

رژیم سرمایه‌گذاری



رئیس انجمن دوستی ایران و آلمان عنوان کرد

عدم برنامه‌ریزی و نبود زیرساخت چالش بخش اقتصاد و تولید

The head of the Iran-Germany Friendship Association said

**Lack of planning and lack of infrastructure is a
challenge in the economy and production sector**

وقال رئیس جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية

ويشكل الافتقار إلى التخطيط ونقص البنية التحتية تحدياً في
قطاع الاقتصاد والإنتاج

با آثار و گفتاری از:

فضل الله جواهری

سیف‌الهنیک نامی

احمد اصل رکن آبادی

محمد هادی طسوجی آذر

مهدی بستانچی

علی نقیب

اسفندیار سیفی

پریس فرزانه

فرشید پسیان زاده

سید عبدالرضا سید خاموشی

مجید جلالی

ابوالفضل شاهسونند

الهام سادات مظلومی

محمدرضا حاج بابایی

لیلا اژدری

سعیده یراقی

کار یا کوکبی

دنیای

WORLD OF INVESTMENT

رئیس‌جمهور کدوری



کارآفرین نمونه کشور

بخش تولید

کمبود سرمایه در گردش دارد

One of the best entrepreneur of the country

The production sector lacks working capital

رجل الأعمال النموذجي للبلاد

قطاع الإنتاج يفتقر إلى رأس المال العامل



Sockets & Switches

All the socket types you need, in one plate.



Thermostats

MONA thermostat offers a unique user experience with its touch design and minimalist icons, thermostats continue to add value to your space with frameless design.



Card Holders

MONA Card Holder makes the system able to turn off all electronic items that are left open when guests leave the room automatically.

Reads RF-ID Cards information in contactless.



021-74506

Atrinaco.com

@atrinacompany

EAE

SMART HOTEL Solutions

ELEKTROTEKNIK

Switches

You can reach all scenario types from a single point with user-friendly usage. Various switch alternatives from 1 button to 12 buttons.



DND MUR

MONA DND MUR information display, where you can easily see whether your guests are in the room, consists of a 100% glass touch screen and includes room number, hotel logo, Laundry, DND, MUR and doorbell buttons.





فراخوان عضویت

Aufruf zur Mitgliedschaft

انجمن دوستی ایران و آلمان

به مناسبت یکصد و پنجاهمین سالگرد روابط دوستانه ایران و آلمان، در راستای تقویت و گسترش ارتباطات فرهنگی، آموزشی، اجتماعی و اقتصادی، میان دو ملت ایران و آلمان از کلیه فعالین فرهنگی، هنری، ورزشی، آموزشی، اجتماعی و اقتصادی کشور دعوت به عضویت می نماید.



در صورت علاقه مندی به **عضویت** در کمیسیون های تخصصی و مشارکت در فعالیت ها و برنامه های انجمن دوستی ایران و آلمان بارکد را اسکن فرمایید.

کمیسیون های انجمن دوستی ایران و آلمان

- بانوان
- جوانان
- کشاورزی
- گردشگری
- کسب و کار
- مالی و حقوقی
- صنعت و معدن
- فرهنگی و هنری، ورزشی
- بهداشت، سلامت و پزشکی
- علمی، آموزشی و دانشگاهی
- ارتباطات و روابط بین الملل

 www.difv.ir  info@difv.ir  [@difv.ir](https://www.instagram.com/difv.ir)

 تهران، خیابان جردن، خیابان عاطفی شرقی، پلاک ۲۴، طبقه ۴ واحد ۴۰۲

Aufruf zur Mitgliedschaft

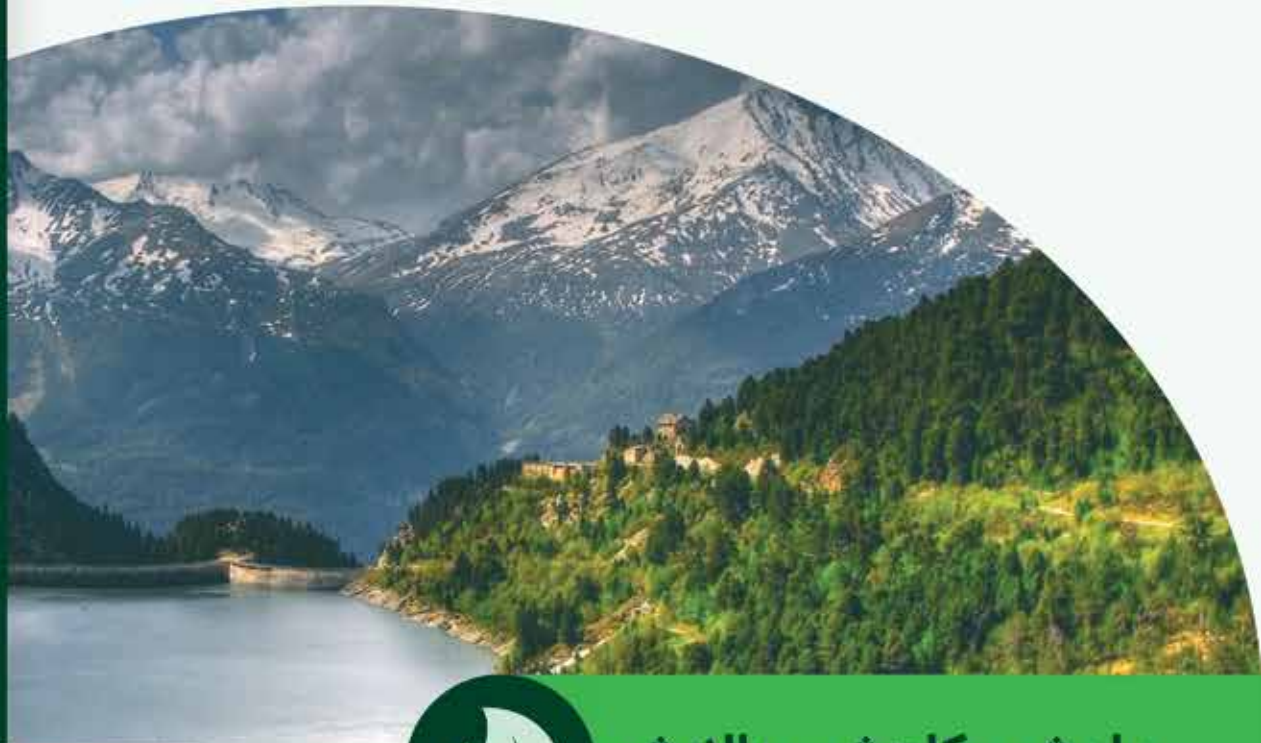
YAZD ELECTRODE

INDUSTRIAL GROUP



www.yazd-electrode.com | www.behsazan-simin.com
www.zanjan-wire.com | www.iran-bead-wire.com
www.jooshiran.com | www.kh-pti.com

شرکت سبزپویش روش کیمیا



پایش ، کاهش ، پالایش

• اولین و تنها شرکت دارای صلاحیت ارزیابی تخصصی چرخه حیات و استقرار ISO 14040_14044 در صنایع

• اعطای نشان محصول و خدمات سبز با عنوان GreenChitah

• تهیه گزارش تخصصی EPD برای صنایع

• خدمات مشاوره مهندسی محیط زیست

• حذف آلاینده‌گی و اجرای پروژه های مرتبط تصفیه ای

• عضو رسمی انجمن دوستی ایران و آلمان



09120718334 - 021-28426774



Sprk_Co



سبزپویش
روش کیمیا

www.sprkimia.ir

فاران تولید کننده انواع یو پی اس، باتری و استابلایزر
بیش از 34 سال سابقه در تولید تجهیزات الکترونیکی

UPS BATTERY STABILIZER



www.farancorp.com

 **FARAN ENERGY**

 **FARAN**
Academy

فکس : ۰۲۱-۷۶۲۵۰۸۲۸

 **FARAN MED**

 **FARAN NEXT**
Innovation & Acceleration

فروش : ۰۲۱-۷۱۳۲۷

خاکستر

مایع ظرفشویی ۵ در ۱ خاکستر



 | www.abidika.com

 | [drabidilabs](https://www.instagram.com/drabidilabs)

دکتر عبیدی توصیه می‌کند 

20eeva

Roben HOME APPLIANCES
HYUNDAI
Wacotec Co., Ltd
EVA United Ltd

بیش از بیست سال همراه شما
از ۱۳۸۰

More than twenty years with you
From 2000

www.eevatrading.com

24 MONTHS
GUARANTY



مراحل تصفیه :

- حذف نیترات
- حذف زنگ آهن
- حذف ذرات ریزمعلق در آب و مواد شیمیایی و میکروبی
- حذف کلر و مواد آلی
- حذف کامل تیرگی و بو نامطبوع
- قلیایی کردن آب جهت بهبود عملکرد دستگاه گوارش
- افزودن مواد معدنی مفید به آب
- شیرین کردن آبهای طعم دار

خدمات مشتریان ایوا سرویس

۰۲۱-۴۱۰۶۳۰۰۰

www.eevatrading.com

service@eevatrading.com

eeva.co

۰۹۱۲۸۱۹۱۲۴۶

۰۹۱۲۸۱۹۱۲۴۶

واحد خدمات مشتریان، آماده پاسخگویی به نیازهای خدماتی
از طریق راه های ارتباطی فوق می باشد.

آدرس: خیابان ولیعصر، کوچه ولدی، پلاک ۳۸، ط ۲





BOSTANCHI
Industrial Group

Best Solutions for Ventilation



Soler&Palau
Ventilation Group

**EXPLOSIVE HAZARDOUS
SERIES FANS**

Fans made in Spain



Series
HDT/HDB



Series
TD



+98 21 58392000

www.bostanchi.com





همین امروز در
لینکدین، اینستاگرام
یا از طریق واتساپ
پیام ارسال کنید یا کد
بالا رو اسکن کنید

 **Reza Abdi**

 **@agileq.de**

+4915226198361

www.AgileQ.de

abdi@agileq.de

مهندس رضا عبدی
ارزیاب و ممیز کیفیت
و مشاور تایید صلاحیت شده در آلمان



Iran

شرکت حمل و نقل بین المللی



Morsel Co. Ltd

شرکت مرسل (پن کنتیننتال سابق) به عنوان یک شرکت حمل و نقل بین المللی و کشتیرانی در سال ۱۹۷۵ تحت شماره ۲۲۳۰۵ ثبت گردیده است و امروز با بیش از ۴۰ سال سابقه درخشان در بخش های مختلف حمل و نقل با افتخار به ارائه خدمات گوناگون با بهره مندی و پشتوانه حرفه ای از ابتدا تا انتهای پروژه ها نموده است

حمل زمینی:

- ارائه خدمات گروپاژ از اقصی نقاط اروپا به ایران
- ارائه خدمات کامیون دربست از اقصی نقاط اروپا به ایران و بالعکس
- جابه جایی کالاهای فوق سنگین و فوق حجیم



حمل دریایی:

- ارائه خدمات فورواردری دریایی برای کانتینرهای دربست و گروپاژ
- ارائه خدمات دریایی برای کالاهای فله به ویژه در منطقه خلیج فارس
- خدمات ترکیبی دریا، جاده و ریل



حمل هوایی:

- خدمات حمل هوایی برای کالاهای مختلف از سراسر دنیا



سایر خدمات:

- ارائه خدمات اسنادی
- بسته بندی و انبار داری
- انجام امور گمرکی
- بیمه
- ترانزیت کالا به کشورهای آسیای میانه



شرکت مرسل

تهران، خیابان دکتر فاطمی، مقابل خیابان حجاب، شماره ۲۲۳، طبقه اول

تلفن: ۱۵ الی ۸۸۹۸۴۷۱۲ فکس: ۸۸۹۶۳۵۶۰

info@morsel-transport.com

www.morsel-transport.com





انجمن صنفی کارفرمایی
فناوری دیجیتال و هوشمندسازی

انجمن صنفی کارفرمایی فناوری دیجیتال و هوشمندسازی

انجمن صنفی کارفرمایی فناوری دیجیتال و هوشمندسازی به منظور شناسایی و تعامل بهتر کارفرمایان و فعالان این صنعت و گسترش و ارتقاء دانش فناوری دیجیتال و هوشمندسازی در تعامل با تمامی سازمان‌های دولتی و خصوصی تأثیرگذار بر کسب و کار فناوری دیجیتال و هوشمندسازی فعالیت مینماید.



WWW.AIDT.IR

info@aidt.ir



سرپرست کمیسیون بانوان انجمن دوستی ایران و آلمان بیان کرد

انجمن‌های دوستی بازوان قدرتمند دیپلماسی فرهنگی

۴۸

۵۲

مدیرعامل گروه صنعتی بستانچی

**کسب و کارها
متأثر از شرایط
بد اقتصادی هستند**



۴۰

مدیرعامل بنیاد ملی کاوش بیان کرد

**کیفیت بالای
تجهیزات پزشکی
آلمان**



بخش ۶



بخش ۵



بخش ۴



بخش ۳



بخش ۲



بخش ۱

سرمایه‌گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مرتضی فغانی

قائم مقام مدیر مسئول:

رضا فغانی

سر دبیر:

فرهاد امیرخانی

مدیر هنری:

سعیده نیکبخت

مدیر بازرگانی:

سارا نظری

ویراستار:

مصطفی حاتمی

مترجم:

سعید عدالت‌جو

عکاس:

میشم مافی

اعضای هیات علمی:

- دکتر فریدون حسنوند رئیس کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر علی اصغر عنایتی عضو کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی
- دکتر پرویز محمدنژاد عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر حسین حسین‌زاده عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی
- دکتر غلامعلی جعفرزاده ایمن آبادی نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی
- مهندس احمد رویایی مدیر عامل شرکت گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو
- دکتر عزیزالله عساری مدیر ارشد حوزه اقتصاد
- دکتر بهرام شکوری رئیس انجمن مس ایران
- مهندس حسن کریمی سنجری مدیر ارشد صنعت خودرو
- دکتر یاسر فلاح مشاور ارشد رئیس پژوهشگاه پولی و بانکی
- دکتر مسعود مرادآبادی مشاور مدیر عامل کانون جهانگردی و اتومبیلرانی ایران
- دکتر امیرحامد رضایی مشاور امور بین الملل اتاق مشترک بازرگانی ایران و آفریقا
- دکتر محمد دامادی نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی
- مهندس آرشد مجیدی‌نژاد دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور
- دکتر بهمن آرمان اقتصاددان
- دکتر جمشید حمز زاده رئیس جامعه هتلداران کشور
- دکتر مهدی کریمی تفرشی رئیس کارگروه کسب و کارهای جاده پریشم سازمان ملل - یونسکو
- مهندس مهدی حکیمیان کارشناس ارشد حوزه سرمایه‌گذاری و اقتصاد
- مهندس سید محمد مقدسی عضو هیات مدیره جامعه متخصصین نساجی ایران

گروه دبیران:

سید قاسم قاری، مصطفی حاتمی، عرفان فغانی
سعید عدالت‌جو، محمد جعفری، احمد رضا صاباغی
مینا افتخاری، سهیلا زمانی، المیرا اکرمی

برای دریافت نسخه پستی اف ماهنامه به پایگاه خبری زیر مراجعه فرمایید:

www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهید مفتاح

کوچه مرزبان نامه، پلاک ۲۷، واحد ۳

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۶۳۴۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۴۲

واحد تبلیغات: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۲۶

دورنگار: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۷۸۶

پست الکترونیک: D.sarmayeh@gmail.com

لیتوگرافی، چاپ و توزیع: شرکت خاتم‌نو

تلفن: ۷۷۸۱۳۳۴۹



مدیر عامل شرکت سبز پویش روش
کیما مطرح کرد

سازگاری محصولات سبز با محیط زیست



فعال صنعت خودرو سازی خبر داد

واردات اتوبوس‌های تمسا از سال آینده



بنیانگذار و مدیر عامل موسسه مهرگان
فرهنگ مطرح کرد

زندگی طولانی‌تر و سالم‌تر با حفظ سلامت جسم و روان



۶۴

رئیس هیات مدیره شرکت بهداشتی دکتر عبیدی



قیمت گذاری دستوری شرکت‌ها را به تعطیلی می کشاند



بخش ۸



بخش ۷

در دنیای امروز با توجه به پیچیدگی موضوعات، بهره‌گیری صرف از روش‌های کلاسیک دیگر نمی‌تواند پاسخگوی نیازهای دیپلماسی نوین باشد. همچنین افزایش دسترسی به حجم وسیعی از اطلاعات و سرعت انتقال آن‌ها به مخاطبان در اقصی نقاط جهان، مدیریت یکپارچه سیاست خارجی، دولت‌ها را با چالش‌هایی مواجه کرده است؛ لذا با توجه به شرایط فعلی، ابفای نقش تشکلهای غیردولتی می‌تواند تبلور حضور سازمان‌یافته مردم یک کشور در تعیین روابط خارجی و روند تعاملی جامعه جهانی تلقی شود. در این بین، می‌توان انجمن‌های دوستی را یکی از بازیگران موثر در حوزه دیپلماسی عمومی به شمار آورد.

در حقیقت انجمن‌های دوستی، نقطه عطفی در روابط بین کشورها محسوب می‌شوند و نقش انکارناپذیری در توسعه مناسبات فرهنگی، تجاری، اقتصادی، اجتماعی و... دارند. به عبارتی با تحول تعاملات سیاسی و بین‌المللی و افزایش بازیگران غیردولتی در صحنه‌های مختلف، دیگر کشورها نمی‌توانند نقش سازمان‌های مردم‌نهاد و غیردولتی را در کنش‌های خارجی نادیده بگیرند. در میان این سازمان‌ها، انجمن‌های دوستی یکی از بازیگران نوظهور عرصه دیپلماسی و روابط فرهنگی و تجاری به حساب می‌آیند. در واقع در دنیای امروز انجمن‌های دوستی، یکی از بازوهای اجرایی دیپلماسی نوین عمومی بر شمرده می‌شوند که کنشگری برنامهریزی شده آن‌ها، تامین‌کننده منافع ملی کشورها با هزینه‌های کمتری خواهد بود.

یکی از انجمن‌هایی که به تازگی فعالیت خود را پس از وقفه‌ای چند ساله در کشورمان آغاز کرده، انجمن دوستی ایران و آلمان است؛ انجمنی با ظرفیت‌های بالا در حفظ و تقویت روابط دوشریک‌دیرینه تجاری. روابط بین ایران و آلمان، سبقه‌ای تاریخی دارد و آغاز این ارتباط به دوران قاجار بازمی‌گردد. هرچند که در برخی مقاطع زمانی، روابط میان دو کشور دستخوش تحولات و فراز و فرودهایی شده، اما واقعیت این است که پیوندی ناگسستنی بین ایرانی‌ها و آلمانی‌ها وجود دارد. سابقه تاریخی و طولانی در مناسبات سیاسی، فرهنگی و تجاری بین دو کشور از یک سو و این پیوند محکم از سوی دیگر، ضرورت وجود این انجمن دوستی را دوچندان می‌کند. انجمن دوستی ایران و آلمان یک تشکل است که با هدف گسترش ارتباط بین دو ملت و تسهیل فعالیت‌های بخش خصوصی، پس از حدود ۲۰ سال احیاء شده است. این انجمن فارغ از روابط دیپلماتیک به عنوان سفیر حسن‌نیت، به مذاکرات برای گسترش ارتباطات ایران و آلمان می‌پردازد. هرچند که انجمن دوستی ایران و آلمان با مجوز وزارت امور خارجه و وزارت کشور فعالیت می‌کند، اما یک تشکل غیردولتی مستقل می‌باشد که تمام اعضای آن را فعالان بخش خصوصی تشکیل می‌دهند. حیطه فعالیت این انجمن، گسترده‌تر از اتاق بازرگانی ایران و آلمان است و طیف وسیعی از حوزه‌ها را در بر می‌گیرد که از جمله آن‌ها می‌توان به تجارت و بازرگانی، بهداشت و درمان، فرهنگ و هنر، گردشگری، دانشگاهی و آموزشی اشاره کرد.

در انجمن دوستی ایران و آلمان، ۱۱ کمیسیون تخصصی تشکیل شده که شامل کمیسیون‌های کشاورزی، صنعت، پزشکی و درمان، گردشگری، کارآفرینی، فرهنگی، هنری و دانشگاهی، آموزشی و علمی، حقوقی، بیمه و مالی، بانوان، جوانان و روابط بین‌الملل است. این کمیسیون‌ها می‌توانند به صورت نامحدود عضوپذیرند و در آن به بررسی مشکلات، تصویب راهکارها و پیشنهادت بپردازند. مصوبات این کمیسیون‌ها در اختیار هیات‌مدیره انجمن قرار می‌گیرد تا اقدامات لازم جهت تسهیل‌گری در خواست و انعکاس آن‌ها به مسئولان آلمانی انجام شود. انعقاد نخستین تفاهم‌نامه همکاری با اتاق بازرگانی اصفهان یکی از اقدامات شاخص این انجمن محسوب می‌شود. همچنین انجمن ایران و آلمان، برنامهریزی و ریزی برای راهاندازی یک نمایشگاه دائمی در آلمان جهت ارائه محصولات شرکت‌ها و صنایع کوچک و متوسط، تعیین یک نماینده مستقیم در دولت آلمان جهت پیگیری مسایل مرتبط با ایران به طور ویژه و... را در دستور کار دارد. در مجموع باید گفت، با توجه به اقدامات مثبتی که این انجمن در حال انجام دارد، می‌توان آینده روشنی را برای افق روابط ایران و آلمان متصور بود؛ موضوعی که در صورت تحقق، تاثیر مطلوبی بر اقتصاد کشورمان در شرایط تحریمی خواهد داشت. ■

یادداشت

انجمن‌های دوستی

بازیگران موثر عرصه دیپلماسی



دکتر مرتضی فغانی
مدیر مسئول و عضو اتاق بازرگانی تهران



گفت و گوی اختصاصی با سیف‌اله نیک‌نامی

در این بخش می‌خوانیم:

- بخش تولید کمبود سرمایه در گردش دارد
- عدم برنامه‌ریزی و نبود زیرساخت؛ چالش بخش اقتصاد و تولید
- انجمن‌های دوستی باعث تقویت روابط میان فرهنگ‌ها می‌شوند



رئیس انجمن دوستی ایران و آلمان عنوان کرد

عدم برنامه‌ریزی و نبود زیرساخت چالش بخش اقتصاد و تولید

محمد جعفری

بوطاق خانبدی، رئیس کنونی انجمن دوستی ایران و آلمان، پس از انقلاب اسلامی با همکاری چند نفر از دوستان و به اتفاق دکتر تنکابنی، بنیانگذار اتاق مشترک دو کشور، مجدداً اتاق آلمان را راه‌اندازی نمودیم. اعضای این اتاق تا سال گذشته به ۲ هزار و ۷۰۰ نفر می‌رسید، اما به دلیل جو سیاسی موجود امکان بهره‌وری از شرایط پیش آمده و همکاری دیرینه دو دولت فراهم نشد، زیرا زمانی که معادلات اقتصادی به هم می‌خورد، طبیعتاً جو سیاسی هم تغییر پیدا کرده و به صورت مستقیم اثرات مثبت یا منفی روی اقتصاد می‌گذارد. حال به منظور بررسی فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده در این انجمن، گفت‌وگویی با خانبدی انجام داده‌ایم که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

رابط مستقیم ایران شناس نیز در آلمان دارد که به‌طور ویژه به پیگیری مسایل مرتبط به ایران می‌پردازد.

در خصوص شرایط فعلی انجمن دوستی ایران و آلمان توضیحاتی ارائه فرمایید.

این انجمن یک خیابان دو طرفه است؛ در حالی که ما ایرانی‌ها معمولاً همه چیز را یک‌طرفه می‌بینیم و این دیدگاه صحیح نیست. در گذشته حجم تجارت بین ایران و آلمان بالغ بر ۱۰ میلیارد یورو بود، اما هم‌اکنون به یک میلیارد یورو هم نمی‌رسد. چنانچه صادفانه ارزیابی کنیم، به نظر می‌رسد که بیشتر از آنکه آلمانی‌ها به ما نیاز داشته باشند، ما به آن‌ها نیاز داریم. در واقع این همکاری اقتصادی و تجارت فی‌مابین است که موفقیت به وجود می‌آورد و ما به دلیل شرایطی که داریم، بیش از هر زمانی به این تعامل نیازمند هستیم و باید تفکرات اشتباه مربوط به این رابطه را اصلاح کنیم. واقعیت این است که ما نیاز به یک پوست‌اندازی و تغییر تفکر در تعامل با دنیا داریم.

آیا ایران و آلمان یکدیگر را شریک مناسب برای هم می‌دانند؟

شواهد و سوابق نشان‌دهنده آن است که آلمانی‌ها با ایرانی‌ها مشکلی ندارند، اما به نظر می‌رسد که ما با آن‌ها مشکل داریم. آلمانی‌ها افراد منطقی، اصولی و قابل اعتماد هستند که با شما کار می‌کنند یا کار نمی‌کنند و بی‌هوده، وقت شما را با ایستادن در وسط ماجرا تلف نمی‌کنند؛ بنابراین می‌توان گفت که آلمان‌ها با سابقه دیرینه حدود ۱۶۰ ساله خود نشان دادند که شرکای قابل اعتمادی هستند و کار کردن با آن‌ها ضروری‌ترین متوجه طرف مقابل نمی‌کند.

انجمن دوستی ایران و آلمان چه برنامه‌هایی در دستور کار دارد؟

این انجمن یک تشکل نوپا است و نیاز به همراهی و کمک دارد، زیرا با وجود بی‌اعتمادی اقتصادی و جو نامساعد سیاسی کنونی، راه‌اندازی و احیای قدرتمند این انجمن هزینه مالی دارد. برنامه‌ها را نمی‌توان



چه عاملی باعث راه‌اندازی مجدد انجمن دوستی ایران و آلمان شد و چه اهدافی را دنبال می‌کنید؟

شرایط خاص کشور در مناسبات بین‌المللی، انگیزه‌ای شد تا این انجمن پس از ۲۰ سال دوباره احیا شود؛ انجمنی که می‌توان آن را رابط بین مردم دو کشور ایران و آلمان دانست که فارغ از روابط دیپلماتیک به عنوان سفیر حسن نیت به مذاکرات برای گسترش ارتباطات ایران و آلمان می‌پردازد. در این انجمن، ۱۱ کمیسیون تخصصی از جمله کشاورزی، صنعت، سلامت و پزشکی، گردشگری، کارآفرینی، فرهنگی، هنری، دانشگاهی، آموزشی و علمی، حقوقی، بیمه و مالی، بانوان، جوانان و روابط بین‌الملل به‌منظور بررسی و پیگیری دقیق‌تر مسایل فی‌مابین تشکیل شده است. این کمیسیون‌ها می‌توانند به صورت نامحدود، اقدام به عضوگیری نمایند و در آن به بررسی مشکلات و تصویب راهکارها و پیشنهادها بپردازند. مصوبات این کمیسیون‌ها به هیأت مدیره انجمن ارسال می‌شود تا اقدامات لازم جهت تسهیل‌گری در خواست و انعکاس آن‌ها به مسئولان دو کشور انجام شود. در حال حاضر این انجمن یک

بدون مشارکت و همکاری سریع پیش برد. مثلاً ما در انجمن دوستی ایران و آلمان، جهت بهبود رابطه و گسترش همکاری فی مابین دو کشور پیشنهاداتی مبنی بر اینکه با همکاری ۳ وزارتخانه کشورمان بتوان یک نمایشگاه دائمی یا مرکز ارائه محصولات، برای صنایع کوچک و متوسط با شرایط خاص تشکیل دهیم را ارائه دادیم که خوشبختانه این امر مورد استقبال آن‌ها قرار گرفت، ولی مادر امر اجرایی کردن این ایده، نیازمند همکاری و همیاری هستیم.

وضعیت سرمایه‌گذاری در کشورمان و شرایط فعالیت بخش خصوصی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به اعتقاد بنده، سرمایه‌گذاری به معنای سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی است که الفبای اقتصاد، تولید، صنعت و تجارت است. سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی؛ ارکان و الفبای اقتصادی تولید، صنعت، تجارت و مراودات دوطرفه در تمامی زمینه‌ها و بخش‌های مورد نظر طرفین را در برمی‌گیرد. متأسفانه در چهار دهه گذشته، دولت‌ها بیشتر به جای واگذاری بخش اقتصادی (صنعت، تجارت و کشاورزی) و همکاری با بخش خصوصی، همواره بر اقتصاد دولتی در امر تولید و تجارت عمل کرده‌اند که به نام "اقتصاد ناموفق دولتی" نیز نامیده می‌شود. تجربه نیم‌قرن اخیر در کشورهای توسعه‌یافته، به وضوح ثابت کرده که برای پیشرفت رفاه و موفقیت در تمامی نهادهای اقتصادی و تولید، دولت‌ها باید خود را از تولید و تجارت کنار کشیده و فعالیت این عرصه را به‌طور کامل به بخش خصوصی واگذار نمایند، چرا که در هیچ کشوری اقتصاد دولتی موفق نبوده است. در واقع بخش خصوصی قلب تپنده و فعال اقتصادی است که توانسته با ایجاد رقابت‌های لازم در تعادل قیمت‌ها و نوآوری‌های به‌روز تکنولوژیکی موفق عمل کند؛ بنابراین دولت‌ها با توجه به وسعت کاری و وظایف خود بیشتر فرصت (طراحی، برنامه‌ریزی و حمایت) برای اهداف کشور دارند. در زمان ریاست جمهوری هاشمی رفسنجانی، در نمایشگاه بین‌المللی در افتتاح سالن آلمان تقاضا کردم تا این امکان فراهم شود که ایران هر چه سریع‌تر به مرکز نمایشگاهی خاورمیانه تبدیل شود که می‌توانست به یکی از قطب‌های جذب سرمایه، ایجاد موقعیت شغلی، پیشرفت صنایع، تبادل کالا و ایجاد اعتماد سرمایه‌گذاران خارجی شود و اقداماتی را مورد بررسی و عملیاتی قرار دهند که متأسفانه عملیاتی نشد و کشورهای کوچک همسایه آن را عملی کردند.

باید به این نکته اشاره داشته باشم که کشورهای موفق و پیشرفته فقط با توسعه همکاری و حمایت تمام عیار از بخش خصوصی، توسعه و پیشرفت را در جامعه خود پیش برده‌اند. در واقع می‌توان گفت که بخش خصوصی، قلب و موتور اقتصاد کشورهای پیشرفته است. در این میان، دولت‌ها در اقتصاد آزاد امروز جهانی نقش (طراح، برنامه‌ریز و حمایت‌کننده) را به عهده دارند.

پس از امضای برجام، به نظر می‌رسید که اتفاقات مثبتی در جذب سرمایه‌گذاری و بهبود وضعیت اقتصادی رخ دهد. به نظر شما چرا این گونه نشد؟

بعد از امضای برجام، ۵۲ هیأت اقتصادی از آلمان برای سرمایه‌گذاری و همکاری اقتصادی صنعتی به ایران آمدند، ولی متأسفانه هیچ‌یک از مسئولان، وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها یا حتی کارخانه‌های بخش خصوصی، نتوانستند از این فرصت استفاده کنند که این امر نشان‌دهنده عدم برنامه‌ریزی و ضعف ما بوده است. سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی، گردشگری، صنعتی و ارائه محصولات تولیدات داخلی می‌توانست در داخل و خارج، میلیون‌ها شغل و میلیاردها تومان درآمد برای کشور و اعتماد بین‌الملل را به همراه داشته باشد. عملکرد دیگر نمایشگاه علاوه بر موضوع اقتصادی؛ مرکز تبادل علم، فناوری و نوآوری و آشنایی نسل آینده کشور است. در همین حال، عدم استفاده دولت از افراد مجرب و با تجربه و فشار تحریم‌ها، نوسانات نرخ ارزی و عدم ثبات قوانین و نبود مشوق‌های لازم در تمامی زمینه‌های اقتصادی، موجب شده که حتی گردشگران هم تمایل چندانی برای سفر به ایران یا همکاری را نداشته باشند و این امر باعث بی‌رغبتی سرمایه‌گذاران شده است. متأسفانه در بخش اقتصادی و تولید، شاهد عدم برنامه‌ریزی و ایجاد زیرساخت‌ها در راستای همکاری بین‌المللی هستیم.

به منظور جذب سرمایه‌گذار چه اقداماتی باید انجام شود؟

برای جذب سرمایه‌گذاری در اقتصاد و صنعت، باید هر چه سریع‌تر با ایجاد شرایط مطلوب و به‌ویژه اصلاح زیرساخت‌های اجرایی و قانونی، همراه با ارائه مشوق‌های رقابتی، بخش خصوصی داخلی و خارجی را جذب کنیم. به عنوان مثال، کشورهای همسایه در ترکیه میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری می‌کنند، ولی در ایران تمایلی برای انجام این کار ندارند، چرا که در کشورمان، دولت هم تولیدکننده و هم تاجر است که نتیجه آن، باعث عقب‌ماندگی چرخ اقتصاد و تولید کشور شده است. از شرایط اولیه جذب سرمایه داخلی و خارجی؛ ایجاد زمینه‌های اعتماد، ارائه مشوق‌های خاص، ارائه تسهیلات و امنیت سرمایه‌گذاری و ثبات ارزی و قوانین می‌باشد. در کشور ما به دلیل عدم ثبات برای سرمایه‌گذاران، سرمایه را کد است؛ لذا سرمایه‌گذاری در ایران، مقطعی و به صورت لحظه‌ای در بخشی از اقتصاد بدون برنامه‌ریزی انجام می‌گیرد. به نظرم، برای بهبود وضعیت جذب سرمایه‌گذاری، دولت باید از تشکلهای بخش خصوصی حمایت کند. در پایان باید به این نکته اشاره داشته باشم که در راستای پیشبرد اهداف بلندمدت با دیگر کشورها، باید شرایط مورد نظر سرمایه‌گذاران مانند ثبات قوانین، ثبات ارزی، امنیت سرمایه‌گذاری، جذب اعتماد، ارائه مشوق‌های لازم و تعامل با جامعه بین‌الملل را فراهم کنیم تا از خسارت بیشتر به اقتصاد و صنعت کشور جلوگیری کنیم. ■

برای جذب
سرمایه‌گذاری در
اقتصاد و صنعت، باید
هر چه سریع‌تر با
ایجاد شرایط مطلوب
و به‌ویژه اصلاح
زیرساخت‌های
اجرایی و قانونی،
همراه با ارائه
مشوق‌های رقابتی،
بخش خصوصی
داخلی و خارجی را
جذب کنیم

کارآفرین نمونه کشور

بخش تولید کمبود سرمایه در گردش دارد

سارا نظری

فضل‌الله جواهری، کارآفرین نمونه کشور و از فعالان اقتصادی به نام و مشهور است که در سال ۱۳۱۸ در شهر خوانسار متولد شد و از سنین نوجوانی، فعالیت در عرصه‌های تولیدی و اقتصادی را آغاز کرده، ریسک‌پذیری و فعل خواستن را به معنای واقعی صرف کرده و پا در عرصه‌های مختلف از مفتول‌سازی گرفته تا الکتروادهای جوشکاری، صنایع غذایی، گردشگری و... گذاشته است. به گفته وی، همه چیز را از صفر آغاز کرده، سال‌ها از ساعت ۵ صبح تا ۱۲ شب و به اندازه ۵ نفر کار کرده و سابقه کاری بسیار طولانی و پیچیده‌ای را طی کرده تا با هدف‌گذاری درست، مسیر زندگی‌اش را انتخاب کند. این کارآفرین برتر کشورمان که فراز و نشیب‌های بسیاری را پشت سر گذاشته، در حال حاضر مدیریت ۶ کارخانه را بر عهده دارد و بالغ بر ۳ هزار کارگر در مجموعه‌های تحت مدیریت وی، اشتغال به کار دارند. همچنین در حال حاضر مدیرعامل شرکت الکترو پزد و رییس هیات مدیره صنایع مفتولی زنجان را عهده‌دار است. آنچه که در ادامه می‌خوانید، ماحصل گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این کارآفرین نمونه است.

به کار تو نمی‌آیند و دچار مشکل می‌شوید. پس از بازگشت، با درس‌های فراوان و مشکلات بسیار، کارخانه بید و بید را راه‌اندازی کردم، ولی در آن زمان لاستیک‌سازها نمی‌پذیرفتند که محصولات این کارخانه را خریداری کنند. همچنین زمانی که تولید در این کارخانه را آغاز کردم، کره‌ای‌ها برای اینکه بنده را زمین‌بزنند، قیمت کالای ۱۲۰۰ دلاری خود را با دمپینگ به ۴۰۰ دلار رساندند. البته با وجود تمام مشکلات و چالش‌هایی که طی کردم و مسابلی که از سوی لاستیک‌سازها و وزارت صنایع به وجود آمد، در نهایت مفتول تولیدی مورد قبول و پذیرش در داخل کشور قرار گرفت و با این اتفاق، واردات مفتول ممنوع شد و در این عرصه بازارمان رونق گرفت. در ادامه، کارخانه دیگری به نام جوش‌سیران را در کرج و برای اولین بار یک کارخانه ماشین‌سازی در کرج راه‌اندازی کردم که ماشین‌های صنعتی مورد نیاز خودمان را تولید می‌کرد. سپس کارخانه صنایع پیش‌تنیده را در زادگاه خود شهر خوانسار تأسیس کردم که ۲ هزار و ۵۰۰ نفر را با خود شریک کردم و گفتم که هر خوانساری باید یک خشت از این کارخانه را داشته باشد. پس از مدتی هم یک شهرک توریستی به نام دهکده گردشگری گلستان کوه را ساختم که در ابتدای جاده خوانسار-اصفهان، روبه‌روی سد باغکل واقع شده است. این مجموعه تفریحی و اقامتی در سال ۱۳۹۶ افتتاح شد و در دو قسمت فضای خدماتی و فضای مسکونی پذیرای گردشگران است. این دهکده با مساحت ۴۵ هکتار و طراحی مدرن و الهام گرفته از شهرک‌های توریستی دنیا ساخته شده و شامل چندین واحد اقامتی است.

درباره سابقه همکاری خود با آلمانی‌ها و نحوه تأسیس انجمن دوستی ایران و آلمان توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنده عضو هیات مدیره انجمن دوستی ایران و آلمان هستم و همکاری من با آلمانی‌ها سابقه طولانی دارد و تمام ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های



در خصوص چگونگی راه‌اندازی کارخانه‌های تحت مدیریت خود، توضیح دهید.

سال‌ها پیش با شرکای خود در صنایع مفتولی زنجان، کارخانه‌ای به نام بیدوایر ایران را تأسیس کردم که در آن زمان، شرکای بنده در صنایع مفتولی، به بنده سرمایه ندادند؛ چرا که بازاری بودم و آن‌ها ترس از راه‌اندازی کارخانه جدید داشتند و حتی توصیه می‌کردند که این کار را انجام ندهم، ولی به ۲ کارخانه راضی نمی‌شدم. به دلیل واردات مواد اولیه الکتروادهای هند در سفری که به این کشور داشتم، مطلع شدم که یک فرد دارای ۱۷ کارخانه است و با دوندگی و اصرار زیاد، موفق به دیدار با مدیرعامل این کارخانه‌ها شدم. در ملاقات ۴ ساعته با این کارخانه‌دار هندی به وی گفتم که در ایران یک کارخانه دارم و نمی‌توانم آن را اداره کنم، شما چگونه ۱۷ کارخانه را اداره می‌کنید؟ وی به بنده پیشنهاد داد که باید مدیران خوبی انتخاب و به آن‌ها اعتماد داشته باشی و اگر ذره‌ای از میزان اعتمادت به مدیران کم شود، دیگر



عنوان مثال، امکان گشایش اعتبار نداریم و با هیچ جانی توانیم کار کنیم؛ مگر اینکه برای آن طرف پول ارسال کنیم تا محصول مورد نظر ما را ارسال کند که کار بسیار خطرناکی است. باید تحریم‌ها برداشته شود و گشایش اعتبار صورت بگیرد؛ هر چند که این مشکلات وجود دارد، ولی امیدوارم در آینده وضعیت کنونی اصلاح شود.

آیا در زمینه صادرات محصولات خود اقداماتی انجام داده‌اید؟

در شرایطی که ظرفیت تولید ما ۷۰ درصد است، حداکثر ۳۰ تا ۴۰ درصد تولید داریم؛ بنابراین باید بسترها را آماده کنیم که در چنین شرایطی می‌توانیم توان ۷۰ درصد تولید خود را داشته باشیم و در عین حال صادرات هم انجام دهیم. در حال حاضر ما می‌خواهیم صادرات داشته باشیم و کشورهایی مانند ایتالیا و اسپانیا خواهان تولیدات کارخانه‌های بنده هستند، اما از آنجا که تحریم هستیم و گشایش اعتبار انجام نمی‌شود، این امکان وجود ندارد.

در تمام سال‌هایی که به عنوان تولیدکننده فعال بوده‌اید، نگاه دولت‌ها به بخش خصوصی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بخش خصوصی همیشه مورد تهاجم قرار گرفته و هیچ‌گاه رونق نداشته است، زیرا معمولاً نتوانسته عملکرد خوبی داشته باشد. البته افرادی هم در بخش خصوصی سوءاستفاده کرده‌اند و آن‌طور نبوده که همه چیز را گردن دولت بیاندازیم. اگر مدیران پاک‌دستی داشته باشیم و هر مدیری که می‌آید، فقط به فکر پر کردن جیب خود نباشد و دلش به حال مملکت بسوزد، مسلماً وضعیت تولید هم بهبود خواهد یافت. چنانچه بخش خصوصی مورد حمایت قرار بگیرد و دولت، اقتصاد را به بخش خصوصی واگذار کند، فعالان این بخش می‌توانند به خوبی کار کنند. ■

کارخانه‌ها را از این کشور وارد کردم. در واقع کار کردن با آلمانی‌ها خیلی راحت است، زیرا افراد مثبت، فنی و بی‌نظیر هستند. آقای خانبداغی، فردی توانمند و با قدرت است و صد درصد می‌تواند این انجمن را به موفقیت برساند. امیدوارم با اهداف بلندپایه این انجمن در مسیر خدمت به کشورمان گام برداریم.

در حال حاضر شرایط فعالیت بخش خصوصی در کشور را به چه صورت می‌بینید؟

امروز تولیدکنندگان در حال ایثار و فداکاری هستند و به قدری فشار کاری روی آن‌ها زیاد است که قابل توصیف نیست. درست است، زمانی که قیمت‌ها بالا می‌رود، تولیدکنندگان هم قیمت‌ها را افزایش می‌دهند، ولی سرمایه و تنخواه در گردش بسیار پایین است. به عبارت دیگر، حجم پولی که در اختیار تولیدکننده است، با کاری که می‌خواهد انجام دهد، همخوانی ندارد. دارایی، بیمه، مالیات و... از جمله مسائلی است که تولیدکنندگان را اذیت می‌کند. هر چند که شرایط بسیار دشوار است، ولی خوشبختانه هنوز روی پا هستیم و امیدوارم در آینده، وضعیت بهتر شود و بتوانیم روند بهتری را در پیش بگیریم.

در حال حاضر سرمایه‌گذاری در کشور ما به خوبی انجام نمی‌شود. دلیل این موضوع را در چه می‌دانید؟

معتقدم که اگر بستر آن آماده شود، ایران بهترین کشور برای سرمایه‌گذاری است، زیرا کشور ما موقعیت بی‌نظیری در منطقه و جهان دارد، چهار فصل است، جزو غنی‌ترین مناطق دنیا به لحاظ منابع و معادن محسوب می‌شود و کشور ثروتمندی است. چنانچه مدیریت خوبی وجود داشته باشد و بتوانیم سطح مدیریت خود را بالا ببریم، امکان جذب سرمایه‌گذاری هم به وجود خواهد آمد. ما در حال حاضر تحریم هستیم و هیچ کشوری با ما رابطه اقتصادی ندارد که همین مساله مشکلات بسیاری را به وجود آورده است. به



عضو هیات رییس‌ه انجمن دوستی ایران و آلمان مطرح کرد

تاثیر انجمن‌های دوستی در افزایش تعاملات کشورها

عرفان فغانی

اعمال تحریم‌ها علیه کشورمان، روابط تجاری و اقتصادی ایران با سایر کشورها را به حداقل رسانده و این کاهش سطح روابط تا جایی بوده که حتی شرکای قدیمی ایران مانند آلمان را هم تحت تاثیر قرار داده است. در واقع مسایل ناشی از تحریم‌ها موجب شده که رویکرد کشورها نسبت به اتاق‌های بازرگانی مقداری تغییر کند. هر چند که برخی از روندهای اشتباه در هیات رییس‌ه‌های پیشین اتاق بازرگانی ایران و آلمان نیز در توقف فعالیت این تشکل نیز بی‌تاثیر نبوده است. در این شرایط به نظر می‌رسد که انجمن‌های دوستی از راه برگزاری ایونت‌های فرهنگی و موارد این چنینی، می‌توانند در برخی از بازارها یا کشورها تاثیرگذارتر باشند. از جمله این نهادها، انجمن دوستی ایران و آلمان است که پس از سال‌ها عدم فعالیت، مجدداً آغاز به کار کرده است. در گفت‌وگویی که با احمد اصل رکن آبادی، عضو هیات رییس‌ه انجمن دوستی ایران و آلمان داشتیم، ابعاد مختلف فعالیت این انجمن را مورد بررسی قرار دادیم که مشروح آن از نظر تان می‌گذرد.

دعوت به کار و به عنوان رییس هیات مدیره تاپیکو مشغول به کار شدم تا سه ماه پیش که مجدداً با توجه به تغییر مدیریتی که در وزارت کار اتفاق افتاد، از هلدینگ صنایع کشاورزی و دارویی صبا جهان تودیع شدم.

درباره فعالیت‌های انجمن دوستی ایران و آلمان توضیح دهید.

ظرفیت‌ها و فضاها برای توسعه همکاری‌ها در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی با کشورهای مختلف وجود دارد که یکی از آن‌ها انجمن‌های دوستی بین کشورها است. یکی از شرکای بسیار مهم ایران در ابعاد اقتصادی، جمهوری فدرال آلمان است که پیشینه طولانی در روابط تجاری با ما دارد. آلمان حتی در زمان جنگ تحمیلی، روابط اقتصادی خوب و سطح بالایی با کشورمان داشت و یکی از شرکای عمده تجاری ایران بود. همچنین آلمان در بازارهای نفت و گاز و پتروشیمی، نفت ارزان‌تری را از بازار مدیریت‌شده از طریق روسیه تامین می‌کند و شاید مشتری جدی نفت خام ما نباشد، اما سال‌ها اولین و بزرگ‌ترین واردکننده پلیمر جهان بوده و سالانه حدود ۴۰ میلیارد دلار پلیمر وارد می‌کند؛ بنابراین از نظر استراتژیک در صنایع پتروشیمی، برای ما بازار آلمان بسیار مهم است. به عنوان مثال، پتروشیمی جم تحت لیسانس شرکت بازل آلمان است و اکثر تکنولوژی‌های خوب پتروشیمی‌های ما، وارداتی از کشور آلمان است؛ از همین روم می‌طلبید که همواره برای توسعه همکاری با آلمان تلاش کنیم.

این انجمن سال‌ها غیر فعال بود. چه شد که مجدداً احیاء شد؟

بعد از فشارهای ناشی از تحریم‌ها، این روابط به حداقل رسید، بر همین اساس به نظرمان رسید که یکی از راهکارهایی که می‌تواند هم‌راستا با اتاق بازرگانی ایران و آلمان شود، فعال‌سازی انجمن دوستی ایران و آلمان است؛ بنابراین به اتفاق آقای خانبداغی که از افراد بسیار باتجربه و از بزرگان روابط ایران و آلمان در بخش اقتصادی است و سال‌ها ریاست هیات مدیره



در خصوص سوابق مدیریتی خود توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنده ریاست هیات مدیره شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تامین معروف به تاپیکو، مدیرعاملی شرکت گسترش تجارت پارس متعلق به صندوق بازنشستگی کشوری و مدیرعاملی هلدینگ کشاورزی و صنایع غذایی و دارویی صبا جهان متعلق به صندوق بازنشستگی کشوری را در رزومه کاری خود دارم. از سال ۱۳۷۵ که ۲۱ سال داشتم، وارد دفاتر بازرگانی خارج از کشور وزارت بازرگانی شدم و در سال ۱۳۸۱ فعالیت در شرکت‌های نفتی بنیاد مستضعفان را آغاز کردم. بنده اولین مدیرعامل شرکت نفت پتروخزر در سال ۱۳۸۳ بودم که این شرکت متعلق به بنیاد مستضعفان و جانبازان در آن زمان بود. همچنین در دورهای رییس هیات مدیره پتروشیمی جم بودم. البته طی دوره ریاست جمهوری آقای روحانی، فعالیت چندانی در بخش دولتی نداشتم و در بخش خصوصی، فعال بودم. در سال ۱۴۰۰ مجدداً توسط تیم اقتصادی دولت آقای رییس‌

اتاق آلمان را به صورت افتخاری بر عهده داشت، انجمن دوستی ایران و آلمان که سال‌ها غیر فعال شده بود را مجدداً احیا کردیم. فعالیت مجدد اتاق دوستی ایران و آلمان، فرصت بسیار خوبی است که به توسعه روابط فرهنگی بین مردم ایران و آلمان و همچنین به توسعه روابط دیگری که دو طرف احساس نیاز به آن دارند، کمک کند.

فعالیت انجمن‌های دوستی در کنار فعالیت‌های وزارت امور خارجه و سفارتخانه، منافاتی با یکدیگر ندارد؟

در اقتصاد، کالاها و خدمات مختلفی وجود دارد که برخی جایگزین و بعضی مکمل هستند. در مساله انجمن‌ها، بیشتر خدمات مکمل هستند و جایگزین هم نیستند؛ بنابراین فراهم بودن این امکانات یک مزیت و نقطه مثبتی است و این‌ها هیچ کدام با هم رقابت نمی‌کنند، بلکه مکمل یکدیگر هستند. با توجه به اعمال تحریم‌های ظالمانه، شاید وزارت امور خارجه نتواند بسیاری از فعالیت‌ها را انجام دهد و برخی از مسایل باید از طریق اتاق‌های بازرگانی و بخش‌های خصوصی پیگیری شود که می‌توانند در شرایط تحریمی، عملکرد فعالانه‌تری داشته باشند. در شرایطی که با تحریم‌های غیرقانونی مواجه هستیم، متأسفانه اتاق‌های بازرگانی هم به شدت محدود شده‌اند و در این وضعیت انجمن‌های دوستی که فضای غیرانتفاعی و غیرتجاری دارند، می‌توانند یک فرصت بسیار خوب و مغتنم باشند.

انجمن دوستی ایران و آلمان به منظور ایجاد تعاملات بیشتر چه اقداماتی انجام داده است؟

در انجمن دوستی ایران و آلمان، تعدادی ایونت برگزار و دوستان را دعوت کردیم که شخصیت‌های بسیار مهمی که در پروژه‌های اقتصادی دو کشور حضور دارند، در این رویدادها شرکت کردند که برای ما بسیار جالب بود. اساسنامه انجمن، کار تجاری را ممنوع کرده، اما در دل این انجمن دیدارهایی صورت گرفت که منجر به شکل‌گیری تعاملات اقتصادی بالایی شده است. البته قرار نیست در این انجمن، کار اقتصادی انجام شود، ولی این رویدادها باعث شد که افراد با هم ارتباط بگیرند و خارج از فضای انجمن، تعاملاتی انجام شود که در کل به نفع دو کشور ایران و آلمان است که هم از بحث تحریم‌ها دور مانده‌اند و هم در این فضا توانسته‌اند اهداف اقتصادی خود را پیگیری کنند. به اعتقاد بنده، شروع به کار انجمن دوستی ایران و آلمان بسیار خوب و موفق بوده و موفق هم خواهد بود. یکی از دلایل موفقیت این انجمن، وجود شخصیتی مانند آقای خانبداغی است که واقعا خود را وقف این کار کرده و شاید مجسمه توسعه روابط ایران و آلمان، رییس این انجمن است که باید از این ظرفیت استفاده کنیم. ایشان هم طرف ایرانی و هم طرف آلمانی را در نظر می‌گیرد و هم مورد وثوق سفیر ایران در آلمان و هم مورد وثوق سفیر آلمان در تهران است. به نظر بنده، این پتانسیل بسیار خوبی است که هر دو کشور باید از آن به نحو مطلوبی استفاده کنند.

آیا آماری از حجم سرمایه‌گذاری دو کشور دارید؟

در حال حاضر به دلیل تحریم‌ها، هر گونه سرمایه‌گذاری به صورت رسمی

قطع شده است. به عنوان مثال، نمی‌توان گفت که فلان کارخانه تحت لیسانس آلمان کار می‌کند و به نوعی دیگر چنین چیزی وجود ندارد. مثلاً شرکت‌هایی در ترکیه مستقر هستند و به دستور شرکت آلمانی در ایران سرمایه‌گذاری می‌کنند، ولی همه این آمارها محرمانه است و قابل افشا نیست. متأسفانه به دلیل آنچه که گفته شد، در حال حاضر چیزی به اسم سرمایه‌گذاری وجود ندارد.

امتیاز و برتری انجمن دوستی ایران و آلمان نسبت به انجمن کشورهای دیگر چیست؟

انجمن هر کشور فضای خودش را پیگیری می‌کند و قاعدتاً مزایای خود را دارد. در هر کدام از کشورهای دانشجویانی داریم که مشکلات درسی یا فرهنگی دارند که حتماً انجمن‌ها می‌توانند به آن‌ها کمک کنند. هزینه عضویت در انجمن دوستی ایران و آلمان، مبلغ ناچیزی است و این انجمن به دلیل راهنمایی‌ها و کمک‌هایی که می‌تواند به دانشجویان ارائه دهد، تمایل به عضویت دانشجویان و مجموعه‌ها و تشکلهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی دارد. به نظر بنده، همه انجمن‌ها در جایگاه خودشان بسیار مهم هستند و به خصوص در حال حاضر و در شرایط تحریم، تنها نهاد مردمی که می‌تواند کار خود را انجام دهد و تحت نظارت تحریم‌ها قرار نگیرد، همین انجمن‌های دوستی هستند که توسعه آن‌ها می‌تواند کمک بسیاری به کشور کند.

