه اقتصاد محلات از آغاز پروژه کارآفرینی "سفیران محله" خبر داد.

به گزارش اقتصادگران، سعید شبانین بایان اینکه برای توسعه پایدار و همه جانبه کشور محله بنیادی ترین عنصر و حلقه رابط و واسط میان شهر و شهروندان است افزود: پروژه سفیران محله به معنای واقعی کلمه در راستای توسعه همه جانبه اقتصاد محلات گام برداشته است سعید شبانین با اشاره به اینکه کارگروه اطلاع رسانی امکانات و فرصت های شغلی اقتصادی، فرهنگی، هنری و خدماتی رآدرمحلات ایجاد کرده است.

وی با بیان این موضوع که یکی از اهداف این طرح شناسایی تمامی کسب و کارها، فروشگاهها و ارائه دهندگان خدمات به شهروندان با دقت صورت گرفته است تا علاقه مندان به راحتی با عضویت در این شبکه گسترده و دریافت و صدور سفیر کارت به خانواده عظیم سفیران محله بپیوندند تا هر خدمتی که مورد نیازشان هست را در محله خودشان توسط دفاتر سفیران محله دریافت نمایند.



## جلسه شورای راهبردی کمیسیون های تخصصی اتاق تعاون استان تهران



جلسه شورای راهبردی کمیسیون های تخصصی اتاق تعاون استان تهران با حضور ریاست و دبیر محترم اتاق تعاون استان تهران و معاونین اجرائی در ۲۳ بهمن ماه ۱۴۰۲ برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق تعاون استان تهران، این نشست، معرفی کمیسیون های جدید (انرژی، تولید و صادرات) و برنامه پیشنهادی ۱۴۰۳ بررسی شد.

گفتنی است، با توجه به برگزاری اولین نشست مشترک کمیسیون تولید، صادرات اتاق تعاون استان تهران و کمیسیون صادرات اتاق تعاون ایران با حضور تعاونگران و فعالان حوزه صادرات و مدیران محترم استانی این نشست با هدف هم اندیشی و فعالسازی سرفصل گفتمان مشترک تولید و صادرات و بازرگانی بخش تعاون در استان تهران برگزار شد.

رئیس اتاق تعاون استان تهران:

## دست بخش خصوصی را در حوزه تولید باز بگذارید



اولین نشست آموزشی توسعه تعاونی های موفق با اولویت تعاونی های صادراتی، اتاق تعاون استان تهران با مشارکت کمیسیون صادرات اتاق تعاون ایران در ۲۴ بهمن ماه برگزار شد.

در ابتدای این نشست، خاطره استادرضایی، معاونت امور تعاون و اتحادیه اتاق تعاون استان تهران نیز، گفت: در سال ۱۴۰۳ با توجه به اهمیت توسعه کسب و کار و رفع موانع معیشتی در سطح ملی، که در گرو تقویت و توسعه صادرات و بازرگانی، واردات، سرمایه‌گذاری و سرمایه‌پذیری میباشد. ایجاد بازارهای متنوع که دارای توجیه اقتصادی برای فعالان اقتصادی بخش تعاونی خواهد داشت، مباحثی که نیاز به طرح مسئله، تبیین و معرفی به دستگاه‌های مختلف و هماهنگ سازی سیستم‌های نظارتی و حمایتی دولت، بخش خصوصی و تعاونی الزامی میباشد. در همین راستا شناسایی تعاونی های فعال تولیدی و صادرات محور و تعاونی هایی که آمادگی ورود به حوزه فعالیت اقتصادی دارند در دستور کار معاونت امور تعاون قرار گرفته است، و از طریق کمیسیون های تخصصی اقدامات لازم انجام خواهد گرفت، پس از آن معاونت امور اقتصادی و کمیسیون تولید و صادرات اتاق تعاون استان تهران مراحل عملیاتی را پیگیری و نظارت خواهد نمود تلاش برای ایجاد هماهنگی حداکثری بین اتاق

و ادارات دولتی برای تسهیل گری ویژه برای جامعه هدف در سال ۱۴۰۳ صدر اقدامات اتاق خواهد بود. فضل‌اله نصیری، رئیس کمیسیون توسعه تجارت و صادرات اتاق تعاون ایران با اشاره به اینکه این جلسه مشترک گامی اولیه و مثبت جهت رفع موانع و مشکلات تعاونی‌های صادرات محور خواهد بود، گفت: در کمیسیون صادرات اتاق ایران، کارگروه تخصصی جهت پیگیری رفع این موانع در نظر گرفته شده است و امیدواریم به نتیجه خوبی برسند.

وی افزود: با توجه به رایزنی خوبی که با گمرک کشور در خصوص افراد ک شرکت‌هایی که دارای کارت بازرگانی هستند، قرار شد چیزی در حدود ۸۲۰ شرکت تعاونی، آمار صادرات سال ۱۴۰۱ و همچنین ۶ ماه دوم سال ۱۴۰۲ را اعلام کنند.

وی تحریم‌ها را از مشکلات اساسی صادرات عنوان کرد و یادآور شد: اگر چه تحریم‌ها فشار زیادی بر صادرات کشور وارد کرده است اما نمی‌توان منکر مشکلات داخلی حوزه صادرات کشور مانند رفع تعهدات ارزی، شد.

در ادامه محمد خان‌بلوکی، رئیس اتاق تعاون استان تهران با بیان این نکته که پرداختن به مسئله صادرات و واردات از اهمیت بالایی برای ما برخوردار است، گفت: با توجه به مسئله تحریم، باید راه‌های رسیدن

جلسه مشترک گامی اولیه و مثبت جهت رفع موانع و مشکلات تعاونی‌های صادرات محور خواهد بود



خواهد شد.

وی گفت: حضور در عرصه‌های بین‌المللی قطعاً باعث ارتقاء این بخش خواهد شد و صادرات موجب رفع این موانع خواهد شد و همین این بخش برای همه ما اهمیت فراوانی خواهد داشت.

وی در ادامه افزود: از ۲۰۰ تعاونی بازدید به عمل آمده است که تا به الان، ۱۰۶ تعاونی با ظرفیت شناسایی بالای صادراتی شناسایی شده‌اند و هدف ما این است، این رقم به بالای ۲۰۰ تعاونی تا پایان سال ۱۴۰۲ برسد.

وی گفت: بر همین اساس در جلسه ای مشترک، مشکلات سال ۱۴۰۲ و برنامه های سال ۱۴۰۳ حوزه صادرات اتاق تعاون را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

در ادامه نیز علیرضا بنایی فر، معاون بین‌الملل اتاق تعاون ایران با اشاره به اینکه هدف بر این است تا این نشست‌ها به صورت تعاملی محور صورت بگیرد، گفت: اگر موانع صادرات غیرنفتی ما حل نشود، ظرف صادرات ما به همین اندازه باقی خواهد ماند و بزرگتر نخواهد شد و با نگاهی سطحی به کشورهایی که منابع جهانی را در اختیار دارند، به این نتیجه می‌رسیم که کالاهای غیرنفتی خود را با چه محورهایی به آن‌ها صادر کرده‌ایم.

وی افزود: بر این اساس، صادرات ما به چین در سه سال گذشته ۷ میلیارد دلار بوده که به یازده میلیارد دلار رسیده و هم‌اکنون نیز به ۹ میلیارد دلار، کاهش پیدا کرده است و صادرات ما به کشورهای دیگر نیز با ۱،۲۰۶ میلیارد دلار به کشور امارات و ۱۰ میلیارد دلار به کشور عراق بوده است.

وی در خصوص تفاوت آمارهای صادراتی نیز گفت: عمده این تفاوت‌ها در اختلاف منابع ما بوده است و بخش عمده‌ای از صادرات کشور ما به همسایگان ما اختصاص یافته است و این نکته

بیانگر این است که باید تمرکزمان را بر روی صادرات به کشورهای همسایه بیشتر کنیم.

بنایی فر با اشاره به اینکه آهن و فولاد بیشترین کالاهای صادراتی ما به کشورهای همسایه بوده است، اظهار داشت: این دو کالا سهم ۶،۵ میلیارد دلاری بازار را تصاحب کرده‌اند که ۲۹ درصد کل صادرات غیرنفتی ما را شامل می‌شوند و در بخش تعاونی‌ها نیز آمار مشخصی در خصوص میزان صادرات این بخش وجود ندارد.

در ادامه نیز جناب آقای ایری معاون صنایع کوچک شهرک های صنعتی استان تهران گفت: در شهرک‌های صنعتی حدود ۶۰ واحد تولیدی بهره‌بردار وجود دارد که زیر نظر تعاونی فعالیت خود را انجام می‌دهند و ما نیز وظیفه خود می‌دانیم هرآنچه که در تربیت و توانمند کردن تعاونی‌ها لازم باشد انجام دهیم و در کنار کلیه ذی‌نفعانی که در حوزه تعاون‌گران هستند، خواهیم بود.

وی در خصوص الزامات توسعه صادرات نیز، افزود: در سال ۱۴۰۲ بیش از ۲۰ همایش تبیین الزامات و اولیتهای صادراتی را جهت کشورهای هدف صادرات برگزار کردیم و هم‌اکنون نیز هرگونه مطالعات پژوهشی و برگزاری تورهای صنعتی برای تعاون‌گران در خارج و داخل استان نیز در کنار شما خواهیم بود.

به مقوله صادرات را پیدا کرده و موانع آن را شناسایی کنیم. وی با تأکید بر عدم همکاری بانک مرکزی در خصوص ارائه کد ساتا به صادرکنندگان، افزود: ارائه ارز به‌دست آمده از فروش کالای صادراتی به نرخ مصوب دولت از دیگر مشکلات ما در حوزه صادرات است که باید توجه ویژه‌ای به آن شود.

وی با اشاره به سود بسیار خوبی که در حوزه صادرات و واردات کالاها به واردکنندگان خواهد رسید، اظهار داشت: باید تسهیلاتی را در این خصوص در نظر گرفت و بانک مرکزی نیز تمهیداتی را بیاندیشد تا از فشاری که بر روی این قشر است، کاسته شود.

خان‌بلوکی با تأکید بر اهمیت رفع مشکلات بخش صادرات توسط رهبری و مسئولین مربوطه، گفت: برای تولید بهتر و بهینه باید دست بخش خصوصی و صادرکننده باز باشد تا تولید را افزایش دهد و نظارت در این خصوص می‌تواند باعث پیشرفت اقتصاد کشور شود اما دخالت در برخی امور صادراتی و وارداتی، متأسفانه مشکلاتی را برای تولید کننده به‌وجود آورده است، که میل و رغبت را کاهش میدهد.

دکتر حمید قاسمی، نائب رئیس و معاون پشتیبانی اقتصادی و بین‌الملل اتاق تعاون استان تهران با اشاره به اینکه بحث صادرات از موضوعات مورد تأکید که رهبر انقلاب، تمامی مسئولین کشور و فعالان بخش اقتصادی جهت توسعه اشتغال و رشد اقتصادی و اشتغال پایدار در جامعه است و کشور نیز در شرایط خاصی قرار دارد

وی در ادامه، یادآور شد: در برنامه های خود شناسایی تعاونی های صادرات محور با کیفیت قابل رقابت و آموزش مدیریت بازاریابی بین المللی را با معاونت امور بین الملل اتاق تعاون ایران از سال ۱۴۰۳ در پیش رو دارد که از مدیران تعاونی ها

درخواست اهتمام و همکاری را داریم. در بخش تعاون هم کالاهای تولیدی با کیفیت برای صادرات را داریم که بعضاً تعاونی های دارای کارت بازرگانی خودشان صادر میکنند و برخی محصولات تعاونی ها توسط صادرکنندگان بخش خصوصی بازاریابی و صادر میشود.

معاون اقتصادی و بین‌الملل اتاق تعاون استان تهران، گفت: از شورای تعاون استان تهران و استاندار محترم تقاضای تشکیل جلسه این شورا با دستور خاص تقویت و تصویب برنامه های صادراتی بخش تعاون پایتخت را نموده است و از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سایر دستگاه های اجرایی استان جهت پیشبرد این هدف به نمایندگی اتاق تعاون و بخش اقتصاد تعاونی تقاضای کمک و تعامل داشته و اعلام کرد ما با امضای تفاهم نامه همکاری مشترک بین سه اتاق های تعاون، اصناف و بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با قدرت بیشتر از گذشته بر خواهیم داشت.

در ادامه نیز محمد حسین رستمی مدیر تعاون، اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان تهران، گفت: ۲۵ درصد اقتصاد کشور به بخش تعاون سپرده شده است و برای اینکه بتوانیم به این ۲۵ درصد برسیم، باید جلسات این چینی افزایش یابد و در جهت ارتقاء حوزه تعاون تلاش کنیم و قطعاً ارتقاء ای حوزه منجر به رشد بهتر این حوزه

اگر موانع صادرات غیرنفتی ما حل نشود، ظرف صادرات ما به همین اندازه باقی خواهد ماند و بزرگتر نخواهد شد

## برگزاری جلسه هیئت مدیره ICA در کشور کلمبیا

ضمناً با توجه به اینکه داگلاس، مدیر کل جدید ICA در این جلسه حضور داشت، برنامه های خود را جهت استفاده هرچه بیشتر و بهتر از ظرفیت کشورهای مختلف عضو ICA و برنامه ریزی جهت روز جهانی تعاون در ۲۰۲۴ را ارائه داد.

علاوه بر این، اعضای مختلف در مورد وضعیت همکاری با اتحادیه اروپا و نیز برگزاری رویدادهای

مختلف در سال ۲۰۲۵، که توسط سازمان ملل به عنوان سال جهانی تعاون نامگذاری شده است، پیشنهاداتی ارائه دادند.



جلسه هیئت مدیره جهانی ICA با حضور رئیس اتاق تعاون ایران و سایر اعضای هیئت مدیره به صورت حضوری و آنلاین در کشور کلمبیا برگزار شد.

جلسه هیئت مدیره جهانی ICA با حضور رئیس اتاق تعاون ایران و سایر اعضای هیئت مدیره به صورت حضوری و آنلاین در کشور کلمبیا برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اتاق تعاون ایران، در این جلسه موضوعات مختلف مربوط به وضعیت مالی ICA در سال ۲۰۲۳ و نیز دفاتر منطقه ای ICA در آسیا و اقیانوسیه، اروپا، آفریقا و آمریکا مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

## بررسی حضور نمایندگان بخش تعاون ایران در مجمع اقتصادی سنت پترزبورگ ۲۰۲۴



حضور هیات‌های تخصصی تجاری و اقتصادی ایرانی در مجمع اقتصادی سنت پترزبورگ در نشست مشترک معاون امور بین الملل اتاق تعاون ایران و معاون بین الملل سازمان روس کانگرس طرح و بررسی شد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اتاق تعاون ایران، با توجه به برگزاری هفدهمین اجلاس کمیسیون مشترک جمهوری اسلامی ایران و فدراسیون روسیه، آلنا گروموا معاون امور بین الملل سازمان روس کانگرس امروز در نشست مشترک با علیرضا بنایی فر معاون امور بین الملل اتاق تعاون ایران، با ظرفیت‌ها و توانمندی‌های بخش تعاون آشنا شد. اتاق تعاون ایران در سال ۱۴۰۱ با سازمان روس کانگرس، تفاهم نامه ای را جهت

هماهنگی و همکاری در امر تجارت و توسعه روابط اقتصادی امضا کرده اند و در این جلسه حضور هیئت‌های تخصصی تجاری و اقتصادی ایرانی در مجمع اقتصادی سنت پترزبورگ که هر ساله در ماه ژوئیه برگزار می شود، از جانب معاون امور بین الملل سازمان کانگرس مطرح شد. هر سال در این رویداد مهم، چهره های بزرگ کشور روسیه نظیر ریاست جمهوری روسیه، وزرای اقتصادی و اتحادیه‌های بین المللی روسیه حضور پیدا می کنند.

