

دیجی

WORLD OF INVESTMENT

ماهنشانه تحلیلی حوزه سرمایه‌گذاری • ۱۰۰ صفحه
اسفند ۱۴۰۲ • شماره ۸۸ • قیمت: ۲۰۰,۰۰۰ تومان

رئیس اکسپلورر

HOTEL
ATANA
★★★★★



جلب رضایت مشتریان با نوآوری در خدمات

مدیر کل هتل آانا مطرح کرد

The general manager of Atana Hotel proposed

Satisfying customers with service innovation

اقترح المدير العام لفندق أانا

رضاء العملاء من خلال ابتكار الخدمات

با آثار و گفتاری از:
حسین اشتراوی
نیما عظیم دوست
علیرضا زمان پور
محمود محمدی
اسد رهبری
هدایت الله عبدی
محمد رضا شهیدی
امیر اصلاح زاده
احمد سبط حسینی
رقیه حاتمی پور فرشی
مهران میر
غلامعلی اخلاقی
عبدالله یاوری
وحید زارع فکری
حمید کامران

GERAD



لابن زنانه پوشак گراد

امور مشتریان : ۰۲۱ - ۸۹ ۳۶۴۵



تولید کننده و عرضه کالاهای
مردانه، زنانه و بچه گانه

اعطای نمایندگی

فروش سازمانی

فروش عمده

همکاری در حوزه صادرات



WWW.SEVIXSTYLE.COM



SEVIXLAND



تهران، خیابان ظفر، بعد از گوی آبادی، پلاک ۷۹، واحد ۱۶ - تلفن: ۰۲۱-۹۱۶۹۱۳۶۶۴



09122374150 - 09362125997



کیفیت، هدیه ما به اعتماد شما



A.H.A
MAHYAR
پوشش نانو مهیار

تولید کننده انواع جوراب - لباس زیر مردانه - دستکش - لباس راحتی زنانه و مردانه
تیشرت کلاسیک و لباس ورزشی
تولید کننده انواع مواد نانویی با خاصیت آنتی باکتریال و ضد آب و لک (نانو کلوبید نقره، نانو
اکسید روی نانو کیتوسان، نانو مواد آب گریز) دارای مجوز از ستاد فناوری نانو و تاییدیه وزارت بهداشت

زنجان، شهرک صنعتی شماره یک، پشت سایت باتوان، خیابان شقایق ۲، قطعه ۵۶۲
کد پستی: ۴۵۱۳۳۵۶۶۶
تلفن کارخانه: ۰۲۶-۱۶۲۲۳۲۲۳۳ / ۳۳۲۲۳۳۱۶۲

www.mahayrco.com



www.asemangrouphotels.com

[asemanhotel](#)

[setarehhotel](#)



[baranhotelisfahan](#)

[hotelasemankish](#)

✖ اصفهان، خیابان مطهری، هتل آسمان

✖ اصفهان، میدان نقش جهان، خیابان حافظ، هتل ستاره

✖ اصفهان، خیابان امام خمینی، نبش کوچه ۱۲ بهمن، هتل باران

✖ کیش، بلوار موج، هتل آسمان رویال



هالدینگ گرددشگری فلامینگو

Flamingo Tourism Holding Co.

آژانس مسافرتی ، سرمایه گذاری ، ویلا های اقامتی ، خیریه سفر

مبتكر و مجری اولین تورهای تونس ، مصر
مبتكر اولین تورهای رالی گرددشگری بانوان ایران



Iranian Women Tourism Rally

مشاوره خدمات ویزای اروپا وقت سفارت

مبتكر و طراح و مجری

تورهای سلامت

تورهای بانوان

Incoming Tours Healt Tours

@flamingo_tours

+98 21 22224014

+98 912 116 6181 / +98 912 313 3683

تهران خیابان میرداماد رو بروی بانک مرکزی پلاک ۱۵۹

www.flamingotta.com president@flamingotta.com



برگزاری تورهای توریستی گروهی و انفرادی

برگزاری تورهای نمایشگاهی

خدمات هتل، بلیط خارجی

اخذ ویزای توریستی (کانادا، آمریکا، استرالیا، انگلیس)

اخذ اقامت کشورهای عربی (امارات، عمان)

**اخذ اقامت کشورهای اروپایی
(فرانسه، اسپانیا، یونان)**

**اخذ ویزای تحصیلی (انگلیس، فرانسه، ایتالیا،
فلاند، اسپانیا، آلمان، کانادا، آمریکا، ترکیه)**

**اخذ اقامت از طریق جاب آفر
(سرمایه گذاری، استارتاپ، بلوکارت، ثبت شرکت)**

zhivartours  www.zhivar.com  ۰۹۱۲۷۹۶۷۵۱ 

**۰۲۱ ۵۴۷۹۹۵۰۰۰
۰۲۱ ۲۲۶۶۱۲۶۶**

**دفتر مرکزی: تهران، ستارخان، خیابان پاتریس لومومبا، بلوار سروناز، پلاک ۹، ساختمان زیوار
شعبه ۱: تهران، زعفرانیه، مقدس اردبیلی، مجتمع تجاری پالادیوم، طبقه ۹ جنوبی، واحد ۹۲۶**

WELCOME TO IRAN

IRAN



S E

B T

T



U R

Alla scoperta dell'antica PERSIA



www.iransebttour.com

E-mail : info@iransebttour.com

6

TH
INT'L SPECIALIZED

HRCC

تاریخ: 10 الی 13 مردادماه 1403

Date: 31 July-3 August 2024

ساعات بازدید: 10 الی 18

Visiting hours: 10 to 18



ششمین نمایشگاه تخصصی بین المللی

مواد اولیه، تجهیزات، اکسسوری های
چای، قهوه و نوشیدنی های سرد و گرم

تجهیزات، لوازم اولیه و مواد مصرفی

Trade Show of Coffee, Tea, Beverages and Related Equipment

تهران ابتدای بزرگراه خلیج فارس، نمایشگاه بین المللی شهر افتاد
EXHIBIRAN INTERNATIONAL Fairground, Shahr-e
Aftab Complex, Khalij-e Fars Highway, Tehran-Iran

+ 98-9102006500
+ 98-2166453576
+ 98-2166453976

www.hrccfair.com

برگزارکننده نمایشگاه: مبادرات نوین هزاره سوم



شرکت اریس سازه پارسیان



شرکت اریس سازه پارسیان (سناتور)

در سال ۱۳۸۶ تاسیس گردید، کارخانه این واحد تولیدی در شهرک صنعتی چنت آباد واقع در منطقه ایوان کی (۵۵ کیلومتری جنوب شهر تهران) می‌باشد. بعد از سال‌ها تلاش شرکت سناتور به یکی از بزرگترین تولیدکنندگان محصولات چدن در ایران تبدیل شده‌است و در حال حاضر این شرکت بیش از ۴۰۰ نفر پرسنل و ۲۰۰۰ متر مربع مساحت بهره‌مند می‌باشد. محصول اصلی این واحد تولیدی شبکه چدنی رویه اجاق گاز می‌باشد که از بهترین مواد اولیه و به دست افراد متخصص تولید می‌شود. این واحد صنعتی با تلاش مدیران، مهندسین و پرسنل سخت‌کوش خود موفق به اخذ انواع استانداردها و گواهی نامه‌های داخلی و بین‌المللی از جمله استاندارد مدیریت کنترل کیفیت ISO ۹۰۰۱:۲۰۱۵ و استاندارد صادرات به اروپا (CE) شده‌است.

کارخانه: جاده خاوران، بعداز پلیس راه شریف آباد شهرک صنعتی چنت آباد، انتهای بلوار توسکا

دفتر مرکزی: فلکه اول تهرانپارس، گلبرگ غربی، نبش خیابان کیخسروی، پلاک ۱۳، واحد ۱۵

۰۲۱-۷۷۷۷۲۲۸۲

commercial@senator.co.ir





شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر

بزرگترین عرضه کننده آهن اسفنجی کشور | THE BIGGEST DRI SUPPLIER IN IRAN

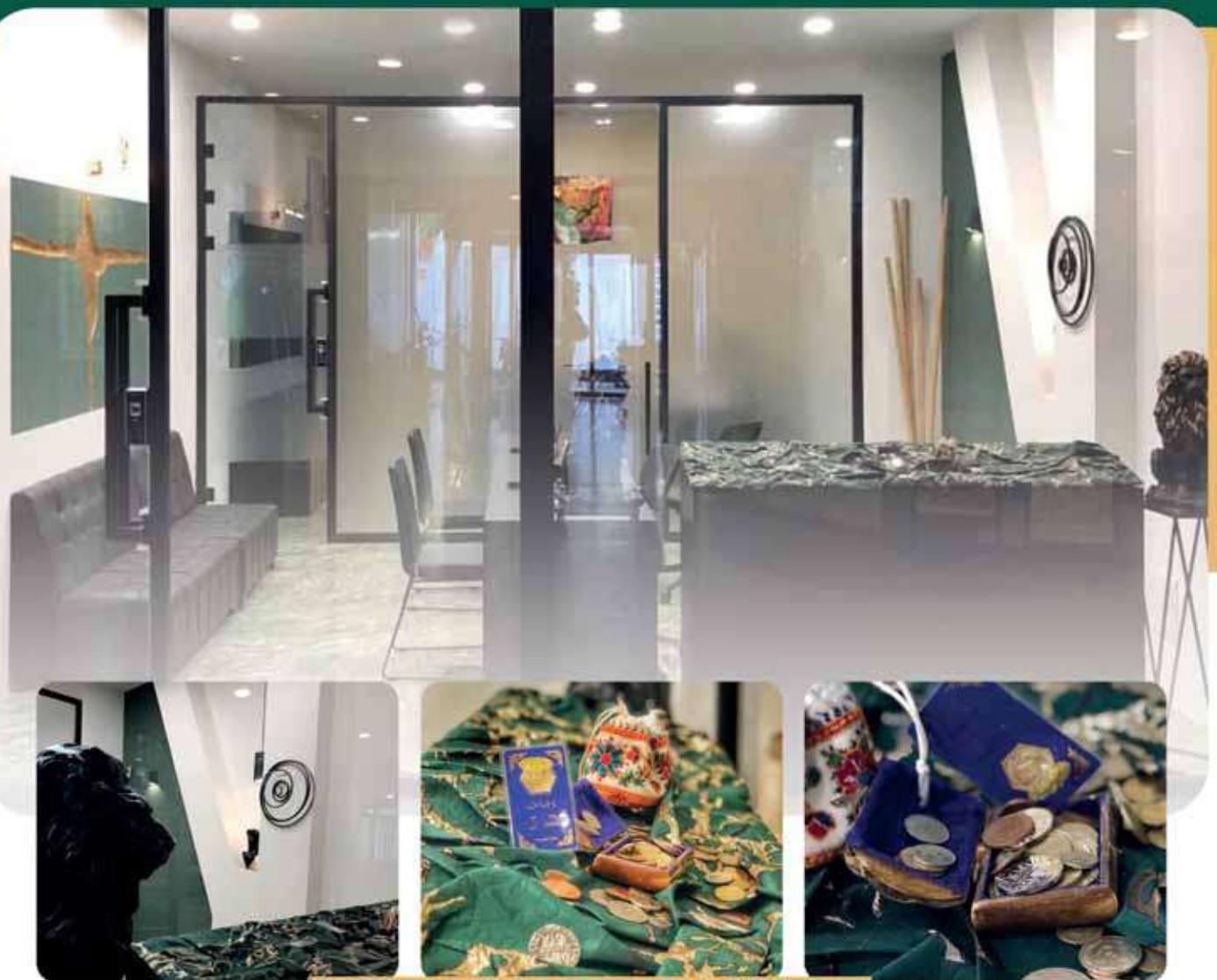
همایش صنعتی



شرکت توسعه آهن و فولاد گل گهر
GOLGOHAR IRON & STEEL DEVELOPMENT CO.
روابط عمومی



سکه سهیل



SEKEH SOHEIL

٠٩١٢ ٣٢٢ ٤٧ ٣٣ □ ٠٢١ ٢٦٦ ٤٥ ٤٢٥

برج رز میرداماد، طبقه همکف، واحد ١٠



SEKEH SOHEIL



گروه کارآفرینی اهری



سمانه اصغریه اهری

SAMANEH ASGHARIEH-AHARI

مشاور مسکن

اگر دنبال اجاره ملک
در تورنتو بزرگ هستید
با من تماس بگیرید...

001- 416.887.3027



گروه کارآفرینی اهری



مدیر هتل آرامیس تهران مطرح کرد

کمبود شدید نیروی انسانی در صنعت هتلداری

۲۶

۴۰ مدیر عامل شرکت پتروشیمی کیان

توسعه و پیشرفت پروژه
کیان در سایه مساعدت
وبسیج همه ارکان



۴۴ معاون گردشگری مرکز خدمات و مشاوره
ایرانیان خارج از کشور

هتلداران به جوانان
اعتماد کنند



دنیای صنعت
۶۶ تا ۴۴



دنیای انرژی
۴۲ تا ۴۰



برونده و بزه
۳۸ تا ۲۰

رئیس سرمایه‌گذاری

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

مرتضی فغانی

قائم مقام مدیر مسئول:

رضا فغانی

سردبیر:

فرهاد امیرخانی

مدیر هنری:

سعیده نیکبخت

مدیر بازرگانی:

سارا نظری

ویراستار:

مصطفی حاتمی

مترجم:

سعید عدالت‌جو

عکاس:

مینم مافی

اعضای هیأت علمی:

دکتر فریدون حسنو‌نوری‌ریس کمیسیون امنیتی مجلس شورای اسلامی

دکتر علی اصغر عنایت‌سنانی عضو کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی

دکتر بروز محمدزاده عضو کمیسیون امنیتی مجلس شورای اسلامی

دکتر حسین حسین‌زاده عضو کمیسیون امنیتی مجلس شورای اسلامی

دکتر غلامعلی جعفری‌اده این آبادی نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی

دکتر احمد روحی‌آیی مدیر عامل شرکت گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو

مهندس احمد روحی‌آیی مدیر عامل شرکت گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو

دکتر عزیزالله حصاری مدیر ارشد موزو اقتصاد

دکتر بهرام شکوری ریس انجمن سس ایران

مهندس حسن کرمی‌ستجری مدیر ارشد صنعت خودرو

دکتر ابراهیم شفیعی مدیر ارشد شرکت پژوهشکده پولی و پلکانی

دکتر مسعود مرادی‌آیی مشاور مدیر عامل کانون چهان‌ردی و تومبیلر ای‌جی‌ا

دکتر ابراهیم رضایی مشاور امور بین‌الملل اتاق مشترک بازارگانی ایران و آفریقا

دکتر محمد دامادی نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی

مهندس آرش محیی‌زاده مدیر اینچنین تخصصی

صنایع همچنین نیروگاره‌گو و قطعه‌ساز خودرو و کشور

دکتر بهمن ارمان اقتصاددان

دکتر جمشید حمزه‌زاده ریس جامعه هتلداران کشور

دکتر مهدی کربی‌نقشی ریس کارگروه تکب و کارهای

جاده‌ای پیش‌سازی‌انه ملی - یونسکو

مهندس مهدی حکمیان کارشناس ارشد حوزه سرمایه‌گذاری و اقتصاد

مهندس سید محمد مقدسی فقه‌های مدیریه جامعه متخصصین نساجی ایران

گروه دبیران:

سید قاسم قایی، مصطفی‌حاتمی، عرفان فغانی
سعید عدالت‌جو، محمد جعفری، احمد رضا صباغی
مینا افتخاری، سهیلا زمانی، الیسا اکرمی

برای دریافت نسخه پی‌دی اف ماهنامه به یارگاه خبری زیر مراجعه فرمایید:
www.dsarmaye.ir

نشانی:

تهران، خیابان شهید مفتح
کوچه مرزبان نامه، پلاک ۲۷، واحد

کد پستی: ۱۵۸۸۸۶۶۳۴۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۴۲

واحد تبلیغات: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۲۶

دورنگار: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۷۸۶

پست الکترونیک: D.sarmaye@gmail.com

لیتوگرافی، چاپ و توزیع: شرکت خاتمنو
تلفن: ۷۷۸۱۳۴۹



۲۵

سپریست کانون حرفه‌ای هتلداری

خراسان رضوی، شمالی و جنوبی

مطالبه‌هتلداران تسهیل ورود گردشگر



۴۶

مدیر بهره‌برداری بازار بزرگ دلکشا

بیان کرد

دلکشا بازاری مدرن واصیل



۶۸

معاون اقتصادی و سرمایه‌گذاری سازمان
منطقه آزاد کیش عنوان کرد

آماده‌سازی پنجره واحد سرمایه‌گذاری در کیش



۴۴

مدیر عامل شرکت زاگرس پوش تاکید کرد

نوآوری رمز ماندگاری یک برنده در بازار



اقتصاد کلان
۷۰ تا ۶۸



بازار ارز کشور و به طور خاص، قیمت دلار که شاخص عمدۀ این بازار است، در سال گذشته با وجود تلاطم‌های موقت شاهد رشد پیوسته و مناسب با دیگر متغیرهای اساسی اقتصاد کشور از قبیل رشد پایه پولی، رشد نقدینگی، میزان تحقق درآمدهای ارزی و در دسترسی ایران به منابع ارزی خود در خارج از کشور است. با این حال در چند هفته اخیر به ویژه پس از برگزاری انتخابات مجلس شورای اسلامی، شاهد اوج و فرود در این بازار بودیم، پس از انتخابات مذکور، قیمت دلار در بازار آزاد با جهش، به کانال ۶۰ هزار تومان وارد شد و برخی از زمینه‌های رسیدن به کانال ۷۰ هزار تومان نیز وجود داشت. با این حال این پیش‌بینی محقق نشد و قیمت دلار در بازار آزاد با برگشت به کانال ۵۵ هزار در حدود ۵۷ هزار تومان تثبیت شد. برخی با انتقاد بسیار، سیاست دولت در مقابل این بازار را ارزی‌بازی، خبر درمانی و همچین سخن گفتن از طرح‌های همچون پیش‌فروش ارز دانستند و این اقدامات را ته‌تسکینی موقت برای آرام‌ساختن بازار پرداخت ارز توصیف کردند.

برخی دیگر نیز دست سیاست‌گذار را پشت این تلاطم دیده و این اقدام را به نوعی نوسان گیری برای جبران کسری بودجه در روزهای واپسین سال ۱۴۰۲ توصیف کردند؛ اقدامی که با توجه به پیشینه این رفتار در دولت‌های متعدد تا اندازه زیادی دور از انتظار نیست، با این حال اغراق در تاثیر دور از واقعیت است. از سویی، بازار ارز در ماه اخیر تا اندازه‌ای نیز تحت تاثیر مسائل کلان سیاسی به ویژه تنشی‌های اخیر در منطقه غرب آسیا به ویژه جنگ در فلسطین اشغالی است. با این حال می‌توان گفت که اگرچه تاثیر انتظارات، سیاست‌های موقت و واقعی سیاسی تعیین می‌کند، اما در میان مدت و در طول سال، شاخص‌های مهمی مانند رشد نقدینگی، تعیین کننده‌تر از هستند.

بنایه اظهارات رییس بانک مرکزی، سیاست کلی مالی کشور در سال گذشته تثبیت رشد نقدینگی در محدوده ۲۶ درصد بوده، اما این در حالی است که افزایش قیمت دلار به عنوان شاخص بازار ارز در سال گذشته رشدی حدود ۳۲/۸ درصد داشته و این امر تنشی می‌دهد که در بازار ارز، رشدی بیشتر از حدود ۸/۶ درصد نسبت به افزایش نقدینگی داشته‌ایم، از این‌رو می‌توان گفت که شاید برآورده بانک مرکزی از رشد نقدینگی با واقعیت بازار و شاخص‌های اقتصادی دقیقاً مطابقت نداشته است، اگرچه نمی‌توان انکار کرد، این برآوردن‌زدیک بوده است.

آمارهای میدانی نشان می‌دهد که رشد پایه پولی در سال ۱۴۰۲ نزولی بوده و رشد ۱۲ ماهه در واقع به حدود ۵/۳۳ درصد رسیده که این عدد با میزان رشد قیمت دلار به عنوان شاخص بازار ارز نیز تا اندازه‌ای زیادی مطابقت دارد. در صورت تداوم این سیاست و کنترل رشد نقدینگی در محدوده ۳۰ تا ۳۵ درصد، افزایش قیمت ارز نیز در همین حدود خواهد بود و به نظر می‌رسد که در سال آینده باید شاهد افزایش ۳۰ تا ۳۵ درصدی قیمت ارز و رسیدن قیمت دلار به کانال ۷۰ هزار تومان باشیم، با این حال این ناید تاثیر امور کلان سیاسی به ویژه انتخابات پیش روی ریاست جمهوری در آمریکا و چشم‌انداز پایان جنگ در نوار غزه و اوکراین را بر اقتصاد کشور انکار کرد. همچین سیاست‌های مالی جدید اتخاذ شده از سوی مجلس دوازدهم نیز تاثیری بسیار مهم در بازار ارز کشور خواهد داشت. ■

چشم‌انداز بازار ارز کشور در سال ۱۴۰۳

مرتضی فغانی
عضو اتاق بازرگانی تهران



صنعت فولاد ایران به دلیل غنی بودن معادن و کیفیت بالای محصولات از جایگاه ویژه‌ای در جهان برخوردار است. این صنعت که از سال ۱۳۸۸ فعالیت خود را کششورمان را آغاز کرده، هم‌اکنون به یکی از کشورهای برتر صادر کننده فولاد در دنیا تبدیل شده است. اکنون بیش از یک صد شرکت و معن فولادی در کشورمان به تولید مشغول می‌باشند که از جمله می‌توان به شرکت‌های بزرگ نظیر ذوب‌آهن اصفهان، فولاد خوزستان، فولاد مبارکه، فولاد خراسان، فولاد آذربایجان، فولاد آذربایجانی، فولاد هرمزگان، سنج آهن مرکزی، چادرملو، گل‌گهر، سنج آهن سنگان، معادن ذغال سنگ و... اشاره کرد.

در حال حاضر عملکرد صنایع فولادی در ایران قابل تقدیر است، به طوری که به تازگی انجمن فولاد جهانی اعلام داشته که ایران در بهمن ماه (ژوئن) سال جاری به جایگاه نهم تولید فولاد در جهان دست پیدا کرده؛ جایگاهی که قابل توجه بوده و از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ هر چند که در مقایسه با عملکرد ماه فوروردين که جایگاه هشتم واردیهشت که جایگاه هفتم در جهان را داشته، از دست دادن برخی فرصت‌هارایه نمایش می‌گذارد. امروزه عملکردهای صنایع فولادی نشانگر این حقیقت است که ایران در مقایسه با عملکرد ۷۱ کشور تولید کننده فولاد جهان، پس از ترکیه بیشترین رشد تولید را در بین ۱۰ تولید کننده برتر جهان داشته است، به طوری که در بازه زمانی ۱۰ آذر تا ۱۰ دی، با تولید ۲۰۰ میلیون و ۹۰۰ هزار تن فولاد خام به رکورد تولید سالانه میلیون و یک صد هزار تن دست پیدا کرده است. آنچه در این آمارها قابل تأمل است، این است که صنعت فولاد ایران توانسته خود را به رقبای بزرگ دنیا نظیر صنایع فولاد بزرگ، ترکیه و آلمان نزدیک و در عین حال، رقابت‌پذیر کند. بر اساس همین آمارها، در طی ماههای گذشته، بزرگ‌تر در ۱۲ ماهه ۲۰۳۳ با تولید ۳۱ میلیون و ۹۰۰ هزار تن، ترکیه با تولید ۳۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تن و آلمان با تولید ۳۵ میلیون و ۴۰۰ هزار تن فولاد خام، رتبه‌های هفتم تانه هم تولید فولاد خام را به خود اختصاص داده بوده‌اند. از خاطر نباید دور داشت که صنعت فولاد ایران به رغم تحریم‌هایی که دچار آن شده، همچنان توانسته باز را اوری بالا، خدمات ارزنده‌ای برای کشور ایجاد کند. هر چند در برنامه پنج ساله ششم توسعه، چشم‌اندازهای بالاتری برای صنعت فولاد در نظر گرفته شده؛ اما همچنان این امید وجود دارد که این صنعت تا سال ۱۴۰۴ با افزایش تولید ۵۵ میلیون تن، بتواند به جایگاه‌های بالاتری در سطح جهان دست پیدا کند.

البته چالش‌های توسعه صنایع فولادی در کشورمان همچنان کم نیستند. صرف نظر از موضوعاتی نظیر تحریم‌ها، محدودیت‌های بانکی و ارزی و رخدادهای اثرباره‌های همانند جنگ اوکراین و روسیه و درگیری خوی‌ها با جریان اتلاف و...، می‌توان به برخی از متغیرهای داخلی نظری عدم تناسب عرضه و تقاضا، دسترسی دشوار به بازارهای جهانی، عدم تناسب با پیشرفت‌های صنایع پایین دست و محدودیت‌های منابع ارزی مانند برق، آب و گاز اشاره کرد که تجمعی این موانع، در صورت عدم برنامه‌ریزی مناسب می‌توانند باعث از دست رفتن جایگاه کنونی صنایع فولادی ایران در جهان شوند؛ جایگاه ارزنده‌ای که باسیعی و کوشش به دست آمده، اما با اندک خطاو سیاست نادرست، می‌تواند به شدت تنزل کند و سرمایه در گردش آن، همانند دود به هوارفته و از کف فعالان آن از دست برود. ■

صنعت فولاد ایران باید ها و نباید ها

فرهاد امیرخانی
سردبیر



صنعت غذای کشورمان نسبت به ۱۰ سال گذشته از نظر کیفیت و سلامت، افت بسیاری داشته که دلیل اصلی آن هم به مسائل مادی مربوط می‌شود. در حدود ۴ سال گذشته، محصولات غذایی جنبه سلامت‌محور داشته، اما این محصولات از نظر قیمت، کمی نسبت به سایر محصولات متفاوت هستند. متأسفانه با توجه به شرایط فعلی، شاهد افت میزان مصرف محصولات سلامت‌محور هستیم که به تبع آن سلامت مردم، کاهش و میزان بیماری، افزایش خواهد یافت. یکی از اقدامات موثر برای رونق در صنعت غذا، فرهنگ‌سازی مناسب برای استفاده از این نوع محصولات است؛ یعنی به افراد جامعه این پیام را برسانیم که تولید کنندگان موادغذایی با تولید محصولات سلامت‌محور به فک سلامتی شما هستند. در این میان، این نوع محصولات، قیمت بالایی دارند که اگر مردم مطمئن شوند که کارخانه‌های موادغذایی برای سلامت آن‌ها تلاش می‌کنند، حاضر به پرداخت هزینه‌های بیشتر خواهند شد.

یکی از مشکلات موجود در صنعت غذا به مسائل مالی و تمهدی بازمی‌گردد. عموماً قیمت موادغذایی و محصولات براساس نرخ سوخت، قیمت گذاری می‌شوند، زیرا قیمت بسته‌بندی‌هایی که موادغذایی و نوشیدنی‌ها داخل آن عرضه می‌شود، با قیمت نفت و سوخت تغییر می‌کند. این در حالی است که نوسانات نرخ ارز در کشورمان، کار را سیار دشوار می‌کند و حواشی ای به وجود می‌آورد که تولید کنندگان و توزیع کنندگان موادغذایی را مثار می‌کند. دو مین موضوع، کمبود نیروی متخصص در صنعت غذا است که تعداد آن‌ها بسیار کم است. افراد شاغل در این صنعت باید توانایی فعالیت در فضای بازار را داشته باشند و از روحیه خوبی برای برقراری رابطه با سایر افراد برخوردار باشند؛ بنابراین توانایی جسمی و روحی، آیتم‌های بسیار مهمی برای نیروی متخصص محسوب می‌شود. در این میان، برخی از شرکت‌های برای حل این مشکل در حال برنامه‌ریزی به منظور آموزش افراد هستند تا به صورت بهینه در بخش‌های مختلف از آن بپردازند شوند. شایان ذکر است، یکی از فرآیندهای طی شده در صنعت غذا، انجام برنامه‌ریزی طی ۱۵ سال گذشته چهت خارج کردن سوپرمارکت‌هاز چرخه فروش موادغذایی و ابجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای محلی بود که حتی با وجود تخفیف و پالت‌چینی‌های دوره‌ای این فروشگاه‌ها، هیچ گاه سوپرمارکت‌ها از این چرخه حذف نشده‌اند و همچنان از قدرت خود برخوردارند که در مورد دلایل شکست این بروزه می‌توان به دو موضوع زمان و رابطه اشاره کرد. به عنوان مثال، مردم برای خرید مایحتاج خود، زمانی را قایل هستند و معمولاً ترجیح می‌دهند که به جای طی یک مسافت طولانی، از نزدیک‌ترین سوپرمارکت اقدام به خرید کنند. در خصوص رابطه بین مشتری و صاحب سوپرمارکت یک محله، یک منطقه یا یک خیابان هم باید به این موضوع اشاره کرد که بسیاری از افراد به دلیل رابطه یا حتی دوستی با صاحب سوپرمارکت محله و منطقه زندگی خود، حاضرند که جهت حفظ این رابطه، به جای فروشگاه‌های زنجیره‌ای از همان سوپرمارکت خرید کنند. در پایان امیدوارم که در کشورمان به صنعت بزرگ و مهم غذا اهمیت داده شود، چراکه مستقیماً با سلامتی و روح و روان افراد سروکار دارد. در واقع اصلاح ساختار تولید و توزیع موادغذایی، موضوع مهمی است که باید بدان پرداخته و جدی گرفته شود. ■

ضرورت اصلاح ساختار تولید و توزیع موادغذایی

مجید بسطامي

کارشناس و مدیر فروش صنعت غذا



پرونده ویژه



گفت و گوی اختصاصی با رقیه حاتمی پور فرشی

در این بخش می خوانیم:

- حمایت لفظی از گردشگری کافی نیست
- مطالبه هتلداران تسهیل ورود گردشگر است
- کمبود شدید نیروی انسانی در صنعت هتلداری

مدیر کل هتل آتانام طرح کرد

پژوهش
و پژوهش

جلب رضایت مشتریان با نوآوری در خدمات

محمد جعفری

هتل آتانا در سال ۱۳۹۸ با چهار ستاره، اما با استانداردهای یک هتل پنج ستاره در میدان فلسطین تهران کار خود را آغاز کرد. این هتل در ابتدا با چالش‌های جدی روی رو شد، اما توانست کیفیت خدمات خود را حفظ کند. دکتر محمد رضا تهرانی، مدیر کل هتل آتانا و مدرس دانشگاه که بیش از ۲۰ سال سابقه فعالیت در صنعت گردشگری و هتلداری دارد، در گفت و گو با ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» بر این نکته اذعان دارد که سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری با توجه به اینکه دومین صنعت پول‌ساز دنیا است، می‌تواند بسیار درآمدزا باشد؛ به شرط آنکه از سرمایه‌گذار حمایت صورت گیرد و محدودیت‌ها برداشته شود. مژوه این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

ما ذکر که برای توسعه هستیم، فاز دوم توسعه فعالیت‌های هتل شامل راه‌اندازی شعب متعدد برای کافه رستوران اورین لائز است که یک رستوران متفاوت و خاص در روف گاردن هتل آتانا می‌باشد.

ویژگی برتر هتل آتانا نسبت به هتل‌های دیگر تهران چیست؟

این هتل ترکیبی از اساسی آتا و آنابه معنای پدر و مادر است. ما در این هتل به دنبال تشكیل یک خانواده هستیم و در تلاش هستیم با ایجاد فضای خانوادگی و حمایت‌گرانه، دغدغه‌های مهمان را کاهش دهیم و احساس کنار خانواده و در خانه بودن را به آنان انتقال دهیم و بهترین شکل خدمات خود را ارائه کنیم. هدف ما این است که مهمان، کیفیت از خدمات را دریافت کند که در هتل‌های دیگر با قیمت و شرایط هتل ماتجربه نکند. آنابه دنبال نوآوری و ارائه بی‌نقص خدمات است که خوشبختانه تاکنون در این زمینه موفق بودیم و توانستیم رضایت مشتریان را نیز جلب کنیم.

آیا اپیدمی کرونا بر فعالیت‌های شما تاثیر گذاردید؟

کرونا تاثیر زیادی بر فعالیت هتلداران داشت، به طوری که درآمد هتل‌ها در این دوران به شدت کاهش پیدا کرد. همچنین تاثیر دیگر آن، روی نیروی انسانی بود، چرا که بسیاری از کارمندان هتل‌ها به دلیل عدم توانایی هتل‌ها در پرداخت حقوق از این صنعت خارج شدند و به سراغ صنایع دیگر رفتند. البته ما قبل از شیوع کرونا هم مشکل منابع انسانی را داشتیم و با کمبود نیروی انسانی متخصص روبه‌رو بودیم، اما بعد از کرونا این مساله بسیار پررنگ شد. هم‌اکنون نه تنها نیروی متخصص پیدانمی‌شود، بلکه به دلیل عدم توانایی نیروهای که جذب می‌شوند، ناگزیر هستیم که از نیروهایی با مهارت و دانش پایین در پست‌های بالاتر استفاده کنیم؛ این موضوع باعث می‌شود، حجم زیادی کار به مدیران عالی رتبه سازمان وارد شود. بسیاری از نیروهای انسانی که بعد از کرونا برای مانندن، تخصص و مهارت لازم را ندارند و نیازمند تجربه‌اندوزی و فرآگیری مهارت هستند. مشکل دیگری که نیروی انسانی در دوران کرونا با آن مواجه شد، بیکاری و افسردگی بود؛ این اتفاق باعث شد که نیروهای ما



هتل آتانا در چه سالی فعالیت خود را آغاز کرد؟

هتل آتانا در سال ۱۳۹۸ با چهار ستاره در میدان فلسطین افتتاح شد و از سال آینده (۱۴۰۳) فعالیت خود را به عنوان یک هتل پنج ستاره ادامه خواهد داد. آغاز فعالیت این هتل با چالش‌های جدی در مقوله فرهنگی و سیاسی رویه رو شد. همچنین با شروع اپیدمی کرونا عمالاً هتل‌ها تعطیل شدند و گردشگری از رونق افتاد، اما هتل آتانا سعی کرد با حفظ کیفیت خدمات، چالش‌های به وجود آمده را از پیش رو بردارد. در حال حاضر این هتل دارای ۸۵ واحد اقامتی، دو رستوران ۲۴ ساعه ایرانی و فرنگی، دو تالار و یک آمفی تئاتر و یک مجموعه ورزشی و آمی مجهز و امکانات بسیار متنوع دیگر است. بازار هدف هتل آتانا: توریست‌های خارجی، تجار، کارمندان عالی رتبه و مهمانانی هستند که بیشتر برای فعالیت‌های اقتصادی به تهران مراجعه می‌کنند. این هتل نیازهای مهمان را شناسایی کرده و بر اساس بازار هدف خدمات ارائه می‌دهد و یکی از باکیفیت‌ترین هتل‌های پایتخت به شمار می‌رود.

به منظور توسعه فعالیت‌های خود، چه برنامه‌هایی دارید؟

طرح توسعه هتل در دو فاز در حال پیگیری است که فاز اول آن، گسترش دامنه خدمات و افزایش زیربنای هتل است که در حال

۲۰

ماهیت دنیا سرمایه‌گذاری
• اسفند ۱۴۰۳ •



به دلیل مشکلات
فراوان صنعت
هتلداری در سال‌های
خبر، نیروهای
کارآمد یا از کشور و
یا از صنعت مهاجرت
کردن و اکنون با
بهران کمود نیروی
انسانی متخصص و
کارآمد مواجه هستیم

است. در واقع محدودیت ارائه خدمات هتل‌ها باعث می‌شود، از این
خانه‌ها استقبال صورت گیرد.

چه تعداد از هتل‌های تهران نیاز به بازسازی دارند؟ آیا هتلی در دست ساخت است؟

در حال حاضر هتل‌هایی در دست ساخت و یا حتی آماده بپردازی
هستند. همچنین تعدادی از هتل‌ها در حال نوسازی و بازسازی
هستند. هتل‌های بزرگ دولتی نیاز به بازسازی اساسی دارند و بعضی
از این هتل‌ها برنامه بازسازی خود را نیز آغاز کرده‌اند، اما این روند به
کندي پيش مي رود. در هتل‌های خصوصی معمولاً همیشه نوسازی
صورت مي گيرد، ولی در هتل‌های دولتی اين اتفاق نمي افتد و حتی
بعضی از قسمت‌های هتل‌های دولتی به صورت متروک درآمده‌اند.

آیا شرایط سرمایه‌گذاری در صنعت هتلداری فراهم است؟

سرمایه‌گذاری در این صنعت با توجه به اینکه گردشگری دومین
صنعت پول‌ساز دنیا است، می‌تواند بسیار درآمدزا باشد؛ به شرط آنکه
از سرمایه‌گذار حمایت صورت گیرد و محدودیت‌ها برداشته شود، اما
در حال حاضر با توجه به شرایط کشور، رکود بازار گردشگری، وجود
تحريم‌ها و وضعیت اقتصادی جامعه، سرمایه‌گذاری در این صنعت
توجیه اقتصادی ندارد.

نگاه دولت سیزدهم به صنعت هتلداری چگونه است؟

رویکرد دولت سیزدهم تفاوتی با دولت‌های قبل ندارد و اتفاق خاصی
رخ نداده است. در سال‌های اخیر دولت‌ها حمایت ضمیمه از صنعت
هتلداری داشته‌اند، اما به نظر می‌رسد که ساختار اجازه تغییر اساسی را
نمی‌دهد. بهران‌های جدی در این صنعت وجود دارد و بعضی از این
بهران‌ها به مانند جنگ‌های خاورمیانه به دلیل عوامل بین‌المللی و
سیاسی به وجود آمده‌اند که موجب شده‌اند این منطقه با وجود
جادیه‌های فراوان نتواند گردشگران فراوانی را جذب کند و کشور ما
نیز از این قاعده مستثنی نیست و در جذب گردشگر ناکام مانده
است. از مهمترین مشکلات صنعت هتلداری می‌توان به عدم
حمایت دولت از تامین و آموزش منابع انسانی، تخصص‌گرایی و
نیود تجهیزات مناسب اشاره کرد که نیاز به حمایت همه‌جانبه و
عملی دولت‌ها دارد. ■

انگیزه خود را از دست بدهنده، سطح فعالیت آن‌ها کاهش پیدا کند
و طی دوران کرونا استرس درآمد مالی و سلامت را تجربه کنند؛ لذا
بعد از کرونا مابا آدم‌های آسیب‌دیده و بی‌انگیزه روبه رو بودیم که
توان کافی برای فعالیت در این صنعت را نداشتند. همچنین به دلیل
مشکلات فراوان صنعت هتلداری در سال‌های اخیر، نیروهای کارآمد
یا از کشور و یا از صنعت مهاجرت کردن و اکنون با بحران کمود
نیروی انسانی متخصص و کارآمد مواجه هستیم، امروزه نیاز اصلی
صنعت ما انگیزه بخشی به نیروی انسانی است.

رویکرد نهادهای دولتی به صنعت هتلداری چگونه است؟

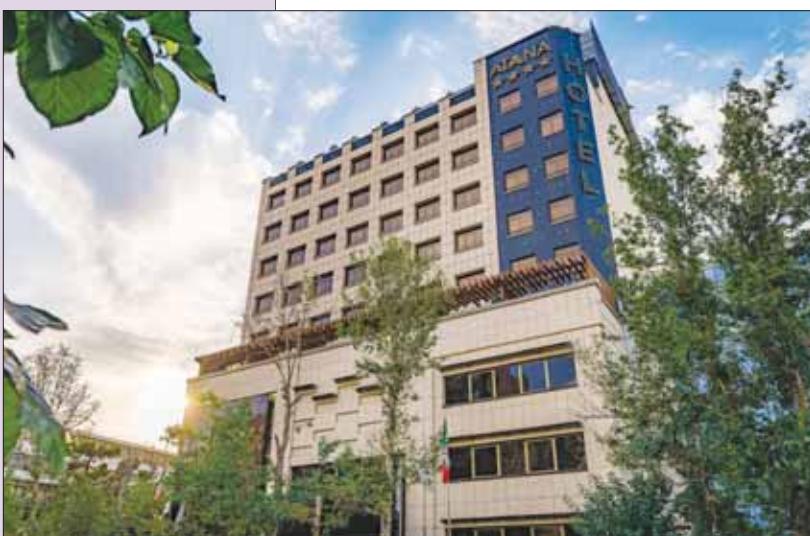
از بدو ورود کرونا به کشور تاکنون تنها در کلام، حمایت‌های خوبی
از این صنعت می‌شود، اما در عمل این حمایت‌ها یا انجام نمی‌شود یا
بسیار سخت انجام می‌گیرد. حمایت واقعی، یعنی ایجاد فضایی برای
ورود گردشگران و تسهیل شرایط سرمایه‌گذاری، رویکرد نهادهای
دولتی مختلف به هتلداری رویکرد حمایت گرانه نیست و رویکرد
درآمدزایی است، چون فکر می‌کنند که هتل درآمد زیادی دارد و
باید سهم خود را به دولت پرداخت کند؛ در صورتی که ساخت هتل‌ها
توجیه اقتصادی ندارند و بازگشت سرمایه بسیار کند است؛ چراکه
هزینه ساخت، بپردازی و نگهداری و همچنین نرخ تورم بسیار
بالا است. متأسفانه نیروی انسانی، مواد باکیفیت و تجهیزات با قیمت
مناسب، گردشگر خارجی و بازار مناسب نداریم و لذا سرمایه‌گذاران
تمایلی به ورود به این صنعت ندارند.

ایان رخ تعیین شده برای هتل‌ها با خدماتی که ارائه می‌دهند، متناسب است؟

صرف کننده نرخ را بالا و هتلدار نرخ را بسیار پایین می‌بیند، چراکه
اقتصاد در جامعه ما بیمار است، به همین دلیل هرچقدر نرخ افزایش
پیدا کند، تورم هم افزایش می‌باید که در این صورت، نه مصرف کننده
و نه هتلدار هیچ کدام راضی نیستند. مشکل دیگر هتلداران، وجود
خانه‌های استیجاری شخصی است که این خانه‌ها خلاف قوانین،
وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی فعالیت دارند،
چراکه هیچ کدام از آن‌ها مجوز ندارند. اگر هتلداری بخواهد فضایی
را به هتل خود اضافه کند، حتی باشد مجوز وزارت میراث را داشته
باشد، اما خانه مسافرها بدون مجوز را اهاندازی شده و چون مالیات
و عوارض پرداخت نمی‌کنند و همچنین نظارت اداره اماکن بر آن‌ها
صورت نمی‌گیرد، باعث ایجاد رقابتی ناسالم شده و به صنعت هتلداری
صدمه وارد کرده است. البته اگر شرایط ورود گردشگران فراهم شود
و هتلداری رونق پیدا کند، این خانه‌ها نمی‌توانند چالش جدی برای
هتلداران باشند.

چرا مردم به سمت استفاده از خانه‌های شخصی گرایش دارند؟

توان اقتصادی مردم پایین است و این خانه‌ها ارزان تراز هتل هستند.
البته این خانه‌ها بیشتر به سمت اقامت‌های غیرقانونی پیش رفته‌اند و
کمتر به سمت هتلداری حرفا‌ای گرایش دارند. تعداد این خانه‌ها در
تهران بسیار زیاد شده است و در بیشتر موارد به صورت ساعتی اجاره
داده می‌شود. استقبال از خانه‌های استیجاری به دلیل کمود هتل
نیست، بلکه به دلیل وجود برخی از قوانین دست و پا گیر در هتل‌ها



مدیر عامل هلдинگ گردشگری فلامینگو

حمایت لفظی از گردشگری کافی نیست

مهدیه شهسواری

صنعت گردشگری در ایران در صورتی می‌تواند آینده روشنی داشته باشد که موفق به جذب سرمایه‌گذاری خارجی شود. بالا بودن میزان تورم در کشورمان، موجب شده که برای توسعه و پهلوی امکانات زیرساختی و احداث اقامتگاه‌های مناسب، توان کار زیادی انجام داد، از همین‌رو جذب سرمایه‌گذاری خارجی، یک ضرورت محسوب می‌شود. این در حالی است که مساله تحریم‌ها و وجود مشکلاتی در تعاملات بین‌المللی، مانع بزرگی برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی محسوب می‌شود. همچنین نامنی‌های منطقه خاورمیانه و ترویج ایران‌های اسلامی در جهان، موجب کاهش تعداد توریست‌ها در کشورمان شده: بنابراین تعامل با دنیا راهی است که می‌تواند ایران را در لیست کشورهای گردشگری‌باز قرار دهد. در گفت‌وگویی که با خانم رقیه حاتمی‌پور فرشی، مدیر عامل هلдинگ گردشگری فلامینگو و ریس انجمن دوستی ایران و استرالیا داشتیم، موضوعاتی مانند کاهش حضور گردشگران در کشورمان، اقدامات موثر افزایش تعداد توریست‌ها، آینده گردشگری و را مورد بررسی قرار دادیم. وی در سال ۱۳۹۶ به عنوان یکی از ۳۰ بانوی کارآفرین در حوزه گردشگری انتخاب شده و از مهترین اقداماتی که انجام داده، می‌توان به رامانزی پروازهای مستقیم ایران به تونس اشاره کرد که خیلی هم موفقیت‌آمیز بوده، بهطوری که سال‌ها روابط بین ایران و تونس در حوزه گردشگری را متحول کرده است. همچنین پروازهای مستقیم از تهران به قاهره و اسوان مصر در سال ۱۳۹۲ را راهاندازی کرده که مورد استقبال مردم ایران و مصر قرار گرفته و اخیراً هم برای برقراری مجدد پروازها دیداری باسفیر جدید تونس در تهران داشته و مذاکرات بسیار مهمی درخصوص توسعه گردشگری ایران با کشورهای تونس، مصر و حوزه شمال آفریقا انجام داده است. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

۱۹۹۰ در دبی متولد شد و فعالیت خود در عرصه گردشگری را در یک دفتر آغاز کرد. شروع به کار فلامینگو مصادف با آغاز توسعه و تحول در دبی بود و همین مساله باعث شد که این شرکت تجارت خوبی را در حوزه بین‌الملل به دست آورد. پس از چندین سال فعالیت در دبی، فلامینگو در سال ۱۳۷۷ در ایران مجوز فعالیت گرفت و آغاز به کار کرد. اولین مقصد خروجی مالامارات متعدد عربی و دیگر بود و دفتری که در این شهر داشتیم و تجاری که کسب کرده بودیم، به ما کمک بسیاری کرد تا فلامینگو بالا فاصله در بین ایرانیان جای خود را باز کند.

هلدینگ فلامینگو شامل چه شرکت‌هایی است و به طور مشخص چه خدماتی را رائه می‌دهد؟

پس از چندین سال فعالیت، ابتدا فلامینگو به صورت آژانس مسافرتی فعالیت‌های استاندارد خود را در بین هموطنان اشاعه و گسترش داد و مورد اقبال عمومی قرار گرفت. پس از چند سال فعالیت و در سال ۱۳۸۰ با توجه به رسانی که احساس کردیم، علاقه‌مند بودیم که روی زیرساخت‌های گردشگری کار کنیم؛ بنابراین شرکت دیگری برای سرمایه‌گذاری و ساخت و ایجاد مناطق گردشگری ایجاد شد. این شرکت فعالیت خود را با طراحی یک منطقه بین‌المللی گردشگری در استان بوشهر به نام جزیره میرمهنا آغاز کرد که منطقه‌ای بسیار زیبا و آرام برای فعالیت‌های گردشگری بود. به مدت ۱۴ سال تمام طراحی‌ها، مطالعات فارصفر و نقشه‌های اولیه آماده شد و پس از پشت سر گذاشت تمام مشکلات، موافقت اصولی ساخت منطقه نومنه بین‌المللی گردشگری فلامینگو در آنجارا کسب کردیم و با مشقات فراوان، موفق به دریافت تمامی مجوزهای لازم شدیم، اما متأسفانه در اثر وجود یک معارض و عدم دفاع کافی از سوی اداره کل میراث فرهنگی استان بوشهر، معارض موفق شد، دلکه را در حوزه فعالیت این پروژه ایجاد



در خصوص چگونگی علاقه‌مندی خود به گردشگری و تاسیس و فعالیت‌های هلдинگ فلامینگو، توضیحاتی ارائه فرماید.

از زمان کودکی، پدرم به من، خواهان و برادرم گردشگری را آموخت و این موضوع، ملکه ذهن ماشد. آخر هر هفته، پدرم یک مسیر را انتخاب و معرفی می‌کرد و ما همراه در اطراف شهر محل تولد، تبریز زیبا و سایر شهرهای استان آذربایجان شرقی و حتی شهرهای دیگر، به گردش و سیاحت می‌پرداختیم. در کودکی و نوجوانی، به همراه پدرم و خانواده به شهرهای مختلف ایران سفر کردم و از بیشتر شهرهای ایران، اما کن تاریخی و طبیعی و داشته‌های فرهنگی و تاریخ و تمدن کشورمان بازدید به عمل آوردم. تمام این‌ها انگیزه اصلی بند و علاقه‌مند به شغل هواپیمایی و تاسیس هلдинگ فلامینگو شد. این هلдинگ در سال

تقریباً نصیب هستیم، زیرا به هیچ عنوان نمی‌توان واگن و کابینی را برای مسافران انبوهر رزو کرد و مقرن به صرفه بودن، موجب تقاضای بالا برای سفرهای ریلی شده است؛ بنابراین فرستاده استفاده برای آژانس‌هایی که تور به ایران آورند، از این مقوله وجود ندارد. ناوگان اتوبوس‌رانی مانیز کاملاً نقص دارد و کمبود ناوگان به شدت احساس می‌شود. در خصوص خطوط هوایی هم با برخان کمبود هوایپما و قطعات مواجه هستیم که تمام این‌ها باعث می‌شود، برنامه‌ریزی برای سفر گردشگران را به صورت روتین و برنامه‌ریزی شده نداشته باشیم؛ چراکه پذیرش مسافر یک اصل است، اما امکانات، اجرای تور و اسکان و جایگاهی مسافر، امر بسیار مهمتری است. علاوه بر این، در هتل‌های بعضی از شهرهای برخان اقامت وجود دارد و امکانات زیرساختی از نظر اقامت بسیار محدود است و بعضی شهرها، درجه متواتری از این لحظه دارند. واقعیت ما شهرو رانداریم که از نظر اقامت، امکانات و دسترسی به آن‌هادر وضعیت خوبی به سر برده و به هیچ عنوان نمی‌توانیم راجع به ایده‌آل‌ها صحبت کنیم.

چرا ایران با تمام جذایت‌های گردشگری که دارد، نمی‌تواند در جذب گردشگران عملکرد موفقی داشته باشد؟

گردشگر مقصدى را مدنظر دارد که در آن آرامش، امنیت و آسایش فراهم باشد و طبیعت‌زمانی که مقصدى را برای گردشگری انتخاب می‌کند، به تاریخ، تمدن، آداب، سنت و غذاها و مشرب‌های آن مقصده دقت می‌کند. تاریخ و تمدن ۷هزار ساله ایران و جاذبه‌های طبیعی، انگیزه‌بالایی برای گردشگران محسوب می‌شود. اما زمانی که تبلیغات بسیار وسیع در تمام دنیا علیه ایران وجود دارد، گردشگر هر چقدر هم

کند، در ادامه متأسیفانه اداره آب هم از توافق برای اختصاص انشعابات آب به این پروژه خودداری کرد و هم‌اکنون این شرکت با تمام زحمات و هزینه‌های گرافی که متحمل شده، امکان شروع به کار این پروژه را ندارد. مجدداً این شرکت در منطقه شمال ایران و در سواحل خزر، اقدام به ایجاد ویلایهای اقامتی با تمام امکانات و استخرهای آب گرم کرد که این اقدام گردشگری از سوی فلامینگو نیز مورد اقبال مسافران قرار گرفت و هم‌اکنون در حال فعالیت است. یکی دیگر از شرکت‌هایی که ایجاد کردیم، شرکت برگزاری رویدادهای داخلی و بین‌المللی است که در کارنامه خود، رویدادهای بین‌المللی بسیار ارزشمندی را برگزار کرده که از جمله آن‌ها می‌توان به هفته‌هایی فرهنگی ایران در تونس طی ۲ سال مختلف، هفته‌های فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران در جمهوری چک، حضور در فستیوال بین‌المللی مسقط در ۲ سال پیاپی و در حوزه‌های بین‌المللی نظری آلمان، سنگاپور، مالزی، ترکیه و دبی اشاره کرد. همچنین فلامینگو زمینه حضور هیات‌های بلنپایه‌ای از ایران را در بزرگ‌ترین کنگره جغرافیا و کنگره کشاورزی در تونس مهیا کرد. در ضمن، برای کنگره پژوهشکان در اروپا و در کشور آلمان نیز برنامه‌ای را تدارک دیده‌ایم.

ایا این هلدينگ در نمایشگاه‌ها حضور فعال دارد و به منظور ایجاد فضاهای گردشگری چه اقداماتی انجام داده است؟
هلدينگ فلامینگو همواره در نمایشگاه‌های بین‌المللی دنیا حضور بسیار موثر و خوبی داشته و برای جلب نظر گردشگران خارجی، تلاش فراوان و هزینه بسیاری را بجام داده است. همچنین در این هلدينگ، بنایه مسئولیت اجتماعی که داریم، موسسه‌ای به نام خیریه سفر سزیمین سبز فلامینگو را تاسیس کردایم که این موسسه اقدامات بسیاری را برای ایجاد فضای گردشگری جهت افراد که توان وفادی که امکان و پساعت سفر ندارند، فراهم آورده است. یکی از شاخص‌ترین اقدامات این خیریه، پذیرایی یک هفته‌ای از اولین یتیم خانه تهران در محل مجموعه اقامتی فلامینگو در منطقه شمال کشور بود که اثرات بسیار مثبتی را برای فرزندان این موسسه به دنبال داشت.

ایا در این هلدينگ گردشگری، طرح‌های توسعه‌ای خاصی را برای آینده مدنظر دارد؟

هلدينگ فلامینگو طرح‌های توسعه‌ای فراوانی را برای آینده در نظر دارد که شامل گردشگری دریایی، روسایی، گردشگری خاص بانگاه و المان‌های خاص می‌شود. در ضمن، این هلدينگ برناههایی را جهت توسعه و گسترش گردشگری و همچنین ایجاد و راهه خدمات استاندارد به هم‌وطان و ایرانیان در تقویم کاری خود، پیش‌بینی کرده است.