این انجمن به طور تخصصی در سال ۱۴۰۲ چه اقداماتی را انجام داده است؟

انجمن دوستی ایران و آلمان در سال گذشته، سه رویداد را برگزار کرد. همچنین جلسات متعددی با وزارت خارجه، مدیر کل اروپا و قسمت‌های مختلف این وزارتخانه داشته‌ایم و نظرات مشورتی به آن‌ها ارائه کرده‌ایم و با توجه به سبقه مهندس خانبداغی و شناخت خوب وی از بازار آلمان و سیاستمداران و بزرگان این کشور، هم به وزارت امور خارجه و هم به سازمان‌های بالادستی مشورت ارائه می‌کند. علاوه بر این، گزارش جلسه‌ای که آقای خانبداغی با سفیر آلمان داشت، به وزارت امور خارجه ارائه شد. تقریباً هر دو کشور در رابطه با انجمن دوستی، بسیار مثبت هستند و قول همکاری داده‌اند. همچنین قرار است، یک نمایشگاه درباره فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی دو کشور در آلمان برگزار شود که بخش‌های صنایع دستی هم می‌توانند در آن حضور پیدا کنند. در واقع تلاش‌ها معطوف به این است که به صورت غیر مستقیم روابط را در بخش‌های مختلف توسعه دهیم. در مورد استقبال افراد هم باید بگوییم که اگر در هر یک از ایونت‌ها، ۱۰۰ نفر را پیش‌بینی کرده بودیم، ۱۵۰ نفر شرکت کردند و به تبع آن جلسات بعدی را بزرگ و بزرگ‌تر برگزار کرده‌ایم. تصور بنده این است که چنانچه انجمن دوستی ایران و آلمان مورد حمایت بیشتری قرار گیرد، در شرایط تحریمی اقدامات بسیار مفیدی انجام خواهد داد. ■

آلمان در بازارهای نفت و گاز و پتروشیمی نفت ارزان‌تری را از بازار مدیترانه از طریق روسیه تأمین می‌کند و شاید مشتری جدی نفت خام ما نباشد، اما سال‌ها اولین و بزرگ‌ترین واردکننده پلیمر جهان بوده است

عضو هیات رییس‌انجمن دوستی ایران و آلمان

انجمن‌های دوستی

باعث تقویت روابط میان فرهنگ‌ها می‌شوند

سارا نظری

سیف‌اله نیک‌نامی، عضو هیات رییس‌انجمن دوستی ایران و آلمان؛ دارای تحصیلات مهندسی مکانیک، مدیریت پروژه و ساخت و دکترای حرفه‌ای کسب‌وکار از دانشکده فنی دانشگاه تهران است. از طرفی، ریاست هیات مدیره انجمن صنفی کارفرمایی فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ایران را نیز بر عهده دارد. به گفته وی، تمام سعی ما بر این بوده که با ایجاد زیرساخت‌های لازم و شناسایی اولیه شرکت‌های فعال در حوزه‌های مرتبط با انقلاب چهارم و پنجم صنعتی مسیر توسعه اقتصاد دیجیتال و اقتصاد مبتنی بر فناوری را در کشور جهت جهانی‌سازی خدمات و محصول فراهم کنیم و می‌کوشیم مشکلات پیش روی این صنف را با سازمان‌ها و نهادهای بالادستی به روش‌های مقررات‌زدایی و تسهیل‌گری مرتفع نماییم. در گفت‌وگویی که با نیک‌نامی داشتیم، به بررسی ابعاد مختلف همکاری‌های بین ایران و آلمان پرداخته‌ایم که ماحصل آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

رسمی KNX در خاورمیانه فعالیت می‌کند. همچنین این شرکت دارای بزرگ‌ترین مرکز آموزش بین‌المللی KNX در مرکز تربیت مربی و آموزش‌های فنی و حرفه‌ای کرج است که بر همین اساس از سال ۲۰۱۵ حامی مسابقات جهانی مهارت WorldSkills نیز بوده است. این شرکت عمده محصولات مورد مصرف پروژه‌های خود و دیگر همکاران را از کشور آلمان تامین می‌نماید. شرکت IHA یکی دیگر از شرکت‌هایی است که بنده به عنوان رییس هیات مدیره در آن فعالیت دارم. در این شرکت به فعالیت‌های مشاوره، بازرگانی و مدیریت صادرات و واردات با اروپا و به‌طور خاص کشور آلمان برای شرکت‌های تولیدی کشور و حتی شرکت‌های دانش‌بنیان مشغول هستیم. شناسایی بازار هدف و بسترسازی حضور و بازاریابی برای شرکت‌های ایرانی در بازار اروپا و آلمان از جمله خدمات این شرکت محسوب می‌شود. همچنین به عنوان مشاور عالی در قانون‌های انجمن‌های صنفی کارفرمایی و کارگری کشور، معاونت علمی ریاست جمهوری و وزارت خارجه می‌کوشیم تا با ظرفیت‌شناسی فرصت‌های موجود، خدمات شایسته‌ای به اعضای ارزشمند انجمن دوستی ایران و آلمان و انجمن فناوری دیجیتال و هوشمندسازی ارائه کنیم.

گزارشی از روند فعالیت انجمن دوستی ایران و آلمان تا به امروز ارائه دهید.

انجمن دوستی ایران و آلمان در اواسط سال ۱۳۸۰ با تلاش گروهی از بزرگان فعال در حوزه آلمان با همکاری وزارت خارجه در وزارت کشور ثبت گردید. در اوایل تاسیس، آن‌ها گام‌های موثری در پیشبرد اهداف مشترک دو طرف برداشتند، ولی متأسفانه به دلایل برخورد های سلیقه‌ای، فعالیت‌های انجمن چندین سال بار کودمواجه شد تا اینکه پس از دورهای رکود، پس از سال‌ها، بنا به توصیه‌های مختلف وزارت امور خارجه و وزارت کشور به آقای مهندس خانبداغی، به واسطه سوابق ارزشمندان در بیش از ۴ دهه به عنوان ریاست اتاق بازرگانی و صنایع ایران و آلمان و هم‌اکنون نیز به عنوان ریاست افتخاری اتاق ایران و آلمان و ریاست انجمن دوستی ایران و آلمان که چهره‌ای شناخته‌شده برای دولت مردان، تجار، صنایع و دانشگاه‌های آلمان می‌باشند، جهت توسعه روابط دوستی دولت و آشتی



به منظور ایجاد روابط دوستانه و همکاری‌های بیشتر با آلمان چه اقداماتی انجام شده است؟

بدون مطمئن اعتماد و حمایت بخش خصوصی، رسیدن به اهداف بالادستی کشور و رشد تولید ناخالص ملی از محل اقتصاد دیجیتال بسیار دشوارتر خواهد شد. همچنین با شناسایی فرصت‌های فرهنگی و اقتصادی، فضایی را جهت توسعه روابط دوستانه میان مردم و صنایع دو کشور ایران و آلمان فراهم کرده‌ایم. علاوه بر این، بنده به عنوان مدیر عامل و رییس هیات مدیره شرکت مهندسان مشاور اتوماسیون ساختمان آترینا هم هستیم که با سابقه نزدیک به دو دهه فعالیت اجرای پروژه‌های هوشمندسازی در حوزه‌های ساختمان هوشمند، بیمارستان هوشمند، کارخانجات هوشمند، مراکز داده هوشمند و ... و چاپ مجله اتوماسیون ساختمان و کتاب‌های تخصصی حوزه هوشمندسازی و اتوماسیون ساختمان BMS، همراه با آموزش و تربیت نیروهای متخصص، نقش موثری در توسعه این صنعت در کشور داشته‌ایم. این شرکت به عنوان اولین عضو رسمی انجمن جهانی KNX در ایران و بزرگ‌ترین پارتیر

بخش خصوصی پیش قدم شدند و انجمن دوستی ایران و آلمان را با برنامه و قدرتی مضاعف پس از سال‌ها احیا کردند.

این انجمن چه ویژگی و امتیازاتی دارد؟

انجمن دوستی ایران و آلمان به منظور ارتقای ارتباطات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بین دو کشور تشکیل شده است. امتیازات انجمن دوستی می‌تواند از نظر اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی متفاوت باشد و بسته به ماهیت و فعالیت‌ها متغیر است؛ اما در کل، انجمن‌های دوستی باعث تقویت ارتباطات میان فرهنگ‌ها و مردم دو کشور و تسهیل همکاری‌های متقابل در زمینه‌های مختلف می‌شوند.

انجمن دوستی ایران و آلمان چه برنامه‌هایی را برای سال آینده در نظر دارد؟

برنامه‌های این انجمن در سال آینده هنوز به‌طور کامل نهایی نشده، اما به‌طور کلی شامل موارد زیر خواهد بود:

برنامه‌های فرهنگی:

- برگزاری نمایشگاه‌های هنری و فرهنگی در ایران و آلمان
- تبادلات فرهنگی میان هنرمندان و فرهنگیان بین دو کشور
- برگزاری سمینارها و نشست‌های علمی، فرهنگی و هنری
- ترجمه و نشر آثار ادبی و فرهنگی دو کشور

برنامه‌های اقتصادی:

- برگزاری سمینارها و نشست‌های اقتصادی
- تبادل هیات‌های تجاری بین دو کشور
- معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در ایران و آلمان
- برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی
- حضور در نمایشگاه‌های تخصصی آلمان

برنامه‌های آموزشی:

- اعطای بورسیه تحصیلی به دانشجویان ایرانی و آلمانی
- برگزاری دوره‌های زبان فارسی و آلمانی
- تبادل دانشجویین دانشگاه‌های دو کشور

برنامه‌های اجتماعی:

- برگزاری تورهای گردشگری
- برگزاری اردوهای دانشجویی
- برگزاری جشن‌ها و مناسبت‌های ملی دو کشور

برنامه‌های ورزشی:

- برگزاری مسابقات ورزشی دوستانه
- تبادل ورزشکاران بین دو کشور

انجمن دوستی ایران و آلمان در حال برنامه‌ریزی برای برگزاری این برنامه‌ها در سال آینده است. هر چند با توجه به شرایط تحریم و مشکلات پیش آمده اقتصادی، بسیاری از تعاملات دچار آسیب شده، ولی مهمترین همکاری‌های ایران و آلمان که از سوی انجمن دوستی ایران و آلمان پیش می‌رود؛ در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، ورزشی، اقتصادی و آموزشی است که به تشریح برخی از آن‌ها می‌پردازیم:

زمینه‌های فرهنگی:

• برگزاری نمایشگاه‌های هنری و فرهنگی و تبادلات فرهنگی هنرمندان و فرهنگیان: انجمن دوستی ایران و آلمان می‌کوشد تا در طول سال،

نمایشگاه‌های متعددی از آثار هنری هنرمندان ایرانی و آلمانی در هر دو کشور برگزار کند. این نمایشگاه‌ها فرصتی برای تبادل فرهنگی بین دو کشور و معرفی هنر و فرهنگ هر دو کشور به مردم دو کشور است.

• برگزاری سمینارها و نشست‌های علمی و فرهنگی: انجمن دوستی ایران و آلمان در تلاش است تا سمینارها و نشست‌های علمی و فرهنگی را با موضوعات مختلف در هر دو کشور برگزار کند. این سمینارها و نشست‌ها فرصتی برای تبادل نظر و گفت‌وگو بین متخصصان و اندیشمندان دو کشور است.

• ترجمه و نشر آثار ادبی و فرهنگی: انجمن دوستی ایران و آلمان در نظر دارد تا آثار ادبی و فرهنگی دو کشور را ترجمه و منتشر کند. این ترجمه‌ها فرصتی برای مردم دو کشور است تا با ادبیات و فرهنگ یکدیگر آشنا شوند.

زمینه‌های اجتماعی:

• برگزاری جشن‌ها و مناسبت‌های ملی دو کشور: انجمن دوستی ایران و آلمان می‌کوشد تا جشن‌ها و مناسبت‌های ملی دو کشور را در هر دو کشور برگزار کند. این جشن‌ها فرصتی برای مردم دو کشور است تا با فرهنگ و آداب و رسوم یکدیگر آشنا شوند. از جمله می‌توان به جشن ۱۵۰ سالگی روابط دوستی ایران و آلمان اشاره کرد که در حال برنامه‌ریزی برگزاری با شکوه آن در تهران و هامبورگ با حضور کلیه فعالان آلمان بوده و در این خصوص برای برگزاری هر چه باشکوه‌تر آن، نیازمند حمایت مسئولان و سازمان‌های ذی‌ربط هستیم.

زمینه‌های ورزشی:

• برگزاری مسابقات ورزشی دوستانه: انجمن دوستی ایران و آلمان می‌کوشد تا مسابقات ورزشی دوستانه بین دو کشور برگزار کند. این مسابقات فرصتی برای ورزشکاران دو کشور است تا با یکدیگر رقابت کنند. در این خصوص موضوعات مرتبط با استعدادیابی از تیم‌های فوتبال با کمک استاد مجید جلالی به کمک هوش مصنوعی در حال انجام است.

آیا وجود انجمن‌های دوستی، باعث کمرنگ شدن نقش سفارت‌خانه‌ها در ایجاد روابط نمی‌شود؟

انجمن‌های دوستی به عنوان نهادهای مدنی، نقشی مهمی در روابط بین دو کشور ایفا می‌کنند و با فراهم کردن زمینه‌های تبادل فرهنگی، علمی، اقتصادی و اجتماعی بین مردم دو کشور، به افزایش درک و شناخت متقابل کمک می‌کنند. انجمن‌های دوستی در کنار سفارت‌خانه‌ها، نقشی مکمل در پیشبرد روابط و اهداف دو کشور ایفا می‌کنند. در حالی که سفارت‌خانه‌ها به عنوان نماینده رسمی دولت‌ها، وظایف سیاسی و دیپلماتیک را بر عهده دارند، انجمن‌های دوستی با تمرکز بر تعاملات مردمی، به توسعه روابط در سطوح عمیق‌تر و پایدارتر کمک می‌کنند. با وجود نقش مهم انجمن‌های دوستی، این انجمن‌ها به هیچ وجه جایگزین سفارت‌خانه‌ها نیستند. وظایف و کارکردهای سفارت‌خانه‌ها، به ویژه در حوزه‌های سیاسی و دیپلماتیک، منحصر به فرد بوده و توسط هیچ نهاد دیگری قابل انجام نیست. در نهایت، وجود انجمن‌های دوستی به عنوان نهادهای مدنی، فرصتی ارزشمند برای توسعه روابط بین دو کشور در سطوح مختلف و ایجاد روابط پایدارتر بین مردم دو کشور است. این انجمن‌ها در کنار سفارت‌خانه‌ها، نقشی مکمل در روابط بین دو کشور ایفا می‌کنند و به هیچ وجه جایگزین سفارت‌خانه‌ها نیستند.

امتیازات انجمن دوستی می‌تواند از نظر اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی متفاوت باشد و بسته به ماهیت و فعالیت‌ها متغیر است؛ اما در کل، انجمن‌های دوستی باعث تقویت ارتباطات میان فرهنگ‌ها و مردم دو کشور و تسهیل همکاری‌های متقابل در زمینه‌های مختلف می‌شوند

آلمان در سال ۲۰۲۳
بالغ بر ۲۶۰ میلیون
یورو کالا از ایران وارد
و ۱/۶ میلیارد یورو
کالا به ایران صادر
کرده است و در حال
حاضر رتبه ۱۵ را در
بین سرمایه‌گذاران
خارجی در ایران دارد

به نظر شما کشور آلمان شریک تجاری خوبی برای ایران است؟

آلمان همچنان بزرگ‌ترین شریک تجاری ایران در اروپا محسوب می‌شود. این کشور با جمعیتی بیش از ۸۳ میلیون نفر، بازار بزرگی برای صادرات محصولات ایرانی محسوب می‌شود. آلمان به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد اروپا و چهارمین اقتصاد بزرگ جهان با صادرات ۱۵۰۰ میلیارد یورویی در سال، فرصت‌های زیادی برای همکاری اقتصادی با ایران دارد. ۹۹ درصد شرکت‌های آلمانی از نوع SME هستند و این فرصت مناسبی برای ارتباط شرکت‌های ایرانی با آن‌ها است. آلمان در زمینه‌های مختلف فناوری از جمله صنعت خودرو، ماشین‌آلات، انرژی و پزشکی، پیشرو است. همکاری با آلمان می‌تواند به ایران در دستیابی به این فناوری‌ها و ارتقای سطح دانش فنی خود کمک کند. بیش از ۶۰ درصد نمایشگاه‌های بزرگ دنیا در آلمان برگزار می‌شود و ۳۰ درصد درآمد آلمان از محل برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و بین‌المللی است. حضور شرکت‌های ایرانی در این نمایشگاه‌ها می‌تواند نقش موثری در ارتباطات و صادرات شرکت‌های ایرانی و آشنایی بیشتر کشورهای پیشرفته از توانمندی‌های صادراتی ایران باشد و اینجاست که نقش موثر انجمن‌های دوستی می‌تواند در ایجاد این روابط تاثیر گذار باشد. موضوعات شبکه‌سازی، بازارسازی و برندسازی ناشی از این اتفاق خواهد بود. روابط سیاسی بین ایران و آلمان به دلایل تحریم‌ها قدری خدشه‌دار شده، ولی قطعاً بهبود می‌یابد که این امر می‌تواند به تسهیل همکاری‌های اقتصادی بین دو کشور کمک کند. همکاری با آلمان در حوزه‌های انرژی، صنعت، کشاورزی، گردشگری و آموزش می‌تواند مزایای زیادی برای ایران داشته باشد. با این حال، ایران باید برای غلبه بر چالش‌هایی مانند تحریم‌های اقتصادی و بروکراسی پیچیده در آلمان تلاش کند و باید در زنجیره تامین شرکت‌های بزرگ آلمانی قرار گیرد تا نرخ صادرات پایدار و تولید ناخالص داخلی از این محل رشد یابد.

آیا روابط سیاسی و از جمله تحریم، مانع همکاری بین ایران و آلمان نشده است؟

روابط سیاسی بین ایران و آلمان در طول سال‌ها فراز و نشیب‌های زیادی را پشت سر گذاشته است. در حال حاضر، روابط دو کشور در سطحی دیپلماتیک و با احتیاط دنبال می‌شود. تحریم‌های اقتصادی ایالات متحده علیه ایران، مانعی بزرگ برای همکاری‌های اقتصادی بین ایران و آلمان است. این تحریم‌ها شامل محدودیت‌های بانکی، تجاری و سرمایه‌گذاری می‌شود و انجام تجارت با ایران را برای شرکت‌های آلمانی دشوار می‌کند. با وجود این چالش‌ها، همکاری‌های اقتصادی بین ایران و آلمان به طور کامل متوقف نشده است. در میان اعضای اتحادیه اروپا، آلمان بیشترین سهم در تجارت با ایران را داشته، به طوری که ۳۱ درصد از کل تجارت ایران با اروپا مربوط به این کشور بوده است. آلمان در سال ۲۰۲۳ بالغ بر ۲۶۰ میلیون یورو کالا از ایران وارد و ۱/۶ میلیارد یورو کالا به ایران صادر کرده است و در حال حاضر رتبه ۱۵ را در بین سرمایه‌گذاران خارجی در ایران دارد.

انجمن دوستی ایران و آلمان چه همکاری‌های در بخش نیروی کار با هم دارند؟

این انجمن در زمینه‌های مختلفی از جمله بخش نیروی کار با یکدیگر همکاری دارند. برخی از این همکاری‌ها عبارتند از:

- برگزاری سمینارها و نشست‌های تخصصی: انجمن دوستی ایران و آلمان می‌کوشد تا سمینارها و نشست‌های تخصصی در زمینه‌های مختلف مرتبط با نیروی کار مانند اشتغال، آموزش و مهارت‌آموزی را برگزار کند. این سمینارها و نشست‌ها فرصتی برای تبادل نظر و تجربیات بین متخصصان و فعالان حوزه نیروی کار دو کشور است.

- آلمان در زمینه آموزش و مهارت‌آموزی نیروی کار پیشرو است که در این میان، ایران می‌تواند از آلمان در زمینه ارتقای نظام آموزش و مهارت‌آموزی نیروی کار خود به روش آموزش‌های دو گانه، بازدید و کارآموزی در صنایع آلمان با هدف ارتقای سطح مهارت‌های نیروی کار، اشتغال‌زایی و توسعه اقتصادی دو کشور کمک بگیرد.

- همکاری‌های انجمن دوستی ایران و آلمان در بخش نیروی کار در حال حاضر در سطحی محدود است که نیازمند حمایت و تسهیل‌گری سازمان‌های بالادستی از این اتفاق است و برای توسعه این همکاری‌ها، نیاز به حمایت دولت‌ها و بخش خصوصی دو کشور است. تبادل نیروی کار بین دو کشور نیز باید با رعایت قوانین و مقررات مربوطه انجام شود و هدف از تبادل نیرو باید در راستای انتقال دانش و تکنولوژی و تقویت نیروی ماهر در کشور صورت پذیرد.

آیا از حجم سرمایه‌گذاری کشور آلمان در ایران اطلاع دارید؟

به طور عمومی، آمار دقیق و به‌روز شده‌ای از حجم سرمایه‌گذاری آلمان در ایران در دسترس نیست. تحریم‌های اقتصادی ایالات متحده علیه ایران، مانع بزرگی برای سرمایه‌گذاری خارجی در ایران است. بسیاری از شرکت‌های آلمانی به دلیل ترس از تحریم‌ها، از سرمایه‌گذاری در ایران خودداری می‌کنند. برخی از سرمایه‌گذاری‌های آلمان در ایران به طور غیرمستقیم و از طریق شرکت‌های ثالث انجام می‌شود که ردیابی آن‌ها را دشوار می‌کند. با وجود این چالش‌ها، آلمان همچنان یکی از شرکای تجاری مهم ایران است و ایران برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی، باید فضای اقتصادی مناسب و باثباتی را فراهم کند.

برخی از شرکت‌های آلمانی که در ایران سرمایه‌گذاری کرده‌اند عبارتند از: Siemens, Daimler, BASF, Volkswagen, Deutsche Telekom

و سخن آخر...

ایران می‌تواند با توجه به ظرفیت‌های موجود خود و مزیت‌های رقابتی از قبیل نیروی انسانی و انرژی ارزان، دسترسی به مواد اولیه و منابع طبیعی و همچنین موقعیت استراتژیک در منطقه، به بهشت فرصت‌های تجاری برای سرمایه‌گذاران خارجی از جمله آلمان تبدیل شود. فقط با ثبات قوانین، تصمیمات بالادستی، ایجاد امنیت اقتصادی، حمایت از تولیدکننده و نیروی کار و نیز، کاهش ریسک‌های تولید در ایران می‌توان انتظار افزایش تولید ناخالص داخلی و افزایش حجم صادرات از ایران را داشت. همچنین می‌توان با ایجاد نمایشگاه‌های دائمی و ترمینال‌های اقتصادی در آلمان و قرار گرفتن در زنجیره تامین و تولید شرکت‌های آلمانی، دروازه ورود به بازارهای جهانی را از مسیر آلمان و اتحادیه اروپا برای شرکت‌های توانمند ایرانی و تعاملات بین‌المللی موثرتر فراهم کرد. ■



گفت و گوی اختصاصی با دکتر محمدهادی طسوجی آذر

در این بخش می خوانیم:

- صدای شرکت های دانش بنیان هستیم
- تولید محصولات سبز؛ سازگار با محیط زیست
- ضرورت ایجاد انجمن های دوستی برای توسعه فعالیت تولیدی و صادراتی تشکله

موسس انجمن صنفی کارفرمایی شرکت‌های دانش بنیان

صدای شرکت‌های دانش بنیان هستیم

عرفان فغانی

توسعه شرکت‌های دانش بنیان یکی از جملاتی است که در یک دهه اخیر از سوی مسئولان بارها شنیده شده است. انفصال جامعه علمی کشور از بدنه صنعت، یکی از دلایل اصلی توسعه نیافتگی کشور است. بسیاری این پرسش را مطرح می‌کنند که کدام نهاد و یا ارگان موظف است که بین جامعه علمی و صنعتی کشور که دو اهرم بالندگی اقتصادی کشور هستند، زبان مشترکی بیافریند؟ برای دریافت پاسخ مناسب، به سراغ دکتر محمد هادی طسوجی آذر، موسس انجمن صنفی کارفرمایی شرکت‌های دانش بنیان رفتیم که برنامه‌های زیادی برای تعامل بین نخبگان علمی کشور، مسئولان و صنعتگران تدوین کرده است. وی خزانه‌دار و عضو اصلی انجمن صنفی کارفرمایی شرکت‌های دانش بنیان و فارغ التحصیل رشته صنایع و معادن در گرایش اکتشاف معدن است و در رشته نانو تکنولوژی و گیاهان دارویی تا مقطع دکترای نیز تحصیل کرده است. طسوجی آذر این افتخار را دارد که شاگرد مستقیم پروفسور عظیم اکبرنژاد، رئیس سابق انستیتو پاستور بوده و با نظارت این استاد برجسته، تحقیقات علمی روی بارگذاری نانو سلول‌ها و نانو موتورها را انجام داده است. همچنین در سال ۲۰۱۰ در مسابقات نخبگان جهان (اینووا) در رشته نانو تکنولوژی برنده مدال طلای جهانی شده و در سال ۲۰۱۱ نیز در مسابقات اختراعات جهانی در کشور کرواسی مدال طلای جهانی را به دست آورده است. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

بین الملل را فراهم کند؛ بنابراین سازمان تجارت بین الملل را با مسئولیت محدود، ثبت کردیم که بنده هم اکنون مدیریت آن را بر عهده دارم.

در خصوص فرآیند قانونی شدن این سازمان و همچنین چگونگی رفع موانع قانونی آن توضیحاتی ارائه فرمایید.

در ابتدا تاییدیه قانونی وزارت خارجه کشور بریتانیا و نیز، تاییدیه سفارت جمهوری اسلامی ایران در لندن را که پایگاه حکومتی کشور عزیزمان می‌باشد را دریافت کردیم. تاکنون تعداد ۷۰۲ شرکت داخلی ثبت بین المللی شده و هویت حقوقی بین المللی به دست آورده‌اند. در حقیقت این اقدام سبب شده که شرکت‌های ایرانی فارغ از فضای تحریم بتوانند محصولات و کالاهای خود را در جهان عرضه کنند. برای اینکه هویت بین الملل را در کشورمان هم داشته باشیم، موسسه بین المللی ایرسا تدبیر افق را ثبت کردیم که راه مستقیم ارتباطی ما با فعالان اقتصادی داخل ایران است و اهداف ما را در خارج از کشور مدیریت می‌کند.

این ساختار سازی برای تسهیل تجارت بین الملل چگونه رقم خورد و آیا این موضوع به تحصیلات علمی شما ارتباط داشت؟

بنده سال‌ها به واسطه تحصیلات خود با طیف گسترده‌ای از نخبگان و افراد تحصیل کرده ارتباط داشتیم. دغدغه مشترک همه ما این بود که محصولات، اختراعات و نوآوری‌های علمی را چگونه تجاری سازی و به دنیا عرضه کنیم. یکی از خلأهای بزرگ این حوزه، نداشتن انجمن صنفی کارفرمایی شرکت‌های دانش بنیان بود که در همین راستا، به همراه چند تن از دوستان تصمیم گرفتیم تا چنین نهادی را به وجود آوریم؛ در نهایت در پروسه سه ساله و با رفع همه موانع قانونی، مجوز اولین انجمن صنفی شرکت‌های دانش بنیان را اخذ کردیم. در اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ اولین مجمع



انگیزه فعالیت‌های صنفی برای جامعه نخبگان چگونه در ذهن شما شکل گرفت؟

خلأ محصولات ایران در بازارهای جهانی، یکی از دغدغه‌های همیشگی بنده بود. با اینکه از توانایی علمی نخبگان کشور آگاه بودم، اما هرگز فعالیت‌های تجاری که با این سطح از توانایی منطبق باشد را در بازار نمی‌دیدم. با این رویکرد و در راستای منویات مقام معظم رهبری در حوزه ارزآوری غیرنفتی و توسعه صادرات به وسیله فروش محصولات دانش بنیان برای کشور، برنامه‌ریزی‌های اقتصادی انجام داده و ایده ایجاد یک بستر جامع اقتصادی در ذهن بنده شکل گرفت. برای محقق شدن این هدف، بازار سازی و بازاریابی در کشورهای همسایه برای صادرات، خدمات و محصولات ایرانی را دستور کار قرار دادیم. برای به انجام رساندن این برنامه همه جانبه، نیازمند یک هویت حقوقی بودیم که بستر معرفی مادر سطح

انجمن تشکیل شد و اساس نامه انجمن با حضور نماینده محترم وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی شکل گرفت. خوشبختانه در شهریورماه امسال شناسه ملی انجمن را دریافت کنیم. روزگاری ایران در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان پیشرو بود، اما در یک برهه از زمان، از این دوران طلایی فاصله گرفتیم. به یاد داشته باشیم که مثال شرکت‌های دانش‌بنیان، مثل ساعت شنی است. افراد در یک پالایه سخت و سنگین وارد مجموعه می‌شوند، اما تولیدات علمی این مجموعه‌ها مورد استفاده قرار نمی‌گیرد؛ بنابراین انجمن صنفی کارفرمایی شرکت‌های دانش‌بنیان نقطه‌ای بود که این خلأ تکراری را در تاریخ شرکت‌های دانش‌بنیان به سامان برساند.

درباره فعالیت‌های انجمن صنفی کارفرمایی شرکت‌های دانش‌بنیان در مدت اخیر گزارشی ارائه بفرمایید.

امسال اولین همایش دستاوردهای شرکت‌های دانش‌بنیان را با همکاری وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی در سالن تلاش برگزار کردیم. در این همایش شرکت‌های دانش‌بنیان حضور پیدا کرده و تعاملات علمی خوبی بین مجموعه‌ها برقرار شد. در این مدت تمام تلاش ما شناسایی و مرتفع کردن موانع پیشرفت شرکت‌های دانش‌بنیان بوده است. توسعه صادرات، یکی از دغدغه‌های شرکت‌های دانش‌بنیان است، ولی باید مراحل قانونی آن را شناخت و مرحله به مرحله رفع کرد. در ابتدا داشتن هویت قانونی بین المللی یکی از اصول اصلی صادرات است. مرحله بعدی اخذ شناسه قانونی برای معرفی کردن محصول در سراسر دنیا است. خام فروشی و نداشتن هویت قانونی محصولات ایرانی در دنیا، راه سوءاستفاده رقبای این ضعف را فراهم کرده است. متأسفانه مشاهده می‌کنیم که محصول ایرانی با مبلغ کم خریداری و با برچسب کشور دیگر در بازار عرضه می‌شود. تلاش مجموعه ما حل این موانع است که در مسیر شرکت‌های دانش‌بنیان وجود دارد که تاکنون با استقبال خوبی از سوی جامعه نخبگان رویه رو شده‌ایم.

راز موفقیت و استقبال از فعالیت‌های انجمن صنفی کارفرمایی شرکت‌های دانش‌بنیان چیست و اینکه در شرایط فعلی شرکت‌های دانش‌بنیان با چه موانعی دست‌وپنجه نرم می‌کنند؟

تمام تلاش ما بر این است که همه موانع را به‌طور قانونی از سر راهمان برداریم که این نکته راه پیشبرد اهداف ما در این مدت بوده است. در حال حاضر وضعیت شرکت‌های دانش‌بنیان چندان جالب نیست. این شرکت‌ها دو وجه دارند؛ یکی فعالیت‌های علمی و دیگری فعالیت‌های تجاری که مانند دو بال یک پرنده هستند. در این میان حمایت‌های کافی وجود ندارد و با کمال تأسف حمایت‌ها در حد حرف و شعار است. به عنوان مثال، اذعان دارند که به شرکت‌های دانش‌بنیان معافیت‌های مالیاتی اعطاء شده، در حالی که این شرکت‌ها هنوز نمی‌توانند محصولات خود را صادر کنند و یا به فروش برسانند. متأسفانه کشور مادر حالی مالیات‌صادراتی از تولیدکنندگان می‌گیرد که در همه جای دنیا، مشوق‌های صادراتی برای تولیدکنندگان در نظر گرفته می‌شود. علاوه بر این، در شرکت‌های دانش‌بنیان هنوز به

تعریف مشترک از کارکرد محصول دانش‌بنیان نرسیدیم. گاهی می‌بینیم که برخی از کارشناسان که محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان را دیده‌اند، می‌گویند که این محصول پیچیدگی ندارد، این در حالی است که اساساً فلسفه محصولات کارآمد علمی، رفع پیچیدگی ساختاری است.

با این وصف آیا شرکت‌ها رغبتی به دانش‌بنیان شدن دارند؟

این تمایل با سطح بالایی دیده می‌شود. هر محصولی که در دنیا با برچسب دانش‌بنیان به بازار عرضه شود، با استقبال خوبی در بازار روبه‌رو شده و زودتر مورد قبول واقع می‌شود. پستوانه علمی تولیدات دانش‌بنیان برگ برنده آن‌ها در بازارهای جهانی به شمار می‌آید. این قانون در کل دنیا صادق است، اما موانعی مثل بروکراسی اداری پیچیده در کشور وجود دارد که مجموعه‌ها را برای حرکت به سمت ناامیدی و بی‌انگیزگی هدایت می‌کند. خوشبختانه ما توانسته‌ایم با ایفای نقش واسطه بین شرکت‌های دانش‌بنیان و دستگاه‌های مربوطه، به بازتعریف مجدد مفاهیم دست‌بزنیم. در واقع توانستیم در مسیر قانونی برای این مجموعه‌ها مطالبه‌گری کرده و صدای آن‌ها باشیم.

به چند مورد از مزیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در صادرات اشاره بفرمایید.

طبیعتاً هر کالایی برای ورود به بازارهای صادراتی باید از مزیت‌های رقابتی برخوردار باشد و استانداردهایی را کسب کند. مثلاً کالایی که فقط استاندارد ایران را دارد، در مقابل کالایی قرار دارد که هم استاندارد ایران را داشته و هم گواهی ایزو دارد. از سوی دیگر، کالاهایی داریم که علاوه بر این مزیت‌های معمول، دانش‌بنیان نیز است. مسلماً مشتری در همه دنیا کالایی با مزیت بالاتر را انتخاب می‌کند.

تاکنون انجمن صنفی کارفرمایی شرکت‌های دانش‌بنیان تا چه میزان به اهداف خود نزدیک شده است؟

ما اهداف فراوانی را در نظر داریم. در گام اول، شروع به بازسازی زیرساخت‌ها کردیم. جلساتی با کارشناسان اداره مالکیت‌های معنوی، معاونت علمی نهاد ریاست جمهوری، وزارت کار و وزارت کشور برگزار کردیم. خوشبختانه همه این دوستان به ما قول همکاری مساعد دادند؛ بر همین اساس رفع موانع اولیه‌ای مثل ایجاد هویت قانونی، رفع چالش تعریف نوآوری برای کارشناسان، تقویت ارتباط صنعت و نوآوری نیز بخشی از فعالیت‌های ما بوده که تاکنون با جدیت پیگیری شده است. از طرفی، موفق شدیم که زبان علمی نخبگان را به زبان فنی صنعتگران نزدیک کنیم، چرا که این دو نگاه همیشه با یکدیگر به مناقشات برخورد کرده‌اند. در راستای حل این مشکلات و ایجاد تفاهم، دیدارهایی بین نخبگان و صنعتگران کشور برگزار کردیم. همچنین با دکتر بنی‌هاشمی، رئیس خانه صنعتگران جلسه‌ای برگزار کردیم و تفاهم‌نامه‌ای بین انجمن صنفی کارفرمایی و مجموعه توانمند خانه صنعتگران منعقد شد. در مجموع، اگر حمایت‌های لازم تداوم پیدا کند، چشم‌انداز روشنی در انتظار شرکت‌های دانش‌بنیان است. ■

توسعه صادرات
یکی از دغدغه‌های
شرکت‌های
دانش‌بنیان است
ولی باید مراحل
قانونی آن را شناخت
و مرحله به مرحله
رفع کرد

مدیرعامل شرکت سبز پویش روش کیمیا مطرح کرد

تولید محصولات سبز سازگار با محیط زیست

مهدیه شهسواری

محصول سبز به محصولی گفته می‌شود که در طول چرخه عمر خود، تأثیر کمتری بر محیط زیست داشته و مزایای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی به همراه دارد. کاهش ضایعات و بهره‌وری در مصرف منابع، دو هدف عمده‌ای است که در تولید محصولات سبز دنبال می‌شود. یکی از مزایای بزرگ محصولات سبز، حفظ منابع طبیعی است. با استفاده از فناوری‌های پاک و فرآیندهای تولید سبز، محصولات سبز تلاش می‌کنند تا مصرف انرژی و مواد اولیه را به حداقل برسانند. استفاده از محصول سبز باعث می‌شود تا آلودگی هوا، آب و خاک به حداقل برسد و با کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای، آلاینده‌های هوا و مواد شیمیایی مضر، محصولات سبز به حفظ محیط زیست کمک می‌کنند و سلامت انسان و حیات‌های دیگر را بهبود می‌بخشند. در گفت‌وگویی که با محمدرضا حاج بابایی، مدیرعامل شرکت سبز پویش روش کیمیا داشتیم، ابعاد مختلف تولید محصولات سبز، برچسب‌های زیست‌محیطی، همکاری‌های این شرکت با آلمانی‌ها و... را مورد بررسی قرار داده‌ایم. وی دانشجوی دکترای تخصصی عمران محیط زیست از دانشگاه صنعتی امیرکبیر، بازرگانی‌های این انجمن علوم مهندسی منابع آب ایران و مدیر آموزش انجمن علوم مهندسی منابع آب ایران است و از سال ۱۳۹۶ در شرکت سبز پویش کیمیا به عنوان مدیرعامل، پروژه‌های متعددی را اجرا کرده است. همچنین تاکنون در زمینه ارزیابی زیست‌محیطی، چهار کتاب تألیف کرده و علاوه بر این، به عنوان اولین مدرس نرم‌افزار سیما پرو در ایران شناخته می‌شود و چندین دوره آموزشی را در دانشگاه خواجه نصیر، امیرکبیر و تربیت مدرس برگزار کرده است. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

عنوان سبز پویش روش از همین جا گرفته شده است؛ به این معنا که با برگزاری روش‌های پویش، روش‌های مشارکت مردم و سازمان‌های مردم‌نهاد و سمن‌ها بتوانیم به سمت سبز شدن، محصولات سبز و جامعه سبز پیش برویم. در رابطه با کلمه کیمیا در نام شرکت هم باید بگوییم، از آنجا که محوریت بعدی فعالیت شرکت در حوزه رفع آلودگی‌های زیست‌محیطی است، ما هم با حذف آلاینده‌ها از محیط آب، خاک و هوا و مدیریت پساب و پسماند می‌توانیم به نوعی ارزش افزوده ایجاد کنیم.

محصولات سبز، چه محصولاتی هستند؟

محصولات سبز می‌توانند طیف وسیعی داشته باشند و بسیار متنوع هستند. به عبارتی می‌توان گفت محصولات سبز، محصولاتی هستند که حجم آلودگی آن‌ها در فرآیند تولید، بسته‌بندی، چرخه مصرف و پس از مصرف و همچنین مصرف منابع آب و انرژی، مطابق با استانداردهای روز دنیا و سازگار با محیط زیست است. در واقع محصولات سبز بر مبنای استانداردها و موازین بین‌المللی و سازگار با محیط زیست تولید می‌شوند و در فرآیند بسته‌بندی و مدیریت چرخه عمر، حداقل آسیب‌ها را به محیط زیست می‌زنند.

این شرکت برای نخستین بار اقدام به پایه‌گذاری و ابداع برچسب زیست‌محیطی سبز با عنوان یوز سبز کرده است. در خصوص این موضوع توضیح دهید.

شرکت سبز پویش کیمیا برای اولین بار با الگوبرداری از یک سازوکار معتبر بین‌المللی در خصوص اعطای گواهینامه و برچسب زیست‌محیطی یا همان اکولبیل اقدام کرده است. همچنین سال‌هاست که برند یوز پلنگ



شرکت سبز پویش روش کیمیا از چه سالی و با چه اهداف و رویکردی آغاز به کار کرده است؟

این شرکت از مردادماه سال ۱۳۹۶ تأسیس شد و رویکرد آن، فعالیت در حوزه‌های نوآورانه محیط زیست از جمله زمینه‌های مربوط به اپلیکیشن‌های زیست‌محیطی در خصوص تفکیک پسماند از مبدأ، جمع‌آوری پسماند، مصرف بهینه آب و انرژی، برنامه‌های مرتبط با سامانه‌های هوشمند پایش، کاهش و مدیریت آلودگی‌ها، مدیریت پسماند، فعالیت در حوزه‌های هوش مصنوعی، حوزه خدمات محصولات سبز و حوزه‌های نوآورانه مهندسی محیط زیست است. همان‌طور که از نام شرکت پیداست، یک طرف عمده برنامه‌ها، اپلیکیشن‌ها و سامانه‌های زیست‌محیطی، مردم هستند؛ بنابراین این فلسفه نامگذاری شرکت هم تحت



برچسب زیست محیطی یوز سبز
شرکت سبز پویش روش کیمیا



آلمان یک کشور
پیشگام در حوزه محیط
زیست است و در حوزه
انرژی و به خصوص
انرژی های تجدیدپذیر
سرمایه گذاری های
عمده ای انجام داده و
از طرفی، جزو معدود
کشورهایی است که
با برچسب blue angel
اقدام به عملیاتی کردن
فرآیند برچسب سبز
برای محصولات کرده
است

دیگری به این موضوع بپردازم، باید بگویم مزیتی که برای شرکت‌ها دارد این است که آن‌ها می‌توانند با صرفه جویی در مصرف منابع، کاهش مصرف آب، کاهش مصرف انرژی و مدیریت بهتر انتشار پسماندها، از نظر مالی و اقتصادی هم صرفه جویی کنند؛ به عبارتی می‌توان گفت که این فرآیند برای آن‌ها در ابعاد مختلف می‌تواند دستاوردهای مفیدی را داشته باشد.

مشاوره‌هایی که این شرکت در خصوص آلاینده‌های صنایع ارائه می‌دهد، شامل چه مواردی است و چه تاثیری بر عملکرد صنایع و شرکت‌ها دارد؟

از آنجایی که این شرکت در حوزه اجرایی و در حوزه آکادمیک، کاملاً متخصص و زبده است، در ابتدا با شعار کاهش، پایش و پالایش اقدام می‌کنیم. مادر ابتدا صنایع را ممیزی می‌کنیم و با بانرم افزارهای تخصصی، میزان آسیب‌هایی که به محیط زیست وارد می‌کنند را به صورت کمی شناسایی می‌کنیم. در ادامه، پس از اینکه برای پساب‌ها و پسماندهای آن‌ها، شناسنامه کمی و کیفی در آوریم، در گام بعدی مشاوره‌هایی را به شرکت‌ها می‌دهیم تا با حداقل هزینه و یا حتی بعضاً بدون هزینه، بتوانند کاهش آلاینده‌ها داشته باشند. در گام‌های بعدی در راستای طراحی‌هایی که با تصفیه‌خانه‌ها یا سیستم‌های رفع آلاینده‌ها مرتبط می‌شوند، مشاوره می‌دهیم و در این حوزه اگر زیرساختی وجود داشته باشد، می‌توانیم به ارتقا و بهبود و اصلاح آن زیرساخت، کمک کنیم. چنانچه زیرساختی هم وجود نداشته باشد، می‌توانیم از پایه این طراحی را انجام دهیم و حتی برای آن‌ها اجرا کنیم تا بتوانند نسبت به رفع یا حتی کاهش آلاینده‌های خود اقدام کنند.

در مورد تفاهم‌نامه‌ای که شرکت سبز پویش روش کیمیا با انجمن دوستی ایران و آلمان منعقد کرده، توضیح دهید.

از آنجایی که آلمان، یک کشور پیشگام در حوزه محیط زیست است و در حوزه انرژی و به خصوص انرژی‌های تجدیدپذیر سرمایه‌گذاری‌های عمده‌ای انجام داده و از طرفی، جزو معدود کشورهای است که با برچسب blue angel اقدام به عملیاتی کردن فرآیند برچسب سبز برای محصولات کرده است، این نقطه مشترک وجود دارد که بتوانیم فعالیت و تفاهم‌نامه‌هایی را داشته باشیم تا در قبال آن به شرکت‌ها، ارائه خدمات انجام دهیم.

به هر حال آلمان، نماد کیفیت و رعایت موازین زیست محیطی است و اگر بتوانیم تفاهم‌نامه‌هایی را داشته باشیم و انجمنی را تشکیل دهیم، می‌توانیم تبادل دانش و تجارب را داشته باشیم. شرکت‌هایی که در کشور خودمان مایل باشند تا در قالب این فرآیند ممیزی شوند، می‌توانیم برای آن‌ها برنامه‌ریزی‌هایی را داشته باشیم و بازدیدهایی را ترتیب دهیم و در نهایت به صورت مشترک این شرکت‌ها را از گواهینامه‌ها منتفع کنیم که می‌تواند شامل تاییدیه‌های داخلی و خارجی باشد. ■

در منطقه به عنوان نماد زیست محیطی و آلمان زیست محیطی کشور ما شناخته می‌شود. با توجه به این موضوعات، ما هم برای نخستین بار، یوز سبز را به عنوان یک برچسب منحصر به فرد برای کشور، طراحی و نامگذاری کردیم. مراحل اعطای این برچسب هم دقیقاً مطابق با مراحل ممیزی و اعطای برچسب سبز در جامعه جهانی است و از استانداردهای IP و PCR پیروی می‌کند. هم‌اکنون نیز این شرکت با همکاری و هماهنگی سازمان حفاظت محیط زیست، سازمان برنامه و بودجه و سازمان استاندارد در حال تدوین چهار چوب قانونی برای اعطای این برچسب به مخاطبان و مشتریان خود است.

برای اخذ برچسب زیست محیطی یوز سبز، شرکت‌ها و صنایع باید چه ویژگی‌ها و مشخصه‌هایی داشته باشند؟

ما برای سازمان‌ها و شرکت‌هایی که علاقه‌مند به دریافت این برچسب زیست محیطی باشند، محدودیتی قائل نیستیم؛ به عبارتی کلیه سازمان‌ها، شرکت‌ها، صنایع و حتی معادن و مجموعه‌هایی که حوزه‌های خدماتی دارند، می‌توانند برای دریافت این برچسب اقدام کنند. با توجه به ممیزی‌هایی که انجام می‌شود، ما هیچ خط قرمزی برای هیچ صنعتی نداریم؛ زیرا در فرآیند اعطای گواهینامه و بحث برچسب زیست محیطی، ملاک عمل لزوماً تولید محصول کاملاً پاک و زیست محیطی نیست. در واقع ملاک عمل، جهت‌گیری و استراتژی‌های سازمان در راستای رفع آلاینده‌ها و بعد از آن هم در راستای کاهش اثرات مخرب زیست محیطی است؛ لذا حتی صنعتی که ممکن است آلاینده باشد، اما با اتخاذ رویکردهایی، اثرات زیست محیطی خود را در بازه مشخصی کاهش دهد، می‌تواند از جمله مخاطبان و مشتریانی باشد که موفق به دریافت برچسب زیست محیطی می‌شود. البته برچسب زیست محیطی یوز هم سطوح مختلفی دارد که جهت تمایز بین شرکت‌ها و مخاطبانی است که در بخش‌های مختلف موفق شده‌اند، اثرات زیست محیطی منفی خود را به حداقل برسانند.

گواهینامه‌های زیست محیطی تحت چه ضوابطی توسط شرکت سبز پویش روش کیمیا ارائه می‌شود و چه مزایایی برای شرکت‌ها و صنایعی که موفق به اخذ آن‌ها شده‌اند، به دنبال دارد؟

ضوابطی که شرکت سبز پویش روش کیمیا برای ممیزی شرکت‌ها و صنایع دارد، مطابق با ضوابط بین‌المللی است که البته این ضوابط تا حدودی هم بومی‌سازی شده است. در واقع بر اساس قوانینی که در حوزه‌های مختلف و میزان مجاز مصرف آب، منابع طبیعی، انرژی و مواد اولیه برای تولید میزان مشخصی محصول وجود دارد و همچنین میزان مجاز تولید اکسید کربن، ممیزی‌ها را انجام می‌دهیم. شایان ذکر است؛ ثبت شدن و تقویت برند، مزیت‌های محیط زیستی، بخشودگی‌های مالیاتی، مشوق‌ها، صنعت و معدن سبز، امتیازات صادراتی، ایجاد مزیت رقابتی، افزایش میزان فروش و اخذ ایزوهای بین‌المللی مرتبط از جمله مزایایی است که برای شرکت‌ها به همراه دارد. اگر بخواهم با رویکرد

رئیس انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی استان تهران

ضرورت ایجاد انجمن‌های دوستی

برای توسعه فعالیت تولیدی و صادراتی تشکله‌ها

مینا افتخاری

اسفندیار سیفی، از تولیدکنندگان شناخته‌شده در صنعت طلای کشور است که از دوران جوانی به دلیل علاقه‌مندی به این هنر صنعت، تحصیل در رشته مهندسی کشتی‌سازی را رها و فعالیت در این حوزه را آغاز کرده و به صورت تخصصی ادامه داده است. تحصیلات وی در رشته کارشناسی «مهندسی تکنولوژی، طراحی و نقشه‌کشی صنعتی» ادامه یافت و در مقطع کارشناسی ارشد نیز در رشته «مدیریت صنعتی تولید و عملیات» فارغ‌التحصیل و در مقطع دکترا در رشته فوق‌الذکر پایان‌نامه خود را با عنوان «طراحی مدل تولید ناب-چابک با رویکرد بلاکچین جهت رسیدن صنعت طلا و جواهر به کلاس جهانی» ارائه کرده است. از جمله فعالیت‌های تشکلی و صنفی سیفی، می‌توان به عضویت در هیات مدیره انجمن کارفرمایان صنفی طلا و جواهر استان تهران، کانون انجمن‌های صنفی استان تهران، هیات مدیره اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی ایران، نماینده صنف طلا و جواهر در اداره کل استاندارد استان تهران، عضو معتمدین اتحادیه طلا و جواهر تهران، ممتحن سازمان فنی و حرفه‌ای استان تهران در زمینه طلا و جواهر، مدیر گروه و مدرس گروه ساخت و تولید مرکز علمی کاربردی اتحادیه طلا و جواهر تهران، رئیس انجمن صادرکنندگان و تولیدکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی استان تهران و... اشاره کرد. گفت‌وگوی ما با این فعال صنعت طلا و جواهر را در ادامه بخوانید.

می‌شود. شایان ذکر است، یک کارخانه مدرن در یکی از شهرک‌های صنعتی حومه پایتخت احداث کرده‌ایم که تمام ماشین‌آلات آن ایتالیایی است و توان تولید مصنوعات در حد کلاس جهانی را دارا است و مصنوعات قابل رقابت در بازارهای جهانی تولید می‌شود.

یکی از مطالبات فعالان صنف طلا و جواهر در کشورمان، ایجاد صندوق طلا است. در این رابطه چه اقداماتی صورت گرفته است؟

تاکنون اتحادیه‌ها با محوریت فروش و مدیریت جواهر فروشان اداره شده؛ لذا رشد و توسعه بخش تولید علی‌السویه و در محاق نگه داشته شده است، به گونه‌ای که اغلب تصمیمات در مراحل اولیه در جازده و نهایتاً متوقف می‌شود. متأسفانه بیش از ۹۰ درصد از فعالان صنفی ما با قوانین جاری کشور که دائم در حال تغییر است، نا آشنا هستند و تحقیق و کنکاش حرفه‌ای در این خصوص انجام نمی‌شود؛ از همین رو قدم مثبتی در این زمینه برداشته نشده است. در یک مقطع زمانی، پیشنهاد ایجاد بانک طلا در وزارت صنعت، معدن و تجارت مطرح شد که با توجه به مهیا نبودن پیش زمینه‌ها با آن مخالفت کردم. در بخش توسعه تجارت یک سری صندوق‌هایی جهت توسعه صادرات پیشنهاد گردید؛ حتی در ادوار گذشته هم یک صندوق در زمینه طلا ایجاد شد که به دلیل تضاد دیدگاه‌های هیات مدیره، فعالیت آن متوقف و سرنوشت آن ناروشن ماند. اما در حال حاضر برای اینکه بتوانیم در بخش صادرات فعالیت منظم و منضبطی داشته باشیم، نیازمند احداث صندوق صادرات یا صندوق برای توسعه صادرات صنعت طلا که به یک امر ضروری تبدیل شده، هستیم. برای مثال، با توجه به تحقیقات انجام‌شده در سال ۲۰۱۶، مشخص شد که بودجه صندوق توسعه صادراتی ایران حدود ۲۰۰ میلیون دلار و صندوق توسعه صادراتی آلمان ۲۰ میلیارد یورو بود. در واقع در کشوری



برای کسب تجربه و حرفه‌ای شدن در این شغل چه اقداماتی انجام داده‌اید؟

به طور سنتی در صنعت طلا و جواهر روند فراگیری به صورت استاد و شاگردی بود؛ لذا از شرکت در دوره‌های آموزشی فنی و حرفه‌ای بی‌نیاز بودم، ولی با توجه به تجارب به دست آمده، در سازمان فنی و حرفه‌ای کشور تدریس کرده‌ام. تسلط به زبان مادری (آذری) و علاوه بر آن ترکی استانبولی، مسیر باز دیدهای مکرر از کارخانه‌های تولیدی ترکیه را برایم گشود که منجر به توسعه فعالیت تولیدی و استفاده بهینه از تکنولوژی روز شد. به منظور شناخت سلاقی و نیازهای مشتریان؛ استفاده از فناوری و انعطاف‌پذیری به خاطر نیاز بازار و نوآوری، از اهمیت بسیاری برخوردار است؛ بنابراین امروز از نظر کیفیت تولید و تنوع در طراحی و مدل، از جمله تولیدکنندگان مطرح و دارای برند هستیم. تمام روند تولید از ایده‌پردازی، طراحی و تولید تا فروش مصنوعات را خودمان انجام داده و مدیریت می‌کنیم. از طرفی در همین مجموعه، تمام فرآیندهای تولید انجام



سازمان ملی استاندارد، مدیریت و رویه معاملات مربوط به آن شفاف، صحت‌سنجی و اصلاح شود.

مصرف کننده در هنگام خرید طلا چگونه می تواند از کیفیت و میزان عیار مناسب آن مطلع شود؟

قاعدتا با چشم نمی توان تعیین عیار کرد و این موضوع حتی برای تولید کنندگان هم امکان پذیر نیست. با توجه به اینکه تمامی تولید کنندگان تحت نظارت سازمان ملی استاندارد، موظف به رعایت عیار رسمی کشور هستند، از این جنبه تهدیدی متوجه مصرف کنندگان نیست؛ لذا با اعمال نظارت سازمان ملی استاندارد و سایر مراجع ذی صلاح این موضوع قابل مدیریت است. علاوه بر این، مصرف کنندگان می توانند از طریق سامانه سینا و از طریق شماره پیامکی ۱۰۰۰۱۵۱۷ و ارسال کد مصنوعات طلا به این شماره، اعتبار سنجی و معتبر بودن کد شناسه تولید را اعلام کنند.

همواره در صنوف مختلف مشکلات و محدودیت هایی در حوزه صادرات وجود داشته است. به نظر شما صنعت طلا و جواهر با چه معضلاتی دست و پنجه نرم می کند؟

در حال حاضر صادرات مصنوعات طلا آمار شاخصی ندارد و البته ناچیز است. مادر زمینه صادرات طلا با دو قانون درگیر هستیم که چالش هایی را به وجود آورده است. در صادرات مستقیم تابع قوانین بانک مرکزی و در ورود موقت شمش طلا جهت تولید و صادرات، تابع قوانین گمرکی هستیم که در هر دو روش صادرات مشکلات زیادی وجود دارد که تا به امروز دستگاه های ذی ربط جهت مرتفع شدن این مشکلات اقداماتی انجام نداده اند. از طرفی، تنوع عیار مصنوعات مصرفی در دنیا بسیار است و در برخی کشورها از عیار ۷ الی ۲۲ هم استفاده می شود، ولی متأسفانه فعلا به ما مجوز ساخت و تولید عیارهایی به جز ۷۵۰ (۱۸) را نمی دهند. سازمان ملی استاندارد در تولید صادرات، کمک های شایانی انجام داده و اگر این موضوع برای تولید کنندگانی که در زمینه صادرات فعالیت دارند، در قالب پروانه صادراتی تعریف شود، قطعا در کاهش بروکراسی اداری کمک زیادی به صادرات و صادر کننده خواهد کرد. اگر ما تابع تدوین های ملی استاندارد جهانی هستیم و به استاندارد ۲۱۳۲ استناد می کنیم، تولید کننده باید اجازه تولید مصنوعات با عیارهای متفاوت را داشته باشد تا زمان نمونه برداری از مصنوعات صادراتی از طرف سازمان ملی استاندارد دچار مشکل نشویم. به عنوان مثال، چنانچه سفارش خارجی برای تولید ۵۰ عدد انگشتر به یک تولید کننده مغایر با عیار رسمی کشور ارجاع شود،

مانند آلمان، صندوق ها ضامن صادرات هستند و دولت، نقش حمایت کننده دارد، اما در کشور ما نه تنها این اتفاق رخ نداد، بلکه رایزن های اقتصادی ما در سفارتخانه ها نتوانستند با شناسایی بازارهای جهانی از ظرفیت تولید کنندگان جهت صادرات استفاده کنند تا بتوانند به وظایف خودشان عمل کنند. قطعا در دنیا، از ظرفیت سیاست خارجی برای فعال سازی اقتصاد و به حرکت در آوردن آن استفاده می کنند، ولی متأسفانه ما نتوانسته ایم از این امتیاز به موقع بهره برداری کنیم. در صنعت طلا و جواهر، ایده و پیشنهاد فراوان است، ولی تاکنون پروپوزالی در خصوص احداث صندوق طلا که دارای توجیه فنی و اقتصادی باشد، ارائه و تدوین نشده است. بسیاری صرفا از ضرورت وجود صندوق های طلا صحبت می کنند، اما از مکانیزم فعال سازی آن اطلاعی ندارند. ترکیه بی نیاز از احداث صندوق طلا است، زیرا بانک های این کشور، طلا را با حداقل سود در اختیار تولید کنندگان و صادر کنندگان قرار می دهند، اما در مقابل، آن ها را ملزم به انجام صادرات و اشتغال زایی می کنند. متأسفانه برای دریافت وام تولید و صادراتی در کشورمان، باید از هفت خان رستم عبور کنیم که البته، با محدودیت های موجود، دریافت تسهیلات از سیستم بانکی امکان پذیر نیست.