وی، این مجمع اقتصادی را فرصت مناسبی برای برگزاری جلسات و

ملاقات با نمایندگان کشور های دو طرف عنوان و این رویداد اقتصادی را کمک بزرگی برای تجار ایرانی و روسی مطرح کرد. همچنین نماینده بین الملل روس کانگرس در این دیدار به پتل های گفتگو میان رئیس اتاق بازرگانی روسیه (مسکو) و رئیس اتاق تعاون ایران به منظور ارتقای تجارت بین دوره کشور اشاره کرد.

سازمان روس کانگرس در سالهای گذشته با کشورهایی نظیر چین و هندوستان ارتباطات تجاری و اقتصادی داشته و در صدد برقراری ارتباط با کشور ایران و بخش تعاون ایران می باشد.





# مهارت نرم ارتباط موثر

دکتر مهدی رفتاری

هوشمندی، توان سازگار شدن با تغییرات و لازمه بقاست. تغییر سال زمینه‌ای برای تغییر حال است. برایتان در سال نو، حال نو آرزومندم.

مهارت های ارتباطی یکی از ضروریترین مهارت ها برای هدایت کارکنان سازمان است که شاید مهمترین مهارت برای تمام مدیران در سازمانها و تلاشهای گروهی به شمار آید. بدون برخورداری از این مهارت نمیتوان به اهداف متعالی گروهها در سازمان دست یافت. علاوه بر سازمان این مهارت ها در زندگی فردی و خانوادگی و اجتماعی هم بسیار کلیدی هستند.

مهارت های ارتباطی شامل مهارت های بین فردی و ارتباط با افراد است. افراد مهمترین منبع سازمان و عامل اصلی قدرت در هر سازمان هستند. این منبع در سازمان «نیروی انسانی» نامیده میشود. شیوه و روش رفتار و عملکرد این نیروهاست که به طور مستقیم بر کیفیت و خدمات اثر میگذارد. طرحها، خط مشی ها، برنامه ریزی ها، اجرای صحیح کارها و کنترل آن با این عامل انجام میگردد.

## مهارت ارتباط موثر

برای برقراری ارتباط چه روندی را باید طی کرد؟ روند یا چرخه برقراری ارتباط به گونه ایست که در هر موقعیت و برای هر کسی قابل اجراست. روند برقراری ارتباط عبارت است از: هدف، رمزگذاری پیام، انتقال پیام، دریافت پیام، رمزگشایی یا درک پیام دریافتی، ارائه بازخورد یا واکنش نشان دادن به فرستنده پیام. با طی کردن این مراحل می توانید به سادگی با دیگران ارتباط برقرار کنید.

همانطور که ارتباطات برای انسان امری حیاتی است برای انجام عملیات یک سازمان، یا به عبارت بهتر برای شکل گیری و بقای سازمان نیز حیاتی می باشد.

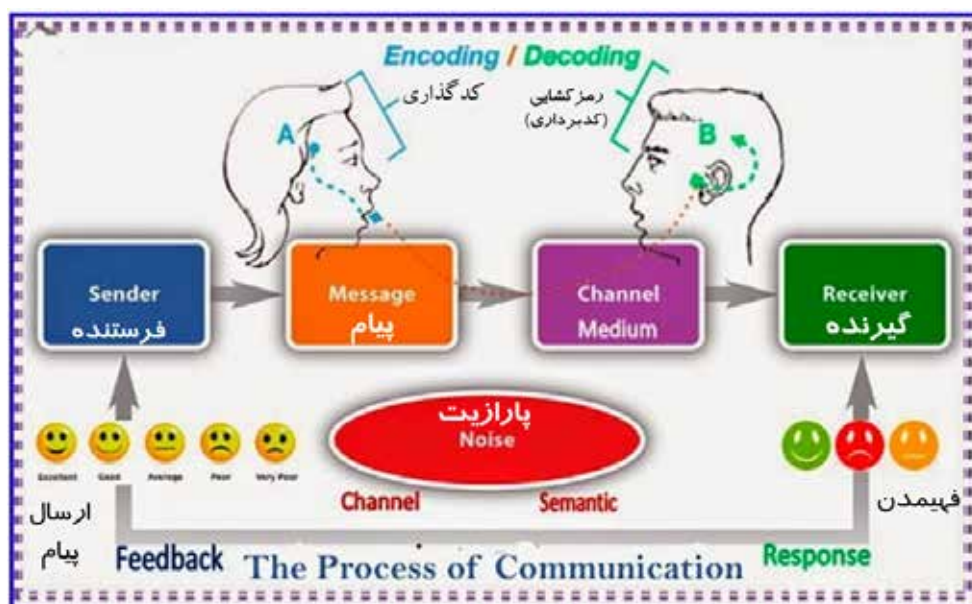
هربرت سایمون می گوید: بدون ارتباطات، سازمانی وجود نخواهد داشت و به همین علت می توان گفت امکان تاثیر گروه بر رفتار فرد نیز غیر ممکن خواهد بود.

ارتباطات تار و پود سازمان را به هم پیوند می زنند و موجب وحدت و یکپارچگی سازمان می شوند. وظیفه ایجاد ارتباطات صحیح در سازمان به عهده مدیریت است. مدیران از طریق ارتباطات هماهنگی

ایجاد نموده، کارکنان را هدایت می کنند، برنامه ریزی و کنترل را انجام می دهند. همانطور که ارتباطات مهمترین عامل پدیدار شدن سازمان ها هستند عامل تداوم بخش حیات آن نیز می باشند. ارتباط، فرایندی حیاتی و پویا در سازمان است. سازمانی که کارکنان آن با یکدیگر، ارباب رجوع و سایر سازمان ها ارتباطات موثر نداشته باشند نمی توانند توانمندی های لازم را برای اجرای وظایف خود کسب کنند و در هر حال انگیزه آنان نیز به تدریج کاهش پیدا می کند. زیرا ارتباط خود بستری مناسب برای مبادله اطلاعات، دانش و تجربیات می باشد.

استونر و وانکل در کتاب مدیریت نقل می کنند که «مدیر افراد را اداره نمی کند بلکه آنها را برمی انگیزاند، راهنمایی می کند و برای دستیابی به هدف های سازمانی یاری می دهد». به تجربه ثابت شده که اگر ارتباطی صحیح در سازمان برقرار نباشد گردش کار مختل و گاهی آشفته می شود. یافته های پژوهشی و تجربه روزمره گواه این امر است که ۸۰ درصد از وقت مدیران صرف برقراری ارتباطات با دیگران می شود با توجه به چنین حجم عظیمی، بدیهی است که سبک مدیر در برقراری ارتباط با کارکنان، همکاران مقامات بالاتر و منبع برون سازمانی نقش تعیین کننده در عملکرد وی دارد.

در عصر حاضر به دلیل گسترش و تنوع فعالیت ها، پیچیدگی ساز و کارهای اقتصادی، رقابت شدید در عرصه تولید و خدمات، لزوم برقراری ارتباط سازمان ها با مردم، مصرف کنندگان، مدیران و رهبران سازمان های مسئول امری اجتناب ناپذیر است. تا آنجا که شرط بقا و حیات هر سازمان را در وجود ارتباطات پویا و عمیق با همه عناصر پیرامون آن است. امروزه ارتباطات موانع و مرزهای فرهنگی،



کلام است که کودک از وضع و حال حیوان به صفت انسان در می آید. یا می گویند زبان خانه وجود است و اگر زبان نبود تاریخ نبود. ارتباط کلامی به این دلیل مهم است که یکی از ابزارهای کارساز بشر برای کنترل و درک محیط خویش و تاثیر در آن است. افزون بر این باید گفت که حداقل برای اکثر افراد، استفاده از کلام یکی از بهترین ابزارهای کسب بیشترین پاداش در محیط زندگی و به حداقل رساندن تنبیه است.

در میان همه اموری که مدیر طی روز انجام می دهد، حرف زدن در مرتبه اول قرار دارد. گفتار مدیر را از طریق تماس تلفنی، شرکت در کنفرانس ها، جلسات، تماس های رودر رو با شهروندان و... می توان مورد توجه قرار داد. مدیر با بهره جستن از کلمات کار می کند. در حقیقت هنگامی که مدیر در سازمان خود انجام وظیفه می کند، مهمترین جنبه شغلی وی آن است که از محیط کلامی خویش به طور شایسته بهره گیرد. وقتی یک مدیر پیامی می فرستد باید سعی کند تا از زبان (تا حد امکان)، با دقت و با ملاحظه تمام جوانب استفاده کند، تا سوء تفاهم ها را کم کند. به این ترتیب مهارت در ارتباط گفتاری برای مدیر مهم و ضروری است و او بایستی تلاش کند تا گفتارش واضح و روشن و در عین حال قابل فهم و به دور از ابهام و تحریف باشد.

## ۲- مهارت گوش کردن

به هنگام اندیشیدن و گفتگو درباره ارتباطات، بیشتر مردم معمولاً به گفتن و سخنوری توجه دارند و تصور می کنند که نقش اصلی را در فراگرد ارتباطی فرستنده پیام بازی می کند. باید توجه داشت اگر گوش دادن از سخن گفتن دشوارتر نباشد، در یک فراگرد ارتباطی، از هر جهت با آن برابر است. بدون گوش دادن پیام، هرز و هدر می رود و ارتباطات به هدفی که دارد دسترسی پیدا نمی کند. گوش دادن با این پیش فرض عبارت است از فراگرد دریافت، تعبیر و تفسیر

طبیعی و ساختگی بین انسانها را در هم نوردیده است و دگرگونی های شگرفی در ویژگی های انسان معاصر، اقوام و کشورهای حاضر در صحنه جهانی ایجاد کرده است. ارتباطات انسانی چه در جنبه میان فردی و چه در ابعاد گروهی یکی از شاخه های ارتباطات انسانی است که جایگاه ویژه ای دارد. امروزه ارتباطات انسانی نیاز به مهارت ها و شرایط ویژه ای دارد که بدون توجه به آن نمی توان به یک ارتباط موثر با دیگران دست یافت.

## انواع مهارتهای ارتباطی:

### ۱- مهارت کلامی:

مکالمه، نخستین ابزار مدیریتی است. مکالمه در واقع چگونگی برنامه ریزی زندگی و سازمانی کارها و نحوه ایجاد رابطه با همکاران و مشتریان است. مکالمه نحوه درک احساسات اشخاص، تفکر و اعمال آنها و راهی برای تاثیرگذاری بر دیگران و تاثیرپذیری از آنهاست. زبان، نوعی سیستم ارتباطات انسانی مبتنی بر اصوات گفتاری است که به عنوان نمادهای قراردادی مورد استفاده قرار می گیرد. حواس ما، پیوسته ما را آماج بمبارانی از علائم قرار می دهد تا وادار شویم آنها را تفسیر کرده و در بانک اطلاعاتی خود ذخیره سازیم. نتایج حاصل از مطالعات نشان می دهد که مدیران ۹٪ درصد روز کاری خود را به خواندن، ۱۶٪ به نوشتن، ۳۰٪ به گفتگو و ۴۵٪ درصد را به گوش دادن می گذرانند. لذا با توجه به درصد زمانی که ارتباطات شفاهی (گفتاری) به خود اختصاص می دهد ما در مهارت کلامی تاکید بر جنبه شفاهی یا گفتاری ارتباطات را مد نظر قرار داده ایم. بر این اساس مهارت کلامی عبارت است از به کارگیری آگاهانه نمادهای کلامی به منظور ترغیب کردن دیگران به انجام کار. روان شناسان در این مورد اتفاق نظر دارند که از راه زبان، انسان تحول اساسی پیدا می کند. بعضی از اهل منطق، معرفت شناسان و صاحب نظران فراتر می روند و می گویند به واسطه زبان و از طریق



## ارتباط کلامی



با توجه به ارقام فوق به سادگی می توان دریافت که بخش عمده ای از زمان ارتباطی انسان ها آن هم در جامعه ای که بخش عمده ای از جمعیت آن در جرگه باسوادان هستند به گوش دادن می گذرد. بدیهی است که این رقم در کشورهای کمتر توسعه یافته که میزان باسوادان آن کمتر است، رقم بالاتری خواهد بود. باید توجه داشت که رانکین، ارتباط با خود را در نظر نگرفته است و اگر این موضوع نیز در نظر گرفته شود به این نتیجه می رسیم که ۱۰٪ زمان بیداری انسان ها در فراگرد ارتباطی می گذرد. ارتباطات دارای معادله ای است که

نیمی از آن را گفتار موثر و نیمی را شنود موثر تشکیل می دهد. اما متأسفانه اکثر کسانی که خواهان بهبود مهارت ارتباطی خود هستند بیشتر به مهارت های گفتاری توجه می کنند و مهارت های شنود موثر را نادیده می گیرند درحالی که عده ای از صاحب نظران مدیریت، شنود موثر را زیربنای مهارت ارتباطی می دانند و اهمیت فوق العاده ای برای آن قائلند. شنود موثر در دو مرحله از فرایند ارتباطی رخ می دهد، ابتدا گیرنده بایستی به پیام فرستنده گوش فرا دهد تا پیام را از رمز در آورد و پیام اصلی را درک نماید و سپس فرستنده، زمانی که تلاش می کند از نتایج پیام ارسالی و بازخورد پیام آگاهی یابد، بایستی یک شنونده موثر باشد.