با توجه به کاهش حضور گردشگر در کشور، چه چالش‌هایی در این صنعت به وجود آمده است؟

یکی از مهمترین چالش‌هایی که برای گردشگری کشورمان به وجود آمده، جنگ‌های اطراف ما و در حوزه آسیا، اوراسیا و خاورمیانه است و به گردشگران القامی کند که این منطقه، آرامش و آسایش کافی را برای سفر ندارد. از طرفی کشورهای اروپایی، اطلاع‌هایی را در سایت‌های خود گذاشته‌اند که به ایران سفر نکنید که این موضوع هم دیگر چالش محسوب می‌شود. از سوی دیگر، تمام زیرساخت‌های ما آسیب دیده و باید برای جذب گردشگر تدابیر مناسبی اتخاذ شود. در عین حال در مورد گردشگری دریایی، چیزی برای راهه نداریم و از گردشگری ریلی هم



مسئولان در حمایت از گردشگری
صحبت‌های بسیار و از فواید این صنعت حرف می‌زنند، اما این کافی نیست؛ چراکه حمایت از گردشگری به مثابه ایجاد امکانات و هموار کردن راههای رسیدن بخش خصوصی به طراحی ساخت و ایجاد مکان‌های گردشگری است

ماهانه، هر عماه يک بار ياسالانه از اهميت بسيار زيادي برخوردار است. همچنین اعزام نيزوهای متخصص به کشورهایی که دارای استاندارد جهانی هستند، جهت به روز شدن و آپدیت شدن، بسيار ضروری به نظر می رسد که اين موضوع هتلداران، شرکت های هواپيامي، خلوط هواپيامي، آئنس های مسافرتی، راهنمایان و تمام دست اندر کارانی که به نوعی در سرويس دهی به مسافر در گیر هستند را دربرمی گيرد.

رمز موقفيت سايير کشورهای در صنعت گردشگري را در چه مسایلی می دانيد؟

رمز موقفيت کشورهای مختلف، يك کد بسيار اساسی دارد و آن باور گردشگری است؛ به اين معنا که مادر ميز بشنینيم و بگويم که گردشگری باید در حداula و حداکثری و به بخترین نحو در کشور ايجاد شود. کشورهایی که تصميم به کسب موقفيت در صنعت گردشگری گرفتند، ابتدا به تجارب کشورهای موفق در اين عرصه نگریستند و مطالعات لازم را در موراد اقدامات آنها ناجام دادند. اقدام ديجري اين کشورها، بومي سازی بود و مسایل مربوطه را طبق قوانين، آداب، سنت و ذاته مردم خود درآورده بـنامهـيـزـيـ کرـدـنـ، نـسـبـتـ بهـ آـنـ بـوـدـجـهـ لـازـمـ رـاتـامـيـنـ کـرـدـنـ وـ اـزـ تـامـ دـانـايـانـ تـحـصـيلـ کـرـدـ، اـسـتـاـيدـ دـانـشـگـاهـ، بـخـشـ خـصـوصـيـ وـ سـرـمـايـهـ گـذـارـانـ دـاخـلـيـ وـ خـارـجـيـ دـعـوتـ بهـ عملـ آـورـدـنـ تـادـ شـرـمـوـعـ اـبـنـ عـمـلـيـاتـ دـسـتـبـدـستـ هـمـ دـهـنـ وـ حـضـورـ پـيـداـ کـنـنـدـ. هـمـچـنـيـ دـولـتـهـاـيـ آـنـهـ، تـضـامـنـ کـافـيـ رـاـبـرـايـ سـرـمـايـهـ گـذـارـانـ دـاخـلـيـ وـ خـارـجـيـ وـ اـيـجادـاـتـاـقـاـقـاـ باـزـگـانـيـ بـيـنـ المـلـلـيـ درـ جـهـتـ حـمـاـيـتـ اـزـ اـيـنـ سـرـمـايـهـ گـذـارـيـ هـاـنـجـامـ دـادـهـ تـاهـمـهـ چـبـزـ باـرـوـلـ صـحـيـخـ خـودـيـشـ روـدـ.

آينده صنعت گردشگري کشور را چگونه ارزیابی می کنید؟

گردشگری کشورمان آينده چندان روش ندارد، زيراييک فرمول تجارت به مامي گويد که هرگاه بخواهيم تفريتاتي ايجاد کنيم و يك بيزنس را پيشرفت دهيم و طرحی نو در اندازيم، باید به امكانات زيرساخти که شامل اقامتگاه های مسافر شود، يك افق ۴۵ ساله نگاه کنيم تا از نظر پيشرفت فزييکي، به يك مرحله قابل استفاده اري برسد. اين در حالی است که برای احداث هتل، باين ميزان تورم و هزينه های ساخت، سرمایه گذاري سپاري اينده چندان مشخص را جهت تامين خارجي مقدور نيسیت؛ بنابراین آينده چندان مشخص را جهت تامين زيرساختهای اقامتی نمی توان متصور بود. در موردناؤ گان حمل و نقل هواپيامي، دريابي، زميني و ريلی شدیدا به تکنولوژي روز دنيا و نوسازی ناوگان نيزا منديم و اين موضوع، مستلزم تعامل بين المللی با شرکت های بزرگ سازنده هواپياما است. اين موضوع بدان معناست که باید تعاملات بين المللی ما اصلاح شود و بتوانيم در تعامل با جهان، خودمان را زايي ورطه بپرون بکشيم؛ در غير اين صورت گردشگري ماروزه های خوشی خواهد داشت. در صورت اصلاح روابط بين المللی و آشتی با دنيا و تلاش برای جذب سرمایه گذاران خارجي جهت زيرساختها که البته راه بسيار سخت و طولانی است، باید در وله بعدی وارد فاز غبارزداني از چهره گردشگري ايران شويم که آن هم با تنبنيات موثر، يابنامه و حساب شده محقق خواهد شد تا بتوانيم در مورد ايران، توجه هارا جلب کنيم و مقاصد گردشگري کشورمان را به منصه ظهور برسانيم.

به تاريخ و تمدن شرق و کشور ماعلاجه مند باشد، آن را به زمان ديجري موكول می کند. از طرفی، تنش های موجود در منطقه خاورمیانه هم مزید علت شده تا توریست ها از سفر به این منطقه و همچنین ايران امتناع کنند.

به نظر شما چه اقداماتی باعث افزایش تعداد گردشگران در ايران می شود؟

مادوستان خوبی در دنیارم، اما به دليل فشارهای سیاسی و اقتصادي نمی توانيم با آنان ارتباط برقرار کنیم، از سوی دیگر، مشکلات مالی و بانکی موجود در ايران، باید رفع شود. به عنوان مثال، مسافر در سايير کشورهای با يك کارت و يك کوله پشتی سفر می کند و با کارت با يك کشور خود، تمام هزینه ها را پرداخت می کند و همه کارهای خود را در انجام می دهد؛ بدون اينکه پولی همراه داشته باشد. باید پذيرفت که اگر تمام مسایل ما با دنيا حل شود و تعاملات گسترش يابد، به عنوان يك کشور گردشگر پذير در لیست گردشگري دنیا قرار می گيريم و می توانيم اقدام به جذب گردشگر کنیم.

آيا دولت حمایت لازم را از صنعت گردشگري کشور دارد و بخش خصوص براي پيشرفت اين صنعت چه تدابيری بايد اتخاذ کند؟

مسئولان در حمایت از گردشگري، صحبت های بسيار و از فواید اين صنعت حرف می زنند، اما اين کافي نیست؛ چراکه حمایت از گردشگري، به متابه ايجاد امكانات و هموار کردن راه های رسیدن بخش خصوصي به طراحي، ساخت و ايجاد مكان های گردشگري است. بخش خصوصي و سرمایه گذاران داخلی و خارجي باید رغبت کنند تا در اقامتگاهها، هتل ها، مهمانسراها، بين راهي ها، بوم گردی ها و روزستاهای مختلف سرمایه گذاري کنند. همچنین خلوط هواپيامي بايد داراي امكانات و مسافر کافي باشند و مانع برای خريبدناوگان جديدي و ايجاد و تجهيز فرودها وجود نداشته باشد. علاوه بر اين، بخش خصوصي باید برای ايجاد رستوران ها و آوردن برندهای معروف دنيا که با خودشان مسافر می آورند، رغبت پيدا کند، چراکه تمام برندهای معروف در مناطق گردشگري تکرار می شوند و ملکه ذهن گردشگران هستند. همچنین اين بخش باید تمايل داشته باشد تا سرمایه گذاري در جهت غذاهای محلی و مورد علاقه گردشگران انجام دهد که اين امر، مستلزم وجود رستوران ها و برندهای معروف است که در رستوران داري سابقه طولاني دارند و می توانند موجب جلب توجه گردشگران شوند. در ضمن، حضور برندهای مطرح مد و لباس در کشورمان باید جدي گرفته شود، زيراي برجي از توریست ها حتی تمايل به اين دارند که نياز خود به لباس را از برندهای معروف تامين کنند. مساله ديجري که اهميت دارد، تدارك ديدن مستندات های جذاب برای صنایع دستي و نمایش های اغوا کننده آن است. به اعتقاد بندی های جذاب هم همه اين نکات رعایت شود، اما فاقد آموزش های لازم باشيم، راه به جاي تحواهيم برد. در واقع آموزش استاندارد بين المللی، موضوعي است که موجبات موقفيت ما را فراهم خواهد کرد. باید توجه داشته باشيم که آموزش های پي در پي و به روز کردن اين آموزش ها به صورت

يکي از مهمترین چالش هایي که برای گردشگري کشورمان به وجود آمد، جنگ های اطراف ما و در حوزه آسيا، اوراسيا و خاورمیانه است و به گردشگران القامي کند که اين منطقه، آرامش و آسایش کافي را برای سفر ندارد

مطالبه هتلداران تسهیل ورود گردشگر است

سازمانی



مطالبه تمام
هتلداران، تسهیل
ورود گردشگر از
کشورهایی مانند
آمریکا، انگلستان،
فرانسه، چین و
کشورهایی است که
صاحب ثروت هستند
و ارزش افزوده ایجاد
می‌کنند

هنگام اداره یک هتل مطمئناً چالش هایی به وجود می‌آید، زیرا هتلداری بسیار تحت تاثیر شرایط جامعه قرار دارد. بخش گردشگری و بهویه صنعت هتلداری عمیقاً از پیامدهای همه‌گیری ناشی از کووید ۱۹ متهم زیان شد. در واقع سال ۱۴۰۲ اولین سال بهبود این بخش از آغاز کرونا بود. مهران میر، کارشناس ارشد خدمات هتلداری و سروپرست کانون حرفه‌ای هتلداری خراسان رضوی، شمالی و جنوبی در گفت‌وگو با ماهنامه «دینای سرمایه‌گذاری» شرایط هتل‌ها را مثبت ارزیابی کرده و روند مراجعت مردم به هتل را افزایشی دانسته است. ماحصل این مصاحبه را می‌خوانیم.

سرمایه‌ای که به دلایل نمی‌تواند در صنایع دیگر استفاده شود، به سمت ساخت هتل می‌رود، چراکه هتل‌های ادارت و سازمان‌های ارزش افزوده دارد. البته تعداد هتل‌ها اولویت نیست و کیفیت خیلی مهمتر است. در حال حاضر هتل‌های پنج ستاره‌ای داری که از ابتدای ترین امکانات بی‌بهره هستند. دلیل دیگر گرایش به سمت هتلداری این است که این صنعت در جهان روند رو به رشدی دارد و سرمایه‌داران با توجه به همین موضوع به سمت صنعت هتلداری می‌آیند.

صنعت هتلداری چه نقشی در ایجاد اشتغال کشوار دارد؟
این صنعت، صنعتی مولود پر اشتغال است، زیرا در هر هتل استاندار دتا ۷۰ کدشنبه تعریف شده و با توجه به اینکه امکان استفاده از ربات‌جودندار و کامالاً و استه به نیازی انسانی است، می‌تواند بایعث ایجاد اشتغال شود.

پرداخت مالیات چه چالش‌هایی برای هتلداران ایجاد می‌کند؟

پرداخت مالیات در هر صنفی لازم است و هتلداری از این قاعده مستثنی نیست، چراکه هتلداران نیز با توجه به خدمات زیرساختی مثل انرژی، حمل و نقل و... که دریافت می‌کنند، باید به مانند بقیه مالیات پرداخت کنند. با این حال به نظر می‌رسد، دولت در راستای حمایت از این صنعت، هتل‌های نوساز شرکتی را برای ۵ سال از پرداخت مالیات معاف کرده است.

مجلس شورای اسلامی برای رفع چالش‌های هتلداران چه اقداماتی انجام داده‌اند؟

اگر اقدامی هم درخصوص رفع چالش‌های هتلداران صورت گرفته، در گذشته بود که نمونه آن، مصوبه ۱۵ سال پیش مجلس است که می‌سیستم گردشگری و هتلداری کشور از پرداخت ۵ درصد مالیات معاف کرد که اقدام بزرگی بود. اما در حال حاضر هتلداران در تعریف گاز و آب به مشکل برخورده‌اند، ولی اقدامی برای رفع این مشکلات صورت نگرفته است.

هتلداران چه مطالبه‌ای از مسئولان مربوطه دارند؟

مطالبه تمام هتلداران، تسهیل ورود گردشگر از کشورهایی مانند آمریکا، انگلستان، فرانسه، چین و کشورهایی است که صاحب ثروت هستند و ارزش افزوده ایجاد می‌کنند، چراکه پولی که گردشگران این کشورها وارد می‌کنند، بسیار بیشتر از ارزش افزوده‌ای است که توریست‌های کشورهای همسایه وارد می‌کنند. ■

ایا تعریف هتل‌هادر نوروز ۱۴۰۳ افزایش می‌یابد؟

در بهمن ماه از هتل‌های خواسته می‌شود که تعریف پیشنهادی خود را اعلام کنند و نزد های معقول و منصفانه توسعه کمیسیون نزد گذاری هر استان با توجه به امکانات هتل و موقیت قرارگیری آن، تعریف گذشته و همچنین میزان تعریف اعلام شده در سطح کشور که از سمت معاونت گردشگری و وزارت میراث فرهنگی اعلام شده، تصویب و به تعلیم ابلاغ می‌شود. شایان ذکر است، افزایش نزد هتل‌های باعث می‌شود که مردم در کلاس‌بندي مکان انتخابی مانند هتل هامارکز بومگردی، مهمناسراو... تغییر ایجاد کنند؛ بنابراین مردم با توجه به شرایط اقتصادی خود، مکان اقامت را تعیین می‌کنند.

میزان اقامت در هتل‌های ارزیابی می‌کنید؟

بعد از پایان کرونا، روند اقامت در هتل‌های کاملاً افزایشی بوده و رشد خیلی خوبی در بحث اقامت در هتل‌های اتفاق افتاده و چراخ خیلی از اراده‌های اقامتی دوباره روشن شده است. خوشبختانه اوضاع در حال حاضر خوب است، اما با توجه به اینکه صنف هتلداری تحت تاثیر شرایط جامعه قرار می‌گیرد، بروز هر اتفاقی می‌تواند باعث کاهش این روند خوب شود.

چرا بسیاری از گردشگران به جای حضور در هتل‌ها، اقامت در خانه‌های شخصی را انتخاب می‌کنند؟

بدون شک اولین دلیل برای مراجعت به خانه‌های شخصی، کاهش هزینه است. هزینه‌های سفر باعث می‌شود که مردم به سمت خانه‌های شخصی گرایش بیندازند، چراکه تعریف هتل‌های اتراک این خانه‌های سفر و معمولاً این خانه‌ها با توقف در طرف اجاره داده شوند که در بیشتر موارد مبلغ معقولی است. همچنین قوانین دست و پاگیر و سختگیرانه هتل‌های نیاز دارند. دیگری است که مردم اقامت در خانه‌های شخصی را ترجیح می‌دهند.

هتلداران په اقداماتی برای جذب گردشگران خارجی انجام داده‌اند؟

از جمله اقدامات انجام شده، تعیین نزد برایریالی و دلاری است که باعث شده، هزینه اقامت برای گردشگران داخلی و خارجی برابر باشد که البته این موضوع باعث اعتراض هتلداران هم شده است. همچنین نصب فیلترشکن روی سروهای اقدامات دیگری است که هتلداران در پی انجام آن هستند تا خواسته مهمنان خارجی فراهم شود.

چرا با وجود کاهش گردشگر در کشور و کم رونق شدن هتلداری، همچنان هتل سازی رونق دارد؟

مدیر هتل آراميس تهران مطرح کرد

کمبود شدید نیروی انسانی در صنعت هتلداری

عرفان فغانی

هتل آراميس تهران با قدمتی حدوداً ۵۰ ساله در مرکز شهر تهران، کمی بالاتر از میدان ولیعصر قرار دارد. پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، این هتل به نام ویکتوریا فعالیت می‌کرده و پس از آن به هتل دماوند تغییر نام یافت و مدتها می‌تبدیل به خوابگاه و محل زندگی اهالی جنوب کشور شد که در بیماران جنگ تحملی، بی‌سرینه شده بودند و پس از اتمام جنگ، کاربری خوابگاه دانشجویی پیدا کرد. این هتل در سال ۱۳۹۰ توسط یخش خصوصی خردباری شد و از سال ۱۳۹۲ مورد تعمیر و بازسازی اساسی قرار گرفت و در سال ۱۳۹۴ به بهره برداری رسید. هتل آراميس دارای ۱۳۳ اتاق در ۶ طبقه است و در سال ۱۳۹۸ ۳ ستاره به ۴ ستاره ارتقاء پیدا کرد. هدایت‌الله عبدی، مدیرعامل هتل آراميس تهران در گفت‌وگو با ماهنامه «دنيای سرمایه‌گذاری» به بررسی ابعاد مختلف صنعت هتلداری در ایران پرداخته که مشروح آن به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

استانداردسازی در رسته خدمات تجهیزات از سازمان میراث فرهنگی در استانداردسازی تعدادی از هتل‌های تهران شرکت کرد. از سال ۱۳۹۰ پس از دریافت کد مدرسی از دانشگاه جامع علمی و کاربردی در رشته هتلداری مشغول به تدریس شدم و در سال ۱۳۹۸ به عنوان مدیر گروه و عضو شورای آموزشی دانشگاه در رشته مدیریت هتلداری فعالیت کرد. افتخار دارم که از سال ۱۳۹۶ تاکنون به عنوان بازرس جامعه هتل‌ها و هتل‌آپارتمان‌های استان تهران و از سال ۱۳۹۸ تاکنون به عنوان مدیر کل هتل ۴ ستاره آراميس تهران مشغول به فعالیت هستم.

چرا نام آراميس را برای هتل انتخاب کردید و طی چه فرایندی هتل آراميس از ۳ ستاره به ۴ ستاره تبدیل شد؟
از آنجا که از طرف ثبت شرکت‌ها و موسسات، اجازه نام‌گذاری دویاره هتل ویکتوریا داده نمی‌شد، با تصویب اعضاء و شرکای هتل و نیز با توجه به آشنازی با هتل آراميس تهران در ترکیه، این نام را برای هتل انتخاب کردیم، اما در خصوص ۴ ستاره شدن این مجموعه در سال ۱۳۹۸ باید بگوییم که ساختمان مجاور هتل در سال ۱۳۹۳ خردباری شد و پس از یک سال بازسازی موجب اضافه شدن ۴۰ اتاق، رستوران روف گاردن، سالن همایش، سالن ورزش، سالن بیلیارد و سالن ماساژ به هتل شد. همچنین این هتل، فاقد پارکینگ بود که پس از خرید ساختمان مجاور، در ۲ طبقه ۳۰ پارکینگ به آن اضافه شد. در کل این مجموعه رابه ضوابط موردنیاز یک هتل ۴ ستاره رسانیدم و در نهایت در سال ۱۳۹۹ هتل از ۳ ستاره به ۴ ستاره ارتقاء یافت.

چه ارتباطی بین هتل آراميس تهران و سایر هتل‌های آراميس وجود دارد؟

تهران ارتباط موجود هم‌نامی هتل‌هایی باشد. اما قرار است که با هتل‌های آراميس تهران موجود در کیش و مشهد تفاهم خواهرخوانگی داشته باشیم، با این حال به خاطر تحریم‌های موجود هیچ برنامه‌ای برای ارتباط با هتل‌های آراميس تهران در سراسر دنیا نداریم. و بدلیل عدم ارتباط بین کارفرمایان و سرمایه‌گذاران نمی‌توانیم از مزایای زنجیره‌های شدن استفاده کنیم.

این بیمان خواهرخواندگی چه مزایایی برای مجموعه شما دارد؟



در خصوص چگونگی ورود خود به صنعت هتلداری توضیحاتی ارائه فرمایید.

کل سوابق کاری بمنه در رشته هتلداری بوده و از سال ۱۳۷۶ تاکنون در این صنعت مشغول به فعالیت هستم. شغل پدر رستوران داری است و از کودکی با صنعت خدمات غذایی آشنایی کامل داشته و آشپزی رانز پدرم فراگرفته‌م. پس از خذم در کد پیل، از طریق یکی از دوستان با هلت ۲ ستاره خیام تهران آشنا شده و در آنجا مشغول به فعالیت شدم. طی سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۱ به عنوان کارمند بخش آشپزخانه، خانه‌داری، لادری، پذیرش و همچنین بخش‌های مختلف هتل کسب تجربه کردم. در سال ۱۳۸۱ همزمان با آغاز کار به عنوان پذیرش‌گر در هتل ۳ ستاره مروارید تهران در رشته مدیریت هتلداری مشغول به ادامه تحصیل شدم و کارشناسی و کارشناسی هتلداری، کارشناسی ارشد مدیریت و دکتری مدیریت را یکی پس از دیگری به اتمام رسانیدم. ۱۸ سال در این هتل خدمت کردم که ۱۰ سال آخر فعالیت بمنه در این هتل به عنوان مدیر داخلی و مدیر کل هتل سپری شد. همزمان با تحصیل، دوره‌های کوتاه‌مدت متعددی را طی کردم و در سال ۱۳۹۶ پس از پشت سر گذراندن دوره کارشناس ارزیاب

بیشترین کارایی ارتباط خواهرخواندگی؛ تقویت برنده، تهاتر مهمان و خدمات، آموزش و نیروی انسانی و تبادل دانش است. در همین راستا چند سالی است که اطلاعات هتل‌های آرامیس تهران را در سراسر دنیا جمع آوری کرده‌ایم و در تلویزیون لایی هتل به عنوان آرامیس‌هایی که وجود دارند به مهمان ارائه می‌کنیم. در کل می‌توانیم به شکل نمایندگان در حدیک زنجیره‌خیلی کوچک از مزایای آن استفاده کنیم و اگر این همکاری را خیلی نزدیک داشته باشیم، به راحتی استانداردیکارچه‌ای را توپون خواهیم کرد. **ویزگی‌های شاخنچه هتل آرامیس تهران که به نوعی وجه**

تمایز آن نسبت به سایر هتل‌های باشد، چیست؟

بهترین ویزگی، لوکیشن هتل و محل قرارگیری آن در میدان ولی‌عصر و در مرکزیت شهر تهران است؛ به طوری که می‌توان از میدان ولی‌عصر به سمت غرب، شرق، جنوب و شمال پاپخت رفت و این هتل دسترسی خوبی به شریان‌های اصلی تهران از نظر بزرگراهی و ناوگان حمل و نقل عمومی دارد. شعار هتل هم در همین راستا می‌باشد (آرامیش در قلب پاپخت). همچنین مجاورت هتل آرامیس تهران با مرکز خرید، بوتیک‌های شیک و مرکز غذایی موجب شده تا پاسی از شب، زندگی جریان داشته باشد و مهمانان بعدازیک روز کاری از مان باقی مانده خود کمال استفاده را ببرند. دیگر ویزگی به خاطر تبدیل ستاره‌های هتل از ۳ به ۴ است که در عرصه رقابت، با توجه به برخورداری از تمامی ضوابط، خود را یک ۴ ستاره قوی ندانسته و در عرصه نرخ گذاری از قیمت رقابتی نسبت به هتل‌های دیگر استفاده می‌کنیم، به طوری که اگر مهمانان بخواهند یک هتل ۴ ستاره با کلیه امکانات را تاخته کنند، می‌توانند با تاخته هتل آرامیس تهران حداقت قیمت را پرداخت کنند.

به منظور توسعه این هتل چه برنامه‌هایی دارید؟

هتل آرامیس تهران همانند سایر برندهای توسعه‌ای خاص خود را دنبال می‌کند و ترجیح ماین است که اگر به دنبال توسعه‌ای در صنعت هتلداری هستیم، به جای داشتن دو یا سه هتل ۴ ستاره در سطح کشور، یک سبد خدمات کامل در شهر تهران با تمرکز بالا داشته باشیم که شامل هتل یک ستاره تا ۴ ستاره است، در همین رابطه هم‌اکنون در خیابان ولی‌عصر رویه‌روی مجتمع نور مشغول احداث هتل دیگری هستیم که از حدود یک ماه پیش، کارهای اجرایی و نوشته برداری آن آغاز شده است. البته قرار نیست کار ساخت و ساز انجام شود و ساختمن را تخریب نمی‌کنیم و به خاطر وجود واحدهای تجاری در طبقه زیرین آن وجود معارض تنوانستیم تخریب و نوسازی را الاجام هییم؛ بنابراین فسیلاند نظر داریم که با برند آرامیس، این ساختمان را به هتل ۳ ستاره تبدیل نماییم. همچنین یک هتل ۲ ستاره دیگر بینانه پارامیس داریم که در میدان راه‌آهن و رویه‌روی ایستگاه راه‌آهن قرار دارد که ۶ ماه از فعالیت آن می‌گذرد.

شهر تهران به لحاظ تعداد هتل چه وضعیتی دارد و آیا در

پاپخت، با کمیابی هتل مواجه هستیم؟

در تهران کمیابی هتل وجود دارد و در حال حاضر صنعت هتلداری از نظر ورود گردشگر خارجی بدترین حالت خود را سپری می‌کند، با این حال وضعیت هتل‌های تهران خوب است. در تهران وضعیت هتل‌های گونه‌ای است که هم‌زمان با برگارای نمایشگاه‌ها و سایر رویدادها، حتی یک اتاق خالی هم پیدا نمی‌کنند و این مساله برای شهری که ادعای پاپخت بودن می‌کند، مناسب نیست. تقاضای بالای اتاق در این موقع باعث شده که هتل‌های خود رقیبی نمیدهند و اقدامی در جهت افزایش کیفیت خدمات

ارائه شده نداشته باشند. گاهی اوقات به حدی تقاضا بالا می‌رود که شما می‌توانید خدمات یک هتل ۲ ستاره را به قیمت ۴ ستاره بفرموشید. اگر از لحاظ فصل فروش به تهران نگاه کنید، تقریباً فصل کم کار ندارد و صرفاً تنهای ضعف تهران، استقبال از هتل آخر هفته‌های آن است؛ به این معنا که به علت تعطیلی و عدم ارائه خدمات، روزهای شنبه تا چهارشنبه بیشترین درصد اشغال و پنجه‌شنبه و جمعه کمترین درصد اشغال را تجربه می‌کند. **سرمایه‌گذاری در صنعت هتلداری را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

هتل‌های زیادی به بهره‌برداری رسیده و بازسازی و بهروز شده‌اند که نشان از تمایل سرمایه‌گذاری در این بخش است. سرمایه‌گذاری در این صنعت همواره با ساخت هتل‌های جدید همراه نبوده و تبدیل ساختمان‌های قدیمی موجود به هتل نیز شامل سرمایه‌گذاری می‌باشد. متاسفانه با ارائه مجموعه‌ای غیر کارشناسی شده مانند خانه مسافرها و سوئیت‌های مبله غیر مجاز، این صنعت با پلاش‌های فراوان رو به رو بوده و انگیزه و رغبت را از سرمایه‌گذاران واقعی را بوده است. به طوری که افرادی سودجو با سرمایه‌ای اندک مکانی را با عدم رعایت ضوابط به هتل تبدیل کرده و باعث پابیل امدن سلطخ خدمات می‌گردند و حتی با عدم رعایت نرخ گذاری، تخفیف‌یا گاهی زیپاک‌ارادن قانون باعث جایه‌جایی مسافرهاز هتل‌های این می‌باشد. زیرا همچنین این هتل‌ها از نسخه‌های ارزاقی روزافزون در این صنعت باشیم، همچنین بالا بردن سطح خدمات، باعث تغییر ضوابط در فرنگ استفاده از زیرساخت‌های اقامتی می‌شود.

پس چرا برخی عنوان می‌کنند که سرمایه‌گذاری در این صنعت، توجیه اقتصادی ندارد؟

گاهی اوقات برخی از افراد برای ساخت هتل از مامشاوره می‌گیرند و سوال می‌کنند که به عنوان سرمایه‌گذار، سرمایه‌های زیاده‌ای مانند ساله بازی گردد که بنده به عنوان کارشناس هتلداری، پاسخ می‌دهم که هیچ گاه در بازه موردنانتظار سرمایه شما باز نمی‌گردد؛ چراکه سرمایه موردنیزای احداث یک هتل، بسیار زیاد است و با تورم فعلی و با توجه به سود پولی که بانک‌ها می‌دهند، هیچ وقت نمی‌توان این هزینه را جبران کرد. در این شرایط تنها موضوعی که باعث می‌شود تا سرمایه‌گذاران در هتل‌ها اقدام به سرمایه‌گذاری کنند، ارزش افزوده‌ای است که روی ملک می‌آید. متقاضع کردن یک سرمایه‌گذاری این‌چه این‌چه، سرمایه‌گذاری وارد کنند در مدت چند سال به سودده می‌رسد. این در حالی است که داستان هتلداری فرق می‌کند، چراکه اولاً باید عاشق این صنعت بود؛ زیرا در دسرهای خاص خود را دارد و ماهر روز باید جوابگوی سازمان‌ها و ادارات مختلف اعم از اش نشانی، استاندارد، دارایی، کار، بهداشت و سازمان میراث فرهنگی باشیم. تمام این سازمان‌ها و ادارات، دستورالعمل‌های موائزی با یکدیگر دارند و باید هر روز یک نفر به دنبال انجام این کارها بشود و در شرایطی که هیچ حمایتی وجود ندارد، سخت‌گیری‌های بسیاری هم وجود دارد. در عین حال خدمات هم روزه‌های روز در حال تغییر، دسترسی‌های متفاوت و ضوابط تغییر کرده است. به طوری که در حال حاضر برای ساخت هتل، دیگر ضوابط قبلی وجود ندارد و هر روز یک دستورالعمل جدید صادر می‌شود. در واقع نباید



و ضعیت نزخ ها خوب نیست و ایران از همه لحاظ، کشور ارزان برای توریست ها است و همین موضوع باعث شده، کسانی که در کشورهای دیگر، دنیا جای ارزان می گردند، به ایران سفر کنند. در واقع ایران، برای مهمان خارجی خوبی به صرفه نشده، ولی برای ماهیّت تغییری نکرده است. یک زمانی برای توریست های داخلی و خارجی، دو قیمت متفاوت وجود داشت، ولی در حال حاضر هر دو یکی شده است. متسفانه دولت دیدگاه بسیار وحشتناکی به صنعت هتلداری دارد و هیچ گاه آن را به عنوان یک صنعت درآمدزا قبول نکرده است. کشورهایی که موقتی چشمگیری در کسب درآمد داشته اند، توجه ویژه به صنعت گردشگری دارند، در صورتی که مابا چهار فصل و با جاذبه های توریستی بسیار زیاد، کار خاصی انجام نداده اند. هتل های ۴ و ۵ ستاره، بازار هدف مهمانان خارجی قلمداد می شوند و این در حالی است که فقط این دسته از هتل ها ملزم به پرداخت مالیات بر ارزش افزوده هستند و دولت، کالای لوکس را به مطابق می کند. با توجه به اینکه درصد کمی از هتل های ایران ۴ و ۵ ستاره هستند و بخش اعظمی از آن های یک تا ۳ ستاره هستند، این دیدگاه بدی است و بسیاری از هتل های ۴ ستاره به ۳ ستاره تغییر درجه داده اند. مجبوری به پرداخت مالیات بر ارزش افزوده نباشد.

آیا به کار کنن هتل‌ها، آموزش‌های لازم و استانداردداده می‌شود؟

مغضبل بزرگی که هم اکنون گریبان گیر صنعت هتلداری شده، کمبود شدید نیزیو انسانی است، به طوری که اگر آگهی استخدام در چند جای مختلف درج کنیم، در طول ۲ هفته نهایتاً ۲ یا ۳ نفر تماس باگردن و برای کارهای خدماتی و اجرایی هم نیزیو انسانی وجود ندارد. البته هر چند رده های استخدامی با اترابند، میزان تماس های بیشتر می شود. وضعیت به گونه ای شده که اگر یک طرف شورا ز هتل برود، بزرگترین چالش را برای جایگزینی او پیدا کنیم، مatasفانه در سال های اخیر شاهدور و دینه راهی خارجی بعض اغیر قانونی زیادی به هتل ها هستیم که برای این صنعت چالش های زیادی را در اندیاب داشته که با غیر از مشکلات امنیتی، باعث بالا رفتن نرخ بیکاری کارگران ایرانی می شود. مatasفانه آموزش نیز سیار ضعیف شده و نیزیو خروجی از دانشگاه ها و سایر مراکز آموزشی به اندازه ای نیست که بتوانیم آن ها جذب کنیم، زمانی که نیزیو استخدام می کنیم، یک آموزش بد و ورود داریم و اگر تجربه داشته باشد، نسبت به تجربیات وی، آموزش ها سبک تری داده می شود، اما اگر در این صنف آموزش نزدید باشد، به شکل اگر امایشی کار را به او بادمی دهیم و همکاران را به دوره هایی که در جامعه هتلداران وجود دارد، می فرسیم، در کل مابه نیزیو انسانی به شکل سرمایه نگاه می کنیم، نیزیو کار در این صنعت به دلیل ضعف در محتوا، کتاب ها، مقالات و دانش موردنیاز نمی توانند صرفاً با آموزش مهارت کافی را داشته باشند، از همین رو با کسب تجربه و ماندگاری می توانند صاحب مهارت بالای شوند. نیزیو که در یک هتل، چند سال سایقه کار دارد، بدون تردید یک سرمایه است. زمانی می توانیم نیزیو کار فرهیخته و با مهارتی داشته باشیم که برای آن شغل تقاضای زیادی وجود داشته باشد و شما توانید بار غست بهترین آن ها را انتخاب کنید، ولی مatasفانه این تقاضا به شدت کاهش یافته و مجبوریم که اولین نیزیو کار با هر سطحی از دانش و مهارت را جذب نماییم و این بزرگ ترین مغضباً این صنعت است.

انتظار سود آنی در هتلداری را داشت، ولی به جرات می‌توان گفت که اگر سرمایه‌گذار صبر، طاقت و دانش این حوزه را داشته باشد، یکی از بهترین سرمایه‌گذاری هاست.

آیا در حال حاضر صنعت هتلداری در رکود به سر می برد؟

خیر، این طور نیست. در واقع باید بازار هتل را بخشندی کرد که شامل هتل های تفریحی، تجارتی و توریستی می شود. باید بینندی که در باره چه هتلی و در چه شهری صحبت می کنید. در تهران به غیر از دوره همه گیری کرونا، هیچ زمان دیگری، بازار هتلداری در کود نبوده است. در ضمن بستگی دارد که چه تعریفی از رکود داشته باشیم؛ رکود به این معناست که یک هتل تنوا نهاد هزینه های خود را پوشش دهد. در واقع باید یک بازه یکساله برای هر هتلی در نظر گرفته شود. در صنعت هتلداری فصل های فروش متفاوتی وجود دارد که بسته به نوع هتل متفاوت است. واقعیت این است که هتلداری در شهر های بزرگ و از جمله تهران، مشهد، اصفهان، تبریز، اراک و... حتی با توجه به عدم ورود توریست در کود نیستند و همیشه برای آن ها تقاضا وجود دارد. ضمناً استقبال مردم از هتل ها افزایش یافته و این در حالی است که شاید تا ۱۵ سال پیش، اگر به شهر دیگری مسافرت می کردید، حتماً یک شب را به منزل اقام خودمی رفته، ولی هم اکنون این اتفاق به ندرت می افتد. البته نبود توریست های اروپایی و آمریکایی، لطفه بزرگی به صنعت هتلداری و کشور ده، چون متابع ارزی باز از شی برا کشور به شمار می رفت. اگر هتل های ما مهمنان داخلی هم نداشتند، تابود شده بودند. در اواسط دهه ۷۰ که خانه دار بودم، مجبور بودم زبان انگلیسی بیاموزم، زیرا مهمنان خارجی بسیاری به خصوص از کشورهای اروپایی داشتیم، اما در حال حاضر شاهد فور حضور چینی ها، افغانی ها، عراقی ها و لبنانی ها هستیم و لذا بیشتر به این سمت رفته ایم که عربی بلند باشیم، بد لیل تقاضای بالای اتاق از طرف مهمنان عرب، به اجبار فراد استخدام شده، در وهله نخست باید مسلط به زبان عربی و سپس انگلیسی باشد. در واقع بازار در حال تغییر است و مامجوریم، برای اینکه بازار مان کسد نشود، مشتریان خود را تغییر دهیم؛ لذا مانی که مشتری اروپایی نداریم، باید عرب هارا جایگزین آن کاریم.

آیا با توجه به شرایط اقتصادی، نرخ هتل‌ها رضایت‌بخش

است و هتلداران از این نرخ گذاری هار ضایت دارند؟

اگر برای سر مایه گذار صرفه اقتصادی نداشته باشد، قطعاً کار نمی کند، ولی این صرفه روزبه روز میل به صفر شدن دارد. خدماتی که در هتل‌ها ارائه می‌شود، مشمول هزینه‌های آب، برق، گاز و غیره می‌شود. همچنین افزایش حقوق کارگر و نیرو انسانی هم بر قیمت هتل‌ها اثر می‌گذارد و هر سال در مهرماه ۲۰ تا ۳۰ درصد به نزد هتل‌ها افزوده شود.اما زمانی که به مهرماه سال بعد می‌رسیم، می‌بینیم که ۱۲۰ درصد تورم داشته‌ایم و همیشه نسبت به تورم عقب بوده‌ایم و همواره سفره هتلدار در حال کوچکتر شدن است. قیمت واقعی هتل، چیزی که در حال حاضر ارائه می‌شود، نیست، ولی با توجه به وجود قیام‌جبوریم قیمت‌های مان را پایین نگه داریم. در واقع زمانی که تقاضا کم می‌شود، قیمت را با تخفیف ۴۰ یا ۵۰ درصد راهه می‌دهیم تا هزینه‌های خود را جبران کنیم.

نرخ هتلداری در ایران نسبت به کشورهای اطراف، چه تفاوت‌هایی دارد؟





ARAMIS HOTEL

Discover Tranquility in the
Heart of the Capital

Welcome to our oasis of serenity, nestled in the bustling heart of the city. Our hotel, a haven of peace and luxury, invites you to experience a unique blend of comfort and convenience.

tehranaramishotel.com
info@tehranaramishotel.com

نمایشگاههای فرستی برای معرفی محصولات و فناوریهای جدید

رامین قاسمیور

مدیر عامل شرکت نمایشگاهی مبادلات نوین هزاره سوم

از آن زمان تا مژده نمایشگاههای با عنوان یکی از بازارهای مهم تبلیغاتی، بازاریابی و تبادل اطلاعات در جوامع مختلف به شمار می‌روند و به شکل‌ها و اندازه‌های مختلف در سراسر جهان برگزار می‌شوند. به هنگام برگزاری نمایشگاه، مشاغل و صنایع مختلفی فعالیت می‌کنند که به طور مستقیم یا غیرمستقیم با این رویداد مرتبط هستند. برخی از این مشاغل و صنایع عبارتند از:

شرکت‌های تولیدی: شرکت‌هایی که محصولات تولیدی خود را به نمایش می‌گذارند و برای فروش و تبادل اطلاعات با مخاطبان در ارتباط هستند.

شرکت‌های خدماتی: شرکت‌هایی که خدماتی مانند مشاوره، حمل و نقل، بسته‌بندی، بیمه و غیره ارائه می‌دهند و به دنبال جذب مشتریان و پروراری ارتباط با آن‌ها هستند.

شرکت‌های تبلیغاتی و بازاریابی: شرکت‌هایی که به تبلیغ و بازاریابی محصولات و خدمات شرکت‌های دیگر می‌پردازند و در زمینه طراحی استند و بین‌رها، تبلیغات و مواد مشابه فعالیت می‌کنند.

شرکت‌های فناوری اطلاعات: شرکت‌هایی که سیستم‌ها و فناوری‌های مرتبط با نمایشگاه‌ها مانند نرم‌افزارهای مدیریتی، سیستم‌های ردیابی و ایجادگری را معرفی می‌کنند.

شرکت‌های تدارکاتی: شرکت‌هایی که وسایل و تجهیزات مورد نیاز برای برگزاری نمایشگاه‌ها از جمله استند، میز، نورپردازی و غیره را فراهم می‌کنند.

شرکت‌های خدمات هتلداری و رستوران‌ها: به دلیل نیاز به اقامت و سرویس‌های غذایی برای شرکت‌کنندگان در نمایشگاه‌ها، این صنایع نیز فعالیت زیادی دارند.

نمایشگاه‌ها از طریق ارائه یک فرصت برای معرفی محصولات، خدمات، فناوری‌های جدید و شبکه‌سازی با مشتریان و همکاران، می‌توانند به توسعه کسب و کارها کمک کنند. از جمله اهکارهایی که نمایشگاه‌ها می‌توانند به توسعه کسب و کارها کمک کنند، می‌توان به معرفی محصولات و خدمات، جذب مشتریان جدید، شبکه‌سازی، شناخت نیاز مشتریان، ایجاد فرصت‌های همکاری، جذب سرمایه، تولید مشترک و ایجاد تقویت برند اشاره کرد.

متاسفانه تحریم‌های اعمال شده بر کشورمان به دلیل زیر درونی



تاریخچه برگزاری نمایشگاه‌ها به عنوان یکی از روش‌های مهم در جهان قدیمی است. در گردهمایی‌های مردم به مناسبت‌های مختلف نظیر مراسم‌های دینی و ایجاد تجارت و صاحبان کالا از این گردهمایی برای فروش بهره‌مند می‌شوند. اصول نمایشگاه‌ها به عنوان فضاهایی برای نمایش و معرفی محصولات، هنرها، فرهنگ و دیگر عناصر مهم جوامع، از زمان‌های باستانی و در مکان‌های مختلفی برگزار می‌شوند. مقاطع رشد نمایشگاه‌هارامی توان به شرح زیر تقدیم پندی کرد:

نمایشگاه‌های باستانی: در دوران باستان، نمایشگاه‌هایی برگزار می‌شد که به نمایش گذاشتن محصولات کشاورزی، دست‌بافت‌ها و هنرها مختص امیزهایی بودند. این نمایشگاه‌ها به عنوان فرستی برای تبادل کالاهای فرهنگ‌هایی بین اقوام و مردمان مختلف شناخته می‌شوند.

نمایشگاه‌های رنسانس: در دوره رنسانس، نمایشگاه‌ها به عنوان فضاهایی برای نمایش آثار هنری، علمی و فنی به روایی سیستماتیک تر و هنری تبرگار می‌شوند.

نمایشگاه‌های صنعتی: با پیشرفت صنعت در دوران انقلاب صنعتی، نمایشگاه‌هایی برای نمایش محصولات صنعتی و تبلیغات تجاری به وجود آمدند. این نمایشگاه‌ها نقش مهمی در توسعه تجارت و اقتصاد داشتند.



نمایشگاه‌های
عنوان یکی از
ابزارهای مهم
تبليغاتی، بازاریابی
و تبادل اطلاعات در
جوامع مختلف به
شمارمی‌روند و به
شکل‌ها و اندازه‌های
مختلف در سراسر
جهان برگزار
می‌شوند

قهوه و بیکری در سال ۱۳۹۶ برگزار شده که تاکنون ۵ دوره آن با عنوان وین و برگزاری مستقل، ولی همزمان آن‌ها به شرح ذیل برگزار گردید.

- آردونان، تجهیزات، لوازم مصرفی و مواد اولیه کافه‌بیکری و قنادی
- تجهیزات، لوازم و مواد مصرفی آشپزخانه صنعتی، رستوران، کترینگ
- تجهیزات، لوازم و مواد مصرفی قهقهه، کافی شاپ، نوشیدنی‌های سرد و گرم
- چشواره نمایشگاه گاسترونومی غذا و نوشیدنی‌های ایران

اولین دوره این نمایشگاه در فضایی حدود یک هزار و ۸۰۰ متر مربع برگزار شده که این مترار در پنجمین دوره آن به بالغ بر ۸ هزار متر مربع رسید که این اعداد حاکی از رشد متراژی و استقبال صاحبان کسبوکار می‌باشد. برگزاری نمایشگاه، دانشی جذاب است که مجریان آن باید بر اساس اصول علمی به بپایی رویدادها اقدام نمایند. ■

نمایشگاه‌ها تأثیر منفی داشته که مانع از شکوفایی ظرفیت‌های بالقوه صنایع شده‌است.

کاهش حضور شرکت‌های خارجی: تحریم‌ها با محدود کردن فعالیت‌های تجاری شرکت‌های خارجی، عامل جدی در ایجاد موانعی برای حضور آن‌ها در نمایشگاه‌ها بوده است.

کاهش ارتباطات بین‌المللی: تحریم‌ها با محدود کردن ارتباطات بین کشورها، ارتباطات و همکاری‌های بین‌المللی مرتبط با نمایشگاه‌هارا نیز کاهش داده است.

کاهش بازدیدکنندگان: کاهش تعداد بازدیدکنندگان خارجی نمایشگاه‌های نسبی موجب نزول صادرات تولیدکنندگان کشور شده است.

شرکت نمایشگاهی مبادلات نوین هزاره سوم:

فعالیت نمایشگاهی این شرکت از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۴ با نمایندگی بیش از ۲۶ شرکت نمایشگاهی ترکیه و آلمانی با موضوع‌های مختلفی نظری ساختمن، آسانسور، دکوراسیون، مبلمان، میلان، مواد اولیه مبلمان، پوشک، نساجی، کیف و کفش، مواد اولیه شیمیایی و رنگ و رزین در ایران شروع شد که این فعالیت مشتمل بر ازام و ورودیهای تجاری، پاویون‌های ایران در ترکیه، نشستهای B2B، نشستهای تخصصی هیات‌های تجاری و نمایندگان بخش‌های دولتی با بخش‌های خصوصی و تشکل‌های ترکیه بوده است.

برخی از نشستهای انجام شده:

- برگزاری نشست رییس صنعت، معدن و تجارت استان آذربایجان شرقی (آقای نجفی) با رییس اتاق بازرگانی از میر (آقای دمیر تاش) ترکیه

- نشست هیات تولیدکنندگان مواد غذایی ایران با مدیران رستوران‌های زنجیره‌ای METRO (عمده فروش مواد غذایی که در بیش از ۳۲ کشور جهان شعبه داشتند).

- برنامه‌ریزی و سازماندهی نشست هیات رسمی وزارت بازرگانی ("سمت" فعلی) ایران با تولیدکنندگان صنعت چوب ترکیه که منجر به احداث کارخانه پارس جیات با محصولات مولفیکس در ایران شد.

- برنامه‌ریزی و سازماندهی نشست اتحادیه کشوری خشکبار ترکیه با اتحادیه خشکبار ایران در نمایشگاه آجیل و خشکبار تهران سال ۱۳۹۳

- برنامه‌ریزی و سازماندهی نشست اتحادیه کشوری آسانسور ترکیه با اتحادیه تشكیل‌های آسانسور تهران در نمایشگاه آسانسور تهران در سال ۱۳۹۳

- برنامه‌ریزی برای نشستهای B2B صاحبان صنایع شهرهای ترکیه و دریافت لوح تقدیر از اتحادیه صاحبان صنایع شهرهای در سال ۱۳۹۴

- برپایی پاویون ایران در نمایشگاه غذای استانبول، نمایشگاه حلال استانبول و... شیمیایی استانبول، مواد اولیه رنگ استانبول، نمایشگاه...

- در سال ۱۳۹۵ اولین نمایشگاه داخلی این شرکت تحت عنوان نمایشگاه تخصصی بین‌المللی ابزار آلات در مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر آفتاب برگزار شد که در آن ۹ کشور خارجی غرفه دار بودند.

در ادامه، اولین دوره مجموعه نمایشگاه‌های صنعت هور کا با عنوان

نمایشگاه تجهیزات آشپزخانه صنعتی، رستوران، فست فود، کترینگ،

از سوی رئيسي هيات مديري آزانس ايرانيان سبط گشت مطرح شد

ضرورت گسترش دوره‌های آموزشی استاندارد در صنعت‌گردشگری

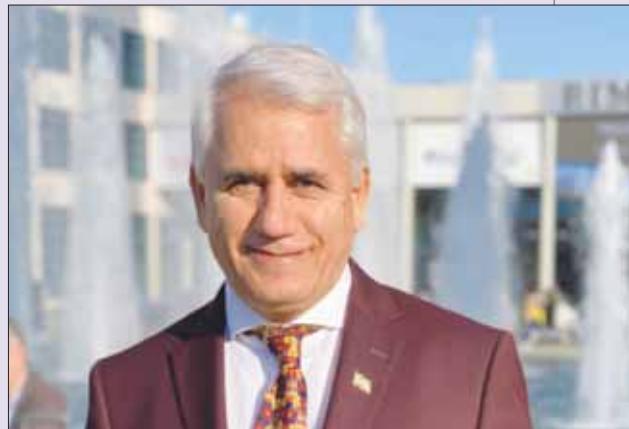
عارف فعالی

احمد سبط حسیني که هاکنون رياست هيات مديري آزانس ايرانيان سبط گشت را بر عهده دارد، حدود ۲۶ سال پيش به اتفاق همسرش، اين آزانس فرهنگي را تاسيس کرد. هر دو فارغ‌التحصيل رشته معماری از دانشگاه رم هستند، اما جذب صنعت گردشگري شدند و در ابتداء با برگزاری کنفرانس‌ها، سمینارهای علمي و فرهنگي و همايش‌های مختلف، به عرصه فرهنگي اين صنعت ورود پيدا کردند. در ادامه هم با اخذ مجوز از وزارت ميراث فرهنگي، گردشگري و صنایع دستي، اقدام به تاسيس آزانس ايرانيان سبط گشت کرند. فعالیت اين آزانس صرفاً معطوف بر برگزاری تورهای ورودي و تلاش برای حضور گردشگران خارجي و علاقه‌مندان به ايران است، از همین‌روضمن نگارش و تهیي مقالاتي درباره سایت‌های پرجاذبه، تاریخ، فرهنگ، معماری و هنر ايراني به زبان‌های مختلف، اين مقالات را در نمايشگاه‌ها و به کارگزاران و گردشگران خود ارائه مي‌دهند. همچنین اين مقالات در مجلات مختلف فرانسوی، اينطالياي و اسپانياي منتشر مي‌شود. گفت‌وگوي ما با اين فعال صنعت گردشگري را مي‌خوانيد.

تاحدودي به اهداف مان رسيده‌ايم و اگر كامل هم نرسيد به باشيم، به دليل اتفاقاتي است که سدي در مقابل ورود گردشگران خارجي به ايران به شمار مي‌رود که از جمله‌های توان به تحريرها، جنگ‌هایي که رخ مي‌دهد و به‌طور کلي رويدادهای مختلفي که در ايران و حتی خارج از ايران و منطقه خاورمیانه اتفاق مي‌افتد، اشاره کرد که ضربه مسنتيم آن به صنعت گردشگري وارد مي‌شود. به اندازه توان خود، فعالیت‌های رادر رابطه با تورهای ورودي انجام داده‌ايم و با توجه به پتانسيل ها و جاذبه‌های ايران، هنوز جاي بسيار زبادي برای کار باقی مانده که باید انجام دهيم، به خصوص اينکه بند بسيار مهم و ملي ما ايراني‌ها، مهمان نوازی است، از همین‌رو گردشگران بسيار علاقه‌مند به سفر به ايران و آشنايي با تاریخ ايران و فرهنگ مردم هستند.

درابطه با صنعت گردشگري، چه دستاوردهایي حاصل شده است؟

يکي از دستاوردهای ما اين است که تواني‌دايم تاحدودي نسل جوان را با مهارات‌های لازم و با فرهنگ ايراني آشنا کنيم، از سوی وزارت ميراث فرهنگي و سایر اگان‌ها، کلاس‌های آموزشی برای توريليرها راهنمایيان گردشگري، رانندگان و سایر ذوي نفعان دست‌اندرکار در صنعت گردشگري برگزار مي‌شود. در واقع آموزش‌گاه‌های دارای مجوز از طرف ميراث فرهنگي، اين آموزش‌ها را به جوانان انتقال مي‌دهند و بنده نيز، حدود ۲۵ سال است که مدرسان صنعت گردشگري هستند. دستاورده مهيم دبگر اين است که طي فعالیت‌ها را يزني های صنفي انجام شده از سوی جامعه تور گردان ايران کليه آزانس داران فعال در ورود توریست‌های خارجي به ايران طبق برآورده فني سازمان توسعه تجارت به دليل ارزوي آن‌ها به کشور هر کدام به عنوان صادرکننده غيرفتني محسوب مي‌شوند؛ لذا طبق قانون از معافيت مالياتي برخوردار گردیده و شامل جوايز صادراتي نيز مي‌باشند. البته اين موضوع و همچنین عملکرده‌اقيصادي آن‌ها، سبب اشتغال زاي و رشد سرمایه‌گذاري در جامعه شده است. علاوه بر اين تاریخ، تمدن، فرهنگ و طبیعت چهار فصل ايران را معرفي کرده و از اين طریق فرهنگ مادي و معنوی ملل ذئي نفع به يك‌دیگر نزدیک تر و در مشارکت و رشد هم‌افزایي، دوستي و نهايي تر در صلح جهاني به اتفاق همگام مي‌گردد.



آزانس ايرانيان سبط گشت با چه هدفي آغاز به کار کرد؟
چه اقداماتي را از ابتداي فعالیت تاکنون انجام داده است؟ در ابتداي آغاز به کار آزانس با بازارسازی، اقدام به انتخاب بازارهای هف خود کرده و با سفر به اين بازارها، جلسات ايران شناسی و آشنايي با معماری ايراني برگزار کرده‌اند. همچنین به منظور بازار‌يابي، در در نمايشگاه‌های مختلفي که همه ساله از طرف سازمان جهاني گردشگري برپا مي‌شود، حضور يافتيم. مسلمان برای ماندگاري در بازار، باید کارهای مختلفي انجام دهيم که نواوري، افزون اماكن ديدنی بيشتر در برنامه‌های سفر و معرفی ايران با تمام محتويات و خصوصيات کيفي از جمله آن‌ها است. در همین راستا؛ موسيقى، آداب و رسوم و فولكلورهای مختلف اقوام ايرانی به صورت تصویر و مقاله نوشتاري در نمايشگاه‌ها و سمینارهای مختلف، مطرح و راهه مي‌شود تا از اين طریق، ماندگاري خود را در بازارهای هدف حفظ کنيم و در صد ورود به بازارهای جديده ديجر نيز باشيم تا ايران را به عنوان يك مقصد گردشگري جهاني معرفي، تبلیغ و بازار‌يابي کنيم.