فروش طلای ذوب شده به مردم از سوی برخی صاحبان صنوف، به عنوان یکی از معضلات این صنف مطرح می شود. در خصوص این موضوع و تبعات آن توضیح دهید.

باید به این موضوع اشاره کنم که در هیچ کشوری، فروش طلای آب شده مجاز نیست و معاملات به صورت شمش استاندارد در بورس یا شرکت های تحت نظارت بورس انجام می گیرد. به دلیل شفاف سازی و جلوگیری از پولشویی باید منشأ تمام شمش های قابل فروش، مشخص و قابل استعلام باشد. مثلاً در کشور ترکیه کمتر از ۱۰ فقره واحد فروش شمش های استاندارد وجود دارد، اما متأسفانه در کشور ما هزاران واحد آب شده فروشی و سکه فروشی وجود دارد. از طرفی، تعداد واحدهای طلا و جواهر فروشی کم و بعضاً تعدادی از واحدهای فوق الذکر مباردت به فروش طلای آب شده و سکه می کنند که نظارت برای این واحدها خارج از دسترس دستگاه های نظارتی است، در حالی که در هیچ کشوری، شاهد چنین رویه ای نیستیم. متأسفانه آسیب های ناشی از تمایل بالای مردم برای خرید طلای آب شده و سکه و ذخیره کردن آن به عنوان سرمایه، در نهایت متوجه تولید کنندگان می شود. هر چند این تبعات، امروزه برای مردم و مسئولان محسوس نیست، اما اگر در آینده، سیاست های اقتصادی به هر دلیل تغییر کند و به یکباره حباب سکه فروکش کند، مردم نیز متضرر می شوند و این در حالی است که با اعلام ممنوعیت فروش طلای غیر استاندارد، همه افرادی که طلای آب شده خریداری کرده اند، مقبوض گرفتار می شوند. به نظر می رسد، در آینده نزدیک یک بی اعتمادی در زمینه خرید سکه و طلای آب شده برای عموم مردم ایجاد شود، چرا که از ناخالصی هایی برخوردار است که شاید بسیاری از مردم از عواقب آن بی اطلاع باشند و فقط در زمان تبدیل طلای آب شده به سایر دارایی ها از جمله پول نقد و...، اصالت و صحت سنجی عیار طلاهای آب شده مشخص خواهد شد؛ بنابراین این موضوع باید توسط دولت و حاکمیت به خصوص

به هر حال صنعت طلا و جواهر با توجه به مشکلات اقتصادی حاکم بر جامعه چشم انداز امیدوار کننده ندارد و توسعه صادرات، مهمترین عامل ایجاد رونق در هنر صنعت طلا و جواهر است

برای اینکه بتوانیم
در بخش صادرات
فعالیت منظم و
منضبطی داشته
باشیم، نیازمند احداث
صندوق صادرات یا
صندوق برای توسعه
صادرات صنعت طلا
که به یک امر ضروری
تبدیل شده، هستیم

یک نمونه از کار تولید شده جهت کنترل کیفی و عیارسنجی به سازمان استاندارد ارسال می‌شود که این مساله، باعث کسری میزان سفارش و ایجاد محدودیت در کار می‌شود که به هیچ طریق برای سفارش دهنده خارجی کسر کالا توجیه پذیر نیست. مشکل دیگر، مربوط به تسویه حساب‌ها است. در واقع بانک مرکزی اجازه نمی‌دهد که شمش‌های استاندارد ۵۰، ۱۰۰ یا ۲۰۰ گرمی جهت تسویه حساب با مشتری خارجی وارد کشور شود و فقط مجوز واردات شمش یک کیلویی صادر می‌شود. این نقیصه امکان تراز و تسویه طلای صادراتی و شمش وارداتی را عملاً ناممکن می‌سازد، زیرا برای تراز کردن میزان صادرات و واردات نیاز به شمش‌هایی با اوزان مختلف ضروری است. این در حالی است که بانک مرکزی برای حل این معضل پیشنهاد می‌کند که برای تراز کردن، مابه‌التفاوت به صورت دلار توسط صادرکننده یا واردکننده تامین شود. چطور امکان دارد که طلای با ارزش بازار آزاد با دلار ۴۲ هزار تومنی بانک مرکزی را تراز کرد؟ اگر سیاست‌های دولت و حاکمیت برای صادرات اصلاح یا تغییر کند و حمایت‌های لازم از صادرات صورت گیرد، امکان فعالیت در حوزه صادرات را برای مجموعه خود و سایر سفارشات داخلی فراهم خواهیم کرد. به هر حال صنعت طلا و جواهر با توجه به مشکلات اقتصادی حاکم بر جامعه چشم‌انداز امیدوارکننده ندارد و توسعه صادرات، مهمترین عامل ایجاد رونق در هنر صنعت طلا و جواهر است.

همکاری و تفاهمنامه انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های استان تهران با انجمن دوستی ایران و آلمان، معطوف به چه موضوعاتی است و شامل چه مواردی می‌شود؟

حدود دو سال پیش یکی از قدرت‌مندترین صنعتگران کشور آلمان آقای استیپ رییس اتحادیه آلمان، مهمان کشور ما بود. وی طی بازدید از توانمندی و امکانات تولید مصنوعات طلا در ایران، در مذاکرات خود اظهار داشت که ما مشتریان خاص خودمان را در دنیا داریم و شما هم تولیدکنندگان خوبی در ایران دارید. از آنجایی که کشور آلمان ارتباطات عمیق و گسترده‌تری با بازارهای جهانی دارد، ما می‌توانیم از طریق این کشور، برنامه توسعه صادرات مناسبی را تدوین و پیگیری کنیم، مابه‌دلیل کثرت قوانین متضاد و مشکلات پیش روی صادرات، امکان فعالیت با

کشورهایی مانند آلمان از ما سلب می‌شود. در واقع آلمانی‌ها بسیار مشتاق هستند که تکنولوژی روز دنیا را در اختیار تولیدکنندگان ایران قرار دهند و حتی پیشنهاد کردند که با توجه به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های بنگاه‌های تولیدی، یک هلدینگ جدید تولیدی ایجاد و یک باشگاه صادراتی را احداث کنیم و از این طریق به بازارهای آلمان وصل شویم، به طوری که آن‌ها تکنولوژی، مواد مصرفی و تامین تجهیزات را تقبل و ما هم تولید را در مقیاس مورد نظر آن‌ها متعهد شویم. متأسفانه تداوم تحریم‌ها و محرومیت استفاده از سیستم سوئیفت و همچنین عدم پذیرش FATF توسط کشور ما موجب شد که موضوعات این تفاهمات تداوم پیدا نکند. از دیگر مصادیق عدم هماهنگی بین اهداف صنفی و سیاست‌های دولتی، عقیم ماندن پیشنهاد دولت کشور از پاکستان جهت تولید مشترک حدود ۱۰۰ تن مصنوعات طلا جهت مصارف داخلی و ممانعت از خام‌فروشی است که متأسفانه نتوانستیم از این موقعیت مناسب جهت استفاده حداکثری از ظرفیت و توانمندی بنگاه‌های تولیدی داخلی، اشتغال‌زایی، ارزآوری و ورود به بازارهای جدید بهره ببریم. تعلل در تصمیم‌گیری منجر به جذب ازبکستان به سایر رقبای منطقه ما شد. هر چند از سه سال پیش اقداماتی را برای ساماندهی صادرات شروع کرده‌ایم و در این راستا اتفاقاتی در حال رخ دادن است، اما کماکان بعضی از تنگ‌نظری‌ها مانع از انجام امر صادرات می‌شود. در حال حاضر ما نیازمند انجمن دوستی ایران و آلمان و انجمن‌های دوستی ایران با سایر کشورهای دیگر هستیم که باید بررسی و امکان‌سنجی صورت پذیرد. ایجاد این انجمن‌ها، حوزه‌های تولید در کشورمان را به بخش‌های فروش در سایر کشورها متصل خواهد کرد و ضمن ارتقاء کیفیت تولید و ایجاد اشتغال، ارزآوری و بازارهای مصرفی جدیدی را بر ما خواهد گشود. کشورهای ایتالیا، آلمان و حتی ترکیه صاحب تکنولوژی هستند و می‌توانیم انجمن دوستی با آن‌ها ایجاد کنیم که از این طریق، کشورهایایی که مصنوعات طلا و جواهر را مصرف می‌کنند، به ما تولیدکنندگان معرفی شوند. برخی از کشورها مانند مالزی، اندونزی، عربستان و عراق فرهنگ مصرف طلا را دارند و می‌توانیم انجمن دوستی با آن‌ها داشته باشیم. برخی از کشورها مانند مکزیک و روسیه (یکی از مصرف‌کنندگان بزرگ طلا)، هم جمعیت زیاد و هم سرمایه‌های سرگردان بسیاری دارند و ما می‌توانیم با ایجاد انجمن‌های دوستی با چنین کشورهایی، وارد بازارهای صادراتی شویم.

آیا عضویت در انجمن دوستی ایران و آلمان تاثیرات مثبتی برای انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا و جواهر داشته است؟

به نظر می‌رسد، در وهله نخست باید معضلات درون صنفی ما و چالش‌های بین صنف طلا و جواهر با بخش دولتی، حل و فصل شود. البته چنانچه روش درست اجرایی یا شیوه‌نامه‌های جدیدی برای انجمن‌های دوستی ایجاد شود، قطعاً تاثیر مثبتی برای اتحادیه‌ها و تشکلات و از جمله انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی استان تهران خواهد داشت که نتایج مثبت آن عاید کشور و مردم خواهد شد. ■





گفت و گوی اختصاصی با خانم الهام سادات مظلومی

در این بخش می خوانیم:

- کیفیت بالای تجهیزات پزشکی آلمان
- واردات اتوبوس های تمساز سال آینده
- کیفیت بالای محصولات دندانپزشکی؛ نقطه قوت آلمانی ها

مدیرعامل شرکت باران فرمین تدبیر بیان کرد

کیفیت بالای محصولات دندانپزشکی نقطه قوت آلمانی‌ها

محمد جعفری

شرکت باران فرمین تدبیر، نماینده انحصاری شرکت آلمانی Olident در ایران، از سال ۱۳۹۶ فعالیت خود را در زمینه واردات محصولات دندانپزشکی آغاز کرد. کارخانه این شرکت در هامبورگ آلمان واقع شده و تمام امور صادرات از لهستان انجام می‌گیرد. خانم الهام سادات مظلومی، مدیرعامل شرکت باران فرمین تدبیر در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» هدف این شرکت را دستیابی به بازار دندانپزشکی می‌داند و تأکید دارد که این مجموعه با ارائه محصولات باکیفیت توانسته در مدت کوتاهی علاوه بر دستیابی به جایگاه قابل توجهی در بازار ایران، موفق به صادرات این محصولات به کشورهای افغانستان، عراق و ترکیه هم شود. ماحصل این مصاحبه از نظر خوانندگان ارجمند می‌گذرد.

است. بر اساس آمارهای موجود، هر کودک ۱۰ تا ۱۲ ساله، دو دندان پوسیده دارد که به مرور زمان این تعداد بیشتر خواهد شد و به درمان‌های پیچیده‌ای نیاز پیدا می‌کند، به همین دلیل تصمیم گرفتیم که برند کامپوزیت را انتخاب کنیم که جزو مراحل اولیه درمان بوده و علاوه بر مصرفی بودن و داشتن بازار متداول، تولید داخل نیز نداشت و چالش‌های وارداتی آن کمتر از ایمپلنت بود. هم‌اکنون این محصول در داخل نیز تولید می‌شود. یکی از برنامه‌های مورد نظر ما، تولید کامپوزیت در کشور است تا هم در خروج ارز از کشور صرفه جویی شود و هم دسترسی پزشکان به این محصول آسان‌تر باشد. شایان ذکر است، با توجه به اینکه محصولات ما مصرفی هستند، شامل خدمات پس از فروش نمی‌شوند، ولی این شرکت تمام محصولات خود را ضمانت می‌کند.

کامپوزیت‌های وارداتی آلمان چه ویژگی‌هایی دارند؟

نقطه قوت محصولات آلمانی، اعتماد به این کشور در خصوص کیفیت بالای محصولات در زمینه دندانپزشکی است که همین امر باعث شده تا دندانپزشکان به انتخاب کامپوزیت آلمانی روی آورند. کامپوزیت از مواد رزینی ساخته می‌شود، فرمول ساخت آن کاملاً محرمانه است و کیفیت آن از اهمیت بالایی برخوردار است. کامپوزیت‌های کشورهای آلمان، سوئیس و آمریکا از کیفیت بالایی برخوردار هستند. ما از ارتباط با کشور آلمان بسیار راضی هستیم، چرا که این کشور حتی در روزهایی که ایران با بحران سیاسی روبه‌رو بود، با ما همکاری خوبی داشت. البته باید به این نکته اشاره داشته باشیم که بیشتر پزشکان به کامپوزیت‌های تولید داخل اعتماد ندارند و علاقه‌ای به استفاده از محصولات ساخت ایران در بازار احساس نمی‌شود، اما در آینده نزدیک امکان اینکه تولیدات ایرانی به دلیل حمایت از محصولات داخلی تحت لیسانس قرار بگیرند، بسیار زیاد است. از سوی دیگر، ۸۰ درصد از کلینیک‌های دندانپزشکی فعال در کشور، زیر نظر ارگان‌های دولتی هستند، بر همین اساس با فضای دیدن نهادهای کاملاً آشنا هستیم. بعضی از این کلینیک‌ها همیشه از بهترین برندها استفاده می‌کنند و محدودیتی برای استفاده محصولات وارداتی ندارند.



چه عاملی باعث شد تا فعالیت در زمینه واردات محصولات دندانپزشکی را آغاز کنید؟

از سال ۱۳۹۲ وارد صنعت دندانپزشکی شدم. در ابتدا روی سیستم‌های ایمپلنت کار می‌کردم و نماینده انحصاری چندین شرکت ایتالیایی و کره جنوبی را مدیریت کردم، اما در ادامه با آموزش و جایگزینی شبکه فروش، کار خود را به صورت مستقل آغاز و فعالیت در زمینه کامپوزیت‌های دندانپزشکی که بیشتر کالای مصرفی دندانپزشکی هستند را انتخاب کردم. با توجه به حضور اندک زنان در بازار لوازم پزشکی و دندانپزشکی و همچنین اشباع بازار کامپوزیت، رقابت بسیار سخت بوده، ولی به دلیل سابقه زندگی در آلمان و آگاهی از صنایع این کشور در زمینه دندانپزشکی و همچنین موارد مربوط به بازرگانی، مکاتبات و مذاکرات، تصمیم گرفتم تا در زمینه واردات محصولات مربوط به این رشته فعالیت کنم.

به منظور فعالیت گسترده در این بازار، چه برنامه‌هایی دارید؟

هدف اصلی ما حضور در بازار دندانپزشکی و ارائه محصولات باکیفیت

در زمینه واردات محصولات با چه محدودیت‌هایی مواجه هستید؟

با توجه به اینکه تولیدات داخلی ما بسیار اندک است و کمتر از ۵ درصد از نیاز بازار را برطرف می‌کند، از سوی دولت، محدودیتی برای واردات نداریم، ولی متأسفانه بانک‌های کشور علم امور بازرگانی ندارند، به همین دلیل در بسیاری از مواقع ترخیص کالاها و دریافت کد ساتا، گاهی تا یک‌ماه به طول می‌انجامد، چون کارشناس مربوطه اصلاً علم بازرگانی یا امور بین‌الملل را ندارد. نوسانات و محدودیت‌های ارزی از دیگر مشکلات مربوط به واردات است که امیدوارم، مسئولان مربوطه به منظور رفع این معضلات، تدابیری اتخاذ کنند.

آیا تولید کامپوزیت در کشورمان به راحتی امکان‌پذیر است؟

با توجه به اینکه استفاده از یک کامپوزیت خوب باعث اعتبار یک دندانپزشک می‌شود، معمولاً دندانپزشکان سعی می‌کنند، برای خدشه‌دار نشدن اعتبار خود از کامپوزیت‌های باکیفیت استفاده کنند. ناگفته نماند، به دلیل محرمانه بودن فرمولاسیون این محصولات، در حال حاضر دسترسی به روش ساخت آن بسیار سخت است. البته برنامه‌هایی برای تولید داخلی را در نظر داریم، اما بازار آن همچنان در حال آزمایش است و استقبال دندانپزشکان از آن مشخص نیست. حتی اگر این کار امکان‌پذیر هم باشد، باید در زمان مناسب و با توجه به پذیرش بازار انجام شود.

آیا کامپوزیت‌های تقلبی هم در بازار وجود دارد؟

این مسأله بسیاری از نمایندگان‌های انحصاری را دچار چالش کرده است. به عنوان مثال، بانک مرکزی تخصیص ارز را به موقع انجام نمی‌دهد، به همین دلیل اجناس با تاخیر وارد کشور می‌شوند و واردکنندگان بازار خود را تا حدودی از دست داده‌اند، در چنین شرایطی اجناس قاچاق و بعضایی کیفیت از کشورهای چین و ترکیه وارد می‌شود که بازار را

احاطه کرده است. دولت هم امکان رسیدگی کامل به بازار واردات و نظارت بر آن را ندارد و یا در اولویتش نیست. البته به منظور جلوگیری از این اتفاق، اقداماتی از جمله درج برچسب اصالت کالا روی محصول انجام شده، اما متأسفانه راه‌هایی نیز برای حذف این مورد وجود دارد. از سوی دیگر، برای دندانپزشکان و کلینیک‌های خصوصی، نبود این برچسب اهمیت چندانی ندارد. البته خوشبختانه وجود جنس تقلبی از برندها و راداتی مادر بازار هنوز اتفاق نیفتاده و این مسأله معمولاً برای شرکت‌های قدیمی‌تر اتفاق می‌افتد، زیرا واردات اجناس تقلبی باید توجیه اقتصادی داشته باشد. همچنین شرکت آلمانی طرف قرارداد با شرکت باران فرمین تدبیر، اجازه ورود کالاهای قاچاق برند خود را به ایران نمی‌دهد. عدم نظارت کامل وزارت بهداشت نیز از عوامل ورود کالای قاچاق و بی‌کیفیت به کشور است.

آینده روابط تجاری میان ایران و آلمان را چگونه می‌بینید؟

بستگی به روابط سیاسی این دو کشور دارد. به نظر بنده، اگر شرکت‌های بزرگ آلمان فرصت سرمایه‌گذاری در ایران را داشته باشند و خط تولید در کشور راه‌اندازی کنند، از طریق کشورمان می‌توانند بازار خاورمیانه را به دست آورند، چرا که ایران در زمینه پزشکی و دندانپزشکی در خاورمیانه جزو برترین‌ها است. ما از نظر علم پزشکی و دندانپزشکی با اروپا در یک سطح و حتی گاهی بسیار بالاتر هستیم، اما به دلیل نبود امنیت سرمایه‌گذاری و عدم ثبات نرخ دلار و یورو، آن‌طور که باید فرصت اثبات آن را پیدا نکرده‌ایم. در پایان باید به این نکته اشاره داشته باشیم که شرکت باران فرمین تدبیر امیدوار است، با ارائه محصولاتی با کیفیت و هم‌راستا با استانداردهای جهانی و همچنین جدیدترین محصولات، سهمی هر چند اندک در درمان هموطنان عزیزمان داشته باشد. ■

از نظر علم پزشکی و دندانپزشکی با اروپا در یک سطح و حتی گاهی بسیار بالاتر هستیم، اما به دلیل نبود امنیت سرمایه‌گذاری و عدم ثبات نرخ دلار و یورو، آن‌طور که باید فرصت اثبات آن را پیدا نکرده‌ایم



فعال صنعت خودروسازی خبر داد

واردات اتوبوس‌های تمسا از سال آینده

ثمنانه نادری

ناوگان حمل‌ونقل کشورمان فرسوده است و سنی بالای ۳۰ سال دارد. این در حالی است که در اغلب کشورهای دنیا، نوسازی ناوگان حمل‌ونقل یک ضرورت جدی و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل، ضمن تأثیر در افزایش مصرف سوخت، موجب شدت یافتن میزان آلودگی می‌شود. حالاً مدتی است که شرکت کارمانیا خودرو ارونند با همکاری وزارتخانه‌های راه و صمت، واردات اتوبوس‌های بین شهری تمسا را در دستور کار قرار داده است. در گفت‌وگو با دکتر محمد نیکخواه که به زودی مدیرعاملی شرکت کارمانیا خودرو ارونند را عهده‌دار خواهد شد، ضمن بررسی شرایط واردات اتوبوس تمسا به کشور، به تحلیل وضعیت ناوگان حمل‌ونقل برون‌شهری و مسایل مرتبط با آن پرداختیم. وی در کارنامه کاری خود، ۳۰ سال سابقه مدیریتی در ایران خودرو و کرمان خودرو را دارد و به مدت ۱۰ سال کانتینر منیجر یک شرکت اروپایی بوده است. مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

واردات اتوبوس کنند، اما متأسفانه تاکنون کمتر از ۱۰۰ دستگاه وارد شده و واردات این اتوبوس‌ها اقبالی نداشته است؛ از همین رو احساس وظیفه کردیم که وارد این بخش شویم و به صنعت حمل‌ونقل عمومی کمک کنیم. تا پیش از آغاز سال نو و در اسفندماه امسال، با مساعدت وزارت صمت و وزارت راه، اتوبوس تمسا به سیستم حمل‌ونقل عمومی اضافه خواهد شد. البته پیش از واردات هر خودرویی، باید در ابتدای کار راه خدمات پس از فروش آن مورد بررسی قرار گیرد. در همین راستا حدود ۲ ماه است که در حال طی کردن مراحل لازم هستیم تا شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران (ISQI) تاییدیه مربوط به انجام خدمات پس از فروش توسط این مجموعه را صادر و به وزارت صمت اطلاع دهد و این وزارتخانه هم به وزارت راه اعلام کند تا نام این اتوبوس به سیستم ناوگان حمل‌ونقل اضافه و امکان واردات و ثبت سفارش آن مهیا شود. در واقع تمام تلاش ما این است که تا پایان سال ۱۴۰۲ بیشترین تعداد ثبت سفارش را داشته باشیم تا خریداران از تسهیلات ویژه وزارت راه منی بر پرداخت ۸۰ درصد قیمت خودرو با تسهیلات ۹ درصدی استفاده کنند. همچنین چنانچه خریداران تعهد بدهند که در زمان اربعین از این اتوبوس‌ها برای مراسم استفاده کنند، مشمول ۵۰ درصد تخفیف در حقوق و عوارض گمرکی خواهند شد.

فکر می‌کنید که تا پیش از سال نو، چه تعداد ثبت سفارش داشته باشید؟

طبق قانون وزارت راه و شهرسازی، اگر خودمان را به عنوان تولیدکننده معرفی کنیم و ما را به این عنوان بپذیرند، تعداد ۳۰۰ دستگاه ثبت سفارش خواهیم داشت؛ در غیر این صورت امکان واردات ۲۵ دستگاه اتوبوس را داریم. البته مجموعه ما توان تولید دارد، اما به طور کلی برای هر خودرویی که قرار است در ایران تولید شود و به خصوص اتوبوس، ابتدا تعدادی آماده آن وارد می‌شود، در جاده‌های ایران مورد تست قرار می‌گیرد و اگر از نظر رانندگان ایراداتی داشته باشد، بازتاب پیدا می‌کند تا در نهایت خودرویی تولید شود که در ایران کارایی داشته و با جاده‌های



شرکت کارمانیا خودرو ارونند، از چه زمانی فعالیت رسمی خود را آغاز می‌کند؟

حدود ۳ ماه است که مشغول آماده‌سازی زیرساخت‌ها برای این مجموعه هستیم. البته شرکت کارمانیا خودرو ارونند، نمایندگی یک کارخانه بزرگ در اروپا است که شرکت آن در ترکیه قرار دارد و با نام تمسا در زمینه تولید اتوبوس، مینی‌بوس و ون فعالیت می‌کند. ما نمایندگی این شرکت در ایران را از سال ۱۳۹۴ اخذ کرده و تولیدات آن‌ها را هم وارد کرده‌ایم، ولی بنا به دلایلی تاکنون کار متوقف بوده و در حال حاضر مبادرت به استارت‌زنی کرده‌ایم.

شرایط واردات و استفاده از اتوبوس‌های تمسا به چه شکل است؟

امسال در قانون بودجه آمده که تعداد ۵ هزار اتوبوس، وارد ناوگان شود و بودجه آن به تصویب رسیده که وزارت راه و شهرسازی جهت تامین ۸۰ درصد قیمت اتوبوس، وام ۹ درصدی اعطا می‌کند. در واقع شرایط بسیار خوبی فراهم شده تا واردکنندگان و تولیدکنندگان، اقدام به

۳۸

ماهنانه دنیای سرمایه‌گذاری
فروردین ۱۴۰۳ • شماره ۸۹

کشورمان همخوانی داشته باشد. تا قبل از پایان سال، تمام کارهای مربوطه را انجام می‌دهیم و واردات به سال آینده موکول می‌شود. وزارت راه که قطعا این برنامه را دارد، اما این کار را بر عهده ستاد سوخت گذاشته؛ یعنی هر شرکتی که قصد ثبت سفارش داشته باشد، باید از طریق ستاد سوخت اقدام کند. ما هم از این موضوع مستثنی نیستیم، ولی باید زیرساخت‌ها فراهم شود. به عنوان مثال، از آنجا که زیرساخت‌های اتوبوس ولو و خدمات پس از فروش در کشورمان وجود دارد، هر کسی می‌تواند ثبت سفارش آن را انجام دهد و اقدام به واردات کند، اما واردات خودروی مورد نظر ما که نمایندگی آن را در اختیار داریم، چون تاکنون در ایران نبوده، مدتی زمان می‌برد.

آیا این امیدواری وجود دارد که با ورود این اتوبوس‌ها، چهره ناوگان حمل و نقل کشورمان تغییر کند؟

امیدواریم که این گونه باشد و البته بستگی به این دارد که بودجه‌ای که دولت امسال تخصیص داده است، سال دیگر هم دوباره تمدید کند. با توجه به اینکه حدود ۴۰۰ هزار خودروی ناوگان عمومی باری و مسافری فرسوده هستند، این فرسودگی باعث افزایش شدید مصرف سوخت در کشور و به تبع آن، شدت یافتن آلودگی می‌شود. از سال ۲۰۲۵ و طی معاهده پاریس که تقریباً همه دنیا آن را امضا کرده‌اند، هر کشوری مسئولیت پرداخت آلودگی‌های کشورهای دیگر را بر عهده خواهد داشت. تمام این‌ها در حالی است که مهمترین ویژگی اتوبوس‌های تمسا، این است که مصرف سوخت آن‌ها حدوداً ۳۰ درصد کمتر از مصرف سوخت اتوبوس‌های فرسوده است.

به بالا بودن میزان مصرف سوخت در کشور اشاره کردید. اتوبوس‌های تمسا از این نظر چه شرایطی دارند؟

اگر سایر اتوبوس‌ها در هر ۱۰۰ کیلومتر ۱۰ لیتر سوخت را مورد استفاده قرار دهند، مصرف سوخت در اتوبوس‌های تمسا در هر ۱۰۰ کیلومتر ۶.۵ تا ۷ لیتر است. البته نکته بسیار مهم این است که سوخت در کشورمان کیفیت بالایی ندارد، از همین رو قبل از واردات این اتوبوس‌ها باید وزارت صمت رایزنی لازم را با وزارت نفت برای ارتقای کیفیت سوخت انجام دهد تا با موتورهای این اتوبوس‌ها، همخوانی داشته باشد. اگر قرار است، خودروی با کیفیت وارد شود، باید وضعیت جاده‌ها و کیفیت سوخت نیز اصلاح شود.

آیا زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های لازم برای تولید اتوبوس در کشور وجود دارد؟

اگر اتوبوس نو، با کیفیت و استاندارد وارد شود، قیمت آن کمتر از ۱۲ تا ۱۳ میلیارد تومان نیست و فروش آن بین ۱۵ تا ۲۰ میلیارد تومان متفاوت است. این در حالی است که اتاق‌سازی در کشورمان، حدود ۳۰ درصد از قیمت تمام‌شده اتوبوس را کاهش می‌دهد و موجب اشتغال‌زایی هم می‌شود. هم‌اکنون زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های لازم برای تولید وجود دارد. مهمترین مساله، آمار تولید است؛ به طوری که در سال ۱۴۰۲ میزان تولید اتوبوس برون‌شهری کمتر از ۶۰۰ دستگاه بوده که به اعتقاد بنده، یک فاجعه است.

در خصوص عمده فعالیت‌های شرکت تمسا توضیح دهید و آیا توافقات خوبی با این شرکت انجام شده است؟

تمسا، یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های تولیدکننده اتوبوس در اروپا است که در ترکیه فعالیت می‌کند و اتوبوس، مینی‌بوس و ون‌های بسیار با کیفیتی تولید می‌کند که در تمام اروپا و آمریکا استفاده می‌شود. شاسی درایو اتوبوس‌ها، MAN و گیربکس آن‌ها ZF است و اتاق آن‌ها در ترکیه تولید می‌شود. البته ما هنوز توافقی با آن‌ها نداشته‌ایم تا شاسی درایو را دریافت کنیم و در ایران اتاق بسازیم، ولی با مجموعه دیگری در ترکیه وارد مذاکره شده‌ایم که در حد همین تمسا و شاید هم بهتر از آن است و در حال انجام توافقاتی هستیم که بتوانیم اتاق‌سازی را در ایران انجام دهیم. دلیل عمده این موضوع، عملکرد ضعیف و سلیقه‌ای در مدیریت کلان کشورمان است؛ بنابراین باید تمام زیرساخت‌های تولید را در اختیار داشته باشیم. در حال حاضر اجازه می‌دهند که واردات به صورت آماده انجام شود و ما هم همین کار را انجام می‌دهیم و از هر زمانی که امکان واردات وجود نداشته باشد، ما از همان روز می‌توانیم تولید را شروع کنیم. هم‌اکنون برای تولید اتاق در ایران و واردات شاسی درایو، در حال توافق با مجموعه‌هایی در ترکیه و کره جنوبی هستیم که قاعدتاً کار زمان‌بری است.

وضعیت صنعت حمل و نقل برون‌شهری در کشورمان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

سن اتوبوس‌های حمل و نقل برون‌شهری کشورمان بالای ۳۰ سال است؛ در صورتی که در دنیا زیر ۱۷ سال است که این موضوع بسیار نگران‌کننده است و باید در مورد آن فکر اساسی شود. به طور کلی ۴۰۰ هزار دستگاه کامیون، کامیونت و اتوبوس فرسوده در کشور وجود دارد. متأسفانه وضعیت جاده‌ها، خوب نیست، بیش از ۳۰ هزار فوتی در جاده‌ها داریم که البته آمار را دستکاری می‌کنند و آمار فوتی‌ها، ۱۰ هزار نفر عنوان می‌شود. ■

با توجه به اینکه حدود ۴۰۰ هزار خودروی ناوگان عمومی باری و مسافری فرسوده هستند، این فرسودگی باعث افزایش شدید مصرف سوخت در کشور و به تبع آن، شدت یافتن آلودگی می‌شود



مدیرعامل بنیاد ملی کاوش بیان کرد

کیفیت بالای تجهیزات پزشکی آلمان

رضا فغانی

کاوه سیدان، مدیرعامل بنیاد ملی کاوش، دندانپزشکی است که تخصص خود را در پروتز و فلوشیپ ایمپلنت از دانشگاه فرانکفورت آلمان اخذ کرده و به مدت ۳۰ سال در دانشگاه شهید بهشتی فعالیت کرده و پیش از بازنشستگی، مدت‌ها رییس بخش تخصصی پروتز دانشگاه شهید بهشتی بوده است. وی در ادامه رشته فلوشیپ پروستوایمپلنت را در دانشگاه شهید بهشتی بنیان‌گذاری کرد و چند سال هم ریاست آن را بر عهده داشته است. در عین حال به مدت ۱۰ سال، رییس هیات مدیره انجمن پروستودونتیکس‌های ایران بوده و پس از آن هم عضو هیات موسس انجمن ایمپلنتولوژی ایران بوده است. این دندانپزشک سمت‌های دیگری مانند دبیر انجمن ایمپلنتولوژی ایران، عضو هیات مدیره انجمن دندانپزشکی ایران، دبیر و رییس کمیته علمی انجمن دندانپزشکی ایران، رییس کمیته بین‌الملل انجمن دندانپزشکی ایران، عضو هیات مدیره نظام پزشکی تهران و مشاور عالی بین‌الملل رییس کل نظام پزشکی کشور را در کارنامه کاری خود دارد. ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» گفت‌وگوی ویژه‌ای با سیدان داشته که ماحصل آن را می‌خوانید.

اخذ شد که البته در ابتدا به صورت ملی نبود و در آن زمان وزارت بهداشت، مجوز تأسیس موسسات خصوصی آموزش دندانپزشکی را نمی‌داد، از همین رو به وزارت کشور مراجعه شد. در ابتدا یک مجوز استانی ارائه گردید و در ادامه به دنبال کار کرد مناسب بنیاد، در نهایت مجوز کشوری و به صورت ملی صادر شد، بر همین اساس نام آن را «بنیاد ملی کاوش» قرار داده‌اند که مجوز آموزش دوره‌ها، برگزاری کنگره‌ها و نمایشگاه‌ها و موضوعات دیگر در دل ثبت موسسات آن وجود دارد. البته در حال حاضر فعالیت اصلی که بنیاد ملی کاوش انجام می‌دهد، آموزش خصوصی علم دندانپزشکی به دندانپزشکان فارغ‌التحصیل از دانشگاه‌ها است.

تامین بودجه لازم برای این بنیاد به عنوان یک نهاد خصوصی، به چه شکل است؟

بنیاد ملی کاوش، یک موسسه خصوصی است و از هیچ سازمان یا نهادی بودجه دریافت نمی‌کند؛ بنابراین باید خود، اقدام به تامین بودجه مورد نیازش کند و به حرکت خودش ادامه می‌دهد. در این شرایط اقتصادی و بدون دریافت‌های اقتصادی، آموزش صرف، کار سختی است. اکثر موسسات آموزشی که کار می‌کنند، یک کالای تجاری را می‌آورند و بعد در ارتباط با آن، کار خود را انجام داده و آموزش هم می‌دهند. ماهیچ کالای تجاری نداریم و صرفاً کار آموزشی را انجام می‌دهیم و بدون اینکه کالایی را تبلیغ کنیم و یا کالایی را بفروشیم، فقط محصول آموزشی را به فروش می‌رسانیم.

ضمن تشریح مهمترین دستاوردهای بنیاد ملی کاوش، در خصوص ویژگی‌ها و امتیازات خاص این بنیاد توضیح دهید.

این بنیاد از ابتدای تأسیس تاکنون، حدود ۵ هزار پزشک را آموزش داده که اکثریت آن‌ها دندانپزشکان ایرانی و تعدادی هم از دندانپزشکان افغانستان بودند که برای آموزش به ایران آمده بودند. علاوه بر این، تعداد زیادی



در خصوص فعالیت‌های بنیاد ملی کاوش از ابتدا تاکنون توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنیاد کاوش، عضو اتاق بازرگانی اتاق ایران و آلمان است و در عین حال به عنوان نماینده انجمن ایمپلنت ایران و آلمان هم قلمداد می‌شود. کاوش، یک انجمن ثبت‌شده در کشور ایران و همچنین آلمان است که اقدام به برگزاری کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی می‌کند. همچنین این بنیاد، کتاب‌هایی را به چاپ رسانده و دارای نشریات و وب‌سایت است. در همین رابطه ۱۶ عنوان کتاب توسط این بنیاد به چاپ رسیده است. تا قبل از دوران کرونا، خبرنامه و مجله با تیراژ ۱۰ هزار عدد را نیز منتشر می‌کرده که در اختیار دندانپزشکان قرار می‌گرفت که تیراژ بالایی بود که البته پس از شیوع کرونا متوقف شد. در کارهای خیریه هم این بنیاد به شدت پیگیر است و در حوزه سرطان‌های دهان کمک بسیار زیادی را به بیماران مبتلا به این سرطان انجام می‌دهد. در سال ۱۳۸۸ مجوز تأسیس بنیاد کاوش

بیمار به وسیله این دندانپزشکان در این بنیاد ویزیت و درمان شده‌اند و در مورد ایمپلنتولوژی، لمینت‌ها و کامپوزیت‌ها و تمام رشته‌های دندانپزشکی که نیاز به مهارت جدید دارد، اقدامات خوبی انجام شده است. بنیاد ملی کاوش در ابتدا استانی بود و سپس فرااستانی و مجوز ملی را دریافت کرد. این بنیاد تنها مجموعه دندانپزشکی در کشور است که به صورت همزمان مجوز فعالیت از وزارت کشور، وزارت بهداشت و دبیرخانه شورای آموزش دندانپزشکی را دارد.

صنعت ایمپلنت و پروتز کشورمان، تا چه اندازه قابلیت رقابت با کشورهای دیگر را دارد؟

اینکه صنعت ایمپلنت ما با سایر کشورها قابل رقابت است یا خیر، مانند این است که بگوییم آیا پراید می‌تواند در صنعت خودروسازی بین‌المللی رقابت کند یا خیر؟ باز یگرانی در این صنعت هستند که دسترسی‌های بسیار بالایی به تکنولوژی‌های به‌روز و کارآمد دارند و ما دسترسی چندانی به این تکنولوژی‌ها نداریم. حتی تا چند سال پیش به دلیل تحریم‌ها، ورود دستگاه‌های CNC هفت محور به بالا به ایران ممنوع بود و بعد از مدتی امکان واردات آن‌ها مهیا شد. در حال حاضر ترکیه نسبت به ایران، وضعیت بسیار بهتری در تولید دارد و دومین مساله هم دسترسی بازارهای بین‌المللی و انتقال پول است که این هم برای صنایع به دلیل تحریم‌ها، بسیار مشکل است.

بنیاد ملی کاوش تا چه اندازه در بالا بردن و ارتقای جامعه پزشکی کشور در عرصه ملی موفق بوده است؟

بنیاد کاوش در سطح ملی بسیار موفق عمل کرده است. به عنوان مثال، در حال حاضر بیش از ۳۵۰ مرکز مهارتی در حوزه پزشکی در کل کشور وجود دارد که حدود ۱۷۰ مرکز، به‌طور مستقیم در زمینه دندانپزشکی فعالیت می‌کنند که همگی نمونه‌برداری و مدل‌برداری شده از روی بنیاد کاوش بوده است؛ بنابراین تعداد بسیار زیادی از افراد تحت پوشش آموزش خصوصی قرار می‌گیرند و در واقع این مدلی بوده که بنیاد کاوش موفق به ایجاد آن شده که یک مدل آموزشی آکادمیک و اقتصادی محسوب می‌شود. البته بسیاری از این موسسات به شرکت‌های تجاری وابسته هستند و از این شرکت‌ها تغذیه می‌شوند؛ لذا کار کردن برای آن‌ها آسان‌تر است.

یکی از اهداف مهم این بنیاد، گسترش دانش روز و ارتقای سطح علمی برای پزشکان و دندانپزشکان کشور بوده است. لطفاً در این رابطه توضیح دهید.

پیش از انقلاب اسلامی ۴ دانشگاه دندانپزشکی در کل کشور وجود داشت که امروز این تعداد به حدود ۶۶ دانشکده دندانپزشکی رسیده است. دندانپزشکی یک رشته بسیار وابسته به تکنولوژی و مواد است و با گسترش سریع تعداد دانشکده‌های دندانپزشکی و افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان دندانپزشک، نیاز به آموزش تکنولوژی‌های روز وجود دارد. این در حالی است که در شرایط فعلی امکان آموزش تکنولوژی‌های روز در دانشکده‌ها بسیار دشوار است و گاهی اوقات هم امکانات آن، مهیا نیست. با توجه

به این موضوع، بنیاد ملی کاوش در تمام این زمینه‌ها ورود کرده و در زمینه تکنولوژی‌های جدید هم آموزش‌های به‌روز توسط اساتید داخلی و خارجی ارائه می‌شود؛ کما اینکه در زمینه ایمپلنتولوژی در یک برهه زمانی، تعداد زیادی از اعضای دانشگاه فرانکفورت را به ایران دعوت کردیم و این افراد به‌طور مرتب و هر دو ماه یک‌بار در داخل ایران این تدریس را انجام می‌دادند. برای شرکت در امتحان پایانی هم حدود ۱۰۰ نفر از دندانپزشکان را به دانشگاه فرانکفورت بردیم که موفق به اخذ مدرک شدند.

بنیاد ملی کاوش به‌طور اختصاصی چه همکاری و تعاملی با کشور آلمان دارد؟

حدود ۱۸ سال پیش انجمن ایمپلنت ایران و آلمان را در آلمان به ثبت رساندیم. تعدادی از ایمپلنتولوژیست‌های آلمانی که بیشتر آن‌ها از دانشگاه‌های فرانکفورت و مونیخ هستند، در آن عضویت دارند. همچنین تعدادی از دندانپزشکان ایرانی عضو هیات موسس آن هستند که نمایندگی این انجمن را در ایران، بنیاد ملی کاوش به عهده دارد.

رابطه کشور آلمان در بخش پزشکی با ایران چگونه است و آیا این کشور در زمینه ایمپلنت توانسته برای کشورمان، مفید و شریک مناسبی باشد؟

به اعتقاد بنده، تأثیری که آلمان در پزشکی ایران در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی گذاشته، از هر کشوری بیشتر بوده است؛ به دلیل اینکه اولاً از آنجا که ارتباط با آمریکا و انگلستان تقریباً همیشه نامطلوب بوده است، احتمال اینکه بتوانیم پروژه‌های آموزشی مشترک داشته باشیم، وجود نداشته است؛ ضمن اینکه موضوع تحریم‌ها هم جنبه تکنولوژیک این قضیه را دشوار کرده است؛ بنابراین آلمان بستری بوده تا دندانپزشکان و پزشکان ایرانی، ضمن حضور در آنجا دوره‌های متعددی را بگذرانند و خود را به‌روز کنند. البته در چهار سال اخیر و به خصوص در دوران کرونا، مقداری ورود و خروج‌ها کم‌رنگ‌تر شده و روابط هم به گرمی گذشته نیست و قطعاً روی آموزش پزشکی و دندانپزشکی در کشور تأثیر می‌گذارد. در مجموع باید گفت که دانشکده‌های دندانپزشکی آلمان از کیفیت عالی برخوردار هستند و توانستند آموزش‌های بسیاری را به ما ارائه دهند. یکی دیگر از کارهایی که ما با آلمان انجام دادیم، در زمان ریاست دکتر زالی بر سازمان نظام پزشکی و حضور بنده در این سازمان به عنوان معاون امور بین‌الملل بود که قرارداد بسیار خوبی را با شرکت لوفت هانزا منعقد کردیم که به موجب آن بین ۱۰ تا ۱۵ درصد روی کلیه بلیت‌های لوفت هانزا برای پزشکان، دندانپزشکان و داروسازان ایرانی تخفیف گرفتیم که البته با تغییر ریاست سازمان این پروژه پیگیری نشد. همکاری دیگر ما با آلمانی‌ها، بازدید بسیار مفصلی از برلین بود و طی جلسه‌ای که با رییس نظام پزشکی آلمان داشتیم، موفق به انعقاد قراردادی شدیم که به موجب آن مقرر شد پزشکان، دندانپزشکان و داروسازان ایرانی بنا به نیازی که در آلمان وجود دارد، در آنجا جذب شوند و زودتر از حالت نرمالی که تقریباً دو سال طول می‌کشد، وارد سیستم شوند. قراردادی با بخش بیمارستانی دانشگاه

دندانپزشکی یک رشته بسیار وابسته به تکنولوژی و مواد است و با گسترش سریع تعداد دانشکده‌های دندانپزشکی و افزایش تعداد فارغ‌التحصیلان دندانپزشک، نیاز به آموزش تکنولوژی‌های روز وجود دارد

قراردادی با بخش
بیمارستانی دانشگاه
هامبورگ به منظور
انتقال امکانات ویژه
ICU به ایران امضا
کرده بودیم که این
موضوع به دلیل تغییر
رییس سازمان نظام
پزشکی کشورمان
به دست فراموشی
سپرده شد

هامبورگ به منظور انتقال امکانات ویژه ICU به ایران امضا کرده بودیم که این موضوع هم به دلیل تغییر رییس سازمان نظام پزشکی کشورمان، به دست فراموشی سپرده شد.

صنعت ایمپلنت در کشور آلمان چه پیشینه و عملکردی دارد؟

در سال ۱۹۶۵ یعنی حدود ۵۸ سال پیش کشورهای آلمان، سوئیس و سوئد شروع به ساخت ایمپلنت کردند و هیچ کشور دیگری در دنیا چنین تفکری نداشت. آلمان‌ها در دانشگاه توپینگن این کار را با موفقیت بالا به انجام رساندند و پس از آن تعداد زیادی از دندانپزشکان در دانشگاه‌های مونیخ و فرانکفورت، شروع به این کار کردند، به گونه‌ای که در حال حاضر تعداد بسیار زیادی کارخانه ایمپلنتولوژی در آلمان وجود دارد. کیفیت تجهیزات پزشکی که در آلمان تولید می‌شود، واقعاً بی‌رقیب است؛ به طوری که از تجهیزات تولیدشده در آمریکا هم بالاتر است. این تفاوت کیفیت تجهیزات به گونه‌ای است که شرکت‌های بزرگ آمریکایی در بسیاری از مواقع برای اینکه بتوانند از آن تکنولوژی استفاده کنند، مجبور می‌شوند که شرکت‌های آلمانی را خریداری کنند. البته این موضوع، واقعاً پدیده بسیار بدی است، چرا که وقتی شرکت‌های آمریکایی یک شرکت آلمانی را خریداری می‌کنند، در واقع خون شرکت را می‌مکنند و در ادامه آن شرکت چیزی برای عرضه نخواهد داشت. این در حالی است که وقتی خود آلمانی‌ها فعالیت می‌کنند، بسیار پویا هستند و شرکت‌ها همیشه رو به رشد قرار دارند. در حوزه ایمپلنت، بیش از ۸۰ درصد در آلمان در حال تولید است که به سراسر جهان صادر می‌شود. کار جدید دیگری که آلمانی‌ها شروع به انجام آن کرده‌اند، این است که بخشی از ایمپلنت را در کشور خودشان تولید می‌کنند و سپس سایر بخش‌ها را به کشورهایی مانند برزیل و کره جنوبی ارسال می‌کنند و در ادامه مجدداً تمام این‌ها در آلمان جمع شده و تحت یک برند آلمانی به سراسر دنیا صادر می‌شود. شاید بدون اغراق بتوان گفت که در کنار سوئیس، کشور آلمان از بهترین تولیدکنندگان ایمپلنت در دنیا است.

ضمن توضیح در مورد انواع ایمپلنت، در خصوص قیمت ایمپلنت‌های مختلف اطلاعاتی را ارائه دهید.

به طور کلی، دندانپزشکی نه تنها در ایران، بلکه در همه جای دنیا رشته بسیار گرانی است. نکته دیگر اینکه دندانپزشکی بر خلاف پزشکی که برای برقراری سلامت عمومی طراحی شده است، نمی‌تواند این کار را انجام دهد، زیرا در ازای دریافت هزینه‌های سنگین قادر به انجام این کار است. قاعدتاً در مورد ایمپلنت هم به همین ترتیب است و در زمانی که وضعیت اقتصادی کشور خوب بود، ایمپلنت‌های درجه یک که بسیاری از آن‌ها هم آلمانی بودند، در بازار ایران وجود داشت، اما با کاهش توان اقتصادی کشور و وضع تحریم‌های جدید به خصوص از سال ۱۳۸۸ به بعد، تقریباً تمام برندهای اروپایی از ایران خارج شدند و به جای آن، برندهای کره‌ای و برزیلی وارد شدند. در ادامه این داستان، قاعده دیگری مطرح شد که ایمپلنت در داخل ایران تولید شود که در همین راستا چند شرکت اقدام به تولید ایمپلنت ایرانی کردند که هم‌اکنون در بازار عرضه می‌شوند؛ بنابراین به نظر می‌آید هر چه وضعیت اقتصادی وخیم‌تر شود، ما از برندهای بین‌المللی و معتبر اروپایی ایمپلنت دور می‌شویم و باید سراغ برندهای دیگری برویم. طبیعتاً بی‌دندانی ماجرایی نیست که با بدتر شدن وضع اقتصادی بهبود پیدا کند و هر چه وضع اقتصادی بدتر شود، بی‌دندانی هم افزایش می‌یابد؛ لذا نیاز به ایمپلنت هم بیشتر خواهد شد. اینکه مردم برای ایمپلنت مراجعه کنند یا ترجیح دهند که بی‌دندان بمانند، واقعاً موضوع عجیبی است، زیرا کمتر شکی بود هزینه‌ها برای یک دندانپزشک به اضافه استهلاک بدنی بسیار بالایی که در این حرفه وجود دارد، موجب مهاجرت تعداد بسیار زیادی از همکاران شده و مابقی هم با دست از کار کشیده‌اند یا در فکر مهاجرت هستند. قیمت خرید ایمپلنت هم بسته به برندهای مختلف، متفاوت است. به عنوان مثال، ایمپلنت‌های برندهای مختلف سوئیسی، بین ۵ میلیون تا ۷ میلیون تومان باید خریداری شوند و فقط بخش جراحی آن‌ها تقریباً بین ۳ تا ۵ میلیون تومان هزینه دارد که البته برای همه مردم قابل دسترسی نیست و برای قشر خاصی قابل استفاده است. از سوی دیگر، قیمت ایمپلنت‌های موجود در بازار که اغلب کره‌ای، برزیلی و اخیراً ایمپلنت‌های ایرانی هستند، نصف و یک سوم بعضی مواقع یک پنجم ایمپلنت‌های سوئیسی و آلمانی است که به دلیل ارزان‌تر بودن و توان اقتصادی کم مردم، با استقبال بیشتری روبه‌رو شده، از همین رو دندانپزشکان هم مجبور می‌شوند که از این برندها استفاده کنند.

انجمن ایمپلنت ایران و آلمان چه برنامه‌های توسعه‌ای را در نظر دارد؟

برای سال آینده، بخش مربوط به انجمن ایمپلنت ایران و آلمان را به شدت تقویت خواهیم کرد. در واقع به دلیل نیاز شدیدی که وجود دارد و اثر بسیار زیادی که آلمان بر سیستم آموزشی و سیستم تکنولوژی ما دارد، این بخش را که در ۵ سال گذشته در خصوص آن کار نکرده‌ایم، بیشتر تقویت خواهیم کرد. ■





گفت و گوی اختصاصی با خانم پریس فرزانه

در این بخش می خوانیم:

- انجمن های دوستی؛ بازوان قدرتمند دیپلماسی فرهنگی
- زندگی طولانی تر و سالم تر با حفظ سلامت جسم و روان
- تصمیم گیری درست و آینده نگری خردمندانه مهمترین دغدغه ذهنی کسب و کارها

قائم مقام مدیر عامل شرکت توربین

تصمیم‌گیری درست و آینده‌نگری خردمندانه مهمترین دغدغه ذهنی کسب و کارها

محمد جعفری

شرکت توربین یک مجموعه خانوادگی است که عمر تقریباً ۵۰ ساله دارد. موسس شرکت، آقای مهندس شاهرخ فرزانه است که این مجموعه را در سال ۱۳۵۷ راه‌اندازی کرده و به‌مرور، برادران وی نیز وارد فعالیت در این عرصه شده‌اند. این شرکت به صورت ثبتي و با نام توربین در سال ۱۳۶۲ به ثبت رسیده است. توربین شامل دو مجموعه است که کارخانه آن در یکی از شهرک‌های صنعتی شهر تبریز و یک دفتر در تهران است که بیشترین فعالیت را روی طراحی و ساخت دستگاه‌های تست قطعات خودرو انجام می‌دهد. خانم پریس فرزانه که هم‌اکنون عضو هیات مدیره و قائم مقام مدیر عامل شرکت توربین است، اولین نفر از نسل دوم این خانواده می‌باشد که حدود ۲۳ سال پیش به این تیم اضافه شده و کار خود را آغاز کرده است. وی فارغ‌التحصیل رشته مهندسی نرم‌افزار است و در مدیریت با گرایش استراتژی و تحول دیجیتال ادامه تحصیل داده و در حال حاضر، عضو هیات مدیره و مدیر توسعه مجموعه آکادمی راهبرد کسب و کار ایرانیان و مسئول کمیسیون آموزش اتاق دوستی ایران و آلمان است. گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این بانوی تلاشگر را در ادامه بخوانید.

در گذشته با شرکتی به نام گاز تکنیک کار می‌کردیم. همچنین سال‌های طولانی نمایندگی مجموعه‌ای به نام Dr. Staiger Mohilo که فعالیت بسیار تخصصی روی سنسورها و جک‌های هیدرولیک داشت را در اختیار داشتیم. آن شرکت بالغ بر ۷۰ سال قدمت داشت و در یک مقطع زمانی به یک شرکت سوئیسی ملحق شد که در نتیجه تخصص کاری‌اش مقداری تغییر یافت، از همین رو ارتباط ما با این مجموعه کم‌شد. علاوه بر این مدت ۱۱ سال است که نمایندگی یک شرکت بلژیکی را در اختیار داریم.

چه نوع ارتباطی با شرکت KEB آلمان دارید و مسایل سیاسی، چه تاثیری بر این روابط دارد؟

شرکت KEB یک مجموعه تقریباً ۷۰ ساله است که در زمینه مبدل‌های انرژی اینورترها و سافت استارترها کار می‌کند. شرکت توربین از سال ۲۰۰۸ تاکنون با این شرکت در ارتباط بوده که بخشی از خریدها از این شرکت را روی دستگاه‌های خودمان نصب می‌کنیم و بخشی هم وارد بازار می‌شود. طبیعتاً مسایل سیاسی تاثیر می‌گذارد، ولی به هر حال ما هم به‌مانند دیگر شرکت‌ها سعی می‌کنیم تا راه‌های آسان‌تر شدن آن را پیدا کنیم. به عنوان مثال، زمانی که واردات یک‌سری از قطعات دشوار می‌شود، از محصولات و مسیرهای جایگزین استفاده می‌کنیم، ولی در مجموع سعی می‌کنیم که ارتباطات مان را حفظ کنیم.

شرکت توربین چه محصولاتی را تولید می‌کند و ویژگی تولیدات شما نسبت به محصولات مجموعه‌های مشابه چیست؟

در بخش دستگاه‌های تست، فرآیند کار ما تقریباً به صورت انحصاری است و تقریباً هیچ شرکت دیگری در داخل ایران، این دستگاه‌ها را با ساختار و مشخصات مذکور نمی‌سازد، چرا که ما تک‌ساز هستیم، خط تولید نداریم، دستگاه‌های تست بر اساس نیاز مشتری ساخته می‌شوند و صرفاً تا حد آن تقریباً در داخل مجموعه انجام می‌شود. طبیعتاً خرید قطعات و واردات باید



عمده‌ترین فعالیت شرکت توربین در چه زمینه‌ای است؟

مادر شرکت توربین در ۳ بخش اصلی فعالیت داریم که نخستین آن، خط تولید موتورهای توربو با تابلوهای کنترلی است. بخش دیگر هم به طراحی و ساخت دستگاه‌های تست ابتدای خطوط تولید از جمله تولید قطعات خودرو مربوط می‌شود که می‌توان به تست گیربکس، تست داینامومتر، تست فرمان و... اشاره کرد. حدود ۱۷ سال پیش به دلیل نیاز ممتد در طراحی و ساخت دستگاه‌ها به سراغ استفاده از مبدل‌های انرژی و چیزی که امروز به عنوان اینورتر شناخته شده، رفتیم که این موضوع باعث شد، در فرآیند بازرگانی به صورت حرفه‌ای تر وارد شویم و نماینده شرکت KEB آلمان شدیم که این همکاری به مدت طولانی ادامه یافته است.

در خصوص سوابق همکاری این شرکت با شرکت‌های خارجی برای مان بگویید.