دو مسئله باعث شده است که ما از درک درست پدیده گوش دادن غفلت نماییم. یکی اینکه ما مفهوم شنیدن را با مفهوم گوش دادن یکی گرفته و چون امر شنیدن برای ما یک مسأله عادی و طبیعی است امر گوش دادن را نیز عادی پنداریم. دوم اینکه ما شیوه گوش کردن خود را بدیهی و مسلم فرض کرده و بنا بر این شیوه گوش دادن خود را از خصوصیات ذاتی و مادرزادی پنداشته هرگز آن را زیر سوال نبرده ایم، این امر سبب شده که ما در پی جستن و یافتن شیوه های بهتر و موثر گوش دادن بر نیامده و احیاناً اگر در فردی متوجه روش خاصی از گوش دادن شده باشیم آن را جزو خصوصیات فردی وی حساب

محرك های شفاهی. در بیشتر جوامع، از جمله در جامعه ما تصورات غلطی در مورد گوش دادن وجود دارد که می توان گفت اغلب بین بیشتر مردم مرسوم و متداول است. بیشتر مردم چنین فکر می کنند که: آنان گوش دهندگان خوبی هستند. نمی توان به آنها آموخت که گوش دهندگان بهتری شوند. گوش دادن و شنیدن ساده، یکی هستند. دو نفر از پژوهشگران پیش گام در این زمینه «رالف نیکولز» و «لئونارد استیونس» در دانشگاه مینوسوتا توانایی هزاران دانشجو و صدها بازرگان و اهل حرف را مورد مطالعه قرار داده و خواسته اند ببینند

که از آنچه شنیده اند چه مقدار را به خاطر می آورند. پاسخ ها جالب توجه است و نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که به طور متوسط، افراد نیمی از آنچه شنیده اند را به خاطر می آورند، هرآنچه بلافاصله بعد از عمل شنیدن آزمایش انجام شده باشد، بدون در نظر گرفتن اینکه چقدر با قصد و نیت عمل شنیدن را انجام داده اند و بعضاً مدعی بوده اند که بسیار سعی کرده اند که همه چیز را بشنوند و می دانستند که از آنها خواهند پرسید. آنگاه پس از دو ماه، آنها فقط ۲۵ درصد از آنچه شنیده بودند را به خاطر می آورند. این آزمایش ها بیانگر ناتوانایی ما در گوش دادن موثر و نگهداری پیام هاست. استنباط غلط دیگری که وجود دارد این است که انسان ها با فراگیری و آموزش، گوش دهندگان بهتری نمی شوند. به عبارت دیگر نقش آموزش را در این پدیده بی تاثیر می دانند.

رانکین یکی از پژوهشگران پیشگام علم ارتباطات در مطالعه ای به این نتیجه رسیده است که در حدود ۷۰ درصد از زمان بیداری نمونه های آماری او در ارتباطات می گذرد. این زمان بخش هایی به گوش دادن، سخن گفتن، خواندن و نوشتن می گذرد. که نسبت هر یک از آنها به درصد به قرار زیر بوده است:

گوش دادن = ۴۲٪  
سخن گفتن = ۳۲٪  
خواندن = ۱۵٪  
نوشتن = ۱۱٪



کرده و آموختنی ندانیم.

مطالعات گوناگون نشان می دهد که مدیران ۶۵ تا ۷۵ درصد از وقتشان را صرف شنیدن می کنند. سام دیپ گوش دادن موثر را چنین تعریف می کند: «گوش دادن موثر، عبارتست از مشارکت فعال در یک گفت و شنود است.» در تعریفی دیگر گوش دادن موثر عبارت است از فرایندی فعال که شامل توجه، ادراک، ارزیابی، به خاطر آوردن، و پاسخ دهی (واکنش) می باشد. گوش دادن موثر، اساس اجزای ارتباط است.

گوش دادن و کاربرد مهارت خوب گوش فرا دادن ارتباط مهم و مستقیمی با زندگی روز مره و زندگی کاری ما دارد. در واقع هر روز از لحظه بیداری تا آخرین لحظه ای که به خواب می رویم به طور متوالی، اطلاعات و پیام های محیط و افراد انسانی دیگر را از طریق گوش دادن به درون ذهن خود انتقال و بدان پاسخ می دهیم بویژه در زندگی کاری، هنر خوب گوش دادن کیفیت ارتباطات ما با همکاران و سایر افراد سازمانی را بالا می برد، مدیران را قادر می سازد که محبت، همکاری، همدلی و هم فکری کارکنان را جلب کرده، موجب هم دلی بین کارکنان شوند و از تنش و سوء تفاهمات ارتباطات کاسته شود و در نهایت موجب می شود که مدیران بتوانند در دل کارکنان نفوذ کرده و احساس مسوولیت و تعهد کاری آنان را افزایش داده، بهتر و موثرتر به اهداف فردی و سازمان نائل گردند. بنابراین گوش دادن موثر می تواند به عنوان یکی از عوامل و ابزارهای مهم برای بهبود کیفیت زندگی کاری در سازمان به کار گرفته شود.

### ۳- مهارت بازخورد:

«نوربرت وینر» بنیان گذار سایبرنتیک در نوشته مربوط به کامپیوتر و دیگر ماشین آلات، مشاهده کرد که اطلاعات زمانی که مسیر معکوس را طی می کنند و از آنچه تحقق یافته است به سوی مبدا به حرکت

در می آیند توان آن را دارند که بر روش عمومی و الگوی عملکرد اثر بگذارند، ما فراگردی داریم که به خوبی می توانیم آن را یادگیری بنامیم.

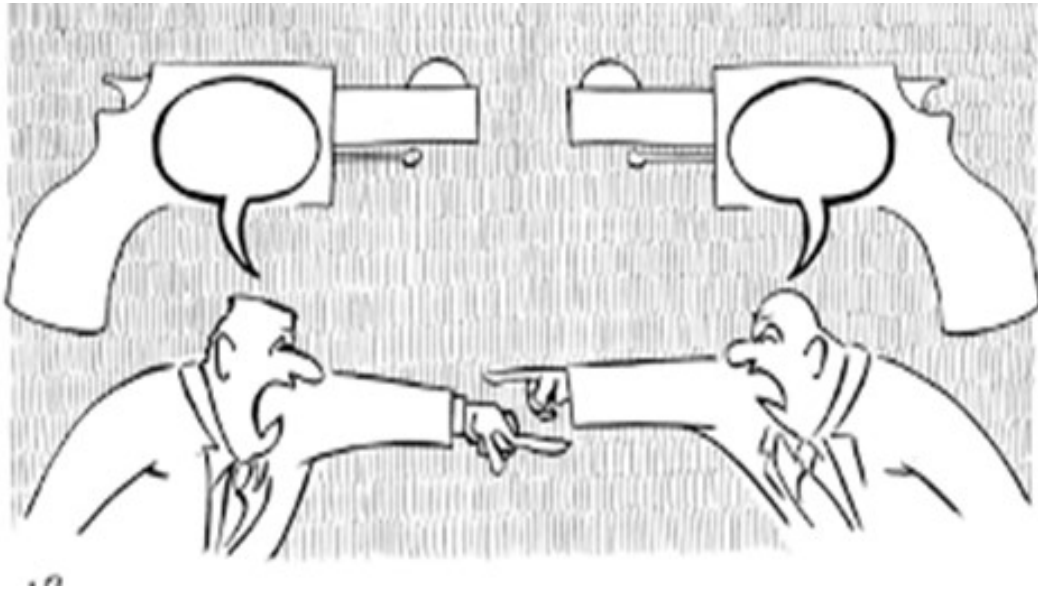
زمانی که ما به بررسی بازخورد به گونه ای مجرد در چارچوب روابط میان فردی می پردازیم می توانیم به صورت دقیق بگوییم که بازخورد به تقویت برخی از رفتارها و به خاموشی تعدادی دیگر از آنها می پردازد. بازخور در روابط میان فردی می تواند به نتایج رابطه یا میان کنش به شیوه های بسیار ظریف و حساس اثر بگذارد. مثلاً بی توجهی یک مخاطب به گفته های فرستنده پیام پس از مدت کوتاهی او را در ارسال پیام مایوس می کند. به عبارت بهتر او را به خاموشی سوق می دهد.

در مصاحبه یا گفتگو های دوستانه با نشان دادن بازخورد مثبت با ذکر کلمات یا عباراتی مثل «خوب»، «درست است» و امثال آن و یا نشانه های غیر کلامی مثل تکان دادن سر و یا ادای آواهایی مثل «هوم، هوم» و... به میزان زیادی طرف مقابل خود را برانگیخته و با تقویت گفته های او، او را به سخنوری بیشتر و مبسوط تر تحریک کرد. در مصاحبه یک تکان دادن ساده سر ایجاز می کند.

ارایه و عرضه بازخورد، یک جنبه اساسی هر ارتباط دو سویه است و بر تمام اجزای ارتباط اثر می گذارد. «باکر» در مورد بازخورد چنین می نویسد: ارسال بازخورد یک رفتار فراگرفتنی است اگر شما بتوانید به بازخورد غلبه کنید و دریابید که باز خورد فرستاده شده نامطلوب و یا غیرقابل انتظار است، به اصلاح رفتار ارتباطی خود خواهید پرداخت و سعی خواهید کرد که باز خورد مورد انتظار خود را دریافت کنید. به عبارت دیگر به عنوان یک دریافت کننده پیام نه تنها می باید نوعی باز خورد از خود نشان دهیم بلکه باید حساس و آگاه نسبت به پاسخ طرف دیگر رابطه، نسبت به آن بازخورد یا پیام باشیم. پژوهشی بر روی بیش از ۵۰ مطالعه باز خورد در ارتباطات گفتاری،

مطالعات گوناگون  
نشان می دهد که  
مدیران ۶۵ تا ۷۵ درصد از  
وقتشان را صرف  
شنیدن می کنند





آن توجه ویژه ای شده است. متخصصان این رشته عقیده دارند که با اصلاح مکانیسم باز خورد و استقرار شرایط مناسب برای ارائه درست و به موقع آن در سازمان ها میلیون ها ریال منفعت نصیب سازمان های زیربط می شود. در یک پژوهش که بر روی مدیران و سرپرستان یک سازمان صنعتی کاملاً اتوماتیک با بیش از ۶۰۰۰ پرسنل انجام شده و هدف آن اصلاح مهارت های ارتباطی مدیران و سرپرستان بوده است به این نتیجه رسیده اند که یکی از بهترین و مطمئن ترین راه های وصول به کارایی بیشتر در میان کارکنان، دادن بازخورد به موقع و درست از عملکرد آنان است. نتیجه بدست آمده پس از یک سال و نیم از این تجربه، کاملاً ملموس بوده و کاهش ۷ میلیون دلاری در ضایعات را به دنبال داشته است. باید در نظر داشت که این موضوع یک روی سکه بوده، روی دیگر تحمل بهتر افراد و نزدیکی و ده ها مزیت دیگر است.

#### ۴- ارتباط غیر کلامی:

غیر از ارتباط کلامی که همان صحبت با دیگران است، نوعی ارتباط غیر کلامی هم وجود دارد که با استفاده از لحن، ایما و اشاره، حرکات چشم ها، حالات صورت و غیره میسر می شود. ارتباط غیر کلامی درک و برقراری ارتباط با دیگران را تسهیل می کند و به عبارتی بسیاری بر این باورند که ارتباط غیر کلامی آنچه در درون شماست را به راحتی به دیگری منتقل می کند. نباید فراموش کرد که ارتباط غیر کلامی در فرهنگ های مختلف، متفاوت است. در شماره بعدی به این نوع ارتباطات و مخصوصاً زبان بدن بیشتر پرداخته خواهد شد.

ارتباط غیر کلامی درک و برقراری ارتباط با دیگران را تسهیل می کند

پیشنهاد می کند که سو ظن های نشات گرفته از عقل سلیم در بسیاری از موارد صحیح عمل می کنند. وقتی ما بازخورد منفی از افراد پیرامون خود دریافت می کنیم. این باز خورد ما را مضطرب کرده با اضطراب و دستپاچگی بیشتر عمل می کنیم و همین به صحت بازخورد می انجامد. در مقابل با دریافت بازخورد مثبت جرات و اعتماد به نفس ما فزونی می یابد و با قدرت و اعتماد به نفس بیشتر عمل می کنیم. در ارتباطات کلامی به ویژه در ارائه سخنرانی ها و اداره جلسات بازخورد منفی می تواند موجب گسستگی کلامی و به هم ریختگی

سازماندهی سخنرانی برای سخنران شود او در عین اینکه نکات فراوانی می داند و آماده کرده است، دچار نوعی از هم پاشیدگی کلامی می شود که گاه برای خود او موجب شگفتی است. با ظهور بازخورد منفی سخنران با علایمی چون بلند صدای، ضریب سخنوری روانی، عصبیت، ترس از صحنه، تماس چشمی و حرکات بدن ناراحتی خود را نشان می دهد. در واقع او تحت تاثیر دریافت کردن بازخورد منفی به این مرحله می رسد و چنین علایمی را از خود نشان می دهد. هر چند ممکن است، گسستگی و ناراحتی موقتی باشد گاه ممکن است عکس العمل ها یا بازخوردهای منفی در شکل گیری و تکامل مهارت های ارتباطی ارزشمند هستند. البته لازم به اشاره است که باز خورد منفی زمانی می تواند به گونه ای اثر بخش به اصلاح ارتباطات و رابط بین اشخاص بیانجامد که گیرنده پیام احساس ایمنی کرده و بر این باور باشد که طرف مقابل از اظهار صفات نامطلوب او قصد توهین و یا صدمه زدن به او را نداشته باشد و قصد اصلی او از اظهار آن، اصلاح و خیر خواهی است. با اندک نگرانی و احساس نا امنی یا تصور توهین در مقابل بازخورد منفی، شدت عمل نشان داده می شود و خطر گسستگی فراگرد ارتباطی وجود دارد. در محدوده ارتباطات سازمانی در سال های اخیر به بازخورد و اصلاح



## تحقق دیپلماسی اقتصادی در سایه صلح و دوستی

دکتر سیدجلال ساداتیان سفیر اسبق ایران در انگلستان

مالی و پولی همچنین تکنولوژی‌های ساخت و تولید و بهره‌گیری از توان متخصصان اقتصادی همچنین اجرای پروژه‌ها، همگی در ذیل فعالیت‌های مشترک اقتصادی میان کشورها قابل تعریف است، چه بسا تفاهم‌نامه‌های متعددی که میان شرکت‌های کوچک و بزرگ و یا بخش‌های اقتصادی دولت‌ها منعقد نمی‌شود تا فعالیت‌های اقتصادی فیما بین در زمین‌های مشخصی تسهیل و تسریع گردد.

صلح، پیش زمینه تحقق دیپلماسی اقتصادی است چرا که هرگز در فضای خصمانه و دشمنانه نمی‌توان مراد اقتصادی برقرار کرد. وقتی دیپلماسی اقتصادی می‌تواند به نتیجه مطلوب برسد که در دیپلماسی به معنای عمومی آن روابط یک کشور با کشورهای مقصد و مورد نظر برقرار باشد، این در شرایطی است که استراتژی‌ها و تصمیم‌گیری‌های کلان آن کشور موفق عمل کرده باشد.