آيا در طول مدت فعالیت، به اهداف مدنظر خود دست یافته‌ايد؟

در ابتدای صحبت‌های خود به فعالیت در خصوص ورود تورهای خارجی به ایران اشاره کرد. آیا توریست‌های خارجی از عملکرد آئنس ایرانیان سبط گشتر رضایت‌دارند؟ صدر صد رضایت‌دارند و اگر غیر از این بود، ما قادر به ادامه فعالیت نبودیم. رضایت آن‌ها نشان‌دهنده این است که این آئنس، کار خود را به درستی انجام می‌دهد، از همین‌رو تفاصیل سفر برای دفاتر بعدی به ایران را دارند. گروه‌هایی داریم که تاکنون ۴ یا ۵ بار از طریق این آئنس به ایران آمده‌اند. ما با ارائه خدمات خوب و باکیفیت در اقامت و پذیرایی، حمل و نقل حرفه‌ای و رانندگان با تجربه و آموزش دیده و همچنین راهنمایی با شخصیت و با سواد و مسلماً با یک پکچ مناسب و قابل رقابت سالم، سعی کرده‌ایم که در مرحله اول نیازهای علمی، فرهنگی و اجتماعی آن‌ها را در سفر فراهم کنیم تا بینکه با خاطره‌ای خوش و فراموش نشدنی به کشور خود بازگردند.

آیا مسایل سیاسی کشورمان به جهت ورود و خروج گردشگران، مشکلات و مسایل رای ای آئنس‌های مسافرتی به وجود آورده است؟

اتفاقاً این صنعت یک صنعت فرهنگی و اقتصادی است و به سیاست ربطی ندارد و زمانی به سیاست مربوط می‌شود که سیاست‌گذاران سبب شوند که مثلاً یک تور یا یک گردشگر به کشوری وارد نشود و در این شرایط، سیاست دخیل است. در کشور مادرلت از نظر سیاسی مانعی برای ورود تورهای و گردشگران ایجاد نمی‌کند، به همین دلیل طبق تفاصیلی که از وزارت امور خارجه می‌کنیم، نسبت به صدور رواید برای گردشگران اقدام می‌کند. در این مسئولان کشور از ورود توریست‌ها استقبال می‌کنند و به آن‌ها ویزامی دهند؛ ضمن اینکه خارجی‌ها هم تمايل دارند که به ایران سفر کنند، اما اگر از امن اعتنای کنند، صرفاً به دلیل ایران‌هایی است و مشکل دیگری وجود ندارد.

بعضاً این دیدگاه منفی در کشور ما وجود دارد که برخی از توریست‌های ایرانی اقداماتی غیرازبازدید و گردشگری به ایران سفر می‌کنند. این دیدگاه تاچه‌های داشتگی تواند اعیانی باشد؟ ممکن است که این دیدگاه وجود داشته باشد، اما واقعی و حقیقی نیست. بنده نزدیک به ۳۰ سال است که در صنعت گردشگری فعال هستم و هیچ‌گاه این را تجربه نکرده‌ام که یک گردشگر به خاطر اهداف دیگری به جز گردشگری به ایران آمده باشد. ابته ممکن است که به صورت بسیار کم، مواردی باشد، ولی برای ما پیش نیامده است. برخی از گردشگران در سفر به ایران، اقدام به تولید محتوای مکنند و برخی دیگر هم در مورد ایران، جامعه ایرانی و جاذبه‌های کشورمان، کتاب چاپ می‌کنند.

مهمترین مشکلات و چالش‌های مجموعه‌هایی مشابه آئنس سبط گشته چیست؟

اولین چالش این است که زیرساخت‌های گردشگری در کشورمان کامل نیست و می‌توان گفت که تقریباً زیرساخت گردشگری نداریم. یکی از این زیرساخت‌ها، اقامتگاه‌های مناسب، استاندارد و موافق با سلیقه گردشگران است که یا وجود ندارد یا اکر هم وجود دارد، بسیار کم است. دومین زیرساخت موردنیاز حمل و نقل مناسب و دارای نوآوری است؛ هم تعداد اتوبوس، مینی‌بوس، ون و شخصی کم است

و هم توانایی با استانداردهای گردشگری بین‌المللی ندارد. زیرساخت دیگر، آموزش در سطح وسیع، استاندارد و بین‌المللی است. در واقع لازمه شکوفایی صنعت گردشگری، آموزش‌های وسیع و کیفی است، اما متأسفانه در حال حاضر، کیفیت و کیفیت آموزش‌ها پایین است. آموزش وسیع نیز به این معناست که همه افراد جامعه آموزش بینند؛ به عبارتی باید مردم با گردشگری و صنعت توریسم که منجر به اشتغال‌زایی، ارزآوری و صدور فرهنگ می‌شود، آشنای پیدا کنند. چنانچه این آموزش‌ها در قالب ارتباطات شبکه‌ای انجام شود و در رسانه‌ها، آموزش‌های لازم ارائه شود، مسلمان سطح فرهنگ و آگاهی مردم افزایش می‌یابد.

دروضیعت فعلی، شرایط آئنس‌های مسافرتی چگونه است و آیا باندازه کافی فعال هستند؟

اغلب آئنس‌ها فعال هستند؛ البته با توجه به شرایط فعلی، برخی از آئنس‌ها هم فعالیتی ندارند. اتفاقاتی که چه در داخل و چه در خارج از ایران رخ داده، موجب شده حتی گردشگرانی هم که ززو کرده بودند، اقامت به کنسولی کنند. از سال ۱۳۹۸ که همه گیری کرونا آغاز شد، تقویاً تعطیل هستیم و در اوایل سال ۱۴۰۱، تعدادی گردشگر به ایران آمدند، اما پس از اتفاقاتی که رخ داد، دیگر به ایران سفر نکردند. در این سال است که فقط سعی می‌کنیم، چراغ آئنس روشن بماند و از ۱۶ نفر پرستل به ۲ نفر رسیده‌ایم. علاوه بر این، حضور فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی برای کار ما بسیار مهم است و در شرایطی که در آمدی نداریم، حضور در این رویدادها برای ما هزینه‌ای پیش‌بینی نشده است؛ چراکه اگر چند سال متولی در نمایشگاه‌ها حضور پیدا نکنیم، از دیدها به دور خواهیم ماند و دیگر ما را نخواهند شناخت.

از چه دورانی می‌توان به عنوان دوره پویایی و فعال بودن آئنس‌های مسافرتی نامبرد؟

در کشور ما هیچ‌گاه گردشگری به جایگاه اصلی خود نرسیده، در حالی که ایران، پتانسیل‌های بسیار بیشتری دارد. نقطه اوج فعالیت آئنس‌ها زمانی بود که در کشور آرامش وجود داشت، زیرا گردشگر جایی می‌رود که آرامش و امنیت باشند و به راحتی، در رفت و آمد باشند. تا این لحظه هیچ گردشگری نداشته‌ایم که به ایران آمده باشد و مشکلاتی از بابت امنیت داشته باشد. در کشور ما امنیت همیشه برقرار است، اما در زمان‌هایی که بحث جنگ یا بم‌گذاری پیش می‌آید، بسیاری از توریست‌ها و گروههای گردشگری، سفر خود را به ایران تا زمان برقراری دوباره امنیت، کنسل می‌کنند.

آیا آئنس‌های مسافرتی از سوی وزارت میراث فرهنگی و گردشگری مورد حمایت قرار می‌گیرند؟

آن حمایتی که باید باشد، عملاً وجود ندارد. به عنوان مثال، در مورد مساله کرونا، همه انتظار داشتند که وزارت میراث، فرهنگ و امیتازی را برای آئنس‌ها در نظر بگیرد که متأسفانه هیچ حمایتی نشد. انتظار ما این است که در نمایشگاه‌ها و در تبلیغات، کمک‌های لازم انجام شود، اما حمایت خاصی صورت نمی‌گیرد. دولت باید وارد شبکه‌های جهانی شود و دفاتر ایران‌شناسی را در سایر کشورها دایر کند که در چنین شرایطی می‌توانیم تبلیغ جهانی داشته باشیم که متأسفانه تاکنون این اتفاق رخ نداده است. ■

دولت باید وارد شبکه‌های جهانی شود و دفاتر ایران‌شناسی را سایر کشورها دایر کند که در چنین شرایطی می‌توانیم تبلیغ جهانی داشته باشیم تاکنون این اتفاق رخ نداده است

معاون گردشگري مرکز خدمات و مشاوره ايرانيان خارج از کشور

هتلداران به جوانان اعتماد کنند

مهدیه شهسواری

امير اصلاح زاده به عنوان يك فعال گردشگري تامعيار شناخته ميشود و از آنجا كه مدیر كل تعدادي از هتل هاي ۴ و ۵ ستاره و مدیر عامل گروه هاي هتلاني خوش نام كشور بوده، پيشتر به عنوان مدیر حرفه اي در صنعت هتلداري شناخته ميشود. وي دوره فوق ليسانس خود را در رشته هتلداري و گردشگري از دانشگاه پلي تكنিক لولنو سوئد دريافت كرده و علاقه مندی اش به مakanو موجب شد تا از دانشکده دولتی صنعت گردشگري و هتلداري اين كشور نيز فارغ التحصيل شود. اصلاح زاده داراي درجه دكتري در رشته مدیریت هتلداري و گردشگري از دانشگاه Rochville University نيز است. وي از سال ۱۳۸۲ در موسسات و مراکز آموزشي و دانشگاهي كشور، اشتغال به تدریس و تربیت نیروهاي كاري و متخصص در صنعت هتلداري و گردشگري دارد. گفت و گوی ما با اين فعال صنعت گردشگري كه هم اکنون معاون گردشگري مرکز خدمات و مشاوره ايرانيان خارج از کشور و مدیر كل هتل بزرگ جهان مشهد است را در ادامه بخوانيد.

۱۳۸۳ در يك دوره يك ساله به عنوان يك از مدیران اجرائي و معاونين مدیر كل هتل ۵ ستاره لاله تهران معرفی شدم. در ادامه در سال ۱۳۸۴ به عنوان مدیر كل هتل پانيدز كيش، يك از هتل هاي وقت تحت مدیریت گروه هتل هاي لاله و شرکت توسعه گردشگري ايران كار خود را آغاز كردم، مدتی بعد در اردیبهشت ماه ۱۳۸۵ به عنوان يك جزيره كيش به مشهد رفتم و سکان اداره هتل پرديسان را بر عهده گرفتم، در سال ۱۳۸۷ گروه هتل هاي آرياكه يك زنجيره هتلداري برآ برندسازی و يكپارچه سازی خدمات بود، بنده را به عنوان مدیر عامل انتخاب كرد. در حالی تا اردیبهشت ماه ۱۳۹۱ عهده دار اين سمت بودم كه در بازه زمانی آذرماه ۱۳۸۹ تا شهریور ماه ۱۳۹۰ نيز به عضویت هيات مدیره گروه هتل هاي زنجيره ای مارکوپولو درآمدم.

پس شما در اين صنعت به عنوان يك فرد با تجربه و با سابقه شناخته مي شويد؟

بله دققا، بنده فعالیت هاي متعددي در اين صنعت داشتم. به عنوان مثال، در بازه زمانی فروردین ماه ۱۳۹۲ تا بهمن ماه ۱۳۹۳ به عنوان عضو هيات مدیره و معاون بهربرداري گروه هتل برج هاي باران و از بهمن ماه ۱۳۹۳ تا مهر ماه ۱۳۹۴ به عنوان بهربردار و مدیر كل مجتمع تفریحی و اقامتی باري ارومیه، اشتغال به كار داشتم. در ادامه و در شرایطی كه همه جا صحبت از هتل دريابي ترنج كيش و سویت هاي ساخته شده روی دریا بود، مالک اين هتل از بنده دعوت كرد تا به عنوان مدیر كل بهربرداري در اين هتل حضور پيضا كنم، البته در خردادماه ۱۳۹۵ به دليل انتخاب به عنوان مدیر عامل و نایب ريس ريس هيات مدیره گروه هتل هاي هما، از سمت مدیر كل هتل ترنج كاره گيری كردم و از آن زمان تاکنون به عنوان مشاور مدیر عامل هتل دريابي ترنج كيش همکاري دارم، در بازه زمانی يك ساله مدیر عاملی در گروه



در ابتداء اشاره ای به سال ها فعالیت خود در صنعت گردشگري داشته باشید.

بنده در سال ۱۳۷۰ و در سن ۲۰ سالگی به عنوان کارمند فرانت آفيس وارد هتل بين المللی لاله تهران شدم كه كسب تجربیات ارزشمندی را برایم به دنبال داشت. همین تجربیات موجب شد تا در سن ۳۰ سالگی، به عنوان سرپرست يك از چند هتل مطرح كشور انتخاب شوم كه تا سال ۱۳۸۲ در اين جايگاه حضور داشتم و هم زمان به عنوان مشاور مدیر عامل هتل هاي ديزين و شمسك نيز فعالیت مي كردم. در سال ۱۳۸۲ پس از پيان تحصيلات در كشور ماكائو به كشور امارات متحده عربی عظيمت كرده و به عنوان مدیر اقامتی باشگاه ابرانيان دبی حضور یافت و تجربه ای جدي در رضا هاي هتلداري دبی كسب كردم كه منجر به آسنایي بنده با آخرين استانداردهاي هتلداري دنيا شد. در ادامه پس از بازگشت به ايران در سال ۱۳۸۳ به عنوان مدیر اقامتی و معاون مدیر كل هتل لاله يزد مشغول به فعالیت شدم، اما در شهریور

در همین شرایط
اقتصادی و سیاسی
و...، فعالان حوزه
گردشگری و بیویژه
فعالن صنعت هتلداری
از کسادی کار خود رنج
می برند و دقیقا در همین
ایام، برخی از همکاران
حرفه ای و بادانش
همسوس با رویه های
نوین، کسب و کارهای
بسیار قابل قبولی دارند

مشکلی نشوند. مشکل دیگری که تمام کشور و به خصوص ایرانیان خارج از کشور با آن مواجه هستند، بحث نقل و انتقال پول و سرمایه از خارج کشور به داخل برای سرمایه گذاری و برعکس است. مشکل سوم هم، مسایل و رویه های بروکاری جهت رفع مشکلات از طریق سفارتخانه های ایران در سایر کشورها است که بعض امیزی حرکت و رفع مشکلات آن ها به قدری طولانی می شود که ناکرایر می شوند، رویه های دیگری را طی کنند.

در خصوص فعالیت های هتل بزرگ جهان مشهد که شما مدیر کل آن را ب عهده دارید، توضیح دهید.

این هتل در شهر مقدس مشهد، ذیل یکی از هلینگرهای تابعه بانک ملت است که فعالیت رسمی خود را از نوروز ۱۴۰۱ آغاز کرده و امسال، دومین سال فعالیت خود را پشت سر می گذارد. این هتل با ۱۵۶ اتاق و انواع سویت و ظرفیت اسما می بیش از ۴۰۰ نفر در مجاورت حرم مطهر ثامن الحجج قرار گرفته و فاصله آن با حرم مطهر، کمتر از ۱۵۰ قدم است و به پیاده راه و اعاظ طبی معرف است. زائران عزیز می توانند بدون کمترین دغدغه و استفاده از وسایل نقلیه، به راحتی بین هتل جهان و حرم امام رضا (ع) آمد و شد داشته باشند. هتلداری ۳ رستوران بزرگ و مجهز به انواع امکانات رفاهی از جمله مجموعه های ورزشی و استخر، سونا و خدمات ماساژ است. یکی از خدمات منحصر به فرد این مجموعه هم سالان اجتماعات با ظرفیت حدود ۱۸۰ نفر و با پیشگیری این سینمایی است که این سالان، شکل فلت دارد و چند منظوره محسوب می شود. همچنین در مجاورت سالان اجتماعات، سالان های کوچک تری برای نشست های مدیریتی تعریف و تعبیه شده است. این مرکز دارای حدود ۱۱۰ واحد تجاری در طبقات تحتانی منفی یک، همکف و مثبت یک است که از جمله بخش های خدماتی هتل بزرگ جهان محسوب می شود. همچنین به جهت نزدیکی به حرم، بخشی از مهمانان هتل را گردشگران زیارتی و شیعیان از کشورهای حوزه خلیج فارس مانند کویت، بحرین، عمان، قطر، امارات متحده عربی، عربستان و عراق تشکیل می دهند.

مزیت رقابتی و بیویژگی خاص این هتل نسبت به سایر هتل های مشهد چیست؟

همان طور که اشاره کرد، نزدیکی به حرم مطهر، از بیویژگی ها و مزایای خاص این هتل است که مهمانان مابدون کمترین فوت وقت و بدون نیاز به استفاده از وسایل نقلیه، می توانند از طریق صحن غدیر، به حرم رفت و آمد داشته باشند. بیویژگی دیگر آن، اتاق های بسیار لوکس و بزرگ با طراحی و دکوراسیون بسیار مدرن است که موردن توجه مهمانان عرب و خانواده های پرجمعیت آن ها قرار دارد. در اختیار داشتن نزدیک ترین مرکز اجتماعی همایش به حرم مطهر و کارکنان بسیار آموزش دیده، مودب، محترم و کاردار از دیگر مشخصات بارز و شاخص این هتل به شمار می رود.

هتل های هم اسعی کردم که اصول حرفه ای هتلداری را در ۵ هتل این زنجیره پیاده کنم. همچنین در همان بازه به عنوان مشاور مدیر عامل هلینگر گردشگری تامین اجتماعی (هگتا) به مدت ۳ سال فعالیت کردم. پس از پایان دوره مدیر عاملی در گروه هتل های هما، از آذر ماه ۱۳۹۶ تا اسفندماه ۱۳۹۸ به عنوان عضو هیات مدیره شرکت توسعه گردشگری آریازیگورات، مالک هتل های فرودگاهی Ibis و Novotel (زیرمجموعه گروه هتل های بین المللی Accor) انتخاب شدم. علاقه فراوان به گردشگری سلامت و فرucht و ظرفیت های موجود در کشور را بعثت شد که از مهر ماه ۱۳۹۷ تا کنون به عنوان مدیر کل توسعه تجارت بین الملل گردشگری زیبایی و تندروستی کشور مالزی با برنده جهانی Oriental Mace و MyBeauty' Tourism فعالیت کنم. همچنین از خردادماه ۱۳۹۸ تا کنون به عنوان مشاور و نماینده شرکت هتلداری Golds.lا. ایتالیا در کشورهای حوزه خاورمیانه و آسیای جنوب شرقی فعال هستم.

بخش معاونت گردشگری مرکز خدمات و مشاوره ایرانیان خارج از کشور، از ابتدای تاسیس تا کنون چه اقداماتی انجام داده است؟

این مرکز کار خود را به شکل رسمی از سال ۱۳۸۴ آغاز کرد که زیرمجموعه شورای عالی ایرانیان مقیم خارج از کشور نهاد ریاست جمهوری محسوب می شود. بازوی اجرایی این شورا، مرکز خدمات و مشاوره ایرانیان خارج از کشور است که معاونت های مختلفی را در دل خود جای داده و ماموریت این مرکز، هدایت و سمت و سودان به فعالیت های ایرانیان و هموطنان دراقصی نقاط کشور است. ماموریت معاونت گردشگری مرکز خدمات و مشاوره ایرانیان خارج از کشور، طراحی تورهادر بخش سفرهای زیارتی، گردشگری سلامت و درمان، مباحث آموزشی، موارد مرتبط با حوزه سرمایه گذاری، فعالیت در بخش صنایع دستی و مسایلی از این دست است. در طول ۳ سال گذشته که مسئولیت این بخش بر عهده بنده بوده، عموم فعالیت های این معاونت در همین حوزه ها متمرکز بوده و در حد توان به نیازهای ایرانیان خارج از کشور پاسخ داده شده است. شرایط کنونی اقتصادی و روابط سیاسی و اجتماعی که ایران با سایر کشورهای دنیا به وجود آورده، به گونه ای است که فعالیت های این معاونت در طول سال جاری و در آدایه در سال ۱۴۰۳، مهمتر و چشم گیرتر خواهد شد. در همین راستا، توسعه فضاهای کسب و کار، فضاهای خدماتی و به طور و بیویژه مباحث گردشگری، هتلداری، صنایع دستی و موارد فرهنگی جزو رسالت ها و ماموریت های این معاونت قرار گرفته است.

از نگاه این معاونت گردشگری، مهمترین مشکلات این گروه از ایرانیان چیست؟

یکی از مشکلات عمومی این قشر، مدد و رفت به ایران و دل نگرانی های مرتبط با این حوزه است: از این جهت که هنگام ورود و خروج، دچار

حوزه‌های مختلف از جمله توجه و پژوهه به سرمایه‌های انسانی، بازاریابی مدرن و شناخت بازار، کنترل هزینه‌ها و سایر روابه‌های معمول و متعارف در سطح بین‌المللی عمل کند، رونق کسب و کار خواهد داشت. در مقابل اگر می‌شتویم و می‌بینیم که بعضاً برخی از همکاران، صاحبان صنایع، سرمایه‌گذاران و مدیران بخش هتلداری را کسب و کار خود انتقاد دارند و گلایه‌مند هستند، بخشی از آن به رفتارها و عملکردی به خودشان مربوط می‌شود و نباید انتظار داشت که تمام کارهار ادولت انجام دهد.

آیا می‌توان صنعت هتلداری را سودآور دانست؟

به اعتقاد بند، باید به صنعت هتلداری از دو زاویه نگریست؛ ابتداءز نگاه کسب و کار و شغل هتلداری و دیگری از دید یک نوع سرمایه‌گذاری روی بنایی که نام آن را ساختمان می‌گذاریم. در کشور ما توجه به جمیع شرایط و وضعیت تورم که در تمام کسب و کارها خود را نشان می‌دهد، یکی از سرمایه‌گذاری‌های سودآور، ملک و ساختمان است که همیشه ارزش خود را داشته و خواهد داشت. تفاوتی که صنعت هتلداری با سایر سرمایه‌گذاری‌ها در بخش ساختمان دارد، این است که به جهت ارائه خدمات حرفه‌ای به مهمانان، باید از هتل نگهداری کنند و مراقب عدم افت ساختمان باشند و این موضوع باعث شده که همیشه ارزش ساختمان‌های هتلی، رشد قابل توجهی را داشته باشد. از سوی دیگر، به عنوان یک شغل و کسب و کار ارائه خدمات به مهمانان شرایط متفاوتی شود، به طوری که افراد حرفه‌ای، اشخاص حرفه‌ای را استخدام می‌کنند، آموزش‌های حرفه‌ای ارائه می‌دهن، با صنعت روز دنیا همسو هستند، مدرن و به روز فکر می‌کنند، با موج هتلداری دنیا حرکت می‌کنند و محکوم به موقیت هستند؛ اما افرادی که به مدرن شدن، باور و اعتقادی ندارند و همچنان در عصر گذشته و سنت‌های سرمی‌برند، نباید انتظار داشته باشند که سرمایه‌گذاری در این صنعت برای شان سودآور باشد.

با توجه به آنچه که اشاره کردید، چشم‌انداز صنعت هتلداری را در ایران چگونه می‌بینید؟

چشم‌انداز این صنعت را مناسب، امیدوار و امیدبخش می‌بینم. امروزه در بین همکاران مادر اقصی نقاط کشور و در تمامی سطوح به ویژه در سطح هتل‌های ۵ ستاره و ۴ ستاره و همچنین در بخش سرمایه‌گذاری‌های خرد و محدود که آن را به نام بوم‌گردی و اقامتگاه‌های سنتی می‌شناسیم، رقابت بسیار شدیدی وجود دارد. در عین حال علاقه‌مندی و تقاضا در سطح جامعه ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی بسیار چشمگیر است. البته به نظرم، موقیت در این عرصه متعلق به افرادی است که بیانش لازم را کسب کنند یا دانش هارا به استخدام بگیرند و به جوانان خوش فکر، بروز و صاحب ذوق و ایده اعتماد کنند و به آن‌ها برای انجام کارهای بزرگ و عالی اختیار دهند.

با توجه به رواج اجاره دادن منازل به مسافران در شهر مشهد، تاثیر این موضوع بر صنعت هتلداری را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بحث اجاره دادن منازل و املاک شخصی به مسافران، مقوله‌ای است که از سال‌ها پیش در مقاصد گردشگری رواج داشته و دارد؛ بنابراین نمی‌توانیم در صدد ممانعت از آن هابرآیم و دنبال این باشیم که این اتفاق رخ ندهد. تنها موضوعی که مورد اتفاق نظر صاحبان صنعت هتلداری و سرمایه‌گذاران قرار دارد، این است که شرایط به گونه‌ای مدیریت و کارشناسی شود که اجاره دادن منازل به مسافران در زمان پیک سفرها و تقاضای بالا برای اقامت باشد. البته نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که با توجه به شرایط اقتصادی حاکم در کشور، صاحبان منازل شخصی از این سیاست‌ها تعیت کنند و امروز هر کسی به اندازه خود و به اندازه دارایی‌اش، در تلاش است که سهم خود را از بازار بگیرد و امارات معاش و کسب درآمد داشته باشد. تنها موضوعی که وجود دارد این است که دولت این کسب و کارهای خود و صاحبان منازل شخصی که اقدام به اجاره دادن ملک خود می‌کنند را شناسایی، با آن‌ها همراهی کنند، آموزش دهد و مجوز فعالیت اعطای کند؛ در غیر این صورت اگر قرار باشد که به شکل چکشی عمل و با این افراد بخورد شود، نه تنها خروجی مناسبی نخواهد داشت، چه بس امکن است که تبعات بدتری را هم رقم بزند. در عین حال باید توجه داشت که این موضوع نه تنها در ایران، بلکه در اغلب کشورهای خود می‌دهد، اما در این کشورها اجاره‌دهنگان منازل شخصی به گردشگران از سازو و کارهای مشخصی تعیت می‌کنند و سازمان‌های بالادست بر کار و عملکرد آن‌ها نظارت دارند؛ بنابراین این موضوع فقط محدود به کشور ایران نیست و جزو لاینفک فعالیت‌های گردشگری در دنیا محسوب می‌شود.

وضعیت صنعت هتلداری در ایران در شرایط فعلی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

صنعت گردشگری و به ویژه صنعت هتلداری یک صنعت فصلی (Seasonal) است و البته وابسته به عوامل متعددی از جمله شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و آب و هوایی و سایر موارد مانند مسایل تکنولوژیکی و قوانین و مقررات رفت و آمد به کشور و شهر مقصد است. با وجود تمامی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌هایی که در عرصه گردشگری از آن بهره‌مند هستیم، اما باید بتوانیم ظرفیت‌های گردشگری و صنعت هتلداری و به شکل کلی تر داشته‌های مان را معرفی کنیم. همین امروز و در همین شرایط اقتصادی و سیاسی و... فعالان حوزه گردشگری و به ویژه فعالان صنعت هتلداری از کسادی کار خود رنج می‌برند و دقیقاً در همین ایام، برخی از همکاران حرفه‌ای و بیانش همسو با روابه‌های نوین، کسب و کارهای بسیار قابل قبولی دارند. به طور ویژه نمی‌توانم بگویم که امروز صنعت هتلداری در کوداست یا در رونق به سرمی برد. در این بین هر هتلداری که حرفه‌ای تر، متخصصانه و بیانش لازم در

موقیت در این عرصه متعلق به افرادی است که یا دانش لازم را کسب کنند یا دانش‌های را به استخدام بگیرند و به جوانان خوش فکر، به روز و صاحب ذوق و ایده اعتماد کنند و به آن‌ها برای انجام کارهای بزرگ و عالی اختیار دهند

توسعه گردشگری نیازمند تغییر نگرش مدیریتی است

محمد جعفری



کمپودز پرساختهای
گردشگری در کشور
کمپودنیروهای
آموزش دیده و
متخصص و همچنین
کمپودفعایلتهای
بازاریابی و تبلیغات در
سطح بین المللی، تنها
بخشی از معضلات
حل نشده این صنعت
است

وارائه اخبار گردشگری و هتلداری و ارائه خدمات مرتبط با این صنعت از چشم اندازهای موسسه تحقیقات و مطالعات متخصصین گردشگری ایرانیان است.

این فعال صنعت گردشگری و هتلداری با تشریح برنامه های موسسه تحقیقات و مطالعات متخصصین گردشگری ایرانیان گفت: برگزاری دوره های آموزشی، ارائه خدمات پژوهشی، برگاری نمایشگاه و همایش های علمی از برنامه های مهم این موسسه است. پیگیری طرح های خلاصه، بهره گیری از اساتید و متخصصین برتر صنعت گردشگری و هتلداری از پژوهگی های اصلی محسوب می شود. این پژوهشگر حوزه توریسم با اشاره به اینکه طرح ها و برنامه های خلاصه در اولویت این موسسه قرار دارد، گفت: با بهره گیری از زیرساخت های الکترونیکی کارکنان مجروب و متهد طرح ها و پروژه های نوآورانه را با جدیت پیگیری می کنیم.

عدم برنامه ریزی پژوهگی ترین ضعف گردشگری

شادی با تاکید بر اینکه عدم برنامه ریزی جامع در سطح کلان، بزرگترین مغلل گردشگری کشور است، اظهار کرد: کمپود زیرساخت های گردشگری در کشور، کمپود نیروهای آموزش دیده و متخصص و همچنین کمپود فالایت های بازاریابی و تبلیغات در سطح بین المللی، تنها بخشی از معضلات حل نشده این صنعت است. همچنین ضعف مدیریت و کارشناسی متولیان، ضعف حمایت های سرمایه گذاری و دخالت متولیان دولتی در امور اجرایی بخش خصوصی از موانع اصلی توسعه گردشگری در ایران است.

کسی حامی برنامه های گردشگری نیست

مدیر عامل موسسه تحقیقات و مطالعات متخصصین گردشگری ایرانیان با تقدیم از وضعیت پژوهش های گردشگری گفت: متسافانه پژوهش از جایگاه مناسب و مؤثری برخوردار نیست و اکثر امور پژوهشی استفاده نمی شود و در کتابخانه ها خاک می خورد.

وی با اشاره به اینکه به دلایل متعدد در سطح کلان، گردشگری ارتقاء پیدا نمی کند، افزود: تحریم های گستردگی، وضع نامناسب اقتصاد و زیرساخت های گردشگری بین المللی و عوامل سیاسی و امنیتی، راه گردشگری را سد کرده، بر همین اساس سرمایه گذاری در این صنعت وضع مناسبی ندارد.

شادی در پایان یادوار شد: گردشگری ایران نیاز به برنامه ریزی منسجم فرداستی و تغییر نگرش سطح کلان مدیریتی از نگرش سیاسی و فرهنگی به نگرش علمی - اقتصادی دارد. ■

با اینکه ایران از جاذبه های گردشگری فراوان برخوردار است، اما با استانداردهای یک کشور توریستی فاصله معناداری دارد. نتایج برخی از پژوهش ها حاکی از این است که دلایل عدم ارتقاء این صنعت چندگانه است و ریشه در سال های گذشته دارد.

محمدعلی شادی، مدیر عامل موسسه تحقیقات و مطالعات متخصصین گردشگری ایرانیان (مگاتوریسم) که هم اکنون سمت سرپرست توسعه تجاری و نظریت بر شرکت های تابعه کانون جهانگردی و اتوبیل رانی را بر عهده دارد، در خصوص چگونگی تاسیس این موسسه گفت: از سال ۱۳۷۲ فعالیت خود را در صنعت گردشگری آغاز کرده و از سال ۱۳۸۴ با تاسیس موسسه مگاتوریسم، در راستای فالایت های آموزشی در صنعت گردشگری اقداماتی انجام دادیم، البته این مجموعه دوره های آموزشی مختلفی در صنعت گردشگری و هتلداری برگزار می کند.

وی افزود: در بخش پژوهش نیز، تدوین طرح های مختلف پژوهشی و بیزنس پلن های گردشگری و هتلداری از اهم فالایت های موسسه است. همچنین آموزشگاه مگا با برگزاری دوره های آموزشی در صنعت گردشگری به علاوه مندان این دوره ها خدمات را ارائه می دهد. باشگاه مگا به عضویت در اوردن متخصصین گردشگری و هتلداری و ارائه خدمات به آن ها در این حوزه فعال است.

مدیر عامل موسسه تحقیقات و مطالعات متخصصین گردشگری ایرانیان با معرفی بخش های مختلف موسسه گفت: تا بیزیون مگا با ارائه خدمات تصویری و ویدئوهای گردشگری و هتلداری در حوزه مدیا فالایت می کند. مگا بیزون هم با ارائه خدمات خبری و اطلاع رسانی در صنعت گردشگری به کار خود آمده می دهد. همچنین نمایشگاه مگا با برگزاری همایش ها و نمایشگاه های مختلف در صنعت گردشگری و هتلداری در جهت توسعه این صنعت حرکت می کند. علاوه بر این، پژوهشگاه مگا نیز انجام پژوهه های مطالعاتی و پژوهشی را در دستور کار خود دارد.

ارتقاء آموزش گردشگری از اهداف مهم ماست

شادی با بر شمردن اهداف این موسسه گفت: توسعه فالایت های آموزشی و پژوهشی در صنعت گردشگری و هتلداری از مهمترین اهداف ما به شمار می رود. همچنین ارتقاء سطح آموزش فعالان صنعت گردشگری و هتلداری و افزایش آگاهی جامعه نسبت به فعالیت های گردشگری و هتلداری بخش دیگری از اهداف موسسه است که با جدیت در حال پیگیری می باشد. از طرفی، اطلاع رسانی

هتل‌ها با کمبود

نیروی کار ماهر مواجه هستند

ابوالفضل علیزاده

صنعت هتلداری با هر آنچه که مربوط به اقامت، ارائه خدمات به مسافران و مهمانان، انواع اقامتگاه و رستوران است، ارتباط دارد. در واقع این صنعت، نه تنها به هتل‌ها و اقامتگاه‌های مجلل مربوط می‌شود، بلکه شامل اقامت شبانه در مهمانسراها متن‌ها، مسافرخانه‌ها و هاستل‌ها به عنوان انواع اقامت کوتاه‌مدت می‌شود. غلامعلی اخلاقی با پیش از ۴۰ سال سابقه تدریس هتلداری و راهنمایی و مدیریت هتل‌های بزرگ در کشور، معتقد است: برای افزایش حضور گردشگران باید بین تمام نهادهای هم‌صدا بی و اتحاد عمل به وجود آید. گفت و گوی این مدرس و مشاور هتلداری را با مهندم «دبی‌ای سرمایه‌گذاری» می‌خوانید.

شودو کل برنامه‌ریزی‌های هارابر هم می‌زند. به‌هر حال در محاصره اقتصادی قرار داریم و خواه بانا خواه بیرغم عضویت در بریکس و اوراسیا و پیمان‌های دیگر همچنان اسیر دلار هستیم و تلاطم‌ات آن اثر منفی می‌گذارد. امید است که موضع نظام در دلارزدایی باشد ادامه یابد تا از سلط دلار دور شویم و به ثبات بررسیم؛ در چنین شرایطی بار نامه‌ریزی‌های کوتاه و بلندمدت، به‌هدف موردنیست خواهیم یافت. شایان ذکر است، تورم اقتصادی، روی سرمایه‌گذاری ساخت هتل تأثیر منفی می‌گذارد، چون برخی از کالاهای در ایران وجود ندارد و تبیارات قیمتی سرعت ساخت را کاهش می‌دهد. از طرفی، میل سرمایه‌گذاری در هتل‌سازی راهم کاهش می‌دهد.

یکی از مشکلات هتلداران، جذب نیروی کار آموزش دیده و حرفه‌ای است. به نظر شما برای رفع این مشکل چه اقداماتی باید صورت پذیرد؟

طی سالیان گذشته تمایل افراد به کار و احداثی گردشگری کاهش یافته و برای یادگیری هم تمایل ندارند. برای رفع این معضل، باید قدرت اسب بخار موتور گردشگری را فزایش داد و ابتدای اثبات اندیشه بزرگان در یک صدای و سپس یک صدایی در تشویق سرمایه‌گذاری و ترمیم آثار باستانی، اهمیت آن و تبلیغات وسیع جهانی تدبیری اتخاذ کرد تا فراد شوق ورود به صنعت را داشته باشدند. هم‌اکنون بسیاری از هتل‌ها با کمبود نیروهای آموزش و پرورش دیده مواجه هستند و این تنها کاری است که باید انجام داد. آموزش و پرورش نیروهای انسانی تنها شامل کارکنان نمی‌شود، بلکه مشمول صاحبان سرمایه هتل از جمله هیات مدیره، مدیر عامل یا مدیر کل هم می‌شود. از تجایی که صنعت گردشگری واژه عام است و چندزیز مجموعه دارد که هتلداری یکی از آن است. باید رفتار و کردار هم‌هتلی باشد؛ یعنی مدنی باشند، چون هتل در شهر ساخته شده و به موازات رشد صنعت یا فناوری رشد می‌کند؛ لذا باید تفکر یارفтар هتلی، رفتار صنعتی باشد، نه رفتار فنودالی یا برده‌داری که تفکر کاروانسرا ری است. در چنین شرایطی می‌توان به توسعه همه جانبه گردشگری فکر کرد و پس از تعیین هدف، راهبرد متناسب با تفکر صنعتی در پیش گرفت. ■

صنعت گردشگری در جهان یکی از اصلی ترین راه‌های درآمدزایی است. با توجه به این موضوع، ایران تاچه اندازه از این ظرفیت استفاده کرده است؟

گردشگری ایران طی ۴۵ سال گذشته فراز و نشیب‌های زیادی داشته است. در زمانی که خط‌مشی تساهل و تعامل بالا بوده و آرامش نسبی برقرار یود، تعداد گردشگران بیشتر و در فرستاده‌ها که این نگرش کاهش یافته، تعداد آنان کم شده است. از آنجا که بیشتر گردشگران از گروه‌های سن بالا و محافظه‌کار هستند، حتی قیمت پایین و تخصیص امکانات بیشتر، آنان را تشیوی به حضور در ایران نکرده است. البته طی ۱۰ سال گذشته حضور گردشگران از نوع مذہبی جز در مقطعی که روابط ما با عربستان سعودی به خاطر صدمه به دفتر نمایندگی آن‌ها تیره گشت، افزایش چشم‌گیری داشته است؛ بنابراین آنچه شایسته یک‌تمدن و فرهنگ چندین هزار ساله در کنار آب و هوای متفاوت و مردمان مهمان نواز است، انجام نگرفته و تا زمانی که یک صدالاز ایران بیرون نیاید، انتظار رونق نباید داشت. صدا یعنی اتحاد عمل همچون امارات متحده عربی، ترکیه و کشورهای مشابه.

آیا اتفاقات سیاسی باعث کاهش ورود گردشگران به ایران شده است؟

قطعاً نه در ایران، بلکه برای همه کشورهای جهان صدق می‌کند. نمونه‌های زیادی مانند کشورهای مصر و تایلند وجود دارد که این نظر را تایید می‌کند که به خاطر نبرد قهرمانه فلسطینیان (شاھکار عملیات الاقصی) و مبارزین شجاع یمنی‌ها بکاهش گردشگر مواجه شد.

برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی چه اقداماتی باید صورت پذیرد؟

جذب هر گونه سرمایه‌گذاری بستگی به خط‌مشی برنامه هفت‌تم دارد که گردشگری از آن جدایست. پایه گردشگری زیرساخت‌هایی همچون فرودگاه‌ها، تامین هوایپما، ساخت جاده، قطار، اتوبوس، کشتی، ساخت انواع واحدهای اقامتی و درنهایت، تربیت نیروی انسانی آموزش و پرورش دیده مناسب با ساخت افزارهای است.

عدم ثبات قیمت‌ها و تورم چه مشکلاتی برای هتلداران ایجاد کرده است؟

عدم ثبات قیمت باعث می‌شود که در چند مرحله در قیمت‌های تغییراتی داده



در محاصره
اقتصادی قرار
داریم و خواه یا
ناخواه بد رغم
عضویت در
بریکس و اوراسیا
و پیمان‌های دیگر،
همچنان اسیر دلار
هستیم و تلاطم‌ات
آن اثر منفی
می‌گذارد



در این بخش می خوانیم:

- **قطر، آماده تسخیر بازار صادرات LNG دنیا**
- **توسعة و پیشرفت پروژه کیان در سایه مساعدت و بسیج همه ارکان**

مدير عامل شركت پتروشيمى كيان

توسعه و پيشروزت پروژه كيان در سايه مساعدت و بسيج همه ارkan

مسطفي حاتمى

فعال، شناسايي و مذاكرات با شركت هاي سرمایه‌گذار خارجي و داخلی برای جذب منابع... دانست.

مدير عامل شركت پتروشيمى كيان، طولاني شدن اجرا و تكميل پروژه از سال ۱۳۹۱ تاکنون به علت عدم تامين منابع اعتباري و سرمایه‌گذاري، تعين اولويت‌های راهاندازی، رفع مشکلات تعهدات ارزی، تامين منابع مورد نياز به ميزان قدرالسنه مشارکت سهامداران و مهمترین نياز توسعه و پيشروزت و بهره‌برداری آن تامين منابع سرمایه‌گذاري... را از ضرورت‌ها و الزامات توسعه‌اي مگاپروژه كيان اعلام کردند.

وی با تقدير و تشکر از تلاش جمعي خانواده بزرگ كيان و توجه، مساعدت‌ها و هدایت‌های سهامداران به پيويژه مدیران عامل شركت‌هاي هليدينگ پتروفرهنگ و گسترش نفت و گاز پارسيان در تامين منابع و تلاش برای حرکت‌دهی پروژه كيان، اعلام کرد: زيرساخت هر حرکت و پيشروزت، برنامه‌ريزی مناسب و زمان‌بندی شده، تعين افق و مسیر حرکتی است که الحمد لله مگاپروژه كيان با هدایت و مساعدت مدیران شركت‌هاي سهامداری پارسيان و پتروفرهنگ در اين مسیر قرار گرفته و ريل گذاري خوبی انجام شد.

ياوري ابراز اميدواري کرد تا با مساعدت و همراهی سهامداران، سال ۱۴۰۳ سال تحول برای پروژه كيان باشد و منشاء اميدآفريني و نوين حرکت توسعه‌اي برای اين پروژه فراملی رقم زده شود. مدير عامل شركت پتروشيمى كيان از توجه و مساعدت مدیران دلسوز کشور دولت محترم، معافون اقتصادي و امور زيربنائي، وزاري محترم اقتصاد و داراي، دفاع و پيشروزت و اميدآفريني کشور به برخورداری از ظرفیت برای توسعه و پيشروزت و اميدآفريني کشور به برخورداری از ظرفیت اقتصادي همراهی داشتند و دارند، تقدير و تشکر کرد.

وی يادآور شد: ادامه فرآيند توسعه‌اي اين پروژه فراملی، تنها در سايه مساعدت و بسيج همه ارkan کشور برای توسعه و پيشروزت پروژه كيان رقم خواهد خورد.



مهندسي عبدالله ياوري، مدير عامل شركت پتروشيمى كيان به مناسبت حلول ماه مبارک رمضان و بهار طبیعت در جمع مدیران و کارکنان اين شركت اظهار کرد: بهار، آغاز تغيير و تحول و حرکتی نوين است و بهار قرآن بهترین فرصت برای تحول در خداشناسي و خودسازی، تغيير و حرکت به سوی بهتر بودن است.

وی به اهمیت پروژه كيان در نیگاه و مقیاس فراماري به عنوان «مگاپروژه» با حجم و ميزان سرمایه‌گذاري، تولید محصولات زنجیره ارزشی و مهندسي و دانش فني و تجهیزات فني و... پرداخت و گفت: اين شاخص‌ها از پروژه‌های مهم اقتصادي در سطح منطقه خاورمیانه است.

ياوري مهمترین اقدامات و عملکرد سال ۱۴۰۲ شركت کيان را الصلاح زيرساخت‌ها، ساختار سازمانی، ساماندهی و بهروزساني سیستم‌های اداري و مالي و اتوماسيون، برنامه‌ريزی مدون از پيش‌بیني تا اجرا و عملکرد، شفاف‌سازی حساب‌ها و عملیات‌ها، ريل گذاري عملیات‌های فني، مهندسي و عمراني، فعال‌سازی جبهه‌های کاري کارگاه‌های



حمایت‌های وزیر محترم آموزش و پرورش، ریس صندوق فرهنگیان و مدیر عامل شرکت پترو فرنگ در توسعه زیرساخت‌های شرکت پتروشیمی کیان، از مقامات عالی رتبه وزارت آموزش و پرورش برای بازدید این ظرفیت بالای اقتصادی کشوار در مگاپروژه کیان دعوت به عمل آورد تا در آینده نزدیک با حضور و بازدید مقامات، حرکت‌های پیشرفت این مگاپروژه سرعت بیشتری به خود گیرد.

در پایان این دیدار علی موحدی؛ مدیر کل آموزش و پرورش استان بوشهر و عبدالحسین بزرگ‌ری؛ ریس صندوق ذخیره فرهنگیان استان بوشهر و ریس حراست اداره کل به همراه مدیر عامل و مدیران شرکت پتروشیمی کیان از کارگاه‌های عملیاتی عمرانی سایت بازدید به عمل آوردند. ■



صنعت پتروشیمی در خدمت جامعه علمی کشور

مهندس یاوری در دیدار با علی موحدی، مدیر کل آموزش و پرورش استان بوشهر و عبدالحسین بزرگ‌ری، ریس صندوق ذخیره فرهنگیان استان بوشهر گفت: صنعت پتروشیمی کشور در جهت احتلا و توانمندسازی علمی کشور همراهی دارد.

مدیر عامل شرکت پتروشیمی کیان در این دیدار؛ توسعه زیرساخت‌های آموزشی کشور، محرومیت زدایی و توجه به مناطق کم برخوردار که ریشه‌های اصلی آن در آموزش و پرورش است را لازم و ضروری دانست. وی به انجام مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های تولیدی صنایع پتروشیمی و نفت و گاز در راستای محرومیت زدایی مدارس کم برخوردار اجتماعی منطقه ویژه اقتصادی عسلویه با تعیین اولویت‌های برنامه در حوزه آموزشی و فرهنگی گام‌های خوبی برداشته که ثمره همراهی مدیران عامل مجتمع‌های پتروشیمی کشور است.

علی موحدی، مدیر کل آموزش و پرورش استان بوشهر در این دیدار به ضرورت توجه شرکت‌های تولیدی پتروشیمی برای توانمندسازی مراکز آموزشی استان و برخوردار کردن مدارس کم برخوردار مناطق محروم استان پرداخت و گفت: از مهمترین نیازهای آموزشی استان، تجهیز و تکمیل آورده‌گاه دانش آموزی استان به خواهگاه دانش آموزی و تجهیز آن به تجهیزات اقامتی و ورزشی و آزمایشگاهی مدارس می‌باشد و انتظار ما این است که به بخش مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های پتروشیمی در منطقه عسلویه توجه شود.

وی همچنین به ارائه گزارش اقدامات و عملکرد اداره کل در انجام امور فوق برنامه‌ای و فرهنگی همچون اعتصاف دانش آموزی در سطح استان و جشن‌های تکلیف دانش آموزی و ویژه برنامه یادواره شهدای دانش آموزی پرداخت.

مدیر کل آموزش و پرورش استان بوشهر در بخشی از سخنران خود، به امیدآفرینی دانش آموزان با آشنایی از ظرفیت‌های توانمندی مبتکرین و متخصصین صنایع به ویژه پتروشیمی اشاره کرد و گفت: باید به منظور برگزاری اردوهای دانش آموزی از پالایشگاه‌ها و پتروشیمی‌های عسلویه مشارکت‌های ویژه‌ای انجام شود.

مهندس یاوری در بخش پایانی این دیدار با استقبال از اردوهای دانش آموزی در جهت آشنایی دانش آموزان با توانمندی‌های کشور و امیدآفرینی به آینده روشون کشور، به علم آموزی و تخصص گرایی دانش آموزان اشاره کرد.

مدیر عامل شرکت پتروشیمی کیان با ابلاغ پیام تقدیر و تشکر از

هشدار به امپراطوری‌های گازی دنیا

قطر

آماده تسخیر بازار صادرات LNG دنیا

امیرهادی تاج‌بخش

شرکت قطر انرژی چندی پیش اعلام کرد که قراردادهای چارت‌ر طولانی مدت با چهار مالک کشتی بین‌المللی برای بهره‌برداری از ۱۹ کشتی جدید حمل LNG در اندازه متعارف امضا کرده است. بر اساس این قرارداد، تعداد کشتی‌های موجود را به ۱۰۴ کشتی می‌رساند که قطر برای صادرات ذخایر عظیم گاز خود، از آن‌ها استفاده خواهد کرد و این، نشان از یک برنامه‌ریزی دقیق برای رسیدن به سلطان LNG شدن در دنیا دارد. قطر برنامه چارت‌ر و فعالیت بلندمدت را در سال ۲۰۲۲ راه‌انداخت که از ظرفیت تولید در حال توسعه LNG این کشور، پشتیبانی خواهد کرد و واقع، در زمینه توسعه ظرفیت LNG، وقت خود را تلف نکرده است. جالب آنکه این کشور اوایل امسال اعلام کرد که یک پروژه توسعه LNG دیگر را به دو پروژه فعلی خود اضافه می‌کند و قصد دارد، مجموع ظرفیت صادرات LNG را از سطوح فعلی، به میزان ۸۵ درصد تا سال ۲۰۳۰ افزایش دهد.

سعده‌الکعبی سال گذشته گفته بود که ۴۰ درصد از کل تولید جدید LNG، تا سال ۲۰۲۹ وارد بازار خواهد شد. به گفته تحلیلگران، با حجم بالاتر تولید و صادرات کم‌هزینه، قطر می‌تواند سهم بازار را از دو صادرکننده بزرگ دیگر شامل آمریکا و استرالیا بگیرد. این در حالی است که قطر توانسته با دستیابی به این تکنولوژی، از فرصت استفاده کند و با برداشت از میدان مشترک پارس جنوبی به بازاریابی در این زمینه بپردازد که نتیجه آن، تسخیر این بازار پر ارزش در دنیا است. این در حالی است که ایران به علت نداشتن امکانات کافی، هنوز موفق به سرمایه‌گذاری در این زمینه نشده و از قافله بازاریابی در این زمینه به دور مانده است.

شاید اکنون زمان آن رسیده تا ایران و دست‌اندر کاران حوزه انرژی در بحث LNG واقع بین‌انداز عمل کرده و به هر طریق، با دستیابی به این تکنولوژی روز، سه‌می هر چند کوچک را در بازار جهانی این کالای پر ارزش، البته با توجه به میدان گازی مشترک پارس جنوبی، به خود اختصاص دهند. ■

سال گذشته، آمریکا از قطر به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده LNG در جهان پیشی گرفت، اما به نظر می‌رسد که برنامه توسعه‌ای قطر برای رساندن طرفیت صادرات خود تا سال ۲۰۳۰ به میزان ۸۵ درصد نسبت به سطح فعلی، برنامه‌ای کاملاً جدی برای تسخیر بازار این کالای با ارزش است.

در واقع، بررسی برنامه‌های قطر برای توسعه تولید LNG و تجارت آن، به خوبی نشان می‌دهد که این کشور خود را به سلطان گاز دنیا تبدیل کرده و از این لحاظ، ایران باید با توجه به اینکه در بزرگ‌ترین میدان گازی جهان با این کشور مشترک است، برنامه‌ای جدی تری را برای خود تدارک ببیند. بی‌شک، طرف قطر برای امکانی بزرگ‌ترین قراردادهای بلندمدت صادرات LNG که توسعه سعدالکعبی، وزیر ارژی این کشور اعلام شد، راه را برای رسیدن به هدف این کشور به منظور رهبری بازار جهانی LNG هموار می‌کند. چندی پیش، رسانه‌های این کشور گزارش دادند که الكعبی و مدیر عامل شرک دولتی قطر انرژی در کنفرانس ۲۰۲۳ در ونکوور اعلام کرد: ۴۰ درصد از کل ظرفیت تولید LNG جدیدی که تا سال ۲۰۲۹ میلادی به بازار می‌آید، متعلق به شرکت قطر انرژی خواهد بود.

قطر در حال حاضر یکی از صادرکنندگان پیشرو LNG در جهان است. بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده توسط بلومبرگ، این کشور رقابت نزدیکی با ایالات متحده به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده LNG جهان در سال گذشته با ۸۱.۲ میلیون تن صادرات داشته است. در حالی که آمریکا در اوایل سال میلادی جاری، تصویب مجوزهای پروژه‌های جدید صادرات LNG را منتفع کرد و ابهاماتی را درباره چشم‌انداز عرضه آمریکا از اواخر دهه ۲۰۲۰ به بعد ایجاد کرد، قطر در حال پیشبرد برنامه‌های توسعه ظرفیت تولید خود بود و اکنون نیز قراردادهای اجاره کشتی‌های جدید را امضا کرده که می‌تواند قطر را بار دیگر در اواخر دهه جاری، به بزرگ‌ترین کشور صادرکننده LNG تبدیل کند.

بررسی برنامه‌های
قطر برای توسعه تولید
LNG و تجارت آن، به
خوبی نشان می‌دهد
که این کشور خود را به
سلطان گاز دنیا تبدیل
کرده و از این لحاظ،
ایران باید با توجه به
اینکه در بزرگ‌ترین
میدان گازی جهان با
این کشور مشترک
است، برنامه‌های
جدی تری را برای خود
تدارک ببیند



گفت و گوی اختصاصی با محسن اصفهانیان

در این بخش می خوانیم:

- دلگشا؛ بازاری مدرن و اصیل
- نوآوری رمز ماندگاری یک برنده در بازار
- رقابت نابرابر پوشک ایرانی با استوک های خارجی

مدير عامل شركت زاگرس پوش تاکيد کرد

نوآوري

رمز ماندگاري يك برنده در بازار

مينا افتخاري

زاگرس پوش از جمله برندهایی است که با وجود تمام چالش‌هایی که پیش روی صنعت پوشک در کشور مان قرار دارد، سر پا مانده و تلاش می‌کند تا تولیدات کیفی را در اختیار مشتریان خود قرار دهد. تولیدات این برنز، بیشتر قشر کلاسیک جامعه را مدنظر دارد و پوشک مردانه و زنانه برای مدیران سازمان‌ها، ادارات دولتی و شرکت‌های خصوصی تولید می‌کند. زاگرس پوش به مدت ۱۵ سال به صورت سنتی در زمینه تولید پوشک فعالیت داشته و سپس کارخانه‌ای را در شهر صنعتی بروجود به وسعت ۲۰ هزار مترمربع راهاندازی کرد. این شرکت در قالب مسئولیت‌های اجتماعی نیز، اقدامات جذاب و قابل توجهی را انجام داده که دانشگاه زاگرس پوش و کمپین لمس بلوط از جمله آن‌ها است. مشروط گفت و گوی ماهنامه «دنيای سرمایه‌گذاری» با رحیم چگنی، مدیر عامل شرکت زاگرس پوش از نظر خوانندگان ارجمند می‌گذرد.

که برنده‌ی را بانم زاگرس تاسیس کنم و در کل کشور فروشگاه داشته باشم، در حال حاضر زاگرس پوش، ۱۵ شعبه در کشور دارد که شعبه در ایجاد ۸ شعبه در فروشگاه‌ها و در شهرهای اهواز، مشهد، ایلام، یزد، لرستان و همدان قرار دارد و ۵ شعبه در تهران مستقر است. البته در شرایطی که ایجاد فروشگاه را مدنظر داشتیم، تاکنون تائیمه راه را طی کرده‌ایم و اگر ۱۵ فروشگاه جدید را در سایر مراکز استان‌های تاسیس کنیم، می‌توانیم بگوییم که تقریباً به اهداف مدنظر خود دست یافته‌ایم تا عرضه مستقیم کالا از تولید به مصرف‌رایج‌نماییم.