سابقه همکاری با شرکت‌های اروپایی به سال‌های ۱۹۹۸ بازمی‌گردد که

انجام شود، ولی طراحی مهندسی و کارهای خاص برنامه‌ریزی آن، توسط همکاران و تیم مهندسی مجموعه انجام می‌شود. در بخشی از شرکت به شکل بسیار تخصصی روی بهینه‌سازی مصرف انرژی الکتریکی کار می‌شود که یکی از تمایزات شرکت توربین به شمار می‌رود. از سال‌ها پیش، موضوع گران شدن و ارزشمند شدن انرژی در دنیا مطرح شده است. در گذشته به سختی به شرکت‌ها اثبات می‌کردیم که قبض حامل‌های انرژی می‌تواند اهمیت داشته باشد، ولی آن قدر عدد پایین و محدود بود که هیچ‌گاه در سبد هزینه‌های شرکت‌ها، با اهمیت دیده نمی‌شد. البته به مرور زمان که قیمت‌ها افزایش یافت و انرژی ارزش و معنی پیدا کرد، در صنایع گوناگون مخصوصاً در مجموعه‌های بزرگی مانند پتروشیمی‌ها، ذوب‌آهن‌ها، شرکت‌های کاشی و سیمان که مصرف برق بسیار بالایی دارند، فرآیند بهینه‌سازی و کار کردن روی مصرف انرژی مورد توجه قرار گرفت. این موضوع منجر به چرخش‌های کوچکی در شرکت‌ها از تولید انرژی به وسیله توربین‌های بادی سبک تا استفاده از مبدل‌های انرژی شد که باعث بهینه‌سازی مصرف انرژی شد که در سبد هزینه‌های آن‌ها، تاثیر مثبتی دارد.

آیا برنامه‌ای برای فعالیت در حوزه دیگری دارید؟

در خصوص بهینه‌سازی، شرکت‌های بسیاری فعال هستند. ما مستقیماً روی بهینه‌سازی انرژی الکتریکی کار می‌کنیم و بسیاری از شرکت‌ها روی انرژی خورشیدی و سایر انرژی‌ها هم کار می‌کنند، اما با توجه به تخصص، رشته کاری و تکیه بر تخصص‌های الکترونیکی، بیشتر بر انرژی الکتریکی تمرکز داریم. طی چند سال گذشته سعی کردیم که روی توربین‌های بادی سبک کوچک کار کنیم و در چند مجموعه مانند کارخانه‌های کارتن‌سازی، توربین بادی سبک کوچک نصب کردیم، ولی به دلیل شرایط و ارتباطات و مشکلات واردات، دشواری‌هایی وجود دارد، اما آن را متوقف نکرده‌ایم و همیشه مترصد این هستیم که اگر امکان داشته باشد، این تکنولوژی را به صورت کامل اجرایی کنیم.

آیا ۱۴۰۲ سال خوبی برای شرکت توربین بوده است؟

امسال سال فوق‌العاده‌ای نبود، ولی سال خیلی بدی هم نبود. خوشبختانه پروژه‌ها را به موقع تحویل دادیم. اینکه پروژه‌ها را در موعد تعیین شده و بنا بر برنامه‌ریزی‌های انجام شده پیش ببریم، از اهمیت ویژه‌ای برای این مجموعه برخوردار است. چند پروژه سبک متوسط با خودروسازان داشتیم که تقریباً تمامی آن‌ها را به موقع تحویل دادیم و همچنین ۳ پروژه بهینه‌سازی داشتیم که تقریباً همه آن‌ها در زمان خود انجام شد.

مشتریان شما بیشتر شامل کدام مجموعه‌ها و شرکت‌ها می‌شوند؟

خودروسازان اصلی که همه با نام سایپا و ایران خودرو می‌شناسند، مشتریان اصلی ما هستند که البته هر کدام شامل تعداد زیادی شرکت‌های کوچک‌تر در بخش‌های تخصصی هستند که مجموعه ما با آن‌ها در ارتباط است. به عنوان مثال، یکی از شرکت‌هایی که به صورت دائمی با آن در ارتباط هستیم، شرکت مگاموتور است که مخفف موتور، گیربکس و اکسل

سایپا است. در واقع مگاموتور یکی از مشتریان همیشگی ما در زمینه دستگاه‌های تست گیربکس است و سالانه پروژه‌هایی را برای آن‌ها اجرایی کنیم.

آیا در زمینه انتقال دانش فنی هم فعالیتی انجام داده‌اید؟

در یک مقطع زمانی با تجربه‌ای که از سال‌ها کار کردن کنار صنایع گوناگون به وجود آمده بود، نیاز به حضور حرفه‌ای بخش آموزش در کنار بخش طراحی و ساخت برای انتقال دانش و تجربه در مجموعه حس شد، از همین رو وارد عرصه آموزشی هم شدیم. این در حالی بود که در گذشته فعالیت آموزشی مادر حیطه آموزش برای محصولات تولیدی خود مجموعه و سپس در آموزش بهینه‌سازی مصرف انرژی الکتریکی محدود می‌شد، ولی از سال ۲۰۱۷ مشارکتی را با مجموعه آکادمی راهبرد کسب و کار ایران به صورت جدی آغاز و وارد فرآیندهای آموزشی شدیم، چرا که نگاه خردمندانه به صنعت نسل ۴ و مدیریت بر مبنای اصول امروزی آن تا همراه شدن سازمان با تحولات دیجیتال و پذیرش نقش پررنگ آن در پویایی و ماندگاری کسب و کارها، راز بهبود و پیشرفت شرکت‌ها و سازمان‌ها است. این سرزمین، مهندسان توانمندی دارد که نیاز به داشتن توانایی و قابلیت مدیریت در کسب و کارهای شان بدون توجه به اندازه سازمان‌ها دارد.

به منظور پیشرفت فعالیت‌های خود چه برنامه‌هایی در نظر دارید؟

تلاش می‌کنیم که همراهی یک مجموعه فعال در زمینه توربین بادی داشته باشیم که این موضوع برای ما اهمیت دارد. علاوه بر این، بهینه‌سازی مصرف انرژی الکتریکی، بخشی از حرفه ما است و اهمیت ارزش استفاده از انرژی‌های سبز بر سطح کره زمین بر کسی پوشیده نیست. کره زمین در حال منفجر شدن است و اینکه بتوانیم از انرژی سالم‌تری استفاده کنیم، ذاتاً برای ما مهم است. با دارا بودن یک نمایندگی، روی فرآیند مشاوره از دوستان آلمانی خود کمک بسیاری می‌گیریم و آن‌ها ما را همراهی می‌کنند تا بتوانیم به شرکت‌های بزرگ و کوچک، این سرویس را ارائه دهیم.

با توجه به شرایط خاص اقتصادی و تحریم‌ها، آیا فضا برای کار کردن و سرمایه‌گذاری در این بخش مناسب است؟

زمانی که وارد جزئیات هر کشور و سرزمینی بشویم؛ صنعتگر، کشاورز و تاجر هر کدام با مشکلاتی مواجه هستند و این چیزی نیست که فقط مختص کشور ما باشد. گاهی اوقات فشارها زیاد می‌شود و برخی از مواقع به حالت عادی بازمی‌گردد، ولی هیچ‌گاه صفر نمی‌شود. در هر کشوری تاجران مشکلات خاص خود را دارند، اما هنر مدیران صنایع و کسب و کارها این است که از بحرانی به بحران دیگر، به سلامت عبور کنند. البته مقیاس بحران سخت است و بنده به عنوان فردی که سال‌ها در حال فعالیت هستیم، هیچ‌گاه به خاطر نمی‌آورم که در شرایط عادی کار کرده باشیم. همیشه زمانی که در صدد کلید زدن پروژه جدیدی هستیم، باید به موضوعات بسیاری فکر کنیم که خرید قطعات، نوسانات نرخ ارز و چگونگی تامین آن، بدقولی مشتریان و... از جمله آن‌ها است، با این حال دلیلی ندارد که یک کسب و کار به دلیل چالش‌هایی از این سبک، عرصه را خالی کند. ■

در هر کشوری
تاجران مشکلات
خاص خود را دارند،
اما هنر مدیران
صنایع و کسب و کارها
این است که از
بحرانی به بحران
دیگر، به سلامت
عبور کنند

بنیانگذار و مدیر عامل موسسه مهرگان فرهنگ مطرح کرد

زندگی طولانی‌تر و سالم‌تر با حفظ سلامت جسم و روان

مینا افتخاری

خانم سعیده یراقی، بنیانگذار و مدیر عامل موسسه مهرگان فرهنگ و همچنین کار آفرین عرصه گردشگری است که در زمینه سبک زندگی فعالیت دارد. وی مهرگان فرهنگ را در سال ۱۳۸۵ و به منظور احیای فرهنگ و تمدن اصیل ایرانی به صورت خلاقانه بنیان نهاد و تاکنون ۵ جلد کتاب در حوزه سبک زندگی تعریف و ترجمه کرده و خدمات مختلفی را در این زمینه ارائه داده است. همچنین بنیانگذار برند «سین هشتم» در حوزه سبک زندگی و گردشگری می‌باشد که به معرفی سبک اصیل زندگی می‌پردازد. ماحصل گفت‌وگوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با یراقی را می‌خوانید.

بزرگی در زندگی همه ما انسان‌ها وجود دارد، به همین دلیل ایده خدماتی با عنوان سم بی سم را طراحی کردم که شامل ساختارهای سبک زندگی سالم بدون سم، استفاده از محصولات ارگانیک و خدماتی است تا سلامت‌جو بتواند در بازده زمانی مشخص، سموم انباشته شده در بدنش را کاهش دهد و سیستم هوشمند بدن خود را فعال کند.

مجموعه سم بی سم چگونه به ارائه و گسترش سبک زندگی سالم کمک می‌کند؟

سال ۱۳۹۸ اجرای این خدمات را در قالب مجموعه خانه دیتاکس که خدمات تن‌آسای را که در پکیج‌های غذایی متناسب هم ارائه می‌دهد، طراحی کردم که با شروع کرونا برنامه‌های اجرایی من تغییر کرد و اجرایی نشد، ولی عشق و آرزوی قلبی‌ام که روزی بتوانم روی سلامت میلیون‌ها نفر اثر بگذارم، من را متوقف نکرد. معتقدم که جهان هستی با وجود مشکلات زیادی که بود، چیدمان بهتری را جلوی پایم گذاشت. در سال ۱۳۹۹ محصولات سبک زندگی بدون سم و پاکسازی را با دعوت از تولیدکنندگان خانگی و ایده‌های شخصی که برگرفته از مطالعاتم بود، در عمارت سین هشتم، قبل از افتتاح کافه رستوران سم بی سم؛ به عنوان شتاب‌دهنده؛ طی قراردادی با معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری با عنوان خانه نوآوری سین هشتم تجربه و آغاز کردم و کمی جلوتر در میانه ایام کرونا کافه من در حوزه پاکسازی با تغییر نام «دیتاکس می» به «سم بی سم» فعالیت خود را برای گسترش سبک زندگی بدون سم و تاثیرگذاری بر سلامت جسم و جان مهمانان مان با عشق و همکاری همراهان عزیزم آغاز کردیم که اکنون به ارائه خدمات غذایی و نوشیدنی، کلاس‌های خودآگاهی و سبک زندگی در آکادمی سم بی سم و فروش محصولات سبک زندگی بی سم در عمارت سین هشتم فعال و میزبان شماست.

ویژگی برتر سم بی سم نسبت به مجموعه‌های دیگر چیست؟



درباره چگونگی شکل‌گیری سین هشتم و همچنین زمینه فعالیت برند «سم بی سم» توضیحاتی ارائه فرمایید.

بنده همیشه به حوزه سبک زندگی علاقه‌مند بودم و سین هشتم را در آستانه نوروز با نگارش کتابی در حوزه سبک زندگی به عنوان هشتمین سین سفره هفت‌سین به زیبا سین زندگی‌ام یاسین تقدیم کردم. سین هشتم با عشق و دغدغه مادرانه و همچنین زمانی که متوجه شدم، فرزندانم و نسل جدید ایران زمین با فرهنگ و اصالت زندگی ایرانی بیگانه شده‌اند و رسوم غربی برای‌شان جذابیت بیشتری دارد، شکل گرفت. این عشق درونی من را بر آن داشت که با نیروی خلق زنانه فستیوال‌های سین هشتم را در داخل و خارج از کشور با حضور مهمانان خارجی و افراد فرهیخته و مبرز افتتاح کنم که در ادامه، با شروع کرونا و محدودیت‌ها، عمارت سین هشتم که مجموعه نوآور در حوزه گردشگری و سبک زندگی است را در نیاوران راه‌اندازی کردم. برند دیگر من «سم بی سم» است که از سال ۱۳۹۸ فعالیت خود را با هدف گسترش سبک زندگی پاکسازی و بدون سم آغاز کرد. زندگی صنعتی، افزایش بیماری‌هایی مانند سرطان و دور شدن از طبیعت باعث شد که احساس کنم، مشکل

ما در سم بی سم تلاش داریم که کمترین تولید زیاله و پلاستیک را داشته باشیم و دغدغه محیط زیستی و تولید کمتر کربن داریم. طراحی منو نیز در حوزه سلامت انجام گرفته و دمنوش ها و غذاهای ما به شکلی طراحی شده اند که بتوانند تعادل مزاج را رعایت کنند و از مواد نگهدارنده در آن استفاده نشود. دکوراسیون همراه با طبیعت و سرسبزی، فضایی آرامش بخش را برای تعادل جسم و جان ما ایجاد کرده تا ما زندگی سالم تری داشته باشیم. در واقع هدف، خدمات رسانی در صنعت غذایی نیست، بلکه رسالت ما گسترش سبک زندگی سم بی سم است تا بتوانیم به افراد بیشتری کمک کنیم که سموم را از بدن خود خارج و سلامت روان خود را حفظ کنند، چرا که انسان سالم، جامعه سالم می سازد.

چگونه به ارائه و آموزش سبک زندگی سالم علاقه مند شدید؟

من همیشه به سبک زندگی علاقه مند بودم و کتاب ها و مقالات زیادی در این حوزه ترجمه کرده ام، اما به دلیل اینکه تحصیلات مرتبط به این حوزه نداشتم، مجدداً به سراغ تحقیق و ترجمه کتاب ها و مقالات رفتم تا بتوانم اطلاعات کافی را به دست آورم و در نهایت با همکاری کارخانه نوآوری های وی توانستم مسیر جدی را در این حوزه پیدا و آغاز کنیم. یکی از بزرگ ترین چالش های ما در آغاز راه، عدم آشنایی مردم با حوزه سبک زندگی دیتاکس و پاکسازی بود و ما به ناچار به انجام تبلیغات زیادی بودیم، اما خوشبختانه کرونا مردم را دعوت به توجه به خویشتن و سلامتی کرد. در حال حاضر چندین مجموعه دیگر نیز در این زمینه فعالیت می کنند که این رقابت با دغدغه مشترک باعث خرسندی بنده است، چرا که این زنجیره هر روز بزرگ تر می شود و ما می توانیم روی سلامت تعداد بیشتری تاثیر گذار باشیم.

استقبال مردم از فعالیت خود را چگونه ارزیابی می کنید؟

خوشبختانه در چند سال اخیر استقبال مردم از سبک زندگی سالم بسیار خوب بوده، زیرا امروزه همه به این باور رسیده اند که حفظ سلامت جسم و روان باعث می شود، زندگی طولانی تر و سالم تری داشته باشند. بسیاری از مردم در حال حاضر غذا خوردن را تنها به عنوان یک لذت و تفریح نمی بینند و آن را خدمتی به بدن می دانند؛ این تغییر نگاه و توجه به حوزه سلامت بسیار ارزشمند است. مشتریان در ابتدا با مراجعه به کافه و دیدن منو در اینستاگرام که سلامت محور است، با خدمات ما آشنا می شوند و محصولاتی را خریداری می کنند. در ادامه با حضور در کلاس ها و دوره های خود آگاهی با ما همراه می شوند. در این میان، از کسانی که علاقه مند به تاثیر گذاری روی سلامت مردم با اصلاح و تغییر سبک زندگی باشند، دعوت به همکاری می کنیم و فضای کافه را رایگان در اختیارشان قرار می دهیم تا از این طریق زنجیره آشنایی و خدمت را گسترش دهیم.

به منظور توسعه ایده های خود چه برنامه هایی دارید؟

تلاش ما بر این است تا در آینده، مرکز تن آسای سم بی سم را راه اندازی کنیم و محصولات طراحی شده در حوزه حمام و پوست را به بازار عرضه کنیم. صادرات به کشورهای همسایه همچون عمان و قطر نیز بخشی از برنامه های آینده ما را تشکیل می دهد، چرا که با توجه به سبک زندگی کشورهای همسایه و روند سریع صنعتی شدن آن ها، نیاز به محصولات و ارائه خدمات پاکسازی در این کشور ها نیز احساس می شود. همچنین با توجه به اینکه آلمان جزو کشورهای است که در زمینه سبک زندگی سالم و تولید محصولات ارگانیک و سلامت محور بسیار قوی عمل کرده، امیدواریم تا در آینده، ارتباط نزدیکی با این کشور داشته باشیم. متأسفانه نگاه ارگان ها و نهادها به مجموعه ما، نگاه به یک مجموعه نوآور نیست؛ هر چند نهادهایی مانند معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری و گردشگری از مجموعه قدر دانی کرده و جوایزی نیز به ما اختصاص داده اند، اما سایر مسئولان اقدامات آسیب زنده ای مخصوصاً در حوزه قیمت گذاری انجام داده اند. سم بی سم یک مجموعه تامین کننده کالاهای اساسی نیست و خدمات ارائه می دهد، به همین دلیل قیمت گذاری دستوری می تواند آسیب زا باشد و موانع سازمان های دولتی، انرژی و زمان را از گسترش فعالیت های خلاقانه می گیرد.

و سخن آخر...

ما زندگی و بودن را جشن می گیریم و مهمانان را با نوشیدن یک دمنوش که جان گیاهان دارویی است و یا غذا و نوشیدنی های سالم به شروع دوباره دعوت می کنیم. لوگوی سم بی سم بیانگر رویش و شروع دوباره سبک زندگی است و آرزوی قلبی تیم سم بی سم، سلامتی جسم و جان انسان ها است و همه در کنار هم «زندگی را جشن می گیریم» که این شعار سم بی سم است. ■



سرپرست کمیسیون بانوان انجمن دوستی ایران و آلمان بیان کرد

انجمن‌های دوستی بازوان قدرتمند دیپلماسی فرهنگی

المیرا اکرمی

خانم لیلا اژدری، مدیرکل سابق دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و سرپرست کمیسیون بانوان انجمن دوستی ایران و آلمان، از فعالان شناخته‌شده عرصه گردشگری است. وی که دارای مدرک دکترای مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی است، بیش از ۲۲ سال سابقه فعالیت در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی را دارد. اژدری در بدو استخدام، به عنوان کارشناس برنامه‌ریزی برنامه ملی توسعه گردشگری ایران وارد سازمان گردشگری وقت شد و ضمن طی کردن مراحل ارتقای شغلی، در دفاتر مختلف و در فیلدهای تخصصی گردشگری اعم از برنامه‌ریزی و استانداردسازی و نظارت بر خدمات و تأسیسات گردشگری فعالیت کرد. این فعال عرصه گردشگری، سال‌ها در دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به عنوان کارشناس، معاون و مدیرکل و همچنین در دفتر توسعه گردشگری داخلی حضور داشته و در زمینه محصولات و مسیرهای نوین گردشگری کار کرده است. وی همچنین تدریس رشته گردشگری و رشته‌های مربوط به مدیریت و فرهنگ در دانشگاه را در کارنامه کاری خود دارد. حاصل گفت و گوی ما با این فعال عرصه گردشگری را در ادامه می‌خوانید.

باشید؟ توجه داشته باشید که در مورد برخی از بازارهای توان کارهای روتین را انجام داد و فقط باید به‌طور مرتب رصد کرد که رقبا در حال انجام چه کاری هستند. برخی بازارها نوظهور هستند و هیچ سهمی از آن بازار نداریم و باید در آن نفوذ کنیم که نحوه نفوذ می‌تواند تدریجی یا تهاجمی باشد. بعضی از بازارها را هم باید فقط نگاه داشت و برای آن‌ها هزینه‌ای انجام نداد. در واقع نکته مهم در بازاریابی، مسایل مربوط به بودجه است که البته این بودجه، صرفاً مالی نیست و زمانی که برای آن بازار گذاشته می‌شود هم، بسیار مطرح است.

به منظور معرفی ظرفیت‌های گردشگری ایران چه برنامه‌هایی در نظر دارید؟

به دلیل فراگیر بودن، صنعت گردشگری بسیار شکننده و آسیب‌پذیر است و موضوعات مختلف به خصوص روابط سیاسی، مسایل اقتصادی و حتی مسایل سلامتی و بهداشتی بر صنعت گردشگری تأثیر گذار است. با توجه به این مسایل، باید دقت بسیاری داشته باشیم تا منابع مالی، زمانی و نیروی انسانی که هزینه می‌کنیم، به جا و درست مصرف شوند. در واقع برنامه عملیاتی برای بازارها داریم و برای هر کدام برنامه‌های نفوذ در بازار و تبلیغات را طراحی و طرح‌ریزی می‌کنیم که بسیاری از این برنامه‌ها به صورت معرفی ایران در بازارها است. البته برای این معرفی‌ها تکنیک‌های مختلفی وجود دارد که درج مقاله در نشریات آن کشور، ارائه برنامه تلویزیونی و شبکه‌های اجتماعی از جمله آن‌ها است. شبکه‌های اجتماعی بسیار مهم و تأثیرگذار هستند، حوزه نفوذ بالایی دارند و ارزان‌تر از بقیه ابزارها هستند. استراتژی دیگر، حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی است که بسیار مهم محسوب می‌شود. ممکن است در کشوری که نمایشگاه



شما سال‌ها مدیرکل دفتر بازاریابی و توسعه گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی بودید. در خصوص اقداماتی که در این بخش انجام دادید، توضیح دهید.

از مهمترین اقدامات می‌توان به تعیین بازارهای هدف، بازنگری دوره‌ای بازارهای هدف و تحقیق در مورد جزئیات بازارهای هدف؛ یعنی رفتارهای مصرف‌کننده و علایق و سلايق گردشگران آن بازار خاص هدف اشاره کرد. دفترچه‌های مربوط به این موارد نیز، منتشر و در وب‌سایت وزارتخانه بارگذاری شده و برای علاقه‌مندان قابل استفاده است. در زمینه بازاریابی، پس از شناسایی و شناخت بازارها، برنامه عملیاتی برای هر بازار تدوین کردیم؛ به این ترتیب که راه‌ها و استراتژی نفوذ به آن بازار باید چگونه

بر گزار می شود، هیچ مسافری نداشته باشیم یا تعداد مسافران بسیار اندک باشد، اما آن کشور یا آن نمایشگاه، به نوعی هاب صنعت گردشگری است؛ لذا حضور در آن و داشتن یک غرفه بسیار مهم است و سعی ما بر این بوده که به رغم کمبود بودجه‌ها این موضوع را هم داشته باشیم، همچنین اخیر استفاده از سلب‌ریتی‌ها و محصولات مختلف صنعت گردشگری، بسیار مرسوم شده که حتی با نبود بودجه مناسب، این کار را انجام می‌دهیم. تورهای آشناسازی یکی از برنامه‌های مناسب در این راستا است؛ به این ترتیب که برای افراد اصلی این صنعت، یک تور آشناسازی می‌گذارید، آن‌ها را به ایران می‌آورید، از کشورمان بازدید می‌کنند و ایده‌ها و شنیده‌ها و ثبت خاطرات خود به صورت عکس و فیلم را در شبکه‌های اجتماعی یا شبکه‌های دوستان یا شبکه‌های حرفه‌ای خود انتشار می‌دهند.

این موضوعات را چگونه در قالب انجمن دوستی ایران و آلمان پیش می‌برید؟

آلمان جزو بازارهای سنتی کشور ایران است و هر زمانی که اتفاق خوبی در زمینه روابط با کشورهای اروپایی رخ داده، گردشگران آلمانی با علاقه وارد ایران شده‌اند. گردشگرانی که اساساً به ایران علاقه‌مندی دارند، گردشگران فرهنگی هستند و ممکن است، نسبت به ما ایرانی‌ها، شناخت بسیار بهتری از تاریخ و تمدن کشورمان داشته باشد؛ بنابراین بسیار مهم است که با این گردشگران به صورت حرفه‌ای وارد کار شویم. ظرفیتی در اتاق ایران و آلمان داریم که مسایل صنعت را پیگیری می‌کند و یک ظرفیت دیگر به عنوان انجمن دوستی ایران و آلمان در اختیار داریم. تفاوت این دو آن است که اتاق بازرگانی ایران و آلمان می‌تواند بسیار متاثر از تحریم‌ها و مسایل سیاسی باشد، اما انجمن دوستی بستری را فراهم می‌کند تا این ارتباطات سوار بر رودخانه فرهنگ، آداب و رسوم، هنر و آموزش باشد که این‌ها از مسایل تحریمی و سیاسی، کمتر صدمه می‌بینند. در واقع هر جا که بتوانیم با دیپلماسی رسمی وارد یک عرصه شویم، از دیپلماسی فرهنگی کمک می‌گیریم که قطعاً انجمن‌های دوستی یکی از بازوان بسیار قدرتمند دیپلماسی فرهنگی و قدرت نرم در هر کشوری هستند. آقای خانبداغی که در راس انجمن دوستی ایران و آلمان قرار دارد، بسیار علاقه‌مند است که بتوانیم با استفاده از ظرفیت انجمن دوستی، روابط فرهنگی را بین ایران و آلمان گسترش دهیم و این موضوع دلیل حضور بنده در انجمن است. تلاش‌های بسیاری هم در این زمینه انجام می‌شود تا افراد علاقه‌مند به فرهنگ و هنر ایران که در آلمان حضور دارند یا ایرانی‌هایی که در آلمان زندگی می‌کنند را شناسایی کرده و برنامه‌های مشترکی را با این افراد شکل دهیم که این برنامه‌ها می‌تواند به صورت برنامه‌های آموزشی یا سمینار و وبینارهای انگیزشی باشد. همچنین طبق صحبت‌هایی که

با آقای خانبداغی داشتیم، پیگیر ایجاد یک آکادمی مشترک بین ایران و آلمان هستیم که بتوانیم تکنولوژی‌ها را منتقل کنیم، زیرا مسایل آموزشی، فرهنگی و هنری، کمتر تحت تاثیر تحریم‌ها هستند و حتی می‌توانیم به صورت آنلاین بسیاری از این رویدادها را برگزار کنیم. علاوه بر این، صحبت‌هایی در مورد برگزاری نمایشگاه آنلاین و نمایشگاهی در آلمان داشته‌ایم که دائمی باشد و به نمایش و عرضه صنایع دستی ایران، اختصاص داشته باشد. در این رابطه صحبت‌های اولیه انجام شده، اما بنا به دلایلی کار به‌کندی پیش می‌رود، اما مطمئنم که آینده بسیار درخشانی را خواهیم داشت.

تا چه اندازه در دستیابی به اهداف مورد نظر خود موفق بوده‌اید؟

هنوز به اهداف مدنظر دست نیافته‌ایم، اما همین موضوع که بستر فراهم است و ما به عنوان بخشی از انجمن دوستی ایران و آلمان توانستیم جایگاهی داشته باشیم، مساله مهمی محسوب می‌شود. هم‌اکنون نیز در حال ریزنی هستیم که بتوانیم افراد آن طرف را پیدا کنیم تا با این اهداف و رویکرد ما همراه شوند. در مجموع، در مسیر موفقیت‌آمیزی بوده‌ایم، اما هنوز به اهدافمان نرسیده‌ایم و راه زیادی را پیش رو داریم.

آیا فعالیت‌های انجمن دوستی ایران و آلمان و وزارت امور خارجه منافاتی با هم ندارند؟

نه تنها منافاتی با هم ندارند، بلکه کمک‌کننده هم است؛ یعنی بسیاری از کارهای مورد نظر ما، قطعاً از طریق وزارت امور خارجه و سازمان فرهنگ و ارتباطات قابل انجام و پیگیری است، از همین رو هیچ منافاتی بین آن‌ها نمی‌بینم. بنده اعتقاد دارم که برای حفظ و گسترش روابط، دولت می‌تواند پشتیبان انجمن‌های دوستی باشد.

در برابر بازتاب‌های منفی که برای ایران ایجاد شده، چگونه آلمانی‌ها را برای همکاری در مسایل مختلف مجاب کرده‌اید؟

کار بسیار سختی است، زیرا بازتاب‌های منفی از طریق رسانه‌ها منتشر می‌شود و رسانه‌ها قدرت بسیار زیاد و عجیبی دارند. البته در مورد بسیاری از این بدبینی‌ها خودمان مقصر هستیم؛ یعنی کارهایی انجام می‌دهیم که خواسته یا ناخواسته باعث می‌شود که رسانه‌ها هم در جهت اهداف صاحبان خود، بزرگ‌نمایی انجام دهند و در واقع از ابزار فرهنگی برای ایجاد بدبینی در مورد ایران استفاده کنند. در این شرایط ما می‌خواهیم با ابزار فرهنگ به جنگ ابزار فرهنگ برویم که این کار، خیلی سخت است، ولی تنها ابزاری هم که داریم، همین است. در واقع ابزار فرهنگ، گردشگری و هنر، تنها ابزاری است که با استفاده از آن می‌توانیم اثرات

به دلیل فراگیر بودن، صنعت گردشگری بسیار شکننده و آسیب‌پذیر است و موضوعات مختلف به خصوص روابط سیاسی، مسایل اقتصادی و حتی مسایل سلامتی و بهداشتی بر صنعت گردشگری تاثیر گذار است

هر جا که نتوانیم با دیپلماسی رسمی وارد یک عرصه شویم، از دیپلماسی فرهنگی کمک می‌گیریم که قطعاً انجمن‌های دوستی یکی از بازوان بسیار قدرتمند دیپلماسی فرهنگی و قدرت نرم در هر کشوری هستند

نگرش منفی سایر کشورها به خصوص کشورهای اروپایی را کاهش دهیم. تمام تلاش مادر انجمن دوستی همین است که از این ابزار استفاده کنیم که کمی زهر آن خبرها را بگیریم و به دنیانشان دهیم که ایران، یک کشور فرهنگی با تاریخ و تمدن کهن و مردمان صلح‌دوست و علاقه‌مند به آداب و رسوم و سنن خود است که در عین حال نگاهی هم به دنیای مدرن دارد.

در حال حاضر وضعیت ورود و خروج گردشگران آلمانی به کشورمان چگونه است؟

پیش از انقلاب اسلامی، در صد زیادی از گردشگران کشورمان، اروپایی و به خصوص آلمانی بودند. پس از آن و با وقوع جنگ ۸ ساله قاعده‌تأمقاری جریان توریست قطع شد، اما در دوران ریاست جمهوری محمد خاتمی که بحث گفت‌وگوی تمدن‌ها آغاز شد، دوران طلایی گردشگری ایران رقم خورد. در آن زمان، هم دولت به سمت علمی شدن گردشگری سوق پیدا کرد و هم دنیاروی خوشی به ایران نشان داد، از همین رو در آن زمان ما ورودی بسیار خوبی از کشورهای اروپایی به خصوص آلمان داشتیم. البته در دوران پرتلاطم ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد، با توجه به دیدگاه‌ها و نظریه‌هایی که مجموعه دولت داشت، جریان ورود توریسم به ایران کاهش پیدا کرد. در ادامه با امضای برجام، مجدداً شاهد افزایش چشمگیر تعداد گردشگران خارجی بودیم، ولی پس از به بن بست رسیدن برجام، دوباره تعداد توریست‌ها افت زیادی پیدا کرد که این جریان در مورد کشورهای اروپایی بیشتر بود. علاوه بر این، اتفاقاتی که سال گذشته در ایران رخ داد، مزید بر علت شد تا تعداد توریست‌ها، کاهش بسیار زیادی پیدا کند و حتی به چند صد نفر رسید. از سوی دیگر، حوادث اخیر خاور میانه و غزه هم دلیل دیگری برای کاهش تعداد گردشگران شد، چرا که متأسفانه یک توریست خارجی، تمام منطقه خاور میانه را یکی می‌بیند که در آن ناامنی وجود دارد. حتی اوایل سال ۱۴۰۲ با افزایش ورود چینی‌ها به کشورمان روبه‌رو بودیم که پس از جنگ غزه کاهش یافت و هم‌اکنون تعداد آن به صفر رسیده است. تمام این‌ها نشان می‌دهد که مادر منطقه‌ای زندگی می‌کنیم که همیشه آبستن حوادث و مرکز خبر است؛ بنابراین کار کردن برای گردشگری در این منطقه بسیار دشوار است.

پس چرا در ترکیه، وضعیت مشابهی از نظر گردشگری به وجود نیامده است؟

این مسأله به عملکرد خود ما مربوط می‌شود که چقدر دولت و بخش خصوصی، عزم خود را برای ورود گردشگر جزم کرده‌اند. ما هنوز به این باور نرسیده‌ایم که ورود گردشگر می‌تواند کشورمان را نجات دهد، می‌توانیم در پیچه‌های نفت را به عنوان یک کالای استراتژیک ببینیم و آن‌ها را حفظ

کنیم و از داشته‌های گردشگری، فرهنگی، هنری و جاذبه‌های طبیعی خود استفاده کنیم، اما متأسفانه اقدامات مادر جهت ورود گردشگر نیست. البته ممکن است، وزارت گردشگری وظیفه خود را در این رابطه انجام دهد و تلاش‌های لازم را صورت دهد، ولی مثلاً ممکن است که ۱۰ وزارتخانه دیگر هم‌گام با این وزارتخانه تلاش لازم را انجام ندهند یا ۱۰ نهاد بیرونی دیگر که جزو هیأت دولت هم نیستند، در برابر تلاش‌هایی که صورت می‌گیرد، مانع‌تراشی کنند. به اعتقاد بنده، آن چیزی که ترکیه را ترکیه کرده، گردشگری نسبت به توریست است. در حال حاضر مردم ترکیه به شدت تحت فشار اقتصادی هستند، تورم در این کشور بیداد می‌کند و مردمان آن به‌رغم مشکلات اقتصادی، با توریست‌ها رفتار خوبی دارند. در واقع تمام اجزای آن کشور و افرادی که در صنعت توریست ترکیه کار می‌کنند، گویی همگی یک پیوند نانوشته‌ای با هم دارند و دست به دست هم داده‌اند که به توریست خوش بگذرد و یک تجربه متفاوت داشته باشد. به همین دلیل است که حتی خود ایرانی‌ها هم، بیشترین سفر را به ترکیه دارند و اگر قرار باشد در سال یک‌بار سفر کنند، حتماً آن سفر به ترکیه خواهد بود. این موضوع در مورد توریست‌های کشورهای مختلف نیز صدق می‌کند و همگی علاقه‌مند هستند که حداقل سالی یک‌بار به ترکیه سفر کنند، زیرا در این کشور تمام آیت‌ها و فاکتورهای لازم برای گردشگران فراهم است تا به آن‌ها خوش بگذرد و هر فردی با هر علاقه و سلیقه‌ای، آن چیزی که دوست دارد و باعث خوش گذشتن و لذت بردن می‌شود را در ترکیه پیدا می‌کند.

تعاملات و روابط فرهنگی ایران و آلمان را در آینده چگونه می‌بینید؟

هیچ‌گاه راه تعاملات فرهنگی بسته نمی‌شود، زیرا آن‌هایی که به دنبال تنش و جنگ و اختلاف هستند، افراد فرهنگی نیستند. در واقع افراد فرهنگی که تعداد آن‌ها هم بسیار زیاد است، متأثر از دیگر مسایل نمی‌شوند و همیشه دنبال این هستند که دنیای بهتری بسازند و سعی می‌کنند که از طریق ابزار فرهنگ و هنر، روابط بین کشورها را بهبود ببخشند. با وجود افراد فرهنگی که البته فرهنگی هم فکر می‌کنند که تعداد آن‌ها در دنیا بی‌شمار است، بن‌بستی در روابط فرهنگی ایران با هیچ کشوری حتی آمریکا مشاهده نخواهد شد. اگر نهادسازی کنیم؛ حول یک محور و نهاد، هم‌افزایی داشته باشیم و توان و پتانسیل خود را در جهت هدفی که داریم، قرار دهیم، مطمئناً موفق خواهیم شد. معتقدم که انجمن‌های دوستی بستر بسیار خوب و مهمی برای تحقق این موضوع هستند. در حقیقت به‌رغم تمام موانع سیاسی، تنگ‌نظری‌ها و مسایل اقتصادی، به آینده امیدوار هستم، زیرا به انسان‌ها امیدوارم. ■



گفت و گوی اختصاصی با کاریا کوکبی

در این بخش می خوانیم:

- تأثیر عمیق تحریم ها بر مبادلات تجاری
- کسب و کارها متأثر از شرایط بد اقتصادی هستند
- استفاده از دستگاه های تصفیه آب؛ نیازمند فرهنگ سازی

مدیرعامل گروه صنعتی بستانچی

کسب و کارها متاثر از شرایط بد اقتصادی هستند

عارف فغانی

با تلاش‌هایی که در سال‌های اخیر برخی از تولیدکنندگان و به ویژه گروه صنعتی بستانچی انجام داده‌اند، صنعت تهویه کشورمان به خودکفایی رسیده و دیگر نیازی به واردات ندارد. این گروه صنعتی، حالا محصولات نسل پنجمی را تولید می‌کند که در زمره به‌روزترین محصولات سیستم تهویه در دنیا به شمار می‌رود. مهدی بستانچی، مدیرعامل و رییس هیات مدیره گروه صنعتی بستانچی در گفت‌وگویی که با ما داشته؛ عدم قطعیت‌ها، نوسانات نرخ ارز و کاهش ارزش ریال را از مشکلات جدی صنعت و تولید دانسته است. وی در عین حال، عدم رشد مناسب کسب و کارها را متأثر از شرایط بد اقتصادی می‌داند و در صورت تداوم وضعیت فعلی، پیش‌بینی خوبی از سال آینده ندارد. این مدیر جوان در کارنامه کاری خود، سمت‌هایی مانند رییس انجمن تولیدکنندگان سیستم‌های تهویه مطبوع ایران، عضو هیات مدیره انجمن ایمنی و مهندسی حریق و ایمنی، خزانه‌دار اتاق بازرگانی مشترک ایران و گرجستان و عضو هیات موسس انجمن تونل ایران را هم دارد. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

و به‌روز می‌باشد. این سیستم‌ها را به ایران آورده و به صورت تخصصی این کار را انجام می‌دهیم که محصولات متنوعی دارد و فقط شامل فن نیست و در برگیرنده پرده‌های مقاوم به حریق و انواع سنسورهای مقاوم به حریق است. طراحی سیستم‌های مدیریت دود برای تونل‌ها، یکی دیگر از اقداماتی است که این گروه صنعتی انجام می‌دهد که بحث بسیار مهمی در بحث ایمنی محسوب می‌شود. البته در این حوزه‌ها محصولات مرتبطی داریم که در بخش‌های مختلف صنعتی هم کاربرد دارند.

به منظور پیش‌سبرد اهداف خود، چه طرح‌های توسعه‌ای را دارید؟

امسال به‌طور خاص، روی پرده‌های مقاوم به دود حریق کار زیادی انجام داده‌ایم و طرح‌های توسعه ما هم در راستای افزودن محصولات جدیدتری در حوزه‌های اچ‌بک تهویه مطبوع است. در همین راستا، برای سال آینده، تولید و عرضه یک سری از محصولات جدید در حوزه‌های اچ‌بک رادر دستور کار داریم که کالاهایی با راندمان بالای فعالیت هستند. به‌طور کلی، بیزینس ما به صورتی است که در لبه فناوری حرکت می‌کنیم و محصولات ما هم جدید هستند و هم از مشتریان خاصی برخوردار هستیم. در واقع سیاست ما، محصولات عمومی سطح پایین نیست، بلکه سیاست ما تولید محصولات و مشتری خاص است.

یکی از اهداف مجموعه شما دستیابی به بازارهای بین‌المللی است. آیا در این زمینه موفق بوده‌اید؟

در حال حاضر گروه صنعتی بستانچی، مشتریان خوبی در کشورهای همسایه دارد و حتی با شرکت‌های بین‌المللی اروپایی از جمله ایتالیا و آلمان همکاری می‌کنیم، به‌طوری که هم آن‌ها مشتری ما هستند و هم ما مشتری آن‌ها هستیم. به شکل خاص همکاری با شرکت‌های آلمانی هم به این صورت است که برخی از محصولات را از کشور آلمان تهیه می‌کنیم و آن‌ها هم یک سری از محصولات را از ما خریداری می‌کنند.



در خصوص قدمت و زمینه فعالیت گروه صنعتی بستانچی توضیحاتی ارائه فرمایید.

قدمت بیزینس خانوادگی ما حدود ۵۰ سال است که در زمینه تولید تهویه و فن فعالیت می‌کند. از سال ۱۳۹۸ تصمیم گرفتیم که تکنولوژی بخش جدیدی از حوزه سیستم‌های تهویه را وارد ایران کنیم که در همین راستا، گروه صنعتی بستانچی را تأسیس کردیم و به صورت تخصصی در کار اسپشیل فن‌ها وارد شدیم که البته از گذشته، فن‌های عمومی را تولید می‌کردیم. اسپشیل فن‌ها در حوزه‌های مختلفی کاربرد دارند که استفاده در تونل‌ها از جمله آن‌ها است. به عنوان مثال، سیستم‌های تهویه تونل‌های مترو از جمله تونل‌های متروی خط ۷ و ۶، متروی کرج و متروی تبریز توسط گروه صنعتی بستانچی تأمین شده است. تونل‌های بین شهری، ساختمان‌ها و پارکینگ‌های ساختمانی از دیگر موارد کارگیری سیستم‌های تهویه است. شایان ذکر است، بخشی از کار ما سیستم‌های مدیریت دود ساختمان‌ها است که در دنیا، مبحثی جدید

آیا ارتباطات سیاسی کشورها به ویژه آلمان، در روابط و مراودات اقتصادی و تجاری شما تاثیر داشته است؟

آلمان شریک خوبی در کارهای تجاری است و هر چند که وارد شدن به بازار این کشور مقداری دشوار است، ولی بازار استیبل و پایداری دارد. روابط سیاسی قطعاً تاثیر گذار بوده و مانده تنها در بازار آلمان، بلکه به دلیل روابط سیاسی، در بازار کشورهای همسایه هم دچار مشکل هستیم که با برخی از مناسبات، این موارد و مشکلات را حل می کنیم. البته مشکل عمده ای که تمامی صادر کنندگان در ایران با آن مواجه هستند، قوانین و مقررات و بخشنامه های روزانه است که هیچ گونه ثبات رویه ای در این زمینه ها نداریم که موجب بروز برخی از چالش ها برای ما شده است.

گروه صنعتی بستانچی یکی از تولید کنندگان بزرگ خاور میانه در زمینه فن و هواکش است. آیا شما در این زمینه رقیبی هم دارید؟

خیر؛ رقیبی نداریم. در واقع این مجموعه، سهم عمده ای از نیاز بازار داخلی کشور که بیش از ۷۰ درصد است را تولید می کند. ۳۰ درصد از تولیدات گروه صنعتی بستانچی هم صادر می شود که این عدد برای خاور میانه هم بسیار بزرگ است. سایت تولید بستانچی، بزرگ ترین سایت تولید فن در خاور میانه محسوب می شود؛ بنابراین در صنعت تهویه ایران، به خود کفایی رسیده ایم و نیازی به واردات نداریم. البته واردات به شکل محدود و بسیار جزئی انجام می شود و ما هم هیچ وقت مشکلی با واردات و عرضه تولیدات خارجی نداشته ایم؛ زیرا در حال رقابت در بازار آزاد هستیم.

آیا مجموعه تحت مدیریت شما در زمینه انتقال دانش فنی هم فعال است؟

ما تولید محصول از تمامی نسل ها را داشته و در حال حاضر محصولات نسل پنجمی را تولید می کنیم که در زمره به روز ترین محصولات در دنیا هستند. شرکت ما به واسطه ساخت فن های تونلی، دانش بنیان محسوب می شود و در دنیا کمتر از ۱۰ کشور، تکنولوژی ساخت این فن ها را در اختیار دارند که ایران یکی از این کشورها است و مجموعه بستانچی، تکنولوژی ساخت فن های نسل پنجم را در اختیار دارد. در واقع تولیدات این شرکت، محصولات مورد نیاز کشور است که قبلاً وارد می شد و ارزشی بسیار زیادی داشت، اما در حال حاضر در داخل تولید می شود.

ویژگی محصولات گروه بستانچی که آن را از سایر محصولات متمایز می کند، چیست؟

این گروه در رده های مختلف، تولید محصول دارد و ویژگی برخی از محصولات ما سطح تکنولوژی و دانش مورد استفاده در تولید آن ها است. در عین حال، ویژگی یکی از محصولات ما، قیمت ارزان آن و مشخصه اصلی برخی از کالاها، کیفیت بسیار خوب است. در واقع از آنجا که در سگمنت های مختلفی از بازار، محصولات مختلف را تولید می کنیم، ویژگی های مختلفی دارند که سطح بالای تکنولوژی و دانش، قیمت ارزان و کیفیت بالا از جمله آن ها است.

در کشور ما شرایط خاصی از نظر اقتصادی و نوسانات نرخ ارز وجود دارد. آیا این مسایل بر فعالیت شما تاثیر داشته است؟

بله تاثیر دارد و امسال، شرایط اقتصادی برای تولید کنندگان و تمام کسب و کارها دشوار بوده است؛ به ویژه پایان سال که با افزایش قیمت ارز مواجه هستیم. هر کسب و کاری نیاز به پیش بینی دارد و پول ماریال است و ماریال معامله می کنیم، ولی عدم قطعیت داریم؛ به گونه ای که نمی دانیم ارزش ریال امروز یا ریال ۶ ماه آینده چقدر تفاوت ارزشی خواهد داشت. در واقع این عدم قطعیت ها است که برای ما مشکل ایجاد کرده و اگر ثبات در نرخ ارز وجود داشته باشد، کسب و کارها کمتر اذیت می شوند.

چشم انداز صنعت تهویه کشور را چگونه ارزیابی می کنید؟

چشم انداز خوبی نداریم، زیرا بخشی از چشم انداز بیزینس ها به وضعیت کلی اقتصادی باز می گردد. متأسفانه وضعیت کلی اقتصادی در یک سال گذشته بدتر شده و پیش بینی ها برای سال آینده اصلاً خوب نیست و شرایط بدتر از امسال خواهد شد. تمام کسب و کارها هم متاثر از این موضوع خواهند بود که تاثیر پذیری برخی از کسب و کارها کمتر و بعضی دیگر بیشتر است. اگر شرایط کشور به همین شکل پیش برود و بانک ها تسهیلات به صنایع اعطا نکنند، ما هم مانند تمام کسب و کارها متاثر از این وضعیت بد اقتصادی خواهیم بود. شرایط امسال به گونه ای بود که بانک ها از پرداخت تسهیلات به صنایع کوچک و متوسط امتناع کردند، شرایط گردش نقدینگی در جامعه با مشکلات جدی روبه رو شد که در نتیجه آن، گردش اقتصادی در جامعه کند شده و کل بدنه کسب و کار دچار رکود است.

با توجه به آنچه که اشاره کردید، آیا سرمایه گذاری در صنعت تهویه را مناسب ارزیابی می کنید؟

با توجه به شرایط اقتصادی کشور، بنده به عنوان یک فعال صنعتی، سرمایه گذاری در هیچ صنعتی را توصیه نمی کنم، چرا که ما در رکود هستیم و طبیعتاً در چنین شرایطی، سرمایه گذاری در صنعت پیشنهاد نمی شود. البته اگر شرایط تغییر کند و از رکود به خصوص رکود توری خارج شویم، سرمایه گذاری در صنعت تهویه بسیار خوب و مناسب خواهد بود؛ بنابراین در صورت تحقق شرایط مذکور، قطعاً سرمایه گذاری در این صنعت پیشنهاد خواهد شد.

نهادهای مربوط به این صنعت چه حمایت هایی را از فعالیت این مجموعه انجام می دهند و چه توقعی از آن ها دارید؟

مساله اصلی ما در بحث تهویه مطبوع، با سازمان استاندارد است که در این زمینه مشکلات جدی در تهیه و تدوین استانداردها داریم که همکاری لازم را با ما ندارند و در حال تلاش هستیم که این صنعت را جایابانازیم. تهویه مطبوع، صنعت بزرگی در ایران و دنیا است، ولی متأسفانه به عنوان یک صنعت مستقل شناخته نمی شود و نگاهی که هم اکنون به این صنعت وجود دارد، متعلق به ۷۰ سال پیش است. بر همین اساس در تلاش هستیم تا صنعت تهویه مطبوع با نگاه جدید و به عنوان یک صنعت مستقل شناخته شود. ■



مدیرعامل گروه بازرگانی ایوا تاکید کرد

استفاده از دستگاه‌های تصفیه آب نیازمند فرهنگ‌سازی

مصطفی حاتمی

گروه بازرگانی ایوا در سال ۱۳۸۰ و در بحبوحه بحران آب کشور، به عنوان نخستین شرکت ایرانی، فعالیت خود را با واردات دستگاه تصفیه آب رومیزی آغاز کرد و از آن زمان تاکنون، به صورت حرفه‌ای و تخصصی در زمینه دستگاه‌های تصفیه آب خانگی به فعالیت خود ادامه داده است. عمده فعالیت این مجموعه در زمینه‌های واردات، تولید داخل و مونتاژ دستگاه‌ها در کشور است. سید عبدالرضا سید خاموشی، مدیرعامل گروه بازرگانی ایوا که بالغ بر ۲۲ سال سابقه فعالیت در زمینه تصفیه آب و کارهای مشابه را دارد، در گفت‌وگو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» عنوان کرد که این مجموعه موفق به کسب رضایت کامل مشتریان خود شده و در سراسر کشور، خدمات پس از فروش مطلوبی را ارائه می‌دهد. همچنین ایوا ضمن همکاری تنگاتنگ با آلمانی‌ها، یک شرکت در این کشور هم دارد. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانید.

کاملاً امکان رقابت با محصولات خارجی را دارند. شایان ذکر است که ایوا، یک واحد تحقیقات و نوآوری دارد که همواره کلیه قطعات مصرفی و دستگاه‌ها را کنترل می‌کند و بر آن نظارت دارد. همچنین این واحد همیشه مشغول تحقیق و بررسی در خصوص موارد جدید است و هم‌اکنون دو محصول جدید را طراحی کرده که سعی دارد، این دستگاه‌ها را برای نخستین بار در دنیا به ثبت برساند.

آیا روابط سیاسی، مانع همکاری شما با کشور آلمان شده است؟

آلمان هنوز هم برای تجارت و صنعت ایران، دروازه ارتباط با اتحادیه اروپا محسوب می‌شود. باید این واقعیت را پذیرفت که نمی‌توان اتحادیه کنونی با ۲۸ عضو و جمعیتی افزون بر ۵۰۰ میلیون نفر را جهت برقراری روابط با دول اروپایی به منظور جلب سرمایه‌گذاری و فناوری‌های مورد نیاز و به‌طور کلی توسعه روابط اقتصادی، تجاری و مالی نادیده گرفت. با این حال، تجربه موفقیت‌بخش بهره‌گیری از دیپلماسی برقراری روابط دوجانبه و ویژه با آلمان به عنوان یکی از قدرت‌های اصلی اروپایی به منظور تعامل بهتر با اتحادیه اروپا به شمار می‌رود. در همین راستا با توجه به روابط تاریخی میان ایران و آلمان و همچنین به‌رغم همه تحریم‌ها، این دو کشور روابط ویژه‌ای بین خود ایجاد کرده‌اند؛ بنابراین آلمان به یک دروازه مهم برای تامین کالا و خدمات فنی و مهندسی و ورود به تکنولوژی‌های جدید از اروپا تبدیل شده است. شرکت Eeva Germany GmbH واقع در دوسلدورف با تجربه چندین ساله همکاری با شرکت‌های معتبر اروپایی و به‌ویژه آلمانی و همچنین داشتن پرسنل مجرب، علاوه بر رفع نیازهای خود؛ تامین و خرید ماشین‌آلات، تجهیزات، قطعات یدکی و مواد اولیه مورد نیاز کارخانه‌های تولیدی ایران را از کشورهای مختلف و اتحادیه اروپا در آلمان انجام می‌دهد.

صادرات محصولات و طرح‌های توسعه، چه جایگاهی در برنامه‌های گروه بازرگانی ایوا دارد؟



گروه بازرگانی ایوا در زمینه تولید چه محصولاتی فعالیت دارد و این کالاها چه ویژگی‌هایی دارند؟

هم‌اکنون ۱۵ محصول را به عنوان تولیدات اصلی داریم که دستگاه‌های تصفیه آب، فیلترها و سیستم‌های دستگاه‌های تصفیه هوا خانگی را شامل می‌شود. ویژگی این دستگاه‌ها کیفیت بالا، کارایی و استاندارد بودن آن‌ها است، به‌طوری که برای تولیدات خود موفق به کسب استاندارد CE اروپا از کشور انگلستان شده‌ایم. اطمینان‌بخش بودن، ارائه خدمات پس از فروش و عملکرد بسیار خوب دستگاه‌های تولیدی ما در بیش از ۲۰ سال اخیر، موجب شده که همواره مشتریان از ما راضی باشند.

محصولات ایوا تا چه اندازه امکان رقابت با نمونه‌های خارجی را دارد و آیا این مجموعه در بحث دانش‌بنیان هم ورود کرده است؟

محصولات ایوا از نظر قیمت و کیفیت و همچنین با توجه به اینکه در تامین قطعات این دستگاه‌ها، کیفیت و استاندارد لازم را لحاظ می‌کنیم،

به برخی از کشورهای همسایه، هم به صورت قطعه و هم به صورت دستگاه کامل، صادرات داریم. همچنین با توجه به استانداردهای اخذ شده، در حال برنامه‌ریزی برای صادرات به کشورهای دورتر هستیم. در خصوص طرح‌های توسعه نیز باید به این نکته اشاره داشته باشیم که در سال جاری، برنامه‌ای برای افزایش تولید داشتیم، به طوری که میزان تولیدات ایوارا به بیش از ۲ برابر رساندیم که دلیل این موفقیت هم جلوگیری از هزینه‌های جانبی است. در همین راستا، تعداد و تنوع مدل‌ها افزایش یافته و میزان فروش محصولات نیز رشد داشته است.

آیا کشورمان در تولید محصولات مرتبط با تصفیه آب به جایگاه قابل قبولی دست یافته است؟

رشد این صنعت در ایران بسیار خوب و چشمگیر بوده است. ۲۲ سال پیش که کارمان را شروع کردیم، هیچ شرکتی در این زمینه فعالیت نمی‌کرد، ولی تا به امروز تغییرات بسیار زیادی به وجود آمده و دانش فنی بسیار خوبی به کشورمان آمده است. به عنوان مثال، در سایزهای کوچک مصارف خانگی، سایزهای می‌دوم نیمه صنعتی و سایزهای بزرگ دستگاه‌های تصفیه آب، پیشرفت‌های خوبی داشته‌ایم و شرکت‌های زیادی در این زمینه فعال شده‌اند که اطلاعات خوبی را جمع‌آوری کرده و پیاده‌سازی می‌کنند.

به نظر شما استفاده از محصولات تصفیه آب تا چه اندازه ضروری است؟

امروز در اکثر کشورهای جهان، آب لوله‌کشی کیفیت لازم برای نوشیدن مستقیم را ندارد. دستگاه‌های تصفیه آب مطمئن با حذف بسیاری از باکتری‌ها، ویروس‌ها، نیترات و سایر میکروارگانیسم‌ها می‌تواند تضمین‌کننده سلامت آب مصرفی باشد. از طرف دیگر، محصولات صنعتی و نیمه صنعتی در موارد پزشکی مانند دستگاه‌های دیالیز و صنایع کشاورزی و غذایی مانند مرغداری‌ها و کارخانه‌های تولید نوشیدنی مورد استفاده قرار می‌گیرند؛ بنابراین استفاده از برندهای معتبر دستگاه تصفیه آب، یک اصل مهم در سلامت خانواده و از ملزومات هر خانه‌ای می‌باشد. امروزه با پیشرفت صنعت، دستگاه‌های تصفیه آب خوبی در داخل بازار وجود دارند. دستگاه تصفیه آب هیوندایی و رین که توسط این شرکت عرضه می‌شود، از برندهای معتبر دستگاه تصفیه آب محسوب می‌شود که سهم زیادی از بازار ایران را به خود اختصاص داده‌اند. این دستگاه‌ها می‌توانند آب آشامیدنی سالم، معدنی و قلیایی را در اختیار شما قرار دهند.