موضوع مهمی که از تحقق دیپلماسی اقتصادی دنبال می‌شود مهم است چرا که ممکن است صرفاً بازرگانی مورد توجه باشد اما الزامات دیگر فعالیت‌ها نظیر سرمایه‌گذاری قطعاً متفاوت است و هر هدفی نیازمند بسترها و زیرساخت‌های خود است، هرچند که تمام فعالیت‌های اقتصادی در یک چرخه و مسیری به هم مرتبط هستند می‌توان گفت زمانی فعالیت بازرگانی به نتیجه خوب و مطلوب می‌رسد که پشتوانه تولید و اقتصاد مناسبی داشته باشد. همین مهم به تکنیک و تکنولوژی گره خورده موارد ضروری چون تامین مواد اولیه و داشتن بازار از جمله موارد واجب و غیرقابل اجتناب آن است. تولید موفق به تکنیک و متخصصین آن نیز گره خورده و داشتن چنین امکاناتی زیرساخت‌های علمی و فرهنگی خود را نیاز دارد. کشورهای موفق دنیا زمانی می‌توانند بازارهای جهانی را تسخیر کنند

وظیفه حاکمیت‌ها این است که زندگی مردم را به سامان کنند، این مهم دارای ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است که محور همه این ابعاد علی‌القاعده مسائل مدیریتی و سیاسی است تا امور جاری زندگی مردم جامعه را تنظیم کنند. برای انجام امور هر بخش از جامعه مدیران مرتبط و متخصصی اداره امور را در دست دارند، اما در راس مجموعه و اداره همه امور کشور این مدیریت

کلان است که ساماندهی و نظم تمام بخش‌های مختلف را بر عهده دارد که استراتژی‌های در سطح کلان به تنظیم مدیریت بخشی می‌پردازد، توسعه اقتصادی، در بخش‌ها و گرایش‌های مختلف آن، اعم از تولید و صنعت و هرگونه فعالیت اقتصادی در بسترهای مختلف مادامی که صرفاً محصور به مرزهای سرزمینی و کشور باشد در سطح و جایگاه مشخصی قرار می‌گیرد اما برای ارتقا و توسعه آن باید فراتر از مرزهای ملی به هرگونه فعالیت اقتصادی نگریست، ساده‌ترین نگاهی که می‌توان به این مقوله داشت مسئله مهم بازارهای جهانیست

که از مسیر دیپلماسی اقتصادی دست یافتنیست، هر چند ممکن است افراد و اشخاص به صورت حقیقی و حقوقی بتوانند خارج از استراتژی‌های کلان ملی به صورت استثنایی و محدود فعالیت‌های موفق اقتصادی را در سطح جهانی تجربه کنند، اما هرگز چنین موضوعی قابل استناد برای فعالان اقتصادی نخواهد بود. دیپلماسی اقتصادی نیاز دارد تا هماهنگی‌های مورد نیاز در ابعاد مختلف اتفاق افتاده باشد یعنی روابط یک کشور به گونه‌ای پیش رفته باشد که زیر مجموعه‌های مدیریت کلان ملی بتواند اهداف تجارت جهانی خود را به راحتی محقق کند، ارتباطات اقتصادی فعالان اقتصادی یک کشور محدود به داد و ستدهای سنتی نیست امروزه ارتباطات

صلح، پیش زمینه تحقق دیپلماسی اقتصادی است چرا که هرگز در فضای خصمانه و دشمنانه نمی‌توان مراد اقتصادی برقرار کرد





انگیزه مردم را برای مشارکت بیشتر با حاکمیت و پیشبرد اهداف کلان آن بالا می‌برد در نتیجه اقتصاد در سایه دیپلماسی اقتصادی یکی از عوامل اصلی ایجاد انگیزه در روحیه مشارکت و همراهی کردن مردم با حاکمیت است و معمولاً در تحقق چنین رویدادی حاکمیت با هزینه کمتر و شرایط سهل‌تری می‌تواند امنیت خود و مردم خود را تامین کند و می‌تواند اداره امور را با سهولت بیشتری پیش ببرد.

**اکرم السادات حسینی**

که نوآوری‌های جدید داشته باشند و بتوانند خودشان را با شرایط روز تطبیق دهند و نیاز روز مخاطب خود را به تناسب جغرافیا و اقلیم آن شناسایی کنند. با نگاهی به شرق آسیا در حوزه‌های فناوری و ارائه محصولات جدید با تکنیک‌های نوین می‌توان یافت که در نگاه کلان این موقعیت محصول سیستم آموزشی است که داشتن نیروهای کارآمد را فراهم کرده و از سویی مدیریت بخشی و کلان آن کشور سلامت کافی را برای رشد فعالیت‌های خرد و کلان اقتصادی داراست، چین، کره جنوبی و ژاپن مصادیقی از این کشورها محسوب می‌شوند.

وقتی به سفرای این کشورها به عملکرد دیپلماسی اقتصادی آنها توجه می‌کنیم در می‌یابیم که در ابتدا روابط مطلوب و خوبی را با دیگر کشورها برقرار می‌کنند و در سایه آن روابط بازرگانان کشورشان را به سمت بازارهای کشورهای هدف سوق می‌دهند و به نوعی فعالیت آنها را تسهیل می‌کنند در واقع آنها زیرساخت را فراهم کرده‌اند تا بتوانند هم جذب سرمایه کنند و بازار را برای خود فراهم کنند و در سایه این روابط ارتباطات آنها گسترش می‌یابد. فراموش نکنیم دیپلماسی اقتصادی از ابعاد مختلفی برخوردار است که در صورت تحقق آن رشد اقتصادی در شکل خاص خود دست یافتنی است. که در درجه اول مردم یک کشور در سایه دیپلماسی اقتصادی منتفع می‌شوند، برای آنها شغل ایجاد می‌شود و گردش مالی برای مردم و در نتیجه رفاه به معنای درست آن رهاورد این ارتباطات است و این دستاورد

## تورم و ارزش ریال کلیدواژه‌های اقتصاد ۱۴۰۲

### گزارش تورم پاییز اینطور اعلام شد

مرکز آمار ایران در گزارش تورم تولیدکننده پاییز اعلام کرد تورم تولیدکننده فصلی ۶.۳ درصد بوده است. همچنین نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه فصلی پاییز نسبت به فصل مشابه سال قبل ۴۳.۶ درصد بوده است. طبق بررسی‌ها تورم فصلی تولیدکننده پاییز در مقایسه با فصل قبل کاهش یافته است. تورم فصلی تولیدکننده تابستان ۹.۳ درصد بوده است که نشانگر کاهش ۳ واحد درصدی تورم تولیدکننده در پاییز است. بررسی جزئیات آماری تورم تولیدکننده این فصل نشان می‌دهد در این فصل بیشترین تورم فصلی گروه‌های تولیدی متعلق به گروه کشاورزی با ۱۱.۱ درصد افزایش قیمت و کمترین تورم فصلی گروه‌های تولیدی متعلق به گروه صنعت با ۲.۳ درصد بوده است. در این فصل بیشترین تورم نقطه‌به‌نقطه با ۵۶.۲ درصد مربوط به گروه معدن و کمترین تورم نقطه‌به‌نقطه با ۳۲ درصد مربوط به گروه تولید، انتقال و توزیع برق است.

### اهمیت تورم تولیدکننده

شاخص قیمت تولیدکننده PPI شاخص قیمتی است که میانگین تغییرات قیمت‌های دریافتی تولیدکنندگان داخلی را برای تولیدشان

اقتصاد ایران در ۱۴۰۲ حکایت از تمام فعالیت‌هایی دارد که در نتیجه سیاست‌های دولت در سال‌های اخیر حادث شده و گویا یک جریان و حادثه است که کنترل آن به طور کامل در اختیار نیست چرا که با برهم خوردن و اختلال در یکی از بخش‌های کلیدی، نظم و فرآیندهای دیگر بخش‌ها به طور سلسله‌وار بر هم می‌ریزد، آمارهای رسمی اما حکایت دیگری دارند. گویا برای جهان دیگری است. آن هنگام که دولتمردان از کاهش تورم و افزایش رونق تولید سخن می‌گویند گویی از واقعیات رخ داده فاصله گرفتند هر چند که بر اساس بررسی‌ها و فرمول‌هایی که به آن استناد می‌کنند همه چیز رو به بهبود است! اما تحلیلگران اقتصادی معتقدند تا زمانی که رشد تورم کنترل نشود و نرخ بهره حقیقی نیز منفی باشد، به طور قطع تاثیر رشد اقتصادی برای مردم محسوس نخواهد بود و به سفره خانوار نخواهد رسید؛ ضمن آنکه رشد اقتصادی طی ۱۰ سال گذشته صفر بوده است. رشد اقتصادی کشور در سه‌ماهه اول ۱۴۰۲ معادل ۶.۲ درصد و رشد اقتصادی بدون نفت طی این دوره معادل ۵.۲ درصد شد. این تصویر اقتصاد ایران به روایت آمارهای بانک مرکزی است؛ تصویری که هنوز مردم، آن را در سفره خود لمس نکرده‌اند و حتی به اعتقاد تحلیلگران، منجر به بزرگ شدن سفره خانوار نشده است.

بررسی‌های آماری همچنین نشان می‌دهد تورم تولیدکننده به طور کلی نوسانات اقتصادی شدیدتری را تجربه می‌کند



به رشد اقتصادی و تولید ناخالص ملی مناسب دهه پیش، اقتصاد ایران توانست از خطر تورم و کاهش ارزش پول ملی در امان بماند. این اقتصاددان تأکید کرد: «پس از شروع جنگ ایران و عراق و همچنین خروج سرمایه از کشور و خارج شدن بسیاری از صنایع و کارخانه‌ها از دست بخش خصوصی، تولید ناخالص داخلی ایران دچار معضلات زیادی شد.

از آن پس دولت‌ها یکی پس از دیگری سعی بر آن داشتند تا بودجه‌های خود را در نبود تولید ناخالص داخلی مناسب، بر اساس درآمدهای سرشار پایه‌گذاری کنند. همین امر موجب می‌شد حجم نقدینگی و پایه پولی افزایش پیدا کند و در طرف دیگر تورم افزایش یابد.

سعیدیان با اشاره به نقش تحریم در تداوم تغییر ارزش ریال گفت: «حجم نقدینگی فاقد پشتوانه تولید ناخالص داخلی ایران در سال‌های گذشته به صورت چشمگیر افزایش یافت و مجدد با خروج آمریکا از برجام اقتصاد ایران دستخوش تغییر شد.

در دولت ابراهیم رئیسی نیز بسیار سعی شد تا ارزش ریال در یک دامنه باثبات حفظ شود که این تلاش بدون توجه به نماگرهای اقتصادی بود و با تنش‌های منطقه‌ای که به نوعی ریسک سیستماتیک محسوب می‌شد، همراه بود.

این اقتصاددان درباره پیش‌بینی خود از وضعیت اقتصاد در سال ۱۴۰۳ هم گفت: «در سال ۱۴۰۳ پیش‌بینی می‌شود با توجه به رکود اقتصادی، تورم تولید کالا، در صورت عدم اتخاذ راهکارهای تخصصی سرمایه‌ای و به کارگیری نیروهای کارآمد مشکلات اقتصادی روندی نامناسب خواهد داشت.

لازم است در ادامه یادآور شد که اقتصاد ایران شاهد نارسایی‌هایی بوده است که محل بحث بسیاری از فعالان اقتصادی است.

**اکرم السادات حسینی**

محاسبه می‌کند. این شاخص بعضاً به‌عنوان شاخص قیمت عمده‌فروشی نیز شناخته می‌شود. تورم تولیدکننده در قیاس با تورم مصرف‌کننده نوعی از کالاها را اندازه می‌گیرد که برای تولیدات کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد. پویایی‌های اقتصادی به ما می‌آموزد که مصرف یک شخص به نوعی تولید شخصی دیگر است و تفکیک میان قیمت‌های تولیدکننده و مصرف‌کننده از این منظر چندان موضوعیتی ندارد. با این حال تولیدکنندگان به عنوان یکی از مهم‌ترین عاملان اقتصادی در فضای اقتصادی کشور از این شاخص استفاده‌های زیادی می‌کنند. بررسی‌های آماری همچنین نشان می‌دهد تورم تولیدکننده به طور کلی نوسانات اقتصادی شدیدتری را تجربه می‌کند و واریانس بالاتری دارد. این شاخص به دلیل اثرپذیری کالاهای مورد استفاده در تولید از نرخ ارز، ارتباط زیادی با نرخ ارز دارد و نوسانات این نرخ را نیز تا حدود زیادی در خود نشان می‌دهد.

به نقل از شماری از اقتصاددانان: با اشاره به تغییر مداوم ارزش ریال ایران «از سال‌ها قبل، کشور ایران سعی کرد تا تحولی بنیادین در امور اقتصادی ایجاد کند و به تبع آن نرخ تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی ایران در ۱۰ سال رشد بسیار خیره‌کننده‌ای را ثبت کرد. در آن زمان نرخ سود بانکی متناسب با تورم تک‌رقمی کشور از سوی

دولت اعلام شده بود، اما به تدریج ایران تصمیم گرفت بودجه کل کشور را بزرگ‌تر کند و به همین منظور تلاش کرد تا هم‌زمان با اوج‌گیری قیمت نفت در جهان درآمدهای دلاری-نفتی را وارد اقتصاد کشور کند».

او ادامه داد: «درآمد نفتی ایران به‌طور چشمگیری افزایش یافت؛ به بیان ساده درآمد ایران از محل فروش نفت یکباره چند برابر افزایش یافت و با ورود پول نفت به اقتصاد ایران شاهد آن بودیم که حجم نقدینگی در ایران رو به افزایش گذاشت، اما متناسب با افزایش نقدینگی تورم در حال افزایش بود. در زمان مذکور با توجه

تورم تولیدکننده به طور کلی نوسانات اقتصادی شدیدتری را تجربه می‌کند



## سند توسعه تعاون



با آغاز سال نو، فصل جدیدی از زندگی شروع شده است. امیدوارم که این فصل برای شما سرآغازی باشد برای دستیابی به تمام آرزوها و موفقیت‌ها.

نوروزتان پیروز

راهبرد ۴ بهبود محیط کسب و کار بخش تعاون و سیاستهای ناظر بر آن:

۱. تسهیل شرایط شکل‌گیری و گسترش فعالیت تعاونیها در همه عرصه‌های مجاز و جبران عقب‌افتادگی آنها شامل وضع مشوقها و تسهیل دسترسی تعاونیها به منابع، امکانات و مجوزهای عمومی و دولتی.
۲. تقویت تعاونیها مشتمل بر توسعه ظرفیت منابع انسانی، ارتقاء بهره‌وری و بهبود مدیریت، افزایش آگاهی نسبت به ارزشها و منافع تعاون، توسعه سرمایه‌گذاری و ارتقاء سطح کیفی و کمی خدمات تعاونیها.
۳. ایجاد سازوکار لازم جهت مانع‌زدایی، تسهیل در ایجاد و توسعه کسب و کارهای تعاونی
۴. ایجاد و تقویت انسجام و تعاون بین تعاونیها و توانمندسازی بخش در شبکه‌سازی، توسعه معاملات فیما بین و ارتقاء توانمندیهای رقابتی بخش در صحنه اقتصاد داخلی و بین‌المللی.
۵. ایجاد سازوکار لازم به منظور شفافیت و تسهیل در معاملات سهام تعاونیها و نظارت بر فعالیت آنها.
۶. حمایت از ارتقاء بهره‌وری در بخش تعاون.
۷. تعیین سهم سالانه بخش تعاونی در شاخصهای زیر و اصلاح نظام آماری کشور در راستای امکان‌رصد کردن شاخصهای مذکور: تولید ناخالص داخلی به تفکیک بخشهای مختلف (بازار پول/بانکها و مؤسسات اعتباری، جذب سپرده‌ها، اعطای تسهیلات) بازار سرمایه (نسبت ارزش سهام تعاونیها) بازار کار و اشتغال (در بخشهای مختلف و در سه

- دهک پایین) بازار صادرات کالا و خدمات، تولیدات صادراتی (در بخشهای مختلف) سرمایه‌گذاری (بخشهای مختلف حمل و نقل بار و مسافر، فروش نهاده‌ها و محصولات بخش کشاورزی و تأمین و تولید مسکن و گردشگری.
۸. پیش‌بینی حمایت‌های لازم برای تعاونی‌ها در شرایط رکود و بحران.
۹. حمایت از اجرای طرحهای ارتقاء بهره‌وری و توسعه قابلیت‌های رقابتی در بخش تعاون.