روزانه چه میزان تولید پوشک دارید و این تولیدات چه نوع الیسه‌ای را شامل می‌شود؟

ما در زاگرس پوش روزانه یک هزار قطعه لباس تولید می‌کنیم که شامل کت و شلوار، پیراهن، مانتو و پالتو است. البته از آنجا که ظرفیت تولید بالای داریم، برای بعضی از برندهایم، بamarک خودشان اقدام به تولید می‌کنیم. به طور کلی توانایی تولید روزانه ۴۰۰ دست کت و شلوار، ۸۰۰ توب پیراهن، ۴۰۰ توب شلوار، ۲۰۰ مانتو و ۲۰۰ پالتو را داریم و گاهی هم که ظرفیت کافی نیست، می‌توانیم از برونو سپاری هاستفاده و ظرفیت‌های خالی را پر کنیم، اما اهداف اصلی ما ان این است که در آینده تمام ظرفیت، متعلق به برنده‌خودمان باشد.

در مورد تنوع و گستردگی محصولات صحبت کنید و آیا در زمینه تولید پوشک اداری هم فعالیت دارید؟

در تولیدات خود بیشتر قشر کلاسیک جامعه را مدنظر داریم و در خصوص ایجاد تنوع هم نیاز افرادیم ۳۰ تا ۶۰ ساله جامعه را هدف گیری کرده‌ایم و برای مدیران آقا و خانم سازمان‌ها، ادارات دولتی و شرکت‌های خصوصی تولید پوشک اتاجام می‌دهیم. همچنین مانتو و کت و شلوار اداری هم تولید می‌کنیم و بعضی از مدیران که تمایل دارند برای خودشان و پسران خود، لباس یک رنگ سفارش دهند، می‌توانند این موضوع را به زاگرس



با چه انگيزه‌اي به فعالیت در صنعت پوشک پرداختيد و

شرکت زاگرس پوش در چه سالی تاسیس شد؟

باتوجه به سیقه‌ای که به صورت خانوادگی در صفت خاطی داشتیم، به این موضوع بی‌بردم که صنعت پوشک واقعاً جای رشد دارد و صفت‌های خوب این صنعت، می‌تواند در بحث اشتغال‌زایی و جلوگیری از خروج ارز بسیار کمک کند و از ظرفی، صادرات پوشک منجر به ارزآوری خوبی برای کشور می‌شود؛ لذا توجه به نیازی که در منطقه لرستان در خصوص اشتغال‌زایی احساس می‌شد، فعالیت در صنعت پوشک را منتخب کردیم. شرکت زاگرس پوش به صورت رسمی در سال ۱۳۸۳ تاسیس شد، اما پیش از آن حدود ۲۰ سال به صورت غیررسمی و کارگاهی فعالیت داشتیم. آیا پس از گذشت حدود دو دهه از فعالیت، به اهداف مورد نظر خود دست یافته‌اید؟

باتوجه به مشکلاتی که بر سر راه تولید و تولید کننده وجود دارد، فعالیت و دستیابی به اهداف مدنظر بسیار دشوار است. بنده همواره علاقه‌مند بودم

پوش بسپارند که سابقه طولانی در تولید پوشاسک برای بانک‌ها، ادارات و شرکت‌های دارند.

چه مشخصات و ویژگی‌هایی برند زاگرس پوش را زیارت‌نمایی می‌کند؟

یکی از مشخصات اصلی زاگرس پوش، کلاسیک بودن آن است. همان طور که اشاره کردم، بیشتر مخاطبان ما مدیران هستند. مشخصه دیگر برند ما، تولید محصولات با کیفیت و دوخت کاملاً صنعتی است،

چرا که کارخانه ما صدر صد صنعتی و مدرن است و این خود، یک وجه تمایز نسبت به کارخانه‌های که نیمه صنعتی هستند، محسوب می‌شود.

مواد اولیه خود را به چه صورت تهیه می‌کنید و آیا تولیدات زاگرس پوش، جنبه صادراتی هم دارند؟

مواد اولیه را، بعضی کارخانه‌های ایرانی تهیه می‌کنیم، اما مواد مورد استفاده در داخل کتوشلوار را بیشتر از ترکیه وارد می‌کنیم، در رابطه با صادرات هم تا حدود ۳ سال پیش به کشور عراق صادرات انجام می‌دادیم، ولی متأسفانه به دلیل نوساناتی که در حال حاضر وجود دارد، مقداری شرایط صادرات دشوار شده است. البته یکی از برنامه‌های ما این است که در صورت ایجاد ثبات نسبی، پس از تأسیس شعب جدید در کشور، در عراق و روسیه هم فروشگاه‌هایی را دایر کنیم.

در تولیدات این برند تا چه اندازه به طراحی، مد و نوادری توجه می‌شود؟

هر بردی اگر نوادری نداشته باشد و نتواند محصول جدیدی را تولید کند، نمی‌تواند در بازار دوام بیاورد. ما به این موضوع توجه ویژه‌ای داریم، به طوری که هم‌اکنون حداقل ۸ طراح با ما همکاری دارند. زاگرس پوش دارای دانشگاه علمی و کاربردی است و مبادرت به پرورش طراحی خوبی کرده‌ایم و همیشه دنبال آن هستیم، دانشجویانی که به دنبال درس و دانشگاه هستند را به صنعت وصل کنیم و زاگرس پوش به معنای واقعی، این کار انجام داده است. سالانه ۳۰۰ دانشجوی فارغ‌التحصیل داریم که در بخش‌های دوخت صنعتی، طراحی و دیزاین لباس فعالیت می‌کنند.

در خصوص کمپین لمس بلوط که در قالب مسئولیت‌های اجتماعی خود اجرامی کنید، توضیح دهید.

اعتقاد قلبی بندۀ این است که هر انسانی، مسئولیتی در قبال محیط‌زیست و خلقت دارد و همان طور که در حال مصرف اکسیژن هستیم، باید کاری در قبال طبیعت انجام دهیم، در همین راستا کمپین لمس بلوط را اهاندازی کرده‌ایم و سالانه ۵ هزار بذر بلوط را به مشتریان خود در فروشگاه‌می‌دهیم تا آن‌ها اکراندو عکس بگیرند. مشتریان ماسپیس بلوط‌های کاشته شده را در عرصه و طبیعت می‌کنند که باعث آشتنی بین افراد و خانواده‌ها می‌شود. همچنین مشتریان مادر آخر سال هم یک فیلم برای مال‌سال می‌کنند و اقعا با این اقدام، احساس مفیده فایده بودن داریم.

در باره تاثیر منفی مسایلی مانند نوسانات نرخ ارز، رکود اقتصادی و کاهش توان خرید مردم بر عملکرد تولید کنندگان پوش اک پوش که نظری دارید؟

واقعاب‌رای یک تولیدکننده این نوسانات نرخ ارز بسیار بد و ناخوشایند است. در عین حال به دلیل افزایش میزان تورم، قدرت خرید مردم کاهش یافته و سفره مردم کوچک شده که این موضوع، در حال تاثیرگذاری بر تولید داخلی است. البته سعی مابراین است که محصولات کیفی با قیمت درست را به دست مردم برسانیم و هر چند که کاهش ظرفیت تولید نداشته‌ایم، ولی نمی‌دانیم در آینده چه اتفاقی رخ خواهد داد.

چه نظری در خصوص ورود غیرقانونی پوش اک دارید؟

در حال حاضر این موضوع، صنعت پوشاسک را بسیار آزار می‌دهد. کشورهای اطراف مابه خصوصی ترکیه و ینگلادش، تولیدات بسیار بالای در حوزه پوشاسک دارند و با توجه به اینکه آن‌ها هم دچار یک تورم و به دلیل شیعه کرونا با محصولات کف کارخانه مواجه هستند، می‌خواهند به هر روشی اجناس استوک خود را از کشورشان خارج کنند. متأسفانه یکی از اهداف آن‌ها، بازار ایران است که صدمات جدی را به صنعت پوشاسک ایران وارد کرده که یکی از این لطمات، بحث فرهنگ آن است: به این معنا که هر جنسی با هر نوشتۀ ای روی آن، وارد کشور می‌شود که بفرهنگ ما مطابقت ندارد و حتی باعث تغییر فرهنگ می‌شود. بحث امنیتی، دیگر مساله ناشی از قاچاق است، چرا که معمولاً قاچاقچیان، سیار پولدار و بی‌باک می‌شوند. آسیب سوم قاچاق پوش اک هم این است که موجب خواهیدن و تابودی تولید داخلی می‌شود، زیرا اجناس استوک سایر کشورها بدون پرداخت عوارض و گمرکی، وارد می‌شود و از آنجا که معمولاً قیمت کمتری نسبت به پوش اک تولید داخل دارند، برخی از افراد به خرید آن‌ها تمايل نشان می‌دهند. ■



مدير بهره‌برداری بازار بزرگ دلگشا بيان کرد

بازار
بازار
بازار

دلگشا

بازاری مدرن و اصیل

عرفان فقانی

از سال‌ها قبل احساس نیاز به مجموعه‌های دارای امکانات و خدمات و دسترسی آسان به خصوص در محدوده بازار بزرگ تهران با توجه به بافت قدیمی، سنتی و غیر این‌آن، وجود داشته است. بر اساس این نیاز و تجربه موفقی که از ساخت بازارهای مشابه‌ی مانند بازار رضا به دست آمده بود، بازار بزرگ دلگشا با لوکیشن مناسبی که در ورودی بازار تهران و ابتدای خیابان ۱۵ خرداد داشت، کاندید این قصبه شد. پروses ساخت این بازار در قالب یک بازار مدرن با حفظ اصالت و ویژگی‌های بازار تهران و سنت‌های به جای مانده از گذشتگان به انجام رسید. بهره‌برداری از این بازار از سال ۱۳۹۹ آغاز شده و تا به امروز ادامه دارد. علیرضا جبینی، مدیر بهره‌برداری سرمايه‌گذاري «با اشاره به اينکه استارت ساخت اين مجتمع در اوایل دهه ۸۰ و پروژه ساخت آن از سال ۱۳۸۴ آغاز شد، گفت: با توجه به موقعیت خاص اين پروژه و ویژگی‌هایي که ساخت و ساز در بازار تهران دارد، احداث و اجرای اين پروژه بيش از يك دهه به طول انجاميد و بهره‌برداری از اين بازار از سال ۱۳۹۹ آغاز شده و همچنان ادامه دارد. ماحصل اين مصاحبه را می‌خوانيم.

ویژگی خاص بازار تهران این امکانات به راحتی در دسترس افراد قرار ندارد. این در حالی است که در بازار بزرگ دلگشا تمام این امکانات ایجاد و در یک جا تجمیع شده است. در این مجتمع تجاري علاوه بر استفاده از موهاب و امکانات بازار تهران و منطقه بازار تهران، یعنی در دسترس بودن، تنوع بی نظیر کالا و قیمت مناسب، امکانات رفاهی هم در کنار آن قرار گرفته است: بنابراین می‌توان این موضوع را وجه تمايز بازار دلگشا نسبت به سایر مجتمع‌های تجاري و دیگر مجتمع‌های در سطح بازار تهران دانست.

چه تعداد واحد تجاري در پاساز دلگشا وجود دارد و اين بازار برای چند نفر به صورت مستقیم و غيرمستقیم استغال زايي کرده است؟

قرب به ۱۵۰۰ واحد تجاري در این مجتمع وجود دارد و در آن حداقل حدود ۵۰۰۰ نفر به صورت مستقیم، اشتغال به کار دارند. در خصوص اشتغال زايي غيرمستقیم، نمی‌توان آمار دقیقی ارایه داد، اما با توجه به فعالیت حدود ۱۳ تا ۱۴ رسته صنفی در این بازار، اگر نسبت یک به ۱۰ هم در حوزه توزیع در نظر بگیرید، می‌توان گفت که بین ۵۰ هزار تا ۶۰ هزار نفر ایجاد فرصت شغلی غيرمستقیم داشته است.

در سایر طبقات این پاساز، چه کالاهایی به صورت بورس و مترن کز عرضه می شود؟

مصطلح است که بازار بزرگ تهران، تمامی آن چیزی که نیاز یک خانوار از نظر مصرفی است را تامین می‌کند. تقریباً بازار بزرگ دلگشا هم به همین سبک و سیاق است: البته بیشتر در اینجا محصول نهایی عرضه می‌شود. به عبارتی می‌توان گفت که انواع پوشاش کنانه، بچه‌گانه، مردانه و نوجوان، پوشاش مجلسی و مدرن، کیف و کفش، لوازم آرایشی و بهداشتی، اکسسوری ساعت و کالای خواب در این بازار عرضه می‌شود و طبقه مثبت ۳ هم به صورت اختصاصی به طلا و جواهر اختصاص دارد.



قرار گرفتن اين مرکز خريد در بازار تهران، چه امتيازات خاصی را به آن داده است؟

بازار تهران یک بازار منحصر به پایتخت نیست و در واقع متعلق به کشور است. در واقع بازار بزرگ تهران، تامین کننده اقلاً و کالاهای مختلف برای سراسر کشور است و فروش کالا به خارج از کشور از اهداف و برنامه‌های بازار بزرگ تهران است. همچنین این بازار جنبه‌های گردشگری و توریستی هم دارد. قرار گرفتن بازار بزرگ دلگشا در مجموعه بازار تهران در عین دارا بودن تمامی این پتانسیل‌ها، به دلیل امکانات استانداردی که در اختیار مراجعة کنندگان قرار می‌دهد، یک برگ برنده در منطقه بازار است.

به هر حال مراجعة کنندگان به یک بازار باید به امکانات اولیه‌ای مانند سرویس پهداشتی سالم، تنفس هوای سالم، اینمنی، استفاده از فضاهای عمومی و رستوران، دسترسی داشته باشند. شاید به نظر بیاید که این امکانات، همیشه و همه‌جا به راحتی در دسترس است، اما به دلیل

اینکه بازار تهران یا بازار بزرگ دلگشا رامحل خرید خود قرار نمی‌دهد. قطعاً این سه آیتم توسط صاحبان برنده، تولید کنندگان و عرضه کنندگان در بازار دلگشا لحاظ می‌شود و نتیجه آن شده که با استقبال فوق العاده تهرانی‌ها و حتی هموطنان از سراسر کشور مواجه هستیم. همچنین تعداد زیادی از مراجعته کنندگان به دلگشا، توریست‌ها و مسافران شهر تهران هستند که تعداد سیار زیادی از آن‌ها در مراجعته به بازار تهران، خریدهای عمده و مصرفی خود را از بازار بزرگ دلگشا انجام می‌دهند. حضور برندهای معتبر طراحی و تولید و عرضه پوشاک و کالای ایرانی که همگی دارای نمایشگاه‌دانشی فروش، فروش و ارسال عمده به سراسر کشور و فروشگاه‌های عرضه مستقیم به مصرف کنندگان در بازار بزرگ دلگشا هستند، از موثرترین عوامل انتخاب مشتریان و حضور آن‌ها در این مجتمع است.

آیا سرمایه‌گذاری در مراکز خرید و پاسازها، از توجیه اقتصادی برخوردار است؟

امروزه سرمایه‌گذاری در این حوزه، رقم بالایی را می‌طلبد و جزو رشته‌های کسب‌وکار و تجارتی بسیار پر رزینه است. قطعاً جایی که پتانسیل و ظرفیت خالی وجود داشته باشد، ایجاد مرکز تجارتی به صورت تلقیقی با مرکز خدماتی و تفریحی و بعض امراکز سلامت، مجموعه‌ای را تشکیل می‌دهد که می‌تواند بسیار جذاب و پرآمد بوده و کارآفرینی بالایی را ایجاد کند. البته باید پتانسیل استفاده از آن هم وجود داشته باشد و سرمایه‌گذاری بر اساس هزینه زمین و ساختمن و تاسیسات و وام‌های بانکی مرتبط و نهایتاً هزینه‌های دوره بهره‌برداری و رونق پختشی، توجیه پذیر باشد. در مجموع می‌توان گفت که سرمایه‌گذاری در مراکز خرید و پاسازها، سرمایه‌گذاری خوبی است؛ البته اگر منطقه هدف اش باشد نبوده و پتانسیل بهره‌برداری اقتصادی هدفمند وجود داشته باشد. با توجه به هزینه‌های بسیار سنگینی که چنین سرمایه‌گذاری‌هایی دارد، باید سنجیده عمل شده و روی امکان سنجی و بررسی بازگشت سرمایه آن مطالعه شود. همچنین باید پتانسیل رقبا و مجتمع‌هایی که تابه امروز در آن منطقه ایجاد شده‌اند، دیده و سنجیده شده و نهایتاً تصمیم‌گیری و ایجاد صورت پذیرد تا اتلاف سرمایه‌های ملی و هدر رفت آن جلوگیری شود. ■



در فرآیند تاسیس و راهاندازی واحدهای تجاری بازار بزرگ دلگشا با چالش‌هایی رویه‌ربودید؟

چالش‌های بخش خرده فروشی در قالب واحدهای صنفی مستقل، مسایل و پیچگی‌های خاص خود را دارد. دو موضوع چرخش در بحث نحوه ارائه خدمات به مصرف کنندگان نهایی و ایجاد فروشگاه‌های زنجیره‌ای و عرضه کالا در بستر اینترنتی، باعث ایجاد چالش در صنعت خرده فروشی و عرضه کالا در فروشگاه‌های واحدشده و دست‌اندازهای را برای کسبه این بخش ایجاد کرده است. به هر حال مجتمع‌های تجاری و بازارهای مانند دلگشا که در حقیقت واحدهای عرضه مستقیم کالا دارند، باید با شرایط جدید خود را منطبق می‌کنند؛ یعنی باید توان این را داشته باشند که با عرضه‌های ابیه و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، فروش و عرضه کالا بر بستر اینترنت و خرید و ارسال غیرحضوری با استفاده از شبکه‌های اجتماعی رقابت کنند. این موضوع می‌طلبد که این فروشگاه‌های دو آیتمی که عنوان شد، بهره‌بربرند؛ یعنی جمع شدن توان خرده فروش ها بایکدیگر جهت ایجاد بسترها فیزیکی بزرگ‌تر در ارائه محصول و از سوی دیگر، ایجاد داشش و توان برای اینکه بتواند در بستر اینترنتی هم عرضه کالا و ارسال غیرحضوری داشته باشد.

در عین حال این مساله، برای واحدهایی که می‌خواستند به صورت مستقیم کار کنند، چالشی ایجاد می‌کند. ما در بازار بزرگ دلگشا به دلیل موقعیت و اعتبار خاصی که در منطقه بازار داریم، برای صاحبان برندها و مالکان واحدهای تجاری، یک اعتبار ضمنی به وجود آورده‌ایم که می‌تواند فقط قوت قابل توجهی برای واحدهای تجاری و فعالان اقتصادی باشد. امروزه عرضه رقابت جدی شده و توقع به حق مصرف کنندگان نیز بالا رفته است. در چند سال اخیر توان این مصرف کننده از لحاظ درآمد پایین آمده، توانمندی مالی مردم نسبت به گذشته کم شده و باید محدودتر و هوشمندانه تر خرید کنند. مجموعه این مسایل، چالش‌هایی را برای هر عرضه کننده‌ای به وجود می‌آورد که کسبه بازار دلگشا هم از این قضیه مستثنی نیستند و باید توان مقابله با این مساله را داشته باشند. به عبارت دیگر؛ کسبه این بازار باید کالا را هوشمندانه تر انتخاب کنند و قیمت تمام شده اقتصادی تری داشته باشند تا بتوانند عرضه را با قیمت مناسبتری انجام دهند و در رقابت شرکت کنند. از سوی دیگر، با افزایش هزینه‌های نمایشگاه‌داری، غرفه‌داری، اجاره، انرژی، هزینه محوزها، هزینه‌های مالیاتی و بیمه‌ای و دستمزدها، چالش‌های بزرگی برای فعالان عرضه خرده فروشی ایجاد شده، به نحوی که ممکن است بسیاری توانند در این جریان دوام بیاورند؛ لذا منطبق شدن با نیازهای روز موضع سیار مهمی است.

حضور برندهای مطرح و مشهور در پاساز دلگشا، چه مقدار استقبال مشتریان را فرازیش داده است؟

باتوجه به افزایش هر روزه مخاطبان در این مجتمع تجاری، قاعده‌تا حرکت خوب اقتصادی برندها مادر این زمینه تقویت می‌کند. ما می‌کی از پر ترددترین و جزو اولین‌ها هستیم و این موضوع قطعاً در گروی فعالیت خوب برندها و صاحبان واحدهای تجاری و تولید کنندگانی است که در این بازار فعالیت می‌کنند. قاعده‌تا هدف و انتظار کسی که برای خرید به بازار تهران مراجعته می‌کند، این است که تنوع کافی از کالا، قیمت مناسب و کیفیت خوب را هم‌مان داشته باشد. اگر این سه آیتم با یکدیگر در یک پکیج خرید جم جمع نشود، مشتری خرید نخواهد کرد یا حداقل

در ميزگرد چالشها و مشکلات صنعت پوشак مطرح شد

رقابت نابرابر پوشاك ايراني با استوک های خارجي

مينا افتخاري

فچاق، قيمت گذاري دستوري، سركوب نرخ ارز، جولان ليل های خارجي، قوانين و دستورالعمل های دست و پاگير و فقدان حمايت دولت، از عده مشکلات و چالش های صنعت پوشاك در ايران است. در شرایط قچاق گستره، مشکلات بزرگي را پيش پاي فعالیت ابراهياني داشتند. در اين ميان، باورهای نادرستي در بين ايراني ها در خصوص پوشاك به همراه فقدان حمايات های دولتی هم عرصه فعالیت ابراهياني داشتند. ترکه است. در اين ميان، باورهای نادرستي در بين ايراني ها در خصوص پوشاك تولید داخل وجود دارد و بعضاً بعياد معمول با توجه به اهميت و جایگاه و پيش اين صنعت، در ميزگردی که با عنوان چالشها و مشکلات صنعت پوشاك در دفتر ماهنامه «بنای سرمایه گذاري» برگزار گردید، به بررسی ابعاد مختلف اين مسایل پرداخته، اين ميزگرد با حضور محسن اصفهانيان، مدیرعامل برنده گراد؛ حسين اشتري، مدیرعامل برنده ميجكا؛ نima ظليمي دوست، مدیرعامل برنده توليکا؛ محمود محمدی، مدیرعامل برنده ساليان و اسد رهيري، مدیر داخلی برنده آلماجين و احسان خاصه تراش، مدیر انجمن پوشاك برگزار شد که ماحصل مباحث و موضوعات مطرح شده را در ادامه مي خوانيد.

داخل چيسست تابتوانيم اين نگرش را تغيير دهيم، برنده اين معناست که هزينه مصرف کننده را کاهش دهد و اگر فردي، جنس مشكل داري را زلان برنده خريداري کند، آن برنده ياد مشكل را حل کند؛ لذا هزينه اضافي به خريدار تحميل نمي شود. با توجه به اين موضوع، تغيير در نگرش مردم برای خريدي پوشاك ايراني را آغاز کرده ايم و اميدواريم در سال هاي آينده، با برنامه دريزی های انجام شده، اين مفضل را تحددي حل کنيم.

به منظور صادرات پوشاك ايراني چه تدابيری باید اتخاذ شود و این صنعت با چه مشکلاتي مواجه است؟
اگر جلوی واردات گرفته شود، صادرات هم محقق می شود. بحث اول ما قچاق است که فضای سبک و کار را زمام می گيرد. کارخانه ها باید بزرگ شوند تا رقابت خوبی را در صادرات داشته باشند. تولید کنندگان داخلی از لحظه کفیت کالاهای قابلیت صادرات را درآورده کنند و هیچ مشکلی در این ارتباط وجود ندارد. همان طور که اشاره شد، ما هنوز توانسته ايم بازار داخلی را به شکل ۱۰۰ درصدی به دست بگيريم و ظرفیت افزایش تولید هم داريم، اما مساله اين است که در سایر کشورها به صادر کنندگان پوشاك، سوپریسید داده می شود. علاوه بر اين ها، بيشترین مفصل صنعت پوشاك، مساله قچاق کالاست و همه می دانيم که نمي توانيم مانع از قچاق کالا شويم، فعالیتی که ما داريم در سطح عرضه است تا تابتوانيم حداقل در اين سطح در شهرهای مختلف، جلوی قچاق را بگيريم. بيشترین موضوعی که ما را آزار می دهد، اين است که قانون و مقررات خاصی برای اين قبيل مسایل نداريم و در انجمن هم طی دو سه سال اخير، به دنبال اين بوده ايم که تابتوانيم قوانين و مقرراتي را وضع کرده تا مشکلات خود را تحددي رفع کنيم، به طور مثال، دستورالعمل را تهييه کرده ايم تا به موجب آن مشخص شود که خارجي ها، تابلوی فروشگاه خود را بر چه مبنائي نصب کنند. در کشورمان به برخی برندهای ايراني که ثبت شده هستند، ايراد می گيرند که اين ها خارجي هستند و مانع از نصب تابلوی شوند؛ در صورتی که برندهایي مانند آيدیاس به راحتی، اقدام به نصب تابلو می کنند و مشخص نیست که به چه صورت نمايندگي گرفته اند که اجناس را به صورت قچاق از چين و بنگلاش

حرف فعالان صنعت پوشاك اين است که شرایط نامتعارفي برای رقابتی کردن پوشاك ايراني و خارجي وجود دارد. با توجه به اينکه پوشاك، کاملاً سليقه ای است و جلب نظر سلايق مختلف بسيار مهم است؛ آيا برندهایي که در حال فعالیت هستند، در حوزه توجه به سليقه مصرف کننده و طراحی و عرضه توانسته اند نيز و خواست مردم را در نظر بگيرند؟

محسن اصفهانيان:
صنعت پوشاك با توجه به اينکه پوشاك، کاملاً سليقه ای است و جلب نظر سلايق مختلف بسيار مهم است؛ آيا برندهایي که در حال فعالیت هستند، در حوزه توجه به سليقه مصرف کننده و طراحی و عرضه توانسته اند نيز و خواست مردم را در نظر بگيرند؟
محسن اصفهانيان: شايد تا حدود ۱۰ سال پيش، تعداد برندهایي که در زمينه طراحی فعالیت داشتند، بسيار محدود بود، اما خوشبختانه تعداد برندهایي ايراني بسيار بيشتر شده و حتی برندهایي که تا ۱۰ سال پيش به اين موضوع اهميتي نمي دادند، در حال حاضر تيم و ساختار و ديارتمان طراحی بسيار خوبی را به وجود آورده اند که جاي اميدواري دارد. از نظر طراحی هم برندهای ايراني بسيار خوب فعالیت دارند و طراحان بسيار قابل در کشورمان مشغول به کار هستند که حتى برخی از آن ها برای برندهای خارجي هم کار مي کنند.

به نظر شما صاحبان برندها و فعالان اين صنعت، باید چه اقداماتي انجام دهند تا مردم را به سمت خريدي و مصرف

پوشاك ايراني ترغيب کنند؟
مشکل فلي ماين است که اکثر اجاناسي که به عنوان لباس خارجي عرضه می شود، تولید داخل هستند، اما ليل برندهای خارجي را روی آن ها مي زندند. به عنوان مثال، برندها در ايران تولید می شوند و نمي توانيم بگويم که جنس خارجي است؛ بنابراین در ايران پتانسیل لازم وجود دارد، اما فقط در ذهن مردم اين موضوع جاافتاده که برنده خارجي بهتر از جنس ايراني است؛ در صورتی که اين طور نیست، اتفاقاً در انجمن در حال انجام فعالیت هاي به منظور تغيير نگرش مصرف کنندگان هستيم؛ به همین منظور بازار را مورد مطالعه قرار داده ايم تا ببينيم واقعاً کجاي بازار هستيم و نگرش مصرف کنندگان نسبت به پوشاك توليد

محسن اصفهانيان:

صنعت پوشاك
با سرمایه گذاري
کم، می تواند بسيار
ارزش آفرین باشد
و به اشتغال زاين
در کشور کمک کند
اما متساقنه در
ایران اصلاحه آن بها
نمی دهد



می آورند و عرضه می کنند. علت هم این است که در ایران، قانون و مقررات خاصی نداریم و اگر قانونی هم وجود دارد، فقط برای برندهاینگ ایران است و متساقنه برای قاچاقچی هاینیست.

چه نظری در خصوص معافیت های وارداتی دارید؟

بنده در هیچ کجای دنیا نمیدهادم که کشوری برای واردات، معافیت بگذارد و این در حالی است که در ایران، واردات مشمول معافیت می شود. در واقع به جهت اینکه پوشاسک، ارزان تریه ایران باید و به فروش بروند و این طور و اندوشه شود که گرانی نیست. معافیت برای واردات اعمال کرده اند. ما که تولید کننده پوشاسک در ایران هستیم، باید گمر کی واردات مواد اولیه، مالیات بر ارزش افزوده و... را پرداخت کنیم و این در حالی است که پوشاسک وارداتی، مشمول پرداخت مالیات بر ارزش افزوده هم نمی شود.

ایران طور که باید از برندهای ایرانی حمایت می شود؟

کسی که برندهای می کند، تولید ثروت می کند و اقایا باید قانونی وجود داشته باشد که از برندهای ایرانی حمایت شود، چراکه این بی قانونی، بسیار آزاردهنده شده و در کشور ما کار را سیاسی سخت کرده است. اگر به پیشینه کشورهای صنعتی دینگاه کنید، متوجه می شوید که از پوشاسک شروع کرده اند تا صنعتی شده اند. واقعیت این است که صنعت پوشاسک با سرمایه گذاری کم، می تواند بسیار ارزش افزاین باشد و باید اشتغال زایی در کشور کمک کند، اما متساقنه در ایران اصلاحات آن بهانه نمی دهد.

وضعیت فعلی صنعت پوشاسک را چگونه ارزیابی می کنید؟



حسین اشتاری: قیمت تمام شده تولید در صنعت پوشاسک بسیار بالا است و مهترین مشکل موجود در این صنعت، بحث قاچاق است. مسایل مربوط به بیمه، مالیات و سایر هزینه ها، موجب بالا رفتن قیمت تمام شده پوشاسک تولیدی می شود. در همین حال، متساقنه برخی بازارها از اجناس بنگلادشی مملو شده که مشمول بیمه و مالیات نمی شوند؛ لذا قیمت پایینی دارند. پوشاسک تولید داخل باید با برخی اجناس ارزان و بی کیفیت رقابت کند. در عین حال به دلیل پایین آمدن قدرت خرید مردم هم، برخی ترجیح می دهند که کالای ارزان را خریداری کنند.

چه نظری در خصوص امکان سرمایه گذاری های جدید و همچنین استغال زایی در صنعت پوشاسک دارید؟

از نظر کیفیت، توان صادرات وجود دارد، ولی اغلب تولید کنندگان پوشاسک واقع غیرت به خرج می دهند که در این صنعت مانده اند. با وجود این هزینه ها و گرفتاری ها، اگر دوستی بخواهد در این صنعت سرمایه گذاری کند، بنده به او پیشنهاد می دهم که با توجه به مشکلاتی که وجود دارد، اقدام به خرید ملک یا دارای جای دیگری سرمایه گذاری کند. تولید کنندگان برای تداوم فعالیت و زندگان این صنعت و برنده خودشان، ساعت های طولانی را در طول شبانه روز به کار کردن اختصاص می دهند، اما اگر همین سرمایه را در ملک می بردند، راحت تر بودند؛ بنابراین در شرایطی که تولید کنندگان این صنعت را زندگ نگه داشته و اشتغال زایی کرده اند، دولت هم باید حمایت های لازم را انجام دهد. در صورت تداوم این روند، بسیاری از کارگران شاغل در صنعت پوشاسک تا سال آینده بیکار خواهند شد.

ایا فرهنگ سازی مناسبی در خصوص خرید کالاهای ایرانی صورت گرفته است؟

در موضوع فرهنگی در برندهای ایرانی هم ماهم پیش آمده که وقتی قصد خرید لباسی را داریم، فروشنده عنوان می کند که ترک و از برندهای

طرح است و متساقنه با قیمت بالای هم عرضه می کند و بالینکه فیک بودن آن مشخص است، ولی باز هم برخی ترجیح می دهند که به جای برندهای ایرانی، آن برندهای خارجی را خریداری کنند. تمام این هادر حالی است که مجموعه حاکمیت و دولت برای کالای ایرانی تبلیغ نمی کند تا مردم شور و شوق و تمایل به خرید پوشاسک تولید داخل داشته باشند.

با توضیح مختصری در خصوص واردات سالم و قانونی، اشاره ای هم به قیمت گذاری های دستوری در صنعت پوشاسک داشته باشد.

بنده هم با این عقاید موافق هستم. بالاخره رقیب خوب در صنعت پوشاسک موجب می شود که تولید کنندگان، اقدام به اصلاح کیفیت کالاهای خود کنند، اما متساقنه کالای قاچاق، تولید کنندگان را مجبور می کند تا از سرو و ته کار بزنند و قیمت را پایین بیاورند تا بتوانند رقابت کنند. دریاره قیمت گذاری های دستوری هم ماجازه نداریم که سود محصولات را پیش از ۲۰ درصد در نظر بگیریم، در صورتی که اجاره مغازه از سال گذشته تا امسال ۳۰۰ درصد افزایش یافته است. متساقنه نظاره ای بر افزایش سرمایه اوراجاره ها و جومندی، ولی در حوزه پوشاسک هر اتفاقی که بیفتاد تزعیز برات و مالیات... به سراغ مامی آید. در مورد طراحی هم اغلب طراحان در خصوص موضوعات ریز به شدت حرفا و سختم گیر هستند؛ یعنی توانمندی و پتانسیل لازم وجود دارد، اما آن فقر فرهنگی اجازه کار را نمی دهد.

در چه شرایطی فعالیت در صنعت پوشاسک سودآور خواهد بود؟



نیما عظیم دوست: مسلمان وضعیت فعلی صنعت پوشاسک خوب نیست و در شرایطی فعالیت در آن می تواند خوب، سودآور و منطقی پذیر باشد که وضیت اقتصادی از ثبات برخوردار باشد و بساط اجناس قاچاق و کالاهای تقلیلی بر چیده شود. طبق صحبت های مطرح شده در انجمن پوشاسک، میزان لیبل کالاهای خارجی که در ایران تولید می شود، از تولید کنندگان آن برندهای خارجی بیشتر است. برای اولین بار و در سال ۱۴۰۱، در انجمن پوشاسک ایران تحقیقی از عادات خرید و مصرف پوشاسک تهیه کردیم که این گزارش حاوی اماراتی بسیار جالی است. در بازار ایران، به اندازه ای سهم کالای غیر ایرانی زیاد است که تمام برندهای ایرانی با وجود تمام سرمایه گذاری ها و هزینه های گراف، درصد کل سهم پوشاسک ایران را به خود اختصاص می دهند که عدد بسیار کوچکی است. البته این موضوع به دلیل ضعیف عمل کردن مانیست، بلکه به این دلیل است که مابا چیزی داریم رقابت می کنیم که عمال رقابت پذیر نیست. در واقع مادر حال رقابت با کالای بنگلادشی و استوک اروپایی هستیم که در بازار با قیمت بسیار پایین و به فور وجود دارد. اگر قرار است مابا این قیمت خرید مردم با آن هارقابت کنیم، قاعده تایید خدماتی ارائه دهیم که آن هم هزینه هایی دارد که باز هم موجب کوچک و کوچک تر شدن جامعه هدف می شود.

برای توسعه و پیشرفت این صنعت چه اقداماتی باید انجام شود؟

تاکید می کنم که امروز وضعیت صنعت پوشاسک اصلاح خوب نیست، اما وجود برندها و کارآفرینانی که تمایل دارند، این صنعت را رشد و توسعه دهند. اگر حمایت دولتی و مبارزه با قاچاق و کالای فیک اتفاق بیفتد، برندهای توان این را دارند که این صنعت را روزیه روز گستردگر کنند و

حسین اشتاری:
رقیب خوب در صنعت پوشاسک موجب می شود که تولید کنندگان، اقدام به اصلاح طرح ها و کالاهای خود کنند، اما متساقنه کالای قاچاق، تولید کنندگان را مجبور می کند تا از سرو و ته کار بزنند و قیمت را پایین بیاورند تا بتوانند رقابت کنند. دریاره قیمت گذاری های دستوری هم ماجازه نداریم که سود محصولات را پیش از ۲۰ درصد در نظر بگیریم، در صورتی که اجاره مغازه از سال گذشته تا امسال ۳۰۰ درصد افزایش یافته است. متساقنه نظاره ای بر افزایش سرمایه اوراجاره ها و جومندی، ولی در حوزه پوشاسک هر اتفاقی که بیفتاد تزعیز برات و مالیات... به سراغ مامی آید. در مورد طراحی هم اغلب طراحان در خصوص موضوعات ریز به شدت حرفا و سختم گیر هستند؛ یعنی توانمندی و پتانسیل لازم وجود دارد، اما آن فقر فرهنگی اجازه کار را نمی دهد.

مي شويم، در صنعت پوشак كشور همچو بروني رانمي بینيد كه به شکل مداوم بتواند خودش را در يك سطح نشان دهد و همه مابالا و پاپين هاي بسيار با شکاف هاي عميق داريم كه دليل آن هم، جاري شدن سلايقي مختلف در حاكمت و دولت است كه دليل آن هم، نيد بيك ساختار مشخص است؛ لذا نمي توانيم در حالت پايداري، حرکت و فعالیت كيم و دائم در حال تلاطم هستيم و به اينکه به اصل مطلب برسيم، در گير جلسات متعدد با بخش دولتي و حواسی هستيم.

تقريباً اتفاق نظری درباره چالش هاي صنعت پوشاك وجود دارد كه بيشتر معطوف بر قاچاق به رويه و قوانين و دستور العمل هاي دست و پا گير برای توليد کنندگان است. با توجه به اين موضوع، چرا تشكيل ها و اجمن ها اعتراض خاصي نسبت به قوانين داشته اند یا با دولت اين مسائل را مطرح نکرده اند؟

محمود محمدی: اتفاقاً در جهت



طرح کردن اين موضوعات، جلسات مختلفي در سال هاي گذشته و امسال داشتيم، ملي متسافنه همچو يك به ثمر نرسيد كه دليل آن هم، متفرق بودن نهادهای تصميم گير است كه وقعي يك موضوع مشخص را مطرح مي کنيد، يайд چندين نهاد نسبت به آن نظر دهنده و عملاً وارد حيطة تصميم گيری نمي شوند. همان طور كه اشاره شد، امروز قاچاق بزرگ ترین مضلل است كه گرييان تمام فلان اين عرصه را گرفته است. از طرفی، يك از بخش هايي كه گرفتاري زيادي در آن داريم، عدم رعایت قوانين کيبي را يافت و اصلاح ايران چيزي به نام رايته کيبي را يافتنداريم. نتيجه هم اين شده كه شاهد وفور کارهای فيك و تقلیل در بازار ايران هستيم كه در وله نخست، بزرگ ترین ظلم به مصرف کننده در وله دوم، ظلم به بزندنهای داخلی تولید کننده است و همینه از مزیت رقابتی كه آن ها دارند، برخوردار نيسنستي، چنانچه پوشاك تولید داخل با يك مارک معروف خارجي عرضه شود، امكان عرضه آسان تر و با قيمت بالاتر آن وجود دارد، اما متسافنه نگاه حاكمت و نهادهای نظارتی به اين موضوع خيلي جدي نیست.

يعني معتقديد، ييلي كه به نوعي نشان دهنده خارجي بودن يباس باشد، نظر مصرف کننده را جلب مي کند؟

بله؛ خيلي کمک مي کند و مصرف کننده راحت تر آن کالا را انتخاب مي کند تا يك بزندنهای اشتهائي كه تازه وارد بازار پوشاك شده است. از نظر ما، اين کاريک عمل کالاهبردارانه و متنقلانه است، زيرا کسی كه اين اقدام را بذاجم مي دهد، نماینده آن بزند خارجي نيسست و در واقع اسم دروغين روي کالا نصب و باقيمت بالا عرضه مي کند كه علاوه بر ظلم به مصرف کننده، موجب به هم برختن وضعیت بازار مي شود. مراجع نظارتی نمي توانند در مرحله کنترل کالا، اصل یا تقلیل بودن آن را تشخيص دهن، ولي قانوني به نام شناسه کالا گذاشته اند و تمام شرکت هاراملزم کرده اند که باید شناسه کالا نصب کنند. به اعتقاد بندنه، برند کالا، بزرگ ترین شناسه است و ساحجان و مالکان بزندنهای جلوگيري از تقلب در بازار، مدعی هستند.

افراد حاضر در اين ميزگرده، مواردي در خصوص قيمت گذاري دستوری مطرح كردهند. نظر شما چيست؟

بحث قيمت گذاري دستوری در صنعت پوشاك، معضلی است كه خيلي گرفتار آن هستيم، در حالی با قيمت گذاري دستوری به شکل اشتباه و

توسيعه دهنده؛ چرا كه ماشين آلات، توانابي دوخت و كيفيت بالا را در اختيار داريم و مي توانيم حرف زيادي برای گفتن داشته باشيم.

آيا آماري از ميزان علاقه مندي افراد جامعه به پوشاك ايراني و خارجي در اختيار داريد؟

گزارش تحقیقی مانشان مي دهد كه ۷۱ درصد مردم به بزندنهای خارجي و ۲۹ درصد به بزندنهای ايراني تمایل پيدامي كنند، ولی از اين ۷۱ درصد هم، فقط ۵۱ درصد به ارجمند بودن آن ها همیت مي دهن و ۴۹ درصد به صورت عامدانه، کالاي يك خارجي خريدياري مي کنند. گزارش ديگري كه راجع به ميزان تمایل به خريبي دوخت و پارچه کشورها داريم، نشان مي دهد كه ۵۸ درصد رغبت مشتریان به دوخت ترکيه و ۶۰ درصد تمایل مصرف کنندگان به پارچه ترک بوده است. خوشبختانه بعداز ترکيه، پوشاك ايراني قرار دارد كه ۷۷ درصد را به خود اختصاص مي دهد و الباقی مربوط به سایر کشورها است.

برندنهای ايراني تا چه اندازه به طراحي پوشاك اهمیت مي دهنده؟

برندنهای معدودی به اين موضوع توجه داشته اند و اين بزندنهای طراحي و مدلسازی فکر مي کنند. مثلاً مادر بزند تولیکا، تيم طراحي داريم که تعداد افراد حاضر در اين تيم و تخصص آن ها و ماشين آلات طراحي، به اندازه يك مجموعه كامل مي باشد. اين تيم فکر مي کند، خلاقيت به خرج مي دهد و طراحي مي کند و نتيجه اين مي شود كه در طول سال، بزند تولیکا بيش از ۲ هزار مدل رنگ جدي کالا توليد مي کند. امروز در طراحي عقب نيسitem و شايد از برخی کشورها جلوت هر، باشيم و اگر هر يك از بزندنهای صادرات انجام دهنده آن سمت مزها مورد استقبال قرار مي گيرد. چنانچه بتوانيم گلوبال کار کنيم، کالاي ما را با قابلي است؛ البته مشروط به اينکه موانع تهيه مواد اوليه را نداشته باشيم و بتوانيم جهاني کار کنيم. نکته قابل توجه اينکه، در واردات و صادرات گرديشي ايجاد مي شود كه اين گرديش، تنها راه نجات اين صنعت است.

با وجود تمام مشكلات و چالش هايي كه اشاره شد، آيا صنعت پوشاك ايران در بازارهای خارجي موفق به كسب توفيقاتي شده است؟

قادعه بزندنهایي که در حال حاضر مشغول به فعالیت هستند، توان صادرات را درآوردند، اما نظر بزندنهای اين است که با توجه به پتانسیل بالايي که در گشور داريم، يайд در صدد توسيعه اين صنعت برآييم. در حال حاضر برخی از بزندنهای سایر کشورهای صادرات دارند، اما منسجم نیست. آنقدر در گير چالش هاي داخلی هستيم که زمان، انرژي و فکري باقی نمي ماند که بخواهيم به صادرات فکر کنيم، واقعیت اين است كه پس از صادرات، يайд به دنبال در دسرهای بازگرداندن پول خود باشيم و مشكلات فقط داخلی نیست، بلکه چالش هاي بین المللی هم وجود دارد. تحریم بین المللی و خودتحریمی به صورت همزمان، چالش هاي کوچکي نیستند. اگر بزندنهای درست و توسيع خوي در گشور داشته باشيم و مانع از ورود كالاهای اشتباه شويم، گل اول را زده ايم و بعداز آن مي توانيم اميدوار باشيم که گل هاي بعدی را بزنيم. در شرایطی که ما چنین حمایتی را نداريم و يайд هزینه هاي مختلفي را هم پرداخت كيم، نمي توانيم با توليد کنندگان خارجي رقابت کنيم، با توجه به جمیع مسایل، همین که دولت جلوی واردات را بگيرد، خودش به مثابه صادرات است. مي يك چيزی به نام قانون داريم و قانوني که در آن تبصه زیاد داشته باشد، منجر به اجرانه شود، بلکه اجرای آن سلیقه ای مي شود. به عنوان مثال، بيشنهاد داديم که قانوني برای يك از اقدامات گذاشته شود؛ جالب اينکه نخست سراغ مامي آيند و خود مامتنصر

نیما عظیم دوست:

در بازار ايران،
به اندازه اى سهم کالاي
غیر ايراني زياد است
كه تمام بزندنهای
ايراني با وجود تمام
سرمایه گذاري ها و
هزينه هاي گزاف،
۸ درصد کل سهم
پوشاك ايران را به خود
اختصاص مي دهنده است
عدد بسیار کوچکی
است

یکی دیگر از چالش‌های فعالان صنایع و به ویژه صنعت پوشاسک، عدم ثبات قیمت ارز است. این مساله چه مشکلاتی را به وجود می‌آورد؟

مشکلی که مادر صنعت پوشاسک و البته بسیاری از صنایع داریم، سرکوب قیمت ارز توسط دولت است. زمانی که این اتفاق در جامعه می‌افتد، دولت یک‌سال ارز را به صورت مصنوعی کنترل می‌کند، اما در ابتدای سال میزان دستمزد را ۴۰ تا ۵۰ درصد افزایش می‌دهد که موجب افزایش هزینه‌های تولید کنندگان و قیمت تمام شده می‌شود. در چنین شرایطی کالای ایرانی نمی‌تواند با کالای خارجی رقابت کند؛ بنابراین اگر قرار است قیمت ارز ثابت بماند، نرخ دستمزد هم نباید افزایش یابد و چنانچه ارز گران شود، به تبع آن باید دستمزد هم بالا برود، ولی متناسفانه در کشور مادر دولت در این قضیه دخالت می‌کند و باعث عدم امکان رقابت توسط تولید کنندگان می‌شود. در مقاطعی که ارز به شکل ناگهانی گران می‌شود، کالاهای ایرانی توجیه اقتصادی و حتی میزان صادرات رشد می‌کند. وقایت دولت، مدتی نرخ ارز را سرکوب می‌کند، تولید کنندگان ایرانی نمی‌توانند کالای اقتصادی تولید کنند. مصرف کنندگان ایرانی قدرت خرید کالای ایرانی را دارد، البته اگر قیمت ارز، آزاد باشد. در واقع زمانی که دولت نرخ ارز را سرکوب می‌کند، هیچ تولید کنندگانی نمی‌توانند رقابت کنند و آن وقت باید سیاست تعریف‌های گمرکی پیش بباید که آن هم باعث گسترش قاچاق می‌شود.

چه نظری در خصوص موانع مربوط به صادرات پوشاسک دارید؟

به اعتقاد بینده، در مرحله اول باید برندگان داخلی و تولید کنندگان، قدرت تامین نیاز بازار داخل و سرمایه مازادی برای سرمایه‌گذاری خارجی داشته باشند. مساله دوم؛ مربوط به سیاست‌های کلان کشورمان بازی‌گردد. متناسفانه توان همکاری با کشورهای دیگر را نداریم تا صادرات کالا را انجام دهیم. در اثر عملکرد و سیاست‌های نهادهای مسئول که مثلاً به یک باره رابطه با یک کشور قطع یا تیره می‌شود، موجودیت ما را به خطر می‌اندازد، از همین رو نمی‌توانیم رسیک کنیم و وارد بحث صادرات شویم؛ مگر صادرات مقطعی و محموله‌ای. زمانی صادرات به درستی، انجام و محقق می‌شود که سیاست‌های کلان در رفتار با کشورهای مقصود صادراتی، تعریف درستی داشته باشد.

آیا حمایت از برندگان داخلی به درستی صورت می‌گیرد؟

فقدان قانون در جهت حمایت از برندگان داخلی کاملاً مشهود است. در واقع یکی از سرمایه‌های اصلی برندگان، به غیر از امکانات تولید و سرمایه‌گذاری‌های تولید، نام تجاری آن است. متناسفانه در ایران، قانونی در جهت حمایت از این برندگان را نداریم و حمایت چنین قانونی باید از ساماندهی به بازار عرضه آغاز شود؛ یعنی بازار عرضه به گونه‌ای ساماندهی شود که از حضور کالاهای تقلیلی، فیک و قاچاق جلوگیری گردد. یکی دیگر از مشکلات صنعت پوشاسک در ایران، صدور پروانه‌های کسب بدون توجه به نام تجاری است که به راحتی اتحادیه‌ها می‌توانند اقدام به صدور پروانه کسب کنند و افراد دارای این مجوز، می‌توانند هر نوع کالایی را رانند. باید صدور پروانه کسب، ساماندهی شود و اگر این اتفاق رخ دهد، به صورت ناخودآگاه جلوی قاچاق هم گرفته خواهد شد. این یکی از پیشنهادهایی است که مادر انجمن هم به مراجع ذی‌ربط ارائه داده‌ایم و امیدواریم با کمک رسانه‌ها، شاهد اتفاقات خوبی باشیم. **کوچک شدن زنجیره تامین، قاچاق و قیمت‌گذاری دستوری چه معضلاتی را در پی دارد؟**

غیر کارشناسی مواجهیم که در کشورمان تورم سالانه ۴۵ درصدی وجود دارد و در صنعتی که یک‌سال خوب سرمایه دارد، باید کالای خود را با ۲۰ درصد سود خرد فروشی عرضه کنیم که قطعاً هیچ تولید کننده و هیچ برندی نمی‌تواند این قانون را رعایت کند. البته ما مجبوریم به این قانون تن دهیم یا به مراجع نظارت کننده، دروغ بگوییم و حتی خود ناظران هم قبول دارند که این قانون، قابل اجرا نیست. بهطور کلی در کشورمان قانونی در جهت حمایت از برندگان داخلی نداریم؛ لذا بزرگ‌ترین خدمت مسئولان در سطح سیاست‌گذاری به این صنعت و سایر صنایع، تهیه و تصویب قوانینی در جهت حمایت از برندگان داخلی و ایرانی است. حضور ایران در بازارهای جهانی با برندگان تولید داخل شکل می‌گیرد و ماهور چقدر هم تولید کنیم، ولی اسم خارجی روی آن بگذاریم، در خارج کشور مشخص نمی‌شود که یک برند ایرانی در انجا فعالیت دارد. وقتی برند، ایرانی باشد، حتی ممکن است آن را در کشورهای دیگر هم تولید کنیم؛ بهمانند کاری که بسیاری از کشورهای بزرگ دنیا انجام می‌دهند. البته این موضوع اولویت امروز مانیست، زیرا در کشورمان، ظرفیت خالی بسیاری وجود دارد.

بحث طراحی در صنعت پوشاسک تاچه اندازه اهمیت دارد؟

طراحی پوشاسک را باید به اجزای مختلف تقسیم کنیم. یک طراحی مواد اولیه وجود دارد که شامل پارچه می‌شود و از آنجا که کش راهی جزو پوشاسک می‌دانیم، پس چرم هم از نظر مواد اولیه بحث طراحی دارد. اکسی‌سیوری هم طراحی جداگانه دارد و تلفیق این‌ها در نتیجه انتخاب نوع الگو و نوع دوختی که به کار گرفته می‌شود، خود نیازمند یک طراحی جداگانه است؛ یعنی در واقع سه تیم طراحی کنار هم قرار می‌گیرند تا یک کالا از طراحی کنند و این گونه نیست که یک نفر، صفر تا صد کار را نیاجم دهد. در گروه‌های مختلف لباس پچه گانه، زنانه و مردانه سه تیم طراحی داریم که هر کدام از این تیم‌ها به صورت تخصصی کار می‌کنند و طبعاً یعنی در تجربه لازم را داشته و بهروز باشند.

یکی از معضلات فعالان این صنعت، بحث تامین و تهیه مواد اولیه است. در این زمینه چه نظری دارید؟

ما برند پوشاسک هستیم و هیچ کدام مواد اولیه تولید نمی‌کنیم، متناسفانه بخشی از مواد اولیه‌ای که در داخل تولید می‌شود، کیفیت خوبی ندارند و بعضی از موقع مجبور به واردات مواد اولیه خارجی می‌شونیم. علاوه بر این، تنوغ مواد اولیه در ایران کم است؛ یعنی برخی از پارچه‌ها اصل در ایران تولید نمی‌شوند و اگر بخواهیم طرح و مدلی را در ایران انتخاب و تولید کنیم، ابتدا باید با یک کارخانه تولید کننده پارچه مذکوره کنیم و طرح را در اختیار آن‌ها قرار دهیم و آن کارخانه چندین بار آزمون و خطا انجام دهد تا نتیجه برسد که این کارپوشه بسیار زمان بری است و شاید فرست عرضه کالا از ما گرفته شود. در حالی که یک برند می‌تواند مواد اولیه خود را در سریع ترین زمان از بازارهای بین‌المللی، تهییه و محصول را تولید و عرضه کند؛ بنابراین منع کردن واردات مواد اولیه منطقی نیست؛ البته فعلاً واردات مواد اولیه منع نیست و باشرایط خاصی انجام می‌شود، ولی باید برای برندگان داخلی تسهیل شود. کارخانه‌های تولید مواد اولیه به دلیل محدودیتی که در دستگاه‌ها دارند، پارچه‌های مشابه را در اختیار تولید کنندگان پوشاسک قرار می‌دهند و این باعث می‌شود که بازار برندگان داخلی تنوغ لازم را نداشته باشد. این در حالی است که چنانچه برندگان مواد اولیه موردنیاز بازارهای گستردگر تهیه کنند، رقابت سالم‌تری را در بازار خواهد داشت و تولید کنندگان امکان ارائه کلکسیون‌های متنوعی را پیدا می‌کنند. از آنجایی که نمی‌توانیم تنوغ ایجاد کنیم، مصرف کنندگان نیاز خود را بازارهای حاشیه‌ای و قاچاق تامین می‌کنند.

با آن مواجه بوديم، تطليقي تعدادي از کارخانه‌های توليد پوشاك بود، بر همین اساس ديجر کمتر کسی تمایل به سرمایه‌گذاری در اين صنعت و احداث کارخانه دارد و اگر حمایت از طرف حاكمیت وجود نداشته باشد، اين مفضل همچنان ادامه خواهد يافت.