آیا قبول دارید که گسترش استفاده از این دستگاه‌ها همچنان نیاز به فرهنگ‌سازی دارد؟

بله، هر چند که استفاده از دستگاه‌های تصفیه آب رو به رشد است، اما همچنان نیاز به فرهنگ‌سازی زیادی دارد. طی سال‌های گذشته، گروه ایوا یکی از پیشگامان در فرهنگ‌سازی این موضوع بوده است. البته در حال حاضر احساس نیاز به این دستگاه‌ها از فرهنگ‌سازی پیشی گرفته و بسیاری از افراد این نیاز را کاملاً احساس کرده‌اند. ناگفته نماند، متأسفانه قیمت‌ها، برای مصرف‌کننده مطلوب نیست. با توجه به اینکه کیفیت آب در شهرهای مختلف، استفاده از دستگاه‌های تصفیه را تبدیل به ضروریات اصلی هر خانواری کرده است، ولی قیمت‌های آن‌ها مانند سایر ملزومات زندگی صعودی است.

تولیدکنندگان دستگاه‌های تصفیه آب با چه چالش‌هایی مواجه هستند؟

عدم ثبات اقتصادی و نبود ثبات در قیمت‌ها موجب شده که تمام تولیدکنندگان، امکان برنامه‌ریزی برای آینده را نداشته باشند که قاعداً این مساله شامل حال ما هم می‌شود. نبود نقدینگی به دلیل قفل شدن منابع مالی کشور، مشکلات بسیاری را برای این بخش به وجود آورده است. همچنین از آنجا که تمام فروش‌ها به صورت اقساطی شده و از آن طرف همه خریدها، به صورت پیش پرداختی است، توان و عملکرد تولیدکنندگان به سرعت رو به کاهش است.

برای آنکه بخش تولید پویا و فعالی داشته باشیم، چه اقداماتی باید انجام شود؟

در حال حاضر وضعیت نسبت به گذشته بهتر شده و اطمینان از اینکه سرمایه‌گذاری به سمت تولید می‌رود، افزایش یافته و از آنجا که کیفیت تولیدات داخلی ارتقاء یافته، بازار کشور به سمت تهیه محصولات داخلی رفته است. البته همان‌طور که اشاره کردم، عدم ثبات و نبود نقدینگی به ترمزی برای تولید تبدیل شده‌اند. متأسفانه همراهی نکردن بانک‌ها با تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان واقعی، موجب به بیراهه رفتن تسهیلات بانکی شده است. در واقع تسهیلات بانکی در اختیار واسطه‌گران گذاشته می‌شود و آن‌ها هم این تسهیلات را با نرخ چند برابری به دست مصرف‌کنندگان می‌رسانند. نمونه بارز این مساله، برخی از فروشگاه‌های اقساطی هستند که رو به ازدیاد هم گذاشته‌اند، ولی عملکرد آن‌ها به نفع تولیدکننده نیست. ارائه تسهیلات، بدون واسطه به مصرف‌کنندگان واقعی، منجر به رشد تولید خواهد شد و حتماً می‌تواند کمک‌کننده باشد. متأسفانه واقعیت این است که همواره کشورمان از واسطه‌گری صدمه خورده و هم‌اکنون واسطه‌گری جدیدی به میان آمده که واسطه‌گری در تسهیلات و پول است. متأسفانه در شرایط فعلی، تسهیلات قفل و واسطه‌گری در آن زیاد شده که موجب توقف توان تولیدکنندگان می‌شود و در نهایت مشکلاتی را به وجود می‌آورد. ■

تجربه موفقیت
بهره‌گیری از
دیپلماسی برقراری
روابط دوجانبه
ویژه با آلمان
به عنوان یکی از
قدرت‌های اصلی
اروپایی به منظور
تعامل بهتر با اتحادیه
اروپا به شمار می‌رود



رئیس هیات مدیره شرکت حمل و نقل بین‌المللی مرسل عنوان کرد

تاثیر عمیق تحریم‌ها بر مبادلات تجاری

مهديه شهسواری

شرکت حمل و نقل بین‌المللی مرسل، یک شرکت خانوادگی است که در سال ۱۳۵۴ توسط مرتضی کوبکی از فعالان بزرگ تجارت بین ایران و آلمان، بنیانگذاران و عضو هیات مدیره و رئیس اتاق بازرگانی ایران و آلمان که تحصیل کرده این کشور بود، تأسیس شد. کار یا کوبکی، عضو و بازرس اتاق بازرگانی ایران و آلمان و همچنین عضو هیات مدیره انجمن دوستی ایران و آلمان برای آنکه بتواند روش و کار پدرش را پیگیری کند، در ۱۷ سالگی به کشور آلمان رفت و حدود ۳ سال در مقطع کارشناسی رشته حمل و نقل بین‌المللی تحصیل کرد و سپس وارد این حرفه شد. از آنجا که پدرش نمایندگی شرکت حمل و نقل رولند را در ایران داشت، در آن شرکت شروع به کار کرد و بعد از دو سال، به سراغ کسب تخصص در زمینه حمل و نقل جاده‌ای رفت. پس از آن، بیشتر بر حوزه خاورمیانه تمرکز کرد و به عنوان مدیر حمل و نقل زمینی خاورمیانه شرکت رولند، فعالیت خود را در این شرکت ادامه داد. پس از فوت پدرش، از اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۵ در شرکت حمل و نقل بین‌المللی مرسل مشغول به کار شد و در حال حاضر ریاست هیات مدیره این شرکت را بر عهده دارد. گفت‌وگوی ما با این فعال صنعت حمل و نقل را در ادامه بخوانید.

برجام در اوایل دولت روحانی که مجدداً این مجموعه هم‌راستا با اقتصاد کشور، در نمودار سیر پیشرفت قرار گرفت. پس از اعمال مجدد تحریم‌ها، دوباره فعالیت شرکت کمتر شد، ولی همچنان فعال است و فعالیت خود را در سطح و جایگاه خودش، با تمام توان و نسبتاً خوب انجام می‌دهد، اما نمی‌توان گفت که وضعیت خوبی دارد.

آیا این شرکت در زمینه حمل و نقل ریلی هم فعالیت دارد؟

در زمینه حمل و نقل ریلی هم فعالیت داریم. در زمان کرونا به دلیل بسته شدن مرزهای ترکیه و ایران مجبور به فعالیت در زمینه حمل و نقل ریلی هم شدیم. البته در سال‌های قبل از شیوع کرونا، زمانی که بارهای سنگینی داشتیم، این اجبار بود که به صورت ریلی هم کار کنیم، اما تخصص ما نیست. ضمن اینکه ما برای شرکت‌های نفتی کاری کنیم، ولی حمل و نقل نفت و گاز را انجام نمی‌دهیم و بیشتر فعالیت مادر حوزه ماشین‌آلات، مواد شیمیایی دارویی، اجکتیوهای شرکت‌های نفتی، تجهیزات پزشکی و کشاورزی است و این چیزی نیست که به حمل و نقل ریلی مرتبط باشد.

سالانه چه میزان حمل و نقل کالا در بخش‌های هوایی، دریایی و زمینی دارید؟

فعالیت این مجموعه بیشتر در زمینه واردات است و حجم کمتری از کارهای ما مربوط به صادرات می‌شود، به‌طوری که حدود ۸۵ درصد از فعالیت‌های مرسل، شامل واردات و حدود ۱۵ درصد آن دربرگیرنده صادرات است. این شرکت ماهانه حدود ۳۰۰ تن حمل و نقل کالا به صورت دریایی و کانتینری، ۵۰ تن به شکل حمل و نقل زمینی و کمتر از ۱۰ تن به صورت حمل و نقل هوایی دارد.

شرکت حمل و نقل مرسل چه ویژگی نسبت به سایر شرکت‌های فعال در این زمینه دارد؟

حدود ۵۰ سال سابقه و نام‌نیک، از تمایزات مرسل به شمار می‌رود که طی



در خصوص فعالیت‌های شرکت حمل و نقل بین‌المللی مرسل توضیحاتی ارائه فرمایید.

این شرکت در سال ۱۳۵۴ تأسیس شد که علاوه بر تهران، دفاتری در شهرهای هامبورگ، مونیخ و آتن داشت و جزو اولین شرکت‌های حمل و نقل در ایران محسوب می‌شود. پس از انقلاب ۱۳۵۷ دفاتر این شرکت در شهرهای مونیخ و آتن بسته شد، اما دفتر تهران همچنان به فعالیت خود ادامه داد، ولی نمودار فعالیت آن کمتر شد. این شرکت در اوایل دهه ۶۰ مسیر صعودی بسیار آرامی را طی کرد، اما سریع‌ترین رشد را در دوران دولت‌های هاشمی، رفسنجانی، محمد خاتمی و اوایل دوره محمود احمدی‌نژاد سپری کرد. فعالیت این شرکت با توجه به شرایط جامعه تقریباً کمتر شد؛ البته نه فقط از نظر مالی، بلکه به لحاظ تعدیل نیرو و سایر مسایل هم این شرایط را تجربه کرد. طبیعتاً شرکت مرسل با تأثیرپذیری از اقتصاد ایران، فراز و فرودهایی داشت تا بعد از امضای

این مدت؛ نام، آدرس و زمینه فعالیت آن تغییر نکرده و دفتر آلمان هم در همان مکان سابق مستقر است. تخصص ما بیشتر روی حمل و نقل زمینی سنگین است که بسیار کم از اروپا به ایران انجام می‌شود و یک کار بسیار تخصصی است و نیاز به مجوزهای متعدد دارد؛ البته تهیه این مجوزها در کشورهای مختلف گاه تا ماه‌ها زمان می‌برد. همچنین کانکشن مادر اروپا و شرکت رولند که در تمام دنیا دفتر دارد، این نیاز را برای ما از بین می‌برد که بخواهیم دنبال یک دفتر یا شرکت دیگر باشیم و نمایندگی وجود دارد که بخواهیم با آن کار کنیم که طبیعتاً موجب کاهش قیمت‌های ما می‌شود. همچنین شرکت مرسل در تمام مرزها و شهرستان‌ها نمایندگی دارد. به عنوان مثال، این شرکت در بندرعباس و مرز بازرگان دارای دفتر است و در تمام گمرکاتی که کالای خارجی و وارداتی را تخلیه می‌کنند، نمایندگی دارد. در عین حال مجوزهایی که دسترسی به آن‌ها سخت و نیازمند تجربه و یک مجموعه کامل است را در اختیار داریم. ویژگی دیگر این مجموعه، عدم داشتن پرونده قاچاق در حوزه‌های مختلف چه در صادرات و چه در واردات، در طول ۵۰ سال فعالیت است. مشخصه دیگر مرسل که البته به نوعی خدمت نیز محسوب می‌شود، امانت‌داری است و در شرایطی که از ۹۹ درصد فنون تجاری مشتریان با خبر هستیم، رازدار و امانت‌دار آن‌ها هم می‌باشیم. در عین حال هیچ‌گاه غیر از حمل و نقل، شغل دیگری در زمینه تجارت یا سایر زمینه‌ها نداشته‌ایم و این موضوعی بوده که موجب جلب اعتماد مشتریان ما شده است.

رابطه همکاری این مجموعه با کشور آلمان به چه صورت است؟

دفتر اصلی شرکت مرسل در آلمان و در شهر بندری برمن در نزدیکی هامبورگ قرار دارد که بسیار شناخته شده است، از همین رو برای بیشتر شرکت‌های بزرگ آلمانی کاری کنیم. یکی از افتخارات ما کار کردن برای سفارت آلمان، همکاری با اتاق بازرگانی ایران و آلمان و شرکت‌های آلمانی داخل ایران در تهران از سال‌ها پیش است. همچنین کارهای مربوط به کمک‌های شرکت‌های بزرگ آلمانی به دفتر سازمان ملل در تهران را انجام می‌دهیم. در واقع آلمان، شریک اصلی تجاری مجموعه مرسل محسوب می‌شود.

ارزیابی شما از دلایل کاهش روابط تجاری ایران با آلمان چیست؟

دلایل مختلفی دارد که اولین و مهمترین آن، تحریم‌ها است. بعد از برجام و طی سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۸ اوج شکوفایی روابط تجاری ایران و آلمان بود، اما پس از اعمال تحریم‌ها توسط دونالد ترامپ، سطح روابط کاهش یافت. در ادامه هم به دلیل شیوع بیماری کرونا، نمایشگاه‌ها برگزار نشد، مرزها بسته شد و میزان حمل و نقل، بسیار کاهش یافت. در واقع بعد از اعمال تحریم‌ها، به شرکت‌های متوسط آلمانی امید داشتیم که بازار فعالیت بسیاری از آن‌ها، آمریکا نبود و می‌توانستند به راحتی با ایران کار کنند، اما شیوع کرونا آن را عقب انداخت و عملاً نمایشگاهی برگزار نشد. از آنجا که برخی از شرکت‌ها، نتایج خوبی را در دوران برجام از فعالیت در ایران دیده بودند، پس از تحریم‌ها هم تمایل به همکاری داشتند، ولی از یک مقطع

زمانی به بعد، تحریم‌ها تأثیر بسیاری بر مباحث مالی و انتقال پول گذاشت و این تأثیر به قدری بود که در ایران، مشتری و در آن طرف، فروشنده وجود داشت و هیچ مشکلی نیز از لحاظ تحریم‌ها وجود نداشت، اما امکان انتقال پول فراهم نبود. همچنین برخی از مسایل داخلی مانند ممنوعیت واردات حدود ۲۵۰۰ قلم جنس به دلیل تولید آن‌ها در کشور، تأثیرات منفی داشت. البته برخی از آن‌ها درست بود و برخی دیگر صحیح نبود، زیرا تولید داخلی نبودند و عرضه کننده مدعی تولید کالایی بود که در واقع مونتاژ آن را انجام می‌داد که در نهایت مانع از واردات برخی از کالاها به خصوص از اروپا شد. در زمینه صادرات نیز شرایط بازرگانی ارزش صادراتی، کار را برای صادرکنندگان دشوار کرد.

در کشور ما شرایط و روابط خاص سیاسی و بین‌المللی حاکم است. آیا این موضوع بر فعالیت‌های شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی تأثیر گذار بوده است؟

مسایل سیاسی در تحریم‌ها تأثیر داشته که به نوعی به سیاست مربوط می‌شود که البته کار ما را هم بسیار سخت کرده، به طوری که حتی اجازه نداریم، نام شرکت‌های بزرگی که با آن‌ها کار می‌کنیم را به میان بیاوریم. در همین حال هزینه‌های فعالیت بسیار افزایش یافته است، زیرا باید راهی پیدا کنیم که کالاها و محصولات را از اروپا یا حتی هند و چین به ایران بیاوریم. در این میان، تعداد دلان هم بسیار زیاد شده و بر فروش کارخانه‌ها یا شرکت‌ها و به تبع آن، اقتصاد کشور تأثیر دارد. همچنین به دلیل کهنگی ناوگان حمل و نقل زمینی، نمی‌توانیم بسیاری از دستگاه‌های حساس را با ناوگان ایرانی حمل کنیم و حتماً باید با استفاده از ناوگان کشور دیگری، این کار را انجام دهیم. این مساله، قیمت نهایی محصولات و کالاها را بالا برده که تأثیر خود را در جامعه ایرانی دارد.

سیاست‌های دولت کنونی در رابطه با صادرات و واردات چگونه است و آیا برای انجام فعالیت با مشکل خاصی مواجه هستید؟

ما که حمل کننده هستیم، خیلی مشکل داریم و قاعدتاً کار تجار بسیار دشوارتر است. چیزی که ما تجربه می‌کنیم، این است که این سختی‌ها دیگر ربطی به آن سیاست ندارد و به حدی کار گره خورده که دیگر سیاست خوب هم آن را رفع نمی‌کند. برخی از گره‌ها از سال‌ها پیش ایجاد شده و حالا به جایی رسیده که باز کردن آن با یک یا دو سیاست خوب، انجام‌شدنی نیست و نیازمند جراحی است. امسال حجم مبادلات تجاری ایران با کشور آلمان بالغ بر یک و نیم میلیارد یورو بود. در همین حال به رغم اینکه اروپایی‌ها تأکید بر حضور در برجام دارند، امانی نتوانند کاری انجام دهند و از نظر تجاری با اروپا مشکلی نداریم. در واقع ما باید روابط خود را با تمام کشورها درست کنیم تا آن‌ها هم تجارت با ما را قبول کنند، زیرا هم‌اکنون شرایط مالی و منافع شرکت‌ها ایجاب می‌کند که بیزینس با ایران را کنار بگذارند.

نوسانات ارزی چه مشکلاتی را برای شرکت‌های حمل و نقل بین‌المللی به وجود آورده است؟

نوسانات ارزی، فعالان عرصه حمل و نقل بین‌المللی به ویژه حمل و نقل

ناوگان حمل و نقل
ما بسیار کهنه و
فرو شده است و برای
اینکه توان فعالیت
داشته باشیم، باید
این ناوگان را در
زمینه دریایی، زمینی
و هوایی، درست و
اصلاح کنیم

بسیار محبوب‌تر و کار با آن‌ها راحت‌تر کرده و متأسفانه هموطنان ما و شرکت‌های ایرانی را کمی بدنام کرده است.

چشم‌انداز صنعت حمل‌ونقل بین‌المللی چگونه ارزیابی می‌کند؟

ناوگان حمل‌ونقل ما بسیار کهنه و فرسوده است و برای اینکه توان فعالیت داشته باشیم، باید این ناوگان را در زمینه دریایی، زمینی و هوایی، درست و اصلاح کنیم. واقعیت این است که ترکیه با کامیون‌هایی که در اختیار دارد، حمل‌ونقل زمینی را کشور از ما گرفت. حمل‌ونقل هوایی را هم کشورهای امارات، قطر و ترکیه از ایران ربودند. در کشتیرانی هم در شرایطی که در خاورمیانه قوی‌ترین بودیم، اماراتی‌ها ما را کنار زدند و در حال حاضر آن‌ها قوی‌ترین هستند. یکی از دلایل این موارد، تحریم‌ها است و دلیل دوم هم این است که ما حتی پول نداشتیم که ناوگان حمل‌ونقل خود را به‌روز کنیم. اما موضوعی که در حال حاضر روی آن کار می‌شود، موقعیت ژئوپلیتیک ایران است که می‌توانیم ترانزیت زیادی از خلیج فارس به روسیه، قزاقستان، ترکمنستان، ارمنستان و آذربایجان انجام دهیم. تصور بنده این است که کسی نمی‌تواند ترانزیت از ایران را کنسل کند، زیرا امکان آن خیلی سخت است که بخواهند از کشور دیگری آن را انجام دهند. در واقع به دلیل موقعیت استراتژیک و حلقه ارتباطی کشورمان با آب‌های آزاد، ایران شرایط بسیار ویژه‌ای برای ترانزیت کالا دارد که می‌توان روی آن سرمایه‌گذاری کرد. در بحث حمل‌ونقل ریلی هم سرمایه‌گذاری‌های خوبی صورت گرفته که البته باید افزایش یابد و این حمل‌ونقل تا قریب‌ستان، ترکمنستان، قزاقستان و روسیه گسترش یابد. به نظر می‌رسد، در چند سال آینده بتوان روی سرمایه‌گذاری در ترانزیت کالا از ایران و توسعه حمل‌ونقل ریلی، مانور بسیاری داد، اما معتقدم که در مورد سایر مسایل تا زمانی که روابط خود با سایر کشورها را بهبود بخشیم و ناوگان حمل‌ونقل را نوسازی و جدید نکنیم، هر روز به عقب‌تر خواهیم رفت. ■

زمینی را آزار می‌دهد. تا حدود ۵ سال پیش، یک کامیون جهت حمل بار از اروپای غربی حدود ۶ هزار یورو پول می‌گرفت و کرایه کامیون برای صادرات، نصف این مبلغ؛ یعنی حدود ۳ هزار یورو بود. در حال حاضر هزینه کامیون برای واردات از اروپا به ایران همان ۶ هزار یورو است، ولی اگر بخواهیم یک کامیون به اروپای غربی و مثلاً هلند یا آلمان بفرستیم، باید مبلغ ۸ هزار یورو پرداخت کنیم که تمام این مسایل، به همان نوسانات نرخ ارز و سخت شدن روابط دیپلماتیک بازمی‌گردد. در این میان، رانندگان ایرانی حتی نمی‌توانند ویزا بگیرند و ویزا گرفتن بسیار سخت شده است. دلیل دیگر ضعف ماشین‌های ایرانی است که بخش عمده ناوگان حمل‌ونقل در ایران، شخص محور است؛ یعنی راننده مالک ماشین است و کار، شرکت محور نیست. اگر هم شرکت محور باشد، باز هم راننده دخیل است، زیرا اغلب شرکت‌ها کوچک هستند و مجموعاً ۸ تا ۱۰ ماشین دارند که با راننده‌ها شریک هستند. این در حالی است که مثلاً یک شرکت ترکیه‌ای دارای ۲۰۰ ماشین است و زمانی که با آن‌ها قرارداد می‌بندیم، خیالمان راحت است. در مورد ماشین ایرانی از آنجا که با راننده طرف هستیم، ممکن است راننده به عناوین مختلف بار را قبول نکند و آن را کنسل کند که هم به شرکت حمل‌ونقل و هم به فروشنده کالا، هزینه‌های هنگفتی را تحمیل می‌کند. متأسفانه این موضوع، تجربه بدی را برای شرکت‌های اروپایی و صادرکنندگان به وجود آورده و به قدری نامطلوب بوده که وقتی شرکت‌های اروپایی با ما تماس می‌گیرند، در ابتدا می‌گویند که بار آن‌ها با راننده ایرانی و ماشین ایرانی فرستاده نشود و ما هر چقدر می‌گوییم که فلان شرکت ایرانی، خوب و مطمئن است، اما از آنجا که تجربه خوبی ندارند، این موضوع را نمی‌پذیرند. همان‌طور که گفتم ترکیه، شرکت محور است و اگر راننده حمل کالا را قبول نکند، می‌توان از شرکت شکایت کرد که بسیار تأثیرگذار است. در واقع راننده مجبور است که آن کار را انجام دهد، زیرا شغلش رانندگی است و صاحب ماشین نیست و اختیاری هم ندارد. همین موضوع شرکت‌های ترک را در سایر کشورها

به دلیل موقعیت استراتژیک و حلقه ارتباطی کشورمان با آب‌های آزاد، ایران شرایط بسیار ویژه‌ای برای ترانزیت کالا دارد که می‌توان روی آن سرمایه‌گذاری کرد





گفت و گوی اختصاصی با فرشید پسیان زاده

در این بخش می خوانیم:

- رونق فعالیت های اقتصادی با بهبود روابط سیاسی
- قیمت گذاری دستوری؛ شرکت ها را به تعطیلی می کشاند
- برای پیشرفت فوتبال ایران باید تیم های پایه را آموزش داد

رئیس هیات مدیره شرکت خدمات بارفرابری ایرانیان عنوان کرد

رونق فعالیت‌های اقتصادی با بهبود روابط سیاسی

سارا نظری

فرشید پسیان‌زاده، رئیس هیات مدیره شرکت خدمات بارفرابری ایرانیان، قوانین دست و پاگیر گمرکی و عدم تخصیص ارز برای حمل‌ونقل کالا از سوی بانک مرکزی را از مشکلات اصلی حمل‌ونقل بین‌المللی می‌داند. وی در عین حال مسدود شدن سوئیفت در ایران به دلیل تحریم‌ها را چالش هرگونه خدمات و تجارت بین‌المللی ارزیابی می‌کند و معتقد است که بهبود روابط سیاسی با سایر کشورها و لغو تحریم‌ها، موجب رونق فعالیت‌های اقتصادی و تأثیر مثبت بر فعالیت شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی و لجستیک خواهد شد. شرکت خدمات بارفرابری ایرانیان در زمینه حمل‌ونقل بین‌المللی اعم از زمینی، دریایی، هوایی، ترکیبی و لجستیک فعالیت دارد. این شرکت در سال ۱۳۸۳ تأسیس شده و حدود ۲۰ سال سابقه فعالیت دارد. مشروح گفت‌وگوی ما با این فعال صنعت حمل‌ونقل که حدود ۳۰ سال سابقه فعالیت در حمل‌ونقل بین‌المللی و حدود ۱۵ سال سابقه عضویت در اتاق بازرگانی ایران و آلمان دارد را بخوانید.

متأسفانه با این وضعیت اقتصادی که هم‌اکنون بر کشور حاکم است، نمی‌توان هیچ‌گونه برنامه‌ریزی بلندمدتی را انجام داد و ما فقط با اتفاقات روز جلو می‌رویم تا ببینیم که روزانه چه کاری می‌توانیم انجام دهیم، چرا که واقعا با توجه به سایه تحریم‌ها که بر اقتصاد کشور بسیار سنگین است، فعلا هیچ‌گونه برنامه‌ریزی بلندمدتی امکان‌پذیر نیست. در حال حاضر بسیاری از کشورها به دلیل تحریم‌ها با ایران رابطه‌ای ندارند و صاحبان کالا مجبور می‌شوند که در جای دیگری با شرکت‌های واسطه‌ای عقد قرارداد نمایند و فقط این وسط حکم واسطه را دارند و سودهای سرشار عایدشان می‌گردد.

شرکت خدمات بارفرابری ایرانیان چه حجمی از واردات کشور را انجام می‌دهد؟

تناژ واردات بسیار زیاد است و مادر کار خودمان شرکت‌های دولتی مانند کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران و حمل‌ونقل جمهوری اسلامی ایران را هم داریم که اتوماتیک‌وار سهم خودشان را از بازار دارند. ما هم به عنوان بخش خصوصی فعالیت‌هایی را به انجام می‌رسانیم و بازاریابی می‌کنیم و سعی ما بر این است که حمل‌محموله‌هایی را از مبادی خارجی به داخل انجام دهیم. البته باید توجه کنید که حدود ۶۳۰ شرکت حمل‌ونقل در ایران وجود دارد که در انجمن صنفی حمل‌ونقل بین‌المللی ایران ثبت شده‌اند و البته تعدادی شرکت هم غیر ثبتی هستند؛ بنابراین اگر بخواهیم محاسبه کنیم، مجموعه ما در بین تمام این شرکت‌ها، احتمالا سهم ۲ تا ۳ درصدی را دارد.

آیا در زمینه حمل‌ونقل ریلی برنامه‌ای برای فعالیت دارید؟
حمل‌ونقل ریلی بیشتر مربوط به دولت می‌شود و بخش خصوصی سهم زیادی در ناوگان ریلی ندارد؛ زیرا ناوگان اکثر دولتی است.



درباره عمده فعالیت‌های شرکت خدمات بارفرابری ایرانیان و ویژگی‌های آن توضیح دهید.

فعالیت این شرکت در زمینه حمل کالاهای وارداتی و صادراتی است؛ واردات از مبادی خارج به داخل ایران و صادرات از مبادی داخلی به مقاصد خارجی. البته با شرکت‌های خارجی برای حمل ترانزیت کالاهای‌شان از طریق مبادی ورودی ایران به مقاصد دیگر مانند آسیای میانه و یا ترکیه طرف قرارداد هستیم.

شایان ذکر است، بیشتر فعالیت شخص بنده در حوزه حمل‌ونقل از مبادی اروپایی به ایران، چین، دبی، امارات و ترکیه می‌باشد. مجموعه ما در تمام زمینه‌ها از جمله حمل‌ونقل هوایی، دریایی و زمینی فعالیت می‌کند، اما هم‌اکنون بیشترین حجم بار به صورت دریایی، به بنادر جنوبی کشورمان حمل می‌شود که مهمترین آن‌ها، بندر عباس است.

با توجه به شرایط کنونی، آیا می‌توان برنامه‌ریزی خاصی داشت؟

به نظر می‌رسد که برخی از شرکت‌های فعال در بخش حمل‌ونقل و لجستیک، رو به تعطیلی هستند. با توجه به این مساله آیا توصیه‌ای برای سرمایه‌گذاری در این زمینه دارید؟

متأسفانه تعداد بسیاری از شرکت‌ها، یا تعطیل کرده‌اند و یا زیان‌دهی در حال کار هستند و فقط در بازار حضور دارند؛ به امید اینکه در آینده اگر شرایط اصلاح شود، سهم خودشان را از بازار از دست ندهند. فعلاً شرایط برای سرمایه‌گذاری مناسب نیست و در شرایط فعلی توصیه‌ای در خصوص سرمایه‌گذاری ندارم.

فعالان عرصه حمل‌ونقل بین‌المللی معتقدند که قوانین مصوب، به نفع شرکت‌های دولتی است. نظر شما در این رابطه چیست؟

بله؛ دقیقاً همین‌طور است. سال‌های سال است که یک قانون در واردات کالا اجرایی می‌شود. به عنوان مثال، محموله بالای ۵۰۰ تن حتماً باید با ناوگان کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران حمل شود و نه از طریق بخش خصوصی که این یک رقابت ناسالم است. این قوانین دست شرکت‌های دولتی را باز می‌گذارد تا بدون رقابت محموله‌هایی را دریافت و حمل کند. این در حالی است که گاهی اوقات کشتیرانی جمهوری اسلامی، سرویس لازم را هم برای انجام کار ندارد، ولی در زمان ترخیص کالا بابت استفاده از ناوگان خارجی ۱۰ درصد از کرایه حمل رانیز به عنوان استفاده از ناوگان خارجی و حق پرچم اخذ می‌کند.

روابط سیاسی بین ایران و سایر کشورها چه تاثیری در کار شما دارد؟

هر چه روابط سیاسی ایران با کشورهای خارجی بهبود پیدا کند و تحریم‌ها برداشته شود، فعالیت اقتصادی خوبی در کشور صورت خواهد گرفت و شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی و لجستیک هم از این مساله بی‌بهره نخواهند بود. ■

مواردی هم داشته‌ایم که برای تناژ بسیار بالایی از حمل‌کالاها از بندر عباس به کشورهای آسیای میانه درخواست قیمت داشته‌ایم. به عنوان مثال یک مورد، ۱۰ هزار تن بود که متأسفانه ناوگان راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران، چنین ظرفیتی را ندارد تا واگن‌های باری‌اش را در اختیار آن‌ها بگذارد. به دلیل ناتوانی و عدم وجود ظرفیت کافی توسط راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران، مسیر دیگری را به عنوان مسیر آلترناتیو و جایگزین انتخاب کرده‌اند.

در حال حاضر مهمترین مشکلات و چالش‌های شرکت‌های حمل‌ونقل چیست؟

متأسفانه قوانین گمرکی بسیار دست و پاگیر و آزاردهنده است و بیشتر مشکلات زمان ترخیص کالا توسط صاحب کالا با گمرک ایجاد می‌شود. ما هم در رابطه با ترانزیت کالا از مبادی ورودی به گمرکات داخلی، با مشکلاتی در ارتباط با گمرک مواجه هستیم. در عین حال، قوانین بانک مرکزی به گونه‌ای است که برای حمل کالا ارزی را تخصیص نمی‌دهد، در حالی که صورت حساب‌هایی که صادر می‌کنیم، ارزی است و در هنگام تسویه حساب، باید ریال ثبت کنیم. تمام این‌ها در شرایطی است که قیمت ارز متغیر است، هیچ ثباتی ندارد و مدام نوسان دارد. علاوه بر این، مسدود شدن سوئیت در ایران به دلیل تحریم‌ها، ما را دچار مشکلاتی کرده است، به طوری که حواله کرایه‌ها به خارج کشور را از طریق صراف‌ها انجام می‌دهیم و نبود امنیت کاری برای ما مشکل ایجاد کرده است. ناگفته نماند، در دولت قبل، برجام به صورت نصفه و نیمه اجرا شد و کشورهای دیگر برای سرمایه‌گذاری به ایران می‌آمدند و بسیار مشتاق بودند که در کشور ما سرمایه‌گذاری کنند و حجم فعالیت‌های خود را بالا ببرند و با ایران کار کنند، ولی هم‌اکنون شاهد جدی شدن مجدد تحریم‌ها هستیم و بنابراین شاهد رغبت و تمایلی از سوی کشورها و شرکت‌های خارجی برای همکاری با ایران نیستیم.

هر چه روابط سیاسی ایران با کشورهای خارجی بهبود پیدا کند و تحریم‌ها برداشته شود، فعالیت اقتصادی خوبی در کشور صورت خواهد گرفت و شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی و لجستیک هم از این مساله بی‌بهره نخواهند بود



مجید جلالی، مربی و پیشکسوت فوتبال

برای پیشرفت فوتبال ایران باید تیم‌های پایه را آموزش داد

المیرا اکرمی

مجید جلالی بیش از ۳۰ سال است که در فوتبال حرفه‌ای کشور فعالیت دارد و تمام مراحل مربیگری فوتبال را در دنیا گذرانده است. وی در ۲۳ باشگاه مختلف به عنوان مربی حضور داشته و در حال حاضر مدیر بخش توسعه و پیشرفت فوتبال ایران است و به تازگی هم آکادمی فوتبالی تاسیس کرده تا استعداد‌های فوتبالی را در سراسر کشور کشف کند. این مربی شناخته‌شده و مطرح فوتبال ایران در گفت‌وگو با ما به بررسی عملکرد بخش توسعه و پیشرفت فوتبال ایران پرداخته که ماحصل آن را می‌خوانیم.

این برنامه شامل اقدامات زودبازدهی است که در حال شروع آن هستیم و امید داریم، فوتبال کشور را از بحرانی که در آن گرفتار شده، نجات دهیم.

اشاره‌ای هم به آکادمی که به تازگی راه‌اندازی کرده‌اید، داشته باشید.

آکادمی ما در ابتدای سال ۱۴۰۲ راه‌اندازی شد و دوازده رده سنی را پوشش می‌دهد که این رده‌ها را از هم جدا کردیم و برای هر کدام آموزش‌های جداگانه‌ای در نظر گرفته‌ایم. همچنین ما هشت نمایندگی در شهرهای مختلف داریم و تاکنون ۴۰ بازیکن را شناسایی کرده‌ایم. هر چند به لحاظ امکانات محدودیت‌هایی وجود دارد، اما برگزاری کلاس‌های اینترنتی و استفاده از هوش مصنوعی در استعدادیابی باعث شده، شیوه نو و متفاوتی نسبت به سایر آکادمی‌ها داشته باشیم. حضور این بازیکنان در اردوهای بین‌المللی، باعث ارتقای فوتبال آن‌ها خواهد شد.

هدف شما از راه‌اندازی این آکادمی چه بود؟

هدف ما کسب استعداد‌هایی فوتبالی بود. شهریه‌ای که ما از بچه‌ها دریافت می‌کنیم، حتی جوابگوی هزینه‌های آکادمی هم نیست و بخشی از هزینه‌ها توسط هیات مدیره پرداخت می‌شود. در صورتی که بسیاری از مدارس فوتبال درآمزی خوبی دارند، اما هدف ما کشف استعداد‌های ناب فوتبال است. هر چند توان مالی محدودی داریم و امکانات زیادی در اختیار نداریم، اما راه را برای ورود بازیکنانی از تمام اقشار جامعه باز گذاشته‌ایم تا شرایط اقتصادی باعث نشود، بچه‌ای نتواند استعدادش را پرورش دهد. با وجود کمبود امکانات، از نظر فنی بسیار دقیق و اصولی پیش می‌رویم و بنده شخصا بر این آکادمی نظارت مستقیم دارم. نکته قابل توجه اینکه، مجموعه ما دارای نظام آموزشی بسیار قوی است.

آیا دلایل عدم موفقیت فوتبال ایران آسیب‌شناسی شده است؟

آسیب‌شناسی زیادی در حوزه فوتبال انجام و دلیل عدم موفقیت آن بررسی شده است. در نهایت هفت پارامتر برای شرایط فوتبال کشور تعریف شد که سه پارامتر آن در حد عالی است و دو پارامتر دیگر در حدود



در خصوص عملکرد بخش توسعه و پیشرفت فوتبال ایران توضیحاتی ارائه فرمایید.

فیفای دو سال پیش کشور‌های عضو این سازمان را ملزم به انتقال بخش فنی فدراسیون‌ها به زیر مجموعه بخش توسعه و پیشرفت فوتبال کرد. این بخش وظیفه دارد، برای امور فنی فوتبال برنامه توسعه و پیشرفت بنویسد، اجرا کند و بر روند انجام آن نظارت و ارزیابی داشته باشد. همچنین تمامی عواملی که در پیشرفت فوتبال در کشور سهم دارند، زیر مجموعه این بخش از فدراسیون هستند.

از چه زمان فعالیت خود را در بخش توسعه و پیشرفت فوتبال ایران آغاز کردید؟

فعالیت خود را دو ماه قبل با دعوت فدراسیون فوتبال آغاز کردم و در حال حاضر مشغول نوشتن برنامه جامع برای ۱۲ سال آینده فوتبال کشور هستیم و در بخش‌های مختلف مانند آموزش، تربیت مربی و مدرس و تربیت بازیکن در حال برنامه‌ریزی هستیم. همچنین برای تیم‌های ملی، تیم‌های پایه، آکادمی‌ها و مدارس فوتبال نیز کار گروه‌هایی تشکیل شده که در بخش‌های مختلف و با حضور اساتید فوتبال و دانشگاه برگزار خواهد شد و امیدواریم این برنامه را تا قبل از شهریور ماه ۱۴۰۳ آماده کنیم.

۳۰ درصد انجام شده‌اند، اما در زمینه برنامه‌ریزی و آموزش فوتبال بسیار ضعیف عمل کرده‌ایم. مادر گام اول بر این دو مساله متمرکز شده و در حال آماده‌سازی و برنامه‌ریزی در این زمینه هستیم. مساله دیگر، منابع مالی پایدار مربوط به فوتبال است که البته خود قادر به تامین بخش مالی است، ولی قوانین کشور ما این منابع مالی را محدود کرده است. مشکل دیگر کمبود تاسیسات و اماکن مربوط به فوتبال است که در حال برنامه‌ریزی برای تامین آن‌ها هستیم.

آیا این تفکر بر فوتبال ما حاکم نیست که نباید بیشتر از این در فوتبال پیشرفت کنیم؟

شاید در گذشته به این صورت بود، اما اکنون مطالبه جامعه، پیشرفت فوتبال است و مردم دیگر ناکامی‌ها را تحمل نمی‌کنند. ما ۵۰ سال است که به المپیک نرفته‌ایم، بیش از چهل سال در فوتبال باشگاه‌ها توفیقی نداشته‌ایم و به‌رغم حضور در ۶ دوره جام جهانی تاکنون از مرحله گروهی صعود نکرده‌ایم. در حوزه فوتبال تیم‌های پایه نیز موفقیتی نداشته‌ایم. همه این موارد غرور ملی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. بنده، نشانه‌هایی از اراده برای تغییر را می‌بینم. فدراسیون سال‌ها در حوزه فنی وارد نشده و فعالیت آن محدود به کار اداری و اجرایی بوده، اما در حال حاضر تغییر دیدگاه مسئولان فدراسیون کاملاً احساس می‌شود.

اجرای برنامه توسعه و پیشرفت فوتبال ایران تا چه اندازه متکی به توانایی‌های داخلی است؟

فوتبال به ظرفیت‌های انسانی وصل است و در تمام کشورها ظرفیت‌های انسانی معیار مهمی برای پیشرفت در فوتبال است. اگر بخواهیم بازیکنان، مربیان و داوران بهتری داشته باشیم، باید بر ظرفیت‌سازی بهینه برای نیروی انسانی و تربیت نیروی انسانی تمرکز داشته باشیم. اگر برنامه نداشته باشیم، نمی‌توانیم از ظرفیت مدارس فوتبال آکادمی سراسر کشور استفاده کنیم، هر ساله بازیکنان زیادی را تربیت کنیم یا در ۱۰ سال آینده مربی در سطح جهانی را معرفی کنیم. البته این به معنای قطع ارتباط با خارج نیست، چراکه فوتبال به تکنولوژی نیاز دارد و برای اینکه این تکنولوژی را بتوانیم کاملاً آموزش دهیم، نیاز به علوم کشورها را پیشرفته داریم. حتی در مقطعی می‌توانیم از مربیان خارجی برای آموزش تیم‌ها استفاده کنیم.

آیا مراکز آموزش و آکادمی‌ها تاثیری در پیشرفت فوتبال داشته‌اند؟

در کل کشور حدود ۳۶ هزار مدرسه فوتبال داریم و این رقم در آسیا بی‌نظیر است، اما موضوعی که باید به آن توجه شود این است که اگر در هر مدرسه‌ای به‌طور متوسط یک‌صد تا یک‌صد و بیست نفر حضور داشته باشند که البته خیلی بیشتر از این اعداد است، بالغ بر چهار میلیون کودک در مدارس آموزش می‌بینند، اما در حال حاضر حتی سالی پنج بازیکن را هم نمی‌توانند به فوتبال حرفه‌ای معرفی کنند و این به این معناست که بخش خیلی مهمی از کار ما ایراد دارد. یکی از مهمترین دلایل عدم موفقیت آکادمی‌ها، نبودن یک نظام هماهنگ آموزش در فوتبال پایه است. در فوتبال پایه، دوازده رده سنی وجود دارد و از زیر هفت سال تا زیر هیجده سال است، اما برای این رده‌ها هیچ نظام آموزشی وجود ندارد. البته ما

در حال انجام طرحی در قالب دوازده کتاب هستیم که دو کتاب از این مجموعه چاپ شده و مابقی مجموعه به مرور چاپ خواهد شد که می‌تواند راهگشای نظام آموزش ما باشد. البته ابتدا باید مدرسان و مربیان این مجموعه آموزش ببینند تا بتوانیم خروجی باز یکن داشته باشیم.

با توجه به اینکه آلمان در زمینه فوتبال بسیار پیشرفته است، به نظر شما آیا ما می‌توانیم روزی به جایگاه این کشور دست پیدا کنیم؟

آلمان بعد از جام جهانی ۱۹۹۸ و باخت به بلغارستان، به آسیب‌شناسی فوتبال خود پرداخت. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که این کشور صنعتی شده و فضای بازی بچه‌ها از بین رفته که این مساله باعث شده، فوتبال خیابانی از بین برود و اقبال عمومی به فوتبال کاهش پیدا کند؛ بنابراین آن‌ها شروع به منطقه‌بندی و ایجاد پایگاه‌های مختلف کردند و حتی میزبانی جام جهانی ۲۰۰۶ را نیز گرفتند تا بتوانند مجدداً مردم را به فوتبال علاقه‌مند کنند. فوتبال همیشه باید در حال پیشرفت باشد، چراکه مسیر آن پرفراز و نشیب است؛ هرچند در سال‌های اخیر برنامه توسعه و پیشرفت اسپانیا در اروپا و ژاپن در آسیا، بسیار کاربردی تر بوده و آن‌ها به موفقیت‌های بزرگی دست یافته‌اند.

چرا ما راه کشورهای پیشرفته را در فوتبال ادامه نمی‌دهیم؟

به این دلیل که شیوه کار در فوتبال ایران با کشورهای پیشرفته کاملاً متفاوت است. مثلاً در آلمان، فوتبال به دلیل درآمدزایی بسیار بالایی که دارد، به عنوان قطب اقتصادی در نظر گرفته می‌شود، اما در ایران اگر گردش مالی هم وجود دارد، از بدنه دولت تزیق می‌شود و قوانین تمام راه‌های درآمدزایی را به روی فوتبال بسته است؛ بنابراین ما نمی‌توانیم به مانند آن‌ها برنامه‌ریزی داشته باشیم و باید برنامه‌ای کاملاً بومی طراحی کنیم تا بتوانیم آن را به مرحله اجرا بگذاریم.

آیا وزارت ورزش به مراکز آکادمیک توجه دارد؟

وزارت ورزش و جوانان، مشکلات مالی فراوانی دارند و توان کمک به مراکز آموزشی را ندارد و آن‌ها را به عنوان منابع درآمدزایی ببیند. بنده با مسئولیتی که در فدراسیون فوتبال دارم، قصد دارم که دیدگاه‌های خودم را برای فوتبال کشور پیاده‌سازی کنم، زیرا مطمئن هستم که فوتبال ما نمی‌تواند تغییر کند، مگر اینکه برای مدارس فوتبال برنامه‌ریزی جدیدی طراحی شود و با این برنامه‌ریزی می‌توان آثار آن را در پنج سال آینده بر فوتبال ببینید. برای پیشرفت فوتبال باید از آموزش تیم‌های پایه شروع کرد، چراکه تنها از این راه می‌توانیم بازیکن حرفه‌ای تربیت کنیم. ■



رئیس هیات مدیره شرکت بهداشتی دکتر عبیدی

قیمت‌گذاری دستوری شرکت‌ها را به تعطیلی می‌کشد

عارف فغانی



ارائه قیمت مناسب، مشتری بیشتری جذب کنیم، خوشبختانه برندهای شرکت بهداشتی دکتر عبیدی، خوشنام و دارای محصولاتی بسیار باکیفیت است و رقابت موجود در بازار باعث شده، همواره برای ارتقای سطح کیفیت محصولات خود تلاش کنیم.

نقیب در ادامه افزود: در حال حاضر به منظور افزایش خطوط تولید و به تبع آن، بالا بردن میزان تولید محصولات و نیز انتقال کارخانه به فضایی وسیع‌تر، زمینی به مساحت ۵ هکتار در شهرک صنعتی کاسپین واقع در قزوین خریداری کرده و مشغول احداث آن هستیم.

وی در پاسخ به این سوال که "وضعیت شرکت‌های آرایشی و بهداشتی را چطور ارزیابی می‌کنید؟" گفت: متأسفانه در شرایط فعلی، نه تنها بازار تورمی است، بلکه قیمت ارز نیز دائماً در حال نوسان است و این موضوع برنامه‌ریزی برای آینده را دشوار می‌کند، همچنین قیمت‌گذاری نیز دستوری بوده و اجازه تعیین نرخ شناور و ارتقای کیفیت را به تولیدکننده نمی‌دهند. این مسایل، گوشه‌ای از معضلاتی است که ما تولیدکنندگان محصولات شوینده، بهداشتی و آرایشی با آن درگیر هستیم.

به گفته رئیس هیات مدیره شرکت بهداشتی دکتر عبیدی، تولیدکنندگان علاوه بر تحریم‌های خارجی با تحریم داخلی نیز روبه‌رو هستند.

نقیب تصریح کرد: وجود بخشنامه‌های خلق الساعه و تصمیمات غیر کارشناسی توسط مسئولان، عدم تخصیص ارز به موقع و سیاست انقباضی بانک‌ها، مشکلات فراوانی را برای همه صنعتگران ایجاد کرده و به نظر می‌رسد که با این روند صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی در سال آینده، تبدیل به صنعتی کمرمق شود و متأسفانه اراده‌ای هم در بدنه دولت برای رفع این مشکلات دیده نمی‌شود.

وی با بیان اینکه صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی، صنعتی بومی بوده و قدمتی صدساله دارد، گفت: خوشبختانه در منطقه از حیث کیفیت و حضور متخصصان داخلی سرآمد هستیم و اگر دولت در برنامه‌ریزی‌های خود به این صنعت و پتانسیل آن توجه داشته باشد، ما به راحتی می‌توانیم در منطقه و حتی در دنیا وارد بازار رقابت شویم.

به اعتقاد رئیس هیات مدیره شرکت بهداشتی دکتر عبیدی، به دلیل تعدد شرکت‌ها در کشور و تولید مازاد بر ظرفیت داخلی، امکان صادرات فراهم است و اگر حمایت‌های لازم از سوی دولت صورت گیرد، می‌توان بازار منطقه را در اختیار گرفت.

نقیب در پایان افزود: صنعت شوینده، بهداشتی و آرایشی، صنعتی بسیار پویا و کارآمد است، بر همین اساس از دولت انتظار داریم تا با اصلاح قوانین و تخصیص تسهیلات لازم به تولیدکنندگان، بستر رقابت داخلی، خارجی و ارتقای سطح بهداشت و سلامت جامعه را فراهم کند. ■

شرکت دکتر عبیدی از سال ۱۳۳۵ توسط دکتر عبیدی و با تولید دارو آغاز به فعالیت کرد و بعدها مرحوم دکتر عبیدی خطوط تولید محصولات بهداشتی را نیز راه‌اندازی کرد و هم‌اکنون شرکت بهداشتی دکتر عبیدی، ادامه‌دهنده راه شرکت دکتر عبیدی است و محصولات سلامت‌محور تولید می‌کند.

علی نقیب، رئیس هیات مدیره شرکت بهداشتی دکتر عبیدی که فارغ‌التحصیل رشته مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی شریف و ارشد مدیریت کسب و کار از دانشگاه کمپتن آلمان است و بیش از ۳۵ سال سابقه فعالیت در صنایع مختلف دارد، به برنامه‌ها و رویکردهای این شرکت اشاره کرد و گفت: رویکرد صنعت همواره رو به جلو و در حال پیشرفت بوده و شرکت بهداشتی دکتر عبیدی به عنوان یکی از شرکت‌های پیشرو در صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی، با اختصاص هزینه‌های بسیار، خطوط تولید خود را به گونه‌ای تجهیز کرده که با پرهیز از استفاده از نگهدارنده‌های شیمیایی و مواد اولیه‌ای که برای سلامتی انسان به ویژه بانوان مضر است، محصولاتی سلامت‌محور و باکیفیت تولید کند، بر همین اساس محصولات ما توسط بسیاری از پزشکان و متخصصان حوزه سلامت توصیه می‌شود.

وی با تأکید بر اینکه صادرات همیشه به عنوان بخشی از بازار فروش محصولات این مجموعه بوده، افزود: طی سال‌های گذشته به کشورهای افغانستان، عراق و ترکمنستان صادرات داشته‌ایم، اما این صادرات مقطعی بوده و با توجه به شرایط کشور، قیمت‌ها و نیاز کشورها صادرات را انجام می‌دهیم.

رئیس هیات مدیره شرکت بهداشتی دکتر عبیدی، بازار رقابت را همواره پویا و فعال دانست و با اشاره به اینکه محصولات ما رقبای متعددی دارد، اظهار کرد: تلاش ما بر این است که با حفظ کیفیت محصولات و



گفت و گوی اختصاصی با عطا تنها

در این بخش می خوانیم:

- تضمین امنیت غذایی با روش کشاورزی هوشمند
- تحریم ها تقلیل دهنده روابط تجاری ایران و آلمان

بازرس قانونی اتاق بازرگانی ایران و آلمان تاکید کرد

تحریم‌ها

تقلیل دهنده روابط تجاری ایران و آلمان

محمد جعفری

تا همین چند سال پیش، آلمان بزرگ‌ترین شریک تجاری ایران در اروپا محسوب می‌شد و البته که این همکاری اقتصادی بین دو کشور، سابقه‌ای تاریخی و طولانی دارد. اعمال تحریم‌ها علیه ایران در زمان ریاست جمهوری دونالد ترامپ، ورق را برگرداند و تبادلات این دو شریک دیرینه به تدریج کاهش یافت. در عین حال برخی از مسایل رخ داده در کشورمان در سال ۱۴۰۱، بر روابط اقتصادی و تجاری دو کشور تأثیرات منفی بر جا گذاشت؛ هر چند که در حال حاضر اقداماتی برای ترمیم این روابط از سوی اتاق بازرگانی ایران و آلمان در دست انجام است که می‌تواند نویدبخش روزهای خوب در روابط تجاری دو شریک قدیمی باشد. آنچه در ادامه می‌خوانید، ماحصل گفت‌وگوی ما با عطا تنها، بازرس قانونی اتاق بازرگانی ایران و آلمان و بازرس قانونی انجمن دوستی ایران و آلمان است. حرفه اصلی وی، سرمایه‌گذاری بین الملل است و در عین حال ریاست هیات مدیره شرکت انرژی را بر عهده دارد.

مهمتر، رابطه‌ای که با آلمان فدرال برقرار بوده و هست، با سایر کشورهای اروپایی تفاوت دارد. در مجموع امیدوارم که با تغییر راهبردی و راهکاری که پیش آمده، شیب صعودی بازگشت به شرایط قبلی را فراهم کنیم.

هم‌اکنون روابط ایران و آلمان از جنبه اقتصادی و تجاری چه وضعیتی دارد؟

مراودات مالی و اقتصادی، تامین قطعات، تامین ملزومات و ماشین آلات صنعتی در پایین‌ترین حد ممکن قرار دارد، ولی همچنان برقرار است؛ هر چند که به کیفیت و کمیت گذشته نیست. پس از تحریم‌ها، شرکت‌های بزرگ آلمانی از ایران رفتند، اما نمایندگی‌های آن‌ها در ترکیه و دبی همچنان می‌توانند لوازم مورد نیاز ما را تامین کنند. به دلیل اتفاقاتی که سال گذشته در کشورمان رخ داد، از لحاظ دیپلماتیک دچار چالش سنگینی با دولت آلمان شدیم. نباید فراموش کنیم که در زمان صدر اعظمی انگلار مرکل در آلمان، ما شرایط خوبی داشتیم، اما در حال حاضر دولت رادیکال‌تری بر سر کار است که بر ارتباطات بین دو کشور تأثیر گذاشته و به‌طور مسلم مشکلاتی ایجاد کرده که به صورت مستقیم بر تجارت، بازرگانان و تولیدکنندگان تأثیر گذاشته است. البته همچنان فرآیند تاسیس شرکت و فعالیت اقتصادی در کشور آلمان از سوی ایرانی‌ها و از طریق انتقال سرمایه برقرار است، ولی این موارد نسبت به یک تجارت دولت‌محور بسیار محدود است. البته ما در تلاش هستیم که حداقل بخش خصوصی بتواند از چالشی که ایجاد شده، عبور کند.

در حال حاضر حجم مبادلات تجاری دو کشور به چه میزان است؟

بعید می‌دانم که در بهترین شرایط، حجم مبادلات تجاری دو کشور بیشتر از ۲ میلیارد دلار در سال باشد. بزرگ‌ترین چالش مادر تجارت با آلمان؛ فارغ



در ابتدا اشاره‌ای به وضعیت ارتباطات بین ایران و آلمان در سال‌های اخیر داشته باشید.

تا پیش از تشدید تحریم‌های آمریکا در سال ۲۰۱۸ بیش از ۲ هزار و ۵۶۰ نفر عضو اتاق بازرگانی ایران و آلمان بودند، اما در شرایطی که بزرگ‌ترین چالش جهت برقراری ارتباطات، حضور در محل‌های کسب و کار است، متأسفانه پس از تحریم‌ها، به دلیل شرایطی که ایجاد شد و محدودیت‌های سنگینی که سفارت آلمان برای ویزای تجار و بازرگانان و حتی افراد مقیم دارای بیزینس در این کشور اعمال کرد، روابط تجاری دو کشور دچار سکون و رکود بسیار شدیدی شد. این در حالی است که تا پیش از تحریم‌های ۲۰۱۸ به واسطه شرکت‌های معتبر آلمانی که سالیان سال در صنایع سنگین، نیمه‌سنگین، نیروگاهی، صنایع نفتی و لوازم خانگی ایران فعالیت داشتند، گردش مالی بسیار خوبی ایجاد شده بود. آلمان از جنبه تاریخی، شریک اول اقتصادی ایران در اروپا محسوب می‌شود و از همه

از مواد غذایی، بحث فرش است. بازار آلمان، ماخذ و توزیع صنعت فرش در اروپا و جهان به شمار می آید و تا پیش از تحریم‌ها، بازرگانان و تجار ما به شدت در آنجا فعال بودند، اما متأسفانه این بازار را کاملاً از دست داده و به رقبای افغان، چین و به تازگی سوریه و عراق باختیم. البته گرانی نرخ تمام شده فرش در ایران، تغییر نگرش و تغییر کاربری صنعت فرش در اروپا نشان می‌دهد که ما روی این قضیه کار نکرده‌ایم. علاوه بر این، انتقال ارز و مسایل سیاسی هم موجب از دست رفتن بازار فرش آلمان شد.

در دولت فعلی چه میزان استقبال و همکاری جهت ارتقای مرادات تجاری و اقتصادی بین ایران و آلمان وجود دارد؟

زمانی که تعامل دیپلماتیک را مطرح می‌کنید، به معنای تعامل دولت با دولت است. دولت در آلمان نماینده بخش خصوصی نیست؛ بلکه حامی این بخش است و وارد فرآیند عملیاتی نمی‌شود و تنها وظایف حاکمیتی، نظارتی و پشتیبانی دارد. این در حالی است که در ایران، نظام حاکمیتی مقدم بر دولت است و عوامل نظام حاکمیتی بسیار متنوع و تاثیرگذار هستند. این بدان معناست که در کشور ما لزوماً با تغییر شخص رییس جمهور، تغییر خاصی در سیاست‌ها ایجاد نمی‌شود که این موضوع را در زمان ریاست جمهوری افراد مختلف مشاهده کرده‌ایم. زمانی که چاره‌ای ندارید، مجبور می‌شوید، برای گذران اموری که به شما محول شده فعل و انفعالاتی را انجام دهید که مسلماً موفق نخواهید شد.