۱۰. توسعه و گسترش مطالعات اجتماعی، اقتصادی در بخش تعاون و حمایت از تعاونیهای اجتماعی.

۱۱. تقویت جایگاه، ظرفیت و توانمندیهای اتاقهای تعاون و حمایت از توسعه و تعامل اتاق تعاون ایران با اتاق اصناف و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران.

۱۲. ایجاد مشارکت (کنسرسیوم) با تشکیل تعاونیهای تأمین نیاز تخصصی و هر نوع انسجام ساختاری و معاملاتی بین تعاونیهای کوچک یا پیوند بین واحدهای کوچک و بزرگ.

۱۳. ارتقاء اثربخشی نقش حاکمیتی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در توسعه بخش تعاونی، تمرکز در سیاستگذاری و نظارت و بهبود نظام مدیریت حمایت از بخش تعاون کشور با رویکرد افزایش تصدی‌گری بخش تعاون در راستای ارتقاء نقش حکمرانی مردمی.

۱۴. بازآفرینی تعاون اصیل ایرانی اسلامی با محوریت ایجاد اشتغال و ثروت پایدار، براساس نظام تعاون و با اتکا بر حمایت از عضویت حداکثری شاغلین در تعاونیها و افزایش نسبت شاغلین عضو به اعضای غیرشاغل.

ایجاد سازوکار لازم به منظور شفافیت و تسهیل در معاملات سهام تعاونیها و نظارت بر فعالیت آنها

ج-۵

راهبرد ۵- توسعه نوآوری و تعاون دانش‌بنیان و سیاستهای ناظر بر آن  
۱- حمایت از گسترش تجارت الکترونیک در بخش تعاونی.

هماهنگی و راهبری وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به منظور بهره مندی از تسهیلات ویژه اعم از امکانات دولتی و عمومی، منابع مالی و سایر مشوقهای موجود در دستگاههای ذیربط خود، دستورالعملهای لازم در خصوص اولویت بخشیدن به شرکتهای تعاونی متقاضی را ظرف مدت شش ماه از تاریخ ابلاغ این سند تدوین نمایند.

۹- در اجرای سیاستهای حمایتی معطوف به سرمایهگذاری و اشتغال از قبیل اعطای مشوقها، تخفیفات، ترجیحات، کمکهای بلاعوض، کمکهای فنی و اعتباری، وجوه اداره شده، تسهیلات اعتباری حمایتی و واگذاری اراضی و تأمین هزینه های عملیات زیربنایی مجتمع های صنعتی، خدماتی، کشاورزی و تجارتي با اولویت در بخش تعاونی در چهارچوب قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن و با هماهنگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و با رعایت بند (ب) ماده (۹) قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی، به شرکتهای تعاونی از قبیل تعاونیهای

فراگیر ملی به منظور فرزردایی اولویت داده میشود.

۱۰- کلیه دستگاههای موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری با همکاری وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حمایت از تشکیل و توسعه شرکتهای تعاونی با عضویت صاحبان حرفه ها و مشاغل خود اشتغالی، صتوف، مشاغل آزاد و سایر بنگاههای اقتصادی کوچک و متوسط به منظور تأمین نیازهای اقتصادی مشترک آنها، کاهش هزینه ها، ارتقاء رقابت پذیری و گسترش بازار آنها، اقدامات لازم را انجام دهند.

۱۱- دستگاههای موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری موظفند به منظور برقراری عدالت اجتماعی و احیای الگوی ایرانی اسلامی تعاون، اولویت اعطای کلیه امکانات، مشوقها، واگذاریها و مجوزهای مشروح در احکام اجرایی این سند به تعاونیها را بر اساس شاخص شاغلین عضو در تعاونیها به نسبت کل اعضا تعیین و تخصیص دهند.

۱۲- دستگاههای موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری که دارای اعتبارات وجوه اداره شده میباشند، مکلف به تخصیص سهم بخش تعاون و درج آن در موافقتنامه بودجه خود با سازمان برنامه و بودجه کشور میباشند.

۱۳- دستگاههای موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری در اعطای تسهیلات وجوه اداره شده، کمکهای فنی و اعتباری و سایر کمکهای بلاعوض که برای ایجاد و گسترش اشتغال و سرمایه گذاری بخشهای غیردولتی منظور میشود با رعایت بند (ب) ماده (۹) قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی، بخش تعاونی را در اولویت قرار دهند.

۱۴- وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی موظف است با همکاری سازمان برنامه و بودجه کشور و سایر دستگاههای اجرایی در راستای نیل به سهم (۲۵٪) بخش تعاونی از اقتصاد و هر دو سال برنامه های لازم بخش تعاون را با در نظر گرفتن شرایط زمانی، اقتصادی و اولویتهای اساسی کشور تهیه و برای پیشبینی در بودجه سالانه به سازمان برنامه و بودجه کشور ارسال نماید. ۱۵ - سازمان برنامه و بودجه کشور موظف است از عملکرد دستگاهها نسبت به بودجه دریافتی در این خصوص، هر ساله گزارشی تهیه و به دبیرخانه شورای هماهنگی تعاون ایران ارسال نماید.

۲ - حمایت از تشکیل و توسعه مراکز نوآوری بومی و ملی و به منظور ارتقاء فناوری در بخش تعاون.

۳ - حمایت ویژه از تشکیل تعاونیهای دانش بنیان و اولویت قراردادن تعاونیهای دانش بنیان در تمامی مجوزها، قراردادها و امتیازات دولتی و عمومی داخلی و خارجی.

۴ - حمایت از تشکیل و توسعه تعاونیهای سکو (پلتفرم).

۵ - حمایت از تدوین و اجرای استانداردها و گواهینامه های ملی نوآورانه اختصاصی بخش تعاون.

د - احکام اجرایی:

۱ - با عنایت به توجه قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به بخش تعاون در توسعه اقتصاد کشور و نظر به فرابخشی بودن موضوع تعاون و جایگاه این بخش در تحقق اهداف حکمرانی مردمی و به جهت تهیه و تدوین سیاستها و برنامه های اجرایی برای دستگاههای مجری احکام پیشبینی شده در سند توسعه بخش تعاون در راستای تحقق اهداف بخش تعاون، شورای هماهنگی تعاون ایران به ریاست رئیس جمهور و با عضویت بالاترین مقام دستگاههای اجرایی دارای احکام پیشبینی شده در سند مذکور، تشکیل میشود. همچنین به منظور پیشنهاد برنامه های اجرایی جهت توسعه بخش تعاون، نظارت بر حسن اجرای سند توسعه بخش تعاون و تهیه گزارش عملکرد سالانه دستگاههای ذیربط و ارائه به رئیس جمهور، دبیرخانه این شورا با دبیری معاون امور تعاون وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تشکیل میشود.

۲ - دستگاههای اجرایی در راستای تحقق سهم (۲۵٪) بخش تعاون با هماهنگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، شرکتهای

تعاونی را در جهت اجرای طرحهای ملی و استانی کشور در اولویت قرار دهند.

۳ - دستگاههای اجرایی مکلفند در کلیه لوایح و برنامه هایی که در طول چشم انداز سند توسعه تعاون، تدوین میگردد، اهداف، راهبردها، سیاستها و احکام اجرایی سند توسعه تعاون کشور را لحاظ نمایند.

۴ - وزارتخانه ها و مؤسسات دولتی موظفند ظرف یک ماه از تاریخ ابلاغ سند توسعه بخش تعاون و بدون توسعه ساختار تشکیلاتی جدید، واحد تخصصی در حوزه تعاون در سازمان خود با رویکرد یکپارچه سازی و پیگیری اجرای سند مذکور تعیین نمایند.

۵ - وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح مکلفند تمهیدات و مقدمات لازم به منظور افزایش سهم بخش تعاون از اقتصاد ملی و یکپارچه سازی قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران و نقش آفرینی بنیادهای تعاون نیروهای مسلح، ارتش، سپاه، فراجا، و بسیج را فراهم نمایند.

۶ - با توجه به گستردگی شبکه تعاونیها در سراسر کشور و به منظور گسترش سهم بخش تعاونی از اقتصاد ملی، شرکتهای تعاونی در توزیع نهاده ها و کالاهای یارانه ای در اولویت قرار میگیرند.

۷ - در صورت اعطای کمکهای دولت برای کارورزی یا کارآموزی کارجویان، تعاونیهایی که کارورز میپذیرند و کارجویان عضو تعاونیهای فراگیر ملی در اولویت قرار میگیرند.

۸ - کلیه دستگاههای موضوع ماده (۵) قانون خدمات کشوری موظفند با

بخش تعاونی از اقتصاد ملی،  
شرکتهای تعاونی در توزیع نهاده  
ها و کالاهای یارانه ای در اولویت  
قرار میگیرند

تعیین سهم سالانه بخش تعاونی و امکان رصد شاخص های زیر اقدام کند: تولید ناخالص داخلی (به تفکیک بخشهای مختلف)، بازار پول (بانکها و مؤسسات اعتباری، جذب سپردهها، اعطای تسهیلات)، بازار سرمایه (نسبت ارزش سهام تعاونیها)، بازار کار و اشتغال (در بخشهای مختلف و در سه دهک پایین)، بازار صادرات کالا و خدمات، تولیدات صادراتی (در بخشهای مختلف)، سرمایه گذاری (بخشهای مختلف)، حمل و نقل بار و مسافر، فروش نهادهها و محصولات بخش کشاورزی و تأمین و تولید مسکن و گردشگری.

۲۳ - سازمان برنامه و بودجه کشور موظف است در اجرای جزء (۲) بند (ج) ماده (۹) سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی اعتبار لازم جهت جبران تخفیف (۲۰٪) حق بیمه سهم کارفرما را در لوائح بودجه سنواری پیشبینی نماید.

۲۴ - سازمان اداری و استخدامی کشور موظف است نسبت به تأمین نیروی انسانی مورد نیاز در راستای تحقق اهداف این سند متناسب با اعلام نیاز دستگاههای مجری در سند و بدون توسعه تشکیلاتی اقدام نموده و مجوزهای لازم را در این خصوص در چارچوب قوانین و مقررات صادر نماید.

۲۵ - سازمان اداری و استخدامی کشور موظف است در راستای حسن انجام این سند نسبت به تعیین شاخصهای لازم و لحاظ آنها در جشنواره شهید رجایی، جهت سنجش عملکرد دستگاههای مختلف به صورت سالانه در خصوص دستیابی به سهم (۲۵٪) بخش تعاون از اقتصاد کشور اقدام نماید.

۲۶ - بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و بیمه مرکزی ایران در صدور مجوزها موظف به ارائه پنج برنامه زمانبندی دوساله هستند، به نحوی که پس از پایان چشم انداز سند، حداقل (۲۵٪) ارزش افزوده فعالیت بانکداری و بیمه، به تفکیک، به بخش تعاونی تعلق گیرد.

۲۷ - بانک مرکزی موظف است سهم سالانه بخش تعاونی از تسهیلات بانکی و چگونگی اعطای آن را به منظور تصمیمگیری در شورای پول و اعتبار تعیین نماید.

۲۸ - بانک مرکزی در اجرای بند (۲) اصل (۴۳) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران موظف به ارائه پنج برنامه زمانبندی دوساله در خصوص اختصاص تسهیلات قرض الحسنه بانکی به اعضای سه دهک اول درآمدی تعاونیها با حداکثر تسهیل در مدت زمان بازپرداخت در چهارچوب مصوبات شورای پول و اعتبار و در قالب شرکتهای تعاونی فراگیر ملی است به نحوی که پس از پایان چشم انداز سند حداقل (۲۰٪) از تسهیلات قرض الحسنه بانکی به اعضای سه دهک اول درآمدی تعاونیها اختصاص یافته باشد.

۲۹ - وزارت آموزش و پرورش موظف به ارائه پنج برنامه زمانبندی دوساله است، به نحوی که پس از پایان چشم انداز سند، حداقل (۳۰٪) از فضاهای آموزشی و اماکن خود را، در زمانی که استفاده نمیکند، از طریق انعقاد قرارداد به شرکتهای تعاونی خدمات آموزشی و دانش بنیان واجد شرایط با اولویت شرکتهای تعاونی کارکنان همان مدارس واگذار نماید.

۳۰ - وزارت آموزش و پرورش موظف است با اولویت دادن به بخش تعاونی، از تأسیس و توسعه تعاونیهای آموزشی، مدارس و مراکز آموزشی در قالب الگوهای تعاونی در سطوح مختلف تحصیلی حمایت نماید.

۱۶ - وزارتخانه های امور اقتصادی و دارایی، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان برنامه و بودجه کشور و مؤسسات اعتباری و صندوقهای ضمانت دولتی موظف به تدوین و ابلاغ مقرراتی طی (۵) برنامه زمانبندی دوساله هستند، به نحوی که پس از پایان چشم انداز سند، در تمامی بانکها و صندوقهای اعتباری یا ضمانتی دولتی، سالانه سهم بخش تعاونی در اعطای تسهیلات اعتباری یا ضمانت سرمایه گذاری و معاملات، در صورت وجود متقاضیان واجد شرایط، متناسب با سهم بخش تعاون باشد.

۱۷ - وزارتخانه های تعاون، کار و رفاه اجتماعی و امور اقتصادی و دارایی و سازمان برنامه و بودجه کشور و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، با رعایت سایر قوانین و مقررات، ترتیبی اتخاذ نمایند تا ظرف سه سال از تاریخ ابلاغ این سند، با پیش بینی منابع بودجه ای و سایر منابع، سرمایه بانک توسعه تعاون و صندوق ضمانت سرمایه گذاری تعاون براساس سهم تعاون از اقتصاد افزایش یابد. همچنین منابع ثابتی برای افزایش سرمایه بانک توسعه تعاون به صورت سالانه در نظر گرفته شود.

۱۸ - سازمان برنامه و بودجه کشور موظف است در تنظیم و مبادله موافقتنامه با دستگاههای اجرایی ذیربط تصریح نماید که متناسب با سهم بخش تعاون تسهیلات وجوه اداره شده، کمکهای فنی و اعتباری و سایر کمکهای بلاعوض که برای ایجاد و گسترش اشتغال و سرمایه گذاری بخشهای غیردولتی منظور میشود، بخش تعاونی را با هماهنگی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در اولویت قرار دهند.