عملکرد فعالان صنعت پوشاك را چطور ارزیابی می‌کنید؟

احسان خاصه تراش: درباره صنعتی صحت می‌کنیم که از زمان تولد تامود مرگ مور استفاده قرار می‌گيرد و صنعت پوشاك، صنعت جامع و کاملي است که مور نياز تمام افراد جامعه است. در واقع اين صنعت مور نياز تمام خانوارها است و اساسی بودن آن را نتوان انتکار کرد. خوشبختانه افراد بسیار قوی در این صنعت داريم که عملکرد بسیار خوبی دارند.



در خصوص فرهنگ‌سازی در اين صنعت چه اقداماتی باید صورت گیرد؟

متاسفانه مادچار يك تناقض شده‌ایم و خيلي چراها داريم، مانند اينکه چرا قوانین رعایت نمی‌شود و سپس به ما بازمی‌گردد که چرا فرهنگ‌سازی نمی‌کنیم، ولی واقعیت اين است که اصلاح فرهنگ‌سازی کار مانیست. سوال ما اين است که چرا سازمان زیباسازی شهرداری، کمکي به صنعت پوشاك نمی‌کند و چرا سازمان تعزیزات، فکري به حال اين صنعت نمی‌کند؟ به اعتقاد بند، اگر صنعت پوشاك توسعه و رشد پيدا نکند، ديجر افراد سرمایه‌های خود را به اين صنعت نمی‌آورند و به سمت سرمایه‌گذاری در سایر صنایع می‌روند. همچنین معتقدم که اگر قرار است برای پوشاك ايراني، مدو طراحي لباس فکري شود، اين موضوع باید باز الashکل بگيرد.

چه نظری در خصوص پلمب برخی از فروشگاه‌های پوشاك دارید؟

بحث کلی ما، امنیت و حمایت است که در وله اول باید آن را در داخل بینیم و لمس کنیم و همین موضوع که در زمان فعالیت يك فروشگاه برای آن اختراعیه پلمب نیاید، گام بزرگی است. گاهی اوقات بدون هیچ دليلی شاهد پلمب فروشگاه‌های برخی از برندها هستیم که مارا در گير مسایل سپاري می‌کند، از همین رو باید در ابتداء حمایت داخلی را مشاهده و لمس کنیم تا فرسته برای صادرات فراهم شود.

انجمن پوشاك ايران به منظور توجه ييشرت به برندها داخلی چه اقداماتی انجام داده است؟

ما در انجمن پوشاك پيچير دفعه ها و مسایل توليد کنندگان و عرضه کنندگان هستیم. به عنوان مثال، در پيچيری های انجام شده، سازمان امور مالياتي به ما گفته که باید به اندازه بدھي توليد کنندگان، حساب های آنها مسدود شود، ولی مatasفانه يك کلیک کل، حساب های فرد مسدود می‌شود. ما با وزارت صمت و وزارت ارشاد هم مباحث و موضوعات را جلو برد ايم، اما هنوز به هدف اصلی نرسیده‌ایم و با پيچيری، اميدواريم، که شاهد اتفاقات خوبی باشيم. همچنین از مهمترین اقدامات اين انجمن می‌توان به ايجاد سایت رسمي مرجع پوشاك کشور به نشانی Teeplet.ir جهت ارائه معرفی برندهای پوشاك کشور و خدمات قابل ارائه آنها و همچنین انجام تحقیقات بازار "عادت خريد و صرف پوشاك" جهت ارائه مطالب علمي برای کمک به مدیران جهت تصمیم‌گیری برای رشد و توسعه برندها، ايجاد کمپین های تبلیغاتی مشترک در انجمن پوشاك ايران به منظور در کنار هم دیده شدن برندهای معتبر ايراني اشاره کرد که به صورت متداوم در حال انجام است.

اسدرهبری: نساجي و پوشاك از اشتغال‌زاترين صنایع کشور هستند و زنجيره تامين، توليد، پخش و عرضه آن می‌تواند اشتغال‌زايی بالايی داشته باشد؛ البته مشروط به اينکه توانايي رقابت وجود داشته باشد. در حالی که در زنجيره تامين



نمی‌توانيم همه چيز را خودمان تامين کنیم، دولت هم با وضع قوانین جلوی واردات را می‌گيرد که این موضوع خود به خود موجب تعسیف تولید شده است. وقتی زنجيره تامين مواد اولیه کوچک می‌شود، ديجر رقابت در تنوع و کیفیت به وجود نمی‌آید، در صورتی که وجود رقبا موجب موقفیت صنایع و از جمله صنعت پوشاك می‌شود. در واقع اگر رقابت سالم وجود نداشته باشد، نمی‌توانيم به کیفیت لازم دست پیدا نکنیم. اينکه راهها را بینديم تا بتوانيم در داخل کشور توليد کنیم، کارگشانیست و بايد قوانین اصلاح شود. علاوه بر اين، فاچاق و قيمت‌گذاري دستوري مانع از برندسازی شده و دليل اينکه برند‌های خارجي، بازار را گرفته‌اند اين است که توليد کنندگان و عرضه کنندگان توانيستند برندینگ خود را طبق استانداردها نتاج دهند. يا اينکه تعداد بسیار کمی موقف به برندینگ شده‌اند. اصلاح دليل اينکه مردم ما، جنس خارجي را بهتر از کالاي ايراني می‌دانند، تعداد کم برند‌های ايراني است و اگر اين رقابت را به خوبی ايجاد کرده بوديم، تعداد برند‌های ايراني بيشتر می‌شود و توليد کنندگان داخلی می‌توانستند سه‌هم بزرگی از بازار را داشته باشند. نتيجه اين بود که عادت مصرف کنندگان به سمت خريد پوشاك داخلی تغيير می‌کرد و ديجر نياز نبود که ليل خارجي را بر کالاي داخلی داشته باشند. يا اينکه با افتخار کالا توليد کنیم و به فروش رسانيم، مردم با خريد پوشاك، در واقع روحیه شاد و شناخت خود را نشان می‌دهند و در حالی که روحیه خوبی ندارند، ميزان خريد هاهم کمتر شده و هر چه در جامعه، نشاط پيشتری تزریق شود، مطمئناً چرخ صنعت پوشاك هم راحت‌تر می‌چرخد. اين نشاط زمانی به وجود می‌آيد که مردم قادر خريد داشته باشند و قاعده‌ها با وجود تورم و قيمت‌های کنترل شده، قدرت خريد مردم هم پاين آمد است.

به منظور ترغیب مصرف کنندگان به استفاده از کالاي داخلی چه اقداماتی باید انجام شود؟

در بحث ترغیب مصرف کنندگان به کالاي ايراني، يك از مهمترین اركان اين است که ما فقط کالاي باکیفیت تولید کنیم، چراکه در بدر ترين زمان بازار، مصرف کنندگان کالاي باکیفیت را با هر قيمتی خريداری می‌کند. اگر همه توليد کنندگان رعایت کنترل کیفیت داشته باشند، مطمئناً کالاي ايراني باکیفیت می‌تواند بازار خودش را داشته باشد. تا چند سال پيش که کالاهای چيني، بازار ما را به طور كامل نگرفته بودند، مردم بعد از کالاي اروپايي، محصول ايراني خريداري می‌کردند و پس از آن سراغ لباس های چيني می‌رفتند. هاکنون به حدی کیفیت کالاي اولیه پاين است که شاید مردم کالاي چيني را هم به کالاي ايراني ترجیح می‌دهند. در واقع مشکل در تولید نیست، بلکه در نبود آن چيزی است که باید به خوبی تولید شود؛ بنابراین بايد سیاست‌های کلی کشورمان تغيير کنند تا به واسطه وجود مواد اولیه مرغوب، بتوانيم کالاي کيف توليد کنیم.

دولت چه نقشی در حمایت از صنعت پوشاك داشته است؟

ما از نظر بانکي در رابطه با راهه تسهیلات و به لحاظ حمایت‌های صادراتي با پشتيبانی در خارج از کشور شاهد حمایت از سوي دولت نبوده و نیستيم. يك از معضلاتي که در چند سال اخیر بالاعمال تحریمها

اسدرهبری:
نساجي و پوشاك
از اشتغال‌زاترين
صنایع کشور هستند و
زنچيره تامين، توليد،
پخش و عرضه آن
می‌تواند اشتغال‌زايی
بالايی داشته باشد؛
البته مشروط به اينکه
توانايي رقابت وجود
داشته باشد.

اسدرهبری:
نساجي و پوشاك
از اشتغال‌زاترين
صنایع کشور هستند و
زنچيره تامين، توليد،
پخش و عرضه آن
می‌تواند اشتغال‌زايی
بالايی داشته باشد؛
البته مشروط به اينکه
توانايي رقابت وجود
داشته باشد.



در این بخش می خوانیم:

- کمتر به ازای هر سهم ۳۲۰ تومان سود داد
- افزایش ۵۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریالی سرمایه شرکت چادرملو
- اولویت هلдинگ صبا انرژی سرمایه‌گذاری با ارزش و بازدهی بالا

مدیر عامل هلدینگ صبا انرژی اعلام کرد

دینی، صنعت

اولویت ہلڈینگ صبا انرژی

سرمایه‌گذاری با ارزش و بازدهی بالا

احمدرضا صباغی

سرمایه برای راهاندازی پروژه احیای دو، منابع مالی جذب کرد. قرارداد اجرای این پروژه به ارزش ۲۱۲ میلیون یورو مصوب شده و قرار است که ظرف ۲۴ ماه بهره‌برداری برسد.

از زمان پور به پیشرفت اجرای پروژه PDH-PP اشاره کرد و گفت: این مکاپرووژه با سرمایه گذاری ۱/۲ میلیارد یورو در حال اجراست که با تولید ۰۰۰۰۰ هزار تن پروپیلن و ۰۰۰۰۰ هزار تن پلی پروپیلن حدود ۵۵ میلیون دلار درآمد سالانه خواهد داشت. در یک سال گذشته، مشکل زمین و تامین مالی آن پیگیری و مرتقب شده و عمیات اجرایی آن نیز آغاز شده است. در این میان، بیان از حمایت موثر دکتر مرتضوی؛ وزیر محترم تعاقن، کار و رفاه اجتماعی و پیگیری و بیزد دکتر مسکنی؛ مدیر عامل محترم صندوق بازنشستگی کشوری قدردانی نمایم.

مدیر عامل هلدينگ صبا نيرزي به راه اندازی کارخانه آهن اسفنجي به اسلب عريض فولادي فولاد اکسین خوزستان اشاره کردو گفت: سود فولاد اکسین در ۹ ماهه سال جاري نسبت به ۹ ماهه سال گذشته، ۱۰۲ درصد افزایش يافته است. ماباتمين مالي مناسب، پروژه فولادسازی اين شركت را جرامي کنيم تا در سال هاي آينده سود ييشتری برای پرداخت حقوق بازنشستگان خلق کييم.

وی در ادامه افزود: در حوزه پالایش، اجرای پروژه‌های پالایشگاه مقیاس کوچک در مسجدسلیمان را در دستور کار داریم. موضوع زمین و مجوز خوارک پالایشگاه مسجدسلیمان نهایی شده و در حال تامین مالی آن هستیم. همچنین در راستای توسعه صنایع پالایشگاهی اقدام به مطالعات اقتصادی برای تاسیس یک واحد پتروپالایش در شرکت پالیمر کنگان در زمینی با مساحت بالغ بر ۳۰۰ هکتار در مجاورت بندرا مام حسن (ع) کردیم. این طرح مراحل مطالعات اقتصادی را پیموده و در حال حاضر در حال پیگیری تخصیص خوارک ۱۵۰ هزار بشکه در روز هستیم. زمان پور در پایان گفت: به بازنیسته‌های عزیز این اطمینان خاطر را می‌دهیم که در مجموعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و صندوق بازنیستگی کشوری و هلدینگ صبابنری، اهتمام تمام مجموعه‌های این است که بتوانیم سرمایه‌گذاری‌های بازرسی رانجام دهیم تا بازدھی خود را بازنشستگان: عزیز داشتند.

دکتر سید صولت مرتضوی، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، در بخشی از سخنرانی خود در این مراسم به مجتمع های فولادی و پتروشیمی هلدینگ صنایع پرداخت و گفت: اقدامات انجام شده در حوزه



آیین رونمایی از خدمات نوین و دستاوردهای ارزش‌آفرین صندوق بازنشستگی کشوری باحضور کتر صولت مرتضوی؛ وزیر تعاظون، کار و رفاه اجتماعی، دکتر مهدی مسکنی؛ مدیر عامل صندوق بازنشستگی، دکتر علیرضا مازام پور؛ مدیر عامل هدایتک صبارلری و مدیران واعضای هیات مدیره شرکت‌های تابعه صندوق بازنشستگی کشوری، در سالن همایش‌های کتابخانه‌ملی برگزار شد.

علیرضا مان پور، مدیر عامل هلدینگ صبا تری در مراسم رونمایی از خدمات نوین و دستاوردهای ارزش‌آفرین صندوق بازنیستگی کشوری با بیان اینکه سرمایه‌گذاری وظیفه اصلی هلدینگ صبا تری است، گفت: مشکل اصلی کشور، رشد منفی سرمایه‌گذاری‌های در سال‌های اخیر است که صدمات زیادی به اقتصاد و توسعه کشور وارد کرده؛ در حالی که مقام معظم رهبری در دیدار با فعالان اقتصادی، بهره‌وری و سرمایه‌گذاری را از اولویت‌های اصلی اقتصاد کشور عنوان کرد. هلدینگ صبا تری بر پایه تاکیدات رهبر معظم انقلاب در یک سال اخیر اهتمام خود را بر افزایش سرمایه‌گذاری‌های کلان نهاده تا هم بازنیستگان عزیز را متفق و هم نقش زیاده دارد.

وی به ارائه گزارش اقدامات و دستاوردهای این هدینگ در سال ۱۴۰۲ پرداخت و اظهار کرد: شرکت صبا فولاد خلیج فارس یکی از شرکت‌های فولادی مهم در کشور است. طی سال جاری، علاوه بر عرضه سهام این شرکت در بورس و افزایش سرمایه، کورد بزرگ‌ترین بذرگ‌هونویسی تاریخ بازار سرمایه، اشکست و از محل، اوردهای مردمی بیش از ۴/۵ همتم

طی سال جاری
علاوه بر عرضه سهams
شرکت صبا افلاطون
خلیج فارس در بورس
و افزایش سرمایه،
رکورد بزرگ ترین
پذیره نویسی تاریخ
بازار سرمایه را
شکست و از محل
آورده های مردمی بیش
از ۴/۵ همت سرمایه
برای راه اندازی پروژه
احیای دو منابع مالی
جذب کرد

ورفاه اجتماعی انجام شد. این کارخانه، امکان تولید ۱۲۰ هزار تن در سال را دارد که ۵۰ درصد آن به قرارداد خطر انتقال آب دریای عمان اختصاص دارد.

همچنین در ادامه مراسم، رونمایی بر خط از خدمات نوین و اقدامات ارزش آفرین هلینگ صبا انرژی، دو محصول جدید شرکت پتروشیمی جم با عنوان HMI50 و P100 مشکی به صورت آنلاین رونمایی شد که برای اولین بار استفاده از کربن بلک پتروشیمی جم تولید شدند. در نمایشگاه پیوسته این مراسم، هلینگ صبا انرژی با برایان بزرگترین غرفه نمایشگاه به معرفی شرکت های تابعه پرداخت و در قالب اینفوگرافی، مoshen گرافی، کلیپ، پوستر و کاتالوگ دستاوردهای سال ۱۴۰۲ را در حوزه های پتروشیمی، فولاد، نفت، نیروگاه و لاستیک به نمایش گذاشت که با بازدید وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مدیر عامل صندوق بازنشستگی همراه بود.

در حاشیه این نمایشگاه، مدیر عامل هلینگ صبا انرژی دو تفاهمنامه همکاری و راهبردی میان شرکت های تابعه صندوق بازنشستگی کشوری امضا کرد. اولین تفاهمنامه با شرکت گروه مدیریت ارزش سرمایه صندوق بازنشستگی کشوری بود که موضوع آن ارتقاء همکاری های مالی، هم افزایی برای مولدسازی و افزایش بهره وری، تاسیس ایازارها و نهادهای مالی در بازار سرمایه و ارائه پیشنهادهای تامین مالی از ایازارهای بول و سرمایه است.

تفاهمنامه راهبردی دوم هلینگ صبا انرژی با هلینگ عمران و ساختمان صندوق بازنشستگی کشوری امضا شد که موضوع آن، هم افزایی و ارتقاء گسترش همکاری فی ماین در راستای مولدسازی و افزایش بهره وری دارایی های تحت مدیریت صندوق بازنشستگی کشوری است. ■

پتروشیمی و فولاد بسیار ارزشمند است، اما هنوز برای رسیدن به وضع مطلوب فاصله زیادی داریم، باید توافق حقوق بازنشسته هارا از محل سود سرمایه گذاری های صندوق بازنشستگی پرداخت کنیم.

دکتر مهدی مسکنی: مدیر عامل صندوق بازنشستگی کشوری در سخنرانی به تحلیل از دستاوردها و خدمات هلینگ صبا انرژی به مردم پرداخت و اظهار داشت: این هلینگ با تولید ورق های API نیاز استراتژیک کشور را تامین کرده است. آن ماه امسال، او هال پتروشیمی جم بدار ۵ سال انجام شد و توافق نتیجه از نشست مواد ذی قیمت جلوگیری کند و آن هارا به این توپیلی بزار گرداند.

وی افزود: پروژه ABS & RUBBER بعداز ۱۳ سال، اسفند ماه سال جاری به دست جوانان انقلابی و مومن ایران اسلامی افتتاح خواهد شد و پروژه عظیم pdh-pp ارزش افزوده ارزشمندی را به زنجره پتروشیمی جم اضافه خواهد کرد. حمایت ویژه ریس جمهور از پروژه های هلینگ صبا انرژی ارزشمند و مایه افتخار است.

در ادامه این مراسم، از گرید جدید پتروشیمی جم بیان با عنوان JAMPILEN EP548U در گروه محصولات کویلیم ضربه پذیر به صورت آنلاین رونمایی شد که کاربر اصلی آن در صنایع لوازم خانگی و بسته بندی غذایی است.

همچنین گزارشی از برنامه ها و دستاوردهای شرکت صبا فولاد خلیج فارس توسط مدیران فنی حاضر در مجتمع به صورت آنلاین ارائه شد که تحقق بزرگترین تامین مالی تاریخ بورس پاپیروزی ۴/۵ هزار میلیارد تومان را امنا و ایمن پروژه ایجاد می سازد. شرکت صبا فولاد خلیج فارس به ظرفیت ۱/۷۶ میلیون تن بریکت گرم از مهمترین آن هاست. راماندازی مجدد کارخانه اسپیرال شرکت لوله سازی اهواز بعداز پنج سال توقف، دیگر برنامه آنلاین این مراسم بود که در حضور وزیر تعاون، کار



اقدامات ارزش آفرین هلدینگ صبا انرژی در سال ۱۴۰۲

کولمساری اهواز در آستانه اوج کبوی تاریخی

فولادکن حوزه‌ستان در مسیر افق کتابی‌های جدید

۷- هفت مسوده نهضتی سال
کلیات هفت مسوده نهضتی سال
۱۹-۷-۱۹۷۷-۱۹-۷-۱۹۷۷
۸- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۹- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۰- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۱- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۲- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۳- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۴- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۵- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۶- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۷- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۸- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۱۹- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۲۰- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۲۱- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷
۲۲- هفت مسوده نهضتی سال
درسته بازار از ۷۰۰۰-۳-۰-۷-۱۹۷۷

سال د خانست کت مساقی لاد خلیج فارس

- روزهای هفتم و هشتم پایان همان میان ارزی با ارزش سرمایه
تلاری ۳۰۰ میلیون
- طرح باز پیشنهادی کوچک ترین سند مسکن ایران (پس پیمانه) با ارزش سرمایه ۱۱۱ میلیون

برنامه‌ها و مطرح‌های حوزه‌ی بالائی

- ۱- مکاروزه با RDH-PP
- ۲- هزار آن پویان و ۳۰۰ هزار
- ۳- پویان پرینتین در سال و با ارزش سهامیه
- ۴- تقدیری ۱۱۰ میلیون هزار
- ۵- ۲۰۰ ABS & Rubber
- ۶- ۱۰۰ Rubber و ABS
- ۷- ۱۰۰ میلیون هزار
- ۸- پویان مکاروزه مخصوص جدید با عنوان HD4850
- ۹- دید سازی و کامپیو
- ۱۰- پویان مکاروزه مخصوص p-type
- ۱۱- پویان مکاروزه مخصوص black pe100
- ۱۲- نویزه مکنیک نولون با قدرت

پتروشیمی جم؛ از اجرای مکابروزهای ملی صبا انرژی
تا رونایی محصولات جدید

۵.۳ هسته مخصوص در آمدی

۱۰- یک هزار میلیارد تومان بیشتر

۲۵ درصدی سود خالص

۴- افزایش ۱۹ درصدی در آمد حاصل

گزارش ۹ ماهه و صندوق؛ امیدبخش و مثبت

مهمترین دلایل افزایش سودآوری
شرکت‌های قابعه هدینگ صافوژی در سال ۱۴۰۲

- تامین گسری خوراک
 - اجرای برنامه های توسعه ای
 - پیگیری و پایش مستمر بازار هدف
 - اصلاح سیک فروش از کارمزدی به مالکیتی
 - جلب نظر مشتریان با تمرکز بر فعالیت های R&D
 - بهره گیری از فرصت های سودآور ایجاد شده در بازار
 - رایزنی های موثر برای جذب پژوهه ها و انعقاد قراردادهای بزرگ
 - عرضه محصولات دارای ارزش افزوده بیشتر از طریق ارتقای کیفیت

مجمع عمومی عادی سالانه گهرزمین با حضور ۹۲ درصد سهامداران برگزار شد

کَهْرَبَه اَزَای هَر سَهْمٍ ۳۲۰ تَوْمَان سَوْدَاد

سارا نظری



معدن گهرزمین به عنوان اصلی ترین، پرپتانسیل ترین و خاص ترین معدن سنگ آهن با ذخیره‌ای بالغ بر ۶۴۰ میلیون تن جزو بزرگ‌ترین معادن حال حاضر کشور به شمار می‌رود.

مدیرعامل گهرزمین در خصوص عملکرد سال مالی ۱۴۰۲ شرکت معدنی و صنعتی گهرزمین برای سال مالی منتهی به ۳۰ آذرماه ۱۴۰۲ با حضور ۹۲/۷۱ درصد سهامداران در هتل المپیک تهران برگزار شد.

محمد محیاپور، مدیرعامل گهرزمین در ایندای مجمع عمومی عادی سالانه گهرزمین با ارائه گزارشی از اقدامات انجام‌شده در طول سال نسبت به سال مالی ۱۴۰۱، «کسب تقدیرنامه^۳ ستاره تعالی سازمانی در اولین حضور»، «افزایش ۱۴ درصدی استخراج سنگ آهن (کلوخه) نسبت به سال گذشته»، «افزایش تولید تمامی محصولات نسبت به سال گذشته» و «کسب ۲۳ رکورد تولید در سال مالی ۱۴۰۲» از این اقدامات انجام‌شده که در سالی که گذشت بود.

وی در ادامه به طرح‌های توسعه شرکت گهرزمین اشاره کرد و گفت: احداث کارخانه احیاء مستقیم با پیشرفت فیزیکی ۵۱/۳ درصد، مطالعات اکتشافی در پهنه جیان باز رکوردهای انجام عملیات حفاری و اکتشافات است و همچنین احداث کارخانه بازیابی آب با پیشرفت فیزیکی ۸۰ درصد، از جمله طرح‌های توسعه شرکت معدنی و صنعتی گهرزمین می‌باشد.

مدیرعامل گهرزمین در پایان تاکید کرد: «برگ برندۀ شرکت معدنی و صنعتی گهرزمین، معدن نیست؛ بلکه سه‌هایمداران ارزشمندو قدردان و پرسنل زحمتکش و متخصص این مجموعه است.

گفتنی است؛ مجمع عمومی عادی سالانه شرکت گهرزمین با تصویب تقسیم ۳۲۰ تومان به ازای هر سهم، پایان یافت. ■

مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام شرکت معدنی و صنعتی گهرزمین برای سال مالی منتهی به ۳۰ آذرماه ۱۴۰۲ با حضور ۹۲/۷۱ درصد سهامداران در هتل المپیک تهران برگزار شد.

محمد محیاپور، مدیرعامل گهرزمین در ایندای مجمع عمومی عادی سالانه گهرزمین با ارائه گزارشی از اقدامات انجام‌شده در طول سال مالی جاری در این مجموعه گفت: معدن گهرزمین به عنوان اصلی ترین، پرپتانسیل ترین و خاص ترین معدن سنگ آهن با ذخیره‌ای بالغ بر ۶۴۰ میلیون تن جزو بزرگ‌ترین معادن حال حاضر کشور به شمار می‌رود.

وی بایان اینکه معدن گهرزمین از شرایط بسیار ایده‌آل و فوق العاده‌ای برخوردار است، گفت: شرایط امروز تولید محصولات به گونه‌ای است که باشد زنجیره کامل تولید محصولات را در این مجموعه داشته باشیم؛ بنابراین تکمیل زنجیره تولید در مجموعه گهرزمین یکی از تصمیمات حائز اهمیت و مهیّ است که توسط سهامداران که گهره اتخاذ شده است.

محیاپور با تاکید بر اینکه گهرزمین ۱۸ درصد کنسانتره و ۲۷ گندله کشور را تولید می‌کند، گفت: بر همین اساس تولید ۱۰ میلیون تن سنگ آهن دانه‌بندی در سال مالی منتهی به ۳۰ آذرماه ۱۴۰۲ هدف گذاری شده بود که با همت و تلاش پرسنل این مجموعه توانستیم با افزایش ۱۱/۲۳ درصدی؛ رکورد ۱۱ میلیون و ۶۲ هزار و ۲۴۶ تن تولید این محصول را محقق کنیم.



در مجمع عمومی فوق العاده تصویب شد

پنجم
کمی
پنجم

افزایش ۵۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریالی سرمایه شرکت چادرملو

عارف فناوري



افزایش سرمایه
از مبلغ ۳۴۴ هزار
میلیارد ریال به
مبلغ ۳۷۱ هزار و
۵۰۰ میلیارد ریال
از محل مطالبات
حال شده
سهامداران و
اورده نقدی، مورد
موافقت مجمع
عمومی فوق العاده
قرار گرفت

مدیرعامل شرکت چادرملو جزئیات طرح هایی که قرار است از محل افزایش سرمایه تداوم یابد را تشرییح کرد.

در مجمع عمومی فوق العاده شرکت چادرملو، پیشنهاد افزایش سرمایه کچادر مبلغ ۲۷۱ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال به مبلغ ۳۴۰ هزار میلیارد ریال مطرح شد که در نهایت، مبلغ ۱۰۰ هزار میلیارد ریال افزایش سرمایه به تصویب اکثریت حاضران در مجمع رسید. افزایش سرمایه از محل سود انباشته به میزان ۵۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال مورد تصویب این مجمع قرار گرفت که در نتیجه، سرمایه شرکت معدنی و صنعتی چادرملو از مبلغ ۲۷۱ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال به ۳۴۴ هزار میلیارد ریال افزایش یافت.

همچنین افزایش سرمایه از مبلغ ۳۴۴ هزار میلیارد ریال به مبلغ ۳۷۱ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی، مورد موافقت مجمع عمومی فوق العاده قرار گرفت. علاوه بر این، اختیار عملی کردن آن به مدت ۲ سال به هیات مدیره شرکت تفویض شد تا هیات مدیره شرکت پس از اخذ مجوز از سازمان بورس و اوراق بهادار نسبت به عملی کردن آن اقدام کند.

گفتنی است، این افزایش سرمایه به منظور تامین بخشی از منابع موردنیاز جهت تکمیل طرح های توسعه در دست اجرای شامل احداث نیروگاه سیکل ترکیبی به ظرفیت اسمی ۵۴۶ مگاوات به صورت EPC، احداث نیروگاه خورشیدی به ظرفیت ۱۰۰ مگاوات، بهره برداری از معدن سنگ آهن جدید (آنومالی A10)، جبران مخارج انجام شده بابت شرکت در افزایش سرمایه شرکت های سرمایه پذیر و جبران مخارج انجام شده بابت تحصیل سرمایه گذاری ها (خرید سهام و تاسیس شرکت) مورد تصویب قرار گرفت.

در مجمع عمومی فوق العاده شرکت معدنی و صنعتی چادرملو، افزایش ۵۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریالی سرمایه این شرکت از محل سود انباشته مورد تصویب قرار گرفت.

مجمع عمومی فوق العاده شرکت معدنی و صنعتی چادرملو (سهامی عام)، نوزدهم اسفندماه با حضور بیش از ۸۲ درصد اسهامداران حقیقی و حقوقی در محل سالن تلاش برگزار شد. افزایش سرمایه شرکت معدنی و صنعتی چادرملو از مبلغ ۲۷۱ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال به ۳۴۴ هزار میلیارد ریال، از مهمترین مصوبات این مجمع بود.

محمد براهیم راعی عزایادی؛ نماینده شرکت گروه مدیریت سرمایه گذاری امید، به عنوان ریس مجمع انتخاب شد. همچنین یحیوی؛ نماینده شرکت سرمایه گذاری توسعه معدن و فلزات، سلحسوری؛ نماینده شرکت سرمایه گذاری سهام عدالت، خلیلزاده؛ نماینده سازمان بورس و اوراق بهادار و رضایی؛ نماینده بازرس قانونی شرکت، به عنوان ناظرین برگزیده شدند.

در ادامه امیر علی طاهرزاده به عنوان دبیر مجمع و مدیرعامل شرکت چادرملو، گزارشی از روند اجرای طرح های در دست اجرای شرکت ارائه و از همراهی سهامداران شرکت تقدیر و تشکر کرد.

طاهرزاده، کسب موقفيت های فراتر از برنامه و کوردهای تولید را مرهون تلاش های تمامی همکاران این شرکت در واحد های معدنی و صنعتی، پیمانه کاران و حمایت های قابل تقدیر اعضا هیات مدیره و اعتماد سهامداران دانست و اظهار داشت: خداوند من را شاکریم که به ما توفیق خدمت گزاری عنایت فرمود تا وجود برخی تنگی ها و موانع ناشی از محدودیت های ارزی بتوانیم در سال ۱۴۰۲ تاین لحظه، فراتر از برنامه پیش بینی شده عمل کنیم.



گفت و گوی اختصاصی با حمید کامران

در این بخش می خوانیم:

- ورود بی رویه کالای قاچاق مشکل اصلی تولیدکنندگان
- در صنعت چوب باید به دنبال طرح ها و ایده های جدید رفت
- کارگاه یک نفره ام را به بزرگ ترین کارخانه قطعه سازی تبدیل کردم

دبيز انجمن صوتی و تصویری عنوان کرد

ورود بی رویه کالای قاچاق مشکل اصلی تولیدکنندگان

زهرا نوروزی

حدود ۵ سال پیش بعد از تحریم‌های ایالات متحده، دو برنده مطرح صوتی و تصویری کرامی فعال در ایران، کشور را ترک کردند. حالا که زمزمه رفع ممانعت ورود لوازم خانگی خارجی به کشور دوباره به گوش می‌رسد، پرسش‌های بی‌پاسخ گذشته دوباره مطرح شده‌اند. آیا ترک یکباره برندگانهای کرامی بر صنعت صوتی و تصویری ایران موثر بوده است؟ آیا این بالاکلیفی در دنیای قاب قاب بر روند کیفی محصولات ایرانی تأثیراتی بر جای گذاشته است؟ براز دریافت پاسخ مناسب، گفتگوگوبی با محمدرضا شهبازی، دبیر انجمن صوتی و تصویری انجام داده‌ایم، وی معتقد است که واردات قانونی هرگز برای تولیدکنندگان ایران، رقیب غیر قابل شکستی نبوده و جراغ سبزهای پنهان و آشکار به قاچاقچیانی که لباس واردکننده بر تن کرده‌اند، بازی تأثیربری را رقم زده است. مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

برندگان کشور را ترک کردند؛ و گرنه محدودیتی از جانب ایران برای تولید وجود نداشت. ترک ناگهانی ایران تصمیم یک طرفه‌ای از جانب این برندها بود. در شرایط فعلی نیز تولید داخلی بانام برند خارجی امکان پذیر است؛ به شرط اینکه طرف خارجی باین موضوع موافق باشد. نمونه این وضعیت، برند سونوی است که در حال حاضر به شکل محدود به تولیدات خود ادامه می‌دهد. پس از این تغییرات، بنا به نیاز کشور بسیاری از تولیدکنندگان با برندهای جدید تولید را ادامه دادند. به عنوان مثال، مجموعه گلدن ایران با برند جی پلاس و سام الکترونیک با برند سام، کار خود را کیفیت مطلوب ادامه دادند؛ بنابراین تنها نام برخی از این برندها تغییر کرده، اما تولید با همان کیفیت ادامه پیدا کرده است.

با توجه به اینکه شما معتقدید، تجربه تولیدات محصولات صوتی در ایران کم نیست و کیفیت تولیدات با مشابه خارجی برابر می‌کند، آیا بارفع ممنوعیت واردات موافق هستید؟ با واردات لوازم خانگی مشکل کلی نداریم و معتقدیم که باید معرض ورود کالای قاچاق به کشور کنترل شود و واردات محصولات صنعت لوازم خانگی در شرایط فعلی که کالای قاچاق عملاً آزاد و معافیت‌های گمرکی، بیمه‌ای و مالیاتی برخوردار است، بی‌فایده است. در حال حاضر سالانه حدود ۷۰۰ هزار دستگاه تلویزیون از طریق قاچاق به این بازار تریق می‌شود که در سایه همین سیاست‌های غلط، کالای قاچاق آزادسازی شده است. ما با محصولات وارداتی که به طور قانونی از میدان گمرکی وارد می‌شود، مشکلی نداریم. به طور شفاف باید بگوییم؛ معرض ورود بی رویه و آزادانه کالای قاچاق مشکل اصلی همه تولیدکنندگان است، نه واردات قانونی محصولات خارجی.

با ذکر آماری توضیح دهید که چگونه کالای قاچاق، حق تولیدکننده را ضایع می‌کند؟

در حال حاضر ۳۰ درصد قیمت فروش کالای تولیدات داخلی، باید پرداخت به دولت از مشتری گرفته می‌شود. به عنوان مثال، اگر یک



بعد از چند سال زمزمه‌های رفع ممنوعیت لوازم خانگی
دوباره به گوش می‌رسد. تحلیل شما از برآیند این
محدودیت پنده ساله چیست؟

در سال ۱۳۹۷ که کشورمان با تکنالوژی ارزی روبه رو شد، واردات بسیاری از اقلام کالایی مانند لوازم خانگی یا لوازم آرایشی و خوراکی بهداشتی ممنوع شد و مسلمان‌این اتفاق تأثیراتی بر روندانه صنعت بر جای گذاشت؛ بنابراین برای روش شدن موضوع انتدا اماری را بایان می‌کنم. در سال ۱۳۹۵ که ممنوعیت واردات لوازم خانگی وجود نداشت، ۵ هزار و ۴۰۰ دستگاه تلویزیون وارد کشور شد؛ در حالی که در همان سال دو میلیون و ۲۰۰ دستگاه تلویزیون در کشور تولید شده بود. این آمار در سال ۱۳۹۶ به ۶۰ هزار دستگاه رسید؛ لذا آمار واردات لوازم خانگی نسبت به تولید داخل، تفاوت چشمگیری نداشت. از سوی دیگر، محصولات برندگانهای معروف ژاپنی و کرامی مثل ال جی، سونی و سامسونگ که به دست مصرف کننده می‌رسید، با مشارکت طرف ایرانی در ساخت این محصولات تولید می‌شد. سال ۱۳۹۷ به دلیل فشارهای ناشی از تحریم‌های کشور آمریکا، این

تلویزیون ۱۰ میلیون تومان قیمت دارد، ۳۰ درصد آن به منظور هزینه‌های دولت در قیمت نهایی محصول لحاظ شده است. مالیات ارزش افزوده، حق گمرکی، بیمه، هلال احمر، مالیات‌های تکلیفی، مالیات بر فروش و مالیات بر سود، بخشی از هزینه‌هایی است که تولید کننده به دولت می‌پردازد، اما قاچاقچی از پرداخت آن معاف است. واردکننده‌ای که باید همگی این هزینه‌های را شفاف و قانونی پردازد، رقبه مانیست. متسافانه در سایه‌ی توجهی مسئولان، قاچاقچیان که در شرایط نابرابر از پرداخت کلیه هزینه‌های معاف هستند، بازی سالم رقابت در تولید را بهم زده‌اند. اگر معضل ورود کالای قاچاق به بازار حل نشود واردات لوازم خانگی آزاد شود، افراد سودجو بانام واردات قانونی چندبرابر کالای قاچاق به بازار می‌ریزند تا با سود ناشی از آن تجارت سیاه خود را ادامه دهند.

به نظر شما بزرگ‌ترین امتیازی که جای تولید کنندگان به قاچاقچیان رسیده، چیست؟

مهمنترین مساله تامین ارز دولتی برای سودجویان و شبکه‌های قاچاق در کشور است. مسلماً قاچاقچیان دلار آزاد با قیمت ۶۰ هزار تومان نمی‌خرند. بسیاری از قاچاقچیان سوخت‌هایی مثل گازوئیل و بنزین را کشور خارج می‌کنند که با نیزه دلار ۳ هزار تومانی محساشه می‌شود. در حالی که این قیمت بیرون از مرز ۲۰ برابر است و سود قاچاق لوازم خانگی ندارد، بلکه می‌کند: بناراین قاچاقچی نیازی به سود قاچاق لوازم خانگی ندارد، بلکه سودش را از قاچاق سوخت در کشور انجام می‌آورد. روزانه حدود ۱۵ میلیون لتر قاچاق سوخت در کشور انجام می‌شود. مسلمانی باندهای نیاز دارند که با سود ناشی از این کار کالا وارد کرده و با گردش مالی مجدد ناشی از آن، بنزین و گازوئیل از کشور خارج کنند. همان طور که گفتم، در این چرخه معیوب دلار زیر ۴ هزار تومان به شبکه قاچاق می‌رسد و در مقابل تولید کننده موظف است که تمامی هزینه‌ها را پردازد. اما اگر این امتیازات به تولید کننده اعطا می‌شود، امکان کاهش قیمت محصولات به یک‌پنجم نیز وجود داشت.

آیا سال آینده آمار تولیدات محصولات لوازم خانگی پایین خواهد آمد؟

تلاش تولید کنندگان براین بوده که تولیدات نسبت به سال گذشته کاهش چشمگیری نداشته باشد، اما همه چیز به قدر خرید مردم مستگی دارد. اگر سیاست گذاری مثبتی برای افزایش قدرت خرید مردم صورت نگیرد، اتفاق خوبی رخ نخواهد داد و بازار کم رونق خواهد داشت.

با تمامی این شرایط و حضور ممتد کالای قاچاق در اتبارهای پنهان، آیا بازار صوتی و تصویری تولیدات داخلی توانسته حرکی برای گفتن داشته باشد؟

خوشبختانه برندگان ایرانی همگی در وضعیت خوبی به سر می‌برند و اعتماد مشتریان داخلی را به خود جذب کرده‌اند. تعداد ۵۰ مجموعه در دسته‌های اصلی تولید کنندگان قرار دارند که ۹۰ درصد بازار را در اختیار گرفته‌اند. ممکن است، تعداد دیگری از تولید کنندگان نیز دست به تولید محصولات صوتی و تصویری بزنند که تعداد آن‌ها زیاد نیست و حدود ۲۰ درصد بازار را در اختیار دارند. البته بعضی از برندگان ایرانی تکمیل شبکه تولید خود را کارخانه‌های دیگر برای تولید استفاده کرده و با نام برند خودشان

محصولات را به بازار می‌فرستند که این تولیدات ۱۲ درصد بازار را تشکیل می‌دهند. ناگفته نماند، بعد از رفتن برندگان از ایران، بازار دستخوش تغییراتی شد، اما کارخانه‌ها کار خودشان را ادامه دادند.

آیا در سال‌های اخیر ارتباط شما به عنوان تشكل انجمن‌های صوتی و تصویری با دولت خوب بوده و از نظرات کارشناسی انجمن در سیاست گذاری‌های صنعت لوازم خانگی بهره‌گرفته شده است؟

خوشبختانه تعامل مابا بدن دولت در این سال‌ها روند مثبتی داشته است. عمدۀ این تعامل به دلیل این است که صنعت لوازم خانگی مشکل از تولید کنندگان خصوصی است، در حالی که عمدۀ صنایع در ایران دولتی و یانیمه دولتی است. در این سال‌ها نتیجه مابه نمایندگی از تولید کنندگان این صنعت در جلسات کارشناسی بخش خصوصی شرکت داشته و رشد صنعت لوازم خانگی در چند سال اخیر، ماحصل همین تعاملاتی است که به صورت مدام پیگیری شده است.

کدام دستگاه‌های تاکنون بالاترین همکاری لازم را داشته‌اند و به عبارتی صدای صنعتگران را کمتر شنیده‌اند؟

معضل قاچاق به وزارت صمت که متوالی دولتی دولتی صنایع هم است، بازنمی‌گردد. دستگاه‌های دیگری متولی حل این معضل هستند که تاکنون رغبتی به مشورت و هماندیشی بامانشان نداده‌اند. متسافانه بانک مرکزی نیز تاکنون به همکاری و تعامل با تشكل مارغبتش نشان نداده؛ بنابراین ماهروز شاهد بخش نامه‌های خلق الساعه هستیم که ممتناسب با اتفاقات بازار و منفعت‌انه تهیه می‌شود. متسافانه تصمیمات بانک مرکزی فاقد پختگی و ثبات بوده و جز آشافتگی چیزی برای صنعت به ارمغان نمی‌آورد. ذکر این نکته ضروری است که به خشی نگری، آفت دیگری برای صنعت کشور است و تاکنون نگاه کلی و کلان از سوی حاکیت برای سامان‌دهی صنایع کشور دنبال نشده است.

وضعیت صنایع در سال آینده راچگونه‌ای زیبایی می‌کنید؟

متسافانه تجزیه‌گویای این است که هر سال از سال گذشته سخت‌تر بروده و سختی‌های بیشتری بر تولید کنندگان تحمیل شده است. پیش‌بینی‌بنده این است که در سال جدید نیز دشواری‌های بیشتری بر صنعت کشور تحمیل شود. نوسانات ارزی و رشد فزاینده قیمت دلار گویای این است که تلاش‌های دولت و بانک مرکزی برای کنترل نرخ ارز به سرانجام مثبتی نرسیده است. برداشت‌های اضافی بانک‌ها و کسری بودجه دولت، عوامل رشد تورم است. روزانه حدود ۵ هزار میلیارد تومان به حجم نقدینگی کشور افزوده می‌شود که عامل اصلی ایجاد تورم در کشور است. از سوی دیگر، تورم نیز قیمت تمام شده کالا را فزایش می‌دهد. متسافانه دولت در کنترل قیمت کالاهای اساسی موفق نبوده و قیمت این کالاهای ۵۰ درصد افزایش پیدا کرده است. احتمالاً در سال آینده نیز دولت هزینه‌های بیشتری خواهد داشت و نقدینگی بیشتری تولید خواهد کرد. پیش‌بینی حاکی از این است که تولید کنندگان نیز به دلیل تورم ناشی از تصمیمات، قادر به کاهش و کنترل محصول نهایی خود نخواهند بود و مصرف کنندگان نیز با کاهش قدرت خرید، میلی به بازار نشان نخواهد داد. ■

اگر معضل ورود
کالای قاچاق به بازار
حل نشود واردات
لوازم خانگی آزاد
شود، افراد سودجو
بانام واردات قانونی
چندبرابر کالای
قاچاق به بازار
می‌ریزند تا با سود
ناشی از آن تجارت
سیاه خود را ادامه
دهند

مدیرعامل مجموعه ارييس سازه پارسيان

كارگاه يك نفره ام را به بزرگ ترين کارخانه قطعه سازی تبدیل کردم

زهرا نوروزي

صنعت قطعه سازی لوازم خانگی در ايران قدمنت زیادی نداشت. شاید همین دلیل کافی باشد تا این سوال مطرح شود که این صنعت نویا به رغم همه مشکل های مسییر تولید در کشور، چگونه پاگرفته و پیشرفت می کند؟ داستان مجموعه ارييس سازه پارسيان بازندگان را که تولید چدن های روی اجاق گاز مشغول است، نکات قابل توجهی دارد. یوسف فتح‌اللهی، مدیرعامل این مجموعه فعالیت خود را از کارگاه يك نفره خود در زيرزمین خانه اش شروع کرده و در نهايیت روپايش را جامعه عمل پوشاند. وي معتقد است که در صورت حمایت دولتمردان، می تواند در صنعت قطعه سازی حرفی برای گفتنه باشند و محصولات خود را به دنیا صادر کند. مشروح گفت و گوی ماهنامه «دنيای سرمایه گذاري» با اين تولید گذاره بر جسته را می خوانيد.

شرکت های داخلی قطعات موردنیاز خود را مجموعه ماتهیه کرند و روند اعتمادسازی شکل گرفت و به تدریج مجموعه سناتور در زمرة اولین قطعه سازان قرار گفت. در سال ۱۳۹۲ مازاد تولیدات خود را به خارج از کشور صادر کردیم و از سال ۱۳۹۵ و بعد از اینکه تحریم ها شکل گستردگری به خود گرفت، صادرات مجموعه سناتور نیز بیشتر شد. در حال حاضر نیز تامبرندهای مطرح و متبر بر منطقه از محصولات ماستفاده می کنند.

محصولات اين مجموعه چه مزايابي دارند؟

سرعت در تولید، مزیت شرکت سناتور است. مانسیت به رقم محصولات خودمان را زودتر به مشتریان می رسانیم و نسبت به کشورهایی مثل ترکیه، ازبکستان، ایتالیا و ... از کیفیت بهتری برخوردار است: بنابراین این دو عامل علت موقیت مجموعه مادر تولید قطعات لوازم خانگی است. ناگفته نماند، به دلیل بازخوردهای مثبت تعداد ۳۰ سال است که درصد محصولات مجموعه سناتور صادر می شود و درصد مابقی نیز برای مصرف داخل کشور به کارخانه ها رسال می کنیم. ذکر این نکته ضروری است که مجموعه سناتور، داشت فنی تولید قطعات را مجموعه های تولیدی دیگر به شرکت گذاشته است. مانع تقدار داریم که عرصه تولید، چشم انداز بلندمدت مطابدو با این دیدگاه ماهر گز نمی توانیم تمام محصولات موردنیاز این صنعت را به تنهایی تولید کنیم. با توجه به این موضوع، از همکاران توانند دعوت کرده و همه داشت فنی را در اختصار آن ها قرار دادیم که کیفیت تولید آن های نیز ارتقا پیدا کند. بیشتر قبای امداد آشامونتگان مجموعه سناتور هستند و خوشبختانه این عزیزان در بازار نش آفرینی کرده و بخشی از نیاز بازار ارتأتیم می کنند. بنابراین حال هنوز سناتور برترین تولید گذاره شکه چندی در بازار لوازم خانگی ایران و منطقه است.

سناتور نیاز تولیدي کدام کشور منطقه را تامین می کند؟

مادر سال گذشته با صادرات محصولات خود ۴۲ درصد نیاز کشور ترکیه را تامین کردیم. پیش تر نیز محصولات چدنی لوازم خانگی در هندرمانی و ترکیه تولید می شد، اما این کشورها موفق به رقابت با چین نشدند و در حال حاضر ما کشور چین در این عرصه با یکدیگر رقابت می کیم. دلیل این بازار محدود نیز، حاشیه سود پایین این نوع تولیدات است و به همین دلیل سیاری از کشورها خطا تویید خودشان را محدود کردن. هم‌اکنون بسیاری از تولید گذاران چدن اجاق گاز به تولید محصولات پرسودی مثل ماهیت‌های های چدنی روی اورده‌اند، ولی ماهمچنان به ساخت چدن روی اجاق گاز مشغول هستیم.



انگیزه تولید در ذهن شما چگونه شکل گرفت؟

در سال سوم دیپرستان اساس کردم که به کسب و کار و مقوله تولید علاقه زیادی دارم. در زیرزمین خانه خود، کارگاه يك نفره ام را تاسیس کردم و پمپ های کولر را تعمیر می کردم و به عنوان قطعه دست دوم به الکتریکی می فروختم، تولید و تعمیر الکتروموتورهای برقی و کولر پخش دیگری از فعالیت های بنده بود. بعد از مدتی مدیران کارخانه هایی که محصولاتشان را به فروش می رسانند، به خرید قطعات چدنی روی گاز تشویق کردم و از آن ها در خواست کردم که از قطعات فلزی پرهیز کنند. وقتی برای خرید قطعات چدنی به کشور چین سفر کردم، به این باور رسیدم که توان تولید این محصول در ایران را درم؛ بنابراین در سال ۱۳۸۶ به طور رسمی تولید قطعه چدنی روی اجاق گاز را در ایران آغاز کردم.

درباره عمدۀ فعالیت های مجموعه ارييس سازه پارسيان
(سناتور) توضیحاتی ارائه فرمایید.

شرکت سناتور فعالیت خود را از سال ۱۳۸۶ شروع کرده است. قبل از مجموعه سناتور، کسی قطعه سازی را نجات نمی داد و شرکت های بزرگ بدون استناد قطعات موردنیاز خود را خارج از کشور و عمدتاً از کشور چین وارد می کردند. وقتی تولید قطعه سازی را آغاز کردیم، امکان رقابت با نمونه های خارجی را نداشتیم، ولی به مرور زمان در سال ۱۳۹۰ توانستیم فرآیند تولید را به سطح مطلوبی برسانیم. با افزایش قیمت ارز، بسیاری از

در شرایطی که بسیاری از تولیدکنندگان از آشتفتگی بازارهای صادراتی و واگذاری آن‌ها به کشورهای دیگر گله‌مند هستند، شما چگونه توانستید بازارهای صادراتی خود را حفظ کنید؟

در ابتدا باید نقش صنعت قطعه‌سازی را در تولید صنعت لوازم خانگی شرح دهم. هر صنعتی برای رشد و بقا به قطعه‌سازان قوی نیاز دارد. این نکته در همه صنایع و در کشورهای گوناگون یعنی به یک دستورالعمل صنعتی تبدیل شده است. اگر تاریخ ال‌جی و سامسونگ را بررسی کنیم، مشاهده خواهیم کرد که این مجموعه‌ها کار خود را با قطعه‌سازی شروع کردند. در واقع بدون قطعه‌سازی توانند، محصول سازان موفق خواهیم شد. در قوت گرفتن تحریم‌ها، بندۀ از محصول سازان پرسیدم حالا که برندهای اروپایی صنعت لوازم خانگی وارد نمی‌شوند، کدام برند ایرانی باید جای آن را بگیرد؟ در این رابطه جلساتی با این همکاران برگزار کردیم تا صنعت قطعه‌سازی لوازم خانگی را گسترش دهیم.

نتیجه‌این بررسی به کجا رسید؟

ماهی این نتیجه‌رسیدیم که توان محصول سازان مابسیار بیشتر از تولیدات کنونی آن‌هاست. اما آن‌ها بامشکل تامین قطعات روبه‌رو هستند؛ بنابراین بایدین طور نتیجه گرفت که قطعه‌سازی و صنعت لوازم خانگی مکمل هم هستند و بدون رشدیکی، دیگری رشد نخواهد کرد.

با این اوصاف چرا به جز شما و چند مجموعه دیگر، نام محصول سازان قوی در این صنعت زیاد نیست؟

به دلیل اینکه محصول سازان مانوئنسته‌اند محصولات با شماره‌الر از تولید کنند و سهم زیادی از بازارهای جهانی ندارند. مایک بازاریسته دالیم که محصولات محدودی دارند. مسلمان در این شرایط قطعه‌سازان بزرگ نیز رشد نمی‌کنند، چون نیازی به وجود آن‌ها نیست. قطعه‌سازان فعلی متناسب با میزان مصرف محصول سازان دست به تولیدیم زنند. در این بازار هر قطعه‌سازی که اندکی پا فرایر بگذرد و قطعات را سریع و یا کیفیت مطلوب به دست مشتری برساند، می‌تواند به عرصه صادرات قدم بگذارد. یکی از مزیت‌های حضور در بازارهای صادراتی، آشنایی با واقعیت‌های صنعت جهانی است که در بسته تولید و جود دارند. وقتی تولیدکننده‌مزایای رقیارابه چشم بینند، به ناچار محصولات با کیفیت‌تری تولیدیم کنند و روی قیمت تمام‌شده نیز تمرکز خواهد کرد. تقویت این دو مورد، اهرم رقابت تولیدکننده‌بار قبای خارجی است.

آیات‌کنون دولت گامی برای حمایت از قطعه‌سازان برداشته است؟

متاسفانه خیر. دولت به جای اینکه بستر برنامه‌ریزی اقتصادی برای تولیدکنندگان را فراهم کند، در عملکرد کارخانه‌های دخالت می‌کند. یکی از اشتباهات دولت، قیمت گذاری دستوری برای محصول نهایی است. وقتی این اتفاق رخ می‌دهد، محصول ساز اکنون کیفیت کالای خودمی کاهد. صرفه‌جویی در قطعات تولیدی، تنهای راه بقای صنایع در شرایط فعلی است. متاسفانه عاقبت تصمیمات صادراتی دولت مجموعه‌هایی نظری ماراین با چالش‌هایی مواجه خواهد کرد. به بهانه استفاده تولیدکنندگان از برخی بارانه‌های دولتی، بانک مرکزی قوانین را به اجرایی گذارد که به عنوان مثال، تولیدکننده‌بار از صادراتی را در سامانه نیما مبالغه کند. این در حالی است که مابه التفاوت از نیمایی و ارز آزاد بسیار زیاد است و این مساله اصلاح در نظر گرفته نمی‌شود. به این داشته باشیم که به دلیل نوسانات نرخ ارز، قیمت مواد اولیه مدام در حال تغییر است؛ بنابراین بهای تمام‌شده محصولات از نرخ تورم و ارز آزاد تاثیری می‌پذیرد. دولت به بهانه

اینکه به برخی از صنایع بارانه‌انرژی می‌دهد، شرکت‌هایی که عمق ساخت داخل بالایی دارند را به بازگرداندن ارز در سامانه نیما موظف کرده است؛ بنابراین می‌توان گفت که در برخی از صنایع^۳ در صداز بهای تمام شده محصول، شامل بارانه‌انرژی می‌شود. خیلی از صنایع از بارانه بهره‌مند نیستند و به دلیل عمق بالای ساخت داخل بالاز نیمایی قطعه وارد نمی‌کنند که مسلمان متصور می‌شوند. نتیجه این وضعیت این است که این مجموعه‌ها در صادرات موفق نبوده و توان رقابت با قطعه‌سازان خارجی را نخواهند داشت. با توجه به موارد مطرح شده، متناسبه دولت در شرایط تحریم، به جای اینکه پشتیبانی صادرکنندگان باشد، بزرگ‌ترین مانع صادرات است.