در مورد روابط اقتصادی ایران و آلمان کمتر صحبت می‌شود. دلیل این مساله را در چه می‌بینید؟

زمانی که درباره سایر کشورها صحبت می‌کنید، باید گستره کشورها را در نظر بگیرید و ما چاره‌ای به جز صحبت کردن در مورد روسیه و چین نداریم. مثلاً نمی‌توانیم درباره مجارستان هم صحبت کنیم که پس از اوکراین، مرکز غلات دنیا است یا در مورد کنیا، آرژانتین، کامبوج و ویتنام هم نمی‌توانیم صحبتی داشته باشیم. ضمن اینکه صادرات ما هم به سمت تهاتر رفته و در مقابل کالای وارداتی، نفت صادر می‌کنیم.

به نظر شما آیا ایران و آلمان شرکای تجاری خوبی بوده و هستند؟

مسلماً شرکای خوبی هستند و حداقل از سمت ایران، این شراکت صدرصد بوده است. مادر دوره‌های مختلف زمانی، هیچ‌گاه به لحاظ سیاسی و اقتصادی مشکلی با آلمان نداشتیم و تجار خوشنام ایرانی در آلمان فعالیت می‌کردند. صنایع مختلف در آلمان بسیار کامل هستند و نهاد حاکمیتی ایران به خصوص در مورد این کشور باید یک بازنگری داشته باشد و این قهر کمرنگ ناخودآگاه را به شرایط عادی بازگرداند. آلمان هیچ‌گاه کشور تهاجمی نبوده و نیست و تمرکز خود را بر اقتصاد گذاشته و هیچ‌وقت عملکردی به ضرر ما نداشته است. به نظر می‌رسد، پل

پشت‌سری که در رابطه با آلمان داریم، بسیار قابل اطمینان است و در این میان به یک آشتی برد-برد، نیازمند هستیم.

آیا بخش خصوصی علاقه‌مند است که با کشور آلمان ارتباط برقرار کند و اتاق ایران و آلمان در این راستا چه اقداماتی انجام داده است؟

بخش خصوصی به شکل صدرصدی به دنبال برقراری ارتباط با آلمان است. مأموریت اصلی اتاق ایران و آلمان نیز همین است و در موارد بسیاری اعزام هیات اقتصادی و هیات بازدید نمایندگاهی به این کشور را انجام می‌دهد. آلمانی‌ها هم با توجه به یک فرآیند تاریخی، نسبت به ایرانی‌ها ناظر مثبتی دارند. به عنوان مثال، صنعت خودروی آلمان مانند صنعت خودروی دنیا، آرزوی حضور در بازار ایران را دارد. البته باید در این خصوص، هزینه‌هایی انجام شود و زمانی که دست‌ها بسته باشد، نمی‌توان کاری از پیش برد. نکته جالب اینکه خیلی‌ها در کشورمان عاشق فضای فعلی هستند و تصور بنده این است که اقتصاد ایران، نظم کاملی در عین بی‌نظمی مطلق است و بسیاری با این بی‌نظمی کامل، به شدت هماهنگی معنادار دارند و متأسفانه قشری که در لایه‌های پایین هستند، دومینووار از ضربات گوی آخر بیشترین ضربه را می‌خورند.

اتاق بازرگانی ایران و آلمان برای آینده چه برنامه‌هایی دارد؟

بزرگ‌ترین چالش تجار ایرانی، اخذ ویزا است و تا زمانی که این چالش حل نشود، نمی‌توان کاری انجام داد. چالش‌های مهم بعدی هم انتقال وجه، انتقال تکنولوژی، مرادات مالی مبتنی بر صادرات و واردات متقابل و رسیدن به یک تراز تجاری معقول است. مطمئناً هیچ‌گاه تراز تجاری ما با آلمان مثبت نمی‌شود، زیرا مدت‌هاست که به آلمان نفت نمی‌فروشیم و هر چه که وجود دارد، مربوط به فعالیت‌های بخش خصوصی است. البته اتاق ایران و آلمان در اولین گام که پیشرفت بسیاری هم داشته، سعی کرده که ارتباط خود را با کنسولگری آلمان فدرال برای همکاری بیشتر در زمینه اخذ ویزا، ثبت شرکت، حضور در نمایشگاه‌ها، مرادات اقتصادی و تجاری و... افزایش دهد. اتاق بازرگانی ایران و آلمان از نظر مدیریتی و پرسنلی از اتاق‌های دیگر جلوتر است و تنها اتفاقی است که تحت نظر اتاق بازرگانی ایران نیست و اساسنامه خاص خودش را دارد.

چشم‌انداز روابط ایران و آلمان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

تا زمان انتخابات ایالات متحده آمریکا، هیچ چشم‌انداز مثبت یا منفی را نمی‌توانم تصور کنم، زیرا معتقد هستم که پس از انتخابات ۵ نوامبر ۲۰۲۴ آمریکا، اقتصاد ایران یکی از اقتصادهایی خواهد بود که به شدت به سمت بالا یا به سمت پایین، تکان خواهد خورد. ■

اتاق ایران و آلمان در اولین گام که پیشرفت بسیاری هم داشته، سعی کرده که ارتباط خود را با کنسولگری آلمان فدرال برای همکاری بیشتر در زمینه اخذ ویزا، ثبت شرکت، حضور در نمایشگاه‌ها، مرادات اقتصادی و تجاری و... افزایش دهد

کشاورز پیشرو در حوزه هوشمندسازی تاکید کرد

تضمین امنیت غذایی با روش کشاورزی هوشمند

رضا فغانی

کشاورزی هوشمند، مفهومی نوپه‌ور است که به مدیریت زمین‌های زراعی و باغی با هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و رباتیک اطلاق می‌شود. هدف استفاده از هوشمندسازی در کشاورزی بهبود بخشیدن به کمیت و کیفیت محصولات و کاهش نیروی انسانی مورد نیاز طی فرآیند تولید است. کشاورزی هوشمند تکنولوژی‌های مختلفی مانند سنسورها، نرم‌افزارها، ربات‌ها، اتصالات، موقعیت‌یابی و تجزیه و تحلیل داده‌ها را برای کشاورزان فراهم می‌کند. به این ترتیب کشاورزان می‌توانند در هر کجا زمین خود را کنترل کرده و با اطلاعات مفید به دست آمده از ابزارها بهترین تصمیم را بگیرند. ابوالفضل شاهسون، از کشاورزان پیشرویی است که هوشمندسازی در مزرعه خود را به‌طور ویژه مورد توجه قرار داده است. وی دکترا می‌دیریت، حقوقدان و محقق در حقوق شهروندی است و به عنوان تحلیلگر بازارهای مالی هم فعالیت دارد. گفت‌وگوی ما با این کشاورز پیشرو در حوزه هوشمندسازی را می‌خوانید.

را تاسیس کردم که کار راه و باند انجام می‌داد و اولین کارم شهرک صنعتی خاوران بود. همچنین در خطه شمال کشور به ساختمان‌سازی مشغول شدم و ویلا و ساختمان‌های بسیاری را احداث کردم. در شمال از فرصت استفاده کردم و گواهینامه ویژه نجات غریق دریا و قایقرانی و راهبری جت اسکی را نیز دریافت کردم. از طرفی، مربی تمام رشته‌های تیراندازی اعم از تفنگ و تپانچه بادی و جنگی، تراپ و اسکیت بوده و مربی رسمی فدراسیون نیز هستم. پس از مراجعت به تهران، به فکر بسته‌بندی مواد غذایی اعم از شکر، قهوه و کاکائو، برنج و غیره افتادم که با تهیه زمینی، کارخانه آن را احداث کردم. از طرفی، به دلیل واردات یونیت دندانپزشکی، تصمیم گرفتم تا کارخانه‌ای برای این منظور راه‌اندازی کنم که خوشبختانه موفق به انجام این کار شدم.

در زمینه دامداری و کشاورزی از چه روشی استفاده می‌کنید؟

در زمینه دامداری نیز از روش سیدر گذاری و تلقیح مصنوعی گوسفند استفاده کردم که آن هم از کارهایی بود که کسی در این زمینه پیشگام نبود. در ضمن یک فارم پرورش و اصلاح نژاد بز سانن احداث کردم که هر بز به میزان ۳ کیلوگرم شیردهی دارد. در زمینه کشاورزی نیز از روش آبیاری تحت فشار و آبیاری تیپ استفاده کردم تا هیچ آبی هدر نرود و کشت را به گونه‌ای انجام می‌دهم که با آب و خاک کشورمان تطابق داشته باشد. در واقع با پیشرفته‌ترین ماشین‌آلات موجود در ایران، مراحل کاشت و داشت و برداشت را انجام می‌دهم. شعار بنده همیشه این بوده که در کشاورزی؛ کمترین کود، کمترین آب و کمترین سم مورد استفاده قرار گیرد، چرا که کشور ما از لحاظ آب همیشه در بحران است. رویکرد بنده این بوده که از تمامی سیستم‌های آبیاری نوین استفاده کنم و هر چند که هزینه آن زیاد بود، اما خوشبختانه در عوض هدر رفت آب نداشتم.



در خصوص عمده فعالیت‌هایی که انجام می‌دهید، توضیحاتی ارائه فرمایید.

از سال ۱۳۷۵ همزمان با ورود به دانشگاه به امر کشاورزی، دامپروری و مرتع‌داری پرداختم و همیشه از کشاورزان پیشرو بودم؛ به‌طوری که اگر روش یا اصول جدیدی می‌آمد، بنده آن را کشت یا استفاده می‌کردم و به عنوان نمونه‌ای برای سایر کشاورزان جهت استفاده در سال زراعی آینده محسوب می‌شد. کشت ۱۶۰ هکتار گندم و جو، ۱۰۰ هکتار ذرت و یونجه، پرورش ماهی گرم آبی و قزل‌آلای سرد آبی در استخر مزرعه به صورت دو منظوره نیز از دیگر اقداماتی است که انجام داده‌ام.

به جز کشاورزی و دامپروری در زمینه بتن نیز فعالیت داشتم و معدن شن و ماسه را راه‌اندازی کردم. برای یک دوره، بازرس و در دو دوره سه ساله عضو هیات مدیره انجمن شن و ماسه استان تهران بودم. همچنین از سال ۱۳۸۵ به عنوان مسئول QC استاندارد شن و ماسه و به عنوان مسئول فنی سازمان نظام مهندسی معدن فعالیت دارم. علاوه بر این، در حوزه پیمانکاری راهسازی هم فعالیت داشته و شرکت پایدارسازان

در زمینه کشاورزی و دامپروری صنعتی که از زمینه‌های فعالیت شما است، چه اهدافی را دنبال می‌کنید؟

در زمان قدیم هر کشاورز مثلاً ۳ هکتار زمین داشت که در زمان انتقال این آب، نیمی از آن در جوی آب هدر می‌رفت، از همین رو بنده با سیستم لوله‌کشی و آبیاری تحت فشار و همچنین خرید زمین‌های همجوار، مزرعه ۱۰۰ هکتاری به صورت مجتمع کشاورزی احداث کردم که دارای چند حلقه چاه مجوزدار است. همچنین با استفاده از ماشین‌آلات به‌روز دنیا با کشاورزی سنتی خداحافظی کردم که با این کار حداقل ۵۰ درصد افزایش محصول داشتیم. از آنجا که آلمان بهترین شرکت‌های سم و کود را دارد، در ارتباط با این شرکت‌ها و خرید محصول از آن‌ها بهترین کارایی را شاهد بودیم. البته مشکل موجود، وجود واسطه‌ها است که اگر در انجمن دوستی ایران و آلمان و در ملاقات‌های B2B با طرف‌های مقابل آشنا شویم و طرح موضوع کنیم، می‌توانیم مشاوره‌های لازم را بگیریم، به صورت مستقیم مواد مورد نیاز را به صورت دست‌اول و اورجینال تهیه کنیم و نماینده رسمی آن‌ها در ایران باشیم.

در خصوص اقتصاد کشاورزی و جایگاه آن در دنیای امروز توضیح دهید.

در این زمینه هر چقدر هزینه‌های خود را کاهش دهیم، عایدی و درآمد ما بیشتر می‌شود. اقتصاد یعنی استفاده بهینه از منابع کمیاب تولید در بخش کشاورزی، منابع کمیاب شامل آب، زمین، کود و سم که اگر مدیریت کنیم، می‌توانیم اقتصاد کشاورزی را در مزرعه خودمان پیاده کنیم. کشورهای خارجی خیلی در این زمینه کار کرده‌اند و در زمین‌های کشاورزی، مهندس مقیم دارند، ولی متأسفانه در کشور ما این‌گونه نیست و هر کشاورزی با توجه به تجارب خودش پیش می‌رود. از آنجایی که بسیاری از کشاورزان ما، از نسل قدیمی هستند، با همان شیوه سنتی کار را انجام می‌دهند، ولی ما با استفاده از شیوه‌های جدید و ماشین‌آلات روز دنیا، بستر را به‌طور عالی آماده می‌کنیم، چرا که اگر بستر به خوبی آماده نشود و شخم، عمیق نباشد و کلوخ‌ها خرد نشده باشد، نمی‌توان به خوبی کشت کرد؛ بنابراین باید از ماشین‌آلات درجه یک استفاده کرد، زیرا ماشین‌آلات قدیمی اصلاً به صرفه نیستند و هزینه آن‌ها بالا است و کارایی لازم را هم ندارند. البته از ماشین‌آلات جدید آلمانی استفاده می‌کنیم که بسیار راضی هستیم و عملاً کارمان را بسیار خوب انجام می‌دهند. نکته دیگر در خصوص اقتصاد کشاورزی این است که باید ببینیم که چقدر سرمایه‌گذاری و چه میزان برداشت می‌کنیم. به عنوان مثال، برای یک هندوانه اگر به صورت غرقابی باشد، حدود ۲۰۰ لیتر آب صرف می‌شود؛ به این ترتیب یک هندوانه تا زمانی که به عمل بیاید، حدود ۳۰۰ هزار تومان آب مصرف کرده، در صورتی که کیلویی ۱۰ تا ۱۵ هزار تومان خریداری می‌کنند. به اعتقاد بنده، دولت باید این‌ها را محاسبه کند و الگوی کشت ارائه دهد و طوری نباشد که به دلیل پایین بودن قیمت یک محصول به علت کاشت زیاد در آن سال زراعی توسط

کشاورزان، حتی چیدن آن مقرون به صرفه نباشد. به عنوان مثال، امسال تعداد زیادی از کشاورزان، سیب زمینی کاشته‌اند و به علت کشت و عرضه زیاد، روی دست‌شان مانده که برای جلوگیری از این موضوع باید ادارات جهاد کشاورزی هر منطقه‌ای، الگوی کشت ارائه دهند که به همین منظور، باید نیاز کلی کشور مشخص شود و در ادامه با توجه به اقلیم، آب و خاک هر منطقه، تقسیم‌بندی‌های محصولات و میزان هکتار تحت کشت آن محصول بین استان‌ها انجام شود. همچنین جهاد کشاورزی هر استان، نظارت‌های لازم را بر کشت و تولید داشته باشد و ترجیحاً خرید تضمینی برای آن محصول تولیدی هم در نظر بگیرد. ما باید با اقتصاد کشاورزی و با در نظر گرفتن تمامی این آیتم‌ها، استفاده بهینه از منابع کمیاب داشته باشیم تا بتوانیم تولید بهینه را انجام دهیم.

آیا مشابه این نوع ماشین‌آلات در کشورمان وجود دارد؟

در بازدیدی که از کشورهای خارجی داشتیم، متوجه شدیم که کارایی ماشین‌آلات مدرن و حتی لوازم آن‌ها، اصلاً در ایران مشابه ندارد، بر همین اساس این دستگاه‌ها را وارد و شروع به استفاده از آن‌ها کردیم که به تدریج در حال نهاده شدن بین کشاورزان است. سپس به هر شکل ممکن؛ هزینه‌های اضافه در مرحله کاشت، داشت و برداشت را کاهش دادیم تا بهره‌وری را افزایش دهیم. خوشبختانه در این زمینه موفق بوده‌ایم و سعی ما بر این بوده که از نیروی کار کمتری استفاده کنیم؛ به طوری که بیشتر کارها را ماشین‌آلات انجام دهند؛ بنابراین به این شکل هزینه‌های تمام‌شده تولید کاهش می‌یابد.

موضوعی که در دنیای امروز به شدت مورد توجه قرار گرفته، هوشمندسازی کشاورزی است. کشاورزی هوشمند دارای چه ویژگی‌هایی است؟

در هوشمندسازی کشاورزی، باید بدانیم که گیاه چه زمانی نیاز به آب، نور، کود یا سم دارد و همه این‌ها می‌تواند در مزرعه توسط ریز پرنده به صورت کامل اسکن شود. بدون استفاده از ریز پرنده، باید هر روز یک نفر مزرعه را دور بزند، ولی با استفاده از آن، به شکل کامل و از بالا، تمام موارد رصد شده و نیروی انسانی حذف می‌شود. در اسکن کلی مزرعه توسط ریز پرنده‌ها، قسمت‌هایی که کود کمتری خورده است، به صورت زرد رنگ نشان داده می‌شود و شما می‌توانید از مرکز کنترل هوشمند مزرعه، به گونه‌ای تنظیم کنید که آن نقطه کود بیشتری دریافت کند. به عنوان مثال، نقاتی از مزرعه که علف هرز بیشتری دارد، مشخص می‌شود تا یک بار دیگر سم علف کش در آن نقطه مورد استفاده قرار گیرد. همچنین در کشاورزی هوشمند، نقاتی از مزرعه که محصول آن زودتر می‌رسد یا قسمت‌هایی که زودتر به گل می‌نشیند را نشان می‌دهد تا کشاورز بتواند مزرعه خود را به نحو صحیحی مدیریت کند. موارد مذکور فقط بخش کوچکی از کارکردهای کشاورزی هوشمند است و در بسیاری از قسمت‌ها ما می‌توانیم از هوشمندسازی استفاده

با توجه به اینکه
کشورمان به
لحاظ جغرافیایی و
ژئوپلیتیکی در منطقه
سوق الجیشی قرار
دارد، باید بتواند
نیازهای کالاهای
استراتژیک مانند
گندم را خودش
تامین کند

شما یکی از رموز موفقیت خود را در استفاده از محصولات شرکت‌های آلمانی می‌دانید. محصولات تولید شده در این کشور چه ویژگی‌های خاص و متمایزی دارند؟

این موضوع بر هیچ کس پوشیده نیست که آلمان در زمینه سموم کشاورزی حرف اول را می‌زند و از سایر کشورها جلوتر است. در واقع این کشور در زمینه سم و کودهای مایع، کودهای جامد و سموم کشاورزی حرف اول را می‌زند و ما توانسته‌ایم با استفاده از محصولات آلمانی عملکرد خود را افزایش دهیم. به عنوان مثال، اگر با یک سم ایرانی، سه مرتبه باید سم‌پاشی با استفاده از تراکتور انجام شود تا علف‌های هرز مزرعه از بین برود، با سم آلمانی یک مرتبه سم‌پاشی کفایت می‌کند که منجر به کاهش هزینه‌ها هم می‌شود.

در رابطه با انتقال تکنولوژی و دانش تولید این محصولات به ایران، چه اقداماتی صورت گرفته یا باید صورت گیرد؟

در زمینه انتقال دانش و تکنولوژی به ایران و بومی‌سازی محصولات آلمانی، اگر توافقنامه‌ای با همکاری انجمن دوستی ایران و آلمان منعقد شود، می‌توانیم کارخانه‌های آلمانی را به ایران بیاوریم و با استفاده از مواد اولیه، نیروی ارزان، زمین‌ها و منابع موجود، سم و کود را تحت لیسانس آن‌ها در داخل کشور تولید کنیم تا مورد استفاده قرار گیرد. سم و کود آلمانی در جهان بی‌نظیر است و قطعا در کشورمان، استقبال زیادی از تولید این محصولات می‌شود. البته برای شکل‌گیری این تعاملات، نیازمند همکاری وزارت جهاد کشاورزی و اتاق بازرگانی هستیم و قطعا انجمن دوستی ایران و آلمان نیز می‌تواند در این میان، نقش بسیار مهمی را ایفا کند.

گسترش مناسبات اقتصادی و تجاری ایران و آلمان و تشکیل‌هایی مانند انجمن دوستی، تا چه اندازه بر توسعه اقتصاد کشاورزی و کشاورزی هوشمند در کشورمان تاثیر خواهد داشت؟

به نظر بنده، بسیار مفید است و اصلا بدون وجود اتاق بازرگانی و انجمن دوستی ایران و آلمان، کار ما هزار برابر سخت‌تر است. وجود این انجمن دوستی، موجب افزایش اعتماد بین طرفین در نقل و انتقال پول و کالا می‌شود و در واقع نقش میانجی، داور و راهنما را ایفا می‌کند. به اعتقاد بنده، نقشی که انجمن دوستی ایران و آلمان می‌تواند ایفا کند، از نقش ما و نقش آن کارخانه مهم‌تر است و اگر وارد میدان شوند و پای کار بایستند، نه تنها در این عرصه، بلکه در تمام عرصه‌هایی که آلمان تکنولوژی خوبی دارد، می‌توانیم تعاملات موثری داشته باشیم. قطعا آینده خوبی بین ایران و آلمان برقرار خواهد بود و امیدواریم با حمایت‌های این انجمن بتوانیم به اهداف مورد نظر دست یابیم. ■

کنیم. برای مثال، نحوه صحیح آبیاری کردن مزرعه یکی از این موارد است؛ به شکلی که زمان لازم برای آبیاری، جلوگیری از هدررفت آب و چک کردن نازل‌ها بدون اینکه چندان متکی به کارگر باشد، امکان پذیر می‌شود. حتی اگر قطعه‌ای از زمین آب نخورده باشد، آلازم می‌دهد که در این قسمت مشکل آبیاری وجود دارد. در واقع تمام این موارد و مشابه این‌ها از طریق اسکن‌های سه بعدی، جی‌پی‌اس و ریز پرند قابل پیگیری و رفع است.

آیا سرمایه‌گذاری در کشاورزی هوشمند، توجیه اقتصادی دارد؟

اگر صاحب و مالک زمین خود شما باشید، توجیه اقتصادی دارد. درست است که کشاورزی هوشمند هزینه دارد، ولی این هزینه برای یک بار انجام می‌شود و برای چندین سال می‌توان از آن استفاده کرد. ممکن است یک تادو سال اول، معطوف به جبران هزینه‌ها باشد، اما این سیستم دائمی است و امکان به‌روزرسانی آن وجود دارد. کشاورزی هوشمند، کارایی بسیاری دارد و با فروش مقداری از محصول مزرعه یا باغ، می‌توان هزینه‌های هوشمندسازی را جبران کرد. می‌توان گفت، فردی که اقدام به هوشمندسازی می‌کند، در سطح بالاتری نسبت به دیگر کشاورزان قرار می‌گیرد و تبدیل به الگویی برای سایر کشاورزان می‌شود؛ به این ترتیب امکان توسعه آن در کل کشور وجود خواهد داشت.

از هوشمندسازی در مزارع به عنوان عامل مهمی در تامین امنیت غذایی و جلوگیری از گرسنگی بشر در آینده، نام برده می‌شود. به عنوان فردی پیشرو در زمینه اقتصاد کشاورزی هوشمند، چه نظری در این رابطه دارید؟

ممکن است در ابتدای امر مخالفت‌هایی با هوشمندسازی وجود داشته باشد و برخی عکس‌العمل‌های منفی نشان دهند و اقدام به سرمایه‌گذاری نکنند، اما وقتی که کشاورزان پیشرو این کار را انجام دهند و تفاوت برداشت محصول بین مزرعه هوشمند و غیرهوشمند برای کشاورز سنتی ملموس شود، آن‌ها هم اقدام به هوشمندسازی خواهند کرد. قطعا این چرخه راه‌اندازی می‌شود، افراد زیادی را با خود همراه می‌کند و از جهت تولید کالاهای استراتژیکی مانند گندم یک آسودگی خاطر فراهم می‌کند. با توجه به اینکه کشورمان به لحاظ جغرافیایی و ژئوپلیتیکی در منطقه سوق‌الجیشی قرار دارد، باید بتواند نیازهای کالاهای استراتژیکی مانند گندم را خودش تامین کند. میزان مصرف گندم داخلی ۱۱ میلیون تن است که به سادگی می‌توان با هوشمندسازی مزارع، به خود کفایی رسید و دیگر نیاز به واردات گندم نباشد.

برای شکل‌گیری تعاملات بین ایران و آلمان، نیازمند همکاری وزارت جهاد کشاورزی و اتاق بازرگانی هستیم و قطعا انجمن دوستی ایران و آلمان نیز می‌تواند در این میان، نقش بسیار مهمی را ایفا کند



گفت و گوی اختصاصی با خانم دکتر سعیده مصدق

در این بخش می خوانیم:

- امکان رقابت در بازار آلمان با مدیریت کیفیت و تفکر چابک
- برگزاری رویدادهای انجمن ایران و آلمان در عمارت دُرّیه

مدیر رستوران عمارت دریه

برگزاری رویدادهای انجمن ایران و آلمان در عمارت دریه

مهدیه شهسواری

رستوران داری و کافه‌داری از آن دسته کارهای جذابی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر افراد مختلفی را به سمت خود جذب کرده است. برخی افراد جدا از شغلی که دارند، رستوران‌داری و کافه‌داری را هم به تجربیات خود اضافه می‌کنند. البته که این شغل در کنار تمام جذابیت‌های خود، با چالش‌هایی هم همراه است که برای افرادی مانند خانم دکتر سعیده مصدق، مدیر رستوران عمارت دریه توام با هیجان است. در گفت‌وگویی که با وی داشتیم، علاوه بر صحبت در خصوص این رستوران تازه به بهره‌برداری رسیده در بام لند تهران، به موضوعات مربوط به رستوران‌داری پرداختیم. مصدق دارای مدرک دکترای حقوق بین‌الملل از دانشگاه شهید بهشتی است و در هیأت مدیره ۴ شرکت مهندسی هم عضویت دارد. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

قاجاری است، همچنین غذاهای شامل انواع غذاهای سنتی مانند دیزی، انواع کباب‌ها، اکبر جوجه و... است و قهوه‌ها و کافه‌ها هم بیشتر گرایش به سمت قهوه‌های قاجاری و سنتی دارد. به‌طور کلی عمارت دریه به عصر قدیم بازمی‌گردد تا عصر جدید و بیشتر در طبع مدرن و کلاسیک، ولی در سبک قدیمی است.

ویژگی عمارت دریه نسبت به رستوران‌های مشابه چیست؟

اصلی‌ترین ویژگی این عمارت این است که نخستین رستوران مورد تأیید انجمن دوستی ایران و آلمان است و پرچم دو کشور را در رستوران خود قرار داده‌ایم که مزیت بسیار مهمی نسبت به سایر رستوران‌ها محسوب می‌شود. در واقع عمارت دریه، تنها رستوران در بام لند است که از ویژگی گردشگری برخوردار است و در واقع تأییدیه گردشگری را دارد و رستوران‌های دیگر از این موضوع بهره‌ای نبرده‌اند. از سوی دیگر، برای راه‌اندازی این رستوران، حمایت دوستان و بزرگانی مانند آقایان خانبداغی و نیک‌نامی از انجمن دوستی ایران و آلمان را داشتیم که بسیار ارزشمند است.

چه ضرورتی دارد که انجمن دوستی ایران و آلمان چنین رستورانی داشته باشد؟

به‌طور کلی در این رستوران، از مترپال و دیزاینی استفاده شده که به شدت گردشگر را جذب خود می‌کند، از همین رو طی صحبت و رایزنی با انجمن دوستی ایران و آلمان، مقرر شد که این رستوران، مرکز برگزاری رویدادهای این انجمن باشد. بام لند، یک محیط گردشگری است و وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی آن را تأیید کرده و در ورودی بام لند، تابلوی گردشگری نصب شده است. هم‌اکنون نیز آمادگی پذیرایی از انجمن دوستی ایران و آلمان و افراد سفارت آلمان و آن‌هایی که برای بازدید و گردشگری به ایران سفر می‌کنند را داریم.

چه تعداد نیروی کار با چه سطح تحصیلات در این رستوران اشتغال به کار دارند و طبخ غذا چه اهمیتی در رضایت‌مندی مشتریان دارد؟

در حال حاضر ۱۵ نفر پرسنل داریم که به عنوان سالن کار، کافه کار، بخش بار و بخش آشپزخانه فعالیت می‌کنند. به‌طور کلی در آشپزخانه ۶ نفر



چه انگیزه‌ای موجب شد که به فکر راه‌اندازی عمارت دریه بيفتيد؟

از کودکی علاقه‌مند بودم که کافه و رستوران داشته باشم و دکتر کاووسی، مالک بام لند که یکی از موکلین بنده است و از تمایلم برای رستوران‌داری اطلاع داشت، پیشنهاد داد که در بام لند، رستورانی داشته باشم. البته در نظر داشتم که در ابتدا از یک رستوران کوچک‌تر آغاز کنم، اما بام لند، متراژ کوچک نداشت و دکتر کاووسی، بزرگ‌ترین رستوران خود را در اختیار بنده قرار داد که پس از تجهیز آن، شروع به فعالیت کردم. البته هنوز افتتاحیه رسمی نداشته‌ایم و بنا داریم که در اسفندماه، یک افتتاحیه شایسته داشته باشیم.

عمارَت دریه، چه نوع رستورانی است و چه غذاهایی را سرو می‌کند؟

این رستوران را به صورت خانوادگی اداره می‌کنیم. به دلیل محیط باز و بسته‌ای که عمارت دریه به صورت توامان دارد، پیش‌بینی اولیه ما این بود که این رستوران را به صورت سنتی افتتاح کنیم که همین کار را هم انجام دادیم. عمارت دریه شامل کافه و رستوران مدرن و سنتی است که البته بیشتر، روند سنتی و قاجاری دارد و نامی هم که برای آن انتخاب کرده‌ایم،

فعالیت می کنند و سرآشپز رستوران، استاد آشپزی در امارات، ترکیه و دبى بوده و در این کشورها تدریس می کرده است و تقریباً هم در غذاهای مدرن و هم در غذاهای سنتی، حرف اول را می زند. بنده جهت حضور و فعالیت در عمارت دریه، برای ایشان دعوت نامه ارسال کردم و دعوت مرا پذیرفت. معمولاً پس از اتمام صرف غذا توسط مشتری، شخصاً سر میز می روم و از آن ها درخواست می کنم که اگر ایرادی در پخت و طبخ و حتی سرو غذا وجود داشته، توضیح دهند تا در صورت وجود مشکلی، به مجموعه طبخ انتقال دهم، اما خوشبختانه تاکنون هیچ گونه نارضایتی وجود نداشته و تمام مشتریان معتقد هستند که آشپز فوق العاده و بسیار خوبی داریم. در واقع حضور یک آشپز حرفه ای که در خارج از کشور، استاد آشپزی بوده به عنوان سرآشپز در عمارت دریه، برای گردشگرانی که در مجموعه بام لند حضور می یابند، می تواند جذابیت خاصی داشته باشد.

آیا به جز رویدادهای که در آینده برای ایران و آلمان در نظر گرفته اید، برنامه های توسعه ای دیگری را هم مدنظر دارید؟

پیش از اینکه عمارت دریه را راه اندازی کنم، استرس زیادی داشتم و با واکنش های منفی روبه رو شدم، اما همراه با خانواده پافشاری کردیم که باید این کار را انجام دهیم. بعد از دیزاین کردن این مکان، خیلی ها پیشنهاد دادند که روی دیزاین رستوران ها و کافه های دیگر هم کار کنیم. حتی برخی از افراد بسیار مطرح در عرصه فست فود و غذاهای سنتی درخواست کردند که برای سال آینده با یک سری از دستگاه های جدید در قسمت فست فود با یکدیگر همکاری داشته باشیم. در به صورت جدی به دنبال این هستیم که تعداد شعب عمارت دریه را در آینده افزایش دهیم و نه تنها در کافه رستوران سنتی، بلکه در بخش فست فود و غذاهای مدرن و امروزی هم فعالیت کنم.

آیا شرایط سرمایه گذاری در این حرفه فراهم است؟

امروزه کسب درآمد، بسیار دشوار است، ولی کماکان به این موضوع پافشاری دارم که هیچ کجا مانند ایران، موقعیت پول درآوردن را ندارد و اگر یک کار نو، جدید، زیبا و متفاوت ارائه داده شود، مطمئناً سرمایه گذاری مثبتی خواهد بود. بنده با مترپال خوب، کیفیت بالا، محیط عالی و قیمت مناسب در اختیار مشتریان قرار می دهم و باور دارم که این چهار آیت، می تواند برگ برنده هر فردی باشد.

با توجه به شرایط اقتصادی فعلی، آیا تمام اقشار مردم می توانند از کافه رستوران شما استفاده کنند؟

پیش از راه اندازی این رستوران، به مدت ۲ هفته به صورت آزمایشی، منورا در اختیار مردم قرار دادم و از آن ها درباره کیفیت غذا و قیمت ها نظرسنجی کردم. به عبارتی در مورد مترپال و مواد اولیه و غذایی که در اختیار مشتریانم قرار می دهم، از آن ها سوال و درخواست کردم که بگویند آیا غذایی که صرف کردند، ارزش مبلغ در نظر گرفته شده را داشت یا خیر. به طور کلی تمام منوی این رستوران با نظر مشتریان چیده شده است.

برای رضایت مندی گردشگران و مهمانان خارجی چه تدابیری اتخاذ کرده اید؟

یکی از دلایلی که از وجود و تجارب آشپز و مدرس بین المللی آشپزی بهره می بریم، دقیقاً همین موضوع است که بتوانیم از توریست ها و افرادی که برای گردشگری به بام لند می آیند، پذیرایی کامل و شایسته ای را داشته باشیم. برای تحقق این امر هم، مترپال لازم موجود است و سرآشپز این عمارت از قابلیت بسیار خوبی برخوردار است.

چه نظری در رابطه با قیمت رستوران ها در سطح کشور دارید؟



برخی از رستوران هایی که منوی مشابه ما به لحاظ قیمتی دارند، از کیفیت بسیار پایینی برخوردار هستند، ولی ما کیفیت بسیار بالا و قیمت بسیار پایینی داریم. اعتقاد بر این است که در هر بیزینسی که وارد می شوم، فروشم را افزایش دهم و سود را پایین آورم؛ این کار برایم جذاب تر است تا اینکه بخواهم فروش کمی داشته باشم و سود زیادی کسب کنم؛ چرا که به دنبال مشتریان دائمی و همیشگی هستم.

و سخن آخر...

به اعتقاد بنده، هیچ چیزی بهتر از این نیست که یک خانم از نظر فکری، احساسی و شغلی مستقل باشد. بسیار علاقه مند هستم که بانوان مستقل، موفق، کارآفرین و درآمدزا را ببینم و به طور کلی از اینکه مصرف گرا باشم، لذت نمی برم. در کنار تمام این ها چشم انداز کارم را خوب می بینم. ■



مشاور ارزیابی کیفی پیمانکاران مطرح کرد

امکان رقابت در بازار آلمان با مدیریت کیفیت و تفکر چابک

سعید عدالت‌جو

در شرکت‌های کوچک و متوسط تمرکز دارد که شامل برگزاری جلسات آموزشی در کشورهای مختلف نظیر آلمان، اتریش، سوئیس، ترکیه، امارات متحده عربی (دبی)، قطر و عمان است. در این میان، بهبود عملکرد و کیفیت پروژه‌های شرکت‌ها به وسیله ارتقاء توانمندی‌ها و پیشرفت‌های فنی آن‌ها مهمترین هدفی است که آن را دنبال می‌کنم. این مشاور با تجربه با بیان اینکه خدمات مشاوره‌ای را با تمرکز بر مدیریت کیفیت ارائه می‌دهد، اظهار کرد: در شرایط بازار رقابت آلمان، خدمات ما برای شرکت‌های آلمانی یا شرکت‌هایی که در آلمان ثبت شده‌اند، امکان اخذ کمک هزینه‌های توسعه کسب و کار تا سقف ۸۰ درصد هزینه‌ها را فراهم می‌کنیم که این کمک مالی به شرکت‌های کوچک و متوسط، امکان دستیابی به توانایی‌های لازم برای ادامه کار و رقابت بازار را می‌دهد.

به گفته عبدی، هدف اصلی ارزیابی کیفیت پیمانکاران در شرکت‌های کوچک و متوسط، بهبود فرآیندها، افزایش کارایی و ارتقاء استانداردهای عملکردی است و تلاش بنده بر این است تا با ارائه راهکارهای مؤثر، به شرکت‌ها کمک کنم تا بهترین عملکرد ممکن را از پیمانکاران خود بخواهند.

وی تصریح کرد: با توجه به فعالیت‌های انجام شده، دستاوردهای قابل توجهی در بهبود کیفیت و افزایش بهره‌وری شرکت‌ها رقم خورده است. شایان ذکر است، خدمات ما به شرکت‌ها در توسعه و افزایش کیفیت خدمات آن‌ها کمک کرده و بهترین نتایج ممکن را به آن‌ها ارائه داده‌ایم. این مشاور ارزیابی کیفی پیمانکاران در پاسخ به این سوال که «در مواجهه با تفاوت‌ها و چالش‌های میان کشورها چگونه عمل می‌کند» گفت: در چنین شرایطی، از شناخت فرهنگ‌ها و قوانین محلی بهره می‌برم. توانمندی در تعامل با تنوع فرهنگی و اعتبار بین‌المللی در اجرای پروژه‌ها، از مهارت‌های کلیدی محسوب می‌شود. تفاوت‌های فرهنگی را به عنوان یک فرصت برای بهبود فرآیندها و افزایش هماهنگی در پروژه‌ها می‌شناسم و در تلاش هستم تا با استفاده از تجربیات گذشته، بهترین نتایج رقم بخورد.



کار کردن با شرکت‌های آلمانی بدون استانداردهای سیستم‌های مدیریت کیفیت، امنیت اطلاعات و مباحث مربوط به محیط زیست و همچنین قوانین ایمنی شغلی و گواهینامه‌های بین‌المللی در این خصوص غیر ممکن نیست، ولی هرگز نمی‌تواند به عنوان یک رابطه تجاری پایدار بلندمدت باشد. استانداردهای ایزو زبان مشترک کسب و کارهای بین‌المللی در آلمان است. فعالیت اصلی ما مشاوره و پیاده‌سازی استانداردهای بین‌المللی برای شرکت‌های کوچک و متوسط در آلمان است. در اکثر موارد شرکت‌ها امکان اخذ ۸۰ درصد کمک هزینه دولتی و تا سقف ۳۰۰ هزار یورو در طی سه سال را دارند. رضا عبدی، مشاور ارزیابی کیفی پیمانکاران برای شرکت‌های کوچک و متوسط در آلمان که تحصیلات خود را در مقطع کارشناسی ارشد مهندسی صنایع در شهر برلین به پایان رسانده و بعد از آن MBA و DBA در شاخه کارآفرینی را دنبال کرده است، گفت: پیدا کردن پیمانکاران مناسب در حوزه‌های مختلف از جمله پزشکی، توسعه نرم‌افزار، تامین ماشین‌آلات و صنعت خودرو از مهمترین فعالیت‌هایی است که انجام می‌دهیم. وی در ادامه افزود: فعالیت‌های بنده، بیشتر بر ارزیابی کیفیت پیمانکاران



شرط بقاء در
بازاری بین المللی
همچون آلمان،
ارائه یک کیفیت
ممتاز و همچنین
داشتن تفکر چابک
برای رشد پایدار
عرضه کنندگان
است

و گفت: یکی از مشتریان بنده، قبل از شرکت در هر نمایشگاهی، لیست شرکت کنندگان را مشاهده می کند و از بین آن ها چند مورد را انتخاب و به آن ها ایمیل می زند و با معرفی شرکت خود، درخواست می کند که در روز بازدید از نمایشگاه، یک فرد مسئول در غرفه را به او معرفی کنند. البته این روش چندین مزیت دارد که نخستین آن، این است که شرکت بازدیدشونده فرصت یک ارزیابی کلی از شرکت و نوع کسب و کار شما خواهد داشت و بعضا امکان دارد که فرد پاسخگو در روز نمایشگاه صرفا به خاطر بازدید از شرکت شما در نمایشگاه حاضر شود تا پس از آن از طریق ایمیل با افراد در تماس باشید. ناگفته نماند، طبق تجربه سال های گذشته بنده، رفت و برگشت ایمیل ها اصولی دارد که متأسفانه در اکثر موارد رعایت نمی شود. از طرفی، اینکه تمامی کارها بدون مذاکره تلفنی یا حضوری و فقط از طریق ایمیل انجام شود، بسیار مشکل است. به گفته عیدی، بسیاری از بازدیدهای نمایشگاهی، هزینه های زیادی را می طلبد و متأسفانه بازدهی آن چنانی برای شرکت های خارجی ندارد. در اکثر موارد برقراری ارتباط با شرکت ها به دلیل عدم آگاهی از الزامات قانونی یا نوع فرهنگ تجارت در آلمان یا موارد دیگر، تقریبا با شکست مواجه می شوند.

وی روند گسترش و تاسیس کسب و کارهای کوچک توسط بانوان کارآفرین و مهاجرین را مثبت ارزیابی کرد و گفت: هر روزه به تعداد مهاجرین و بانوان کارآفرین در آلمان افزوده می شود.

مشاور ارزیابی کیفی پیمانکاران در پایان افزود: طی سال های گذشته، بسیاری از شرکت ها نتوانستند برای خود و کسب و کارشان جایگزین مناسبی پیدا کنند، به طوری که به دلایل مختلف از جمله بازنشستگی، بیماری یا عدم پیدا کردن یک فرد، مجبور به فروش یا تعطیل کردن واحد تجاری خود شده اند. ■

عیدی با بیان اینکه اغلب مدیران عامل در شرکت های بین المللی کوچک با تعداد کارمندان زیر ۱۰ نفر تلاش می کنند که راه ها و فرآیندهایی که در کشور مقصد خود داشته اند را در کشور آلمان پیاده سازی کنند، گفت: به دلیل ساختار کاملا متفاوت در آلمان معمولا این رویکرد، چندان مناسب نیست و بسیاری از شرکت ها بعد از گذشت چندین ماه و بعضا چند سال با صرف هزینه های زیاد مجبور به ترک بازار می شوند. شرط بقاء در بازاری بین المللی همچون آلمان، ارائه یک کیفیت ممتاز و همچنین داشتن تفکر چابک برای رشد پایدار عرضه کنندگان است.

وی با اشاره به اینکه در حال حاضر بیش از ۹۹ درصد از کل کسب و کارهای فعال در آلمان به عنوان کسب و کارهای کوچک و متوسط شناخته می شوند، اظهار کرد: حدود ۳/۲ میلیون شرکت، یعنی تقریبا ۹۹/۳ درصد شرکت ها در سال ۲۰۲۱ شرکت های کوچک و متوسط (KMU) و ۲/۶ میلیون شرکت خرد و حدود ۲۰ هزار و ۸۰۰ شرکت بزرگ بودند. این واقعیت معمولا نکته بسیار مثبتی برای کسانی است که قصد گسترش کسب و کار خود در آلمان دارند.

مشاور ارزیابی کیفی پیمانکاران در پاسخ به این سوال که «آیا می توان پیش بینی کرد، کدام کسب و کارها در آینده موفق تر خواهند بود؟» گفت: پیش بینی کردن در مورد کسب و کارهای موفق در آینده دشوار است. هر چند اعداد و ارقام سال های گذشته می توانند تصویری از روندهای آینده را نشان دهند، اما هیچ کس نمی تواند با اطمینان بگوید که کدام صنایع و کسب و کارها بهترین عملکرد را خواهند داشت. بسیاری از این آمارها را می توان از گزارش های سالانه بانک ها از جمله فولکس بانک و اشپار کاسه به دست آورد.

عیدی، نوع برقراری ارتباطات را یکی از اشتباهات رایج دانست و افزود: اهمیت دادن بر کمیت ارتباط برای شرکت های خارجی مهم است. به عنوان مثال، یک مشتری چینی داشت که برای ورود به بازار آلمان به تمامی تامین کنندگان حوزه کاری خود در آلمان ایمیل زده بود و از آن ها تقاضای یک جلسه مشترک کرده بود. طبق تجربه شخصی بنده، این نوع برقراری ارتباط معمولا برای شرکت های آلمانی بسیار جذاب نیست و روزانه شرکت های آلمانی بسیاری از این نوع ایمیل ها را دریافت می کنند که بدون هیچ گونه پاسخی می ماند.

وی تصریح کرد: طبق تجربیات بنده، حضور در نمایشگاه ها و جمع کردن کارت های ویزیت تقریبا اثر موثری ندارد، جز اینکه چند ایمیل به ایمیل های شما اضافه یا بانک اطلاعاتی شما تکمیل شود. با سابقه قدیمی تجارت باید به این نکته توجه داشته باشیم که شرکت ها با یکدیگر معامله نمی کنند، بلکه انسان ها هستند که در مرحله آخر تصمیمات را می گیرند.

مشاور ارزیابی کیفی پیمانکاران به یکی از روش های کاربردی اشاره کرد

الاختـيار

قال رئيس مجلس إدارة شركة مرسل للنقل الدولي
التأثير العميق للعقوبات على التبادلات التجارية



رئيس جمعية منتجي ومصدري الذهب والأحجار الكريمة والفضة والأحجار الكريمة في محافظة طهران
ضرورة إنشاء جمعيات الصداقة لتنمية الأنشطة الإنتاجية والتصديرية للمنظمات



صرح بذلك رئيس مجلس إدارة الشركة فرايرى إيرانيان للشحن
ازدهار الأنشطة الاقتصادية مع تحسن العلاقات السياسية



أعلن ناشط في مجال صناعة السيارات
استيراد اتوبيسات تمسا بداية من العام القادم



وقال الرئيس التنفيذي للمعهد كاوش الوطني
معدات طبية عالية الجودة في ألمانيا



أثار المستشار تقييم الجودة للمقاولين
إمكانية المنافسة في السوق الألمانية مع إدارة الجودة والتفكير المرن



اقترح الرئيس التنفيذي لشركة سبز بوشش روش كيميا
إنتاج المنتجات الخضراء المتوافقة مع البيئة



الرئيسة التنفيذية لشركة باران فرمين تدبير
الجودة العالية لمنتجات طب الأسنان هي قوة الألمان



عالم الاستثمار اختيار ذكي لدخول سوق الأعمال الإيرانية

تمتلك إيران، وهي دولة ذات حضارة تمتد لآلاف السنين وذات موقع جغرافي استراتيجي، العديد من الفرص والقدرات للاستثمار في النفط والغاز والمعادن والبنى التحتية الصناعية المختلفة. كما أن وجود مناخات متنوعة وآثار تاريخية غنية أضاف إليها عوامل جذب سياحي فريدة. بالإضافة إلى ذلك، أدى وصول إيران المريح والرخيص إلى أكثر من مليار شخص في العالم في البلدان المجاورة لها وعبر طريق الحرير، إلى خلق ميزة تصديرية خاصة لنا؛ لذلك، يمكن للدخول الذكي في مختلف القطاعات مثل الصناعة والخدمات والتجارة والشركات الجديدة أن يحقق أرباحاً ضخمة للمستثمرين. تسعى مجلة عالم الاستثمار إلى توفير نافذة جديدة واضحة في الاقتصاد الإيراني الممتنامي، مليئة بالفرص المبتكرة، من خلال تقديم معلومات واضحة وصادقة كمستشار موثوق به. التواصل المباشر مع الشركات النشطة في بيئة الأعمال الإيرانية، لا سيما في مجالات الصناعة والطاقة والخدمات والنقل والمال والتمويل والتأمين، فضلاً عن الأعمال المبتكرة، والاستفادة من خبرة الخبراء جنباً إلى جنب مع توظيف الصحفيين الشباب والمتحمسين والخبراء للتحقيق في القضايا من وجهة نظر الصناعيين ورجال الأعمال الإيرانيين، يعتبر المهمة الرئيسية لمجلة عالم الاستثمار.

تفخر «عالم الاستثمار» بأن أول مجلة إيرانية تصدر بثلاث لغات شهرياً باللغات الفارسية والإنجليزية والعربية يتم نشرها من قبل القطاع الخاص ويتم توزيعها على نطاق واسع في قطاع الأعمال الإيراني. القراء الأعزاء؛ نحن نقدر ثقتكم، جهودنا لتحسين وزيادة رضاكم باستمرار هي جزء من خارطة الطريق لهذه المجموعة لاستجابة بشكل أفضل لاحتياجات جمهورنا. قرائنا الأعزاء يمكنكم التواصل معنا لإدراج محتواكم وإعلاناتكم.

صاحب الامتياز والرئيس التنفيذي:

مرتضى فغانى

رئيس التحرير: فرهاد اميرخانى

المدير التجارى: سارة نظرى

المترجم: سعيد عدالت جو

اتصل بنا : شارع شهيد مفتح، زقاق مرزبان نامه، لوحة

رقم ٢٧، الوحدة الثامنة

رقم الهاتف : +٩٨٢١ ٨٨٨٦٤٨٤٢

رقم الفاكس : +٩٨٢١ ٨٨٨٦٤٧٨٦

الرمز البريدي : ١٥٨٨٨٦٦٣٤٤

رقم الهاتف المحمول : +٩٨ ٩١٢٧٧٠٧٧٤٥

البريد الإلكتروني : d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

منتديات الصداقة؛ الجهات الفاعلة الفعالة في مجال الدبلوماسية



دكتور مرتضى فغاني
رئيس التحرير وعضو
غرفة التجارة طهران

وفي عالم اليوم، ونظراً لتعقد الوضع، فإن مجرد استخدام الأساليب الكلاسيكية لم يعد قادراً على تلبية احتياجات الدبلوماسية الحديثة. كما أن زيادة الوصول إلى كمية كبيرة من المعلومات وسرعة نقلها إلى الجماهير في جميع أنحاء العالم، واجهت الإدارة المتكاملة للسياسة الخارجية من قبل الحكومات تحديات؛ لذلك، وفي ظل الظروف

الراهنة، يمكن اعتبار لعب دور المنظمات غير الحكومية بمثابة بلورة للحضور المنظم لشعب بلد ما في تحديد العلاقات الخارجية والعملية التفاعلية للمجتمع الدولي. وفي الوقت نفسه، يمكن اعتبار جمعيات الصداقة أحد اللاعبين الفعالين في مجال الدبلوماسية العامة. وفي الواقع تعتبر جمعيات الصداقة نقطة تحول في العلاقات بين الدول ولها دور لا يمكن إنكاره في تنمية العلاقات الثقافية والتجارية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها. بمعنى آخر، مع تطور التفاعلات السياسية والدولية وزيادة الفاعلين غير الحكوميين في مختلف المشاهد، لا يمكن للدول الأخرى أن تتجاهل دور المنظمات غير الحكومية والمنظمات غير الحكومية في العمل الخارجي. ومن بين هذه المنظمات، تعتبر جمعيات الصداقة من اللاعبين الناشئين في مجال الدبلوماسية والعلاقات الثقافية والتجارية. في الواقع، تعتبر جمعيات الصداقة في عالم اليوم أحد الأذرع التنفيذية للدبلوماسية العامة الحديثة، والتي سيوفر نشاطها المخطط له المصالح الوطنية للدول بتكاليف أقل.

ومن الجمعيات التي بدأت نشاطها مؤخراً في بلادنا بعد انقطاع دام عدة سنوات هي جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية. جمعية ذات قدرات عالية في الحفاظ على العلاقات وتعزيزها بين شريكين تجاريين منذ فترة طويلة. العلاقة بين إيران وألمانيا لها سابقة تاريخية وبداية هذه العلاقة تعود إلى العصر القاجاري. وعلى الرغم من أن العلاقات بين البلدين شهدت تغيرات وصعوبات وهبوطاً في بعض الأوقات، إلا أن الحقيقة هي أن هناك رابطة غير قابلة للكسر بين الإيرانيين والألمان. إن التاريخ التاريخي والطويل للعلاقات السياسية والثقافية والتجارية بين البلدين من جهة وهذا الارتباط القوي من جهة أخرى يضاعف من ضرورة رابطة الصداقة هذه.

وجمعية الصداقة الإيرانية الألمانية هي منظمة تم إحيائها بعد حوالي ٢٠ عاماً بهدف توسيع العلاقة بين البلدين وتسهيل أنشطة القطاع الخاص. وبصرف النظر عن العلاقات الدبلوماسية، فإن هذه الجمعية، باعتبارها سفيرة للنوايا الحسنة، تتعامل مع المفاوضات لتوسيع العلاقات بين إيران وألمانيا. ورغم أن جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية تعمل بترخيص من وزارة الخارجية ووزارة الداخلية، إلا أنها منظمة غير حكومية مستقلة وجميع أعضائها من الناشطين في القطاع الخاص. نطاق نشاط هذه الجمعية أوسع من نطاق غرفة التجارة الإيرانية وألمانيا ويشمل مجموعة واسعة من المجالات، من بينها التجارة والتجارة والصحة والعلاج والثقافة والفن والسياحة والأوساط الأكاديمية والتعليم. ■

وقال رئيس جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية ويشكل الافتقار إلى التخطيط ونقص البنية التحتية تحدياً في قطاع الاقتصاد والإنتاج



قام بوطاق خانباداغى، الرئيس الحالي لجمعية الصداقة الإيرانية الألمانية، بعد الثورة الإسلامية، بالتعاون مع العديد من الأصدقاء والدكتور تانكبابي، مؤسس هذه الجمعية، بإعادة إطلاق الغرفة الألمانية. وبلغ عدد أعضاء هذه الغرفة ٢٧٠٠ شخص حتى العام الماضي. ومن أجل التحقيق في الأنشطة والتدابير المتخذة في هذا المنتدى، أجرينا محادثة مع خانباداغى، ونحن نقرأ أجزاء من هذه المحادثة.

وأصبحت الظروف الخاصة للبلاد في العلاقات الدولية حافزاً لإحياء هذه الرابطة بعد ٢٠ عاماً؛ جمعية يمكن اعتبارها حلقة وصل بين شعبي البلدين، إيران وألمانيا، والتي، بغض النظر عن العلاقات الدبلوماسية، تتعامل مع المفاوضات لتوسيع العلاقات بين إيران وألمانيا كسفير للنوايا الحسنة. ويشارك في هذا المنتدى ١١ لجنة متخصصة، منها الزراعة والصناعة والصحة والطب والسياحة وريادة الأعمال والثقافية والفنية والجامعية والتعليمية والعلمية والقانونية والتأمين والمالية والمرأة والشباب والعلاقات الدولية، من أجل التحقيق والمتابعة. حتى القضايا عن كثب. يمكن لهذه اللجان تعيين أعضاء إلى أجل غير مسمى والتحقيق في المشاكل والمواقف على الحلول والاقتراحات. وسيتم إرسال الموافقات على هذه اللجان إلى مجلس إدارة الجمعية حتى يتم اتخاذ الإجراءات اللازمة لتسهيل الطلب وعرضها على المسؤولين في البلدين. وفي الوقت الحاضر، تتمتع هذه الجمعية باتصال إيراني مباشر في ألمانيا، والتي تتابع على وجه التحديد القضايا المتعلقة بإيران.

في جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية، من أجل تحسين العلاقة وتوسيع التعاون بين البلدين، قدمنا اقتراحات أنه بالتعاون مع ثلاث وزارات في بلادنا، يمكننا إنشاء معرض دائم أو مركز لعرض المنتجات للشركات الصغيرة والمتوسطة. الصناعات المتوسطة ذات الشروط الخاصة، والتي ولحسن الحظ لقيت ذلك ترحيباً منهم، ولكننا بحاجة إلى تعاون وتعاون في تنفيذ هذه الفكرة.

إن استثمار الشركة في المعارض الدولية والسياحية والصناعية وعرض المنتجات المنتجة محلياً يمكن أن يوفر ملايين الوظائف ومليارات التومان من الدخل للبلاد والثقة الدولية. أداء آخر للمعرض بالإضافة إلى الموضوع الاقتصادي. وهو مركز لتبادل العلوم والتكنولوجيا والابتكار وتعريف جيل المستقبل في البلاد. وفي الوقت نفسه، فإن عدم الاستعانة بذهي الخبرة والخبرة من قبل الحكومة وضغط العقوبات وتقلبات أسعار الصرف وعدم استقرار القوانين وعدم توفر الحوافز اللازمة في كافة المجالات الاقتصادية، جعل حتى السياح لا يملكون الكثير. الرغبة في السفر إلى إيران أو التعاون، وهذا ما جعل المستثمرين مترددين. ولسوء الحظ، في القطاع الاقتصادي والإنتاجي، نرى نقصاً في التخطيط وإنشاء البنية التحتية مما يتماشى مع التعاون الدولي. ■



رجل الأعمال النموذجي للبلاد

قطاع الإنتاج يفتقر إلى رأس المال العامل

فضل الله جواهري رجل أعمال وطني نموذجي وأحد الناشطين الاقتصاديين المشهورين، بدأ العمل في المجالات الإنتاجية والاقتصادية منذ صغره. رجل الأعمال الكبير هذا في بلدنا، والذي مر بالعديد من التقلبات، يدير حاليًا ٦ مصانع ويعمل أكثر من ٣ آلاف عامل في المجمعات الخاضعة لإدارته. وهو حاليًا أيضًا الرئيس التنفيذي لشركة يزد الكترود ورئيس مجلس إدارة شركة صنایع مفتولی زنجان. نقرأ أجزاء من المقابلة مع رجل الأعمال المثالي هذا.