۱۹ - سازمان برنامه و بودجه کشور موظف است حسب درخواست وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی منابع لازم را در اجرای جزء (۲) بند (ج) ماده (۹) قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی در بودجه سالانه کل کشور پیشبینی نماید.

۲۰ - سازمان برنامه و بودجه کشور موظف است به پیشنهاد وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی منابع بودجه ای لازم را برای اعطای یارانه سود و کارمزد تسهیلات بانکی به بخش تعاونی، در عقود مبادلهای و مشارکتی (ریالی و ارزی)، به میزان حداقل (۵۰٪) سود و کارمزد متعلقه پیشبینی نماید.

۲۱ - سازمان برنامه و بودجه کشور موظف است با همکاری وزارت امور اقتصادی و دارایی در اجرای این سند و قانون اجرای سیاستهای کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی از جمله بند (د) سیاستهای کلی اصل (۴۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، منابع موضوع ردیف (۲) ماده (۲۹) قانون یاد شده و اعتبارات مصوب بخش تعاونی را مطابق ماده (۳۰) قانون برنامه و بودجه کشور تخصیص دهد تا توسط خزانه داری کل کشور پرداخت شود. مانده مصرف نشده اعتبارات مذکور در پایان هر سال مالی به همان حساب درآمد واگذاریها، نزد خزانه داری کل واریز میشود.

تبصره پیشبینی اعتبارات لازم برای اجرای سیاستها و تکالیف موضوع این سند، تغییری در پیشبینی منابع برای سایر ردیفهای بودجه ای موجود که در این سند نیامده است به وجود نخواهد آورد.

۲۲ - مرکز آمار ایران موظف است با اصلاح نظام آمارهای ملی و حسابهای ملی، آمارها و گزارشهای اقتصادی را در سه قالب دولتی، تعاونی و خصوصی به صورت مستقل ارائه داده و نسبت به اصلاح نظام آماری کشور در راستای

بانک مرکزی موظف است سهم سالانه بخش تعاونی از تسهیلات بانکی و چگونگی اعطای آن را به منظور تصمیمگیری در شورای پول و اعتبار تعیین نماید



## خروج اقتصاد ایران از رکود یک دهه اخیر و حرکت به سمت رشد بلندمدت



کاهش فشار تحریم ها از سال ۱۴۰۰ تا کنون متوسط سالانه نرخ رشد اقتصادی به ۴ درصد افزایش یافته است. هر چند که این نرخ رشد اقتصادی نصف نرخ مورد نیاز برای حل مشکلات اقتصادی کشور است اما نشان می‌دهد که اقتصاد ایران از رکود یک دهه اخیر بتدریج در حال خارج شدن است و به رشد بلند مدت خود نزدیک شده است.

### \* وضعیت بخش کشاورزی

خلیلیان ادامه داد: متوسط سالانه رشد بخش کشاورزی در بلند مدت از سال ۱۳۳۸ تاکنون حدود ۴ درصد است که نشان‌دهنده ظرفیت و توان واقعی اقتصاد کشاورزی کشور است. رشد بخش کشاورزی از سال ۹۰ بدلیل توسعه سرمایه گذاری، تا سال ۹۲ روند افزایشی داشت و به بالای ۵ درصد رسید اما از سال ۱۳۹۳ بتدریج کاهش یافت به گونه ای که در ده فصل اخیر از سال ۱۴۰۰ تا کنون منفی شده است که زنگ خطری برای امنیت غذایی کشور است. وی افزود: بر خلاف روند رشد کل اقتصاد کشور که به سوی رونق و خروج از رکود است، اما رشد بخش کشاورزی در سالهای اخیر دچار چالش و روند منفی شده است.

به گفته خلیلیان؛ روند منفی تولیدات کشاورزی سبب شده که واردات محصولات کشاورزی به بیش از ۲۵ میلیون تن در سال ۱۴۰۱ به ارزش ۱۷ و نیم میلیارد دلار و تراز تجاری منفی ۱۲ میلیارد دلاری برسد. وی ادامه داد: تخصیص این میزان ارز یارانه‌ای برای واردات کشاورزی، فشار سنگینی به ذخایر ارزی کشور وارد آورده که ضمن تضعیف تولیدات ملی و تضعیف ارزش پول ملی، سبب رانت و فساد اقتصادی در واردات، شبکه توزیع کالا و قاچاق به کشورهای همسایه شده است.

استاد دانشگاه تربیت مدرس افزود: در بخش صادرات محصولات کشاورزی رکورد ۶ میلیارد دلاری که در سالهای ۸۹ الی ۹۲ محقق شد، در ده سال گذشته نه تنها افزایش نیافت بلکه در چند سال اخیر مقداری هم کاهش داشته

اقتصاد ایران از رکود یک دهه اخیر بتدریج در حال خروج است و به رشد بلندمدت خود نزدیک شده است.

به گزارش فارس، نشست هم‌اندیشی جمعی از اساتید دانشگاه تربیت مدرس با موضوع «نقش دانشگاهیان در تبیین موضوعات اقتصادی کشور، بررسی شاخص‌های کلان اقتصاد ایران و بخش کشاورزی» در تهران برگزار شد. در ابتدای این جلسه، صادق خلیلیان استاد دانشگاه، به بررسی اهداف برنامه توسعه ششم پرداخت و گفت: هدف برنامه ششم توسعه دستیابی به نرخ سالانه رشد اقتصادی ۸ درصد در دوره ۱۳۹۶ الی ۱۴۰۰ بود که چنین نرخی نیاز کشور برای تحقق رفاه و رونق اقتصادی جامعه و کاهش بیکاری است. هدف دیگر برنامه، کاهش نرخ بیکاری به ۸.۶ درصد در سال ۱۴۰۰ بود. از نظر توزیع عادلانه درآمد و کاهش فاصله طبقاتی، دستیابی به ضریب جینی معادل ۳۴ درصد از اهداف دیگر برنامه تعیین شد.

### \* روند رشد اقتصادی

وی با بیان اینکه متوسط نرخ سالانه رشد اقتصاد ایران در بلند مدت (۶۲ ساله) ۴ درصد است که بیانگر ظرفیت حقیقی اقتصاد کشور است، افزود: میانگین ۳۵ ساله نرخ رشد اقتصادی کشور از ۱۳۶۸ تا سال جاری نیز حدود ۳.۵ درصد است که واقعیت توان اقتصاد ایران در سه دهه اخیر را نشان می‌دهد.

خلیلیان ادامه داد: روند اقتصاد کشور در سالهای ۹۷ و ۹۸ دارای رشد منفی بوده که علت آن در چه اول تحریم‌ها و در درجه دوم تدابیر غلط و بعضاً ناقص دولت آقای روحانی بود که از جمله این تدابیر به اجرای بد اصلاح قیمت بنزین در سال ۹۸ و سیاست رانت ارز ۴۲۰۰ که به از دست رفتن ۲۸ میلیارد دلار ارز کشور و فساد اقتصادی منجر شد می‌توان اشاره کرد. دولت آقای روحانی با میانگین سالانه نرخ رشد اقتصادی حدود صفر در تحقق اهداف برنامه ششم موفقیتی کسب نکرد.

استاد دانشگاه تربیت مدرس افزود: با روی کار آمدن دولت آقای رئیسی بخشی از واحدهای تولیدی تعطیل و نیمه تعطیل مجدداً فعال شده و با

روند اقتصاد کشور در  
سال‌های ۹۷ و ۹۸ دارای  
رشد منفی بوده است

اعلام شده در حالی که بر اساس برآورد کارشناسی، در خوشبینانه‌ترین حالت، نرخ واقعی بیکاری در آن سال حداقل ۱۱.۲۴ درصد است و هدف برنامه ششم توسعه (۸.۵ درصد) در دولت آقای روحانی محقق نشده است. اگر سال ۹۸ را مبنا بگذاریم بر اساس گزارش مرکز آمار ایران، جمعیت فعال کشور حدود ۲۷.۲ میلیون نفر، جمعیت شاغل حدود ۲۴.۳ میلیون نفر و تعداد بیکاران ۲.۹ میلیون نفر بوده است. با توجه به کاهش تعداد شاغلین به ۲۳.۴۵ میلیون نفر در سال ۱۴۰۰، تعداد بیکاران

حداقل ۳ میلیون و هفتصد هزار نفر بوده و نرخ بیکاری بجای کاهش یافتن، افزایش داشته که از هدف برنامه فاصله زیادی دارد. با وجود کاهش اشتغال در دولت قبل اما با کاهش دادن نرخ مشارکت، اعلام شد که نرخ بیکاری کاهش یافته که با واقعیت مطابقت نداشت.

خلیلیان در پاسخ به سئوالی در مورد وضعیت اشتغال و نرخ بیکاری در سال ۱۴۰۲، اعلام کرد: بررسی آمار با توجه به تعداد بیکاران سال ۱۴۰۰، نرخ رشد جمعیت فعال و با قبول آمار اعلامی دولت در تعداد شاغلان برابر ۲۴.۸ میلیون نفر در حال حاضر، باید گفت که دولت آقای رئیسی با فعال کردن واحدهای تعطیل و نیمه تعطیل و تحقق نرخ رشد اقتصادی برابر ۴ درصد در دو سال متوالی، توانسته در کاهش تعداد بیکاران و نرخ بیکاری نسبت به دولت قبل موفق تر عمل کند هرچند که هنوز حداقل ۳ میلیون نفر جوان بیکار در کشور هستند و نرخ واقعی بیکاری نیز حدود ۱۰ درصد است. دولت باید با جدیت و برنامه ریزی برای ایجاد حدود ۲ میلیون شغل در دو سال آتی، مشکل بیکاری در کشور را کاهش دهد و به شرایط قابل قبولی برساند.

### \*رشد بهره‌وری در اقتصاد کشور\*

استاد دانشگاه تربیت مدرس افزود: بر اساس برنامه ششم مقرر شده بود که رشد سالانه بهره‌وری معادل ۲.۸ درصد باشد و سهم بهره‌وری از رشد اقتصادی به ۳۳ درصد برسد؛ اما بر اساس آمار رسمی منتشر شده، رشد این شاخص در طول برنامه، برابر صفر بوده است و هدف برنامه تحقق نیافته است.

وی افزود: یکی از اشکالات اقتصاد ایران که با نرخ رشد اقتصادی پایین، نرخ بیکاری دو رقمی و نرخ های تورم بالا همراه است، پایین بودن بهره‌وری کل عوامل تولید شامل مدیریت، سرمایه و نیروی کار است. نرخ رشد بلندمدت بهره‌وری در ۵۰ سال گذشته و همچنین نرخ رشد میان مدت بهره‌وری در ده سال اخیر نزدیک به صفر بوده است و تا زمانی که این مشکل حل نشود روند بهبود شرایط اقتصادی ایران بسیار کند و بطئی، پرهزینه و متکی به درآمدهای نفتی خواهد بود.

خلیلیان اضافه کرد: بر اساس روند بلندمدت و میان مدت شاخص‌های اقتصادکلان کشور، دولت و مجلس در برنامه های توسعه و بودجه های سالانه باید تمهیداتی متفاوت با روند موجود و گذشته اتخاذ کنند تا وضعیت اقتصاد کشور، متناسب با شان مردم ایران و در تراز اهداف انقلاب و قانون اساسی بهبود یابد.



است. همچنین نرخ تورم محصولات کشاورزی و مواد غذایی نیز حداقل ده درصد بالاتر از نرخ تورم عمومی کشور قرار دارد که سبب افزایش شدید قیمت مواد غذایی، فشار اقتصادی به مردم و کاهش مصرف اقلام اساسی (بجز مرغ و تخم مرغ) در طبقات متوسط و پایین درآمدی مردم شده است.

وی گفت: این شاخص‌ها نشان می‌دهد که با وجود پدیده خشکسالی در بیشتر سالهای دو دهه گذشته، بخش کشاورزی نیاز به تحولات اساسی در مدیریت، سیاست گذاری

و اقدامات تاثیرگذار از جمله بکارگیری توسعه سرمایه گذاری و فناوری های مدرن جهت افزایش بهره‌وری و تولید دارد. تداوم روند ده ساله اخیر بخش کشاورزی، دستاورد و نتیجه ای بهتر از آنچه که در حال حاضر وجود دارد نخواهد داشت.

### \* شاخص نابرابری

خلیلیان اظهار کرد: علاوه بر توجه به افزایش رشد اقتصادی، در روند توسعه، باید توزیع درآمد در جامعه متوازن و عادلانه باشد و فاصله طبقاتی کاهش یابد در غیر اینصورت نتایج رشد اقتصادی عاید طبقه ثروتمند جامعه، سرمایه داران و افراد بانفوذ سیاسی و قدرتمند می‌شود. خوشبختانه بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، توسعه همه جانبه کشور روند رو به رشدی داشته و نسبت به قبل از انقلاب تحولات بزرگی در همه زمینه ها صورت گرفته است. بر اساس گزارش برنامه توسعه سازمان ملل، شاخص کلی توسعه ایران از درجه توسعه

پایین به درجه توسعه بالا افزایش یافته است و اقتصاد ایران جزو بیست اقتصاد اول دنیا قرار دارد.

استاد دانشگاه تربیت مدرس بیان کرد که هدف برنامه‌های توسعه در ایران کاهش ضریب جینی به ۳۴ صدم الی ۳۶ صدم واحد بوده است اما تنها دوره‌ای که کشور به این عددها نزدیک شده دوره پس از اجرای هدفمند سازی یارانه‌ها در سالهای ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۲ است. قبل از انقلاب فاصله طبقاتی زیاد و وضعیت خوبی از نظر توزیع درآمد در جامعه وجود نداشت و ضریب جینی بالاتر از ۵۰ صدم واحد بود که نشانه توزیع بسیار ناعادلانه درآمد در ایران در آن دوران است.

وی بیان کرد: در دهه اول بعد از انقلاب و در دوران دفاع مقدس، ضریب جینی به حدود ۴۰ صدم واحد کاهش یافت اما در سه دهه بعد از آن تاکنون، پیشرفتی در بهبود توزیع درآمد کشور بوجود نیامده است و ضریب جینی کشور فقط در سال های ۹۰ الی ۹۲ به حدود ۳۶ صدم الی ۳۷ صدم واحد که نشانه برقراری نسبی توزیع عادلانه درآمد است دست یافت. نظام حکمرانی کشور (مجلس و دولت) باید در این زمینه اقدامات اساسی صورت دهند تا اهداف انقلاب و قانون اساسی در زمینه برقراری عدالت در جامعه محقق شود.

### \* اشتغال و نرخ بیکاری

خلیلیان افزود: نرخ بیکاری در سال ۱۴۰۰ از طرف دولت برابر با ۹.۲ درصد

## انتخابات یک حق عمومی و شهروندی است انتخاب کردن، مسأله این است



تا حدودی رنگ می‌بازد.