آیا همکاری و هم‌اندیشی بین مجموعه‌های صنعت قطعه‌سازی لوازم خانگی برای تشكیل کنسروسیومی در جهت منافع مشترک در این سال‌ها انجام شده تا بتوانند مطالبات این چنینی را از دولت یا دستگاه‌های مربوطه پیگیری کنند؟

متاسفانه این هماهنگی و همکاری به صورت منسجم وجود ندارد. قطعه‌سازان به ندرت سرمهیز مشترک برای هم‌افزایی می‌شنینند و این نوع روبک در محصول سازان نیز وجود دارد. این مساله به دو عامل بستگی دارد؛ نخست مساله فرهنگی که از دیرباز در روابط ما و جهاد داشته و دوم اینکه بازار محدود و بسته نیز در این مساله نقش دارد. در کشورهای توسعه‌یافته به دلیل گستردگی بازار و رقابت آزاد هم‌فکری و هماهنگی بیشتری این قطعه‌سازان صنعتی و جود دارد و ترس از دست دادن مشتری وجود ندارد.

چرا صنعت قطعه‌سازی در بخش لوازم خانگی قادر به تولید همه قطعات نیست تا محصول سازان از واردات برخی از قطعات بی‌نیاز شوند؟

در حال حاضر صنعت قطعه‌سازی ایران در تولید برخی از قطعات موفق و در تولید بعضی دیگر نیز رشد و پیشرفت خوبی نداشته است. این موضوع نیز به دلیل عدم بسترسازی دولت و بازار محدود ایران است. برخی از قطعات برای اینکه صرف‌های اقتصادی داشته باشد، باید به صورت انبوه تولید شود، زیرا در شماره‌های پایین، زیادن دهی محض محسوب می‌شود. مسلمان در ایران، واردات سود بیشتری دارد. ناگفته نماند، پیشرفت به این معنی نیست که همه قطعات در ایران تولید شود، بلکه باید با نیازمنجی مناسب، قطعاتی را تولید کنیم که علاوه بر قیمت تمام‌شده مناسب، قابلیت صادراتی نیز داشته باشد.

به منظور توسعه صنعت قطعه‌سازی چه توصیه‌ای برای دولت مردان دارید؟

مسلمان اقدامات دولت بر اساس نیات خیرخواهانه است، اما اقتصاد بانیات افراد کاری ندارد. دولت با بسترسازی اقتصادی غلط، واحدهای صنفی را فدا کرده است. دولت باید به جای سیاست‌های مجزا برای صنایع، اصلاحات ساختاری کلان و سیاست‌ثبات اقتصادی را برای تقویت صاحبان کسب‌وکار در نظر بگیرد. اگر دولت ارز تکنرخی را مثبت کند، اقتصاد کار خودش را به صورت خودجوش انجام می‌دهد. در مقابل، اگر اختلاف از نیمایی و ارز آزاد بیشتر شود، صنعت قطعه‌سازی در کشور روبرو به نابودی خواهد رفت، زیرا محصول سازان ترجیح می‌دهند که قطعات خود را از خارج از کشور انتخاب کنند. در پایان باید به این نکته اشاره داشته باشیم که چشم‌انداز خوبی برای صنعت قطعه‌سازی متصور نیستم، چون نمی‌دانم که دولت چه قوانینی تصویب می‌کند. ■

در صنعت چوب باید به دنبال طرح‌ها و ایده‌های جدید رفت

حمد جعفری

صنایع چوبی کامران از سال ۱۳۷۹ با همت حمید کامران راه اندازی شد. عمدت تولیدات این مجموعه محصولات چوبی کلاسیک با کیفیتی جهانی مانند میله‌مان، کابینت، درب‌های ضد سرقت و دیگر سازه‌های چوبی است. وی با تحقیقات تکمیلی میانایع چوبی و معماری در تلاش است که با تلفیق این دو، رازهای طراحی حرفاًی بین طراحی داخلی و صنعت چوب ایجاد کند، چراکه معتقد است: طراحی منزل و چوبی که در آن استفاده می‌شود، در سلامت روان انسان‌ها بسیار تاثیرگذار است. همچنین بر این نکته تأکید دارد که چوب مثل موجود زنده می‌تواند با انسان ارتباط برقرار کند و هیچ محصولی نمی‌تواند جای چوب را پر کند، زیرا ارتباط انسان با چوب مثبت است و با درنگ‌های جدیدی به وجود آوریم تاریخ چوب و مصرف کننده بیشتر شود. مشروح گفت و گوی ماهنامه «دنیای سرمایه‌گذاری» با این فعال صنعت چوب را می‌خواهد.

اما تاچند سال گذشته مبلمان صنایع چوبی را به صورت سنتی تولید و پسپس به فروش می‌رساندیم، ولی هم‌اکنون برای رفاه حال مشتریان، تولیدات این مجموعه به شکل پروژه‌ای انجام می‌شود؛ یعنی طرح، رنگ، سایز و... مناسب واحد موردنظر طراحی و اجرامی شود که نتیجه مثبتی هم برای ما و هم مصرف‌کننده دارد که ویژگی برتر ما نسبت به مجموعه‌های دیگر به شمار مردمی رود.

در زمینه صادرات محصولات خود چه اقداماتی انجام داده اید و وضعیت بازار کنونی را چگونه ارزیابی می کنید؟

قبل از همه‌گیری کرونا به کشورهای عمان، عراق و... صادرات داشتیم، اما در حال حاضر متوقف شده و در حال پیگیری صادرات مجدد هستیم، به طور کلی بازار وضعیت مناسبی ندارد. به نظر بمنهاده، هر تولید کننده‌ای می‌تواند سهم خود را بازار پیگیرد. کسانی که کار خود را درست انجام دهند، همیشه مشتری دارند، با این حال همیشه مشکلاتی در بازار داخلی وجود دارد. به اعتقاد بمنهاده، دولت باید فضای کسبوکار را بهبود بخیرد، ولی در نهایت خود تولید کننده است که می‌تواند شرایط را بهبود کند. باید به این نکته هم اشاره داشته باشیم که قیمت‌ها در ایران توسط عده‌ای از تولید کنندگان مسموم و محصولات تقلیلی باعث زیان نشوند. تولید کنندگان شده، اما در هر صورت تولید کننده‌ای که برند پاشد و جنس یا کیفیت تولید کند، هم مشتری دارد و هم بازار.

به منظور جلب رضایت مشتریان چه تدابیری اتخاذ کرده‌اید؟

رضایت مشتری از همه چیز مهمتر است و سعی مابراイン است که مشتری همیشه راضی باشد، بر همین اساس خدمات پس از فروش را بیز ارائه می‌دهیم و کارهای خود را ۱۰ سال ضمانت می‌کنیم، حتی اگر مشکلی از طرف خود مشتری به وجود بیاید، تعمیرات آن محصول را بایگان انجام می‌دهیم. در حال حاضر مشتریانی داریم که بیش از ۲۰ سال با ما همراه هستند.



به منظور پیشرفت فعالیت‌های خودچهیرنامه‌هایی دارید؟

مابه عنوان اولین مجموعه‌ای که به دنبال استفاده از ظرفیت دانشجویان است، در نظر داریم که در سال ۱۴۰۳ فعالیت خود را آغاز کنیم، بسیاری از این دانشجویان نخبه هستند، اما از ظرفیت و استعداد آن‌ها استفاده نمی‌شود. همچنین به دنبال استفاده از علم، نوآوری و همگرایی علم و صنعت هستیم و امید داریم که در کنار فعالیت‌های خود، برنامه‌های علمی هم داشته باشیم تا اکثرهای پیش‌رفته رقابت کنیم، شایان ذکر است، در حال حاضر حدود ۳۰ نفر پرسنل متخصص در صنایع چوبی کامران مشغول به کار هستند. نگفته نماند، برخلاف برخی از همکاران و فعالان این صنعت، نمایندگی در سطح کشور نداریم، چراکه نیازمند تعهداتی است که با توجه به حجم کار امکان آن فراهم نیست. از سوی دیگر، در حال حاضر در فکر احداث شهر ک صنعتی صنایع چوبی در شهر قدس هستیم که امیدواریم هرچه زودتر مقدمات کار فراهم شود.

صنايع چوبی کامران چه ویژگی نسبت به سایر
مجموعه‌های فعال در این صنعت دارد؟

افراد جامعه تا چه اندازه به مصرف محصولات چوبی گرایش دارند؟

در چند سال گذشته استفاده از مواد زین به جای استفاده از چوب پررنگ شد و مردم اطلاعات کافی برای انتخاب نداشتند، اما در حال حاضر مردم دوباره به سمت انتخاب صنایع چوبی گرایش پیدا کرده اند، زیرا موادی که به جای چوب استفاده می شود، غالباً سرطان را هستند. در بعضی از کشورهای جهان برای حفظ محیط زیست اقدام به کاشت درختانی می کنند که مناسب استفاده در صنایع چوبی است و ماهم می توانیم این کار را انجام دهیم. هر چند که در حال حاضر این کار در ایران نیز به صورت محدود انجام می گیرد که نه تنها مانع جنگزدایی می شود، بلکه اشتغال زایی هم ایجاد می کند و حتی می توانیم صادرات نیز داشته باشیم. ما برای محافظت از جنگل ها ناچار به استفاده از مواد رزینی هستیم، اما با کاشت درخت می توانیم از جنگل محافظت کنیم، واقعیت این است که تولیدات صنایع رزینی که جایگزین چوب در داخل خانه ها شده اند، می توانند باعث خسارات جبران ناپذیری شوند و تولید این محصولات نه تنها خدمت نیست، بلکه خیانت است.

شما به عنوان کارآفرین و تولیدکننده برتر هم شناخته شده اید؟ آیا این انتخاب شرایط کاری خوبی را برای شما رقم زد؟

در سال های گذشته با ادارات و ارگان های دولتی قرارداد همکاری داشتیم و عملکرد مثبت مانجر به جلب رضایت مشتریان شد، به همین دلیل به عنوان کارآفرین و تولیدکننده برتر معرفی شدیم، اما متأسفانه بعد از این انتخاب، اتفاق های خوبی برای ما پیش نیامد. به عنوان مثال، بیشتر اجنبیان ما پیش فروش است و زمانی که قیمت دلار به ناگهان افزایش یافت، در تهیه مواد اولیه با مشکلات زیادی روبرو شدیم و ناچار

بودیم که میل را با مبلغی تقریباً دو برابر قیمت فروش تحويل دهیم که همین امر باعث شد تا دچار زیان مالی شدیدی شویم.

آیا شرایط سرمایه گذاری در صنعت چوب فراهم است؟

در دو سال گذشته بازار تقریباً شرایط آرامی را پسی کرده و شرایط برای سرمایه گذاری در این صنعت فراهم است، چراکه صنایع چوبی بازار صادراتی خوبی به کشورهای عربی دارد و می توانیم در این زمینه عملکرد خوبی داشته باشیم. در حال حاضر بعضی از تولیدکنندگان کشور ترکیه محصولات خود را در ایران، تولید و سپس به نام محصولات ترکیه باقیتی بسیار بالاتر به فروش می رسانند؛ دلیل این اتفاق هم این است که تولید صنایع چوبی در ایران بسیار راحت تر و کم هزینه تر از کشور ترکیه است. البته نباید از موضوع ساخت محصولات تقلیبی در صنعت چوب به راحتی عبور کرد. متأسفانه تقلب در بازار زیاد است و بعضی از تولیدکنندگان به نام حمایت از قشر کم درآمد محصولات بی کیفیتی تولید می کنند که امیدواریم این روند متوقف شود، چراکه می توان با برنامه ریزی درست، محصولات با کیفیتی برای تمام افشار جامعه تولید کرد.

و سخن آخر...

امسال با ایران اقتصادی رو به رو بودیم، اما قطعاً شرایط تغییر می کند، چراکه صنعت چوب یکی از لازمه های مهم جامعه است. بند بسیار به آینده صنعت چوب یکی از لازمه های هستم و باور دارم که اتفاقات خوبی رخ خواهد داد. متأسفانه حمایت های لازم از کارخانه های تولیدی انجام نمی گیرد و عدم دترین مشکل کنونی، بحث داری است که در چند سال گذشته مشکلات بسیاری برای تولیدکنندگان به وجود آورده است. در ایران خیلی راحت می توان در صنایع چوبی پیشرفت کرد، اما در ابتدا باید علم خود را در این صنعت به روز و از طرح ها و ایده های جدید استفاده کنیم.

تقلب در بازار زیاد است و بعضی از تولیدکنندگان به نام حمایت از قشر کم درآمد، محصولات بی کیفیتی تولید می کنند که امیدواریم این روند متوقف شود، چراکه می توان با برنامه ریزی درست، محصولات با کیفیتی برای تمام افشار جامعه تولید کرد



کامران
KAMRAN FURNITURE



اقتصاد کلان



در این بخش می خوانیم:

- آماده سازی پنجره واحد سرمایه گذاری در کیش
- چشم انداز اقتصادی سال ۱۴۰۳ با نگاهی بر آنچه بر اقتصاد کشور گذشت

معاون اقتصادی و سرمایه‌گذاری سازمان منطقه آزاد کیش عنوان کرد

آماده‌سازی پنجره واحد سرمایه‌گذاری در کیش

رضا غانی

تک مخصوصی بودن کیش، مهمترین مانع برای جذب سرمایه‌گذاری در این جزیره محسوب می‌شود؛ چراکه کیش صرفاً به عنوان مقصد گردشگری شناخته می‌شود که این موضوع موجب شده تا نوسانات اقتصادی و حتی غیراقتصادی بر اقتصاد جزیره اثرگذار باشد و شاهد رکودهای عمیق در کسبوکارهای جزیره به خصوص در فضول گرم سال یاشیم، از طرفی، مشکلات اقتصادی و کوچک شدن سفره مردم نیز سهم گردشگری جزیره کیش از کل سهم گردشگری کشور را کاهش داد؛ لذا مسئولان سازمان منطقه آزاد کیش به دنبال آن هستند که حوزه‌های اقتصادی دیگری را در این جزیره زیبا فعال کنند که توسعه حوزه صنایع، حوزه تامین مالی، حوزه پولی و ارزی، گردشگری سلامت و مراوده با کشورهایی که آب و هوای گرم‌تری نسبت به کیش دارند، از جمله این برنامه‌ها است. در گفت‌وگویی که با وجدی زارع فکری، معاون اقتصادی و سرمایه‌گذاری سازمان منطقه آزاد کیش داشتیم، به بررسی اقدامات این معاونت و سرمایه‌گذاری در این جزیره پرداخته‌ایم، وی داشتجوی دوره دکترای اقتصاد پولی است و فعالیت شغلی خود را از سازمان اوقاف و از زمان تحصیل در مقطع کارشناسی آغاز کرده و به مدت ۸ سال در این سازمان، مشغول به کار بوده که ۳ سال آخر را پست مدیریتی داشته است. از اوایل سال ۱۴۰۰ در وزارت کار و در پست مدیر کل هماهنگی اقتصادی مشغول به فعالیت بوده و از تیرماه امسال نیز به عنوان معاون اقتصادی و سرمایه‌گذاری سازمان منطقه آزاد جزیره کیش مشغول به فعالیت است. مشروح این مصاحبه به نظر خوانندگان ارجمند می‌رسد.

هم به عهده داریم، بسیاری از شرکت‌های بازار سرمایه و بیمه در جزیره کیش ثبت شده‌اند و آن‌هایی هم که ثبت نیستند، باید شعبات خود را به ثبت برسانند که نظارت بر فعالیت‌های آن‌ها بر عهده مدیریت سرمایه‌گذاری است.

عمده‌ترین فعالیت‌ها در جزیره کیش مربوط به کدام شرکت‌ها می‌شود؟

در جزیره کیش ع شهرک صنعتی و جوددادار که در فازهای مختلف در حال فعالیت هستند که پر تکارترین آن بحث خدمات پشتیبانی چاههای نفت و گاز خلیج فارس است. بسیاری از این شرکت‌ها، دفاتر و شعبات خود را در کیش ثبت کرده‌اند و محل اداری، سوله‌های تعمیر و نگهداری آن‌ها هم در جزیره مستقر است که این موضوع، گردش مالی قابل توجهی را برای کیش ایجاد می‌کند. علاوه بر شرکت‌های نفتی، شرکت‌های دارویی، آرایشی و بهداشتی و غذایی نیز در جزیره کیش فعالیت می‌کنند و همچنین بخشی هم مخصوص فعالیت‌های ابزاری داریم.

در خصوص فعالیت‌های مدیریت توسعه تجارت و همچنین مدیریت بازارگانی در این منطقه توضیح دهید.

مدیریت توسعه تجارت یا همان گمرک در منطقه آزاد کیش، وظیفه نگهداری مرزهای منطقه آزاد را به عهده دارد و صادرات و واردات را مدیریت می‌کند. همچنین گمرک جمهوری اسلامی که آن هم در منطقه آزاد مستقر است، ورود و خروج کالا به سرزمین اصلی را مدیریت می‌کند. در واقع این دو، حوزه ماموریت متفاوتی دارند و مثبت نگهداشت تراز تجاری عمدتاً بر عهده مدیریت گمرک منطقه آزاد کیش است که ماموریت سنگینی را بر عهده دارد و بسیاری از امتیازاتی که منطقه آزاد کیش دارد، باید همین تراز تجاری مثبتی است که



ماموریت کلی و اصلی معاونت اقتصادی و سرمایه‌گذاری سازمان منطقه آزاد کیش در دولت فعلی چیست؟

در حال حاضر این معاونت ۵ حوزه اصلی را دربرمی‌گیرد که یکی از این حوزه‌ها سرمایه‌گذاری است که ماموریت عمران و آبادانی جزیره را از حیث ورود سرمایه‌گذاران بخش خصوصی بر عهده دارد. ما فروش زمین در منطقه آزاد کیش نداریم و اگذاری زمین به شرط احداث پروژه سرمایه‌گذاری و ساخت صورت می‌گیرد؛ به این معنا که زمین را تحویل می‌دهیم، اما مالکیت را منتقل نمی‌کنیم و پس از احداث پروژه مدنظر، سند زمین انتقال پیدا می‌کند که مدیریت این فرآیند بر عهده معاونت اقتصادی و سرمایه‌گذاری سازمان منطقه آزاد جزیره کیش و بخش مدیریت سرمایه‌گذاری این معاونت است. علاوه بر این، در مدیریت سرمایه‌گذاری، ساماندهی حوزه بانک، بورس و بیمه جزیره را

که تفاهوم اولیه با سرمایه‌گذاران منعقد کرده‌ایم، بیشتر از ۱۵۰ هزار میلیارد تومان بوده است. همچنین باست ادامه این تفاهوم‌ها، بیشتر از ۱۰۰ هزار بازدید از جزیره اتفاق افتاده است. امیدواریم که در سال آینده این اقدامات را به نتیجه برسانیم. همچنین باید فرصت‌های جدید در حوزه اقتصاد دریا، تفریحات ساحلی، حوزه گردشگری سلامت، توسعه خطوط هوایی، بیمارستان‌های به روزتر، هتل‌ها و رستوران‌های ملل و توسعه دائم‌های گردشگری موجود در جزیره کیش را برای سال آینده هدف گذاری کنیم.

تراز تجاری اقدامات اقتصادی در جزیره کیش چه میزان بوده است؟

از ابتدای سال تاکنون تراز تجاری عدد مثبت ۸۴ میلیون دلار را ثبت کرده که البته بیشتر مربوط به حوزه خدمات فنی و مهندسی و خدمات گردشگری است. البته در حوزه کالاهم مثبت بودیم، ولی به مراتب سهمی کمتری از حوزه خدمات داشت. موضوع بعدی هم ساماندهی کسب و کار، مجوزهای کسب و کار و سهولت ورود به فضای کسب و کار بوده که مانگاری درخواست‌ها را در سازمان منطقه آزاد کیش تقریباً به صفر رساندیم که سال آینده این اتفاق را هم رقم خواهیم زد.

به منظور سرمایه‌گذاری در جزیره کیش چه مشوق‌هایی را در نظر گرفته‌اید؟

لازم می‌دانم که در رابطه با مشوق‌های سرمایه‌گذاری جزیره کیش، به توسعه زیرساخت‌ها اشاره کنم، جزیره کیش را در حالی تحويل گرفته‌ایم که تقریباً در حوزه زیرساختی، یکی از بهترین نقاط کشور است و با حساب‌هایی که انجام شده، چند ۱۰ میلیون تومان سرانه هر متربیع زمین در این زیرساخت‌ها است و هر وعده‌ای که سایر حوزه‌های جذب سرمایه در کشور و در خارج از کشور، برای آینده در جهت فراهم کردن امکانات برای سرمایه‌گذار داده‌اند، ما از قبل این کرده‌ایم. موضوع دیگر، پرداخت بهای زمین به صورت اقساطی و بدون بهره در جزیره کیش است که مجوزهای آن اخذ شده تا سرمایه‌گذار همراهی کنیم تا در ابتدای پروژه سهمی بیشتری از مبالغ را صرف خود پروره کند و نه صرف پرداخت بهای زمین. تمام سمعی ما بر این است که پنجره واحد حوزه سرمایه‌گذاری را آماده کنیم که مواجهه سرمایه‌گذاری صرفاً با آن پنجره واحد باشد و سردرگمی‌های بروکر ایک را از فرآیندهای خود حذف کنیم. همچنین در حال تعریف فرصت‌های جدید و جذابیت‌هایی برای حضور سرمایه‌گذار در جزیره کیش هستیم که تمام این‌ها باعث می‌شود تا بتوانیم قول آینده بهتری را برای حوزه سرمایه‌گذاری در جزیره کیش بدهیم.

و سخن آخر...

امیدواریم در آینده، جزیره کیش مکانی با اقتصاد پویا و موثر در اقتصاد ملی و شناخته شده در اقتصاد بین‌المللی و جذب برای خانواده ایرانی باشد و با توجه به گردش مالی بالا و نه صرفاً به واسطه افزایش قیمت زمین‌ها، به بیشتر سرمایه‌گذاری تبدیل شود که البته این چشم‌انداز، چندان هم دور از دسترس نیست. ■

مدیریت گمرک برای آن فراهم می‌کند. مدیریت بعدی که بسیار مهم است، مدیریت بازرگانی است که ساماندهی حوزه کسب و کارهای جزیره، صدور مجوز فعالیت‌های اقتصادی، نظارت بر اصناف و بازارها، صدور کارت بازرگانی و ثبت بازرگانی در این حوزه را بر عهده دارد. در جزیره کیش، بیش از ۴ هزار صنف داریم که مشغول به فعالیت هستند و از سازمان منطقه آزاد، مجوز فعالیت اخذ می‌کنند، چراکه شرط اصلی معافیت مالیاتی در منطقه آزاد این است که کسب و کار دارای مجوز فعالیت از سازمان منطقه آزاد کیش باشد. مدیریت دیگری که با آن سروکار داریم، مدیریت استاندارد و غذا و دارو است که کیفیت کالای ورودی به جزیره و کالایی که در کیش به فروش رسید، به این حوزه مرتبط است که تفویض اختیارها و هماهنگی‌هایی را با سازمان ملی استاندارد و سازمان غذا و دارو دارد. با حوزه‌های دیگری هم مرتبط هستیم، به عنوان مثال، توسعه جزایر اقماری که شامل ۳ جزیره هندوارابی، تنب بزرگ و تنب کوچک می‌شود و لازم است که بسیاری از طرح‌های سرمایه‌گذاری، صنعتی و گمرکی ما در آنچه تعریف شود که در حوزه زیرساخت‌ها، باید سرمایه‌گذار جذب کنیم.

مهمنترین برنامه‌های این معاونت از ابتدای سال تاکنون چه بوده است؟

مهمنترین ماموریت بودجه‌ای که این مدیریت بر عهده داشته، جذب سرمایه‌گذار بیشتر برای توسعه و آبادانی روزافزون در جزیره و سپس مثبت کردن تراز تجاری این منطقه است. مادر راستای جذب سرمایه‌گذاری سعی کرده‌ایم که در سیاری از رویدادهای مرتبط با حوزه سرمایه‌گذاری حضور داشته باشیم و در سال‌ها و دهه‌های گذشته، سرمایه‌گذاری‌های بسیار خوبی توسط بخش خصوصی در جزیره کیش انجام شده که بسیاری از آن‌ها به نتیجه رسیده و بسیاری هم در مرحله به نتیجه رسیدن و اتمام است. البته بخش زیادی از اقداماتی که باید انجام دهیم، صرف ساماندهی و رفع موانع سرمایه‌گذاری گذشته می‌شود، چراکه برای ورود سرمایه‌گذار جدید باید تکلیف جزیره با سرمایه‌گذاری‌های قبلي روش باشد تا به سرمایه‌گذار جدید اطمینان خاطر دهیم که در مواجهه با سرمایه‌گذار، دنبال به نتیجه رساندن کارها هستیم و نه اتلاف منابع سرمایه‌گذار، لذا مقدمه جذب سرمایه‌گذار جدید را ساماندهی سرمایه‌گذاری‌های قبلي می‌دانیم که در این راستا اتفاقات سیار خوبی خ داد و به بسیاری از پروژه‌هایی که راکد مانده بودند، مجوزهای ادامه فعالیت داده شد. برخی از آن‌ها هم به قصد دلالی، زمین را گرفته بودند و سال‌ها بود که اتفاق مثبتی روی زمین آن‌ها بیفتدند بود، اما با کمال احترام اقدام به فسخ این پروژه‌ها کردیم، در مجموع ۱۱۰ بسته سرمایه‌گذاری را در این معاونت تعریف کردیم و در نمایشگاه‌های بزرگ داخلی و خارج از کشور به نمایش گذاشتیم که تفاوقات خوبی صورت گرفت. البته با توجه به شرایط جای اقتصاد ایران و اقتصاد جهانی نمی‌توان انتظار نتیجه سریعی را داشت، ولی کماکان ارتباطات را حفظ کرده‌ایم. در عین حال امکان معرفی جزیره، و بسته‌های سرمایه‌گذاری به زبان‌های مختلف انگلیسی، عربی، ترکی، ارمنی، روسی و چینی را فراهم کرده‌ایم. در مجموع پروژه‌هایی

در سال‌ها و دهه‌های گذشته، سرمایه‌گذاری‌های بسیار خوبی توسعه بخش خصوصی در جزیره کیش انجام شده که بسیاری هم در مرحله به نتیجه رسیده و اتمام است. البته بخش زیادی از اقداماتی که باید انجام دهیم، صرف ساماندهی و رفع موانع سرمایه‌گذاری گذشته می‌شود، چراکه برای ورود سرمایه‌گذار جدید باید تکلیف جزیره با سرمایه‌گذاری‌های قبلي روش باشد تا به سرمایه‌گذار جدید اطمینان خاطر دهیم که در مواجهه با سرمایه‌گذار، دنبال به نتیجه رساندن کارها هستیم و نه اتلاف منابع سرمایه‌گذار، لذا مقدمه جذب سرمایه‌گذار جدید را ساماندهی سرمایه‌گذاری‌های قبلي می‌دانیم که در این راستا اتفاقات سیار خوبی خ داد و به بسیاری از پروژه‌هایی که راکد مانده بودند، مجوزهای ادامه فعالیت داده شد. برخی از آن‌ها هم به قصد دلالی، زمین را گرفته بودند و سال‌ها بود که اتفاق مثبتی روی زمین آن‌ها بیفتدند بود، اما با کمال احترام اقدام به فسخ این پروژه‌ها کردیم، در مجموع ۱۱۰ بسته سرمایه‌گذاری را در این معاونت تعریف کردیم و در نمایشگاه‌های بزرگ داخلی و خارج از کشور به نمایش گذاشتیم که تفاوقات خوبی صورت گرفت. البته با توجه به شرایط جای اقتصاد ایران و اقتصاد جهانی نمی‌توان انتظار نتیجه سریعی را داشت، ولی کماکان ارتباطات را حفظ کرده‌ایم. در عین حال امکان معرفی جزیره، و بسته‌های سرمایه‌گذاری به زبان‌های مختلف انگلیسی، عربی، ترکی، ارمنی، روسی و چینی را فراهم کرده‌ایم. در مجموع پروژه‌هایی

چشم‌انداز اقتصادي سال ۱۴۰۳

بانگاهی بر آنچه بر اقتصاد کشور گذشت

دکتر مهدی کريبي تفريشي

رييس کارگروه کسب و کارهای جاده ابریشم سازمان ملل - یونسکو

بازارهای جدید برای حجم کالای تولیدی فعلی کشور ایجاد نکنیم و بازارهای جدید به ظرفیست تقاضایی که برای بخش تولید مورد انتظار هست، اضافه نشوند، همچنان رکود خواهیم داشت. شاید دولت محترم نیاز به یک خانه‌تکانی در سیستم مدیریتی در سال آینده داشته باشد، چراکه همان گونه که شاهد بوداهم، بسیاری از مشکلات و خلل‌هایی که در تصمیم‌گیری‌ها و عملکردها وجود دارد، به ضعف سیستم مدیریتی بازمی‌گردد و فقط تحریم‌ها و این تنها با حذف یک سازمان یا وزارت‌خانه و یا اضافه شدن یک سازمان یا وزارت‌خانه جدید میسر نمی‌شود.

اکنون دلار به سمت مزهای جدیدی می‌رود و اگر افزایش نرخ دلار به کاتال ۶۰ هزار تومان ماندگار شود، همه وضعيت اقتصادي کشور تحت تاثير قرار خواهد گرفت. تورم افسارگسیخته در اقتصاد کشور، بزرگ‌ترین آفتی است که اقتصاد ایران گرفتار آن است. آنچه مسلم است، بانک مرکزی باید بر سیاست کنترل تورم متمرکز شود؛ در غیر این صورت سال آینده این کاهش ارزش ریال در کنار تورم مشکل بسیار بزرگ «سرمایه در گردش» را برای بنگاه‌ها ایجاد خواهد کرد.

سیاست‌های انقباضی بانک مرکزی سبب شده تا بخش‌های تولیدی در بحث سرمایه در گردش و یا سرمایه ثابت دچار مشکل شوند. بانک مرکزی باید در کنار تلاش برای کاهش نقدینگی و جهت کنترل تورم، سیاست‌هایی اعمال کند تا واحدهای تولیدی کوچک و متوسط و همچنین واحدهای نیمه‌تمام آسیب کمتری را متحمل شوند و این گونه در شرایط حساس اقتصادي به رونق تولید کمک کند.

بودجه سال ۱۴۰۳ بر اساس درآمدهای مالیاتی بسته شده که به طور کلی رویکرد مثبتی است؛ البته در صورتی که بتواند به نحو درستی، با دقت و شفافیت انجام شود تا بخشی از گره‌های اقتصادي را باز کند و همچنین دولت توجه ویژه‌ای به بخش تولید داشته باشد و معافیت‌های مالیاتی درست برای این بخش در نظر گرفته شود تا کمترین آسیب به بخش تولید وارد شود. وقتی مالیات بر ارزش افزوده به بودجه اضافه شد، باید در کنار آن مالیات بر سود شرکت‌های تولیدی کاهش باید؛ یعنی بک توانز در درآمدهای مالیاتی برقرار باشد تا بخش تولید رونق بگیرد، چراکه تولید در برده کنونی، موتور محركه اصلی اقتصاد کشور است که همچنان به حمایت نیاز دارد. ■

رشد اقتصادي کشور در سه ماهه اول ۱۴۰۲ معادل ۶/۴ درصد و رشد اقتصادي بدون نفت طی این دوره معادل ۵/۷ درصد بوده است. دولت همواره در تنظیم سندهای خود رشد اقتصادي ۸ درصدی را به عنوان یکی از اهداف خود در نظر گرفته است. طبق داده‌های آماری مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، اگر رشد محدود «شکل سرمایه ثابت» ادامه باید، امکان تداوم رشد اقتصادي بالا وجود ندارد. به نظر می‌رسد، پرونده اقتصادي سال ۱۴۰۲ با رشدی کمتر از آنچه در بهار و تابستان تجربه شده، بسته می‌شود. همچنین برآوردهای مرکز نشان می‌دهد که رشد اقتصادي در سال ۱۴۰۳ به سطحی برابر با ۷/۱ درصد می‌رسد. آخرين باري که رشد اقتصادي سالانه به نزدیک اين سطح رسیده بود، مربوط به سال ۱۳۹۹ می‌شود که در اين سال، رشد اقتصادي معادل با ۳/۳ درصد ثبت شده است.

در سال ۱۴۰۲ شاخص‌های اقتصادي به شدت تحت تاثير تکانه‌های اقتصادي حاصل از جنگ اسرائیل و حملات قرار گرفت. جال اینجاست که برخلاف روند جهانی در شاخص‌های اقتصادي ایران اثرات این جنگ خود را بیشتر از تاثیرات بر سایر کشورهای خاورمیانه و دیگر کشورهای جهان نشان داد. این واقعه اثرات قابل توجهی را بر بازار بورس، دلار و طلا داشت، اما به نظر می‌رسد که اثرات حاصل از این جنگ پایدار نخواهد ماند. آنچه مسلم است، این رفتارهای اقتصادي سیستم‌های مدیریتی کشور است که می‌تواند شرایطی پایدار در اقتصاد کشور را رقم بزند. در سیاست‌ها وجود داشته، تامین نقدینگی مورد نیاز اقتصاد کشور به طور مشخص بیشتر از منشأ نفت بوده که به عنوان محرك در اقتصاد ما خودش را نشان داده است. عمدۀ رشد اقتصادي در دو سال گذشته به واسطه رشد بخش نفت و صنایع بزرگ بوده است.

شرایط تحریم، تورم همزمان و رکود سه عامل بسیار بزرگ موثر بر اقتصادمان است که نوعی بازدارندگی ایجاد می‌کنند. قاعده‌تا باید نگاه کیم که آیا سال آینده چشم‌اندازی هست که این شرایط بهمود پیدا کند یا در بر همین منوال و بر همین پاشنه خواهد چرخید؟ به نظر می‌رسد، فعلاً تغییر چندانی متصور نیستیم. رکود سال‌ها گریبان اقتصاد کشور را گرفته و تازمانی که مردم قدرت خرید نداشته باشند،



بودجه سال ۱۴۰۳
بر اساس درآمدهای
مالیاتی بسته شده
که به طور کلی
رویکرد مثبتی است؛
البته در صورتی
که بتواند به نحو
درستی، با دقت و
شفافیت انجام شود
تابخشی از گره‌های
اقتصادی را باز کند

مجتمع صنایع غذایی و کشاورزی



نوروز تان فرخنده باد
Happy New Year



ریگی فریان از مردم عزیز تا سفر به بالا



الاختيارات

اقترح مدير فندق آراميس

النقص الحاد في القوى العاملة في قطاع الفنادق



وقال رئيس مجلس إدارة وكالة سبط جشت الإيرانية

الحاجة إلى تعليم واسع النطاق ومعياري في مجال السياحة



وقال الرئيس التنفيذي لشركة زاغروس بوش

ابتكار، المفتاح لطول عمر العلامة التجارية في السوق



الرئيس التنفيذي لشركة كامران للصناعات الخشبية

في صناعة الأخشاب، ينبغي للمرء أن يبحث عن تصاميم وأفكار جديدة



مدرس ومستشار في شؤون الفنادق

تواجه الفنادق نصاً في الموظفين المدربين



الرئيس التنفيذي لشركة صبا نرجي القابضة

إن أولوية شركة صبا نرجي القابضة هي الاستثمار ذو القيمة والوعائد العالية



العضو المنتدب لشركة مبادرات نوين هزاره سوم للمعارض

المعارض هي فرصة لتقديم منتجات وتقنيات جديدة



الرئيس التنفيذي لمجموعة اریس سازه بارسیان

لقد حولت ورشة العمل الخاصة بي إلى أكبر مصنع للمكونات



اتصل بنا: شارع شهید مفتح، زقاق مرزبان نامه، لوحة رقم ۲۷. الوحدة الثامنة

رقم الهاتف: +۹۸۲۱ ۸۸۶۴۸۴۲

رقم الفاكس: +۹۸۲۱ ۸۸۶۴۷۸۶

الرمز البريدي: ۱۵۸۸۸۲۶۳۴۴

رقم الهاتف المحمول: +۹۸ ۹۱۲۷۷۰ ۷۷۴۰

البريد الإلكتروني: d.sarmayeh@gmail.com

للحصول على النسخة الكاملة من المجلة الشهرية، يرجى

الرجوع إلى موقع الأخبار التالي: www.dsarmaye.ir

صاحب الامتياز والرئيس التنفيذي:

مرتضى فغاني

رئيس التحرير: فرهاد أميرخانى

المدير التجارى: سارة نظرى

المترجم: سعيد عدالت جو



عالم الاستثمار اختياراتك لدخول سوق الأعمال الإيرانية

تمتلك إيران، وهي دولة ذات حضارة قمتد لألاف السنين وذات موقع جغرافي استراتيجي، العديد من الفرص والقدرات للاستثمار في النفط والغاز والمعادن والبني التحتية الصناعية المختلفة. كما أن وجود مناخات متعددة وأثار 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 وغير طريق الحرير إلى خلق ميزة تصديرية خاصة لنا؛ لذلك، يمكن للدخول الذي في مختلف القطاعات مثل الصناعة والخدمات والتجارة والشركات الجديدة أن يحقق أرباحاً ضخمة للمستثمرين. تسعى مجلة عالم الاستثمار إلى توفير نافذة جديدة واسحة في الاقتصاد الإيراني المبتكر، 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 والمتخصصين 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 ثقتكما، جهودنا لتحسين وزيادة رضاكم باستمرار هي جزء من خارطة الطريق لهذه المجموعة لاستجابة بشكل أفضل لاحتياجات جمهورنا. قرائنا الأعزاء يمكنكم التواصل معنا بإدراج محتواكم وإعلاناتكم.

توقعات سوق الصرف الأجنبي في البلاد في عام ٢٠٢٤



مرتضى فغافي
عضو غرفة تجارة طهران

صناعة الصلب في إيران القدرات والتحديات



فرهاد أميرخاني
رئيس التحرير

تتمتع صناعة الصلب الإيرانية بمكانة خاصة في العام بسبب مناجمها الغنية ومنتجاتها عالية الجودة. تحمل الآن أكثر من مائة شركة ومناجم للصلب في بلادنا، بما في ذلك الشركات الكبيرة مثل مصهر الحديد في أصفهان، وخوزستان للصلب، وبمبارة للصلب، وخرسان للصلب، وأذربيجان للصلب، وسبائك الصلب، وهرمزجان للصلب، وخام الحديد المركزي، وتشادورميلا، جول جاهار، خام الحديد سانجان، ومناجم الفحم، وما إلى ذلك.

وفي الوقت الحالي، يعتبر أداء صناعة الصلب في إيران جيداً بالثناء، حيث أعلن الاتحاد العالمي للصلب مؤخراً أن إيران وصلت إلى المركز التاسع في العالم في إنتاج الصلب في يونيو من هذا العام. اليوم، يظهر الأداء السنوي لصناعة الصلب حقيقة أنه مقارنة بأداء ٧١ دولة متوجهة للصلب في العالم، بعد تركيا. حققت إيران أعلى نمو في الإنتاج بين أكبر ١٠ منتجين في العالم، بحيث أنه في هذه الفترة في الفترة من ١٠ ديسمبر إلى ١٠ ديسمبر، بلغ إنتاج ٢,٩٠٠,٠٠٠ طن من الفولاذ الخام رقمًا قياسياً للإنتاج السنوي يبلغ ٣١,٠٠٠,٠٠٠ طن. وما يستحق التأمل في هذه الإحصائيات هو أن صناعة الصلب في إيران تمتلك من أن تصبح قريبة من المنافسين الرئيسيين في العالم مثل صناعات الصلب البرازيلية والتركية والألمانية، وفي الوقت نفسه قادرة على المنافسة. وبحسب هذه الإحصائيات، فإن البرازيل خلال الشهر الماضي في ١٢ شهراً من عام ٢٠٢٣ بلغ إنتاج ٣١ مليون و٩٠٠ ألف طن، وتركيا بلغ ٣٣ مليوناً و٧٠٠ ألف طن، وألمانيا بلغ ٣٥ مليوناً و٤٠ ألف طن طن من الفولاذ الخام، في المقابلة السابعة إلى التاسعة وقد كرسوا أنفسهم لإنتاج الفولاذ الخام. ولا ينبغي لنا أن ننسى أن صناعة الصلب في إيران، على الرغم من العقوبات التي عانت منها، لا تزال قادرة على تقديم خدمات قيمة للبلاد مع عائدات عالية من النقد الأجنبي. على الرغم من أنه في خطة التنمية الخمسية السادسة، يتم النظر في أفاق أعلى لصناعة الصلب؛ لكن لا يزال هناك أمل في أن تتمكن هذه الصناعة من الوصول إلى مراكز أعلى في العام بحلول عام ٢٠٢٥ مع زيادة الإنتاج بمقدار ٥٥ مليون طن.

وبطبيعة الحال، فإن تحديات تطوير صناعة الصلب في بلادنا لا تزال ليست قليلة. وبغض النظر عن قضايا مثل العقوبات والقيود المصرفية والعملية والأحداث المؤثرة مثل الحرب بين أوكرانيا وروسيا والصراع بين الحوئين والتحالف وما إلى ذلك، فإن بعض المتغيرات الداخلية مثل عدم تطابق العرض والطلب، وصعوبة الوصول إلى الأسواق العالمية وأشار إلى عدم تطابقها مع تطور الصناعات التحويلية ومحدودية موارد الطاقة مثل الكهرباء والمياه والغاز.

شهد سوق الصرف الأجنبي في البلاد، وتحديداً سعر الدولار، وهو المؤشر الرئيسي لهذا السوق، مُمواً متواصلاً العام الماضي، على الرغم من التقلبات المؤقتة، وفقاً لمتغيرات أساسية أخرى لاقتصاد البلاد، مثل نمو القاعدة النقدية، ونمو السيولة، وحجم عائدات النقد الأجنبي ووصول إيران بعائداتها من مواردها في الخارج، ولكن في الأسابيع القليلة الماضية، وخاصة بعد إجراء انتخابات المجلس الإسلامي، شهدنا صعوداً وهبوطاً في هذا السوق. وبعد انتخابات المذكورة فقر سعر الدولار في السوق المفتوحة إلى قنطرة ٦٠ ألف تoman وترددت بعض الهمسات حول وصوله إلى قنطرة ٧٠ ألف تoman. إلا أن هذه التوقعات لم تتحقق واستقر سعر الدولار في السوق المفتوحة عند نحو ٥٧ ألف تoman بالعودة إلى قنطرة ٥٠ ألفاً. وانتقد البعض سياسة الحكومة تجاه هذا السوق باعتبارها رش العملة والعلاج بالأخبار، فضلاً عن الحديث عن خطط مثل البيع المسبق للعملة، ووصفوا هذه الإجراءات بأنها مجرد راحة مؤقتة لتهيئة سوق العملات المتواترة.

وبحسب تصريحات رئيس البنك المركزي، فإن السياسة المالية العامة للبلاد العام الماضي كانت تهدف إلى تثبيت نمو السيولة في حدود ٣٦٦٪، لكن هذا على الرغم من أن ارتفاع سعر الدولار كمؤشر سوق الصرف الأجنبي العام الماضي حقق نمواً بحوالي ٣٢٨٪، وهذا يدل على أننا في سوق الصرف الأجنبي حققنا نمواً أكبر من حوالي ٦٦٪ مقارنة بزيادة السيولة، لذلك يمكن القول أنه ربما لم تتطابق تقديرات البنك المركزي لنمو السيولة تماماً مع واقع السوق والمؤشرات الاقتصادية، ورغم أنه لا يمكن إنكاره، إلا أن هذا التقدير كان متقارباً.

وتشير الإحصائيات الميدانية إلى أن نمو القاعدة النقدية عام ٢٠٢٣ نحو الانخفاض، وقد وصل النمو خلال ١٢ شهرًا فعلياً إلى ٣٣٪، وهو ما ينطوي إلى حد كبير مع معدل نمو سعر الدولار كمؤشر لسوق العملات. وإذا استمرت هذه السياسة وتم التحكم في نمو السيولة في حدود ٣٥-٣٠٪ فإن ارتفاع سعر العملة سيكون أيضاً في نفس النطاق، ويفيد أنه في العام المقبل يجب أن نشهد ارتفاعاً بنسبة ٣٥-٣٠٪. ارتفاع سعر العملة وسعر الدولار سيصل إلى قنطرة ٧٠ ألفاً. ومع ذلك، لا ينبغي أن ينكر تoman تأثير الشؤون السياسية الكلية، وخاصة الانتخابات الرئاسية المقبلة في الولايات المتحدة واحتمال نهاية الحرب في قطاع غزة وأوكرانيا، على اقتصاد البلاد. كما أن السياسات المالية الجديدة التي اعتمدها البرلمان الثاني عشر سيكون لها تأثير مهم للغاية على سوق العملات في البلاد.

تواجه الفنادق نقصاً في الموظفين المدربين



ترتبط صناعة الفندقة بكل ما يتعلق بالإقامة، وتقديم الخدمات للمسافرين والضيوف، وجميع أنواع الإقامة والمطاعم. في حوار مع غلامعلی إلخاقي، مدرس ومستشار في شؤون الفنادق، قمنا بدراسة حالة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

إن جذب أي استثمار يعتمد على سياسة الخطة السابعة التي لا تفصل عنها السياحة. أساس السياحة هو البنية التحتية مثل المطارات، وإمدادات الطائرات، وبناء الطرق، والقطارات، والحافلات، والسفن، وبناء أنواع مختلفة من وحدات الإقامة، وأخيراً، تدريب الموارد البشرية المدرية وفقاً للأجهزة.

يؤدي عدم استقرار الأسعار إلى حدوث تغيرات في الأسعار على عدة مراحل وتعطيل التخطيط بأكمله. على أية حال، نحن تحت الحصار الاقتصادي، وسواء شئنا أم أبينا، على الرغم من كوننا أعضاء في مجموعة البريكس وأوراسيا وغيرها من الاتفاقيات، إلا أننا لا نزال نواجه تقلبات. ومن المؤمل أن نصل إلى الاستقرار. في مثل هذه الحالة، سنتحقق الأهداف من خلال التخطيط القصير والطويل الأجل. ومن الجدير بالذكر أن التضخم الاقتصادي له تأثير سلبي على الاستثمار في بناء الفنادق، لأن بعض السلع غير متوفرة في إيران كما أن تغيرات الأسعار تؤدي إلى إبطاء سرعة البناء. ومن ناحية أخرى، فإنه يقلل أيضاً من الرغبة في الاستثمار في بناء الفنادق.

خلال السنوات الماضية، انخفضت رغبة الناس في العمل في الوحدات السياحية، وأصبحوا لا يرغبون في التعلم. وحل هذه المشكلة لا بد من زيادة قوة محرك السياحة، أولاً مع ثبات أفكار الشيوخ بصوت واحد ومن ثم صوت واحد في تشجيع الاستثمار وترميم الآثار القديمة وأهميتها وشهرتها العالمية الواسعة. ينبغي اتخاذ التدابير حتى يتمكن الأشخاص الذين يتوقون إلى دخول الصناعة من الحصول عليها في الوقت الحالي، تواجه العديد من الفنادق نقصاً في الموظفين المدربين، وهذا هو الشيء الوحيد الذي يجب القيام به. ولا يقتصر تعليم وتدريب الموارد البشرية على الموظفين فحسب، بل يشمل أيضاً أصحاب رأس مال الفندق، بما في ذلك مجلس الإدارة أو الرئيس التنفيذي أو المدير العام. نظراً لأن صناعة السياحة هي كلمة عامة ولها عدة فئات فرعية، منها إدارة الفنادق واحدة منها، فإن سلوك وأفعال الفندق يجب أن تكون هي نفسها؛ وتعني مدنية أو حضرية، لأن الفندق يُنسى في المدينة وينمو بالتواء مع فو الصناعة أو التكنولوجيا؛ ولذلك فإن تفكير أو سلوك الفندق يجب أن يكون سلوكاً صناعياً، وليس سلوكاً إقطاعياً أو عبودياً وهو تفكير الخان. في مثل هذه الحالة، يمكن للمرء أن يفكر في التنمية الشاملة للسياحة، وبعد تحديد الهدف يمكن اتخاذ استراتيجية مناسبة للتفكير الصناعي. ■

ضرورة إصلاح هيكلية إنتاج وتوزيع الغذاء

مقارنة بالسنوات العشر الماضية، شهدت صناعة المواد الغذائية في بلدنا انخفاضاً كبيراً من حيث الجودة والصحة، والسبب الرئيسي يتعلق بالقضايا المادية. في السنوات الأربع الماضية، كانت المنتجات الغذائية موجهة نحو الصحة، لكن المنتجات الموجهة نحو الصحة تختلف قليلاً عن المنتجات الأخرى من حيث السعر. ولسوء الحظ، في ظل الظروف الحالية، نشهد انخفاضاً في استهلاك المنتجات الصحية، مما سيؤدي إلى انخفاض صحة الناس وزيادة عدد الأمراض. ومن التدابير الفعالة لازدهار صناعة الأغذية خلق ثقافة مناسبة لاستخدام هذه الأنواع من المنتجات؛ إنه يعني إيصال الرسالة إلى أفراد المجتمع بأن منتجي الأغذية يهتمون بصحتك من خلال إنتاج منتجات موجهة نحو الصحة. وفي الوقت نفسه، فإن هذه الأنواع من المنتجات لها سعر مرتفع سيكون الناس على استعداد لدفعه أكثر إذا كانوا متاكدين من أن مصانع الأغذية تعمل من أجل صحتهم.

ترتبط إحدى المشكلات في صناعة الأغذية بالقضايا المالية والالتزامات. وبشكل عام يتم تسعير أسعار المواد الغذائية والمنتجات على أساس سعر الوقود، لأن سعر العبوات التي تباع بها الأطعمة والمشروبات يتغير مع سعر الزيت والوقود. وفي الوقت نفسه، فإن تقلبات أسعار الصرف في بلدنا تجعل العمل صعباً للغاية وتخلق هواش ربح تؤثر على منتجي وموزعي الأغذية. أما المشكلة الثانية فهي قلة العمالة الماهرة في الصناعات الغذائية، وعدها قليل جداً. يجب أن يتمتع الأشخاص الذين يعملون في هذه الصناعة بالقدرة على العمل في الهواء الطلق وأن يتمتعوا بروح طيبة لإقامة علاقات مع الآخرين؛ لذلك، تعد القدرة البدنية والعقلية من العناصر المهمة جداً للقوة الخبرية. وفي الوقت نفسه تخطط بعض الشركات لحل هذه المشكلة من أجل تدريب الأشخاص للاستفادة منها بالشكل الأمثل في مختلف القطاعات. ومن الجدير بالذكر أن إحدى العمليات التي قمت في صناعة المواد الغذائية كان التخطيط خلال السنوات العشر إلى الخمس عشرة الماضية لإخراج محلات السوبر ماركت من دورة مبيعات المواد الغذائية وإنشاء سلسلة متاجر محلية يمكنها، حتى مع التخفيضات والنشر الدوري لهذه المتاجر، محلات السوبر ماركت أبداً في النهاية، آمل أن تحظى صناعة المواد الغذائية الكبيرة والمهمة بأهمية في بلدنا، لأنها تعامل بشكل مباشر مع صحة الناس وأرواحهم. وفي الواقع، فإن إصلاح هيكل إنتاج وتوزيع الغذاء مسألة مهمة يجب معالجتها وأخذها على محمل الجد. ■



محيي سلطاني
مدير مبيعات الصناعات
الغذائية

صناعة السياحة تحتاج إلى دعم حقيقي



يمكن أن يكون لصناعة السياحة في إيران مستقبل مشرق إذا نجحت في جذب الاستثمار الأجنبي. في المحادثة التي أجريناها مع السيدة ريقا حامى بور فرشى، الرئيسة التنفيذية لشركة فلامنغو القابضة للسياحة ورئيسة جمعية الصداقة الإيرانية الأسترالية، ناقشنا قضايا مثل انخفاض عدد السياح في بلادنا، والتدابير الفعالة لزيادة عدد السياح عدد السياح ومستقبل السياحة وقضايا مماثلة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

ولدت هذه الشركة في دبي عام ١٩٩٠ وبدأت نشاطها في مجال السياحة في أحد المكاتب. تزامنت بداية فلامنغو مع بداية التطور والتحول في دبي، مما جعل الشركة تكتسب خبرات جيدة في المجال الدولي. وبعد عدة سنوات من العمل في دبي، حصلت فلامنغو على ترخيص للعمل في إيران في عام ١٩٩٦ وبدأت العمل. كانت وجهة خروجنا الأولى هي الإمارات العربية المتحدة دبي، وقد ساعدنا المكتب الذي كان لدينا في هذه المدينة والخبرات التي اكتسبناها كثيراً حتى فتح فلامنغو مكانه على الفور بين الإيرانيين.

وبعد عدة سنوات من النشاط، انتشرت فلامنغو ووسعها أنشطتها القياسية بين المواطنين كوكالة سفر وأصبحت ذات شعبية كبيرة لدى الجمهور. بعد عدة سنوات من النشاط وفي عام ٢٠٠٠، أصبحنا مهتمين بالعمل على البنية التحتية السياحية؛ ولذلك تم إنشاء شركة أخرى للاستثمار وبناء المناطق السياحية. شركة أخرى قمنا بإنشائها هي شركة الفعاليات المحلية والدولية، التي نظمت العديد من الأحداث الدولية القيمة في محفظتها، بما في ذلك الأسابيع الثقافية الإيرانية في تونس في عامين مختلفين، الأ أسبوع الثقافي والسياحي والحرف اليدوية في إيران في جمهورية التشيك، المشاركة في مسقط مهرجان دولي في عامين متتاليين وفي مناطق دولية مثل ألمانيا وسنغافورة وมาيلزيا وتركيا ودبي.

لدى فلامنغو القابضة العديد من الخطط التنموية المستقبلية، والتي تشمل السياحة البحرية، والسياحة الريفية، والسياحة المميزة ذات المظهر والعناصر المميزة. بالإضافة إلى ذلك، قامت هذه الشركة بتحفيظ برامج التطوير وتوسيع السياحة بالإضافة إلى إنشاء وتقديم خدمات قياسية للمواطنين والإيرانيين في تقويم عملها.

وقد دعماً للسياحة، يتحدث المسؤولون كثيراً عن فوائد هذه الصناعة، لكن هذا لا يكفي؛ لأن دعم السياحة يشهي إنشاء المراافق وتمهيد الطريق للقطاع الخاص لتصميم وبناء الأماكن السياحية. وينبغي أن يكون القطاع الخاص والمستثمرون المحليون والأجانب على استعداد للاستثمار في هذا المجال. كما يجب أن يكون لدى شركات الطيران ما يكفي من المراافق والركاب، ويجب ألا يكون هناك أي عوائق أمام شراء أساطيل جديدة وإنشاء المطارات وتجهيزها.

اقترح مدير فندق اراميس في طهران النقص الحاد في القوى العاملة في قطاع الفنادق



يقع فندق اراميس طهران في وسط مدينة طهران، أعلى قليلاً من ساحة ولی عصر، وبلغ عمره حوالي ٥٠ عاماً. في مقابلة مع هدایت الله عبیدی، مدير فندق ارامیس، قام بدراسة الجوانب المختلفة لصناعة الفنادق في إیران، والتي سوف يجدها القراء مثيرة للاهتمام.