أنا عضو في مجلس إدارة جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية وتعاوني مع الألمان له تاريخ طويل وقمت باستيراد جميع الآلات والتقنيات الخاصة بالمصانع من هذا البلد. في الواقع، من السهل جدًا العمل مع الألمان لأنهم أشخاص إيجابيون وتقنيون ومتميزون. لقد كنت عضوًا في غرفة التجارة الإيرانية الألمانية لسنوات عديدة، وبسبب التعارف المتبادل بيني وبين السيد خانباداغي، اقترح أن ننشئ جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية. بالطبع، ما زلت لا أعرف ما هو الهدف الرئيسي لهذه الجمعية وما الذي يفترض أن تفعله، لكنني أعرف هذا القدر أن السيد خان باداغي شخص قادر وقوي ويستطيع أن يجعل هذه الجمعية ناجحة ١٠٠٪. أمنيته أن تنجح جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية وأن يكون لها مكانة جيدة لبلدنا في المستقبل وتعمل من أجل مصالح إيران.

اليوم، يقدم المنتجون التضحيات، وهناك ضغط عمل كبير عليهم لا يوصف. صحيح أنه عندما ترتفع الأسعار، يرفع المنتجون الأسعار، لكن رأس المال العامل منخفض للغاية. بعبارة أخرى؛ إن حجم الأموال المتاحة للمنتج لا يتوافق مع ما يريد القيام به.

أعتقد أنه إذا تم إعداد الأساس فإن إيران هي أفضل بلد للاستثمار، لأن بلادنا تتمتع بمكانة فريدة في المنطقة والعالم، فهي تعتبر من أغنى مناطق العالم من حيث الموارد والمناجم، و إنها دولة غنية. إذا كانت هناك إدارة جيدة وممكننا من رفع مستوى إدارتنا، فسيكون من الممكن جذب الاستثمار.

في الحالة التي تكون فيها طاقتنا الإنتاجية ٧٠٪، يكون الحد الأقصى للإنتاج ٣٠-٤٠٪؛ لذلك، يتعين علينا إعداد المنصات حتى تتمكن من مثل هذه الحالة من الحصول على ٧٠٪ من طاقتنا الإنتاجية وفي نفس الوقت التصدير.

وقد أثار هذا الأمر أحد أعضاء مجلس إدارة جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية أثر جمعيات الصداقة في زيادة التفاعلات بين الدول



لقد أدى فرض العقوبات على بلدنا إلى خفض علاقات إيران التجارية والاقتصادية مع الدول الأخرى إلى الحد الأدنى، وهذا التخفيض في مستوى العلاقات أثر حتى على شركاء إيران القدامى مثل

ألمانيا. في الحديث الذي أجريناه مع أحمد أصل ركن آبادي، عضو مجلس إدارة جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية، ناقشنا مختلف جوانب نشاط هذه الجمعية. نقرأ أجزاء من هذا الحديث. هناك قدرات ومساحات مختلفة لتطوير التعاون في مختلف الأبعاد السياسية والاقتصادية والثقافية مع مختلف البلدان، ومن بينها روابط الصداقة بين البلدان. إن أحد أهم الشركاء الاقتصاديين لإيران هو جمهورية ألمانيا الاتحادية، التي لها تاريخ طويل من العلاقات التجارية معنا. يتم استيراد معظم تقنياتنا البتروكيماوية الجيدة من ألمانيا. ولذلك يتطلب منا أن نسعى دائمًا لتطوير التعاون مع ألمانيا.

إن إعادة تنشيط غرفة الصداقة الإيرانية الألمانية هي فرصة جيدة للغاية للمساعدة في تطوير العلاقات الثقافية بين شعبي إيران وألمانيا، وكذلك تطوير العلاقات الأخرى التي يشعر الجانبان بالحاجة إليها. في الاقتصاد هناك سلع وخدمات متنوعة، بعضها بدائل وبعضها مكمل. وفي ما يتعلق بالجمعيات، فإن معظم الخدمات تكون مكمل وليست بديلة؛ ولذلك فإن توفر هذه المرافق يعد ميزة ونقطة إيجابية، ولا يتنافس أي منها مع الآخر، بل يكمل كل منهما الآخر.

في جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية، قمنا بتنظيم عدد من الفعاليات وقمنا بدعوة الأصدقاء، وشاركت شخصيات مهمة جدًا موجودة في المشاريع الاقتصادية للبلدين، في هذه الأحداث، الأمر الذي كان مثيرًا للاهتمام للغاية بالنسبة لنا. ويحظر النظام الأساسي للجمعية العمل التجاري، ولكن عقدت اجتماعات في قلب هذه الجمعية مما أدى إلى تكوين تفاعلات اقتصادية عالية.

نظمت جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية ثلاثة أحداث العام الماضي. كما عقدنا عدة لقاءات مع وزارة الخارجية ومدير عام أوروبا ومختلف جهات هذه الوزارة وقدمنا آراء استشارية لهم، ونظرًا لخبرة المهندس خانباداغي ومعرفته الجيدة بالسوق الألماني والسياسيين والشيوخ في هذا البلد، سواء لوزارة الخارجية أو كما يقدم المشورة للمنظمات المنبع. كما سيتم إقامة معرض حول الأنشطة الثقافية والاجتماعية للبلدين في ألمانيا، ويمكن أن نتواجد فيه أقسام الحرف اليدوية أيضًا. في الواقع، تهدف الجهود إلى تطوير العلاقات بشكل غير مباشر في مختلف

القطاعات. ■

تعمل جمعيات الصداقة على تعزيز التواصل بين الثقافات



وفي مقابلة مع سيف الله نيكنامي، عضو مجلس إدارة جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية، وهو أيضًا رئيس مجلس إدارة جمعية أرباب العمل في مجال التكنولوجيا الرقمية والاستخبارات الإيرانية، أكد: «كل جهودنا تم إنشاء البنية التحتية اللازمة والتحديد الأولي للشركات النشطة في المجالات المتعلقة بالثورتين الصناعيتين الرابعة والخامسة، لتوفير مسار تطوير الاقتصاد الرقمي والاقتصاد القائم على التكنولوجيا في البلاد لعمولة الخدمات والمنتجات، ونحن نحاول حل المشاكل التي تواجهها هذه الصناعة مع المنظمات والمؤسسات الأولية من خلال أساليب تحرير والتسهيل. لقد ناقشنا في هذه المحادثة مختلف أبعاد التعاون بين إيران وألمانيا. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

مما لا شك فيه أنه بدون ثقة ودعم القطاع الخاص، سيكون من الصعب للغاية تحقيق الأهداف الأولية للبلاد ونمو الناتج الإجمالي الوطني من الاقتصاد الرقمي. ومن خلال تحديد الفرص الثقافية والاقتصادية، فقد وفرنا مساحة لتطوير العلاقات الودية بين الشعبين والصناعات في إيران وألمانيا.

تم تسجيل جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية في وزارة الداخلية في منتصف عام ٢٠٠٢ بجهود مجموعة من الشيوخ الناشطين في المجال الألماني بالتعاون مع وزارة الخارجية. وفي بداية التأسيس، اتخذوا خطوات فعالة في تعزيز الأهداف المشتركة للطرفين.

تم إنشاء جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية من أجل تعزيز العلاقات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية بين البلدين. يمكن أن تختلف امتيازات جمعية الصداقة من حيث الجوانب الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية وتختلف باختلاف طبيعتها وأنشطتها؛ لكن بشكل عام، تعمل جمعيات الصداقة على تقوية الروابط بين ثقافات وشعبي البلدين وتسهيل التعاون المتبادل في مختلف المجالات.

إقامة معارض فنية وثقافية وتبادل ثقافي للفنانين والمثقفين: تحاول جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية إقامة العديد من المعارض الفنية للفنانين الإيرانيين والألمان في كلا البلدين على مدار العام. وتمثل هذه المعارض فرصة للتبادل الثقافي بين البلدين ولتعريف شعبي البلدين بفن وثقافة البلدين.

عقد ندوات ولقاءات علمية وثقافية: تحاول جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية عقد ندوات ولقاءات علمية وثقافية حول موضوعات مختلفة في كلا البلدين. وتعتبر هذه الندوات واللقاءات فرصة لتبادل الآراء والحوار بين الخبراء والمفكرين في البلدين. ■

مؤسس جمعية أصحاب العمل في شركات المعرفة

نحن صوت الشركات القائمة على المعرفة



إن تطوير الشركات القائمة على المعرفة هو أحد التصرّيات التي سمعها المسؤولون مرات عديدة في العقد الماضي. يعد فصل المجتمع العلمي في البلاد عن الصناعة أحد الأسباب الرئيسية لتخلف البلاد. في محادثة مع محمد هادي طسوجي آذر، مؤسس رابطة أصحاب العمل للشركات القائمة على المعرفة، قمنا بالتحقيق في وضع هذه الشركات في إيران. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

وكان فراغ المنتجات الإيرانية في الأسواق العالمية أحد اهتماماتي الدائمة. ورغم أنني كنت على دراية بالقدرة العلمية التي يتمتع بها النخبة في البلاد، إلا أنني لم أرقط أنشطة تجارية تضاهي هذا المستوى من القدرة في السوق. ومن أجل تحقيق هذا الهدف، قمنا بوضع أجندة التسويق والتسويق في الدول المجاورة لتصدير المنتجات والخدمات الإيرانية. لإنجاز هذا البرنامج الشامل، كنا بحاجة إلى هوية قانونية توفر منصة ل طرحنا على المستوى الدولي؛ ولذلك قمنا بتسجيل منظمة التجارة الدولية ذات المسؤولية المحدودة، والتي أتولى إدارتها حاليًا.

في البداية، حصلنا على الموافقة القانونية من وزارة خارجية المملكة المتحدة وكذلك موافقة سفارة جمهورية إيران الإسلامية في لندن. وحتى الآن، تم تسجيل ٧٠٢ شركة محلية دوليًا وحصلت على الهوية القانونية الدولية. وفي الواقع، أدى هذا الإجراء إلى تمكين الشركات الإيرانية من بيع منتجاتها وبضائعها في العالم بغض النظر عن بيئة العقوبات.

لسنوات عديدة، كان لدي اتصال مع مجموعة واسعة من النخب والمتعلمين من خلال تعليمي. وكان الشغل الشاغل لنا جميعًا هو كيفية تسويق المنتجات والاختراعات والابتكارات العلمية وتقديمها للعالم. إحدى الفجوات الكبيرة في هذا المجال كانت عدم وجود رابطة لأصحاب العمل في الشركات القائمة على المعرفة، وفي هذا الصدد، قررنا مع العديد من الأصدقاء إنشاء مثل هذه المنظمة. وأخيرًا، وفي عملية استغرقت ثلاث سنوات وبعد إزالة جميع العقوبات القانونية، حصلنا على ترخيص أول جمعية تجارية للشركات القائمة على المعرفة.

أي منتج يتم تسويقه في العالم بعلامة قائمة على المعرفة سيتم استقبله بشكل جيد في السوق وسيتم قبوله عاجلاً. الدعم العلمي للمنتجات المعرفية هو ورقتها الراحبة في الأسواق العالمية. هذه القاعدة صحيحة في جميع أنحاء العالم، لكن هناك عوائق مثل البيروقراطية الإدارية المعقدة في البلاد، والتي تدفع التحصيلات إلى التحرك نحو الإحباط وانعدام الحافز. ولحسن الحظ، فقد تمكنا من إعادة تعريف المفاهيم من خلال العمل كوسيط بين الشركات القائمة على المعرفة والمؤسسات ذات الصلة. في الواقع، تمكنا من تقديم مطالب قانونية لهذه المجموعات وأن نكون صوتهم. ■



اقترح الرئيس التنفيذي لشركة سبز بوشش روش كيميا

إنتاج المنتجات الخضراء المتوافقة مع البيئة

المنتج الأخضر هو منتج له تأثير أقل على البيئة خلال دورة حياته ويجلب فوائد اقتصادية واجتماعية وبيئية. يعد الحد من الهدر والكفاءة في استهلاك الموارد هدفين رئيسيين يتم اتباعهما في إنتاج المنتجات الخضراء. في المحادثة التي أجريناها مع محمد رضا حاج باباي، الرئيس التنفيذي لشركة سبز بوشش روش كيميا، قمنا بدراسة الجوانب المختلفة لهذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تأسست هذه الشركة في أغسطس ٢٠١٦، ومنهجها هو العمل في مجالات مبتكرة للبيئة، بما في ذلك المجالات المتعلقة بالتطبيقات البيئية فيما يتعلق بفصل النفايات عن المصدر، تجميع النفايات، الاستهلاك الأمثل للمياه والطاقة، البرامج المتعلقة بالمراقبة الذكية وأنظمة الحد من التلوث وإدارة التلوث وإدارة النفايات والنشاط في مجالات الذكاء الاصطناعي ومجال خدمات المنتجات الخضراء والمجالات المبتكرة للهندسة البيئية. وبما أن التركيز التالي لنشاط الشركة سيكون في مجال إزالة التلوث البيئي، يمكننا أيضًا خلق نوع من القيمة المضافة عن طريق إزالة الملوثات من بيئة الماء والتربة والهواء وإدارة مياه الصرف الصحي والنفايات.

ولأول مرة، اتبعت شركة سبز بوشش روش كيميا مثال الآلية المعترف بها دوليًا فيما يتعلق بمنح الشهادات والعلامات البيئية، أو العلامة البيئية. لأول مرة، قمنا بتصميم وتسمية يوز سبز كعلامة تجارية فريدة من نوعها للبلاد. تتوافق إجراءات منح هذه العلامة تمامًا مع إجراءات التدقيق ومنح العلامة الخضراء في المجتمع الدولي وتتبع معايير IP و PCR. وحتى الآن، تعمل هذه الشركة بالتعاون والتنسيق مع منظمة حماية البيئة ومنظمة البرنامج والميزانية ومنظمة المعايير على وضع إطار قانوني لمنح هذه التسمية لجمهورها وعملائها.

نحن لا نحصر المنظمات والشركات المهتمة بالحصول على هذه العلامة البيئية؛ بمعنى آخر، يمكن لجميع المنظمات والشركات والصناعات وحتى المناجم والمجموعات التي لديها مناطق خدمة التقدم بطلب للحصول على هذه العلامة.

ألمانيا هي رمز الجودة والالتزام بالمعايير البيئية، وإذا تمكنا من عقد اتفاقيات وتشكيل جمعية، يمكننا تبادل المعرفة والخبرات. الشركات في بلدنا الراغبة في أن تخضع للتدقيق في هذه العملية، يمكننا وضع الخطط وترتيب الزيارات لها وأخيرًا الاستفادة بشكل مشترك من هذه الشركات من الشهادات التي يمكن أن تشمل الموافقات الداخلية والخارجية. ■

رئيس جمعية منتجي ومصدري الذهب والأحجار الكريمة والفضة والأحجار الكريمة في محافظة طهران

ضرورة إنشاء جمعيات الصداقة لتنمية الأنشطة الإنتاجية والتصديرية للمنظمات



في حوار مع إسفنديار سيفي، أحد المنتجين المعروفين في صناعة الذهب في البلاد، قمنا بالتعرف على حالة هذه الصناعة في البلاد. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

لذلك، اليوم، من حيث جودة الإنتاج والتنوع في التصميم

والطراز، أنا من بين الشركات المصنعة البارزة ذات العلامات التجارية. نقوم بتنفيذ وإدارة عملية الإنتاج بأكملها بدءًا من توليد الأفكار والتصميم والإنتاج وحتى بيع المصنوعات اليدوية. من ناحية أخرى، في هذا المجموع، تتم جميع عمليات الإنتاج. ومن الجدير بالذكر أننا قمنا ببناء مصنع حديث في إحدى المدن الصناعية في أطراف العاصمة، حيث جميع الآلات إيطالية ولديها القدرة على إنتاج مصنوعات يدوية بمعايير عالمية، ومصنوعات يدوية يمكنها المنافسة في العالم يتم إنتاج الأسواق. في كل دول العالم يستخدمون قدرة السياسة الخارجية لتنشيط الاقتصاد وتحريكه، ولكن للأسف لم يتمكن من الاستفادة من هذه الميزة في الوقت المناسب. وفي صناعة الذهب والمجوهرات هناك العديد من الأفكار والاقتراحات، لكن حتى الآن لم يتم تقديم أو تجميع أي مقترح بشأن إنشاء صندوق للذهب له مبررات فنية واقتصادية.

في الوقت الحالي، لا توجد إحصائيات مهمة لتصدير المصنوعات الذهبية، وهي بالطبع غير ذات أهمية. في مجال تصدير الذهب، نحن منخرطون في قانونين خلقا تحديات.

إن الألمان حريصون جدًا على توفير التكنولوجيا الحديثة في العالم للمنتجين الإيرانيين، بل واقترحوا أنه وفقًا لقدرات وإمكانيات شركات الإنتاج، يجب علينا إنشاء شركة إنتاج جديدة وبناء نادي تصدير وبهذه الطريقة نتواصل مع إيران. الأسواق الألمانية، حتى يقبلوا التكنولوجيا والمواد الاستهلاكية وتوريد المعدات، ونلتزم بالإنتاج بالحجم الذي يريدونه.

في الوقت الحالي، نحن بحاجة إلى رابطة صداقة إيرانية ألمانية، ورابطة صداقة إيرانية ألمانية مع الدول الأخرى، والتي ينبغي دراستها وإجراء دراسات الجدوى. إن إنشاء هذه الجمعيات سيربط مناطق الإنتاج بلدنا بقطاعات المبيعات في البلدان الأخرى، ومع تحسين جودة الإنتاج وخلق فرص العمل، فإنه سيفتح لنا أسواق عملات واستهلاك جديدة. إن دول إيطاليا وألمانيا وحتى تركيا تمتلك التكنولوجيا ويمكننا إنشاء رابطة صداقة معهم حتى يتم تعريفنا بالدول التي تستهلك منتجات الذهب

والمجوهرات كمنتجين. ■

الرئيسة التنفيذية لشركة باران فرمين تدبير الجودة العالية لمنتجات طب الأسنان هي قوة الألمان



وفي حديث مع السيدة الهام السادات مظلومي الرئيسة التنفيذية لشركة باران فرمين تدبير الممثل الحصري لشركة أوليدنت الألمانية البولندية في إيران، اعتبرت أن هدف هذه الشركة هو الوصول إلى

سوق طب الأسنان وأكدت أنه من خلال تقديم خدمات عالية الجودة منتجات ذات جودة عالية، وقد تمكنت هذه المجموعة من ذلك خلال فترة قصيرة من الزمن، بالإضافة إلى تحقيق مكانة كبيرة في السوق الإيرانية، ويمكن تصدير هذه المنتجات إلى دول أفغانستان والعراق وتركيا. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

ونظراً لتاريخ العيش في ألمانيا ومعرفة صناعة هذا البلد في مجال طب الأسنان وكذلك الأمور المتعلقة بالتجارة والمراسلات والمفاوضات، قررت العمل في مجال استيراد المنتجات المتعلقة بهذا المجال.

هدفنا الرئيسي هو التواجد في سوق طب الأسنان وتقديم منتجات عالية الجودة، بحسب الإحصائيات المتوفرة فإن كل طفل يبلغ من العمر ١٠-١٢ سنة لديه سنان مسوستان، ومع مرور الوقت سيزداد هذا العدد وستكون هناك حاجة إلى علاجات معقدة، ولهذا السبب قررت اختيار العلامة التجارية المركبة والتي كانت من أولى العلامات التجارية مراحل العلاج، وبالإضافة إلى كونها قابلة للاستهلاك ولديها سوق مشتركة، لم يكن لديها إنتاج محلي وكانت تحديات الاستيراد أقل من الزرعات. الآن يتم إنتاج هذا المنتج أيضاً في الداخل. أحد البرامج المرغوبة لدينا هو إنتاج المواد المركبة في البلاد لتوفير النقد الأجنبي وتسهيل وصول الأطباء إلى هذا المنتج. ومن الجدير بالذكر أنه باعتبار أن منتجاتنا هي منتجات استهلاكية، فهي لا تشمل خدمة ما بعد البيع، ولكن هذه الشركة تضمن جميع منتجاتها.

قوة المنتجات الألمانية تكمن في ثقة هذا البلد بالجودة العالية لمنتجات طب الأسنان، مما جعل أطباء الأسنان يختارون المركبات الألمانية. المركب مصنوع من مواد راتنجية وصيغة تصنيعه سريعة تماماً وجودته لها أهمية كبيرة.

وقد تحدثت المركبات المزيفة العديد من الوكالات الحصرية. على سبيل المثال، لا يقوم البنك المركزي بتخصيص العملات الأجنبية في الوقت المحدد، ولهذا السبب تدخل البضائع إلى البلاد في وقت متأخر ويفقد المستوردون سوقهم إلى حد ما، مما يحيط بالسوق. بالطبع، لمنع حدوث ذلك، تم اتخاذ إجراءات، بما في ذلك وضع علامة أصالة المنتج على المنتج، ولكن للأسف هناك طرق لإزالة ذلك ■

أعلن ناشط في مجال صناعة السيارات استيراد اتوبيسات تمسا بداية من العام القادم



بعد تحديث أسطول النقل ضرورة جدية وأهمية خاصة. إن تآكل أسطول النقل، رغم تأثيره على زيادة استهلاك الوقود، يؤدي إلى شدة التلوث. في محادثة مع الدكتور محمد نيكخواه، الذي سيصبح قريباً الرئيس التنفيذي لشركة كارمانيا خودرو أرونند، قمنا بتحليل حالة أسطول النقل في الضواحي والقضايا ذات الصلة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

لقد قمنا بإعداد البنية التحتية لهذا المجمع منذ حوالي ٣ أشهر. وبالطبع فإن كارمانيا خودرو أرونند هي ممثلة لمصنع كبير في أوروبا، تقع شركته في تركيا وتعمل تحت اسم تمسا في مجال إنتاج الحافلات والحافلات الصغيرة والشاحنات الصغيرة. نحن ممثلون لهذه الشركة في إيران منذ عام ٢٠١٤ وقمنا باستيراد منتجاتها، ولكن لبعض الأسباب توقف العمل حتى الآن وبدأنا في البدء به الآن.

وقبل بداية العام الجديد وفي شهر مارس من هذا العام، وبمساعدة وزارة الصناعة ووزارة الطرق، سيتم إضافة حافلة تمسا إلى نظام النقل العام. وبالطبع، قبل استيراد أي سيارة، يجب التأكد أولاً من إمكانية تقديم خدمة ما بعد البيع. في هذا الصدد، منذ حوالي شهرين، قمنا بالخطوات اللازمة حتى تتمكن شركة فحص الجودة والمعايير الإيرانية (ISQI) من إصدار تأكيد يتعلق بخدمات ما بعد البيع التي تقدمها هذه المجموعة وإبلاغ وزارة السلامة، و كما تقوم هذه الوزارة بإبلاغ الوزارة للإعلان عن طريقة إضافة اسم هذه الحافلة إلى نظام أسطول النقل وإتاحة إمكانية استيرادها وتسجيل طلبها.

إذا كانت الحافلات الأخرى تستخدم ١٠ لترات من الوقود لكل ١٠٠ كيلومتر، فإن استهلاك حافلات تمسا للوقود يتراوح بين ٦,٥ إلى ٧ لترات لكل ١٠٠ كيلومتر. وطبعاً المهم جداً هو أن الوقود في بلادنا ليس ذو جودة عالية، لذلك يجب على وزارة الصناعة والمناجم قبل استيراد هذه الحافلات التشاور مع وزارة النفط لتحسين جودة الوقود حتى يتمكن من ذلك. متوافق مع محركات هذه الحافلات. إذا كان سيتم استيراد سيارة عالية الجودة، فيجب أيضاً تحسين حالة الطرق وجودة الوقود. تمسا، إحدى أكبر شركات تصنيع الحافلات في أوروبا، تعمل في تركيا وتنتج حافلات وحافلات صغيرة وشاحنات صغيرة عالية الجودة، ونقوم حالياً بعقد اتفاقيات مع مجموعات في تركيا وكوريا الجنوبية لتصنيع المقصورة في إيران واستيراد هيكل القيادة وهو مضيعة للوقت. ■

وقال الرئيس التنفيذي للمعهد كاوش الوطني

معدات طبية عالية الجودة في ألمانيا

كاوه سيدان، الرئيس التنفيذي للمعهد كاوش الوطني، هو طبيب أسنان حصل على خبرته في الأطراف الصناعية وزراعة الزمالة من جامعة فرانكفورت بألمانيا، وعمل في جامعة الشهيد بهشتي لمدة ٣٠ عامًا. نقرأ أجزاء من المقابلة مع هذه الشخصية المعروفة في طب الأسنان والأطراف الاصطناعية في إيران.

معهد كاوش هو عضو في غرفة التجارة الإيرانية الألمانية، وفي الوقت نفسه يعتبر ممثلاً لجمعية زراعة الأسنان الإيرانية الألمانية. كافاش هي جمعية مسجلة في إيران وألمانيا تنظم دروسًا ودورات تدريبية. كما قام هذا المعهد بإصدار كتب وله منشورات وموقع على شبكة الإنترنت. وفي هذا الصدد، أصدر هذا المعهد ١٦ كتابًا. وقبل عصر كورونا، كانت تصدر أيضًا النشرات الإخبارية والمجلات التي يبلغ توزيعها ١٠٠٠٠ نسخة، والتي كانت متاحة لأطباء الأسنان، وكان توزيعها مرتفعًا، ولكن بالطبع توقف بعد تفشي كورونا. هذا المعهد مثابر جدًا في العمل الخيري ويقدم الكثير من المساعدة للمرضى الذين يعانون من سرطان الفم. وفي عام ٢٠٠٨، تم الحصول على الإذن بإنشاء معهد كافيش للمعهد كاوش الوطني مؤسسة خاصة ولا يتلقى تمويلًا من أي منظمة أو مؤسسة؛ ولذلك، عليها أن توفر الأموال التي تحتاجها وتستمر في التحرك من تلقاء نفسها. وفي ظل هذه الظروف الاقتصادية وبدون عائدات اقتصادية، يصبح مجرد التعليم مهمة صعبة. معظم المؤسسات التعليمية التي تعمل تقوم بإحضار منتج تجاري ثم تقوم بعملها وتقديم التدريب فيما يتعلق به. ليس لدينا أي منتجات تجارية ونقوم فقط بالعمل التعليمي ولا نعلن أو نبيع أي منتجات، نبيع المنتج التعليمي فقط.

منذ تأسيسه، قام هذا المعهد بتدريب حوالي ٥٠٠٠ طبيب، معظمهم من أطباء الأسنان الإيرانيين وبعضهم من أطباء الأسنان الأفغان الذين جاءوا إلى إيران للتدريب. بالإضافة إلى ذلك، تمت زيارة وعلاج عدد كبير من المرضى من قبل أطباء الأسنان في هذا المعهد، وتم اتخاذ إجراءات جيدة في زراعة الأسنان والصفائح والمواد المركبة، وجميع مجالات طب الأسنان التي تتطلب مهارات جديدة.

إن جودة المعدات الطبية المنتجة في ألمانيا لا مثيل لها حقًا؛ بحيث تكون أعلى من المعدات المنتجة في أمريكا. هذا الاختلاف في جودة المعدات يؤدي إلى اضطراب الشركات الأمريكية الكبيرة في كثير من الأحيان إلى شراء شركات ألمانية حتى تتمكن من استخدام تلك التكنولوجيا.



نائبة الرئيس التنفيذي لشركة توربين

يعد اتخاذ القرار الصحيح والبصيرة الحكيمة من أهم الاهتمامات العقلية للشركات



شركة توربين هي شركة عائلية موجودة منذ ٥٠ عامًا. مؤسس الشركة هو السيد شاهرخ فرزانه، الذي بدأ هذا المجمع في عام ١٩٧٩، ومع مرور الوقت، دخل إخوته أيضًا في هذا المجال. وفي حديث مع السيدة فريس فرزانه، وهي حاليًا عضو مجلس إدارة ونائب

الرئيس التنفيذي لشركة توربين، استقصينا وضع هذه الشركة. نعمل في شركة توربين في ٣ أقسام رئيسية، أولها خط إنتاج مولدات المحركات مع لوحات التحكم. وجزء آخر يتعلق بتصميم وبناء أجهزة الاختبار في بداية خطوط الإنتاج، بما في ذلك إنتاج قطع غيار السيارات، والتي يمكن الإشارة إليها باختبار علبة التروس، واختبار الدينامومتر، واختبار عجلة القيادة، وما إلى ذلك. منذ حوالي ١٧ عامًا، ونظرًا للحاجة المستمرة في تصميم وتصنيع الأجهزة، بدأنا باستخدام محولات الطاقة وما يعرف اليوم بالمحولات، مما جعلنا ندخل في عملية العمل بشكل أكثر احترافية وأصبحنا ممثل شركة KEB الألمانية وقد استمر هذا التعاون لفترة طويلة.

يعود تاريخ التعاون مع الشركات الأوروبية إلى عام ١٩٩٨، عندما عملنا مع شركة تدعى غاز تكتيك. كان عمر تلك الشركة أكثر من ٧٠ عامًا، وفي وقت ما، انضمت إلى شركة سويسرية، ونتيجة لذلك تغيرت خبرتها في العمل قليلًا، وانخفض ارتباطنا بهذه المجموعة. بالإضافة إلى ذلك، فإننا نمثل شركة بلجيكية منذ ١١ عامًا.

في مجال أجهزة الاختبار، فإن عملية العمل لدينا تكاد تكون حصرية ولا توجد شركة أخرى في إيران تصنع هذه الأجهزة بالهيكل والمواصفات المذكورة، ويتم التصميم الهندسي وأعمال التخطيط الخاصة من قبل زملائنا والفريق الهندسي للمجمع. يعمل جزء من الشركة بطريقة متخصصة للغاية على تحسين استهلاك الطاقة الكهربائية، وهو أحد ما يميز شركة توربين. منذ سنوات مضت، أثرت مسألة ارتفاع تكلفة الطاقة وقيمتها في العالم.

عندما ندخل تفاصيل كل بلد وإقليم؛ يواجه الحرفيون والمزارعون والتجار مشاكل، وهذا ليس أمرًا فريدًا بالنسبة لبلدنا. في بعض الأحيان يرتفع الضغط وأحيانًا يعود إلى طبيعته، لكنه لا ينخفض أبدًا. في كل بلد، لرجال الأعمال مشاكلهم الخاصة، لكن فن مديري الأعمال والصناعة هو اتخاذ أفضل القرارات والانتقال بأمان من أزمة إلى أخرى.

وأوضحت رئيسة اللجنة النسائية في جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية

جمعيات الصداقة؛ الأذرع القوية للدبلوماسية الثقافية



في مقابلة مع السيدة
ليلى أجدرى المديرية
العامّة السابقة لمكتب
التسويق والتطوير
السياحي التابع لوزارة
الثراث الثقافي والسياحة
والصناعات اليدوية
ورئيسة اللجنة النسائية

لجمعية الصداقة الإيرانية الألمانية وأحد الناشطين المعروفين وفي مجال
السياحة قمنا بدراسة حالة هذه الصناعة في البلاد. نقرأ أجزاء من هذا
الحديث. انت الآن تقرأ.

من أهم إجراءات مكتب التسويق والتطوير السياحي هو تحديد الأسواق
المستهدفة، ومراجعة الأسواق المستهدفة بشكل دوري والبحث في تفاصيل
الأسواق المستهدفة؛ أي سلوكيات المستهلك واهتمامات وأذواق السياح في
هذا السوق المستهدف المحدد. كما يتم نشر وتحميل الكتيبات الخاصة
بهذه الحالات على موقع الوزارة ويمكن للمهتمين الاستفادة منها. وفي
مجال التسويق، وبعد تحديد الأسواق ومعرفتها، قمنا بصياغة خطة
عمل لكل سوق؛

تعد ألمانيا أحد الأسواق التقليدية لإيران، وكلما حدث شيء جيد في
مجال العلاقات مع الدول الأوروبية، كان السياح الألمان يأتون إلى إيران
باهتمام. السياح الذين يهتمون بشكل أساسي بإيران هم سياح ثقافيون
وربما يكون لديهم فهم أفضل بكثير لتاريخ وحضارة بلدنا منا نحن
الإيرانيين؛ لذلك، من المهم جداً العمل مع هؤلاء السياح بشكل احترافي.
لدينا في الغرفة الإيرانية الألمانية قدرة على متابعة قضايا الصناعة ولدينا
قدرة أخرى هي جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية.

لم نحقق الأهداف المرجوة بعد، لكن حقيقة توفر المنصة وتمكننا من
الحصول على مكانة كجزء من جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية تعتبر
مسألة مهمة. نحن نتشاور حالياً حتى نتمكن من العثور على أشخاص
على الجانب الآخر ليطامش مع هذه الأهداف ونهجننا. وبشكل عام، لقد
سلكنا طريقاً ناجحاً، لكننا لم نصل بعد إلى أهدافنا وأمامنا طريق طويل
لنقطعه .

إن طريق التفاعل الثقافي لا يغلق أبداً، لأن من يبحث عن التوتر والحرب
والفتنة ليسوا من أهل الثقافة. وفي الحقيقة فإن المثقفين وعددهم كبير
جداً، لا يتأثرون بقضايا أخرى ويسعون دائماً لبناء عالم أفضل ومحاولة
تحسين العلاقات بين الدول من خلال أدوات الثقافة والفن.

واعتقد أن منتديات الصداقة تمثل منصة جيدة ومهمة للغاية لتحقيق
هذه القضية. في الحقيقة، رغم كل العوائق السياسية وضيق الأفق
والقضايا الاقتصادية، إلا أنني أمل المستقبل، لأنني أمل الناس. ■

قال رئيس مجلس إدارة شركة مرسل للنقل الدولي التأثير العميق للعقوبات على التبادلات التجارية



شركة مرسل للنقل الدولي هي شركة عائلية تأسست عام ١٩٧٦ على يد
مرتضى كوكبي، أحد كبار الناشطين في التجارة بين إيران وألمانيا، مؤسس
وعضو مجلس الإدارة ورئيس غرفة التجارة الإيرانية الألمانية، الذي تلقى
تعليمه في هذا البلد. وفي مقابلة مع كاربا كوكبي، عضو ومفتش غرفة
التجارة الإيرانية الألمانية وعضو مجلس إدارة جمعية الصداقة الإيرانية
الألمانية، والذي يشغل الآن منصب رئيس مجلس إدارة هذه الشركة،
قمنا بالتحقيق في وضع هذه الشركة وصناعة النقل. نقرأ أجزاء من
هذه المقابلة.

تأسست هذه الشركة عام ١٩٧٦، وكان لها، بالإضافة إلى طهران، مكاتب
في هامبورغ وميونخ وأثينا، وتعتبر من أولى شركات النقل في إيران. وبعد
ثورة ١٩٧٩، أُغلقت مكاتب هذه الشركة في ميونخ وأثينا، لكن مكتب
طهران استمر في العمل. وفي الوقت الحالي، بعد إعادة فرض العقوبات،
انخفض نشاط الشركة مرة أخرى، لكنها لا تزال نشطة وتمارس نشاطها
بمستواها ومكانتها، بكل قوتها وبشكل جيد نسبياً، لكن لا يمكن القول
إنها في حالة جيدة. .

نحن نشطون أيضاً في مجال النقل بالسكك الحديدية. في زمن كورونا
وبسبب إغلاق حدود تركيا وإيران اضطررنا للعمل في مجال النقل
بالسكك الحديدية. بالطبع، في السنوات التي سبقت تفشي كورونا، عندما
كانت لدينا حمولات ثقيلة، كان علينا العمل بالسكك الحديدية، لكن
هذا ليس تخصصنا. معظم نشاطنا يكون في مجال الآلات والكيماويات
الصيدلانية وقاذفات شركات النفط والمعدات الطبية والزراعية ولا يرتبط
بالنقل بالسكك الحديدية.

نشاط هذه المجموعة معظمه في مجال الاستيراد ويتعلق حجم أقل
من عملنا بالتصدير، بحيث أن حوالي ٨٥٪ من نشاط مرسل يشمل
الاستيراد وحوالي ١٥٪ منه يشمل التصدير. وتقوم هذه الشركة شهرياً
بنقل حوالي ٣٠٠ طن من البضائع بحراً وحاويات، و٥٠ طناً براً، وأقل
من ١٠ أطنان جواً.

أسطول النقل لدينا قديم جداً ومهترئ، ولكي نتمكن من العمل، نحتاج
إلى إصلاح هذا الأسطول وتحسينه من حيث البحر والبر والجو. أحد
أسباب هذه الحالات هو العقوبات، لكن القضية التي يتم العمل عليها
حالياً هي الموقع الجيوسياسي لإيران، حيث يمكننا القيام بالكثير من
عمليات العبور من الخليج الفارسي إلى روسيا وكازاخستان وتركمانستان
وأرمينيا وأذربيجان. ■

وأكد الرئيس التنفيذي لمجموعة ايوا التجارية استخدام أجهزة تنقية المياه في حاجة إلى الثقافة



كأول شركة إيرانية، بدأت مجموعة ايوا التجارية نشاطها من خلال استيراد أجهزة تنقية المياه المكتبية ومنذ ذلك الحين، واصلت العمل بطريقة احترافية ومتخصصة في مجال أجهزة تنقية المياه المنزلية. النشاط الرئيسي لهذه المجموعة هو في مجالات الاستيراد والإنتاج المحلي وتجميع الأجهزة في الدولة. في محادثة مع سيد عبد الرضا سيد خاموشي، الرئيس التنفيذي لمجموعة ايوا التجارية، قمنا بالتحقيق في وضع هذه الشركة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

لدينا حاليًا ١٥ منتجًا كمنتجنا الرئيسية، بما في ذلك أجهزة تنقية المياه والفلاتر وأنظمة تنقية الهواء المنزلية. وتتميز هذه الأجهزة بالجودة العالية والكفاءة والمواصفات القياسية، بحيث نجحنا في الحصول على معيار CE الأوروبي من إنجلترا لمنتجاتنا. إن الموثوقية وتوفير خدمات ما بعد البيع والأداء الجيد للغاية لأجهزة الإنتاج لدينا خلال العشرين عامًا الماضية جعلت عملائنا راضين دائمًا عنا.

يمكن لمنتجات EVA أن تنافس المنتجات الأجنبية من حيث السعر والجودة، وكذلك لأننا نراعي الجودة والمعايير اللازمة في توريد أجزاء هذه الأجهزة. ومن الجدير بالذكر أن شركة EVA لديها وحدة بحث وابتكار تقوم دائمًا بالتحكم والإشراف على جميع الأجزاء والأجهزة الاستهلاكية. كما أن هذه الوحدة مشغولة دائمًا بالبحث عن أشياء جديدة وقد صممت بالفعل منتجين جديدين يحاولان تسجيل هذه الأجهزة لأول مرة في العالم.

اليوم، في معظم دول العالم، لا تتمتع مياه الصنبور بالجودة اللازمة للشرب مباشرة. يمكن لأجهزة تنقية المياه الموثوقة أن تضمن صحة مياه الشرب عن طريق إزالة العديد من البكتيريا والفيروسات والنترات والكائنات الحية الدقيقة الأخرى.

على الرغم من تزايد استخدام أجهزة تنقية المياه، إلا أنها لا تزال بحاجة إلى الكثير من الثقافة. وكانت مجموعة ايوا خلال الأعوام الماضية من الرواد في ثقافة هذا الموضوع. وبطبيعة الحال، فإن الشعور بالحاجة إلى هذه الأجهزة في الوقت الحالي قد تجاوز الثقافة وشعر الكثير من الناس بهذه الحاجة بشكل كامل. مع الأخذ في الاعتبار أن نوعية المياه في المدن المختلفة جعلت من استخدام أجهزة التنقية ضرورة أساسية لكل أسرة. وفي الوقت الحالي، تحسن الوضع مقارنة بالماضي وزاد التأكيد على أن الاستثمار يتجه نحو الإنتاج، ومنذ تحسن جودة المنتجات المحلية، تحرك سوق البلاد نحو توريد المنتجات المحلية. ■

الرئيس التنفيذي لمجموعة بستانجي الصناعية تتأثر الشركات بالظروف الاقتصادية السيئة

وبفضل الجهود التي بذلتها بعض الشركات المصنعة في السنوات الأخيرة، وخاصة مجموعة باستانجي الصناعية، وصلت صناعة التهوية في بلادنا إلى الاكتفاء الذاتي ولم تعد بحاجة إلى الواردات. وتنتج هذه المجموعة الصناعية الآن منتجات الجيل الخامس، والتي تعد من أحدث منتجات أنظمة التهوية في العالم. وأكد في حديث مع مهدي بستانجي الرئيس التنفيذي ورئيس مجلس الإدارة لمجموعة بستانجي الصناعية؛ تعتبر حالات عدم اليقين وتقلبات أسعار الصرف وانخفاض قيمة الريال من المشاكل الخطيرة التي تواجه الصناعة والإنتاج. وفي الوقت نفسه، يرى أن عدم النمو السليم للشركات يتأثر بالظروف الاقتصادية السيئة، وإذا استمر الوضع الحالي، فليس لديه توقعات جيدة للعام المقبل. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

يبلغ عمر شركتنا العائلية حوالي ٥٠ عامًا وتعمل في مجال التهوية وإنتاج المراوح. تعتبر الأنفاق والمباني ومواقف السيارات بين المدن حالات أخرى لاستخدام أنظمة التهوية. ومن الجدير بالذكر أن جزء من عملنا هو بناء أنظمة إدارة الدخان، وهو موضوع جديد ومحدث في العالم. نحضر هذه الأنظمة إلى إيران ونقوم بهذا العمل بطريقة متخصصة، والتي تحتوي على منتجات متنوعة ولا تشمل المراوح فحسب، بل تشمل أيضًا الستائر المقاومة للحريق وجميع أنواع أجهزة الاستشعار المقاومة للحريق. يعد تصميم أنظمة إدارة الدخان للأنفاق إجراء آخر اتخذته هذه المجموعة الصناعية، والذي يعتبر مسألة سلامة مهمة للغاية. وبطبيعة الحال، لدينا المنتجات ذات الصلة في هذه المجالات التي تستخدم في مختلف القطاعات الصناعية.

في الوقت الحالي، تتمتع مجموعة Bestanchi الصناعية بعملاء جديدين في البلدان المجاورة من حيث الصادرات، كما أننا نتعاون مع الشركات الأوروبية العالمية، بما في ذلك إيطاليا وألمانيا، بحيث يكونون عملاءنا ونحن عملاءهم. الشكل الخاص للتعاون مع الشركات الألمانية هو أننا نشترى بعض المنتجات من ألمانيا وهم يشترون سلسلة من المنتجات منا.

هذا العام، كانت الظروف الاقتصادية صعبة على المصنعين وجميع الشركات؛ خاصة في نهاية العام الذي نواجه فيه ارتفاعًا في أسعار العملات. كل عمل يحتاج إلى التنبؤ وأموالنا هي الريال وتداول بالريال، ولكن لدينا عدم اليقين؛ بحيث لا نعرف مدى اختلاف قيمة الريال لدينا اليوم عن الريال خلال الأشهر الستة المقبلة. في الواقع، فإن حالة عدم اليقين هي التي خلقت المشاكل بالنسبة لنا، وإذا كان هناك استقرار في سعر الصرف، فإن الشركات سوف تكون أقل إزعاجًا. ■



صرح بذلك رئيس مجلس إدارة الشركة فرابري
ايرانيان للشحن

ازدهار الأنشطة الاقتصادية مع تحسن العلاقات السياسية



ويعتبر فرشيد بسيان زاده،
رئيس مجلس إدارة شركة
فرابري ايرانيان للشحن، أن
القواعد الجمركية المرهقة
وعدم تخصيص البنك المركزي
 للعملة لنقل البضائع هي

المشاكل الرئيسية للنقل الدولي. وفي الوقت نفسه، فهو يعتبر حجب
سويقت في إيران بسبب العقوبات تحدّيًا آخر لهذه الصناعة ويرى أن
تحسين العلاقات السياسية مع الدول الأخرى ورفع العقوبات سيعزز
الأنشطة الاقتصادية وسيكون له تأثير إيجابي على أنشطة النقل الدولي و
شركات الخدمات اللوجستية. تعمل شركة الشحن الإيرانية في مجال النقل
الدولي والخدمات اللوجستية للبضائع في مختلف مجالات النقل، بما في
ذلك الخدمات البرية والبحرية والجوية والمشتركة واللوجستية. تأسست
هذه الشركة عام ٢٠٠٣ ولديها أكثر من ٢٠ عامًا من الخبرة. قرأنا أجزاء
من حديثنا مع هذا الناشط في صناعة النقل الذي يتمتع بخبرة حوالي
٣٠ عامًا في مجال النقل الدولي وحوالي ١٥ عامًا من العضوية في غرفة
التجارة الإيرانية الألمانية.

يتمثل نشاط هذه الشركة في مجال نقل البضائع المستوردة والمصدرة؛
الاستيراد من مصادر أجنبية إلى إيران والتصدير من مصادر محلية إلى
وجهات أجنبية. وبالطبع، في شكل التجارة الخارجية، نحن طرف في عقود
مع شركات أجنبية لنقل بضائعها بالترانزيت عبر نقاط الدخول الإيرانية
إلى وجهات أخرى مثل آسيا الوسطى أو تركيا. الشركات الناشطة في هذا
المجال هم زملائنا وأصدقائنا، لكن عملياً لدينا مسابقات داخل الدولة
لجذب العملاء، وخاصة العملاء الأجانب. كقاعدة عامة، في مجال عملنا،
تعد الخبرة العملية وعدم وجود سجل سلبي في النشاط من العوامل
المهمة جدًّا التي يمكن أن تميز الشركة عن غيرها. ومن الجدير بالذكر
أن معظم نشاطي الشخصي هو في مجال النقل من المصادر الأوروبية
إلى إيران. بالطبع، نقوم أحياناً أيضاً باستيراد البضائع من الصين ودي
والإمارات العربية المتحدة وتركيا. تعمل مجموعتنا في جميع المجالات
بما في ذلك النقل الجوي والبحري والبري، ولكن حالياً يتم نقل الحجم
الأكبر من البضائع عن طريق البحر وتأتي إلى الموانئ الجنوبية لبلادنا
وأهمها بندر عباس.

كقطاع خاص، نقوم بالأنشطة والتسويق، ونحاول نقل البضائع من
المصادر الأجنبية إلى الداخل. بالطبع يجب ملاحظة أن هناك حوالي ٦٣٠
شركة نقل في إيران مسجلة في اتحاد النقل الدولي في إيران، وبالطبع
بعض الشركات غير مسجلة، لذلك، إذا أردنا إجراء الحساب، فمن
المحتمل أن تبلغ حصة مجموعتنا ٢-٣٪ بين جميع هذه الشركات. ■

مجيد جلاي، مدرب كرة قدم ومخضرم في كرة القدم

لكي تتقدم كرة القدم، يجب تدريب الفرق الأساسية



في حوار مع مجيد جلاي الذي ينشط في احتراف كرة القدم في الدولة
منذ أكثر من ٣٠ عامًا وخاض كافة مراحل تدريب كرة القدم في العالم.
لقد تدرب في ٢٣ ناديًا مختلفًا كمدرب، وقمنا بالتحقيق في أداء قسم
تطوير كرة القدم الإيرانية. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

وكان الفيفا قد طلب قبل عامين من الدول الأعضاء في هذه المنظمة
نقل الإدارة الفنية للاتحادات إلى الفئة الفرعية لقسم تطوير كرة القدم.
يتولى هذا القسم مسؤولية كتابة وتنفيذ ومراقبة وتقييم خطة تطوير
الأموال الفنية لكرة القدم. كما أن جميع العوامل التي تساهم في تطوير
كرة القدم في البلاد هي مجموعة فرعية من هذا الجزء من الاتحاد.

لقد بدأت نشاطي منذ شهرين بدعوة من اتحاد الكرة وحاليا نقوم
بكتابة برنامج شامل للسنوات الـ ١٢ المقبلة لكرة القدم في البلاد ونخطط
في أقسام مختلفة مثل التعليم وتدريب المدربين والمدربين وتدريب
اللاعبين. اللاعبين. يتضمن هذا البرنامج أننا بدأنا إجراءات العمل المبكرة
ونأمل في إنقاذ كرة القدم في البلاد من الأزمة التي وقعت فيها.

تم إطلاق أكاديميتنا في بداية عام ٢٠٢٣ وتغطي اثنتي عشرة فئة
عمرية، قمنا بفصلها وتوفير تدريب منفصل لكل منها. لدينا أيضًا ثماني
وكالات في مدن مختلفة وقد حددنا ٤٠ لاعبًا حتى الآن. على الرغم من
وجود قيود من حيث المرافق، إلا أن عقد دروس عبر الإنترنت واستخدام
الذكاء الاصطناعي في البحث عن المواهب جعلني أمتلك طريقة
جديدة ومختلفة مقارنة بالأكاديميات الأخرى. وجود هؤلاء اللاعبين في
المعسكرات الدولية سيحسن من مستوى كرة القدم لديهم.

كان هدفنا هو اكتساب المواهب الكروية. لقد فتحنا المجال أمام دخول
اللاعبين من جميع مناحي الحياة حتى لا تمنع الظروف الاقتصادية أي
طفل من تطوير موهبته. على الرغم من قلة المرافق، إلا أننا نسير
للأمام بطريقة دقيقة للغاية ومبدئية من الناحية الفنية، وأنا شخصياً
أشرف على هذه الأكاديمية بشكل مباشر. من الجدير بالذكر أن
مجموعتنا تتمتع بنظام تعليمي قوي للغاية.

لقد تم إجراء الكثير من الأمراض في مجال كرة القدم وتم التحقيق في
سبب فشلها. أخيراً، تم تحديد سبعة معايير لظروف كرة القدم في
البلاد، ثلاث منها ممتازة، وتم الانتهاء من المعيارين الآخرين بنسبة
٣٠٪ تقريباً، لكن أدائنا كان سيئاً للغاية في مجال التخطيط والتدريب
لكرة القدم. نحن بحاجة إلى بذل المزيد من الجهد في قسم الفرق
الأساسية. ■



وأوضح المفتش القانوني لغرفة التجارة الإيرانية الألمانية

العقوبات؛ تقليص العلاقات التجارية بين إيران وألمانيا

حتى سنوات قليلة مضت، كانت ألمانيا أكبر شريك تجاري لإيران في أوروبا، وبطبيعة الحال، فإن هذا التعاون الاقتصادي بين البلدين له تاريخ طويل. أدى فرض العقوبات على إيران خلال رئاسة دونالد ترامب إلى تغيير الوضع وانخفضت التبادلات بين هذين الشريكين منذ فترة طويلة تدريجياً. قرأنا أجزاء من حديثنا مع عطا تنها، المفتش القانوني لغرفة التجارة الإيرانية الألمانية والمفتش القانوني لجمعية الصداقة الإيرانية الألمانية.

قبل تشديد العقوبات الأمريكية في عام ٢٠١٨، كان أكثر من ٢٥٦٠ شخصاً أعضاء في غرفة التجارة الإيرانية الألمانية، ولكن في الوضع الذي يكون فيه التحدي الأكبر لإقامة التواصل هو التواجد في أماكن الأعمال، لسوء الحظ، بعد العقوبات، بسبب وإلى الظروف التي خلقتها والقيود الثقيلة التي فرضتها السفارة الألمانية على تأشيرات رجال الأعمال وحتى الأشخاص المقيمين في هذا البلد أصحاب أعمال، عانت العلاقات التجارية بين البلدين من ركود حاد. هذا على الرغم من حقيقة أنه قبل عقوبات عام ٢٠١٨، تم تحقيق دوران مالي جيد للغاية بفضل الشركات الألمانية الموثوقة التي كانت تعمل في الصناعات الثقيلة وشبه الثقيلة في إيران ومحطات الطاقة والصناعات النفطية والأجهزة المنزلية لسنوات. من الناحية التاريخية، تعتبر ألمانيا الشريك الاقتصادي الأول لإيران في أوروبا، والأهم من ذلك أن العلاقة التي أقيمت مع ألمانيا الفيدرالية تختلف عن الدول الأوروبية الأخرى. على العموم، أمل أنه مع التغيير الاستراتيجي والحل الذي طرأ، سنوفر منحدرًا تصاعدياً للعودة إلى الأوضاع السابقة.

التحدي الأكبر الذي يواجهنا في التعامل مع ألمانيا؛ وبصرف النظر عن الطعام، فهو يتعلق بالسجاد. السوق الألماني هو منشأ وتوزيع صناعة السجاد في أوروبا والعالم، وقبل العقوبات كان تجارنا ينشطون هناك بشكل كبير.

إن البلدين شريكان جيدان، وعلى الأقل من الجانب الإيراني، كانت هذه الشراكة ١٠٠٪. وفي فترات زمنية مختلفة، لم تكن لدينا أي مشكلة مع ألمانيا سياسياً واقتصادياً، وكان رجال الأعمال الإيرانيون المعروفون ينشطون في ألمانيا. الصناعات المختلفة مكتملة جداً في ألمانيا. في رأيي، لم تكن ألمانيا قط دولة عدوانية وركزت على الاقتصاد ولم تصرف قط على حسابنا. ويبدو أن العلاقات بين البلدين موثوقة للغاية، وفي هذه الأثناء، نحن بحاجة إلى اتفاق مريح للجانبين. ■

الرئيس التنفيذي لشركة الدكتور عبيدي الصحية

التسعير الإلزامي يدفع الشركات إلى الإغلاق



بدأت شركة الدكتور عبيدي في عام ١٩٥٠ على يد الدكتور عبيدي بإنتاج الأدوية، ولاحقاً أطلق المرحوم الدكتور عبيدي أيضاً خطوط إنتاج المنتجات الصحية، والآن

شركة الدكتور عبيدي الصحية تواصل مسيرة شركة الدكتور عبيدي وتنتج الصحة المنتجات الموجهة.

وأشار علي النقيب صاحب ورئيس مجلس إدارة شركة الدكتور عبيدي الصحية إلى خطط وتوجهات هذه الشركة وقال: منهج الصناعة دائماً إلى الأمام والتقدم، وشركة الدكتور عبيدي الصحية، كما إحدى الشركات الرائدة في مجال المنظفات والصناعات الصحية ومستحضرات التجميل، من خلال إنفاق الكثير من الأموال، قامت بتجهيز خطوط إنتاجها بطريقة تنتج منتجات موجهة نحو الصحة وعالية الجودة، لذلك ينصح بمنتجاتنا من قبل العديد من الأطباء وخبراء الصحة.

مؤكد أن التصدير كان دائماً جزءاً من سوق البيع لمنتجات هذه المجموعة، وأضاف: في السنوات الماضية قمنا بالتصدير إلى أفغانستان والعراق وتركمانستان، لكن هذا التصدير كان مؤقتاً ووفقاً لظروف البلاد، الأسعار واحتياجات البلدان

وأضاف النقيب: حالياً، ومن أجل زيادة خطوط الإنتاج وبالتالي زيادة إنتاج المنتجات وأيضاً نقل المصنع إلى مساحة أكبر، قمنا بشراء أرض مساحتها ٥ هكتارات في المدينة الصناعية على بحر قزوين الواقعة في قزوين. ويعملون على بنائه..

ورداً على سؤال "كيف تقيمون وضع شركات مستحضرات التجميل؟" وقال: "للأسف، في الوضع الحالي، ليس السوق تضخمياً فحسب، بل إن سعر العملة أيضاً يتقلب باستمرار، وهذا يجعل من الصعب التخطيط للمستقبل. كما أن التسعير الإلزامي ولا يسمحون بالتغيير". المنتج لتحديد سعر عائم وتحسين الجودة. هذه المشاكل هي جزء من المشاكل التي نتعامل معها نحن منتجي المنظفات ومنتجات النظافة ومستحضرات التجميل.

وبحسب مالك ورئيس مجلس إدارة شركة الصحة الدكتور عبيدي، فإن المنتجين يواجهون عقوبات داخلية إضافة إلى العقوبات الخارجية.