### حق یا تکلیف مسأله این است

موضوع حق و تکلیف بودن حضور مردم در انتخابات آنچنان محل مناقشه نبوده اما نقطه عطف بسیاری از شرکت‌کنندگان در انتخابات دوره‌های گذشته بود است. عمل به تکلیف که برای بسیاری از افراد جامعه مهم فرض می‌شود موجب شد تا در هر دوره از برگزاری انتخابات پای صندوق رای بیایند اما این نمی‌توانست کافی باشد چرا که رای مسئولیت دارد و لازم است با آگاهی انجام شود یعنی انتخاب افراد مبتنی بر شناخت و تحقیق و بررسی صورت گرفته باشد.

مقام معظم رهبری در جدیدترین اظهارنظر خود پیرامون انتخابات به مسأله مهم حق پرداختند و انتخابات را در زمره حقوق و تکالیف افراد یادآور شدند و اینطور عنوان کردند: انتخابات مصداق کامل یک میدان سیاسی است. بنده چند مرتبه در زمینه‌ی انتخابات تکرار کرده‌ام که انتخابات یک میدان سیاسی‌ای است که حضور مردم در آن، به معنای واقعی کلمه لازم است؛ یعنی، هم وظیفه‌ای است برای مردم، هم حقی است برای مردم. حضور در انتخابات صرفاً تکلیف نیست؛ حق است؛ حق شما است، حق مردم است که انتخاب کنند آن کسی را که مایلند برایشان قانون بنویسد یا قانون را اجرا کند یا در مورد رهبر نظر بدهد یا [از طریق] مجلس خبرگان، رهبر را انتخاب کند. این حق مردم است؛ بایستی وارد بشوند و از حق خودشان استفاده کنند. همچنین گفتند: روشن است که رسیدن به هدفهای اسلامی — حالا

مشارکت در انتخابات و نرخ مشارکت در کنار واژگانی چون مشروعیت نظام، پُر تکرار ترین واژگان انتخاباتی است اما دقیقاً صحبت از کدام نوع مشارکت است؟ مشارکتی مبتنی بر تنوع آراء و گرایش‌های سیاسی؟ چهره‌های سیاسی از دو جناح سنتی سیاسی چپ و راست همچنان مخاطب را در انتظار نسخه و تئوری‌های از قبل تعیین شده‌ای تصور می‌کنند که بارها و بارها در انتخابات گذشته از آن مدد گرفتند حال آنکه یک نکته مهم را فراموش کردند و آن تغییر نسل است. نسل جوان و کسانی که تحلیل متفاوت خود را از وقایع و ساختارهای اجتماعی و سیاسی دارند.

مشارکت در نگاه کلی حضور حداکثری از میان آحاد جامعه در انتخابات تلقی می‌شود و این که مردم جامعه چقدر از میان کاندیداهای یک حزب خاص تمایل به شرکت در انتخاب دارند محل بحث است؛ بحثی که چهره‌های سیاسی از هر جناح تمایل دارد حضور نمایندگان خود در انتخابات را عامل حضور بیشتر در پای صندوق قلمداد کند. البته در این میان اصلاح‌طلب‌ها بیشترین اظهارات را نسبت به دیگران داشتند و مدعی هستند حضور آنها در انتخابات به حضور مردم گره خورده است!

در نظام سیاسی که تحزب‌گرایی نمود درستی ندارد، قیاس آن با نظام‌های حزبی دنیا ممکن نیست. نمی‌توان انتظار قواعد حاکم در دیگر کشورها را داشت اما آیا می‌توان به یک مدل پُر تکرار در سنوات گذشته استناد کرد؟ نگاه به انتخابات در دوره‌های مختلف از زوایای مختلف محل بحث و تأمل است چرا که اساساً در بسیاری از انتخابات‌های برگزار شده هیچ رقیب جدی مطرح نبوده و این حقیقت که مردم به دلیل حضور حزب خاصی در انتخابات شرکت کرده باشند

انتخابات مصداق کامل  
یک میدان سیاسی است



## مردم چطور چشم بر حق رای خود نمی‌بندند؟

احمد رسولی نژاد عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت: باید وعده‌هایی که به مردم می‌دهیم را عملی کنیم و فرقی بین مجلس و دولت نیز وجود ندارد، مجلس و دولت باید تلاش کنند وعده‌هایی در زمان تبلیغات انتخابات به مردم ارائه کنند که واقعی باشد. ما شرایط کشور را می‌دانیم، باید متناسب با شرایط و منابع موجود به مردم وعده داد، چراکه بر رای مردم اثر می‌گذارد.

وی اظهار کرد: در ابتدای انقلاب و در زمان جنگ اکثریت قاطع مسئولان در سطوح ملی و استانی در خدمت به مردم و جهاد و شهادت با یکدیگر رقابت می‌کردند. مسئولان ما ساده زیست بودند و به حداقل‌ها راضی بودند. باید روحیه ایثار و فداکاری و ساده‌زیستی را زنده کنیم. نه در شعار بلکه در عمل باید این روحیه را زنده کنیم. بنده بارها گفته‌ام که ما باید با عمل و رفتار خود مردم را جذب کنیم. از سوی دیگر برای افزایش مشارکت، مردم باید صداقت، سلامت و تناسب رفتار با گفتار مسئولان را ببینند.

حبیب‌الله بوربور، عضو شورای مرکزی خانه احزاب بهترین نوع انتخابات در کشور را انتخابات جریانی دانست و گفت: جریان‌های سیاسی در آستانه انتخابات باید برنامه‌های خود را به صورت شفاف به مردم ارائه کنند. طبعاً در معرفی برنامه‌ها، شاخص‌ها، تعهدات انجام وعده‌ها و ... هم مشخص می‌شوند. در این حالت انتخاب فرد اصلح برای مردم سهل و آسان می‌شود. ورود افراد غیرکارشناس و غیرمتخصص سبب ناکارآمدی مجلس می‌شود. قطعاً حضور افراد صاحب نظر در مجلس می‌تواند آهنگ حرکت کشور به سوی قله پیشرفت و موفقیت را شتاب دهد. دبیر کل جمعیت وفاداران انقلاب اسلامی با اشاره به آمار ثبت نام نامزدها برای انتخابات آینده مجلس، عنوان کرد: برای دوره آینده انتخابات مجلس حدود ۴۰۰ نماینده ادوار ثبت نام کرده‌اند که بیش از ۲۰۰ نفر از آن‌ها نمایندگان منصوب به جریان اصلاح‌طلبی هستند. بنابراین ادعاهایی درباره رد صلاحیت اصلاح‌طلبان واقعیت ندارد. وی همچنین با انتقاد از رویکرد انتخاباتی برخی از رسانه‌های کشور، گفت: برخی رسانه‌ها این گونه القا می‌کنند که انتخابات آینده برای ورود اصولگرایان مهندسی می‌شود اما باید به عنوان عضو فراقسیون اصولگرایان خانه احزاب بگویم اصلاً چنین نیست. مروری بر انتخابات‌های گذشته نشان می‌دهد که هیچ‌گاه در کشور مهندسی انتخابات صورت نگرفته و در برخی از دوره‌ها نیز جریان اصلاح‌طلبی حائز بیشترین آرای مردم بوده است. این فعال سیاسی اصولگرا میزان مشارکت در انتخابات انجام شده را در کل کشور بیش از ۵۰ درصد پیش‌بینی کرده بود.

اکرم السادات حسینی



اسمش را بگذارید «نظام اسلامی»، در نهایت «تمدن اسلامی» — جز با حضور مردم، جز با توجه و مبادرت مردم امکان‌پذیر نیست؛ باید مردم بخواهند، مردم بیایند، مردم اقدام کنند. این برای ما یک اصل شد؛ حالا یک نفری مسئولیت دولتی دارد، برای جلب مردم، جذب مردم، آوردن مردم به صحنه یک جور باید عمل بکند، یک وقت یک نفری در منبر نماز جمعه فعال است، او یک جور [دیگر]؛ یعنی توجه داشته باشیم که مسئله «مردم» یک اصل اسلامی است، بدون آن کاری نمی‌شود کرد، به هدفها نمی‌شود رسید، به حیات نمی‌شود رسید.

## باید بستر مشارکت مردم در انتخابات فراهم شود

محمد موحدی آزاد دادستان کل کشور گفت: یکی از وظایف ما مسئولان در کشور، مهیا کردن بسترهای لازم برای افزایش مشارکت‌های مردمی است. انتخابات یک رکن از ارکان دموکراسی و مردم‌سالاری دینی در ایران است و این جنبه مهم از دموکراسی باید همچون گذشته کارکرد اصلی خود را حفظ کرده و نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران را در مقابل دشمنان بیمه کنند. انتخابات تعیین سرنوشت و حق مردم است و باید از این ظرفیت به خوبی استفاده شود و شاهد یک انتخابات باشکوه و با مشارکت بالا باشیم.

معاندان می‌خواهند مردم را از انتخابات باز دارند

بابک نگاهداری رئیس مرکز پژوهش‌های مجلس گفت: کارکرد انتخابات علاوه بر برگزیدن نمایندگان و مسئولان آینده کشور، تعیین سرنوشت است، راهی برای تحقق اراده مردم در حکمرانی و ابزار تبدیل اراده مردم به کرسی‌های نمایندگی نیز به شمار می‌رود. نگاهداری با اشاره به اصل ششم قانون اساسی که بر اداره امور کشور با اتکال به آرای عمومی تأکید دارد، افزود: در تاریخ ۴۵ ساله انقلاب اسلامی ۳۹ انتخابات برگزار شده که نشانه‌ای از کارنامه خوب نظام در اتکا به رأی مردم است. وی با اشاره به بیانات امام خمینی (ره) مبنی بر اینکه سرنوشت کشور با انتخابات رقم می‌خورد، افزود: رهبر انقلاب نیز یکی از پایه‌های نظام را انتخابات دانسته و گفته‌اند که مردم‌سالاری با حضور و مشارکت مردم و ارتباط فکری، عقلی و عاطفی با انقلاب است که شکل می‌گیرد و مردم‌سالاری عاملی مهم در پایداری ملت ایران است.

رئیس مرکز پژوهش‌های مجلس ادامه داد: مقام معظم رهبری جهاد تبیین را در این مقطع، به معنی افزایش مشارکت در انتخابات دانسته‌اند. پاره‌ای مشکلات معیشتی ممکن است که مشارکت مردم را تحت تأثیر قرار دهد و از سوی دیگر توطئه دشمنان که حضور مردم را کم اثر یا بی‌اثر جلوه کنند و در نتیجه مردم را از مشارکت در انتخابات بازدارند.

مسئله «مردم» یک اصل اسلامی است، بدون آن کاری نمی‌شود کرد، به هدفها نمی‌شود رسید، حیات نمی‌شود رسید



نوروز پیام آور شادی و امید بوده و همواره با خود حس نو شدن و زندگی داشته است.

این یادگار کهن میهن عزیزمان امسال در حالی برگزار می شود که کشور ما درگیر شدیدترین مشکلات در بخش اقتصادی و صنعت است.

امید و تلاش مضاعف می تواند ما صنعتگران و مبارزان خط مقدم جبهه صنعت و اقتصاد را از این شرایط عبور دهد.

در این تغییر فصل و بیدار شدن طبیعت، فعالان اقتصادی و صنعتی باید فارغ از شرایط حاکم بر کشور با ایجاد تغییرات و جامه نو پوشاندن به روش فعالیت خود همزمان با گذار طبیعت و شکوفا شدن نباتات، بنگاه اقتصادی خود را با رویکرد جدیدی وارد سال ۱۴۰۳ کنند.

یقین دارم که ما فعالان اقتصادی با تغییر رویکردهای خود و تعامل بیشتر با هم و انجام تعاملات در ساختار کاری خود می توانیم خود محرک تغییرات مثبت در کشور باشیم.

بیاییم با خود عهد ببندیم در سال جدید فارغ از هر دیدگاه سیاسی، قومی، سلیقه ای برای اعتلای کشور عزیزمان و سربلندی زنان و مردان ایرانی در دنیا، هر کدام با ایجاد یک تغییر، پایه گذار تحولات گسترده در سطح اقتصاد کشور به سهم خود باشیم.

آتور صنعت به عنوان تأمین کننده تجهیزات صنعتی و رأس هرم هلدینگ تولیدی و بازرگانی در همین راستا در سال ۱۴۰۳ با تحولات گسترده و رویکردهای جدید به استقبال بهار طبیعت خواهد رفت. امید است که این مجموعه به سهم خود پایه گذار این تحولات در آغاز فصل جدید باشد.

**مهندس میلاد اسماعیلی**

با فرا رسیدن نوروز و دنیایی از حس تازگی، فرصتی عالی داریم تا برنامه هایی برای دست یافتن به اهداف جدیدمان برگزینیم و به رشد و توسعه شخصی خود بیشتر بپردازیم. در سال ۱۴۰۳، هدف گذاری موثر و برنامه ریزی دقیق می تواند کمک شایانی باشد تا به تحقق آرزوها و آرمان هایمان برسیم. اینکه چگونه می خواهیم این سال را سپری کنیم و چه اهدافی برای خود در نظر داریم، بستگی به مقتضیات، طرز فکر و آمال شخصی دارد؛ اما آنچه مسلم است، این است که در هر موقعیت و شرایطی که هستیم، خوب است سعی کنیم در سال جدید شجاع تر باشیم؛ چه در تصمیم گیری ها، چه هدف گذاری ها و چه دنبال کردن آنها. نتیجه آنچه از خود شروع کردیم، می شود آن که از نو شروع کنیم و در زندگی بیشتر خودمان را جای دیگران بگذاریم، بیشتر خودمان را دوست داشته باشیم و در آخر به آینده زمین و طبیعتی که به ما امانت داده شده بیشتر بیاندیشیم.

من این سال را به عنوان یک فرصت برای رشد شخصی و حرکت به سمت بهتر شدن در همه جنبه های زندگی خود می بینم و باور دارم که با تمرکز، پافشاری و انعطاف پذیری، می توانیم با تحقق اهدافمان، سالی موفق و مفید برای خود و دیگران بسازیم.