وبحسب إعادته تسمية فندق فیکتوریا لم يكن مسموحاً بها من خلال تسجيل الشركات والمؤسسات، فقد اختبرنا هذا الاسم للفندق بموافقة أعضاء وشركاء الفندق وأيضاً نظراً للإيلام بفندق ارامیس طهران في تركيا.

العلاقة الوحيدة الموجودة هي نفس اسم الفندق، ولكن من المفترض أن يكون لدينا تفاهم أخوة مع فنادق ارامیس الموجودة في كيش ومشهد، وهي علاقة الأخوة الأكثر فعالية؛ تعزيز العلامة التجارية، وتبادل الضيوف والخدمات، والتدريب والموارد البشرية، وتبادل المعرفة.

أفضل ميزة هو موقع الفندق وموقعه في ساحة ولی عصر في وسط طهران، بحيث يمكن الذهاب من ساحة ولی عصر إلى غرب وشرق وجنوب وشمال العاصمة، وينتشر هذا الفندق بسهولة الوصول إلى الشريانين الرئيسيين لطهران من حيث الطريق السريع وأسطول النقل العام. شعار الفندق في نفس الإتجاه (السلام في قلب العاصمة). كما أن قرب فندق ارامیس من مراكز التسوق والمحلات الأنيقة ومراكز الطعام يجعل الحياة تستمر في وقت متأخر من الليل ويمكن للضيوف الاستفادة القصوى من وقتهم المتبقى بعد يوم عمل. ميزة أخرى هي تحول نجوم الفندق من ٣ إلى ٤. وفي مجال المنافسة ونظرًا لامتلاكه كافة المعايير فهو لا يعبر نفسه نجوم قوية وفي مجال التسعيّر نستخدم سعر تناصي مقارنة بالفنادق الأخرى، بحيث إذا أراد الضيوف اختيار فندق ٤ نجوم به كافة المرافق، فيمكنهم دفع الحد الأدنى للسعر عن طريق اختيار فندق ارامیس طهران.

المشكلة الكبيرة التي تعانى منها صناعة الفنادق حالياً هي النقص الشديد في القوى العاملة، بحيث إذا قمنا بنشر إعلان وظيفة في عدة أماكن مختلفة، سينتقل شخصان أو ثلاثة أشخاص خلال أسبوعين، ولا توجد قوة عاملة للعمل الخدمي والتنفيذي.

وللأسف أصبح التعليم ضعيفاً جداً ومخرجات الجامعات والمراكز التعليمية الأخرى لا تكفي لجذبهم. عندما نقوم بتعيين موظفين، فإن الموظفين الذين لديهم عدة سنوات من الخبرة في الفندق هم بلا شك أحد الأصول.

المعارض هي فرصة لتقديم منتجات وتقنيات جديدة



رامین قاسمیور
عضو امنیتی شرکت مبادلات نوین
وزاره سوم للمعارض

إن تاريخ إقامة المعارض كأحد الأحداث المهمة في العام قديم. وهي في المجتمعات الناس في مختلف المناسبات كالاحتفالات الدينية والأعياد، كان التجار وأصحاب البضائع يستفيدون من هذا التجمع للبيع، وبالأساس المعارض هي مساحات لعرض وتعریف المنتجات والفنون والثقافة وغيرها من العناصر المهمة للمجتمعات، منذ القدم. وفي الآمان أقيمت فعاليات مختلفة.

- ٤- عقد لقاء بين رئيس الصناعة والتعمدين والتجارة لمحافظة أذربيجان الشرقية (السيد نجفي) مع رئيس غرفة تجارة إزمير (السيد دميرطاش)
- ٥- لقاء وفد منتجي المواد الغذائية الإيرانية مع مديرية سلسلة مطاعم METRO (بيع المواد الغذائية بشكل رئيسي، والتي لها فروع في أكثر

٣٣ دولة في العالم (من) انشاء جناح ايران في معرض اسطنبول للأغذية، وتجارة إيمير، ومعرض اسطنبول للكيماويات، ومعرض اسطنبول للمواد الخام للدهانات،
٣٤ خاتمة المراجعة

وتحت رعاية سلطنة عمان...
بعد ذلك، أقيمت الفترة الأولى من سلسلة معارض صناعة هوركا بعنوان معرض المطابخ الصناعية والمطاعم والوجبات السريعة والتموين والقهوة والمخابز في عام ٢٠١٨، وحتى الآن أقيمت ٥ فترات بعنوان ومقنيات مستقلة، ولكن في نفس الوقت، على النحو التالي.

- ٤٠ الدقيق والخبز والمعدات والمواد الاستهلاكية والمواد الأولية للمخابز ومقاهي الحلويات
- ٤٠ المطابخ الصناعية والمطاعم ومعدات تقديم الطعام واللوازم والمواد

• معدات القهوة وملحقاتها ومستهلكاتها، المقهي، المشروبات الساخنة

• مهرجان معرض فن الطهو للأطعمة والمشروبات الإيرانية والباردة

وأقيمت الفترة الأولى لهذا المعرض على مساحة حوالي ١٨٠٠ متر مربع،

ووسمت هذه المائدة في مدرسة الحسيني بمكة من قبل مطربيه، مما يدل على قيم المساحة واستقبال أصحاب الأعمال. إن إقامة المعرض هي معرفة جذابة يجب على القائمين عليها تنظيم فعاليات مبنية على

■ أسس علمية.

أسس علمية.

اقترح المدير العام لفندق أقنا

رضا العملاء من خلال ابتكار الخدمات

في عام ٢٠٢٠، بدأ فندق أثانا عمله بأبرع نجوم، ولكن بمعاير فندق خمس نجوم في ساحة فلسطين بطهران. واجه هذا الفندق تحديات خطيرة في البداية، لكنه تمكن من الحفاظ على جودة خدماته. وفي حوار مع الدكتور محمد رضا تهراني المدير العام لفندق أثانا والمحاضر الجامعي الذي يتمتع بخبرة تزيد عن ٢٠ عاماً في مجال السياحة والفنادق، قال: الاستثمار في هذه الصناعة باعتبار أنها إملاك الثاني - صناعة الصناعة في العام، يمكن أن تكون مربحة للغاية؛ بشرط دعم المستثمر وإزالة القيد. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

تم افتتاح فندق أثانا عام ٢٠٢٠ بأبرع نجوم في ساحة فلسطين وسيواصل تشغيله كفندق خمس نجوم خلال أيام قليلة. واجهت بداية تشغيل هذا الفندق تحديات خطيرة في الفتتتين الثقافية والسياسية. وأيضاً مع بداية وباء كورونا تم إغلاق الفنادق عملياً وتراجعت السياحة، لكن فندق أثانا حاول التغلب على التحديات من خلال الحفاظ على جودة الخدمات.

هذا الفندق عبارة عن مزيج من الأسماء آتا وآتا، والتي تعني الأب والأم باللغة التركية. تطلع إلى تكوين عائلة في هذا الفندق ونحاول تقليل مخاوف الضيوف من خلال خلق جو عائلي وداعم وننقل لهم الشعور بالتجدد مع العائلة وفي المنزل وتقديم خدماتنا بأفضل طريقة. هدفنا هو أن يحصل الضيف على خدمة ذات جودة لا يمكن تجربتها في فنادق أخرى بسعر وشروط فندقنا. تبحث أطانا عن الابتكار وتقديم خدمات متميزة، ولحسن الحظ فقد نجحنا في هذا المجال حتى الآن ونأمل أن نكون قد أرضيكم.

وكان لكورونا تأثير كبير على نشاط أصحاب الفنادق، حيث انخفض دخل الفنادق بشكل كبير خلال هذه الفترة، كما كان تأثيرها الآخر على الموارد البشرية، لأن العديد من موظفي الفنادق تركوا هذه الصناعة واتجهوا إلى صناعات أخرى بسبب عدم قدرة الفنادق على دفع الرواتب. بالطبع قبل انتشار كورونا كانت لدينا مشكلة الموارد البشرية وكانت نواجه نقصاً في الموارد البشرية المتخصصة، لكن بعد كورونا أصبحت هذه القضية بارزة جداً. في الوقت الحالي، ليس فقط أنت لا تستطيع العثور على موظفين ذوي خبرة، ولكن بسبب عدم قدرة الموظفين الذين يتم تعينهم، فإننا نضطر إلى استخدام موظفين ذوي مهارات ومعرفة منخفضة في المناصب العليا؛ تسبب هذه المشكلة قدرًا كبيرًا من العمل لكيار المديرين في المنظمة. الكثير من القوى البشرية التي بقيت لنا بعد كورونا لا تمتلك الخبرات والمهارات الازمة وتحتاج



وقال رئيس مجلس إدارة وكالة سبط جشت الإيرانية

الحاجة إلى تعليم واسع النطاق ومعياري في مجال السياحة



وفي مقابلة مع أحمد سبط حسینی، الذي يشغل حاليا منصب رئيس مجلس إدارة وكالة سبط جشت الإيرانية، ذكر أن نشاط هذه الوكالة يتركز فقط على تنظيم الرحلات السياحية الداخلية ومحاولة جذب السياح الأجانب والمهتمين بإيران.

وإعداد مقالات عن الواقع والتاريخ والثقافة والعمارة والفنون الإيرانية المشيرة للاهتمام بالغات مختلفة، ويقدمون هذه المقالات في المعارض ولوسطاءهم والسياحة، كما يتم نشر هذه المقالات في مجالات فرنسية وإيطالية وإسبانية مختلفة.

نقرأ أجزاء من المقابلة مع ناشط صناعة السياحة هذا. في بداية عمل الوكالة قمنا باختيار الأسواق المستهدفة، ومن خلال السفر إلى هذه الأسواق عقدنا جلسات حول الدراسات الإيرانية والتعرف على الهندسة المعمارية الإيرانية. وأيضاً، لغرض التسويق، شاركنا في العديد من المعارض التي تنظمها منظمة السياحة العالمية كل عام. وبطبيعة الحال، من أجل البقاء في السوق، علينا القيام بأشياء مختلفة، بما في ذلك الابتكار، وإضافة المزيد من الأماكن السياحية في خط السفر، والتعريف بإيران بكل محتوياتها وخصائص الجودة. في هذا الصدد؛ يتم تقديم وتقديم الموسيقى والعادات والفنون لختلف الشعوب الإيرانية على شكل صور ومقالات مكتوبة في المعارض والندوات المختلفة من أجل الحفاظ على استدامتنا في الأسواق المستهدفة ودخول أسواق جديدة أخرى أيضاً. تسويق إيران كوجهة سياحية عالمية.

التحدي الأول هو أن البنية التحتية السياحية في بلادنا ليست مكتملة، وأحد هذه البنية التحتية هي أماكن الإقامة المناسبة والملاجئة للسياح، والتي إما أنها غير موجودة أو إذا وجدت فهي قليلة جداً. البنية التحتية المطلوبة الثانية هي وسائل النقل المناسبة والمبتكرة؛ عدد الحافلات والحافلات الصغيرة والشاحنات الصغيرة والسيارات الخاصة صغير ولا يتوافق مع معايير السياحة العالمية. البنية التحتية الأخرى هي التعليم على مستوى واسع ومعياري ودولي. في الواقع، يتطلب ازدهار صناعة السياحة تعليماً واسع النطاق وعالي الجودة، ولكن لسوء الحظ فإن جودة وكمية التعليم منخفضة، والتعليم الواسع النطاق يعني أيضاً ضرورة تعليم جميع أفراد المجتمع؛ وبعبارة أخرى، يجب أن يتعارف الناس على السياحة وصناعة السياحة، مما يؤدي إلى خلق فرص العمل، والعملات الأجنبية، وتصدير الثقافة. إذا تم تطبيق هذه التدريبات في شكل اتصالات شبكية وتم توفير التدريبات اللازمة في وسائل الإعلام، فإن مستوى الثقافة والوعي لدى الناس سيترفع بالتأكيد.

الرئيس التنفيذي لشركة كيان للبتروكيمياويات تطور وتقدم مشروع كيان بمساندة وجهود كافة العناصر



قال المهندس عبدالله ياوري الرئيس التنفيذي لشركة كيان للبتروكيمياويات بمناسبة بداية شهر رمضان وربيع الطبيعة مدیری وموظفو هذه الشركة: الربیع هو بدایة التغیر والتخلو وحركة جديدة وربیع القرآن هو أفضل فرصة للتخلو في معرفة الله وتطوير الذات والتغیر والتخلو نحو الأفضل.

وناقش أهمية مشروع كيان من منظور وحجم عابر للحدود الوطنية باعتباره «مشروعًا ضخماً» بحجم وكمية الاستثمار، وإنتاج منتجات سلسلة القيمة والمعرفة الهندسية والتكنولوجية والمعدات التقنية، وما إلى ذلك، وقال: هذه المؤشرات من المشاريع الاقتصادية المهمة على مستوى المنطقة. إنه الشرق الأوسط.

المباعدة في أهم الإجراءات والأداء لشركة كيان في عام ٢٠٢٣، إصلاح البنية التحتية، البيكل التنظيمي، تنظيم وتحديث الأنظمة الإدارية وأمالية والأمنية، التخطيط المنهجي من التنبؤ إلى التنفيذ والأداء، توضيح الحسابات والعمليات، درايزين العمليات الفنية والهندسية والإنسانية تفعيل الجهات مهمة الورش النشطة هي التعرف على شركات الاستثمار الأجنبية والمحلية والتعاونية والتفاوض معها لجذب الموارد...

الرئيس التنفيذي لشركة كيان للبتروكيمياويات، مهندس تفيفي واستكمال المشروع من عام ٢٠٢٤ حتى الآن لقلة الموارد الاتسائية والاستشارية، تحديد أولويات بده التشغيل، حل مشاكل التزامات النقد الأجنبي، توفير الموارد المطلوبة في حدود الإمكانيات المتاحة. مشاركة المساهمين وأهم حاجة للتنمية والتقدم والاستغلال أعلنوا عن توفير الموارد الاستثمارية و... كأحد الاحتياجات والمتطلبات التنموية لمشروع كيان العملاق.

صناعة البتروكيمياويات تخدم المجتمع العلمي في الدولة وفي لقاء مع علي مهادي، المدير العام للتعليم والثقافة لمحافظة بوشهر وبعد الحسين بارزغاري، رئيس صندوق الاحتياطي النقدي لمحافظة بوشهر، قال المهندس ياقاري: إن صناعة البتروكيمياويات في البلاد تدعم التمكين العلمي للبلاد.

الرئيس التنفيذي لشركة كيان للبتروكيمياويات في هذا اللقاء؛ واعتبر تطوير البنية التحتية التعليمية في البلاد والقضاء على الحرمان والاهتمام بالمناطق الأقل حظا والتي جذورها الأساسية في التعليم أمراً ضرورياً وضرورياً.

وفي ختام هذا اللقاء قال علي مهادي: مدير عام التربية والتعليم لمحافظة بوشهر وبعد الحسين بارزغاري؛ قام رئيس صندوق المحاسبة الثقافية لمحافظة بوشهر ورئيس الأمن بالادارة العامة مع الرئيس التنفيذي ومدير شركة كيان للبتروكيمياويات بزيارة ورش البناء التخشيشية للموقع

منافسة غير متكافئة للملابس الإيرانية مع الأسهم الرخيصة

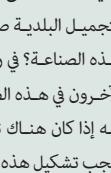
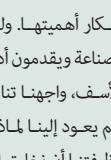
التجارية الأجنبية. وفي الحقيقة نحن ننافس البضائع البنغلاذيشية والمexزون الأوروبي المتوفّر في السوق بأسعار زهيدة جدًا وبكلثرة. إذا أردنا التنافس مع الشخصين الذين يتمتعون بهذه القوّة الشّرائية، فيجب علينا تقديم خدمات لها تكاليفً أليًّا تجعل المجتمع المستهدف أصغر فأصغر. كقاعدة عامة، العلامات التجارية النشطة حالًيا لديها القدرة على التّصدير، لكن رأيًّا هو أنه بالنظر إلى الإمكانيات العالية التي لدينا في البلاد، يجب أن نحاول تطوير هذه الصناعة. حالًياً يتم تصدير بعض العلامات التجارية إلى بلدان أخرى، لكن الأمر ليس متسلقاً.

محمود محمدلي: بالمناسبة، من أجل طرح هذه القضايا، عقدنا لقاءات مختلفة في الأعوام الماضية وهذا العام، لكن للأسف لم يثمر أي منها. إباء الرأي وعمليًّا لا تدخل في نطاق اتخاذ القرار. وكما ذكرنا، يعتبر التّهريب اليوم المشكلة الأكبر التي تواجه جميع الناشطين في هذا المجال، ومن ناحية أخرى، أحد المجالات التي تواجه فيها الكثير من المشاكل هو عدم الالتزام بقوانين حقوق الطبع والنشر، وليس لدينا ما يسمى بحقوق الطبع والنشر في إيران. إن مسألة التّسويق الموجه في صناعة الملابس هي مشكلة ثثير قلقنا الشديد. وفي الوقت نفسه، نواجه تسعيرًا غير صحيح وغير متخصص.

أسد رهبری: تعد صناعة النسيج والملابس من أكثر الصناعات التي تولّد فرص العمل في البلاد، ويمكن أن تؤدي سلسلة التوريد والإنتاج والتوزيع والتوريد الخاصة بها إلى توليد فرص عمل بشكل كبير؛ وبطبيعة الحال، بشرط أن تكون هناك القدرة على المنافسة. وبينما لا نستطيع في سلسلة التوريد توفير كل شيء بأنفسنا، فإن الحكومة متعة الواردات من خلال فرض القوانين، الأمر الذي أدى في حد ذاته إلى إضعاف الإنتاج. عندما تقلّص سلسلة توريد المواد الخام لا يكون هناك منافسة في التنوع والجودة، في حين أن وجود المُنافسين يجعل الصناعات ناجحة، بما في ذلك صناعة الملابس. وهذا، والتهريب والتّسويق الإلزامية يعيقان العلامة التجارية.

احسان خاصه تراش: نحن نتحدث عن صناعة يستخدمها البشر دائمًا. صناعة الملابس هي صناعة شاملة ومتّكّلة يتحاجها جميع أفراد المجتمع. في الواقع، هذه الصناعة تتحاجها جميع الأسر ولا يمكن إنسكار أهميتها. وحسن الحظ، لدينا أشخاص أقوياء جدًا في هذه الصناعة ويقّومون بأداءً جيًّا للغاية.

للأسف، واجهنا تناقضًا، وأساليب كثيرة: مثل لماذا لا يتم اتباع القواعد ثم يعود إلينا لماذا نخلق الثقافة، ولكن الحقيقة هي أنه ليس من وظيفتنا أن نخلق الثقافة على الإطلاق. سؤالنا هو لماذا لا تساعد نظمة التجميل البلدي صناعة الملابس ولماذا لا تفكّر منظمة العقاب في وضع هذه الصناعة؟ فيرأي، إذا لم تتطور صناعة الملابس وتتموّل، فلن يستثمر الآخرون في هذه الصناعة وسيستثمرون في صناعات أخرى. وأعتقد أيضًا أنه إذا كان هناك تفكير في الملابس والأزياء وتصميم الملابس الإيرانية، فيجب تشكيّل هذه القضية من أعلى.



وفي ظل انتشار التّهريب على نطاق واسع، واجه نشطاء هذه الصناعة مشاكل كبيرة، لأن التّسويق الإلزامي مع عدم وجود دعم حكومي خلّق العديد من المشاكل لهؤلاء الصناعات. ونظراً لأهمية هذه الصناعة ومكانتها الخاصة فقد عقدنا في المائدة المستديرة تحت عنوان تحديات ومشكلات صناعة الملابس الجاهزة. حضر هذه المائدة المستديرة محسن أصفهانيان، الرئيس التنفيذي لعلامة غراد؛ وحسين أشتري، الرئيس التنفيذي لعلامة توليكا التجارية؛ وعقد اللقاء محمود محمدلي الرئيس التنفيذي لعلامة ساليان وأسد رهبری المدير الداخلي لعلامة آلماجن. نقرأ أجزاءً من هذه المقابلة.

محسن أصفهانيان: لحسن الحظ، زاد عدد العلامات التجارية الإيرانية كثيًّرًا، وحتى العلامات التجارية التي لم تهتم بهذه المشكلة قبل 10 سنوات، أنشأت الآن فريقًا جيًّا للغاية وقسمًا للهيكلي والتصميم، مما يمنحك الأمل. فيما يتعلق بالتصميم، فإن العلامات التجارية الإيرانية تعمل بشكل جيد للغاية، ويعمل المصممون ذوو الكفاءة العالية في بلدنا، حتى أن بعضهم يعمل لصالح علامات تجارية أجنبية. مشكلتنا الأولى هي التّهريب، الذي يحرمنا من مساحة أعمالنا. وينبغي توسيع المصنع حتى تتمكن من المنافسة بشكل جيد في الصادرات. المنتجون المحليون لديهم القدرة على تصدير البضائع من حيث الجودة، ولا توجد مشكلة في هذا الصدد.



حسين اشتري: تكلفة الإنتاج في صناعة الملابس مرتفعة جدًا وأهم مشكلة في هذه الصناعة هي التّهريب. تسبّب المشكلات المتعلقة بالتأمين والضرائب والتّكاليف الأخرى في ارتفاع تكلفة الملابس المصنعة. وفي الوقت نفسه، وللأسف، تمتّلئ بعض الأسواق بالسلع البنغلاذيشية التي لا تخضع للتأمين والضرائب؛ ولذلك، لديهم سعر منخفض. ويجب أن تتنافس الملابس المنتجة محليًّا مع بعض السلع الرخيصة ومنخفضة الجودة. وفي الوقت نفسه، وبسبب انخفاض القدرة الشرائية للناس، يفضل بعض الناس شراء السلع الرخيصة.

ومن حيث الجودة، هناك القدرة على التّصدير، وعلى الحكومة تقديم الدعم اللازم. وإذا استمرّ هذا الاتجاه، فإن العديد من العاملين في صناعة الملابس سيكونون عاطلين عن العمل بحلول العام المُقبل. فيما يتعلق بالتصميم، فإن معظم المصممين محترفون للغاية وصارمون فيما يتعلق بالأمور الصغيرة؛ يعني أن هناك القدرة والإمكانيات الازمة، لكن الفقر الشّفاف لا يسمح بالعمل.

نیما عظیم دوست: بالطبع الوضع الحالي لصناعة الملابس ليس جيًّارًا، ويمكن أن يكون العمل فيها جيًّارًا ومرحًّا وعقولًّا إذا كان الوضع الاقتصادي مستقرًا وتم إزالة انتشار البضائع المهرية والسلع المقلدة. وبحسب المناقشات التي دارت في جمعية الملابس، فإن كمية الملصقات على السلع الأجنبية المنتجة في إيران أكبر من منتجي تلك العلامة



وقال الرئيس التنفيذي لشركة زاغروس بوش ابتكار: المفتاح لطول عمر العلامة التجارية في السوق



زاغروس بوش هي إحدى العلامات التجارية التي تحاول، على الرغم من كل التحديات التي تواجه صناعة الملابس في بلدنا، تقديم منتجات عالية الجودة لعملائها. تعتبر

مدير العمليات في سوق دلکشا

دلکشا سوق حديث وأصيل



منذ سنوات مضت، كان هناك شعور بالحاجة إلى مجتمعات ذات مراافق وخدمات وسهولة الوصول إليها، خاصة في البازار الكبير في طهران، بسبب سياقه القديم والتقلدي وغير الآمن. وبناءً على هذه الحاجة والخبرة الناجحة المكتسبة من بناء أسواق مماثلة مثل بازار رضا، أصبح بازار دلکشا الكبير بموقعته المناسب عند مدخل بازار طهران وفي بداية ١٥ شارع خرداد مروشاً لهذه الحالة. وقت عملية بناء هذا السوق على شكل سوق حديث من خلال الحفاظ على أصالة وخصائص سوق طهران والتقاليد المتبقية من الماضي. بدأ تشغيل هذا السوق في عام ٢٠١٩ ويستمر حتى اليوم في محاولة مع علي رضا جبيني، مدير العمليات في سوق دلکشا، قمنا بالتحقيق في وضع هذا السوق. نقرأ أجزاءً من هذه المقابلة.

سوق طهران ليس سوقاً حصرياً للعاصمة، بل هو في الواقع ملك للبلد بأكمله. في الواقع، يعد بازار طهران الكبير مورداً مختلفاً للعناصر والسلع للبلاد بأكملها، ويعد بيع البضائع في الخارج أحد أهداف وخطط بازار طهران الكبير. كما أن هذا السوق له جوانب سياسية. يعد موقع دلکشا بازار في مجمع بازار طهران، مع وجود كل هذه الإمكانيات، بمثابة ورقة رابحة في منطقة البازار بسبب المراافق القياسية التي يوفرها للزوار.

ومع ذلك، يجب أن يتمتع زوار السوق بإمكانية الوصول إلى المراافق الأساسية مثل المراحيض الصحية، وتنفس الهواء الصحي، والسلامة، واستخدام الأماكن العامة والمطاعم. في سوق دلکشا، تم إنشاء كل هذه المراافق وجمعها في مكان واحد. في هذا المجمع التجاري، بالإضافة إلى استخدام مزايها ومرافق سوق طهران ومنطقة سوق طهران، أي التوافر والتنوع الفريد للسلع والأسعار المعقولة، توجد أيضاً مراافق الراحة بجوارها؛ لذلك يمكن اعتبار هذا الموضوع هو السمة المميزة لسوق دلکشا مقارنة بالمجتمعات التجارية الأخرى والمجتمعات الأخرى في سوق طهران.

يوجد حوالي ١٥٠٠ وحدة عمل في هذا المجمع، ويحسب نشاط حوالي ١٣ إلى ١٤ نقابة عمالية في هذا السوق، فإذا أخذت نسبة ١٠ إلى ١٣ في مجال التوزيع، يمكن القول أن ما يقرب من ٥٠,٠٠٠ إلى ٦٠,٠٠٠ شخص خلق فرص العمل، لديه بشكل غير مباشر أما اليوم فإن الاستثمار في هذا المجال يتطلب مبلغاً باهظاً ويعتبر من أعلى المجالات التجارية والتجارية. ومن المؤكّد أنه عندما تكون هناك إمكانات وقدرة فارقة، فإن إنشاء مراكز الأعمال جنباً إلى جنب مع مراكز الخدمة والترفيه وأيّاناً المراكز الصحية يشكل مجمعاً يمكن أن يكون جذباً ومرحاً للغاية ويخلق رياضة أعمال عالية. ■

منتجات هذه العلامة التجارية في الغالب مخصصة للطبقة الكلاسيكية في المجتمع ومنتج ملابس رجالية ونسائية لمديري المنظمات والماكاب الحكومية والشركات الخاصة. نقرأ أجزاءً من مقابلتنا مع رحيم تشجني، الرئيس التنفيذي لشركة زاغروس بوش.

حالياً، لدى زاغروس بوش ١٥ فرعاً في البلاد، منها ٨ فروع تقع في مراكز المحافظات وفي مدن الأهواز ومشهد وإيلام ويزد ولورسان وهمدان، و٥ فروع تقع في طهران. بالطبع، في الوضع الذي كنا نفكّر فيه في إنشاء ٣٠ متجرًا، فقد وصلنا بالفعل إلى نقطة المنتصف وإذا قمنا بإنشاء ١٥ متجرًا جديداً في مراكز أخرى من المحافظات، يمكننا القول أننا قد حققنا تقريباً أهدافنا المرجوة لحملها - التوريد المباشر للسلع من الإنتاج إلى الاستهلاك. لكي أعطي في زاغروس بوش، ننتج آلاف الملابس يومياً، بما في ذلك السترات والقمصان والمطاعف والمطاعف. بالطبع، نظرًا لأن لدينا قدرة إنتاجية عالية، فإننا ننتج أيضًا بعض العلامات التجارية بعلامتها التجارية الخاصة. بشكل عام، لدينا القدرة على إنتاج ٤٠٠ سترة وبطنطون، ٨٠٠ قصص، ٦٠٠ بنطلون، ٢٠٠ معطف و٢٠٠ معطف يومياً، وأحياناً عندما لا تكون القدرة كافية، يمكننا الاستعانة بمصادر خارجية وملء القدرات الفارغة، ولكن هدفنا الرئيسي هو أنه في المستقبل كل القدرات تنتهي إلى علامتنا التجارية الخاصة.

إحدى السمات الرئيسية لـ Zagros Poosh هي كلاسيكيتها. وكما ذكرت، فإن معظم جمهورنا هم مدراء، ومن المميزات الأخرى لعلامتنا التجارية إنتاج منتجات عالية الجودة وخياطة صناعية بالكامل، لأن مصانعنا صناعي وحديث ١٠٠٪. وهذا بحد ذاته يعتبر تميّزاً مقارنة بالمصانع شبه الصناعية.

لا يمكن لأي علامة تجارية البقاء في السوق إذا لم تبتكر ولا يمكنها إنتاج منتج جديد. نحن نولي اهتماماً خاصاً لهذه المشكلة، بحيث يعمل معنا الآن ما لا يقل عن ٨ مصممين. تمتلك زاغروس بوش جامعة علمية وعملية، وقد حاولنا تطوير مصممين جيدين ونبحث عنها دائمًا، لربط الطلاب الذين يبحثون عن دورات وجامعات بالصناعة، وقد فعل زاغروس بوش ذلك بالمعنى الحقيقي. لدينا كل عام ٣٠٠ طالب دراسات عليا يعملون في أقسام الخياطة الصناعية والتصميم وتصميم الملابس ■

وقت الموافقة عليه في الجمعية العامة غير العادية

زيادة ٢٥ ألفاً ٥٠٠ مليار ريال في رأس المال شركة تشاردرملو

تمت الموافقة في الجمعية العامة غير العادية لشركة تشاردرملو للتعدين والصناعة على زيادة رأس المال الشركة بمبلغ ٥٢,٥٠٠ مليار ريال من الأرباح المتراكمة.

انعقدت الجمعية العامة غير العادية لشركة تشاردرملو للتعدين والصناعة (مساهمة عامة) في ١٩ مارس بحضور أكثر من ٨٢٪ من المساهمين الحقيقيين والقانونيين في قاعة الجهد. وكانت زيادة رأس مال شركة تشاردرملو للتعدين والصناعة من ٢٧١,٥٠٠ مليار ريال إلى ٣٢٤,٠٠٠

مليار ريال أحد أهم قرارات هذا المجلس.

وفيما يلي قدم أمير علي طاهر زاده بصفته أمين سر الجمعية والرئيس التنفيذي لشركة تشاردرملو تقريراً عن سير تنفيذ المشاريع التي تتفذها الشركة، وأعرب عن تقديره وشكوه مساهمي الشركة على تعاونهم.

تم في الجمعية العامة غير العادية لشركة تشاردرملو اقتراح زيادة رأس المال كيتشاد من مبلغ ٢٧١,٥٠٠ مليار ريال إلى مبلغ ٤٠,٠٠٠ مليون ريال، وأخيراً قدمت الموافقة على مبلغ ١٠٠,٠٠٠ مليون ريال زيادة رأس المال بأغلبية هؤلاء. حاضراً في الجمعية. قدمت الموافقة على زيادة رأس المال من الأرباح المتراكمة إلى مبلغ ٣٢٤ ألفاً ٥٠٠ مليون ريال، ونتيجة لذلك ارتفع رأس مال شركة تشاردرملو للتعدين والصناعة من مبلغ ٢٧١ ألفاً ٥٠٠ مليون ريال إلى ٣٢٤ ألفاً ٥٠٠ مليون ريال.

كما قدمت الموافقة على زيادة رأس المال من مبلغ ٣٢٤ ألفاً ٥٠٠ مليون ريال إلى مبلغ ٣٧١ ألفاً ٥٠٠ مليون ريال من المطلبات الحالية للمساهمين والنقد من قبل الجمعية العامة غير العادية. كما تم توسيع صلاحيات تنفيذها إلى مجلس إدارة الشركة لمدة عامين، ليتمكن مجلس إدارة الشركة من تنفيذ بعد الحصول على ترخيص من هيئة الأوراق المالية والبورصات.

تجدر الإشارة إلى أن هذه الزيادة في رأس المال تأتي من أجل توفير جزء من الموارد الازمة لاستكمال المشاريع الجارية، بما في ذلك إنشاء محطة كهرباء بنظام الدورة المركبة بقدرة اسمية تبلغ ٥٤٦ ميجاوات كهندسة ومشتريات وتوريدات، وإنشاء محطة للطاقة الشمسية. محطة بقدرة ١٠٠ ميجاوات، وتشغيل منجم جديد لخام الحديد. الشذوذ A10، قدمت الموافقة على تعويض المصارييف المتکبدة للمشاركة في زيادة رأس مال الشركات القابلة للاستثمار وتعويض المصارييف المتکبدة لتحصيل الاستثمارات (شراء الأسهم وتأسيس الشركة). ■



الاستثمار في العالم

الرئيس التنفيذي لشركة صبا انرجي القابضة

إن أولوية شركة صبا انرجي

القابضة هي الاستثمار ذو القيمة

والعوائد العالية

حفل الكشف عن الخدمات الجديدة وإنجازات القيمة لصندوق الوطني للمعاشات بحضور الدكتور صولت مرتضوي؛ وزير التعاون والعمل والرعاية الاجتماعية الدكتور مهدي مسكنى؛ الرئيس التنفيذي لصندوق التقاعد الدكتور علي رضا زمانبور؛ عقد الرئيس التنفيذي لشركة صبا انرجي القابضة ومدراء وأعضاء مجالس الإدارة في الشركات التابعة لصندوق التقاعد الوطني اجتماعاً بقاعة المؤتمرات بالمبكبة الوطنية.

صرح علي رضا زمانبور، الرئيس التنفيذي لشركة صبا انرجي القابضة، في حفل الكشف عن الخدمات الجديدة وإنجازات خلق القيمة لصندوق التقاعد الوطني: الاستثمار هو المهمة الرئيسية لشركة صبا انرجي القابضة. دخلت تجربة البلاد، فيما أشارت القيادة في اللقاء مع الناشطين الاقتصاديين إلى أن الإنتاجية والاستثمار هما الأولويتان الرئيستان لاقتصاد البلاد. بناءً على تأكيدات المرشد الأعلى للثورة، ركزت شركة صبا انرجي القابضة على زيادة الاستثمارات واسعة النطاق في العام الماضي من أجل إفادة المتقاعدين ولعب دور خاص في اقتصاد البلاد.

وقدم تقريراً عن أعمال وإنجازات هذه الشركة في عام ٢٠٢٣ وقال: إن شركة سبا الخليج للصلب هي إحدى أهم شركات الصلب في الدولة. وخلال هذا العام، بالإضافة إلى طرح أصول هذه الشركة في سوق الأوراق المالية وزيادة رأس المال، فقد حطم الرقم القياسي لأكبر اكتتاب في تاريخ سوق رأس المال وجدت أكثر من ٤٥ هيثم من رأس المال من المصادر الشعبية لـ إطلاق مشروع إحياء دو. وقدمت الموافقة على عقد تنفيذ هذا المشروع بقيمة ٢١٢ مليون يورو، ومن المتوقع أن يدخل حيز التنفيذ خلال ٢٤ شهراً.

وأضاف: وفي مجال التكثير قمنا بتنفيذ مشروع مصفاة صغيرة في مسجد سليمان.

د. سيد صولت مرتضوي؛ وزير التعاون والعمل والرعاية الاجتماعية، في جزء من كلمته في هذا الحفل، يكرّم مجمعات الصلب والبتروكيماويات التابعة لشركة صبا انرجي القابضة وقال: إن الإجراءات المتخذة في مجال البتروكيماويات والصلب قيمة للغاية، ولكن لا يزال هناك طريق طويل للوصول إلى الوضع المطلوب، لدينا الكثير يجب أن تكون قادرین على دفع رواتب المتقاعدين من أرباح استثمارات صناديق التقاعد.

الدكتور مهدي مسكنى؛ وأشاد الرئيس التنفيذي لصندوق التقاعد الوطني في كلمته بإنجازات وخدمات شركة صبا انرجي القابضة للشعب وقال: لقد لبت هذه الشركة الاحتياجات الاستراتيجية للبلاد من خلال إنتاج صفائح API. في شهر ديسمبر من هذا العام، تم إجراء عملية تجديد شاملة لمجمع البتروكيماويات بعد ٥ سنوات وتمكن من منع تسرب المواد القيمة وإعادتها إلى دورة الإنتاج.

واستمراراً لهذا الحفل، تم الكشف عن درجة البتروكيماويات الجديدة لشركة JAMPILEN والتي تحمل اسم JAMPILEN EP548U عبر الإنترنت ضمن مجموعة منتجات البوليمر المشترك عالية التأثير، والتي تستخدم بشكل رئيسي في صناعات الأجهزة المنزلية وتغليف المواد الغذائية. ■



انعقدت الجمعية العمومية السنوية لشركة جهرزمين بحضور ٩٢٪ من المساهمين

حققت كجهر ربحًا قدره ٣٢٠ تومانًا للسهم الواحد

انعقد الاجتماع العام السنوي لمساهمي شركة جهرزمين للتعدين والصناعة للسنة المالية المنتهية في ٣٠ ديسمبر ٢٠٢٣ في فندق طهران الأولمبي بحضور ٩٢٪ من المساهمين.

وقال محمد محيابور، الرئيس التنفيذي لشركة جهرزمين، في بداية الجمعية العمومية السنوية لشركة جهرزمين، وهو يقدم تقريرًا عن الإجراءات المتخذة خلال العام المالي الحالي: منجم جهرزمين، باعتباره منجم خام الحديد الرئيسي والأكثر إمكانيات وخاصية مع احتياطي ويبلغ حجمه ٦٤٠ مليون طن، وهو من أكبر المناجم اليوم، ويعتبر حاضر البلاد.

وذكر أن منجم جهرزمين يتمتع بظروف متميزة للغاية وغير عادية، وقال: إن ظروف الإنتاج اليوم تجعلنا يجب أن يكون لدينا سلسلة كاملة من إنتاج المنتجات في هذا المجتمع. ولذلك فإن استكمال سلسلة الإنتاج في مجمع جيهارزمين يعد من أهم القرارات التي اتخذها مساهمو كغار، وأكد محيابور أن جهرزمين تنتج ١٨٪ من المركز ٧٣٪ من الكريات للبلاد. وقال: وعليه تم استهداف إنتاج ١٤٠ مليون طن من خام الحديد المحب في السنة المالية المنتهية في ٣٠ ديسمبر ٢٠٢٣، وبجهود من موظفي هذا المجمع، تمكنا من زيادة ١١٪ في المثلثة؛ لتحقيق رقم قياسي بلغ ١١ مليون طن من إنتاج هذا المنتج.

وفيما يتعلق بأداء السنة المالية ٢٠٢٣، أشار الرئيس التنفيذي لشركة جهرزمين: «الحصول على المركز الأول في سوق OTC»، «زيادة بنسبة ٢٤٪ في الدخل التشغيلي في السنة المالية ٢٠٢٣ مقارنة بالسنة المالية ٢٠٢٢». «الحصول على ٣٪ - تكريم النجوم للتميز التنظيمي في الحصول الأول» و«زيادة استخلاص خام الحديد بنسبة ١٤٪ مقارنة بالعام الماضي» و«زيادة إنتاج جميع المنتجات مقارنة بالعام الماضي» و«تحقيق ٢٣ رقمًا قياسياً إنتاجاً في العام المالي ٢٠٢٣» «تعتبر من أهم الإجراءات التي اتخذتها جهرزمين في العام الماضي».

كما أشار إلى الخطط التطويرية لشركة جهرزمين فقال: إنشاء محطة استصلاح مباشرة بنسبة تقدم مادي ٥١٪، والدراسات الاستكشافية في منطقة جبل برز التي تجري حالياً عمليات الحفر والتنقيب، وأيضاً بناء محطة استعادة المياه بنسبة تقدم مادي تصل إلى ٨٠٪ هي إحدى خطط التطوير لشركة جهرزمين للتعدين والصناعة.

وفي النهاية أكد الرئيس التنفيذي لشركة جهرزمين: الورقة الرابحة لشركة جهرزمين للتعدين والصناعة ليست التعدين؛ بل هم المساهمين القائمين والمقدرين وأطهار المجتهدين والخبراء في هذه المجموعة. يجب أن أقول: انتهت الجمعية العمومية السنوية لشركة جهرزمين بالموافقة على توزيع مبلغ ٣٢٠ تومان للسهم الواحد ■



الرئيس التنفيذي لشركة كامران للصناعات الخشبية في صناعة الأخشاب، ينبغي للمرء أن يبحث عن تصاميم وأفكار جديدة



تم إطلاق شركة كامران للصناعات الخشبية في عام ١٩٩٩ بجهود حميد كامران. المنتجات الرئيسية لهذه المجموعة هي المنتجات الخشبية الكلاسيكية ذات الجودة العالمية، مثل الأثاث والخزائن والأبواب المضادة للسرقة وغيرها من الهياكل الخشبية. نقرأ أجزاء من مقابلتنا مع حميد كامران، الرئيس التنفيذي لمجموعة كامران لصناعة الأثاث الخشبي. حتى السنوات القليلة الماضية، كانت المنتجات التقليدية الأثاث الخشبي ثم نبيعه، ولكن الآن من أجل رفاهية عمالتنا، يتم إنتاج هذه المجموعة في شكل مشروع؛ أي أن التصميم واللون والحجم وغيرها، يتم تصميمها وتنفيذها حسب الوحدة المرغوبة، مما يكون له نتيجة إيجابية لنا وللمستهلك على حد سواء، وهي الميزة المتفوقة لدينا مقارنة بالجموعات الأخرى.

قبل وباء كورونا كانت نصراً إلى عمان والعراق وغيرها، لكن الآن توقف الأمر ونواصل التصدير مرة أخرى. بشكل عام، السوق ليس في حالة جيدة. فيرأي أن كل منتج يستطيع أن يأخذ حصته من السوق. أولئك الذين يقومون بعملهم بشكل صحيح لديهم دائمًا عملاء، ولكن هناك دائمًا مشاكل في السوق المحلية. فيرأي، يجب على الحكومة تحسين بيئة الأعمال، ولكن في النهاية، المنتج نفسه هو الذي يستطيع تحسين الظروف.

رضا العملاء أهم من أي شيء، ونحن نحاول أن نجعل العميل راضياً دائمًا لذلك نقدم أيضًا خدمة ما بعد البيع ونضمن عملنا لمدة من ٥ إلى ١٠ سنوات. حتى لو ظهرت مشكلة من العميل، فسوف نقوم بإصلاح المنتج مجانًا. حالياً، لدينا عمالاء يتواجدون معنا منذ أكثر من ٢٠ عاماً.

وفي العامين الماضيين من السوق يزورون شبه هادئة وأصبحت الظروف مهيئة للاستثمار في هذه الصناعة. لأن صناعة الأخشاب تتمتع بسوق تصدير جيد إلى الدول العربية و يمكننا تقديم أداء جيد في هذا المجال. حالياً، يقوم بعض المنتجات في تركيا بإنتاج منتجاتهم في إيران ومن ثم بيعها باسم المنتجات التركية بسعر أعلى بكثير؛ والسبب في ذلك هو أن إنتاج المنتجات الخشبية في إيران أسهل بكثير وأرخص منه في تركيا. لقد واجهنا أزمة اقتصادية هذا العام، لكن الوضع سيتغير بالتأكيد، لأن صناعة الأخشاب من متطلبات المجتمع المهمة. أنا متفائل جداً بشأن مستقبل صناعة الأخشاب وأعتقد أن الأمور الجيدة ستحدث. في إيران، من السهل جدًا إثراز تقدم في صناعة الأخشاب، لكن علينا أولاً تحدث معرفتنا في هذه الصناعة واستخدام تصميمات وأفكار جديدة ■

وقال سكرتير جمعية اجهزة الصوت والفيديو

يعد الدخول العشوائي والحر للبضائع المهربة المشكّلة الرئيسية للمنتجين



قبل ٥ سنوات، بعد العقوبات التي فرضتها الولايات المتحدة، غادرت البلاد عالمتان تجاريتان صوتیتان ومرئیتان كوریتان بارزتان تشنطن في إیران. في محدثة مع محمد

رضا شهیدی، سكرتير جمعية اجهزة الصوت والفيديو الإيرانية، قمنا بالتحقق من تأثير هذا الإجراء. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة. في عام ٢٠١٩، عندما واجهت بلادنا نقصاً في النقد الأجنبي، تم حظر استيراد العديد من العناصر مثل الأجهزة المنزلية أو مستحضرات التجميل والأغذية الصحية، ومن المؤكد أن هذا الحدث كان له تأثير على الصناعة؛ ولذلك، لتوضیح المسألة، سأذكر أولاً إحصائية. وفي عام ٢٠١٧، عندما لم يكن هناك حظر على استيراد الأجهزة المنزلية، تم استيراد ٥٤٠٠ جهاز تلفزيون إلى البلاد؛ بينما تم في نفس العام إنتاج ٦٠٠٠٠ جهاز تلفزيون في البلاد. ووصلت هذه الإحصائية إلى ٦ آلاف جهاز في عام ٢٠١٨؛ ولذلك فإن إحصاءات استيراد الأجهزة المنزلية مقارنة بالإنتاج المحلي لم تختلف بشكل كبير. من ناحية أخرى، تم إنتاج منتجات العلامات التجارية اليابانية والكورية الشهير مثل إل جي وسوني وسامسونج، والتي وصلت إلى أيدي المستهلكين، بمشاركة الجانب الإيراني في إنتاج هذه المنتجات. وفي عام ٢٠١٩، غادرت هذه العلامات التجارية البلاد بسبب الضغوط التي سببها العقوبات الأمريكية؛ وإلا فلن تكون هناك قيود على إنتاج إیران. إن مغادرة إیران فجأة كان قراراً أحداً من جانب هذه العلامات التجارية. في الوضع الحالي، من الممكن أيضاً إنتاج المحلي باسم علامة تجارية أجنبية؛ بشرط موافقة الطرف الأجنبي على هذه المسألة. ومن الأمثلة على هذا الوضع علامة سوني التجارية التي تواصل إنتاجها حالياً بشكل محدود. بعد هذه التغيرات، وفقاً لاحتياجات البلاد، استمر العديد من الشركات المصنعة في الإنتاج بعلامات تجارية جديدة. ليس لدينا مشكلة في استيراد الأجهزة المنزلية ونعتقد أنه يجب السيطرة على مشكلة التهريب إلى البلاد. إن استيراد منتجات صناعة الأجهزة المنزلية لا فائدة منه في الوضع الحالي حيث تكون البضائع المهربة مجانية عملياً ولها إغفاءات جمركية وتأمينية وضريبية. ويتم حالياً تهريب حوالي ٧٠٠ ألف جهاز تلفزيون إلى هذا السوق كل عام. ليس لدينا أي مشكلة مع المنتجات المستوردة التي يتم استيرادها بشكل قانوني من الجمارك. ويجب أن أقول بوضوح؛ إن مشكلة الدخول الحر وغير القانوني للبضائع المهربة هي المشكلة الرئيسية لجميع الشركات المصنعة، وليس الاستيراد القانوني للمنتجات الأجنبية. ■

الرئيس التنفيذي لمجموعة اریس سازه بارسیان

لقد حولت ورشة العمل الخاصة

إلى أكبر مصنع للمكونات

صناعة تصنيع الأجهزة المنزلية في إیران ليست قدیمة جداً. ولعل هذا السبب يكفي لطرح التساؤل حول كيفية مکن هذه الصناعة الوليدة. رغم كل مصاعب مسار الإنتاج في البلاد، من الحصول على موطن قدم والتقدم في حوار مع يوسف فتح الهی، الرئيس التنفيذي لمجموعة اریس سازه بارسیان مع علامة ساتور التي تنتج الحديد الزهري على الموقد الغاز مشغول قمنا بدراسة هذه الصناعة. نقرأ أجزاء من هذا الحديث.

بدأت شركة السيناتور نشاطها منذ عام ٢٠٠٦ قبل مجموعة ساتور، لم يكن أحد يصنع قطع الغيار، وكانت الشركات الكبيرة، دون استثناء، تستورد الأجزاء التي تحتاجها من الخارج، وخاصة من الصين. عندما بدأنا في إنتاج المكونات، لم تتمكن من التنافس مع العينات الأجنبية، ولكن مع مرور الوقت، في عام ٢٠١٠، تمكننا من الارتفاع بعملية الإنتاج إلى المستوى المرغوب فيه. وبالتالي، أصبحت مجموعة ساتور من أوائل صانعي القطع الفنية. وفي عام ٢٠١٢، قمنا بتصدير الفائض من منتجاتنا إلى الخارج. حالياً، جميع العلامات التجارية الشهيره ذات السمعة الطيبة في المنطقة تستخدم منتجاتنا.

السرعة في الإنتاج هي ميزة شركة ساتور. بالمقارنة مع منافسيها، فإننا نقوم بتسليم منتجاتنا لعملائنا بشكل أسرع، وهي ذات جودة أفضل من دول مثل تركيا وأوزبكستان وإيطاليا وغيرها؛ ولذلك فإن هذين العاملين هما سبب نجاح مجموعة ساتور في إنتاج قطع غيار الأجهزة المنزلية. وغنى عن القول أنه بسبب دود الفعل الإيجابية، تم تصدير ٧٧٪ من منتجات مجموعة السيناتور مدة ٣ سنوات تقريباً، و يتم إرسال ٣٠٪ المتبقية إلى المصانع لاستهلاك المحلي. ومن المهم أن نذكر أن مجموعة ساتور قد شاركت المعرفة التقنية لانتاج قطع الغيار مع مجموعات الإنتاج الأخرى. نحن نؤمن بأن مجال الإنتاج يحتاج إلى منظور طويل المدى، وبهذا المنظور لا يمكننا أبداً إنتاج جميع المنتجات التي تحتاجها هذه الصناعة لوحدها.

أولاً لا بد لي من وصف دور صناعة المكونات في إنتاج صناعة الأجهزة المنزلية. تحتاج كل صناعة إلى صانعي مكونات أقوياء لتنمو وتستمر. لقد توصلنا إلى نتيجة مفادها أن قوّة صناعي منتجاتنا أكبر بكثير من إنتاجهم الحالي، لكنهم يواجهون مشكلة تؤدي قطع الغيار؛ ولذلك، ينبغي أن نستثني أن تصنيع المكونات وصناعة الأجهزة المنزلية متكاملان، وبدون نمو أحدهما، لن ينمو الآخر.

حالياً، نجحت صناعة تصنيع قطع الغيار في إیران في إنتاج بعض الأجزاء وتم تطوير بشكل جيد في إنتاج أجزاء أخرى. وترجع هذه المشكلة أيضاً إلى نقص الدعم من الحكومة والسوق الإيرانية المحدودة. يجب أن يتم إنتاج بعض الأجزاء بكميات كبيرة لكون اقتصادية، لأنها في الأعداد المنخفضة يكون ذلك بمثابة فائض في الإنتاج. ومن المؤكد أن الواردات في إیران أكثر ربحية. ■



وأوضح نائب رئيس منظمة المنطقة الحرة في كيش للشؤون الاقتصادية والاستثمارية

إعداد البوابة الإلكترونية لقطاع الاستثمار في كيش

يعتبر كون كيش منتجًا واحدًا أهم عائق أمام جذب الاستثمار إلى هذه الجزيرة. لأن كيش لا تُعرف إلا كوجهة سياحية، مما تسبب في تقلبات اقتصادية وحتى غير اقتصادية أثرت على اقتصاد الجزيرة وشهدنا ركودًا عميقًا في أعمال الجزيرة، خاصة في المواسم الحارة. وفي الحديث الذي أجريناه مع وحيد زارع فخري، النائب الاقتصادي والاستثماري لمنطقة كيش الحرة، بحثنا في تصرفات هذا النائب والاستثمار في هذه الجزيرة. نقرأ أجزاء من هذه المقابلة.

حالياً، تضم نائب المستشار الاقتصادي والاستثماري لمنطقة كيش الحرة 5 مجالات رئيسية، أحدها الاستثمار، وهو المسؤول عن بناء الجزيرة وتطويرها من حيث دخول مستثمري القطاع الخاص. بالإضافة إلى ذلك، في إدارة الاستثمار، نحن مسؤولون أيضًا عن تنظيم البنك وبورصة الأوراق المالية والتأمين في الجزيرة. العديد من شركات سوق رأس المال والتأمين مسجلة في جزيرة كيش، أما غير المسجلة فيجب عليها تسجيل فروعها التي تشرف إدارة الاستثمار على أنشطتها. هناك 6 مدن صناعية في جزيرة كيش تعمل بمرحلتين مختلفتين، وأكثراها شيوعاً هو موضوع خدمات الدعم لبار النفط والغاز في الخليج العربي. وقد سجلت العديد من هذه الشركات مكاتبها وفروعها في كيش، وتقع مكاتبها وسقائف الصيانة الخاصة بها في الجزيرة، مما يخلق حجم مبيعات كبير لكيش. بالإضافة إلى شركات النفط، تعمل أيضًا شركات الأدوية ومستحضرات التجميل والأغذية في جزيرة كيش، كما يوجد لدينا قسم لأنشطة التخزين.

ومنذ بداية العام سجل الميزان التجاري رقمًا إيجابياً قدره ٨٤ مليون دولار، يرتبط معظمها بالطبع بطبع مجال الخدمات الفنية والهندسية والخدمات السياحية. وبطبيعة الحال، كما إيجابين في قطاع السلع.

أيضاً، ولكن كانت حصته أقل بكثير في قطاع الخدمات. كل جهودنا تنصب على إعداد بوابة واحدة في مجال الاستثمار بحيث لا يتعرض المستثمر إلا لتلك البوابة الواحدة وإزالة الالتباس البيروقراطية من عمليتنا. كما نقوم أيضًا بتحديث فرص وعوامل جذب جديدة للمسثمرين في جزيرة كيش، وكل ذلك سيسمح لنا أن نعد بمستقبل أفضل للاستثمار في جزيرة كيش.

نأمل أن تكون جزيرة كيش في المستقبل مكانًا يتمتع باقتصاد ديناميكي وفعال في الاقتصاد الوطني، ومعروف في الاقتصاد الدولي، وجذاب للعائلات الإيرانية، وذلك بسبب حجم التداول المالي المرتفع وليس فقط بسبب الزيادة. في أسعار الأراضي، سوف تصبح جنة استثمارية، وهذا الاحتمال بالطبع ليس بعيدًا جدًا.