مشيراً إلى أن صناعات المنظفات ومستحضرات التجميل والنظافة هي صناعات محلية ولها تاريخ يصل إلى مائة عام، وقال: «لحسن الحظ نتفوق في المنطقة من حيث الجودة ووجود المتخصصين المحليين، وإذا اهتمت الحكومة بذلك هذه الصناعة وإمكاناتها في خطتها، تجعلنا قادرين على المنافسة بسهولة في المنطقة وحتى في العالم.

وفي النهاية أضاف النقيب: صناعة المنظفات والمواد الصحية ومستحضرات التجميل هي صناعة ديناميكية وفعالة للغاية، وعلى هذا الأساس نتوقع من الحكومة تحسين مستوى الصحة العامة من خلال تعديل القوانين وتخصيص التسهيلات اللازمة للمنتجين. ■

أثار المستشار تقييم الجودة للمقاولين إمكانية المنافسة في السوق الألمانية مع إدارة الجودة والتفكير المرن



يعتبر تقييم واختيار المقاولين الأكفاء جزءاً مهماً من عملية البناء في المشروع، لأن المقاولين هم العوامل الرئيسية في تحويل الموارد المستخدمة في المشروع إلى المنتج النهائي. التقييم النوعي للمقاولين هو تقييم الخدمات والمعدات

والقدرات المالية والإدارية والمتخصصة للمقاولين المشاركين في مناقصات المشاريع، والذي تتم مراجعته من قبل فريق التقييم. وفي الوقت نفسه، يلعب مستشارو تقييم الجودة لدى المقاولين دوراً مهماً في تطوير وتقديم الشركات.

وقال رضا عبيدي، مستشار تقييم جودة المقاولين للشركات الصغيرة والمتوسطة في ألمانيا: إن العثور على المقاولين المناسبين في مختلف المجالات، بما في ذلك الطب وتطوير البرمجيات وتوريد الآلات وصناعة السيارات، يعد من أهم الأنشطة التي نقوم بها.

وأضاف: تركز أنشطتي في الغالب على تقييم جودة المقاولين في الشركات الصغيرة والمتوسطة، بما في ذلك عقد دورات تدريبية في دول مختلفة مثل ألمانيا وتركيا وسويسرا والنمسا وقطر وعمان. وفي الوقت نفسه فإن تحسين أداء وجودة مشاريع الشركات من خلال تحسين قدراتها وتقديمها التقني هو الهدف الأهم الذي أسعى إليه. صرح هذا المستشار ذو الخبرة، الذي ذكر أنه يقدم خدمات استشارية مع التركيز على إدارة الجودة: في ظروف السوق الألمانية شديدة التنافسية، فإن خدماتنا للشركات الألمانية أو الشركات المسجلة في ألمانيا لها تكاليف حكومية تصل إلى ٨٠٪، وهو ما يتيح المساعدة المالية للشركات الصغيرة والمتوسطة اكتساب القدرات اللازمة لمواصلة العمل والمنافسة في السوق.

وبحسب عبيدي، فإن الهدف الرئيسي من تقييم جودة المقاولين في الشركات الصغيرة والمتوسطة هو تحسين العمليات وزيادة الكفاءة ورفع معايير الأداء، وجهدي هو مساعدة الشركات من خلال تقديم حلول فعالة للمطالبة بأفضل أداء ممكن. من مقاوليهم.

وذكر: وفقاً للأنشطة التي تم تنفيذها فقد تم تحقيق إنجازات كبيرة في تحسين الجودة وزيادة إنتاجية الشركات. ومن الجدير بالذكر أن خدماتنا ساعدت الشركات في تطوير وزيادة جودة خدماتها وقدمنا لهم أفضل النتائج الممكنة.

وقام بتقييم تطوير وتأسيس الشركات الصغيرة من قبل سيدات الأعمال والمهاترات بشكل إيجابي وقال: كل يوم يتزايد عدد المهاترين ورائدات الأعمال في ألمانيا.

وفي النهاية أضاف استشاري تقييم جودة المقاولين: خلال السنوات الماضية، لم تتمكن العديد من الشركات من إيجاد بديل مناسب لنفسها ولأعمالها، وذلك لأسباب مختلفة منها التقاعد أو المرض أو عدم العثور على شخص، لقد أصبحوا مجبرين على بيع وحدة الأعمال أو إغلاقها. ■

مديرة مطعم عمارت درية إقامة فعاليات الجمعية الإيرانية الألمانية في عمارة درية



تعد إدارة مطعم ومقهى إحدى تلك الوظائف الجذابة التي اجتذبت الكثير من الأشخاص في السنوات الأخيرة. يضيف بعض الأشخاص إدارة المطاعم والمقاهي إلى تجاربهم بعيداً عن وظائفهم. في حوار مع السيدة سعيدة مصدق، مديرة مطعم عمارت درية، ناقشنا القضايا المتعلقة بإدارة المطعم. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

نحن ندير هذا المطعم كعائلة. نظراً للبيئة المفتوحة والمغلقة لعمارة درية، كان توقعنا الأولي هو افتتاح هذا المطعم بطريقة تقليدية، وهو ما فعلناه. يضم عمارة درية مقهى ومطعم حديث وتقليدي، وهو بالطبع ذو طراز تقليدي وقاجاري، والاسم الذي اخترناه له هو القاجاري. كما يشمل الطعام جميع أنواع المأكولات التقليدية مثل الديزي والكباب بأنواعه أكبر جوجه وغيرها، كما أن القهوة والمقاهي أكثر ميلاً نحو القاجار والقهوة التقليدية. بشكل عام يعود عمارة درية إلى العصر القديم وليس العصر الجديد وهو أكثر حداثة وكلاسيكية بطبيعته ولكن على الطراز القديم.

الميزة الرئيسية لهذا المبنى هو أنه أول مطعم معتمد من قبل جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية، وقد وضعنا علم البلدين في مطعمنا، وهي ميزة مهمة جداً عن المطاعم الأخرى. في الحقيقة عمارة درية هو المطعم الوحيد في باملاند الذي يتمتع بخصائص سياحية وحاصل فعلياً على موافقة السياحة.

بشكل عام، يتم في هذا المطعم استخدام مواد وتصميمات تجذب السياح بقوة، لذلك، خلال المناقشة والتشاور مع جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية، تقرر أن يكون هذا المطعم مركزاً لتنظيم فعاليات هذه الجمعية. تعتبر بام لاند بيئة سياحية وقد تمت الموافقة عليها من قبل وزارة التراث الثقافي والسياحة والحرف اليدوية وتم تركيب مجلس سياحي عند مدخل بام لاند. وحتى الآن، نحن على استعداد لاستقبال جمعية الصداقة الإيرانية الألمانية، وموظفي السفارة الألمانية وأولئك الذين يسافرون إلى إيران بغرض السياحة.

أحد أسباب استفادتنا من وجود وخبرات الطاهي العالمي ومدرب الطبخ هو هذا الموضوع بالتحديد، حتى نتمكن من الحصول على استقبال كامل ولائق للسياح والأشخاص الذين يأتون إلى باملاند للسياحة. ولتحقيق ذلك، تتوفر المواد اللازمة ويتمتع طاهي هذا القصر بقدرة جيدة جداً. ■

فرم اشتراک سالیانه

● حقوقی

نام شرکت: نوع فعالیت: سال تاسیس:

● حقیقی

نام و نام خانوادگی:

نشانی کامل پستی:

.....

.....

کد پستی ده رقمی: تلفن تماس:

دورنگار: تلفن همراه:

نشانی پست الکترونیک (ایمیل):

آیا تمایل به دریافت نسخه pdf ماهنامه از طریق پست الکترونیک را دارید؟

● خیر

● بله

به همراه ارسال نخستین شماره ماهنامه کد اشتراک شما اعلام خواهد شد.

واحد اشتراک: ۸۸۸۶۴۸۳۵ - ۰۲۱

سرمایه گذاری

۱. واریز مبلغ ۳,۶۰۰,۰۰۰ تومان به

حساب شماره: ۰۱۰۱۹۶۵۰۲۹۰۰۰۴

و یا شماره کارت: ۹۳۱۴-۹۳۵۰-۲۵۵۰-۹۹۷۳-۶۰۳۷

و یا شماره شبا: ۰۴-۰۲۹۰-۰۱۰-۱۹۶۵-۰۰۱۰-۰۰۰۰-۰۱۷۰-IR۴۹

بانک ملی ایران به نام آقای مرتضی فغانی.

۲. ارسال تصویر فیش بانکی از طریق دورنگار به

شماره: ۸۸۸۶۴۷۸۶ - ۰۲۱

۳. هزینه ارسال مجلات با پست عادی به عهده ماهنامه

و هزینه پست سفارشی به عهده متقاضی می باشد.

۴. هزینه فوق برای اشتراک ۱۲ شماره از ماهنامه هر ماه

یک نسخه است.

دنیای

سرمایه گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت



www.dsarmaye.ir



d.sarmayeh@gmail.com



[donyaye_sarmaye](https://t.me/donyaye_sarmaye)



[@dsarmaye_ir](https://www.instagram.com/dsarmaye_ir)



The manager of Doriyeh Mansion restaurant

Holding the events of the Iran-Germany Association in Doriyeh Mansion



Running a restaurant and cafe is one of those attractive jobs that has attracted many people in recent years. Some people add restaurant and cafe management to their experiences apart from their job. In a conversation with Mrs. Saeedeh Mosadegh, the manager of Doriyeh Mansion restaurant, we discussed the issues related to restaurant management. We read parts of this interview. We run this restaurant as a family. Due to the open and closed environment of the Doriyeh mansion, our initial prediction was to open this restaurant in a traditional way, which we did. The Dariye mansion includes a modern and traditional cafe and restaurant, which, of course, has a traditional and Qajar style, and the name we have chosen for it is Qajar. Also, the food includes all kinds of traditional foods such as Daisy, all kinds of kebabs, Akbar joojeh(a kind of chicken), etc., and coffees and cafes are more inclined towards Qajar and traditional coffees. In general, the Dariye mansion goes back to the old era rather than the new era and is more modern and classic in nature, but in an old style.

The main feature of this building is that it is the first restaurant approved by the Iran-Germany Friendship Association, and we have placed the flags of the two countries in our restaurant, which is a very important advantage over other restaurants. In fact, Doriyeh Mansion is the only restaurant in Bamland that has the characteristics of tourism and actually has the approval of tourism. In general, in this restaurant, materials and designs are used that strongly attract tourists, therefore, during the discussion and consultation with the Iran-Germany Friendship Association, it was decided that this restaurant will be the center for the events of this association. Bam Land is a tourist environment and it has been approved by the Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts and a tourism board has been installed at the entrance of Bam Land. Even now, we are ready to welcome the Iran-Germany Friendship Association, the people of the German Embassy and those who travel to Iran for tourism.

One of the reasons we benefit from the existence and experiences of an international chef and cooking instructor is precisely this issue, so that we can have a full and decent reception for tourists and people who come to Bamland for tourism. To realize this, the necessary material is available and the chef of this mansion has a very good ability.■

The consultant raised the quality assessment of contractors

The possibility of competing in the German market with quality management and agile thinking

The evaluation and selection of competent contractors is an important part of the construction process in the project, because contractors are the main factors in converting the resources used in the project into the final product.



The qualitative evaluation of contractors is the evaluation of the services, equipment and financial, managerial and specialized capabilities of contractors participating in project tenders, which is reviewed by the evaluation team. Meanwhile, contractors' quality assessment consultants play an important role in the development and progress of companies.

Reza Abdi, a contractor quality assessment consultant for small and medium-sized companies in Germany, said: Finding suitable contractors in various fields, including medicine, software development, machinery supply, and the automobile industry, is one of the most important activities we do.

He further added: My activities mostly focus on assessing the quality of contractors in small and medium-sized companies, which includes holding training sessions in different countries such as Germany, Turkey, Switzerland, Austria, Qatar and Oman. In the meantime, improving the performance and quality of companies' projects by improving their capabilities and technical progress is the most important goal that I am pursuing.

This experienced consultant, stating that he provides consulting services with a focus on quality management, stated: In the conditions of the highly competitive German market, our services for German companies or companies registered in Germany have government costs of up to 80%, which This financial assistance allows small and medium-sized companies to acquire the necessary abilities to continue working and compete in the market.

According to Abdi, the main goal of evaluating the quality of contractors in small and medium-sized companies is to improve processes, increase efficiency, and upgrade performance standards, and my effort is to help companies by providing effective solutions to demand the best possible performance from their contractors. .

He stated: According to the activities carried out, significant achievements have been made in improving the quality and increasing the productivity of the companies. It is worth mentioning that our services have helped companies in developing and increasing the quality of their services and we have provided them with the best possible results.

He positively assessed the development and establishment of small businesses by women entrepreneurs and immigrants and said: Every day the number of immigrants and women entrepreneurs in Germany is increasing.■

CEO of Dr. Abidi Company Mandatory pricing drives companies to shut down



Abidipharma Company was started in 1946 by Dr. Abidi with the production of medicine, and later the late Dr. Abidi also launched health product production lines, and now Dr.

Abidi's health company continues the path of Dr. Abidi's company and produces health-oriented products.

Ali Naghib, the owner and chairman of the board of directors of Abidipharma Company, pointed out the plans and approaches of this company and said: the approach of the industry is always forward and progressing, and Dr. Abidi Company, as one of the leading companies in the detergent and sanitary industries and cosmetics, by spending a lot of money, has equipped its production lines in such a way as to produce health-oriented and high-quality products, therefore our products are recommended by many doctors and health experts.

Emphasizing that export has always been a part of the sales market for the products of this collection, he added: In the past years, we have exported to Afghanistan, Iraq, and Turkmenistan, but this export was temporary and according to the country's conditions, prices, and the needs of the countries. we do

Naghib further added: Currently, in order to increase the production lines and, consequently, to increase the production of products and also to move the factory to a larger space, we have purchased a 5-hectare land in the Caspian industrial town located in Qazvin and are working on its construction. .

In response to the question, "How do you evaluate the state of cosmetics companies?" He said: "Unfortunately, in the current situation, not only is the market inflationary, but the currency price is also constantly fluctuating, and this makes it difficult to plan for the future. Also, the pricing is mandatory and they do not allow the producer to set a floating rate and improve the quality." These issues are part of the problems that we producers of detergent, hygiene and cosmetic products are dealing with. According to the owner and chairman of the board of directors of the Abidipharma Company, producers are facing internal sanctions in addition to foreign sanctions. Stating that the detergent, cosmetics and hygiene industries are native industries and have a history of a hundred years, he said: "Fortunately, we excel in the region in terms of quality and the presence of domestic specialists, and if the government pays attention to this industry and its potential in its plans, we can easily compete in the region and even in the world.

In the end, Naghib added: The detergent, sanitary and cosmetic industry is a very dynamic and efficient industry, on this basis, we expect the government to improve the level of public health by amending the laws and allocating the necessary facilities to the producers. Provide. ■

The legal inspector of Iran-Germany Chamber of Commerce explained Sanctions; reducing the trade relations between Iran and Germany

Until a few years ago, Germany was Iran's biggest trading partner in Europe, and of course, this economic cooperation between the two countries has a long history. The imposition of sanctions against Iran during the presidency of Donald Trump changed the situation and the exchanges between these two long-time partners gradually decreased. We read parts of our conversation with Ata Tanha, the legal inspector of the Iran-Germany Chamber of Commerce and the legal inspector of the Iran-Germany Friendship Association.

Before the intensification of American sanctions in 2018, more than 2,560 people were members of the Iran-German Chamber of Commerce, but in a situation where the biggest challenge for communication is to be present in business places, unfortunately, after the sanctions, due to the conditions that created and the heavy restrictions imposed by the German embassy on the visas of businessmen and even people residing in this country with businesses, the commercial relations of the two countries suffered a severe stagnation. This is despite the fact that before the sanctions of 2018, a very good financial turnover had been created due to the reliable German companies that had been operating in Iran's heavy, semi-heavy industries, power plants, oil industries and household appliances for years. From a historical point of view, Germany is Iran's first economic partner in Europe, and most importantly, the relationship that has been established with federal Germany is different from other European countries. All in all, I hope that with the strategic change and solution that has come up, we will provide an upward slope to return to the previous conditions.

Our biggest challenge in doing business with Germany; Apart from food, it is about carpets. The German market is the origin and distribution of the carpet industry in Europe and the world, and before the sanctions, our traders were very active there.

The two countries are good partners and at least from Iran's side, this partnership has been 100%. In different periods of time, we never had a problem with Germany politically and economically, and well-known Iranian businessmen were active in Germany. Various industries are very complete in Germany. In my opinion, Germany has never been an aggressive country and has focused on the economy and has never acted to our detriment. It seems that the relations between the two countries are very reliable and in the meantime, we need a win-win agreement. ■



The Chairman of the Board of Directors of Farabari Iranian Freight Forwarding Company stated Booming economic activities with the improvement of political relations



Farshid Pesianzadeh, the chairman of the board of directors of the Farabari Iranian Freight Forwarding Company, considers the cumbersome customs rules and the lack of currency allocation for the transportation of goods by the Central Bank as the main problems of international transportation. At the same time, he considers the blocking of Swift in Iran due to sanctions as another challenge for this industry and believes that improving political relations with other countries and lifting sanctions will boost economic activities and have a positive impact on the activities of international transport and logistics companies. Farabari Iranian Freight Forwarding Company operates in the field of international transportation and goods logistics in various fields of transportation, including land, sea, air, combined and logistics services. This company was established in 2003 and has more than 20 years of experience. We read parts of our conversation with this transportation industry activist who has about 30 years of experience in international transportation and about 15 years of membership in the Iran-Germany Chamber of Commerce.

The activity of this company is in the field of transporting imported and exported goods; Import from foreign sources into Iran and export from domestic sources to foreign destinations. Of course, in the form of foreign trade, we are a party to contracts with foreign companies to transport their goods in transit through Iran's entry points to other destinations such as Central Asia or Turkey. The companies active in this field are our colleagues and friends, but in practice, we have competitions inside the country to attract customers, especially foreign customers. As a rule, in our work field, work experience and not having a negative history in the activity are very important parameters that can distinguish a company from others. It is worth mentioning that most of my personal activity is in the field of transportation from European sources to Iran. Of course, sometimes we also import goods from China, Dubai, UAE and Turkey. Our collection operates in all fields, including air, sea and land transportation, but currently the largest volume of cargo is transported by sea and comes to the southern ports of our country, the most important of which is Bandar Abbas. As a private sector, we carry out activities and do marketing, and we try to carry cargo from foreign sources to the interior. Of course, you should note that there are about 630 transport companies in Iran that are registered in the International Transport Association of Iran, and of course some companies are unregistered. Therefore, if we want to calculate, our collection probably has a share of 2-3% among all these companies.■

Majid Jalali, football coach and football veteran

In order for football to progress, basic teams must be trained



In a conversation with Majid Jalali, who has been active in professional football in the country for more than 30 years and has gone through all stages of football coaching in the world. He has attended 23 different clubs as a coach, and we have reviewed the progress of Iranian football.

We read parts of this interview.

Two years ago, FIFA required the member countries of this organization to transfer the technical department of the federations to the sub-category of the football development and progress department. This department is responsible for writing, implementing, and monitoring and evaluating the development and improvement plan for football technical matters. Also, all factors that contribute to the development of football in the country are a subset of this part of the federation.

I started my activity two months ago with the invitation of the Football Federation and currently we are writing a comprehensive program for the next 12 years of the country's football and we are planning in different departments such as education, training of coaches and trainers and training of players.. This program includes We are starting the early action measures and we hope to save the country's football from the crisis in which it is caught.

Our academy was launched at the beginning of 2023 and covers twelve age groups, which we separated and provided separate training for each. We also have eight agencies in different cities and have identified 40 players so far. Although there are limitations in terms of facilities, holding internet classes and using artificial intelligence in talent search has made me have a new and different method compared to other academies. The presence of these players in international camps will improve their football.

Our goal was to acquire football talents. We have opened the way for the entry of players from all walks of life so that economic conditions do not prevent any child from developing his talent. Despite the lack of facilities, we are proceeding very technically and in principle, and I personally supervise this academy directly. It is noteworthy that our collection has a very strong educational system.

A lot of pathology has been done in the field of football and the reason for its failure has been investigated. Finally, seven parameters were defined for the country's football conditions, three of which are excellent and the other two parameters have been completed at around 30%, but we have performed very poorly in the field of football planning and training. We need to do more in the basic teams department.■

CEO of Bostanchi Industrial Group Businesses are affected by bad economic conditions



With the efforts made by some manufacturers in recent years, especially Bastanchi Industrial Group, the ventilation industry of our country has reached self-sufficiency and no longer needs imports.

This industrial group now produces the fifth generation products, which are among the most up-to-date ventilation system products in the world. In a conversation with Mehdi Bostanchi, CEO and Chairman of the Board of Directors of Bostanchi Industrial Group, he emphasized; Uncertainties, exchange rate fluctuations and the devaluation of Rial have been considered as serious problems of industry and production. At the same time, he considers the lack of proper growth of businesses to be affected by the bad economic conditions, and if the current situation continues, he does not have a good forecast for next year. We read parts of this interview.

Our family business is about 50 years old and operates in the field of ventilation and fan production. Intercity tunnels, buildings and construction parking lots are other cases of using ventilation systems. It is worth mentioning that part of our work is building smoke management systems, which is a new and up-to-date topic in the world. We bring these systems to Iran and we do this work in a specialized way, which has various products and does not only include fans, but also includes fire-resistant curtains and all kinds of fire-resistant sensors. The design of smoke management systems for tunnels is another action taken by this industry group, which is considered a very important safety issue. Of course, we have related products in these areas that are used in various industrial sectors.

Currently, Bestanchi Industrial Group has good clients in neighboring countries in terms of exports, and we even cooperate with international European companies, including Italy and Germany, so that both they are our clients and we are their clients. The special form of cooperation with German companies is that we procure some products from Germany and they buy a series of products from us.

This year, economic conditions have been difficult for manufacturers and all businesses; Especially at the end of the year when we are facing an increase in currency prices. Every business needs forecasting and our money is Rial and we trade with Rial, but we have uncertainty; In such a way that we do not know how much the value of our rial today will be different from the rial of the next 6 months. In fact, it is the uncertainties that have created problems for us, and if there is stability in the exchange rate, businesses will be less bothered.■

CEO of EEVA Trading Group emphasized use of water purification devices; need of culturebuldding

EEVA Trading Group, as the first Iranian company, started its activity by importing desktop water purifiers and since then, it has continued to operate in a professional and specialized manner in the field of household water purifiers. The main activity of this collection is in the fields of import, domestic production and assembly of devices in the country. In a conversation with Seyed Abdolreza Seyed Khamooshi, the CEO of EEVA Trading Group, we investigated the situation of this company. We read parts of this interview.

We currently have 15 products as our main products, including water purifiers, filters and home air purifier systems. The feature of these devices is their high quality, efficiency and standardization, so that we have succeeded in obtaining the European CE standard from England for our products. Reliability, providing after-sales services and the very good performance of our production devices in the last 20 years have made our customers always satisfied with us.

EEVA products can compete with foreign products in terms of price and quality, as well as due to the fact that we consider the necessary quality and standard in the supply of parts for these devices. It is worth mentioning that EEVA has a research and innovation unit that always controls and supervises all consumable parts and devices. Also, this unit is always busy researching new things and has already designed two new products that are trying to register these devices for the first time in the world.

Today, in most countries of the world, tap water does not have the necessary quality to drink directly. Reliable water purification devices can guarantee the health of drinking water by removing many bacteria, viruses, nitrates and other microorganisms.

Although the use of water purification devices is growing, it still needs a lot of culturalization. During the past years, EEVA Group has been one of the pioneers in the culture of this issue. Of course, currently the feeling of need for these devices has surpassed culture and many people have fully felt this need. Considering that the quality of water in different cities has made the use of purification devices the main necessity of every household.

Currently, the situation has improved compared to the past and the assurance that investment goes towards production has increased, and since the quality of domestic products has improved, the country's market has moved towards the supply of domestic products.■



The head of the Women's Commission of the Iran-Germany Friendship Association explained

friendship associations; The powerful arms of cultural diplomacy



In the interview with Ms. Leila Azhdari, former Director General of the Tourism Marketing and Development Office of the Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts and head of the Women's Commission of the Iran-Germany Friendship Association and one of the well-known activists in the field of tourism, we examined the state of this industry in the country. We read parts of this conversation. You're reading.

One of the most important measures of the tourism marketing and development office is to determine the target markets, periodically review the target markets and research the details of the target markets; That is, the consumer behaviors and the interests and tastes of the tourists of that specific target market. The booklets related to these cases are also published and uploaded on the website of the ministry and can be used by those interested. In the field of marketing, after identifying and knowing the markets, we formulated an action plan for each market;

Germany is one of the traditional markets of Iran, and whenever something good has happened in the field of relations with European countries, German tourists have come to Iran with interest. Tourists who are basically interested in Iran are cultural tourists and may have a much better understanding of the history and civilization of our country than us Iranians; Therefore, it is very important to work with these tourists professionally. We have a capacity in the Iran-Germany Chamber that follows up industry issues and we have another capacity as the Iran-Germany Friendship Association.

We have not yet achieved the desired goals, but the fact that the platform is available and we were able to have a position as part of the Iran-Germany Friendship Association is considered an important issue. We are currently consulting so that we can find people on the other side to go along with these goals and our approach. All in all, we have been on a successful path, but we have not yet reached our goals and we have a long way to go.

The way of cultural interaction is never closed, because those who seek tension and war and discord are not cultural people. In fact, cultural people, whose number is very large, are not affected by other issues and always seek to build a better world and try to improve relations between countries through the tools of culture and art.

I believe that friendship forums are a very good and important platform for realizing this issue. In fact, despite all political obstacles, narrow-mindedness and economic issues, I hope for the future, because I hope for people. ■

The chairman of the board of directors of Morsel International Transport Company said

The deep impact of sanctions on trade exchanges



Morsel International Transport Company is a family company that was established in 1976 by Morteza Kovkabi, one of the great activists of trade between Iran and Germany, the founder and member of the board of directors and the head of the Iran-Germany

Chamber of Commerce, who was educated in this country. In an interview with Karia Kovkabi, a member and inspector of the Iran-Germany Chamber of Commerce and also a member of the board of directors of the Iran-Germany Friendship Association, who is now the chairman of the board of directors of this company, we investigated the situation of this company and the transportation industry. We read parts of this interview.

This company was established in 1976, which, in addition to Tehran, had offices in Hamburg, Munich, and Athens, and is considered one of the first transportation companies in Iran. After the revolution of 1979, the offices of this company were closed in Munich and Athens, but the Tehran office continued to operate. Right now, after the reimposition of sanctions, the company's activity decreased again, but it is still active and performs its activity at its level and position, with all its strength and relatively well, but it cannot be said that it is in a good condition.

We are also active in the field of rail transportation. At the time of Corona, due to the closure of the borders of Turkey and Iran, we were forced to work in the field of rail transportation. Of course, in the years before the outbreak of Corona, when we had heavy loads, we had to work by rail, but it is not our specialty. Most of our activity is in the field of machinery, pharmaceutical chemicals, oil company ejectors, medical and agricultural equipment and it is not related to rail transport.

The activity of this group is mostly in the field of import and a smaller volume of our work is related to export, so that about 85% of the activity of Morsel includes import and about 15% of it includes export. This company monthly transports about 300 tons of goods by sea and container, 50 tons by land and less than 10 tons by air.

Our transportation fleet is very old and worn out, and in order to be able to operate, we need to fix and improve this fleet in terms of sea, land and air. One of the reasons for these cases is the sanctions, but the issue that is currently being worked on is the geopolitical position of Iran, where we can do a lot of transit from the Persian Gulf to Russia, Kazakhstan, Turkmenistan, Armenia and Azerbaijan. ■

The CEO of Kavosh National Institute said

High quality medical equipment in Germany



Kaveh Seidan, CEO of Kavosh National Institute, is a dentist who obtained his expertise in prosthetics and implant fellowship from the University of Frankfurt, Germany, and worked at Shahid Beheshti University for 30 years. We read parts of the interview with this

well-known figure in dentistry and dental prosthetics in Iran.

Kavosh National Institute is a member of the Chamber of Commerce of Iran and Germany, and at the same time, it is considered as a representative of the Iran and Germany Implant Association. Kavash is a registered association in Iran as well as Germany, which organizes classes and training courses. Also, this foundation has published books and has publications and a website. In this regard, 16 books have been published by this foundation. Before the corona era, it also published newsletters and magazines with a circulation of 10,000 copies, which were available to dentists, which was a high circulation, but of course, it was stopped after the outbreak of corona. This foundation is very persistent in charity work and provides a lot of help to patients suffering from oral cancer. In 2008, permission was obtained to establish the Kavosh Institute. Kavosh National Institute is a private institution and does not receive funding from any organization or institution; Therefore, it has to provide the funds it needs and continues to move on its own. In these economic conditions and without economic receipts, mere education is a difficult task. Most of the educational institutions that work bring a commercial product and then do their work and provide training in relation to it. We do not have any commercial products and we only do the educational work and we do not advertise or sell any products, we only sell the educational product.

Since its establishment, this foundation has trained about 5,000 doctors, most of whom were Iranian dentists and some were Afghan dentists who came to Iran for training. In addition, a large number of patients have been visited and treated by these dentists in this foundation, and good actions have been taken in implantology, laminates and composites, and all dental fields that require new skills.

The quality of medical equipment produced in Germany is truly unrivaled; So that it is higher than the equipment produced in America. This difference in the quality of equipment is such that large American companies are often forced to purchase German companies in order to be able to use that technology.■

Deputy CEO of Turbine Company

Correct decision-making and wise foresight are the most important mental concerns of businesses

Turbine company is a family company that has been around for 50 years. The founder of the company is Mr. Shahrokh Farzaneh, who started this complex in 1979, and over time, his brothers also entered into this field. In a conversation with Mrs. Faris Farzaneh, who is currently a member of the board of directors and the deputy CEO of Turbine Company, we investigated the situation of this company.

At Turbine Company, we operate in 3 main divisions, the first of which is the motogenerator production line with control panels. Another part is related to the design and construction of test devices at the beginning of production lines, including the production of car parts, which can be referred to as gearbox test, dynamometer test, steering wheel test, etc. About 17 years ago, due to the continuous need in the design and manufacture of devices, we started using energy converters and what is known today as inverters, which made us enter the business process in a more professional manner and became the representative of KEB Germany. This cooperation has continued for a long time.

The history of cooperation with European companies dates back to 1998, when we worked with a company called Gaz Technik. Also, long years of representing a collection named Dr. We had Staiger Mohilo, who had a very specialized activity on sensors and hydraulic jacks. That company was more than 70 years old and at one point of time, it joined a Swiss company, as a result of which its work expertise changed a bit, so our connection with this group was reduced. In addition, we have been representing a Belgian company for 11 years.

In the field of testing devices, our work process is almost exclusive and almost no other company in Iran makes these devices with the mentioned structure and specifications. The engineering design and special planning work is done by our colleagues and the engineering team of the complex. A part of the company works in a very specialized way on the optimization of electric energy consumption, which is one of the distinctions of the Turbine company. Since years ago, the issue of energy becoming more expensive and valuable has been raised in the world.

When we enter the details of each country and territory; Artisans, farmers and traders are all facing problems and this is not something that is unique to our country. Sometimes the pressure increases and sometimes it returns to normal, but it never decreases. In every country, businessmen have their own problems, but the art of business and industry managers is to make the best decisions and pass safely from one crisis to another.■





CEO of Baran Farmin Tadbir Company

The high quality of dental products is the strength of the Germans

In a conversation with Mrs. Elham Sadat Mazloomi, the CEO of Baran Farmin Tadbir Company, the exclusive representative of the German-Polish company Olident in Iran, she considers the goal of this company to reach the dental market and emphasized that by providing high-quality products, this group has been able to in a short period of time, in addition to Achieving a significant position in the Iranian market, these products can be exported to the countries of Afghanistan, Iraq and Turkey. We read parts of this interview.

Due to the history of living in Germany and knowledge of the industry of this country in the field of dentistry as well as matters related to commerce, correspondence and negotiations, I decided to work in the field of importing products related to this field.

Our main goal is to be present in the dental market and provide high quality products. According to available statistics, every 10-12-year-old child has two decayed teeth, and over time, this number will increase and complex treatments will be needed, that's why I decided to choose the composite brand, which was one of the initial stages of treatment. And in addition to being consumable and having a common market, it did not have domestic production and its import challenges were less than implants. Now this product is also produced inside. One of our desired programs is the production of composites in the country so as to save foreign exchange and make it easier for doctors to access this product. It is worth noting that, considering that our products are consumer products, they do not include after-sales service, but this company guarantees all its products.

The strength of German products is the trust in this country regarding the high quality of dental products, which has made dentists choose German composites. Composite is made of resin materials, its manufacturing formula is completely confidential and its quality is of great importance.

Counterfeit composites have challenged many exclusive agencies. For example, the central bank does not allocate foreign currency on time, that is why the goods enter the country late and the importers have lost their market to some extent. surrounds the market. Of course, in order to prevent this from happening, measures have been taken, including placing the product authenticity label on the product, but unfortunately, there are ways to remove this. ■

An activist of the automotive industry announced Import of TEMSA buses from next year



The modernization of the transport fleet is a serious necessity and of special importance. The wear and tear of the transport fleet, while affecting the increase in fuel consumption, causes the intensity of pollution. In a conversation with Dr. Mohammad Nikkhah, who will soon be the CEO of Karmania Khodro Arvand Company, we analyzed the state of the suburban transport fleet and related issues. We read parts of this interview.

We have been preparing the infrastructure for this complex for about 3 months. Of course, Karmania Khodro Arvand is a representative of a large factory in Europe, whose company is located in Turkey and operates under the name TEMSA in the field of bus, minibus and van production. We have been the representative of this company in Iran since 2014 and we have imported their products, but due to some reasons, the work has been stopped until now and we have started to start it now.

Before the beginning of the new year and in March of this year, with the assistance of the Ministry of Industry and the Ministry of Roads, the TEMSA bus will be added to the public transportation system. Of course, before importing any car, the ability to provide after-sales service should be checked first. In this regard, for about 2 months, we have been going through the necessary steps so that Iran's quality and standard inspection company (ISQI) issues a confirmation related to the after-sales services provided by this group and informs the Ministry of Safety, and this ministry also informs the Ministry. to announce the way to add the name of this bus to the transport fleet system and provide the possibility of importing and registering its order.

If other buses use 10 liters of fuel per 100 km, the fuel consumption of TEMSA buses is 6.5 to 7 liters per 100 km. Of course, the very important thing is that the fuel in our country is not of high quality, therefore, before importing these buses, the Ministry of Industry and Mines should consult with the Ministry of Petroleum to improve the quality of the fuel so that it is compatible with the engines of these buses. If a quality car is to be imported, the condition of the roads and the quality of the fuel should also be improved.

TEMSA, one of the largest bus manufacturing companies in Europe, operates in Turkey and produces very high quality buses, minibuses and vans. We are currently making agreements with groups in Turkey and South Korea to manufacture the cabin in Iran and import the drive chassis. It is time consuming. ■

**The CEO of Sabz Pooyesh Ravesh
kimia Company proposed**

Production of green products compatible with the environment



A green product is a product that has less impact on the environment during its life cycle and brings economic, social and environmental benefits. Reduction of waste and efficiency in the consumption of resources are two major goals pursued in the production of green

products. In the conversation we had with Mohammad Reza Haj Babaei, the CEO of Sabz Pooyesh Ravesh kimia Company, we have examined the various aspects of this industry. We read parts of this interview.

This company was established in August 2016, and its approach is to work in innovative areas of the environment, including areas related to environmental applications regarding the separation of waste from the source, waste collection, optimal water and energy consumption, programs related to smart monitoring systems, reduction and Pollution management, waste management, activity in the fields of artificial intelligence, the field of green products services, and the innovative fields of environmental engineering. Since the next focus of the company's activity is in the field of environmental pollution removal, we can also create some kind of added value by removing pollutants from the water, soil and air environment and managing sewage and waste.

For the first time, Sabz Pooyesh Ravesh kimia Company has followed the example of an internationally recognized mechanism regarding the awarding of environmental certification and labels, or Ecolabel. For the first time, we designed and named Yooz Sabz as a unique label for the country. The procedures for awarding this label are exactly in accordance with the audit and green label awarding procedures in the international community and follow the IP and PCR standards. Even now, this company, in cooperation and coordination with the Environmental Protection Organization, the Program and Budget Organization, and the Standard Organization, is developing a legal framework to grant this label to its audience and customers.

We do not limit organizations and companies interested in receiving this environmental label; In other words, all organizations, companies, industries and even mines and collections that have service areas can apply for this label. Germany is a symbol of quality and compliance with environmental standards, and if we can have agreements and form an association, we can exchange knowledge and experiences. Companies in our country who are willing to be audited in this process, we can make plans and arrange visits for them and finally jointly benefit these companies from certificates that can include internal and external approvals.■

**President of the Association of Gold, Gem,
Silver and Gemstone Producers and
Exporters of Tehran Province**

The necessity of creating friendship associations for the development of production and export activities of organizations

In a conversation with Esfandiar Seifi, one of the well-known producers in the Iran's gold industry, we investigated the state of this industry in the country. We read parts of this interview.

Therefore, today, in terms of production quality and diversity in design and model, I am among the prominent manufacturers with brands. We carry out and manage the entire production process from idea generation, design and production to the sale of artifacts. On the other hand, in this complex, all production processes are carried out. It is worth mentioning that we have built a modern factory in one of the industrial towns on the outskirts of the capital, where all the machinery is Italian and it has the ability to produce world-class artefacts, and artefacts that can compete in the world markets are produced.

In all the countries of the world, they use the capacity of foreign policy to activate the economy and move it, but unfortunately, we have not been able to take advantage of this advantage in time. In the gold and jewelry industry, there are many ideas and suggestions, but so far, no proposal has been presented or compiled regarding the establishment of a gold fund that has technical and economic justification.

Currently, the export of gold artefacts does not have significant statistics, and of course it is insignificant. In the field of gold export, we are involved with two laws that have created challenges.

The Germans are very eager to provide the modern technology of the world to the Iranian producers and even suggested that according to the capacities and capabilities of the production companies, we should create a new production holding and build an export club and in this way connect to the German markets. , so that they accept the technology, consumables and equipment supply, and we commit to the production on the scale they want.

Currently, we need an Iran-Germany friendship association and Iran-Germany friendship associations with other countries, which should be investigated and feasibility studies carried out. The creation of these associations will connect the production areas in our country with the sales sectors in other countries and while improving the quality of production and creating employment, it will open up new currency and consumer markets for us. The countries of Italy, Germany and even Turkey have technology and we can create a friendship association with them so that the countries that consume gold and jewelry products will be introduced to us as producers.■



Member of the Board of Directors of the Iran-Germany Friendship Association

Friendship associations strengthen communication between cultures



In an interview with Seifollah Niknami, a member of the board of directors of the Iran-Germany Friendship Association, who is also the head of the board of directors of the Iranian Digital Technology and Intelligence Employers' Association, he emphasized: "All our efforts have been to create the necessary infrastructure and Initial identification of active companies in the fields related to the fourth and fifth industrial revolutions, to provide the development path of the digital economy and technology-based economy in the country for the globalization of services and products, and we are trying to solve the problems faced by this industry with upstream organizations and institutions through deregulation and facilitation methods. Let's fix In this conversation, we have discussed various dimensions of cooperation between Iran and Germany. We read parts of this interview.

Undoubtedly, without the trust and support of the private sector, it will be much more difficult to achieve the upstream goals of the country and the growth of the national gross product from the digital economy. Also, by identifying cultural and economic opportunities, we have provided space for the development of friendly relations between the people and industries of Iran and Germany. The Iran-Germany Friendship Association was registered in the Ministry of Interior in the middle of 2002 with the efforts of a group of elders active in the field of Germany in cooperation with the Ministry of Foreign Affairs. At the beginning of the establishment, they took effective steps in advancing the common goals of both parties.

The Iran-Germany Friendship Association was formed in order to promote cultural, social and economic relations between the two countries. The privileges of the friendship association can be different in terms of social, cultural, economic and political aspects and it varies depending on the nature and activities; But in general, friendship associations strengthen the connections between the cultures and people of the two countries and facilitate mutual cooperation in various fields.

Holding art and cultural exhibitions and cultural exchanges of artists and culturalists: The Iran-Germany Friendship Association tries to hold numerous exhibitions of the artworks of Iranian and German artists in both countries throughout the year. These exhibitions are an opportunity for cultural exchange between the two countries and to introduce the art and culture of both countries to the people of both countries.

Holding scientific and cultural seminars and meetings: The Iran-Germany Friendship Association is trying to hold scientific and cultural seminars and meetings with different topics in both countries. These seminars and meetings are an opportunity to exchange opinions and dialogue between experts and thinkers of the two countries. ■

The founder of the
employers' association of
knowledge-based companies

We are the voice of knowledge-based companies



The development of knowledge-based companies is one of the statements that have been heard many times by officials in the last decade. The separation of the country's scientific community from the industry is one of the main reasons

for the country's underdevelopment. In a conversation with Mohammad Hadi Tasooji Azar, the founder of the employers' association of knowledge-based companies, we investigated the situation of these companies in Iran. We read parts of this interview.

The void of Iranian products in the world markets was one of my constant concerns. Although I was aware of the scientific ability of the country's elite, I never saw commercial activities that matched this level of ability in the market. In order to achieve this goal, we set the agenda for marketing and marketing in neighboring countries for the export of Iranian products and services. To accomplish this comprehensive program, we needed a legal identity that would provide a platform for our introduction at the international level; Therefore, we registered the International Trade Organization with limited liability, which I am currently in charge of managing.

At first, we received the legal approval of the Ministry of Foreign Affairs of the United Kingdom and also the approval of the Embassy of the Islamic Republic of Iran in London. So far, 702 domestic companies have been registered internationally and have obtained international legal identity. In fact, this action has caused Iranian companies to be able to sell their products and goods in the world regardless of the sanctions environment.

For many years, I had contact with a wide range of elites and educated people through my education. The common concern of all of us was how to commercialize products, inventions and scientific innovations and present them to the world. One of the big gaps in this field was the lack of an employers' association of knowledge-based companies, and in this regard, together with several friends, we decided to create such an organization. Finally, in a three-year process and by removing all legal obstacles, we obtained the license of the first trade association of knowledge-based companies.

Any product that is marketed in the world with a knowledge-based label will be well received in the market and will be accepted sooner. The scientific support of knowledge-based products is their winning card in the global markets. This rule is true all over the world, but there are obstacles such as complicated administrative bureaucracy in the country, which leads the collections to move towards frustration and lack of motivation. Fortunately, we have been able to redefine concepts by acting as an intermediary between knowledge-based companies and relevant institutions. In fact, we were able to make legal demands for these collections and be their voice. ■

One of the best entrepreneur of the country

The production sector lacks working capital



Fazlollah Javaheri is an exemplary entrepreneur of the country and one of the famous economic activists. He started working in the production and economic fields since he was a teenager.

This top entrepreneur of

our country, who has gone through many ups and downs, currently manages 6 factories and more than 3 thousand workers are employed in the complexes under his management. He is also currently the CEO of Yazd Electrode Company and the chairman of the board of directors of Zanjan Wire Industries. We read parts of the interview with this exemplary entrepreneur.

I am a member of the board of directors of the Iran-Germany Friendship Association and my cooperation with the Germans has a long history and I imported all the machinery and technologies of the factories from this country. It is actually very easy to work with Germans because they are positive, technical and unique people. I was a member of the Iran-Germany Chamber of Commerce for many years, and due to the mutual acquaintance between me and Mr. Khanbadaghi, he suggested that we establish the Iran-Germany Friendship Association. Of course, I still don't know what the main goal of this association is and what it is supposed to do, but I know this much that Mr. Khanbadaghi is a capable and powerful person and he can make this association a success 100%. My wish is that the Iran-Germany Friendship Association succeeds and has a good position for our country in the future and works for Iran's interests.

Today, producers are making sacrifices and there is so much work pressure on them that it is indescribable. True, when prices go up, producers raise prices, but working capital is very low. In other words; The amount of money available to the producer does not correspond to what he wants to do.

I believe that if the foundation is prepared, Iran is the best country for investment, because our country has a unique position in the region and the world, it is considered one of the richest regions in the world in terms of resources and mines, and it is a rich country. If there is good management and we can raise our management level, it will be possible to attract investment.

In a situation where our production capacity is 70%, we have a maximum production of 30-40%; Therefore, we have to prepare the platforms so that in such a situation we can have 70% of our production capacity and at the same time export. ■

A member of the board of directors of the Iran-Germany Friendship Association raised the issue

The effect of friendship associations in increasing the interactions of countries

The imposition of sanctions against our country has reduced Iran's commercial and economic relations with other countries to a minimum, and this reduction in the level of relations has affected even Iran's old partners such as Germany. In the conversation we had with Ahmad Asl Roknabadi, a member of the board of directors of the Iran-Germany Friendship Association, we discussed various aspects of the activity of this association. We read parts of this conversation.

There are different capacities and spaces for the development of cooperation in different political, economic and cultural dimensions with different countries, one of which is friendship associations between countries. One of Iran's most important economic partners is the Federal Republic of Germany, which has a long history of business relations with us. Most of our good petrochemical technologies are imported from Germany; therefore, it requires us to always strive to develop cooperation with Germany.

The reactivation of the Iran-Germany Friendship Chamber is a very good opportunity to help develop cultural relations between the people of Iran and Germany, as well as to develop other relations that both sides feel the need for.

In the economy, there are various goods and services, some of which are substitutes and some are complements. In the issue of associations, most services are complementary and not substitutes; Therefore, the availability of these facilities is an advantage and a positive point, and none of them compete with each other, but complement each other.

In the Iran-Germany Friendship Association, we organized a number of events and invited friends, very important personalities who are present in the economic projects of the two countries, participated in these events, which was very interesting for us. The statute of the association prohibits commercial work, but meetings were held in the heart of this association, which led to the formation of high economic interactions.

Iran-Germany Friendship Association organized three events last year. Also, we have had several meetings with the Ministry of Foreign Affairs, the Director General of Europe and various parts of this Ministry and have provided advisory opinions to them, and due to the experience of Engineer Khanbadaghi and his good knowledge of the German market and the politicians and elders of this country, both to the Ministry of Foreign Affairs and It also provides advice to upstream organizations. Also, an exhibition about the cultural and social activities of the two countries is going to be held in Germany, in which handicrafts departments can also be present. In fact, efforts are aimed at indirectly developing relationships in different sectors. ■



The head of the Iran-Germany Friendship Association said **Lack of planning and lack of infrastructure is a challenge in the economy and production sector**



Botagh Khanbodaghi, the current president of the Iran-Germany Friendship Association, after the Islamic Revolution, with the cooperation of several friends and Dr. Tonkabani, the founder of this association, re-launched the German Chamber. The members of this chamber reached 2,700 people until last year. In order to investigate the activities and measures taken in this forum, we have conducted a conversation with Khanbodaghi, we are reading parts of this conversation.

The specific conditions of the country in international relations became an incentive to revive this association after 20 years; An association that can be considered as a link between the people of two countries, Iran and Germany, which, regardless of diplomatic relations, deals with negotiations to expand the relations between Iran and Germany as a goodwill ambassador. In this forum, 11 specialized commissions, including agriculture, industry, health and medicine, tourism, entrepreneurship, cultural, artistic, university, educational and scientific, legal, insurance and finance, women, youth and international relations, in order to investigate and follow up the issues more closely. These commissions can recruit members indefinitely and investigate problems and approve solutions and suggestions. The approvals of these commissions will be sent to the board of directors of the association so that necessary measures can be taken to facilitate the request and reflect them to the officials of the two countries. At present, this association has a direct Iranian contact in Germany, which specifically pursues issues related to Iran.

In my opinion, investment means domestic and foreign investment, which is the alphabet of economy, production, industry and trade. domestic and foreign investment; It includes the pillars and economic alphabet of production, industry, trade and bilateral relations in all fields

and sectors desired by the parties. Unfortunately, in the last four decades, instead of handing over the economic sector (industry, trade and agriculture) and cooperating with the private sector, governments have always acted on the state economy in production and trade, which is also called "failed state economy". The experience of the last half century in developed countries has clearly proven that for the development of prosperity and success in all economic institutions and production, governments must withdraw from production and trade and leave the activity of this field completely to the private sector, because in no case A country with a state economy has not been successful. In fact, the private sector is the active and beating heart of the economy, which has been able to succeed by creating the necessary competition in the balance of prices and technological innovations; Therefore, governments have more opportunities (planning, planning and support) for the goals of the country due to the extent of their work and duties.

In the Iran-Germany Friendship Association, in order to improve the relationship and expand the cooperation between the two countries, we made suggestions that with the cooperation of 3 ministries of our country, we could establish a permanent exhibition or product presentation center for small and medium industries with special conditions, which fortunately This was welcomed by them, but we need cooperation and cooperation in implementing this idea.

The company's investment in international, tourism, industrial exhibitions and the presentation of domestically produced products could bring millions of jobs and billions of tomans of income for the country and international trust. Other performance of the exhibition in addition to the economic issue; It is the center for the exchange of science, technology and innovation and familiarization of the future generation of the country. At the same time, the government's lack of use of experienced and experienced people and the pressure of sanctions, exchange rate fluctuations and the lack of stability of laws and the lack of necessary incentives in all economic fields have caused that even tourists do not have much desire to travel to Iran or cooperate. And this has made investors reluctant. Unfortunately, in the economic and production sector, we see a lack of planning and infrastructure creation in line with international cooperation.■

Friendship Associations; Effective actors in the field of diplomacy



Dr. Morteza Faghani
Editor in Chief and member of Tehran Chamber of Commerce

In today's world and due to the complexity of the situation, the mere use of classical methods can no longer meet the needs of modern diplomacy. Also, increasing access to a large amount of information and the speed of their transmission to audiences in all parts of the world, the integrated management of foreign policy by governments has faced challenges; Therefore, according to the current conditions, playing the role of non-governmental organizations can be considered the crystallization of the organized presence of the people of a country in determining foreign relations and the interactive process of the international community. Meanwhile, friendship associations can be considered as one of the effective players in the field of public diplomacy.

In fact, friendship associations are considered a turning point in relations between countries and have an undeniable role in the development of cultural, commercial, economic, social, etc. relations. In other words, with the evolution of political and international interactions and the increase of non-governmental actors in various scenes, other countries cannot ignore the role of NGOs and non-governmental organizations in foreign actions. Among these organizations, friendship societies are one of the emerging players in the field of diplomacy and cultural and commercial relations. In fact, in today's world, friendship associations are considered one of the executive arms of modern public diplomacy, whose planned activism will provide the national interests of countries with lower costs.

One of the associations that recently started its activity in our country after a break of several years is the Iran-Germany Friendship Association. This association has high capacities in maintaining and strengthening the relations of two long-standing business partners. The relationship

between Iran and Germany has a historical precedent and the beginning of this relationship goes back to the Qajar era. Although the relations between the two countries have undergone changes and ups and downs at some points in time, the fact is that there is an unbreakable bond between Iranians and Germans. The historical and long history of political, cultural and commercial relations between the two countries on the one hand and this strong bond on the other hand doubles the necessity of this friendship association.

The Iran-Germany Friendship Association is an organization that has been revived after about 20 years with the aim of expanding the relationship between the two nations and facilitating the activities of the private sector. Apart from diplomatic relations, this association, as a goodwill ambassador, deals with negotiations to expand the relations between Iran and Germany. Although the Iran-Germany Friendship Association operates with the permission of the Ministry of Foreign Affairs and the Ministry of Interior, it is an independent non-governmental organization whose members are all private sector activists. The scope of activity of this association is wider than that of Iran and Germany Chamber of Commerce and includes a wide range of fields, among which we can mention trade and commerce, health and treatment, culture and art, tourism, academia and education.

In the Iran-Germany Friendship Association, 11 specialized commissions have been formed, which include agriculture, industry, medicine and therapy, tourism, entrepreneurship, cultural, artistic and academic, educational and scientific, legal, insurance and financial, women, youth and international relations commissions.

These commissions can accept unlimited members and investigate problems, approve solutions and suggestions. The approvals of these commissions are given to the board of directors of the association so that the necessary measures can be taken to facilitate the request and reflect them to the German authorities.

The conclusion of the first memorandum of cooperation with the Isfahan Chamber of Commerce is considered one of the important actions of this association. Also, the Iran-Germany Association, planning and consulting for setting up a permanent exhibition in Germany to present the products of small and medium companies and industries, appointing a direct representative in the German government to follow up on issues related to Iran in particular, etc. are on the agenda. All in all, it should be said that considering the positive actions that this association is taking, we can imagine a bright future for the horizon of Iran-Germany relations. If realized this, it will have a favorable effect on the economy of our country under sanctions. ■



“World of Investment”

A smart choice to enter the Iranian business market

Iran, a country with a civilization spanning thousands of years and with a strategic geographic location, has many opportunities and capabilities to invest in oil, gas, minerals and various industrial infrastructures. The presence of diverse climates and rich historical monuments added to its unique tourist attractions. In addition, Iran's convenient and cheap access to more than one billion people in the world in its neighboring countries and via the Silk Road, created a special export advantage for us; therefore, smart entry in various sectors like industry, services, trade and new companies can bring huge profits to the investors.

“World of Investment” seeks to provide a clear new window into the growing Iranian economy, full of innovative opportunities, by providing clear and honest information as a trusted advisor. Direct communication with companies active in the Iranian business environment, particularly in the fields of industry, energy, services, transportation, finance, finance and insurance, as well as innovative business, utilizing the expertise of experts along with hiring young, enthusiastic and expert journalists to investigate issues from the point of view of industrialists and entrepreneurs Iranians, considered the main task of the “World of Investment” magazine.

“World of Investment” is proud that the first Iranian magazine published in three languages per month in Persian, English and Arabic languages is published by the private sector and widely distributed in the Iranian business sector. Dear Readers; we value your trust, our efforts to continually improve and increase your satisfaction are part of this group's roadmap better respond to the needs of our audience.

Dear readers, you can contact us to include your content and advertisements.

Selected Topics In This Number



One of the best entrepreneur of the country
The production sector lacks working capital



The founder of the employers' association of knowledge-based companies
We are the voice of knowledge-based companies



The manager of Doriyeh Mansion restaurant
Holding the events of the Iran-Germany Association in Doriyeh Mansion



CEO of Bostanchi Industrial Group
Businesses are affected by bad economic conditions



The legal inspector of Iran-Germany Chamber of Commerce explained
Sanctions; reducing the trade relations between Iran and Germany



The head of the Women's Commission of the Iran-Germany Friendship Association explained
friendship associations; The powerful arms of cultural diplomacy



Deputy CEO of Turbine Company
Correct decision-making and wise foresight are the most important mental concerns of businesses



Member of the Board of Directors of the Iran-Germany Friendship Association
Friendship associations strengthen communication between cultures

Concessioner and Chief Executive Officer:

Morteza Faghani

Editor In Chief:

Farhad Amirkhani

Commercial Manager:

Sara Nazari

Translator:

Said Edalatjoo

Contact Us

Add: Unit 3 , No 27, Marzban Nameh Alley, Shahid Mofatteh Ave. Tehran,Iran

Zip Code:1588866344

Tel:+9821 -88864842

Fax:+9821 -88864786

To receive the full version of the monthly, please refer to the following

news site: www.dsarmaye.ir

E-mail:d.sarmayeh@gmail.com





 **دُریه Dorieh**

تهران، دریاچه چیتگر، مرکز خرید باملند، کافه رستوران دریّه

اصالت ایرانی در قلب طهران

شرکت مادر تخصصی (هلدينگ)
توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (سهامی عام)
MIDDLE EAST MINES & MINERAL
INDUSTRIES DEVELOPMENT HOLDING Co.
زنجیره کامل تولید از معدن تا محصول نهایی



گل کلمه سر رویش باور ما در دل کویر

GOLGOHAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY



شرکت معدنی و صنعتی گل کلمه
GOLGOHAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY

روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر
بزرگترین عرضه کننده آهن اسفنجی کشور

GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.

THE BIGGEST DRI SUPPLIER IN IRAN

GISDCO

Development is our belief



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر
GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.
روابط عمومی و امور بین الملل

گہرزمین

نبض تپندہ تولید و توسعه

www.goharzamin.com

(سای نام)

شرکت معدنی و صنعتی گہرزمین

Goharzamin Mining and Industrial Company

روابط عمومی و امور بین الملل





نوروز یک هزار و چهارصد و سه فرخنده باد