**مهندس شروین نوربخش**







در شرایطی که سایر سیستم‌های خنک سازی ناکارآمد و گران قیمت می باشند، این نوع کولرهای تبخیری بسیار قوی و کاربردی میباشند این نوع کولر های تک مرحله ای قابلیت کاهش دما حداکثر تا ۲۰ درجه سانتی گراد را دارا هستند و مناسب جهت خنک سازی محیط های صنعتی، فروشگاه‌های، تعمیرگاهی و حتی فضای باز می باشد یکی از مزایای اصلی این کولر عدم نیاز به نصب و راه اندازی خاص و دشوار می باشد تنها کافیسیت دو شاخه برق وصل شده و آب مورد نیاز تامین گردد

### ویژگی‌ها

۱	قابلیت جابجایی آسان با توجه به چرخهای گردان قفل دار
۲	دارای صفحه کنترل دیجیتال، اتومات، دستی و مجهز به ریموت
۳	ظرفیت خنک کنندگی ۵۰۰ متر مربع
۴	حجم مخزن آب ۲۷۰ لیتر
۵	دارای سنسور تشخیص سطح آب
۶	دارای کلید محافظ جان برای امنیت بیشتر و پیشگیری از برق گرفتگی
۷	بدنه پلی اتیلن دارای استحکام و مقاومت
۸	دارای پد سلولوزی خنک کننده و همچنین ثابت ماندن راندمان خنکی
۹	قابلیت پر نمودن آسان مخزن با شلنگ لوله و گالن آب
۱۰	قابلیت تنظیم دور موتور پره (سفارشی)
۱۱	وجود زه کش در کف مخزن آب برای تسهیل پروسه شستشو
۱۲	۱۸ ماه گارانتی
۱۳	۱۰ سال خدمات پس از فروش و تامین قطعه

### مشخصات فنی

وزن (kg)	ابعاد	هوادهی (m <sup>3</sup> /h)	شدت جریان (Amp)	الکتروموتور (اسب بخار)	قطر پروانه (cm)	سرعت باد	مدل
۱۲۰	۲۴۰*۲۰۲*۹۵	۳۸۰۰۰	۶۸	۱.۵	۱۳۰ cm	۸ m/s	APC 40000





**گروه مهیا**  
حرارتی، برودتی، الکتروموتور

## کولرهای صنعتی سلولزی

کولرهای صنعتی صرفاً در مدل سلولزی قابل ارائه می‌باشد. این محصولات با بالاترین سطح کیفی به بازار مصرف ارائه می‌شود. این محصول جهت مراکز تجاری، صنعتی، فروشگاه‌ها، محیط‌های اداری و آموزشی قابل استفاده می‌باشد.

Model	MCC 250	MCC 180	MCC 140	MCC 110	مدل دستگاه
Cooling System	تبخیری Evaporative	تبخیری Evaporative	تبخیری Evaporative	تبخیری Evaporative	سیستم سرمایش
Electrical	3ph-380V-10A	3ph-380V-8.5A	3ph-380V-3A 1ph-220V-6.4A	3ph-380V-3A 1ph-220V-6.4A	مشخصات الکتریکی
(CFM) Air Flow (m <sup>3</sup> /h)	14700 25000	10600 18000	8250 14000	6500 11000	هوادهی
Dimensions (cm)	177*177*188	150*150*168	129*129*145	106*106*121	ابعاد (سانتیمتر)
Motor Power	7.5	5.5	2	2	توان موتور (اسب بخار)
Weight + Water (kg)	400+320	265+130	170+90	135+70	جرم محصول + آب (کیلوگرم)

## ویژگی‌های محصول:

- فیلتر اولیه هوا در پدیده گرد و غبار (درمدلهای سلولزی)
- راندمان بالای محصول به دلیل استفاده از الکتروموتور های راندمان بالا
- کاهش لرزه، ارتعاش و صدای کولر در محل اتصال حلزون به بدنه اصلی به واسطه استفاده از لاستیک های لرزه گیر مناسب
- استحکام بالای بدنه به دلیل استفاده از ورقهای ضخیم تر در مقایسه با سایر محصولات مشابه موجود در بازار
- استفاده از رنگ پودری مقاوم برای استفاده در شرایط جوی ایران
- امکان تبدیل محصول از سلولزی به پو.شالی و بالعکس فقط با تبدیل درب کولر (در مدل های خانگی)
- بازده سرمایشی تقریباً ثابت در مدت زمان استفاده از کولر، در دوره های متفاوت کاری (در مدل های سلولزی)
- حذف حمل قطرات آب در مسیر جریان هوا carry-over و به تبع آن، عدم انتقال باکتری های مضر تنفسی و تامین هوای سالم تر (در مدل های سلولزی)
- کاهش مصرف انرژی و افزایش بازده سرمایش به واسطه افت فشار پائین پدهای سلولزی





**گروه مهیا**  
حرارتی، برودتی، الکتروموتور

## کولرهای خانگی (سلولزی- پوشالی)

تبدیل مدل‌های سلولزی به پوشالی و بالعکس وجود داشته و مصرف کننده در صورت تمایل می تواند فقط با تعویض درپها اقدام به تبدیل کولر نماید. (درپها توسط شرکت و از طریق نمایندگی های سراسر کشور قابل ارائه است.

کولرهای آبی سلولزی سری MCC و کولرهای پوشالی سری MC در سایزها و ظرفیتهای مخلف از ۳۵۰۰ تا ۷۵۰۰ ارائه می گردد. به واسطه طراحی خاص محصول امکان

Model	MCC 70	MCC 60+	MCC 60/55	MCC 35/40	مدل دستگاه
Cooling System	تبخیری Evaporative	تبخیری Evaporative	تبخیری Evaporative	تبخیری Evaporative	سیستم سرمایش
Electrical	1ph-220V-4.9A	1ph-220V-4.9A	1ph-220V-3.43A	1ph-220V-2.91A	مشخصات الکتریکی
(CFM) Air Flow (m <sup>3</sup> /h)	8200 4823	8200 4823	6460 3800	4450 2600	هوادهی
Dimensions (cm)	90*90*111	90*90*99	90*90*99	75*75*80	ابعاد (سانتی متر)
Motor Power	3/4	3/4	1/2	1/3	توان موتور (اسب بخار)
Weight + Water (kg)	86+50	74+50	74+50	54+35	جرم محصول + آب (کیلوگرم)

## ویژگی های محصول:

- فیلتر اولیه هوا در پدیده گرد و غبار (درمدل‌های سلولزی)
- راندمان بالای محصول به دلیل استفاده از الکتروموتور های راندمان بالا
- کاهش لرزه، ارتعاش و صدای کولر در محل اتصال حلزون به بدنه اصلی به واسطه استفاده از لاستیک های لرزه گیر مناسب
- استحکام بالای بدنه به دلیل استفاده از ورقهای ضخیم تر در مقایسه با سایر محصولات مشابه موجود در بازار
- استفاده از رنگ پودری مقاوم برای استفاده در شرایط جوی ایران

- امکان تبدیل محصول از سلولزی به پوشالی و بالعکس فقط با تبدیل درب کولر (در مدل‌های خانگی)
- بازده سرمایشی تقریبا ثابت در مدت زمان استفاده از کولر، در دوره های متفاوت کاری (در مدل‌های سلولزی)
- حذف حمل قطرات آب در مسیر جریان هوا carry-over و به تبع آن، عدم انتقال باکتری های مضر تنفسی و تامین هوای سالم تر (در مدل‌های سلولزی)
- کاهش مصرف انرژی و افزایش بازده سرمایش به واسطه افت فشار پائین پدهای سلولزی







**گروه مهیا**  
 حرارتی، برودتی، الکتروموتور

## بخاری کارگاهی نفتی و گازوئیلی (آبنوس، اطلس)

کارگاه را در اطراف خود گرم می نماید، این موضوع موجب کارایی بهتر بخاری در محیط های کارگری می شود. در این بخاری هوا بوسیله یک دمنده به داخل محفظه احتراق دمیده شده و با سوخت (نفت یا گازوئیل) ورودی به کوره ترکیب و عمل احتراق را شکل می دهد، سوخت موردنیاز این بخاری پس از فرمان شیربرقی، از باک بخاری تامین می گردد.

بخاری کارگاهی نفتی/ گازوئیلی مهیا سان سری MOS نوعی بخاری با انتقال حرارت جابجایی طبیعی است که جهت مصارف صنعتی کاربرد دارد. این بخاریها جهت فضاهای کارگاهی/ صنعتی در دو ظرفیت ۳۲۰۰۰ و ۵۰۰۰۰ کیلوکالری طراحی شده است. شکل استوانه ای این بخاری موجب انتقال حرارت در یک محیط ۳۶۰ درجه شده و محیط

Model	MOS450	MOS250	مدل دستگاه
Fuel Type	نفت / گازوئیل Gasoline / Kerosene	نفت / گازوئیل Gasoline / Kerosene	نوع سوخت
Fuel Consumption (Lit/hour)	1.6 - 5.6 1.3 - 5.7	1.5 - 3 0.9 - 3.6	مصرف سوخت (لیتر در ساعت)
Heating Space (m <sup>3</sup> )	500-1000	350-550	فضای قابل گرمایش (متر مکعب)
Heat Input (Kcal/h)	50000	32000	توان حرارتی ورودی (کیلو کالری در ساعت)
Dimensions (cm)	76*100*159	60*84*130	ابعاد (سانتی متر)
Weight (kg)	73	47	جرم محصول (کیلوگرم)

## ویژگی های محصول:

- تعمیرات و نگهداری سریع و کم هزینه
- دارای کلید ایمنی قطع سوخت، جهت جلوگیری از آتش سوزی در زمان قطع برق
- دارای صفحات چدنی فشرده و مقاوم به حرارت جهت ایجاد شعله مناسب
- دارای کوره ای استینلس استیل، مقاوم در برابر زنگ زدگی و حرارت

- دارای ظرفیت حرارتی بالا
- قابلیت گرمایش جابجایی محیطی در محیط به صورت ۳۶۰ درجه
- دارای پوشش رنگ نسوز نقره ای مقاوم
- دارای فین های انتقال حرارت جهت بالارفتن راندمان
- نصب آسان







**گروه مهیا**  
 حرارتی، برودتی، الکتروموتور

### هیتر برقی (طوبی)

محصولی زیبا، با کیفیت و راندمان بالا، بیشترین سطح ایمنی برای مشتریان تامین گردد. این محصول در سه توان ۵، ۱۰ و ۱۵ کیلووات قابل استفاده می باشد. به منظور تطابق با محیط مشتری این محصول در قالب رنگبندی متنوع قابل تحویل است.

هیترهای برقی مهیاسان سری MEH با استفاده از المنت های برقی با کیفیت و ایمنی بالا منطبق بر استاندارد ملی شماره ۱۵۶۴ طراحی و تولید گردیده است. در تولید این محصول با بهره گیری از دانش فنی طراحان خبره با تخصصهای برق و مکانیک تلاش شده تا ضمن ارائه

Model	MCC 70	مدل دستگاه
Fan Heating Class	H	کلاس حرارتی فن
Air Flow (CFM) (m <sup>3</sup> /h)	1300	هودهی
Electrical	3ph-400V-21.7A	مشخصات الکتریکی
Dimensions (cm)	43*54*51	ابعاد (سانتیمتر)
Power (Kw)	5-10-15	توان خروجی (اسب بخار)
Weight (kg)	28	جرم محصول (کیلوگرم)

### ویژگی های محصول:

- کنترل خودکار دما
- ایمنی بالا
- سبک، قابل حمل و نصب آسان و سریع
- کارکرد محصول در توانهای حرارتی ۵، ۱۰ و ۱۵ کیلووات
- طراحی زیبا و تنوع رنگ جهت انطباق با محیط مصرف
- قابل نصب در ارتفاع
- سرعت عمل در گرایش محیط
- پوشش رنگ مقاوم
- دمپره های قابل تنظیم جهت هوای گرم
- بی صدا





**گروه مهیا**  
 حرارتی، برودتی، الکتروموتور

### بخاری کارگاهی گازی (سرو، شمشاد)

این بخاری موجب انتقال حرارت در یک محیط ۳۶۰ درجه شده و محیط کارگاه را در اطراف خود گرم می‌نماید، این موضوع موجب کارایی بهتر بخاری در محیط‌های کارگری می‌شود.

بخاری کارگاهی گازی مهیاسان سری MGS نوعی بخاری با انتقال حرارت جابجایی طبیعی و مشعل اتمسفریک ظرفیت بالاست، که جهت مصارف کارگاهی / صنعتی در دو ۳۰۰۰۰ و ۵۰۰۰۰ کیلوکالری طراحی شده است. شکل استوانه‌ای

Model	MGS450	MGS250	مدل دستگاه
Fuel Type	گاز طبیعی NG	گاز طبیعی NG	نوع سوخت
Fuel Consumption (m <sup>3</sup> /hour)	5.3 m <sup>3</sup>	3.2 m <sup>3</sup>	مصرف سوخت (متر مکعب در ساعت)
Heating Space (m <sup>3</sup> )	500-950	380-550	فضای قابل گرمایش (متر مکعب)
Heat Input (Kcal/h)	50000	30000	توان حرارتی ورودی (کیلوکالری در ساعت)
Dimensions (cm)	76*93*159	60*75*130	ابعاد (سانتی‌متر)
Weight (kg)	60	38	جرم محصول (کیلوگرم)

### ویژگی‌های محصول:

- دارای مشعل اتمسفریک چدنی و بادوام
- دارای ظرفیت حرارتی بالا
- قابلیت گرمایش جابجایی محیطی در محیط به صورت ۳۶۰ درجه
- دارای پوشش رنگ نسوز نقره ای مقاوم
- تعمیرات و نگهداری سریع و کم هزینه
- دارای فین های انتقال حرارت جهت بالارفتن راندمان





**گروه مهیا**  
حرارتی، برودتی، الکتروموتور

## هیترهای گازی ( ترنج، ترمه )

دارای ۴۵۰۰۰ و ۲۵۰۰۰ کیلوکالری قابل ارائه به بازار مصرف است. به منظور تامین هرچه بیشتر خواست مشتریان محصولات سری MGH با دو مدل فن و بسته به نیاز ایشان ارائه می گردد. همچنین این محصول در قالب رنگبندی های متنوع و منطبق با محیط مشتریان قابل تحویل می باشد.

هیترهای گازی مهیاسان سری MGH جهت مصارف صنعتی و تجاری با مشعلهای اتمسفریک، طراحی و تولید گردیده است. این محصول در انطباق با استاندارد EN621 دارای تاییدیه و گواهینامه CE می باشد. این محصول در دو ظرفیت

Model	MGH845	MGH525	مدل دستگاه ترنج
Fuel Type	گاز طبیعی NG	گاز طبیعی NG	نوع سوخت گاز طبیعی
Fuel Consumption (m <sup>3</sup> /hour)	4.8 m <sup>3</sup>	2.7 m <sup>3</sup>	مصرف سوخت (متر مکعب در ساعت)
Heating Space (m <sup>3</sup> )	500-900	400-700	فضای قابل گرمایش (متر مکعب)
Electrical	1ph-220V-1A	1ph-220V-1A	مشخصات الکتریکی
Dimensions (cm)	71*61*97	71*41*84	ابعاد (سانتیمتر)
Weight (kg)	87	65	جرم محصول (کیلوگرم)

## ویژگی های محصول:

- راندمان حرارتی بالا به همراه طول عمر محصول
- رنگ بدنه الکترواستاتیک
- ایمن
- مشعل استیل
- نصب آسان
- رنگ قطعات داخلی از نوع نسوز و با مقاومت ۶۰۰ درجه سانتیگراد
- تعمیر و نگهداری سریع و کم هزینه
- شیر کنترل گاز ساخت شرکت Sit ایتالیا و در انطباق با استاندارد EN 126
- قابلیت نصب در ارتفاع و تنظیم دمپر
- طراحی زیبا و تنوع رنگ جهت انطباق با محیط مصرف کننده
- دارای حسگرهای کنترل حد و کنترل فن (ترمودیسک)
- سرعت عمل در گرمایش محیط







# بامهیا، آسایش مهیاست...

WWW.  
mahyagroup.  
com



جهت دانلود  
کاتالوگ محصولات  
سرمایشی و گرمایشی  
لطفا اسکن فرمایید.