الآفاق الاقتصادية لعام ٢٠٢٣ مع نظرة على ما حدث الاقتصاد البلاد



الدكتور مهدي كريري تفرشي
رئيس مجموعة عمل أعمال
طريق الحرير التابعة للأمم
المتحدة واليونسكو

وبلغ النمو الاقتصادي للبلاد في الربع الأول من عام ٢٠٢٣ ما يعادل ٢,٦% في المائة، كما بلغ النمو الاقتصادي بدون النفط خلال هذه الفترة ٢,٥% في المائة. ولطالما اعتبرت الحكومة تحقيق نمو اقتصادي بنسبة ٨% أحد أهدافها في إعداد وثائقها. وبحسب البيانات الإحصائية لمركز البحوث التابع للمجلس الإسلامي، إذا استمر النمو المحدود لـ «تكوين رأس المال الثابت»، فمن غير الممكنمواصلة النمو الاقتصادي المرتفع. ويفد أن السجل الاقتصادي لعام ٢٠٢٣ سيختتم بنمو أقل مما شهدناه في فصلي الربيع والصيف. كما تشير تقديرات هذا المركز إلى أن النمو الاقتصادي في عام ٢٠٢٤ سيصل إلى مستوى يساوي ٣,١% بالملة. وأخر مرة اقترب فيها النمو الاقتصادي السنوي من هذا المستوى كانت في عام ٢٠٢٠، حيث سجل نمو اقتصادي يعادل ٣,٣% بالملة.

وفي عام ٢٠٢٣ تأثرت المؤشرات الاقتصادية بشكل كبير بالدعاوى الاقتصادية الناجمة عن الحرب بين إسرائيل وحماس، ومن المثير للاهتمام أنه على عكس الاتجاه العالمي في المؤشرات الاقتصادية الإيرانية، أظهرت آثار هذه الحرب نفسها أكثر من تأثيراتها على دول أخرى في الشرق الأوسط ودول أخرى في العالم. وكان لهذا الحدث تأثيرات كبيرة على سوق الأسهم والدولار والذهب، لكن يبدو أن آثار هذه الحرب لن تدوم.

وظروف الحصار والتضخم والركود المتزامن: هناك ثلاثة عوامل كبيرة جدًا تؤثر على اقتصادنا وتخلق نوعًا من التشطيط. كقاعدة عامة، ينبغي لنا أن نرى ما إذا كان هناك احتمال أن تتحسن هذه الظروف في العام المقبل؟ ويفد أننا لا نتوقع الكثير من التغيير في الوقت الحالي.

وبالإضافة إلى محاولة خفض السيولة والسيطرة على التضخم، يجب على البنك المركزي تطبيق سياسات بحيث تتعرض وحدات الإنتاج الصغيرة والمتوسطة وكذلك الوحدات شبه الجاهزة لأضرار أقل وبالتالي المساعدة في تعزيز الإنتاج في الظروف الاقتصادية الحرجية.

تعتمد موازنة ٢٠٢٤ على إيرادات الفراش المغلقة، وهو نهج إيجابي بشكل عام؛ بالطبع، إذا أمكن ذلك بشكل صحيح ودقيق وشفاف، من أجل فتح بعض العقد الاقتصادية، وأيضاً تولي الحكومة اهتماماً خاصاً لقطاع الإنتاج، ويتم مراعاة الإعفاءات الضريبية المناسبة لهذا القطاع، وذلك - التقليل من الأثار التي لحقت بقطاع الإنتاج. أدخل عندما تضاف ضريبة القيمة المضافة إلى الميزانية، ينبغي تخفيض ضريبة أرباح شركات التصنيع معها؛ يعني أنه يجب أن يكون هناك توازن في الإيرادات الضريبية حتى يزدهر قطاع الإنتاج، لأن الإنتاج حالياً هو القوة الدافعة الرئيسية لاقتصاد البلاد الذي لا يزال بحاجة إلى الدعم.

فرم اشتراک سالیانه

دزی رعنایی گذاری

Selected owners of capital and trade

منتخب صاحبان سرمایه و تجارت

نوع اشتراک:

نام شرکت: حقوقی
نام و نام خانوادگی: حقیقی

نشانی کامل پستی:

کد پستی ده رقمی: _____
تلفن تعاون: _____
تلفن همراه: _____
دورنگار: _____
نشانی پست الکترونیک (ایمیل): _____

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

نه بله

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

واحد اشتراک: ۰۲۱-۸۸۸۶۴۸۳۵

۱- واریز مبلغ ۲,۴۰۰,۰۰۰ تومان به حساب شماره ۰۱۰۱۹۶۵۰۲۹۰۰۴ یا شماره کارت ۶۰۳۷-۹۹۷۳-۲۵۵۰-۹۳۱۴

و یا شماره شبا ۰۴-۰۲۹۰-۰۱۶۵-۰۱۷۰-۰۰۰۰-۰۰۱۰-۰۱۹۶۵-۰۱۴۹-۰۱۴۹| بانک ملی ایران به نام آقای مرتفعه فغانی

۲- ارسال تصویر فیش بانک از طریق دورنگار به شماره ۰۲۱-۸۸۸۶۴۷۸۶

۳- هزینه ارسال مجلات با پست عادی بد عده همه ماهنامه و هزینه پست سفارشی بد عده همه متفاوت است.

۴- هزینه فوق برای اشتراک ۱۲ شماره از مجله (در ماه یک نسخه) است.



www.dsarmaye.ir



d.sarmayeh@gmail.com



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



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

CEO of Kamran Wood Industries

In the wood industry, one should look for new designs and ideas

Kamran Wood Industries was launched in 1999 with the efforts of Hamid Kamran. The main products of this collection are classic wooden products with global quality, such as furniture, cabinets, anti-theft doors and other wooden structures. Read parts of our interview with Hamid Kamran, CEO of Kamran Wooden Furniture Manufacturing Group.

Until the last few years, we traditionally produced and then sold wooden furniture, but now for the well-being of our customers, the production of this collection is done in the form of a project; That is, the design, color, size, etc., are designed and implemented according to the desired unit, which has a positive result for both us and the consumer, which is our superior feature compared to other collections.

Before the corona epidemic, we used to export to Oman, Iraq, etc., but now it has stopped and we are pursuing export again. In general, the market is not in a good condition. In my opinion, every producer can take his share from the market. Those who do their job right always have customers, however there are always problems in the domestic market. In my opinion, the government should improve the business environment, but in the end, it is the producer himself who can improve the conditions. Customer satisfaction is more important than anything and we try to make the customer always satisfied, therefore we also provide after-sales service and guarantee our work for 5 to 10 years. Even if a problem arises from the customer, we will repair the product for free. Currently, we have customers who have been with us for more than 20 years.

In the last two years, the market has passed almost calm conditions and the conditions are ready for investment in this industry, because wood industry has a good export market to Arab countries and we can perform well in this field. Currently, some producers in Turkey produce their products in Iran and then sell them in the name of Turkish products at a much higher price; The reason for this is that the production of wood products in Iran is much easier and cheaper than in Turkey.

We faced an economic crisis this year, but the situation will definitely change, because the wood industry is one of the important requirements of the society. I am very optimistic about the future of the wood industry and I believe that good things will happen. In Iran, it is very easy to make progress in wood industry, but first we have to update our knowledge in this industry and use new designs and ideas. ■



**Economic and Investment Vice President
of Kish Free Zone Organization explained**

Preparing the portal for the investment sector in Kish



The fact that Kish is a single product is considered the most important obstacle for attracting investment in this island. Because Kish is only known as a tourist destination, which has caused economic

and even non-economic fluctuations to affect the island's economy and we have witnessed deep recessions in the island's businesses, especially in the hot seasons. In the conversation that we had with Vahid Zare Fakhri, the economic and investment deputy of the Kish Free Zone Organization, we examined the actions of this deputy and investment in this island. We read parts of this interview. Currently, the Economic and Investment Vice-Chancellor of the Kish Free Zone Organization includes 5 main areas, one of which is investment, which is responsible for the construction and development of the island in terms of the entry of private sector investors. In addition, in investment management, we are also in charge of organizing the bank, stock exchange and insurance of the island. Many capital market and insurance companies are registered in Kish Island, and those that are not registered, must register their branches, whose activities are supervised by the Investment Management.

There are 6 industrial towns in Kish Island that are operating in different phases, the most frequent of which is the issue of support services for oil and gas wells in the Persian Gulf. Many of these companies have registered their offices and branches in Kish, and their office and maintenance sheds are located on the island, which creates a significant turnover for Kish. In addition to oil companies, pharmaceutical, cosmetics, and food companies also operate in Kish Island, and we also have a section for warehousing activities.

Since the beginning of the year, the trade balance has recorded a positive number of 84 million dollars, which of course is mostly related to the field of technical and engineering services and tourism services. Of course, we were positive in the goods sector as well, but it had a much smaller share in the service sector.

All our efforts are to prepare a single portal in the field of investment so that the investor is only exposed to that single portal and to remove bureaucratic confusions from our processes. We are also defining new opportunities and attractions for investors in Kish Island, all of which will allow us to promise a better future for investment in Kish Island.

We hope that in the future, Kish Island will be a place with a dynamic and effective economy in the national economy, known in the international economy, and attractive for Iranian families, and due to the high financial turnover and not only due to the increase in land prices, it will become an investment paradise, which of course This prospect is not so far away. ■

**The secretary of the audio and video equipment association said
Indiscriminate and free entry of contraband is the main problem of producers**



5 years ago, after the sanctions of the United States, two prominent Korean audio and visual brands active in Iran left the country. In a conversation with Mohammadreza Shahidi, the secretary of the Iranian Audio and Video Equipment Association, we have investigated the effect of this measure. We read parts of this interview.

In 2019, when our country faced a foreign exchange shortage, the import of many items such as household appliances or cosmetics and health foods was banned, and this event certainly had an impact on the industry; therefore, to clarify the issue, I will first state a statistic. In 2017, when there was no ban on the import of household appliances, 5,400 television sets were imported into the country; while in the same year, two million and 200 television sets were produced in the country. This statistic reached 6 thousand devices in 2018; therefore, the import statistics of household appliances compared to domestic production did not differ significantly. On the other hand, the products of famous Japanese and Korean brands such as LG, Sony and Samsung, which reached the hands of consumers, were produced with the participation of the Iranian side in the production of these products. In 2019, these brands left the country due to the pressure caused by the US sanctions; otherwise, there would be no restrictions on Iran's production. Leaving Iran suddenly was a unilateral decision by these brands. In the current situation, domestic production with a foreign brand name is also possible; Provided that the foreign party agrees with this issue. An example of this situation is the Sony brand, which currently continues its production in a limited way. After these changes, according to the needs of the country, many manufacturers continued to produce with new brands. For example, the Gold Iran collection with the J Plus brand and Sam Electronics with the Sam brand continued their work with good quality; therefore, only the names of some of these brands have changed, but the production has continued with the same quality. We have no problem with the import of household appliances and we believe that the problem of smuggling into the country should be controlled. Importing household appliance industry products is useless in the current situation where contraband is practically free and has customs, insurance and tax exemptions. Currently, about 700,000 television sets are smuggled into this market every year. We have no problem with imported products that are legally imported from customs. I must say clearly; the problem of illegal and free entry of contraband is the main problem of all manufacturers, not the legal import of foreign products. ■

CEO of Eris Sazeh Parsian Group

I turned my one-man workshop into the largest component factory

The home appliance manufacturing industry in Iran is not very old. Perhaps this reason is enough to raise the question of how this fledgling industry, despite all the hardships of the production path in the country, is able to get a foothold and progress in a conversation with Yousef Fathollahi, the CEO of Eris Sazeh Parsian Group with the Senator brand, which produces cast iron on the stove. Gas is busy, we investigated this industry. We read parts of this conversation.

Senator Company has started its activity since 2006. Before the Senator collection, no one made parts, and large companies, without exception, imported the parts they needed from abroad, mainly from China. When we started the production of components, we could not compete with foreign samples, but over time, in 2010, we were able to bring the production process to a desirable level. Gradually, the Senator Collection became one of the first piece makers. In 2012, we exported the surplus of our products abroad. Currently, all famous and reputable brands in the region use our products.

Speed in production is the advantage of Senator Company. Compared to our competitors, we deliver our products to our customers sooner, and they are of better quality than countries like Turkey, Uzbekistan, Italy, etc.; therefore, these two factors are the reason for the success of our collection in the production of home appliance parts. Needless to say, due to positive feedback, 70% of the products of the Senator collection have been exported for about 3 years, and the remaining 30% are sent to factories for domestic consumption. It is important to mention that Senator Group has shared the technical knowledge of parts production with other production groups. We believe that the production field requires a long-term perspective, and with this view, we can never produce all the products needed by this industry alone. First, I have to describe the role of the component industry in the production of the home appliance industry. Every industry needs strong component makers to grow and survive.

We came to the conclusion that the power of our product manufacturers is much more than their current productions, but they are facing the problem of supplying parts; Therefore, it should be concluded that component manufacturing and home appliance industry are complementary and without the growth of one, the other will not grow.

Currently, Iran's parts manufacturing industry has been successful in the production of some parts and has not developed well in the production of others. This issue is also due to the lack of support from the government and Iran's limited market. Some parts must be mass-produced to be economical, because in low numbers, it is pure overproduction. ■



CEO of Saba Energy Holding The priority of Saba Energy Holding is investment with high value and yield



The unveiling ceremony of new services and value-creating achievements of the National Pension Fund with the presence of Dr. Sovlat Mortazavi; Minister of Cooperation, Labor and Social Welfare, Dr. Mehdi Maskani; CEO of the pension fund, Dr. Alireza Zamanpour; The CEO of Saba Energy Holding and the directors and members of the board of directors of the subsidiaries of the National Pension Fund held a meeting in the conference hall of the National Library.

Alireza Zamanpour, the CEO of Saba Energy Holding, at the unveiling ceremony of the new services and value-creating achievements of the national pension fund, stated: Investment is the main task of Saba Energy Holding, development of the country has entered; While the leadership in the meeting with the economic activists mentioned productivity and investment as the main priorities of the country's economy. Based on the emphasis of the Supreme Leader of the Revolution, Saba Energy Holding has focused on increasing large-scale investments in the last year in order to benefit both retirees and play a special role in the country's economy.

He presented a report on the actions and achievements of this holding in 2023 and stated: Saba Gulf Steel Company is one of the most important steel companies in the country. During this year, in addition to offering the shares of this company in the stock market and increasing the capital, it broke the record of the largest subscription in the history of the capital market and attracted more than 4.5 hemads of capital from people's sources for the launch of the Ihyah Do project. The contract for the implementation of this project worth 212 million euros has been approved and it is expected to be put into operation within 24 months.

He further added: In the field of refining, we have the implementation of a small-scale refinery project in Masjid Suleiman.

Dr. Seyed Solat Mortazavi; The Minister of Cooperation, Labor and Social Welfare, in part of his speech at this ceremony, honored the steel and petrochemical complexes of Saba Energy Holding and said: the measures taken in the field of petrochemical and steel are very valuable, but there is still a long way to reach the desired situation. We have a lot. We should be able to pay pensioners' salaries from the profits of pension fund investments.

Dr. Mehdi Maskani; The CEO of the National Pension Fund, in his speech, praised the achievements and services of Saba Energy Holding to the people and stated: This holding has met the country's strategic needs by producing API sheets. This December, the overhaul of Jam Petrochemical was done after 5 years and it was able to prevent the leakage of valuable materials and return them to the production cycle.

In the continuation of this ceremony, JAMPILEN's new petrochemical grade named JAMPILEN EP548U was unveiled online in the group of impactable copolymer products, which is mainly used in home appliance and food packaging industries.■

It was approved in the extraordinary general assembly

An increase of 52 thousand and 500 billion rials in the capital of Chadormalu company

In the Extraordinary General Assembly of Chadormalu Mining and Industrial Company, an increase of 52,500 billion rials in the company's capital was approved from the accumulated profit. The Extraordinary General Assembly of Chadormalu Mining and Industrial Company (Public Stock) was held on the 19th of March with the presence of more than 82% of the real and legal shareholders at the place of the effort hall. The capital increase of Chadormalu Mining and Industrial Company from 271,500 billion Rials to 324,000 billion Rials was one of the most important resolutions of this assembly.

Mohammad Ebrahim Rai Ezzabadi; The representative of Omid Investment Management Group was elected as the chairman of the assembly. Also Yahya; Representative of Mines and Metals Development Investment Company, Salhshuri; Representative of Equity Investment Company, Khalilzadeh; Representative of the Stock Exchange and Rezai Organization; The representative of the company's legal inspector was chosen as an observer.

In the following, Amir Ali Taherzadeh, as the Secretary of the Assembly and CEO of Chadormalu Company, presented a report on the implementation process of the projects being implemented by the company and appreciated and thanked the company's shareholders for their cooperation.

In the Extraordinary General Meeting of Chadormalu Company, the proposal to increase Kechad's capital from the amount of 271,500 billion Rials to the amount of 440,000 billion Rials was proposed, and finally, the amount of 100,000 billion Rials capital increase was approved by the majority of those present in the assembly. Capital increase from the accumulated profit to the amount of 52 thousand 500 billion Rials was approved by this assembly, as a result, the capital of Chadormalu Mining and Industrial Company increased from the amount of 271 thousand 500 billion Rials to 324 thousand billion Rials.

Also, the increase of capital from the amount of 324 thousand billion Rials to the amount of 371 thousand 500 billion Rials from the current demands of shareholders and cash was approved by the Extraordinary General Assembly. In addition, the authority to implement it was delegated to the company's board of directors for 2 years, so that the company's board of directors can implement it after obtaining a license from the Securities and Exchange Organization.

It should be noted that this capital increase is in order to provide part of the resources needed to complete the ongoing development projects, including the construction of a combined cycle power plant with a nominal capacity of 546 MW as EPC, the construction of a solar power plant with a capacity of 100 MW, and the operation of a new iron ore mine. Anomaly A10), the compensation of the expenses incurred for participation in increasing the capital of investable companies and the compensation of expenses incurred for the collection of investments (purchase of shares and establishment of the company) were approved.■



CEO of Zagros Poosh said

Innovation; The key to the longevity of a brand in the market



Zagros Poosh is one of the brands that, despite all the challenges facing the clothing industry in our country, tries to provide high-quality products to its customers. The products of this brand are mostly considered for the classic

class of society and produce men's and women's clothing for managers of organizations, government offices and private companies. We read parts of our interview with Rahim Chegani, CEO of Zagros Poosh Company.

Currently, Zagros Poosh has 15 branches in the country, of which 8 branches are located in the provincial centers and in the cities of Ahvaz, Mashhad, Ilam, Yazd, Lorestan and Hamedan, and 5 branches are located in Tehran. Of course, in the situation where we were considering the creation of 30 stores, we have already reached the halfway point and if we establish 15 new stores in other centers of the provinces, we can say that we have almost achieved our desired goals to carry out the direct supply of goods from production to consumption. to give

At Zagros Poosh, we produce a thousand clothes daily, including jackets, shirts, coats and coats. Of course, since we have a high production capacity, we also produce for some brands with their own brand. In general, we have the ability to produce 400 jackets and trousers, 800 shirts, 600 pants, 200 coats and 200 overcoats daily, and sometimes when the capacity is not enough, we can use outsourcing and fill the empty capacities, but our main goal is that in the future all the capacity Belong to our own brand.

One of the main features of Zagros Poosh is its classicity. As I mentioned, most of our audience are managers. Another characteristic of our brand is the production of quality products and fully industrial sewing, because our factory is 100% industrial and modern, and this itself is considered a distinction compared to factories that are semi-industrial.

Any brand cannot survive in the market if it does not innovate and cannot produce a new product. We pay special attention to this issue, so that at least 8 designers are working with us now. Zagros Poosh has a scientific and practical university, and we have tried to cultivate good designers and we are always looking for it, to connect students who are looking for courses and universities to the industry, and Zagros Poosh has done this in the true sense. Every year, we have 300 graduate students who work in industrial sewing, design and clothing design departments.■

The Annual General Assembly of Goharzamin was held with the attendance of 92% of the shareholders

Kgohar gave a profit of 320 tomans per share

The annual general meeting of the shareholders of Goharzamin Mining and Industrial Company for the financial year ending on December 30, 2023 was held in Tehran Olympic Hotel with the attendance of 92.71% of the shareholders.

Mohammad Mahyapoor, CEO of Goharzamin, at the beginning of the annual general assembly of Goharzamin, presenting a report on the actions taken during the current fiscal year, said: Goharzamin mine, as the main, most potential and special iron ore mine with a reserve of 640 million tons, is one of the largest mines today. It is considered the country's present.

Stating that Goharzamin mine has very ideal and extraordinary conditions, he said: Today's production conditions are such that we must have the complete chain of production of products in this complex. Therefore, the completion of the production chain in Goharzamin complex is one of the most important decisions made by Kgohar's shareholders.

Mahyapoor emphasized that Goharzamin produces 18% of concentrate and 27% of pellets of the country, and said: Accordingly, the production of 10 million tons of granulated iron ore in the financial year ending on December 30, 1402 was targeted, and with the efforts of the personnel of this complex, we were able to 11.23 percent increase; To realize the record of 11 million 62 thousand 246 tons of production of this product.

Regarding the performance of the 2023 financial year, the CEO of Goharzamin noted: "Obtaining the first place in the OTC market", "24% increase in operating income in the 2023 financial year compared to the 2022 financial year", "Obtaining a 3-star recognition for organizational excellence in the first presence", "a 14% increase in iron ore extraction compared to last year", "increasing the production of all products compared to last year" and "achieving 23 production records in the fiscal year 2023" were among the most important measures taken by Kgohar in the past year;

He further mentioned the development plans of Goharzamin Company and said: the construction of a direct reclamation plant with a physical progress of 51.3%, exploratory studies in the Jabal Barz region, which is currently conducting drilling and exploration operations, and also the construction of a water recovery plant with a physical progress of 80%. Percent is one of the development plans of Goharzamin Mining and Industrial Company.

In the end, the CEO of Goharzamin emphasized: The trump card of Goharzamin Mining and Industrial Company is not mining; rather, it is the valuable and appreciative shareholders and the hardworking and expert personnel of this complex.

I have to say; The Annual General Assembly of Goharzamin Company ended by approving the distribution of 320 tomans per share.■

The challenges and problems of the garment industry were discussed in the round table

Unequal competition of Iranian clothing with cheap stocks

In the conditions of widespread smuggling, big problems have been faced by the activists of this industry, because the mandatory pricing along with the lack of government support has created many problems for this industry. Considering the importance and special position of this industry, in the round table we held under the title of challenges and problems of the garment industry. This round table was attended by Mohsen Esfahanian, CEO of Grad Brand; Hossein Ashtari, CEO of Michka brand; Nima Azimdoost, CEO of Tulika brand; Mahmoud Mohammadi, CEO of the Salian brand and Asad Rahbri, the internal manager of the Almajean brand, were held. We read parts of this interview.



Mohsen Esfahanian: Fortunately, the number of Iranian brands has increased a lot, and even the brands that did not care about this issue 10 years ago, have now created a very good team, structure and design department, which gives us hope. In terms of design, Iranian brands are doing very well and very capable designers are working in our country, some of them even work for foreign brands.

Our first issue is smuggling, which takes away our business space. Factories should be enlarged to compete well in exports. Domestic producers have the ability to export goods in terms of quality, and there is no problem in this connection.



Hossein Ashtari: The cost of production in the clothing industry is very high and the most important problem in this industry is smuggling. Issues related to insurance, taxes and other costs cause the cost of manufactured clothing to rise. Meanwhile, unfortunately, some markets are filled with Bangladeshi goods that are not subject to insurance and taxes; Therefore, they have a low price. Domestically produced clothing must compete with some cheap and low-quality goods. At the same time, due to the decrease in people's purchasing power, some people prefer to buy cheap goods.

In terms of quality, there is the ability to export, the government should provide the necessary support. If this trend continues, many workers in the garment industry will be out of a job by next year.

Regarding design, most designers are extremely professional and strict regarding small matters; It means that there is the necessary ability and potential, but that cultural poverty does not allow work.



Nima Azimdoost: Of course, the current state of the garment industry is not good, and it can be good, profitable and reasonable to operate in it if the economic situation is stable and the spread of smuggled goods and counterfeit goods is removed. According to the

discussions in the clothing association, the amount of labels on foreign goods produced in Iran is more than the producers of that foreign brand. In fact, we are competing with Bangladeshi goods and European stock, which is available in the market at very low prices and in abundance. If we are going to compete with people with this purchasing power, we must provide services that also have costs that cause the target society to become smaller and smaller.

As a rule, the brands that are currently active have the ability to export, but my opinion is that considering the high potential that we have in the country, we should try to develop this industry. Currently, some brands are exporting to other countries, but it is not consistent.



Mahmoud Mohammadi: By the way, in order to raise these issues, we had various meetings in the past years and this year, but unfortunately none of them came to fruition. give an opinion and practically do not enter the scope of decision-making. As mentioned, today, smuggling is the biggest problem facing all the activists in this field. On the other hand, one of the areas in which we have a lot of trouble is non-compliance with copyright laws, and we don't have anything called copyright in Iran.



Asad Rahbri: Textile and clothing are among the most employment-generating industries in the country, and its supply chain, production, distribution and supply can be highly employment-generating; Of course, provided that there is the ability to compete. While in the supply chain, we cannot provide everything by ourselves, the government prevents imports by imposing laws, which in itself has weakened production. When the supply chain of raw materials shrinks, there is no more competition in variety and quality, while the existence of competitors makes industries successful, including the clothing industry. This, smuggling and mandated pricing hinders branding.



Ehsan Khavehtash: Unfortunately, we have encountered a contradiction and we have many reasons; Like why the rules are not followed and then it comes back to us why we don't create culture, but the fact is that it is not our job to create culture at all. Our question is why the municipal beautification organization does not help the garment industry and why the punishment organization does not think about the state of this industry? In my opinion, if the clothing industry does not develop and grow, other people will not invest in this industry and will invest in other industries. I also believe that if there is going to be thought for Iranian clothing, fashion and clothing design, this issue should be formed from above.■

CEO of Kian Petrochemical Company

The development and progress of the Kian project under the help and efforts of all elements



Engineer Abdullah Yavari, the CEO of Kian Petrochemical Company, on the occasion of the beginning of the month of Ramadan and the spring of nature, said to the managers and employees of this company: Spring is the beginning of change and transformation and a new movement,

and the spring of the Qur'an is the best opportunity for transformation in the knowledge of God and self-improvement, change and Moving towards being better.

He discussed the importance of the Kian project from a transnational perspective and scale as a "mega project" with the volume and amount of investment, the production of value chain products and engineering and technical knowledge and technical equipment, etc. and said: These indicators are among the important economic projects at the regional level. It is the Middle East.

Helping the most important actions and performance of Kian company in 2023, reforming infrastructure, organizational structure, organizing and updating administrative and financial systems and automation, systematic planning from forecasting to implementation and performance, clarifying accounts and operations, railing technical, engineering and construction operations, activating fronts. The task of active workshops is to identify and negotiate with foreign and domestic investment companies to attract resources and...

CEO of Kian Petrochemical Company, prolonging the implementation and completion of the project from 2012 until now due to the lack of credit and investment resources, determining the startup priorities, solving the problems of foreign exchange obligations, providing the required resources to the extent of the shareholders' participation and the most important need for development and progress and exploitation. They announced the provision of investment resources and... as one of the developmental needs and requirements of the Kian megaproject. Petrochemical industry serving the scientific community of the country

In a meeting with Ali Mohadi, Director General of Education and Culture of Bushehr Province and Abdul Hossein Barzegari, Head of the Cultural Reserve Fund of Bushehr Province, Engineer Yavari said: The country's petrochemical industry is supporting the country's scientific empowerment.

CEO of Kian Petrochemical Company in this meeting; He considered the development of the country's educational infrastructure, elimination of deprivation and attention to the less privileged areas, whose main roots are in education, necessary and necessary.

At the end of this meeting, Ali Movahedi; General Director of Education of Bushehr Province and Abdul Hossein Barzegari; The head of Bushehr province cultural reserve fund and the head of security of the general administration along with the CEO and directors of Kian Petrochemical Company visited the operational construction workshops of the site. ■

World of INVESTMENT

Operation Manager of Delgosha Grand Bazaar

Delgosha A modern and authentic market

Since years ago, there has been a feeling of need for complexes with facilities and services and easy access, especially in Tehran's Grand Bazaar, due to its old, traditional and unsafe context. Based on this need and the successful experience gained from the construction of similar markets such as Reza Bazaar, Delgosha Grand Bazaar with its convenient location at the entrance of Tehran Bazaar and at the beginning of 15 Khordad Street became a candidate for this case. The process of building this market in the form of a modern market was completed by preserving the originality and characteristics of the Tehran market and the traditions left from the past. The operation of this market started in 2019 and continues until today. In a conversation with Alireza Jabini, the operation manager of Delgosha Grand Bazaar, we have investigated the situation of this market. We read parts of this interview. Tehran market is not a market exclusive to the capital and actually belongs to the whole country. In fact, Tehran Grand Bazaar is a supplier of various items and goods for the whole country, and selling goods abroad is one of the goals and plans of Tehran Grand Bazaar. Also, this market has tourism aspects. The location of Delgosha Grand Bazaar in Tehran's bazaar complex, while having all these potentials, is a trump card in the bazaar area due to the standard facilities it provides to the visitors.

However, visitors to a market should have access to basic facilities such as healthy toilets, breathing healthy air, safety, use of public spaces and restaurants. In Delgosha Grand Bazaar, all these facilities have been created and gathered in one place. In this commercial complex, in addition to using the benefits and facilities of Tehran market and the Tehran market area, i.e. availability, unique variety of goods and reasonable prices, comfort facilities are also placed next to it; Therefore, this issue can be considered as the distinguishing feature of Delgosha market compared to other commercial complexes and other complexes in Tehran market.

There are about 1,500 business units in this complex, according to the activity of about 13 to 14 trade unions in this market, if you consider the ratio of 1 to 10 in the field of distribution, it can be said that nearly 50,000 to 60,000 people create job opportunities. has indirectly

Today, investing in this field requires a high amount and is among the most expensive business and commercial fields. Certainly, where there is potential and empty capacity, the creation of business centers combined with service and entertainment centers and sometimes health centers forms a complex that can be very attractive and profitable and create high entrepreneurship. ■



Exhibitions are an opportunity to introduce new products and technologies

The history of holding exhibitions as one of the important events in the world is old. In gatherings of people on various occasions such as religious ceremonies and holidays, merchants and owners of goods benefited from this gathering for sales. Basically, exhibitions as spaces for displaying and introducing products, arts, culture and other important elements of societies, since ancient times and in places various events were held.

3rd Millennium Modern Transactions Exhibition Company The exhibition activity of this company from 2007 to 2014, representing more than 26 Turkish and German exhibition companies with various topics such as construction, elevator, decoration, furniture, furniture raw materials, clothing, textiles, bags and shoes, chemical raw materials, paint and resin in Iran started that this activity included the sending and arrival of business delegations, Iran pavilions in Turkey, B2B meetings, specialized meetings of business delegations and representatives of public sectors with private sectors and Turkish organizations.

Some of the meetings held:

- Holding a meeting between the head of industry, mining and trade of East Azarbaijan province (Mr. Najafi) with the head of Izmir Chamber of Commerce (Mr. Demirtaş)
- The meeting of the delegation of Iranian food producers with the managers of the METRO restaurant chain (mainly selling food, which had branches in more than 32 countries of the world.)
- Setting up Iran's pavilion at the Istanbul Food Fair, Izmir Trade, Istanbul Chemicals, Istanbul Paint Materials, Istanbul Halal Fair and...

Next, the first period of Horka industry exhibition series titled industrial kitchen, restaurant, fast food, catering, coffee and bakery equipment exhibition was held in 2018, and so far 5 periods were held with independent titles and holdings, but at the same time, as follows.

- Flour and bread, equipment, consumables and raw materials for bakery and confectionery cafes
- Industrial kitchen, restaurant, catering equipment, supplies and consumables
- Coffee equipment, accessories and consumables, coffee shop, hot and cold drinks
- Iranian Food and Drinks Gastronomy Exhibition Festival

The first period of this exhibition was held in a space of about 1,800 square meters, and this area reached more than 8,000 square meters in the fifth period, which indicates the growth of the area and the reception of business owners. Holding an exhibition is an attractive knowledge that its presenters should organize events based on scientific principles.■



Ramin Ghasempoor
Managing Director of
3rd Millennium Modern
Transactions Exhibition
Company

The head of the board of directors of the Iranian Sebt Tourism Company said The need for extensive and standard education in tourism



In an interview with Ahmad Sebt Hosseini, who is currently the chairman of the board of directors of Iranian Sebt Tourism Company, he stated that the activity of this agency is only focused on organizing inbound tours and trying to attract foreign tourists and those interested in Iran and preparing articles about interesting Iranian sites, history, culture, architecture and art in different languages, they present these articles in exhibitions and to their brokers and tourists. Also, these articles are published in different French, Italian and Spanish magazines. You are reading parts of the interview with this tourism industry activist.

At the beginning of the agency's work, we selected our target markets, and by traveling to these markets, we held sessions on Iranian studies and familiarization with Iranian architecture. Also, for the purpose of marketing, we participated in various exhibitions organized by the World Tourism Organization every year. Of course, in order to stay in the market, we have to do different things, including innovation, adding more sightseeing places in travel plans, and introducing Iran with all its contents and quality characteristics. In this regard; The music, customs and folklores of different Iranian peoples are presented and presented in the form of pictures and written articles in various exhibitions and seminars in order to maintain our sustainability in the target markets and to enter other new markets as well. Introduce, advertise and market Iran as a global tourist destination.

The first challenge is that the tourism infrastructure in our country is not complete. One of these infrastructures is suitable, standard and tourist-friendly accommodations, which either do not exist or, if they do exist, are very few. The second required infrastructure is suitable and innovative transportation; the number of buses, minibuses, vans, and private cars is small and does not match international tourism standards. Another infrastructure is education at a wide, standard and international level. In fact, the prosperity of the tourism industry requires extensive and high-quality education, but unfortunately, the quality and quantity of education is low. Broad education also means that all members of society should be educated; In other words, people should become familiar with tourism and the tourism industry, which leads to job creation, foreign exchange, and export of culture. If these trainings are carried out in the form of network communication and the necessary trainings are provided in the media, the level of culture and awareness of the people will definitely increase.■

The general manager of Atana Hotel proposed Satisfying customers with service innovation



In 2020, Atana Hotel started its work with four stars, but with the standards of a five-star hotel in Tehran's Palestine Square. This hotel faced serious challenges at the beginning, but managed to maintain

the quality of its services. In an interview with Dr. Mohammad Reza Tehrani, the general manager of Atana Hotel and a university lecturer who has more than 20 years of experience in the tourism and hotel industry, he said: Investing in this industry, considering that it is the second money-making industry in the world, can be very profitable; Provided that the investor is supported and restrictions are removed. We read parts of this interview.

Atana Hotel was opened in 2020 with four stars in Palestine Square and will continue its operation as a five-star hotel in a few days. The beginning of the operation of this hotel was faced with serious challenges in the cultural and political categories. Also, with the start of the Corona epidemic, the hotels were practically closed and tourism fell off, but Atana Hotel tried to overcome the challenges by maintaining the quality of services.

This hotel is a combination of the names Ata and Ana, which means father and mother in Turkish. We are looking to form a family in this hotel and we are trying to reduce the worries of the guests by creating a family and supportive atmosphere and convey to them the feeling of being with the family and at home and provide our services in the best way. Our goal is for the guest to receive a quality of service that cannot be experienced in other hotels with the price and conditions of our hotel. Atana is looking for innovation and providing perfect services, fortunately, we have been successful in this field so far and were able to satisfy customers.

Corona had a great impact on the activity of hoteliers, so that the income of hotels decreased drastically during this period. Also, its other impact was on human resources, because many hotel employees left this industry and went to other industries due to the inability of hotels to pay salaries. Of course, before the spread of Corona, we had the problem of human resources and we were facing a shortage of specialized human resources, but after Corona, this issue became very prominent. Right now, not only can't we find expert staff, but due to the lack of ability of the staff that are recruited, we are forced to use staff with low skills and knowledge in higher positions; This issue causes a large amount of work for the high-ranking managers of the organization. Many of the human forces that remained for us after Corona do not have the necessary expertise and skills and need to gain experience and learn skills. ■

The manager of Aramis Hotel Tehran suggested

Severe shortage of manpower in the hotel industry

Aramis Tehran Hotel is located in the center of Tehran, a little higher than Valiasr Square, with an age of about 50 years. In an interview with Hedayatollah Abdi, the manager of Aramis Tehran Hotel, he examined the various aspects of the hotel industry in Iran, which the readers will find interesting.

Since the re-naming of Victoria Hotel was not allowed by the registration of companies and institutions, we chose this name for the hotel with the approval of the members and partners of the hotel and also due to the familiarity with Aramis Tehran Hotel in Turkey.

The only existing relationship is the same name of the hotels, but we are supposed to have a sisterhood understanding with the existing Aramis Tehran hotels in Kish and Mashhad, the most effective sisterhood relationship; Strengthening the brand, exchanging guests and services, training and human resources, and knowledge exchange. The best feature is the location of the hotel and its location in Valiasr square in the center of Tehran. So that you can go from Valiasr Square to the west, east, south and north of the capital, and this hotel has good access to the main arteries of Tehran in terms of the highway and public transport fleet. The motto of the hotel is in the same direction (peace in the heart of the capital). Also, the proximity of Aramis Tehran Hotel to shopping centers, stylish boutiques and food centers makes life go on late at night and guests can make the most of their remaining time after a working day. Another feature is due to the transformation of the hotel's stars from 3 to 4. In the field of competition, due to having all the criteria, it does not consider itself a strong 4 stars and in the field of pricing, we use a competitive price compared to other hotels, so that if the guests if they want to choose a 4-star hotel with all facilities, they can pay the minimum price by choosing Aramis Tehran Hotel.

The big problem that is currently plaguing the hotel industry is the severe lack of manpower, so that if we post a job advertisement in several different places, 2 or 3 people will call in 2 weeks, and there is no manpower for service and executive work.

Unfortunately, education has become very weak and the output from universities and other educational centers is not enough to attract them. When we hire staff, staff who have several years of experience in a hotel are undoubtedly an asset. ■



The necessity of reforming the structure of food production and distribution



Majid Bastami
Expert and sales manager
of the food industry

Compared to the last 10 years, the food industry of our country has had a lot of decline in terms of quality and health, and the main reason is related to material issues. In the past 4 years, food products have been health-oriented, but health-oriented products are slightly different from other products in terms of price. Unfortunately, according to the current conditions, we are witnessing a decrease in the consumption of health-oriented products, which will result in a decrease in the health of the people and an increase in the number of diseases. One of the effective measures for prosperity in the food industry is to create a suitable culture for using these types of products; It means to convey the message to the people of the society that food producers care about your health by producing health-oriented products. Meanwhile, these types of products have a high price that people will be willing to pay more if they are sure that the food factories are working for their health.

One of the problems in the food industry is related to financial and commitment issues. Generally, the price of food and products are priced based on the fuel rate, because the price of the packages that the food and drinks are sold in changes with the price of oil and fuel. Meanwhile, the exchange rate fluctuations in our country make the work very difficult and create margins that affect food producers and distributors. The second issue is the lack of skilled workers in the food industry, whose number is very small. People working in this industry must have the ability to work outdoors and have a good spirit to establish relationships with other people; Therefore, physical and mental ability are very important items for the expert force. In the meantime, some companies are planning to solve this problem in order to train people in order to benefit from them optimally in different sectors. It is worth noting that one of the processes carried out in the food industry was planning during the last 10 to 15 years to remove supermarkets from the cycle of food sales and to create local chain stores that, even with discounts and periodic palletizing of these stores, supermarkets never In the end, I hope that the big and important food industry will be given importance in our country, because it directly deals with people's health and soul. In fact, reforming the structure of food production and distribution is an important issue that must be addressed and taken seriously.■

CEO of Flamingo Tourism Holding Company

The tourism industry needs real support



The tourism industry in Iran can have a bright future if it succeeds in attracting foreign investment. In the conversation we had with Mrs. Ruqieh Hatamipour Farshi, the CEO of Flamingo Tourism Holding Company and the head

of the Iran-Australia Friendship Association, we discussed issues such as the decrease in the number of tourists in our country, effective measures to increase the number of tourists, the future of tourism, and similar issues. We read parts of this interview.

This holding was born in Dubai in 1990 and started its activity in the field of tourism in an office. The start of Flamingo coincided with the beginning of development and transformation in Dubai, and this caused the company to gain good experiences in the international field. After several years of operation in Dubai, Flamingo got a license to operate in Iran in 1996 and started working. Our first exit destination was the United Arab Emirates and Dubai, and the office we had in this city and the experiences we had gained helped us a lot so that Flamingo immediately opened its place among Iranians.

After several years of activity, Flamingo spread and expanded its standard activities among the countrymen as a travel agency and became popular with the public. After several years of activity and in 2000, we were interested in working on tourism infrastructure; Therefore, another company was created to invest and build tourism areas. Another company we created is the domestic and international events company, which has organized many valuable international events in its portfolio, including Iran's cultural weeks in Tunisia in 2 different years, Iran's cultural, tourism and handicrafts week. In the Czech Republic, participation in Muscat International Festival in 2 consecutive years and in international areas such as Germany, Singapore, Malaysia, Turkey and Dubai.

Flamingo Holding has many development plans in mind for the future, which include marine tourism, rural tourism, and special tourism with a special look and elements. In addition, this holding has planned programs for the development and expansion of tourism as well as creating and providing standard services to compatriots and Iranians in its work calendar.

In support of tourism, officials talk a lot about the benefits of this industry, but this is not enough; Because supporting tourism is like creating facilities and paving the way for the private sector to design, build and create tourist places. The private sector and domestic and foreign investors should be willing to invest in this area. Also, airlines must have enough facilities and passengers, and there should be no obstacles to buying new fleets and establishing and equipping airports.■

The outlook of the country's foreign exchange market in 2024



Morteza Faghani
Member of Tehran Chamber of Commerce

The country's foreign exchange market, and specifically, the price of the dollar, which is the main indicator of this market, witnessed a continuous growth last year, despite temporary fluctuations, and in accordance with other basic variables of the country's economy, such as the growth of the monetary base, liquidity growth, the amount of foreign exchange earnings and access Iran depends on its foreign exchange resources abroad. However, in the last few weeks, especially after holding the elections of the Islamic Council, we witnessed the ups and downs in this market. After the aforementioned elections, the price of the dollar in the open market jumped to the channel of 60 thousand tomans and there were some whispers about reaching the channel of 70 thousand tomans. However, this forecast did not come true and the price of the dollar in the open market stabilized at around 57 thousand tomans by returning to the channel of 50 thousand. Some criticized the government's policy towards this market as currency spraying, news therapy, as well as talking about plans such as pre-sale of currency, and described these measures as only a temporary relief to calm the tense currency market.

According to the statements of the head of the central bank, the country's general financial policy last year was to stabilize the growth of liquidity in the range of 26%, but this is despite the fact that the increase in the price of the dollar as an indicator of the foreign exchange market last year had a growth of about 32.8%, and this shows that in the foreign exchange market, we have had a growth greater than about 6.8% compared to the increase in liquidity, so it can be said that perhaps the Central Bank's estimate of the growth of liquidity did not exactly match the reality of the market and economic indicators, although it cannot be denied, this estimate was close.

Field statistics show that the growth of the monetary base in 2023 is downward and the 12-month growth has actually reached 33.5%, which corresponds to a large extent with the growth rate of the dollar price as an indicator of the currency market. If this policy continues and the liquidity growth is controlled in the range of 30-35%, the increase in the currency price will also be in the same range, and it seems that in the next year, we should see a 30-35% increase in the price of the currency and the price of the dollar will reach the channel of 70 thousand. To man, however, this should not deny the impact of macro-political affairs, especially the upcoming presidential elections in the United States and the prospect of the end of the war in the Gaza Strip and Ukraine, on the country's economy. Also, the new financial policies adopted by the 12th parliament will have a very important impact on the country's currency market.■

Iran's steel industry capacities and challenges



Farhad Amirkhani
Chief Editor

Iran's steel industry has a special place in the world due to its rich mines and high quality products. Now more than a hundred companies and steel mines are engaged in production in our country, including large companies such as Isfahan Iron Smelter, Khuzestan Steel, Mobarakeh Steel, Khorasan Steel, Azerbaijan Steel, Alloy Steel, Hormozgan

Steel, Central Iron Ore, Chadormello, Gol Gahar, Sangan iron ore, coal mines, etc.

Currently, the performance of the steel industry in Iran is commendable, as the World Steel Association has recently announced that Iran has reached the ninth place in the world in steel production in June this year. Today, the annual performance of the steel industry shows the fact that compared to the performance of 71 steel producing countries in the world, after Turkey, Iran has had the highest production growth among the top 10 producers in the world, so that in the period from December 10 to December 10, with the production 2,900,000 tons of raw steel has reached the annual production record of 31,100,000 tons. What is worth pondering in these statistics is that Iran's steel industry has been able to make itself close to the world's major competitors such as Brazilian, Turkish and German steel industries, and at the same time, competitive. According to these statistics, during the past months, Brazil in the 12 months of 2023 with the production of 31 million and 900 thousand tons, Turkey with the production of 33 million and 700 thousand tons and Germany with the production of 35 million and 400 thousand tons of crude steel, ranks seventh to ninth. They have devoted themselves to the production of crude steel. It should not be forgotten that Iran's steel industry, despite the sanctions it has suffered, has still been able to provide valuable services for the country with high foreign exchange earnings. Although in the 6th five-year development plan, higher prospects are considered for the steel industry; But there is still hope that this industry will be able to reach higher positions in the world by 2025 with an increase in production of 55 million tons.

Of course, the challenges of steel industry development in our country are still not few. Regardless of issues such as sanctions, banking and currency restrictions and influential events such as the war between Ukraine and Russia and the conflict between the Houthis and the coalition, etc., some internal variables such as supply and demand mismatch, difficult access to global markets, mismatch. With the advancements of downstream industries and the limitations of energy resources such as electricity, water and gas, he pointed out.■

Selected Topics In This Number



"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 it 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.



Economic and Investment Vice President of Kish Free Zone Organization explained

Preparing the portal for the investment sector in Kish



The secretary of the audio and video equipment association said
Indiscriminate and free entry of contraband is the main problem of producers



Operation Manager of Delgosha Grand Bazaar
Delgosha A modern and authentic market



CEO of Kian Petrochemical Company
The development and progress of the Kian project under the help and efforts of all elements



The head of the board of directors of the Iranian Sebt Tourism Company said
The need for extensive and standard education in tourism



CEO of Eris Sazeh Parsian Group
I turned my one-man workshop into the largest component factory



CEO of Flamingo Tourism Holding Company
The tourism industry needs real support



The manager of Aramis Tehran Hotel suggested
Severe shortage of manpower in the hotel industry

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

گل گهر

روپش باوره در دل کویر

GOLGOHAR MINIING & INDUSTRIAL COMPANY



شرکت معدن و صنعت گل گهر

GOLGOHAR MINING & INDUSTRIAL COMPANY

روابط عمومی و امور بین الملل

www.geg.ir



گهرزمین

نبض تپنده تولید و توسعه

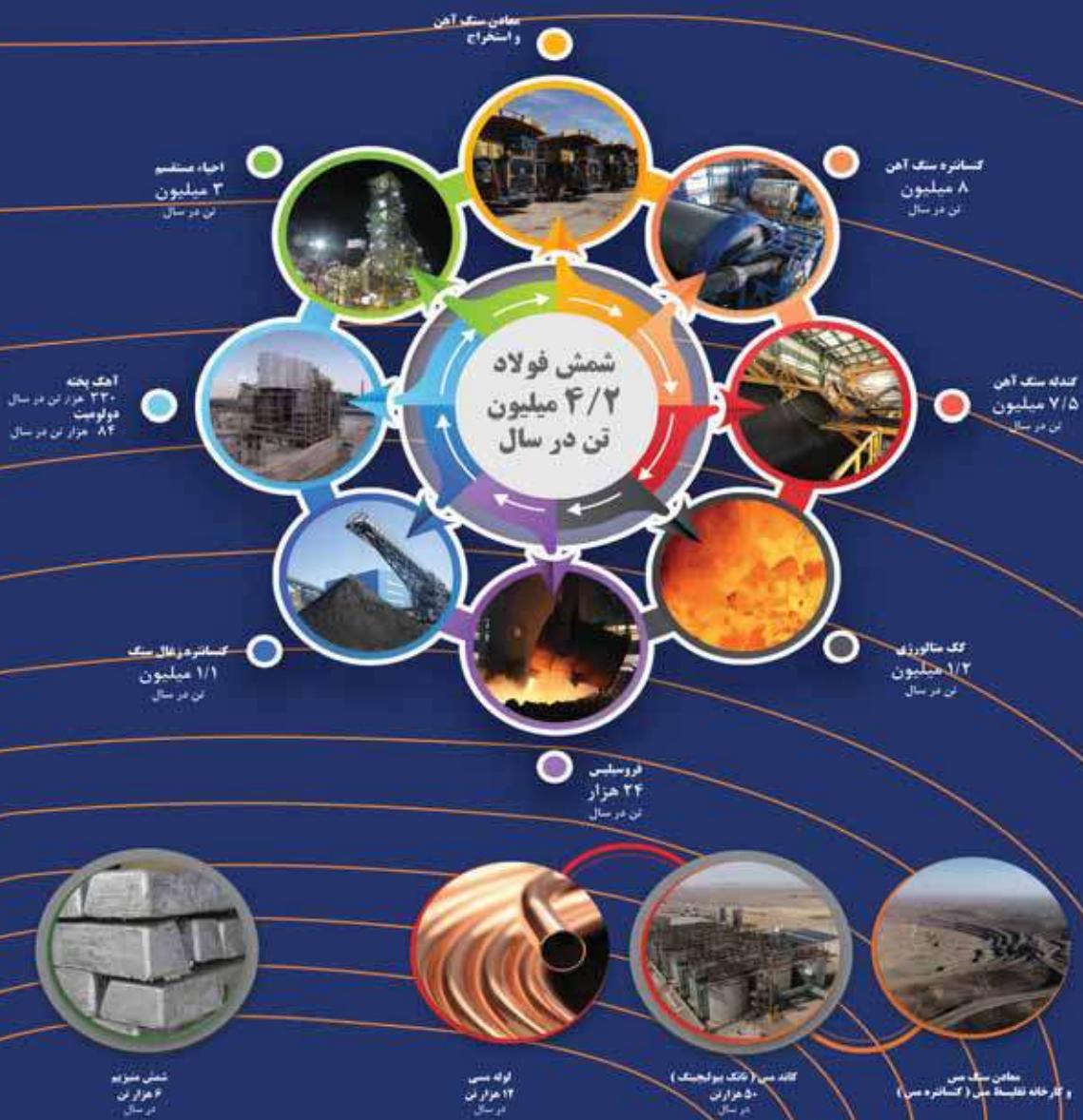
www.goharzamin.com

GOHARZAMIN

Mining and industrial company



شرکت مادر تخصصی (هالدینگ)
توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (سهامی عام)
MIDDLE EAST MINES & MINERAL
INDUSTRIES DEVELOPMENT HOLDING Co.
رنجیره کامل تولید از معدن تا محصول نهایی



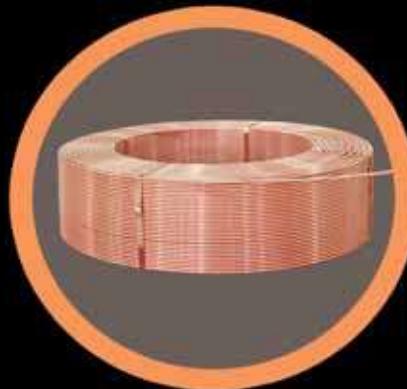


شرکت بابک مس ایرانیان

IRANIAN BABAK COPPER COMPANY

IBCCO

تولیدکننده انواع لوله مسی

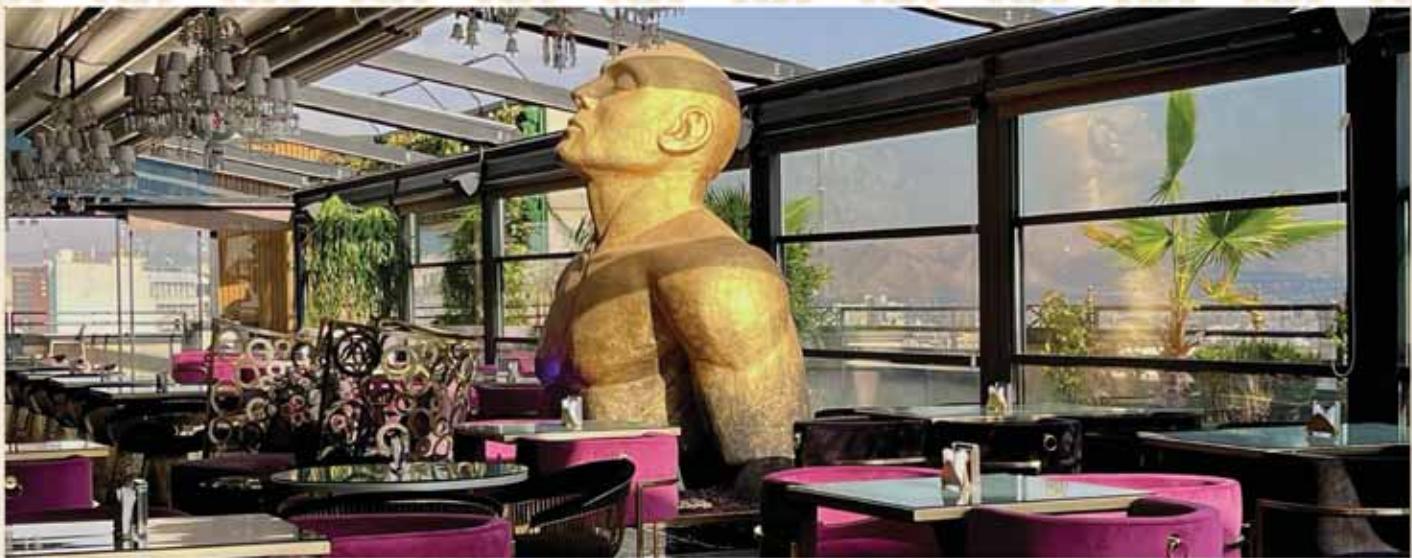
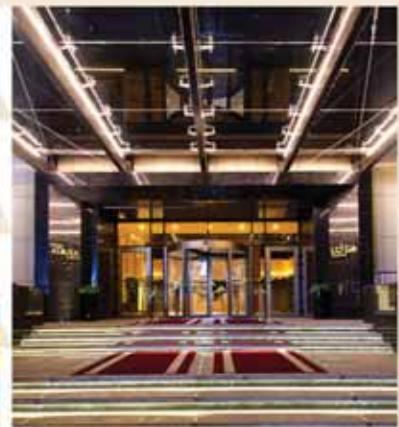


تهران، شهرک غرب، بلوار دادمان، خیابان فخار مقدم، کوچه گلبرگ چهارم شرقی، پلاک ۱۲
کد پستی ۱۴۶۸۹۳۶۳۸۱

تلفن مستقیم فروش: داخلی ۰۲۱-۹۱۰۷۰۸۰۰ - ۹۲۰

www.ibcco.midhco.com

marketing&sales@ibcco.midhco.com



ATANA
HOTEL ****

با تجسمی از یک رویا، میزبان شما در هتل آانا



اورین لانز
دریچه ای به فرای تصورات

Tehran, میدان فلسطین، خیابان طالقانی غربی، پلاک 401
 02141912

avrin.lounge | atanahotel.ir
www.atanahotel.org | www.avrinlounge.com



احساس آبی
آرامشی بی نظری و تجربه ای متفاوت

